



**Sosyal Bilimler  
Enstitüsü**

T.C.  
MARMARA ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI  
GAZETECİLİK BİLİM DALI

## **31 MART VE 23 HAZİRAN İSTANBUL YEREL SEÇİM KAMPANYALARINDA YAZILI BASININ ROLÜ**

Yüksek Lisans Tezi

ELİF KONAÇ

İSTANBUL, 2022

T.C.  
MARMARA ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI  
GAZETECİLİK BİLİM DALI

**31 MART VE 23 HAZİRAN İSTANBUL YEREL SEÇİM  
KAMPANYALARINDA YAZILI BASININ ROLÜ**

Yüksek Lisans Tezi

ELİF KONAÇ

Danışman: PROF. DR. HÜSEYİN EMRE BAĞCE

İSTANBUL, 2022

## ÖZET

### 31 MART VE 23 HAZİRAN İSTANBUL YEREL SEÇİM KAMPANYALARINDA YAZILI BASININ ROLÜ

Siyasal iletişim, siyasi bir hedefe ulaşma amacıyla yürütülen her türlü iletişim faaliyetini kapsamaktadır. Seçim dönemlerinde siyasal iletişim faaliyetlerinin yoğunluğu artış göstermektedir. Siyasi aktörler seçim kampanyalarını yürüttükleri kısıtlı süre içerisinde hedef kitlelerine ulaşabilmek adına çeşitli iletişim araçlarına yönelmektedirler. Siyasi aktörler ve hedef kitle arasındaki iletişimde aracı bir rol üstlenen medya, siyasal iletişim süreçlerinde yoğunlukla kullanılan araçlar arasında yer almaktadır. Demokrasi ile yönetilen toplumlarda medyanın “dördüncü güç” olarak tanımlanması, demokratik bir kamusal alanın oluşturulması sürecindeki sorumluluğunu işaret etmektedir. Medyanın haber ve bilgi verme işlevi ile ilişkili olarak söz konusu sorumluluğunu gerçekleştirebilmesi için evrensel olarak kabul edilmiş olan bazı haber yazım ilkeleri mevcuttur. Tarafsızlık, dengelilik, gerçeklik, yanlışlıktan kaçınma, haber metnine kişisel fikir ve düşünceleri yansıtmama bu ilkeler arasında bulunmaktadır.

Bu çalışmada medyanın haber verme işlevinin demokrasi ile olan ilişkisi göz önüne alınarak, 31 Mart 2019 İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimi ve 23 Haziran 2019 İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Yenileme Seçimine yönelik olarak yürütülen seçim kampanyalarında yazılı basının nasıl bir rol oynadığı sorgulanmaktadır. Bu kapsamda, ulusal gazetelerin 1 Ocak - 30 Haziran 2019 tarihleri arasında yayınlanan sayılarında yer alan manşet ve sürmanşet haberleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Söz konusu haberler, seçim sürecinde yer alan siyasi aktörlere yönelik tutumlarına göre aleyhine, lehine ve tarafsız şeklinde kategorilendirilmiştir. Analiz edilen verilere göre, yazılı basının seçim kampanyalarındaki rolü ile ilgili bulgulara yer verilmiştir. Araştırma sonucunda, yazılı basının seçim kampanyaları sürecinde haber ve bilgi verme işlevini tarafsız bir şekilde gerçekleştirmediği ortaya çıkmıştır. Medyanın demokrasi ile olan ilişkisi göz önüne alındığında gazetelerin özellikle seçim dönemlerinde tarafsız bir konum alması beklenirken, belli tarafların siyasal iletişim aracı haline geldiği görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Siyasal İletişim, Seçim Kampanyaları, Medya, Yazılı Basın

## **ABSTRACT**

### **ROLE OF PRINT MEDIA ON 31 MARCH AND 23 JUNE ISTANBUL LOCAL ELECTION CAMPAIGNS**

Political communication includes and covers all communication activities to achieve a specific political goal. During election periods, the volume of political communication activities increases. Political figures use various communication tools to reach their target audience within the limited time they are given for running their election campaigns. The media, which plays an intermediary role in communication between political actors and the target audience, is among the tools in the political communication process. In democratic societies, the definition of media as the "fourth power" indicates responsibility to make sure there is an equal democratic public sphere. There are plenty of universally accepted principles for news writing in order for the media to carry out such responsibility in relation to the reporting and informational function. This is a principle of objectivity, balance, fairness, avoiding bias and also not reflecting personal ideas and thoughts into the news text.

In this study, it is questioned how the print media plays a role in the election campaigns conducted against the 31 March 2019 Istanbul Mayoral Election and the 23 June 2019 Re-run of Istanbul Mayoral Election, given the relationship of the media's reporting function with democracy. In this context, the headlines and subheadings in news from the national newspapers published between January 1 and June 30, 2019 were analyzed using content analysis. The news is categorized against, in favor and neutral form according to their attitude towards political actors involved in the electoral process. As reported by the data analyzed, the findings of the print media regarding their role in the election campaigns are included. The research revealed that the print media did not perform the reporting and informational function in an objective manner during the campaign process. Given the media's relationship with democracy, newspapers are expected to take an objective position, especially during election times, while certain parties are more likely to have become political communication tools.

**Keywords:** Political Communication, Election Campaigns, Media, Print Media

## ÖNSÖZ

Marmara Üniversitesi Gazetecilik Bölümü'nde lisans öğrencisi iken değerli danışman hocam Prof. Dr. Hüseyin Emre BAĞCE'den almış olduğum “Siyasal İletişim” dersi, bugün siyasal iletişim üzerine yazmış olduğum bu yüksek lisans tezinin temellerini oluşturmuştur. Siyasal iletişimin ne olduğunu ve hangi konular üzerine çalıştığını kendisinin aydınlatıcı, ilham verici ve merak uyandırıcı derslerinden öğrenmeseydim bu konu üzerine çalışmaya bu kadar hevesli olamazdım. Değerli hocamın bilgi, birikim ve tecrübelerinin eşliğinde yüksek lisans çalışmamı yapabilmek benim için büyük bir şans olmuştur.

Öncelikle danışman hocama olmak üzere, jüride yer alan kıymetli hocalarım Dr. Öğr. Üyesi Seçil ÖZAY ve Dr. Öğr. Üyesi Feryade TOKAN ŞENOL'a, yardım ve önerileriyle her daim yanımda olan arkadaşlarıma, beni bugünlere getirirken emeklerini esirgemeyen anneme ve babama sonsuz teşekkür ve saygılarımı sunarım.

Elif KONAÇ

İstanbul, 2022

## İÇİNDEKİLER

|                         |      |
|-------------------------|------|
| ÖZET .....              | i    |
| ABSTRACT .....          | ii   |
| ÖNSÖZ .....             | iii  |
| İÇİNDEKİLER .....       | iv   |
| KISALTMALAR .....       | vii  |
| TABLolar LİSTESİ .....  | viii |
| GRAFİKLER LİSTESİ ..... | xi   |
| GİRİŞ .....             | 1    |

### BİRİNCİ BÖLÜM SİYASAL İLETİŞİM VE MEDYA

|                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------|----|
| 1.1. SİYASAL İLETİŞİM KAVRAMI .....                                   | 3  |
| 1.2. SİYASAL KAMPANYALARDA STRATEJİ VE TEKNİKLER .....                | 5  |
| 1.2.1. Siyasal Kampanyalarda Mesaj Stratejileri .....                 | 6  |
| 1.2.1.1. Pozitif Mesaj Stratejileri .....                             | 6  |
| 1.2.1.2. Negatif Mesaj Stratejileri .....                             | 7  |
| 1.2.2. Siyasal Kampanyalarda Zamanlama ve Yoğunluk Stratejileri ..... | 7  |
| 1.2.3. Siyasal Kampanyalarda Fırsat Stratejileri .....                | 8  |
| 1.3. SİYASAL İLETİŞİM AKTÖRÜ OLARAK MEDYA .....                       | 9  |
| 1.4. SİYASAL İLETİŞİM VE MEDYA İLİŞKİSİYLE BAĞLANTILI KURAMLAR .....  | 11 |
| 1.4.1. Gündem Belirleme Kuramı .....                                  | 11 |
| 1.4.2. Çerçeveleme Kuramı .....                                       | 13 |
| 1.5. MEDYANIN HABER VERME İŞLEVİNİN DEMOKRASİ İLE İLİŞKİSİ .....      | 14 |

### İKİNCİ BÖLÜM

#### 31 MART VE 23 HAZİRAN İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYE BAŞKANLIĞI SEÇİMLERİ

|                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.1. 31 MART 2019 İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYE BAŞKANLIĞI SEÇİMİ ..... | 18 |
| 2.1.1. Seçime Katılan Siyasi Parti ve Adaylar .....                    | 18 |
| 2.1.2. AK Parti ve CHP Etrafında Seçim İttifaklarının Oluşumu .....    | 19 |
| 2.1.3. AK Parti ve CHP'nin Yerel Seçim Kampanyaları .....              | 20 |
| 2.1.3.1. AK Parti'nin Yerel Seçim Kampanyası .....                     | 20 |
| 2.1.3.1.1. Seçim Teması ve Sloganı .....                               | 20 |
| 2.1.3.1.2. Seçim Beyannamesi .....                                     | 21 |

|                                                                                    |    |
|------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.1.3.1.3. Binali Yıldırım'ın Seçim Kampanyası: Vaatler ve Stratejiler .....       | 24 |
| 2.1.3.2. CHP'nin Yerel Seçim Kampanyası.....                                       | 27 |
| 2.1.3.2.1. Seçim Teması ve Sloganı .....                                           | 28 |
| 2.1.3.2.2. Seçim Beyannamesi .....                                                 | 28 |
| 2.1.3.2.3. Ekrem İmamoğlu'nun Seçim Kampanyası: Vaatler ve Stratejiler.....        | 30 |
| 2.1.4. Seçim Günü ve Seçim Sonucu Üzerine Tartışmalar.....                         | 33 |
| 2.2. 23 HAZİRAN 2019 İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYE BAŞKANLIĞI YENİLEME SEÇİMİ ..... | 40 |
| 2.2.1. Seçimin İki Aday Etrafında Kutuplaşması.....                                | 40 |
| 2.2.2. Adayların Seçim Kampanyasındaki Değişiklikler .....                         | 41 |
| 2.2.2.1. Binali Yıldırım'ın Yeni Seçim Kampanyası .....                            | 41 |
| 2.2.2.2. Ekrem İmamoğlu'nun Yeni Seçim Kampanyası.....                             | 44 |
| 2.2.3. Seçim Günü ve Seçim Sonuçları.....                                          | 48 |

### ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

#### 31 MART VE 23 HAZİRAN İSTANBUL YEREL SEÇİM KAMPANYALARINDA YAZILI BASININ TUTUMU

|                                                                                                                                                 |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.1. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE YÖNTEMİ .....                                                                                                      | 50 |
| 3.2. 1 OCAK – 31 MART 2019 DÖNEMİNDEKİ GAZETE HABERLERİNİN İÇERİK ANALİZİ .....                                                                 | 52 |
| 3.2.1. Araştırma Kapsamındaki Gazete Haberlerine İlişkin Genel Bulgular .....                                                                   | 52 |
| 3.2.2. Haberlerin Tutumları.....                                                                                                                | 54 |
| 3.2.3. Haberlere Konu Olan Aktörler Hakkındaki Tutumlara İlişkin Bulgular .....                                                                 | 55 |
| 3.3. 1 NİSAN – 6 MAYIS 2019 DÖNEMİNDEKİ GAZETE HABERLERİNİN İÇERİK ANALİZİ .....                                                                | 61 |
| 3.3.1. Araştırma Kapsamındaki Gazete Haberlerine İlişkin Genel Bulgular .....                                                                   | 61 |
| 3.3.2. Haberlerin Tutumları.....                                                                                                                | 63 |
| 3.3.3. Haberlere Konu Olan Aktörler Hakkındaki Tutumlara İlişkin Bulgular .....                                                                 | 64 |
| 3.4. 7 MAYIS – 30 HAZİRAN 2019 DÖNEMİNDEKİ GAZETE HABERLERİNİN İÇERİK ANALİZİ .....                                                             | 69 |
| 3.4.1. Araştırma Kapsamındaki Gazete Haberlerine İlişkin Genel Bulgular .....                                                                   | 69 |
| 3.4.2. Haberlerin Tutumları.....                                                                                                                | 71 |
| 3.4.3. Haberlere Konu Olan Aktörler Hakkındaki Tutumlara İlişkin Bulgular .....                                                                 | 72 |
| 3.5. 1 OCAK – 30 HAZİRAN 2019 TARİHLERİ ARASINDA YAYINLANAN HABERLERE İLİŞKİN KARŞILAŞTIRMALI BULGULAR .....                                    | 76 |
| 3.5.1. Araştırma Kapsamındaki Gazetelerin Üç Dönemdeki Haberlerine İlişkin Karşılaştırmalı Genel Bulgular .....                                 | 76 |
| 3.5.2. Araştırma Kapsamındaki Gazetelerin Binali Yıldırım ve Ekrem İmamoğlu Hakkındaki Haberlerine İlişkin Karşılaştırmalı Genel Bulgular ..... | 80 |

|                                                                                                |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 3.5.2.1. Binali Yıldırım Hakkında Yapılan Haberlerin Tutumlarına İlişkin Haber Başlıkları..... | 82  |
| 3.5.2.2. Ekrem İmamoğlu Hakkında Yapılan Haberlerin Tutumlarına İlişkin Haber Başlıkları ..... | 86  |
| <b>SONUÇ</b> .....                                                                             | 98  |
| <b>KAYNAKÇA</b> .....                                                                          | 106 |



## KISALTMALAR

**AA:** Anadolu Ajansı

**AK Parti:** Adalet ve Kalkınma Partisi

**Akt.:** Aktaran

**CHP:** Cumhuriyet Halk Partisi

**FETÖ:** Fetullahçı Terör Örgütü

**HDP:** Halkların Demokratik Partisi

**İBB:** İstanbul Büyükşehir Belediyesi

**MHP:** Milliyetçi Hareket Partisi

**RTÜK:** Radyo Televizyon Üst Kurulu

**TRT:** Türkiye Radyo Televizyon Kurumu

**YSK:** Yüksek Seçim Kurulu

## TABLÖLAR LİSTESİ

|                                                                                                                                              |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tablo 1:</b> Gazetelerin Manşetlerinde Seçimlerle İlgili Haberlerin Sayısı (1 Ocak – 31 Mart 2019).....                                   | 52 |
| <b>Tablo 2:</b> Gazetelerin Manşetlerinde Yerel Seçim ve İBB Başkanlığı Seçimi ile İlgili Haberlerin Dağılımı (1 Ocak – 31 Mart 2019).....   | 53 |
| <b>Tablo 3:</b> Gazetelerin Manşetlerinde Seçimlerle Dolaylı Olarak İlgili Haberlerin Sayısı (1 Ocak – 31 Mart 2019).....                    | 54 |
| <b>Tablo 4:</b> Gazetelerin Manşetlerindeki Haberlerin Tutumlarına Göre Dağılımı (1 Ocak – 31 Mart 2019).....                                | 54 |
| <b>Tablo 5:</b> Cumhuriyet Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (1 Ocak – 31 Mart 2019).....                                              | 56 |
| <b>Tablo 6:</b> Hürriyet Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (1 Ocak – 31 Mart 2019).....                                                | 57 |
| <b>Tablo 7:</b> Milliyet Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (1 Ocak – 31 Mart 2019).....                                                | 57 |
| <b>Tablo 8:</b> Sabah Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (1 Ocak – 31 Mart 2019).....                                                   | 58 |
| <b>Tablo 9:</b> Sözcü Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (1 Ocak – 31 Mart 2019).....                                                   | 58 |
| <b>Tablo 10:</b> Yeni Şafak Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (1 Ocak – 31 Mart 2019).....                                             | 59 |
| <b>Tablo 11:</b> Gazetelerin Manşetlerinde Seçimlerle İlgili Haberlerin Sayısı (1 Nisan – 6 Mayıs 2019).....                                 | 60 |
| <b>Tablo 12:</b> Gazetelerin Manşetlerinde Yerel Seçim ve İBB Başkanlığı Seçimi ile İlgili Haberlerin Dağılımı (1 Nisan – 6 Mayıs 2019)..... | 61 |
| <b>Tablo 13:</b> Gazetelerin Manşetlerinde Seçimlerle Dolaylı Olarak İlgili Haberlerin Sayısı (1 Nisan – 6 Mayıs 2019).....                  | 62 |
| <b>Tablo 14:</b> Gazetelerin Manşetlerindeki Haberlerin Tutumlarına Göre Dağılımı (1 Nisan – 6 Mayıs 2019).....                              | 63 |
| <b>Tablo 15:</b> Cumhuriyet Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (1 Nisan – 6 Mayıs 2019).....                                            | 64 |
| <b>Tablo 16:</b> Hürriyet Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (1 Nisan – 6 Mayıs 2019).....                                              | 65 |

|                                                                                                                                                 |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tablo 17:</b> Milliyet Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (1 Nisan – 6 Mayıs 2019).....                                                 | 65 |
| <b>Tablo 18:</b> Sabah Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (1 Nisan – 6 Mayıs 2019).....                                                    | 66 |
| <b>Tablo 19:</b> Sözcü Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (1 Nisan – 6 Mayıs 2019).....                                                    | 67 |
| <b>Tablo 20:</b> Yeni Şafak Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (1 Nisan – 6 Mayıs 2019).....                                               | 68 |
| <b>Tablo 21:</b> Gazetelerin Manşetlerinde Seçimlerle İlgili Haberlerin Sayısı (7 Mayıs – 30 Haziran 2019).....                                 | 69 |
| <b>Tablo 22:</b> Gazetelerin Manşetlerinde Yerel Seçim ve İBB Başkanlığı Seçimi ile İlgili Haberlerin Dağılımı (7 Mayıs – 30 Haziran 2019)..... | 70 |
| <b>Tablo 23:</b> Gazetelerin Manşetlerinde Seçimlerle Dolaylı Olarak İlgili Haberlerin Sayısı (7 Mayıs – 30 Haziran 2019).....                  | 70 |
| <b>Tablo 24:</b> Gazetelerin Manşetlerindeki Haberlerin Tutumlarına Göre Dağılımı (7 Mayıs – 30 Haziran 2019) .....                             | 71 |
| <b>Tablo 25:</b> Cumhuriyet Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (7 Mayıs – 30 Haziran 2019).....                                            | 72 |
| <b>Tablo 26:</b> Hürriyet Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (7 Mayıs – 30 Haziran 2019).....                                              | 73 |
| <b>Tablo 27:</b> Milliyet Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (7 Mayıs – 30 Haziran 2019).....                                              | 73 |
| <b>Tablo 28:</b> Sabah Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (7 Mayıs – 30 Haziran 2019).....                                                 | 74 |
| <b>Tablo 29:</b> Sözcü Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (7 Mayıs – 30 Haziran 2019).....                                                 | 74 |
| <b>Tablo 30:</b> Yeni Şafak Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (7 Mayıs – 30 Haziran 2019).....                                            | 75 |
| <b>Tablo 31:</b> Gazetelerin Manşetlerindeki Toplam Haber Sayısı (1 Ocak – 30 Haziran 2019).....                                                | 77 |
| <b>Tablo 32:</b> Gazetelerin Manşetlerinde 31 Mart Yerel Seçimleri ile İlgili Toplam Haber Sayısı (1 Ocak – 30 Haziran 2019).....               | 77 |
| <b>Tablo 33:</b> Gazetelerin Manşetlerinde İBB Başkanlığı Seçimleri ile İlgili Toplam Haber Sayısı (1 Ocak – 30 Haziran 2019).....              | 78 |

|                                                                                                                                  |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Tablo 34:</b> Binali Yıldırım ve Ekrem İmamoğlu Hakkındaki Haberlerin Tutumları.....                                          | 80  |
| <b>Tablo 35:</b> Binali Yıldırım'ın Aleyhine Tutum Alan Haberlerin Başlıkları.....                                               | 82  |
| <b>Tablo 36:</b> Binali Yıldırım'ın Lehine Tutum Alan Haberlerin Başlıkları.....                                                 | 83  |
| <b>Tablo 37:</b> Binali Yıldırım'a Tarafsız Tutum Alan Haberlerin Başlıkları.....                                                | 85  |
| <b>Tablo 38:</b> Ekrem İmamoğlu'nun Aleyhine Tutum Alan Haberlerin Başlıkları.....                                               | 86  |
| <b>Tablo 39:</b> Ekrem İmamoğlu'nun Lehine Tutum Alan Haberlerin Başlıkları.....                                                 | 90  |
| <b>Tablo 40:</b> Ekrem İmamoğlu'na Tarafsız Tutum Alan Haberlerin Başlıkları.....                                                | 97  |
| <b>Tablo 41:</b> Gazetelerin Manşetlerinde İBB Başkanlığı Seçimleri ile İlgili Haberlerin Sayısı (1 Ocak – 30 Haziran 2019)..... | 103 |

## GRAFİKLER LİSTESİ

|                                                                                                                                                                       |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Grafik 1:</b> İBB Başkanlığı Seçimleri ile İlgili Haberlerin Dönemler Arası Dağılımı .....                                                                         | 79  |
| <b>Grafik 2:</b> Gazetelerin Manşetlerinde 31 Mart Yerel Seçimleri ve İBB Başkanlığı Seçimleri ile İlgili Haber Olmayan Gün Sayılarının Dönemler Arası Dağılımı ..... | 79  |
| <b>Grafik 3:</b> Binali Yıldırım'ın Aleyhine Tutum Alan Haberlerin Dağılımı .....                                                                                     | 101 |
| <b>Grafik 4:</b> Binali Yıldırım'ın Lehine Tutum Alan Haberlerin Dağılımı .....                                                                                       | 101 |
| <b>Grafik 5:</b> Ekrem İmamoğlu'nun Aleyhine Tutum Alan Haberlerin Dağılımı .....                                                                                     | 102 |
| <b>Grafik 6:</b> Ekrem İmamoğlu'nun Lehine Tutum Alan Haberlerin Dağılımı .....                                                                                       | 102 |



## GİRİŞ

Siyasal iletişim, siyasi aktörlerin siyasi bir hedefe ulaşma amacıyla hayata geçirdiği her türlü iletişim faaliyeti olarak tanımlanmaktadır. Siyasal iletişim faaliyetlerini sadece seçim dönemleriyle sınırlamak mümkün değildir. Fakat seçim dönemleri siyasal iletişim faaliyetlerinde görülen yoğunluğun en çok arttığı dönem olmaktadır. Seçim kampanyalarının başlamasıyla birlikte, siyasi aktörler kısıtlı sürede seçmenlere hızlı ve etkin bir şekilde ulaşmayı hedeflemektedir. Bu amaç doğrultusunda, siyasi aktörler için medya ve kitle iletişim araçları öncelikli bir sırada yer almaktadır.

Demokrasi ile yönetilen toplumlarda yasama, yürütme ve yargıdan sonra medya “dördüncü güç” olarak tanımlanmaktadır. Medyanın “dördüncü güç” şeklinde tanımlanıyor oluşu, siyasi aktörler ve seçmen arasındaki iletişimi sağlayarak demokratik bir kamusal alanın oluşturulmasından sorumlu oluşu anlamına gelmektedir. Demokratik toplumlarda medyanın haber verme işlevi stratejik bir öneme sahiptir. Bu sebeple medyanın haber verme işlevinin; eğitime, eğlendirme, kültürel geliştirme ve toplumsallaştırma gibi birçok farklı işlevinin önüne geçmemesi beklenmektedir. Medyanın söz konusu sorumluluğunu gerçekleştirebilmesi adına evrensel olarak kabul edilmiş olan birtakım haber yazım ilkeleri mevcuttur. Tarafsızlık, dengelilik, gerçeklik, yanlılıktan kaçınma, haber metnine kişisel fikir ve düşünceleri yansıtmama bu ilkeler arasında yer almaktadır. Medyanın özellikle siyasi konularda haber yazım ilkelerini göz ardı ederek yayın yapması demokratik bir kamusal alanın oluşması noktasında problemler doğurmaktadır. Yazılı basında ve yazılı basın ürünlerinden biri olan gazetelerde yayınlanan haberlerin tarafsız olmaması, belli bir tarafın lehine ya da aleyhine tutum alan bir yayın politikasının izlenmesi gibi durumlar da bu problem alanının içerisinde yer almaktadır. Gazetelerin bilhassa seçim dönemlerinde bu doğrultuda bir haber üretim sürecine girmesi, siyasi aktörlerin ve siyasi aktörlerin yürüttükleri seçim kampanyalarının bir uzantısı şeklinde konumlanmalarına neden olabilmektedir.

31 Mart 2019 ve 23 Haziran 2019 tarihlerinde gerçekleşen İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçimleri sürecinde yazılı basının nasıl bir rol oynadığı bu çalışmanın esas konusunu oluşturmaktadır. 1 Ocak – 30 Haziran 2019 tarihlerini kapsayacak şekilde Türkiye’deki 6 ulusal gazetenin manşet ve sürmanşet haberleri incelenerek hazırlanan bu çalışma, adayları ve adayların seçim kampanyalarını gazetelerin nasıl ve ne şekilde gündeme getirdiğini araştırmıştır.

“Siyasal İletişim ve Medya” başlığıyla çalışmanın ilk bölümünde; siyasal iletişim kavramı, siyasal iletişim faaliyetleri içerisinde yer alan siyasal kampanyalarda kullanılan strateji ve teknikler, medyanın bir siyasal iletişim aktörü olarak sahip olduğu özellikler, siyasal iletişim ve medya ilişkisiyle bağlantılı kuramlar ve medyanın haber verme işlevinin demokrasiyle olan ilişkisi incelenmiştir.

“31 Mart ve 23 Haziran İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimleri” başlığıyla çalışmanın ikinci bölümünde; 31 Mart 2019 İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimi ve 23 Haziran 2019 İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Yenileme Seçimi ele alınmıştır. Adayların belirlenme süreçleri, parti ve adayların seçim kampanyası stratejileri, seçim gününden seçimin yenilenmesi kararına kadar olan dönemde tarafların argümanları ve ikinci kampanya sürecinde adayların seçim kampanyalarında değişen stratejiler incelenmiştir.

Çalışmanın “31 Mart ve 23 Haziran İstanbul Yerel Seçim Kampanyalarında Yazılı Basının Tutumu” başlıklı üçüncü bölümü ise araştırmanın asıl bölümünü oluşturmaktadır. Bu bölümde 1 Ocak – 30 Haziran 2019 tarihleri arasında yazılı basının 31 Mart ve 23 Haziran İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçimleri sürecinde adaylara ve adayların seçim kampanyalarına dair nasıl bir tutum aldığına bakılmıştır. İncelenen dönem, seçim sürecinin kendine has özellikleri sebebiyle 3 alt döneme bölünerek karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## SİYASAL İLETİŞİM VE MEDYA

Araştırmanın bu bölümünde siyasal iletişim ve medya ilişkisi incelenecektir. Siyasal iletişim kavramının ne olduğu, siyasal kampanyalarda hangi strateji ve tekniklerin kullanıldığı ele alınacaktır. Ardından siyasal iletişim ve medya ilişkisi çerçevesinde medyanın bir siyasal iletişim aktörü olarak özelliklerine ve bu ilişkiyle bağlantılı olan kuramlara yer verilecektir. Son olarak, medyanın haber verme işlevinin demokrasi ile olan ilişkisi tartışılacaktır.

### 1.1. SİYASAL İLETİŞİM KAVRAMI

Siyasal bir hedefe ulaşma amacıyla hayata geçirilen her türlü iletişim faaliyeti, siyasal iletişim adı verilen kavramı oluşturmaktadır. Siyasal iletişim kavramı üzerine yapılan araştırmalar 20. yüzyılda başlamış olmasına rağmen siyasal iletişim kavramının oluşmasını sağlayan ilk örneklerin ortaya çıkışı Antik Yunan'a kadar gitmektedir. O dönemin düşünürleri siyasal iletişim kavramını kullanmasalar da, aslında bugün siyasal iletişimin yöntem ve tekniklerini oluşturan birçok uygulamayı gerçekleştirmişlerdir. Lilleker (2013: 12), siyasal iletişimi siyasal aktivite kadar eski bir kavram olarak yorumlamıştır.

Siyasal iletişim alanındaki ilk çalışmalardan biri Aristoteles'in "*Retorik*" adlı eseri olarak kabul edilmektedir. Eserde retorik şu şekilde tanımlanmaktadır: "*Belli bir durumda, elde var olan inandırma yollarını kullanma yetisi*" (Aristoteles, 1995: 37). Retorik sanatını sistemleştirerek anlatan Aristo, karşı tarafı ikna etmek isteyen kişinin fikirlerini net, yalın ve şüpheyi yer vermeyecek bir şekilde aktarması gerektiğini belirtmektedir. Bu açıdan retorik kitleleri kandırma amacından ziyade ikna etme amacı taşıdığını söylemek mümkündür. Siyasal iletişimin de temelinde iletişim kurulan tarafı etkilemek, o tarafın fikirlerinde ve eylemlerinde bir değişim yaratmak olduğu düşünüldüğünde, siyasal iletişim faaliyetini gerçekleştiren tarafın günlük iletişim dilinden farklı bir dil oluşturma zorunluluğu ortaya çıkmaktadır. Siyasal iletişim ve retorik kavramlarının kesişme noktası buradan doğmaktadır (Aziz, 2019: 57).

Antik Çağ'dan Orta Çağ'a, Yeni Çağ'dan günümüze gelen süreçte siyasal iletişim sürekli gelişim ve değişim göstermektedir. Bu süreç içerisinde siyasal iletişimin farklılık göstermesinin temel sebebi, toplumların durağan bir yapıya sahip olmamalarıdır. Nüfusun artması ve teknolojinin gelişmesi sonucunda yeni siyasal yapılar ortaya çıkmış ve bu yapılar siyasal iletişim uygulamalarını tekrar şekillendirmiştir. Antik Yunan'da yüz yüze iletişim teknikleri siyasal iletişim için etkili ve kullanılabilir

durumdayken, nüfus artışı ile birlikte kullanılabilecek teknikler arasında daha az tercih edilir hale gelmiştir (Aziz, 2019: 4).

Siyasal iletişime ilişkin çalışmalara yönelik ilginin artması ise İkinci Dünya Savaşı sonrasına denk gelmektedir (Tokgöz, 2014: 77). Siyasal iletişim, savaştan sonra dünya siyasetinde yaşanan gelişmelerin yanı sıra iletişim teknolojilerindeki gelişmelerden de etkilenmiştir. Başka bir şekilde ifade etmek gerekirse, siyasal iletişimin gelişimini ona paralel bir şekilde ilerleyen iletişim teknolojilerinin gelişimi üzerinden okumak mümkündür (Bekiroğlu, Bal 2014: 29).

Tarihsel sürecin ilerlemesi, toplumsal gelişmenin ivme kazanması, teknolojinin hızla gelişmesi gibi etkenlerle birlikte, siyasal iletişimin kavramsallaşma süreci hızlanmış ve günümüzde önemli bir disiplin haline gelmiştir. Siyasal iletişimin bir disipline dönüşmesi sürecinde, bulunduğu disiplinler arası konumu da vurgulamak gerekmektedir. Siyasal iletişim, başta *Siyaset Bilimi* ve *İletişim* olmak üzere toplumu ilgilendiren *Felsefe*, *Sosyoloji*, *Antropoloji*, *Psikoloji*, *Tarih*, *Hukuk*, *Halkla İlişkiler*, *Pazarlama* ve *Etik* gibi birçok disiplinle bağlantılıdır (Aziz, 2019: 9).

Siyasal iletişim kavramını açıklama noktasında yaşanan zorluklar, kavramın disiplinler arası konumundan kaynaklanmaktadır. Çünkü “*siyasal*” ve “*iletişim*” gibi birden çok tanımı olan, oldukça geniş kapsamlı iki kavramın bir araya gelmesi ve kesişmesiyle oluşan siyasal iletişim kavramının tek bir tanımını yapmak oldukça zordur. Bu sebeple, siyasal iletişimle ilgili literatürde çok çeşitli tanımlamalar yer almaktadır.

Siyasal iletişimin çok çeşitli tanımlamaları olmasına rağmen, birçok farklı tanımda siyasal iletişimin bir siyasi amacının olması ve kurulan iletişimin siyasi sonuçlar doğurması gerektiği vurgulanmaktadır. Çünkü siyasal iletişim, siyaset alanı içerisinden doğar ve iletişimin siyasi bir amacı olması gerekir (Lilleker, 2013: 11). Tanımlardaki farklılaşmalar ise genellikle siyasal iletişimin kapsamını belirleme noktasındaki fikir ayrılıklarından kaynaklanmaktadır. Bazı tanımlamalar siyasal iletişimi sadece seçim dönemi sınırları içerisinde ele alırken, diğer tanımlamalar hem seçim hem de seçim dışı dönemi kapsar.

Uztuğ (2004: 18), siyasal iletişimin siyasal kampanya ve seçim dönemi ile sınırlandırılmayacağını, siyasal iletişimin boyutlarının seçim dışı zaman ile birlikte ele alınması gerektiğini söylemektedir. Benzeri şekilde Özerkan ve İnceoğlu (1997: 51) reklam, propaganda ve halkla ilişkilerin birlikteliğinden oluşan siyasal iletişim faaliyetlerinin yoğunluğunun özellikle seçim dönemlerinde artsa bile, seçim dışı dönemlerde siyasilerin demeçleri, katıldıkları tartışma programları, katkıda bulundukları yardım kampanyaları gibi birçok alan üzerinden yürütülmeye devam ettiğini vurgulamaktadır.

Bu bakımdan düşünöldüğünde siyasal iletişim tanımlarının yalnızca seçim dönemi üzerinden yapılması kavrama ilişkin tanımların eksik kalmasına neden olmaktadır. Aziz'e (2019: 3) göre; siyasal iletişim, siyasal aktörlerin sahip oldukları birtakım siyasal fikir ve hedeflerini toplumdaki hedef kitlelerine, diğer devletlere, bloklara, uluslararası topluma kabul ettirme ve kabul edilen fikri eyleme dönüştürme amacıyla çeşitli iletişim yöntem ve tekniklerinin kullanılmasıdır. Bu tanımdan da anlaşıldığı üzere, siyasal aktörlerin siyasal bir amaçla sürdürdükleri iletişim faaliyetlerinin tamamı siyasal iletişimin içerisinde yer alır.

## **1.2. SİYASAL KAMPANYALARDA STRATEJİ VE TEKNİKLER**

Kampanya, belirli bir kitleye ulaşmak ve bu kitlenin desteğini kazanmak amacıyla yürütölen etkinlik dizisi demektir. Kampanyalar, siyasal aktörler tarafından yürütöldüğü gibi ticari bir hedef taşıyor da olabilir. İkisinin de amacı, birtakım teknikler vasıtasıyla kitleyi etkilemek ve katılımını sağlamaktır (Lilleker, 2013: 67). Siyasal aktörler tarafından, siyaset yapmak üzere gerçekleştirilen ve amacı halkın vereceğı karar üzerinde bir etki yaratmak olan kampanyalara ise siyasal kampanyalar adı verilmektedir. Siyasal kampanyalarda içeriğın ne olduğı fark etmeksizin, belli bir konu hakkında halkın onayını almak hedeflenmektedir (Aziz, 2019: 127).

Kampanyaların birden çok çeşidi olmasına rağmen, seçim kampanyaları en önde gelen kampanya türlerinden biri olarak kabul etmektedir. Çünkü seçim kampanyalarında rekabet, bütçe ve kapsamlılık düzeyleri diğer kampanya türlerine göre daha fazladır (Lilleker, 2013: 68). Genel ya da yerel seçim olmak üzere; cumhurbaşkanlığına, milletvekilliğine ya da yerel yönetimlere aday olanların seçimleri kazanmak üzere yürüttükleri propaganda çalışmalarında kullanılan strateji ve tekniklerin tamamına seçim kampanyaları denilmektedir. Sınırları ve kapsamı ilgili yasal düzenlemeler ile belirlenen seçim kampanyalarında birbirleri ile rekabet eden siyasal partilerin ve adayların olması gerekmektedir (Aziz, 2019: 129).

Seçim kampanyalarının temel amacı seçime katılan partilere veya adaylara seçimi kazandırmaktır. Siyasal aktörler, bu amaca yönelik olarak mevcut yöntem ve teknikleri kendilerini sonuca en hızlı ve etkili götüreceğ şekilde kullanmaktadırlar. Seçim kampanyalarında benimsenen iki tür yöntem bulunmaktadır. Birinci yöntem “doğrudan iletişim”, ikinci yöntem ise “dolaylı iletişim” olarak adlandırılmaktadır. Doğrudan iletişim yönteminde siyasal iletişim yüz yüze yapılırken, dolaylı iletişim yönteminde siyasal iletişim araçlı olarak gerçekleşir. Araçlar, bireysel/kişisel iletişim araçları ve kitlesel iletişim araçları olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Mektup, faks, ses ve görüntü bantları, cep telefonları, SMS, e-posta, aday ve partilerin kişisel web sayfaları bireysel/kişisel iletişim araçlarını oluşturmaktadır. Kitlesel iletişim araçlarını ise gazete, dergi, radyo, televizyon gibi yaygın kullanılan araçlarla beraber

afiş, fotoğraf, kitap, film, ses ve görüntü bantları, CD, VCD, DVD gibi daha sınırlı kullanılan araçlar oluşturmaktadır. Teknolojinin gelişmesiyle beraber, İnternet ve sosyal medya da siyasal iletişim için önemli bir kitlesel iletişim aracı haline gelmiştir. (Aziz, 2019: 129-136).

Faucheux (2002: 48), bir seçim kampanyasının ana stratejisini oluşturan beş strateji bileşeni olduğunu vurgulamaktadır. Bu bileşenler; konumlandırma stratejileri, mesaj stratejileri, zamanlama ve yoğunluk stratejileri, harekete geçirme ve ikna stratejileri, fırsat stratejileri olarak adlandırılmaktadır.

Konumlandırma stratejisi oluşturulurken, adayın seçmenlere ulaşma amacıyla kendisini nasıl konumlandıracağına ve seçmenlere hangi mesajları ileteceğine karar vermesi gerekmektedir. “Neden rakip aday yerine seni seçmeliyiz?” sorusuna adayın vereceği cevap tam olarak kendisini nasıl konumlandığı ile ilgilidir. Seçim kampanyasının içerdiği mesajlar seçmene bu konumu anlatmak üzere kurgulanmaktadır. Bu mesajların nasıl ve ne zaman iletileceği, kaynakların nasıl ve ne zaman harekete geçirileceği, beklenmedik durumlarda ortaya çıkan fırsatların nasıl değerlendirileceği gibi stratejik bileşenler her kampanyada yer almaktadır.

### **1.2.1. Siyasal Kampanyalarda Mesaj Stratejileri**

Siyasal kampanyalarda yoğunlukla kullanılan dört ana mesaj stratejisi bulunmaktadır. Olumlu, olumsuz, reaktif (tepkisel) ve aşılama olarak adlandırılan stratejilerin her birinin kendine has özellikleri vardır. Bu özellikler sebebiyle, her stratejinin uygulanması esnasında avantajlı ve dezavantajlı durumlar ortaya çıkabilmektedir. Hedefler ve kaynaklar göz önünde tutularak, siyasi parti ve adayların hangi stratejinin kendileri için daha tercih edilebilir olduğuna karar vermesi gerekmektedir (Devran, 2004: 136).

#### **1.2.1.1. Pozitif Mesaj Stratejileri**

Mesaj stratejisi pozitif mesaj üzerinden kurgulanan siyasal kampanyalar, pozitif siyasal kampanyalar olarak adlandırılmaktadır. Pozitif mesaj stratejisinin uygulandığı seçim kampanyalarında siyasal parti ya da aday rakibine asla saldırmama stratejisi izleyebilmektedir (Bekiroğlu, Bal, 2014: 116).

Pozitif mesaj stratejisinin uygulandığı kampanyalarda genellikle belli amaçlar ön planda tutulmaktadır. Adayın tanınırlığını artırmak, adayın liderlik vasıflarını öne çıkarmak, adayın seçmen ile özdeşleşmesini sağlamak, adayı bir kahraman imajıyla sunmak ve adayın görüşlerini açıklamasını sağlarken aynı zamanda görüşler ve seçmen arasında bir uyum olduğunu göstermek söz konusu amaçların en önde gelenleri olmaktadır (Johnson-Cartee, Copeland 1997; akt. Devran, 2004: 137). Pozitif kampanyalar; adayın “iyi” özellikleri, geçmişteki başarıları ve önemli konularda aldığı pozisyonlar üzerinden kurgulanmaktadır (Kaid, Johnston, 1991: 53).

### 1.2.1.2. Negatif Mesaj Stratejileri

Mesaj stratejisi negatif mesaj üzerinden kurgulanan siyasal kampanyalar, negatif siyasal kampanyalar olarak adlandırılmaktadır. Negatif kampanyalarda aday rakibini hedef alarak, sürekli rakibi hakkında negatif mesaj üretebilmektedir. Söz konusu kampanyalarda; adaylar rakiplerinin birtakım zayıflıklarına vurgu yapmayı, argümanlarında birbiriyle çelişen, eksik kalan yerlere dikkat çekmeyi ve bunu kitlelere duyurmayı amaçlamaktadır (Lilleker, 2013: 171). Bazı kaynaklarda negatif kampanyalardaki “saldırgan” tutumlara da değinilmiştir. Negatif kampanyalar direkt olarak adayı desteklemek yerine, adayın rakibinin durumunu bozmasını sağlayacak “saldırı” içerikli mesajlarla da kurgulanabilmektedir (Özerkan, İnceoğlu, 1997: 208).

Son dönemlerde yapılan negatif seçim kampanyalarında saldırı stratejisi kullanımı gitgide artış göstermektedir. Kampanya içerisinde verilen negatif mesajlar yoğunluğuna göre farklı şekillerde adlandırılabilir. Ön saldırı ve aralıksız yoğun saldırı şeklinde adlandırılan stratejilerde farklı özellikler öne çıkmaktadır. Ön saldırı stratejisinde, olumlu ve olumsuz mesajların eş zamanlı olarak verilirken genellikle mesajların tek bir tema etrafında toplandığı görülmektedir. Aralıksız yoğun saldırı stratejisinde ise kampanya başlangıcından sonuna dek olumsuz mesajlar verilerek devam ettirilmektedir (Devran, 2004: 153).

Reaktif (tepkisel) ve aşılama olarak adlandırılan stratejiler de negatif mesaj stratejileri ile bağlantılı olarak ortaya çıkmaktadır. Rakip adayın saldırılarına yanıt vermek adına, karşı tepki ve karşı cevap mesajları reaktif mesaj stratejilerine yönelik olarak tasarlanmaktadır. Aday, rakip adayın saldırılarının seçmen üzerindeki etkisini azaltmak ya da tamamen ortadan kaldırmak için birtakım tepkiler vermektedir. Sessiz kalma, itiraf etme, reddetme, karşı saldırıda bulunma, yalanlama, gizleme bu tepkilerden bazılarıdır. Mesaj aşılama stratejisinde ise rakip adayın olumsuz mesajlarına ya da saldırılarına karşı, adayın birtakım önlemler alması sağlanmaktadır. Rakip adayın saldırılarının hedef kitle üzerindeki etkisini azaltma amacıyla aday önceden bilgilendirme yaparak olumsuz mesajlara karşı hedef kitlenin direnç göstermesi için çabalamaktadır (Devran, 2004: 154-157).

### 1.2.2. Siyasal Kampanyalarda Zamanlama ve Yoğunluk Stratejileri

Zamanlama ve yoğunluk stratejisinde, kampanya süresince mesajların ne zaman ve hangi yoğunlukta verildiği konusu ön plana çıkmaktadır. Kampanya esnasında uygulanan zamanlama ve yoğunluk stratejileri kendi içinde dörde ayrılmaktadır.

Bu stratejilerden birincisi, “kaplumbağa stratejisi” olarak adlandırılmaktadır. Kampanya sürecinin oldukça yavaş ve istikrarlı adımlarla sürdürülmesi anlamına gelmektedir. Bu sebeple, strateji

kaplumbağa yürüyüşüne benzetilmiştir. Bütçenin kısıtlı fakat zamanın bol olduğu kampanya süreçleri için elverişli bir strateji olarak görülmektedir. İkinci stratejiye, “ani atılım stratejisi” adı verilmektedir. Hızlı ve güçlü bir tonda başlayan kampanyanın bir süre sonra yavaş ve istikrarlı bir şekilde ilerlemesi, ardından sonlara doğru tekrar hızlanarak güçlü bir kapanış yapması anlamına gelmektedir. Genellikle tanınırlığı daha az olan adaylar tarafından kullanılan bir kampanya stratejisi olarak öne çıkmaktadır. Üçüncü stratejiye ise metaforik bir kullanımla “Pearl Harbor” adı verilmiştir. Bu stratejide, aday kampanya süreçlerine oldukça sessiz bir biçimde başlamaktadır. Böylelikle, rakip aday tarafından güçlü bir rakip olarak görülmeyecek ve ciddiye alınmayacaktır. Rakip adayın en beklemediği ve karşılık vereceği zamanı kalmadığı anda ise bir anda adayın kampanyası hızlanacak ve güçlü bir tonla kapanış yapacaktır. Stratejinin askeri anlamda bir baskına benzetilmesinden dolayı adında “Pearl Harbor” ifadesi yer almaktadır. Karşıdaki rakibin ulaşılması zor ve tembel biri şeklinde algılandığı anlarda kullanıldığı görülmektedir. Dördüncü ve son stratejiye, yine askeri terimler üzerinden bir isim verilmiştir. İngilizcesi “Hold Your Fire” olarak adlandırılan strateji, “Ateşi Beklet” ya da “Cephaneni Muhafaza Et” şeklinde Türkçeye çevrilebilmektedir. Bu stratejide, adayların seçim kampanyası süreci oldukça yavaş başlamakta ve devam etmekteyken son aşamada büyük bir hız kazanmaktadır. Başlangıcı itibarıyla kaplumbağa stratejisinin bir varyasyonu gibi gözükse de, kapanışta eldeki kaynakların maksimum verimlilikte kullanılması üzerine kurgulanmıştır. Kaplumbağa stratejisinde eldeki kaynaklar sürece eşit bir şekilde yayılırken, “Hold Your Fire/Ateşi Beklet” stratejisinde kaynaklar kapanış sürecine kadar muhafaza edilmektedir (Faucheux, 2002: 55-56; Devran, 2004: 166-169).

### **1.2.3. Siyasal Kampanyalarda Fırsat Stratejileri**

Siyasal kampanyalarda uygulanan fırsat stratejilerinde yöntemlerin çeşitliliği ve kendine has özellikleri dolayısıyla farklı isimler kullanılarak bir sınıflandırmaya gidilmektedir. Fırsat stratejilerinde altı farklı strateji yöntemi öne çıkmaktadır.

Birinci strateji, “Tuzak kurma stratejisi” olarak adlandırılmaktadır. Tuzak kurma stratejisinde, rakibin açığının yakalandığı bir konuyla ilgili bilgi ve iddialar sonradan kullanılmak üzere saklı tutularak sadece konuyla ilgili küçük bir bilgi üzerinden rakibe saldırmaya başlanır ve cevap vermesi beklenir. Bu tuzağın kurulma aşamasıdır. Rakibin cevap vermeye başlaması ise tuzağın başarılı olduğunu göstermektedir. Bu noktadan sonra, konuyla ilgili saklı tutulan önemli bilgi ve iddiaların hepsi rakibe karşı kullanılmaya başlanır. İkinci strateji, “Kısaç manevrası stratejisi” olarak adlandırılmaktadır. Bu stratejide, rakip oy kaybına uğramadan çıkamayacağı bir pozisyonun içine sokulur. Üçüncü stratejiye “zehirli yem stratejisi” adı verilmektedir. Bu stratejide, aday rakibine tuzak kurmaz. Rakibini kendine zarar verecek bir şeyi yapmaya ikna etmeye çalışır. Örneğin, rakibinin yapamadığı ya da yapmakta zorlandığı bir konuyu gündeme getirmeye başlar ve rakibini zorlandığı şeyi yapmaya çağırır. “Teknolojik avantaj

stratejisi” olarak adlandırılan dördüncü strateji, rakibin kullanmadığı ya da kullanamayacağı teknolojik bir aracı adayın kampanya sürecinde oldukça etkili ve taktiksel bir şekilde kullanması anlamına gelmektedir. Beşinci strateji “Makineli tüfek stratejisi” olarak adlandırılmaktadır. Bu stratejinin temel amacı, rakibi sürekli savunma pozisyonunda tutmaktır. Rakibe bir konu üzerinden saldırıp cevap vermesi beklenirken, tam cevap vermeye başladığı anda yepyeni bir konu üzerinden tekrar saldırılır. Bu durumun aralıksız devam etmesi halinde rakip aday sürekli kendini savunmak durumunda kalmaktadır. Altıncı strateji ise “Üçüncü aday stratejisi” olarak adlandırılmaktadır. Aday, rakip adayının seçimi kazanma ihtimalini çok yüksek görmesi durumunda hedef kitlenin oylarını alabilecek üçüncü bir adayı seçime sokma stratejisi izlemektedir. Birden fazla adayın olduğu seçimlerde, üçüncü bir adaya büyük bir rakipmiş gibi davranılması bile adayın gücünü artırabilmektedir (Faucheux, 2002: 58-64; Devran, 2004: 172-175).

