

# YASAL İLETİŞİMDE GÜNCEL YAKLAŞIMLAR



# **SİYASAL İLETİŞİMDE GÜNCEL YAKLAŞIMLAR**

**EDİTÖR:**

**Dr. Emine KILIÇASLAN**



**Paradigma Akademi**

**Siyasal İletişimde Güncel Yaklaşımlar**

Editör: Emine KILIÇASLAN

ISBN: 978-605-7691-30-9

Sertifika No: 32427

Matbaa Sertifika No: 43370

Paradigma Akademi Basın Yayın Dağıtım

Fetvane Sokak No: 29/A

ÇANAKKALE

Tel: 0531 988 97 66

Mizanpaj: Fahri GÖKER

fahrigoker@gmail.com

Dizgi: Gürkan ULU

gurkanulu@gmail.com

Kapak Tasarım: Gürkan ULU

Matbaa Adres:

Ofis2005 Fotokopi ve Büro Makineleri San. Tic. Ltd. Şti.

Davutpaşa Merkez Mah. YTÜ Kampüsü

Güngören / Esenler

İSTANBUL

Paradigma Akademi bir CNK Kitaplığı kuruluşudur.

Tanıtım için yapılacak kısa alıntılar dışında yayıncının yazılı izni olmaksızın hiçbir şekilde çoğaltılamaz.

Bu Kitap T.C. Kültür Bakanlığında alınan bandrol ve ISBN ile satılmaktadır. Bandrolsüz kitap almayınız.

Paradigma Akademi – 2019



# SİYASAL İLETİŞİMDE GÜNCEL YAKLAŞIMLAR

**EDİTÖR:**

**Dr. Emine KILIÇASLAN**



Paradigma Akademi

2019

Televizyon da izlediğiniz en masum çizgi filmde ya da belgeselden gözde olmuş bir filme kadar medya hayatın her alanında bizleri siyasal iletilere maruz bırakmaktadır. Bu siyasal iletilere her hangi bir kitle iletişim aracı ile maruz kalan birey bu kitle iletişim araçları karşısında pasiftir. İnsanlar bu pasifliğinin ve yalnızlığın verdiği eksiklik duygusu ile sürekli bu enformasyonları alarak kendini tamamlama çabası içine girmektedir. Bu çaba sonu olmayan bir sarmal içinde sürekli akıp gitmektedir.

Buradan hareketle siyasal iletişime tabi ki hayata dair her şeydir demeyeceğiz. Fakat siyasal iletişim hayatımızı belirleyen her şeydir diyeceğiz. Bu nedenle siyasal iletişime dair aradığınız pek çok şeyi bu kitapta bulabileceksiniz. Bu kitapta siyasal iletişime dair dillendirilmeyenleri, bilinmeyenleri, bazen bilinip söylenmeyenleri söylemeye çalıştık. Bazen bam teline dokunarak bazen de dokunmadan kenarından köşesinden dolanarak bir şeyler anlattık.

Kitapta yer alan, Fisun Yüksel, Gülsüm Çalışır, Aleyna Makbule Ünal, Mehmet Işık, Şakir Eşitti, Emrah Özdemir, Sezer Ahmet Kına, Aylin Dilek, Neval Oğan Balkız, Saadet Nihal Coşkun, Kenan Kılıç hocalarıma teşekkür ederim.

Ayrıca kitabıma yazısı ile destek veremese de beni gördüğünde hocam “çok solgun görünüyorsunuz” “bir ruj sürün” diyerek beni güldüren ve sıcak samimi dostluğu ile akıl danışmaktan nasıl yapalım diye sormaktan hiç çekinmediğim Sevgi Erol’ a dostluğundan dolayı teşekkür ederim.

Son olarak kitabımın kapak tasarımında bana yardımcı olan Basım yayın Teknolojileri 2. Sınıf öğrencim Umut Yazıcı’ya tasarımından dolayı teşekkür ederim.

## İçindekiler

<b>ÖNSÖZ</b> .....	V
<b>BÜYÜK VERİ KAPSAMINDA SOSYAL MEDYANIN SİYASAL İLETİŞİMDEKİ ROLÜ</b> .....	11
GİRİŞ.....	12
1. BÜYÜK VERİ.....	13
2. SOSYAL MEDYA VE TOPLUMSAL ALANDA KULLANIMI .....	16
3. SİYASAL İLETİŞİMDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI.....	19
SONUÇ.....	22
<b>2018 CUMHURBAŞKANLIĞI SEÇİMLERİNE İLİŞKİN TELEVİZYON HABERLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME: ATV, FOX TV, HALK TV ANA HABER BÜLTENLERİ</b> .....	25
Giriş25	
1. SİYASAL İLETİŞİM VE MEDYA.....	26
2. TELEVİZYON HABERİ VE HABERİN DEĞERİ.....	30
SONUÇ.....	48
<b>KRİZ DÖNEMLERİNDE DIŞ SİYASAL İLETİŞİM</b> .....	55
GİRİŞ.....	55
1. DIŞ SİYASAL İLETİŞİM.....	58
2. KRİZ DÖNEMLERİNDE DIŞ SİYASAL İLETİŞİM .....	61
<b>YENİ MEDYA VE SİYASAL İLETİŞİM</b> .....	69
1. Medya ve Siyaset İlişkisi .....	70
2. Yeni Medya ve Değişen Siyasal İletişim .....	74
2.1. Yeni medyanın ‘Yeni’likleri .....	76
2.2. Siyasal İletişim 2.0 .....	82
3. Yeni Medyanın Siyasal İletişim ve Demokratik Katılıma Negatif Etkileri. 87	
<b>KÜRESELLEŞME, ULUS-DEVLET VE YENİ MEDYA</b> .....	97



1. WESTPHALIA'DAN BİLGİ ÇAĞINA ULUS-DEVLET.....	99
1.1. Küreselleşme ve Toplum: Post-Endüstriyel Toplumdan Bilgi Toplumuna Geçiş .....	101
2. TEKNOLOJİK DETERMİNİZM VE YENİ MEDYA.....	105
3. DEVLET EGEMENLİĞİ VE YENİ MEDYA .....	109
SONUÇ .....	111
<b>KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE MEDYANIN POLİTİKLEŞMESİ VE SİYASAL İLETİŞİM .....</b>	<b>115</b>
GİRİŞ .....	115
1. MEDYA VE İKTİDAR İLİŞKİSİNDE SİYASET KAVRAMININ YERİ.....	116
1.1. Siyasal İletişim Bağlamında Egemenlik Kavramı .....	118
1.2. Siyasal İletişim Bağlamında İktidar Kavramı.....	119
1.3. Siyasal İletişim Bağlamında Egemenlik ve İktidar İlişkisi.....	119
2. KÜRESELLEŞMENİN TARİHSEL SÜRECİNDE POLİTİK MEDYANIN ORTAYA ÇIKIŞI VE SİYASAL İLETİŞİM .....	120
2.1. Tarım Toplumundan Günümüze Siyasal İletişim .....	121
2.2. Endüstri Devrimi, Fransız Devrimi ve Küreselleşme.....	124
2.3. Kitle Toplum ve Kitle İletişim Araçlarının Siyasal İletişim Bağlamında Önemi.....	125
2.4. Bilgisayar Çağı ve Sosyal Medyada Siyasal İletişim.....	126
3. POLİTİK MEDYA VE MEDYANIN POLİTİKASI.....	128
SONUÇ .....	132
<b>SIYASAL İLETİŞİM BAĞLAMINDA GÜNÜMÜZDE KADINLARIN SİYASAL KARAR ALMA SÜRECİNE KATILIMLARI .....</b>	<b>135</b>
GİRİŞ .....	135
1. SİYASAL İLETİŞİM BAĞLAMINDA TOPLUMSAL CİNSİYET VE SİYASAL KATILIM.....	136
2. YASALARDA KADIN-ERKEK EŞİTLİĞİ VE SİYASAL KATILIM.....	137
3. SİYASETTE KARAR ALMA SÜRECİNDE KADININ YERİ.....	141

4. TÜRKİYE'DE KADINLARIN SİYASİ KARAR ALMA SÜRECİNE KATILIMLARI.....	148
4.1. Kadınların Siyasete Atılmalarını Engelleyen Faktörler.....	150
<b>KRİZ DÖNEMLERİNDE İÇ SİYASAL İLETİŞİM .....</b>	<b>157</b>
GİRİŞ.....	157
1. MODERNİZME İÇKİN BİR ALAN OLARAK SİYASAL İLETİŞİMİN GELİŞİMİ.....	158
2. İÇ SİYASAL İLETİŞİM .....	161
3. KRİZ DÖNEMLERİNDE İÇ SİYASAL İLETİŞİM.....	166
SONUÇ YERİNE: Değişen Dinamikler .....	171
<b>GÖSTERGE BİLİM YAKLAŞIMI BAĞLAMINDA SANAT VE SIYASAL İLETİŞİM İLİŞKİSİ .....</b>	<b>177</b>
GİRİŞ.....	177
2. GÖSTERGE BİLİM.....	179
3. GÖSTERGE BİLİM BAĞLAMINDA SANATI ANLAMAK.....	181
4. TARİHSEL SÜREÇTE SANAT VE SİYASET İLİŞKİSİNİN GÖSTERGELERİ .....	183
4. SOSYALİST SANAT ANLAYIŞINDA SİYASAL İLETİŞİM.....	192
5. NAZİ ALMANYASI SANAT ANLAYIŞI VE SİYASAL İLETİŞİM.....	194
SONUÇ.....	199
<b>SIYASAL İLETİŞİM BAĞLAMINDA "LEVIATHAN" FİLMİNİN ÇÖZÜMLEMESİ.....</b>	<b>205</b>
Eyüp Peygamber'in Leviathan'ı .....	206
Thomas Hobbes'un Leviathan'ı.....	207
Zvyagintsev'in Leviathan'ı.....	208
Sonuç .....	217

*Büyük Veri Kapsamında Sosyal Medyanın Siyasal İletişimdeki Rolü*

- Kılıçaslan, Ç.E.(2008a). Siyasal İletişimde İdeolojik Dil, Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Edirne.
- Kılıçaslan, Ç.E. (2008b). Siyasal İletişim İdeoloji ve Medya İlişkisi, Kriter Basım Yayın, Ankara.
- Lorenz, E.(1972) Predictability: Does the flap of a butterfly's wings in Brazil set off a tornado in Texas? 139th Annual Meeting of the American Association for the Advancement of Science (29 Dec 1972), In *Essence of Chaos* (1995), Appendix, 1, 181.
- Laney, D. (2001). 3D Data Management, Controlling Data Volume, Velocity and Variety, Meta Group.
- Ott, B. L. (2017). The age of Twitter: Donald J. Trump and the politics of debasement, *Critical Studies in Media Communication*, 34(1): 59-68.
- Ritzer, G. (2016). Çağdaş Toplum Yaşamının Değişen karakteri Üzerine bir İnceleme Kurtuluş, G (Çeviren), Toplumun McDonaldlaşması, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Roberts, L. M. (2005). Changing Faces: Professional Image Construction In Diverse Organizational Settings, *Academy of Management Review*, Vol 30, p.685-711.
- Thomlinson, J. (1999). İçinde Sakallı, G.(2015) İletişimin Mc Donaldlaşması Sosyal Medya Üzerine bir İnceleme, *International Periodicals for the Language, Literature and History of Turkish*, Volume 10/12, Winter, p.389-410.
- Wang, L. (2016). The New Trend and Application of Customer Relationship Management Under Big Data Background, *Modern Economy*, 7, 841-848.
- Yıldız, N. (2008). Neoliberal Küreselleşme ve Eğitim, D.Ü. Ziya Gökalp İletişim Fakültesi Dergisi, 11(13-32).
- Yüksel, F.(2017). The Impacts of Globalisation on the Improvement of Entrepreneurship: A case of Turkey" *Euroefe*, Aydın İktisat Fakültesi, Aydın, Turkey.
- Yüksel, F. (2019). Towards Digital Era: Adding Value by ICT in Tourism Industry. In D.Gürsoy and R.Nunkoo (eds.) *The Routledge Handbook of Tourism Impacts-Theoretical and Applied Perspectives* (1st Edition)(p.p.440-451) London, UK: Routledge.

