

T.C.
ERCIYES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

HALKLA İLİŞKİLERİN İDEOLOJİ OLUŞTURMA İŞLEVİ
2009 YEREL SEÇİMLERİ ÖRNEĞİ

Tezi Hazırlayan

Furkan ACIR

Tezi Yöneten

YRD.DOÇ.DR. YUSUF GÜRHAN TOPÇU

Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

ARALIK - 2010

KAYSERİ

Yrd. Doç. Dr. Yusuf Gürhan TOPÇU danışmanlığında Furkan ACIR tarafından hazırlanan “Halkla İlişkilerin İdeoloji Oluşturma İşlevi, 2009 Yerel Seçimleri Örneği” adlı bu çalışma jürimiz tarafından Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü **Halkla İlişkiler ve Tanıtım** Anabilim Dalında **Yüksek Lisans** tezi olarak kabul edilmiştir.

...10.../...11.../...2010

JÜRİ:

Danışman : Yrd. Doç. Dr. Yusuf Gürhan Topçu

Üye : Doç Dr. Metin Işık

Üye : Doç. Dr. Mustafa Akdağ

ONAY :

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulunun 31.12.2010 tarih ve 29... sayılı kararı ile onaylanmıştır.

31.12.2010
Prof.Dr. H.Yunus APAYDIN
Enstitü Müdürü

ÖNSÖZ

Halkla ilişkiler – basın ilişkileri bağlamında, gazete haberlerinin içeriklerinde belirli bir ideolojinin, bir siyasi görüşün fikirlerinin yansıtıldığı, yayın kuruluşlarının taraflı ve yanlı yayın politikasının irdelenmeye gayret edildiği bu çalışmada, desteğini benden esirgemeyen tez danışmanım Yrd. Doç. Dr. Yusuf Gürhan Topçu Hocama, değerli görüşleriyle çalışmama destek olan Doç. Dr. Metin Işık Hocama, çalışmanın başlangıcından sonuna kadar bilgi ve birikimiyle bana yardımcı olan Doç. Dr. Mustafa Akdağ Hocama sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

Furkan ACIR

Kayseri -2010

HALKLA İLİŞKİLERİN İDEOLOJİ OLUŞTURMA İŞLEVİ

2009 YEREL SEÇİMLERİ ÖRNEĞİ

Furkan ACIR

ÖZET

Teknolojinin ve buna paralel olarak iletişim alanının gelişmesi, iletişim araçlarının insanları etkilemesi noktasında daha büyük bir ivme kazandırmıştır. Büyük insan topluluklarına kısa bir sürede büyük bir etkiyle ulaşan iletişim araçları, insanların tutum ve davranışlarını da aynı oranda etkileme yetisine sahiptir. Bu noktada, genel anlamda tüm kitle iletişim araçlarının, araştırmanın sınırlılıkları bağlamında da basılı yayın organlarının kamuoyu oluşturma ya da var olan bir kamuoyunu etkileme gibi olanakları vardır. Elindeki bu gücün farkında olan medya, dördüncü güç olmanın verdiği olanakları da kullanarak, belirli dönemlerde belirli siyasi görüş ve ideolojilerin yanında olmuşlar, bu fikirlerin savunuculuğunu yapmıştır.

Çalışma, halkla ilişkilerin seçmen tutumlarını etkileme noktasında kamuoyu oluşturma işlevini konu almaktadır. Çalışmada içerik analizi ve literatür taraması yöntemleri kullanılmıştır. Yapılan içerik çözümlemesi neticesinde, incelenen gazetelerin bazı fikir ve siyasi görüş çizgisinde bir yayın politikası izledikleri, en azından konuyla ilgili haberlerin bu şekilde kurgulandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Yapılan çalışma, bir halkla ilişkiler çalışması kapsamında değerlendirilebilecek, basılı medya organlarında çıkan haberlerin kamuoyunu belli bir fikre yöneltme anlamında kurgulanmış ve taraflı bir yayın politikası izleyen medya kuruluşlarının haberlerinin içerik analizine tabi tutulması şeklinde gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda; Cumhuriyet ve Zaman gazetelerinin seçim öncesi yaptıkları haberler, söylemleri, okur üzerinde etki ve tutum oluşturacak seviyede kurgulanan haber içerikleri, yapılan içerik analizi ile ortaya konulmuştur.

Asli görevi kamuoyu oluşumuna katkı sağlamak olan basının, toplumu yönlendirmeye çalışıp çalışmadığı söz konusu araştırma ile açığa çıkarılmak istenmiştir.

Sonuç olarak, çalışma kapsamında incelenen gazetelerin 29 Mart 2009 Yerel Seçimleri öncesinde, mevcut siyasi çizgileri paralelinde, belirli siyasi partilerin lehinde, tarafsızlık ve objektiflik gibi etik ilkeleri çiğneyerek sürece etki etmeye çalıştığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Halkla ilişkiler, ideoloji, yerel seçim 2009

THE FUNCTION OF PUBLIC RELATIONS IN FORMING IDEOLOGIES

THE EXAMPLE OF 2009 LOCAL ELECTIONS

Furkan ACIR

ABSTRACT

The advent in technology and the wide scope of communication there of has accelerated the influence of these on people. Communication means, which reach great masses of people in great effect, has the ability to influence the attitude and behaviour of those people all the same. With this respect, all means of mass media in general and printed pres in terms of the limitations in research, has the ability to influence an existing public opinion or to create a new one. Being aware of this power at hand, mass media have used the opportunities of being the 4th force and supported specific political views and ideologies at certain periods.

This study focuses on the function of public relations in creating public opinion by influencing voter attitudes. Content analysis and literature review methods have been employed in this work. As a result of content analysis, it has been concluded that, the reviewed newspaper followed a broadcasting policy of support and alignment to certain political views and the news about these subjects has been handled accordingly to say the least.

The study should be evaluated as a public relations study. It shows that the news on the printed pres is handled in a way to influence the public opinion. This study has also been a content analysis of the news of some media companies with a biased brodcasting policy. In this sense, the biased news broadcased by Cumhuriyet and Zaman prior to elections, which were tailored as to influence the readers, has been subjected to content analysis.

Whether the pres, whose main duty is to contribute to forming public opinion, tried to manipulate public opinion or not has been the subject of this study.

To sum up, it has been concluded that the aforementioned newspapers were in an effort to manipulate the process by acting in parallel to their current political views and supporting some political parties, beyond ethical rules of impartiality and objectivity.

Keywords: Public Relations, Ideology, Local Elections 2009

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iv
İÇİNDEKİLER.....	vi
TABLolar LİSTESİ.....	xii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

HALKLA İLİŞKİLER KAVRAMI VE

TARİHSEL GELİŞİM SÜRECİ

1.1. Halkla İlişkiler Nedir?	5
1.2. Halkla İlişkilerin Tarihsel Gelişimi.....	7
1.2.1. Türkiye’de Modern Anlamda Halkla İlişkilerin Başlaması	9
1.2.1.1. Devlet Planlama Teşkilatı	10
1.2.1.2. Diğer Çalışmalar.....	11
1.3. Halkla İlişkilerin Faaliyet Alanları.....	11
1.3.1. Kurum İçi İletişim	12
1.3.2. Kurumlar Arası İletişim.....	12
1.3.3. Kurumsal Halkla İlişkiler	12
1.3.4. Medyayla İlişkiler.....	13
1.3.5. Sosyal Sorumluluk	13

1.3.6. Kamusal İlişkiler	14
1.3.7. Finansal İlişkiler	14
1.3.8. Stratejik İletişim	14
1.3.9. Çevresel Faktörleri Takip	14
1.3.10. Kriz Yönetimi	14
1.3.11. Metin Yazımı	15
1.3.12. Yayın İdaresi	15
1.3.13. Etkinlik Yönetimi	15
1.3.14. Kültürlerarası İletişim	15
1.3.15. Danışmanlık	16
1.4. Halkla İlişkiler Uygulamasında Kullanılan Araçlar	16
1.4.1. Gazeteler	16
1.4.2. Dergiler	17
1.4.3. Basın Toplantıları	18
1.4.4. Festivaller	19
1.4.5. Sergiler	20
1.4.6. Toplantılar.	21
1.5. İdeoloji ve Kamuoyu Kavramları	21
1.5.1. İdeoloji Kavramı	21
1.5.2. İdeoloji Nedir?	22
1.6. İdeoloji Oluşumunda Kitle İletişim Araçlarının Rolü	23
1.7. Kamuoyu Kavramı	25

1.7.1. Kamuoyu Nedir?	25
1.7.2. Kamu Kavramı	26
1.7.3. Oy Kavramı	26

İKİNCİ BÖLÜM

ZAMAN VE CUMHURİYET GAZETELERİ İÇERİK ANALİZİ

2.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	28
2.2. Araştırmanın Yöntemi	29
2.3. Araştırmanın Varsayımları	29
2.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	30
2.5. Araştırmanın Sınırlılıkları	30
2.6. Verilerin Analizi	30
2.7. Varsayımların Sınanması ve Sonuçların Değerlendirilmesi	31
2.8. Uygulama: İçerik Analizi	32
2.8.1. Cumhuriyet Gazetesi'nin İncelenmesi	32
2.8.1.1. 1 Mart 2009 Pazar	33
2.8.1.2. 2 Mart 2009 Pazartesi	34
2.8.1.3. 3 Mart 2009 Salı	35
2.8.1.4. 4 Mart 2009 Çarşamba	35
2.8.1.5. 5 Mart 2009 Perşembe	36
2.8.1.6. 6 Mart 2009 Cuma	36
2.8.1.7. 7 Mart 2009 Cumartesi	37

2.8.1.8. 8 Mart 2009 Pazar	37
2.8.1.9. 9 Mart 2009 Pazartesi	38
2.8.1.10. 10 Mart 2009 Salı	39
2.8.1. 11. 11 Mart 2009 Çarşamba	40
2.8.1.12. 12 Mart 2009 Perşembe	41
2.8.1.13. 13 Mart 2009 Cuma	42
2.8.1.14. 14 Mart 2009 Cumartesi	43
2.8.1.15. 15 Mart 2009 Pazar	43
2.8.1.16. 16 Mart 2009 Pazartesi	45
2.8.1.17. 17 Mart 2009 Salı	46
2.8.1.18. 18 Mart 2009 Çarşamba	46
2.8.1.19. 19 Mart 2009 Perşembe	47
2.8.1.20. 20 Mart 2009 Cuma	48
2.8.1.21. 21 Mart 2009 Cumartesi	49
2.8.1.22. 22 Mart 2009 Pazar	50
2.8.1.23. 23 Mart 2009 Pazartesi	51
2.8.1.24. 24 Mart 2009 Salı	52
2.8.1.25. 25 Mart 2009 Çarşamba	53
2.8.1.26. 26 Mart 2009 Perşembe	53
2.8.1.27. 27 Mart 2009 Cuma	54
2.8.1.28. 28 Mart 2009 Cumartesi	55
2.8.2. Zaman Gazetesi'nin İncelenmesi	57

2.8.2.1. 1 Mart 2009 Pazar	57
2.8.2.2. 2 Mart 2009 Pazartesi	58
2.8.2.3. 3 Mart 2009 Salı	59
2.8.2.4. 4 Mart 2009 Çarşamba	59
2.8.2.5. 5 Mart 2009 Perşembe	60
2.8.2.6. 6 Mart 2009 Cuma	61
2.8.2.7. 7 Mart 2009 Cumartesi	62
2.8.2.8. 8 Mart 2009 Pazar	63
2.8.2.9. 9 Mart 2009 Pazartesi	64
2.8.2.10. 10 Mart 2009 Salı	64
2.8.2.11. 11 Mart 2009 Çarşamba	65
2.8.2.12. 13 Mart 2009 Cuma	65
2.8.2.13. 15 Mart 2009 Pazar	66
2.8.2.14. 16 Mart 2009 Pazartesi	67
2.8.2.15. 17 Mart 2009 Salı	68
2.8.2.16. 18 Mart 2009 Çarşamba	69
2.8.2.17. 19 Mart 2009 Perşembe	70
2.8.2.18. 20 Mart 2009 Cuma	71
2.8.2.19. 22 Mart 2009 Pazar	72
2.8.2.20. 23 Mart 2009 Pazartesi	73
2.8.2.21. 24 Mart 2009 Salı	74
2.8.2.22. 25 Mart 2009 Çarşamba	75

DEĞERLENDİRME	77
SONUÇ	78
KAYNAKÇA	81
ÖZGEÇMİŞ.....	84

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: 1 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	33
Tablo 2: 2 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	34
Tablo 3: 3 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	35
Tablo 4: 4 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	35
Tablo 5: 5 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	36
Tablo 6: 6 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	37
Tablo 7: 7 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	37
Tablo 8: 8 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	38
Tablo 9: 9 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	38
Tablo 10: 10 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	39
Tablo 11: 10 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	40
Tablo 12: 11 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	40
Tablo 13: 12 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	41
Tablo 14: 13 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	42
Tablo 15: 14 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	43
Tablo 16: 15 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	44
Tablo 17: 15 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	44
Tablo 18: 16 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	45
Tablo 19: 17 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	46
Tablo 20: 18 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	47

Tablo 21: 19 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	48
Tablo 22: 20 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	49
Tablo 23: 21 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	50
Tablo 24: 21 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	50
Tablo 25: 22 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	51
Tablo 26: 23 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	52
Tablo 27: 24 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	53
Tablo 28: 25 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	54
Tablo 29: 26 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	54
Tablo 30: 27 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	55
Tablo 31: 28 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	56
Tablo 32: 28 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi.....	57
Tablo 33: 1 Mart 2009 Zaman Gazetesi.....	58
Tablo 34: 2 Mart 2009 Zaman Gazetesi.....	59
Tablo 35: 3 Mart 2009 Zaman Gazetesi.....	60
Tablo 36: 4 Mart 2009 Zaman Gazetesi.....	60
Tablo 37: 5 Mart 2009 Zaman Gazetesi.....	61
Tablo 38: 6 Mart 2009 Zaman Gazetesi.....	62
Tablo 39: 7 Mart 2009 Zaman Gazetesi.....	63
Tablo 40: 7 Mart 2009 Zaman Gazetesi.....	63
Tablo 41: 8 Mart 2009 Zaman Gazetesi.....	64
Tablo 42: 9 Mart 2009 Zaman Gazetesi.....	65

Tablo 43: 10 Mart 2009 Zaman Gazetesi.....	65
Tablo 44: 11 Mart 2009 Zaman Gazetesi.....	66
Tablo 45: 13 Mart 2009 Zaman Gazetesi.....	67
Tablo 46: 15 Mart 2009 Zaman Gazetesi.....	67
Tablo 47: 16 Mart 2009 Zaman Gazetesi.....	68
Tablo 48: 17 Mart 2009 Zaman Gazetesi.....	69
Tablo 49: 17 Mart 2009 Zaman Gazetesi.....	69
Tablo 50: 18 Mart 2009 Zaman Gazetesi.....	70
Tablo 51: 19 Mart 2009 Zaman Gazetesi.....	71
Tablo 52: 20 Mart 2009 Zaman Gazetesi.....	72
Tablo 53: 20 Mart 2009 Zaman Gazetesi.....	72
Tablo 54: 22 Mart 2009 Zaman Gazetesi.....	73
Tablo 55: 23 Mart 2009 Zaman Gazetesi.....	74
Tablo 56: 24 Mart 2009 Zaman Gazetesi.....	75
Tablo 57: 25 Mart 2009 Zaman Gazetesi.....	76

GİRİŞ

Tezin Konusu

Kamuoyu; yönetenlerin halka, yani vatandaşı karşı sorumluluklarını denetlemektedir. Kamuoyunu oluşturan birçok etken olmakla beraber (aile, eğitim, kültür, baskı grupları vb.) kamuoyunun oluşmasında kitle iletişim araçlarının da rolü oldukça büyüktür. Bu noktada kitle iletişim araçlarının kamuoyu oluşturma noktasında belirli stratejiler oluşturdıkları ve bu paralelde işledikleri söylenebilir. Çalışmada, kamuoyu oluşumuna büyük oranda etki eden yazılı basının İdeoloji ve tutum oluşturabilecek nitelikte oluşturdıkları haber içerikleri konu edilmiştir.

Tezin Amacı

Genel anlamda kitle iletişim araçları, özelde basılı medya organları, kamuoyu oluşturmak amacıyla, ideoloji ve fikirleri paralelinde yayın politikaları izlemektedir. Bu bağlamda gazeteler, haber içeriklerinin oluşturulma sürecinde siyasi çizgileri doğrultusunda bir kurgulama yapmaktadır. Tezin amacı da bu kapsam içerisinde, farklı siyasi görüşlere sahip iki gazetenin haber içeriklerini ve olayları kurgulama stratejilerini ortaya koymaktır.

Yöntemi

Tez kapsamında birinci ve ikinci bölümde halkla ilişkiler kavramı, tanımı ve diğer alanlarla ilişkileri, halkla ilişkilerin faaliyet alanları, kamuoyu kavramı ve kitle iletişim araçları arasındaki ilişkilerin irdelenmesi amacıyla literatür taraması yapılacaktır.

Yazılı basının ideolojik anlamda halkı etkileyebilmek amacıyla kurgulanmış, medya içerikleri oluşturmasının kanıtlanması için basılı medya organlarından haber örneklerinin incelenmesi gerekmektedir. Bu anlamda; medya içeriğinin ortaya konulması amacıyla içerik çözümlemesi yöntemi kullanılmıştır.

İçerik çözümlemesi yöntemiyle, haber içeriğinin sistemli ve nicel anlamda değerlendirilmesi ve analizi planlanmaktadır. Bu bağlamda; çözümlenmesi ön görülen haberin bölümleri ve irdelenmesi gereken noktaları belirlenip, çalışma yöntemi bu paralelde çizilmiştir. Ayrıca araştırmanın güvenilirliğinin sağlanması açısından, savunulan tezi destekler nitelikteki yönler ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Kapsamı

Halkla ilişkiler kavramının literatürde birçok tanımı vardır. Halkla ilişkiler, kamuoyunu etkileme ve ondan etkilenme sürecidir (Tortop 2003, 14). Saygınlık, itibar oluşumuna yönelik olan, fikir ve davranışları etkileyerek anlayış ve destek kazanmaya çalışan çift yönlü bir disiplindir. (Mengü 2005, 179)

Kitle iletişim bir süreci ifade etmektedir (Işık 2000, 37). Karşılıklı olarak aynı konu hakkında iki farklı tarafın ya da kişinin birbirini etkileme ve birbirinden etkilenme sürecidir.

İletişim kavramını ise; “iki birim arasındaki birbirine ilişkin mesaj alışverişi” olarak tanımlamak mümkündür. (Işık 2002, 13) Halkla ilişkiler faaliyetlerinin de bir süreç sonunda ve karşılıklı bir iletişim neticesinde meydana geldiği söylenebilir. Bu bağlamda; iletişimin insanoğlunun ortaya çıktığı ilk dönemlerden bu yana var varsayarsak, günümüz halkla ilişkiler faaliyetlerinin temellerinin planlı olmasa da oldukça eski tarihlerde atıldığını söylemek yanlış olmayacaktır.

Halkla ilişkiler yapısı gereği birçok alanla ilişki içerisinde. Bu anlamda; etkileşim içerisinde olduğu bu alanlardan hem etkilenmekte, hem de bu alanları farklı oranda ve değişik yönlerden etkileyebildiğini söyleyebiliriz. Kitle iletişim araçlarının farklı işlevlerinden birisi de halkı bilgilendirmek ve toplumu haberdar etmektir. Ancak genel anlamda medyanın, özel manada ise basılı medyanın kamuoyunu etkilemek, belirli ideolojik fikirleri topluma aşılacak anlamında taraflı ve kurgu amacı güden bir politika izlediği gözlemlenmektedir. Yani medya, bilgilendirme işlevinden ziyade, yorum yaparak taraflı bir strateji uygulamaktadır. Teknolojik anlamda yetkinliğe ulaşan kitle iletişim araçlarının toplumlara hızlı bir şekilde ulaşması imkânını da sağlamaktadır. Bu noktada medyanın toplumları bir yandan bilgilendirirken, diğer yandan etkileyip yönlendirdiği söylenebilir.

Kamuoyu kavramı ile ilgili çalışmalar günümüzde henüz tamamlanmamıştır ve literatürde kavramın birçok tanımı bulunmaktadır. Kamuoyu kavramı, gerek toplumların belirli tutumları benimsemeleri ve neticesinde sosyo-kültürel anlamda ve siyasi fikirler noktasında farklı görüşleri benimsemelerinde oldukça etkili ve belirleyicidir.

