



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi

The Journal of International Social Research

Cilt: 9 Sayı: 42 Volume: 9 Issue: 42

Şubat 2016 February 2016

www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

TÜRKİYE'DE ULUSAL VE YEREL GAZETELERİN SİYASAL GÜNDEMLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI A COMPARISON OF LOCAL AND NATIONAL NEWSPAPERS'S AGENDAS IN TURKEY

Mehmet Sena KÖSEDAĞ*

Öz

Kitle iletişim araçlarının, toplumun gündemini belirleme gücü, seçim dönemlerinde en üst seviyeye çıkmaktadır. Özellikle siyasal kriz dönemlerinde halkın ihtiyaç duyduğu enformasyon, medya tarafından sunulmakta, halk da bu doğrultuda siyasal tercihlerini kullanabilmektedir. Normal şartlar altında gündemleri farklılık gösterebilen ulusal ve yerel medyanın, seçim dönemlerinde siyasal gündeme odaklandıkları görülmektedir.

Bu çalışma, 1 Kasım 2015 seçimleri öncesinde, ulusal gazeteler ile yerel gazetelerin genel ve siyasal gündemleri arasındaki benzerlik ve farklılıkları tespit etmeyi hedeflemiştir. Çalışma; gündem belirleme yaklaşımı çerçevesinde "gündemler arası karşılaştırma" şeklindeki araştırma geleneğine uygun olarak yapılandırılmıştır. Ayrıca ulusal ve yerel gazetelerin habercilik anlayışları arasındaki farklılıkların, haber üretim pratikleri üzerinden ortaya konması da çalışmanın amaçlarından birisidir. Bu çerçevede, ulusal gazeteler arasından; Haber Türk, Milliyet, Cumhuriyet, Hürriyet ve Sabah gazeteleri, yerel gazeteler arasından da Kayseri'de yayın yapan Kayseri Haber, Büyük Kayseri, Kayseri Anadolu Haber, Kayseri Star Haber ve Kayseri Olay gazeteleri incelemeye tabi tutulmuştur.

Çalışma kapsamında yapılan araştırmada, ulusal ve yerel gazetelerin gündeminin paralellik gösterdiği ve siyasal haberlere önem verdikleri tespit edilmiştir. Fakat ulusal ve yerel basında gündeme getirilen haberlerin üretim süreçleri ve siyasal reklamların sayfalarda yer alma biçiminde farklılıklar görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Ulusal Gazete, Yerel Gazete, Gündem, Siyasal Gündem.

Abstract

The power of means of mass communication to set a public agenda is at its peak during election periods. Public's need for information especially during periods of political crisis is provided by the media and public can make a political choice in this direction. Local and national media which have different agendas under normal circumstances has been observed to focus on political agenda during periods of elections.

This study aims to show similarities and differences between the general and political agendas of local and national newspapers prior to 1st November 2015 elections. The study has been carried out in the form of 'comparison between agendas' in accordance with the research tradition within the framework of the approach of setting an agenda. Also, one of the aims of this study is to display differences in perception of news making between local and national newspapers over news production practises. In this study, investigated Haber Türk, Milliyet, Cumhuriyet, Hürriyet and Sabah newspapers from national media. Kayseri Haber, Büyük Kayseri, Kayseri Anadolu Haber, Kayseri Star Haber and Kayseri Olay newspapers have been scanned from the local media.

It has been shown within the scope of this study that the agenda of both local and national newspapers show parallelism and that they both give importance to political news. However, it has been observed differences in the production process of the news brought up to the local and national agenda and in the way that political advertisements cover pages.

Keywords: National Newspaper, Local Newspaper, Agenda, Political Agenda.

Giriş

Kitle iletişim araçları, insan yaşantısının her alanına nüfuz etmekle kalmamış, bu yaşantıyı; etkileme, değiştirme ve dönüştürme özelliğine de sahip olmuşlardır. Günümüzde kişilerin, bireysel deneyimlerini geliştirmenin yanında toplumsal yaşantıyı anlama ve anlamlandırma süreçleri de medyanın etkisiyle oluşmaktadır. İnsanlar; toplumsal, siyasal ve kültürel hayata dair öngörülerini genellikle kitle iletişim araçlarından aldığı enformasyon aracılığı ile şekillendirmektedir.

