

16 NİSAN 2017 REFERANDUM PROPAGANDA SÜRECİNDE GAZETE HABERLERİNİN İÇERİK ANALİZİ

CONTENT ANALYSIS OF NEWSPAPER NEWS ABOUT APRIL 16, 2017 PROPAGANDA PROCESS

Öğr.Gör.Kadir AKPINAR

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Kazım Karabekir Meslek Yüksekokulu, Tıbbi Teknikler ve Hizmetler Bölümü, Karaman/Türkiye

Öğr.Gör.Gönül AKPINAR

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Kazım Karabekir Meslek Yüksekokulu, Tıbbi Teknikler ve Hizmetler Bölümü, Karaman/Türkiye

ÖZ

Haber verme işlevi kitle iletişim araçlarının en önemli işlevlerinden birisidir. Tüm zamanlarda insanlık için önemli olan haberleşme ihtiyacı modern toplumların olmazsa olmazı konumundadır. Kitle iletişim araçlarındaki gelişmeler haberleşme yöntemlerini de oldukça artırmıştır. Şartlar değişse de gazeteciliğin haber verme işlevi kadar, tarafsız haber verme sorumluluğu da önemini korumaktadır. Günlük hayat içerisinde önemsiz gibi gözükken konularda bile doğru ve tarafsız haber verme sorumluluğu bulunan gazeteciler tüm toplumu ilgilendiren konularda mesleklerini çok daha dikkatli ve özenli yapmalıdırlar. Örneğin seçim, referandum gibi toplumsal olaylarda kamuoyunu bilgilendirme işlevini yürütürken yönlendiricilikten kaçınmalıdırlar. Peki, bu teorik gereklilik acaba uygulamada tam olarak yerine getirilmekte midir?

Türkiye 16 Nisan 2017 tarihinde Cumhurbaşkanlığı Sistemi - Anayasa Değişikliğine ilişkin referanduma gitmiştir. Referandum propaganda sürecinde tarafsızlık ilkesine göre yayın yapması gereken basın-yayın kuruluşlarının araştırıldığı çalışmada, olan ve olması gerekenler arasında bazı farklılıkların bulunduğu görülmüştür. Çalışma kapsamında, referandum öncesinde, on beş gün boyunca Sabah ve Sözcü gazeteleri incelenmiştir. Referandum hakkında yapılan haberlerin ve yazılan köşe yazılarının incelendiği bu aşamada gazetelerin kendi ideolojik bağları çerçevesinde haber yapma eğiliminde oldukları görülmüştür. Araştırmanın temel bulgusu, Sabah Gazetesi'nin referandumda "evet" tercihini desteklediği, Sözcü Gazetesi'nin ise "hayır" tercihini desteklediği gerçeğidir. Araştırma sürecinde Sabah gazetesi referandum ile ilgili toplam 103 haber yaparken Sözcü gazetesinin toplam 194 haber yaptığı görülmüştür. Sabah gazetesinde çıkan haberlerin % 91,26'sının referandumda "evet" oyu verilmesi yönünde iken Sözcü gazetesinde çıkan haberlerin ise % 71,13'ünün "hayır" oyu verilmesi yönündedir. Araştırma sürecinde Sabah gazetesinde toplam 154 köşe yazısı yayınlanmış olup bunların 83'ü referandum hakkındadır. Referandum hakkındaki köşe yazılarının da çoğunluğu (71) referandumda "evet" oyu kullanılması yönündedir. Sözcü gazetesinde; toplam 139 köşe yazısının 94 tanesinin referandum hakkında olduğu görülmektedir. Bunlardan 93 tanesi referandumda "hayır" oyu kullanılması yönünde iken 1 tane tarafsız olarak nitelendirilebilecek köşe yazısına rastlanmıştır.

Anahtar kelimeler: Referandum, gazetecilik, haber, içerik analizi

ABSTRACT

The news-giving function is one of the most important functions of the mass media. The need for communication, which is important for humanity at all times, is a sine qua non for modern societies. Significant developments in mass media have also greatly increased the communication methods. Despite the circumstances, the extent to which the responsibilities of journalism remains so important is how important it has preserved the function of informing journalism. Journalists who are responsible for accurate and impartial reporting, even in matters that seem unimportant in daily life, should make their profession more careful and attentive in matters involving the whole society. For example, in social events such as elections and referendums, journalists should refrain from directing while functioning to inform the public. Is this theoretical requirement precisely fulfilled in practice?