Halkla ilişkilerin ideolojik anlamda belirli bir siyasi görüşü toplumlara kabul ettirmek noktasında kullandıkları yöntemlerden biri de medyayı kullanmaktır. Bu kapsamda; 2009 yılı yerel seçimleri öncesinde, medya kuruluşlarının, halkın tercihlerini etkilemek, ideolojik çizgilerine yön vermek ve tutum oluşturmak amacıyla kurgulanmış, nesnellikten ziyade taraflılık içeren haberlere yer verdikleri gözlemlenmektedir. Bu anlamda, Cumhuriyet ve Zaman Gazetelerinin 01 – 31 Mart 2009 tarih aralığındaki sayıları incelenmiş, haber içerikleri irdelenmiştir.

Önemi

Kitle iletişim araçları kamuoyunun oluşumunda , bu oluşuma katkı sağlayan temel etmenlerden birisi ve en önemlisidir. Zira kitle iletişim araçları çeşitli görüşlerin ifade edilebildiği bir forum olma özelliği taşıdığından ülkedeki çok sesliliğe ve dolayısıyla demokrasiye büyük katkı sağlamaktadır. (Işık; Öztekin 2006, 11)

Halkla ilişkilerin ideoloji oluşturma, kamuoyu oluşumuna katkı sağlama ya da kamuoyu oluşturma işlevlerinin konu edildiği çalışma, halkla ilişkiler uygulamalarında yazılı basının etkisinin ortaya konulması anlamında önem taşımaktadır. Halkla ilişkilerin ideoloji ve kamuoyu kavramlarıyla ilişkisini konu alan çalışmaların sayısı oldukça sınırlıdır. Bu anlamda “Halkla İlişkilerin İdeoloji Aşılama İşlevi: Halkevleri Örneği” ve “Basının Kamuoyu Oluşturma Fonksiyonu – 24 Aralık 1995 Genel Seçimleri Sonrasında ANAP – RP Koalisyon Görüşmelerine Basının Yaklaşımı” isimli yüksek lisans tez çalışmaları yapılmıştır. Bu tez çalışmaları, yapılan çalışmanın yönteminin oluşturulması ve izlenecek yolun belirlenmesi noktasında örnek teşkil etmiştir.

Çalışma, ulaşılan sonuçlar itibariyle varsayımları desteklemesi ve konuyla ilgili daha önce çok fazla akademik çalışma yapılmış olmamasından dolayı önemli bir çalışmadır.

Sınırlılıkları

Bu araştırma ulusal gazeteler üzerinden yürütülecektir. Görsel ve işitsel medya araştırma kapsamı dışında tutulmuştur. Ulusal gazetelerin de tamamını incelemek çok zor olacağından evreni temsil ettiği düşünülen örneklem gazeteler ele alınacaktır.

Araştırmada yerel seçimlerle ilgili haberlerin gazetelerde ağırlıklı olarak yer almaya başladığı 1 Mart 2009 tarihi ve devamındaki bir aylık süreç ölçülecektir. Bu bağlamda, Mart ayı içerisinde Cumhuriyet ve Zaman gazetelerindeki yerel seçimlerle ilgili olarak yayınlanan haberler incelenmiştir.

Birinci bölümde halkla ilişkilerin tanımı, gelişim süreci ve faaliyet alanları, kamuoyu kavramı, halkla ilişkiler ve kamuoyu ilişkisi ele alınmıştır. İkinci bölümde ise medya içeriği içerik çözümlemesi ile ortaya konulmuştur. Bu veriler doğrultusunda sonuç ve değerlendirmeler yapılmıştır.

I. BÖLÜM

HALKLA İLİŞKİLERİN TANIMI VE TARİHSEL GELİŞİM SÜRECİ

1.1. Halkla İlişkiler Nedir?

İnsanların ne zaman ve nerede birlikte yaşamaya başladıkları belli değildir. (Erdoğan; Alemdar 2005, 58). Ancak şu bir gerçektir ki; iletişimin başladığı günden itibaren planlı olmasa da halkla ilişkiler vardır.

Amerika’da doğan, gelişen ve dünyaya yayılan halkla ilişkilerin farkı kaynaklarda değişik tanımları olmakla beraber, bir tanıma ve tanıtmaya süreci olduğunu söylemek yanlış olmaz. Halkla ilişkilerin farklı dönemlerde, farklı içerik ve adlarla anılması doğaldır. (Kazancı 2005, 37) Literatürde geçen halkla ilişkilerle ilgili farklı tanımlar vardır:

Asna: “Özel ya da tüzel kişilerin belirtilmiş kitlelerle dürüst ve sağlam bağlar kurup geliştirerek onları olumlu inanç ve eylemlere yöneltmesi, tepkileri değerlendirerek tutuma yön vermesi, böylece karşılıklı yarar sağlayan ilişkileri sürdürme yolundaki planlı çabaları kapsayan bir yöneticilik sanatıdır.” (Asna 1997, 52)

Kazancı: “Halkla ilişkiler sadece yönetilene bilgi vermek için yürütülen çabalar değildir. Yönetim halk ilişkisini iyileştirmeye yönelik temelinde iletişimin yattığı bir etkileşimdir. Diğer bir ifade ile, halkla ilişkiler yönetimin eylem ve işlemlerini halka onaylatma çabası değil, eylem ve işlemleri yönetilenlerle etkileşerek gerçekleştirme, böylece kamuoyundan kendiliğinden oluşan bir onay elde etmektir.” (Kazancı 2005, 38)

Peltekoğlu: “Halkla ilişkileri kişi ya da kuruluşun amaçlarını gerçekleştirmesine yardımcı olan, kimi zaman tüketici, kimi zaman dağıtım ve çalışanlar gibi kuruluşun yapısına göre değişkenlik gösteren hedef kitlelerle gerçekleştirilen iletişim yöntemidir.” (Peltekoğlu 1998, 99)

Halkla ilişkiler terim olarak ilk kez 1882’de Yale Üniversitesi’nde “Halkla İlişkiler ve Hukukçuların Yükümlülükleri” adlı bir konferansta geçmekte idi. 1897 yılında Amerikan demiryolları ile ilgili olarak çıkarılan “Demiryolu Yıllığı” da kullanılmıştı. Thomas Jefferson ise 1807’de Birleşik Devletlerin dış ilişkileri ile ilgili olarak, halkla ilişkiler terimini 10. Kongre’ye gönderdiği mesajda kullanmıştır. (Ertekin 2000, 11)

Alanla ilgili teorik tanımlama farklı kişilere göre değişik şekillerde yapılmıştır. Ancak bir halkla ilişkiler uzmanında olması gereken bazı özellikler vardır. Bu özellikler şu şekilde belirtilmiştir.

- Dilini iyi kullanmasını bilmelidir.
- Genel kültür sahibi olmanın üzerinde sosyal ve ekonomik konularda yeterli eğitimden geçmiş olmalıdır.
- Gazetecilik mesleği, halkla ilişkiler mesleği için ihmal edilemeyecek bir niteliktir.
- Dış görünümüne dikkat eden, daha ilk görünüşte itici bir etki yaparak insanları kendisinden uzaklaştırmamaya özen gösteren kişidir.
- İnsanları sevmelidir.
- Kendi sorunlarını bir yana bırakacak, kızgınlığını, üzüntülerini içine atıp güleryüzlü olabilecek kadar sabırlı davranmalıdır.
- Görgü kuralları, topluluk içinde davranma biçimi meslekte kalmak isteyenlerin küçümseyemeyeceği özelliklerdir.
- Gerçekleri çabuk kavramayı, kendisini ve olayları dürüstçe değerlendirmeyi ve eleştirmeyi, insanları örgütlemeyi bilen, esneklik, sağduyu, espri ve hayal gücü ile araştırmacılık yanı gelişmiş kişidir.

- Kendine güvenir ve karşısındakilere de bu güveni hissettirir.
- Kendi dili dışında iyi konuştuğu dillerin sayısı başarıyı artırır. (Başok; Yurdakul 2007, 256)

1.2. Halkla İlişkilerin Tarihsel Gelişimi

Kitle iletişimi konusunda ilk sistemli araştırmalar, 1930’larda radyo yayıncılığının hızlı gelişimi ve medyanın olası etkileri konusunda yapılmıştır. (Özerkan 2008, 37). Modern anlamdaki halkla ilişkilerin başlangıcını da bu tarihlere dayandırmak mümkündür. Geçmişteki halkla ilişkiler çalışmalarıyla günümüz halkla ilişkileri arasında şüphesiz ki farklar vardır. Dönemin şartları, halkla ilişkiler faaliyetlerinin nasıl yapılacağına da büyük oranda yön vermiştir.

Halkla ilişkilerin geçmişini milattan önceye dayandıran yaklaşımlar olmakla birlikte günümüzdeki ‘modern halkla ilişkiler’ anlayışının başlangıcı ancak yirminci yüzyıla dayandırılabilir. (Güneş 2005, 301)

Okuryazarlığın olmadığı eski devirlerde, halkla ilişkilerin etkili şekli yüz yüze ilişkiler, söylev ve konferans idi. (Tortop 2003, 22)

Pers, Babil ve Asurlular özenle işledikleri portrelerle vermek istedikleri güçlü imparator imajının tarih boyunca korunmasını sağlamışlar. Eski Mısır’da ise din adamları kamuoyu oluşturmak, uygulanan kuralları pekiştirmek ve halkın gözünde sürekliliklerini sağlamak için halkla ilişkiler tekniklerinden yararlanmışlardır. (Peltekoğlu 2001, 66)

Tarihe baktığımızda eski Türklerde, Osmanlıda, cumhuriyetin ilanından sonraki dönemlerde değişik yapıda halkla ilişkiler faaliyetleri yapıldığı görülmektedir. Orta Asya’da hüküm sürmüş Türk devletleri için, Başvezir Tonyukuk’un halka yaptığı çağrı, o dönemlerde Türklerin devletten neler beklediğinin ve nelerle karşılaştığının kanıtı gibidir. Son derece akıllı olan bu yönetici; kendi halkı için önemli tehlikeleri önceden görmüş, bu tehlikelere yönelik önlem almış, aldırtmış ve sağlığında dikilen Koşo Samday Kitabeleri’nde, halkını kendi gelenek ve göreneklerine uymayan dinlere, telkinlere itibar etmemeye çağırmıştır. Göktürk

ülkesinden deri, yün ve yapağı satın alarak Çin'e götüren tüccarlara kolaylık gösterilmesini istemiş, bunun için bir düzenleme bile yapmıştır. Yani Tonyukuk dış satımın önemini kavrayan ilk devlet adamlarından biridir. Çin ile ticarete evet demesine karşın Çin ile kültürel etkileşimlerin tümüne karşı çıkmıştır. Tonyukuk, yöneticinin sık sık danışmasından yanadır. Bu nedenle “Danışmanların bilgili olması gerekir” der ve Bilge Kağan'a danışmanlık yaptığını yine aynı yazıtta belirtir. “Halkı tanımak yönetmeyi çok kolaylaştıracaktır” demektedir. (Kazancı 2005, 9)

Tıpkı çağdaşı ülkelerde olduğu gibi Osmanlı'da da planlı bir halkla ilişkiler uygulaması yoktu. Bu dönemin siyasal yapısı ve yönetim-halk ilişkisi kendiliğinden yürüyen ve tümüyle siyasal otoritenin isteğine kalmış neredeyse tek taraflı bir uygulama niteliğinde idi. (Kazancı 2006, 6) Bu anlamda halkla ilişkiler faaliyetlerinin etkin olduğu dönemler incelenirken ve değerlendirilirken, dönemin sosyo – ekonomik, daha önemlisi siyasi özellikleri de göz önünde bulundurulmalıdır.

Osmanlı Devletinin ilk dönemlerinin tersine 17 inci yüzyılda başlayan halk-idareci zıtlaşmasının derin ekonomik ve sosyal nedenleri vardır. Tanzimat ve Cumhuriyet dönemleriyle artarak devam eden bu zıtlaşmanın özünde, halkın yöneticiye duyduğu güvensizlik ve onu kendinden uzak kültürlerin ürünü olarak görmesi ile yöneticilerin elitist yaklaşımları yatar. (Yaman 2005, 9)

Halkın sorunları, kuruluşun ilk yıllarında, bizzat beyle halkın yüz yüze ilişkisi ile çözülebiliyordu. Osmanlı'nın ilk yıllarında özellikle Osman (1299-1326) ve Orhan (1326- 1360) döneminde halkın bu hanlarla yüz yüze gelerek istek ve dilekte bulunması, şikâyetlerini bildirmesi doğal ve geleneklerin izin verdiği bir uygulama idi. İlk dönemlerde Osmanlı beylerinin son derece sade ve gösterişsiz bir yaşamları vardı. Bir başka deyişle bir ölçüde halk ile beyin yaşamı ve sorunları arasında pek büyük fark yoktu. Bey, halktan mal mülk, yaşam biçimi ve en önemlisi saygınlık açısından farklılaşmamış idi. (Kazancı 2006, 7)

Kurtuluş Savaşı sürecinde de kamuoyunu oluşturmak için birçok iletişim çalışması yapılmıştır. Erdoğan (2006) bu çalışmalardan genel başlıklarla bahseder. Atatürk'ün Cumhuriyet'in kuruluşuyla ilgili İstanbul dışındaki faaliyetleri 19

Mayıs 1919'da Samsun'a çıkışla başlar. Kurtuluş Savaşı sırasında Atatürk, Eylül 1919'da toplanan Sivas Kongresi'nde alınan kararların halka duyurulması için İrade-i Milliye gazetesini yayınlattır. Ankara'ya gelişinden kısa bir süre sonra da, Hakimiyet-i Milliye gazetesi yayın hayatına girmiştir. Cemiyet ve komitelerin kurulması, önde gelen kişiler ve gruplar arasında ilişki ve iletişim kurulması, mitingler yapılması, Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün ve Anadolu Ajansı'nın kurulması gibi çalışmalar halkla ilişkiler çalışmaları içinde değerlendirilebilir. (Elpeze Ergeç 2006, 105)

1.2.1. Türkiye’de Modern Anlamda Halkla İlişkilerin Başlaması

Modern anlamdaki halkla ilişkiler faaliyetlerinin Amerika’da 20.yüzyılda doğduğu bilinmektedir. Değişen dünya düzeni, ekonomik alanda kapitalist sistemin egemen olmaya başlaması sonucu Amerika’da doğan bu alan Avrupa’da ivme kazanmış, sürekli artan teknolojik ilerlemeler neticesinde Türkiye’de de uygulama ortamı bulmuştur.

Tarihin ilk zamanlarına dayandırılmasına karşın, o zaman yapılan plansız halkla ilişkiler çalışmalarıyla günümüz halkla ilişkiler faaliyetleri arasında oldukça büyük farklar bulunmaktadır.

Geçmişe baktığımızda, farklı milletler ve toplulukların, değişik amaçlarla birtakım halkla ilişkiler faaliyeti olarak değerlendirilebilecek çalışmalarına rastlanmaktadır.

Örneğin; Göktürklerden kalma Orhun kitabeleri, yazılış amacı itibariyle bu anlamda örnek teşkil eden ilk yazılı eser olarak değerlendirilebilir. Yine bu dönemde yapılan ve ülkenin her bölgesinden katılımı şart olduğu büyük kurultaylar, bir anlamda halkla ilişkiler çalışmalarının ilk örneklerini teşkil etmektedir. Günümüze yaklaştıkça; Osmanlı döneminde yapılan divan toplantıları, sarayda yapılan görüşme ve istişareler, Milli Mücadele Dönemi’nde yapılan miting, kongre, toplantı ve hemen her ilden katılımın sağlanması sonucu gerçekleşen istişareler, planlı olmasa da amaçları ve sonuçları itibariyle halkla ilişkiler faaliyeti kapsamında değerlendirilecek olgulardır.

Türkiye'de halkla ilişkiler bir yönetim fonksiyonu olarak bilinçli, örgütlü çabalar biçiminde 1960'li yıllarda ve önce kamu yönetiminde görülmeye başlanmıştır. (Bayramiç 2005, 1)

Günümüzde, amaç kar ya da itibar elde etmek olsun, ileriye dönük hedefleri olan her kuruluş halkla ilişkiler alanında faaliyetler yapmaktadır. Planlı ve doğru zamanda yapılacak halkla ilişkiler çalışmaları, doğrudan olmasa bile en direkt olarak firmaya maddi ve manevi anlamda birçok kazanımlar sağlamaktadır.

Çeşitli dönemlerde siyasi iktidarların programlarında ve hükümet uygulamalarında halkla ilişkiler uygulamaları yer almakla beraber, 1961'de Devlet Planlama Teşkilatı'nın bünyesinde oluşturulan "Yayın ve Temsil Şubesi" nin faaliyete geçmesiyle oluşturulmuştur.

1.2.1.1. Devlet Planlama Teşkilatı

30 Eylül 1960 tarihinde kurulan Devlet Planlama Teşkilatı'nın başlıca görevleri şunlardır: (DPT Mevzuatı – KHK 540)

- a) İktisadi, sosyal ve kültürel kalkınmayı planlamada ve politika hedeflerinin tayininde Bakanlar Kuruluna yardımcı olmak ve hazırlanacak kalkınma planları ile yıllık programları, Bakanlar Kuruluna sunulmadan önce, belirlenen amaçlara uygunluk ve yeterlik bakımından incelemek,
- b) Ülkenin yurt içi ve yurt dışı ekonomik hayatıyla ilgili konularda yüksek düzeyde kararlar almak,
- c) Kalkınma planı ve yıllık programlar çerçevesinde kamu iktisadi teşebbüsleri ile ilgili her türlü kararları almak,
- d) Yatırım ve ihracatın teşvikine ilişkin esasları tespit etmek,
- e) Toplu Konut İdaresi ve Toplu Konut Fonu Bütçesini onaylamak,
- f) Kanunlarla ve diğer mevzuatla yetki verilen konularda karar vermek.

1.2.1.2. Diğer Çalışmalar

Kamu yönetiminin yeniden düzenlenmesi anlamında yapılan başlıca çalışmalar şöyledir:

Mehtap Projesi (1962)

İç Düzen Projesi (1967 – 1971)

İdarenin Yeniden Düzenlenmesi Raporu (1971)

Yerel Yönetim Bakanlığı (1984)

Kamu Yönetimi Araştırma Projesi (KAYA) (1988- 1991)

İçişleri Bakanlığı Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü Çalışmaları (1995- 1997)

Hükümet Programları vb.

şeklinde sıralanabilir. (Banger 2000, 4-5)

1.3. Halkla İlişkilerin Faaliyet Alanları

Halkla ilişkiler faaliyetleri; planlı, tasarlanmış, kurum ve kamu yararı güden ve çift yönlü özellikler taşımaktadır. Kurumun iç ve dış ilişkilerini, yönetim – çalışan diyalogunu sağlarken, diğer yandan da kurum imajı oluşturma ve saygınlığını yükseltmenin yanı sıra, tutum ve davranışların kurumun lehine işlemesini sağlar. Halkla ilişkilerin faaliyet alanları da bu çerçevede şekillenmektedir.

Kurumun verimliliğini ve etkinliğini artırmak amacıyla halkla ilişkiler faaliyetlerinin çalışma sahaları belirli kriterler göz önünde bulundurularak belirlenmiştir. Değişen dünya düzeni, beklenti ve istekler göz önünde bulundurularak belirlenen çerçeve ana hatlarıyla şu şekildedir.

1.3.1. Kurum içi İletişim: Halkla ilişkilerin en bilinen tanımlarından biri; “tanıma ve tanıtma süreci” dir. Bir kurumun dışta etkinlik sağlayabilmesi, öncelikle kurum içinde verimliliği yakalayabilmesine bağlıdır. Dolayısıyla belirlenen hedeflerin kurum çalışanlarına doğru şekilde anlatılması, kurumun personele doğru tanıtılması gerekmektedir.

Kurum içi iletişim; kurum çalışanlarını motive etmek, yönlendirmek, bilgilendirmek, güven ortamı oluşturmak, kurum ile bütünleştirmek için iletişim kurmak şeklinde tanımlanabilir. (Geçikli 2008, 17) Bu anlamda kurum içi iletişimi, kurumun kendisini tanıma faaliyeti” olarak nitelendirmek yanlış olmaz.