## 2018 CUMHURBAŞKANLIĞI SEÇİMLERİNE İLİŞKİN TELEVİZYON HABERLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME: ATV, FOX TV, HALK TV ANA HABER BÜLTENLERİ

<sup>1</sup>Doç. Dr. Gülsüm ÇALIŞIR  
<sup>2</sup>Aleyna Makbule ÜNAL

*"Gerçek seçim, yalnızca gerçeğin  
ışığı altında filizlenebilir."*

Friedrich Nietzsche

### GİRİŞ

Seçim sürecinde partiler-adaylar ile seçmenler arasında köprü kurma işinin, siyasal iletişime karşılık geldiğini söylemek mümkündür. Norris<sup>3</sup> tarafından da söz konusu bilginin politikacı ve seçmen kesim arasında medya yoluyla sağlanmasına yönelik sürecin siyasal iletişim olarak ifade edilmesi, bu söylemi destekler niteliktedir. Fakat Norris'in ifadesinde "medya" kavramı dikkat çekmektedir.

21. yüzyılda bir tartışma konusu haline gelen siyaset-medya ilişkisi, medyanın mevcut kitleleri hedef alan yapısı itibariyle siyaset kurumunun da dikkatini çekmeyi başarmıştır. Medya yoluyla kendi düşünce ve değerlerini yansıtmaya olanağı bulan siyasal birliktelikler, medyada da örgütlenmelere yol açmıştır. Sonuçta medya kuruluşları da benimsediği siyasal kimlikler doğrultusunda

<sup>1</sup> Doç. Dr. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, gulsumcalisir@yahoo.com; gulsumcalisir@gumushane.edu.tr

<sup>2</sup> Doktora Öğrencisi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum-Türkiye, unal.aleynamakbule@gmail.com

2018 Cumhurbaşkanlığı Seçimlerine İlişkin Televizyon Haberleri Üzerine Bir İnceleme: ATV, Fox Tv, Halk Tv Ana Haber Bültenleri kitleleri etkileme gücünü elde etmiştir.<sup>4</sup> Bir başka deyişle siyaset ve medya arasında oluşan bu köprü, siyasal iletişim ortamının oluşmasına zemin hazırlamıştır. Bugün için medya unsuru olan televizyonda da siyasal örgütlerin çıkarlarının ön plana çıktığı anlaşılmaktadır.

Siyasal haberlerin “gösterilebilecek içeriklerin varlığı” kriterine bağlı haber olarak değerlendirilmesi anlayışı hâkim olmuştur.<sup>5</sup> Bilgi paylaşımında ses ve görüntünün birlikteliği imkanını sunan televizyon haberciliğinde, özellikle dikkat çeken içeriklerin paylaşımına gayret edildiği görülmektedir. Tabii bu dikkatin Tokgöz’ün ifadesinde olduğu gibi medya kuruluşlarının ortak olduğu siyasi partilerin-adayların görüşleri doğrultusunda şekillendiği düşünülmektedir.

Bu çalışmada siyaset-televizyon medyası arasındaki ilişki, 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı seçimleri öncesinde televizyon kanallarında yayınlanan akşam ana haberleri üzerinden incelenmektedir. Yöntem olarak tercih edilen içerik analizi ile seçim öncesi 1 ay 4 günlük süreçte ATV, Fox TV ve Halk TV kanallarının ana haber bültenlerinde yayınlanan haberler izlenerek, deşifre edilmiştir. Buna ilişkin söz konusu üç kanalda yer bulan siyasal haber sayısı, partilere-adaylara göre haberlerin yayın sıralaması, yayın süresi, haberlerde teknolojinin kullanım şekli ve haber kaynaklarının kanallara göre dağılımı bağlamında haber takibi sağlanmıştır.

## 1. SİYASAL İLETİŞİM VE MEDYA

Siyasal iletişim, Antik Yunan ve Roma İmparatorluğu’ndan itibaren varlığını göstermiştir. Bu olgunun ortaya çıkış nedeni siyasi liderlerin toplumun üyesi olan diğer insanlarla iletişim kurma ve rakiplerine karşı insanlardan destek beklemesi ihtiyacına dayanmaktadır. Söz konusu bu gereksinim ile medya arasında ilişki bulunmaktadır.<sup>6</sup> Diğer bir ifade ile siyasal ve kamusal yaşamın en hayati unsurlarından olan siyasal iletişimde medya, aracı unsur olarak rol almaktadır.<sup>7</sup>

Lilleker<sup>8</sup> tarafından ‘Siyasal iletişimin kendisi, siyaset kadar eskidir’ ifadesi kullanılmıştır. Yalnızca siyaseti anlamlandırmanın ana mantığı ise kavrama

Doç. Dr. Gülsüm ÇALIŞIR, Aleyna Makbule ÜNAL

sürecine bağlıdır.<sup>9</sup> İktidarda yer bulan biçimlerin beraberliğinde gerçekleşen siyaseti anlama süreci, siyasal iletişimin her daim varlığını sürdürmesini sağlamıştır. Çünkü iktidar gücünü elinde bulundurma ve kamuya bu noktada bilgi sunabilmektedir.<sup>10</sup> Papa III. Innocent’in 1213 yılında İngiltere’de Kral John’un aforoz edilmesini “papanın öküzü” şeklinde de adlandırılan mührünü kilise duvarlarına asılmasıyla ilan etmesi gibi, günümüz siyasetçileri de iletilerini kamuya ulaştırmak amacıyla tüm yöntemleri değerlendirmektedir.<sup>11</sup>

Siyasi sistemlerin büyük bir bölümünün demokratikleşmesi, siyasi iletişimin de değişmesine neden olmuştur. Bununla birlikte siyasi eylemler kamusal alana taşınmıştır. Siyasi bir rolünün olması düşüncesiyle kamu da siyasete atılmıştır. Bir başka deyişle seçmen oy kullanmaktan öte, aktif bir vatandaş durumuna gelmiştir. Bu değişimde daha fazla bilgiye erişim ve artan eğitim düzeyinin etkili olduğu ön görülmektedir. Mevcut seçmen profili farklı gruplar arasında seçim ve seçim harici konularda iletişim rekabetini beraberinde getirmiştir. Daha karmaşık bir hale dönüşen siyasi iletişimi kavrayabilmek amacıyla medya, kamunun dikkatini çekmeye başlamıştır.<sup>12</sup> Zaman ve şartların değişmesine rağmen her ülke için en önemli siyasal iletişim aktörünün gündem belirleme yönüyle medya olduğu kabul edilmektedir. Siyasal iletişim sürecinin devamlılığında ise özellikle haber medyası etkin olmaktadır.<sup>13</sup> Kamunun-seçmenin soru sorma-denetim ve eleştirisinde vekil konumunda görülen medya, siyasal iletişimin iklimini yansıtmaktadır.<sup>14</sup> Ayrıca insanlar bir olay, durum ya da olguya ilişkin düşünme, bilme ve eylemde bulunma yönüyle medyadan etkilenebilmektedir.<sup>15</sup> Bu nedenledir ki medya; bir olay, durum ya da olguyu yansıtırken süzgeçten geçirir gibi bilgiyi istendik yönde kurgulayarak kamuoyuna sunabilmektedir.

Son zamanlarda siyasi iletişim ve medya üzerine yapılan araştırmalarda artış olduğu gözlemlenmektedir. Bu durum Amerika Birleşik Devletleri (ABD) haricinde dünya genelinde de gözle görülür bir niteliktedir. Özellikle Asya

<sup>9</sup> Ersin Kalaycıoğlu, “Karşılaştırmalı Siyaset: Giriş”, *Karşılaştırmalı Siyasal Sistemler*, Ersin Kalaycıoğlu, Deniz Kağnıcıoğlu (Ed.), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2017, s. 3.

<sup>10</sup> Michel Bongrand, *Politikada Pazarlama*, Fatoş Ersoy (Çev.), İstanbul: İletişim Yayınları, 1992, s. 9.

<sup>11</sup> Scott Metzger, Magna Carta: Teaching Medieval Topics for Historical Significance, *The History Teacher*, Vol: 1, No: 43, s.345-356.

<sup>12</sup> Lilleker, a.g.e., s. 5.

<sup>13</sup> Ferruh Uztuğ, *Siyasal İletişim Yönetimi*, İstanbul: MediaCat Yayınları, 2004, s. 57.

<sup>14</sup> Zülfiyar Damlapınar, “Siyasal İletişimde İklim Değişikliği: 2015’in ‘İkili Seçim’leri Penceresinden Türkiye’de Siyasal İletişim Atmosferi”, *7 Haziran’dan 1 Kasım’a Türkiye’de Siyasal İletişim Uygulamaları*, Şükrü Balcı (Ed.), İstanbul: Literatürk Academia, 2016, s. 28-29.

<sup>4</sup> Oya Tokgöz, *Siyasal İletişimi Anlamak*, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları, 2008, s. 206.

<sup>5</sup> Ignacio Ramonet, *Medyanın Zorbalığı*, çev. Aykut Derman, İstanbul: Om Yayınevi, 2000, s. 54.

<sup>6</sup> Darren G. Lilleker, *Key Concepts In Political Communication*, London: Sage Publications, 2006, s. 5.

<sup>7</sup> W. Lance Bennett and Robert M. Entman, “Mediated Politics: An Introduction”, *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy (Communication, Society and Politics)*, W.Lance Bennett, Robert M. Entman (Ed.), New York: Cambridge University Press, 2001, s. 1.



2018 Cumhurbaşkanlığı Seçimlerine İlişkin Televizyon Haberleri Üzerine Bir İnceleme: ATV, Fox Tv, Halk Tv Ana Haber Bültenleri özellikle haber bağlamında akla ilk gelen araçlardan biri televizyondur.<sup>24</sup> Aşağıda televizyon haberi ve bu bağlamda haberin değerine ilişkin daha ayrıntılı bilgi sunulmaktadır.