### **1.3. SİYASAL İLETİŞİM AKTÖRÜ OLARAK MEDYA**

İletişimdeki “verici, alıcı, mesaj, kanal ve geri bildirim” ögeleri siyasal iletişim süreçlerinde de çoğunlukla aynı şekilde yer alır. Siyasal iletişimde vericiler, yani siyasal iletişim faaliyetlerini uygulayanlar siyasal aktörlerdir. Aziz’e (2019) göre, “Siyasal aktörler, siyasal iletişimde bulunan kurum, kuruluş, grup ve kurumsallaşmış kimliği bulunan kişiler; örgüt liderleri, önderleri, yöneticileridir. Devlet başkanı, hükümet, siyasal partiler, yerel yönetimler, ordu, sivil toplum örgütleri, baskı grupları, lobiciler ve terör grupları siyasal aktörler arasında yer almaktadır.”

Siyasal aktörler, geniş hedef kitlelerine ulaşmak için yüz yüze iletişimin dışında kitle iletişim araçlarını da kullanmaktadır. Bu sebeple, siyasal aktörler ve hedef kitle arasındaki iletişimin kurulmasını çoğunlukla medya sağlar. Medyanın iletişimdeki aracı rolünü üstlenmesi önemli bir siyasal iletişim aktörü olmasının temel sebebidir.

Siyasal iletişimde medyanın oynadığı rol incelendiğinde üç temel aktör ortaya çıkmaktadır. Bu aktörlerin her biri siyasal iletişimi oluşturmaktadır. İlk aktör alanında devlet ve siyasi aktörler yer almaktadır. Bu aktörlerin amacı, kendilerini ve çalışmalarını topluma anlatarak devletin meşruiyet kazanmasını sağlamaktır. İkinci aktör alanında siyasi kuruluşlar, holdingler ve seçmenlerin içerisinde yer aldığı devlet dışı aktörler bulunmaktadır. Üçüncü aktör alanı ise medyadır. İlk aktör siyasal alan, ikinci aktör de kamusal alan olarak tanımlandığında, medyanın her ikisini de etkilemeye çalıştığı görülmektedir. Özgürlükçü ve çoğulcu bir ortamda, bu üç aktör grubu birbirlerinden bağımsız fakat birbirleriyle etkileşim içerisinde olan bir iletişimde bulunmaktadır (Lilleker, 2013: 11-12).

Medya, kamuoyu oluşturma ve gündem belirleme gücü sayesinde siyasal iletişim alanının en önemli aktörlerinden biri haline gelmiştir. Siyasi aktörler söylemlerini halka aktarmak isterken çoğunlukla medyanın aracı rolünden yararlanmak zorundadırlar. Medya fazla sayıdaki iletilerin arasından belli seçimler yaparak, bu iletilerin gündem olmasını ve tartışılmasını sağlar. Bu nedenle medya, siyasi fikirlerin ve gelişmelerin iletilmesinde oynadığı önemli rolden dolayı siyasal iletişim çalışmalarının çoğunda merkezde yer alır (Lilleker, 2013: 15).

Medyanın bir siyasal iletişim aktörü olarak rolünü irdelerken, kamusal alan olgusuna da değinmek gerekmektedir. Jürgen Habermas'ın oluşturduğu kamusal alan kavramı, tartışmaların gerçekleştiği alana verilen soyut kavramsal bir addır. Kamusal alan; sosyal bilginin üretildiği, kamuoyunun oluşturulduğu, fikirlerin üretildiği ve paylaşıldığı varsayımına dayalı bir alandır. İnsanların birbirleriyle fikir alışverişinde bulunduğu ve paylaşılan fikirler üzerinden birbirini etkilediği her yer kamusal alan olabilmektedir (Lilleker, 2013: 239).

Kamuoyu, basitçe çoğunluğun fikri olarak tanımlanabilmektedir. Bazı durumlarda, azınlığın kararlılıkla savunduğu bir fikir, çoğunluk olmasa dahi kamuoyuna dönüşerek siyasi kararları etkileyebilecek güce kavuşabilir. Diğer yandan, kamuoyunda oluşan düşünce ve fikirlerin ne derece etkileme gücüne ulaşabileceği siyasal sistemin niteliğine bağlı olarak değişebilmektedir. Demokratik rejimlerde kamuoyunun serbestçe oluşması beklenirken, otoriter rejimlerde kamuoyu oluşturulur. Kamuoyunun serbestçe oluşabilmesi için en temel şart haberleşme ve ifade özgürlüğü başta olmak üzere tüm temel hak ve özgürlüklerin sağlandığı bir hukuk düzeninin varlığıdır. Kamuoyunun özgürce oluşabilmesi ise demokratik bir sistemin en temel şartıdır. Otoriter ve totaliter rejimlerde, yönetenlerin fikir ve görüşleriyle uyuşmayan herhangi bir düşüncenin yayılması oldukça zordur. Bu tarz rejimlerde iletişim tek yönlü olarak ilerlediği için kamuoyu yapılan propagandalar sayesinde yönetenler tarafından oluşturulur. Demokratik rejimlerde kitle iletişim araçları kamuoyunun oluşabilmesi adına en temel vasıta olarak görevini yerine getirirken, otoriter rejimlerde kitle iletişim araçları tamamen iktidarın kontrolü altındadır (Bektaş, 2018: 9-10).

Kitle iletişim araçlarının kamuoyunun oluşması noktasında sahip olduğu etki oldukça güçlüdür. Söz konusu etkinin siyasal bir boyut kazanmaya başlamasıyla birlikte, toplumdaki bireylerin siyasal tutumlarında değişim yaratacak güce kavuşabildiği gözlemlenmektedir. Kitle iletişim araçları siyasal gelişmeler hakkında bilgi verir ve belli olaylara bireylerin daha çok yoğunlaşmasını sağlarken, aynı zamanda sahiplerinin görüşlerini de haberler aracılığıyla yaymaktadırlar (Bektaş, 2018: 92-93).

Siyasi aktörler, kampanya mesajlarının ve imaj görünümlerinin medya tarafından seçmene iletilme sürecinde daha fazla kontrol kazanmayı hedeflemektedir. (Farrell, Schmitt-Beck, 2002:9) Çünkü bir

kampanya sürecinde, seçmene ulaştırılmakta olan mesajların kontrolünü sağlayabilmek siyasi aktörlerin en çok önem verdiği noktalardan birini oluşturmaktadır. Beklenmedik bir şekilde ortaya çıkan olayların seçmen üzerinde yaratabileceği etki de, bu süreç içerisinde en çok dikkat edilen konulardan biridir. Fakat medyanın bu mesajları ne şekilde sunduğu ve kampanya sürecine nasıl bir etkisi olacağı noktasında siyasi aktörler tam bir kontrol sağlayamayabilirler. Çünkü kampanyaların medyada sunulmuş şekli hedeflenenden farklı bir haber değeri üretebilmekte, kampanya sürecini olumlu veya olumsuz şekilde etkileyebilmektedir. Medyanın etkisini ön plana çıkaran bu durumda, adaylar gündemi belirlemede daha zayıf kalabilmektedir (Lilleker, 2013: 68-69).

#### **1.4. SİYASAL İLETİŞİM VE MEDYA İLİŞKİSİYLE BAĞLANTILI KURAMLAR**

Walter Lippmann'ın 1922 yılında kaleme aldığı ve modern iletişim araştırmalarının başlangıcı olarak kabul edilen “*Kamuoyu*” adlı kitabında işaret ettiği en önemli noktalardan birisi insanların sahip oldukları düşünceler ile medyanın ilettiği düşünceler arasındaki ilişki olmuştur. Lippmann, insanların gerçeklik algıları ve düşünceleri üzerinde medya tarafından iletilen gerçekliğin ve düşüncelerin büyük oranda etkisi olduğunu savunmuştur (Özçetin, 2021: 87-88).

Lippmann, insanların sahip oldukları gerçeklik algısının inşasında basın ve haberlerin yarattığı etkiyi özellikle vurgulamıştır. Gazeteleri; hangi haberlerin yer alacağı ya da almayacağı, haberlerin kaçınıcı sayfada ve sayfanın hangi kısmında olacağı, haberde neyin ne kadar vurgulanacağı ya da vurgulanmayacağı gibi birçok farklı seçimin sonucunda ortaya çıkan bir ürün olarak tanımlamıştır. Bu ürünün ortaya çıkış sürecinde objektif standartlardan çok gelenekler belirleyici olmaktadır (Lippmann, 2020: 332). Lippmann'ın düşünceleri, siyasal iletişim ve medya ilişkisiyle de bağlantılı olan Gündem Belirleme ve Çerçeveleme kuramlarının temelini oluşturmaktadır.

##### **1.4.1. Gündem Belirleme Kuramı**

1970'lerin başlangıcından itibaren iletişim araştırmalarının temel konularından biri olarak görülen gündem belirleme kuramının ilk sistematik çalışması 1972 yılında Maxwell McCombs ve Donald L. Shaw tarafından yapılmıştır (Severin, Tankard Jr., 2021: 299). 1968 Amerika Birleşik Devletleri Başkanlık Seçimleri üzerine yaptıkları araştırmanın sonucunda medyada yer alan gündemin kamuoyunun gündemi haline geldiği sonucuna ulaşmışlardır (Aziz, 2019: 74).

McCombs ve Shaw'un araştırmasına kaynaklık eden çalışmalardan biri Kurt Lang ve Gladys Engel Lang'ın “*Kitle Medyası ve Oy Kullanma*” adlı makalesi olmuştur (Özçetin, 2021: 117). Siyasal iletişim ve medya ilişkisinde gündem belirlemenin nasıl bir rol oynadığını da şu sözlerle ifade etmişlerdir:

“Medya, dikkati belirli konulara yöneltir. Siyasal figürlerin imajlarını inşa eder. İnsanların ne hakkında düşünmesi, bilgilenmesi ve hislenmesi gerektiğini öneren konuları öne sürer. (...) Seçtikleri malzeme ile medya bize siyasal dünyaya “aşına olma” görüntüsü sunmaktadır fakat çoğumuz olup bitenle ilgili en dolaylı bilgiyle donanmışızdır.” (Lang, Lang 1981; akt. Özçetin, 2021: 118)

McCombs ve Shaw’un “Medyanın Gündem Belirleme İşlevi” başlıklı araştırması; kitle iletişim araçlarında yer alan bilgilerin, çoğu insan için siyasetle tek temas noktası olduğu önermesiyle başlar. İnsanların bildiklerini direkt olarak değil, kitle iletişim araçlarından ya da 2. el farklı bir kaynaktan öğrendiklerinin altını çizerek. Kitle iletişim araçlarının gündem belirleme işlevini en kısa ve öz şekilde ifade eden cümlelerin Bernard Cohen’e ait olduğunu vurgulayarak, “basın insanlara ne düşüneceklerini söylemekte çoğu zaman başarılı olmayabilir, ancak ne hakkında düşünceleri gerektiğini söylemekte şaşırtıcı derecede başarılıdır” sözüne çalışmalarında yer vermişlerdir (McCombs, Shaw, 1972: 176-177).

Söz konusu araştırmada, öncelikle başkanlık seçimi sırasında yürütülen seçim kampanyalarıyla ilgili gazetelerde yayınlanan haberler belirlenmiştir. Sonrasında ABD’nin Chapel Hill şehrinde yaşayan ve seçimlerde oy kullanacak olan yüz kişinin önemli gördüğü konular ile haberler karşılaştırılarak seçmenler ve medya tarafından hangi konuların önemli görüldüğüne dair bir sıralama yapmışlardır. Ardından belirlenen konular ile ilgili haberlerin ne kadar genişlikte ve ne sıklıkta yer aldığını inceleyerek, iki tarafın gündemi arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemeye çalışmışlardır. Araştırmacılar, gazetelerin seçim kampanyaları döneminde gündemi belirlemede etkin bir rol oynadığını belirterek, seçmenlerin hangi konulara önem vereceğini ve nasıl bir tutum alacaklarını etkilediğini belirtmişlerdir (Alver, 2011: 129-130).

McCombs ve Shaw’un (1972) araştırması, gündemi oluşturan kimdir sorusuna yeterince yanıt veremediği için birtakım eleştirilere maruz kalmış (Alver, 2011: 131) ve çalışmanın cevaplayamadığı sorunun nedensel sıralama olduğu tartışılmıştır. Chapel Hill araştırması her ne kadar medya gündemi ile kamu gündemi arasında güçlü bir ilişki olduğunu ortaya koysa da hangisinin birbirine karşı daha etkili olduğunu belirleyememiştir. Çünkü medyanın gündeminin kamunun gündemini belirleyebilmesi mümkün ise bu durumun tam tersi de mümkün olmaktadır. Eleştirilerden hareketle McCombs ve Shaw tarafından, bir sonraki dönemde gerçekleştirilen başkanlık kampanyasına dair ek bir araştırma yapılmıştır. ABD’nin Charlotte şehrinde yapılan araştırma sonucunda medyanın kamunun gündemini belirleme etkisinin daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır (Severin, Tankard Jr. 2021: 304-305).

Gündem belirleme üzerine yapılan araştırmalardan sonra farklı çalışma alanları ortaya çıkmıştır. Bunlardan birincisi, “İkinci aşama gündem belirleme” olarak adlandırılmıştır (Özçetin, 2021: 119). Yeni

alışmalar sonucunda gündem belirlemenin sadece konu belirleme seviyesinde değil, bunun yanı sıra konuların ve alt konuların nitelikleri seviyesinde de etkili olduğu görülmüştür. Böylelikle, “basın insanlara ne düşüneceklerini söylemekte çoğu zaman başarılı olmayabilir, ancak ne hakkında düşünmeleri gerektiğini söylemekte şaşırtıcı derecede başarılıdır” ifadesi “haberler sadece ne düşüneceğimizi değil, aynı zamanda nasıl düşüneceğimizi de söyler” şeklinde değişmiştir (Severin, Tankard Jr, 2021: 325).

İkinci alışma alanı ise “ne çıkarma” olmuştur. ne ıkarma, medya hangi siyasi konuyu daha önemli görüyor ve siyasi figürleri ne şekilde sunuyor, insanların değerlendirme süreçlerinde bu konuların daha fazla önem kazanacağını ve kanaatlerini şekillendireceğini iddia etmektedir (Özçetin, 2021: 119).

ne ıkarma, medyanın bazı konulara ilgi gösterirken diğerlerine hiç göstermemesi ya da daha az göstermesi sonucunda kamunun adayları değerlendirirken önemsediği kriterleri değiştirmesi olarak tanımlanmaktadır. Severin ve Tankard Jr.’ye göre (2021: 308), Iyengar, Peters ve Kinder tarafından 1982 yılında yapılan araştırmada, bir seçim kampanyası sürecinde medyanın gündemi belirlerken aynı zamanda adayların değerlendirilme kriterlerini de belirlediği sonucu ortaya çıkmıştır.

Gündem belirleme kuramı, iletişim çalışmalarının çoğunda merkezi konumunu korumaya devam etmektedir. Kitle iletişim araçlarının toplum üzerinde etkisi olduğunu öne süren gündem belirleme kuramına dair ne çıkan araştırmaların birçoğu siyasi, özellikle de seçim dönemlerini incelemesinden ötürü siyasi iletişim ve medya ilişkisini anlayabilmek adına büyük önem taşımaktadır.

Severin ve Tankard Jr.’ın (2021), “İletişim Teorileri” adlı kitabında, gündem belirlemenin etkisine yönelik olan öngörülerden biri siyasi iletişim ve medya ilişkisi ile ilgili olmuştur. Bir seçim kampanyası döneminde, medyanın ne çıkardığı konuların bir adayın aleyhine etki yaratırken diğer adayın lehinde etki yaratabileceğini söylemişlerdir. Ayrıca medyanın, bir adayın sadece belli kişisel özellikleri üzerinde durup diğerlerini görmezden gelmesi sonucunda imaj yaratımı sürecinde yardımcı bir rol alabileceğini belirtmişlerdir.

#### **1.4.2. ereveleme Kuramı**

“ereveleme, haber metinlerinde bir konunun nasıl tanımlandığının, okuyucular/izleyiciler tarafından nasıl anlaşılacağını etkileyebileceği varsayımına dayanmaktadır” (Scheufele, Tewksbury, 2007: 11). Gündem belirleme kuramı ve çerçeveleme kuramı arasındaki fark, çerçeveleme kuramını daha anlaşılabilir hale getirmektedir. Gündem belirleme, medyanın insanlara ne hakkında düşünmesi gerektiğini söylediği varsayımını taşımaktadır. ereveleme ise medyanın insanlara ne şekilde düşünmeleri gerektiğini söylediği varsayımından hareket etmektedir. İnsanların düşünce şekline etki

etme noktasında, çerçevelerin belirli olayları belirli şekilde tanımlama ve sonrasında hikayeler arasında bağlantılar kurma işlevi ön plana çıkmaktadır (Özçetin, 2021: 120-121).

Medyada çerçeveleme konusu üzerine yaptığı çalışmalarla önde gelen isimlerden biri olan Robert Entman, haber metinlerinde ele alınan olayların sunuluş şeklinde baskın bir bakış açısının öne çıkmaya başladığını ifade eder. Medya, bilgi ile okuyucu/izleyici arasında aracı konumdadır. Herhangi bir bilginin medya üzerinden sunuluş biçimi aynı zamanda o bilginin ya da o bilgi hakkında bir olayın nasıl çerçevelendiğini de göstermektedir (Lilleker, 2013: 111-112).

Çerçevelemeyi oldukça net bir şekilde açıklayan tanımlamalardan birini Entman şu şekilde yapmıştır: “Çerçevelemek, bir sorunun belirli bir şekilde tanımlanmasını, istenen nedenselliklerin kurulmasını, tercih edilen ahlaki değerlendirmelerin yapılmasını ve istenen çözüm önerilerinin gündeme gelmesini sağlamak amacıyla, algılanan gerçekliğin bazı bölümlerini seçmek ve bir iletişim metninde daha önemli hale getirmektir” (Entman, 1993; akt. Özçetin, 2021: 121). Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere, medya çerçeveleri dört işlevi yerine getirmektedir. Çerçeveler ilk olarak sorunları tanımlama, ikinci olarak nedenleri teşhis etme, üçüncü olarak ahlâki yargılarda bulunma, dördüncü ve son olarak ise çözüm önerme işlevlerini yerine getirmektedir (Severin, Tankard Jr. 2021: 373).

Siyasal iletişim ve medya ilişkilerinin haberlere nasıl yansıdığını incelemek adına çerçeveleme kuramı oldukça yararlı bulunmaktadır. Bunun en önemli sebebi “yanlılık” kavramı üzerinden yürütülen çalışmalara yeni bir perspektif kazandırmasıdır. Yanlılık çalışmaları, genellikle bir haberin kapsamını incelerken söz konusu haberin bir adaya, düşünceye ya da kuruma karşı olumlu, olumsuz veya tarafsız olup olmadığını üzerinde durmaktadır. Fakat haber kapsamı üzerine yapılan incelemeler çerçeveleme kuramı ile birlikte ele alınmaya başlandığında, haberin okuyucu/izleyici üzerindeki etkisinin çok daha güçlü olduğu sonucuna ulaşılabilir. Okuyucular ya da izleyiciler bir haberin yanlı olup olmadığını tespit edebilirken, belirli bir tür hikâye şeklinde paketlenmiş olduğunu o kadar kolay tespit edemeyebilirler (Severin, Tankard Jr. 2021: 373).

Çerçeveleme sürecinde, neyin seçileceği ya da neyin öne çıkarılacağı ne kadar önem taşıyorsa, neyin görmezden gelindiği ya da neyin geride bırakıldığı da bir o kadar önem taşımaktadır. Çünkü haberin belirli bir bakış açısına göre çerçevelenmesi, o bakış açısına ters düşen yorumları, açıklamaları ve çözüm önerilerini yok saymak anlamına gelmektedir. Bu durum alternatiflerin görünmez kılınmasına neden olabilmektedir (Özçetin, 2021: 122-123).

## **1.5. MEDYANIN HABER VERME İŞLEVİNİN DEMOKRASİ İLE İLİŞKİSİ**

1980 yılında UNESCO Komisyonu tarafından hazırlanan ve “MacBride Raporu” olarak bilinen “*Many Voices One World*” adlı çalışmada, medyanın işlevleri ile ilgili geniş ve evrensel bir değerlendirmeye

yer verilmiştir. Bu değerlendirmede medyanın sekiz temel işlevi olduğu vurgulanmıştır. Raporda medyanın işlevleri sırasıyla şu şekilde yer almıştır: “Haber ve bilgi verme, toplumsallaştırma, güdüleme, tartışma ortamı hazırlama, eğitime, eğlendirme, kültürel geliştirme ve bütünleştirme” (UNESCO, 1980: 14). Bu işlevlerin yerine getirilmesi öncelikle toplumdaki birey ve grupların birbirleriyle olan ilişkilerinin gelişmesini sağlamaktadır. Aynı zamanda, karşılıklı olarak birbirlerini tanımaları ve anlamaları için uygun bir ortamın oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Bu sürecin sonucunda medya bütünleştirme işlevini de yerine getirmiş olmaktadır (Tokan Şenol, 2014: 96).

Haber ve bilgi verme işlevi, medyanın en temel işlevi olarak kabul edilmektedir. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte iletişim süreçlerinde çeşitli gelişmeler ve değişimler yaşanmış olmasına rağmen, haber ve bilgi verme işlevi 17. yüzyılda yayınlanan ilk gazeteden günümüze gelene kadar medyanın en temel işlevi olma özelliğini sürdürmeye devam etmiştir (Güz, 2005: 14).

Medyanın haber verme işlevi, sadece ulusal veya uluslararası kapsamdaki genel birtakım olaylarla ilgili haberler vermenin yanı sıra siyasal toplumsallaşma süreçlerinde de oldukça önemli bir rol oynamaktadır. İnsanların özellikle siyasal konularla ilgili bilgi edinmede ve bu bilgiler üzerinden siyasi düşüncelerini şekillendirme noktasında en çok kullanılan kaynak medya olmuştur. Medya, demokratik toplumlarda yönetenlerden yönetilenlere doğru bilgi akışını sağlama noktasında aracı bir konumdadır. Bu sebeple, “dördüncü kuvvet” olarak da adlandırılmaktadır (Girgin, 2000: 48-49). Medyanın dördüncü kuvvet olarak işlevi, yönetenlerin ve idarenin denetlenmesini sağlamaktır. Yönetenleri ve idareyi denetleme işlevine sahip olan medya, bu anlamda yönetenler ve yönetilenler arasında bir köprü olma görevini üstlenmektedir. Medyanın dördüncü kuvvet olma işlevi, demokratik sistemin kendine özgü olan yapısından doğmaktadır (Güz, 2005: 27-28).

Yunanca “Demos” ve “krasi” kelimelerinin bir araya gelmesi ile oluşan demokrasi terimi, oldukça özet bir ifade ile “halk tarafından yönetim” anlamına gelmektedir. Kelimede yer alan “demos” kelimesi “halk” anlamına gelmektedir. “krasi” ile biten diğer bütün kelimelerde olduğu gibi, demokrasi terimindeki “krasi” kelimesi de Yunanca iktidar ve yönetim anlamına gelen “kratos” kelimesinden gelmektedir. Siyasi eşitlik, demokrasinin en temel özelliklerinden biri olarak kabul edilmektedir. Bu sebeple, “demos” ayırım yapılmaksızın bir ülkedeki nüfusun tamamını ifade etmektedir (Heywood, 2015: 102-103). Demokrasilerde yönetimin kaynağı halktır. Demokratik bir toplumda, bireyler genel ve yerel seçimlerde oy kullanarak kendilerini temsilen ülkeyi yönetecek siyasal parti ve kişileri seçmektedir. Medya, özellikle seçim kampanyaları sürecinde oy kullanacak olan kişilerin siyasi kararlarının oluşmasında ve seçim süreçleri ile ilgili halkı bilgilendirme noktasında önemli bir işlev üstlenmektedir. Seçim dönemleri dışında ise yönetenler ve yönetilenler arasındaki iletişimde aracı rolü üstlenmeye devam eder. Yönetenlerin halk adına denetlenmesini medya sağlamaktadır. Medyanın

denetleyici rolü sadece sistemin demokratikleşmesine değil, aynı zamanda iletişim süreçlerinin demokratikleşmesine de hizmet etmektedir (Güz, 2005: 26-27).

Siyasi eşitliğin, demokrasinin en temel özelliklerinden biri olarak kabul edilmesinin temelinde insanların rasyonel kararlar verebildiği inancı yatmaktadır. Medyanın haber verme işlevinin demokrasi ile kesişme noktasını da bu inancın oluşturduğu söylemek mümkündür. Çünkü demokratik toplumlarda insanların rasyonel kararlar verebilmesi için önce doğru habere ve bilgiye ulaşabilmeleri gerekmektedir. Bu sebeple, medyanın haber verme işlevi özellikle demokratik toplumlarda stratejik bir öneme sahiptir (Bağce, 2020: 9-14).

Medyanın haber verme işlevi nedeniyle gazetecilik onurlu bir meslek olarak tanımlanmıştır. Onurlu bir meslek olarak tanımlanması; haber, yorum ve görüşleri içeren bilginin dolaşımına hizmet etmesinden kaynaklanmaktadır. Bir toplum demokratik olma iddiasına sahip ise haber verme işlevi gazeteciler için onurlu bir amaç haline gelmektedir. Medyanın eğitim, eğlendirme gibi birçok farklı işlevi bulunsa da, bu işlevlerin herhangi biri haber verme işlevinin önüne geçmemelidir (Belsey, Chadwick, 1998: 13-14).

Girgin (2000: 95), haberciliği şu şekilde tanımlamıştır: “Gerçek, yeni, anlaşılır, ilginç ya da önemli olayları, basit, sade bir dille, açık ve kesin bir biçimde, tarafsızlıktan kaçınma ilkelerine uyarak haber haline dönüştürmek (özetleyerek kurgulamak: biçimlendirmek), sonra da hızla yayılmasını sağlamak”. Yapılan tanımdan da anlaşıldığı üzere, tarafsızlık haberciliğin en önde gelen ilkelerinden biri olmaktadır. Haber yazım sürecinde tarafsız olmak demek gazetecinin kendi sübjektif değerlendirmelerini haber metninin içine katmadan haberi objektif bir şekilde kaleme alması demektir. Boyer (1981: 24 -28), haber yazımı sırasında uyulması gereken ilkeleri şu şekilde sıralamıştır: “(1) haberde konunun farklı yönlerini sunarken dengeli ve tarafsız olma, (2) haberin yazım sürecinde gerçekliğe uyma, (3) haberde geçerli olan tüm noktaları sunma, (4) haberde yorum ile olguları birbirinden ayırma, (5) haberi yazan kişinin kendi tutum ve yorumunun metin üzerindeki etkisini azaltma ve (6) haberde yanlılıktan kaçınma”.

Haber yazımında tarafsızlıktan kaçınma ilkelerinin göz önüne alınmış olması da haberin tamamen tarafsız olduğu anlamına gelmemektedir. Bu durum, kitle iletişim araçlarının da yanlı olmasından kaynaklanmaktadır. Medyada yayımlanan haberlerde belirli hedef kitleleri tatmin etmek ve bu kitlelerin arzuları doğrultusunda seçimler yapmak öncelikli hedeflerden biri olarak görülmektedir (Girgin, Özey, 2013: 49).

Medyanın dördüncü kuvvet olarak kabul edilmesi, kamusal bir görevi olduğunun vurgulanması anlamına gelmektedir. Medyanın kamu görevi; haber verme, bilgilendirme ve eğlendirme işlevlerinin ötesinde denetleme ve eleştirme görevlerini yerine getirerek kamuoyunun oluşması sürecine katkı sağlamaktır. Aynı zamanda oluşan kamuoyunu açıklamakla da görevlidir. Fakat “kamuoyunun oluşmasına katkı sağlamak” medyanın kamuya karşı sorumlu olduğu ilkesel bir görevken, uygulamada

“kamuoyunu yönlendirmek ve kamuoyu yaratmak” şeklini aldığı görülmektedir. Özellikle Türkiye’deki bazı gazetelerin tek bir tarafın aleyhine ya da lehine olacak şekilde, sadece benzer görüşlere yer vererek farklı görüşleri görmezden gelmesi söz konusu duruma bir örnek olarak gösterilmektedir. “Tutkun yanlılık” olarak adlandırılan bu tutum, gazetecilik etiği çerçevesinden hareketle birtakım tartışmaları doğurmaktadır (Girgin, 2000: 127-130).

Medyanın haber verme işlevini belli ilkeleri gözeterek gerçekleştirmesi demokratik toplumlarda oynadığı “dördüncü kuvvet” rolünün gereği olarak görülmektedir. Kamusal alanı denetleme görevi yerine belli siyasi tarafların lehine hareket etme eğilimi göstermesi, kendisinden beklendiği şeklin tam tersinde hareket etmesi anlamına gelmektedir. Böyle bir durumda, medya belli siyasi tarafların toplum üzerinde hegemonya kurmasına hizmet eden bir rol oynamaya başlamaktadır. Aynı zamanda, lehine hareket ettiği siyasi tarafların kendi çıkarlarını gözeterek aldıkları karar ve uygulamaların karşısında toplumu korunaksız bir hale getirmektedir. Toplumu korunaksız bırakmanın yanında, söz konusu karar ve uygulamaların meşrulaşmasını sağlayacak bir rol oynamaktadır (Bağce, 2020: 11).

Medyanın yasama, yürütme ve yargının ardından dördüncü kuvvet kabul edildiği, kuvvetler ayrılığının esas alındığı demokratik yönetimlerde siyasal iletişim ve medyanın ilişkisi sistemin yürüyebilmesi için önemli hale gelmektedir.

Yönetenler ve yönetilenler arasındaki iletişim kanallarında minimum düzeyde bir simetri yoksa, bilgi akışını sağlamak adına gelişmiş bir kamusal alan oluşmamışsa ya da mevcut iletişim atmosferi toplumu tartışmaya ve konsensüse ulaşmaya teşvik etmiyorsa, o noktada bir demokrasiden söz edilemez (Fishkin, 1991; akt. Meyer, 2014: 16). Demokratik bir toplumun en önemli özelliklerinden biri şudur: yurttaşların diledikleri an siyasal süreçlerde söz sahibi olabilmeleri için siyasal iletişimdeki gelişmeleri dikkatle takip etmeleri gerekir (Meyer, 2014: 16).

## İKİNCİ BÖLÜM

### 31 MART VE 23 HAZİRAN İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYE BAŞKANLIĞI SEÇİMLERİ

Araştırmanın bu bölümünde 31 Mart 2019 İBB Başkanlığı Seçimi ve 23 Haziran 2019 İBB Başkanlığı Yenileme Seçimi süreçleri ele alınacaktır. Seçime katılan siyasi parti ve adayların kimler olduğu, seçim ittifaklarının sürece nasıl etkileri olduğu, siyasal parti ve adayların seçim kampanyalarında ne şekilde stratejiler izlediği ve seçimin yenilenmesi kararının ardından kampanya stratejilerinde nasıl değişiklikler görüldüğü incelenecektir.

#### 2.1. 31 MART 2019 İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYE BAŞKANLIĞI SEÇİMİ

Türkiye Cumhuriyeti'nde Mahalli İdareler Genel Seçimleri beş yılda bir yapılmaktadır. YSK'nın belirlediği şekilde; her seçim döneminin beşinci yılındaki 1 Ocak günü seçimin başlangıç tarihi, aynı yıl içerisindeki Mart ayının son Pazar günü ise oy verme günü olarak kabul edilmektedir. Büyükşehir olan illerde kullanılacak olan oylar sırasıyla Büyükşehir Belediye Başkanı, Belediye Başkanı, Belediye Meclisi Üyeliği, Muhtarlık ve İhtiyar Heyeti şeklindedir. 31 Mart 2019 tarihinde gerçekleşen Mahalli İdareler Genel Seçimleri kapsamında 30 büyükşehirden biri olan İstanbul şehrinde de seçim yapılmıştır.

##### 2.1.1. Seçime Katılan Siyasi Parti ve Adaylar

31 Mart İstanbul Yerel Seçimleri, YSK'nın 31 Mart 2019 Mahalli İdareler Genel Seçimleri için yayınlamış olduğu seçim takvimine bağlı olarak 1 Ocak 2019 günü resmi olarak başlamıştır (YSK, 2019). 2 Ocak 2019 tarihinde YSK tarafından seçime katılabileceği açıklanan siyasi partiler şunlardır: “Adalet ve Kalkınma Partisi (AK Parti), Bağımsız Türkiye Partisi, Büyük Birlik Partisi, Cumhuriyet Halk Partisi (CHP), Demokrat Parti, Demokratik Sol Parti (DSP), Halkların Demokratik Partisi (HDP), Hür Dava Partisi, İYİ Parti, Milliyetçi Hareket Partisi (MHP), Saadet Partisi, Türkiye Komünist Partisi (TKP), Vatan Partisi.”

YSK'nın Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimi için 3 Mart 2019 tarihinde ilan ettiği kesin aday listelerine göre İstanbul'da seçime katılan parti sayısı 8, bağımsız aday sayısı 24 olmuştur. Saadet Partisi'nden Necdet Gökçınar, Bağımsız Türkiye Partisi'nden Selim Kotil, Türkiye Komünist Partisi'nden Zehra Güner Karaoğlu, Vatan Partisi'nden Mustafa İlker Yücel, Cumhuriyet Halk Partisi'nden Ekrem İmamoğlu, Adalet ve Kalkınma Partisi'nden Binali Yıldırım, Demokrat Parti'den Ersan Gökgez ve Demokratik Sol Parti'den Muammer Aydın İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimine aday gösterilmiştir.

Seçime bağımsız olarak aday olan 24 isim şu şekilde olmuştur: “Özge Akman, Dursunali Bacıoğlu, Vedat Öztürk, Hüseyin Karabulut, Ahmet Çördük, Muhammet Ali Canca, Mehmet Yıldız, Güldes Önkoyun, Hasan Atasoy Torun, Memet Ali Aydoğmuş, Lütfü Yılmaz, Seçkin İlker, Halef Alp, Özkan Mustafa Küçükkural, Fatma Ragibe Kanıkuru Loğoğlu, Hazer Oruç Kaya, Burhan Erol, Doğan Duman, Aysel Tekerek, Ali Rıza Kansız, Abdulcelil Gülap, Oruç Karacık, Mehmet Celal Baykara, Burak Kadioğlu.”

YSK’nın ilan etmiş olduğu seçim takvimi uyarınca oy verme günü 31 Mart 2019 olarak belirlenmiştir. Seçimin resmi olarak başlangıç tarihinden, oy verme gününe kadar olan süreç ise partilerin ve adayların seçim kampanyalarını yürüttükleri dönem olmuştur.

### **2.1.2. AK Parti ve CHP Etrafında Seçim İttifaklarının Oluşumu**

Cumhur İttifakı, 21 şubat 2018 tarihinde AK Parti ve MHP’nin siyasi partilerin seçim ittifakına ilişkin düzenlemeyi içeren ortak kanun teklifini TBMM Başkanlığına sunmasıyla başlamıştır. Yasal düzenleme sayesinde, siyasi partiler 24 Haziran 2018 tarihinde gerçekleşen Cumhurbaşkanını Seçimi ve 27. Dönem Milletvekili Genel Seçimine ittifaklarla girebilmişlerdir. Cumhuri İttifakı’nı oluşturan siyasi partilerin iş birliği, 31 Mart Mahalli İdareler Genel Seçimleri süresince devam etmiştir.

Millet İttifakı ise 5 Mayıs 2018 tarihinde CHP, İYİ Parti ve Saadet Partisi’nin ittifak protokolünü Yüksek Seçim Kurulu’na vermesi ile başlamıştır. Üçlü ittifakta yer almayan Demokrat Parti, İYİ Parti’yi destekleme kararı almıştır. 24 Haziran Cumhurbaşkanlığı ve 27. Dönem Milletvekili Genel Seçiminde Millet İttifakı içerisinde yer alan siyasi partiler meclis seçimlerinde iş birliği yaparken cumhurbaşkanlığı seçimlerinde kendi adaylarını gösterme kararı almışlardır. 31 Mart Mahalli İdareler Genel Seçimlerinde, CHP ve İYİ Parti’nin Millet İttifakı içerisinde iş birliği devam etmiştir.

AK Parti ve MHP’den oluşan Cumhuri İttifakı’nın Büyükşehir Belediyesi Seçimlerinde iş birliği kararı alması üzerine, MHP İstanbul’da AK Parti’nin adayı Binali Yıldırım’ı destekleme kararı almıştır. CHP ve İYİ Parti’den oluşan Millet İttifakı’nın Büyükşehir Belediyesi Seçimlerinde yaptığı iş birliği sonucunda, İYİ Parti CHP adayı Ekrem İmamoğlu’nu destekleme kararı almıştır.

İki ittifakta da yer almayan HDP, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimi için aday göstermemiştir.

### **2.1.3. AK Parti ve CHP'nin Yerel Seçim Kampanyaları**

AK Parti ve CHP, 31 Mart 2019 Mahalli İdareler Genel Seçimlerine yönelik olarak kapsamlı bir seçim kampanyası süreci yürütmüştür. Partilerin seçim kampanyası stratejileri; belirlenen seçim teması ve sloganı, açıklanan seçim beyannameleri üzerinden incelenmiştir.

#### **2.1.3.1. AK Parti'nin Yerel Seçim Kampanyası**

AK Parti'nin 31 Mart 2019 Mahalli İdareler Genel Seçimlerine yönelik olarak belirlediği siyasal iletişim stratejisi seçim teması, seçim sloganı ve seçim beyannamesi kapsamında ele alınmıştır.

##### **2.1.3.1.1. Seçim Teması ve Sloganı**

AK Parti'nin 31 Mart 2019 Mahalli İdareler Genel Seçimlerine yönelik olarak belirlediği seçim teması “gönül belediyeçiliği” olmuştur. “Memleket İşi Gönül İşi”, siyasal partinin ilgili seçim dönemi için kullandığı seçim sloganı olarak belirlenmiştir.

Slogan ve temanın kesişim noktasında “gönül” kelimesi yer almaktadır. Kelimenin kampanya için ifade ettiği anlamı Medyadan Sorumlu Genel Başkan Yardımcısı Mahir Ünal şu şekilde açıklamıştır: “Şehri akıllı yapın, bütün alt yapı ihtiyaçlarını karşılayın ama içinde yaşayan insanların gönlü yoksa, merhameti, iyilik duygusu, yardımlaşması, paylaşma duygusu yoksa, şehir diyebilir miyiz? Diyemeyiz. Biz bugüne kadar şehirlerin birçok sorununu çözdük. Ama o şehrin sakini olan bütün canlıların, kuşun, böceğin, kedinin, köpeğin de kendisini güvende hissetmesi gerekiyor. İngilizcede gönül kelimesinin karşılığı yok. Gönül bizim dilimizde olan bir şey. Gönüle girmek, gönül kazanmak, gönül kırmamak bunlar bizim yüceltmemiz gereken değerler.” Ayrıca, seçim kampanyasından önce bir ön kampanya sürecinin gerçekleştiğini ifade eden Ünal, seçim sloganının dönüşerek oluştuğunu da belirtmiştir. Ön kampanya sürecinde “Tevazu, samimiyet, gayret ile önce millet, önce memleket” sloganı olarak öne çıkarken, sonrasında “Memleket İşi, Gönül İşi” sloganı seçim sürecinde ana slogan olarak kullanılmaya başlanmıştır (Tümer, 2019).

“Gönül belediyeçiliği” ifadesi ile birlikte “hizmet belediyeçiliği” de seçim kampanyası sürecinde kullanılan ifadelerden biri olmuştur (AK Parti, 2019). Partinin İnsan Haklarından Sorumlu Genel Başkan Yardımcısı Dr. Leyla Şahin Usta, “hizmet belediyeçiliği” ve “gönül belediyeçiliği” arasındaki nasıl bir fark olduğunu şu şekilde ifade etmiştir: “Hizmet belediyeçiliği dediğimiz; vatandaşın yerelde beklediği yolunun-kaldırımının yapılması, alt yapının-üst yapının düzenlenmesi, çöpünün atılması, temizliğinin yapılması... Bildiğimiz fiziki bir hizmet anlayışı. Gönül belediyeçiliği ise vatandaşla dokunabilmektir, onun sevincini ve mutluluğunu, hüznünü ve kederini paylaşmaktır. İhtiyacı olduğunda yanında olabilmektir” (AK Parti, 2018).

### 2.1.3.1.2. Seçim Beyannamesi

AK Parti'nin seçim beyannamesi, Türkiye Cumhurbaşkanı ve AK Parti Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan tarafından 31 Ocak 2019 tarihinde gerçekleşen 31 Mart 2019 Yerel Seçimleri Aday Tanıtım Toplantısı'nda açıklanmıştır. Beyanname metninin kapağında “AK Parti Gönül Belediyeciliği Manifestosu” başlığı ve Recep Tayyip Erdoğan'ın elini kalbinin üstüne koyduğu bir fotoğrafı yer almıştır. 11 maddeden oluşan seçim beyannamesinde, “şehir planları, altyapı ve ulaşım, kentsel dönüşüm, benzersiz şehirler, akıllı şehirler, çevreye saygılı şehirler, sosyal belediyecilik, yatay şehirleşme, tasarruf ve şeffaflık, halkla birlikte yönetim ve değer üreten şehirler” başlıkları yer almaktadır. Tüm bu başlıklar, “AK Parti'nin yeni dönemde insan merkezli olarak yürüteceği hizmetlerin temel ilkeleri” olarak adlandırılmıştır (Cumhuriyet, 2019).

“AK Parti 31 Mart 2019 Mahalli İdareler Genel Seçimleri Manifestosu” başlıklı metin, “Recep Tayyip Erdoğan, AK Parti Genel Başkanı, Türkiye Cumhurbaşkanı” imzasıyla yayınlanmıştır. “Aziz milletim” hitabıyla başlayan metin, 19 sayfa uzunluğunda bir mektup gibi tasarlanmıştır. Manifestonun ilk bölümünde, “gönül” kelimesi sıklıkla vurgulanmıştır. Bir yerel seçim manifestosu olması sebebiyle, “Şehri emanet görmek, şehri emanet almak, şehremini olmak, ancak gönül sahibiyse olur, gönüllere girerek olur.” örneğinde olduğu gibi şehir ve gönül kelimelerinin birlikte kullanıldığı ifadeler yer almıştır. Aynı zamanda, dünyada çarpık kentleşme, çevre kirliliği, terör olayları ve savaşlardan dolayı birtakım sıkıntılar yaşanıldığından bahsedilerek tüm bunların şehir ve medeniyet ilişkisi çerçevesinde belediye hizmetleri ile bağlantılı olduğu belirtilmiştir.

“Bize göre şehirlerimizin uzun süredir malul olduğu sıkıntıların temelinde, insan fitratının bir kenara bırakılıp bireysel hırslar elinde şekillendirilmesi yatıyor.” ifadesi ile şehirlerin yaşadığı sıkıntıların temel sebebi olarak insan doğasının yok sayılmasına vurgu yapılmıştır. Ardından, “Türkiye, uzun süre yönetimine hakim olan vizyonsuz, öngörüsüz, kifayetsiz, plansız, istikrarsız, milletin derdiyle dertlenmediği için umursuz hastalıklı zihniyetler elinde örselenmiş ve oyalanmıştır.” ifadesine yer verilmiş ve AK Parti'nin belediye yönetimlerinden başlayarak halka hizmet etmek adına verdikleri mücadeleyi tüm ülkeye yayarak büyüttükleri belirtilmiştir.

Manifestonun ikinci bölümü, “Aziz milletim” hitabının tekrarlanmasıyla başlamaktadır. Bu bölümde, AK Parti “belediyecilikte çığır açmış, milletimizin gönlünde bu hizmetleriyle yer edinmiş kadrolar tarafından kurulmuş bir partidir.” şeklinde tanımlanmıştır. Tanımlamanın ardından gelen kısımda ise partinin 1994'ten 2019'a gelen süreçte belediyecilik alanında benimsediği vizyonlar, bu vizyonlar çerçevesinde yapılanlar ve yapılacak olanlardan bahsedilmiştir.

Manifestonun üçüncü bölümü, tekrar “Aziz milletim” hitabıyla başlamış ve bu bölümde partinin “yeni dönemdeki belediyeçilik anlayışı ve millete verdiği taahhütler” 11 başlık altında özetlenmiştir. “*Şehir Planları*” konusunda yer alan vaatler şu şekilde olmuştur: “(1) uzun vadeli ihtiyaçları gözeten ve hakkaniyete uygun yöntemler takip etme, (2) istismara açık parsel bazlı plan değişikliklerine geçit vermeme, (3) şehir planlarını ve imar uygulamalarını şeffaf bir şekilde hazırlama, (4) zorunlu hallerde yapılması gereken plan değişiklikleriyle ilgili süreçleri halkın gözetiminde yürütme, (5) muhtarlık binalarında ilan edilecek plan değişikliklerini milletin görüş ve onayını aldıktan sonra uygulamaya geçirme, (6) yapılan çalışmalar konusunda ilgili kamu, özel sektör ve sivil toplum temsilcilerinin fikirlerine başvurma, (7) kararları uzlaşma ve demokratik katılım süreçlerini işleterek alma, (8) milletin hayat kalitesini artırmayan hiçbir işe vakit ve kaynak ayırmama, (9) şehirleri çekim merkezi haline getirecek projelere öncelik verme.”

Partinin “*Altyapı ve Ulaşım*” konusunda verdiği vaatler şu şekilde sıralanmıştır: “(1) içme suyu, yağmur suyu, kanalizasyon, doğalgaz, enerji ve iletişim hatları gibi temel altyapı sorunları çözülmemiş hiçbir şehir bırakmama, (2) AK Partili olmayan belediyelerde de altyapı eksiklerinin tamamlanması çalışmalarını yakından takip etme, (3) toplu taşıma projelerini hızlandırıp yaygınlaştırarak şehirlerde yaşayan insanları trafikte boğulmaktan kurtarma, (4) otopark meselesini hem şehir planlarında hem de imar uygulamalarında öncelik haline getirme ve böylece kaldırımları sadece yayaların hizmetine sunma.”

“*Kentsel Dönüşüm*” konusuna yönelik vaatleri şu şekilde olmuştur: “(1) kentsel dönüşüm projelerini şehirleri hem deprem riskinden hem de çarpık yapılaşmadan kurtarmaya dönük olarak geliştirme, (2) bina bazlı kentsel dönüşümden ziyade alan bazlı kentsel dönüşümü teşvik etme, (3) tek tip kentsel dönüşüm uygulamaları yerine bölgenin ve vatandaşların ihtiyaçlarını gözeterek çözümler üretme, (4) fiziki dönüşümü kültürel, ekonomik ve sosyal dönüşümle birlikte tasarlama, (5) Millet kırıathanelerini mahalle düzeyine kadar yaygınlaştırma.”

“*Benzersiz Şehirler*” konu başlığıyla birlikte verilen vaatler şu şekilde sıralanmıştır: “(1) her şehrin kendi coğrafyasına, iklimine, tabiatına, tarih ve insan dokusuna, büyüme alanlarına uygun gelişme modelleri hazırlama, (2) planları, altyapı ve üstyapı projelerini, şehirlerin asli karakterlerini güçlendirecek şekilde tasarlama ve koruyarak yaşatma, (3) şehirlerin silüetini bozan, estetik değeri olmayan ve kültürel varlığa katkıda bulunmayan projelere izin vermeme, (4) tarihi yapı ve mekanları şehrin günlük hayatının ayrılma parçaları haline getirerek gelecek nesillere miras bırakma, (5) bugünün ve geleceğin ihtiyaçlarına cevap veren bir mimariyi şehirlere hakim kılma.”

“Akıllı Şehirler” başlığı altında yer alan vaatler şu şekilde olmuştur: “(1) Belediye hizmetlerine erişimden, ulaşımın, enerjinin, binaların ve cihazların yönetimine kadar insanların günlük hayatını kolaylaştıracak tüm akıllı şehir uygulamalarını destekleme, (2) teknolojinin imkanlarını, özellikle de yerli çözümleri teşvik ederek şehirlerin emrine sunma, mobil teknolojilerin geliştiği bir dönemde Türkiye’yi bu büyük yarışta geri bırakmama.”