Tanıtma; bu amaçla kurulmuş kabul büroları tarafından yapılabileceği gibi, ilgili daire müdür ve yardımcıları tarafından da yapılabilir. (Tortop 2003, 67)

Bir deyiş “iyi halkla ilişkiler kurumun içinde başlar” der. Kendi içinde iyi ilişkileri olan kurumun dışarıyla da iyi ilişkiler içinde olacağı varsayılır. İçeride önemli sorunlarını çözememiş, kendi personeli ile dargın olan bir kuruluşun, çevreyle uyumlu bir halkla ilişkiler programı yürütmesi olanaklı değildir. (Kazancı 2004, 276)

1.3.2. Kurumlar arası İletişim: Kitle iletişimi çeşitli türdeki mesajların, büyük ve dağınık bir kitleye bu amaç için geliştirilmiş araçlar kullanılarak iletilmesi şeklinde tanımlamak mümkündür. (Ault, 1960, 3, Akt. Işık) Kurumlar arası iletişimi de kitle iletişiminin daha sınırlı, daha küçük bir yapısı olarak değerlendirebiliriz.

Tedarikçiler ve perakendeciler gibi kurumlarla iletişim kurmak olarak tanımlanabilir. (Geçikli 2008, 17) Kurumlar arası etkinliğin sağlanması, itibar ve imaj konularında oldukça önemlidir.

1.3.3. Kurumsal Halkla İlişkiler: Herhangi bir ürün ya da hizmet adına değil, kurumun imajının korunması, güçlendirilmesi, güçlü bir kurum imajının oluşturulması için halkla iletişim kurmaktır. (Geçikli 2008, 18). Kurumsal görünüm, kurumsal iletişim, kurumsal davranışın toplamında ifadesini bulan

kurumsal imaj, iç ve dış hedef kitle üzerinde inandırıcılık ve güven yaratmak ile sürdürmek gibi önemli bir işlevi yerine getirmektedir. (Peltekoğlu 2001, 359)

1.3.4. Medyayla İlişkiler: Kitle İletişim araçlarının gerek bireyler gerekse toplum üzerindeki etkileri konusu söz konusu araçların ilk ortaya çıktığı dönemden bu yana sürekli tartışılmaktadır. (Işık 2002, 69) Ancak genel kanı, medyanın toplum üzerindeki etkisinin yadsınamayacak derecede büyük olduğudur. Halkla ilişkilerde en çok yararlanılan kaynak basındır. Her kuruluş yaptıkları çalışmaları, ekonomik başarıları kamuoyuna tanıtarak onun güvenini kazanmak ister. Amaç yalnız tanınma değil, aynı zamanda beğendirmek ve onda kuruluşun amaçlarına uygun bir izlenim yaratmaktır. Basın, kuruluşları en önemli haber kaynağı sayar. Kuruluşlar büyüdükçe ülkenin yaşantısı üzerindeki etkisi çoğalmaktadır. Halkla ilişkiler görevlilerinin de mümkün olan ölçüde kuruluşu tanıtmak, basının ihtiyaçlarını karşılamak görevleri nicelik ve nitelik olarak artmaktadır. (Tortop 2003, 70)

1.3.5. Sosyal Sorumluluk: Bugün ekonominin giderek sosyalleştiği, sosyal sorumluluk eğilimleri taşıdığı ve hatta işletmelerin bu eğilimlerinin stratejik plan ve programlar çerçevesinde değerlendirildiği bir gelişme içerisinde olduğu inkar edilemez bir gerçektir. (Bayrak 2001, Akt. Ural; Yılmaz; 83)

Sosyal alanda yapılan çalışmalar kamuoyu tarafından önemsenir ve işletmeye karşı güven duygusu oluşturur,

- Eleştirel hedef kitle ve bilim sanat çevreleriyle iletişim kurulmasını sağlar,
 - İşletmenin sosyal değerini artırır, reklam çalışmalarına canlılık, etkinlik kazandırır ve medya ile ilişkileri güçlendirir,
 - Küçük bütçelerle etkili faaliyetler gerçekleştirilebilir,
 - Müşterilerin yerel olması durumunda yöresel faaliyetleri desteklemek işletmenin çevresel duyarlılığını kanıtlar,
 - Sosyal faaliyetlerin desteklenmesi çalışanlar üzerinde olumlu etki yapar.
- (Peltekoğlu 2001, 303)

1.3.6. Kamusal İlişkiler: Kurum amaç ve faaliyetlerini duyurabilmek için yerel ve ulusal fikir adamlarıyla iletişim kurmaktır.

1.3.7. Finansal ilişkiler: Finansal halkla ilişkiler ağırlıklı olarak yatırımcılarla ve finans çevreleri ile iletişimi hedefler. Kamuoyuna kurumun finansal gücü ve ileriye dönük ekonomik hedefleri konusunda bilgi vererek olumlu bir imaj oluşturmaya çalışır. Özellikle halka açılma ve özelleştirme öncesi ve sonrasında hisse senetlerinin değerini ve pay sahiplerinin sayısını artırmak için ekonomi basınına, aracı kurumları, finansal analistleri hedefleyen, çeşitli etkinlikler düzenler, kurumla ilgili bilgilerin medyada düzenli bir biçimde yer almasını sağlar. Kurumun finansal alandaki hedef kitlelerinin tamamıyla olumlu ve etkili iletişim içinde olmasını planlar ve koordine eder. (Geçikli 2008, 129)

Finans, bir kurumun ileriye yönelik doğru adımlar atabilmesi için gerekli olan kaynakların tümünü ifade etmektedir. Kurumun maddi ve kapital anlamındaki gücünü tanımlayan finans, kurumun itibarını artırması anlamında gerekli olan imkan ve faaliyetlerin kaynağını teşkil etmesi noktasında oldukça önemlidir.

1.3.8. Stratejik İletişim: Kurumu etkileyebilecek konuların ve sorunların analizini yaparak kurumsal amaca yönelik çözümlere odaklanma ve geliştirmedir. (Geçikli 2008, 18)

1.3.9. Çevresel Faktörleri Takip Etme: Kurum, yaşanan sosyal, siyasal ve ekonomik değişimleri takip etmek zorundadır. Çevre sorunlarına duyarlılık göstermek ve çalışanların ekonomik anlamda rahatlamalarına yardımcı olacak faaliyetler sosyal sorumlulukla da ilişkilendirilebilir. (Geçikli 2008, 18)

1.3.10. Kriz Yönetimi: Kriz kavramını şu şekilde tanımlamak mümkündür: Örgütün varlığını, geleceğini etkileyebilen, aniden ortaya çıkan, önlem alınmakta geç kalındığında örgütü ciddi bir şekilde tehdit edebilecek bir durumun ortaya çıkmasıdır. (Akım 2005, 171) Bu tanımda risk yönetimini sorun yönetiminden ayırmak yararlı olabilir. Risk yönetimi, bireyleri ve örgütleri aydınlatmak suretiyle çok çeşitli kaynaklardan gelebilecek risklere karşı uyardırmaya (iş kazaları,

sağlık ve çevre, trafik kuralları gibi) ve bu alanlardaki denetimi artırmaya yönelik önlemler dizisi olarak anlaşılabilir. Sorun yönetimi ise potansiyel birtakım problemlerin örgütsel anlamda kriz boyutuna ulaşmadan denetim altına alınması çabalarını kapsayan bir uygulamadır. (Ertekin 2000, 108)

Kriz yönetiminde esas olan; krizi kabullenmektir. Tabi öncesinde hazırlanmış olan kriz yönetim planını uygulamak için kriz masasının toplanması ve krizi en az zararla atlatabilmek adına alınan kararların oldukça hızlı bir şekilde uygulamaya geçirilmesi gerekmektedir.

1.3.11. Metin Yazımı: Yazılacak metin, kitlenin özelliğine göre oluşturulur. Yazışmalardaki temel amaç yazılanların hepsinin okunması ve okuyan kişinin yazılanlardan etkilenmesi olarak sıralanabilir. (Işık 2006, 166)

1.3.12. Yayın İdaresi: Bir görüşe göre, çağdaş anlamda iletişimi yazılı basının gelişmesiyle başlatmak mümkündür. (Aydoğan 1995, 9). Yayın idaresi de bir noktada basılı görsel ve işitsel medyadaki haberleri takip etmek, gelişmeleri izlemek anlamına gelmektedir. Yayın sürecini takip ederek bu alandaki yeni teknolojileri kullanmak. (Geçikli 2008, 18)

1.3.13. Etkinlik Yönetimi: Kurumu tanıtmak amacıyla düzenlenen fuarlar, toplantılar bu kapsamda değerlendirilebilir. Kurum imajın korunması, amaçların duyurulması noktasında etkinlik yönetiminin oldukça önemli olduğunu söyleyebiliriz.

1.3.14. Kültürlerarası İletişim: Yurtdışı tanıtım faaliyetleri, uluslar arası etkinlik faaliyetleri sayılabilir.

Kapitalizmde popüler olanın üretimi iki anlamda ele alındı: 1. Ulusal ve uluslar arası yapıların egemenliği popülerleştirme pratikleri ve popülere katma ve katılma; 2. Egemenlik altındaki yerel birimlerin pratikleri ve mücadele ve boyun sunmanın üretimi. (Erdoğan; Alemdar 2005, 75)

Kültürler arası iletişim diye tanımlanan bu yapıda da temel, kapital gücü elinde bulunduran, teknolojik yeterliliğe sahip çevrelerin piyasaya yön vermesi, bir kısım çevrelerin de bunu takip etmesinden başka bir şey değildir.

1.3.15. Danışmanlık: Politikalar, süreçler, uygulamalar, ilişkiler ve kurumun iç ve dış müşteri iletişimi ile ilgili yönetime tavsiyede bulunmaktır. (Geçikli 2008, 18)

1.4. Halkla İlişkiler Uygulamasında Kullanılan Araçlar

Halkla ilişkiler kamuoyuna bilgi aktarılmasında ve bu kamuoyu ile ilişkilerin düzenlenmesinde çeşitli araçlardan yararlanır. Hangi araç ya da araçların kullanılacağı kamuoyuna ulaşılmak istenen grubun ve aracın özelliklerine bağlı olarak belirlenir. Halkla ilişkilerde kullanılan araçları şu şekilde sıralayabiliriz. (<http://cevdetkizil.brinkster.net>)

1.4.1. Gazeteler: Halkla ilişkilerde en çok kullanılan araçların başında gazeteler gelmektedir. Ancak gazetelerden istenilen biçimde yararlanabilmek için onların özelliklerini ve en önemlisi çalışma düzenlerini bilmek gerekmektedir. Gazetelerin işledikleri konulara, ağırlık verdikleri sorunlara göre bir sıralaması yapılabilir. Bu sıralamaya uygun olarak da her gazetenin belirli bir kategori içinde kalan okuyucu kitlesi bulunur. Örneğin fikir gazeteleri aydınlara, spor gazeteleri gençler ve spor camiasına, fotoroman yayını yapan ya da renkli sayfa düzenini kabul etmiş gazeteler genç kız ve kadınlara daha çok hitab ederler. Dolayısıyla gazetelerin içeriklerine göre okuyucuları da değişmektedir. Bu değişiklik halka ilişkiler uygulamasında son derece önemli bir yer tutar. Örneğin kozmetik ile ilgili haberler fikir gazetelerinden çok renkli basında yer alır, almak zorundadır. Gençlik sorunlarıyla ilgili bakanlığın ya da kuruluşun halkla ilişkilerde kullanacağı gazete türü kuşkusuz spor gazetesi olmalıdır. Türkiye'de kadınlara duyuracağımız bir konu için en ideal gazete Hürriyet ve Günaydındır. Aydın kadınlara ulaşmak için ise özellikle Cumhuriyet daha sonra da Milliyet gazetesinden yararlanmak uygundur. Gazeteleri kullanmak için dikkat edilecek bir

başka özellik, konunun zamanlamasıdır. Her ne kadar "faksimile" yöntemi kullanılabilmekteyse de birkaç bölgede baskı yapma, her bölge ya da ile erken yetişme amacı gazetelerin erken "bağlanması"nın zorunlu kılmasıdır. Yeni yöntemlerin geliştirilmesi zamana karşı yarışı azaltmış değildir. Gerek merkezde gerekse taşrada basılacak aynı sayfa için olabildiğince acele etmekte yarar ve zorunluluk bulunmaktadır. Bu yüzden sabah gazetelerinde akşam verilen haberlerin yer alması çok zordur. Akşam gazeteleri de baskıya en geç öğleye doğru girdikleri için bu gazetelere yönelik haberlerin en geç varışı bir önceki gece olmalıdır. Çünkü haber toplama ve derleme kimi kez bütün geceyi alır. (Kazancı 1980, 119 – 120)

Günümüz teknolojileri sayesinde basılı yayıncılık hem hız kazanmış hem de çeşitlilik kazanmıştır. Görsel unsur kullanımına sıklıkla yer veren yazılı basında ofset, tipo ve diğer baskı çeşitleri sayesinde sunum şekilleri daha da zenginleşmiştir. (Biber, Öztekin, 239)

Bugün, gazeteler halkla ilişkiler etkinliklerinin yürütülmesinde oldukça etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Halkı bilgilendirme noktasında önemli bir misyonu olan medya organlarının toplumu etkileme, toplumsal hafızaya şekil verme, fikir ve tutumları yönlendirme asli görevlerinin ve ödevlerinin dışında bazı faaliyetlerinin olduğu da bilinmektedir.

1.4.2. Dergiler (Broşürler, bültenler, el kitapları): Gazetelerin halkla ilişkiler aracı olarak sahip oldukları özellikler aynen dergiler için de geçerlidir. Dergilerin de niteliklerine göre farklı okuyucu kitleleri vardır. Tümüyle gençlik sorunlarına eğilen, ev kadınlarına hitab eden, aydınların gereksinmelerini karşılamaya çalışan vb. değişik toplum kesimlerini hedef almış dergilerden yararlanılırken bu ayırım mutlaka göz önünde tutulmalıdır. Bunun yanında unutulmaması gereken bir başka özellik, sanılanın aksine dergilerin de sütun sıkıntılarının bulunduğuudur. Bazen bu sıkıntı kendisini gazetelerden daha çok hissettirir. Gazeteyi dergiden ayıran en önemli ayırım zaman bakımındandır. Dergiler genellikle haftada bir çıkarlar. Hafta içinde oluşan, gelişen her olay "haber" özelliği taşıdığı takdirde dergi için yayınlanabilir niteliktedir. Dergiler için bazen özel yöntemler kullanmak gerekir. Kimi kez haber ve haberin gelişimiyle ilgili başta bir özet verilirken, kimi kez de

olay içinde dikkat çekici "flaş" olaycılara başlangıçta yer verilmektedir. (Kazancı 1980, 124)

Dar anlamıyla broşür, altı veya daha fazla sayfadan oluşan, bir kerelik basılan, belirli bir amaçla önceden belirlenen hedef kitleye dağıtılan, sürekliliği olmayan basılı iletişim aracını tanımlar. (Peltekoğlu 1998, 186).

Basılı anlamda farklı alanlarda toplumu bilgilendirme noktasında kullanılan dergi, broşür ve el kitaplarının, halkla ilişkiler alanında da yaygın olarak kullanıldığını söyleyebiliriz.

1.4.3. Basın Toplantıları: Basın toplantısı, yazılı ve sözlü basın mensuplarına açık olan ve kitle iletişim araçlarına önemli haberlerin aktarılacak istenildiği bir halkla ilişkiler yöntemidir. Basın toplantısının değişik biçimleri vardır. Basın konferansı metin okuma biçiminde olabileceği gibi, üretilen malın tanıtımı, bir gösteri ya da toplantıya konu olan ünitelerin gezdirilmesi biçiminde de olabilir. Basın konferansları kimi kez kokteyl hatta yemekli biçimde de yapılmaktadır. Basın toplantısına katılacakların sayısının önceden bilinmesinde organizasyonun başarılı geçmesi açısından büyük yarar vardır. Ayrıca çağırılanların ülkede ya da bölgede kitle iletişim araçlarını yeterince temsil edecek sayıda olmasına dikkat edilmelidir. Çağrılacakların esas konuyla ilgili olmalanna özen göstermeli, bunun için de ayrıca her gazetenin yazı işleri müdürüyle ilişki kurulmalıdır. Bunun dışında konuyla ilgisi olduğu bilinen kişilerin çağrılmasında da yarar vardır. Basın toplantılarının en az 48 saat önce ilgililere duyurulması da gerekmektedir. Konferansın yeri ve saati belirtilmeli, ayrıca toplantı yerinin düzenlenmesine özen gösterilmelidir. Basın toplantısında yerler ve salon düzenlenmesi herkesin soru sormasını kolaylaştırabilecek, not tutmasını sağlayacak biçimde yapılmalıdır. Ses ve ışık düzenine dikkat edilmelidir. Hemen belirtmek gerekir ki basın toplantısının saati başka önemli bir toplumsal olayla aynı saatlere getirilmemeli, bundan özenle kaçınılmalıdır. Örneğin önemli bir futbol maçı sırasında basın toplantısı düzenlenmemelidir. Salonun giriş ve çıkışlarında basın toplantısına ilişkin özet not ve konuşma metinleri gazetecilere ve katılanlara dağıtılmalıdır. Ayrıca toplantılarda yeterince doküman ve konuyla ilgili yayın ve öteki çalışmalar

katılanlara verilebilir. İlginç belge ve fotoğrafların dağıtılması yararlı olmaktadır. Hiç unutmamak gerekir ki, basın toplantısının başarısı ilgili konunun yalnızca kitle iletişim araçlarında yer almasıyla değil, kamuoyunda yeterince yankı yapması, ilgi görmesiyle ilgilidir. Bunun için durumun gereklerine göre bazı orijinalitelere de yer verilebilir. Ancak bu durumda halkla ilişkilerin en önemli ilkesi olan "doğruluk ilkesinden" ayrılmamak gerekir. İlginç olmak için kamuoyunu yanıltma istenilen sonucu vermemiştir. Ayrıca sırf basın toplantısı yapmış olmak için basın toplantısı düzenlemenin bir anlamı yoktur. Ortada mutlaka bir sorun bulunmalı, önemli bir konunun tartışılması söz konusu olmalı, önemli bir hizmet, bir yenilik gündeme getirilmiş olmalıdır. Bunlar olmadığında basın toplantısı gazetecileri sıkmasa bile kamuoyunda istenilen etkiyi gösteremez. Hatta toplantı gazeteler de bile yer almaz. (Kazancı 1980, 121 – 122)

Basın toplantıları, söz konusu faaliyetin gerek sözlü olarak anlatılması, gerek yazılı olarak dağıtılan basın bildirileriyle açıklanması, bazen de görsel imkanlardan faydalanılarak konunun irdelenmesi noktasında, hedef kitleyi doğru bir şekilde bilgilendiren etkili bir araç olarak kullanılmaktadır.

1.4.4.Festivaller: Festivaller, görsellik ve yakınlık gibi avantajlar sağlaması anlamında hedef kitleyi etkileme noktasında oldukça önemli bir araç olarak değerlendirilebilir. Söz konusu hedef kitleye, festivaller yoluyla, aynı anda, etkili ve hızlı bir şekilde ulaşmak mümkündür.

Kitle iletişim araçlarının yanında birer halkla ilişkiler tekniği olarak çeşitli sosyal olaylardan yararlanılmaktadır. Bunların başında ülkemizde de giderek yaygınlaşmaya başlayan festivaller gelmektedir. Kuruluşların çalışmalarına önce kendilerine çok yakın olan çevreden başlamaları ilkesinin bir sonucu olarak, halkla ilişkiler uygulaması da gerek yersel, gerek işlemsel planda en yakın çevrelerden başlatılmak zorundadır. Örneğin bir fabrika için önce kurulmuş olduğu kent ve bölge önemlidir. Daha sonra ülke düzeyinde etkili olmaya çalışmalıdır. Hele yerel yönetimler için yerel çevre ile sınırlı kalmak çoğu kez bir doğal zorunluluktur. İşte festivaller bir yandan yakın çevreyi etkilerken, öte yandan tüm ülke düzeyinde kentin, kuruluşun ya da bir olayın ismini duyurmakta,

dikkati o şey üzerine çekebilmektedir. Ayrıca festivallere dışardan çok sayıda kişinin izleyici ya da katılımcı olarak gelmesi bir toplumsal hareketliliği de beraberinde getirmektedir. Farklı yörelerin insanları, farklı kültürler birbirleriyle alış verişte bulunmaktadır. (Kazancı 1980, 130)

Festivaller, halkla ilişkilerin uygulanmasında kullanılan araçlar içerisinde belki de en etkililerinin başında gelmektedir. Öyle ki; festival ve eğlenceli gösteriler, hem büyük bir yaş yelpazesine hitap etmekte, hem de görselliğin de verdiği avantajla hedef kitleyi daha fazla etkileyebilme olanağı tanımaktadır.

1.4.5.Sergiler: Diğer halkla ilişkiler araçları ile karşılaştırıldığında sergilerin fazla tercih edilen bir araç olmadığı söylenebilir.