## 2. TELEVİZYON HABERİ VE HABERİN DEĞERİ

Kitle iletişim araçları içerisinde yer bulan gazetelerin yazı işlerine gelen tüm haberlere gazetede yer verilmez. Gazete sayfalarına eklenecek haberlerle ilgili bir seçme aşaması gerçekleşmektedir.<sup>25</sup> Televizyonda da siyasal alanda sunulan haberlerin üreticisi olan kuruluşların tüm rakipler için demokratik bir sürecin işlemesi açısından haberleri dengeli ve eşit zamanda vermeye dikkat edilmesi gerekmektedir. Bununla birlikte seçim kampanyası süresince akılda tarafsızlığa dair bir fotoğraf çizebilen televizyon haberleri, aynı zamanda kamuoyu ile iletişim kurmaya çalışan gruplara olanak tanımaktadır.<sup>26</sup> Denge olarak adlandırılan bu bakış açısı, haberin yapım sürecinde kamuoyunun tamamını ilgilendiren olayları, objektiflikten uzak, sadece belli bir kesimin bakış açısına göre sunma ve hakim olan siyasal görüşe göre ifadeler kullanma sonucunda gözardı edilmektedir.<sup>27</sup> Bir diğer deyişle olması gereken ile hâkim olan televizyon haberciliği anlayışının örtüşmediği görülmektedir. Neticede bir televizyon haberinin sunumunda kamuoyunu yönlendirmek değil, tarafsızlıktan uzak şekilde bilgiyi sunabilmek amaçlanmalıdır.

Haberde dilin kullanımını üç şekilde ifade etmek mümkündür. İlki, sadece tanım cümlelerine yer verilmesidir. İkincisi, olay ya da durumu neticeye kavuşturmak için oluşturulan yorum cümleleridir. Bir diğer kullanımı ise, olayın bilinenden yola çıkılarak bilinmeyenine yönelik bulunan çıkarımları barındırmaktadır.<sup>28</sup> Haber muhabirlerinin görüşlerine başvuru bir çalışmada muhabirler tarafından, yazılan haberlerin yayın öncesinde, yazı işlerinde değişime uğraması (haber belli bölümünün çıkarılması, farklı şekilde dile getirilmesi veya ifadede bulunurken 'abartı'lı bir uzatmaya gidilmesi, çarpıcı bir başlık konulması), bunun da haber kaynaklarıyla bağlantısında bozulmaya neden

Doç. Dr. Gülsüm ÇALIŞIR, Aleyna Makbule ÜNAL

olduğu söylenmiştir.<sup>29</sup> Bu bilgi, üretilme sürecinde dahi 'tarafsızlıktan' uzak haberlerin varlığını kanıtlar niteliktedir. Özellikle medya kuruluşlarının sosyal sorumluluklarını kulak arkası ederek, ticari endişelerden dolayı siyasi otoriteler ile olan bağımlı sürdürme, reklam verenleri küstürmeme gibi davranışlara yönelmesi haberin kalitesini de düşürmektedir.<sup>30</sup> Haberin kamuoyuna iletmeye değer görülmesi, şeklinde ifade edilen olgu 'haber değeri'ne karşılık gelmektedir.<sup>31</sup> Haber yapılmaya değer konuların seçiminde haber üreticilerinin eğitimi, yetiştirilmesi, ilgi alanları gibi unsurlar etkili olmaktadır. Bunun da ötesinde haber değerinin medya kuruluşlarının çıkarları ile doğru orantılı olduğu bilinmektedir.<sup>32</sup> Başka bir söylemle medya kuruluşlarının olay/olgu ya da durumları kamuoyuna sunma çabası, bir haberi değerli görmesi ticari endişeler etrafında şekillenmektedir. Televizyonun bu durumda, kamuoyunun çıkarlarını görmezden gelen, medya kuruluşu sahiplerinin talepleri doğrultusunda yönlendirme girişiminde bulunan bir haber anlayışında olduğu anlaşılmaktadır.

Televizyonda enforme edilen politik mesajlarda gerçeklerden uzaklaşıldığı ve bu çarpıklığın kitlelerin bilincinde zamanla yer edindiği söylenmektedir.<sup>33</sup> Baudrillard<sup>34</sup> da televizyon haberlerinin gerçekte olan bitenden bahsetmek yerine, haberleri gösteriye dönüştürdüğü görüşündedir. Benzer şekilde Gerbner'e göre televizyon haberleri, objektif şekilde gerçekliği yansıtmaktan uzak kalmaktadır.<sup>35</sup>

Bilinçli bir şekilde gerçeklikten uzak aktarılan haberler nedeniyle kamuoyunda yeni bir anlayışın varlığı görülmektedir. Görüntü çağında özellikle siyasal iletişim boyutunda bir algı çalışması yürütülmektedir.<sup>36</sup> Diğer bir ifade ile televizyon haberlerinde sunulan bilgiler doğrultusunda halkın nasıl bir ilişki kurduğu kontrol altında tutulmaya çalışılmaktadır. Siyasal gündemi etkileyen bu medya unsuru, halkın imgelemi etkileme gücüne sahiptir. Böylece haberlerde

<sup>24</sup> Gülsüm Çalışır, *Küreselleşmenin Ortaya Çıkardığı Olayların Türkiye'deki Televizyon Haberlerine Yansımaları*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 2009, s. 43.

<sup>25</sup> Abdülrezak Altun, Mine Gencil Bek ve Emel Esen Altun, *Aile İçi Şiddet Haberlerinin Üretim Süreci ve Medya Profesyonelleri*, İletişim Araştırmaları Yayınları, 2007, s. 9.

<sup>26</sup> Lilleker, a.g.e., s. 12-180.

<sup>27</sup> Şafak Kızıldaş vd., *Ana Haber Bültenlerinin Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleriyle Değerlendirilmesi*, Global Media Journal TR Edition, Kırıkkale, Cilt 8, Sayı 15, 2017, s. 346-362.

<sup>29</sup> Altun, Bek ve Altun, a.g.e., s. 61.

<sup>30</sup> Büşra Erimli, *Gazetecilik Meslek İlkelerinin Uygulanmasını Engelleyen Unsurlar ve Çözüm Önerileri*, İnsan & İnsan Bilim Kültür Sanat ve Düşünce Dergisi, Sayı 1, 2014, s.23-34.

<sup>31</sup> Gitte Gravengaard, *The Metaphors Journalists Live By: Journalists' Conceptualisation of Newswork, Journalism, Published Online*, <http://jou.sagepub.com/content/early/2012/01/09/1464884911433251>, 29.08.2019.

<sup>32</sup> Edibe Sözen, *Medyatik Hafıza*, İstanbul: Timaş Yayınları, 1997, s. 38.

<sup>33</sup> Tahir Karaboğa, "Bir Kitle İletişimsizlik Aracı Olarak Televizyon", *Sosyoloji Notları*, 2007, Ankara: İdeal Copy, s. 35-43.

<sup>34</sup> Jean Baudrillard, *Tam Ekran*, çev. Bahadır Gülmez, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2000, s.139.

<sup>35</sup> Ömer Özer, *Televizyonun Yetiştirme Rolü: Ankara Çevik Kuvvet Örneği*, Gazi Üniversitesi



2018 Cumhurbaşkanlığı Seçimlerine İlişkin Televizyon Haberleri Üzerine Bir İnceleme: ATV, Fox Tv, Halk Tv Ana Haber Bültenleri  
tekrar tekrar yer verilen temaların ve problemlerin izleyici kesimin öncelikleri halini alması sağlanmaktadır.<sup>37</sup>

Görüldüğü üzere bir kitle iletişim aracı olan televizyonun habercilik anlayışında kamuoyunu bilgilendirmekten önce gelen çıkarları bulunmaktadır. Bu noktada olay/ olgu ya da durumların adeta 'sahnelendiği' yorumuna yer vermek mümkündür. Halka sunulan bir iletinin gerçekliğinden ziyade, medya kuruluşu sahipleri ve ideolojik görüşleri çerçevesinde habercilik anlayışının benimsendiği dikkat çekmektedir. Görselliği ve sesi aynı anda sunan televizyonun dikkat çeken bir medya aracı olduğu kabul edilmektedir. İnsanların burada bilgisini aldığı haberleri günlük hayatta bir araya geldiğinde de konuşup tartıştığı düşünülürse, televizyon haberlerinde istendik yöndeki bu yönlendirmenin ne derece önemli olduğu anlaşılmaktadır. Bu çalışma, hâlâ öncelikli haber alma araçlarından biri olarak görülen televizyonun 24 Haziran 2018 tarihinde gerçekleşen Cumhurbaşkanlığı seçimi öncesinde üç kanalında sunulan ana haber bültenleri üzerinden gerçekleştirilmiştir.

### Yöntem

Bu bölümde araştırma modeli, çalışma örnekleme, veri elde etme, verilerin sınıflandırılması ve çözümlenmesine yönelik bilgiler işlenmektedir. Yöntem olarak betimlemenin ötesinde çıkarım elde etme yoluyla sosyal gerçeğin belirli boyutlarını araştıran seçici, sınıflandırıcı ve nicelleştirici bir yöntem olan içerik analizi tercih edilmiştir<sup>38</sup>

### Araştırma Modeli

Bu çalışmada, Türkiye'deki 24 Haziran 2018 tarihinde gerçekleşen Cumhurbaşkanlığı seçimi öncesi gelişen süreci anahaber bültenlerinin ne kadar ve ne şekilde yansıttığını tespit etmek amaçlanmıştır. Buna bağlı olarak, nesneye, olguya, olaya, duruma, bireye vb. yönelik geçmiş ve günümüz verilerinin tamamının gözden geçirildiği tarama modeli tercih edilmiştir.<sup>39</sup> Bu şekilde söz konusu durumu olduğu gibi belirtmek önem taşımaktadır.

Doç. Dr. Gülsüm ÇALIŞIR, Aleyna Makbule ÜNAL

### Çalışma Örnekleme

Bu araştırma, Türkiye'de yayın yapan Fox TV, Halk TV ve ATV televizyonlarının saat 19.00'daki anahaber bültenleri kapsamında yapılmıştır. Söz konusu bültenlerin 22 Mayıs-24 Haziran 2018 tarih aralığındaki haber bültenlerinin izlenmiş ve deşifre edilmiştir.

Çalışma örnekleme dahil edilen üç kanal belli sebepler doğrultusunda tercih edilmiştir. Meridyen haber tarafından 2018 tiraj miktarlarının sonucuna göre Türkiye'de ulusal düzeyde yayın yapan televizyonlar arasında yer alan ATV, iktidara yakınlığı ile bilinen bir yayın organıdır. Halk TV 2005 yılında kurulmuş, anamuhalefetin ideolojisinin egemen olduğu bir yayın kuruluşudur. Fox TV ise diğer iki kanala nazaran kendisini 'tarafsız' olarak nitelendirilen bir kanaldır<sup>40</sup> Bir diğer ifade ile iktidara yakın olan, muhalefete yakın olan ve her iki tarafa nazaran 'tarafsız' kalan olmak üzere üç kanal incelemeye tabii tutulmuştur. Böylece farklı görüşlerin hakim olduğu kanallarda siyasi partileri, parti adaylarını, siyasal kampanyaları ve seçim sürecini kamuoyuna yansıtılmaları yönünden farklılıkları tespit etme imkanı doğmaktadır.

Televizyon İzleme Araştırmaları Anonim Şirketi (TİAK) tarafından sunulan araştırma verilerinin yıllık raporlarında tüm gün olarak adlandırılan ölçüm günü saat 02.00'de başlayıp, bir sonraki gün aynı saate kadar devam eden 24 saatlik zaman dilimi rating yüzdeleri gösterilmektedir. Bu bilgiler ekseninde 2018 yıllık raporuna göre ATV 1.38 ile 6'ncı sırada, Fox TV 1.33 ile 12'inci sırada, Halk TV ise 0.31 ile 14'üncü sıradadır.<sup>41</sup> Bu yüzdeler rakam ve sıralamalar araştırma kapsamında seçilen kanalların rating oranının yüksek olduğunu da göstermektedir.