Turkey passed a referendum on the Presidential System - Constitutional Amendment on 16 April 2017. It has been seen that there are some differences between what is and what needs to be done in the study of the press-broadcasting organizations that should publish according to the principle of neutrality in the referendum propaganda process. Within the scope of the study, Sabah and Sözcü newspapers were examined for fifteen days before the referendum. At this stage of the review of the news about the referendum and the writings of the corner, it is seen that the newspapers tend to report on their own ideological ties. The main finding of the research is the fact that Sabah Newspaper supports the "yes" choice in the referendum and the Sözcü Newspaper supports the "no" preference. Two important newspapers nationwide, Sabah newspaper made a total of 103 news about the referendum; Sözcü newspaper made a total of 194 news about the referendum. It is observed that 91.26% of the news in Sabah Newspaper is to be voted "yes" in the referendum, whereas 71.13% of the news in Sözcü newspaper is to be voted "no". In the research process, a total of 154 corner writings were published in the Sabah newspaper, of which 83 are about referendum. The majority of these column writings about the referendum (71) refer to the vote "yes" in the referendum. According to the Sözcü newspaper; A total of 139 cornersteps were written and 94 of them were about the referendum. Despite the fact that only 1 article of the article can be considered neutral, the other 93 articles published in the Sözcü newspaper have reached the conclusion that "no" vote is used in the referendum.

Key words: Referendum, journalism, news, content analysis

1. GİRİŞ

Medya, güncel olayları okuyucuya/izleyiciye aktarma işlevi ile günlük hayatımızın vazgeçilmez bir parçasıdır. Gazetelerde, televizyonlarda ve radyolarda her gün yüzlerce olay haber şeklinde topluma ulaştırılmaktadır. Günlük hayatın rutini içerisinde belli bir takip edilme oranı olan basın yayın organları, bazı özel olaylar çerçevesinde etkinliğini arttırmaktadır. Sosyal, kültürel, sportif, politik vb. önemli olaylar gerek toplum gerekse de medyanın yoğun ilgisini çekmektedir. Bu tür olayların ayrıntıları, ilginç ve farklı yönleri topluma basın yayın organları tarafından aktarılmaktadır.

Seçimler ve halk oylamaları da gerek ilgi çekici olması gerekse de adaylar ve taraflar hakkında toplumun bilgilendirilmesi açısından medya için önemli etkinliklerdir. Siyasi parti yöneticileri ve temsilcileri seçim propaganda süreci boyunca yazılı ve görsel basında yer almaktadır.

Haber medyasının seçim kampanyaları sırasında, kampanya sürecine katılan partilere yer verme biçimlerinin, habercilik etiği konusunda yapılan tartışmalarda önemli bir yere sahip olduğu bilinmektedir (İnal, 2010: 251). Medya kuruluşları da insanlardan oluşan yapılar olduğuna göre belli oranda dünya görüşleri vardır. Fakat haber verme işlevini yerine getirirken tarafsız olması da gazeteciliğin temel kurallarındandır. Peki bu kurala ne kadar riayet edilmektedir? Çalışmamızda bu soruya, 2017 Anayasa Referandumu propaganda süreci çerçevesinde cevap verilmeye çalışılacaktır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kitle iletişimi, uygarlığımızın oldukça yeni bir olgusudur. Modern iletişimi, yazılı basının gelişmesi ve okumanın bireyselleşmesi ile başlatmak mümkündür. Okumanın bireyselleşmesi, ilginç bir biçimde bilgi, haber ve kültürün üretim ve dağıtımının birliktelik gerektiren (kolektif) bir çabayla gerçekleşmesinin de başlangıcı olmaktadır. Kitle iletişimi olgusuna kavuşmak için belirli ön koşulların oluşmuş olması da gerekmektedir. Bu koşulların birincisi, yazılı mesajları geniş kitlelere sunabilmek için basım tekniklerinin ortaya çıkmış olması gerekmektedir. İkincisi ise, kitlesel olarak üretilen basılı iletişim metinlerini tüketecek bir kitlenin bulunması zorunludur. Böylece, yazılı iletişimin gelişmesiyle bir ölçüde kitlelere ulaşabilmek kolaylaşmıştır (Kocadaş, 2006: 4).