Çizgilerle anlatılan mesajları bir araya toplayan sergiler halkla ilişkiler alanında pek kullanılmamaktadır. Gelişen kitle iletişim olayı yanında sergilerin yeri giderek azalmaktadır. Bu konuda özel kişilerin belirli bir alanda yapmış olduğu çalışmaları tanıtıcı nitelikteki sergileri kuşkusuz kasdetmemekteyiz. Kuruluşları ve onların yaptığı çalışmaları tanıtıcı nitelikteki sergiler belirli özelliklere uymak zorundadır. Bu özellikler serginin anlatmak istediği şeyleri daha kolay anlatabilmesi amacına dönüktür. Görüntüler olabildiğince açık olmalıdır. Görüntülerin dizilmesinde mantıksal bir dizi izlenmesi gerekir. Resimler ve çizgiler, ayrıca ve eğer mümkünse tamamlayıcı maket ve panolarla desteklenmelidir. Maketlerin ilginç olmasının ayrıca bir değeri bulunmaktadır. Sergiler "sokaktaki adama" hitab ettiği, edebileceği için basit bir anlatım içinde, bu anlayışa uygun olarak düzenlenmelidir. (Kazancı 1980, 131 – 132)

Serginin bir halkla ilişkiler aracı olarak kullanılması, belki de öncelikle ülkedeki eğitim düzeyinin yükselmesi ve sosyal alışkanlıkların değişmesi neticesinde gerçekleşebilecek bir olgudur. Bu anlamda serginin önümüzdeki dönemlerde, en azından yakın gelecekte halkla ilişkiler aracı olarak etkin bir görev üstlenmesini beklemek yanlış olur

1.4.6. Toplantılar: İnsanları değişik şekillerde belirli bir davranışı yapmaları için ikna etmek ve etkilemek mümkündür. (Öztekin 2006, 22) Toplantıların konuları kadar toplantıya katılanlar ve kamuoyuna duyurulması da önemli bir konudur. Konu güncel ve önemli konular arasından seçilmeli toplantıya katılacak olanlar olabildiğince tanınmışlardan olmalıdır. Toplantılarda yine olabildiğince karşıt görüşlü kişilere yer verilmelidir. Belirli bir konuda tarafsız olma diye bir şey yoktur. Tarafsızlık da şu ya da bu biçimde taraflardan birini tutma anlamına gelir. Bunun çok iyi değerlendirilerek toplantıların sonuçlarını kuşkuya düşürmemek için karşıt görüşlere mutlaka yer verilmiş olmalıdır. Toplantıların yeri ve zamanının seçimine özen gösterilmesi gerekir. Tıpkı basın toplantısındaki titizlik içinde toplantıya basın mensupları çağırılmalıdır. Toplantıyı kamuoyuna duyurmak işin en son ve fakat ihmal edilmemesi gereken yanıdır. Toplantılar seminer biçiminde olabileceği gibi konunun niteliğine göre konferans, karşılıklı tartışma ve açık oturumlar biçiminde de düzenlenir. (Kazancı 1980, 131)

1.5. İdeoloji ve Kamuoyu Kavramları

Kapitalist toplumlarda ideoloji daima mitolojiler ve ritüellerle el ele gitmiştir. Televizyon ve popüler kültür mitolojileri ve baskın ideolojileri bir şekilde iletide görev yapar. Kellner'e göre (1979) ileri kapitalist toplumlarda yayın araçları yoluyla ideolojinin hayalsel, sembolik ve mitsel yanında artma ve klasik basınla olan yanında gerileme olmuştur. Bugün televizyon kültürel sembollerin egemen üreticisidir. (Erdoğan; Alemdar, 54)

1.5.1. İdeoloji Kavramı

Althusser, Kapital'i Okumak'ta ideolojiyi basma kalıp nosyonlar olarak sunmaktadır. Bu kitapta daha çok ideolojinin bilimle ilişkisi üzerinde duran yazar, epistemolojik kopuşun koşullarını ideoloji alanında arar. Bu anlamda ideoloji, bilimin tarih öncesi demektir. (Althusser, 1995, 71)

1.5.2. İdeoloji Nedir?

İdeoloji kavramı ilk kez Fransız filozofu Destutt de Tracy (1755-1836) tarafından “İdeolojinin Unsurları” adlı eserinde kullanıldı. Destutt De Tracy ideolojiyi fikirleri, düşünceleri inceleyen bilim olarak kullandı. Fakat kısa bir süre sonra terim bu anlamdan uzaklaştı; fikir ve düşünceler bilimi yerine dünyaya, topluma ve insana yönelik duygular, tutumlar ve düşünceler sistemi bütün anlamında kullanılmaya başlandı. Daha sonraları terim; bir kişiye, gruba, topluma ait özel çıkarları haklılaştırmaya (meşrulaştırmaya) yarayan fikirler sistemi anlamında kullanıldı. Günümüzde ideoloji daha çok bu anlama gelmektedir. Ayrıca siyasal düşüncelere, duygulara ve tutumlara yönelik olarak da yaygın bir şekilde kullanılmaktadır.

İdeoloji ile ilgili olarak literatürde farklı görüşlere ve düşünörlere ait değişik tanımlamalar olduğu gözlemlenmektedir. Althusser, “İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları” eserinde bu tanımlamalardan bazısına şöyle yer vermektedir: (Althusser 2003, 97)

Karl Marx’a göre ideoloji: Görünüşte mantıklı olan, fakat gerçekte bir toplumdaki egemen sınıfın çıkarlarını haklılaştırmaya yarayan fikirler sistemidir.

Karl Mannheim’a göre ise ideoloji; tarihin belirli bir anında bir sosyal sınıfın çıkarlarının az çok aldatıcı olarak evrenselleştirmesidir.

Althusser için ideoloji; kendine göre bir mantığı olan, belli bir toplum içerisinde tarihi bir varlığı ve tarihi bir görevi bulunan bir tasavvurlar (imajlar, mitler, fikir ve kavramlar) bütünüdür. Althusser “İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları” adlı eserinde ideolojik aygıtları bir üretim tarzının tutarlılığını korumak üzere var olan araçlar olarak görür.

C. Levi Strauss’ göre ise, ideoloji, bize toplumun haritasını verir, toplum içinde hareket etmemizi kolaylaştırır.

İdeolojiye bağılı olarak toplumların, olayları algılayışları ve sorunlar karşısındaki çözümleri de farklılaşmaktadır. Türkiye’deki seçmen kitlesinin tutumlarını da bu bağlamda değerlendirmek mümkündür.

Türkiye’de milletvekili seçimleri ve yerel seçimler 4 yılda bir yapılmaktadır. 1950 ve sonrasında yapılan seçimlerin sonuçları incelendiğinde; genel oy dağılımının %65 – 70’i sağ, %30 – 35’inin sol partilere ait olduğu gözlemlenmektedir. Bu sayısal verilerden şöyle bir yorum çıkarılabilir: Büyük bölümü muhafazakar ve dini anlamda tutucu olan seçmenin tercihleri de bu doğrultuda şekillenmiştir.

1.6. İdeoloji Oluşumunda Kitle İletişim Araçlarının Rolü

Toplumlarda fikirlerin oluşması için iletişim bir gerekliliktir. Toplumlardaki fikirlerin, ideolojilerin ve tutumların oluşum sürecini inceleyebilmek için birbirleriyle ilişkilerinin nasıl olduğunun bilinmesi gerekmektedir. Toplum içerisindeki bu etkileşim, ideolojik fikirlerin oluşmasında büyük oranda belirleyici olmaktadır. Bu bağlamda söylenebilir ki; insanların ideolojik tercihleri, çevresel tutumlardan bağımsız olarak değerlendirilemez.

Demokrasilerde kitle iletişim araçları kamuoyunun sadece sesi değil aynı zamanda motorudur. Kitle iletişim araçları kamuoyu oluşumuna yardım etmekte ve kamuoyunu yönlendirmeye çalışmaktadır. Burada dikkate edilmesi gereken nokta, kamuoyu sürecinin toplumdan devlet organlarına doğru bir süreç izlemesi gereğidir. Yani siyasal iktidarlar kamuoyu oluşturmaktan ve etkilemekten ziyade, onun kendiliğinde oluşmasını ve kendisini etkilemesini beklemelidir. (İçel 1990, 94 - 95)

Ancak kitle iletişim araçlarının bu noktada izledikleri yayın politikaları göz önüne alındığında, durumun böyle olmadığı gözlemlenebilmektedir. Zira; gazeteler belirli ideolojik fikirlerin aynası olmuş, bu fikirleri toplumlara haber içeriklerini kurgulayarak aktarmayı kendilerine amaç edinmiş durumdadırlar. Ulusal düzeydeki yaygın – süreli yayınların hemen hemen hepsinde bu kaygıya rahatlıkla rastlanabilmektedir.

İdeolojiler, toplumu oluşturan bireylerin dünya görüşleri, değer yargıları, kültürel ve sosyolojik öncelikleri çerçevesinde şekillenen siyasi fikirlerin bir tezahürüdür.

Ancak ideolojilerin ve ideolojilerin temelini meydana getiren siyasi fikirlerin oluşum başlangıcında ve bu süreçteki etkileme, değiştirme ve kontrol altına alma olguları, toplumsal fikirlerin özğür bir şekilde oluşmasına engel olmaktadır. Bu anlamda siyasi seçim sonuçlarının (gizli oy açık sayım şeklinde dahi olsa) bir noktadan sonra halkın tutum ve kanaatlerini, başka bir deyişle ideolojik tercihlerini tam anlamıyla yansıtmadığını söyleyebiliriz. Öyle ki; ulusal gazete haberleri incelendiğinde, gerek içerik, gerek şekil, gerekse fikirsel anlamda objektiflikten uzak, belirli bir fikri yansıtmaya çalıştıkları görölmektedir.

Basın organlarının görev ya da amacı toplumda belirli bir kesimin görüş, düşünce ve kanaatlerini kamuoyuna empoze etmek ve dolayısıyla kamuoyunu bu doğrultuda yönlendirmek değil, toplumu bilgilendirerek kamuoyunun serbestçe oluşmasına katkı sağlamak olmalıdır. Burada akıllara gelen husus, basın organlarının genel yayın politikaları olduğu ve bu genel yayın politikaları doğrultusunda yapılan yayın ve yorumların kamuoyu oluşumunda etkili olabileceğidir. Bu görüş doğru olmakla birlikte basın organlarının görevi yorum yapmak değil haber ve bilgi vermek olduğundan toplumdaki düşünce, kanaat ve gelişmeleri basın organlarının haber olarak duyurması, bunu yaparken de yansız davranması gerekmektedir. (Işık 2000, 76)

İletişim araçlarının, belirli ideolojilerin borazanlığını yapmaktan öte, halkı bilgilendirmek ve kültürel anlamda aydınlatmak gibi işlevleri vardır. Fakat; gerek medyanın sermaye yapısı, gerek tüm sektörlerde olduğu gibi medya sektöründe de önceliğin doğru haber ve bilgi vermek değil kapital olması ve medya gücünün teknolojik imkanların da ilerlemesi sonucu giderek artması; yazılı ve görsel medyanın belirli ideolojileri, siyasi fikirleri savunan ve bu fikirlerin kabul edilmesi noktasında hizmet eden kuruluşlar olmasına neden olduğu söylenebilir. Bu bağlamda; medya kuruluşlarının sermaye yapıları, yani sahipliklerinin, ideolojik tutumlarında ve savunulan fikirler noktasında büyük belirleyicilerden en önemlileri olduğunu söyleyebiliriz.

1.7. Kamuoyu Kavramı

Günümüzde kamuoyu ile ilgili çalışmalar henüz tamamlanmamıştır ve literatürde kavramın birçok tanımı bulunmaktadır. Kamuoyu kavramı, gerek toplumların belirli tutumları benimsemeleri ve neticesinde sosyo-kültürel anlamda ve siyasi fikirler noktasında farklı görüşleri benimsemelerinde oldukça etkili ve belirleyicidir.

Kapitalist toplumlarda ideoloji daima mitolojiler ve ritüellerle el ele gitmiştir. Televizyon ve popüler kültür mitolojileri ve baskın ideolojileri bir şekilde iletide görev yapar. Kellner'e göre (1979) ileri kapitalist toplumlarda yayın araçları yoluyla ideolojinin hayalsel, sembolik ve mitsel yanında artma ve klasik basınla olan yanında gerileme olmuştur. Bugün televizyon kültürel sembollerin egemen üreticisidir. (Erdoğan; Alemdar, 54)

Kamuoyuna temel oluşturan kanıların biçimlenmesinde, başlangıçta kişinin bireysel özellikleri rol oynar. Kalıtım yoluyla kazanılmış fiziksel ve ruhsal özellikler bir hareket noktasıdır. Sonra buna aileden başlayarak bir dizi küçük grubun etkisi katılır. Çocuklukta kazanılan temel tutumlara gittikçe başkaları eklenir. Kanı, kişisel tutumun belirli bir soruya verdiği cevaptır. (Kışlalı 1987, 339)

İnsanlar toplum içinde ve toplum normlarıyla yaşamakta olduklarından , tek birey olarak bunlardan tamamen soyutlanmaları olanaksızdır. Muzaffer Şerif, aile içindeki en özel ana – baba – çocuk ilişkilerinin bile, “doğal” ya da “doğuştan” olamayacağını belirtmektedir. (Şerif 1985, 122)

1.7.1. Kamuoyu Nedir?

Kamuoyu kavramı, günümüz çağdaş toplumlarında sıkça kullanılan bir kavram olmakla birlikte; kavramın tanımı konusunda sosyologlar, sosyal psikologlar ve siyaset bilimciler arasında önemli görüş ayrılıkları bulunmaktadır. Bu nedenle;

kamuoyu kavramı bazen bir grup içerisinde kök salmış inançları ifade etmede, bazen belirli görüşlerin ifade edilmesi sürecinde, bazen de mantıki olarak gerçekleşen bir düşünce süreci sonucunda benimsenen görüşlerin duyurulmasında kullanılmaktadır. Bu bağlamda sosyologlar kamuoyunu grup olayı, sosyal psikologlar kişilerin dış çevrelerinden aldıkları etkilere gösterdikleri psikik tepkiler, siyaset bilimciler ise kitle olayı olarak ele almaktadırlar. (Bektaş'tan akt. Işık 2000, 71)

Kamuoyu kavramının yeterli bir şekilde incelenmesi için, kavramı oluşturan “kamu” ve “oy” kavramlarının ayrı ayrı irdelenmesi doğru olacaktır.

1.7.2. Kamu Kavramı

Kamu, belirli bir sorunla karşılaşan ve sorun etrafında toplanan bireylerin oluşturduğu gruptur. Kamu kavramı etki ve ilgi kavramlarıyla yakından ilgili bir kavramdır. Dolayısıyla kamu terimine etki ve ilgi kavramlarıyla bir sınır çizilebilmektedir. Kamu, ortak ilgiye dayanmakta, bu ortak ilgi ise belirli şart ve problemlere bağlı olarak ortaya çıkabilmekte, dağılabilmekte ya da yeni bir şekil alabilmektedir. Yapılaşmanın olmadığı, sınırsız ve çoğulculuk gibi unsurları bünyesinde barındıran, katılmanın gönüllü olduğu kamuyu oluşturan bireyler arasında fiziki bir yakınlık bulunması da gerekmemektedir. (Işık 2000, 74)

Kamu kavramını bu anlamda belirli bir olay karşısında yanı tarafta olan grup olarak değerlendirebiliriz. Yani bir durum karşısında ortak bir fikre sahip olma, aynı tavrı takınma gibi sonuçları olabilmektedir. Birden çok konu karşısında birden çok kamu da oluşabilmektedir.

1.7.3. Oy Kavramı

Toplumlarda siyasi olgunlaşmanın yerleşmesi ve halkın büyük kesiminin siyasi fikirlerini ortaya koyması, tarihlerin ilerleyen sürecinde ortaya çıkmıştır. Bu

manada demokratik yönetimlerin toplumların siyasi literatürlerine girmesi sonucunda oy kullanmada genellik ve eşitlik ilkesi benimsenmeye başlanmış, böylelikle halkın istekleri yönetimlerin seçilmesinde birinci belirleyici olmuştur.

Oy, tartışmalı bir konuda belirli bir fikri ifade ettiğinden; kanaatler hiçbir zaman herkes tarafından üzerinde birleşilen bir hüküm olarak karşımıza çıkmamaktadır. Eğer kesin değer, ilke ve inançlarla ilgili konularda ortaya çıkabilen davranışlarla ilgili standartlaşma söz konusu ise ve bu yönde belirli davranış kalıpları ortaya çıkmışsa bu konularla ilgili olarak oy anlamında bir kanaatten söz etmek imkansızdır. Kanaatler her zaman belirli ve sınırlı problemlerle ilgili olmaktadır. Örneğin din eğitimi benimseyip, benimsememek sadece bir görüşü ifade ederken; 1999 Türkiye’inde imam hatip okullarının faaliyetlerini olumlu ve ya olumsuz olarak değerlendirmek bir kanaat olmaktadır. (Işık 2000, 75)

II. BÖLÜM

ZAMAN VE CUMHURİYET GAZETELERİ İÇERİK ANALİZİ

2.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Kitle iletişim araçları, teknolojinin de gelişmesi sonucu büyük kitlelere hitap etmeye ve toplumları büyük ölçüde etkilemeye başlamışlardır. Bu noktada büyük bir nicel ve nitel anlamda büyük bir güce sahip olan medya, toplumları haberdar etmenin yanında, yorum yapmaktadır ve değerlendirmelerde bulunmaktadır. Kitle iletişim araçları bu bağlamda gündem oluşturmakta, önemli – önemsiz haber ayrımını yapmakta, haberleri iletmekte, yorumlamakta ve bu şekilde toplumların ideolojik tutumlarını, yani siyasi kanaatlerini etkilemekte, bunlara yöne vermektedir.

1950 seçimleriyle birlikte nispeten demokratik bir siyasi olgunluğa eriştiğini söyleyebileceğimiz Türk siyaseti, teknolojik gelişmelerin ve medyadaki teknik ilerlemelerin de etkisiyle bu alanlardan büyük oranda etkilenmeye başlamıştır. Öyle ki; medya içerikleri birçok noktada taraflı, kurgulanmış ve objektif olmayan yönleriyle karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışmada, basılı medya organlarının haber içerikleri incelenerek, kitle iletişim araçlarının ideolojik anlamda kamuoyu oluşturmak amacıyla izlekleri taraflı politikanın ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Bu amaçla, örneklem olarak seçilen iki gazetenin haber içerikleri incelenmektedir.

Çalışma, ulusal gazeteler üzerinden yürütülmüştür. Görsel basın çalışma kapsamında yer almamaktadır. Gazetelerde yer alan haberlerin analize tabi tutulacağı çalışma, örnekleme temsil ettiği düşünülen iki gazete üzerinden yürütülecektir. Gazete içeriklerinin ortaya konulabilmesi amacıyla; haber başlıkları ve içeriğinde değinilen konular ayrı ayrı incelenmiştir.

2.2. Araştırmanın Yöntemi

Medya içeriğinin ortaya konulabilmesi amacıyla içerik çözümlemesi yönetimi kullanılmıştır. İçerik çözümlemesi toplumbilimsel araştırmalarda kullanılan bir gözlem tekniğidir.

İçerik çözümlemesi yönteminin seçilmesindeki en önemli etkenlerin başında, yöntemin arasında nesnellik, yansızlık, sistematik olma, tekrar uygulanabilir olma ve sonuçta işe yarar değerli çıkarımlar elde etme gibi özelliklerinin olması önemli olmuştur. Ayrıca aynı konuda yapılan diğer araştırmalarla sonuçlar karşılaştırılabilmekte, yani sınanabilmektedir. BU noktada yapılan çalışmanın sonuçları denetlenebilmektedir.

2.3. Araştırmanın Varsayımları

Araştırma kapsamında yapılan medya araştırmasında aşağıdaki varsayımlar sınanmıştır.

1. Yerel seçimlerle ilgili haberlere gazetelerde büyük oranda yer verilmektedir.
2. Yerel seçim tarihi yaklaştıkça, gazetelerde bu konudaki haberlerini sıklaştırmaktadırlar.
3. Bu anlamda gazete haberlerinde en büyük bölümünü Cumhuriyet Halk Partisi ve Adalet ve Kalkınma Partisi haberleri oluşturmaktadır.
4. İncelenen gazeteler, siyasi ideolojilerini yansıtan partiler aleyhinde çıkan haberlere yer vermemektedirler.