İnsan yaşantısı üzerindeki güçlü etkileri nedeniyle, kitle iletişim araçları; toplumun gündeminin belirlenmesinde çok önemli rol oynamaktadır. İnsanlar çevrelerinde meydana gelen önemli gelişmeleri ilk olarak medyadan öğrenirler. Kamuoyunu ilgilendiren konularda halkın en önemli enformasyon kaynağı olma özelliğini taşıyan kitle iletişim araçları sayesinde; insanlar, toplumun gündemindeki öncelikli konuları öğrenip, bunların önem derecesinin de farkına varmaktadırlar. Günümüzde medya tarafından gündeme getirilen konuların, kamunun gündemine girdiği ve kamu tarafından önemli olarak algılandığı, medyada yer bulmayan konuların ise çok fazla tartışılmadığı bilinmektedir (Arklan ve Karakoç, 2013:331).

Bir ülkenin geleceği için büyük önem taşıyan ve insanların tamamını yakından ilgilendiren siyasal süreçler söz konusu olduğunda, hem kitle iletişim araçlarının hem de halkın, konulara daha fazla dikkat

*Doktora öğrencisi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, mehmetsenakosedag@gmail.com.

kesildiği ve tartışmalara doğrudan veya dolaylı olarak katılım sağladığı kabul edilen bir olgudur. Çünkü seçim dönemlerinde, seçmenlerin aday ve siyasi parti tercihlerinde bulunabilmesi için bilgilendirme ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Bu ihtiyacın karşılanması medya tarafından sunulan bilgilerin, tartışmaların ve yorumların bir bilinçlenme sağlaması ile mümkün olabilmektedir. Bu bağlamda Dünya’da ve Türkiye’de, seçim dönemlerinde, siyasal gelişmelerden anında ve daha fazlahaberdar olmak isteyen bireyler, siyasi tercihlerini medyadan aldıkları enformasyon doğrultusunda yapılandırabilmektedir.

Medyanın, siyasal gündemin belirlenmesi sürecinde, çok aktif rol üstlenebildiği yadsınamaz bir gerçektir. Seçim dönemlerinde medya, eş zamanlı olarak olaylar ve hikâyeler üretirken, olayları haberleştirerek aktif bir rol içine girebilmektedir. Haber ve yorumcular, mevcut enformasyonu toplama ve yeni enformasyon aktarmanın ötesinde, hangi konuların politik gündemin bir parçası olacağını belirlemeye çalışmakta ve diğer politik aktörlerin yapabileceği gibi, gündemleri etkileyerek politika sürecinde, politik oyuncular haline gelebilmektedir. Bu eylemiyle medya, sadece bazı konuları öne çıkararak gündemin içeriğini etkilemekle kalmamakta, aynı zamanda politika sürecinin tabiatını ve eylemlerini de etkilemiş olmaktadır (Terkan, 2007: 562).

Kitle iletişim araçlarının en önemlilerinden birisi de hiç kuşku yok ki gazetedir. Haberleri, düşünceleri derleyen, bunları işleyerek insanlara yazılı olarak ileten gazete, haberleri daha ayrıntılı bir biçimde ve derinlemesine ele almaktadır. Gazeteler, radyo ve televizyonlara oranla halka daha kapsamlı bilgiler sunmaktadır (Arklan ve Karakoç, 2013:329). Bu nedenle “en temel işlevi haber ve bilgi vermek” (Çakır, 2007:40) olan gazetelerin siyasal dönemlerde yaptığı yayınlar, büyük önem taşımaktadır.