Çalışmada söz konusu üç televizyon kanalının 22 Mayıs-24 Haziran 2018 tarihleri arasında yayınlanan akşam ana haber bültenleri incelenmektedir. Cumhurbaşkanlığı seçim sürecinin haber bültenlerine yansımalarına ilişkin son bir aylık dönemin incelenme sebebi; bu dönemde yürütülen seçim kampanyalarının artması, siyasi adaylar tarafından deyim yerinde ise 'tüm kozların paylaşılması' durumundan kaynaklanmaktadır. Nihayetinde bu çalışmada, bir aylık dönemde yapılan toplam 99 ana haber bülteni üzerinden araştırma yürütülmüştür.

<sup>37</sup> Shanto Iyengar, "Siyasette Erişim Yanlılığı", Medya Kültür Siyaset, çev. Süleyman İrvan, Ankara: Ark Yayınevi, 1997, s. 233-252.

<sup>38</sup> Orhan Türkoğlan, Orhan Gökçe, Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemi, Konya: Çizgi Kitabevi, 2018, s.269.

<sup>40</sup> <https://www.meridyenhaber.com/manset/isim-isim-vandas-ve-muhalef-medya-h40585.html>

### Verilerin Toplanması

Çalışmanın uygulama aşamasında Türkiye’de Cumhurbaşkanlığı seçim sürecinin anahaber bültenlerine yansımalarını görebilmek adına içerik çözümlemesine ihtiyaç duyulmuştur. Nitel bir araştırma tekniği olan içerik analizi dökümanların veya kayıtların karakterize edilmesi ve kıyaslanması amacıyla kullanılmaktadır.<sup>42</sup> Bu analiz ile ATV, Fox TV ve Halk TV’nin anahaber bülteninde yer verdiği siyasal haberler değerlendirmeye alınmıştır. Buna göre partilerin-adayların haber sıralaması, yayın süresi, yer verilen haberlerin görüntülü olup-olmadığı, haber kaynaklarının kanallara göre dağılımı, haberlerde teknolojinin kullanım şeklinin bilgisine ulaşılmıştır.

ATV ve Fox TV kanalının 34, Halk TV’nin ise 31 ana haber bülteninin deşifresi yapılmıştır. ATV ve Fox TV kanalının haber bültenlerine kendi web sitelerinden ulaşılmıştır. Halk TV’ye ait YouTube hesabında haberlerin sadece belli başlı yerlerinin paylaşılması söz konusudur. Buna bağlı olarak bültenin tamamına ulaşmak adına araştırma yazarları tarafından haber kaydı alınmıştır. Bilgisine yer verilmeyen günler ise Halk TV tarafından miting alanına canlı yayınla bağlanması ya da siyasi programlara yer vermesi nedeniyle akşam anahaber bülteninin es geçilmesi durumundan kaynaklanmaktadır.

Sonraki süreçte, akşam anahaber bültenlerinde Cumhurbaşkanlığı seçimi ile ilgili haberlerin belirlenen başlıklar altında saptanması yapılmıştır. Bu saptama, öncesinde de paylaşıldığı üzere yayın sırası, yayın süresi ve haberde teknolojinin kullanımı (spiker sunumu/ görüntülü anlatım) bağlamında incelemeye alınarak yapılmıştır.

Araştırma sonucunda televizyon kanalları ile partilerin ideolojik görüşleri arasında paralellik olup olmaması durumuna bağlı olarak yayın sırası, yayın süresi ve görüntünün varlığı noktaları arasında ilişki olduğu şeklinde bir yoruma varılabilir.

### Bulgular ve Yorum

Bu bölümde araştırma amacına yönelik elde edilen bulguların paylaşılması söz konusudur. Buna göre aşağıda ilk olarak üç televizyon kanalında siyaset alanıyla ilgili yer verilen haber sayısının bilgisi yer almaktadır.

### -Kanallarda Siyaset Alanıyla İlgili Yer Verilen Haber Sayısı:

Bu başlık altında araştırma kapsamında üç kanalın içeriklerine ilişkin çözümleme sonuçları yer bulmaktadır. Tablo 1’de 22-Mayıs- 24 Haziran 2018 tarihleri arasında Fox TV, Halk TV ve ATV kanallarında yayınlanan akşam ana haber bültenlerinde yer verilen siyasal haberlerinin haftalık periyotta rakamsal ifadesi gösterilmiştir. Siyasal haber ile bireyin siyasal toplumsallaşma noktasında sisteme denkliğinin oluşumu ve üyesi olduğu toplama uyum sağlayabilmesi için mevcut partiler ve adaylara dair bilgilerin sunulması kastedilmektedir<sup>43</sup>

**Tablo 1: Kanallarda Siyaset Alanıyla İlgili Yer Verilen Haber Sayısı**

Günler	ATV	FOX TV	HALK TV
22-28 MAYIS	43	60	33
29 MAYIS- 4 HAZİRAN	50	64	68
5-11 HAZİRAN	50	67	48
12-18 HAZİRAN	37	67	35
19-24 HAZİRAN	30	52	43
Toplam	210	301	227

Tablo 1’e göre 1 ay 4 günlük süreçte kaydedilen 34 ana haber ekseninde, siyaset alanıyla ilgili ATV 210, Fox TV 301 ve Halk TV tarafından 227 haber paylaşıldığı anlaşılmaktadır. Buna göre haber sayılarında kanaldan kanala farklılık bulunmaktadır.

Görüldüğü üzere siyasal alanda diğer haftalara kıyasla en az haber 22-28 Mayıs tarihleri arasında yapılmıştır. Yine de 7 günlük süreçte siyasal içerikli haberlere en fazla yer veren kanal, 60 haber ile Fox TV olmuştur. Belirtilen sürede 33 haber ile siyasal alanda en az haber sunan Halk TV’nin bu dönemde izlenen haber sunumuna göre sık sık telefon bağlantısı gerçekleştirip, hemen sonrasında reklam arasına gittiği ve sonrasında ana haber bülteninin kesildiğini söylemek mümkündür. ATV’nin ise araştırma süresince akşam ana haber bülteninde siyasal alanda en fazla 8 habere yer verdiği gözlenmiştir.

29 Mayıs-4 Haziran zaman aralığında ise bir önceki haftanın tam tersine 68 haber içeriği ile siyasal alanda en fazla haber paylaşan kanal Halk TV olmuştur. Ardı sıra aynı hafta içerisinde Fox TV de 64 haber paylaşmıştır. Siyasal içerikli en az haber içeriğine ATV’de yer verilmiştir. Aslında 22-28 Mayıs tarihleri arasında siyasal alanda yapılan haber sayısının 29 Mayıs-4 Haziran aralığında



2018 Cumhurbaşkanlığı Seçimlerine İlişkin Televizyon Haberleri Üzerine Bir İnceleme: ATV, Fox Tv, Halk Tv Ana Haber Bültenleri artış gösterdiği; ancak Fox TV ve Halk TV'nin de haber sayısını arttırmasından ötürü geri planda kaldığı sonucu çıkmaktadır. Özellikle Halk TV, adı geçen haftada önceki haftaya kıyasla siyaset alanında iki kat daha fazla haber sunmuştur.

Seçime 20 gün kala, diğer bir ifade ile 5-11 Haziran tarihlerini kapsayan zaman aralığında siyaset alanında en fazla haberi 67 haberle Fox TV sunmuştur. Öncesindeki süreçle kıyaslandığında ise elde edilen haber sayısı ile siyasal alanda sunduğu haber sayısını koruduğunu işaret etmektedir. ATV ise önceki haftada elde ettiği sayıda istikrarlılığını sürdürmektedir. Halk TV ise 48 haber ile önceki haftaya göre siyasal alanda sunulan haber sayısını düşürmüştür.

Yayınlanan haber sayısına göre 12-18 Haziran tarihleri arasında da en fazla haber yayınlayan kanal Fox TV olurken, en az haber sayısı ise Halk TV'ye aittir. Önceki haftaya kıyasla ATV Ana Haber'in siyasal alana özgü haber sayısında azalma, Fox TV'de ise artış olduğu görülmektedir.

Araştırmaya dahil olan son zaman aralığı ise 19-24 Haziran'dır. Seçime yakın tarihler olmasına rağmen siyasal alandaki haber sayısının düşük olması dikkat çekmektedir. Siyasal alanda Fox TV 52, ATV 30 ve Halk TV 43 haber yayımlamıştır. 24 Haziran Cumhurbaşkanlığı seçiminin gerçekleştiği günde dahi ATV'de 4, Fox TV'de 10, Halk TV'de 6 siyasal habere yer verilmiştir.

34 günlük toplam süreçte ise siyasal alanda en fazla haber yapan kanal 301 haber ile yine Fox TV olmuştur. 210 haber sayısı ile siyasal alanda en az habere yer veren ATV ise, genelde askeri bir haberle bültene başlamakta ve sonrasında en fazla 8 haber olmak üzere siyasal alanda da haber içeriği sunmaktadır. Gerbner<sup>44</sup> tarafından televizyon haberlerinde çoğu zaman hakim olan ideoloji ve değerlerin ön plana çıkarıldığı, kamuoyuna iletilen mesajların da bu nedenle kasıtlı yönde olduğu bilgisi paylaşılmıştır. Bir başka şekilde söylemek gerekirse, kanalların partilere-adaylara yönelik paylaştığı haber sayısı planlı bir sürecin sonucudur. Aynı durumun kanallarda partilerin-adayların yayın sıralaması için de geçerli olduğunu söylemek mümkündür.

#### -Kanallarda Partilerin-Adayların Yayın Sıralaması:

Bu araştırma Türkiye'de 24 Haziran Cumhurbaşkanlığı seçimi öncesi ve seçim gününde ATV, Halk TV ve Fox TV'nin siyasal alanda sunduğu haberleri kapsamaktadır. Takip edilen kanalların ana haber bülteni boyunca yayın

Doç. Dr. Gülsüm ÇALIŞIR, Aleyna Makbule ÜNAL

sıralamasının ne şekilde olduğu bilgisi araştırmaya dahil edilmiştir. Aşağıda 22-28 Mayıs tarihleri arasında partilere-adaylara yer verilme sırası bulunmaktadır.