5. Sağ ideolojiyi savunan gazetede hükümetin görüşleri ve destekleyici grupların görüşlerini yansıtırken, diğer gazete muhalefetin görüşlerini ve diğer muhalif grupların fikirlerini yansıtmaktadır.

2.4. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırma Türkiye’deki ulusal gazeteler üzerinden yürütülmüştür. Bunun nedeni, bütün yazılı ve görsel basının incelenmesinin mümkün olmamasıdır. Bu anlamda evren olarak Türkiye’de yayınlanan tüm ulusal gazetelerden oluşmaktadır. Araştırmada evreni temsil ettiği düşünülen iki gazete incelenmiştir.

Cumhuriyet ve Zaman gazeteleri örneklem gazetelerimizi oluşturmaktadır. Bu iki gazete, siyasi anlamda farklı görüşleri yansıtan gazetelerdir. Tiraj anlamında Zaman Gazetesi, Cumhuriyet Gazetesi’nden yüksek olmasına rağmen, temsil ettiği görüş ve etkisi bakımından önemli bir gazete konumundadır.

2.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Yerel seçimlerle ilgili seçilen gazetelerin 1 Mart – 29 Mart 2009 tarihli sayılarındaki ilgili haberler incelenmiştir.

Medya içeriğini ölçmek amacıyla gazeteler içerik çözümlemesine tabi tutulmuştur.

2.6. Verilerin Analizi

Yapılan araştırma sonucu ulaşılan haberler, içerik anlamında analize tabi tutulmuştur.

2.7. Varsayımların Sınanması ve Sonuçların Değerlendirilmesi

İncelenen süre içerisinde yerel seçimlerle ilgili Cumhuriyet Gazetesi'nde 80 haber, Zaman gazetesinde 51 haber yayınlanmıştır. Bir aylık süre içerisinde, incelenen gazetelerde toplam 131 haber yer almıştır. Bu anlamda yayınlanan haberlerin tamamı, temsil ettikleri ideolojik fikir paralelinde kurgulanmış, taraflı, objektif olmayan haberlerdir. Haber sayıları ve yerel seçimlerle ilgili olarak gazetenin ayırdığı sayfa sayısına bakıldığında, Cumhuriyet gazetesinin yerel seçimle ilgili haberlere daha fazla yer verdiği gözlemlenmektedir.

Çalışmada belirlenen birinci varsayım, “Yerel seçimlerle ilgili haberlere gazetelerde büyük oranda yer verilmektedir.” şeklindedir. Bu bağlamda; yerel seçimlerle ilgili olarak iki gazetede toplam 131 habere yer verilmiştir.

İkinci varsayım, “Yerel seçim tarihi yaklaştıkça, gazetelerde bu konudaki haberlerini sıklaştırmaktadırlar.” şeklindedir. Zira seçim tarihi yaklaştıkça, gazetelerin sayfalarında bu konuya ayırdıkları yer artmış, konuyla ilgili haber sayılarında yükselme görülmüştür.

Üçüncü varsayım, “Bu anlamda gazete haberlerinde en büyük bölümünü Cumhuriyet Halk Partisi ve Adalet ve Kalkınma Partisi haberleri oluşturmaktadır.” şeklindedir. Cumhuriyet gazetesi, sayfalarının büyük bölümünde CHP ile ilgili haberlere ve AKP ile ilgili olumsuz haberlere yer vermektedir. Zaman gazetesi de hükümetin söylemleri ve açıklamalarıyla ilgili yazılara ve haberlere yer vermektedir.

Dördüncü varsayım, “İncelenen gazeteler, siyasi ideolojilerini yansıtan partiler aleyhinde çıkan haberlere yer vermemektedirler.” şeklindedir. Bu anlamda, incelenen haberin içerikleri, temsil ettikleri siyasi ideolojiyi yansıtır ve destekler niteliktedir.

Beşinci ve son varsayım, “Sağ ideolojiyi savunan gazetede hükümetin görüşleri ve destekleyici grupların görüşlerini yansıtırken, bazı gazeteler muhalefetin görüşlerini ve diğer muhalif grupların görüşlerini yansıtmaktadır.” şeklindedir. Zaman gazetesi, ağırlıklı olarak hükümetin görüşlerini ve icraatlarını destekler niteliktedir. Bunun yanında Büyük Birlik Partisi, Milliyetçi Hareket Partisi gibi

sağ görüşlü partilerin de haberlerine zaman zaman yer vermektedir. Cumhuriyet gazetesi de, haber kurgusunu, muhalefet partisinin söylemleri ve iddialarına göre oluşturmaktadır. Ağırlıklı olarak Cumhuriyet Halk Partisi ile ilgili olumlu haberlere yer veren gazete, Demokratik Sol Parti ile ilgili gelişmelere de değinmektedir.

2.8. UYGULAMA: İÇERİK ANALİZİ

2.8.1. CUMHURİYET GAZETESİ’NİN İNCELENMESİ

Cumhuriyet Gazetesi, 1 Mart 2009 Pazar sayısından itibaren yerel seçimlerin yapıldığı 29 Mart tarihine kadar, yerel seçimlerle ilgili haber, röportaj ve görüşlere; “Yerel Seçimleri İzliyoruz” manşetiyle ve 6.- 7. sayfalardan “Yerel seçim 2009” başlığı altında yer vermiştir.

Gazete, haber içeriği analizi yapılan tarihler arasında toplam 67 tane yerel seçim haberine sayfalarında yer vermiştir.

Cumhuriyet Gazetesi’nin haber içerikleri incelendiğinde; haberlerin gazetenin siyasi görüşüyle paralellik gösterdiği, birçok noktada (başlık, içerik) taraflı bir haber politikası izlendiği gözlemlenebilmektedir. Ayrıca “Yerel Seçim 2009” başlığı altında verilen röportajlar, aynı şekilde gazetenin ideolojik çizgisiyle aynı doğrultudadır.

2.8.1.1. 1 Mart 2009

Tablo 1: 1 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	Ankara’da çok baron var	Özgümüş: Metro köprülerinde hata var	Siirt’te yolsuzluk iddiaları	Tam istihdam sözü
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf	Yazı - Fotoğraf	Yazı	Yazı
HABERİN NİTELİĞİ	Eleştiri	İddia	İddia	Açıklama - İddia
HABERİN KAYNAĞI	Murat Karayalçın (CHP)	Ümit Özgümüş (CHP)	Mehmet Kayın (CHP)	Remzi Sayılan (CHP)
HABERDE YORUM	Var	Var	Var	Var

Cumhuriyet gazetesinde konuyla ilgili olarak dört haber yer almaktadır. Tamamı iç sayfalardan verilen haberler, Cumhuriyet Halk Partisi’nin lehinde, taraflı olarak yapılmış haberlerdir. Ankara Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Murat Karayalçın’ın hükümet hakkındaki bazı iddia ve eleştirilerine yer verilmektedir.

İkinci haberde, Cumhuriyet Halk Partisi’nin adayı Ümit Özgümüş’ün iddialarına yer verilmiş, Özgümüş’ün daha önce yapılan bazı inşa çalışmalarındaki eleştirileri bulunmaktadır.

Cumhuriyet gazetesindeki diğer haberde, Adalet ve Kalkınma Partili Siirt Belediyesi ile ilgili olarak Cumhuriyet ve Halk Partili Mehmet Kayın’ın açıklamalarına yer verilmiştir.

Cumhuriyet gazetesinde yer alan bir diğer haberde ise, CHP’li bir adayın seçim vaatlerine yer verilmektedir.

2.8.1.2. 2 Mart 2009

Tablo 2: 2 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	Topbaş benden kaçıyor	AKP fındık üreticisini perişan etti	AKP'yi Amasya'dan süpüreceğiz
HABERİN SUNUMU	Yazı – Fotoğraf	Yazı - Fotoğraf	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	İddia	İddia	İddia
HABERİN KAYNAĞI	Kemal Kılıçdaroğlu (CHP)	Zeki Sezer (DSP)	Orhan Şahin (CHP)
HABERDE YORUM	Var	Var	Yok

Cumhuriyet gazetesinde konuyla ilgili üç tane haber yer almaktadır. “Topbaş benden kaçıyor” başlığıyla verilen ilk haberde, CHP’li aday Kemal Kılıçdaroğlu, mevcut belediye başkanı Kadir Topbaş’ın yaptığı bazı usulsüzlüklerden dolayı kendisiyle karşı karşıya gelmek istemediğini iddia etmektedir.

İkinci haber de, gerek başlık gerek haber içeriği anlamında taraflı bir yapıya sahiptir. Haber vermekten ziyade, bir durum gereğinden fazla abartılarak verilmiştir.

Son haberde ise, Amasya belediye başkan adayının seçim çalışmaları kapsamında yaptığı bir konuşmaya ve iddialara yer verilmiş, “AKP’yi Amasya’dan süpüreceğiz” şeklinde bir başlığa yer verilmiştir.

2.8.1.3. 3 Mart 2009 Salı

Tablo 3: 3 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	Melih Gökçek portakalın da suyunu çıkarttı
HABERİN SUNUMU	Yazı
HABERİN NİTELİĞİ	İddia
HABERİN KAYNAĞI	İ. Melih Gökçek (AKP)
HABERDE YORUM	Var

Bu tarihte sadece bir haber yerel seçimlerle ilgilidir. “Melih Gökçek portakalın suyunu çıkarttı” başlığıyla verilen haberde Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı İ. Melih Gökçek’in yaptığı iddia edilen bazı usulsüzlüklere yer verilmiştir. Haber başlığı ve haber içeriğinin bazı bölümleri tarafsız ve objektif habercilik ilkelerine uymamaktadır.

2.8.1.4. 4 Mart 2009 Çarşamba

Tablo 4: 4 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	AKP, Adalar’ı yağmaladı	CHP’nin 21 öncelikli programı
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf	Yazı
HABERİN NİTELİĞİ	İddia	Açıklama
HABERİN KAYNAĞI	Mustafa Farsakoğlu (CHP)	Belirsiz
HABERDE YORUM	Var	Var

4 Mart tarihli Cumhuriyet gazetesinde 2 tane haber yerel seçimle alakalıdır. İlk haber “AKP Adalar’ı yağmaladı” başlığıyla verilmiştir. Haberde CHP’li Mustafa Farsakoğlu’nun AKP ile ilgili iddia ve eleştirilerine yer verilmiş, bölgenin bazı partililer tarafından şahsi çıkarları doğrultusunda farklı yollarla kullanıldığı iddia edilmektedir.

Diğer haberde ise Cumhuriyet Halk Partisi’nin seçim öncesinde gerçekleştirmek amacıyla oluşturduğu öncelikli olarak gerçekleştirilmesi hedeflenen planlarına gazete sayfalarında yer verilmiştir.

2.8.1.5. 5 Mart 2009 Perşembe

Tablo 5: 5 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	Sırça köşklerinde siyaset yapıyorlar
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	İddia
HABERİN KAYNAĞI	Zeki Sezer (DSP)
HABERDE YORUM	Var

5 Mart tarihli Cumhuriyet gazetesinde Demokratik Sol Parti Genel Başkanı Zeki Sezer’in, hükümet hakkındaki eleştirilerine yer verilmektedir.

2.8.1.6. 6 Mart 2009 Cuma

Tablo 6: 6 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	Tunceli için müfettiş
HABERİN SUNUMU	Yazı
HABERİN NİTELİĞİ	Açıklama
HABERİN KAYNAĞI	İçişleri Bakanlığı
HABERDE YORUM	Yok

6 Mart tarihli gazetede AKP’li olmayan Tunceli Belediyesi’ne, bu durumun bir sonucu olarak bazı konuların araştırılması maksadıyla müfettiş gönderildiği iddia edilmektedir. Bu anlamda taraflı bir haberdır.

2.8.1.7. 7 Mart 2009 Cumartesi

Tablo 7: 7 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	Gökçek gidince siyaset yerini bulacak
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	Röportaj
HABERİN KAYNAĞI	Mansur Yavaş (MHP)
HABERDE YORUM	Yok

Milliyetçi Hareket Partisi Adayı Mansur Yavaş’ın İ. Melih Gökçek hakkındaki açıklamalarına yer veriliyor. Haberde Gökçek’in siyasi anlamda yaptığı bir takım yanlışlarından bahsediliyor.

2.8.1.8. 8 Mart 2009 Pazar

Tablo 8: 8 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	AKP feneri kaçırıyor	AKP ile gelen APS ile gider
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	İddia	İddia
HABERİN KAYNAĞI	Belirsiz	Deniz Baykal (CHP)
HABERDE YORUM	Var	Var

8 Mart Pazar günü Cumhuriyet gazetesinde iki haber yer almaktadır. İlk haber, kamuoyunca “Deniz Feneri” olarak bilinen ve devam eden davayla ilgili olarak oluşturulmuştur. Haberde Adalet ve Kalkınma Partisi’nin davayla ilgili taraflı bir tutum sergilediği savunulmaktadır. Belli ve sağlam bir kaynağa dayandırılmayan ve yorum içeren haber bu anlamda taraflıdır ve objektif değildir diyebiliriz.

Gazetede “AKP ile gelen APS ile gider” başlığıyla verilen haber, Deniz Baykal’ın Adalet ve Kalkınma Partisi ile ilgili açıklamalarından oluşmaktadır.

2.8.1.9. 9 Mart 2009 Pazartesi

Tablo 9: 9 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	Erdoğan gelecek diye gözaltı	İşte Erdoğan’ın övdüğü belediye
HABERİN SUNUMU	Yazı	Yazı
HABERİN NİTELİĞİ	Açıklama	İddia
HABERİN KAYNAĞI	Belirsiz	Belirsiz
HABERDE YORUM	Var	Var

9 Mart tarihinde gazetede 2 habere yer verilmiştir. Kaynağı belli olmayan ilk haber, AKP aleyhinde kaleme alınmış, haberde Mersin'e mitinge gidecek Erdoğan'ın şehre gitmeden önce bir çiftçinin gözaltına alındığı iddiası yer almaktadır.

İkinci haberde de yine AKP aleyhinde oluşturulmuş, taraflı bir haberdir. Recep Tayyip Erdoğan'ın övgülerinin aksine, Antalya Belediyesi'nde yaşanan yolsuzluklar kaleme alınmıştır.

2.8.1.10. 10 Mart 2009 Salı

Tablo 10: 10 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	Baykal'dan seçmene 29 Mart için çağrı: Temizlik yapın	Yolsuzlukların hesabını teker teker soracağım	Yönetimimiz şeffaf olacak
HABERİN SUNUMU	Yazı	Yazı - Fotoğraf	Yazı
HABERİN NİTELİĞİ	Açıklama	İddia	İddia
HABERİN KAYNAĞI	Deniz Baykal (CHP)	Murat Karayalçın (CHP)	Kemal Kılıçdaroğlu (CHP)
HABERDE YORUM	Var	Var	Yok

10 Mart tarihinde Cumhuriyet gazetesinde beş haber yer almıştır. İlk haber, CHP Genel Başkanı Deniz Baykal'ın seçim çalışmaları kapsamında yaptığı bir konuşmadan AKP aleyhinde yaptığı bazı konuşmalardan oluşmaktadır.

Gazetede yer alan diğer haber, Murat Karayalçın'ın seçim vaatlerini dile getirdiği bir konuşmadan oluşturulmuştur.

Kemal Kılıçdaroğlu'nun iddialarından oluşan haberde seçim vaatleri anlamında verdiği sözlerden oluşturulmuştur.

2.8.1. 11. 11 Mart 2009 Çarşamba

Tablo 11: 10 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	AKP'li belediyenin ağaç katliamı	Topraklar gasp ediliyor
HABERİN SUNUMU	Yazı	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	İddia	İddia
HABERİN KAYNAĞI	Belirsiz	Murat Karayalçın (CHP)
HABERDE YORUM	Var	Var

Gazetede verilen ve yorum katılarak oluşturulan haberde AKP'li belediyenin bazı gerekçelerle ağaç katliamı yaptığı iddia edilmektedir.

İkinci haberde ise CHP'li Aday Murat Karayalçın'ın AKP aleyhindeki iddialarına yer verilmektedir.

12- 11 Mart 2009 Çarşamba

Tablo 12: 11 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	Büyükşehir sorgulanmalı	Karalama kampanyası
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	İddia	İddia
HABERİN KAYNAĞI	Selami Öztürk (CHP)	Belirsiz
HABERDE YORUM	Var	Var

12 Mart tarihli gazetede yerel seçimlerle ilgili iki habere yer verilmiştir. İlk haberde Kadıköy belediye başkan adayı CHP’li Selami Öztürk’ün, İstanbul Büyükşehir Belediyesi ile ilgili bir takım iddiaları ve eleştirilerine yer verilmektedir.

“Karalama kampanyası” başlığıyla verilen ikinci haberde, Cumhuriyet Halk Partisi aleyhinde yürütülen bir karalama kampanyasından bahsedilmektedir. Ancak bu iddiayı temellendirecek herhangi bir kaynağa haber içerisinde yer verilmemektedir.

2.8.1.12. 12 Mart 2009 Perşembe

Tablo 13: 12 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	Karalamaya tepki	Kuru soğana kim muhtaç etti	Biraz daha silkelesem AKP’yi yönetecek adam kalmaz
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf	Yazı - Fotoğraf	Yazı
HABERİN NİTELİĞİ	Açıklama	İddia	İddia
HABERİN KAYNAĞI	Murat Karayalçın (CHP)	Murat Karayalçın (CHP)	Kemal Kılıçdaroğlu (CHP)
HABERDE YORUM	Var	Var	Var

Cumhuriyet gazetesinde 12 Mart tarihinde yerel seçimlerle ilgili üç tane habere yer verilmiştir. Önceki gün çıkan haberin devamı niteliğindeki “Karalamaya tepki” başlıklı haber, CHP’li Murat Karayalçın’ın partileri aleyhinde yürütülen karalama kampanyası ile ilgili açıklamalarından oluşuyor.

İkinci haberde, Murat Karayalçın'ın hükümeti hedef alan sert eleştirilerine rastlanıyor. “Kuru soğana kim muhtaç etti?” başlığıyla verilen haberde Karayalçın'ın sandıkta kendilerini tercih etmeleri gerektiğini dile getiriyor.

Son haberde Kemal Kılıçdaroğlu'nun hükümeti eleştiren bazı iddialarından oluşuyor. Haberde parti yöneticilerinin siyasi anlamda yetkin kişiler olmadığını iddia eden Kılıçdaroğlu, seçmenin tercihinin lehine çevirebilmek anlamında bir söylem kullanıyor.

2.8.1.13. 13 Mart 2009 Cuma

Tablo 14: 13 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	Gökçek'ten teminat kıyağı	Gel birlikte pazara çıkalım	İhale için bana oy vermeyin
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf	Yazı - Fotoğraf	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	İddia	Açıklama	Açıklama
HABERİN KAYNAĞI	İ. Melih Gökçek (AKP)	Deniz Baykal (CHP)	Kemal Kılıçdaroğlu (CHP)
HABERDE YORUM	Var	Var	Yok

Cumhuriyet gazetesinde yerel seçimlerle ilgili toplam üç haber yer alıyor. İlk haberde Ankara Anakent Belediye Başkanı İ. Melih Gökçek'in yaptığı iddia edilen birtakım yolsuzluk ve usulsüzlüklerden söz ediliyor.

İkinci haber ise “Gel birlikte pazara çıkalım” başlığıyla veriliyor. CHP Genel Başkanı Deniz Baykal'ın ekonomik anlamda ülkenin çok kötü bir durumda

olduğunu dile getirdiği, AKP Genel Başkanı ve Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ı bu konuda uyardığı bir haberdir.

Son haber, Kemal Kılıçdaroğlu'nun seçim vaatlerini dile getirdiği, seçmenden oy istediği bir mitingden alınan konuşmalarını içeriyor.

2.8.1.14. 14 Mart 2009 Cumartesi

Tablo 15: 14 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	Memurlar AKP'nin askeri gibi	AKP tehdidi sürüyor
HABERİN SUNUMU	Yazı	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	İddia	İddia - Açıklama
HABERİN KAYNAĞI	Belirsiz	Mehmet Ali Şahin (AKP)
HABERDE YORUM	Var	Var

İki haber yerel seçimler kapsamında oluşturulmuştur. İlk haberde Adalet ve Kalkınma Partisi'nin, devletin ve kamunun tüm olanaklarını kendi çıkarları doğrultusunda kullandığı iddialarına yer veriliyor.

“AKP tehdidi sürüyor” başlığıyla verilen haberin içeriği, Adalet Bakanı Mehmet Ali Şahin'in “bizden olmayanların yatırımlarına destek yok” şeklinde bir ifade kullandığı iddialarından oluşuyor.