Gazetecilik, bir bakıma, kişilerin sorunlarının çözümlenmesine yardımcı olan bilgilerin ulaştırılmasıdır. Sunulan bilgilerin içeriği bilgilendirme veya eğlence ile yüklü olsa da basit bir tanımlama ile genelde "haber" olarak nitelenir. Bu açıdan yaklaşarak gazetecilik için şöyle basit bir tanım yapılabilir: "Gazetecilik, haber malzemesi sayılan bilgilerin toplanması, yazılması, düzenlenmesi ve dağıtılmasını içeren bir işlemdir." (Tokgöz, 1981: 9)

Medya kuruluşları emtia üretir. Ancak bu emtia özel bir emtiadır. Medya kuruluşları tarafından üretilen emtianın ne olduğu konusunda çeşitli tartışmalar yapılmıştır. Ana akım yaklaşım geleneği içerisinde medya kuruluşlarının ürettiği emtianın çeşitli program formatlarında hazırlanan 'iletiler', 'enformasyon', 'eğlence', 'haber', 'eğitim', 'anımlar', 'görüntüler'dir. Frankfurt Okulu, A. Gramsci, L. Althusser, İngiliz Kültürel Çalışmalar Geleneği ve Yapısalcı Medya İncelemeleri'nde medyanın asıl ürettiğinin kapitalist sistemi bir arada tutan ve varolan toplumsal eşitsizlikleri yeniden üretmede toplumsal bir yapıştırıcı işlevi gören ideoloji üretimi olduğu düşüncesi egemendir (Bulut ve Yaylagül, 2004: 120).

Haber verme işlevi, gazeteciliğin en önemli ve temel işlevidir. Gazetecilik yapan araçların 'haber verme işlevi' gazetecilik mesleğinde çalışanlarca olduğu kadar, toplumda pek çok kişi tarafından devamlı olarak eleştirilir. Kitle haberleşme araçları ile toplum arasındaki ilişkiler yönünden yapılan bu eleştiriler, genelde bazı haberlerin tam olarak yansıtmadığı veya hatalı ve kasten öyle gösterilmekte olduğu şeklinde olabilmektedir. Hatta bazı eleştirilerde ise, gazetecilik yapan kitle haberleşme araçlarının hangisi olursa olsun, günlük bir toplumsal sorunu fazlasıyla abarttığı veya sorunu hiç önemsemediği de yer alabilmektedir (Tokgöz, 1981: 9).

Gazeteler, haber verme işleviyle aynı zamanda bazı fikirlerin savunuculuğunu yaparak, topluma belirli yönde fikir değişikliği getirerek, yeni tutumların yerleştirilmesini isterler. Bu işlevi görürlerken, zaman zaman siyasal karar alma yönünden ikna etmeye yönelerek, bazı fikirlerin değiştirilmesinde, şekillenmesinde rol oynarlar (Tokgöz, 1981: 12).

Seçim kampanyalarının kapsadığı süreç, belli siyasal rejimlerde farklılık gösterse de, zaman açısından sınırlandırılmış bir süreçtir. Saptanan zaman sınırları içinde medyadan beklenen, seçime katılan tarafları, mümkün olduğunca "nesnel" ve "tarafsız" bir biçimde temsil etmektir. İdeal olan, birbirleriyle yarışan partileri seçmene tanıtmak, onların gelecekte yapmayı planladıkları uygulamalar hakkında bilgilendirmek ve bu yolla

oyunu kullanacak olan seçmenlerin kendi çıkarları açısından “doğru” bir karar vermelerine yardımcı olmaktadır (İnal, 2010: 251).

Medyanın yazılı basın alanındaki teknolojik gelişmelere ayak uydurabilmesi için büyük masraflar gerekmektedir. Bu nedenle, büyük sermaye grupları, genellikle anonim şirketler günümüzde basın alanında faaliyette bulunmakta veya çeşitli basın zincirleri basın alanında önemli bir ad olarak hareket etmektedirler. Oluşan basın zincirleri ise basın özgürlüğü ile ilgili herkesi fazlasıyla düşünceye sevk etmektedir. Genel kanı, basında —yazılı olsun sözlü olsun— birikimin basın özgürlüğünü kısıtlaması şeklindedir (Tokgöz, 1981: 8).