**Tablo 2: Kanallarda Partilerin-Adayların 22-28 Mayıs Tarihleri Arasındaki Yayın Sıralaması**

Günler/ Kanallar	Yayın Sıralaması	
22 MAYIS	ATV	AK Parti-CHP-SP-İP
	Fox TV	AK Parti-CHP-İP-HDP
	Halk TV	CHP
23 MAYIS	ATV	AK Parti-CHP
	Fox TV	AK Parti-CHP- HDP-İP
	Halk TV	-
24 MAYIS	ATV	AK Parti-MHP-CHP
	Fox TV	AK Parti-CHP-MHP-İP-SP-HDP
	Halk TV	CHP
25 MAYIS	ATV	AK Parti-CHP
	Fox TV	AK Parti-CHP-MHP- İP-SP-HDP
	Halk TV	İyi Parti- CHP
26 MAYIS	ATV	AK Parti-HDP-CHP-MHP- SP
	Fox TV	CHP-HDP-AK Parti
	Halk TV	CHP
27 MAYIS	ATV	AK Parti-CHP-MHP
	Fox TV	AK Parti-CHP-İP-SP-MHP-HDP
	Halk TV	CHP-AK Parti-SP-HDP-İP
28 MAYIS	ATV	AK Parti-CHP
	Fox TV	AK Parti-CHP-İP-SP
	Halk TV	CHP

Tablo 2'de görüldüğü üzere ATV'de yayın önceliği Adalet ve Kalkınma Partisi (AK Parti) Cumhurbaşkanı adayını Recep Tayyip Erdoğan'a verilmektedir. Tam tersi Halk TV'de ise Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) Cumhurbaşkanı adayını Muharrem İnce'ye öncelik hakkı tanınmaktadır. FOX TV'de 26 Mayıs tarihinde ilk olarak CHP, diğer tarihlerde AK Parti'nin haberlerini yayınlamak tercih edilmiştir. ATV kanalının AK Parti ve CHP'ye dair haberlere mutlaka yer verdiği; ancak Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) Cumhurbaşkanı adayını Devlet Bahçeli'ye; İyi Parti Cumhurbaşkanı adayını Meral Akşener'e; Saadet Partisi Cumhurbaşkanı adayını Temel Karamollaoğlu'na ve Halkların Demokratik Partisi (HDP) Cumhurbaşkanı adayını Selahattin Demirtaş'a dair haberlerin nadiren yayımlandığı bulgulanmıştır. ATV ile benzer şekilde Fox TV'de de mutlaka AK

2018 Cumhurbaşkanlığı Seçimlerine İlişkin Televizyon Haberleri Üzerine Bir İnceleme: ATV, Fox Tv, Halk Tv Ana Haber Bültenleri 3'üncü veya 4'üncü sırada İyi Parti ve Saadet Partisi'ne ilişkin haberlerin de eklendiği görülmüştür. Halk TV, bir haftalık ana haber bülteni sürecinde CHP'ye mutlaka yer verirken, İyi Parti'ye 2 gün, HDP ve Saadet Partisi'ne ise 1 gün yer ayırmıştır. 23 Mayıs tarihinde ana haber bülteninin yayınlanmama sebebi CHP'ye dair bir canlı yayın bağlantısının gerçekleşmesinden kaynaklanmaktadır.

**Tablo 3:** Kanallarda Partilerin-Adayların 29 Mayıs-4 Haziran Tarihleri Arasındaki Yayın Sıralaması

Günler/ Kanallar		Yayın Sıralaması
29 MAYIS	ATV	AK Parti-CHP-MHP
	Fox TV	AK Parti-CHP- İyi Parti -MHP-HDP-Saadet Partisi
	Halk TV	AKP-CHP-Saadet Partisi-HDP
30 MAYIS	ATV	AK Parti-CHP
	Fox TV	AK Parti-CHP- İyi Parti -Saadet Partisi
	Halk TV	AK Parti-CHP- İyi Parti -HDP
31 MAYIS	ATV	AK Parti-CHP
	Fox TV	AK Parti-CHP-İP-SP-MHP-HDP
	Halk TV	CHP-AK Parti-HDP
1 HAZİRAN	ATV	AK Parti-CHP
	Fox TV	AK Parti-CHP- İyi Parti -MHP-Saadet Partisi
	Halk TV	CHP-AK Parti
2 HAZİRAN	ATV	AK Parti-CHP
	Fox TV	AK Parti-CHP- İyi Parti -Saadet Partisi-HDP
	Halk TV	CHP-AK Parti
3 HAZİRAN	ATV	AK Parti-CHP- İyi Parti -MHP
	Fox TV	AK Parti-CHP-İyi Parti -HDP-Saadet Partisi
	Halk TV	AK Parti-CHP- İyi Parti
4 HAZİRAN	ATV	AK Parti-CHP-İyi Parti-MHP-HDP
	Fox TV	CHP-İP-SP-MHP-AK Parti
	Halk TV	CHP-AK Parti

Tabla 3 incelendiğinde 29 Mayıs- 4 Haziran tarihleri arasında ATV kanalında AK Parti ve CHP'ye mutlaka yer verilmesi önceki hafta ile benzerlik gösterdiği anlaşılmaktadır. Fox TV'de ise 4 Haziran dışında yayın önceliği AK Parti'ye verilmiştir. İyi Parti ve Saadet Partisi'ne de, MHP ve HDP'ye de aynı sıralamada yer vermektedir. Halk TV'de ilk sırada 4 gün CHP, 3 gün AK Parti'nin haberlerinin yayınlandığı görülmektedir. Bunun dışında HDP'ye 3 gün, İyi Parti'ye 2 gün, Saadet Partisi'ne 1 gün yer verilmiştir. Araştırmaya dahil edilen

**Tablo 4:** Kanallarda Partilerin-Adayların 5-11 Haziran Tarihleri Arasındaki Yayın Sıralaması

Günler/ Kanallar		Yayın Sıralaması
5 HAZİRAN	ATV	AK Parti-CHP-MHP
	Fox TV	AK Parti-CHP-HDP-Saadet Partisi-Vatan Partisi
	Halk TV	CHP-AKP-SP
6 HAZİRAN	ATV	AK Parti-MHP-İyi Parti-HDP-CHP
	Fox TV	AK Parti-CHP-İyi Parti-Saadet Partisi-HDP-MHP
	Halk TV	CHP
7 HAZİRAN	ATV	AK Parti-CHP-MHP-Saadet Partisi
	Fox TV	AK Parti-CHP-MHP-İyi Parti-Saadet Partisi-Vatan Partisi
	Halk TV	CHP-İyi Parti
8 HAZİRAN	ATV	AK Parti-MHP-CHP-İyi Parti
	Fox TV	AK Parti-CHP-İyi Parti-HDP-MHP
	Halk TV	AK Parti-MHP-CHP
9 HAZİRAN	ATV	AK Parti-MHP-CHP-HDP
	Fox TV	AK Parti-CHP-İyi Parti-MHP-Saadet Partisi
	Halk TV	CHP-İyi Parti-MHP-HDP
10 HAZİRAN	ATV	AK Parti-CHP-MHP
	Fox TV	AK Parti-CHP-İyi Parti-Saadet Partisi-MHP
	Halk TV	CHP-AK Parti-MHP-İyi Parti
11 HAZİRAN	ATV	CHP-İyi Parti-AK Parti
	Fox TV	AK Parti-CHP-İyi Parti-MHP
	Halk TV	

Tablo 4'teki bilgilere bakıldığında ATV'de 11 Haziran'da CHP ile başlayan yayın dışında, diğer günlerde önceliğin AK Parti'ye verildiği görülmektedir. 5-7 ve 10 Haziran tarihlerinde AK Parti-CHP-MHP sıralaması izlenirken, 8 ve 9 Haziran'da ise AK Parti-MHP-CHP şeklinde bir yayın akışı olmuştur. Bunun haricinde 3'üncü sırada İyi Parti'ye ve 4'üncü sırada HDP'ye; 6 Haziran'da son sırada Saadet Partisi'ne; 7 Haziran'da İyi Parti'ye, 8 Haziran'da HDP'ye yer verilmiştir. Ana haber bülteninde haftanın her günü 1'inci sırada AK Parti'ye ve 2'inci sırada CHP'ye yer veren Fox TV, haber sıralamasında MHP'yi 2'inci, 3'üncü, 4'üncü ve 5'inci sıraya; HDP'yi 3'üncü, 5'inci ve 4'üncü sıraya; İyi Parti'yi 3'üncü, ve 4'üncü sıraya; Saadet Partisi'ni 4'üncü ve 5'inci sıraya koymaktadır. Halk TV'de ise 8 Haziran'da AK Parti'ye yer verilmesi dışında diğer günlerde yayın önceliği her daim CHP'ye verilmiştir. Bunun haricinde Halk TV'de 5 Haziran'da Saadet Partisi'ne 3'üncü sırada, 7 Haziran'da İyi Parti'ye



2018 Cumhurbaşkanlığı Seçimlerine İlişkin Televizyon Haberleri Üzerine Bir İnceleme:  
ATV, Fox Tv, Halk Tv Ana Haber Bültenleri  
2'inci sırada, MHP'ye 8 Haziran'da 2'inci sırada, 9-10 Haziran'da 3'üncü sırada,  
11 Haziran'da 4'üncü sırada yer verilmiştir.

**Tablo 5:** Kanallarda Partilerin-Adayların 12-18 Haziran Tarihleri Arasındaki Yayın Sıralaması

Günler/ Kanallar	Yayın Sıralaması	
12 HAZİRAN	ATV	AK Parti-CHP
	Fox TV	AK Parti-CHP-İyi Parti-Vatan Partisi-Saadet Partisi
	Halk TV	CHP-AK Parti-MHP
13HAZİRAN	ATV	AK Parti-CHP-İyi Parti
	Fox TV	AK Parti-CHP-İyi Parti
	Halk TV	CHP-AK Parti-HDP
14 HAZİRAN	ATV	AK Parti-MHP-CHP-İyi Parti
	Fox TV	AK Parti-CHP-İyi Parti-Saadet Partisi-Vatan Partisi
	Halk TV	HDP-CHP-AK Parti-İyi Parti-Saadet Partisi
15 HAZİRAN	ATV	AK Parti-MHP-CHP
	Fox TV	AK Parti-MHP-İyi Parti-CHP, Saadet Partisi
	Halk TV	AK Parti-CHP-MHP-İyi Parti
16 HAZİRAN	ATV	AK Parti-MHP-CHP-HDP
	Fox TV	AK Parti-CHP-MHP-BBP- İyi Parti
	Halk TV	
17 HAZİRAN	ATV	AK Parti-CHP-HDP
	Fox TV	AK Parti-CHP-İyi Parti-Saadet Partisi
	Halk TV	CHP-AK Parti-MHP-İyi Parti
18 HAZİRAN	ATV	AK Parti-CHP
	Fox TV	AK Parti-CHP-İyi Parti-Saadet Partisi-HDP-İyi Parti
	Halk TV	CHP-AK Parti-MHP

Tablo 5'te gösterildiği gibi ATV'de 16 Haziran'da 2'inci sırada MHP'ye yer verilmesi dışında, diğer günlerin yayın akışında 1'inci sırada AK Parti, 2'inci sırada ise CHP yer bulmaktadır. Buna ek olarak 13 Haziran'da 3'üncü sırada, 14 Haziran'da 4'üncü sırada İyi Parti'ye; 16 Haziran'da 4'üncü sırada, 17

Doç. Dr. Gülsüm ÇALIŞIR, Aleyna Makbule ÜNAL

Haziran tarihlerinde "AK Parti-CHP-İyi Parti" sıralaması izlenmiştir. 15-17 ve 18 Haziran tarihlerinde 1'inci sırada AK Parti, 3'üncü sırada İyi Parti'ye yer verilmiştir. 4'üncü ve 5'inci sırada haftanın 5 günü Saadet Partisi'ne, 2'inci günü Vatan Partisi'ne zaman ayrılmıştır. Halk TV'de ise 14 Haziran dışında diğer günlerde 1'inci sırada AK Parti, 2'inci sırada CHP haberleri yer bulmaktadır. 3'üncü sırada 12 Haziran'da MHP, 13 Haziran'da HDP, 14 Haziran'da İyi Parti, 17-18 Haziran'da MHP haberleri olduğu görülmüştür.