2.8.1.15. 15 Mart 2009 Pazar

Tablo 16: 15 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	AKP’li belediyelerin bilançosu	AKP reklamlarında yasa ihlali	Gıda yardımında izdiham
HABERİN SUNUMU	Yazı	Yazı - Fotoğraf	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	İddia	İddia - Açıklama	Açıklama
HABERİN KAYNAĞI	Belirsiz	Belirsiz	Belirsiz
HABERDE YORUM	Yok	Yok	Yok

Tablo 17: 15 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	Kötü yönetimde kasıt var	Erdoğan işsizi unuttu
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf	Yazı
HABERİN NİTELİĞİ	Röportaj	İddia - Açıklama
HABERİN KAYNAĞI	Bülent Tanık – Fehmi Yaşar (CHP)	Recep Tayyip Erdoğan (AKP)
HABERDE YORUM	Yok	Var

15 Mart tarihli Cumhuriyet gazetesinde toplam beş haber yerel seçimlerle ilgili olarak oluşturulmuştur. İlk haberde, Adalet ve Kalkınma Partili ilçe, belde ve anakent belediyelerinin içinde bulunduğu iddia edilen borçlara değiniliyor.

İkinci haberde, yerel seçimler kapsamında AKP’nin yaptırdığı ve seçim çalışmaları-mitinglerde kullandığı üzerinde Başbakan Recep Tayyip Erdoğan’ın

da fotoğrafının bulunduğu afişlerin partiler ve bayrak yasasına aykırı olduğu, afişlerin kullanılmasının bu anlamda suç teşkil ettiği belirtiliyor.

“Gıda yardımında izdiham” başlığıyla verilen diğer bir haberde, AKP’li Gaziantep Belediyesi’nin yaptığı erzak yardımında çıkan izdihamdan bahsediliyor ve halkın mağduriyetine değiniliyor.

Cumhuriyet Halk Partili Ankara Yenimahalle ve Çankaya Belediye Başkan Adayları Bülent Tanık ve Fethi Yaşar’ın Adalet ve Kalkınma Partisi ve hükümet aleyhinde yaptıkları açıklamalarına yer veriliyor.

Beşinci haberde Başbakan Recep Tayyip Erdoğan’ın ve hükümetin, ülkenin en büyük sorunlarından biri olan işsizlik ile ilgili olarak yeterli hassasiyeti göstermedikleri iddia ediliyor.

2.8.1.16. 16 Mart 2009 Pazartesi

Tablo 18: 16 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	Rekor işsizlik	AKP halkı kuru soğana muhtaç etti	Sen hiç işsiz kaldın mı?	Hesap sormazsam namerdim
HABERİN SUNUMU	Yazı - Karikatür	Yazı - Fotoğraf	Yazı - Fotoğraf	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	İddia - Açıklama	İddia - Açıklama	Açıklama	Açıklama - İddia
HABERİN KAYNAĞI	Belirsiz	Şenol Ağbaba (CHP)	Deniz Baykal (CHP)	Devlet Bahçeli (MHP)
HABERDE YORUM	Var	Var	Var	Yok

Cumhuriyet gazetesinde dört tane habere yer veriliyor. İlk haberde “ Rekor işsizlik” başlığıyla verilmiştir. İşsizliğin 2000 yılındaki rakamları geride bıraktığını ve hızla tırmandığı dile getiriliyor. Haberle ilgili olarak bir de karikatür resmedilmiştir.

İkinci haberde CHP’li Şenol Ağbaba’nın AKP aleyhindeki açıklamalarına yer veriliyor. Sincan Belediye Başkan Adayı Ağbaba haberde, halkın büyük bir kısmının açlık sınırında olduğunu, hükümetin bu anlamda yeterli önlemleri almadığını söylüyor.

Üçüncü haber, yine işsizlik konulu olarak oluşturulmuştur. Deniz Baykal’ın Recep Tayyip Erdoğan’ı eleştiren konuşmalarına yer veriliyor.

Diğer haber ise Milliyetçi Hareket Partisi Genel Başkanı Devlet Bahçeli’nin hükümeti eleştiren, yapıldığı iddia edilen yolsuzlukların hesabını soracağını dile getirdiği bir konuşmasın oluşturulmuştur.

2.8.1.17. 17 Mart 2009 Salı

Tablo 19: 17 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	Rekor işsizlik	İşsizlikte rekor kırıldı
HABERİN SUNUMU	Yazı	Yazı
HABERİN NİTELİĞİ	Açıklama	İddia - Açıklama
HABERİN KAYNAĞI	Belirsiz	Belirsiz
HABERDE YORUM	Yok	Var

Cumhuriyet gazetesinde iki haber yer alıyor. İlk haberde, Cumhuriyet Halk Partisi Genel Başkanı Deniz Baykal’ın Recep Tayyip Erdoğan’a yönelttiği eleştirilere ve Erdoğan’ı televizyonda tartışmaya davetine yer veriliyor.

İkinci haber, ilk haberle aynı konuda, işsizlikle ilgili oluşturulmuştur. Haberde hükümetin, işsizliğin önüne geçmek adına gerekli önlemleri almadığına değiniliyor.

2.8.1.18. 18 Mart 2009 Çarşamba

Tablo 20: 18 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	Ananı al, sandığa git	AKP'liler temizlikten sınıfta kaldı
HABERİN SUNUMU	Yazı - Karikatür	Yazı
HABERİN NİTELİĞİ	Açıklama	İddia - Açıklama
HABERİN KAYNAĞI	Deniz Baykal (CHP)	Belirsiz
HABERDE YORUM	Yok	Var

Gazetede iki tane habere yer veriliyor. İlk haberde, Recep Tayyip Erdoğan'ın önceki konuşmalarından birinde kullandığı “Ananı da al, git” sözüne atıfta bulunan CHP lideri Deniz Baykal'ın, halkın seçimde sandığa gitmesi gerektiği dile getiriliyor.

Diğer haberde ise, AKP'li Denizli Belediyesi'nin temizlik işleri ile ilgili gerçekleştirdiği bir ihalede yolsuzluk yaptığı iddiasına yer veriliyor.

2.8.1.19. 19 Mart 2009 Perşembe

Tablo 21: 19 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	İşsizlik dünya gerçeği	Nasıl başbakan oldun, anlatmazsan namertsin
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	Açıklama	İddia - Açıklama
HABERİN KAYNAĞI	Recep Tayyip Erdoğan (AKP)	Devlet Bahçeli (MHP)
HABERDE YORUM	Yok	Yok

Gazetede iki haber yer almıştır. İlk haber, önceki günlerde çıkan AKP aleyhindeki işsizlikle ilgili haberlere, AKP Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın verdiği cevabı niteliğindedir. Gün geçtikçe artan işsizliğin, tüm dünyada yaşanan bir sorun olduğu iddia ediliyor.

İkinci haberde Bahçeli'nin Erdoğan'a yönelttiği eleştirilere yer veriliyor. Bahçeli haberde, Erdoğan'ın seçimler öncesinde seçim kanununda kendi lehine yaptığı değişikliklerle seçildiği iddia ediyor.

2.8.1.20. 20 Mart 2009 Cuma

Tablo 22: 20 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	Velev ki Vali İmam hatipli	Yine Almanya bağlantısı	Kimsesizler vurgunu
HABERİN SUNUMU	Yazı	Yazı	Yazı
HABERİN NİTELİĞİ	İddia - Açıklama	İddia	İddia
HABERİN KAYNAĞI	Recep Tayyip Erdoğan (AKP)	Kadir Topbaş (AKP)	Recep Tayyip Erdoğan (AKP)
HABERDE YORUM	Yok	Var	Var

Gazetede üç habere yer veriliyor. İlk haberde, devlet kurumlarına ağırlıklı olarak imam-hatip kökenli kişilerin yerleştirildiği yönünde kendisine yöneltilen bir soruya “velev ki vali imam hatipli” şeklindeki cevabına yer veriliyor.

İkinci haber, Deniz feneri davasına atıfta bulunularak oluşturulmuştur. İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Kadir Topbaş’ın Hamburg Müsiad yönetim kurulu üyesi Serdar Kepenek’in şirketine yaklaşık 4 bin Avroluk usulsüz yardımda bulunduğu iddia ediliyor.

Ankara’da yapılması planlanan bir sosyal tesisin, maliyetinin çok üzerinde bir fiyat karşılığı ihale edilmesinin konu edildiği son haberde, Büyükşehir Belediyesi’nin diğer usulsüz icraatlarından da bahsediliyor.

2.8.1.21. 21 Mart 2009 Cumartesi

Tablo 23: 21 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	Bütçede rekor açık	Kadrolaşma hız kesmiyor	Kirli ilişkiler ortaya dökülüyor
HABERİN SUNUMU	Yazı	Yazı	Yazı
HABERİN NİTELİĞİ	İddia - Açıklama	İddia	İddia
HABERİN KAYNAĞI	Belirsiz	Belirsiz	Belirsiz
HABERDE YORUM	Var	Var	Var

Tablo 24: 21 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	AKP yasak dinlemiyor	Valiler AKP'ye teslim olmuş	Belediyeye ihale ile memur almışlar
HABERİN SUNUMU	Yazı	Yazı - Fotoğraf	Yazı
HABERİN NİTELİĞİ	İddia	İddia - Açıklama	İddia
HABERİN KAYNAĞI	Belirsiz	Deniz Baykal (CHP)	Kadir Topbaş (AKP)
HABERDE YORUM	Var	Yok	Var

Gazetede altı tane habere yer veriliyor. İlk haberde, hükümetin koyduğu 12 aylık bütçe açığı hedefinin henüz yılın ilk iki ayında aşıldığı iddia ediliyor.

İkinci haberde, hükümetin devlet kurumlarında hızlı bir şekilde kendi istihdam ettiği dile getiriliyor.

“Kirli ilişkiler ortaya dökülüyor” başlığıyla verilen haberde, AKP’li Akfırat Belediyesi’nde yaşandığı iddia edilen yolsuzluklara değiniliyor.

Adalet ve Kalkınma Partisi’nin, seçim çalışmaları kapsamında yürüttüğü faaliyetlerin seçim kanununa aykırı olduğundan bahsedilen haberde, AKP’nin birçok eyleminde kural ve usulleri ihlal ettiğine yer veriliyor.

“Valiler AKP’ye teslim olmuş” başlığıyla verilen haberde, CHP Genel Başkanı Deniz Baykal’ın açıklamalarına yer veriliyor. Baykal’ın Kırıkkale mitingindeki konuşmasında değindiği, valiliklerin hükümet yanlısı yanlış tutumlarından bahsediliyor.

Kadrolaşma iddialarıyla ilgili olarak yapılan haberde, İstanbul Büyükşehir Belediyesi’nin, yaklaşık 262 personeli yasal olmayan yollarla bünyesine kattığı iddia ediliyor.

2.8.1.22. 22 Mart 2009 Pazar

Tablo 25: 22 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	Bunlar uzaydan gelmedi	CHP’den suç duyurusu	Hızla sivil diktatoryaya gidiyoruz	AKP’den kurtulmak isteyen seçmen mutlaka sandığa gitmeli
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf	Yazı	Yazı - Fotoğraf	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	İddia - Açıklama	Açıklama	Röportaj	Röportaj
HABERİN KAYNAĞI	Deniz Baykal (CHP)	Gürkan Akdoğan (CHP)	Kemal Kılıçdaroğlu (CHP)	Kemal Kılıçdaroğlu (CHP)
HABERDE YORUM	Var	Yok	Yok	Yok

Gazetede toplam dört habere yer veriliyor. “ Bunlar uzaydan gelmedi” başlığıyla verilen ilk haberde, Deniz Baykal’ın, hükümetin işsizlikle mücadele eden halka daha fazla alaka göstermesi gerektiğine değiniliyor.

İkinci haber, AKP reklamı taşıyan bir paramotorun miting alanı üzerinde uçurulmasıyla ilgili olarak CHP’nin suç duyurusunda bulunmasıyla ilgilidir.

Üçüncü haber, Kemal Kılıçdaroğlu’nun AKP ile ilgili eleştirilerine yer verirken, hükümetin siyasi uygulama ve yönetim şekliyle ilgili değerlendirmelerine değiniliyor.

Son haberde ise Kemal Kılıçdaroğlu’nun, seçmene sandığa gitmesi yönündeki çağrısına yer verilmektedir.

2.8.1.23. 23 Mart 2009 Pazartesi

Tablo 26: 23 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	AKP’liler medyayı hedef aldılar	Yolsuzluk çağ atladi
HABERİN SUNUMU	Yazı - Karikatür	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	İddia - Açıklama	İddia
HABERİN KAYNAĞI	Belirsiz	Deniz Baykal (CHP)
HABERDE YORUM	Var	Yok

Gazetede iki tane haber yer alıyor. İlk haber “AKP’liler medyayı hedef aldılar” başlığıyla veriliyor. Hükümet üyelerinin son zamanlarda medyaya yönelik eleştirilerinin işlendiği haberde bir karikatürle verilmiştir.

İkinci haberde Cumhuriyet Halk Partisi Genel Başkanı Deniz Baykal’ın çağlayan Mitingi’nde yaptığı açıklamalara yer veriliyor. Baykal konuşmasında, AKP hükümeti döneminde yaşanan yolsuzluk ve usulsüzlüklere değiniliyor.

2.8.1.24. 24 Mart 2009 Salı

Tablo 27: 24 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	Gökçek'in 'topaç' siyaseti	AKP'nin yasal soygunları	Karayalçın öne geçti
HABERİN SUNUMU	Yazı - Karikatür	Yazı - Fotoğraf	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	İddia	İddia	İddia
HABERİN KAYNAĞI	İ. Melih Gökçek (AKP)	Mehmet Bekaroğlu (AKP)	Murat Karayalçın (CHP)
HABERDE YORUM	Var	Var	Var

Toplam üç haber yer alıyor. İlk haber, bir karikatürle birlikte verilmektedir. MHP'li Oktay Vural'ın, Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı İ. Melih Gökçek hakkındaki açıklamalarına, yaptığı iddia edilen usulsüz faaliyetlere yer verilmektedir.

İkinci haberde, İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından seçimler öncesinde yandaşlarına 150 milyar dolar aktarıldığı iddialarına yer veriliyor.

Üçüncü haberde, yerel seçimler öncesinde yapılan kamuoyu yoklamaları sonuçlarına yer verilmektedir. Anket sonuçlarına göre CHP'li Aday Karayalçın'ın önde olduğuna yer veriliyor.

2.8.1.25. 25 Mart 2009 Çarşamba

Tablo 28: 25 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	TCDD – AKP işbirliği	AKP Adayı Külçü hakkında yolsuzluk iddiası
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf	Yazı
HABERİN NİTELİĞİ	İddia	İddia
HABERİN KAYNAĞI	Belirsiz	Mustafa Külçü (MHP)
HABERDE YORUM	Var	Yok

Gazetede bu konuyla ilgili iki haberin yer aldığı görülmektedir. İlk haberde, Ulaştırma Bakanlığı'nın tanıtım afişlerinde, AKP seçim sloganlarını andıran ifadeleri kullandığı iddiasına yer verilmektedir.

Yerel seçimler öncesinde, Çorum'da yerel yönetim adaylığına hazırlanan AKP'li Külçü hakkında çıkan yolsuzluk iddialarına yer verilmektedir.

2.8.1.26. 26 Mart 2009 Perşembe

Tablo 29: 26 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	Korumalar terör estirdi	Medyayı yine hedef tahtası yaptı	AKP oy vermeyeni hasım görüyor
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf	Yazı - Fotoğraf	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	Açıklama	Açıklama	İddia - Açıklama
HABERİN KAYNAĞI	İ. Melih Gökçek (AKP)	Recep Tayyip Erdoğan (AKP)	Devlet Bahçeli (MHP)
HABERDE YORUM	Var	Var	Var

Cumhuriyet gazetesinde “Korumalar terör estirdi” başlığıyla verilen ilk haberde, Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı İ. Melih Gökçek’in korumalarının, bazı AKP’liler ile birlikte CHP’li bir gruba saldırdığı iddiasına yer verilmektedir.

Cumhuriyet gazetesinde yer alan bir diğer haberde, Başbakan Erdoğan’ın bir mitingde yaptığı konuşmaya ve medyaya yönelik ağır eleştirilerine yer verilmektedir.

Gazetede yer alan son haberde ise, MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli’nin AKP hakkındaki eleştirilerine yer verilirken, Adalet ve Kalkınma Partisi’nin izlediği yanlış politikalarına değinilmektedir.

2.8.1.27. 27 Mart 2009 Cuma

Tablo 30: 27 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	Keçiören’e sanayi ve ticaret merkezi	Değişim devam edecek	Türel’i susturan iddia	Seçim yardımı 4.5 milyon TL
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf	Yazı - Fotoğraf	Yazı - Fotoğraf	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	Röportaj	Röportaj	İddia	Açıklama
HABERİN KAYNAĞI	Taner Güner (CHP)	Macit Özcan (CHP)	Menderes Türel (AKP)	Belirsiz
HABERDE YORUM	Var	Yok	Yok	Var

Cumhuriyet gazetesinin birinci haberinde, Ankara – Keçiören Belediye Başkan Adayı CHP’li Taner Güner’in seçim vaatlerine yer verilmektedir.

Gazetede “Değişim devam edecek” başlığıyla verilen haberde Mersin Belediye Başkanı Macit Özcan’ın basın açıklamasına yer veriliyor.

Üçüncü haberde, Antalya Belediyesi’nde yaşandığı iddia edilen yolsuzluktan bahsediliyor. Asgari ücretle çalışan bir belediye işçisinin banka hesaplarının oldukça kabarık olduğuna yer verilmektedir.

Son haber, Tunceli’de seçim öncesi köylerde dağıtılan beyaz eşyalarla ilgili olarak kaleme alınmıştır. Su şebekesi olmayan köylere çamaşır makinesi götürülmesi konusuna değinilmektedir.

2.8.1.28. 28 Mart 2009 Cumartesi

Tablo 31: 28 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	Seçim öncesi skandal	İSFALT’ta soru işareti	Ankaralı Melih Gökçek’i istemiyor
HABERİN SUNUMU	Yazı	Yazı - Fotoğraf	Yazı
HABERİN NİTELİĞİ	İddia	İddia - Açıklama	Açıklama
HABERİN KAYNAĞI	Belirsiz	Kadir Topbaş (AKP)	İ. Melih Gökçek
HABERDE YORUM	Yok	Var	Var

Tablo 32: 28 Mart 2009 Cumhuriyet Gazetesi

İÇERİK	Beyoğlu'nda usulsüzlük	Yeni iş kolları yaratacağız	Kimseyi evinden söküp atmayacağız
HABERİN SUNUMU	Yazı	Yazı	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	İddia	İddia - Açıklama	Röportaj
HABERİN KAYNAĞI	Belirsiz	Lemi Çelik (CHP)	Bayram Ali Çeşmeci (CHP)
HABERDE YORUM	Yok	Yok	Yok

Cumhuriyet gazetesinde altı tane habere yer veriliyor. “Seçim öncesi skandal” başlığıyla verilen haberde, seçim öncesi İstanbul – Beyoğlu’ndan 18 bin kişi için usulsüz nüfus kayıt örneği düzenlendiğine yer verilmektedir.

Gazetede yer alan ikinci haberde, İstanbul Büyükşehir Belediyesi’nin denetlenme işleminin AKP’li bir il başkanı tarafından usulsüz ve kanunsal tüzüklere uygun olmayan şekillerde yapıldığına yer verilmektedir.

Son haberde, yapılan bir anket ve sonuçlarına yer verilmektedir. Ankaralı seçmenin tercihinin mevcut başkan Gökçek’ten yana olmayacağı, halkın yeni bir tercih yapacağı ve tercihinin başka bir adaydan yana kullanacağı belirtiliyor.

Dördüncü haberde, Beyoğlu Belediyesi’nde çalışan 4 kişinin seçim öncesinde nüfus müdürlüğünde görevlendirildiği ve 18 bin kişinin kaydını aldıkları iddialarına yer verilmektedir.

Başka bir haberde, CHP’li adayın seçim öncesinde yaptığı konuşma ve seçim vaatlerine yer verilmektedir.

Gazetede konuyla ilgili çıkan son haberde ise, CHP’li bir adayın gecekondularda oturan seçmenin oylarına talip olduğunu belirttiği, oturdukları evlerden kesinlikle çıkarılmayacaklarının vaadini verdiği bir seçim konuşmasına yer verilmektedir.