Medya ve siyaset arasında var olan karşılıklı ilişkiler ağı 21. Yüzyılda üzerinde en çok tartışılan konulardan birisi olmuştur. Gelişen teknoloji ile birlikte medyanın toplumsal yaşamı etkilemedeki gücünün artması, siyaset ve medya arasındaki ilişkiler ağının da karmaşık bir yapıya bürünmesine neden olmuştur. Medyanın kitleye dönük doğası siyaset kurumunun en çok önem verdiği konu olmuş, medya ve siyaset ilişkisinde siyasal mekanizmaların daha fazla sürece dâhil olmalarına neden olmuştur (Gölcü, 2009: 82).

3. ARAŞTIRMA METEDOLOJİSİ

3.1. Yöntem

Bu araştırma betimsel tarama modelinde bir araştırmadır. Betimsel araştırmalar; olayların, objelerin, varlıkların, kurumların, grupların ve çeşitli alanların ne olduğunu betimlemeye, açıklamaya çalışır. Bu sayede onları iyi anlayabilme, gruplayabilme olanağı sağlanır ve aralarındaki ilişkiler saptanmış olur (Kaptan, 1998). Çalışmada, 16 Nisan 2017 tarihinde yapılan halk oylaması hakkında yazılı basında çıkan haberlerin incelenmesi amacıyla içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

İçerik analizi potansiyel olarak sosyal bilimlerdeki en önemli araştırma tekniklerinin biridir. İçerik analisti verileri fiziksel olaylar olarak değil, anlamları nedeniyle okunacak, yorumlanacak ve üzerinde anlaşılacağı üzere oluşturulmuş metinler, resimler ve ifadeler olarak görür ve bu nedenle bu tür kullanımları akılda tutarak açıklamalıdır. Metinleri kullanımları bağlamında analiz etmek, içerik analizini diğer araştırma metotlarından ayırır (Krippendorff, 2013: xii). Araştırmacıların metinsel materyalleri veri olarak önemseme eğiliminde olmamasına karşın kitle iletişim araçlarının gelişimi sonucu oluşan büyük arşivler metinlerin de veri olarak kullanılabilme fırsatını oluşturdu. İçerik analizi ve teknikleri, özellikle bilgisayar destekli teknikler sayesinde azalma eğilimindeki veri toplama uğraşlarına yenilenen bir ilgi ortaya çıkarttı (Bauer ve Gaskell, 2003:132).

Berelson’un (1952: 14) 1952 yılında içerik analizinin yaygınlaştığını belirtmesinden de anlaşılacağı üzere; içerik analizi terimi yaklaşık 60 yıldır kullanılmaktadır. Fakat bununla birlikte, entelektüel kökleri insanlık tarihinin çok gerisinde, simgesel ve sesi, özellikle yazı yazmanın bilinçli kullanımının başlangıcına kadar izlenebilir (Krippendorff, 2013: 1).

İçerik analizinde araştırmacı öncelikli olarak araştırma konusu ile ilgili kategoriler geliştirmektedir. Araştırmacı daha sonra, incelemiş olduğu veri setinde, bu kategoriler içerisine giren kelime, cümle ya da resimleri saymaktadır. Kategori geliştirme aşamasında araştırmacı dikkatli olmalı ve aynı metin üzerinden benzer bir araştırma yürütmeyi planlayan başka araştırmacıların da aynı sonuçlara ulaşabilecekleri türden uygun kategoriler geliştirmelidir (Silverman, 2001’den akt. Özdemir, 2010: 335).

İçerik çözümlemesinin üç temel özelliğe sahip olması gerekir. Bunlar; nesnellik, sistemlilik ve genelliktir (Holsti, 1968’den akt. Ögülmüş, 1991: 216).

Nesnellik, farklı gözlemcilerin ya da çözümlemecilerin aynı doküman üzerinde aynı sonuçları gözleyebilmesi ile mümkündür. Bunun sağlanabilmesi için de çözümleme kurallarının çok iyi formüle edilmiş olması gerekir.

Sistemlilik, araştırmacının yalnızca kendi araştırmasının amaçlarına uygun olan verileri çözümleyerek, diğer verileri ihmal etmesini önler. Sistemlilik, belli bir kategoriye girecek ya da girmeyecek olan birimlerin saptanmasında, hep aynı ölçütün kullanılmasını gerektirir.