**Tablo 6:** Kanallarda Partilerin-Adayların 19-24 Haziran Tarihleri Arasındaki Yayın Sıralaması

Günler/ Kanallar	Yayın Sıralaması	
19 HAZİRAN	ATV	AK Parti-MHP-CHP-HDP
	Fox TV	AK Parti-CHP-İyi Parti-Saadet Partisi-HDP-Vatan Partisi
	Halk TV	CHP-İyi Parti-AK Parti-MHP
20 HAZİRAN	ATV	AK Parti-CHP-İyi Parti
	Fox TV	AK Parti-İyi Parti-Saadet Partisi-HDP-CHP
	Halk TV	CHP-MHP
21 HAZİRAN	ATV	AK Parti-MHP-HDP
	Fox TV	AK Parti-CHP-İyi Parti-HDP
	Halk TV	CHP-AK Parti-BBP-Saadet Partisi-HDP
22 HAZİRAN	ATV	AK Parti-CHP
	Fox TV	AK Parti-CHP-İyi Parti-HDP-Saadet Partisi-Vatan Partisi
	Halk TV	CHP-AK Parti-Saadet Parti
23 HAZİRAN	ATV	AK Parti-CHP-MHP-İyi Parti-Saadet Partisi-HDP
	Fox TV	AK Parti-CHP-MHP-İyi Parti- Saadet Partisi-HDP
	Halk TV	CHP-MHP-AK Parti-Saadet Partisi-İyi Parti-HDP
24 HAZİRAN	ATV	CHP-MHP-AK Parti
	Fox TV	CHP-AK Parti-İyi Parti-HDP-Vatan Partisi
	Halk TV	CHP-HDP-AK Parti-İyi Parti

Tablo 6'da verilen bilgilere göre yayın sıralamasında 19-21 Haziran tarihlerinde 1'inci ve 2'inci sırada "AK Parti-MHP", 20-22-23 Haziran tarihlerinde ise "AK Parti-CHP" partilerinin haberleri sunulmuştur. Bunun dışında 19 Haziran'da 4'üncü sırada HDP, 20 Haziran'da 3'üncü sırada İyi Parti, 21 Haziran'da 3'üncü sırada HDP, 23 Haziran'da 3'üncü sırada İyi Parti, 4'üncü sırada Saadet Partisi'ne yer verilmiştir. Fox TV'de 24 Haziran tarihinde CHP olmasına karşılık diğer günlerde 1'inci sırada AK Parti haberleri bulunmaktadır. MHP'ye dair siyasal haber sadece 23 Haziran'da 3'üncü sırada verilmiştir. 19-22 ve 24 Haziran tarihlerinde Vatan Partisi son sırada yer bulmaktadır. İyi Parti

4'üncü sırada paylaşılmıştır. Haftanın her günü ana haber bülteni kapsamında önceliği CHP'ye veren Halk TV, AK Parti'nin haberlerini 21 ve 22 Haziran dışındaki günlerde 3'üncü sırada sunmuştur. 2'inci sırada ise 19 Haziran'da İyi Parti, 20-23 Haziran'da MHP, 24 Haziran'da HDP haberleri bulunmaktadır.

Görüldüğü üzere çalışma örneklemini oluşturan üç kanalın ana haber bülteninin siyasal alanda paylaştığı içeriklerde 1'inci ve 2'inci sırada AK Parti veya CHP'ye yer verildiği tespit edilmiştir. Hatta ağırlıklı olarak AK Parti'ye öncelik hakkı tanındığı izlenmiştir. MHP'ye dair haberler genelde 3'üncü veya 4'üncü sırada, İyi Parti ve Saadet Partisi'nin haberleri ise en sık 4'üncü ve 5'inci sırada paylaşılmaktadır. Vatan Partisi ise son sırada yer bulmaktadır. Alan yazında yer verilen bilgiler ve bu çalışmada elde edilen bulgular ekseninde kanallarda hâkim olan ideolojik görüşlerin haber sunumuna etki ettiği anlaşılmaktadır. Bu başlık altında işlenen partilerin-adayların haberlerine yer verme sıralamasında kanaldan kanala farklılık olduğu bulgulanmıştır. Sonuç olarak kamuoyunu sadece 'haber sıralamasına göre bile belli derecede yönlendirme yoluna gidilmektedir. Çünkü halkın zihninde de haber sıralamasında olduğu gibi bir parti-aday sıralaması oluşabilmektedir. Örneğin seçim öncesinde sadece ATV'yi izleyen bir seçmen zihninde AK Parti'yi, Halk TV'yi izleyen seçmen ise CHP'yi öncelikli yere koyabilmektedir. Ayrıca kanalların partilere habelerinde yer verdikleri sıralamanın, Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM)'ndeki temsil durumları ile de benzerlik gösterdiğini ifade etmek mümkündür. Keza iktidar partisi olan AK Parti'nin ilk, anamuhalefet Partisi CHP'nin ikinci sırada ve diğer parti haberlerinin de buna uygun şekilde anahaber bültenlerinde yer bulmasını bunun bir göstergesi olarak yorumlamak mümkündür. Yani ideolojik mekanizma ekseninde hareket eden medyanın yansıması sadece haber sıralamasında dahi kendini göstermektedir. Gölcü<sup>45</sup> tarafından da egemen ideolojiye göre kamoyuna haber içeriklerinin yayıldığı bilgisi bu iddiayı güçlendirmektedir. Aşağıda ise adı geçen üç kanalın ana haber bülteni boyunca partilere-adaylara yer verme süresine dair bilgiler sunulmuştur.

- Kanallarda Partiler-Adaylara Yer Verilen Yayın Süresi:

Tablo 8: Kanallarda Partilere-Adaylara Yer Verilen Yayın Süresi

Günler/ Kanallar	AK Parti	CHP	MHP	İyi Parti	HDP	Saadet Partisi	Vatan Partisi
22-28 MAYIS	ATV	47 dk. 51 sn.	18 dk. 6 sn.	5 dk. 3 sn.	4 dk. 52 sn.	2 dk. 30 sn.	3 dk. 28 sn.
	Fox TV	29 dk. 38 sn.	43 dk. 21 sn.	6 dk. 46. sn.	16 dk. 58 sn.	11 dk. 5 sn.	13 dk. 12 sn.
	Halk TV	1 s. 3 dk. 26 sn.	46 dk. 46 sn.		11 dk. 28 sn.	56 sn.	4 dk. 40 sn.
29 MAYIS - 4 HAZİRAN	ATV	50 dk. 47 sn.	30 dk. 46 sn.	3 dk. 2 sn.	3 dk. 49 sn.	2 dk. 47 sn.	
	Fox TV	44 dk. 43 sn.	33 dk. 49 sn.	7 dk. 58 sn.	20 dk. 6 sn.	7 dk. 2 sn.	12 dk. 51 sn. 13 sn.
	Halk TV	28 dk. 16 sn.	1 s. 50 dk. 29 sn.		3 dk. 55 sn.	5 dk. 51 sn.	2 dk. 14 sn.
5-11 HAZİRAN	ATV	54 dk. 55 sn.	12 dk. 19 sn.	10 dk. 52 sn.	4 dk. 58 sn.	2 dk. 21 sn.	1 dk. 2 sn.
	Fox TV	48 dk. 15 sn.	50 dk. 1 sn.	15 dk. 7 sn.	16 dk. 33 sn.	2 dk. 36 sn.	10 dk. 29 sn. 2 dk. 3 sn.
	Halk TV	21 dk. 22 sn.	2 s. 9 dk.	9 dk. 46 sn.	3 dk. 27 sn.	1 dk. 2 sn.	1 dk 16 sn.
12-18 HAZİRAN	ATV	53 dk. 34 sn.	23 dk. 15 sn.	6 dk. 17 sn.	3 dk. 59 sn.	4 dk. 12 sn.	
	Fox TV	1 s. 10 dk. 59 sn.	39 dk. 58 sn.	8 dk. 16 sn.	13 dk. 24 sn.	2 dk. 39 sn.	8 dk. 59 sn. 3 dk. 38 sn.
	Halk TV	22 dk. 19 sn.	1 s. 19 dk. 55 sn.	4 dk. 50 sn.	1 dk. 10 sn.	20 dk. 27 sn.	4 dk. 29 sn.
19-24 HAZİRAN	ATV	33 dk. 9 sn.	12 dk. 36 sn.	5 dk. 7 sn.	11 dk. 9 sn.	2 dk. 38 sn.	10 sn.
	Fox TV	31 dk. 50 sn.	42 dk. 43 sn.	25 sn.	12 dk. 46 sn.	5 dk. 41 sn.	6 dk. 44 sn. 4 dk. 56 sn.
	Halk TV	12 dk. 31 sn.	1 s. 10 dk. 9 sn.	4 dk. 58 sn.	7 dk. 31 sn.	3 dk. 20 sn.	4 dk. 3 sn.

TOPLAM SÜRE	ATV	3 s. 56 dk. 57 sn.	1 s. 35 dk. 1 sn.	30 dk. 21 sn.	28 dk. 47 sn.	14 dk. 28 sn.	4 dk. 40 sn.	-
	Fox TV	3 s. 45 dk. 25 sn.	3 s. 30 dk. 2 sn.	38 dk. 32 sn.	1 s. 19 dk. 47 sn.	29 dk. 3 sn.	52 dk. 15 sn.	11 dk. 50 sn.
	Halk TV	2 s. 30 dk. 20 sn.	7 s. 15 dk. 19 sn.	19 dk. 34 sn.	27 dk. 31 sn.	31 dk. 36 sn.	16 dk. 42 sn.	

Tablo 8 incelendiğinde AK Parti'ye en fazla zaman ayıran kanalın, 3 saat 56 dakika 57 saniye ile ATV, en az olanın ise 2 saat 30 dakika 20 saniye ile Halk TV olduğu belirlenmiştir. Fakat Halk TV, 7 saat 15 dakika 19 saniye ile CHP haberlerine en çok yer veren kanal olma özelliğine sahiptir. Tam tersi CHP haberlerine en az yer ayıran kanal da 1 saat 35 dakika 1 saniye ile ATV'dir. Bu noktada seçim sürecinde medya organları tarafından en çok adı anılan AK Parti ve CHP'ye dair ayrılan haber süresi kanalın yayın politikasına göre değişmektedir. Örneğin ATV AK Parti'ye en fazla, CHP'ye ise en az süre ayıran kanaldır. Tam tersi Halk TV de CHP'ye en çok, AK Parti'ye en kısıtlı zaman tanıyan kanal olma özelliğine sahiptir. Diğer partilere en fazla süre veren Fox TV'dir. Bu durumu şu şekilde özetlemek mümkündür: Fox TV'de MHP'ye 38 dakika 32 saniye, İyi Parti'ye 1 saat 19 dakika 47 saniye, HDP'ye 52 dakika 15 saniye, Vatan Partisi'ne 11 dakika 50 saniye zaman ayrılmıştır. Bunun dışında Vatan Partisi'ne dair haberleri sadece Fox TV'nin sunması dikkat çeken bir diğer noktadır. Sonuçta seçim döneminde parti-aday ayırt etmeksizin kamuoyuna bilgi sunulması gerekmektedir. Fakat gerçekte kamuoyuna sunulan bu hakkın ihlal edildiği görülmektedir.