2.8.2. ZAMAN GAZETESİ’NİN İNCELENMESİ

Zaman gazetesi, 1 Mart 2009 Pazar sayısından itibaren yerel seçimlerin yapıldığı 29 Mart tarihine kadar, yerel seçimlerle ilgili haber, röportaj ve görüşlere; “Seçim 2009” başlığı altında vermiştir. Gazete, haber içeriği analizi yapılan tarihler arasında toplam 80 tane yerel seçim haberine sayfalarında yer vermiştir.

Gazetenin haber içerikleri incelendiğinde; haberlerin gazetenin siyasi görüşüyle paralellik gösterdiği, birçok noktada (başlık, içerik) taraflı bir haber politikası izlendiği gözlemlenebilmektedir. Ayrıca “Seçim 2009” başlığı altında verilen röportajlar, aynı şekilde gazetenin ideolojik çizgisiyle aynı doğrultudadır.

2.8.2.1. 1 Mart 2009 Pazar

Tablo 33: 1 Mart 2009 Zaman Gazetesi

İÇERİK	Yine bir seçim öncesi CHP türban açılımı peşindeydi
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	İddia
HABERİN KAYNAĞI	AKP
HABERDE YORUM	Var

Zaman gazetesinde konuyla ilgili bir habere yer verilmektedir. “Yine bir seçim öncesi CHP türban açılımı peşindeydi” başlığıyla verilen haberde, Cumhuriyet Halk Partisi’nin yerel seçim öncesinde oyları kendi lehine çevirmek amacıyla halkın dindar kesiminin manevi duygularını kullanarak oylarına talip olduğu iddiasına yer verilmektedir.

2.8.2.2. 2 Mart 2009 Pazartesi

Tablo 34: 2 Mart 2009 Zaman Gazetesi

İÇERİK	Baykal'ın hakaretlerini yargıya taşıyacak	Meydan atışmasını yeterli bulmadı, televizyon tartışmasında ısrarlı	İlk mitingini Mersin'e yaptı, Erdoğan'ı hamasetle suçladı
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf	Yazı - Fotoğraf	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	İddia	İddia	İddia
HABERİN KAYNAĞI	Recep Tayyip Erdoğan (AKP)	Deniz Baykal (CHP)	Deniz Baykal (CHP)
HABERDE YORUM	Yok	Var	Yok

Konuyla ilgili üç haberin yer aldığı Zaman gazetesindeki ilk haber “Baykal'ın hareketini yargıya taşıyacak” başlığıyla verilmektedir. Haberin içeriğinde, Erdoğan'ın, seçim mitinglerinde kendisi aleyhinde sarf ettiği hakaret içeren ifadelerden dolayı CHP Genel Başkanı Deniz Baykal'ı mahkemeye vereceği konu edilmektedir.

İkinci haber, Deniz Baykal'ın Erdoğan'ı televizyonda tartışmaya daveti ile ilgili olarak kaleme alınmaktadır.

Son haber, Zaman gazetesinde “İlk mitingini Mersin'e yaptı, Erdoğan'ı hamasetle suçladı” başlığıyla verilmiştir. Haberde Deniz Baykal'ın Mersin mitinginde Erdoğan'a yönelttiği suçlamalara yer verilmektedir.

2.8.2.3. 3 Mart 2009 Salı

Tablo 35: 3 Mart 2009 Zaman Gazetesi

İÇERİK	CHP'ye bir trilyonu hatırlattı: Kasasını yönetemeyen ülkeyi nasıl yönetecek?
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	İddia - Açıklama
HABERİN KAYNAĞI	Recep Tayyip Erdoğan (AKP)
HABERDE YORUM	Var

Zaman gazetesinde konuyla ilgili olarak bir habere yer verilmektedir. Recep Tayyip Erdoğan'ın Deniz Baykal'a yönelik açıklamalarından oluşan haber "CHP'ye bir trilyonu hatırlattı: Kasasını yönetemeyen ülkeyi nasıl yönetecek?" başlığıyla verilmektedir.

2.8.2.4. 4 Mart 2009 Çarşamba

Tablo 36: 4 Mart 2009 Zaman Gazetesi

İÇERİK	İstikrar düşüncesi ekonomik krizin önünde	Yalan haberlerle halkı korkutmaya çalışıyorlar
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	İddia	İddia
HABERİN KAYNAĞI	Belirsiz	Recep Tayyip Erdoğan (CHP)
HABERDE YORUM	Var	Var

Konuyla ilgili olarak gazetede 2 tane habere yer verilmektedir. İlk haberde, Adalet ve Kalkınma Partisi'nin istikrarlı bir siyasi politika izlediği iddia edilmektedir.

Gazetede çıkan bir diğer haber, Erdoğan'ın iddialarından oluşmaktadır. Erdoğan, bazı medya çevrelerinin ve ana muhalefet partisi yanlısı birtakım çevrelerin, yalan ve asılsız haberlerle toplumu korkuya sürüklediklerini iddia ediyor.

2.8.2.5. 5 Mart 2009 Perşembe

Tablo 37: 5 Mart 2009 Zaman Gazetesi

İÇERİK	Özhaseki'yi 2004'teki rekoru korkutuyor
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	Açıklama
HABERİN KAYNAĞI	Mehmet Özhaseki (AKP)
HABERDE YORUM	Var

Zaman gazetesinde konu ile ilgili bir habere yer verilmektedir. Kayseri Büyükşehir Belediye Başkanı Mehmet Özhaseki'nin seçim öncesi siyasi atmosfer hakkındaki açıklamalarından oluşmaktadır.

2.8.2.6. 6 Mart 2009 Cuma

Tablo 38: 6 Mart 2009 Zaman Gazetesi

İÇERİK	Muhalefete mesaj: Çok seçim kaybettiniz istifa etmediniz, yoksa padişah mısınız?	Yiğidoların parolası: İktidardan vazgeçme, Yazıcıoğlu'nu gücendirme	İbre AKP'den yana
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf	Yazı - Fotoğraf	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	Açıklama	Açıklama	İddia
HABERİN KAYNAĞI	Recep Tayyip Erdoğan (AKP)	Belirsiz	Belirsiz
HABERDE YORUM	Var	Yok	Yok

Gazetede toplam üç haber bu konuyla ilgilidir. “Muhalefete mesaj: Çok seçim kaybettiniz istifa etmediniz, yoksa padişah mısınız?” başlığıyla verilen haber, Erdoğan’ın Cumhuriyet Halk Partisi’ne yönelik açıklamalarından oluşmaktadır.

İkinci haber de Sivaslı seçmenin tercihinin hangi yönde olacağı ile ilgili oluşturulmuş bir haberdır.

Son haber, seçim öncesi sonuçlarla ilgili yapılan bir tahminden oluşuyor. Yozgat’ta seçmenin tercihini AKP’den yana kullanacağı iddia ediliyor.

2.8.2.7. 7 Mart 2009 Cumartesi

Tablo 39: 7 Mart 2009 Zaman Gazetesi

İÇERİK	CHP peygambere hakareti unutturmak için dini kavramlarla oy istiyor	CHP aradan sıyrılmanın peşinde	Yarış sağ partiler arasında
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf	Yazı	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	İddia	İddia	İddia
HABERİN KAYNAĞI	Belirsiz	Belirsiz	Belirsiz
HABERDE YORUM	Var	Var	Var

Tablo 40: 7 Mart 2009 Zaman Gazetesi

İÇERİK	Melih Gökçek, Ankaralı genç işadamlarına projelerini anlattı	Fakire yardım yapan valileri savundu: Baykal'a da, Bahçeli'ye de yedirtmem
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	Röportaj	Açıklama
HABERİN KAYNAĞI	İ. Melih Gökçek (AKP)	Recep Tayyip Erdoğan (AKP)
HABERDE YORUM	Var	Var

Gazetede çıkan beş haberden ilki “CHP peygambere hakareti unutturmak için dini kavramlarla oy istiyor” başlığıyla verilmektedir. Haberde, Cumhuriyet Halk Partisi’nin seçim öncesinde yaptığı siyasi kampanyalarla halkın gözündeki din karşıtı tutumunu silmeye çalıştığı iddia ediliyor.

“CHP aradan sıyrılmanın peşinde” başlığıyla verilen haberde, Cumhuriyet Halk Partisi’nin seçimde fazla şansının olmadığı iddiasına yer veriliyor.

Üçüncü haberde ise gazete, yerel seçimde sağ partilerin daha büyük başarı sağlayacağı yönünde bir öngöründe bulunuyor.

Diğer bir haber, Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı İ. Melih Gökçek’in seçim öncesi iş adamlarıyla yaptığı bir toplantıyı ve seçim vaatlerini konu almaktadır.

Son haber “Fakire yardım yapan valileri savundu: Baykal’a da, Bahçeli’ye de yedirtmem” başlığıyla verilmektedir. Seçim öncesinde valilikler yoluyla halka ulaştırılan gıda ve eşya yardımlarını savunan Erdoğan’ın muhalefet partilerinin genel başkanlarına yönelttiği açıklamalardan oluşmaktadır.

2.8.2.8. 8Mart 2009 Pazar

Tablo 41: 8 Mart 2009 Zaman Gazetesi

İÇERİK	CHP'nin Baykal'sız seçim kampanyası!
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	İddia
HABERİN KAYNAĞI	Deniz Baykal (CHP)
HABERDE YORUM	Var

Gazetede çıkan tek haberde, yerel seçim çalışmaları kapsamında CHP’nin kullandığı seçim afişlerin bazılarında Genel Başkan Baykal’ın fotoğrafının olmadığı iddiasına yer verilmektedir.

2.8.2.9. 9 Mart 2009 Pazartesi

Tablo 42: 9 Mart 2009 Zaman Gazetesi

İÇERİK	İktidarın 'kara elmas'a ilgisi sandıkta karşılık bulacak
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	İddia
HABERİN KAYNAĞI	Belirsiz
HABERDE YORUM	Var

Haberde maden işçilerinin seçimde tercihlerini iktidar partisi adaylarından yana kullanacakları iddiasına yer verilmektedir.

2.8.2.10. 10 Mart 2009 Salı

Tablo 43: 10 Mart 2009 Zaman Gazetesi

İÇERİK	CHP'li aday, başörtüsünden sonra camide kandil simidi dağıttı	Sezer: Solu, Deniz Baykal'dan kurtarmak boynumuzun borcu
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	Açıklama	Açıklama
HABERİN KAYNAĞI	Mehmet Salih Usta (CHP)	Zeki Sezer (DSP)
HABERDE YORUM	Var	Var

Gazetede konuyla ilgili iki haber bulunmaktadır. İlk haber “CHP’li aday, başörtüsünden sonra camide kandil simidi dağıttı” başlığıyla verilmektedir. Haberin içeriği, CHP’li belediye başkan adayının halin dini duygularından faydalanarak oy kazanmak amacıyla cami çıkışı halkla kandil simidi dağıttığı iddiasından oluşuyor.

İkinci haber, Zeki Sezer’in Deniz Baykal’a yönelik açıklamalarından oluşmaktadır. Haberde Sezer’in, sol siyasetini Baykal’dan kurtarmaları gerekliliğinin boyunlarının borcu olduğu ifadelerine yer verilmektedir.

2.8.2.11. 11 Mart 2009 Çarşamba

Tablo 44: 11 Mart 2009 Zaman Gazetesi

İÇERİK	Erdoğan miting satısını 70’e çıkarttı
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	Açıklama
HABERİN KAYNAĞI	Recep Tayyip Erdoğan (AKP)
HABERDE YORUM	Yok

Gazetede konuyla ilgili bir habere yer verilmektedir. Haberde, Adalet ve Kalkınma Partisi Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın seçim çalışmaları kapsamında yürüttüğü mitinglerden söz edilmektedir. Erdoğan’ın seçim gezilerini sıklaştırdığı ve miting sayısını arttırdığına değinilmektedir.

2.8.2.12. 13 Mart 2009 Cuma**Tablo 45: 13 Mart 2009 Zaman Gazetesi**

İÇERİK	Trabzon'da AK Parti'nin rakibi CHP değil, Canalıoğlu
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	İddia
HABERİN KAYNAĞI	Mehmet Canıkoğlu (CHP)
HABERDE YORUM	Var

Zaman gazetesinde bir haber yer almaktadır. “Trabzon'da AK Parti'nin rakibi CHP değil, Canalıoğlu” şeklinde verilen haberde, CHP’nin Trabzon’da oldukça zayıf olduğu, Adalet ve Kalkınma Partisi’nin Trabzon Belediye Başkan Adayı Mehmet Canıkoğlu’nun kişisel gücü ve oy potansiyeliyle AKP karşısında şansı olabileceği ifade edilmektedir.

2.8.2.13. 15 Mart 2009 Pazar**Tablo 46: 15 Mart 2009 Zaman Gazetesi**

İÇERİK	AK Parti’de hedef, rekoru egale etmek	AKP gücünü koruyor, CHP’nin umudu Mustafa Yılmaz	CHP ancak 3011’de iktidar olur
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf	Yazı	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	İddia	İddia	İddia
HABERİN KAYNAĞI	Belirsiz	Belirsiz	Recep Tayyip Erdoğan (AKP)
HABERDE YORUM	Var	Var	Var

Zaman gazetesinde 15 Mart tarihinde konuyla ilgili olarak toplam üç habere yer verilmiştir. İlk haber, AKP'nin yerel seçim öncesindeki çalışmalarından bahsedilmektedir ve partinin hedefinin önceki yerel seçimlerdeki rekorunu egale etmek olduğu dile getirilmektedir.

İkinci haber “AKP gücünü koruyor, CHP'nin umudu Mustafa Yılmaz” başlığıyla verilmektedir. Haberde yerel seçimler öncesinde Adalet ve Kalkınma Partisi'nin mevcut gücünü koruduğu iddia edilmektedir.

Gazetede çıkan son haber, Erdoğan'ın bir konuşmasında dile getirdiği iddialardan oluşmaktadır. “CHP ancak 3011'de iktidar olur” başlığıyla verilen haberde Erdoğan'ın, muhalefet partisinin iktidar olabilmesi ile ilgili açıklamalarına yer verilmektedir.

2.8.2.14. 16 Mart 2009 Pazartesi

Tablo 47: 16 Mart 2009 Zaman Gazetesi

İÇERİK	Erdoğan: İzmir kimsenin kalesi değil	İzmir'deki coşku Erdoğan'ı umutlandırdı
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf	Yazı
HABERİN NİTELİĞİ	İddia	Açıklama
HABERİN KAYNAĞI	Recep Tayyip Erdoğan (AKP)	Recep Tayyip Erdoğan (AKP)
HABERDE YORUM	Var	Yok

Konuyla ilgili zaman gazetesinde toplam iki habere yer verilmiştir. Sol partilerin kalesi olarak nitelendirilen İzmir’de yaptığı mitingdeki konuşmasına yer verilen Erdoğan’ın açıklamaları dile getirilmektedir.

İkinci haber yine Erdoğan’ın İzmir mitingiyle ilgili olarak kaleme alınmıştır.

2.8.2.15. 17 Mart 2009 Salı

Tablo 48: 17 Mart 2009 Zaman Gazetesi

İÇERİK	AK Parti ‘baba ocağı’nda rahat	Hizmet için iktidar partisi kazansın havası hakim
HABERİN SUNUMU	Yazı	Yazı
HABERİN NİTELİĞİ	Röportaj	İddia
HABERİN KAYNAĞI	Belirsiz	Belirsiz
HABERDE YORUM	Var	Var

Tablo 49: 17 Mart 2009 Zaman Gazetesi

İÇERİK	AK Parti Ülkü Güney faktörüyle bir adım önde	Mamak kentsel dönüşüm projesi için düğmeye basıldı
HABERİN SUNUMU	Yazı – Fotoğraf	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	İddia	Açıklama
HABERİN KAYNAĞI	Ülkü Güney (AKP)	İ. Melih Gökçek (AKP)
HABERDE YORUM	Var	Var

Konuyla ilgili gazetede çıkan haberlerin ilkinde Erdoğan’ın memleketi Rize’de yaptığı seçim gezisiyle ilgili bilgilere yer verilmektedir.

Diğer haberde ise, yerel seçimler öncesi halkın tercihinin hangi yönde olacağı konusunda bir tahminde bulunmaktadır. Seçmenin tercihinin iktidar partisi adaylarından yana kullanacakları ifade edilmektedir. Belediye hizmetlerinden daha iyi faydalanmak amacıyla iktidarla belediyenin aynı partiden olmasının avantajlı olacağı iddiasına yer verilmektedir.

Üçüncü haberde AKP’li Ülkü Güney’in seçimler öncesinde seçim bölgesi Bayburt’ta oldukça etkili olduğu iddia edilmektedir.

Son haberde, Melih Gökçek’in yerel seçim öncesinde “Mamak Kentsel Dönüşüm Projesi” ni başlattığını dile getirilmektedir.

2.8.2.16. 18 Mart 2009 Çarşamba

Tablo 50: 18 Mart 2009 Zaman Gazetesi

İÇERİK	AK Parti bir adım önde
HABERİN SUNUMU	Yazı
HABERİN NİTELİĞİ	İddia
HABERİN KAYNAĞI	Belirsiz
HABERDE YORUM	Var

Zaman gazetesinde 18 Mart tarihinde konuyla ilgili bir habere yer verilmektedir. “AK Parti bir adım önde” şeklinde sunulan haberde, yerel seçim öncesinde Bilecik’teki muhtemel sonuç hakkında bir tahminde bulunmaktadır.

2.8.2.17. 19 Mart 2009 Perşembe

Tablo 51: 19 Mart 2009 Zaman Gazetesi

İÇERİK	Karayalçın'a danışman oldum belamı buldum	Halk CHP'li başkandan memnun değil	AK Parti önde görünüyor	Roman mahallesinden AK Parti çıkar
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf	Yazı	Yazı	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	Röportaj	İddia	İddia	İddia
HABERİN KAYNAĞI	Murat Karayalçın (CHP)	Belirsiz	Belirsiz	Belirsiz
HABERDE YORUM	Var	Var	Var	Var

Gazetede toplam dört habere yer verilmiştir. “Karayalçın'a danışman oldum belamı buldum” başlığıyla verilen ilk haber, Aşık Mahsuni Şerif'in CHP'li Murat Karayalçın'ın danışmanlığını yaptığı dönem yaşadıklarını dile getirdiği bir röportajdan oluşmaktadır.

İkinci haber de yerel seçimler öncesinde halkın Cumhuriyet Halk Partili yönetimden memnun olmadığı yönünde oluşturulmuştur.

Üçüncü haber de Adalet ve Kalkınma Partisi'nin yerel seçimler öncesinde yapılan seçim anketlerine göre önde görüldüğü dile getiriliyor.

Son haber, seçim öncesinde yapılan bir tahminden oluşmaktadır. Yapılan haberde Roman vatandaşların tercihlerini Adalet ve Kalkınma Partisi'nden yana kullanacakları iddia ediliyor.

2.8.2.18. 20 Mart 2009 Cuma

Tablo 52: 20 Mart 2009 Zaman Gazetesi

İÇERİK	İşsizliğe rağmen ibre AK Parti'yi gösteriyor	Oylar kemikleşmiş, CHP adayı rahat	Vatandaş sandığa sahip çıkıyor
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf	Yazı	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	İddia	İddia	İddia
HABERİN KAYNAĞI	Belirsiz	Belirsiz	Belirsiz
HABERDE YORUM	Var	Var	Var

Tablo 53: 20 Mart 2009 Zaman Gazetesi

İÇERİK	Çayyolu metrosu gelecek yıl tamamlanıyor	Şentepe devlet hastanesine kavuşuyor
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf	Yazı
HABERİN NİTELİĞİ	İddia	Açıklama
HABERİN KAYNAĞI	İ. Melih Gökçek (AKP)	Belirsiz
HABERDE YORUM	Var	Yok

20 Mart tarihli Zaman gazetesinde toplam beş haber konuyla ilgili olarak yayınlanmıştır. İlk haberde, gün geçtikçe artan işsizlik rakamlarına rağmen, yerel seçimlerde halkın tercihinin AKP'den yana olacağı yönünde bir iddia dile getirilmektedir.

İkinci haber Çanakkale'deki siyasi hava ile ilgili olarak kaleme alınmıştır. Çanakkaleli seçmenin tercihinin CHP'den yana olacağı, bu yüzden Çanakkale yerel yönetim adayının rahat olduğu ifade edilmektedir.

“Vatandaş sandığa sahip çıkıyor” başlığıyla sunulan haberde, seçmenin sandıkta sorunsuz bir şekilde oy kullanmak için nüfus cüzdanlarını yeniledikleri ve vatandaşlık numaralarını aldıkları dile getirilmektedir.

Diğer bir haberde melih Gökçek'in seçim öncesi vaatlerinden bir tanesine değinmektedir.