Genellik, bulguların kuramsal bir temele sahip olmasını gerektirir. Yani, bir mesaj hakkında saf betimsel bir bilgi, mesajın alıcısı ya da vericisinin bilinen özellikleri ile karşılaştırılmamış ise, çok az bir bilimsel değere sahiptir.

3.2. Sınırlılıklar

Araştırma amacına uygun olarak yazılı basın organlarından Cumhurbaşkanlığı Sistemi - Anayasa Değişikliği Referandumunu destekleyen Sabah gazetesi ve desteklemeyen Sözcü gazetesi araştırma örnekleme olarak

seçilmiştir. Araştırma, söz konusu iki gazetenin 01.04.2017-15.04.2017 tarihleri arasındaki yayınlarını kapsamaktadır. Araştırma kapsamına gazetelerin ekleri ve spor haberleri dâhil edilmemiştir.

3.2. Hipotezler

Araştırma kapsamında kurgulanan hipotezler aşağıda yer almaktadır:

Hipotez1: Yazılı basın araçları haberleri kendi ideolojileri çerçevesinde sunmaktadır.

Hipotez2: Sabah gazetesi, gözlemlenen siyasi yaklaşımı gereği 2017 Anayasa Değişikliği referandumunda “evet” seçeneğini desteklemektedir.

Hipotez3: Sözcü gazetesi, gözlemlenen siyasi yaklaşımı gereği 2017 Anayasa Değişikliği referandumunda “hayır” seçeneğini desteklemektedir.

4. BULGU VE TARTIŞMALAR

Araştırma sürecinde 15 gün boyunca Sabah ve Sözcü gazeteleri takip edilmiştir. Yapılan içerik analizi sonucunda aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır.

Gazetelerin sayfa sayılarına bakıldığında, Sabah Gazetesi'nin Sözcü Gazetesi'ne göre daha fazla sayfaya sahip olduğu söylenebilir. Sabah Gazetesi'nin on beş günlük süreçteki sayfa sayısı ortalaması 29,73 iken Sözcü Gazetesi'nin ortalaması 20,40'tır. Sonuçlar Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1: Gazetelerin Sayfa Sayıları

SAYFA SAYILARI	1 Nisan 2017	2 Nisan 2017	3 Nisan 2017	4 Nisan 2017	5 Nisan 2017	6 Nisan 2017	7 Nisan 2017	8 Nisan 2017	9 Nisan 2017	10 Nisan 2017	11 Nisan 2017	12 Nisan 2017	13 Nisan 2017	14 Nisan 2017	15 Nisan 2017	Ortalama
SÖZCÜ GAZETESİ	22	20	22	20	20	20	20	20	20	20	20	20	22	20	20	20,40
SABAH GAZETESİ	36	32	32	24	28	28	26	30	26	30	30	28	36	32	28	29,73

Araştırmanın temel bulgusu, Sabah Gazetesi'nin referandumda “evet” tercihini desteklediği, Sözcü Gazetesi'nin ise “hayır” tercihini desteklediği gerçeğidir. Bu durum araştırma örnekleminde dile getirilen, referandumu destekler ve desteklemez mahiyetteki gazete tercihlerinin isabetli olduğu sonucunu doğurmaktadır.

Tablo 2: Sabah Gazetesi Haber Dökümü

SABAH GAZETESİ	İçerik	1 Nisan 2017	2 Nisan 2017	3 Nisan 2017	4 Nisan 2017	5 Nisan 2017	6 Nisan 2017	7 Nisan 2017	8 Nisan 2017	9 Nisan 2017	10 Nisan 2017	11 Nisan 2017	12 Nisan 2017	13 Nisan 2017	14 Nisan 2017	15 Nisan 2017	Toplam	Oran
		Evet	6	9	8	2	7	3	8	4	7	3	4	9	7	8		
Hayır																	0	0,00%
Tarafsız				1	2						2	1		2	1		9	8,74%
Toplam		6	9	9	4	7	3	8	4	7	3	6	10	7	10	10	103	100,00%

Tablo 2'de görüldüğü üzere Sabah Gazetesi referandum ile ilgili toplam 103 adet haber yapmıştır. Sabah Gazetesinin araştırma sürecindeki baskılarında referandum ile ilgili en fazla 10 haber yaptığı, en az 3 haber yaptığı görülmektedir. İçeriğinde “evet” tercihini destekleyen haberlerin sayısı değişiklik göstermekte ve bu sayı 9'a kadar çıkabilmektedir. Haberler içerisinde referandumda “hayır” oyu verilmesini destekleyen, ima eden, yönlendiren bir haber bulunmamaktadır. Araştırmanın yürütüldüğü 15 gün içerisinde 9 gün sadece “evet” tercihini destekler haber yapılırken, kalan 6 günde 1 veya 2 tane tarafsız referandum haberi görülmüştür.