“Çevreye Saygılı Şehirler” konu başlığı altında ise şu vaatlere yer verilmiştir: “(1) halkın aileleriyle huzur içinde vakit geçirebileceği, dinlenebileceği, sosyal ve kültürel faaliyetlere katılabileceği Millet Bahçelerini her şehirde yaygınlaştırma, (2) kitlesel tüketimden kaynaklanan atıkların çevreyi kirlletmesine engel olma, katı atıktan kanalizasyona, hava ve gürültü kirliliğine kadar, çevreye zarar veren tüm unsurların olumsuz etkilerini ortadan kaldırmaya yönelik yatırımları yaygınlaştırma, (3) Sıfır Atık Projesini her kurum ve evde hayata geçirme, (4) insan-şehir-tabiat dengesini en ideal şekilde gözeterek, şehirlerimizi yeşil ve sürdürülebilir büyüme ilkesiyle inşa ve ihya etme.”

“Sosyal Belediyecilik” konusunda verilen vaatler şu şekilde olmuştur: “(1) Erişilemeyen, yardım eli uzatılmayan, hizmet götürülmeyen hiçbir kesim bırakmama ve kimsesizlerin kimsesi olma, (2) toplumun temeli olarak görülen aile kurumunu güçlendirecek çalışmaları öncelik haline getirme, (3) insana hizmet üreten belediyecilik yapma ve şehirleri imar ederken nesilleri ihmal etmeme, (4) Aile Danışma ve Yaşam Merkezleri, Kadın ve Gençlik Merkezleri, Spor Merkezleri, Kültür ve Sanat Merkezleri, Engelli ve Yaşlı Merkezleri gibi hizmetleri en küçük yerleşim birimlerine kadar götürmeye devam etme, (5) sporu her kesimin hayatının ayrılmaz bir parçası haline getirecek altyapıyı kuracak faaliyetleri yoğunlaştırma, (6) sosyal belediyecilik çalışmalarının kalite standartlarını oluşturarak ülkenin her yerinde belirli bir seviyenin üzerinde hizmet verilmesini sağlama.”

“Yatay Şehirleşme” başlığı altında verilen vaatler şu şekilde olmuştur: “(1) Gönüllere hitap eden mekânlar bütünü olan şehirleri, toprakla daha çok buluşan, mahalle kültürünü yaşatan, komşuluk ilişkilerini canlı tutan yatay mimari anlayışıyla geliştirme, (2) her şehirde pilot uygulamayla başlayarak zaman içerisinde yatay şehirleşme modelini ülkenin her yerine yaygınlaştırma, (3) kentsel dönüşüm alanları ile yeni imara açılan bölgelerde yatay şehirleşme modeline öncelik verme.”

“Halkla Birlikte Yönetim” konusunda yer alan vaatler şu şekilde olmuştur: “(1) belediye faaliyetleriyle ilgili kararlara, şehir sakinlerinin, özellikle de muhtarların ve sivil toplum kuruluşlarının en üst seviyede katılımını temin etme, (2) belediyeden hizmet alan vatandaşlar için bir Şehirli Hakları bildirgesi hazırlama, (3) belediye sınırları içinde yaşayan herkesin katılımıyla toplanacak Şehir Meclislerinde, önemli kararlı ortak akıl ile alma, (4) Belediye Meclisi toplantılarının ve belediye ihalelerinin canlı yayın dahil, herkese açık şekilde yapılması için tüm imkanların kullanılmasını sağlama.”

“*Tasarruf ve Şeffaflık*” başlığı altında yer alan vaatler şu şekilde sıralanmıştır: “(1) hangi kaynaktan gelirse gelsin belediye bütçesine giren her kuruşta yetiminden gazisine, işçisinden yaşlısına herkesin hakkı olduğunu aklımızdan asla çıkarmama, (2) yatırımları ve hizmetleri yaparken kullanılan kaynağın gerekliliğini, verimliliğini, önceliğini, kalitesini titiz bir şekilde değerlendirdikten sonra adımları atma, (3) her faaliyetimizi, en başından en sonuna kadar milletin gözü önünde, her türlü bilgiye, belgeye erişimin açık olduğu bir yöntemle yürütme, (4) belediyelerimizde hakka, adalete, maşeri vicdana, hukuka aykırı davranan hiç kimsenin gözünün yaşına bakmama.”

“*Değer Üreten Şehirler*” konu başlığıyla birlikte verilen vaatler şu şekilde olmuştur: “(1) şehirleri gayrimenkul odaklı zenginleşme aracı olmaktan çıkartıp, insanın kültürel ve ekonomik üretkenliğinden kaynaklanan katma değerle güçlenen mekânlar haline getirme, (2) şehirleri gayrimenkul rantıyla değil, geleceğe medeniyet mirası olarak bırakabileceğimiz iyilik, merhamet, kültür, sanat ürünü eserlerle değerlendirilmesini sağlama.”

Manifestonun son bölümü de “Aziz milletim” hitabıyla başlamış ve bu kısımda ilk olarak AK Parti seçim kampanyasının resmen başladığı belirtilmiştir. Manifestoda yer alan ilkelerin, yeni dönemdeki yönetim anlayışını temsil eden taahhütler olduğu ifade edilmiştir. Partinin kampanya sürecinde nasıl bir strateji izleyeceği şu cümlelerle anlatılmıştır: “Seçim yarışının iftira, yalan, hakaret, husumet değil; plan, proje, hizmet etrafında şekillenmesi en büyük temennimizdir. Darbe çıkırtkanlığı yapan, asmayı, kesmeyi, zehirlemeyi, sürmeyi hesap eden anti-demokratik siyaset anlayışının dönemi, inşallah 31 Mart’ta tamamen kapanacaktır. Türkiye’nin, tehdit siyasetine değil hizmet siyasetine ihtiyacı vardır. AK Parti olarak, kendi seçim kampanyamızı bu şekilde yürüteceğiz.” Ardından Cumhuriyet İttifakı’na atıf yapılarak şu ifadelerle yer verilmiştir: “Bu süreçte, ülkemizin bekasının ve milletimizin geleceğinin güvencesi olarak gördüğümüz Cumhuriyet İttifakına bağlılığımızdan taviz vermeyeceğiz.” Metnin bitişinde, “31 Mart’ta kazananın hizmet siyaseti olacağı” inancına vurgu yapılmıştır.

#### **2.1.3.1.3. Binali Yıldırım’ın Seçim Kampanyası: Vaatler ve Stratejiler**

Cumhuriyet İttifakı’nın İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan adayı Binali Yıldırım, 31 Mart 2019 Mahalli İdareler Seçimine yönelik olarak yürüttüğü seçim kampanyasında AK Parti’nin seçim teması ve sloganı üzerinden ilerleyen bir strateji izlemiştir. “Memleket İşİ Gönül İşİ” sloganı ve “gönül belediyeciliği” temasından hareketle, kampanya afişlerinde “Belediye İşİ Gönül İşİ” ve “Evimiz İşimiz Geleceğimiz İstanbul” sloganları yer almıştır. Mavi rengin ağırlıklı kullanıldığı afişlerde AK Parti’nin logosu da kullanılmıştır.

**Görsel 1:** Binali Yıldırım'ın “Belediye İşi Gönül İşi” sloganının yer aldığı billboard afişi



**Görsel 2:** Binali Yıldırım'ın “Evimiz İşimiz Geleceğimiz İstanbul” sloganının yer aldığı billboard afişi



Binali Yıldırım'ın kampanya süresince açıkladığı proje ve vaatler dört başlık altında incelenmiştir (Doğruluk Payı, 2019). Adayın “Çevre” başlığı altında yer alan vaatleri şu şekilde olmuştur: “(1) Kişi başı yeşil alanın 15m2 olması, (2) Denize kıyısı olan 22 ilçede kıyı şeridinin kesintisiz ve engelsiz bir şekilde düzenlenmesi, (3) İstanbul'daki 25 ilçe meydanının düzenlenmesi, (4) Sancaktepe’de Akıllı Kent ve Afet Yönetim Merkezi kurulması, (5) Tarihi yarımada da bulunan yapıların restore edilmesi, (6) 39 ilçenin tamamında millet bahçelerinin yapılması, (7) Cebeci Taş Ocağı’nın çevre kirliliğini önleyecek şekilde düzenlenmesi.”

“Ulaşım” konusundaki vaatler ise şu şekilde olmuştur: “(1) İstanbul’da raylı sistemin 518 km’ye çıkarılması, (2) Çamlık-Hasdal kavşakları arasında 3 katlı bir boğaz tünelinin yapılması, (3) Metrobüslerin emisyon salınımı gerçekleştirmemesi, (4) Metrobüslerin 24m’ye çıkarılması ve yeni hatlar ile hızının yüzde 30 arttırılması, (5) 6 Lojistik Merkezi kurulması ve bunlar sayesinde trafiğin azaltılması, (6) 244 bin kapasiteli otopark yapılması, (7) 7 yeni deniz hattının açılması ve aktarmalı yolculuklarda deniz ulaşımın ücretsiz hale getirilmesi, (8) Atık ayrıştırması sonucu elde edilecek gelir ile öğrencilere yüzde 31’lik toplu taşıma indirimi sağlanması, (9) Yenikapı’da Kruvaziyer Limanı’nın açılması, (10) 118 km otoyol ve 19 ayrı tünel yapılması.”

Binali Yıldırım’ın “*Sosyal Yardımlar ve Haklar*” başlığı altında incelenen vaatleri ise şu şekilde sıralanmaktadır: “(1) 200 bin engelli vatandaş için 17 farklı rehabilitasyon ve eğitim merkezi kurulması, (2) Vetbüs hayvan tedavi ünitelerinin sayısının arttırılması, (3) Vetbüs ve Vetkabin araçlarının akıllı telefonlar üzerinden takip edilmesi, (4) İstanbul’da kurulacak gıda üsleri sayesinde gıda fiyatlarının düşürülmesi, (5) Halkın spora ve dengeli beslenmeye teşvik edilmesi, (6) yaşlı, engelli ve Alzheimer hastalarının mobil uygulama üzerinden takip edilmesi, (7) 300 mahallede 955 adet kreş açılması ve bu kreşler sayesinde 11 bin kadına doğrudan istihdam sağlanması, (8) Türkiye’deki tüm üniversitelerin bir araya gelebileceği Teknoloji Üssü açılması, (9) Ebeveyn okulu projesi ile geleceğin anne ve babalarının ebeveynliğe daha önceden hazırlanması.”

Dördüncü ve son başlık olan “*Enerji, Bilişim, Spor, Kültür-Sanat*” konusundaki vaatleri ise şu şekildedir: “(1) Kurulacak 10 tane yeni tesis ile İstanbul’un yılda 496 mw/h enerji üretmesi ve böylece yılda 1 milyar 300 milyon TL tasarruf etmesi, (2) Silivri’de Jeotermal Sağlık Kampüsü açılması, (3) Göktürk Tarımsal Teknoloji Geliştirme Merkezi ve Pendik Teknoloji Geliştirme Merkezleri’nin açılması, (4) Tuzla’da Bioteknoloji Vadisi’nin açılması, (5) Gaziosmanpaşa’da Türkiye Teknoloji Üssü’nün açılması, (6) 34 spor tesisi açılması ve 250 okul bahçesine spor tesisi kurulması, (7) Rami Şehir Kütüphanesi’nin kurulması ve Atatürk Kütüphanesi’nin restore edilmesi, (8) Cağaloğlu’nda yer alan Bab-ı Ali Kitapçılar Sokağı’nın yenilenmesi, (9) 18 kültür merkezi ve 22 müze açılması, (10) İstanbul’daki popüler tiyatro ve sanat merkezlerinin yenilenmesi, İstanbul Film Platosu’nun kurulması.”

31 Mart seçim kampanyası süresince, AK Parti’nin İBB Başkanlığı için aday gösterdiği isim Binali Yıldırım olmasına rağmen Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı ve AK Parti Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın daha ön planda olduğu görülmektedir (Çakır, 2019). Erdoğan’ın özellikle İstanbul seçimlerinde partisinin adayından daha ön planda yer almasının partinin genel başkanı olarak İstanbul’a verdiği önemden kaynaklandığı görülmektedir.

İstanbul seçiminin AK Parti için ne anlam ifade ettiğini, Recep Tayyip Erdoğan'ın 20 Ağustos 2017 tarihinde AK Parti İstanbul İl Başkanlığı'nda düzenlenen bir toplantı sırasında yaptığı konuşma üzerinden anlamak mümkündür. Erdoğan, söz konusu konuşmada “Unutmayın, İstanbul'da teklersek, Türkiye'de tökezleriz. İstanbul'da metal yorgunluğu olursa, Türkiye'de paslanırsınız. Buna karşılık İstanbul'da kıpırdanırsak, Türkiye'de şahlanırsınız. İstanbul'u sağlam tutarsak, Türkiye'de de, dünyada da bizi yıkacak bir güç tanımıyoruz” ifadelerine yer vermiştir. Erdoğan'ın aynı konuşma esnasında yer verdiği diğer ifadeler ise şu şekilde olmuştur: “İstanbul'un büyüklüğünü anlamayan hiç kimse İstanbul'a ve AK Parti'ye hizmet edemez...İstanbul Türkiye'dir, Türkiye İstanbul'dur. İstanbul, Türkiye ortalamasının altına düştüğü an, buna yanarız, buna üzülmürüz. İstanbul, Türkiye ortalamasının altına düşmemeli, onun üstünde olmalı. Üstünde olduğu anda birçok şey değişir... Eğer metal yorgunluğu diyorsak burayı oturup değerlendireceğiz... Bizim İstanbul'a ihtiyacımız var” (Bağcı, 2019).

Türk siyasi tarihinde en çok tekrarlanan, zamanla bir klişe haline gelen “İstanbul'u alan, Türkiye'yi alır” tezinin yansımalarını Erdoğan'ın konuşmasında görmek mümkündür. Konuşmasında yer verdiği “İstanbul Türkiye'dir, Türkiye İstanbul'dur” ifadesi bunu kanıtlar niteliktedir. Konuşmalarda yer alan ifadelerde, Recep Tayyip Erdoğan'ın 1994 yılında İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı olarak başlayıp Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı'na kadar yükselen siyasi kariyerinin izlerine de rastlanmaktadır.

AK Parti'nin İstanbul'a verdiği önemi sembolize eden “İstanbul Bizim İçin Bir Aşk Hikayesi” sloganı, Recep Tayyip Erdoğan ve Binali Yıldırım tarafından seçim kampanyası süresince sıklıkla kullanılan ifadelerden biri olmuştur. “Memleket İşi Gönül İşi”, “Evimiz İşimiz Geleceğimiz İstanbul” ve “İstanbul Bizim İçin Bir Aşk Hikayesi” gibi pozitif mesaj stratejisinin kullanıldığı sloganlar ön planda olmasına rağmen, seçim kampanyasının uygulanma sürecinde negatif mesaj stratejisinin de izlendiği görülmüştür.

Kampanya süresince kullanılan “beka sorunu” söylemi, Millet İttifakı'nın “Zillet İttifakı” şeklinde telaffuz edilmesi ve rakiplerden sürekli terörle eşleştirme çerçevesinde bahsedilmesi gibi durumlarda negatif mesaj stratejisinin izlerini görmek mümkündür. Binali Yıldırım'ın aday olarak bu söylemlere çok fazla yer verdiği görülmemiştir. Fakat partisiyle paralel bir şekilde kampanya süreci yürütmesi ve AK Parti Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın daha ön planda olması sebebiyle, kullanılan negatif mesajların kendi kampanyası üzerinde etkisi olduğu söylenebilmektedir (Çakır, 2019).

### **2.1.3.2. CHP'nin Yerel Seçim Kampanyası**

CHP'nin 31 Mart 2019 Mahalli İdareler Genel Seçimlerine yönelik olarak belirlediği siyasal iletişim stratejisi seçim teması, seçim sloganı ve seçim beyannamesi kapsamında ele alınmıştır.

### 2.1.3.2.1. Seçim Teması ve Sloganı

CHP'nin 31 Mart 2019 Mahalli İdareler Genel Seçimlerine yönelik olarak belirlediği seçim teması “halkçı belediyeçilik” olmuştur. “Martın Sonu Bahar” ve “Derman Belediyeçiliği” partinin ilgili seçim dönemi için kullandığı seçim sloganları olarak belirlenmiştir.

“Martın Sonu Bahar” sloganında, seçimlerin 31 Mart 2019 tarihinde gerçekleşeceğinden hareketle ilkbahar mevsimine vurgu yapılmıştır. Nisan ayının ilk günü, ilkbahar mevsiminin başlangıcı kabul edilmektedir. CHP, “Martın Sonu Bahar” sloganının görsel materyallerinde çiçekli görsellere de yer vermiştir. Sloganda pozitif mesaj stratejisinden hareketle, seçmene siyasette de baharın CHP ile birlikte geleceği mesajı verildiği görülmektedir.

CHP'nin 2019 yerel seçim kampanyasının başkanlığını yürüten Ateş İlyas Başsoy, “derman belediyeçiliği” sloganının ne anlama geldiğini ise şu ifadelerle açıklamıştır: “Derman belediyeçiliği, önceliği yoksula, en muhtaca vermek demek.” Bu yaklaşımın partinin stratejisinde önemli bir yer tuttuğu görülmektedir. Sloganın sadece yerel seçimler için değil genel seçimlere yönelik izlenen stratejinin de bir parçası olduğu, Başsoy'un “Eğer kazanan adaylar iyi çalışırlarsa, kentlerde AK Parti'ye oy veren yoksul kesim, bir sonraki seçimde önemli oranda CHP'ye oy verecek” ifadesinden anlaşılmaktadır (Tokyay, 2021).

### 2.1.3.2.2. Seçim Beyannamesi

CHP'nin seçim beyannamesi, 10 Şubat 2019 tarihinde CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'nun da katılımıyla düzenlenen aday tanıtım toplantısında kamuoyuyla paylaşılmıştır.

“*Huzurlu Kentlerde Yaşamak için Halkçı Belediyeçilik*” başlığıyla yayımlanan 28 sayfalık beyannamede 5 ana başlık yer almıştır. “Yerel Yönetimlerde Temel İlkeler” ana başlığı altındaki metin “Değerli Yurttaşlarım” hitabıyla başlamış ve belediyelerden, belediye başkanlarından neler beklendiği ve nasıl kentlerde yaşanmak istendiği 12 madde halinde açıklanmıştır. Bu başlıklar sırasıyla şu şekildedir: “Hoşgörülü ve Saygılı Kentler, Hakça Paylaşan Kentler, Hesap Veren ve Şeffaf Yönetilen Kentler, Yoksulluğu Yenen Kentler, Üreten ve İstihdam Yaratıcı Kentler, Yenilikçi Akıllı Kentler, Ulaşım ve Altyapı Sorunları Çözülmüş Kentler, Nefes Alan Kentler, Sosyal Adaleti Sağlayan Kentler, Kültür ve Sanatı Geliştiren Kentler, Doğa Dostu Yeşil Kentler ve Mutlu ve Gülümseyen Kentler”.

Bildirgenin ikinci ana başlığı “*Halkçı Belediyeçiliğin Esasları*” olarak belirlenmiş ve bu bölümde “Halkçı Belediyeçilik Bildirgesi” olarak adlandırılmış olan seçim bildirgesini üç temel politika alanının biçimlendirdiği ifade edilmiştir: “(1) Yerel Yönetim Anlayışı, (2) Yerel Ekonomik Kalkınma Politikası, (3) Kent ve Çevre Politikası”.

“*Yerel Yönetim Anlayışı*” alanında çoğulcu demokrasi ve katılımcılık vurgusuyla başlanarak sırasıyla şu vaatlere yer verilmiştir: “(1) yerel yönetimlerde en başarılı ekipleri kurma, bu ekiplerin atama ve görevlendirmelerini liyakat kurallarına ve şeffaflık ilkelerine göre gerçekleştirme, (2) yurttaşlara ayırım gözetmeden eşit hizmet sunma, (3) şeffaf bir yönetim oluşturma, (4) belediye kaynaklarını güçlendirme ve bu kaynakları halkın ihtiyaçları doğrultusunda etkin ve verimli bir şekilde kullanma, (5) rüşvet ve yolsuzlukla mücadele etme, (6) yerel yönetimlerde ortak akıl oluşturma, (7) doğrudan demokrasinin olanaklarını geliştirmek adına Kent Konseylerine işlerlik kazandırma, (8) Mahalle Konseyleri ve Semt Meclisleri girişimlerini teşvik etme, (9) muhtarları görev alanlarına giren konuların karar alma süreçlerinde etkin kılma”.

“*Yerel Ekonomik Kalkınma Politikası*” alanında ise ilk olarak hayat pahalılığına son verme, çokça üretme ve hakça bölüşme hedeflerine vurgu yapılmıştır. Sırasıyla şu vaatlere yer verilmiştir: “(1) barınma, gıda, ulaşım alanlarında hayat pahalılığını giderecek tedbirler alma, (2) eğitim, sağlık, kültür alanlarında destekleyici hizmetleri belediyeler ile sağlama, (3) kurs, kreş, yurt, kırtasiye ve ulaşım destekleri, evde bakım hizmetleri gibi faaliyetler aracılığıyla halkın yaptığı harcamaların yükünü hafifletme, (4) istihdam olanaklarını geliştirme, (5) ekonomik kalkınmaya ilişkin projeler üretme, (6) yerel kalkınma projelerine öncelik verme, (7) yerel yönetimlerde katılımcı bütçe oluşturma”.

Sürdürülebilirlik, adalet ve ortak zenginliklerin temel alındığı belirtilen “*Kent ve Çevre Politikaları*” alanında ise vaatler sırasıyla şu şekilde yer almıştır: “(1) kent politikalarının eşit yurttaşlık ilkeleriyle uyumlu olması, (2) yurttaşların yaşam kalitesini geliştiren projeler gerçekleştirme, (3) barınma sorununa yönelik olarak kaliteli konut ve yurt sağlama, (4) kentsel dönüşüm projelerinin afet riski azaltılmış, sağlıklı ve güvenli yerleşimler oluşturmak için uygulanması, (5) kamusal mekanların korunması ve geliştirilmesi, kamusal mekanlarda yurttaşları ortaklaştıran sosyal ve kültürel faaliyetlerin teşvik edilmesi, (6) kırsal alanların kentleşme baskısından kurtarılması, (7) sürdürülebilir üretim ve tüketim faaliyetlerinin teşvik edilmesi, (8) kent-kır işbirliğini geliştirme, üretim ve tüketim kooperatiflerini belediyeler öncülüğünde teşvik etme, (9) çevre dostu, yenilenmiş ve ucuzlatılmış toplu taşıma hizmeti sağlama, (10) e-belediyecilik hizmetlerini yaygınlaştırma”.

Bildirgede yer alan üçüncü ana başlık “*Demokratik ve Etkin Yönetimin, Bir Arada Huzurlu Yaşamın Givencesi Olacağız!*” şeklindedir. Ana başlığın altında 5 alt başlığa yer verilmiş ve seçime yönelik vaatler bu başlıklar altında detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Alt başlıklar sırasıyla şu şekildedir; “Adil, Tarafsız ve Etkin Hizmet”, “Demokratik Kent Yönetimi”, “Katılımcı Yerel Yönetimler”, “Şeffaf Yönetim Kültürü, Hesap Veren Yerel Yönetimler”.

“Hayat Pahalılığına Son Vereceğiz, Çokça Üreteceğiz ve Hakça Bölüşeceğiz!” bildirgenin dördüncü ana başlığı olarak yer alırken, vaatlerin açıklandığı alt başlıklar şu şekilde sıralanmıştır: “Hayat Pahalılığına Son”, “Halkın İhtiyaçlarını Sağlamak İçin Yerel Kalkınma”, “Yoksullukla Mücadele”, “Tarımsal Üretim ile Kırsalın Yeniden Canlandırılması”, “Adil ve Katılımcı Bütçe”.

Bildirgenin beşinci ve son ana başlığı “Sürdürülebilir Kentler Oluşturacağız, Ortak Zenginliklerimi Geliştireceğiz!” şeklinde adlandırılmıştır. Bildirgenin en detaylı kısmını oluşturan bu bölümde 7 alt başlık yer almış ve bu alt başlıkların her biri kendi içinde tekrar başlıklara ayrılarak vaatler oldukça detaylı bir şekilde açıklanmıştır. 7 alt başlık, bildirgede sırasıyla şu şekilde yer almıştır: “Rant İçin Değil Halk İçin Şehircilik”, “Sürdürülebilir Kentler, Çevre Dostu Yerel Yönetimler”, “Ucuz, Kaliteli ve Doğayı Kirlletmeyen Toplu Taşıma”, “Gıda Güvenliği ve Sağlıklı Beslenme Hakkı”, “Herkesin Sağlıklı, Huzurlu ve İnsanca Yaşam Hakkı”, “Bir Arada Yaşama Kültürünün Oluşturulması”.

### 2.1.3.2.3. Ekrem İmamoğlu’nun Seçim Kampanyası: Vaatler ve Stratejiler

Millet İttifakı’nın İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan adayı Ekrem İmamoğlu, seçim kampanyası süresince partinin seçim sloganları üzerinden ilerleyen bir kampanya yürütmemiştir. Kullanılan seçim sloganları Ekrem İmamoğlu’na özgü olacak şekilde oluşturulmuştur. “İmamoğlu Varsa Çözüm Var” ve “İstanbul’a Yeni Bir Başlangıç” sloganları, seçim kampanyası boyunca öne çıkan sloganlar olmuştur. Tek bir rengin ağırlıkta olduğu düz bir fon yerine, Ekrem İmamoğlu’nun afişlerinde çeşitli İstanbul görselleri yer almıştır. Afişlerde hem CHP’nin logosu kullanılmış hem de oy pusulası ve mühür detayına yer verilmiştir.

**Görsel 3:** Ekrem İmamoğlu’nun “İmamoğlu Varsa Çözüm Var” sloganının yer aldığı billboard afişi



**Görsel 4:** Ekrem İmamoğlu'nun "İstanbul'a Yeni Bir Başlangıç" sloganının yer aldığı billboard afişi



Ekrem İmamoğlu'nun kampanya süresince açıkladığı proje ve vaatler dört başlık altında incelenmiştir (Doğruluk Payı, 2019). Adayın "Çevre" başlığı altında yer alan vaatleri şu şekilde olmuştur: "(1) İstanbul'da 20 milyon m2'lik yeni yeşil alan ile 15 "Yeni Yaşam Vadisi" yapılması, (2) her yıl 100.000 ağaç dikilmesi ve kişi başına düşen yeşil alan miktarının 3 katına çıkarılması, (3) 'Afet Bilgi Sistemi' kurulması, (4) su faturasında yüzde 40 indirim yapılması, (5) İstanbul halkına 5 yıl sonrasında musluktan içilebilir su sağlanması, (6) şehrin kuzeyinde 70km'lik yaşam koridoru oluşturulması".

"Ulaşım" konusundaki vaatler ise şu şekilde olmuştur: "(1) 5 sene içerisinde metro hattının 2 katına çıkarılması, (2) Marmaray'ın kuzeyinde iki yakadaki raylı sistemleri birbirine bağlayan boğaz geçişi yapılması, (3) 0-4 yaş çocuğu olan kadınların ve 12 yaş altı çocuklara ulaşımın ücretsiz olması, (4) yeni nesil yerli metrobüslerin kullanılması, yolcu kapasitesinin iki katına çıkarılması ve metrobüste ters yön istikamet uygulamasına son verilmesi, (5) 100 bin araç kapasiteli transfer merkezlerinin yapılması ve mevcut otopark kapasitesinin asansörlü sistemlerle iki katına çıkarılması, (6) park sonrası toplu ulaşımın ücretsiz olması, (7) deniz ulaşımının payının 4 kat artırılması ve ucuzlatılması, (8) denizaltı ile kent içi yolculuk yapılması, (9) 25 yaş altı gençlerin toplu taşımada yüzde 40 indirim sahibi olması ve öğrenci aylık tarifesinin 85 TL'den 50 TL'ye inmesi".

Ekrem İmamoğlu'nun "Sosyal Yardımlar ve Haklar" başlığı altında incelenen vaatleri ise şu şekilde sıralanmaktadır: "(1) Yeni evlenecek ihtiyaç sahiplerine 2000 TL düğün hediyesi verilmesi ve evlenen çiftlere beyaz eşya ve mobilya alışverişlerinde uygun fiyat sağlanması, (2) Yürü Be İstanbul mobil uygulaması ile hareketliliğin teşvik edilmesi, (3) İstanbul Genç Kart ile 25 yaş altı gençlere toplu ulaşım ve İBB spor tesislerinde yüzde 40 indirim sağlanması, (4) yeni kurulacak Gençlik Merkezinden 25 yaş altı tüm gençlerin ücretsiz yararlanması, (5) yaşlılar için açılacak 10 adet Gündüz Bakım Evi ve 150 adet çocuk kreşi ile 3.000 kadına istihdam sağlanması, (6) 2 adet Cinsel Şiddet Kriz Merkezi ve 2 adet

sığınma evi açılması ve kadın destek hattı kurulması, (7) 2 adet Evsiz Barınma Evi kurulması, Geçim Destek Paketi ile geçim sıkıntısı yaşayan ailelere 200 ile 2020 TL arası yardım yapılması, (8) 75 bin öğrenciye 8 ay boyunca 400 TL burs sağlanması, (9) yabancı dil sınavları için dil kurslarının ucuzlatılması, (10) 500 kişi kapasiteli 20 adet öğrenci yurdu açılması, (11) 500 bin öğrencinin kırtasiye ve üniforma ihtiyaçlarının karşılanması”.

Dördüncü ve son başlık olan “*Enerji, Bilişim, Spor, Kültür-Sanat*” konusundaki vaatleri ise şu şekildedir: “(1) Atatürk Olimpiyat Stadı ve çevresinin güneş enerji santraline dönüştürülmesi ve İBB’ye ait açık ve kapalı otoparkların güneş enerjisi santrallerine dönüştürülmesi, (2) İstanbul’un kuzey ve güney sahillerine kurulacak olan rüzgâr gülleriyle enerji üretimi yapılması, (3) Gaziosmanpaşa’da Bilişim ve Üretim Vadisi açılması, (4) Esenler’de Tekno-Kent açılması, (5) Kartal’da Bilişim ve Üretim Merkezi açılması, (6) Kadıköy’de Yaratıcı Endüstriler Merkezi açılması, (7) İstanbul Yatırım ve Tanıtım Ajansı’nın kurulması, (8) 30 yüzme havuzu ve 30 kapalı spor salonu yapılması, (9) Saraçhane’deki İBB binasının Avrupa’nın en büyük kütüphanelerinden birine dönüştürülmesi, (10) Şehir Tiyatroları’nın sahne sayısının 2 katına çıkarılması, (11) yeni kültür merkezlerinin ve 15 müzenin açılması, (12) tüm gençlerin İBB kültür sanat etkinliklerinden yüzde 40 indirimli yararlanması”.

Ekrem İmamoğlu’nun kampanya sürecinde öncelik verdiği ilk konu AK Parti seçmenine ulaşmak olmuştur. Adaylığının 18 Aralık 2019 tarihinde resmi olarak açıklanmasının ardından, 10 Ocak 2019 tarihinde Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı ve AK Parti Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan’ı ziyaret etmesi bu stratejiye yönelik atılan adımlardan biri olarak görülmektedir. Rakibi Binali Yıldırım karşısında, seçmen nezdinde tanınırlığının daha az olması sebebiyle kendi tanınırlığını artırmak için çaba sarf etmiştir.

Seçim kampanyası süresince, çoğunlukla İstanbul’da AK Parti’nin oy oranının daha yüksek olduğu ilçelere çeşitli ziyaretler gerçekleştirmiştir. Seçim kampanyasında izlediği pozitif mesaj stratejisini, bu ziyaretler esnasında gösterdiği pozitif dil ve üslupla devam ettirdiği görülmektedir. İmamoğlu’nun söz konusu olan pozitif tavrını istikrarlı bir şekilde devam ettirmesi, AK Parti’nin seçmen kitlesindeki konsolidasyonu sağlamak amacıyla “biz” ve “onlar” şeklinde kurguladığı stratejinin işlemez hale gelmesine neden olmuştur. Bu stratejisi sayesinde, özellikle AK Parti seçmeninin gözünde meşruiyetini pekiştirmiştir. Kendi seçmen kitlesinden gelen eleştirilere yönelik olarak da pozitif tavrını kararlılıkla devam ettirmiştir (Bağce, 2019).

Ekrem İmamoğlu’nun “İstanbul’a Yeni Bir Başlangıç” sloganı da, AK Parti seçmenine ulaşma hedefiyle paralel olarak belirlenmiş bir slogan olarak görülmektedir. Sloganın oluşturulma sürecinde, “değişim” kelimesini yerine “başlangıç” kelimesi seçilmiştir. Bu seçim sırasında, adayın hem kendi seçmenlerine

hitap etmesi hem de AK Parti seçmeni üzerinde negatif bir etki yaratmaması amaçlanmıştır (Temizkan, 2020). İmamoğlu'nun mesaj stratejisinde sadece İstanbul'a odaklanma, genel siyasi konular ile ilgili konuşmama ve rakiplerinden gelen söylemlere cevap vermeme politikası izlenmiştir (Özkan, 2019). Bu tutumunda da öncelikli olarak AK Parti seçmenine ulaşma hedefinin yansımaları görülebilmektedir.

Ekrem İmamoğlu'nun kampanya direktörü Necati Özkan (2019), kampanya sürecinde ilk olarak İmamoğlu ve Yıldırım'ın rekabet analizlerinin yapıldığını belirtmiştir. Seçmen beklentilerine yönelik olarak yapılan ölçümlerin sonucunda, elde edilen verilere dayalı olarak adayın konumlandırma ve mesaj stratejileri belirlenmiştir. Bu süreç içerisinde adayın kampanya sürecinde karşılaşılabileceği riskler de analiz edilmiştir. Bu analizlerden çıkan sonuca göre, aday için en büyük riskin seçim günü ve gecesinin yönetimi ile alakalı olduğu görülmüştür.

#### **2.1.4. Seçim Günü ve Seçim Sonucu Üzerine Tartışmalar**

31 Mart 2019 tarihinde yapılan İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçimi için oy verme işleminin tamamlanması ve sandıkların saat 17.00 itibarıyla kapanmasından sonra oyların sayım, döküm işlemleri başlamıştır. Anadolu Ajansı tarafından haber kanallarına verilen ilk oy oranlarına göre, Cumhur İttifakı'nın adayı Binali Yıldırım'ın oyları Millet İttifakı adayı Ekrem İmamoğlu'na göre daha fazla olmuştur (Vurgun, 2019).

Oy sayımı sürerken, Ekrem İmamoğlu basın açıklaması yapan ilk aday olmuştur. Açıklamalarından öne çıkan ifadeler şu şekildedir: “Sandıklar kapanalı 3,5 saate yaklaşıyor. Sayım işlemleri devam ediyor. Biz de çok sıkı bir şekilde sistemimizde süreci takip ediyoruz. Ancak ne yazık ki daha önceki seçimlerde de yaşadığımız gibi, tek kaynaklı girişten dolayı seçim yasakları bitmeden önce enteresan verilerle girişler başladı. Kendi sistemimizdeki verilere göre yüzde 27.6 girişimiz var. İstanbul ile ilgili saat 22.00'ye kadar kesine yakın sonuçları oluşturabileceğimizi tahmin ediyoruz. Girişi yapılan verilere göre şu anda CHP adayı olarak oyum yüzde 53.2, rakibimizin de oranı yüzde 44.1. Bir manipülasyon varsa YSK'nın ya da devletin kurumu AA'yı bu konuda hassasiyete ve titiz olmaya davet ediyorum.”

İlk açıklamasından yarım saat sonra, Ekrem İmamoğlu ikinci defa açıklama yapmıştır. İkinci açıklamasından öne çıkan ifadeler şu şekilde olmuştur: “Az önce yaptığım açıklamanın teyidi anlamında karşınızdayım. Son verimize göre, açılan sandık yüzde 36.5. Yüzde 52.42 Ekrem İmamoğlu, yüzde 44.84 rakibimizin oyu. Dengeli şekilde devam ediyor. Diğer tarafta ise fark yüzde 2'ye düştü. Açıklamamdan sonra veri hızı düşmüş görünüyor. Yüzde 16 civarı açılmamış sandık var. Burada manipülasyon söz konusu. YSK'ya çağırımdır, lütfen İstanbul verilerini denetlesinler. Devletin kurumu olan AA'yı da hassasiyete, doğru veri vermeye, süreci manipüle etmemeye ve ahlaklı bir duruşa davet

ediyorum. Sandık kurullarındaki arkadaşlarıma da yerinizi terk etmeyin çağrısı yapıyorum. Hak yemedim, yemem ama hakkımı da yedirtmem. Süreci böyle yönetmeye devam edecek, aldığım verileri de sizlerle paylaşmaya devam edeceğim.”

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı ve AK Parti Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan, seçimlere ilişkin değerlendirmelerde bulunmak üzere yaptığı ilk açıklamada İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimi ile ilgili herhangi bir şey söylememiştir. Erdoğan’ın ardından, üçüncü açıklamasını yapan Ekrem İmamoğlu’nun konuşmasında yer verdiği ifadelerin bazıları şu şekildedir: “Şu an itibarıyla 40 dakikadır televizyonlarda veri girişi durmuş bulunmakta, daha önce her üç dakikada bir 0.5 oranında veri girişi yapılıyordu. Bu bizim manipülasyon endişemizi güçlendirdi. Vatandaşlarımızı uyarmak zorundayım. Tekrar uyarıyorum YSK’yi göreve çağırıyorum; devlet kurumu olan AA’yı göreve davet ediyorum. Bu milli bir sorumluluktur. Ritmik bir şekilde biz verilerimizi giriyoruz. Farkımız şu, ıslak imzalı verileri giriyoruz. Yüzde 60’a ulaşan verimize göre, benimle rakibim arasındaki fark yüzde 5.25’tir. Tebrik etmeyi bilirim, tebrik edilmeyi de beklerim.”

İmamoğlu’nun ardından, YSK Başkanı Sadi Güven seçime dair ilk kez açıklama yapmıştır. Açıklamasında, yayın yasağı kalkmadan seçim sonuçlarıyla ilgili yayın yapan kanallarla ilgili suç duyurusunda bulunulacağını ve RTÜK’e bildirileceğini belirtmiştir. Seçim sonucu verilerinin siyasi partilere aktarılması sırasında bir kesinti yaşandığını kabul etmiştir. Fakat bu kesinti sırasında bir veri kaybı yaşanmadığını, verilerin partilere aktarılmaya devam edildiğini belirtmiştir.

Saatler 23:24’ü gösterirken, Binali Yıldırım AK Parti İstanbul İl Başkanlığı’nda seçime dair ilk kez açıklama yapmış ve bu açıklamadan öne çıkan ifadeler şu şekilde olmuştur: “Bu saat itibarıyla İstanbul seçim sayıları, gayri resmi sonuçları 31 bin 124 sandıkta tamamlanmış bulunuyor. Bu sonuca göre İstanbul’da seçimi kazandık. İstanbullulardan, İstanbul’a verdiğimiz sözlerin takipçisi olmalarını istiyorum ve inşallah İstanbul’u 15 milyonun mutlu ve huzurlu bir şekilde yaşayacağı şehir haline getireceğiz. Seçimlerimiz hayırlı uğurlu olsun.”

İmamoğlu, Yıldırım’ın açıklamalarına “Bu manipülasyondur. Süreç tamamlanmadan kazandık demesini ayıplıyorum.” şeklinde karşılık vermiştir. Dördüncü açıklaması sırasında yer verdiği ifadelerin bazıları şu şekilde olmuştur: “YSK, il seçim ve ilçe seçim kurullarını azami göreve davet ediyorum. Bu tarihi bir görev ve tarihi bir çağrıdır. Şu an itibarıyla ikazımı tekrarlıyorum, tek bir oyun dahi vebali üzerinizdir. Tutanakların sağlıklı şekilde kayda girmesini sağlamanız gerekiyor. Biz sürece bu hassasiyetle devam ediyoruz. Bu seçim bir tarafın kazanıp diğerinin kaybettiği seçim değildir. Yerel seçim o şehirde yaşayan herkesin kazanma seçimidir. AA’nın hassasiyetle giriş yaptığı konusundaki kaygılarım devam ediyor. Süreci kontrol edecek şekilde psikolojik bir şekilde yürüyor. Kimsenin

hakkını yemem, hakkımı da yedirtmem. Tutanaklara göre giriş yapmaya devam ediyoruz. Yüzde 76.1 girişte, bizim oyumuz 50,51, rakibimizin 46.55'tir. Manipülasyona izin vermeyeceğiz."

CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu, seçimlere ilişkin değerlendirmelerde bulunmak üzere yaptığı ilk açıklamada İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimi ile ilgili şu ifadelerle yer vermiştir: "Bizim elimizdeki verilere göre İstanbul'da Ekrem İmamoğlu kazanmış durumda. Bizi üzen şu, başbakanlık yapmış, meclis başkanlığı yapmış birisinin daha elinde veri olmadan biz kazandık diye ortaya çıkması ve açıklama yapması. Böyle yangından mal kaçırmak gibi açıklama yapmasını, doğrusunu isterseniz Binali Bey'e yakıştıramadım. Biz bütün ıslak imzalı tutanaklara bakıyoruz, alıyoruz. Elimizde veriler var, onlara da bakıyoruz. Göreceksiniz, İstanbul'a da bahar gelecek."

1 Nisan 2019'un ilk dakikalarında oy sayımı hala devam ederken, Ekrem İmamoğlu beşinci basın açıklamasını yapmış ve açıklamasından öne çıkan ifadeler şu şekilde olmuştur: "Tam 36 dakikadır AA verilerinde bir değişiklik yok. Türkiye Cumhuriyeti'nin köklü kuruluşu AA yetkililerine, 'Manipülasyonun parçası olmayın' diye seslenmek istiyorum. Tarihi sorumluluğunuz var. Toplumun yüzüne bakamayacak duruma düşmeyin. Sizi 16 milyon İstanbul halkı adına uyarıyorum. Bir yerden telefon mu bekliyorsunuz, talimat mı bekliyorsunuz anlamıyorum. Bu parti meselesi değil, Türkiye'nin demokrasi meselesidir. Kazandığınızı biliyorum ama vicdanım, ahlakım, siyasi duruşum ve devlet adamlığından anladığım şey bunu açıklamama müsaade etmiyor. Tutanakların son halini almayı bekliyorum. AA'nın suskunluğu, AA'yı benim nezdinde itibarsız hale getirdi. Verilerimize göre sandıkların yüzde 80'inden fazlası açıldı. Bizim oyumuz yüzde 50.36, rakibimizin oyu yüzde 46.70."

Altıncı basın açıklamasında, Ekrem İmamoğlu ilk olarak AA'dan verilerin gelmediği sürenin 1 saati geçtiğini duyurmuştur. Ardından gazetecilerin sorduğu "Kazandığınıza dair rakamlar, kendi kaynaklarınıza göre mi?" sorusuna şu şekilde yanıt vermiştir: "Kendi rakamlarımıza ve başka kaynaklara göre de. Yeri gelince açıklayacağım."

Recep Tayyip Erdoğan, 1 Nisan 2019'un ilk saatlerinde AK Parti Genel Merkezi'nde yaptığı balkon konuşması sırasında İstanbul seçimleri ile ilgili şu ifadeleri kullanmıştır; "Şu anda Ankara'da bakıyorsunuz ilçelerin çoğu AK Parti'de, Cumhur İttifakı'nda. Şu anda İstanbul'da mevcut ilçe sayısından daha fazlası Cumhur İttifakı'nda veya başa baş. Bu ne demektir? Yine halkımız büyükşehiri belediye başkanı olarak verse dahi ilçeleri yine AK Parti'ye vermiş. Bunların üzerinde duracağız, iyi çalışacağız. Milletimizle arasındaki kalpten kalbe giden yolun zedelenmesine yol açanlardan, bunun hesabını sormak da dahil gereken her gayreti göstereceğimizden kimsenin şüphesi olmasın."

Erdoğan'ın açıklamalarının ardından, Anadolu Ajansı seçimlerle ilgili ilk açıklamasını yapmıştır. Açıklamada, AA Seçim Yayın Sistemi'ne sahadan veri akışı gerçekleşmediğini ve sahadan ya da YSK'dan veriler ulaştıkça sonuçlarının aktarımının sürdüreceğini bildirmiştir.

1 Nisan 2019 günü, gazetelerin birinci sayfalarında yer alan Türkiye seçim haritalarında birbirinden farklı sonuçlar ortaya çıkmıştır. Örneğin; Sabah Gazetesi'nde Türkiye haritasında İstanbul'u AK Parti'nin kazandığı belirtilirken, BirGün Gazetesi'nde CHP'nin kazandığını belirtilmiştir. Sözcü Gazetesi'nde ise herhangi bir partiyi ya da adayı temsil etmeyen bir renk kullanılarak "Belli Değil" ibaresi konulmuştur.

**Görsel 5:** Sabah Gazetesi'nin 1 Nisan 2019 tarihli sayısında yer alan Türkiye haritası



**Görsel 6:** BirGün Gazetesi'nin 1 Nisan 2019 tarihli sayısında yer alan Türkiye haritası



**Görsel 7:** Sözcü Gazetesi'nin 1 Nisan 2019 tarihli sayısında yer alan Türkiye haritası



Aynı gün içerisinde, YSK Başkanı Sadi Güven İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçimine dair ikinci açıklamasında şu ifadeleri kullanmıştır: “Şu an itibarıyla Ekrem İmamoğlu 4 milyon 159 bin 650 bana gelen rakam. Binali Bey'in 4 milyon 131 bin 761 oyu sisteme tanımlanmış vaziyette. İtiraz süreçleri devam ediyor. Şu an itibarıyla yüzde 80'in üzerinde sandık sonuç tutanağını, sayım döküm cetvelini, ilçe birleştirme tutanaklarını partilerle paylaştık. Şu an itibarıyla 31 bin 102 sandık sisteme tanımlandı, 84 sandık itiraz nedeniyle sisteme taranmamış vaziyette.”

Sadi Güven'in son açıklamasının ardından, Anadolu Ajansı'nın verileri de son açıklanan verilere uygun olacak şekilde güncellenmiştir. Fakat bu durum, seçim sonucu üzerine yaşanan tartışmaları azaltmamıştır. Seçimin ertesi gününden itibaren seçim sonuçlarına yönelik itiraz süreci başlamıştır.

İtiraz sürecinde, Cumhur İttifakı'nı oluşturan siyasi partilerden tarafından çeşitli adımlar atılmıştır. Atılan ilk adım, 2 Nisan 2019 tarihinde AK Parti'nin yaptığı itiraz sonucunda İstanbul'un 9 ilçesinde geçersiz oyların yeniden sayılması kararının alınması olmuştur. 4 Nisan 2019 tarihinde, İstanbul İl Seçim Kurulu kararıyla geçersiz oyların yeniden sayılacağı ilçe sayısı 15'e çıkmıştır. YSK, İstanbul Maltepe 2. İlçe Seçim Kurulunda, büyükşehir belediye başkanlığı seçimine ait tüm oyların yeniden sayılmasına karar vermiştir.

5 Nisan 2019 tarihinde, AK Parti Büyükçekmece İlçe Başkanlığı Büyükçekmece'deki seçimlerin yenilenmesi talebiyle İstanbul İl Seçim Kurulu'na başvurmuştur. İstanbul İl Seçim Kurulu, talebin reddi yönünde karar vermiştir. 7 Nisan 2019 tarihinde, AK Parti bu sefer tüm oyların tekrardan sayılması için YSK'ye başvurmuştur. İlgili talep, YSK tarafından reddedilmiştir. Erdoğan, 8 Nisan 2019 tarihinde yaptığı açıklamalarda seçimde usulsüzlükler olduğunu belirterek seçim sürecinin bittiğini fakat yargı sürecinin başladığını vurgulamıştır (TRT Haber, 2019).