Seçmenin, sadece medya kuruluşları tarafından paylaşılmaya değer görülen haberler ekseninde bilgilenmesi dışında, bir de kanalların partileri-adayları eşit imkanlarda tutmaması büyük bir sorunu beraberinde getirmektedir. Sonuçta televizyonda sunulan siyasal haberlere göre halk belirli partiler-adaylar hakkında bir taraftan ayrıntılı bilgiye ulaşırken, diğer taraftan başka bir parti hakkında neredeyse hiç bilgi sahibi olamamaktadır. Örneğin Vatan Partisi'ne dair siyasal haberlere sadece Fox TV ana haber bültenini izleyen bir seçmen kitlesi ulaşabilmektedir. Yani haberlere yer verilen süre bazında değil, habere yer verme şeklinde de bu harici tutma eğiliminin varlığını görmek mümkündür.

-Haberlerde Teknolojinin Kullanım Biçimi:

Bu başlık altında söz konusu üç kanalda yer bulan siyasal haberlerin “görüntülü canlı bağlantı”, “telefonla canlı bağlantı”, “spiker sunumu ve görüntülü anlatım” ve “yalnız görüntülü anlatım” şekillerinde sunulup-sunulmaması durumunun bilgisine yer verilmektedir.

Tablo 9: Haberlerde Teknolojinin Kullanım Biçimi

Günler/ Kanallar	Görüntülü Canlı Bağlantı	Telefonla Canlı Bağlantı	Spiker Sunumu Görüntülü Anlatım	Yalnız Görüntülü Anlatım	Toplam
22-28 MAYIS	ATV		4	42	44
	Fox TV		13	51	64
	Halk TV	8		28	36
29 MAYIS - 4 HAZİRAN	ATV	1	2	51	54
	Fox TV		1	72	73
	Halk TV	3	3	56	62
5-11 HAZİRAN	ATV			51	51
	Fox TV		4	64	68
	Halk TV	1	4	43	48
12-18 HAZİRAN	ATV			45	45
	Fox TV			67	67
	Halk TV	1	2	33	36
19-24 HAZİRAN	ATV			30	30
	Fox TV		1	51	52
	Halk TV		11	39	50

Burada “görüntülü canlı bağlantı” ve “spiker sunumu ve görüntülü anlatım” ile kastedilen, haberi sunan spikere veya başka bir kişiye (kanalın diğer bir spikeri) ait sunum esliğinde haber içeriğine yer verilme şeklidir. “Telefonla canlı



kişi (uzman, yetkili, haberin konusu olan kişi, kanalın kendi muhabiri) arasında iletişim ağının sağlanmasına karşılık gelmektedir. Son olarak “yalnız görüntülü anlatım”da ise ses-görüntü kurgusunun birlikteliği ile haberin sunulması söz konusudur<sup>46</sup>

Tablo 9’da görüldüğü üzere üç kanal da çoğunlukla “yalnızca görüntülü anlatım” tekniğine başvurmaktadır. Bunun dışında Halk TV “telefonla canlı bağlantı” tekniği ile en fazla haber paylaşan kanal olmaktadır. Ayrıca “spiker sunumu görüntülü anlatım” teknolojisi ile de en çok haber sunan Fox TV’dir. Haberlerin deşifre edilmesi sonucunda özellikle HDP-Cumhurbaşkanı adayı Selahattin Demirtaş’a ait haberlerin spiker sunumu ile verildiği elde edilen bulgular arasındadır. Ayrıca kanalda hakim olan ideolojik görüşün partilerin adayların görüntülü anlatım şeklinde sunulup sunulmamasında da belirleyici rol oynadığı gözlenmiştir. Şöyle ki, ATV’de AK Parti’ye dair haberlerde mutlaka ‘görüntülü anlatım’a başvurulurken, diğer parti haberlerinde sık sık ‘spiker sunumu’ biçimine başvurulmuştur.

Şimdiye dek adı geçen üç kanalın ana haber bülteni kapsamında partilere-adaylara haberlerde yer verme süresi, partilerin-adayların haber sırası ve bu haberlerde teknolojinin kullanım biçimi şeklindeki başlıklar sunulmuştur. Bunlar dışında ise aşağıda haber kaynaklarının kanallara göre dağılımına ve kanallar tarafından yer verilen siyasal haberlerin ne şekilde derlendiğine dair bilgiler tablo eşliğinde gösterilmektedir.

-Haber Kaynaklarının Kanallara Göre Dağılımı:

Tablo 10: Haber Kaynaklarının Kanallara Göre Dağılımı

Günler/ Kanallar	Kanala Ait	DHA	AA	İHA	Diğer	TOPLAM
22-28 MAYIS	ATV	40	4	2	4	50
	Fox TV	39	3	2		44
	Halk TV	22	2		14	38
29 MAYIS - 4 HAZİRAN	ATV	33	10	5	11	59
	Fox TV	48	12	3	2	65
	Halk TV	36	28		6	70

5-11 HAZİRAN	ATV	39	7	5	4	1	56
	Fox TV	53	15	3			71
	Halk TV	21	20		6	4	51
12-18 HAZİRAN	ATV	31	11	1	2	1	46
	Fox TV	53	4	1	5		63
	Halk TV	21	9		4	1	35
19-24 HAZİRAN	ATV	26	2	1	1		30
	Fox TV	44	3	4	1		52
	Halk TV	23	12		3	2	40

Bir kanalda yer verilen haberlerde, haber kaynağının kim olduğunun belirtilmesi önem taşımaktadır. Çünkü haber kaynağının bilinmesi izleyicinin kanala dair duyduğu güvende etkili olmakta ve buna göre öznel değerlendirmeler yapmaktadır. Ayrıca bu durum iletişim etiğinin de bir gerekliliği olma yönüne sahiptir.<sup>47</sup>

Yukarıdaki bilgiler ışığında üç kanalın da haber kaynakları bulgulanmıştır. Buna göre ATV 169, Fox TV 238, Halk TV ise 123 haberi kendisi üretmiştir. Doğan Haber Ajansı’ndan (DHA) alınan haber sayısının dağılımı ise şu şekildedir: ATV 34, Fox TV 37, Halk TV de 71 haber almıştır. ATV ve Fox TV’nin rakamsal yönden benzerlik gösterdiği, DHA’dan en fazla haber alan kanalın ise Halk TV olduğu anlaşılmıştır. Anadolu Ajansı’ndan (AA) ATV 14, Fox TV 13 haber almıştır. Halk TV ise DHA’dan 71 haber almasına rağmen, AA’dan haber almamayı tercih etmiştir. İhlas Haber Ajansı’ndan (İHA) 22 oranı ile en fazla haber alan kanal ATV’dir. Fox TV 8, Halk TV de 11 haber almıştır. Fox TV’nin, en az haberi İHA’dan aldığı gözlenmektedir. ‘Diğer’ başlığı altında 11 haber içeriği sunan Halk TV bulunmaktadır. Burada NTV’den alınan 2, CNN Türk’ten 1, Habertürk’ten 5, Star TV’den 2, Trt 1-Fox TV-Halk TV’den alınan 1 haber söz konusudur. Halk TV ve Habertürk’ten alınan 1 haber ATV’de sunulmuştur.

Araştırma kapsamında kaynağı belirleme şekli, alınan haber kayıtlarının izlenmesi sonucunda gerçekleştirilmiştir. Söz konusu üç kanalın da haber



2018 Cumhurbaşkanlığı Seçimlerine İlişkin Televizyon Haberleri Üzerine Bir İnceleme:  
ATV, Fox Tv, Halk Tv Ana Haber Bültenleri  
paylaşımı noktasında haber ajansları tarafından üretilen içeriklere yeterince ilgi  
göstermediği, bunun yerine kanala ait haberlerin paylaşıldığı saptanmıştır.

## SONUÇ

Kamuoyu; ekonomi, sağlık, eğitim, siyaset, bilim, spor gibi çeşitli alanlarda bilgi edinme noktasında medya araçlarına başvurmaktadır. Bu doğrultuda televizyon, her kesime hitap eden ve geleneksel olsa da halen halkın haber alma amacıyla en sık başvurduğu araç olarak görülmektedir. Televizyon; 7'den 70'e, okuryazar dahi olmayan kişilerin bile farklı alanlarda gündeme dahil olan haberlerin bilgisine kolaylıkla erişmesini mümkün kılmaktadır.

Televizyon kanallarının sunduğu haberlerde 'bilgi verme' adı altında halkı 'yönlendirme' etkisi görülmektedir. Çünkü medya kuruluşlarının çıkarları doğrultusunda belli bir ideolojik görüşe sahip olması muhtemeldir. İktidara yakın olma ve muhalif yayın anlayışı şeklinde ifade edilebilen görüşler bir şekilde kanallara ve doğrudan haber bültenlerine yansımaktadır. Diğer bir deyişle, haberlerin değeri ve sunulmasında kanalların ideolojik görüşleri etkili olabilmektedir. Bu görüşe göre de özellikle siyasal haberlerde partilere-adaylara dair yer verilen haberlerin halka yansıtılması noktasında medya kuruluşlarının çıkarları varlığını göstermektedir. Böylece bilginin halka iletilmesi amacına değil, adeta çıkarlara göre değer bulan haberlerin yapılmasına hizmet edilmektedir.

Bu çalışmada 24 Haziran 2018 tarihinde gerçekleştirilen Cumhurbaşkanlığı seçimi öncesindeki 34 günlük süreç analize tabii tutulmuştur. Buna göre üç kanalın partilere-adaylara dair ana haber bülteninde yer verdiği haber sayısı, haber sıralaması, yayın süresi, haberlerde teknolojinin kullanımı ve haber kaynaklarının kanallara göre dağılımı işlenmektedir. Birbiriyle bağlantılı olan ve çalışmada başlıklar altında bilgisine yer verilen bu içerikler sonucunda televizyonda yayınlanan ana haber bültenlerinin, sürece dair yaklaşımı saptanmaktadır.

Kanallarda siyaset alanıyla ilgili yer verilen haber sayısı ve sıralamasında iktidara yakınlığı ile bilinen ve öyle tanımlanan ATV'de AK Parti'nin, anamuhalefetin sahip olduğu ideolojinin hakim olduğu Halk TV'de CHP'nin, 'tarafsız' olarak nitelendirilen Fox TV'de ise AK Parti ve CHP'nin ön plana çıktığı bulgulanmıştır. ATV'nin siyasal alanda sunduğu haber sayısının az olması, ağırlıklı olarak AK Parti haberlerini sunması ve sonrasında diğer alanlarda haber sunmaya devam etmesi yönündeki tavrından kaynaklanmaktadır.

Doç. Dr. Gülsüm ÇALIŞIR, Aleyna Makbule ÜNAL

30 dakika siyasal alanda haber içeriği paylaşmaktadır. Halk TV ise genelde CHP'nin miting alanlarına canlı yayın bağlantısı gerçekleştirmekte olup, diğer parti haberlerini ise spiker sunumu ile geçiştirme tavrını göstermektedir.