Referandum hakkındaki haberlerin büyük çoğunluğu (%91,26) 2017 Halk Oylamasında “Evet” tercihi kullanılmasını destekler mahiyettedir. Referandum hakkında olmakla beraber herhangi bir tercihe

yönlendirmeyen, yani “tarafsız” olarak ele alınabilecek haber sayısı 9, bu haberlerin toplam haberlere oranı ise %8,74 olarak ölçülmüştür.

Buradan hareketle Sabah Gazetesinin 16 Nisan 2017 tarihinde yapılan Cumhurbaşkanlığı Sistemi - Anayasa Değişikliği Referandumunda açık ve net bir şekilde “evet” tercihini desteklediği söylenebilir.

Tablo 3: Sözcü Gazetesi Haber Dökümü

SÖZCÜ GAZETESİ	Tarihler															Toplam	Oran	
	1 Nisan 2017	2 Nisan 2017	3 Nisan 2017	4 Nisan 2017	5 Nisan 2017	6 Nisan 2017	7 Nisan 2017	8 Nisan 2017	9 Nisan 2017	10 Nisan 2017	11 Nisan 2017	12 Nisan 2017	13 Nisan 2017	14 Nisan 2017	15 Nisan 2017			
İçerik	Evet			1	2		2	1	2	2		1	1			12	6,19%	
	Hayır	7	10	6	11	8	7	14	12	13	12	12	7	5	5	9	138	71,13%
	Tarafsız	3	4	3	1	8	1	3	2	3	3	4	3	1	3	2	44	22,68%
Toplam	10	14	10	12	18	8	19	15	18	17	16	11	7	8	11	194	100,00%	

Sözcü Gazetesi ise araştırma süreci boyunca referandum hakkında toplam 194 haber yapmıştır. Günlük bazda en fazla 19 tane, en az 7 tane referandum haberi yapıldığı görülmüştür. Sözcü Gazetesi 7 Nisan günü 14 tane “hayır” tercihini destekleyen haber yaparken, 5 Nisan günü ise 8 tane tarafsız referandum haberi yapmıştır. Araştırma sürecinde “evet” tercihini destekleyen haber yaptığı gün sayısı 7, yapmadığı gün sayısı ise 8’dir. Bu günlerde “evet” tercihini destekleyen 1 veya 2 haber yapmıştır.

Bu haberlerin %71,13’ü yani 138 tanesi referandumda “hayır” tercihini destekler, yönlendirir niteliktedir. Referandumda “evet propagandası” yapan Cumhurbaşkanı, Hükümet ve Milliyetçi Hareket Partisi’nin çalışmaları hakkında yapılan 12 adet haber “evet” tercihini destekler bir içeriğe sahiptir. Bu haberlerin toplam haberler içerisindeki oranı %6,19 olarak hesaplanmıştır. Sözcü Gazetesinde araştırma süreci boyunca referandum hakkında olan fakat okuyucuyu herhangi bir tercihe yönlendirmeyen haber sayısı 44, bu haberlerin oranı ise %22,68’dir. Sonuçlar Tablo 3’te gösterilmiştir.

Bu sonuçlardan hareketle Sözcü Gazetesi, 16 Nisan 2017 tarihinde yapılan Cumhurbaşkanlığı Sistemi - Anayasa Değişikliği Referandumunda açık ve net bir şekilde “hayır” tercihini desteklediği kanısına varılabilir.

Araştırma süreci boyunca Sabah Gazetesinde köşe yazıları incelenmiş ve toplam 154 köşe yazısının yazıldığı görülmüştür. Köşe yazılarının referandum bağlamında ele alınması sonucu yarıya yakınının farklı konular hakkında olduğu sonucuna varılmıştır. Toplam köşe yazılarının %46,10’u yani 71 tanesi referandum propaganda sürecinden farklı konular hakkındadır. Referandum içeriği taşıyan 83 köşe yazısı (%53,90) sayılmıştır. Bu yazıların 71 tanesi referandumda “evet” tercihi kullanılması yönündeyken, 12 tanesi referandum hakkında olup herhangi bir tercihe yönlendirmemektedir. Sonuçlar Tablo 4’te verilmektedir.