7 Nisan 2019 tarihinde, Ekrem İmamoğlu da itiraz sürecine yönelik açıklamalarda bulunmuştur. Basın açıklamasında geçersiz oyların sayımına dair öne çıkan ifadeleri şu şekilde olmuştur: “Veri verme konusu hassas bir konudur. Şu an itibarıyla son veriye göre, geçersiz oyların yüzde 78’i sayılmış durumda. Aramızdaki fark 16 bin 380’dir. Veriler demişken hesap makinamı yanıma aldım hata yapmamak için. 330 bin geçersiz oy, yüzde 80’i sayılmış kabul edelim. 264 bin oy sayılmış durumda. Bugün 7. gün. Günde sayılan oy sayısı 37 bin 714. Bütün oyların sayılması halinde, 238 gün sürecekmış. Çok da değilmiş. 7-8 kat sayım memurları arttırılırsa 150-160 gün civarında bu sürecin tamamlanma ihtimali var.” İmamoğlu, aynı basın toplantısında itiraz sürecine yönelik olarak fikirlerini şu şekilde ifade etmiştir: “7 gün geçti, empati yapıyorum. Kolay değil, 25 yıl bu şehri yönettik, kaybettiniz kolay değil. Ama demokrasi böyle bir şey. Demokraside kaybetmek de var kazanmak da var. Kimse makamları, öbür dünyaya götürmüyor. Burada kalıyorlar. Şu an hiç kimsenin 1 dakika sonrası için hayati garantisi yok Allah korusun. Hem inancımızla, hem adalet duygusuyla hem de demokrasiye olan inançla yeter artık, yapmayın bunu.”

9 Nisan 2019 tarihinde ise YSK seçim döküm cetvellerinde eksik imza belirlenmesi sonucunda 21 ilçedeki 51 sandığın yeniden sayılması kararı almıştır. Aynı gün içerisinde, AK Parti Genel Başkan Yardımcısı Ali İhsan Yavuz yaptığı basın açıklamasında “Bu 51 sandığın sayılması kararını anlamış değilim. Bizim taleplerimize dönük bir karar verilmiş değildir. 51 sandığı saymanın anlamı yoktur” şeklinde konuşmuştur. Açıklamalarının devamında ise seçimlerin yenilenmesi talepleriyle ilgili şu ifadeler yer vermiştir: “Elimizde yeniden kullanabileceğimiz bir imkân var. O imkân, olağanüstü itiraz hakkını öngörüyor. Biz de bu yolu kullanarak, 'Seçim sonucunu çok net etkileyecek olaylar var. Onun için bu itiraz yolunu kullanıyoruz ve İstanbul'da seçimin yenilenmesini istiyoruz' diyeceğiz.”

AK Parti’nin Büyükçekmece ile ilgili iptal talebini YSK’ya ilettiği 11 Nisan 2019 tarihinde, Binali Yıldırım sosyal medya hesabından yaptığı paylaşımda “Son günlerdeki seçim süreci ile ilgili suskunluğumu yanlış yorumlayanlar var” ifadelerine yer vermiştir. Yıldırım’ın konuyla ilgili söylediği diğer ifadeler şu şekilde olmuştur: “Bilinmelidir ki bu tutumum YSK karar sürecine saygımın gereğidir. Süreci Partim ve yetkili kurullarımızla yakından takip ediyorum. Seçmen söyleyeceğini söyledi. Artık söz YSK’nındır. Nokta.”

Binali Yıldırım, 15 Nisan 2019 tarihinde yapılan basın toplantısında seçimlerle ilgili “murdar oldu” ifadesini kullanarak açıklamalarında şu ifadeler yer vermiştir: “İki parti veya iki aday birbirine yakın oy aldığı halde neden aramızdaki fark benim lehime artmaktadır? Bu sorunun cevabını bekliyorum. Normalde yanlışlık varsa bu yanlışlığın her iki aday için de aynı şekilde olması icap eder. Bu şunu gösteriyor, oylar sandıkta iç edilmiştir. Bu kadar açık. Bizim oylarımız karşı adaya yazılmıştır. Bunlar

tespit edebildiklerimiz. Bugüne kadar oyların sadece yüzde 10'u sayılabilmektedir. Biz eminiz ki bu oyların tamamı sayılabilmiş olsaydı eğer rakip aday CHP buna rıza gösterseydi mutlaka bu seçimin sonucu böyle olmayacaktı. Bu fark kapanacak ve tersine dönecekti. Bu seçim başlı başına murdar olmuş bir seçimdir. Murdar etin de kavurması olmaz” (bianet, 2019).

16 Nisan 2019 tarihinde, AK Parti 31 Mart'ta yapılan İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçiminin iptali ve yenilenmesi için Yüksek Seçim Kurulu'na olağanüstü itirazda bulunmuştur. 17 Nisan 2019 tarihinde ise tüm oyların yeniden sayıldığı ilçelerden Maltepe'deki sayımın tamamlanmasının ardından ıslak imzalı tutanaklar İstanbul İl Seçimi Kurulu'na gönderilmiştir. İlçe tutanaklarının birleştirilmesinin ardından, Ekrem İmamoğlu'nun 4 milyon 169 bin 765, Binali Yıldırım'ın ise 4 milyon 156 bin 036 oy aldığı açıklanmıştır. Alınan karar üzerine, Ekrem İmamoğlu İstanbul Adliyesi'nde yer alan İl Seçim Kurulu'ndan mazbatasını teslim almıştır. Mazbatayı almasının ardından, Saraçhane'deki belediye binasına giderek önce Mevlüt Uysal'dan görevi devir almıştır. Sonrasında belediye binası önünde kendisini destekleyen seçmenlerle bir araya gelmiştir.

Ekrem İmamoğlu'nun mazbatayı aldıktan sonra Saraçhane'de yaptığı konuşmadan öne çıkan ifadeler şu şekilde olmuştur: “Bu şehre, bu güzel insanlara barış getiriyoruz, barış. Bu güzel insanlara, sevgiyi getiriyoruz, sevgiyi. Ben herkesi selamlıyorum. Bu şehrin yaşayanlarını selamlıyorum. Türk'ü, Kürt'ü, Laz'ı selamlıyorum. İnsanlarımızı, herkesi selamlıyorum. Hoş geldin İstanbul... Asla vazgeçmedik, haktan, hukuktan ve adaletten asla vazgeçmedik. Bu şehrin vicdanından, ahlak duygularından, adalet duygusundan asla vazgeçmedik. Vazgeçmeyeceğiz. Barıştan vazgeçmedik, demokrasiden vazgeçmedik. Güzel hemşehrilerim, bu şehrin ve bu ülkenin değerlerinden vazgeçmedik. Bu ülkenin kurucu değerlerinden vazgeçmedik. Cumhuriyet'ten vazgeçmedik. Bu millete olan inancımızdan vazgeçmedik. Mustafa Kemal Atatürk'ten vazgeçmedik. Bakın ben Allah'ıma şükrediyorum. Çünkü bana dünyanın en güzel şehrini yönetme şansını bana tanıdı. Bu lütuf benim boynumun borcu, sorumluluğumdur.”

Seçim kampanyası süresince benimsediği pozitif ve kapsayıcı dili mazbata konuşmasında da sürdüren İmamoğlu sözlerini şu şekilde sürdürmüştür: “Güzel insanlar, planlarımız var, inancımız var, ahlakımız, vicdanımız var. Bunlardan ayrılmayacağız. Küskünlüklerinizi, kızgınlıklarınızı bir kenara koyun artık pozitif düşünce, bu şehrin insanlarını kucaklayan bir anlayışa hep birlikte sahip olalım. Kimsenin üşümesine fırsat tanımayalım, kimsenin aç kalmasına fırsat tanımayalım. Sokağınızda bugüne kadar sizi kutuplaştıran, ayrıştıran hangi unsurlar varsa ve ayrı düşmüşseniz, lütfen bu kardeşiniz sizden rica ediyor. Bugün buradan ayrıldıktan sonra gidin ellerini sıkın, benim kucak dolusu sevgilerimi iletin.”

Mazbatanın ardından, Ekrem İmamoğlu'nun İBB Başkanı olarak görevde kaldığı süre 19 gün olmuştur. AK Parti'nin seçimde görev alan sandık kurulu başkan ve üyelerinin, kanunun açık hükmüne rağmen kamu görevlisi olmaması nedeniyle Yüksek Seçim Kurulu'na seçimin iptali talebiyle yaptığı itiraz görüşüldükten sonra 4'e karşı 7 oyla 31 Mart 2019 tarihinde gerçekleşen İstanbul Büyükşehir Belediyesi Başkanı seçiminin iptaline ve yenilenmesine karar verilmiştir. YSK'nın 6 Mayıs 2019 tarihinde aldığı karar gereğince, 23 Haziran 2019 tarihinde İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Yenileme Seçiminin yapılacağı belirlenmiştir.

YSK'nın yenileme seçimi kararı sonrasında, 8 Mayıs 2019 tarihinde CHP ve İYİ Parti ilçe seçimlerinin de yenilenmesi için YSK'ya başvurmuştur. Fakat ilgili itiraz, 13 Mayıs 2019 tarihinde YSK tarafından reddedilmiştir. YSK, 22 Mayıs 2019 tarihinde, 6 Mayıs'ta verdiği İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçiminin yenilenmesi kararının gerekçelerini ve muhalif üyelerin bu karara hangi gerekçelerle karşı çıktığını gösteren 250 sayfalık gerekçeli karar metnini yayımlamıştır. Gerekçeli kararda, seçimin yenilenmesi kararında “sandık kurulu başkan ve üyelerinin kamu görevlisi olma zorunluluğuna uyulmaması” seçim sonuçlarına “müessir” olay ve hal olarak belirtilmiştir. YSK Başkanı Sadi Güven ile üyelerden Cengiz Topaktaş, Kürşat Hamurcu ve Yunus Aykın karara muhalefet şerhi koymuşlardır. Karara muhalefet şerhi koyan üyeler; sandık kurullarının oluşumundan seçmenin sorumlu tutulamayacağını ve söz konusu olan sandıklarda AK Partili üyelerin de bulunduğunu belirtmişlerdir. Karara muhalefet göstermelerinin sebebini, sayım döküm cetvellerindeki usulsüzlük ve kısıtlı seçmen sayısının seçim sonucunu değiştirmemesi olarak vurgulamışlardır.

## **2.2. 23 HAZİRAN 2019 İSTANBUL BÜYÜKŞEHİR BELEDİYE BAŞKANLIĞI YENİLEME SEÇİMİ**

YSK, 23 Haziran 2019 tarihinde yapılacak olan İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Yenileme Seçimi için seçim takviminde seçimin başlangıç tarihini 11 Mayıs 2019 günü olarak belirlemiştir.

### **2.2.1. Seçimin İki Aday Etrafında Kutuplaşması**

Seçimin yenilenmesi kararının alınmasının ardından; Bağımsız Türkiye Partisi adayı Selim Kotil, Demokrat Parti adayı Ersan Gökgöz, Demokratik Sol Parti adayı Muammer Aydın, Türkiye Komünist Partisi adayı Zehra Güner Karaoğlu seçime katılmayacaklarını açıklayan partili adaylar olmuştur. Bağımsız adaylardan ise Aysel Tekerek, Hazer Oruç Kaya ve Özge Akman seçime katılmayacaklarını belirtmişlerdir.

YSK'nın 27 Mayıs 2019 tarihinde yayınladığı kesin aday listesine göre, seçime katılacak parti sayısı 4 olurken bağımsız aday sayısı 17 olmuştur. Kesin aday listesinde seçime katılacak olan partili adaylar şu

şekilde olmuştur: “AK Parti adayı Binali Yıldırım, CHP adayı Ekrem İmamoğlu, Saadet Partisi adayı Necdet Gökçınar ve Vatan Partisi adayı Mustafa İlker Yücel.”

Yenileme seçimine katılacağı açıklanan bağımsız adaylar ise şu şekildedir: “Dursun Ali Bacıoğlu, Vedat Öztürk, Ahmet Çördük, Muhammet Ali Canca, Mehmet Yıldız, Güldes Önkoyun, Hasan Atasoy Torun, Mehmet Ali Aydoğmuş, Lütfü Yılmaz, Seçkin İlker, Özkan Mustafa Küçükkural, Fatma Ragibe Kanıkuru Loğoğlu, Burhan Erol, Doğan Duman, Ali Rıza Kansız, Abdul Celil Gülalp, Burak Kadioğlu.”

Yenileme seçiminde oy pusulasında 21 farklı aday ismi görünecek olması, seçimin iki aday etrafında kutuplaşmasına engel olmamıştır. 31 Mart 2019 tarihinde gerçekleşen seçim sonuçları da bu durumu kanıtlar niteliktedir.

CHP adayı Ekrem İmamoğlu oyların yüzde 48,80’ini alırken, AK Parti adayı Binali Yıldırım yüzde 48,55’ini almıştır. Söz konusu iki adayın tüm oylardaki toplam oranı yüzde 97,35 olmuştur. Oyların geri kalan yüzde 2,65’lik kısmı ise 31 Mart 2019 tarihinde gerçekleşen seçime katılan partili adaylar ve bağımsız adaylar arasında dağılmıştır (Sözcü, 2019). Bu verilerden de hareketle, seçimin iki aday etrafında kutuplaştığını söylemek mümkündür.

### **2.2.2. Adayların Seçim Kampanyasındaki Değişiklikler**

6 Mayıs 2019 tarihinde YSK’nın seçimleri yenileme kalması üzerine iki adayın seçim kampanyalarında değişiklikler görülmeye başlanmıştır. Bu sebeple, Binali Yıldırım ve Ekrem İmamoğlu’nun 23 Haziran 2019 tarihinde gerçekleşecek olan yenileme seçimine yönelik olarak yürüttükleri yeni seçim kampanyaları incelenmiştir.

#### **2.2.2.1. Binali Yıldırım’ın Yeni Seçim Kampanyası**

AK Parti 9 Mayıs 2019 tarihinde İstanbul’da düzenlediği toplantıda, yenileme seçimine dair yeni stratejik kararlar almıştır. Seçim çalışmalarının genel merkez tarafınca yürütülmesi kararının alındığı toplantıda, partinin ilk hedefi sandığa gitmeyen seçmenler olarak belirlenmiştir. Söz konusu toplantı sırasında, partinin Merkez Yürütme Kurulu tarafından sandığı gitmeyen veya kararsız seçmenlerle ilgili yeni veriler paylaşılmıştır. Yüzde 5 sandığa gitmeyen ve yüzde 8 kararsız kalan seçmenin içerisinde AK Parti seçmenin oranının yüzde 70 olduğu belirtilmiştir. Sandığa gitmeyen seçmen sayısı 1.7 milyon seçmen olarak belirlenmiştir. “Küskün seçmen” olarak da adlandırılan bu seçmen grubunu, AK Parti’nin yeni seçim stratejisinde öncelik verilen grup olmuştur. Seçmenleri ikna etmek adına kapı kapı dolaşılması ve kampanya süresince kullanılan söylem dilinin yumuşatılması kararı alınmıştır. Söylem dilinin yumuşatılması, aslında daha kucaklayıcı ve kapsayıcı bir söylem dilinin benimsenmesi anlamına

gelmektedir. AK Parti Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan, partisinin teşkilatlarında görev alan isimlere YSK'nın verdiği kararın seçmenlere iyi anlatılması gerektiğini söylemiştir. Aynı zamanda, teşkilatına çeşitli uyarılarda da bulunmuştur. Bu uyarılar esnasında öne çıkan ifadelerinden biri şu şekilde olmuştur: “Eskort ve korumalarla vatandaş ile aranızda duvar örmeyin. 7-24 çalışacağız, gönüllere dokunacağız, birlikte hareket edin” (Karakış, Çelikkan, 2019).

AK Parti'nin strateji belirleme sürecinde, İstanbul'daki ilçe belediyelerinde aldığı oy ile büyükşehir belediye başkanlığı için aldığı oy arasındaki farklılık da üzerinde durulan konulardan biri olmuştur. AK Parti'ye yakın olmasına rağmen; oy kullanmayarak, boş oy atarak veya CHP'ye oy verdiğini düşünülen bir seçmen kitlesi olduğu belirlenmiştir. Bu seçmen grubuna yoğunlaşırken, “Mesajınızı 31 Mart'ta veriniz” söylemi üzerinden ilerleneceği kararlaştırılmıştır (CNN Türk, 2019).

Seçimin iptal edilme gerekçesinin seçmenlere iyi anlatılması gerektiği meselesi AK Parti'nin yeni seçim kampanyası stratejisinde önemli yer tutan bir diğer konu olmuştur. Partinin bu tutumu, Ekrem İmamoğlu'nun bu nedenden dolayı yaratabileceği “mağdur” algısının önüne geçmeyi amaçlamaktadır. Rakip adayın tanınırlığının süreç içerisinde beklenenden çok artması sebebiyle isminin kullanılması yerine “CHP adayı” ifadesinin kullanılması kararı da alınmıştır (Sayın, 2019).

Yeni seçim kampanyası stratejisinin oluşturulması süresince, parti içinde Binali Yıldırım'a yönelik olarak yapılan eleştirilerden biri seçmenle arasına mesafe koyması ve seçmene “dokunamaması” olmuştur. Rakip aday Ekrem İmamoğlu'nun halkla birebir diyalog kurma üzerinden kurduğu stratejisinin karşısında koruma ordusuyla gezen bir Binali Yıldırım yer almaktadır. Bu yüzden, AK Parti Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan seçimlerde yer alan parti yetkililerine seçmenle “birebir diyalog kurma” talimatı vermiştir. Yıldırım'ın özellikle kendisine daha az oy vermiş olan gruplarla bir araya gelerek yüz yüze iletişim stratejisine yönelmesi istenmiştir (Sayın, 2019).

Binali Yıldırım'ın yeni seçim kampanyasının öne çıkan özelliklerinden biri de kampanyanın adayı merkeze alarak kurgulanması olmuştur. 31 Mart 2019 seçimlerinde Recep Tayyip Erdoğan ön planda yer alırken, 23 Haziran 2019 seçimlerinde daha geri planda yer almıştır (Cumhuriyet, 2019). Çakır (2019), bu değişikliği “Binali Yıldırım geç de olsa ipleri eline aldı ya da geç de olsa ipler Binali Yıldırım'ın eline verildi” şeklinde yorumlamıştır.

Adayın yeni seçim kampanyası sürecinde kullandığı slogan da değişmiştir. Seçim sloganı olarak “Ne dediysek yaptık, yine biz yaparız” belirlenmiştir. Bu slogan ile birlikte, Yıldırım'ın siyasi kariyeri boyunca yaptığı çeşitli görevler esnasında katkıda bulunduğu projelere vurgu yapılmak istenmiştir.

**Görsel 8:** Binali Yıldırım'ın 23 Haziran 2019 İBB Başkanlığı Yenileme Seçimine yönelik yürütülen seçim kampanyasında kullanılan “Ne Dediyssek Yaptık Yine Biz Yaparız” afişi



Yeni slogan ile birlikte adayın seçim afişlerinde yeni bir tasarıma gidilmiştir. Yeni afişlerde, oy pusulasında AK Parti'ye “Evet” mührünün basıldığı görsele de yer verilmiştir. 31 Mart seçimleri için yürütülen seçim kampanyası afişlerinde yer almayan söz konusu görselin, yeni seçim kampanyasında afişlere eklenmesinde geçersiz oyların etkisinin olduğu da görülmektedir.

Yeni seçim kampanyasında Binali Yıldırım'a yöneltilen eleştirilerden biri verilen vaatlerle ilgili olmuştur. Önceki seçim kampanyasına göre daha somut vaatlerle seçmenin karşısına çıkan Yıldırım'ın, Ekrem İmamoğlu'nun vaatlerinde el yükselterek kendi vaatleriymiş gibi sunması eleştirilmiştir. Binali Yıldırım, yeni seçim kampanyasını yürütürken önceden yapmadığı birçok şeyi yapar hale gelmiştir. FOX TV'ye çıkması, İsmail Küçükkaya'nın moderatörlüğünde gerçekleşecek olan Ekrem İmamoğlu ile ortak canlı yayına katılmak istemesi, Kürt seçmenle daha yakın bir diyalog kurma çabası ve bu amaçla Diyarbakır'a gitmesi gibi adımlar bu duruma örnek olmaktadır (Çakır, 2019).

Binali Yıldırım, 23 Haziran yenileme seçimlerine yönelik olarak yürüttüğü yeni seçim kampanyası süresince daha pozitif ve kapsayıcı bir dil kullanmaya, vaatlerini ve icraatlarını ön plana çıkarmaya özen

göstermiştir. Partisinin yürütmüş olduğu negatif mesaj stratejisi üzerine kurulu seçim kampanyasından uzaklaşarak, pozitif mesaj stratejisinin izlendiği bir seçim kampanyasına geçiş yapmıştır.

#### **2.2.2.2. Ekrem İmamoğlu'nun Yeni Seçim Kampanyası**

Ekrem İmamoğlu'nun yeni seçim kampanyasında izleyeceği stratejinin ilk izlerini, seçimin yenilenmesi kararını alması üzerine yaptığı konuşmada bulmak mümkündür. 6 Mayıs 2019 tarihinde Beylikdüzü'nde gerçekleştirilen konuşma, çeşitli iletişim uzmanları tarafından bir “kırılma anı” olarak nitelendirilmiştir.

İmamoğlu'nun söz konusu konuşma esnasında vurgu yaptığı ilk noktalardan biri, toplumun farklı kesimlerinin bir araya gelebilmesi üzerine olmuştur. Bu noktada konuşmanın öne çıkan ifadeleri şu şekildedir: “Bizim meydanlarımızda sevgi var. Onlar bizden çatışma isteyecek. Kötü söz duymak isteyecek. Biz ısrarla bu milletin kavga etmesini istemeyen, bu milletin kucaklaşmasını isteyen insanlar olarak ısrarla kucaklaşacağız. (...) Biz ne dedik, AK Partili hemşerilerimin de oyunu istiyorum. MHP'li hemşerilerimin de oyunu istiyorum. HDP'li kardeşlerimin de oyunu istiyorum. Ben bütün siyasi partilere oy vermiş herkesin oyunu istiyorum. Hem de yürekten.”

Konuşmada vurgu yapılan ikinci noktanın ise 31 Mart gecesi olduğu görülmektedir. İmamoğlu'nun seçim gecesi ile ilgili öne çıkan ifadeleri şu şekilde olmuştur: “Kazandığımız bu seçimi 31 Mart akşamı elimizden almaya çalıştılar. Emeğimizi çalmaya çalıştılar. İşbirlikçisi Anadolu Ajansının utanmaz yöneticileri 12 saat bilgi paylaşmadılar, 12 saat. Belki de yüzyılın medya rezilliğini yaşattılar bize. (...) Belki canınız sıkkın ama umudunuzu yitirmeyin. Buradayız, asla vazgeçmeyin. (...) O gece demokrasimize ihanet etmek isteyenler gecenin bir vakti saat 22:00'de alelacele 3 bin oyla kazandık diye açıklama yaptılar. Tam bir komedi. Ben olsam yerinizde bir kahkaha atarım bunlara. Aynen öyle. Gülün. Bu adamların gülünecek hali var. (...) 31 Mart'tan sonra akıllarındaki tüm şeytanlıkları, akıllarındaki tüm şaibeli işleri kendileri kazanamayınca gerekçe olarak ürettiler. Her ürettikleri gerekçe çürüdü.”

İmamoğlu konuşması esnasında YSK ile ilgili ifadelere de yer vermiştir. İmamoğlu'nun YSK'ya hitaben söylediği cümleler şu şekildedir: “Ben Yüksek Seçim Kurulu'nu kınıyorum. Şimdi YSK açıklıyor, efendim neymiş sandık kurullarına olağanüstü itiraza göre seçimi iptal etmişmiş. Kardeşim aynı kurullarla geçen yıl Haziran seçimlerinde Cumhurbaşkanı seçtin. Aynı kurullarla referandum yaptın. Anayasa değişti. O zaman anayasa da şaibelidir. Cumhurbaşkanlığı seçimi de. Şaibeli olduğunu düşünmüyorsanız ki biz bizim İstanbul seçimlerinin anamın ak sütü kadar helal olduğunu biliyorum. Bu millet bizi seçmiştir.”

YSK ile ilgili ifadelerinin ardından, İmamoğlu'nun konuşmasının devamında yer alan cümleler yeni seçim kampanyası boyunca seçmenlerin büyük bir çoğunluğunun akıllarında en çok kalan ve

konusmasının en öne çıkan kısmı olmuştur. Söz konusu ifadeler şu şekildedir: “Yolumuz uzun, heyecanımız yüksek, gençliğimiz var! Biz adalete susamış demokrasiye inancı tam Türk gençliğiyiz. Bu millete, özgürlüklerine, demokrasisine kimse engel olamaz. Bu ülkede karar vericiler ‘gaflet, dalalet hatta ihanet içinde olabilirler’. Ama biz asla vazgeçmeyeceğiz.”

Süreçteki haklılığını anlatmak adına seçmenlerden yardım isteyen İmamoğlu’nun konuyla ilgili şu ifadelere yer vermiştir: “Ben özellikle siyasi geçmiş, siyasi düşüncesi ne olursa olsun bütün İstanbullu dostlarımdan ellerini vicdanlarına koyup düşüncelerini istiyorum. Lütfen bu süreçte benim hemşerilerim demokrasi adına herkese haklılığımızı anlatsınlar. Buradan sesleniyorum. Efendim sanatçıymış konuşamazmış; konuşacak. Efendim iş insanıymış, konuşamazmış; konuşacak. Artık konuşma vakti.”

İmamoğlu’nun 23 Haziran yenileme seçimine yönelik olarak yürüttüğü seçim kampanyasında “israf” oldukça önemli bir konu olarak görülmüş ve stratejinin bu kelime etrafında geliştirilmesi kararı alınmıştır (Özkan, 2019: 188). Beylikdüzü’nde gerçekleştirdiği konuşma esnasında İmamoğlu israf konusuyla ilgili şu ifadelere yer vermiştir: “Ben niye kabul görmedim söyleyeyim mi size? (...) Artık Büyükşehirde israf yok dedim. 15 günde elde ettiğimiz bilgilerle, alacağımız tedbirlerle sizin haklarınızı koruyacağımı bildiğim için israfa artık izin yok dedim. Onun için beğenmediler. Ne dedim? Artık kişilere, gruplara, partilere, derneklere, vakıflara, cemaatlere yer yok dedim.”

Yeni seçim kampanyasının en öne çıkan sloganı “Her şey çok güzel olacak!” konuşmanın devamında yer alan ifadelerden biri olmuştur. İmamoğlu’nun “umut” vurgusu ile birlikte yeni seçim sloganına yer verdiği ifadeler şu şekildedir: “Her şey çok güzel olacak. Sakın gülen yüzünüzü kaybetmeyin. Sakın yüreğinizdeki umudu kaybetmeyin. Umut burada! (...) Ben kendimi ve bu mücadelemi de sizlere emanet ediyorum. (...) Başaracağız ve hep birlikte göreceksiniz. Her şey çok güzel olacak.”

İmamoğlu’nun Beylikdüzü konuşmasında yer alan “Her şey çok güzel olacak” cümlesi ile birlikte “israf” ve “umut” vurguları, adayın yeni seçim kampanyası döneminde seçim sloganlarında kullanılmıştır. Seçim kampanyasında yer alan afişler de yeni sloganlara uyarlanarak tekrar tasarlanmıştır.

“Her şey çok güzel olacak” sloganının çıkış tarihi, Ekrem İmamoğlu’nun Beylikdüzü’nde gerçekleştirdiği konuşmadan öncesine dayanmaktadır. İmamoğlu’nun İstanbul’da sürdürdüğü seçim çalışmaları sırasında, Berkay Gezgin isimli bir çocuğun otobüse yaklaşarak “Ekrem abi, her şey çok güzel olacak” demesiyle birlikte slogan haline gelme süreci başlamıştır (Cumhuriyet, 2019). Sonrasında, Ekrem İmamoğlu’nun 6 Mayıs 2019 tarihinde yaptığı konuşma sırasında cümleyi tekrar kullanması ile birlikte yeni seçim kampanyasının en çok öne çıkan sloganı haline gelmiştir.

**Görsel 9:** Ekrem İmamoğlu’nun 23 Haziran 2019 İBB Başkanlığı Yenileme Seçimine yönelik yürütülen seçim kampanyasında kullanılan “Her şey çok güzel olacak” afişi



Ekrem İmamoğlu’nun yeni seçim kampanyasında öne çıkan sloganlardan biri de “İsraf düzeni son bulacak” olmuştur. 22 Mayıs 2019 tarihinde düzenlenen Kampanya Koordinasyon Toplantısı’nda yaptığı konuşmada “israf düzeni” ile ilgili şu ifadelerle yer vermiştir: “Bu israf düzeninin faturasını her gün ailesini geçindirmek için çırpınan 16 milyon İstanbullu ödüyor. Bütçe açığı 5 yılda 20 kat arttı. Hiç kuşkunuz olmasın bu israf düzenini hep birlikte değiştireceğiz. İBB bir avuç insanın malı mülkü değil. Bizler İstanbul ittifakıyız, içinde herkes var, bizler AK Parti, MHP, HDP, BBP, DYP, TKP seçmeniyiz, kurdukları yağma düzenini değiştireceğiz” (Independent Türkçe, 2019).

**Görsel 10:** Ekrem İmamoğlu’nun 23 Haziran 2019 İBB Başkanlığı Yenileme Seçimine yönelik yürütülen seçim kampanyasında kullanılan “16 Milyon Kazanacak” afişi



İlk seçim kampanyası döneminde “İmamoğlu Varsa Çözüm Var” sloganı, yeni seçim kampanyasında “İmamoğlu Varsa Umut Var” şeklinde değişim geçirmiştir. Kampanyanın yeni stratejisine uygun olarak “umut” vurgusu da sloganlarda yer almıştır. Tasarlanan görsellerde, İmamoğlu’nun eliyle kalp yaptığı bir fotoğrafı kullanılmıştır.

**Görsel 11:** Ekrem İmamoğlu’nun 23 Haziran 2019 İBB Başkanlığı Yenileme Seçimine yönelik yürütülen seçim kampanyasında kullanılan “İmamoğlu Varsa Umut Var” afişi



Ekrem İmamoğlu’nun yeni seçim kampanyasında haksızlığa uğradığını söyleyen fakat bunu negatif mesaj stratejisi üzerinden anlatmayan bir aday profili görülmektedir. İmamoğlu, 23 Haziran yenileme seçimlerinde de İstanbul’a odaklı bir seçim kampanyası süreci yürütmeye devam etmiştir.

YSK’nın seçimin yenilenmesi kararını alması, İmamoğlu’nun lehine bir mağduriyet algısı yaratmıştır (Bağce, 2019). Fakat İmamoğlu mağduriyet söylemini kendisi üzerinden kurmak yerine, YSK’nın aldığı kararla birlikte İstanbul’da yaşayan 16 milyon insanın mağdur edildiğini vurgulamıştır. Bu durum da, İmamoğlu’nun “biz” ve “onlar” şeklinde kurgulanan kutuplaştırıcı dilin karşısında daha kapsayıcı bir dille konum aldığını göstermektedir.

17 Nisan 2019 – 6 Mayıs 2019 tarihleri arasındaki 18 günlük İBB Başkanlığı dönemi, yeni seçim kampanyasının yürütüldüğü süreçte İmamoğlu’nun elini güçlendiren unsurlardan biri haline gelmiştir. Vaatleri arasında yer alan indirimli ulaşım ve su ile ilgili bu süreç içerisinde adımlar atmaya başlamıştır. Öğrenci ulaşım kartlarının aylık ücretini 50 TL’ye indirme vaadiyle ilgili olarak da İBB Meclis Toplantısı’nda teklif sunmuştur. İmamoğlu’nun teklifi üzerine, AK Partili meclis üyeleri ücreti 40 TL yapma önerisini sunmuşlardır. Ayrıca, Halk Ekmek tarafından satılan Ramazan pidelerine zam yapılmayacağını açıklamıştır (T24, 2019). İBB Başkanı olarak görev yaptığı 18 günlük süreç, seçmene vaatlerinin uygulanabilir olduğunu gösterebilmesi adına önem taşımaktadır (Bağce, 2019).

### 2.2.3. Seçim Günü ve Seçim Sonuçları

23 Haziran 2019 tarihinde yapılan İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Yenileme Seçiminde oy kullanma işlemleri saat 17.00’de son bulmuştur. Sandıkların kapanmasından ve oy sayım işlemlerinin başlamasının ardından, Anadolu Ajansı seçim sonuçlarıyla ilgili veri akışının saat 19.30’da başlayacağına dair açıklama yayınlamıştır. Anadolu Ajansı’nın yaptığı açıklamadan kısa bir süre sonra, YSK İBB Başkanlığı Yenileme Seçimine ilişkin yayın yasağının saat 19:15’te kalkacağını bildirmiştir.

Anadolu Ajansı’nın sandıkların yüzde 95’inin açıldığını belirterek girdiği ilk verilere göre; Ekrem İmamoğlu’nun oyu yüzde 53.68, Binali Yıldırım’ın oyu ise yüzde 45.39 olarak açıklanmıştır. Sonuçların açıklanmasının ardından, Yıldırım seçim sonuçları ile ilgili açıklama yapan ilk aday olmuştur. Açıklamasında şu ifadelere yer vermiştir: “Şu an itibariyle seçimleri rakibim Ekrem İmamoğlu önde götürmektedir. Kendisini tebrik ediyorum. Başarılar diliyorum.”

Binali Yıldırım’ın ardından basın açıklaması yapan Ekrem İmamoğlu’nun konuşmasından öne çıkan ifadeler şu şekilde olmuştur: “Bugün 16 milyon İstanbullu demokrasiye olan inancımızı, adalete olan güvenimizi tazelemiştir. Bunu yalnız bana oy verenler değil, seçimleri büyük olgunluk ve sükunet içinde geçiren bütün vatandaşlarımız sağlamıştır. Her birine yürekten teşekkür ediyorum.” Konuşmasının devamında “haksızlık” vurgusuna da yer veren İmamoğlu, konuyla ilgili olarak şu ifadeleri kullanmıştır: “Bu millet yapılan haksızlığın hesabını o tanımladığım gibi bir avuç insana kesmiştir. Bu İstanbul’da bir sayfa kapandı yeni bir sayfa açıldığı anlamına gelmiyor. İstanbul’da yeni bir başlangıç anlamına geliyor. İstanbul’da adalet, eşitlik, hoşgörü olacak; israf, şatafat, kibir ve ötekileştirme bitecek.”

Anadolu Ajansı’nın açılan sandık oranının yüzde 99.37 olduğunu belirterek yayınladığı verilere göre; Ekrem İmamoğlu’nun oyu yüzde 54.03, Binali Yıldırım’ın oyu yüzde 45.09 olarak açıklanmıştır. Kesin sonuçlara en yakın olan verinin de gelmesiyle birlikte Ekrem İmamoğlu’nu tebrik eden isimlerin sayısı hızla artmaya başlamıştır. Saadet Partisi’nin İBB Başkanlığı adayı Saadet Gökçınar da, Twitter hesabı üzerinden yaptığı açıklamayla birlikte Ekrem İmamoğlu’na başarılar dilemiştir. İmamoğlu’nu tebrik eden bir diğer isim ise Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı ve AK Parti Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan olmuştur. Twitter hesabı üzerinden yaptığı açıklamada Erdoğan şu ifadelere yer vermiştir: “İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı yenileme seçimi sonuçlarının İstanbul’umuz için hayırlara vesile olmasını diliyorum. Milli irade bugün bir kez daha tecelli etmiştir. Gayrı resmi sonuçlara göre seçimi kazanan Ekrem İmamoğlu’nu tebrik ediyorum.”

YSK Başkanı Sadi Güven, seçime yönelik yaptığı ilk açıklamada itiraz süreçleri bittikten sonra mazbatanın hak edene teslim edileceğini vurgulamıştır. Ekrem İmamoğlu, Beylikdüzü’nde yaptığı konuşma sırasında şu ifadeleri kullanmıştır: “İstanbul İttifakı’na teşekkür ediyorum. İstanbul İttifakı’nda

herkes var, HDP'li, Saadet Partisi, AK Partili kardeşlerim var. Partiler hizmet için araçtır. Her zaman söyledik; asıl olan millettir ve dolayısıyla millet üstündür. Egemenlik kayıtsız şartsız millettir.

Hepinize söz veriyorum, çok çalışacağız. İstanbul'da seferberlik başlatacağız. İstanbul'u hep birlikte ayağa kaldıracağız.”

YSK tarafından açıklanan İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Yenileme Seçiminin sonucuna göre; oyların yüzde 54.22'sini Cumhuriyet Halk Partisi, yüzde 45'ini Adalet ve Kalkınma Partisi, yüzde 0,55'ini Saadet Partisi, yüzde 0,16'sını Vatan Partisi, yüzde 0,08'ini bağımsız adaylar almıştır (YSK, 2019).

Ekrem İmamoğlu'na ikinci mazbatası, 27 Haziran 2019 tarihinde İl Seçim Kurulu tarafından teslim edilmiştir. Mazbatasını teslim almasının ardından, İBB'nin Saraçhane'de yer alan binasına giderek görevi İstanbul Valisi Ali Yerlikaya'dan almıştır.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 31 MART VE 23 HAZİRAN İSTANBUL YEREL SEÇİM KAMPANYALARINDA YAZILI BASININ TUTUMU

Araştırmanın bu bölümünde, yazılı basının 31 Mart ve 23 Haziran İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçimleri sürecinde adaylara ve adayların seçim kampanyalarına dair aldığı tutum incelenmiştir. İncelenen dönem, seçim sürecinin kendine has özellikleri sebebiyle 3 alt döneme bölünmüştür. 1 Ocak – 31 Mart 2019, 1 Nisan – 6 Mayıs 2019 ve 7 Mayıs – 30 Haziran 2019 tarihleri arasındaki dönemlerde yayınlanan haberler gazeteler arasındaki dağılımlarına ve tutumlarına göre analiz edilmiştir. Ardından gazetelerin üç dönem içerisinde yayınlanan haberlerine ilişkin karşılaştırmalı genel bulgulara yer verilmiş ve seçim kampanyası sürecinde İBB Başkanlığı seçimi adayları hakkında yayınlanan haberlerin başlıkları, haber metinlerinde yer alan tutumlar göz önüne alınarak incelenmiştir.

#### 3.1. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE YÖNTEMİ

Bu çalışmanın amacı 31 Mart 2019 ve 23 Haziran 2019 İstanbul yerel seçim kampanyalarında yazılı basının nasıl bir rol oynadığını ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda, 31 Mart 2019 Mahalli İdareler Genel Seçimleri kapsamında İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimi ile 23 Haziran 2019 İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Yenileme Seçimine dair Türkiye Cumhuriyeti’nde yayınlanan ulusal gazetelerin manşet ve sürmanşet haberlerine içerik analizi uygulanmıştır.

İçerik analizi sistematik, objektif ve nicel bir araştırma yöntemidir. Sistematik olması, analiz edilecek olan içeriğin belirgin ve tutarlı bir kurallar bütünü ile seçildiği anlamına gelmektedir. Objektif olması, araştırmayı yapan kişinin kendi düşünce ve ön yargılarının analiz sürecine etki etmediğini ifade etmektedir. Nicel olması ise bir mesajlar bütünü’nün doğru bir şekilde anlaşılması ve sunulmasına işaret eder (Wimmer, Dominick, 2014: 159-160).

İçerik analizi yöntemi, “ikinci bir okuma” olarak da adlandırılabilir. Çünkü bir içeriğin ilk bakışta algılanan katmanından daha geriye giderek kolayca görünmeyen kısmını ortaya çıkarmayı amaçlar. İçerik analizi dört aşamadan oluşmaktadır. İlk aşama, araştırmanın amaçlarını belirlemektir. İkinci aşama, araştırmada analiz edilecek örneklemin oluşturulmasıdır. Üçüncü aşamada örneklem kayıt birimlerine bölünerek bu birimlerin hangi kategoriler altında inceleneceği saptanır. İlgili kayıt birimlerinin ve kategorilerin frekans analizleri nicel olarak belirlendikten sonra; değerlendirme, çıkarsama ve yorumlama olarak adlandırılan dördüncü aşama tamamlanır (Bilgin, 2014: 1).

Çalışma kapsamında ilk olarak araştırmanın amaçları belirlenmiştir. İkinci olarak, kaynak toplama aşamasına geçilmiştir. Kaynak toplama sürecinde 16 ulusal gazetenin ilk sayfalarına, İstanbul şehrinde

yayınlanan yerel gazetelere ve İBB tarafından yayınlanan İstanbul Bülteni'nin ilgili seçim dönemi içerisinde yayınlanan sayılarına ulaşılmıştır. Üçüncü olarak, araştırmanın sınırlılıkları çerçevesinde araştırmanın evren ve örneklemini oluşturma aşamasına geçilmiştir.

Araştırmanın evrenini Türkiye'de yayınlanan ulusal gazeteler oluşturmaktadır. Örneklem olarak Sözcü, Cumhuriyet, Hürriyet, Milliyet, Sabah ve Yeni Şafak gazeteleri seçilmiştir. Örneklemin seçiminde ilgili gazetelerin tirajlarının yanı sıra yayın politikalarında etkili olan ideolojik çizgileri de dikkate alınmıştır.

Araştırmanın örneklemini oluşturan gazetelerin internet kaynakları üzerinden erişilemeyen ilk sayfaları, İstanbul Çağaloğlu Basın Müzesi'nin arşiv kaynaklarından yararlanılarak incelenmiştir. Cumhuriyet gazetesinin 3 Şubat 2019 tarihli sayısına, Yeni Şafak gazetesinin 3 Şubat 2019 ve 18 Nisan 2019 tarihli sayılarına, Sabah gazetesinin ise 12 Mart 2019, 23 Mart 2019 ve 29 Mart 2019 tarihli sayılarına erişilemediğinden ilgili günler örnekleme dahil edilmemiştir.

Araştırmanın örneklemini oluşturan gazetelerin, 1 Ocak – 30 Haziran 2019 tarihleri arasında yayınlanmış olan toplam 1086 sayısı incelenmiştir. Gazetelerin birinci sayfalarında; 31 Mart 2019 Mahalli İdareler Genel Seçimleri ve 31 Mart 2019 İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimi ile 23 Haziran 2019 İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Yenileme Seçimine ilişkin manşet ve sürmanşetlerinde yer alan haberler tespit edilmiştir. Gazetelerin manşet ve sürmanşetlerinde ilgili kriterlere uyan 714 haber yayınlandığı anlaşılmıştır.

Tespit edilen her haber için; (1) Haberin Tarihi, (2) Haberin Başlığı, (3) Haberin Tutumu (Aleyhine-Lehine-Tarafsız), (4) Haberin Kodu (Yerel Seçim – İBB Başkanlığı Seçimleri), (5) Haberin Yeri (Manşet-Sürmanşet) ve (6) Habere Konu Olan Siyasi Aktör & Olay şeklinde kategoriler oluşturulmuştur. Analiz edilen haberlerle ilgili birimler kategorilerin altına işlenerek, tüm veriler dijital bir indeks haline getirilmiştir.

31 Mart 2019 Mahalli İdareler Seçimlerinde büyükşehir belediyesi seviyesinde YSK'nın iptal kararı verdiği tek seçim İBB Başkanlığı seçimi olmuş ve 23 Haziran 2019 tarihinde seçimlerin yenilenmesine karar verilmiştir. Süreci daha iyi analiz edebilmek adına 6 aylık süreç 3 döneme bölünmüştür. Seçimin YSK tarafından açıklanan resmi başlangıç tarihi 1 Ocak 2019'dan 31 Mart 2019'a kadar olan birinci süreç ilk kampanya dönemi, 1 Nisan 2019'dan 6 Mayıs 2019'a kadar olan ikinci süreç seçim sonuçlarına itiraz dönemi, 7 Mayıs 2019'dan 30 Haziran 2019 tarihine kadar olan dönem ise yeni seçim kampanyası dönemi olarak belirlenmiştir. Son olarak, elde edilen bulguların yorumlanması ve değerlendirilmesi aşamasına geçilmiştir.

Bu çalışmada şu sorulara yanıt aranmıştır:

- 1 Ocak – 30 Haziran 2019 tarihleri arasında ulusal gazetelerin manşet ve sürmanşetlerinde 31 Mart Yerel Seçimleri kapsamında İBB Başkanlığı Seçimi ve 23 Haziran İBB Başkanlığı Yenileme Seçimi ile ilgili kaç tane haber yayımlanmıştır?
- İBB Başkanlığı Seçimleri ile ilgili haberlerin yerel seçime oranla gündemdeki yeri ne kadar olmuştur?
- Ulusal gazeteler 31 Mart 2019 İBB Başkanlığı Seçimi ve 23 Haziran 2019 İBB Başkanlığı Yenileme Seçimi süreçlerinde haberlerde hangi siyasi aktör ve olaylara yer vermiştir?
- Seçim sürecindeki siyasal aktörler ve olaylar hakkında aleyhine, lehine ve tarafsız olarak tutum alan haberlerin sayısı nedir? Bu haberlerin gazeteler arasındaki dağılımı nasıl olmuştur?
- İBB Başkanlığı'na aday olan isimlerin kampanyalarını gazeteler ne şekilde yansıtmıştır? Kampanya süreçlerinde adaylar hakkında alınan haber tutumları nasıl olmuştur?

### 3.2. 1 OCAK – 31 MART 2019 DÖNEMİNDEKİ GAZETE HABERLERİNİN İÇERİK ANALİZİ

Araştırmanın ilk dönemini seçimlerin resmi olarak başlangıç tarihi olan 1 Ocak 2019'dan, seçim günü 31 Mart 2019'a kadar olan 90 günlük süre oluşturmuştur. Bu süreç içerisinde, altı gazetede seçim süreci ile ilgili olarak yayınlanan haberler içerik analizi yöntemine tabi tutularak incelenmiştir.

#### 3.2.1. Araştırma Kapsamındaki Gazete Haberlerine İlişkin Genel Bulgular

İncelenen dönem içerisinde Cumhuriyet, Hürriyet, Milliyet, Sabah, Sözcü ve Yeni Şafak gazetelerinin manşet ve sürmanşetlerinde seçim süreci ile ilgili olarak toplam 300 haber yer almıştır.

**Tablo 1:** Gazetelerin Manşetlerinde Seçimlerle İlgili Haberlerin Sayısı (1 Ocak – 31 Mart 2019)

| Gazete Adı        | Manşet     | Sürmanşet  | TOPLAM     |
|-------------------|------------|------------|------------|
| <b>Cumhuriyet</b> | 42         | 20         | 62         |
| <b>Hürriyet</b>   | 2          | 2          | 4          |
| <b>Milliyet</b>   | 8          | 1          | 9          |
| <b>Sabah</b>      | 48         | -          | 48         |
| <b>Sözcü</b>      | 45         | 17         | 62         |
| <b>Yeni Şafak</b> | 43         | 72         | 115        |
| <b>TOPLAM</b>     | <b>188</b> | <b>112</b> | <b>300</b> |

Bu dönem içerisinde seçim haberlerine manşette en çok yer veren 48 haber sayısı ile Sabah gazetesi olmuştur. Daha sonra sırasıyla; 45 haber sayısı ile Sözcü gazetesi, 43 haber sayısı ile Yeni Şafak gazetesi, 42 haber sayısı ile Cumhuriyet gazetesi, 8 haber sayısı ile Milliyet gazetesi ve 2 haber sayısı ile Hürriyet gazetesi seçim haberlerine manşette yer vermişlerdir. Tablo 1'de yer alan veriler

incelendiğinde, sürmanşette yer bulan haber sayılarıyla birlikte sıralamanın değiştiği görülmektedir. Seçim haberlerine sürmanşette en çok yer veren 72 haber sayısıyla Yeni Şafak gazetesidir. Yeni Şafak gazetesinin ardından, 20 haber sayısıyla Cumhuriyet gazetesi gelmektedir. Daha sonra sırasıyla; 17 haber sayısıyla Sözcü gazetesi, 2 haber sayısıyla Hürriyet gazetesi, 1 haber sayısıyla Milliyet gazetesi seçim haberlerine sürmanşette yer vermişlerdir. Sabah gazetesinin sürmanşetinde seçim ile ilgili haber yer almamıştır. Manşet ve sürmanşette yer alan toplam haber sayısına bakıldığında; 115 haber sayısıyla Yeni Şafak gazetesinin seçim haberlerine en çok yer veren gazete olduğu görülmektedir. Hürriyet gazetesi, 4 haber sayısıyla seçim haberlerine manşet ve sürmanşetlerinde en az yer veren gazete olmuştur.