Bu çalışma; gündem belirleme, araştırma geleneği çerçevesinde “gündemler arası karşılaştırma” yaklaşımına uygun olarak; Türkiye’de ulusal ve yerel gazetelerin siyasal gündemlerini karşılaştırmayı amaçlamaktadır. Çalışma; özellikle siyasi krizlerin yaşandığı dönemlerde ve tüm ülkeyi yakından ilgilendiren genel seçim süreçlerinde, ister ulusal olsun ister yerel olsun, basın; siyaset odaklı konuları merkezine alan bir habercilik anlayışı benimsediği temel varsayımına dayanmaktadır. Bununla beraber yerel ve ulusal gazetelerin gündemlerinin, bu dönemlerde bile siyasi haberler dışında ayrışma gösterebildiği savunulmaktadır. Bu bağlamda, 1 Kasım 2015 genel seçimlerinden önce ulusal ve yerel gazetelerin gündemini belirlemek amacıyla incelenen gazetelerin, hangi konuları ağırlıklı olarak ele aldıkları, gündeme getirilen hangi tür konu ve olaylar arasında benzerlik veya farklılıklar olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada, ulusal ve yerel gündemlerin birbirleri üzerindeki etkisinin konuların gücüne bağlı olarak nasıl biçimlendiği sorusuna da cevap aranmıştır. Makalede, ulusal ve yerel gazetelerin habercilik anlayışları tartışılarak, siyasi içerikli haberler, karşılaştırmalı olarak analiz edilmiş; basının siyasal partilere nasıl yaklaştığı da ortaya konmaya çalışılmıştır.

1- Ulusal Ve Yerel Gazete Kavramları

Türkiye’de basın; 5187 Sayılı Basın Kanunu’nun ilk maddesine göre yaygın, bölgesel ve yerel olmak üzere 3 bölüme ayrılmış, gazetelerden de bu çerçevede süreli yayın olarak söz edilmiştir. Buna göre; “d)Yaygın süreli yayın: Tek bir basın-yayın kuruluşu tarafından aynı isimle basılan ve her coğrafi bölgede en az bir ilde olmak üzere, ülkenin en az yüzde yetmişinde yayımlanan süreli yayın ile haber ajanslarının yayınlarını, e) Bölgesel süreli yayın: Tek bir basın-yayın kuruluşu tarafından basılan ve en az üç komşu ilde veya en az bir coğrafi bölgede yayımlanan süreli yayını, f) Yerel süreli yayın: Tek bir yerleşim biriminde yayımlanan süreli yayınlar ile haftada bir veya daha uzun aralıklarla yayımlanan yaygın ve bölgesel yayınları” ifade etmektedir (Resmi Gazete, 26 Haziran2004).

Genel olarak mesleki ve akademik dilde; yurt içi ve yurt dışında basım ve dağıtım yapılan gazetelere “ulusal gazete” adı verilmektedir. Bu gazeteler, yurt genelinde olup biten önemli olayların yanı sıra, dünyanın her tarafından her çeşit haberi düzenli olarak okuyucularına yansıtmaktadır. Ulusal gazeteler için kullanılan “ulusal” sıfatı da bazı çevre ve kaynaklar tarafından tartışma konusu yapılmıştır. Yerel basın mensuplarının, “Biz milli değil miyiz?” şeklindeki serzenişlerini göz önünde bulunduran bu çevreler, “yaygın basın” deyimini kullanmayı tercih etmektedirler. Çünkü “ulusal” kelimesi, “bütün ulusa mal olan” anlamına geldiğinden, yerel medya mensupları, yerel kuruluşların da bütün ulusun malı olduğu düşüncesini öne sürmüş ve ülke geneline yayın yapan medya organları için “ulusal” yerine “yaygın” kelimesinin kullanılmasını istemişlerdir.

Ülke geneli yerine daha dar bir bölgede düzenli olarak faaliyet gösteren gazeteler ise yerel gazete olarak tanımlanmaktadır. Yerel gazeteler, il, ilçe ve beldelerde, günlük, haftalık ya da belli periyotlardayayımlanan; yayımlandıkları yörenin haberlerini yansıtan, sorunlarını ileten, halkın isteklerini çözüm mercilerine ulaştıran basın kuruluşlarıdır. Yerel gazeteler, yakın çevreye ilişkin daha geniş kapsamlı bilgiler verirken, ülke genelindeki sorunların yanı sıra bölgesel ve yerel sorunların gündeme getirilip, tartışılmasına da olanak sağlamaktadır. Kitle iletişim araçları içerisinde yerel basın, demokrasinin gelişmesi, yurttaşlık bilincinin yerleşmesi, sivil toplum örgütlerinin güçlenmesi için katkılar sağlamakta; yöre insanını doğrudan ilgilendiren olayları derinlemesine ele almakta ve bu yönüyle hedef kitlesi olan yöre halkı için,

ulusal basından daha önemli bir konumda bulunmaktadır (Çakır, 2009: 2). Yerel medya, yerel idareciler ve halk arasında karşılıklı iletişim sağlamaktadır. Hem haber verme işlevi hem de denetleme mekanizması şeklinde işlev görüyor olması sebebiyle yerel basın; bir ülkenin gelişmesinde, demokrasinin kökleşmesinde; büyük önem taşımaktadır (Temel, 2012:128).