Tablo 4: Sabah Gazetesi Köşe Yazıları Dökümü

SABAH GAZETESİ	Tarihler															Toplam	Oran	
	1 Nisan 2017	2 Nisan 2017	3 Nisan 2017	4 Nisan 2017	5 Nisan 2017	6 Nisan 2017	7 Nisan 2017	8 Nisan 2017	9 Nisan 2017	10 Nisan 2017	11 Nisan 2017	12 Nisan 2017	13 Nisan 2017	14 Nisan 2017	15 Nisan 2017			
Referandum	Evet	5	1	4	3	3	3	6	5	6	5	4	5	5	7	9	71	46,10%
	Hayır																0	0,00%
	Tarafsız	1			2	1	1		1		1	1	1	1	1	1	12	7,79%
	Toplam	6	1	4	5	4	4	6	6	6	6	5	6	6	8	10	83	53,90%
Diğer	6	10	7	3	5	5	5	6	3	4	4	5	3	4	1	71	46,10%	
Köşe Yaz. Toplam	12	11	11	8	9	9	11	12	9	10	9	11	9	12	11	154	100,00%	

Sözcü Gazetesinin köşe yazarlarının dökümünün yer aldığı Tablo 5 incelendiğinde;

Toplam köşe yazısı sayısı 139 olarak hesaplanmıştır. Bu yazıların 94 tanesi yani üçte ikisinden fazlası (%67,63) referandum hakkında iken 45 tanesi (%32,37) diğer konular hakkındadır. Referandum içerikli köşe

yazılarından yalnızca 1 tanesi tarafsız olarak görülmekte, geriye kalan 93 tanesi okurlarını “hayır” tercihine yönlendirmektedir. Buradan hareketle Sözcü Gazetesi yazarlarının yoğun bir şekilde hayır kampanyası yürüttüğü söylenebilir.

Tablo 5: Sözcü Gazetesi Köşe Yazıları Dökümü

SÖZCÜ GAZETESİ		1 Nisan 2017	2 Nisan 2017	3 Nisan 2017	4 Nisan 2017	5 Nisan 2017	6 Nisan 2017	7 Nisan 2017	8 Nisan 2017	9 Nisan 2017	10 Nisan 2017	11 Nisan 2017	12 Nisan 2017	13 Nisan 2017	14 Nisan 2017	15 Nisan 2017	Toplam	Oran
Referandum	Evet																0	0,00%
	Hayır	5	5	4	6	7	7	7	6	4	6	6	8	6	9	7	93	66,91%
	Tarafsız															1	1	0,72%
	Toplam	5	5	4	6	7	7	7	6	4	6	6	8	6	9	8	94	67,63%
Diğer	4	5	4	4	5	3	3	2	5	2	2	1	2	1	2	45	32,37%	
Köşe Yaz. Toplam		9	10	8	10	12	10	10	8	9	8	8	9	8	10	10	139	100,00%

5. SONUÇ

Referandum propaganda sürecinde gazetelerin haber içeriklerinin incelendiği araştırmanın sonuçlarına göre, gazetelerin sahiplik yapıları gereği olaylara farklı yaklaşımları görülmüştür. Sabah Gazetesinin Anayasa Değişikliği Referandum sürecinde “evet” seçeneğini desteklediği, araştırma sürecinde, açık olarak ortaya çıkmıştır. Bu süreçte Sabah Gazetesi okurlarına anayasa değişikliğinin desteklenmesi gerektiği yönünde haberler sunmuştur. Aksi yönde, yani “hayır” oyunu destekleyecek hiç haber yapılmazken toplam haberlerin %91,26’sı “evet” seçeneğini destekler mahiyettedir. Referandum hakkındaki %8,74’lük dilimi oluşturan diğer haberler ise tarafsız olarak değerlendirilmiştir.