**Tablo 2:** Gazetelerin Manşetlerinde Yerel Seçim ve İBB Başkanlığı Seçimi ile İlgili Haberlerin Dağılımı (1 Ocak – 31 Mart 2019)

| Gazete Adı        | Manşet ve Sürmanşette Yer Alan Haberlerin Dağılımı |                       |
|-------------------|----------------------------------------------------|-----------------------|
|                   | Yerel Seçim                                        | İBB Başkanlığı Seçimi |
| <b>Cumhuriyet</b> | 48                                                 | 11                    |
| <b>Hürriyet</b>   | 3                                                  | 1                     |
| <b>Milliyet</b>   | 4                                                  | 2                     |
| <b>Sabah</b>      | 35                                                 | 2                     |
| <b>Sözcü</b>      | 50                                                 | 8                     |
| <b>Yeni Şafak</b> | 88                                                 | 11                    |
| <b>TOPLAM</b>     | <b>228</b>                                         | <b>35</b>             |

Analiz edilen 300 haber; ilk olarak 31 Mart Yerel Seçimleri ve İBB Başkanlığı Seçimi ile ilgili olanlar şeklinde iki kategori altında incelenmiştir. Tablo 2'nin verileri incelendiğinde, 1 Ocak – 31 Mart 2019 tarihleri arasında gazetelerde ağırlıklı olarak 31 Mart Yerel Seçimleri hakkında haberlerin yer aldığı görülmektedir. Gazetelerin manşet ve sürmanşetlerindeki 228 haber yerel seçimlerle ilgili olurken, 35'i İBB Başkanlığı Seçimi ile ilgili olmuştur. 11 haber sayısıyla, bu dönem içerisinde manşet ve sürmanşetlerinde İBB Başkanlığı seçimine en çok yer veren iki gazetenin Cumhuriyet ve Yeni Şafak olduğu görülmektedir.

**Tablo 3:** Gazetelerin Manşetlerinde Seçimlerle Dolaylı Olarak İlgili Haberlerin Sayısı (1 Ocak – 31 Mart 2019)

| Gazete Adı | Seçimlerle Dolaylı Olarak İlgili Haberler |
|------------|-------------------------------------------|
| Cumhuriyet | 3                                         |
| Hürriyet   | -                                         |
| Milliyet   | 3                                         |
| Sabah      | 11                                        |
| Sözcü      | 4                                         |
| Yeni Şafak | 16                                        |
| TOPLAM     | 37                                        |

31 Mart Yerel Seçimleri ve İBB Başkanlığı Seçimi ile ilgili olanlar haricinde, seçim süreciyle dolaylı olarak ilgili olan haberler de gazetelerin manşet ve sürmanşetlerinde yer almıştır. 1 Ocak – 31 Mart 2019 tarihleri arasındaki dönemde, seçimle dolaylı olarak ilgili olan haberlerin toplam sayısı 37 olmuştur. Tablo 3’de yer alan veriler incelendiğinde, dolaylı haberlere manşet ve sürmanşetlerinde en çok yer veren gazetenin Yeni Şafak olduğu görülmektedir. Seçimle dolaylı olarak ilgili olan haberlerin konularını tanzim satışlar, Yeni Zelanda saldırısı, Recep Tayyip Erdoğan’ın katıldığı AK Parti aday tanıtım toplantıları ve seçim mitingleri oluşturmaktadır. Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı ve AK Parti Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın katıldığı bazı toplantı ve mitinglerin dolaylı olarak kodlanmasının sebebi haberlere konu olan kısımların seçim gündemi dışında olması ve Türkiye gündemini ilgilendiren konular olmasıdır. Fakat ilgili konuşmalar, seçim kampanyası sürecine dahil olan aday tanıtım toplantıları ve seçim mitinglerinde gerçekleştirildiği için seçimle dolaylı olarak ilgili haberler arasında yer almıştır.

### 3.2.2. Haberlerin Tutumları

1 Ocak – 31 Mart 2019 tarihleri arasında gazetelerin manşet ve sürmanşetlerde yer alan toplam 300 haber, tutumlarına ilişkin olarak üç gruba ayrılmıştır. Söz konusu dönem içerisinde yayınlanan 300 haberin 152’sinin aleyhte, 120’sinin lehte, 28’inin ise tarafsız tutum aldığı görülmektedir.

**Tablo 4:** Gazetelerin Manşetlerindeki Haberlerin Tutumlarına Göre Dağılımı (1 Ocak – 31 Mart 2019)

| Gazete Adı | Aleyhine | Lehine | Tarafsız |
|------------|----------|--------|----------|
| Cumhuriyet | 44       | 9      | 9        |
| Hürriyet   | 1        | 1      | 2        |
| Milliyet   | -        | 4      | 5        |
| Sabah      | 29       | 19     | -        |
| Sözcü      | 30       | 25     | 7        |

|                   |            |            |           |
|-------------------|------------|------------|-----------|
| <b>Yeni Şafak</b> | 48         | 62         | 5         |
| <b>TOPLAM</b>     | <b>152</b> | <b>120</b> | <b>28</b> |

Tablo 4’te yer alan veriler incelendiğinde, en çok aleyhte habere yer veren gazetenin 48 haber sayısı ile Yeni Şafak olduğu görülmektedir. Yeni Şafak’ın ardından sırasıyla aleyhte habere yer veren gazeteler şu şekilde olmuştur; Cumhuriyet (44), Sözcü (30), Sabah (29), Hürriyet (1). Milliyet gazetesinde aleyhte haber yer almamıştır. En çok lehte habere yer veren gazete de 62 haber sayısı ile Yeni Şafak gazetesi olmuştur. Yeni Şafak’ın ardından lehte habere yer veren gazeteler şu şekilde sıralanmıştır; Sözcü (25), Sabah (19), Cumhuriyet (9), Milliyet (4) ve Hürriyet (1).

Tarafsız tutum alan haberlerin gazeteler arasındaki dağılımı incelendiğinde, diğer gazetelere göre daha fazla tarafsız tutum alan haber sayısı Cumhuriyet gazetesinde görülmektedir. Cumhuriyet gazetesinin ardından 7 haber sayısı ile Sözcü gazetesi gelmektedir. Milliyet ve Yeni Şafak gazeteleri 5 haber sayısı ile eşit sayıda tarafsız tutum alan habere manşet ve sürmanşetlerinde yer vermişlerdir. Hürriyet gazetesinde tarafsız tutum alan haberlerin sayısı 2 olmuştur. Sabah gazetesinde hiç tarafsız tutum alan haber yayınlanmamıştır.

Altı gazetede yer alan haberlerin toplam dağılımına bakıldığında, haberlerde büyük oranda aleyhte tutum alındığı saptanmıştır. 1 Ocak – 31 Mart 2019 tarihleri arasında yayınlanan 300 haberin 152’sinin aleyhte tutum alması bu durumu kanıtlar niteliktedir. 300 haberin 120’si ise lehte tutum almıştır. Aleyhte ve lehte haberlerin karşısında tarafsız tutum alan haberlerin sayısı oldukça düşük kalmıştır. Tablo 4’deki veriler incelendiğinde, yazılı basının ilgili dönem içerisinde tarafsız bir yayın politikası izlemediğini söylemek mümkündür.

### 3.2.3. Haberlere Konu Olan Aktörler Hakkındaki Tutumlara İlişkin Bulgular

Gazetelerin ilgili seçim döneminde aleyhte, lehte veya tarafsız tutum olarak yayınladığı haberlerin hangi aktörler hakkında olduğu yazılı basının süreçteki rolünü analiz edebilmek adına büyük önem taşımaktadır. Bu sebep dolayısıyla, haberlerin hangi aktör ya da olaylar hakkında aleyhte, lehte ya da tarafsız tutum aldığı tespit edilerek aynı tutuma sahip haberlerin sayısı belirlenmiştir.

Hazırlanan tablolarda; devlet kurumları, devlet görevlileri, ittifaklar, siyasi partiler, parti liderleri ve partilerin İstanbul Büyükşehir Belediyesi başkan adayları sadece kendi isimleri kullanılarak ilgili kategorilere işlenmiştir. Partilerin İstanbul Büyükşehir Belediyesi başkan adayları dışındaki aday ya da kurmaylarının isimlerinin yanına hangi partiden olduğu belli olacak şekilde partisinin ismi parantez içine alınarak yazılmıştır. Haber bir belediyeyle ilgili ise, haberin konu aldığı dönem içerisinde ilgili belediye hangi siyasal parti tarafından yönetiliyorsa o siyasal partinin ismi belediyenin yanına parantez

içinde eklenmiştir. Haber birden fazla kişi, siyasi parti ya da kurum hakkında yapılmışsa ilgili aktörlerin arasına "&" işareti yerleştirilmiştir.

**Tablo 5:** Cumhuriyet Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (1 Ocak – 31 Mart 2019)

| <b>Aktör ve Olaylar</b>      | <b>Aleyhine</b> | <b>Lehine</b> | <b>Tarafsız</b> | <b>TOPLAM</b> |
|------------------------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| 31 Mart Yerel Seçimleri      | -               | -             | 3               | 3             |
| AK Parti                     | 15              | -             | -               | 15            |
| Beykoz Belediyesi (AK Parti) | 1               | -             | -               | 1             |
| Binali Yıldırım              | 3               | -             | -               | 3             |
| CHP                          | 2               | 1             | 4               | 7             |
| Cumhur İttifakı              | 3               | -             | -               | 3             |
| Ekrem İmamoğlu               | -               | 2             | -               | 2             |
| İBB (AK Parti)               | 4               | -             | -               | 4             |
| Kemal Kılıçdaroğlu           | -               | 1             | -               | 1             |
| Mansur Yavaş (CHP)           | -               | 1             | 1               | 2             |
| Mehmet Özhasseki (AK Parti)  | 1               | -             | -               | 1             |
| Millet İttifakı              | -               | -             | 1               | 1             |
| Mustafa Bozbey (CHP)         | -               | 1             | -               | 1             |
| Recep Tayyip Erdoğan         | 8               | -             | -               | 8             |
| Tanzim Satışlar              | 1               | -             | -               | 1             |
| Tunç Soyer (CHP)             | -               | 3             | -               | 3             |
| YSK                          | 5               | -             | -               | 5             |
| YSK & AK Parti               | 1               | -             | -               | 1             |

Cumhuriyet gazetesinde 1 Ocak – 31 Mart 2019 tarihleri arasında 11 farklı kişi, kurum ya da olay hakkında aleyhine tutum alan haber yapılmıştır. Bu haberlerin toplam sayısının 44 olduğu görülmektedir. Hakkında en çok aleyhine tutum alan habere yer verilen aktör, 15 haber sayısı ile AK Parti olmuştur. AK Parti'den sonra, 8 haber sayısı ile Recep Tayyip Erdoğan gelmektedir. Tablo 5'te yer alan veriler incelendiğinde, Cumhuriyet gazetesinde yer alan aleyhte haberlerin çoğunluğunun AK Parti ile ilişkili olduğu görülmektedir. Fakat söz konusu gazetede, aleyhine tutum alınan tek siyasal parti AK Parti olmamıştır. Haber sayısı AK Parti ile karşılaştırıldığında düşük olmakla birlikte, CHP'nin aleyhine tutum alan 2 haber gazetenin manşet ve sürmanşetlerinde yer almıştır. Söz konusu dönem içerisinde, Cumhuriyet gazetesinde 6 farklı kişi, kurum ya da olay hakkında lehine tutum alan haber yapılmış ve bu haberlerin toplam sayısı 9 olmuştur. Hakkında en çok lehine tutum alan habere yer verilen aktör, 3 haber sayısı ile CHP'nin İzmir Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Tunç Soyer olmuştur. Tablo 5'de yer alan veriler incelendiğinde, Cumhuriyet gazetesinde yer alan lehte haberlerin hepsinin CHP ile ilişkili olduğu görülmektedir.

Cumhuriyet gazetesinde 1 Ocak – 31 Mart 2019 tarihleri arasında 4 farklı kişi, kurum ya da olay hakkında tarafsız tutum alan haber yapılmış ve bu haberlerin toplam sayısı 9 olmuştur. Hakkında en çok tarafsız tutum alan habere yer verilen aktör, 4 haber sayısı ile CHP olmuştur. CHP’nin ardından, 3 haber sayısı ile 31 Mart Yerel Seçimleri hakkında yapılan haberler gelmektedir.

**Tablo 6:** Hürriyet Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (1 Ocak – 31 Mart 2019)

| <b>Aktör ve Olaylar</b> | <b>Aleyhine</b> | <b>Lehine</b> | <b>Tarafsız</b> | <b>TOPLAM</b> |
|-------------------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| 31 Mart Yerel Seçimleri | -               | -             | 1               | 1             |
| Recep Tayyip Erdoğan    | -               | 1             | 1               | 2             |
| YSK                     | 1               | -             | -               | 1             |

Hürriyet gazetesinde 1 Ocak 2019 – 31 Mart 2019 tarihleri arasında sadece 1 kurum hakkında aleyhine tutum alan haber yapılmış ve bu haberlerin toplam sayısı 1 olmuştur. Gazetenin aleyhine tutum alarak haber yaptığı tek aktörün YSK olduğu görülmektedir. İlgili dönem içerisinde, Hürriyet gazetesinde sadece 1 kişi hakkında lehine tutum alan haber yapılmış ve bu haberlerin toplam sayısı 1 olmuştur. Gazetenin ilgili dönem içerisinde lehine tutum alarak haber yaptığı tek aktör Recep Tayyip Erdoğan’dır. Gazetenin tarafsız tutum alarak haber yaptığı tek aktör aynı şekilde Recep Tayyip Erdoğan olurken, 31 Mart Yerel Seçimleri hakkında da tarafsız tutum alarak habere yer verilmiştir.

**Tablo 7:** Milliyet Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (1 Ocak – 31 Mart 2019)

| <b>Aktör ve Olaylar</b> | <b>Aleyhine</b> | <b>Lehine</b> | <b>Tarafsız</b> | <b>TOPLAM</b> |
|-------------------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| Cumhur İttifakı         | -               | 1             | -               | 1             |
| Recep Tayyip Erdoğan    | -               | 1             | -               | 1             |
| Tanzim Satışlar         | -               | 2             | 1               | 3             |

Milliyet gazetesinde 1 Ocak – 31 Mart 2019 tarihleri arasında hiçbir kişi, kurum ya da olay hakkında aleyhine tutum alan haber yapılmamıştır. 3 farklı kişi, kurum ya da olay hakkında lehine tutum alan haber yapılmış ve bu haberlerin toplam sayısı 4 olmuştur. Cumhur İttifakı, Recep Tayyip Erdoğan ve Tanzim Satışlar hakkında lehine tutum alan haberler yayınlanmıştır. İlgili dönem içerisinde, tarafsız tutum alınarak haber yapılan tek olayın Tanzim Satışlar olduğu görülmektedir.

**Tablo 8:** Sabah Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (1 Ocak – 31 Mart 2019)

| <b>Aktör ve Olaylar</b> | <b>Aleyhine</b> | <b>Lehine</b> | <b>Tarafsız</b> | <b>TOPLAM</b> |
|-------------------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| AK Parti                | -               | 1             | -               | 1             |
| Binali Yıldırım         | -               | 1             | -               | 1             |
| CHP                     | 12              | -             | -               | 12            |
| CHP & HDP               | 4               | -             | -               | 4             |
| Cumhur İttifakı         | -               | 4             | -               | 4             |
| Kemal Kılıçdaroğlu      | 5               | -             | -               | 5             |
| Mansur Yavaş (CHP)      | 5               | -             | -               | 5             |
| Millet İttifakı         | 3               | -             | -               | 3             |
| Recep Tayyip Erdoğan    | -               | 10            | -               | 10            |
| Tanzim Satışlar         | -               | 3             | -               | 3             |

Sabah gazetesinde 1 Ocak – 31 Mart 2019 tarihleri arasında 5 farklı kişi ya da kurum hakkında aleyhine tutum alan haber yapılmış ve bu haberlerin toplam sayısı 29 olmuştur. Gazetenin hakkında en çok aleyhine tutum alarak haber yaptığı aktör, 12 haber sayısı ile CHP olmuştur. Tek bir haber içerisinde iki farklı aktörün aleyhine tutum alan haberler de yapıldığı görülmektedir. Bu aktörler CHP ve HDP olmuştur. Bu iki parti haricinde, hakkında aleyhine tutum alınan başka bir siyasi parti olmamıştır. Aynı şekilde, Kemal Kılıçdaroğlu’ndan başka bir siyasi parti lideri hakkında da aleyhte haber yapılmamıştır. Tablo 8’de yer alan veriler incelendiğinde, hakkında aleyhine tutum alınarak haber yapılan aktörlerin hepsinin CHP ile ilişkili olduğu görülmektedir. Gazetenin ilgili dönem içerisinde 5 farklı kişi, kurum ya da olay hakkında lehine tutum alan haber yaptığı ve bu haberlerin toplam sayısının 19 olduğu görülmektedir. 10 haber sayısı ile, hakkında en çok lehine tutum alan haber yapılan aktör Recep Tayyip Erdoğan olmuştur. Gazetenin lehine haber yaptığı diğer aktörlerin ise AK Parti, Binali Yıldırım ve Cumhuriyet İttifakı olduğu görülmektedir. Seçimle dolaylı olarak ilgili olan Tanzim Satışlar hakkında da lehine tutum alan haberler gazetede yer almıştır. Söz konusu dönem içerisinde hiçbir kişi, kurum ya da olay hakkında tarafsız tutum alan haber yapılmamıştır.

**Tablo 9:** Sözcü Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (1 Ocak – 31 Mart 2019)

| <b>Aktör ve Olaylar</b>      | <b>Aleyhine</b> | <b>Lehine</b> | <b>Tarafsız</b> | <b>TOPLAM</b> |
|------------------------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| 31 Mart Seçimleri            | -               | -             | 5               | 5             |
| Ahmet Hamdi Çamlı (AK Parti) | 1               | -             | -               | 1             |
| AK Parti                     | 17              | -             | -               | 17            |
| Binali Yıldırım              | -               | 2             | -               | 2             |
| CHP                          | 4               | -             | 1               | 5             |
| Cumhuriyet İttifakı          | -               | 1             | -               | 1             |

|                             |   |   |   |   |
|-----------------------------|---|---|---|---|
| Ekrem İmamoğlu              | - | 6 | - | 6 |
| Kemal Kılıçdaroğlu          | - | 4 | - | 4 |
| Mansur Yavaş (CHP)          | - | 5 | 1 | 6 |
| Mehmet Özhasseki (AK Parti) | - | 1 | - | 1 |
| Mehmet Şahin (AK Parti)     | 1 | - | - | 1 |
| Meral Akşener               | - | 1 | - | 1 |
| Millet İttifakı             | - | 2 | - | 2 |
| Nihat Zeybekci (AK Parti)   | - | 2 | - | 2 |
| Recep Tayyip Erdoğan        | 1 | - | - | 1 |
| Tanzim Satışlar             | 3 | - | - | 3 |
| TRT                         | 1 | - | - | 1 |
| Tunç Soyer (CHP)            | - | 1 | - | 1 |
| YSK                         | 2 | - | - | 2 |

Sözcü gazetesinde 1 Ocak – 31 Mart 2019 tarihleri arasında 8 farklı kişi, kurum ya da olay hakkında aleyhine tutum alan haber yapılmış ve bu haberlerin toplam sayısı 30 olmuştur. Hakkında en çok aleyhine tutum alan haber yapılan aktörün, 17 haber sayısı ile AK Parti olduğu görülmektedir. İlgili dönem içerisinde, Sözcü gazetesinde 10 farklı kişi ya da kurum hakkında lehine tutum alan haber yapılmış ve bu haberlerin toplam sayısı 25 olmuştur. Hakkında en çok lehine tutum alan haber yayınlanan aktör 6 haber sayısı ile Ekrem İmamoğlu olurken, Binali Yıldırım hakkında 2 tane lehine tutum alan haber yayınlanmıştır. Gazetenin lehine tutum alarak haber yayınladığı aktörlerin arasında hem AK Parti'nin hem de CHP'nin Ankara, İstanbul ve İzmir adayları yer almıştır. Fakat haber sayılarına bakıldığında, CHP'nin adaylarına daha çok yer verildiği görülmektedir. Siyasi parti liderlerine yönelik olarak lehine tutum alan haberler sadece Kemal Kılıçdaroğlu ve Meral Akşener hakkında yapılmıştır.

Sözcü gazetesinde 1 Ocak – 31 Mart 2019 tarihleri arasında 3 farklı kişi, kurum ya da olay hakkında tarafsız tutum alan haber yapılmış ve bu haberlerin toplam sayısı 7 olmuştur. İlgili dönem içerisinde, en fazla tarafsız tutum alınan haber 31 Mart Yerel Seçimlerine yöneliktir. CHP ve Mansur Yavaş hakkında da tarafsız tutum alan haberler yayınlanmıştır.

**Tablo 10:** Yeni Şafak Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (1 Ocak – 31 Mart 2019)

| <b>Aktör ve Olaylar</b> | <b>Aleyhine</b> | <b>Lehine</b> | <b>Tarafsız</b> | <b>TOPLAM</b> |
|-------------------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| 31 Mart Yerel Seçimleri | -               | -             | 1               | 1             |
| AK Parti                | -               | 1             | -               | 1             |
| Ali Kılıç (CHP)         | 3               | -             | -               | 3             |
| Binali Yıldırım         | -               | 8             | 2               | 10            |
| CHP                     | 21              | -             | -               | 21            |
| CHP & HDP               | 1               | -             | -               | 1             |

|                              |    |    |   |    |
|------------------------------|----|----|---|----|
| Cumhur İttifakı              | -  | 7  | 1 | 8  |
| Doğan Dağ (CHP)              | 1  | -  | - | 1  |
| Ekrem İmamoğlu               | 2  | -  | - | 2  |
| Hasan Tahsin Usta (AK Parti) | -  | 1  | - | 1  |
| İsmail Erdem (AK Parti)      | -  | 1  | - | 1  |
| İsmet Yıldırım (AK Parti)    | -  | 1  | - | 1  |
| İYİ Parti                    | 1  | -  | - | 1  |
| Kemal Kılıçdaroğlu           | 2  | -  | - | 2  |
| Mansur Yavaş (CHP)           | 2  | -  | - | 2  |
| Mehmet Özhasseki (AK Parti)  | -  | 1  | - | 1  |
| Meral Akşener                | 1  | -  | - | 1  |
| Millet İttifakı              | 11 | -  | - | 11 |
| Nihat Zeybekçi (AK Parti)    | -  | 1  | - | 1  |
| Recep Tayyip Erdoğan         | -  | 36 | - | 36 |
| Saadet Partisi               | 1  | -  | - | 1  |
| Şeyma Döğücü (AK Parti)      | -  | 1  | - | 1  |
| Tanzim Satışlar              | -  | 3  | - | 3  |
| Tevfik Göksu (AK Parti)      | -  | 1  | - | 1  |
| Tunç Soyer (CHP)             | 2  | -  | - | 2  |
| YSK                          | -  | -  | 1 | 1  |

Yeni Şafak gazetesinde 1 Ocak – 31 Mart 2019 tarihleri arasında 12 farklı kişi ya da kurum hakkında aleyhine tutum alan haber yapılmış ve bu haberlerin toplam sayısı 48 olmuştur. 21 haber sayısı ile, gazetenin hakkında en çok aleyhine tutum alan haber yayınladığı aktör CHP olmuştur. CHP'nin ardından, 11 haber sayısı ile Millet İttifakı gelmektedir. Tablo 10'da yer alan veriler incelendiğinde; siyasi partilerden CHP, HDP, İYİ Parti ve Saadet Partisi hakkında, siyasi parti liderlerinden ise Kemal Kılıçdaroğlu ve Meral Akşener hakkında aleyhine tutum alan haberlere rastlanmıştır. Hakkında aleyhine tutum alınarak haber yapılan aktörlerin çoğunluğunun CHP ile bağlantılı olduğu görülmektedir. Yeni Şafak gazetesinde 1 Ocak – 31 Mart 2019 tarihleri arasında 12 kişi, kurum ya da olay hakkında lehine tutum alan haber yapılmış ve bu haberlerin toplam sayısı 62 olmuştur. Gazetenin hakkında en çok lehine haber yaptığı aktör, 36 haber sayısı ile Recep Tayyip Erdoğan olmuştur. Tablo 10'da yer alan veriler incelendiğinde, hakkında lehine tutum alan haberlerin yapıldığı aktör ve olaylarının tamamının AK Parti ile bağlantılı olduğu görülmektedir.

Söz konusu dönem içerisinde, Yeni Şafak gazetesinde 4 kişi, kurum ya da olay hakkında tarafsız tutum alan haber yapılmış ve bu haberlerin toplam sayısı 5 olmuştur. Binali Yıldırım hakkında 2 tane tarafsız tutum alan haber manşet ve sürmanşetlerde yer alırken, 31 Mart Yerel Seçimleri, Cumhuriyet İttifakı ve YSK hakkında birer tane tarafsız tutum alan haber yer almıştır.

### 3.3. 1 NİSAN – 6 MAYIS 2019 DÖNEMİNDEKİ GAZETE HABERLERİNİN İÇERİK ANALİZİ

Araştırmanın ikinci dönemini ilk seçimin sona erdiği tarih olan 1 Nisan 2019'dan, seçimlerin yenilenmesi kararının alındığı 6 Mayıs 2019'a kadar olan 36 günlük süre oluşturmuştur. Bu süreç içerisinde, altı gazetede seçim süreci ile ilgili olarak yayınlanan haberler hem niceliksel hem de niteliksel olarak analiz edilmiştir.

#### 3.3.1. Araştırma Kapsamındaki Gazete Haberlerine İlişkin Genel Bulgular

İncelenen dönemde; Cumhuriyet, Hürriyet, Milliyet, Sabah, Sözcü ve Yeni Şafak gazetelerinin manşet ve sürmanşetlerinde seçim süreci ile ilgili olarak yer alan haberlerin toplam sayısı 207 olarak belirlenmiştir.

**Tablo 11:** Gazetelerin Manşetlerinde Seçimlerle İlgili Haberlerin Sayısı (1 Nisan – 6 Mayıs 2019)

| Gazete Adı | Manşet | Sürmanşet | TOPLAM |
|------------|--------|-----------|--------|
| Cumhuriyet | 36     | 6         | 42     |
| Hürriyet   | 9      | 3         | 12     |
| Milliyet   | 4      | 6         | 10     |
| Sabah      | 22     | 2         | 24     |
| Sözcü      | 38     | 25        | 63     |
| Yeni Şafak | 28     | 28        | 56     |
| TOPLAM     | 137    | 70        | 207    |

Bu dönem içerisinde seçim haberlerine manşette en çok yer veren 38 haber sayısı ile Sözcü gazetesi olmuştur. Daha sonra sırasıyla; 36 haber sayısı ile Cumhuriyet gazetesi, 28 haber sayısı ile Yeni Şafak gazetesi, 22 haber sayısı ile Sabah gazetesi, 9 haber sayısı ile Hürriyet gazetesi ve 4 haber sayısı ile Milliyet gazetesi seçim haberlerine manşette yer vermişlerdir. Tablo 11'deki veriler incelendiğinde, sürmanşette yer alan haber sayılarında sıralamanın değiştiği görülmektedir. Seçim haberlerine sürmanşette en çok yer veren 28 haber sayısı ile Yeni Şafak gazetesidir. Yeni Şafak gazetesinin ardından, 25 haber sayısı ile Sözcü gazetesi gelmektedir. Daha sonra sırasıyla; 6 haber sayısı ile Cumhuriyet ve Milliyet gazetesi, 3 haber sayısı ile Hürriyet gazetesi, 2 haber sayısı ile Sabah gazetesi seçim haberlerine sürmanşette yer vermişlerdir.

Manşet ve sürmanşette yer alan toplam haber sayısına bakıldığında; Sözcü gazetesinin araştırmaya konu olan dönem içerisinde seçim haberlerine en çok yer veren gazete olduğu görülmektedir. Milliyet gazetesi, seçim haberlerine manşet ve sürmanşetlerinde en az yer veren gazete olmuştur.

**Tablo 12:** Gazetelerin Manşetlerinde Yerel Seçim ve İBB Başkanlığı Seçimi ile İlgili Haberlerin Dağılımı (1 Nisan – 6 Mayıs 2019)

| Gazete Adı        | Manşet ve Sürmanşette Yer Alan Haberlerin Dağılımı |                       |
|-------------------|----------------------------------------------------|-----------------------|
|                   | Yerel Seçim                                        | İBB Başkanlığı Seçimi |
| <b>Cumhuriyet</b> | 3                                                  | 33                    |
| <b>Hürriyet</b>   | 3                                                  | 7                     |
| <b>Milliyet</b>   | 2                                                  | 8                     |
| <b>Sabah</b>      | 8                                                  | 14                    |
| <b>Sözcü</b>      | 11                                                 | 44                    |
| <b>Yeni Şafak</b> | 18                                                 | 34                    |
| <b>TOPLAM</b>     | <b>45</b>                                          | <b>140</b>            |

Analiz edilen 207 haber; ilk olarak 31 Mart Yerel Seçimleri ve İBB Başkanlığı seçimi ile ilgili olanlar şeklinde iki kategori altında incelenmiştir. Tablo 12'nin verileri incelendiğinde, 1 Nisan – 6 Mayıs 2019 tarihleri arasında gazetelerde ağırlıklı olarak İBB Başkanlığı seçimi hakkında haberler yer aldığı görülmektedir. Gazetelerin manşet ve sürmanşetlerindeki 45 haber yerel seçimlerle ilgili olurken, 140 haber İBB Başkanlığı seçimi ile ilgili olmuştur. Söz konusu dönem içerisinde manşet ve sürmanşetlerinde İBB Başkanlığı seçimine en çok yer veren gazete Sözcü olmuştur.

**Tablo 13:** Gazetelerin Manşetlerinde Seçimlerle Dolaylı Olarak İlgili Haberlerin Sayısı (1 Nisan – 6 Mayıs 2019)

| Gazete Adı        | Seçimlerle Dolaylı Olarak İlgili Haberler |
|-------------------|-------------------------------------------|
| <b>Cumhuriyet</b> | 6                                         |
| <b>Hürriyet</b>   | 2                                         |
| <b>Milliyet</b>   | -                                         |
| <b>Sabah</b>      | 2                                         |
| <b>Sözcü</b>      | 8                                         |
| <b>Yeni Şafak</b> | 4                                         |
| <b>TOPLAM</b>     | <b>22</b>                                 |

31 Mart Yerel Seçimleri ve İBB Başkanlığı Seçimi ile ilgili olanlar haricinde, seçim süreciyle dolaylı olarak ilgili olan haberler de gazetelerin manşet ve sürmanşetlerinde yer almıştır. 1 Nisan – 6 Mayıs 2019 tarihleri arasındaki dönemde, seçimle dolaylı olarak ilgili olan haberlerin toplam sayısı 22 olmuştur. Tablo 13'te yer alan veriler incelendiğinde, dolaylı haberlere manşet ve sürmanşetlerinde en çok yer veren gazetenin 8 haber sayısı ile Sözcü olduğu görülmektedir.

Bu dönem içerisinde, seçimle dolaylı olarak ilgili olan haberlerin konularını Kemal Kılıçdaroğlu'na yönelik gerçekleştirilen linç girişimi ve “Türkiye İttifakı” söylemi oluşturmaktadır.

### 3.3.2. Haberlerin Tutumları

1 Nisan – 6 Mayıs 2019 tarihleri arasında gazetelerin manşet ve sürmanşetlerde yer alan toplam 207 haber, tutumlarına ilişkin olarak üç gruba ayrılmıştır. Söz konusu dönem içerisinde yayınlanan 207 haberin 109'unun aleyhte, 66'sının lehte, 32'sinin ise tarafsız tutum aldığı görülmektedir.

**Tablo 14:** Gazetelerin Manşetlerindeki Haberlerin Tutumlarına Göre Dağılımı (1 Nisan – 6 Mayıs 2019)

| Gazete Adı    | Aleyhine   | Lehine    | Tarafsız  |
|---------------|------------|-----------|-----------|
| Cumhuriyet    | 32         | 10        | -         |
| Hürriyet      | -          | 2         | 10        |
| Milliyet      | -          | 1         | 9         |
| Sabah         | 20         | 3         | 1         |
| Sözcü         | 27         | 27        | 9         |
| Yeni Şafak    | 30         | 23        | 3         |
| <b>TOPLAM</b> | <b>109</b> | <b>66</b> | <b>32</b> |

Tablo 14'de yer alan veriler incelendiğinde, 32 haber sayısı ile en çok aleyhte habere yer veren gazetenin Cumhuriyet olduğu görülmektedir. Cumhuriyet gazetesinin ardından sırasıyla aleyhte habere yer veren gazeteler şu şekilde olmuştur; Yeni Şafak (30), Sözcü (27), Sabah (20). Hürriyet ve Milliyet gazetelerinde aleyhte haber yer almamıştır.

En çok lehte habere yer veren gazete ise 27 haber sayısı ile Sözcü gazetesi olmuştur. Sözcü gazetesinin ardından lehte habere yer veren gazeteler şu şekilde sıralanmıştır; Yeni Şafak (23), Cumhuriyet (10), Sabah (3), Hürriyet (2), ve Milliyet (1).

Tarafsız tutum alan haberlerin gazeteler arasındaki dağılımına bakıldığında, diğer gazetelere göre daha fazla tarafsız tutum alan haber Hürriyet gazetesinde görülmektedir. Hürriyet gazetesinin ardından, Milliyet ve Sözcü gazeteleri gelmektedir. Yeni Şafak gazetesinde 3, Sabah gazetesinde ise 1 tarafsız tutum alan haber yer almıştır. Cumhuriyet gazetesinde hiç tarafsız tutum alan haber yayınlanmamıştır.

Altı gazetede yer alan haberlerin toplam dağılımına bakıldığında, gazetelerde yer alan haberlerde büyük oranda aleyhte tutum alındığı göze çarpmaktadır. 1 Nisan – 6 Mayıs 2019 tarihleri arasında yayınlanan 300 haberin 109'unun aleyhte tutum alması bu durumu kanıtlar niteliktedir. 300 haberin 66'sı ise lehte tutum almıştır. Aleyhte ve lehte haberlerin karşısında tarafsız tutum alan haberlerin sayısı düşük

kalmaya devam etmiştir. Tablo 14’deki veriler incelendiğinde, yazılı basının ilgili dönem içerisinde tarafsız bir yayın politikası izlemediğini söylemek mümkündür.

### 3.3.3. Haberlere Konu Olan Aktörler Hakkındaki Tutumlara İlişkin Bulgular

Gazetelerin ilgili seçim döneminde aleyhte, lehte veya tarafsız tutum olarak yayınladığı haberlerin hangi aktörler hakkında olduğu yazılı basının süreçteki rolünü analiz edebilmek adına büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle, haberlerin hangi aktör ya da olaylar hakkında aleyhte-lehte-tarafsız tutum aldığı tespit edilerek aynı tutuma sahip haberlerin sayısı belirlenmiştir.

**Tablo 15:** Cumhuriyet Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (1 Nisan – 6 Mayıs 2019)

| Aktör ve Olaylar                       | Aleyhine | Lehine | Tarafsız | TOPLAM |
|----------------------------------------|----------|--------|----------|--------|
| AK Parti                               | 12       | -      | -        | 12     |
| Canan Kaftancıoğlu                     | -        | 1      | -        | 1      |
| CHP                                    | -        | 4      | -        | 4      |
| Cumhur İttifakı                        | 2        | -      | -        | 2      |
| Ekrem İmamoğlu                         | -        | 5      | -        | 5      |
| Kemal Kılıçdaroğlu’na<br>Linç Girişimi | 1        | -      | -        | 1      |
| Recep Tayyip Erdoğan                   | 5        | -      | -        | 5      |
| Süleyman Soylu                         | 2        | -      | -        | 2      |
| Yargı                                  | 3        | -      | -        | 3      |
| YSK                                    | 7        | -      | -        | 7      |

Cumhuriyet gazetesinde 1 Nisan – 6 Mayıs 2019 tarihleri arasında 7 farklı kişi, kurum ya da olay hakkında aleyhine tutum alan haber yapılmış ve bu haberlerin toplam sayısı 32 olmuştur. Hakkında en çok aleyhine tutum alan habere yer verilen aktör, 12 haber sayısı ile AK Parti olmuştur. AK Parti’den sonra, 7 haber sayısı ile YSK gelmektedir. Cumhur İttifakı, Recep Tayyip Erdoğan, Süleyman Soylu ve Yargı hakkında aleyhine tutum alınan diğer aktörler olmuşlardır. Seçimlerle dolaylı olarak ilgili olan Kemal Kılıçdaroğlu’na linç girişimi hakkında da aleyhine tutum alınan haber gazetenin manşet ve sürmanşetlerinde yer almıştır. Söz konusu dönem içerisinde, Cumhuriyet gazetesinde 3 farklı kişi, kurum ya da olay hakkında lehine tutum alan haber yapılmış ve bu haberlerin toplam sayısı 10 olmuştur. Hakkında lehine tutum alınarak en fazla haber yapılan aktör Ekrem İmamoğlu olmuştur. Tablo 15’te yer alan veriler incelendiğinde, lehine tutum alınan haberlerin hepsinin CHP ile bağlantılı olduğu görülmektedir.

Cumhuriyet gazetesinde 1 Nisan 2019 – 6 Mayıs 2019 tarihleri arasında hiçbir kişi, kurum ya da olay hakkında tarafsız tutum alan haber yayınlanmamıştır.

**Tablo 16:** Hürriyet Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (1 Nisan – 6 Mayıs 2019)

| <b>Aktör ve Olaylar</b>                | <b>Aleyhine</b> | <b>Lehine</b> | <b>Tarafsız</b> | <b>TOPLAM</b> |
|----------------------------------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| 31 Mart İBB Başkanlığı Seçim Sonuçları | -               | -             | 5               | 5             |
| 31 Mart Yerel Seçim Sonuçları          | -               | -             | 2               | 2             |
| Ekrem İmamoğlu                         | -               | -             | 1               | 1             |
| Kemal Kılıçdaroğlu'na Linç Girişimi    | -               | -             | 2               | 2             |
| Recep Tayyip Erdoğan                   | -               | 2             | -               | 2             |

Hürriyet gazetesinde 1 Nisan – 6 Mayıs 2019 tarihleri arasında hiçbir kişi, kurum ya da olay hakkında aleyhine tutum alan haber yayınlanmamıştır. İlgili dönem içerisinde, sadece 1 kişi hakkında lehine tutum alan haber yapılmış ve bu haberlerin toplam sayısı 2 olmuştur. Gazetenin hakkında lehine haber yaptığı tek aktör Recep Tayyip Erdoğan'dır.

Hürriyet gazetesinde 1 Nisan – 6 Mayıs 2019 tarihleri arasında 3 farklı kişi ya da olay hakkında tarafsız tutum alan haber yapılmış ve bu haberlerin toplam sayısı 10 olmuştur. Ekrem İmamoğlu hakkında tarafsız tutum alınarak haber yapılan tek aktör olurken, 31 Mart İBB Başkanlığı Seçim Sonuçları ve 31 Mart Yerel Seçim Sonuçları hakkında da tarafsız haber yapılmıştır. Kemal Kılıçdaroğlu'na linç girişimi de tarafsız tutum alınarak haberlerde yer alan olaylardan biri olmuştur.

**Tablo 17:** Milliyet Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (1 Nisan – 6 Mayıs 2019)

| <b>Aktör ve Olaylar</b>                | <b>Aleyhine</b> | <b>Lehine</b> | <b>Tarafsız</b> | <b>TOPLAM</b> |
|----------------------------------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| 31 Mart İBB Başkanlığı Seçim Sonuçları | -               | -             | 6               | 6             |
| 31 Mart Yerel Seçim Sonuçları          | -               | -             | 1               | 1             |
| Cumhur İttifakı                        | -               | 1             | -               | 1             |
| Ekrem İmamoğlu                         | -               | -             | 1               | 1             |
| Recep Tayyip Erdoğan                   | --              | -             | 1               | 1             |

Milliyet gazetesinde 1 Nisan 2019 – 6 Mayıs 2019 tarihleri arasında hiçbir kişi, kurum ya da olay hakkında aleyhine tutum alan haber yayınlanmamıştır. Söz konusu dönem içerisinde sadece 1 kurum hakkında lehine tutum alan haber yayınlanmış ve bu haberlerin toplam sayısı 1 olmuştur. Hakkında lehine haber yapılan tek aktör Cumhuriyet İttifakı'dır.

İlgili dönem içerisinde, Milliyet gazetesinde 4 farklı kişi ya da olay hakkında tarafsız tutum alan haber yapılmış ve bu haberlerin toplam sayısı 9 olmuştur. Hakkında tarafsız tutum alınan aktörler Ekrem

İmamoğlu ve Recep Tayyip Erdoğan'dır. 31 Mart İBB Başkanlığı seçim sonuçları ve 31 Mart yerel seçim sonuçları hakkında da tarafsız tutum alan haberler gazetenin manşet ve sürmanşetinde yer almıştır.

**Tablo 18:** Sabah Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (1 Nisan – 6 Mayıs 2019)

| <b>Aktör ve Olaylar</b>                | <b>Aleyhine</b> | <b>Lehine</b> | <b>Tarafsız</b> | <b>TOPLAM</b> |
|----------------------------------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| 31 Mart İBB Başkanlığı Seçim Sonuçları | 13              | -             | -               | 13            |
| 31 Mart Yerel Seçim Sonuçları          | -               | 1             | -               | 1             |
| CHP                                    | 5               | -             | -               | 5             |
| Cumhur İttifakı                        | 1               | -             | -               | 1             |
| Kemal Kılıçdaroğlu                     | 1               | -             | -               | 1             |
| Kemal Kılıçdaroğlu'na Linç Girişimi    | 1               | -             | -               | 1             |
| MHP                                    | -               | -             | 1               | 1             |
| Recep Tayyip Erdoğan                   | --              | 1             | -               | 1             |

Sabah gazetesinde 1 Nisan – 6 Mayıs 2019 tarihleri arasında 4 farklı kişi, kurum ya da olay hakkında aleyhine tutum alan haber yayınlanmış ve bu haberlerin toplam sayısı 20 olmuştur. Tablo 18'de yer alan veriler incelendiğinde, gazetenin manşet ve sürmanşetlerinde en çok aleyhine tutum alarak haber yaptığı olayın 31 Mart İBB Başkanlığı seçim sonuçları olduğu görülmektedir. Haberlerde aleyhine tutum alınan aktörler ise CHP ve Kemal Kılıçdaroğlu olmuştur. Seçimle dolaylı olarak ilgili olan Kemal Kılıçdaroğlu'na linç girişimi olayı da aleyhine tutum alınarak haberleştirilmiştir.

Söz konusu dönem içerisinde, Sabah gazetesinde sadece 1 kurum hakkında tarafsız tutum alan haber yayınlanmış ve bu haberlerin toplam sayısı 1 olmuştur. Cumhur İttifakı ve Recep Tayyip Erdoğan gazetenin haberlerde lehine tutum aldığı aktörlerden olurken, 31 Mart Yerel Seçim Sonuçları da lehine tutum alınan olaylardan olmuştur. Tablo 18'deki veriler incelendiğinde, Sabah gazetesinin 31 Mart İBB Başkanlığı seçim sonuçları ile ilgili haberlerde aslında AK Parti lehine olacak şekilde bir aleyhine tutum aldığı gözlemlenmektedir. 31 Mart Yerel seçim sonuçları ile ilgili verilen haberlerde de AK Parti lehine tutum alınmıştır. Gazete ilgili dönem içerisinde sadece 1 kurum hakkında tarafsız tutum alan haber yayınlamış ve bu haberlerin toplam sayısı 1 olmuştur. Gazetenin ilgili dönem içerisinde tarafsız tutum aldığı tek aktör MHP'dir.

**Tablo 19:** Sözcü Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (1 Nisan – 6 Mayıs 2019)

| <b>Aktör ve Olaylar</b>                | <b>Aleyhine</b> | <b>Lehine</b> | <b>Tarafsız</b> | <b>TOPLAM</b> |
|----------------------------------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| 31 Mart İBB Başkanlığı Seçim Sonuçları | -               | 4             | -               | 4             |
| AK Parti                               | 9               | -             | 1               | 10            |
| Binali Yıldırım                        | 2               | -             | 1               | 3             |
| CHP                                    | -               | 3             | -               | 3             |
| CHP & MHP                              | -               | 1             | -               | 1             |
| Cumhur İttifakı                        | 3               | -             | -               | 3             |
| Devlet Bahçeli                         | -               | -             | 1               | 1             |
| Ekrem İmamoğlu                         | -               | 17            | -               | 17            |
| İBB (AK Parti)                         | 3               | -             | -               | 3             |
| Kemal Kılıçdaroğlu'na Linç Girişimi    | 4               | -             | 1               | 5             |
| Mehmet Özhasseki (AK Parti)            | 1               | -             | -               | 1             |
| Millet İttifakı                        | -               | 1             | -               | 1             |
| Recep Tayyip Erdoğan                   | -               | -             | 1               | 1             |
| “Türkiye İttifakı” Söylemi             | -               | -             | 1               | 1             |
| Yargı                                  | 1               | -             | -               | 1             |
| Yılmaz Büyükerşen (CHP)                | -               | 1             | -               | 1             |
| YSK                                    | 4               | -             | 3               | 7             |

Sözcü gazetesinde 1 Nisan – 6 Mayıs 2019 tarihleri arasında 8 farklı kişi, kurum ya da olay hakkında aleyhine tutum alan haber yayınlanmış ve bu haberlerin toplam sayısı 27 olmuştur. Hakkında en çok aleyhine tutum alınarak haber yapılan aktör AK Parti'dir. Binali Yıldırım, Cumhur İttifakı, İBB ve Mehmet Özhasseki de hakkında aleyhine tutum alınarak haber yapılan aktörler arasında yer almaktadır. Bu aktörlerin ortak özelliği, hepsinin AK Parti ile bağlantılı olmasıdır. Yargı ve YSK hakkında da aleyhine tutum alan haberler gazetenin manşet ve sürmanşetlerinde yer almıştır. Seçimle dolaylı olarak ilgili olan Kemal Kılıçdaroğlu'na linç girişimi olayında da gazete aleyhine tutum almıştır. Sözcü gazetesi ilgili dönem içerisinde arasında 6 farklı kişi, kurum ya da olay hakkında lehine tutum alan haber yayınlamış ve bu haberlerin toplam sayısı 27 olmuştur. Gazetenin ilgili dönem içerisinde hakkında en çok lehine tutum alarak haber yaptığı aktör, 17 haber sayısı ile Ekrem İmamoğlu olmuştur. 31 Mart İBB Başkanlığı seçim sonuçları ile ilgili haberler de, CHP'nin lehine olacak şekilde manşet ve sürmanşetlerde yer almıştır. CHP, MHP, Millet İttifakı ve Yılmaz Büyükerşen lehine tutum alınarak haber yapılan aktörler olmuşlardır.

Söz konusu dönem içerisinde, Sözcü gazetesinde 7 farklı kişi, kurum ya da olay hakkında tarafsız tutum alan haber yayınlanmış ve bu haberlerin toplam sayısı 9 olmuştur. AK Parti, Binali Yıldırım, Devlet

Bahçeli, Recep Tayyip Erdoğan ve YSK hakkında tarafsız tutum alan haberler gazetenin manşet ve sürmanşetlerinde yer almıştır. Seçimle dolaylı olarak ilgili olan Kemal Kılıçdaroğlu'na linç girişimi ve “Türkiye İttifakı” söylemi de tarafsız tutum alınarak haberleştirilmiştir.

**Tablo 20:** Yeni Şafak Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (1 Nisan – 6 Mayıs 2019)

| <b>Aktör ve Olaylar</b>                                    | <b>Aleyhine</b> | <b>Lehine</b> | <b>Tarafsız</b> | <b>TOPLAM</b> |
|------------------------------------------------------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| 31 Mart İBB Başkanlığı Seçim Sonuçları                     | 17              | -             | 2               | 19            |
| 31 Mart İBB Başkanlığı Seçim Sonuçlarına Yapılan İtirazlar | -               | 8             | -               | 8             |
| AK Parti                                                   | -               | 4             | -               | 4             |
| Binali Yıldırım                                            | -               | 1             | -               | 1             |
| CHP                                                        | 3               | -             | -               | 3             |
| Cumhur İttifakı                                            | -               | 3             | -               | 3             |
| Ekrem İmamoğlu                                             | 4               | -             | -               | 4             |
| HDP                                                        | 3               | -             | -               | 3             |
| Kemal Kılıçdaroğlu'na Linç Girişimi                        | 2               | -             | 1               | 3             |
| Mehmet Fatih Maçoğlu (TKP)                                 | 1               | -             | -               | 1             |
| Recep Tayyip Erdoğan                                       | -               | 7             | -               | 7             |

Yeni Şafak gazetesinde 1 Nisan – 6 Mayıs 2019 tarihleri arasında 6 farklı kişi, kurum ya da olay hakkında aleyhine tutum alan haber yayınlanmış ve bu haberlerin toplam sayısı 30 olmuştur. Söz konusu dönem içerisinde, gazetenin hakkında en çok aleyhine tutum alarak haber yaptığı olayın, 17 haber sayısı ile 31 Mart İBB Başkanlığı seçim sonuçları olduğu görülmektedir. CHP, Ekrem İmamoğlu, HDP ve Mehmet Fatih Maçoğlu aleyhine tutum alınarak haber yapılan aktörlerden olmuşlardır. Kemal Kılıçdaroğlu'na linç girişimi de aleyhine tutum alınan olaylar arasında yer almaktadır. İlgili dönem içerisinde, Yeni Şafak gazetesi 6 farklı kişi, kurum ya da olay hakkında lehine tutum alan haber yayınlamış ve bu haberlerin toplam sayısı 23 olmuştur. 31 Mart İBB Başkanlığı seçim sonuçlarına yapılan itirazlar, 8 haber sayısı ile lehine tutum alınarak gazetenin manşet ve sürmanşet haberlerinde yer almıştır. AK Parti, Binali Yıldırım, Cumhuriyet İttifakı ve Recep Tayyip Erdoğan haberlerde lehine tutum alınan diğer aktörler olmuşlardır.