Ülkemizde 2014 verilerine göre toplam 7.120 adet gazete ve dergi yayımlanmaktadır. Bu yayınların 4.176 adedi (% 58,7) dergilerden 2.944 adedi (%41,3) gazetelerden meydana gelmektedir. Gazetelerin 182'si (%6,1) yaygın, 143'ü (%4,9) bölgesel, 2.619'u (%89) yerelgazetelerden oluşmaktadır. 2014 yılında ülkemizde yayın hayatını sürdüren gazete ve dergilerin yıllık toplam tirajı 2.274.530.479 olup, bunun %94,1'ini gazeteler oluşturmaktadır. 2014 yılında toplam tirajın %14,1'ini yerel, %2'sini bölgesel, %83,9'unu ise ulusal gazete ve dergiler gerçekleştirmiştir. Gazetelerin yıllık toplam tirajının %90,2'sini günlük gazeteler oluşturmaktadır. Gazetelerin %17,7'si günlük, %30,1'i haftalık olarak yayımlanmaktadır. Yayımlanan gazetelerin %85,8'i siyasi/haber/güncel içerikli olduklarını beyan etmişlerdir(www.tuik.gov.tr).

2- Gündem Belirleme Modeli

Demokrasinin geliştiği toplumlarda medya, toplumun gündeminin belirlenmesinde önemli rol oynamaktadır. Gündem; zamanın herhangi bir noktasında önemlilik sırasına göre dizilmiş sorunlar/konular ve olaylar listesi olarak tanımlanmaktadır (Atabek, 1997:228). Gündem belirleme kavramı ile anlatılmak istenen olgu, medyanın insanlar üzerinde meydana getirdiği etkilere yönelik bir açıklamadır. Model, medyanın izleyici için gündem oluşturduğu noktadan hareket etmektedir.

Halkın çeşitli güncel sorunların görece önemini, kitle iletişim araçlarının o konuya verdikleri önem doğrultusunda kavradığını savunan bir kitle iletişim kuramı olan gündem belirleme modeli, 1972 yılında Amerikalı bilim insanları MalcolmMcCombs ve Donald Shawtarafından ortaya atılmıştır. "Kitle iletişim araçlarının ülke ve dünya sorunları hakkında kamuoyuna bilgi sunmasının bu konuların kamuoyunda da bir önceliğe sahip olması sonucunu doğurduğu" temel varsayımına dayanan kurama göre (Işık, 2015: 82); "izleyiciler kamusal ve diğer konuları kitle iletişim kanalıyla öğrenmekle kalmaz, bir konuya ne kadar önem vereceklerini kitle iletişim araçlarının bunlara verdiği önemden öğrenirler (McQuail ve Windahl, 2010: 132)."Bu bağlamda, Cohen'in ifadesiyle "Medya, insanlara neyi düşüneceklerini söylemez; ancak ne hakkında düşünmeleri gerektiğini söyleyerek"; bu sayede halkın belirli konular hakkında ikna olmasını sağlamaktadır (Lilleker, 2013: 37). Gerçekten de medyanın ortaya koyduğu yayınlara bakıldığında, birçok konu ve olay yelpazesi içinde, bazılarını seçerek okuyucu, izleyici veya dinleyicilere sunduğu görülmektedir.

Kitle iletişim araçları bir anlamda, haber ve bilgilerin önem sırasını belirleyerek, halkın neyi ne kadar öğrenmesi gerektiğine de onlar adına karar vermektedir. Medyanın, hangi bilgilerin toplum için öncelikli olduğunu belirleyebilmesinin temelinde ise, bireyin yaşamına ilişkin düzenlemeler yaparken kendisine bir referans veya dayanak noktası araması düşüncesi yatmaktadır (Işık, 2015: 82). Bireylerin, kitle iletişim araçlarından bu denli etkilenmesi, bu olguyla açıklanabilmektedir.