Sözcü Gazetesi ise bunun aksine Anayasa Değişikliği Referandumunda “hayır” tercihi yapılması gerektiğini savunur bir görüntü çizmiştir. Yaptığı haberlerde anayasa değişikliğinin olumsuzlukları öne çıkarılmış ve bu değişikliğin kabul edilmemesi yönünde yayın yapmıştır. Referandum propaganda sürecinde anayasa değişikliğini destekleyen Cumhurbaşkanı, Başbakan ve Milliyetçi Hareket Partisi lideri Devlet Bahçeli’nin propaganda çalışmaları hakkında yapılan bazı haberlerin olduğu gibi aktarılması, bazı haberlerin “evet” oyu kullanılmasına yönlendirmesi sonucu doğursa da, Sözcü Gazetesi yapmış olduğu haberler ile “hayır” oyunu desteklemiştir. Bahsi geçen “evet” tercihini destekleyecek haberler %6,19’da kalırken “hayır” oyunu destekleyen haberlerin oranı %71,13 olarak ölçülmüştür. Geriye kalan %22,68’lik kısım ise tarafsız olarak nitelendirilebilecek haberlerden oluşmaktadır.

Gazetelerdeki köşe yazılarına bakıldığında benzer sonuçlarla karşılaşılır. Referandum propaganda sürecinde Sabah Gazetesi yazarları ağırlıklı olarak “evet” oyunu desteklenmesi yönünde, Sözcü Gazetesi yazarları ise “hayır” seçeneği için yazılar yazmışlardır. Sabah Gazetesinde referandum hakkında yazılan köşe yazıları toplam köşe yazılarının yarısını biraz geçmiştir (%53,90). Geriye kalan kısmı (%46,10) referandum dışındaki konulara ilişkin yazılardır. Sözcü Gazetesi yazarlarının ise referandum ile daha fazla ilgilendiği görülmektedir. Toplam köşe yazılarının üçte ikisinden fazlası (%67,63) referandum hakkındadır.

Sabah Gazetesinin haberlerde, Sözcü Gazetesine göre, daha az referandum haberi yapması durumun köşe yazılarında belli oranda kendini gösterdiği gözlemlenmektedir. Sabah Gazetesinde daha fazla köşe yazısı çıkmasına rağmen (154’e 139), referandum hakkında yazılan köşe yazısı Sözcü Gazetesinden daha azdır (83’e 94).

Sabah Gazetesi daha fazla sayfa sayısı olmasına rağmen referandum hakkında Sözcü Gazetesine nispeten daha az sayıda haber yapmıştır. Gazetenin diğer haberleri de incelendiğinde Sabah Gazetesinin doğrudan referandum hakkında yaptığı haberlerin yanında ekonomik ve siyasal istikrar hakkında haberler de yaptığı görülmüştür. Sözcü Gazetesi ise haberlerinin çoğunluğunu referanduma ayırmıştır. Sözcü Gazetesi evet cephesinin haberlerini yaparken (sınırlı da olsa) evet tercihini destekleyici içerikte sunarken Sabah Gazetesi hayır cephesi hakkında yaptığı haberlerde hayır tercihini destekleyici bir içerik kullanmamıştır.

KAYNAKÇA

- Bauer, M.W. & Gaskell, G. (2003). *Qualitative Researching With Text, Image And Sound, A Practical Handbook*. California: SAGE Publications Inc.
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis In Communication Research*. American Book-Stratford Press.
- Bulut, S., & Yaylagül, L. (2004). Türkiye'deki Yazılı Basında Yargıtay ve Mafya İlişkisine Yönelik Haberler. *İletişim Dergisi*, 19, 119-142.
- Gölcü, A. (2009). Haber söyleminde medya-siyaset ilişkisi: 29 Mart 2009 yerel seçimleri. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 29, 81-101.
- İnal, A. (2010). Haber Medyası ve Seçim Kampanyaları. *Televizyon Haberciliğinde Etik*, 252-267.
- Kocadaş, B. (2006). Kültür ve medya. *Journal of Human Sciences*, 1(1).
- Kaptan, S. (1998). *Bilimsel araştırma ve istatistik teknikleri (11.Baskı)*. Ankara: Tek Işık Web Ofset
- Krippendorff, K. (2013). *Content Analysis An Introduction To Its Methodology*, California: SAGE Publications Inc.
- Öğülmüş, S. (1991). İçerik çözümlemesi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 24(1), 213-228.
- Özdemir, M. (2010). Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323-343.
- Tokgöz, O. (1981). *Temel Gazetecilik*. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları. 476