Yeni Şafak gazetesinde 1 Nisan – 6 Mayıs 2019 tarihleri arasında 2 olay hakkında tarafsız tutum alan haber yayınlanmış ve bu haberlerin toplam sayısı 3 olmuştur. 31 Mart İBB Başkanlığı seçim sonuçları ve Kemal Kılıçdaroğlu'na linç girişimi hakkında haberlerde tarafsız tutum alınmıştır.

### 3.4. 7 MAYIS – 30 HAZİRAN 2019 DÖNEMİNDEKİ GAZETE HABERLERİNİN İÇERİK ANALİZİ

Araştırmanın üçüncü dönemini seçimlerin yenilenme kararının ardından seçim ikinci kampanyası döneminin başladığı 7 Mayıs 2019’dan, yenileme seçimlerinin yapılacağı gün 30 Haziran 2019’a kadar olan 55 günlük süre oluşturmuştur. Bu süreç içerisinde, altı gazetede seçim süreci ile ilgili olarak yayınlanan haberler hem niceliksel hem de niteliksel olarak analiz edilmiştir.

#### 3.4.1. Araştırma Kapsamındaki Gazete Haberlerine İlişkin Genel Bulgular

İncelenen dönemde; Cumhuriyet, Hürriyet, Milliyet, Sabah, Sözcü ve Yeni Şafak gazetelerinin manşet ve sürmanşetlerinde seçim süreci ile ilgili olarak yer alan haberlerin toplam sayısı 207 olarak belirlenmiştir.

**Tablo 21:** Gazetelerin Manşetlerinde Seçimlerle İlgili Haberlerin Sayısı (7 Mayıs – 30 Haziran 2019)

| Gazete Adı | Manşet | Sürmanşet | TOPLAM |
|------------|--------|-----------|--------|
| Cumhuriyet | 38     | 12        | 50     |
| Hürriyet   | 2      | 4         | 6      |
| Milliyet   | 5      | -         | 5      |
| Sabah      | 22     | 1         | 23     |
| Sözcü      | 45     | 22        | 67     |
| Yeni Şafak | 28     | 28        | 56     |
| TOPLAM     | 140    | 67        | 207    |

Bu dönem içerisinde seçim haberlerine manşette en çok yer veren 45 haber sayısı ile Sözcü gazetesi olmuştur. Daha sonra sırasıyla; 38 haber sayısı ile Cumhuriyet gazetesi, 28 haber sayısı ile Yeni Şafak gazetesi, 22 haber sayısı ile Sabah gazetesi, 5 haber sayısı ile Milliyet gazetesi ve 2 haber sayısı ile Hürriyet gazetesi gelmektedir. Tablo 21’de yer alan veriler incelendiğinde, sürmanşette yer alan haber sayılarında sıralamanın farklı olduğu görülmektedir. Seçim haberlerine sürmanşette en çok yer veren gazete 28 haber sayısı ile Yeni Şafak olmuştur. Yeni Şafak gazetesinin ardından; 22 haber sayısı ile Sözcü gazetesi, 12 haber sayısı ile Cumhuriyet gazetesi, 4 haber sayısı ile Hürriyet gazetesi ve 1 haber sayısı ile Sabah gazetesi seçim haberlerine sürmanşette yer vermişlerdir. Milliyet gazetesinin sürmanşetinde seçim ile ilgili haber yer almamıştır.

Manşet ve sürmanşette yer alan toplam haber sayısına bakıldığında; 67 haber sayısı ile Sözcü gazetesinin seçim haberlerine en çok yer veren gazete olduğu görülmektedir. 5 haber sayısı ile seçim haberlerine manşet ve sürmanşetlerinde en az yer veren gazete Milliyet olmuştur.

**Tablo 22:** Gazetelerin Manşetlerinde Yerel Seçim ve İBB Başkanlığı Seçimi ile İlgili Haberlerin Dağılımı (7 Mayıs – 30 Haziran 2019)

| Gazete Adı        | Manşet ve Sürmanşette Yer Alan Haberlerin Dağılımı |                                |
|-------------------|----------------------------------------------------|--------------------------------|
|                   | Yerel Seçim                                        | İBB Başkanlığı Yenileme Seçimi |
|                   | Sayı                                               | Sayı                           |
| <b>Cumhuriyet</b> | 1                                                  | 49                             |
| <b>Hürriyet</b>   | -                                                  | 6                              |
| <b>Milliyet</b>   | -                                                  | 4                              |
| <b>Sabah</b>      | 6                                                  | 16                             |
| <b>Sözcü</b>      | 2                                                  | 58                             |
| <b>Yeni Şafak</b> | -                                                  | 54                             |
| <b>TOPLAM</b>     | <b>9</b>                                           | <b>187</b>                     |

Analiz edilen 207 haber, ilk olarak 31 Mart Yerel Seçimleri ve 23 Haziran İBB Başkanlığı Yenileme Seçimi ile ilgili olanlar şeklinde iki kategori altında incelenmiştir. Tablo 22’de yer alan verilere göre, 7 Mayıs – 30 Haziran 2019 tarihleri arasında gazetelerde ağırlıklı olarak 23 Haziran İBB Başkanlığı Yenileme Seçimi ile ilgili haberler yer almıştır. Gazetelerin manşet ve sürmanşetlerindeki 9 haber yerel seçimlerle ilgili olurken, 187 haber 23 Haziran İBB Başkanlığı Yenileme Seçimi ile ilgili olmuştur. Söz konusu dönem içerisinde, manşet ve sürmanşetlerinde İBB Başkanlığı Yenileme Seçimine en çok yer veren gazete Sözcü olmuştur.

**Tablo 23:** Gazetelerin Manşetlerinde Seçimlerle Dolaylı Olarak İlgili Haberlerin Sayısı (7 Mayıs – 30 Haziran 2019)

| Gazete Adı        | Seçimlerle Dolaylı Olarak İlgili Haberler |
|-------------------|-------------------------------------------|
| <b>Cumhuriyet</b> | -                                         |
| <b>Hürriyet</b>   | -                                         |
| <b>Milliyet</b>   | 1                                         |
| <b>Sabah</b>      | 1                                         |
| <b>Sözcü</b>      | 7                                         |
| <b>Yeni Şafak</b> | 2                                         |
| <b>TOPLAM</b>     | <b>11</b>                                 |

31 Mart Yerel Seçimleri ve 23 Haziran İBB Başkanlığı Yenileme Seçimi ile ilgili olanlar haricinde, seçim süreciyle dolaylı olarak ilgili olan haberler de gazetelerin manşet ve sürmanşetlerinde yer almıştır. 7 Mayıs – 30 Haziran 2019 tarihleri arasındaki dönemde, seçimle dolaylı olarak ilgili olan haberlerin

toplam sayısı 11 olmuştur. Tablo 23'te yer alan veriler incelendiğinde, dolaylı haberlere manşet ve sürmanşetlerinde en çok yer veren gazetenin 7 haber sayısı ile Sözcü olduğu görülmektedir.

Seçimle dolaylı olarak ilgili olan haberlerin konularını 19 Mayıs 2019 tarihinde Samsun'da siyasi liderlerin katıldığı buluşma, Kemal Kılıçdaroğlu'na yönelik gerçekleştirilen linç girişimi, TRT'de Osman Öcalan ile yapılan röportaj ve terör örgütü PKK'nın lideri Abdullah Öcalan'ın HDP'nin seçimde tarafsız kalması yönünde yolladığı mesajı oluşturmaktadır.

### 3.4.2. Haberlerin Tutumları

7 Mayıs – 30 Haziran 2019 tarihleri arasında gazetelerin manşet ve sürmanşetlerde yer alan toplam 207 haber, tutumlarına ilişkin olarak üç gruba ayrılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, söz konusu dönem içerisinde yayınlanan 207 haberin 114'ünün aleyhte, 72'sinin lehte, 21'inin ise tarafsız tutum aldığı görülmektedir.

**Tablo 24:** Gazetelerin Manşetlerindeki Haberlerin Tutumlarına Göre Dağılımı (7 Mayıs – 30 Haziran 2019)

| Gazete Adı    | Aleyhine   | Lehine    | Tarafsız  |
|---------------|------------|-----------|-----------|
| Cumhuriyet    | 34         | 15        | 1         |
| Hürriyet      | -          | -         | 6         |
| Milliyet      | -          | 2         | 3         |
| Sabah         | 16         | 5         | 2         |
| Sözcü         | 37         | 24        | 6         |
| Yeni Şafak    | 27         | 26        | 3         |
| <b>TOPLAM</b> | <b>114</b> | <b>72</b> | <b>21</b> |

Tablo 24'de yer alan veriler incelendiğinde, 37 haber sayısı ile en çok aleyhte habere yer veren gazetenin Sözcü olduğu görülmektedir. Sözcü'nün ardından sırasıyla aleyhte habere yer veren gazeteler şu şekilde olmuştur; Cumhuriyet (34), Yeni Şafak (27) ve Sabah (16). Hürriyet ve Milliyet gazetesinde aleyhte tutum alan haber yer almamıştır.

En çok lehte habere yer veren gazete, 26 haber sayısı ile Yeni Şafak gazetesidir. Yeni Şafak'ın ardından lehte habere yer veren gazeteler şu şekilde sıralanmıştır; Sözcü (24), Cumhuriyet (15), Sabah (5) ve Milliyet (2). Hürriyet gazetesinde lehte tutum alan haber yer almamıştır.

Tarafsız tutum alan haberlerin gazeteler arasındaki dağılımına bakıldığında, diğer gazetelere göre daha fazla tarafsız tutum alan haber sayısı Hürriyet ve Sözcü gazetelerinde görülmektedir. İkinci sırada 3 haber sayısı ile Milliyet ve Yeni Şafak gazeteleri yer almaktadır. Ardından 2 haber sayısı ile Sabah gazetesi ve 1 haber sayısı ile Cumhuriyet gazetesi gelmektedir.

Altı gazetede yer alan haberlerin toplam dağılımına bakıldığında, gazetelerde yer alan haberlerde büyük oranda aleyhte tutum alındığı göze çarpmaktadır. 7 Mayıs – 30 Haziran 2019 tarihleri arasında yayınlanan 207 haberin 114’ünün aleyhte tutum alması bu durumu kanıtlar niteliktedir. 207 haberin 72’si ise lehte tutum almıştır. Aleyhte ve lehte haberlerin karşısında tarafsız tutum alan haberlerin sayısı oldukça düşük kalmıştır. Bu sebeple, yazılı basının ilgili dönem içerisinde tarafsız bir yayın politikası izlemediğini söylemek mümkündür.

### 3.4.3. Haberlere Konu Olan Aktörler Hakkındaki Tutumlara İlişkin Bulgular

Gazetelerin ilgili seçim döneminde aleyhte, lehte veya tarafsız tutum olarak yayınladığı haberlerin hangi aktörler hakkında olduğu yazılı basının süreçteki rolünü analiz edebilmek adına büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle, haberlerin hangi aktör ya da olaylar hakkında aleyhte-lehte-tarafsız tutum aldığı tespit edilerek aynı tutuma sahip haberlerin sayısı belirlenmiştir.

**Tablo 25:** Cumhuriyet Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (7 Mayıs – 30 Haziran 2019)

| Aktör ve Olaylar                            | Aleyhine | Lehine | Tarafsız | TOPLAM |
|---------------------------------------------|----------|--------|----------|--------|
| AK Parti                                    | 12       | -      | 1        | 13     |
| Beykoz Belediyesi (AK Parti)                | 2        | -      | -        | 2      |
| Binali Yıldırım                             | 5        | -      | -        | 5      |
| Ekrem İmamoğlu                              | -        | 15     | -        | 15     |
| Esenler Belediyesi (AK Parti)               | 1        | -      | -        | 1      |
| İBB (AK Parti)                              | 3        | -      | -        | 3      |
| İBB Başkanlığı Seçiminin Yenilenmesi Kararı | 4        | -      | -        | 4      |
| Recep Tayyip Erdoğan                        | 3        | -      | -        | 3      |
| YSK                                         | 4        | -      | -        | 4      |

Cumhuriyet gazetesinde 7 Mayıs – 30 Haziran 2019 tarihleri arasında 8 farklı kişi, kurum ya da olay hakkında aleyhine tutum alan haber yapılmış ve bu haberlerin toplam sayısı 34 olmuştur. Hakkında en çok aleyhine tutum alan habere yer verilen aktör, 12 haber sayısı ile AK Parti olmuştur. Tablo 25’te yer alan veriler incelendiğinde, Cumhuriyet gazetesinde yer alan aleyhte haberlerin çoğunluğunun AK Parti ile bağlantılı olduğu görülmektedir. Gazete, söz konusu olan dönemde YSK’nın İBB Başkanlığı Yenileme Seçimi kararına da aleyhte bir tutum almıştır.

İlgili dönem içerisinde, Cumhuriyet gazetesinde sadece 1 kişi hakkında lehine tutum alan haber yayınlanmış ve bu haberlerin toplam sayısı 15 olmuştur. Hakkında en çok lehine tutum alan habere yer verilen aktör, 15 haber sayısı ile Ekrem İmamoğlu olmuştur. Tarafsız tutum alan haberler incelendiğinde ise sadece AK Parti hakkında tarafsız tutum alan 1 haber yayınlandığı görülmektedir.

**Tablo 26:** Hürriyet Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (7 Mayıs – 30 Haziran 2019)

| <b>Aktör ve Olaylar</b>                     | <b>Aleyhine</b> | <b>Lehine</b> | <b>Tarafsız</b> | <b>TOPLAM</b> |
|---------------------------------------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| 23 Haziran İBB Başkanlığı Yenileme Seçimi   | -               | -             | 1               | 1             |
| CHP                                         | -               | -             | 1               | 1             |
| İBB Başkanlığı Seçiminin Yenilenmesi Kararı | -               | -             | 4               | 4             |

Hürriyet gazetesinde 7 Mayıs – 30 Haziran 2019 tarihleri arasında hiçbir kişi, kurum ya da olay hakkında aleyhine ya da lehine tutum alan haber yayınlanmamıştır. 3 farklı kurum ya da olay hakkında tarafsız tutum alan haber yayınlanmış ve bu haberlerin toplam sayısı 6 olmuştur. Siyasi partilerden sadece CHP hakkında tarafsız tutum alan haber yayınlanırken, 23 Haziran İBB Başkanlığı Yenileme Seçimi ve İBB Başkanlığı seçiminin yenilenmesi kararı haberlerde tarafsız tutum alınan olaylar olarak yer almaktadır.

**Tablo 27:** Milliyet Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (7 Mayıs – 30 Haziran 2019)

| <b>Aktör ve Olaylar</b>                     | <b>Aleyhine</b> | <b>Lehine</b> | <b>Tarafsız</b> | <b>TOPLAM</b> |
|---------------------------------------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| 23 Haziran İBB Başkanlığı Yenileme Seçimi   | -               | -             | 1               | 1             |
| AK Parti                                    | -               | -             | 1               | 1             |
| İBB Başkanlığı Seçiminin Yenilenmesi Kararı | -               | -             | 1               | 1             |
| Recep Tayyip Erdoğan                        | -               | 1             | -               | 1             |
| Samsun Buluşması                            | -               | 1             | -               | 1             |

Milliyet gazetesinde 7 Mayıs 2019 – 30 Haziran 2019 tarihleri arasında hiçbir kişi, kurum ya da olay hakkında aleyhine tutum alan haber yayınlanmamıştır. 2 farklı kişi ya da olay hakkında lehine tutum alan haber yayınlanmış ve bu haberlerin toplam sayısı 2 olmuştur. Siyasi parti liderlerinden sadece Recep Tayyip Erdoğan hakkında lehine tutum alan haber yayınlanırken, seçim ile dolaylı olarak ilgili olan Samsun buluşmasının da hakkında lehine tutum alınmıştır. 3 farklı kurum ya da olay hakkında tarafsız tutum alan haber yayınlanmış ve bu haberlerin toplam sayısı 3 olmuştur. Siyasi partilerden sadece AK Parti hakkında tarafsız tutum alan habere yer verilirken, 23 Haziran İBB Başkanlığı Yenileme Seçimleri ve İBB Başkanlığı seçimlerinin yenilenmesi kararı da tarafsız tutum alınarak haberlerde yer alan olaylar olmuşlardır.

**Tablo 28:** Sabah Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (7 Mayıs – 30 Haziran 2019)

| Aktör ve Olaylar                                 | Aleyhine | Lehine | Tarafsız | TOPLAM |
|--------------------------------------------------|----------|--------|----------|--------|
| 23 Haziran İBB Başkanlığı Yenileme Seçimi        | -        | 3      | -        | 3      |
| 23 Haziran İBB Başkanlığı Yenileme Seçimi Sonucu | -        | -      | 1        | 1      |
| 31 Mart İBB Başkanlığı Seçim Sonucu              | 1        | -      | -        | 1      |
| Binali Yıldırım                                  | -        | -      | 1        | 1      |
| CHP                                              | 6        | -      | -        | 6      |
| CHP & HDP                                        | 3        | -      | -        | 3      |
| Ekrem İmamoğlu                                   | 4        | -      | -        | 4      |
| Mahmut Tanal (CHP)                               | 1        | -      | -        | 1      |
| Recep Tayyip Erdoğan                             | -        | 1      | -        | 1      |
| Samsun Buluşması                                 | -        | 1      | -        | 1      |
| Zeydan Karalar (CHP)                             | 1        | -      | -        | 1      |

Sabah gazetesinde 7 Mayıs – 30 Haziran 2019 tarihleri arasında 6 farklı kişi, kurum ya da olay hakkında aleyhine tutum alan haber yayınlanmış ve bu haberlerin toplam sayısı 16 olmuştur. Tablo 28’de yer alan veriler incelendiğinde, hakkında en çok aleyhine tutum alınan aktörün CHP olduğu görülmüştür. Aynı zamanda, hakkında aleyhine tutum alınan aktörlerin çoğunun CHP ile bağlantılı olduğu görülmektedir. 31 Mart İBB Başkanlığı seçim sonuçları da aleyhine bir tutum içerisinde haberleştirilen olay olmuştur.

Söz konusu dönem içerisinde, Sabah gazetesinde 4 farklı kişi ya da olay hakkında lehine tutum alan haber yayınlanmış ve bu haberlerin toplam sayısı 5 olmuştur. Tablo 28’de yer alan veriler incelendiğinde, gazetenin YSK’nın yenileme seçimi kararı hakkında lehine tutum aldığı görülmektedir. Seçimle dolaylı olarak bağlantılı olan Samsun buluşması hakkında da lehine tutum alınmıştır. Gazetenin ilgili dönem içerisinde tarafsız tutum aldığı haberler incelendiğinde ise 2 farklı kişi ya da olay hakkında tarafsız tutum alan haber yayınladığı ve bu haberlerin toplam sayısının 2 olduğu görülmektedir. Adaylardan sadece Binali Yıldırım hakkında tarafsız tutum alınmıştır. 23 Haziran İBB Başkanlığı Yenileme Seçimi sonucu hakkındaki haberde, gazete aynı şekilde tarafsız tutum almıştır.

**Tablo 29:** Sözcü Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (7 Mayıs – 30 Haziran 2019)

| Aktör ve Olaylar                          | Aleyhine | Lehine | Tarafsız | TOPLAM |
|-------------------------------------------|----------|--------|----------|--------|
| 23 Haziran İBB Başkanlığı Yenileme Seçimi | -        | -      | 1        | 1      |

|                                         |    |    |   |    |
|-----------------------------------------|----|----|---|----|
| AK Parti                                | 11 | -  | - | 11 |
| Ali Yerlikaya                           | 1  | -  | - | 1  |
| Ankara Büyükşehir Belediyesi (AK Parti) | 1  | -  | - | 1  |
| Binali Yıldırım                         | 2  | -  | - | 2  |
| Canan Kaftancıoğlu                      | -  | 1  | - | 1  |
| CHP                                     | -  | 1  | - | 1  |
| Cumhur İttifakı                         | 1  | -  | - | 1  |
| Ekrem İmamoğlu                          | -  | 19 | - | 19 |
| İBB (AK Parti)                          | 3  | -  | - | 3  |
| İçişleri Bakanlığı                      | 1  | -  | - | 1  |
| İmamoğlu – Yıldırım Ortak Yayını        | -  | -  | 3 | 3  |
| İsmail Küçükkaya                        | -  | 2  | - | 2  |
| Ordu Valiliği                           | 2  | -  | - | 2  |
| Recep Tayyip Erdoğan                    | -  | -  | 1 | 1  |
| Samsun Buluşması                        | -  | 1  | - | 1  |
| Tevfik Göksu (AK Parti)                 | 1  | -  | - | 1  |
| TRT                                     | 1  | -  | - | 1  |
| Yargı                                   | 1  | -  | - | 1  |
| YSK                                     | 12 | -  | 1 | 13 |

Sözcü gazetesinde 7 Mayıs – 30 Haziran 2019 tarihleri arasında 12 farklı kişi, kurum ya da olay hakkında aleyhine tutum alan haber yayınlanmış ve bu haberlerin toplam sayısı 37 olmuştur. Tablo 29 incelendiğinde, hakkında en çok aleyhine tutum alınan siyasal aktörün 12 haber sayısı ile YSK olduğu görülmektedir. YSK'nın ardından, 11 haber sayısı ile AK Parti gelmektedir. İlgili dönem içerisinde, Sözcü gazetesinde 5 farklı kişi, kurum ya da olay hakkında aleyhine tutum alan haber yayınlanmış ve bu haberlerin toplam sayısı 24 olmuştur. Gazetenin en çok lehine tutum alarak haber yaptığı aktörün Ekrem İmamoğlu olduğu görülmektedir. Tarafsız tutum alınan haberler incelendiğinde ise 4 farklı kişi, kurum ya da olay hakkında tarafsız tutum alan haber yayınlandığı ve bu haberlerin toplam sayısının 6 olduğu görülmektedir. Gazetenin ilgili dönem içerisinde, tarafsız tutum alarak yer verdiği olay Ekrem İmamoğlu ile Binali Yıldırım'ın çıktığı ortak canlı yayın olmuştur.

**Tablo 30:** Yeni Şafak Gazetesinin Haber İçeriklerindeki Tutum (7 Mayıs – 30 Haziran 2019)

| Aktör ve Olaylar                                 | Aleyhine | Lehine | Tarafsız | TOPLAM |
|--------------------------------------------------|----------|--------|----------|--------|
| 23 Haziran İBB Başkanlığı Yenileme Seçimi Kararı | -        | 2      | -        | 2      |
| 23 Haziran İBB Başkanlığı Yenileme Seçimi Sonucu | -        | -      | 1        | 1      |
| 31 Mart İBB Başkanlığı Seçim Sonucu              | 5        | -      | -        | 5      |
| AK Parti                                         | -        | 1      | 1        | 2      |

|                      |    |    |   |    |
|----------------------|----|----|---|----|
| Binali Yıldırım      | -  | 16 | - | 16 |
| CHP                  | 3  | -  | - | 3  |
| CHP & HDP            | 1  | -  | - | 1  |
| Ekrem İmamoğlu       | 16 | -  | - | 16 |
| Kemal Kılıçdaroğlu   | 1  | -  | - | 1  |
| Millet İttifakı      | 1  | -  | - | 1  |
| Recep Tayyip Erdoğan | -  | 5  | 1 | 6  |
| Samsun Buluşması     | -  | 2  | - | 2  |

Yeni Şafak gazetesinde 7 Mayıs – 30 Haziran 2019 tarihleri arasında 6 farklı kişi, kurum ya da olay hakkında aleyhine tutum alan haber yayınlanmış ve bu haberlerin toplam sayısı 27 olmuştur. Tablo 30 incelendiğinde, hakkında en çok aleyhine tutum alan haber yayınlanan siyasal aktörün Ekrem İmamoğlu olduğu görülmektedir. İlgili dönem içerisinde, Yeni Şafak gazetesinde 5 farklı kişi, kurum ya da olay hakkında lehine tutum alan haber yayınlanmış ve bu haberlerin toplam sayısı 26 olmuştur. Gazetenin hakkında en çok lehine tutum alan habere yer verdiği siyasal aktör Binali Yıldırım olmuştur. Tarafsız tutum alan haberler incelendiğinde ise 3 farklı kişi, kurum ya da olay hakkında tarafsız tutum alan haber yayınlandığı ve bu haberlerin toplam sayısının 3 olduğu görülmektedir. Gazetenin ilgili dönem içerisinde tarafsız tutum alarak haber yaptığı aktör ve olayların arasında 23 Haziran İBB Başkanlığı Yenileme Seçimi sonucu, AK Parti ve Recep Tayyip Erdoğan yer almaktadır.

### 3.5. 1 OCAK – 30 HAZİRAN 2019 TARİHLERİ ARASINDA YAYINLANAN HABERLERE İLİŞKİN KARŞILAŞTIRMALI BULGULAR

1 Ocak – 30 Haziran 2019 arasındaki 6 aylık dönemi (181 gün) kapsayan araştırmada ilk olarak üç alt dönemin verileri incelenmiştir. Yazılı basın seçim kampanyaları sürecinde oynadığı rolü anlayabilmek adına, dönemler arasındaki benzerlik ve değişimlerin analiz edilmesi oldukça önemli görülmektedir.

#### 3.5.1. Araştırma Kapsamındaki Gazetelerin Üç Dönemdeki Haberlerine İlişkin Karşılaştırmalı Genel Bulgular

İncelenen 6 aylık dönem içerisinde, 6 gazetenin manşet ve sürmanşetlerinde yer alan 714 haber bu araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. 1 Ocak – 30 Haziran 2019 tarihleri arasında gazetelerin manşet ve sürmanşetlerinde yer alan 714 haberin 282’si 31 Mart Yerel Seçimleri, 362’si İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimi ile ilgili olmuştur. Yayınlanan 70 haberin ise seçimle dolaylı olarak ilgili olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 31:** Gazetelerin Manşetlerindeki Toplam Haber Sayısı (1 Ocak – 30 Haziran 2019)

| Gazete Adı | Manşet | Sürmanşet | TOPLAM |
|------------|--------|-----------|--------|
|------------|--------|-----------|--------|

|                   | <i>Sayı</i> | <i>Oran(%)</i> | <i>Sayı</i> | <i>Oran(%)</i> | <i>Sayı</i> | <i>Oran(%)</i> |
|-------------------|-------------|----------------|-------------|----------------|-------------|----------------|
| <b>Cumhuriyet</b> | 116         | 24,9           | 38          | 15,3           | 154         | 21,6           |
| <b>Hürriyet</b>   | 13          | 2,8            | 9           | 3,6            | 22          | 3,1            |
| <b>Milliyet</b>   | 17          | 3,7            | 7           | 2,8            | 24          | 3,4            |
| <b>Sabah</b>      | 92          | 19,8           | 3           | 1,2            | 95          | 13,3           |
| <b>Sözcü</b>      | 128         | 27,5           | 64          | 25,7           | 192         | 26,9           |
| <b>Yeni Şafak</b> | 99          | 27,3           | 128         | 51,4           | 227         | 31,8           |
| <b>TOPLAM</b>     | <b>465</b>  | <b>%100</b>    | <b>249</b>  | <b>%100</b>    | <b>714</b>  | <b>%100</b>    |

Tablo 31’de yer alan veriler incelendiğinde, manşet ve sürmanşetlerinde seçime yönelik olarak en fazla sayıda habere yer veren gazetenin yüzde 31,8’lik oranla Yeni Şafak olduğu görülmektedir. Yeni Şafak gazetesinin ardından, en fazla sayıda habere yer veren gazeteden en az yer veren gazeteye sıralama şu şekilde olmuştur; Sözcü (yüzde 26,9), Cumhuriyet (yüzde 21,6), Sabah (yüzde 13,3), Milliyet (yüzde 3,4) ve Hürriyet (yüzde 3,1).

**Tablo 32:** Gazetelerin Manşetlerinde 31 Mart Yerel Seçimleri ile İlgili Toplam Haber Sayısı (1 Ocak – 30 Haziran 2019)

| <b>Gazete Adı</b> | <b>Manşet ve Sürmanşette Yer Alan Haberler (1 Ocak – 31 Mart 2019)</b> | <b>Manşet ve Sürmanşette Yer Alan Haberler (1 Nisan – 6 Mayıs 2019)</b> | <b>Manşet ve Sürmanşette Yer Alan Haberler (7 Mayıs – 30 Haziran 2019)</b> |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
|                   | <b>31 Mart Yerel Seçimleri</b>                                         | <b>31 Mart Yerel Seçimleri</b>                                          | <b>31 Mart Yerel Seçimleri</b>                                             |
| <b>Cumhuriyet</b> | 48                                                                     | 3                                                                       | 1                                                                          |
| <b>Hürriyet</b>   | 3                                                                      | 3                                                                       | -                                                                          |
| <b>Milliyet</b>   | 4                                                                      | 2                                                                       | -                                                                          |
| <b>Sabah</b>      | 35                                                                     | 8                                                                       | 6                                                                          |
| <b>Sözcü</b>      | 50                                                                     | 11                                                                      | 2                                                                          |
| <b>Yeni Şafak</b> | 88                                                                     | 18                                                                      | 0                                                                          |
| <b>TOPLAM</b>     | <b>228</b>                                                             | <b>45</b>                                                               | <b>9</b>                                                                   |

31 Mart Yerel Seçimleri ile ilgili yayınlanan haber sayısı 1 Ocak 2019 – 31 Mart 2019 tarihleri arasında 228, 1 Nisan 2019 – 6 Mayıs 2019 tarihleri arasında 45, 7 Mayıs 2019 – 30 Haziran 2019 tarihleri arasında ise 9 olmuştur. Cumhuriyet, Milliyet, Sabah, Sözcü ve Yeni Şafak gazetelerinde 31 Mart Yerel Seçimleri ile ilgili yayınlanan haberlerin sayısı üç dönem arasında sürekli azalış göstermiştir. Sadece Hürriyet gazetesinde birinci dönem ile ikinci dönem arasında sabit kalırken, ikinci dönemden üçüncü döneme azalış göstermiştir. Tablo 32’de yer alan verilere İBB Başkanlığı Seçimleri ile ilgili olan veriler dahil edilmemiştir. Bu yüzden, 31 Mart Yerel Seçimlerinin sadece 1 Ocak – 31 Mart 2019 tarihleri arasındaki dönemde ağırlıklı gazetelerin gündeminde yer aldığını söylemek mümkündür.

**Tablo 33:** Gazetelerin Manşetlerinde İBB Başkanlığı Seçimleri ile İlgili Toplam Haber Sayısı (1 Ocak – 30 Haziran 2019)

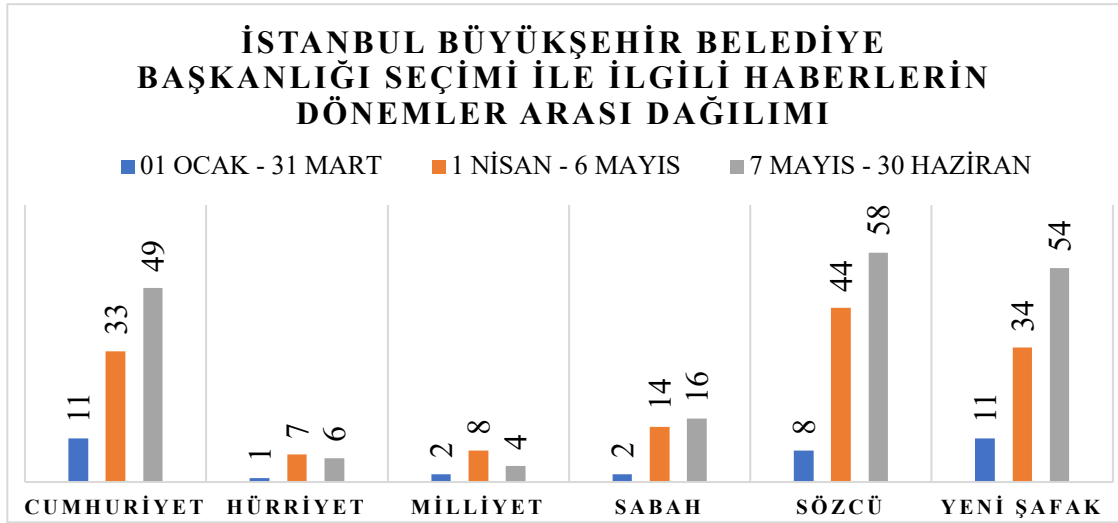
| Gazete Adı        | Manşet ve Sürmanşette Yer Alan Haberler<br>(1 Ocak – 31 Mart 2019) |             | Manşet ve Sürmanşette Yer Alan Haberler<br>(1 Nisan – 6 Mayıs 2019) |             | Manşet ve Sürmanşette Yer Alan Haberler<br>(7 Mayıs – 30 Haziran 2019) |             |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------|-------------|---------------------------------------------------------------------|-------------|------------------------------------------------------------------------|-------------|
|                   | İBB Başkanlığı Seçimleri                                           |             | İBB Başkanlığı Seçimleri                                            |             | İBB Başkanlığı Seçimleri                                               |             |
|                   | Sayı                                                               | Oran(%)     | Sayı                                                                | Oran(%)     | Sayı                                                                   | Oran(%)     |
| <b>Cumhuriyet</b> | 11                                                                 | 31,4        | 33                                                                  | 23,6        | 49                                                                     | 26,2        |
| <b>Hürriyet</b>   | 1                                                                  | 2,9         | 7                                                                   | 5           | 6                                                                      | 3,2         |
| <b>Milliyet</b>   | 2                                                                  | 5,7         | 8                                                                   | 5,7         | 4                                                                      | 2,1         |
| <b>Sabah</b>      | 2                                                                  | 5,7         | 14                                                                  | 10          | 16                                                                     | 8,6         |
| <b>Sözcü</b>      | 8                                                                  | 22,9        | 44                                                                  | 31,4        | 58                                                                     | 31          |
| <b>Yeni Şafak</b> | 11                                                                 | 31,4        | 34                                                                  | 24,3        | 54                                                                     | 28,9        |
| <b>TOPLAM</b>     | <b>35</b>                                                          | <b>%100</b> | <b>140</b>                                                          | <b>%100</b> | <b>187</b>                                                             | <b>%100</b> |

İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimi ile ilgili yayınlanan haber sayısı 1 Ocak 2019 – 31 Mart 2019 tarihleri arasında 35, 1 Nisan 2019 – 6 Mayıs 2019 tarihleri arasında 140, 7 Mayıs 2019 – 30 Haziran 2019 tarihleri arasında ise 187 olmuştur. Araştırmanın birinci döneminde İBB Başkanlığı seçimleri ve adayları hakkında yer alan haberlerin ağırlığı araştırmanın ikinci ve üçüncü dönemindeki kadar fazla olmamıştır. Türkiye'nin diğer illerinde gerçekleştirilen seçimlerden daha fazla gündemde yer alsa da, İstanbul'un Türkiye siyasetindeki önemi ve yeri düşünüldüğünde olağan bir seyir izlediği görülmektedir.

İBB Başkanlığı seçimleri ile ilgili olarak tüm gazeteler için kırılma noktası 1 Nisan 2019 – 6 Mayıs 2019 tarihleri arasındaki ikinci dönem olmuştur. Birinci dönemden ikinci döneme İBB Başkanlığı Seçimleri ile ilgili haberler; Cumhuriyet gazetesinde 3 katına, Hürriyet gazetesinde 7 katına, Milliyet gazetesinde 4 katına, Sabah gazetesinde 7 katına, Sözcü gazetesinde 5,5 katına, Yeni Şafak gazetesinde ise 3,1 katına çıkmıştır.

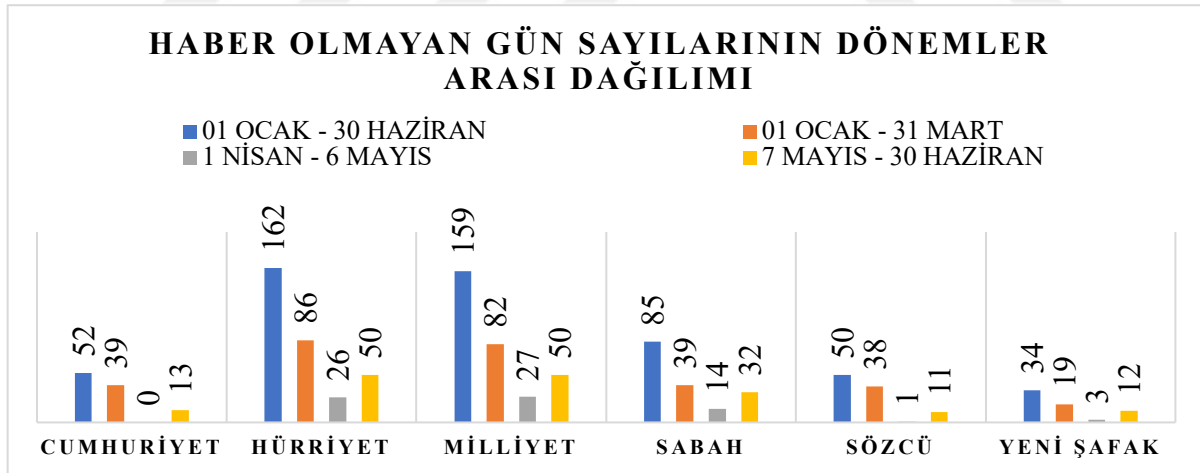
Hürriyet ve Milliyet gazetelerindeki artış matematiksel olarak fazla gözüküyor olmasına rağmen haber sayılarının diğer gazetelere göre daha az olması sebebiyle anlamlı bir artış olduğunu söylemek mümkün gözükmemektedir.

**Grafik 1: İBB Başkanlığı Seçimleri ile İlgili Haberlerin Dönemler Arası Dağılımı**



31 Mart 2019 gününden itibaren seçimi hangi adayın kazandığının açıklanmasının 17 gün sürmesi ve Ekrem İmamoğlu'nun mazbatasını aldığı 17 Nisan 2019 gününden 19 gün sonra 6 Mayıs 2019 tarihinde YSK'nın seçimin yenilenmesi kararını alması, bu dönemdeki olağanüstü artışın temel nedenleri olarak görülmektedir.

**Grafik 2: Gazetelerin Manşetlerinde 31 Mart Yerel Seçimleri ve İBB Başkanlığı Seçimleri ile İlgili Haber Olmayan Gün Sayılarının Dönemler Arası Dağılımı**



Altı gazetede haber olmayan gün sayılarının dönemler arası dağılımı incelendiğinde, en az haber olmayan gün sayısının 1 Nisan 2019 – 6 Mayıs 2019 tarihleri arasındaki dönem olduğu görülmüştür. Araştırma kapsamındaki gazetelerde söz konusu dönemde 31 Mart Yerel Seçimleri ile ilgili olarak 45 haber yer alırken, İBB Başkanlığı Seçimleri ile ilgili olarak 140 haber yer almıştır. Aradaki fark göz önüne alındığında, yapılan haberlerin çoğunluğunun İBB Başkanlığı Seçimleri ile ilgili olduğunu söylemek mümkündür. Bu dönem içerisinde, Cumhuriyet gazetesinin haber yapmadığı gün olmamıştır. Sözcü gazetesinin haber yapmadığı gün sayısı 1 olurken, Yeni Şafak gazetesinin 3 olmuştur. Sabah

gazetesinde 14, Hürriyet gazetesinde 26, Milliyet gazetesinde ise 27 haber olmayan gün bulunmaktadır. İncelenen haberlerin manşet ve sürmanşet haberleri olması sebebiyle, İBB Başkanlığı Seçimlerinin bu dönem içerisinde gazetelerin gündeminde geniş bir yer bulduğunu söylemek mümkündür.

6 Mayıs 2019 tarihinde YSK'nın seçimi yenileme kararının almasının ardından adaylar için ikinci seçim kampanyası dönemi başlamıştır. Adayların ikinci kampanya dönemi, araştırmanın 7 Mayıs – 30 Haziran 2019 tarihleri arasında incelediği dönem olmuştur. Grafik 1'deki veriler incelendiğinde, adayların birinci kampanya dönemi olan 1 Ocak – 31 Mart 2019 ile ikinci kampanya dönemi arasında önemli bir fark görülmektedir. Birinci seçim kampanyası döneminden ikinci seçim kampanyası dönemine haber sayıları arasındaki fark; Cumhuriyet gazetesinde 4,45 katına, Hürriyet gazetesinde 6 katına, Milliyet gazetesinde 2 katına, Sabah gazetesinde 16 katına, Sözcü gazetesinde 7,25 katına, Yeni Şafak gazetesinde ise 4,90 katına çıkmıştır.

### 3.5.2. Araştırma Kapsamındaki Gazetelerin Binali Yıldırım ve Ekrem İmamoğlu Hakkındaki Haberlerine İlişkin Karşılaştırmalı Genel Bulgular

İstanbul'da seçime katılan parti sayısı 8 ve bağımsız aday sayısı 24 olmasına rağmen, 1 Ocak – 31 Mart 2019 tarihleri arasındaki birinci kampanya döneminde Binali Yıldırım ve Ekrem İmamoğlu haricinde diğer partilerin adayları ve bağımsız adaylar hakkında incelenen gazetelerde hiç manşet ya da sürmanşet haberi yer almamıştır. İkinci kampanya dönemini kapsayan 7 Mayıs – 30 Haziran 2019 tarihleri arasındaki dönemde de, Binali Yıldırım ve Ekrem İmamoğlu haricinde hiçbir aday hakkında manşet ya da sürmanşet haberi yayınlanmamıştır. Bu nedenle, sadece iki aday hakkındaki haberlere ilişkin bulgular karşılıklı olarak analiz edilmiştir.

**Tablo 34:** Binali Yıldırım ve Ekrem İmamoğlu Hakkındaki Haberlerin Tutumları

| Gazete Adı | Binali Yıldırım |        |          | Ekrem İmamoğlu |        |          |
|------------|-----------------|--------|----------|----------------|--------|----------|
|            | Aleyhine        | Lehine | Tarafsız | Aleyhine       | Lehine | Tarafsız |
| Cumhuriyet | 8               | -      | -        | -              | 22     | -        |
| Hürriyet   | -               | -      | -        | -              | -      | 1        |
| Milliyet   | -               | -      | 1        | -              | -      | 1        |
| Sabah      | -               | 1      | 1        | 4              | -      | -        |
| Sözcü      | 4               | 2      | 1        | -              | 42     | -        |
| Yeni Şafak | -               | 25     | 2        | 22             | -      | -        |
| TOPLAM     | 12              | 28     | 5        | 26             | 64     | 2        |

1 Ocak – 30 Haziran 2019 tarihleri arasında, Binali Yıldırım ve Ekrem İmamoğlu hakkında yapılan haberler tutumlarına göre aleyhine, lehine ve tarafsız olmak üzere 3 kategoriye ayrılmıştır. Binali Yıldırım hakkında 45 haber yayınlanmıştır. Yayınlanan bu haberlerin, 12’si aleyhine, 28’i lehine, 5’i tarafsız tutum almıştır. Binali Yıldırım aleyhine tutum alan haberler sadece Cumhuriyet (8) ve Sözcü gazetelerinde (4) yer almıştır. Sabah (1), Sözcü (2) ve Yeni Şafak (25) gazeteleri ise Binali Yıldırım lehine tutum alan haberlerin yer aldığı gazeteler olmuşlardır. Milliyet, Sabah, Sözcü ve Yeni Şafak gazetelerinde ilgili aday hakkında tarafsız tutum alan haberler bulunmaktadır.

Cumhuriyet gazetesi, hiç lehine ya da tarafsız tutum alan habere yer vermeyerek net olarak Binali Yıldırım aleyhine tutum alan bir yayın politikası izlemiştir. Hürriyet gazetesinin manşet ve sürmanşetlerinde Binali Yıldırım hakkında hiç haber yer almamıştır. Milliyet gazetesinin manşet ve sürmanşetlerinde sadece 1 tane Binali Yıldırım hakkında haber yayınlanmış ve o haber de tarafsız tutum almıştır. Sabah gazetesinde Binali Yıldırım hakkında yayınlanan 2 haberin 1’i lehine, 1’i ise tarafsız tutum almıştır. Sözcü gazetesinde Binali Yıldırım hakkında yayınlanan haberlerin 4’ü aleyhine, 2’si lehine, 1’i ise tarafsız tutum almıştır. Yeni Şafak gazetesinde ise yayınlanan haberlerin 25’i lehine, 2’si ise tarafsız tutum almıştır.

Ekrem İmamoğlu hakkında 92 haber yayınlanmıştır. Yayınlanan bu haberlerin, 26’sı aleyhine, 64’ü lehine, 2’si tarafsız tutum almıştır. Ekrem İmamoğlu aleyhine tutum alan haberler sadece Sabah (4) ve Yeni Şafak gazetelerinde (22) yer almıştır. Cumhuriyet (22) ve Sözcü (42) gazeteleri ise Ekrem İmamoğlu lehine tutum alan haberlerin yer aldığı gazeteler olmuşlardır. Hürriyet ve Milliyet gazetelerinde ilgili aday hakkında tarafsız tutum alan haberler bulunmaktadır.

Sabah ve Yeni Şafak gazeteleri, hiç lehine ya da tarafsız tutum alan habere yer vermeyerek net olarak Ekrem İmamoğlu aleyhine tutum alan bir yayın politikası izlemişlerdir. Hürriyet ve Milliyet gazetelerinin manşet ve sürmanşetlerinde sadece birer tane Ekrem İmamoğlu hakkında haber yayınlanmış ve o haberler de tarafsız tutum almıştır. Cumhuriyet ve Sözcü gazeteleri, hiç aleyhine ya da tarafsız tutum alan habere yer vermeyerek net olarak Ekrem İmamoğlu lehine tutum alan bir yayın politikası izlemişlerdir.

Gazetelerin tamamen bir tarafın aleyhine ya da lehine tutum alması medyanın demokrasilerdeki “dördüncü güç” rolü göz önüne alındığında oldukça problemli görülmektedir. Binali Yıldırım ve Ekrem İmamoğlu hakkındaki haberlerin tutumları incelendiğinde Cumhuriyet, Sözcü, Sabah ve Yeni Şafak gazetelerinin bu yönde bir tutum içerisinde olduğunu söylemek mümkündür.

Hürriyet ve Milliyet gazetelerinin verileri incelendiğinde ise daha farklı bir problem alanı ortaya çıkmaktadır. Söz konusu gazetelerin bir seçim döneminde öne çıkan iki adaya da oldukça az yer veriyor oluşu, veriler incelendiğinde tarafsız bir yayın politikası izlendiği izlemine veriyor olsa da aslında

medyanın demokrasilerdeki rolü ve sorumluluğunu görmezden gelen bir yayın politikası izlendiğini göstermektedir.

### 3.5.2.1. Binali Yıldırım Hakkında Yapılan Haberlerin Tutumlarına İlişkin Haber Başlıkları

Gazetelerin seçim kampanyası sürecinde nasıl bir rol oynadıklarını daha iyi analiz edebilmek adına, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığına aday olan Binali Yıldırım hakkında yapılan haberlerin başlıkları, haberlerin içeriğinde yer alan tutumlar göz önüne alınarak incelenmiştir. İlgili tablolarda, haber başlıkları gazetelerde yer aldığı şekli aynen korunarak verilmiştir.