Medyanın insan hayatına nüfuz etmeye başlamasıyla birlikte bireyler, toplumsal yaşamı bu araçlar aracılığı ile algılamaya başlamışlar ve bunun sonucu olarak gündemi belirleyen bu"aracıların" gerçekliğine bağımlı hale gelmişlerdir. Günümüzde toplumsal yaşamı belirleyen ve buna yön vermeye çalışan en önemli merkezlerden biri haline gelen medyanın, sosyal yaşamın en önemli aktörlerinden biri olduğu ve modern dünyada pek çok insanın yaşamını medya aracılığıyla algıladığı bilinir. Bu da toplumun, medyanın mesajlarına olan ihtiyacının artması ve onları hayatının merkezine alması sonucunu beraberinde getirmiştir.Günümüzde insanlar medyalar aracılığı ile sosyalleşmekte, haberdar olmakta, eğitilmekte ve eğlenmektedir (Akdağ, 2014:1).

Medya, gündem oluşturmak suretiyle halkı bilgilendirir ve halka iletilmek istenen tüm mesajları iletir, kamuoyu oluşturularak toplumdaki problemlerin çözümü konusunda fikir yürütülmesine olanak sağlar. Toplumun fikirlerinin de çözüm mercilerinde bulunan kişilere iletilmesine aracılık eder. Medya, halkı bilinçlendirerek yeni bilgilerle halkta yeni fikirler üretilmesine ve bunların toplumsal yaşantıda dolaşıma girmesine yardım eder (Uçak, 2012: 254). Özetlemek gerekirse,gündem belirleme yaklaşımı, medyanın haberleri sunum biçimi ile kamunun ve diğer yandan da siyasilerin hangi konuların daha önemli olduğuna ilişkin gündemlerini etkilediğini savunmaktadır (Yüksel, 2007:579).

Medyanın gündem tespitinde, televizyon ve gazete en etkili ve en çok kullanılan haberleşme araçları olarak gösterilmektedir. Daha sonra bu yayınlara, hızla gelişmekte olan İnternet gibi kitle iletişim araçları da dâhil olmuştur. Geline nokta, İnternet'in kamuoyu oluşumu, bu teknolojiyi kullananlarla sınırlı olmakta, ancak İnternet haberciliğinde önemli etkiye sahip olan haberler, gazete ve televizyona taşınmak suretiyle daha geniş kitlelere ulaşabilmektedir (Alav, 2001: 44).

2.1. Ulusal (Gazetelerde) Gündem

Kitle iletişim araçları içerisinde köklü bir geçmişe sahip olan gazeteler, günümüzde toplumun gündeminin belirlenmesinde önemli bir yere sahiptir. Türkiye’de günlük tiraj toplamaları 4 milyona yaklaşan gazetelerin yurt içi ve yurt dışı dağıtım kanalları bulunmakta ve toplumun farklı ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal kesimlerine hitap etmektedirler. Ulusal gazeteler, siyasal, ekonomik, toplumsal etkileri bakımından güçlüdür. Ülkenin geneline hitap ettiği için geniş kitleler tarafından izlenmekte, verdiği mesajlar daha güçlü bir şekilde toplum üzerinde etki bırakmaktadır (Yılmaz, 2009: 56).

Ulusal medyanın gündemine gelen haberler, büyük ölçüde yurt içi olaylara aittir. Ülkenin ekonomik, sosyal, kültürel, siyasi sorunları, kamusal alanın işleyişi sürecindeki aksaklıklar, hükümetin uygulamaları, teknolojik gelişmeler vb. olaylar yaygın medya için haber değeri taşımaktadır. Ulusal gazetelerin içerikleri; spor, magazin, kültür-sanat gibi konuların yanı sıra yasama yürütme, yargı, sendikalar ve siyasi partiler gibi kaynaklardan elde edilen haberlerden oluşmaktadır. Dolayısıyla ulusal gazeteler, toplumun genelini ilgilendiren haberlere daha büyük ağırlık vermektedirler. Dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen önemli olay ve konular da yaygın gazetelerin sayfalarında sıkça yer almaktadır. Ulusal gündemi oluşturan konular, halkın büyük kesimini ilgilendiren konulardan meydana gelmektedir.