Haber sayısı ve süresi dışında kanallarda partilere-adaylara yer verilen sürenin de birbirinden farklı olduğu saptanmıştır. Şöyle ki her daim AK Parti ve CHP haberlerine en fazla vakti ayıran üç kanala karşılık, seçim kampanyasını yürüten Vatan Partisi'ne sadece Fox TV zaman ayırmıştır. Bir başka ifade ile kanallar kendi çıkarları doğrultusunda seçmeni bilgilendirmekte ve yönlendirebilmektedir. İktidara yakın olmasıyla tanınan ATV siyasal alanda 8 habere dayanan ana haber bülteni kapsamında en fazla süreyi AK Parti'ye ayırmaktadır. Halk TV'de iktidara yakın olan kanalların tersine siyasal alandaki haberlere ayrılan sürenin neredeyse tamamına yakını CHP için ayırmaktadır. Çoğu zaman sadece siyasal haberler ile bülten sonlandırılmaktadır. Fox TV ise siyasal alandaki haberlere en fazla zaman ayıran kanal olmaktadır. En fazla süreyi AK Parti ve CHP'e ayırmasına karşılık, diğer partilere-adaylara dair haberlere en fazla zaman tanıyan kanal olma özelliğine sahiptir.

Haberlerde teknolojinin kullanılması bağlamında üç kanalın da en sık 'görüntülü anlatım' biçimine başvurduğu gözlenmiştir. 'Telefonla canlı bağlantı' şeklinde en çok haber sunan kanal ise Halk TV'dir. Bunu da en çok CHP haberlerinin tasvir edilmesi için kullandığı bilgisi elde edilmiştir. 'Spiker sunumu ve görüntülü anlatım' biçiminde en fazla haber paylaşan kanal ise Fox TV'dir. Yine kanalların yakın olduğu ideolojik görüşe göre teknoloji kullanımını belirlediği anlaşılmaktadır. Örneğin ATV'de AK Parti haberleri mutlaka görüntülü yer bulurken, HDP haberleri sık sık spiker anlatımı ile verilmektedir.

Ana haber bülteninde sunulan haberlerin kaynaklarının kanallara göre dağılımına ilişkin ise, kanalların kendisine ait haber sayısının yüksek olduğu görülmüştür. Bunun dışında kanalların bazı haber kaynaklarından sıklıkla faydalanırken, bir başka kaynaktan az sayıda haber aldığı ya da hiç haber almadığı bilgisi dikkat çekmektedir. Örneğin ATV'de DHA'dan 34, AA'dan 14 haber alınmıştır. Halk TV'de ise DHA'dan 71 haber alınması; fakat AA'dan hiç haber alınmaması farklılığı bir kez daha göstermektedir.

Sonuç olarak, medya kuruluşlarının çıkarları, televizyon ana haber bültenlerine ve doğru orantılı olarak partilere-adaylara yansımaktadır. Seçmenin ne hakkında düşünmesi gerektiğine kafa yoran televizyon medyası, bunu başarabilmek adına süreç içerisinde seçmenin bilgi alma özgürlüğünü yok saymaktadır. Belirli partilere dair haberleri uzun süreli ve ilk sıralarda veren

zaman ayırmaması adı geçen kanalların 'tarafsız habercilik' anlayışından uzak olduğunu kanıtlar niteliktedir. Bu çalışmada seçim öncesi süreç, televizyon ana haber bültenlerinin yaklaşımı boyutunda ele alınmaya çalışılmıştır. Şeker<sup>48</sup> tarafından yürütülen araştırmada da televizyonun haber iletme aracı olarak uygunluğu, bu kitle iletişim aracının hangi yaklaşım doğrultusunda kullanıldığına bağlı olduğu sonucu ortaya çıkarılmıştır. Çalışmanın alanyazın kısmında televizyonun seçim sürecinde seçmenlere bilgi verme noktasındaki uygunluğu değil; ama ana haber bültenlerinin siyasal bilgiyi verme şekli ve ait olunan kanalın yakın olduğu ideolojik görüşle ilişkisinin araştırmaya değer olduğu görülmüştür. Gelecek çalışmalarda ise televizyon ana haber bültenlerinde partilere-adaylara yer verilen haber süresi, haber sırası, teknolojinin kullanımı gibi noktalarda kamuoyunun ne düşündüğünü saptamanın faydalı olacağı düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

- Altun Abdülrezak, Gencel Bek Mine ve Altun Emel Esen (2007). **Aile İçi Şiddet Haberlerinin Üretim Süreci ve Medya Profesyonelleri**, Ankara: İletişim Araştırmaları Yayınları.
- Altunışık, Remzi vd. (2007). **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı**, İstanbul: Sakarya Yayıncılık.
- Bal, Enes ve Delal, Özlem (2019). "Siyasal Bilgilenmede Twitter Kullanımı Üzerine Panoramik Bir Değerlendirme, **Social Sciences (NWSASOS)**, Cilt: 3, Sayı: 14, s. 118-132.
- Baudrillard, Jean (2000). **Tam Ekran**, çev. Bahadır Gülmez, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bennett W. Lance and Entman Robert M. (2001). "Mediated Politics: An Introduction", **Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy(Communication, Society and Politics)**, W. Lance Bennett, Robert M. Entman (Ed.), New York: Cambridge University Press.
- Berger, Arthur Asa (1995). **Essentials of Mass Communication Theory**, California: Sage Publications.
- Bongrand, Michel (1992). **Politikada Pazarlama**, Fatoş Ersoy (Çev.), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çalışır, Gülsüm (2009). **Küreselleşmenin Ortaya Çıkardığı Olayların Türkiye'deki Televizyon Haberlerine Yansımaları**, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Damlapınar, Zülfikar (2016). "Siyasal İletişimde İklim Değişikliği: 2015'in 'İkili Seçim'leri Penceresinden Türkiye'de Siyasal İletişim Atmosferi", **7 Haziran'dan 1 Kasım'a Türkiye'de Siyasal İletişim Uygulamaları**, Şükrü Balcı (Ed.), İstanbul: Literatürk Academia, s. 28-29.
- Devran, Yusuf (2004). **Siyasal Kampanya Yönetimi**, İstanbul: Odak İletişim Yayınları.
- Erimli, Büşra (2014). **Gazetecilik Meslek İlkelerinin Uygulanmasını Engelleyen Unsurlar ve Çözüm Önerileri**, İnsan & İnsan Bilim Kültür Sanat ve Düşünce Dergisi, Sayı 1, s.23-34.
- Fiske, John (1991). **Postmodernism and Television**, London: Mass Media and

2018 Cumhurbaşkanlığı Seçimlerine İlişkin Televizyon Haberleri Üzerine Bir İnceleme: ATV, Fox Tv, Halk Tv Ana Haber Bültenleri

Gerbner, George et al. (2002). Growingupwithtelevision: Cultivationprocesses. **Media effects: Advances in Theory and Research**, No: 2, s. 43-67.

Gökçe, Orhan (1993). "Siyasi İletişim ve Televizyon", **Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Konya, Cilt 1, Sayı 1, s. 89-98.

Gölcü, Abdulkadir (2009). "Haber Söyleminde Medya-Siyaset İlişkisi: 29 Mart 2009 Yerel Seçimleri", **Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı: 29, s. 81-101.

Gravngaard, Gitte (2012). **The Metaphors Journalists Live By: Journalists' Conceptualisation of Newswork**, Journalism, Published Online, <http://jou.sagepub.com/content/early/2012/01/09/1464884911433251>, 29.08.2019.

Iyengar, Shanto (1997). "Siyasette Erişim Yanlılığı", **Medya Kültür Siyaset**, Çev. Süleyman İrvan, Ankara: Ark Yayınevi.

Kaid, Lynda Lee (2004). **Handbook of Political Communication Research**, London: Routledge.

Kalaycıoğlu, Ersin (2017). "Karşılaştırmalı Siyaset: Giriş", **Karşılaştırmalı Siyasal Sistemler**, Ersin Kalaycıoğlu, Deniz Kağmıoğlu (Ed.), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Karaboğa, Tahir (2007). "Bir Kitle İletişimsizlik Aracı Olarak Televizyon", **Sosyoloji Notları**, Ankara: İdeal Copy.

Kılıçaslan, Emine (2013). **Siyasal İletişim**, Edirne: Paradigma Akademi Yayınları.

Kızıltaş, Şafak vd. (2017). **Ana Haber Bültenlerinin Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleriyle Değerlendirilmesi**, Global Media Journal TR Edition, Kırıkkale, Cilt: 8, Sayı 15, s. 346-363.

Küçüközyiğit, Uğur (2014). **Haber Üretim Sürecinde 'Haber Kararı' ve Karar Aşamasında Öne Çıkan Faktörler**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul: İstanbul Üniversitesi.

Lilleker, Darren G. (2006). **Key Concepts In Political Communication**, London: Sage Publications.

Lilleker, Darren G. (2013). **Siyasal İletişim Temel Kavramlar**, Çev. Abdullah

Doç. Dr. Gülsüm ÇALIŞIR, Aleyna Makbule ÜNAL

Lundby, Knut; Ronning, Helge (1997). "Medya-Kültür-İletişim: Medya Kültürü Aracılığıyla Modernliğin Yorumlanması", **Medya Kültür Siyaset**, Çev. Nilgün Gürkan, Ankara: Alp Yayınevi, s. 32-33.

Metzger, Scott (2010). Magna Carta: Teaching Medieval Topics for Historical Significance, **The History Teacher**, Vol: 3, No: 43, s.345-356.

Norris, Pippa (2004). "Political Communications", Harvard University, **Fort he Encyclopedia of the Social Sciences**, s.1-22.

Özer, Ömer (2005). **Televizyonun Yetiştirme Rolü: Ankara Çevik Kuvvet Örneği**, Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi, Ankara, Sayı 20, s. 1-20.

Postman, Neil and Powers Steve (1992). **Televizyon Haberlerini İzlemek**, Çev. Aslı Tunç, İstanbul: Kavram Yayınları.

Ramonet, Ignacio (2000). **Medyanın Zorbalığı**, çev. Aykut Derman, İstanbul: Om Yayınevi.

Sözen, Edibe (1997). **Medyatik Hafıza**, İstanbul: Timaş Yayınları.

Şeker, Mustafa (2004). "Özel Televizyonlarda Haberin Seçimi ve Yapılandırılması (NTV, ATV ve Show TV Örneği)", **Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi).

Şimşek, Ali (2014). "Araştırma Modelleri", **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**, Ali Şimşek (Ed.), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Tokgöz, Oya (2008). **Siyasal İletişimi Anlamak**, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

Türkdoğan, Orhan ve Gökçe, Orhan (2018). **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemi**, Konya: Çizgi Kitabevi, s.269.

Türkkahraman, Mimar (2000). **Siyasal Sosyalleşme ve Siyasal Sembolizm**, İstanbul: Birey Yayıncılık.

Uztuğ, Ferruh (2004). **Siyasal İletişim Yönetimi**, İstanbul: MediaCat Yayınları.

Zoonen, Van (1998). **A Day at Zoo: Political Communication, Pigs and Popular Culture**, Media Culture Society, Volume: 20, s. 183-200.

<https://www.meridyenhaber.com/manset/isim-isim-yandas-ve-muhalik-medya-h40585.html>, Erişim Tarihi: 11.09.2019

<http://tiak.com.tr/tablolalar#yillik-tablolalar> (Erişim Tarihi: 05.08.2019).