**Tablo 35: Binali Yıldırım’ın Aleyhine Tutum Alan Haberlerin Başlıkları**

| Gazete Adı | Binali Yıldırım’ın Aleyhine Tutum Alan Haberlerin Başlıkları | Haberin Tarihi |
|------------|--------------------------------------------------------------|----------------|
| CUMHURİYET | 1963 örneği var                                              | 3.01.2019      |
|            | Ne hukuki ne etik                                            | 8.01.2019      |
|            | 1963 tekrar yaşanabilir                                      | 18.01.2019     |
|            | Cemaatle ittifak                                             | 31.05.2019     |
|            | YSK'deki eş dost!                                            | 4.06.2019      |
|            | Kim çaldı, yanıtsız kaldı                                    | 17.06.2019     |
|            | İşte okumadığı rapor                                         | 18.06.2019     |
|            | Devlet ona çalışıyor                                         | 19.06.2019     |
| SÖZCÜ      | Rakibimi tebrik etmeyi bilirim                               | 2.04.2019      |
|            | Yıldırım'ın kardeşi de kaydırılmış seçmen çıktı              | 16.04.2019     |
|            | Yıldırım'a apron serbest                                     | 7.06.2019      |
|            | Türkiye'de Kürdistan ve Lazistan yoktur                      | 11.06.2019     |

Cumhuriyet gazetesinde aday ile ilgili aleyhine tutum alan haber başlıkları incelendiğinde, 1 Ocak – 31 Mart 2019 tarihleri arasındaki ilk seçim kampanyası döneminde Binali Yıldırım’ın TBMM başkanırken aday olması konusunun gündeme getirildiği görülmektedir. İlgili dönem içerisinde, Binali Yıldırım ile ilgili başka bir haber yayınlanmamıştır.

Gazetenin Binali Yıldırım hakkında aleyhine tutum olarak yaptığı diğer haberlerin tamamının 7 Mayıs – 30 Haziran 2019 tarihleri arasındaki dönem içerisinde olduğu görülmektedir. Bu dönem içerisinde, gündeme getirilen ilk konu Binali Yıldırım’ın İsmailağa Cemaati’ne yaptığı ziyaret olmuştur. İkinci konu olarak ise 31 Mart İBB Başkanlığı Seçimini iptal eden YSK üyelerinden birinin ağabeyi ile Binali Yıldırım’ın Ulaştırma Bakanlığı dönemindeki ilişkisi gündeme getirilmiştir. 16 Haziran 2019 tarihinde gerçekleşen Binali Yıldırım - Ekrem İmamoğlu ortak yayını sonrasında gazete iki konuyu daha gündeme

getirmiştir. Bunlardan birincisi yayın sırasında kendisine sorulan “oyları kim çaldı?” sorusuna yanıt verememesi olmuştur. İkincisi ise yine aynı yayın sırasında Binali Yıldırım’ın “okumadım” dediği 2017 yılı Sayıştay Raporu ile alakalı olmuştur. Gazetenin aday hakkında gündeme getirdiği son konu ise Binali Yıldırım’ın adaylık sürecinde Başbakanlık için kiralanan aracı kullanması ile ilgilidir.

Sözcü gazetesinde yer alan haberler incelendiğinde, adayla ilgili aleyhine tutum alan ilk haberin 1 Nisan – 6 Mayıs 2019 tarihleri arasında yayınlandığı görülmektedir. “Yıldırım, geride kaldığını kabul etti” flaşıyla birlikte verilen haberde, Binali Yıldırım’ın İstanbul’da CHP’nin AKP’den 25 bin fazla oy aldığını fakat 319 bin 500 iptal edilen oy sebebiyle sürecin devam ettiğini belirtmesi konu edilmiştir. Aynı dönem içerisinde yayınlanan ikinci haberde ise Binali Yıldırım’ın kardeşi Eyüp Yıldırım’ın Sancaktepe’de ikamet ediyor olmasına rağmen seçmen kaydının Çekmeköy’de olması gündeme getirilmiştir. 7 Mayıs – 30 Haziran 2019 tarihleri arasında ise adayla ilgili Sözcü gazetesinde iki haber yer almıştır. Bunlardan birincisi, Erzincan Havalimanı’nda Yıldırım’ı uğurlamaya gelenlerin güvenlik önlemleri hiçe sayılarak aprona girmesine izin verilmesi hakkında olmuştur. İkinci haberde ise Yıldırım’ın Diyarbakır’dayken kullandığı “Kürdistan” ifadesine Devlet Bahçeli’nin verdiği yanıt gündeme getirilmiştir.

**Tablo 36: Binali Yıldırım’ın Lehine Tutum Alan Haberlerin Başlıkları**

| Gazete Adı        | Binali Yıldırım’ın Lehine Tutum Alan Haberlerin Başlıkları | Haberin Tarihi |
|-------------------|------------------------------------------------------------|----------------|
| <b>SABAH</b>      | DEPREM DÖNÜŞÜMÜ İÇİN TAVİZ YOK                             | 8.01.2019      |
| <b>SÖZCÜ</b>      | ORGANİK KAMPANYA YAPACAĞIM                                 | 8.01.2019      |
|                   | SİLÜETİ KÖTÜLEŞTİRECEK İŞLERE DİRENECEĞİM                  | 10.03.2019     |
| <b>YENİ ŞAFAK</b> | 7 Ocak’ı bekleyin                                          | 5.01.2019      |
|                   | İSTANBUL İSTEYECEK BİZ YAPACAĞIZ                           | 8.01.2019      |
|                   | İstanbul’a başkan görmek isteriz                           | 28.01.2019     |
|                   | İstanbul’a 19 yeşil koridor                                | 16.02.2019     |
|                   | Toplu taşıma %48’e çıkacak                                 | 2.03.2019      |
|                   | Albatros millet bahçesi olacak                             | 5.03.2019      |
|                   | ANADOLU YAKASINA AKM                                       | 6.03.2019      |
|                   | Sözü olan sandığa gitsin                                   | 27.03.2019     |
|                   | İstanbul’da nefes kesen yarış                              | 1.04.2019      |
|                   | Öğrenci akbili 40 liraya indi                              | 16.05.2019     |
|                   | Hak yerini bulacak                                         | 19.05.2019     |
|                   | EYT’yi takipteyim yarım bırakmam                           | 21.05.2019     |
|                   | 23 HAZİRAN’DA hak yerini bulacak                           | 22.05.2019     |

|  |                                        |            |
|--|----------------------------------------|------------|
|  | Saadetli kardeşlerim bana oy verir     | 24.05.2019 |
|  | Yıldırım'a Karadeniz desteği           | 25.05.2019 |
|  | Yaptık yine yaparız                    | 28.05.2019 |
|  | İstanbul'u uçuracak 26 PROJE           | 1.06.2019  |
|  | SP'li kardeşimin OYUNA TALİBİM         | 2.06.2019  |
|  | Kardeşliğimizi bozamazlar              | 7.06.2019  |
|  | 130 bin Urfalının desteğini bekliyorum | 8.06.2019  |
|  | 31 Mart'ın mağduru İstanbullu          | 9.06.2019  |
|  | YAPTIKLARIMIZ TEMİNATIMIZ              | 13.06.2019 |
|  | Projelerle boş vaatler kapışacak       | 16.06.2019 |
|  | YILDIRIM ÇARPTI                        | 18.06.2019 |
|  | YİNE BİZ YAPARIZ                       | 22.06.2019 |

Sabah gazetesinde aday ile ilgili lehine tutum alan tek haberin başlığı incelendiğinde, 1 Ocak – 31 Mart 2019 tarihleri arasındaki ilk seçim kampanyası döneminde Binali Yıldırım'ın depremle ilgili dönüşüm konusu üzerinden verdiği vaatlerin gündeme getirildiği görülmektedir. Yine aynı dönem içerisinde, Sözcü gazetesinde adayın vaatleriyle alakalı konulara yer verilmiştir.

Yeni Şafak gazetesinde Yıldırım lehine tutum alan haberlerin başlıkları incelendiğinde, araştırmada incelenen üç dönem içerisinde de haber yapıldığı görülmektedir. 1 Ocak – 31 Mart 2019 tarihleri arasındaki dönemde, Binali Yıldırım hakkında lehine tutum alan haberlerde adayın İstanbul'a yönelik vaatleri gündeme getirilmiştir. 1 Nisan – 6 Mayıs tarihleri arasındaki ikinci dönemde, gündeme getirilen ilk haber 31 Mart İBB Başkanlığı seçim sonuçları ile ilgili olmuştur. "İstanbul'da nefes kesen yarış" başlığı ile yayınlanan haberde, Cumhur İttifakı'nın adayı Binali Yıldırım'ın seçimi kazandığı belirtilmiştir. İkinci dönemde aday ile ilgili başka hiçbir haber gazetenin manşet ve sürmanşetlerinde yer almamıştır.

Yeni Şafak gazetesinin Binali Yıldırım hakkında lehine tutum alan haberlerin yoğunluğunu 7 Mayıs – 30 Haziran 2019 tarihleri arasındaki üçüncü dönemde yaptığı görülmektedir. Bu süreç içerisinde gündeme getirilen ilk haber, İBB Meclisi'nde öğrenci ulaşım kartı ücretinin 85 TL'den 40 TL'ye indirilmesi hakkında olmuştur. Haberde adayın vaatlerinin "müjde" olarak ifade edilmesinin ardından, bu vaatlerin gerçekleşmeye başladığı belirtilmiştir. İlgili dönem içerisinde gündeme getirilen bir diğer haber, Binali Yıldırım'ın 23 Haziran İBB Başkanlığı Yenileme Seçimlerine yönelik olarak söylediği "hak yerini bulacak" ifadesi olmuştur. 22 Mayıs 2019 tarihinde, aynı konu "23 HAZİRAN'DA hak yerini bulacak" başlığıyla tekrar gündemde yer almıştır.

Adayın “Emeklilikte Yaşa Takılanlar” konusu ile ilgili “Bu konu benim gündemimde, hayatım boyunca arkasındayım dediğim hiçbir işi bırakmadım” ifadeleri de ilgili dönem içerisinde gündeme getirilmiştir. 24 Mayıs 2019 tarihinde ise Binali Yıldırım’ın “Saadet Partisi’ne oy veren kardeşlerimizin tekrarlanacak seçimde bana oy vereceklerini düşünüyorum, büyük bir oranda” sözleri “Saadetli kardeşlerim bana oy verir” başlığıyla haberde gündeme getirilmiştir. 2 Haziran 2019 tarihinde, aynı konu “SP’li kardeşimin OYUNA TALİBİM” başlığıyla tekrar gazetenin manşet ve sürmanşetlerinde yer almıştır.

İstanbul’un Arnavutköy ilçesinde bulunan Karadenizli 22 sivil toplum kuruluşunun adaya yönelik destek açıklamaları gündeme getirilen bir diğer konu olmuştur. “Yıldırım’a Karadeniz desteği” başlığıyla verilen haberde, dernek başkanlarının Binali Yıldırım’a yönelik söylemlerine yer verilmiştir. “Yaptık yine yaparız” başlıklı haberde ise adayın 23 Haziran seçimlerine yönelik seçim sloganı gündeme getirilmiştir.

1 Mayıs 2019 tarihinde, Yeni Şafak gazetesi “İstanbul’u uçuracak 26 proje” başlığıyla Binali Yıldırım’ın 26 vaadine haberde yer vermiştir. 7 Haziran 2019 tarihinde, Binali Yıldırım’ın Diyarbakır ziyareti ve bu ziyaret esnasında “Bizi birbirimizden ayırmaya çalışanlara, kardeşliğimizi bozmak isteyenlere asla prim vermeyeceğiz” şeklinde söylediği sözler “Kardeşliğimizi bozamazlar” başlığı ile gündeme getirilmiştir. Ertesi gün gündeme getirilen konu ise Yıldırım’ın Şanlıurfa ziyareti olmuştur. “130 bin Urfalının desteğini bekliyorum” başlıklı haberde, adayın “Burası büyük Şanlıurfa, bir de küçük Şanlıurfa var o da İstanbul. Ben de küçük Şanlıurfalıların adayıyım” sözlerine yer verilmiştir.

“31 Mart’ın mağduru İstanbullu” başlıklı haberde de, Binali Yıldırım’ın söylemleri gündeme getirilmiştir. Adayın 16-17 yıllık tecrübesine vurgu yaparak İstanbul’a çok daha fazla hizmet yapacağını belirttiği konuşması “YAPTIKLARIMIZ TEMİNATIMIZ” başlığıyla gazetenin sürmanşetinde yer almıştır. 16 Haziran ve 18 Haziran 2019 tarihlerinde “Projelerle boş vaatler kapışacak” ve “YILDIRIM ÇARPTI” başlıklarıyla verilen haberlerin ana konusu İBB Başkanlığı için yarışan adayların 16 Haziran 2019 tarihinde çıktıkları ortak canlı yayın olmuştur. İki haberde de, Binali Yıldırım ile Ekrem İmamoğlu karşılaştırılmasına yer verilmiştir. İlgili haberlerde Yıldırım’ın siyasi tecrübesi, İstanbul’a yönelik proje ve vaatleri öne çıkarılmıştır.

**Tablo 37: Binali Yıldırım’a Tarafsız Tutum Alan Haberlerin Başlıkları**

| Gazete Adı | Binali Yıldırım’a Tarafsız Tutum Alan Haberlerin Başlıkları | Haberin Tarihi |
|------------|-------------------------------------------------------------|----------------|
| MİLLİYET   | 18 Şubat'ta bırakıyorum                                     | 30.01.2019     |

|                   |                                                                   |            |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>SABAH</b>      | BAYRAMLIĞIMI DÖŞEK ALTINA SERERDİM                                | 3.06.2019  |
| <b>SÖZCÜ</b>      | BEN KAYBEDİLMİŞ BİR SEÇİMİ, KAZANMAK İÇİN UĞRAŞACAK İNSAN DEĞİLİM | 29.04.2019 |
| <b>YENİ ŞAFAK</b> | Kanlıca hatırası                                                  | 27.01.2019 |
|                   | Yıldırım'dan Albayrak'a ziyaret                                   | 8.03.2019  |

Farklı gazete ve tarihlerde, Binali Yıldırım hakkında tarafsız tutum alınarak yayınlanan haberlerin konuları arasında; TBMM Başkanlığından istifa etmesi, adayın hayat hikayesi, 31 Mart İBB Başkanlığı seçimlerine yönelik söylemleri, birinci kampanya döneminde İstanbul'un Kanlıca semtine ve Albayrak Medya Grubu'na ziyareti yer almaktadır.

### 3.5.2.2. Ekrem İmamoğlu Hakkında Yapılan Haberlerin Tutumlarına İlişkin Haber Başlıkları

Gazetelerin seçim kampanyası sürecinde nasıl bir rol oynadıklarını daha iyi analiz edebilmek adına, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığına aday olan Ekrem İmamoğlu hakkında yapılan haberlerin başlıkları, haberlerin içeriğinde yer alan tutumlar göz önüne alınarak incelenmiştir. İlgili tablolarda haber başlıkları gazetelerde yer aldığı şekli aynen korunarak verilmiştir.

**Tablo 38:** Ekrem İmamoğlu'nun Aleyhine Tutum Alan Haberlerin Başlıkları

| <b>Gazete Adı</b> | <b>Ekrem İmamoğlu'nun Aleyhine Tutum Alan Haberlerin Başlıkları</b> | <b>Haberin Tarihi</b> |
|-------------------|---------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| <b>SABAH</b>      | YILDIRIM NET KONUŞTU İMAMOĞLU TOP ÇEVİRDİ                           | 17.06.2019            |
|                   | O OTELDE NE KONUŞTUNUZ                                              | 18.06.2019            |
|                   | GİZLİ BULUŞMADA TEZGÂH KURDULAR                                     | 19.06.2019            |
|                   | CHP'LİLERDE SUÇ BASTIRMA PANİĞİ                                     | 20.06.2019            |
| <b>YENİ ŞAFAK</b> | PEKİ BU NE EKREM İMAMOĞLU!                                          | 30.03.2019            |
|                   | FETÖ'NÜN fedaisi gibi                                               | 31.03.2019            |
|                   | Türk milletinin sinirini bozma                                      | 4.04.2019             |
|                   | KORSAN GÖSTERİ                                                      | 4.04.2019             |
|                   | 37 yıllık fuara izin yok                                            | 4.05.2019             |
|                   | İlk işi kitaba yasak                                                | 5.05.2019             |
|                   | PKK'DAN EKREM'E TAM DESTEK                                          | 11.05.2019            |
|                   | ZEYTİNLİK TALANI                                                    | 1.06.2019             |
|                   | AÇIKÇA İSYANA ÇAĞIRDI                                               | 2.06.2019             |
|                   | CHP'nin adayı beni kopyalıyor                                       | 4.06.2019             |
|                   | ŞEHİTLERE DEĞİL KATİLE ANIT YAPTI                                   | 6.06.2019             |

|  |                                    |            |
|--|------------------------------------|------------|
|  | MAGANDA                            | 7.06.2019  |
|  | MAGANDA SİYASETİ                   | 9.06.2019  |
|  | İstanbul'a aday olan küfür edemez  | 10.06.2019 |
|  | VE PROJE RAYDAN ÇIKTI              | 11.06.2019 |
|  | CENAZENİZİ GÖNDERİRİZ              | 12.06.2019 |
|  | Kim bilir daha neler çıkacak       | 15.06.2019 |
|  | EMLAK KRALI                        | 15.06.2019 |
|  | CHP adayı başka güçlerin güdümünde | 17.06.2019 |
|  | YİNE SORU ÇALDILAR                 | 19.06.2019 |
|  | AL SANA SAYIŞTAY RAPORU            | 20.06.2019 |
|  | ANADOLU'DA İSTANBUL SEFERBERLİĞİ   | 23.06.2019 |

Sabah gazetesinde aday ile ilgili aleyhine tutum alan haber başlıkları incelendiğinde, haberlerin tamamının 7 Mayıs - 30 Haziran 2019 tarihleri arasındaki üçüncü dönemde yapıldığı görülmektedir. 1 Ocak – 31 Mart 2019 ve 1 Nisan – 6 Mayıs 2019 tarihleri arasındaki dönemlerde İmamoğlu hakkında hiç habere yer verilmemiştir. 17 – 20 Haziran 2016 tarihlerinde gazetenin manşetinde yer alan haberlerin tamamı, 16 Haziran 2019 tarihinde İBB Başkanlığı için yarışan adayların çıktıkları ortak canlı yayın ile ilgili olmuştur. Sabah gazetesi ilgili haberlerde; İmamoğlu'nun yayın süresince sürekli yalan söylediğini belirtmesinin yanı sıra yayının moderatörü İsmail Küçükkaya ile 13 Haziran 2019 tarihinde buluşmasını da gündeme getirmiştir. “O OTELDE NE KONUŞTUNUZ” başlıklı manşet haberinde, Ekrem İmamoğlu'nun soruları önceden alıp almadığı sorulmuştur. “GİZLİ BULUŞMADA TEZGAH KURDULAR” başlıklı haberde ise İmamoğlu ve Küçükkaya'nın Binali Yıldırım'a yönelik bir kumpas hazırladıkları belirtilmiştir. “CHP'LİLERDE SUÇ BASTIRMA PANİĞİ” başlıklı haberde de gazete aynı konuyu gündeme getirmeye devam etmiş ve “CHP adayı, gizli buluşmayla 82 milyonu kandırdı. SABAH büyük skandalı ortaya çıkarınca partisi ve yandaşları rezaleti örtme telaşına girdi” şeklinde haberleştirmiştir.

Yeni Şafak gazetesinde Ekrem İmamoğlu hakkında yer alan ilk haber, 31 Mart İBB Başkanlığı seçimlerinden 1 gün önce yayınlanmıştır. 30 Mart 2019 tarihinde “PEKİ BU NE EKREM İMAMOĞLU!” başlığıyla sürmanşette yer alan haberde, adayın 15 Temmuz gecesi yayınladığı sosyal medya mesajları gündeme getirilmiştir. “Darbeyi püskürten vatandaşa hakaret” ifadesinin yer aldığı haberde, İmamoğlu'nun “Sokaklara dökülen bu halka akıl fikir diliyorum” dediği belirtilmiştir. 31 Mart 2019 günü yayınlanan “FETÖ'nün fedaisi gibi” başlıklı haberde ise Ekrem İmamoğlu'nun adının dolandırıcılık, terör örgütüne destek verme gibi olaylarla birlikte anıldığı ifadesi yer almıştır. Haberin

spot kısmında yer alan bir diğer ifade de “PKK’nın açık desteğini arkasına alan CHP adayı Ekrem İmamoğlu” olmuştur.

1 Nisan – 6 Mayıs 2019 tarihleri arasındaki dönemde, Yeni Şafak gazetesinde Ekrem İmamoğlu hakkında aleyhine tutum alan haberlerin sayısı artmaya başlamıştır. 4 Nisan 2019 tarihinde gazetenin hem manşet hem de sürmanşetinde aday ile ilgili haberler yer almıştır. “KORSAN GÖSTERİ” başlığıyla verilen manşet haberinde, İmamoğlu’nun İzmir’de “halk buluşması” ismiyle düzenlediği miting ile Gezi Parkı olayları arasında bağlantı kurulmuştur. Haberde, “İmamoğlu, İstanbul’daki seçimlerle ilgili YSK süreci sürmesine rağmen, “İBB Başkanı” sıfatıyla ‘eyleme’ katılacak” ifadelerine yer verilmiştir. “Türk milletinin sinirini bozma” başlıklı sürmanşet haberinin konusu ise Binali Yıldırım’ın Ekrem İmamoğlu’na yönelik olarak söylediği sözler olmuştur. Haberde “AK Parti İstanbul adayı Binali Yıldırım, seçimle ilgili YSK süreci devam ederken “İBB Başkanı”ymış gibi davranan ve sokakları tahrik eden İmamoğlu’nu uyardı: Uluslararası baskı yapmaya çalışmak, dış ülkelere destek mesajları talep etmek, Türk milletinin sinirini bozmaktadır. Açık konuşuyorum. Bu milletin sinirini bozmaya hakkınız yoktur” ifadesine yer verilmiştir.

4 Mayıs 2019 tarihinde yayınlanan “37 yıllık fuara izin yok” başlıklı sürmanşet haberi, Ekrem İmamoğlu’nun ilk mazbatasını alarak İBB Başkanı olmasının ardından Dini Yayınlar Fuarı’nın yasaklanmasını konu almıştır. 5 Mayıs 2019 tarihinde aynı konu “İlk işi kitaba yasak” başlığıyla gündeme getirilmiştir.

7 Mayıs – 30 Haziran 2019 tarihleri arasında aday hakkında yapılan ilk haber, “PKK’DAN EKREM’E TAM DESTEK” başlıklı manşet haberi olmuştur. Haberde “Terör örgütü PKK, 31 Mart’ta CHP ve Ekrem İmamoğlu’na verdiği desteği 23 Haziran’da da sürdüreceğini açıkladı” ifadesine yer verilmiştir. 1 Haziran 2019 günü gazetenin manşetinde yer alan “ZEYTİNLİK TALANI” başlıklı haberde ise Ekrem İmamoğlu ve babası Hasan İmamoğlu ile birlikte Büyükçekmece Belediye Başkanı Hasan Akgün ve Beylikdüzü Belediye Başkanı M.Murat Çalık’ın Balıkesir’in Edremit ilçesinde satın aldıkları zeytinlikleri arsaya çevirdikleri konusu gündeme getirilmiştir.

2 Haziran 2019 günü yayınlanan “AÇIKÇA İSYANA ÇAĞIRDI” başlıklı manşet haberinde, gazete İmamoğlu ile Gezi Parkı Olayları arasında bağlantı kurulmaya devam etmiştir. Haberde “Araçların yakılıp, işyerlerinin yağmalandığı Gezi olaylarını her yıl etkinliklerle anan CHP’liler bu yıl sessiz. Planları, 23 Haziran öncesi ‘Gezi vandallığı’ndan rahatsız olan vatandaşların tepkisini çekmemek. Ancak CHP adayı İmamoğlu ve il başkanı Kaftancıoğlu’nun sokakları isyana çağırın mesajları ve provokasyonları arşivlerde duruyor” ifadesine yer verilmiştir.

“CHP’nin adayı beni kopyalıyor” başlıklı haberin konusunu ise Binali Yıldırım’ın Ekrem İmamoğlu’nun kendisini taklit ettiğine yönelik söylemleri oluşturmuştur. 6 Haziran 2019 günü “ŞEHİTLERE DEĞİL KATİLE ANIT YAPTI” başlığıyla yayınlanan manşet haberinde, İmamoğlu’nun Beylikdüzü Belediye Başkanı olarak görev yaptığı dönemde 3. Makarios’un heykelini diktiği için tepki görmesi gündeme getirilmiştir.

7 Haziran ve 9 Haziran 2019 tarihlerinde yayınlanan iki haberde de “maganda” ifadesine yer verilerek İmamoğlu’nun Ordu-Giresun Havalimanı’nda yaşadıkları gündeme getirilmiştir. “MAGANDA” başlıklı manşet haberinde, “Havalimanında hakkı olmadığı halde VIP’i kullanmak isteyen CHP adayı Ekrem İmamoğlu, kendisine kuralları hatırlatan polisler, Ordu valisi Seddar Yavuz’u kastederek “Bu vali tam bir it!” diyerek küfretti” ifadesine yer verilmiştir. Aynı konuyla bağlantılı olan “MAGANDA SİYASETİ” başlıklı sürmanşet haberinde ise konuyla ilgili kayıtların ortaya çıktığı belirtilmiştir. 10 Haziran 2019 günü yayınlanan “İstanbul’a aday olan küfür edemez” başlıklı haberde de aynı konu gündeme getirilmeye devam edilmiş ve Binali Yıldırım’ın konuyla ilgili söylemleri haberde yer almıştır. 11 Haziran 2019 günü tekrar aynı gündem ile ilgili olarak “VE PROJE RAYDAN ÇIKTI” başlıklı manşet haberi gazetenin ilk sayfasında yer almıştır. “Öfke kontrolünü kaybetti” spotuyla birlikte haberde yer alan ifadeler şu şekilde olmuştur: “‘Sevgi pıtırıcığı’ olarak pazarlanan CHP’nin İstanbul adayı İmamoğlu, 31 Mart seçimlerinin oy hırsızlığı nedeniyle iptali sonrası rolünü yapamaz hale geldi ve raydan çıktı. YSK’ya ‘hıyanet içinde’, kendisine soru soran esnafa ‘beyni uyuşmuş’ nitelemesi yapan İmamoğlu, valiye ‘it’ dedi. Destekçileri bile tepki gösterince, ‘it demedim, ‘basit’ dedim” şeklinde herkesi güldüren bir açıklama yaptı.”

12 Haziran 2019 tarihinde “CENAZENİZİ GÖNDERİRİZ” başlığıyla yayınlanan manşet haberinin konusu, Ekrem İmamoğlu’nun ikinci kampanya döneminde Eyüp Keskin ile girdiği diyalog olmuştur. Haberde, 28 Mayıs’ta İmamoğlu tarafından “tokatlandığı” belirtilen Eyüp Keskin’in tehditler almaya başladığı gündeme getirilmiştir. “CHP’nin İstanbul adayı İmamoğlu ile tartışan herkesin hayatı kararıyor. Soru soranlar bile ya asılsız iddialarla linç ediliyor ya da tehditlere maruz kalıyor. Son örnek, İmamoğlu’nun “Ukala, beyni uyuşmuş” şeklinde hakaret ettiği Eyüp Keskin oldu” ifadelerinin yer aldığı haberde, Keskin’in “Sizin cenazenizi göndereceğiz. Burayı terk edin.” şeklinde tehdit söylemlerine maruz kaldığı belirtilmiştir.

Ekrem İmamoğlu aleyhine tutum alan iki haber, 15 Haziran 2019 tarihinde Yeni Şafak gazetesinin manşet ve sürmanşetinde yer almıştır. “EMLAK KRALI” başlığıyla verilen manşet haberinde, İmamoğlu’nun mal varlığına ilişkin bilgiler gündeme getirilmiştir. Adayın çocukluğunda büyüdüğü eve ilişkin anlattığı bilgiler ile aday olduğu dönemdeki mal varlığı arasında bağlantı kurularak, haberde

“...gariban ve mağdur pozlarına bürünen CHP adayı İmamoğlu, emlak kralı çıktı.” ifadesine yer verilmiştir. Aynı gün yayınlanan diğer haber ise “Kim bilir daha neleri çıkacak” başlığıyla verilen sürmanşet haberi olmuştur. Haberde Recep Tayyip Erdoğan’ın Ekrem İmamoğlu’na Ordu Valisi ile girdiği diyalog ile ilgili olarak yönelttiği eleştiriler gündeme getirilmiştir.

17 Haziran 2019 günü gazetenin sürmanşetinde “CHP adayı başka güçlerin güdümünde” başlığıyla verilen haberde ise Devlet Bahçeli’nin Ekrem İmamoğlu’na yönelik söylemlerine yer verilmiştir. Bahçeli’nin “CHP adayı bölücü planlara taşeronluk yapmaktadır. CHP’nin İstanbul adayı çok başka yerlerin güdümüne girmiştir. İstanbul için vakit Binali Yıldırım vaktidir.” ifadesi haberin öne çıkarılan unsuru olmuştur.

19 Haziran 2019 tarihinde “YİNE SORU ÇALDILAR” başlığıyla verilen manşet haberinin konusunu adayların çıkacağı ortak yayın öncesinde İmamoğlu’nun İsmail Küçükkaya ile görüşmesi oluşturmuştur. Haber başlığının üstünde “HEP AYNI TAKTİK. TAM BİR FETÖ YÖNTEMİ” ifadesi yer alırken, haberin spotunda “CHP adayı İmamoğlu, KPSS ve askeri lise sınavlarında soruları çalarak devlete sızan FETÖ’cülerin izinden ayrılmıyor. 31 Mart’ta çalınan oylarla başkanlık koltuğuna oturur oturmaz İBB’nin kozmik odasına dalan Ekrem İmamoğlu, rakibi Yıldırım’la gerçekleştirilen tartışma programı öncesinde de moderatörle gizlice görüşerek soruları çaldı!” ifadelerine yer verilmiştir.

Binali Yıldırım – Ekrem İmamoğlu ortak canlı yayınının ardından konuyla bağlantılı olarak, 20 Haziran 2019 günü Yeni Şafak gazetesinin sürmanşetinde “AL SANA SAYIŞTAY RAPORU” başlıklı haber yayınlanmıştır. Yayın esnasında İmamoğlu’nun bahsettiği 2017 yılı Sayıştay Raporunun yalan çıktığı belirtilerek, Sayıştay’ın 2016 yılında yayınladığı denetim raporunda Beylikdüzü Belediyesi ile ilgili yer alan veriler gündeme getirilmiştir.

**Tablo 39:** Ekrem İmamoğlu’nun Lehine Tutum Alan Haberlerin Başlıkları

| Gazete Adı | Ekrem İmamoğlu’nun Lehine Tutum Alan Haberlerin Başlıkları | Haberin Tarihi |
|------------|------------------------------------------------------------|----------------|
| CUMHURİYET | Yüzde 51’le kazanacağız                                    | 2.01.2019      |
|            | SEVGİ DİLİ KAZANACAK                                       | 29.03.2019     |
|            | KAZANDIK, BİLİYORUM                                        | 1.04.2019      |
|            | O eli havaya kaldırın                                      | 4.04.2019      |
|            | Mazbatayı halk verdi                                       | 9.04.2019      |
|            | İstanbul’un baharı                                         | 18.04.2019     |
|            | Çalışanlarla aynı yemekten istedi                          | 19.04.2019     |

|              |                                                                                         |            |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|------------|
|              | #HerŞeyÇokGüzelOlacak                                                                   | 8.05.2019  |
|              | Yine döneceğiz                                                                          | 9.05.2019  |
|              | İŞTE DAYANIŞMA                                                                          | 10.05.2019 |
|              | BİR SÖZÜ YETTİ                                                                          | 16.05.2019 |
|              | Sansürlenene israf                                                                      | 22.05.2019 |
|              | Bu düzen değişecek                                                                      | 23.05.2019 |
|              | YALANLAR ÇABUK ÇÖKTÜ                                                                    | 10.06.2019 |
|              | İşsiz için de her şey güzel olacak                                                      | 12.06.2019 |
|              | Son dönemde farklı iki strateji                                                         | 13.06.2019 |
|              | Her gün yeni tertip                                                                     | 14.06.2019 |
|              | Rehavet yok herkes dönsün                                                               | 21.06.2019 |
|              | DESTAN YAZIN                                                                            | 22.06.2019 |
|              | HALKIN ZAFERİ                                                                           | 24.06.2019 |
|              | Hak, hukuk, adalet                                                                      | 25.06.2019 |
|              | İstanbul umut oldu                                                                      | 29.06.2019 |
| <b>SÖZCÜ</b> | <b>İLK SORUN YOKSULLUK</b>                                                              | 4.02.2019  |
|              | TÜRKİYE'NİN HALİ                                                                        | 6.02.2019  |
|              | İNSANA YATIRIM                                                                          | 1.03.2019  |
|              | 16 milyonluk İstanbul size emanet, gereğini yapın                                       | 5.03.2019  |
|              | AKP'LİLERDEN BİLE OY ALARAK KAZANACAĞIM                                                 | 11.03.2019 |
|              | EN BÜYÜK DUA                                                                            | 30.03.2019 |
|              | ALNININ TERİYLE KAZANDI                                                                 | 2.04.2019  |
|              | Söz veriyorum Atam                                                                      | 3.04.2019  |
|              | VİCDANLARA SESLENİYORUM                                                                 | 4.04.2019  |
|              | HUZUR DUASI                                                                             | 5.04.2019  |
|              | İMAMOĞLU KAYBEDENE KADAR SAYALIM O ZAMAN                                                | 6.04.2019  |
|              | MAZBATA MİLLETİN MAZBATA EKREM İMAMOĞLU'NUN                                             | 7.04.2019  |
|              | MEMLEKETİMİZE BEDEL ÖDETMİYİN                                                           | 8.04.2019  |
|              | BİR OY FARKLA BİLE SEÇİM KAZANILIR                                                      | 9.04.2019  |
|              | Kazanana kadar seçim yapalım anlayışı, 145 yıllık demokrasimizde çok büyük yaralar açar | 10.04.2019 |
|              | Mazbata hemen verilmeli                                                                 | 11.04.2019 |
|              | Seçime katılmak serbest ancak kazanmak yasak                                            | 16.04.2019 |
|              | YSK noktayı koydu mazbata yola çıktı                                                    | 16.04.2019 |
|              | AKP'nin kalesinde "mazbatayı verin" sloganıyla karşılandı                               | 16.04.2019 |
|              | ALIN TERİ MAZBATASINI ALDI                                                              | 18.04.2019 |
|              | İLK İCRAAT!                                                                             | 19.04.2019 |

|  |                                                                |            |
|--|----------------------------------------------------------------|------------|
|  | Güzel işler yap Atatürk gibi yap                               | 20.04.2019 |
|  | İMAMOĞLU VERDİĞİ SÖZLERİ TUTUYOR                               | 4.05.2019  |
|  | ER YA DA GEÇ HAK YERİNİ BULACAK                                | 9.05.2019  |
|  | İsrafin hangi boyutta olduğunu anlatacağız                     | 10.05.2019 |
|  | İmamoğlu Türkiye'yi vicdanlarda birleştirdi                    | 12.05.2019 |
|  | Seçimin gündemi geçim                                          | 15.05.2019 |
|  | Vaatleri bir bir yapıyor                                       | 16.05.2019 |
|  | Sağolasın Ekrem abi                                            | 18.05.2019 |
|  | Oğlumun hakkını yediler, bir damla terini bile helal etmiyorum | 25.05.2019 |
|  | DEDESİ İSTİKLAL SAVAŞI GAZİSİYDİ                               | 29.05.2019 |
|  | FETÖ TARZI KUMPAS                                              | 29.05.2019 |
|  | ADALET DUASI                                                   | 2.06.2019  |
|  | KARADENİZLİLERDEN 'PONTUS' İFTİRASINA TOKAT GİBİ CEVAP         | 6.06.2019  |
|  | KİM BAŞARILIYDI!                                               | 18.06.2019 |
|  | İftiralar daha da artacak!                                     | 20.06.2019 |
|  | Millet iradesinin önünde hiçbir güç duramaz                    | 21.06.2019 |
|  | TARİHİ FARK                                                    | 24.06.2019 |
|  | MİLLET, ADALET VE HUZUR İSTİYOR                                | 25.06.2019 |
|  | 100 bin-300 bin arası fark bekliyordum, 800 bin oldu           | 26.06.2019 |
|  | İmamoğlu'na Anadolu desteği yüzde 60'a çıktı                   | 27.06.2019 |
|  | YAŞASIN CUMHURİYET                                             | 28.06.2019 |

1 Ocak – 31 Mart 2019 tarihleri arasındaki ilk seçim kampanyası döneminde, Cumhuriyet gazetesinde Ekrem İmamoğlu ile ilgili lehine tutum alan iki haber yayınlanmış ve bu haberlerde adayın vaatlerine yer verilmiştir. Aday hakkında lehine tutum alan haberlerin özellikle 1 Nisan – 6 Mayıs 2019 ve 7 Mayıs – 30 Haziran 2019 tarihleri arasındaki dönemlerde arttığı görülmektedir.

Seçimlerin ertesi günü olan 1 Nisan 2019’da, gazetenin sürmanşetinde yer alan haberin başlığı “KAZANDIK, BİLİYORUM” olmuştur. Haberin spotunda “İmamoğlu ‘Hakkımı yedirmem’ dedi, YSK ve veri girişini durduran AA’yı uyardı” ifadesine yer verilmiştir. 4 Nisan 2019 günü yayınlanan “O eli havaya kaldırın” başlıklı manşet haberinin konusu, İmamoğlu’nun İBB Başkanlığı’nın Nurettin Sözen’den Recep Tayyip Erdoğan’a geçtiği dönemdeki devir teslim sürecinden bahsetmesi ve mazbatasını istemesi olmuştur. Necmettin Erbakan’ın o dönem Sözen ve Erdoğan’ın ellerini kaldırdığı anda çekilen fotoğraf da haberde yer almıştır.

9 Nisan 2019 tarihinde yayınlanan “Mazbatayı halk verdi” başlıklı sürmanşet haberinin spotunda “İstanbul’da geçersiz oyların yeniden sayımı da sonucu değiştirmedir” ifadesine yer verilmiştir. Mazbata konusu ile ilgili bir sonraki haber, 18 Nisan 2019 tarihinde “İstanbul baharı” başlığıyla verilmiştir. Ekrem İmamoğlu’nun 17 Nisan 2019 tarihinde mazbatasını teslim alışı, “İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu, 17 gün süren demokrasi mücadelesinin ardından mazbatasını aldı” şeklinde ifade edilmiştir. İmamoğlu’nun başkanlık süreci ile bağlantılı olarak, 19 Nisan 2019 tarihinde gazetenin manşetinde yer alan haberin başlığı “Çalışanlarla aynı yemekten istedi” olmuştur.

YSK’nın yenileme seçimi kararı almasının ardından, 8 Mayıs 2019 tarihinde sürmanşette yer alan haberin başlığı “#HerŞeyÇokGüzelOlacak” sloganı olmuştur. Haberde YSK’nın kararının “hukuksuz” olarak nitelendirilmesinin ardından Ekrem İmamoğlu’na sanatçılardan gelen destek ve havayolu şirketlerinin seçim tarihlerinde uygulayacakları bilet iade ve iptal politikalarına yer verilmiştir. 9 Mayıs 2019 tarihinde, gazetenin manşetinde “Yine döneceğiz” başlığıyla İmamoğlu ile yapılan röportaj yer almıştır.

10 Mayıs 2019 tarihinde “İŞTE DAYANIŞMA” başlığıyla yayınlanan haberin spot kısmında “Erdoğan, 23 Haziran’da devletin olanaklarıyla, İmamoğlu halkın desteğiyle yarışacak” ifadesi bulunmaktadır. Ekrem İmamoğlu’nun seçim sürecinde rakibi Binali Yıldırım olmasına rağmen aslında Recep Tayyip Erdoğan’la yarışmakta olduğu haberde vurgulanmak istenmiştir. “BİR SÖZÜ YETTİ” başlıklı manşet haberi, 16 Mayıs 2019 tarihinde yayınlanmıştır. Haberin spotunda “İmamoğlu rüzgârı su ve ulaşımda indirim getirdi” ifadesine yer verilmiştir. Haberde ulaşım ve su konusundaki vaatlerin Binali Yıldırım’a mal edilmesi de eleştirilmiştir.

22 Mayıs 2019 tarihinde “Sansürlenene israf” başlığıyla yayınlanan manşet haberinin konusu ise Ekrem İmamoğlu’nun CNN Türk’teki Tarafsız Bölge programına katılması ve tam İBB’deki israflar konusunda konuşmak istediğinde yayının sona erdirilmesi olmuştur. İmamoğlu’nun program sırasında israf konusu üzerine bahsedeceği rakamlara da haberde yer verilmiştir. 23 Mayıs 2019 tarihinde yayınlanan haberde ise İmamoğlu’nun yeni seçim kampanyası sürecinden bahsedilmiştir. “Bu düzen değişecek” başlığıyla yayınlanan manşet haberinin spotunda “Yeniden yola çıkan İmamoğlu, küçük azınlığın kurduğu israf ve yağma düzenini teşhir etti” ifadesi yer almıştır.

“YALANLAR ÇABUK ÇÖKTÜ” başlıklı sürmanşet haberi 10 Haziran 2019 tarihinde gazetenin sürmanşetinde yer almıştır. İmamoğlu’nun Karadeniz gezisini konu edinen haberin spotunda “İmamoğlu, Karadeniz gezisinin ardından hakkında ortaya atılan iddiaları çürüttü” ifadesi yer alırken, adayın konuyla ilgili açıklamalarına yer verilmiştir. 12 Haziran 2019 tarihindeki manşet haberinin başlığı ise “İşsiz için de her şey güzel olacak” olmuştur. Haberin başlığında adayın yeni seçim

kampanyası sloganına yer verilirken, spotta yer alan “İmamoğlu, ‘henüz kopyalanmamış’ bir vaadini açıkladı: İş bulana kadar destek” ile birlikte hem adayın vaatlerine yer verilirken hem de rakip adayın vaatleri kopyaladığı öne sürülmüştür.

13 Haziran 2019 tarihinde “Son dönemeçte farklı iki strateji” başlığıyla yayınlanan manşet haberinde Ekrem İmamoğlu’nun yeni seçim kampanyası sürecinde izlediği stratejilere yer verilmiştir. 14 Haziran 2019 tarihinde yayınlanan “Her gün yeni tertip” başlıklı haberde ise İmamoğlu’nun 23 Haziran İBB Başkanlığı Yenileme Seçimi hakkındaki düşünceleri ve projeleri konu edilmiştir.

Seçime iki gün kala, 21 Haziran 2019 tarihinde yayınlanan “Rehavet yok herkes dönsün” başlıklı manşet haberinin konusu İmamoğlu’nun seçmenlere yönelik olarak yaptığı çağrı olmuştur. Seçimden bir gün önce, 22 Haziran 2019 tarihinde yayınlanan manşet haberinde ise “DESTAN YAZIN” başlığıyla birlikte Kemal Kılıçdaroğlu’nun Ekrem İmamoğlu hakkındaki düşüncelerine yer verilmiştir.

Seçimin ertesi günü, 24 Haziran 2019 tarihinde gazetenin manşetinde “HALKIN ZAFERİ” başlıklı haber yer almıştır. Haberin spotunda yer alan ifadeler şu şekildedir: “İmamoğlu, İstanbul seçimini 800 bine yakın oy farkıyla kazandı”, “İstanbul, hukuksuzluğun hesabını sandıkta sordu” ve “CHP’nin sloganı ülkeye umut verdi: Her şey çok güzel olacak”. Seçim sonrasında Ekrem İmamoğlu’nun seçim galibiyeti ile ilgili yayınlanan 2 haberin başlığı ise “Hak, hukuk, adalet” ve “İstanbul umut oldu” şeklindedir.

Ekrem İmamoğlu ile ilgili lehine tutum alan haberlerin olduğu ikinci gazete Sözcü olmuştur. 1 Ocak – 31 Mart 2019 tarihleri arasındaki ilk seçim kampanyası döneminde, Sözcü gazetesinde Ekrem İmamoğlu ile ilgili lehine tutum alan altı haber yayınlanmıştır. Söz konusu haberlerde adayın vaatlerine ve aday ile ilgili düşüncelere yer verilmiştir. Cumhuriyet gazetesindeki sürece benzer şekilde, Sözcü gazetesinde de aday hakkında lehine tutum alan haberlerin özellikle 1 Nisan – 6 Mayıs 2019 ve 7 Mayıs – 30 Haziran 2019 tarihleri arasındaki dönemlerde arttığı görülmektedir.

2 Nisan 2019’dan 11 Nisan 2019’a kadar gazetenin manşet ve sürmanşetlerinde kesintisiz bir şekilde Ekrem İmamoğlu lehine tutum alan haberlere yer verilmiştir. 31 Mart 2019 tarihinde gerçekleşen İBB Başkanlığı seçimiyle bağlantı olarak, 2 Nisan 2019 tarihinde gazetenin manşetinde “ALNININ TERİYLE KAZANDI” başlıklı manşet haberi yer almıştır. 3 Nisan 2019 tarihinde ise İmamoğlu’nun Anıtkabir Defteri’ne yazdığı “Söz veriyorum Atam” ifadesi haberin başlığına taşınmıştır.

4 Nisan 2019 tarihinde “VİCDANLARA SESLENİYORUM” başlığıyla yayınlanan manşet haberinde, İmamoğlu’nun mazbatanın teslim edilmesine yönelik çağrılarını yer almıştır. 5 Nisan 2019 tarihinde,

gazetenin manşetinde yer alan “HUZUR DUASI” başlıklı haberde ise İmamoğlu’nun Eyüp Sultan Camii’ne gitmesi konu edilmiştir. Haberin spotunda “İstanbul’daki seçim yarışını önde tamamlayan İmamoğlu yine Eyüp Sultan’a gitti... Türkiye’nin huzuru için dua etti” ifadesine yer verilmiştir. 6 Nisan 2019 tarihinde yayınlanan sürmanşet haberinde ise İmamoğlu’nun itiraz süreci ile ilgili sözleri “İMAMOĞLU KAYBEDENE KADAR SAYALIM O ZAMAN” şeklinde başlığa taşınmıştır.

7 Nisan 2019 tarihli sürmanşet haberinde, Aytun Çıray’ın İmamoğlu hakkındaki sözleriyle ilişkili olarak haber başlığında “MAZBATA MİLLETİN MAZBATA EKREM İMAMOĞLU’NUN” ifadesine yer verilmiştir. “MEMLEKETİMİZE BEDEL ÖDETMEYİN” başlıklı manşet haberi ise 8 Nisan 2019 tarihinde yayınlanmıştır. Haberde Ekrem İmamoğlu’nun oyların yeniden sayılmasıyla ilgili konuşmalarına yer verilmiştir. 9 Nisan 2019 tarihinde “BİR OY FARKLA BİLE SEÇİM KAZANILIR” başlığıyla yayınlanan manşet haberinin konusu, İmamoğlu’nun Erdoğan’ın “13-14 bin oy farkla kazandım havasına girmeyin” sözlerine karşılık verdiği cevap olmuştur. 10 Nisan 2019 tarihinde “Kazanana kadar seçim yapalım anlayışı, 145 yıllık demokrasimizde çok büyük yaralar açar” başlığıyla manşette yer alan haberde AK Parti’nin dile getirdiği seçimin yenilenmesi talebine karşılık olarak İmamoğlu’nun söylediği sözler yer bulmuştur. 11 Nisan 2019 tarihinde, mazbata konusu gündemde yer bulmaya devam etmiştir. “Mazbata hemen verilmeli” başlıklı haberde hukukçuların konuyla ilgili görüşlerine yer verilmiştir.

16 Nisan 2019 tarihinde, Sözcü gazetesinin sürmanşetinde Ekrem İmamoğlu lehine tutum alan 3 haber yayınlanmıştır. “Seçime katılmak serbest ancak kazanmak yasak” başlığıyla yayınlanan haberde, Muharrem İnce’nin “İmamoğlu’na yapılan haksızlık” çerçevesinde söylediği sözler yer verilmiştir. İkinci haberin başlığı ise “YSK noktayı koydu mazbata yola çıktı” olmuştur. Haberde YSK’nın Maltepe’de yeniden sayım yapılması kararını kaldırması konu edilmiş ve İmamoğlu’nun 13.907 oy önde olduğu belirtilmiştir. “AKP’nin kalesinde ‘mazbatayı verin’ sloganıyla karşılandı” başlıklı haberde, İmamoğlu’nun Esenler ilçesine yaptığı ziyaret gündeme getirilmiştir. İlçede yaşayan seçmenlerin “Mazbatayı ver” sloganı atması, ilçede AK Parti’nin yüzde 65 oy aldığı bilgisiyle birlikte konu edilmiştir.

Ekrem İmamoğlu’nun mazbatasını alması haberi, 18 Nisan 2019 tarihinde “ALIN TERİ MAZBATASINI ALDI” başlığıyla manşetten verilmiştir. Haberin spotunda “CHP’li Ekrem İmamoğlu, çoktan hak ettiği mazbatasını alıp İstanbul Belediye Başkanlığı koltuğuna oturdu” ifadesi yer almıştır. İmamoğlu’nun öğrenci İstanbulkart ücretini 50 TL’ye indireceğini açıklaması, 19 Nisan 2019 tarihinde “İLK İCRAAT!” başlığıyla gazetenin manşetinde yer bulmuştur.