“Şentepe devlet hastanesine kavuşuyor” başlığıyla verilen, yerel seçim öncesi yapılan çalışmaların halkla duyurulması amacıyla oluşturulmuş bir haberdir.

2.8.2.19. 22 Mart 2009 Pazar

Tablo 54: 22 Mart 2009 Zaman Gazetesi

İÇERİK	Erdoğan: Gökçek'i size emanet ediyorum	Deniz Baykal Anayasa'yı çiğniyor ama yargı suskun	CHP'li adaylar, iptal ettikleri bursları vaat ediyorlar
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf	Yazı	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	Açıklama	İddia	İddia
HABERİN KAYNAĞI	İ. Melih Gökçek (AKP)	Deniz Baykal (CHP)	Belirsiz
HABERDE YORUM	Var	Var	Var

Gazetede toplam üç haber bu konuyla ilgili olarak oluşturulmuştur. İlk haber, Recep Tayyip Erdoğan'ın Ankara'da yaptığı mitingde halkla seslendiği konuşmayla ilgilidir.

“Deniz Baykal Anayasa'yı çiğniyor ama yargı suskun” başlığıyla verilen haberde, yüksek yargının CHP'nin anayasaya aykırı hareketlerine ses çıkarmamaları eleştiriliyor.

Üçüncü haberde ise, CHP'nin seçim öncesi vaatlerinden bazılarını konu almaktadır. CHP'nin açtığı davayla iptal edilen öğrenci burslarını vaat etmeleri konu edilmektedir.

2.8.2.20. 23 Mart 2009 Pazartesi

Tablo 55: 23 Mart 2009 Zaman Gazetesi

İÇERİK	Seçimin nabzı İstanbul'da attı	YSK'nın başörtüsü yasağı kararının yasal dayanağı yok	Çağlayan oradaysa, Kazlıçeşme burada
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf	Yazı	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	Açıklama	İddia	Açıklama
HABERİN KAYNAĞI	Recep Tayyip Erdoğan (AKP)	Belirsiz	Recep Tayyip Erdoğan (AKP)
HABERDE YORUM	Var	Var	Var

Gazetede verilen ilk haber Recep Tayyip Erdoğan'ın İstanbul mitingini konu almaktadır.

İkinci haberde, Yüksek Seçim Kurulu’nun yerel seçim öncesi başörtüsüyle ilgili aldığı kararın yasal bir dayanağı olmadığı, bu anlamda yanlış bir karar olduğu ifade ediliyor.

Çağlayan meydanında miting yapacak olan CHP’ye gönderme yapan AKP Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın açıklamalarına yer verilmektedir.

2.8.2.21. 24 Mart 2009 Salı

Tablo 56: 24 Mart 2009 Zaman Gazetesi

İÇERİK	Baykal, bu seçimden sonra herhalde Rodos’a kadar yüzer	İzmir kaybolan ışıltısını arıyor	İbre AK Parti’den yana
HABERİN SUNUMU	Yazı - Fotoğraf	Yazı	Yazı - Fotoğraf
HABERİN NİTELİĞİ	İddia	Açıklama	İddia
HABERİN KAYNAĞI	Recep Tayyip Erdoğan (AKP)	Belirsiz	Belirsiz
HABERDE YORUM	Var	Var	Var

Zaman gazetesinde yerel seçimlerle ilgili olarak 24 Mart tarihinde toplam üç habere yer verilmiştir. İlk haber “Baykal, bu seçimden sonra herhalde Rodos’a kadar yüzer” başlığıyla sunulmaktadır. Erdoğan’ın CHP’nin seçimlerde başarısız olacağı iddialarından oluşmaktadır.

İkinci haber, önceki seçim dönemlerinde sol partilerin yönetiminde olan İzmir Büyükşehir’in, belediye hizmetlerinden mahrum bırakıldığı, olması gereken yerden çok geride kaldığı dile getirilmektedir.

Son haber ise, Aydın ilinde yerel seçimlerin AKP'nin lehine sonuçlanacağı iddiasına yer verilmektedir.

2.8.2.22. 25 Mart 2009 Çarşamba

Tablo 57: 25 Mart 2009 Zaman Gazetesi

İÇERİK	Kriz etkiledi; ancak favori yine de iktidar partisi
HABERİN SUNUMU	Yazı
HABERİN NİTELİĞİ	İddia
HABERİN KAYNAĞI	Belirsiz
HABERDE YORUM	Var

25 Mart tarihinde yerel seçimlerle ilgili olarak Zaman gazetesinde bir tane habere yer verilmiştir. “Kriz etkiledi; ancak favori yine de iktidar partisi” başlığıyla sunulan haberde, ekonomik krize rağmen, halkın tercihi Adalet ve Kalkınma Partisi adaylar lehine kullanacağı ifade ve iddia edilmektedir.

DEĞERLENDİRME

1950 seçimleriyle birlikte Türkiye’de tek parti iktidarı ilk defa kırılmış, seçmen tercihleri sandığa daha demokratik şekilde yansımaya başlamıştır. İlerleyen süreçte, teknolojik gelişmeler seçmen tercihlerinin farklılaşmasına, ideolojik ve kamuoyu anlamında farklı fikir gruplarının oluşmasına zemin hazırlamış, hatta bu grupların hangi yönde düşüncelere sahip olacaklarını dahi belirler olmuştur. Bu anlamda; “2009 Türkiye Yerel Seçimleri” öncesinde incelenen gazetelerde konuyla ilgili çıkan haberlerin, seçmen kitlesini etkileme, ideolojik fikir oluşturma noktasında kurgulanmış taraflı bir haber yayın politikası izledikleri ortaya çıkmaktadır.

Yürütülen çalışmada, farklı ideolojik görüşlere sahip iki gazetenin; yerel seçimler öncesinde sayfalarında yer verdikleri haberler gerek başlıkları, gerekse haber içerikleri kapsamında, okuru yönlendirme, etkileme, tutum oluşturma bağlamında ne tür bir etkisi olduğu, ya da bu anlamda gazetenin izlediği yayın politikasının hangi yönde olduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Gazetelerin haber içeriklerini oluşturma, haberleri kurgulama sürecine etki eden birçok faktör olmasına rağmen, ilk sıralarda sayılabilecek bir faktör vardır ki; o da gazetenin sahiplik yapısı ve ideolojik – siyasi çizgisidir. Şüphesiz ki medya kuruluşlarının tümünde olduğu gibi yazılı medyada da bu faktörler haber içeriklerine ve gazetenin haber kurgusuna oldukça önemli ölçüde sirayet etmiş durumdadır. Öyle ki; haber içeriklerinde ve gazetenin izlediği yayın politikasında bu sayılan başlıkların sonuçlarını gözlemlemek mümkündür.

Yapılan çalışmanın sonunda da bu tezi destekleyen verilere ve sonuçlara ulaşılmıştır. İki farklı ideolojik çizgiye sahip gazetenin de haber içerikleri analiz edilmiş, söylemlerinde siyasi politikalarının paralelinde bir yol izledikleri sonucuna varılmıştır.

SONUÇ

İletişimin teorik tanımlamasına bakıldığında, bir süreç sonucunda meydana gelen ve karşılıklılık esasına dayanan ortak bir konunun bulunduğu bir olguyu ifade etmektedir. Medya organlarının da bu anlamda günümüzün en önemli iletişim araçları olduğunu söyleyebiliriz.

Kuramsal olarak ve literatürdeki farklı açıklamalar incelendiğinde, kitle iletişim araçlarının toplumları bilgilendirme noktasında büyük görevleri olduğunu söyleyebiliriz. Ancak kitle iletişim araçlarının, belirli bir fikre öncelik vermek, belirli bir siyasi görüşü yüceltmek, bir ideolojik düşünceyi topluma kabul ettirmek gibi belirli dönemlerde içerisinde bulunan bazı tutumları, başka bir deyişle politikaları olduğunu söyleyebiliriz. Bu noktada kitle iletişim araçlarının, özel anlamda da basılı medya organlarının, belirli dönemlerde, örneğin seçim öncesi süreçte, belirli bir siyasi görüşün arkasında, bu görüşü savunan haberlere ağırlık verdikleri gözlemlenmektedir. Bu süreçte; hedef kitle, yada okur, veya seçmen diye isimlendirebileceğimiz toplum, bilgilendirilmekten ziyade, belirli bir fikir veya siyasi görüşle ilgili, tek taraflı bir haber bombardımanına tutulmaktadır. Bu noktada iletişimin çift taraflılığı, karşılıklılığı ilkelerinin bertaraf edildiğini söyleyebiliriz. Medya kuruluşları, kendi yayın çizgilerine paralel olan ve destekledikleri siyasi görüşleri, toplumun kültürel değerleriyle ilişkilendirerek, süsleyerek, insanların bu görüşü sahiplenmelerini, benimsemelerini sağlamaktadır. Neticede, tek taraflı olarak belirli bir fikir hakkında “bilgi” bombardımanına tutulan bireylerin, bir noktada belirli bir ideoloji etrafında toplandığı, tercihlerini de bu paralelde kullandıkları söylenebilir.

Medya içeriğini ölçmek ve böylece “halkla ilişkilerin ideoloji oluşturma işlevini” gözlemleyebilmek amacıyla yapılan bu çalışmada 1-29 Mart tarihleri arasındaki gazetelerin haber içerikleri incelenerek, gazetelerin ideolojik tutumlarının haber içeriklerine büyük oranda etki ettiği ve gazete haberlerinin bu çerçevede kurgulandığı ortaya konulmuştur.

Halkla ilişkiler – basın ilişkileri çerçevesinde değerlendirilebilecek olan, gazetelere siyasi partilerle ilgili basın toplantıları, miting ve kongrelerle ilgili

bilgilerin ulaştırılması neticesinde, gazetelerin belirli bir siyasi fikir paralelinde haber yapmalarına, daha açık bir ifadeyle çıkarlarına uygun, yayın politikalarına ve ideolojik – siyasi fikirlerine yakın olan siyasi görüş lehinde haber politikası izlemelerine zemin hazırlamaktadır.

Yerel seçimler öncesinde gazetelerin, sayfalarında seçimlerle ilgili haberlerin yayınlanacağı kısımlar ayırmaları ve bu bölümlerde siyasi görüşleri ve ideolojik bakışları doğrultusunda haberlere yer vermeleri taraflı bir yayın politikası izlemeleri, gazetelerin haber ve bilgi vermek işlevinden ziyade, medyanın ideolojik tutum oluşturma, etkileme ve istediği yönde harekete geçirme gibi farklı ve yanlış bir tutum içerisinde olduğunu gözlemlenmiştir.

Medya organları, yapıları ve imkanları dahilinde büyük kitlelere ulaşabilen, farklı olaylara farklı yönlerinden bakabilen ve yorumlayabilen, bunu halka yansıtan kuruluşlar olmuşlardır. Başka bir deyişle medya kuruluşlarının asli görevlerinin başında, sorumlu oldukları toplumu, olup biten olaylardan haberdar etmek gelmektedir. Ancak, değişen dünya düzeni, farklılaşan ekonomik yapı, her sektörde gözlemlenebilen sermaye yapısındaki değişim, medya sektöründe de kendisini hissettirmektedir. Bunun neticesidir ki, medya organlarının belirli dönemlerde, belirli çevrelerin ve fikirlerin savunuculuğunu yaptığı görülmektedir. Bu bağlamda gerek görsel, gerek basılı medya organlarının olanaklarının belirli dönemlerde siyasi çevreler tarafından kullanıldığı, yayın politikalarının ve haber içeriklerinin bu paralelde oluşturulduğu bilinmektedir.

Haber içerikleri incelendiğinde, gazetelerin bazı ideolojik fikirlerin sınırları dahilinde şekillendiği, haberlerin kurgulanma aşamasında da gazetenin siyasi yapısı doğrultusunda bir yayın politikası izlendiği, çoğu zaman “tarafsız ve objektif habercilik” ilkesinin göz ardı edilerek belirli bir siyasi görüşün ön plana çıkarıldığı gerçeği ortaya çıkmaktadır. Bunun sonucu olarak gazetelerin kamuoyunu bilgilendirmekten ziyade, kamuoyu oluşturma, bir siyasi fikrin zikrini yapma gibi bir tutum içerisinde oldukları gözlemlenmektedir.

Sonuç olarak, gazetelerin, gerek haber içeriği gerekse mizanpaj anlamında, siyasi fikirlerine yakın olan haberlere ağırlık verdiği, daha doğru bir söylemle

savundukları siyasi partinin haberlerine öncelik tanıdığı ve sayfalarını büyük oranda bu haberlere ayırdığı gözlemlenmiştir.

Araştırma kapsamında incelenen 1 aylık dönemde söz konusu gazetelerde konuyla ilgili toplam 131 haber yer almıştır. Bu haberlerin büyük çoğunluğu “Yerel Seçim 2009” (Cumhuriyet) ve “Seçim 2009” (Zaman) başlıkları altında verilmiştir. Haberlerin 80 tanesi Cumhuriyet gazetesinde, geriye kalan 31 haber ise Zaman gazetesinde yayınlanmıştır.

Haberlerin sunumları incelendiğinde, 131 haberin 82 tanesinin fotoğraf ile, 4 tanesinin de karikatür ile sunulduğu görülmektedir.

Bunların yanı sıra gazetelerin haber sunumunda taraflı olmamaları, yoruma kaçmamaları gerekirken söz konusu gazetelerin bu kriterlere riayet etmedikleri ortaya çıkmaktadır.

Araştırma sonucunda söz konusu gazetelerin, temsil ettikleri siyasi görüşün, dolayısıyla siyasi partinin haberlerine daha çok yer verdikleri, bu haberlerin sunumunda birçok haberi verirken haber içeriğine yorum katma gereği duydukları görülmektedir.

Araştırma sonunda elde edilen veriler, içerik analizine tabi tutulan gazetelerin haber içeriklerinin, okurun – seçmenin tutumunu belirli bir doğrultuda etkilemek amacıyla oluşturulduğu yada oluşturulan haberlerin içerik anlamında seçmenin tercihini etkileyecek şekilde kurgulandığı gerçeğini ortaya koymaktadır. Ulaşılan sonuçlar da bu tezi destekler niteliktedir.

KAYNAKÇA

AKIM, Feride; 2005, “Kriz Yönetimi ve Halkla İlişkiler”, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 22, İstanbul, Sayfa: 171-177

AKINCI VURAL Beril – BAŞOK YURDAKUL Nilay; 2007, “Halkla İlişkiler Eğitiminde Müfredat ve Uygulamalar: Türk ve Amerikan Üniversitelerine Yönelik Kıyasalı Bir Çalışma”, *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, İzmir, Sayı:11 Sayfa: 255 - 267

ALTHUSSER; Louis; 2003, *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, Çev. Mahmut Özışık, Yusuf Alp, İthaki Yayınları, İstanbul

ALTHUSSER, Louis; 1995, *Kapitali Okumak*, Çev. Celal A. Kanat, Belge Yayınları, İstanbul

ASNA, Aleaddin; 1997, *Halkla İlişkiler*, Public Relations, PR, Sabah Kitapları, İstanbul

AYDOĞAN, Yalçın ; 1995, *Görsel İktidar*, İnsan Yayınları, İstanbul

BALTA PELTEKOĞLU, Filiz; 2001, *Halkla İlişkiler Nedir*, Beta Yayınları, İstanbul

BANGER, Gürol; 2000, *Kamu Yönetimi Yeniden Yapılandırma Projesi*, Ankara

BİBER, Levent; Öztekin, Ahmet; 2006 “Görsel ve Teknik İletişim”, *Genel ve Teknik İletişim*, Eğitim Kitabevi, Konya, Sayfa: 235 - 291

ÇAKAR MENGÜ, Seda; 2005, “Küresel Halkla İlişkiler ve Kamusal Alan”, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı:23, İstanbul, Sayfa: 178 - 193

DEVLET Planlama Teşkilatı Mevzuatı; 1994, Ankara

ELPEZE ERGEÇ, Nüket; 2006, “Kurtuluş Savaşı Sırasında Yürütülen İletişim Çabalarının Halkla İlişkiler Açısından İncelenmesi”, *Uluslararası Halkla İlişkiler Sempozyumu*, Kocaeli, Sayfa: 102 - 112

ERDOĞAN, İrfan; Alemdar Korkmaz; 2005 *Popüler Kültür ve İletişim*, Erk Yayınları, Ankara

- ERTEKİN, Yücel; 2000, *Halkla İlişkiler*, Yargı Yayınevi, İstanbul
- GEÇİKLİ, Fatma; 2008, *Halkla İlişkiler ve İletişim*, Beta Yayınları, İstanbul
- GEZGİN, Suat; 2005, “Küreselleşmenin Medya ve Toplum Üzerindeki Etkileri”, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı:22, İstanbul, Sayfa: 9 - 12
- IŞIK, Metin; 2000, *İletişimden Kitle İletişimine*, Mikro Yayınları, Konya
- IŞIK, Metin; 2002, *Kitle İletişim Teorilerine Giriş*, Eğitim Kitabevi, Konya
- IŞIK, Metin – ÖZTEKİN Hülya; 2006, “Kitle İletişim Araçları, İşlevleri ve Etkileri”, *Genel ve Teknik İletişim*, Eğitim Kitabevi, Konya, Sayfa: 41 - 62
- İÇEL, Kayıhan; 1990, *Kitle Haberleşme Hukuku*, Beta Yayınları, İstanbul,
- KAZANCI, Metin; 2006, “Althusser, İdeoloji ve İletişimin Dayanılmaz Ağırlığı”, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, İstanbul, Sayfa: 56 - 86
- KAZANCI, Metin; 1980, *Halkla İlişkiler*, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, Ankara
- KAZANCI, Metin; 2004, *Kamuda ve özel Kesimde Halkla İlişkiler*, Turhan Kitabevi, Ankara
- KAZANCI, Metin; 2005, “Türklerde Devletle İlişkiler Üzerine Bazı Notlar”, Ankara
- KIŞLALI, Ahmet Taner; 1987, *Siyaset Bilimi*, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yayınları, Ankara
- ÖZERKAN, Şengül; 1997, *İletişimde Etkileme Süreci Seçim Kampanyalarından Örneklerle*, Şengül Özerkan Yayını, İstanbul
- ÖZTEKİN, Ahmet – ÖZTEKİN Hülya; 2006, “İnsan İlişkileri ve İletişim”, *Genel ve Teknik İletişim*, Eğitim Kitabevi, Konya, Sayfa: 65 - 122
- ŞERİF, Muzaffer; 1985, *Sosyal Kuralların Psikolojisi*, Çev. İsmail Sandıkçıoğlu, Alan Yayınları, İstanbul

TANDAÇ GÜNEŞ, Nilnur; 2005, “ Halkla İlişkilerde Teorinin Önemi ve Uygulamayla Olan İlişkisi: PR Sektörünün Algısına Yönelik Bir Araştırma”, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı:23, İstanbul, Sayfa: 301 - 313

URAL, Ebru Güzelcik - YILMAZ, Emel Güler; 2005, “İşletmelerin Sosyal Sorumluluklarının Bağımsız Onayı: SA 8000 ve Halkla İlişkiler”, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı:23, İstanbul, Sayfa: 247 - 258

WEB ADRESLERİ

BAYRAMIÇ, Bülent; <http://www.sosyalhizmetuzmani.org/turkiyehi.html>, “ Türkiye’de Halkla İlişkilerin Gelişimi”, Erişim Tarihi: 01.04.2009

YAMAN, Ekrem; <http://www.mersintercuman.com/detay.asp?p=y535>, “Yönetim ve Halkla İlişkiler”, Çanakkale, 2005, Erişim Tarihi: 01.05.2009

<http://cevdetkizil.brinkster.net/cevdetchess/tr/admin/editor/sayfalar/halk13102007.doc>
Erişim Tarihi: 03.04.2010

<http://egitim.cukurova.edu.tr/myfiles/open.aspx?file=943.doc>, Erişim Tarihi: 16.04.2010

ÖZGEÇMİŞ

1985 yılında Kayseri – Pınarbaşı’nda doğdu. İlk ve orta okulu Pınarbaşı ve Manisa’da, lise öğrenimini Ankara’da tamamladı. 2004 senesinde Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi’nde Gazetecilik Bölümü’nde lisans eğitimi almaya başlayan Acır, 2008 Haziran’ında mezun oldu. Lisans eğitiminin ardından Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Dalı’nda yüksek lisans öğrenimine başladı. Halen bu bölümde öğrenciliğine devam etmektedir.

İLETİŞİM BİLGİLERİ:

Adres: Oğuzlar Mah. 15. cad. 1599. sok. Akemek Sitesi No:12/32

Elvankent/ANKARA

Tel: 0555 427 4275

E-mail: acirfurkan@mynet.com