20 Nisan 2019 tarihinde manşette yer alan “Güzel işler yap Atatürk gibi yap” başlıklı haberde, 97 yaşındaki Bahriye ninenin İmamoğlu’na yönelik sözleri konu edilmiştir. 4 Mayıs 2019 tarihinde, “İMAMOĞLU VERDİĞİ SÖZLERİ TUTUYOR” başlığıyla yayınlanan haberde ise tekrar İmamoğlu’nun İBB başkanlığı süresince yerine getirdiği seçim vaatleri gündeme getirilmiştir.

“ER YA DA GEÇ HAK YERİNİ BULACAK” başlığıyla 9 Mayıs 2019 tarihinde yayınlanan manşet haberinde, seçimin yenilenmesi kararının ardından İmamoğlu’nun yol haritasının nasıl olacağı konusuna yer verilmiştir. 10 Mayıs 2019 tarihinde sürmanşetten “İsrafın hangi boyutta olduğunu anlatacağız” başlığıyla verilen haberde, tekrar İmamoğlu’nun süreçle ilgili düşünceleri yer almıştır.

12 Mayıs 2019 tarihinde “İmamoğlu Türkiye’yi vicdanlarda birleştirdi” başlığıyla sürmanşette yer alan haber, İYİ Parti İzmir Milletvekili Aytun Çıray’ın söylemlerini konu edinmiştir. “Seçimin gündemi geçim” başlıklı manşet haberinde ise Ekrem İmamoğlu’nun Şirinevler semt pazarına ziyareti sırasında vatandaşlarla arasında geçen diyaloglar gündeme getirilmiştir.

16 Mayıs 2019 tarihinde “Vaatleri bir bir yapıyor” başlığıyla manşette yer alan haberin konusu İBB Meclisi’nde alınan kararlar olmuştur. “İmamoğlu’nun 18 günlük başkanlığı millete yaradı” spotunun yer aldığı haberde İmamoğlu’nun seçim vaatlerinin yerine getirildiği vurgulanmıştır. 18 Mayıs 2019 tarihinde “Sağolasın Ekrem abi” başlığıyla manşetten verilen haber de aynı konuyla bağlantılı olmuştur. Öğrenci ulaşım kartlarında indirimle gidilmesi sonrasında öğrencilerin sosyal medya üzerinden İmamoğlu’na attıkları mesajlara yer verilmiştir.

“Oğlumun hakkını yediler, bir damla terini bile helal etmiyorum” başlıklı manşet haberinde ise Ekrem İmamoğlu’nun annesi Hava İmamoğlu’nun seçimin yenilenmesi kararından sonraki süreçle ilgili söylemleri gündeme getirilmiştir. 29 Mayıs 2019 tarihinde sürmanşette yer alan “DEDESİ İSTİKLAL SAVAŞI GAZİSİYDİ” başlıklı haber, AK Parti Esenler Belediye Başkanı Tevfik Göksu’nun İmamoğlu’na yönelik olarak “Pontus” imasında bulunmasıyla bağlantılı olmuştur. Haberin spotunda “İmamoğlu’na “Pontus” diyenler, iftira atanlar okusun” ifadeleri yer almıştır. Aynı günün “FETÖ TARZI KUMPAS” başlıklı manşet haberinde ise İmamoğlu’nun “Gelin Türkiye’yi hep beraber yönetelim” şeklindeki sözünün PKK ve FETÖ’ye söylenmiş gibi montajlanması konusu gündeme getirilmiştir.

2 Haziran 2019 tarihinde “ADALET DUASI” başlığıyla yayınlanan haberin konusu, İmamoğlu’nun Beylikdüzü’nde katıldığı iftar sırasında ettiği dua olmuştur. Montajlanan video konusuyla bağlantılı olarak gündeme getirilen haberin spotunda “Orucunu halka açan Ekrem İmamoğlu, Maide Suresi’nin adaletle ilgili olan 8’inci ayetini okudu. “Allah herkesi iftiradan korusun” dedi” ifadesi yer almıştır.

“KARADENİZLİLERDEN ‘PONTUS’ İFTİRASINA TOKAT GİBİ CEVAP” başlıklı haber, İmamoğlu’nun Karadeniz gezisi sırasında gördüğü ilgi üzerinden “Pontus” söylemi ile bağlantılı olacak şekilde kurgulanmıştır. 18 Haziran 2019 tarihinde “KİM BAŞARILIYDI!” başlığıyla verilen haberin konusu ise Binali Yıldırım ve Ekrem İmamoğlu’nun katıldığı ortak canlı yayın olmuştur. Haberde “iktidar yanlısı şirket” olarak tanımlanan MAK Danışmanlık Şirketi’nin yayına yönelik yaptığı anket sonucunda İmamoğlu’nun daha başarılı bulunmasına vurgu yapılmıştır.

“İftiralar daha da artacak” başlıklı manşet haberinde ise CHP İstanbul Milletvekili Oğuz Kaan Salıcı’nın seçim sürecine yönelik açıklamalarına yer verilmiştir. Haberde vurgulanan nokta, seçim sürecini önde götürdüğü için İmamoğlu’na yönelik iftiraların artacağı yönünde bir öngörü belirtilmesi olmuştur. Seçime 2 gün kala, 21 Haziran 2019 tarihinde “Millet iradesinin önünde hiçbir güç duramaz” başlığıyla manşette yer alan haberde İmamoğlu’nun Erdoğan’ın “Yargı önünü kesebilir” şeklindeki söylemine verdiği cevap gündeme getirilmiştir.

Seçimin ertesi günü, Ekrem İmamoğlu’nun seçim galibiyeti gazetesinin manşetinde “TARİHİ ZAFER” başlıklı haberle yer almıştır. Haberin spotunda “CHP’li Ekrem İmamoğlu, tekrarlanan seçimde AKP’li rakibi Binali Yıldırım’a yaklaşık 807 bin oy fark atarak, 2’inci kez İstanbul Belediye Başkanı seçildi” ifadelerine yer verilmiştir. Seçim sonrasında Ekrem İmamoğlu’nun seçim galibiyeti ile ilgili yayınlanan 2 haberin başlığı ise “Hak, hukuk, adalet” ve “İstanbul umut oldu” olmuştur. Seçim sonrasında Ekrem İmamoğlu’nun seçim galibiyeti ile ilgili yayınlanan 4 haberin başlığı ise sırasıyla şu şekildedir: “MİLLET, ADALET VE HUZUR İSTİYOR”, “100 bin-300 bin arası fark bekliyordum, 800 bin oldu”, “İmamoğlu’na Anadolu desteği yüzde 60’a çıktı” ve “YAŞASIN CUMHURİYET”.

**Tablo 40:** Ekrem İmamoğlu’na Tarafsız Tutum Alan Haberlerin Başlıkları

| Gazete Adı | Ekrem İmamoğlu’na Tarafsız Tutum Alan Haberlerin Başlıkları | Haberin Tarihi |
|------------|-------------------------------------------------------------|----------------|
| HÜRRİYET   | SARAÇHANE’DE DEVİR TESLİM                                   | 18.04.2019     |
| MİLLİYET   | BAŞKANLIĞI DEVRALDI                                         | 18.04.2019     |

Ekrem İmamoğlu hakkında tarafsız tutum alınarak yayınlanan haberlerin ikisi de ilk mazbatanın teslim edilmesi sonrasında İBB Başkanlığı görevini devralması ile ilgili olmuştur.

## SONUÇ

Siyasal iletişim, siyasal faaliyet kadar eski bir kavram olmasına rağmen siyasal iletişim üzerine yapılan bilimsel araştırmalar 20. yüzyıldan itibaren yükselişe geçmiştir. Aristoteles'in "*Retorik*" adlı eseri, siyasal iletişim alanındaki ilk çalışmalardan biri olarak kabul edilmektedir. Eserde siyasal iletişim kavramı yer almamış olsa da, siyasal iletişimin yöntem ve tekniklerini oluşturan birçok uygulamanın temelleri söz konusu eserde mevcuttur. Aristoteles, retorik sanatını anlattığı eserinde "*belli bir durumda, elde var olan inandırma yollarını kullanma yetisi*" tanımına yer vermiştir. Ayrıca, karşı tarafı ikna etmek üzere kurulan bir iletişimde fikirlerin net, yalın ve şüpheyi yer vermeyecek bir şekilde aktarılması gerektiğini vurgulamıştır. Siyasal iletişim faaliyetlerinin temelinde de iletişim kurulan tarafı siyasal amaçlar doğrultusunda etkileme amacı bulunmaktadır. Bu nedenle, karşı tarafın siyasi fikir ve düşüncelerinde bir değişim yaratmak amacıyla kurulan iletişim faaliyetinin dili günlük iletişim dilinden farklı bir dil olmak zorundadır. Siyasal iletişim ve retorik kavramlarının kesişme noktası buradan doğmaktadır.

Siyasal iletişim, siyasal bir hedefe ulaşma amacıyla hayata geçirilen her türlü iletişim faaliyetini kapsamaktadır. Kampanyalar ise belirli bir kitleye ulaşmak, kitle üzerinde bir etki yaratmak ve kitlenin desteğini kazanmak amacıyla yürütülen etkinlikler bütünü kapsayan bir iletişim faaliyetidir. Kampanya çeşitlerinden biri olan ve yoğunluğu genellikle seçim dönemlerinde artan siyasal kampanyalar, siyasal aktörler tarafından vatandaşların vereceği siyasi kararlar üzerinde bir etki yaratmak amacıyla gerçekleştirilmektedir.

Seçim dönemlerinde adayların çeşitli siyasal iletişim faaliyetleri aracılığıyla yürüttüğü kampanyalara seçim kampanyaları denilmektedir. Seçim kampanyalarının başlamasıyla birlikte, adayların öncelikli hedefi kısıtlı sürede seçmenlere ulaşmanın hızlı ve etkin yollarını bulmaktır. Bu doğrultuda, siyasi aktörler için medya öncelikli bir sırada yer almaktadır. Siyasi aktörler, geniş hedef kitlelere ulaşma amacını bir siyasal iletişim aktörü olan medya aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Kamuoyu oluşturma gücü sayesinde siyasal iletişim alanının önemli aktörlerinden biri haline gelen medya, fazla sayıdaki iletilerin arasından belli seçimler yaparak bu iletilerin gündem olmasını ve tartışılmasını sağlamaktadır. Siyasi aktörler kampanya mesajlarının medya aracılığıyla seçmene iletilmesi sürecinde daha fazla kontrol kazanmayı hedefleseler de medyanın bu mesajları ne şekilde sunacağı konusunda tam bir kontrol sağlamaları oldukça zordur. Medyanın kampanyaları sunuş şekli çoğu zaman hedeflenenden farklı sonuçlara yol açabilmektedir.

Gerçekliğe uyma, tarafsız ve dengeli olma, yanlılıktan kaçınma ve haberi yazan kişinin kendi tutum ve görüşlerini metne yansıtmama konusunda özen göstermesi gibi ilkeler evrensel olarak kabul edilmiş

olan haber yazım ilkeleri arasında yer almaktadır. Bu ilkeler, medyanın haber verme işlevinin demokrasiyle olan ilişkisi çerçevesinde değerlendirildiğinde bir ilkeden daha da öteye giderek bir sorumluluk haline gelmektedir.

Bu çalışmada medyanın haber verme işlevinin demokrasi ile olan ilişkisi göz önüne alınarak, 31 Mart 2019 İBB Başkanlığı Seçimi ve 23 Haziran 2019 İBB Başkanlığı Yenileme Seçimine yönelik olarak yürütülen seçim kampanyalarının seçmene aktarılması sürecinde yazılı basının nasıl bir rol oynadığı araştırılmıştır. Medyanın bir uzantısı olan yazılı basının süreçteki rolünün ortaya çıkarılması adına, 1 Ocak - 30 Haziran 2019 tarihleri arasında yayınlanan ulusal gazetelerin ilk sayfasında yer alan manşet ve sürmanşet haberleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırmanın sınırlılıkları doğrultusunda, yazılı basının temsili olarak seçilen *Cumhuriyet*, *Hürriyet*, *Milliyet*, *Sabah*, *Sözcü* ve *Yeni Şafak* gazetelerinin manşet ve sürmanşet haberlerine yapılan içerik analizinde şu bulgular elde edilmiştir:

31 Mart 2019 Yerel Seçimleri kapsamında gerçekleştirilen İBB Başkanlığı seçimi, 6 aylık bir süreç içerisinde kendine özgü dinamiklere sahip olmuştur. Yüksek Seçim Kurulu'nun yayınladığı seçim takviminde başlangıç tarihi 1 Ocak 2019 olarak belirtilen seçim için oy verme günü 31 Mart 2019 olarak belirlenmiştir. İlgili tarihleri kapsayan dönem, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı'na aday olan isimlerin seçim kampanyalarını yürüttükleri dönem olmuştur. Seçim sonuçlarına itiraz süreci 6 Mayıs 2019 tarihinde YSK'nın seçimin yenilenmesi kararı almasıyla neticelenmiştir. Bu tarih itibarıyla, adaylar 23 Haziran 2019 tarihinde yapılacak olan yenileme seçimine yönelik yeni seçim kampanyaları yürütmüşlerdir. 6 aylık süreç önemli tarihler başlangıç ve son tarihler kabul edilerek; 1 Ocak – 31 Mart 2019, 1 Nisan – 6 Mayıs 2019 ve 7 Mayıs – 30 Haziran 2019 olarak üç farklı döneme ayrılmıştır. Bu tarihleri kapsayan 3 farklı dönemde, seçim sürecinin dinamikleriyle paralel olarak yazılı basının tutumlarında değişiklikler olduğu görülmüştür.

1 Ocak – 31 Mart 2019 tarihlerini kapsayan 90 gün, araştırma kapsamındaki gazetelerde yer alan toplam 35 haber ile İBB Başkanlığı seçimiyle ilgili en az haber yapılan dönem olmuştur. 31 Mart'a kadar olan sürede, gazeteler yerel seçimleri daha çok siyasal partiler ve siyasal partilerin genel başkanları üzerinden konu alan haberler yapmışlardır. 36 günlük daha kısa bir süreyi kapsayan 1 Nisan – 6 Mayıs 2019 tarihleri arasındaki itiraz sürecinde ise toplam 140 haber yapılmıştır. Anadolu Ajansı'nın veri akışında yaşanan problemler sebebiyle tarafların seçim gecesinde yaptıkları birbiriyle çelişen açıklamalar, medyanın gündemini İBB Başkanlığı seçimine yönlendirmesine neden olmuştur. AK Parti'nin seçim sonuçlarına itiraz etmesi ile başlayan sürecin 17 gün sürmesi, İstanbul'un 25 yıl sonra tekrar CHP yönetimine geçmesi, Ekrem İmamoğlu'nun mazbatasını alarak göreve başlamasına rağmen itirazların

devam etmesi ve 6 Mayıs 2019 tarihinde YSK'nın seçimi yenileme kararı alması gibi gündemler gazetelerin İBB Başkanlığı seçimi ile ilgili haberlerindeki artışın sebebi olarak görülmektedir.

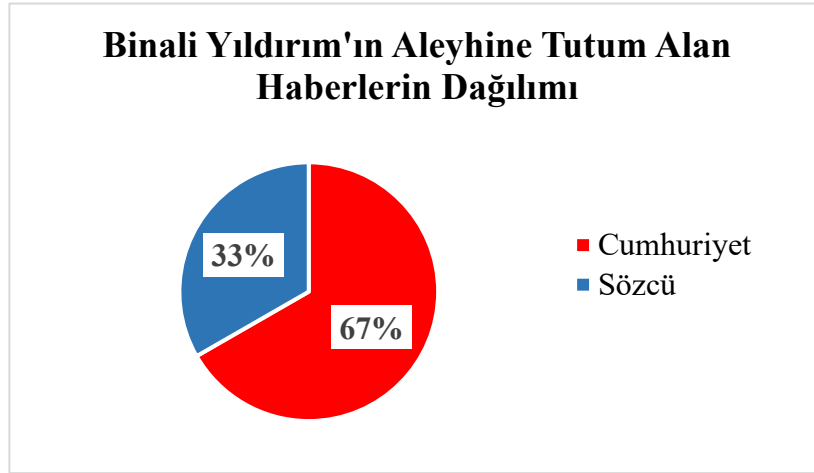
7 Mayıs – 30 Haziran 2019 tarihlerini kapsayan 55 gün, araştırma kapsamında yer alan gazetelerde yer alan toplam 187 haber ile İBB Başkanlığı seçimiyle ilgili en çok haber yapılan dönem olmuştur. İtiraz süreciyle İBB Başkanlığı seçimine dair artan ilgi, seçimin yenilenme kararının alınmasından sonra daha da artmıştır. Seçim kampanyalarında yaşanan değişiklikler ve yapılacak olan seçimin bir yenileme seçimi olması İBB Başkanlığı seçimi hakkındaki haberlerin artmasına neden olmuştur.

Dönemler arasındaki değişimlerin incelendiği diğer bir konu ise adayların seçim kampanyaları olmuştur. Adayların birinci kampanya dönemi olan 1 Ocak – 31 Mart 2019 ile ikinci kampanya dönemi olan 7 Mayıs – 30 Haziran 2019 tarihleri arasında önemli bir fark görülmektedir. Birinci seçim kampanyası döneminden ikinci seçim kampanyası dönemine haber sayıları arasındaki fark; Cumhuriyet gazetesinde 4,45 katına, Hürriyet gazetesinde 6 katına, Milliyet gazetesinde 2 katına, Sabah gazetesinde 16 katına, Sözcü gazetesinde 7,25 katına, Yeni Şafak gazetesinde ise 4,90 katına çıkmıştır.

31 Mart 2019 tarihinde gerçekleşen İBB Başkanlığı seçimine katılan parti sayısı 8, bağımsız aday sayısı ise 24 olmuştur. 23 Haziran 2019 tarihinde gerçekleşen yenileme seçimine ise 4 siyasi parti ve 17 bağımsız aday seçime katılmıştır. 1 Ocak – 30 Haziran 2019 tarihleri arasında, Binali Yıldırım ve Ekrem İmamoğlu haricindeki adayların hiçbir hakkında gazetelerin manşet ve sürmanşetlerinde haber yer almamıştır. Bu çerçeveden bakıldığında, iki aday etrafında kutuplaşan seçim sürecini gazetelerin de aynı doğrultuda kutuplaşarak gündeme getirdikleri görülmektedir. Medyanın haber verme işlevinin demokrasi ile olan ilişkisi göz önüne alındığında, sadece belirli adaylar hakkındaki haberlerin seçmene iletilmesi ve diğer adaylara gündemde hiçbir şekilde yer verilmemesi tarafsızlık ve dengelilik ilkelerinin göz ardı edildiğini kanıtlar niteliktedir.

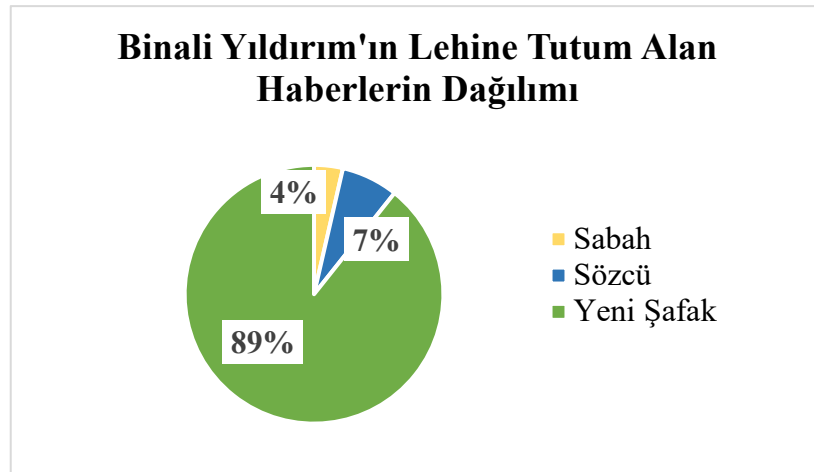
Tarafsızlık ve dengelilik ilkelerinin göz ardı edildiğini gösteren bir diğer değişken, gazetelerde adaylar hakkında yayınlanan haberlerin tutumları olmuştur. İncelenen 6 gazeteden dördünün adaylara olan tutumları yalnızca aleyhine ya da lehine olacak şekildedir. Binali Yıldırım hakkındaki haberlerin tutumları incelendiğinde; aleyhine tutum alan haberlerinin tümünün Cumhuriyet ve Sözcü gazetelerinde, lehine tutum alan haberlerinin çoğunluğunun ise Sabah ve Yeni Şafak gazetelerinde yer aldığı görülmüştür.

**Grafik 3: Binali Yıldırım'ın Aleyhine Tutum Alan Haberlerin Dağılımı**



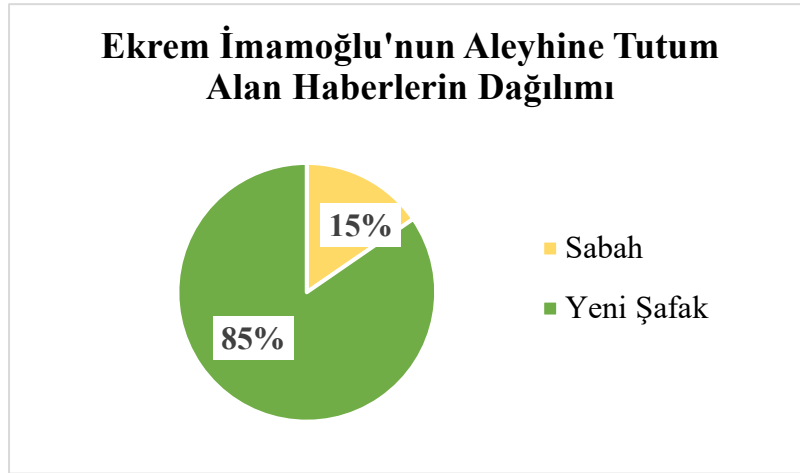
Sözcü gazetesi, 1 Ocak – 31 Mart 2019 tarihleri arasındaki dönemde Binali Yıldırım hakkında lehine ve tarafsız haberlere yer verirken, 1 Nisan 2019 tarihi itibarıyla aday hakkında sadece aleyhine tutum alan haberlere yer vermiştir. Sözcü gazetesindeki bu değişim, iki aday etrafında kutuplaşan seçim sürecinin gazetelerde de aynı doğrultuda ortaya çıktığının bir göstergesidir. Cumhuriyet gazetesinde üç dönem içerisinde de adayla ilgili sadece aleyhine tutum alan haberler yayınlanmıştır. Sabah ve Yeni Şafak gazetelerinde aday hakkında lehine ve tarafsız tutum alan haberler bulunmaktadır. Haberlerin tamamını neredeyse lehine tutum alan haberler oluştururken, iki gazetede de adayla ilgili aleyhine tutum alan habere rastlanmamıştır.

**Grafik 4: Binali Yıldırım'ın Lehine Tutum Alan Haberlerin Dağılımı**



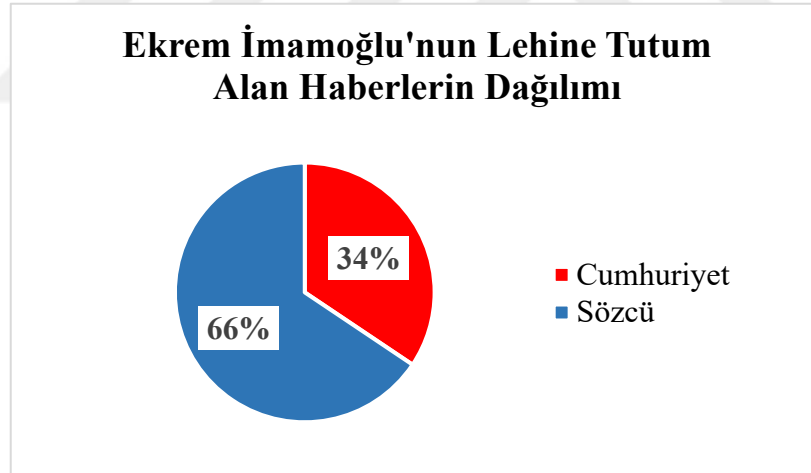
Ekrem İmamoğlu hakkındaki haberlerin tutumları incelendiğinde; aleyhine tutum alan haberlerinin tümünün Sabah ve Yeni Şafak gazetelerinde, lehine tutum alan haberlerin tamamının ise Cumhuriyet ve Sözcü gazetelerinde yer aldığı görülmüştür.

**Grafik 5:** Ekrem İmamoğlu'nun Aleyhine Tutum Alan Haberlerin Dağılımı



Cumhuriyet ve Sözcü gazetelerinde aday hakkında yayınlanan haberlerin tamamı lehine tutum almıştır. İki gazetede de, aday hakkında aleyhine ya da tarafsız tutum alan haber bulunmamaktadır. Sabah ve Yeni Şafak gazetelerinde aday hakkında yayınlanan haberlerin tümü aleyhine tutum almış ve lehine ya da tarafsız habere yer verilmemiştir.

**Grafik 6:** Ekrem İmamoğlu'nun Lehine Tutum Alan Haberlerin Dağılımı



Binali Yıldırım ve Ekrem İmamoğlu'nun aleyhine ya da lehine tutum alan haberlerin gazeteler arasındaki dağılımı incelendiğinde; Cumhuriyet, Sabah, Sözcü ve Yeni Şafak gazeteleri seçim sürecinde adaylar hakkında yaptıkları haberlerde tarafsızlık ilkesini göz ardı eden ve sadece bir tarafın çıkarlarını gözetken bir yayın politikası izledikleri görülmektedir. Aleyhine ve lehine tutum alan haberlerin başlıkları, dili ve gündeme getirdiği konular incelendiğinde, gazetelerin seçim kampanyaları sürecinde haber ve bilgi verme işlevini tarafsız bir şekilde gerçekleştirmediği, taraflaşan bir sürecin aracı rolünü oynadıkları sonucu ortaya çıkmaktadır. Gazeteler belli bir aday hakkında lehine tutum aldıkları haberlerde; adayın vaat ve projelerini ön plana çıkaran, adayın argümanlarını destekleyen, adayın lehine olacak şekilde rakip adayla karşılaştıran bir rol oynamışlardır. Belli bir aday hakkında aleyhine tutum

aldıkları haberlerde ise adayı yıpratmayı ve kamuoyunun genellikle olumsuz görüşe sahip olduğu birtakım olaylarla birlikte çerçevelemeyi hedefleyen bir rol oynadıkları görülmektedir. Demokratik olma iddiasında bulunan toplumlarda medyanın haber verme işlevi stratejik bir öneme sahipken gazetelerin seçim döneminde bir adayla tamamen bütünleşerek adayın kampanya sözcüsü ya da seçim bülteni gibi hareket etmesi demokrasinin etkinliği ve kalitesi açısından sorunlar doğurmaktadır.

İncelenen dönem içerisinde, bazı gazetelerin adayla bütünleşme seviyesinin geldiği noktayı oldukça çarpıcı bir şekilde gösteren haber başlıkları olmuştur. Cumhuriyet gazetesinin 8.05.2019 tarihli “#HerŞeyÇokGüzelOlacak” ve Yeni Şafak gazetesinin 28.05.2019 tarihli “Yaptık yine yaparız” başlıklarında adayların yeni seçim kampanyası döneminde kullandığı sloganlar yer almıştır. Söz konusu başlıklarda tarafsız ve dengeli olma, yanlılıktan kaçınma gibi ilkeler tamamen göz ardı edilmiştir. İlgili ilkelerin göz ardı edildiğini gösteren bir diğer durum ise Ekrem İmamoğlu aleyhine tutum alan haberlerin başlıklarında adayı tanımlamak için kullanılan ifadeler olmuştur. Yeni Şafak gazetesi aday hakkında yaptığı haberlerin başlıklarında “Ekrem”, “Maganda”, “Proje”, “Emlak Kralı” gibi ifadelerle yer vermiştir.

Araştırma kapsamında incelenen diğer iki gazete olan Hürriyet ve Milliyet gazetelerinin, yüzde 3,9’luk eşit oranla İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçimlerine manşet ve sürmanşetlerinde en az yer veren gazeteler olduğu saptanmıştır. Hürriyet gazetesinde Binali Yıldırım hakkında hiç haber yer almamıştır. Milliyet gazetesinde ise sadece 1 haber yayınlanmış, söz konusu haber de tarafsız tutum almıştır. Ekrem İmamoğlu hakkında Hürriyet ve Milliyet gazetesinde tarafsız tutum alan birer haber yer almıştır.

**Tablo 41:** Gazetelerin Manşetlerinde İBB Başkanlığı Seçimleri ile İlgili Haberlerin Sayısı (1 Ocak – 30 Haziran 2019)

| Gazete Adı    | Manşet     |             | Sürmanşet  |             | TOPLAM     |             |
|---------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|
|               | Sayı       | Oran(%)     | Sayı       | Oran(%)     | Sayı       | Oran(%)     |
| Cumhuriyet    | 70         | 29,8        | 23         | 18,1        | 93         | 25,7        |
| Hürriyet      | 9          | 3,8         | 5          | 3,9         | 14         | 3,9         |
| Milliyet      | 8          | 3,4         | 6          | 4,7         | 14         | 3,9         |
| Sabah         | 30         | 12,8        | 2          | 1,6         | 32         | 8,8         |
| Sözcü         | 70         | 29,8        | 40         | 31,5        | 110        | 30,4        |
| Yeni Şafak    | 48         | 20,4        | 51         | 40,2        | 99         | 27,3        |
| <b>TOPLAM</b> | <b>235</b> | <b>%100</b> | <b>127</b> | <b>%100</b> | <b>362</b> | <b>%100</b> |

1 Ocak – 30 Haziran 2019 tarihlerini kapsayan 181 günlük bir seçim sürecinde, Hürriyet ve Milliyet gazetelerinde öne çıkan 2 aday hakkında diğer gazetelere oranla daha az haberin yer alması dikkat çeken bir diğer nokta olmuştur. Söz konusu gazetelerde yayınlanan haberlerin tutumlarına dair veriler tarafsız

bir yayın politikası izlenimi veriyor olsa da aslında medyanın demokrasilerdeki rolü ve sorumluluğunu görmezden gelen bir yayın politikası izlendiğini göstermektedir.

Bir adayla tamamen bütünleşen bir yayın politikasına sahip olan gazetelerde, haberlerin siyasal iletişim kampanyası stratejilerine benzer şekilde kurgulandığı görülmüştür. Bir aday hakkında aleyhine tutum alan haberlerde, adayla ilgili konular okuyucuya aktarılırken negatif mesaj stratejisi uygulanmıştır. Bir aday hakkında lehine tutum alan haberlerde ise adayın kendisi, vaatleri ya da argümanları pozitif mesaj stratejisi izlenerek haber metnine yansıtılmıştır. Binali Yıldırım ve Ekrem İmamoğlu hakkında aleyhine tutum alan haberler incelendiğinde, gündeme çıkarılan konuların haber metninde çerçevelenme şekilleri bu durumu kanıtlar niteliktedir. Negatif siyasal kampanyalarda adayların rakiplerini yıpratmak üzerine kurduğu negatif mesaj stratejisi, gazetelerin adaylar hakkında yaptığı aleyhine tutum alan haberlerde varlığını göstermektedir.

Zamanlama ve yoğunluk stratejilerinin de haber üretim süreçlerine yansımalarını görmek mümkündür. Seçimin iki aday etrafında kutuplaşmasıyla birlikte gazetelerin haber sayılarındaki yoğunluk artış göstermiştir. Fırsat stratejileriyle bağlantılı olarak bu artış sürecinde adaylar hakkındaki belli konular gazeteler tarafından ön plana çıkarılmıştır.

Cumhuriyet gazetesinde Binali Yıldırım hakkında aleyhine tutum alınarak öne çıkarılan konular arasında; İsmailağa cemaati ile görüşmesi, seçim sürecinde Başbakanlık’a ait kiralık aracı kullanması, 31 Mart İBB Başkanlığı Seçimini iptal eden YSK üyelerinden birinin ağabeyi ile Ulaştırma Bakanı olarak görev yaptığı dönemdeki ilişkisi ve ortak canlı yayında bazı sorulara cevap vermemesi gibi konular yer almaktadır. Sözcü gazetesinde ise kardeşinin seçmen kaydının yaşadığı yerde olmaması, destekçilerinin güvenlik önlemleri alınmadan Erzincan Havalimanı’nda aprona girmesine izin verilmesi ve Diyarbakır ziyareti sırasında “Kürdistan” ifadesini kullanması gibi konulara yer verilmiştir. Söz konusu örnek haberlerin adayı yıpratmak amacıyla gündeme getirildiğini söylemek mümkündür.

Ekrem İmamoğlu hakkında aleyhine tutum alınarak öne çıkarılan konular incelendiğinde de benzer bir durum ortaya çıkmaktadır. Sabah gazetesi aday hakkında yaptığı haberlerde; ortak canlı yayın esnasında sorulara cevap verememesi, yayın öncesinde İsmail Küçükkaya ile buluşması ve bu buluşma esnasında bir kumpas hazırlığı yapıldığının iddia edilmesi gibi konuları ön plana çıkartmıştır. Yeni Şafak gazetesinin aday hakkında çeşitli konuları öne çıkardığı görülmektedir. 15 Temmuz 2016 gecesi yayınladığı sosyal medya mesajları, Dini Yayınlar Fuarı’nı yasaklaması, bazı kişilerle ortak satın aldığı zeytinlik arazisini arsaya çevirmesi ve Ordu Valisi’ne küfrettiği iddiası gibi konular aday hakkında aleyhine tutum alınarak öne çıkarılan konular arasında yer almaktadır. Gazetelerin adayları yıpratmak adına fırsat gördüğü birtakım konuları, belli çerçeveler eşliğinde ön plana çıkararak gündeme getirdiği görülmektedir.

Cumhuriyet-Sözcü ve Sabah-Yeni Şafak gazetelerinin adaylar hakkında aleyhine tutum aldığı haberler karşılaştırıldığında ortaya çıkan bir diğer durum, iki gruba ayrılmış olan gazetelerin birbirinden farklı haberleri manşet ve sürmanşetlerinde gündeme getirmesi olmuştur. Örneğin; Binali Yıldırım'ın Diyarbakır'da "Kürdistan" ifadesini kullanması ile ilgili bir haber Sabah ve Yeni Şafak gazetelerinde yer almamaktadır. Aynı şekilde, Ekrem İmamoğlu'nun ortak canlı yayın öncesinde yayının moderatörü İsmail Küçükkaya ile buluşması ile ilgili bir haber de Cumhuriyet ve Sözcü gazetelerinde yer bulmamıştır. Bu durumdan da anlaşılabileceği üzere; gazeteler sadece aleyhine tutum aldıkları adayları yıpratmak üzerine bilgi vermek değil, lehine tutum aldıkları adayları yıpratabilecek olan bilgileri de sunmamak üzerine bir yayın politikası izlemişlerdir.

Aristoteles'in retorik sanatını tanımlarken kullandığı "*belli bir durumda, elde var olan inandırma yollarını kullanma yetisi*" ifadesi ile bağlantılı bir şekilde, gazetelerin seçim kampanyaları sürecinde aleyhine tutum aldıkları adayları yıpratmak ya da lehine tutum aldıkları adayları yıpratabilecek bilgileri gizlemek amacıyla gündeme getirdikleri haberlerde bir adayı istedikleri şekilde çerçeveleme ve seçmeni de adayın çerçeveledikleri şekilde olduğuna inandırma hedefi bulunmaktadır. Söz konusu durum gerçekliğe uyma, tarafsız ve dengeli olma, yanlılıktan kaçınma gibi haber yazım ilkeleri ile birlikte düşünüldüğünde meslek etik ilkelerinin ihlal edildiğini göstermektedir.

Elde edilen bulgular ışığında, özellikle seçim dönemlerinde tarafsız bir konum alması beklenen yazılı basının belli tarafların siyasal iletişim aracı haline geldiği sonucu ortaya çıkmıştır. Medyanın haber ve bilgi verme işlevinin demokrasi ile olan ilişkisi göz önüne alındığında, yazılı basının bu ilişkiden doğan sorumluluğunu tarafsız bir şekilde yerine getirmediği anlaşılmaktadır. 31 Mart ve 23 Haziran İstanbul yerel seçim kampanyalarında yazılı basının nasıl bir rol oynadığını tespit etmek adına yola çıkılan bu çalışmanın sonucunda, araştırmanın örnekleminde yer alan gazetelerin seçim kampanyaları sürecinde yaptıkları haberlerde meslek etik ilkelerine uymayan ve meslek onurunu zedeleyen bir yayın politikası izlediğini söylemek mümkündür.

## KAYNAKÇA

### Kitaplar

- Alver, F. (2011), *Gazetecilik Bilimi ve Kuramları* (1. Baskı), İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Aristoteles (1995), *Retorik* (1.Baskı), (Çev. M. H. Doğan), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Aziz, A. (2019), *Siyasal İletişim* (8. Baskı), Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Bekiroğlu, O., Bal, E. (2014), *Siyasal Reklamcılık* (1. Baskı), Konya: Literatürk Academia Yayınları.
- Bektaş, A. (2018), *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi* (5. Baskı), İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Belsey, A., Chadwick, R. (1998), *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar* (1. Baskı), (Çev. N. Türkoğlu), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bilgin, N. (2014), *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi* (3. Baskı), Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Devran, Y. (2004), *Siyasal Kampanya Yönetimi* (2. Baskı), İstanbul: Odak İletişim.
- Faucheux, R. (2002), *Running for Office* (1. Baskı), New York: M. Evans.
- Girgin, A. (2000), *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i* (1. Baskı), İstanbul: İnkılâp Kitabevi.
- Girgin, A., Özay, S. (2013), *Haber Yazmak* (4. Baskı), İstanbul: Der Yayınları.
- Güz, N. (2005), *Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları* (1. Baskı), Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Heywood, A. (2015), *Siyaset* (15. Baskı), Ankara: Liberte Yayınları.
- Lilleker, D. (2013), *Siyasal İletişim: Temel Kavramlar* (1. Baskı), (Çev. A. Altın, A. Nas, B. Ekşi, K. Bölükbaş, K. Mammadlı, S. Midilli, F. M. Tınç, S.N. Mustafa, Y. Göksun), İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Lippmann, W. (2020), *Kamuoyu* (1. Baskı), (Çev. G. Eren), İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Meyer, T. (2014), *Medya Demokrasisi* (1. Baskı), (Çev. A. Fethi), İstanbul: Köprü Kitapları.
- Özçetin, B. (2021), *Kitle İletişim Kuramları* (5.Baskı), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özerkan, Ş., İncoğlu Y. (1997), *İletişimde Etkileme Süreci* (1. Baskı), İstanbul: Pan Yayıncılık.
- Schmitt-Beck, R., Farrell, D. (2002), *Do political campaigns matter?: Campaign Effects in Elections and Referendums* (1. Baskı), London: Routledge.
- Severin, J.W., Tankard Jr., W.J. (2021), *İletişim Teorileri: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımları* (1.Baskı), (Çev. A.A. Bir, K.Z. Meral), İstanbul: The Kitap.
- Tokgöz, O. (2014), *Siyasal İletişimi Anlamak* (2. Baskı), Ankara: İmge Kitabevi.
- Uztuğ, F. (2004), *Siyasal İletişim Yönetimi* (1. Baskı), İstanbul: MediaCat.

Wimmer, R.D., Dominick, J.R. (2014), *Mass Media Research: An Introduction* (10. Baskı), Wadsworth: Cengage Learning .

### **Makaleler**

Bağce, H. E. (2020), “Türkiye’de Medya ve Demokrasinin Yapısal ve Etik Sorunları”, *İnsan ve İnsan Dergisi*, 7/25: 9-28.

doi: 10.29224/insanveinsan.743610

Boyer, J. H. (1981), “How Editors View Objectivity”, *Journalism Quarterly*, 58(1), 24–28.

doi: 10.1177/107769908105800104

Kaid, L.L. and Johnston, A. (1991), “Negative versus Positive Television Advertising in U.S. Presidential Campaigns, 1960–1988”, *Journal of Communication*, 41: 53-64.

doi: 10.1111/j.1460-2466.1991.tb02323.x

McCombs, M. E., Shaw, D. L. (1972), “The Agenda-Setting Function of Mass Media.” *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176.

Scheufele, D.A., Tewksbury, D. (2007), “Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models”, *Journal of Communication*, 57: 9-20.

doi: 10.1111/j.0021-9916.2007.00326.x

Tokan Şenol, F. (2014), “Bir azınlık toplumunda bağlılık aracı olarak Apoyevmatini Gazetesi”, *Marmara İletişim Dergisi*, 21: 95-110.

doi: 10.17829/midr.20142110300

### **Raporlar**

UNESCO. (1980), Many Voices One World. <http://www.privust.com/wp-content/uploads/2021/12/MacBride-Report-English-ocred-9-5.pdf> adresinden alındı.

### **İnternet Sayfaları**

31 Mart 2019 Mahalli İdareler Genel Seçimleri Seçim Takvimi. (2019), *Yüksek Seçim Kurulu*. <https://www.ysk.gov.tr/tr/2019-mahalli-idareler-secim-takvimi/77915> adresinden alındı.

Vurgun, F. (2019, 2 Nisan), “31 Mart: Ekrem İmamoğlu’nun en uzun gecesi”. <https://www.sozcu.com.tr/2019/gundem/31-mart-ekrem-imamoglunun-en-uzun-gecesi-4263034/> adresinden alındı.

Tümer, D. (2019, 3 Şubat), “İlk kez sessiz sedasız ön kampanya yaptık”. <https://www.milliyet.com.tr/yazarlar/didem-ozel-tumer/ilk-kez-sessiz-sedasiz-on-kampanya-yaptik-2821680> adresinden alındı.

Erdoğan açıkladı: İşte AKP’nin 11 maddelik seçim manifestosu. (2019, 31 Ocak), *Cumhuriyet Gazetesi*. <https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/erdogan-acikladi-iste-akpnin-11-maddelik-secim-manifestosu-1225277> adresinden alındı.

“Gönül belediyeçiliği vatandaşa dokunabilmektir”. (2018, 5 Aralık), *AK Parti*. <https://www.akparti.org.tr/haberler/gonul-belediyeçiliği-vatandasa-dokunabilmektir/> adresinden alındı.

AK Parti 31 Mart 2019 Mahalli İdareler Genel Seçimleri Manifestosu. (2019), *Adalet ve Kalkınma Partisi*. [https://www.akparti.org.tr/media/279203/manifesto\\_28ocak2019\\_17-29.pdf](https://www.akparti.org.tr/media/279203/manifesto_28ocak2019_17-29.pdf) adresinden alındı.

İstanbul Adaylarının Vaatleri. (2019, 27 Mart), *Doğruluk Payı*. <https://www.dogrulukpayi.com/bulten/istanbul-adaylarinin-vaatleri> adresinden alındı.

CHP 2019 Yerel Seçim Bildirgesi. (2019), *Cumhuriyet ve Halk Partisi*. <https://chp.org.tr/yayin/2019-secim-bildirgesi/Open> adresinden alındı.

CHP Yerel Seçim Bildirgesi açıklandı. (2019, 10 Şubat), Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/politika/chp-yerel-secim-bildirgesi-aciklandi-/1388691> adresinden alındı.

Çakır, R. (2019, 7 Haziran), “Binali Yıldırım’ın 180 derece değişen stratejisi işe yarayacak mı?”. <https://medyascope.tv/2019/06/07/binali-yildirim-in-180-derece-degis-en-stratejisi-ise-yarayacak-mi/> adresinden alındı.

Bağce, E. (2019, 27 Mayıs), “İstanbul seçimlerinde neler yaşandı?”. <https://www.indyturk.com/node/35866/turkiyeden-sesler/istanbul-secimlerinde-neler-yasandi> adresinden alındı.

Tokyay, M. (2021, 27 Ocak), “CHP’nin yeni stratejisi seçmene “radikal sevgi” besliyor”. <https://tr.euronews.com/2019/04/20/chp-nin-yeni-stratejisi-secmene-radikal-sevgi-besliyor> adresinden alındı.

Özkan, N. (2019, 17 Mayıs), “Ekrem İmamoğlu 31 Mart’ta nasıl başarılı oldu; kampanya direktörü Necati Özkan bütün ayrıntıları yazdı”. <https://t24.com.tr/amp/haber/ekrem-imamoglu-31-mart-ta-nasil-basarili-oldu-kampanya-direktoru-necati-ozkan-butun-ayrintilari-yazdi,821855> adresinden alındı.

Temizkan, E. (2020, 15 Ocak), “İmamoğlu’nun iletişim stratejisi ve medya: 31 Mart’tan Kanal İstanbul’a”. <https://journio.com.tr/imamoglu-iletisim-necati-ozkan-kanal-istanbul> adresinden alındı.

Cumhurbaşkanı Erdoğan: Seçimde organize bazı suçların işlendiğini gördük. (2019, 8 Nisan), *TRT Haber*. <https://www.trthaber.com/haber/gundem/cumhurbaskani-erdogan-secimde-organize-bazi-suclarin-islendigini-gorduk-411187.html> adresinden alındı.

Binali Yıldırım: Bu Seçim Murdar Oldu. (2019, 15 Nisan), *Bianet*. <https://m.bianet.org/bianet/siyaset/207497-binali-yildirim-bu-secim-murdar-oldu> adresinden alındı.

31 Mart 2019 İstanbul Yerel Seçim Sonuçları. (2019), *Sözcü Gazetesi*. <https://www.sozcu.com.tr/secim2019/istanbul> adresinden alındı.

23 Haziran 2019 Pazar Günü Yapılacak Olan İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Yenileme Seçimlerinde Uygulanacak Olan Seçim Takvimi. (2019), *Yüksek Seçim Kurulu*. <https://www.ysk.gov.tr/doc/dosyalar/docs/2019MahalliIdareler/2019-IBBYenilemeSecimTakvimi.pdf> adresinden alındı.

İstanbul seçimi için kesin aday listesi açıklandı. (2019, 27 Mayıs), *Gazete Duvar*. <https://www.gazeteduvar.com.tr/politika/2019/05/27/istanbul-secimi-icin-kesin-aday-listesi-aciklandi> adresinden alındı.

Karakış, G., Çelikkan E. (2019, 9 Mayıs), “Yeni ekiple yeni kampanya”. <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/yeni-ekiple-yeni-kampanya-41207903> adresinden alındı.

Sayın, A. (2019, 17 Mayıs), “AKP’nin 23 Haziran stratejisi ne olacak?”. <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-48310017> adresinden alındı.

İşte AK Parti'nin 23 Haziran Stratejisi. (2019, 8 Mayıs), *CNN Türk*.  
<https://www.cnnturk.com/amp/turkiye/iste-ak-partinin-23-haziran-stratejisi> adresinden alındı.

23 Haziran stratejisi: Yıldırım 'in' Erdoğan 'out'. (2019, 22 Mayıs), *Cumhuriyet Gazetesi*.  
<https://www.cumhuriyet.com.tr/amp/haber/23-haziran-stratejisi-yildirim-in-erdogan-out-1405399> adresinden alındı.

'Her şey çok güzel olacak' sloganı nasıl ortaya çıktı?. (2019, 7 Mayıs), *Cumhuriyet Gazetesi*.  
<https://www.cumhuriyet.com.tr/video/her-sey-cok-guzel-olacak-slogani-nasil-ortaya-cikti-1381134> adresinden alındı.

İmamoğlu 23 Haziran stratejisini açıkladı. (2019, 22 Mayıs), *Independent Türkçe*.  
<https://www.indytrk.com/node/34096/siyaset/imamoğlu-23-haziran-stratejisini-açıklıyor-yüzlerine-bakınca-kendilerinin-de> adresinden alındı.

Karagülle, F. (2019, 6 Mayıs), "İşte İmamoğlu'nun 19 günlük başkanlığı".  
<https://t24.com.tr/haber/iste-imamoglu-nun-19-gunluk-baskanligi,819977> adresinden alındı.

Bağce, E. (2019, 24 Haziran), "İmamoğlu: Siyasetin yeni profili".  
<https://www.indytrk.com/node/45026/turkiyeden-sesler/imamoğlu-siyasetin-yeni-profil> adresinden alındı.

23 Haziran 2019 İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Yenileme Seçimi Sonucu. (2019, 11 Temmuz), *Yüksek Seçim Kurulu*.  
<https://www.ysk.gov.tr/doc/dosyalar/docs/2019MahalliIdareler/KesinSecimSonuclari/2019Mahalli-IBB.pdf> adresinden alındı.