Merkezleri İstanbul’da bulunan Türkiye’deki ulusal gazeteler, büyük ölçüde İstanbul, Ankara ve İzmir gibi büyük yerleşim yerlerindeki haberleri ön plana çıkardıkları gerekçesiyle eleştirilmekte; Anadolu’daki gelişmelere duyarsız kaldıkları için de suçlanmaktadır. Ülkedeki gazete okuyucusu, ulusal sayılan basının bu biçim ve tutumuyla hemen hemen yalnızca büyük kentleri yaşamakta, okumakta; bu kentlerin haberlerini ve yaşamını satın almaktadır (Girgin, 2009: 219).

Türkiye’de ulusal gazeteler; genelde devletle yada hükümetlerle, özelde ise siyasilerle ve bürokratlarla yakın ilişki içerisinde olduğu ve onlara, doğrudan ya da dolaylı maddi destek alma, haber kaynağı olarak faydalanma gibi konularda bağımlı olduğu iddiasıyla eleştirilmektedir. Ulusal gazetelerin genel yayın politikaları, gazetelerde yer alan haberlerde ağırlık verilen konular ve ifade edilen görüşler, sözkonusu bağımlılığın izlerini taşımaktadır. Ulusal gazetelerin siyasal gündemine bakıldığında, ağırlıklı olarak siyasal ve ekonomik merkezli haberlerin ağırlıkta olduğu, iyice daraltılmış bir habercilik anlayışı ile karşılaşmaktadır. Bu habercilik anlayışı içinde de, bazen bilinçli olarak üretilen yapay krizler gündem değiştirilmekte ya da mevcutsiyaset ancak popülist bir çerçevede eleştirilip yeneden üretilmekte ve merkezin gündeminin dışına çıkabilmenin önü tıkanmaktadır. Ancak ulusal gazetenin, yayınlarında ülkenin geneline hitap etmesi ve diğer çevreleri de gündemleştirmesi gerekmektedir (Erdoğan, 2006: 52). Yaygın medyaya dünyanın birçok yerinde yapılan eleştiri genelde aynıdır: Halkın gerçek gündeminden uzak olması, sermaye gruplarının çıkarları doğrultusunda yayın yapması, sorunları ve gelişmeleri daha geniş bir bakış açısıyla dillendirmemesi.

2.2. Yerel (Gazetelerde) Gündem

Demokrasinin geliştiği ülkelerde, yerel basına büyük önem atfedildiği ve toplumun gündeminin yerel basın tarafından belirlendiği bilinmektedir. Birçok ülkede, tiraj bakımından ulusal gazetelerden daha yüksek tirajlı yerel gazeteler yayın hayatını sürdürmektedir. Ülkemizde ise basın denince ilk olarak, İstanbul kaynaklı basın yayın organları ya da yaygın basın kuruluşları akla gelmektedir. Ulusal gazeteler geniş bir okuyucu kitlesine hitap ettiği için, genellikle gazetelerde yer alan konular ülke genelini ilgilendirir. Yerel konularla ilgili haberler az sayıda yer bulmaktadır. Bu nedenle yerel gazetelerin önemi bu noktada ortaya çıkmaktadır. Daha çok yöre halkını ilgilendiren haber ve konulara ağırlık veren yerel gazeteler, bireylere daha yakındır ve onların sorunlarıyla daha yakından ilgilenebilir. Bulduğu her bölgenin her sorununu, her aksaklığı haber konusu yaparak ulusal basına kaynak teşkil edebilen yerel gazeteleri, ulusal gazetelerin kılcal damarı gibi görmek mümkündür (Temel, 2012: 128).

Yerel medya, bireylerle yerel halk arasında kamuoyu oluşturma gücü en yüksek olan ve en etkili kitle iletişim aracı olarak görülmektedir. Çünkü yerel medya, yerel halkla birebir iletişim halindedir. Bu sayede de, yerel halk ve yerel yönetim arasında etkili bir iletişimin sağlanmasında köprü vazifesi görmektedir. Yerel medya, bireyin yöresel yaşamındaki en büyük yardımcısı ve başvuru kaynağı durumundadır (Utkan, 2007: 3).

Özellikle bölgelerindeki problemleri dile getirecek mecra bulamayan yerel yöneticiler, hem kamuoyu oluşturmak hem de bölgelerine daha iyi hizmet etmek için yerel medyayı kullanmak durumundadırlar. Hayati görevlerinden biri de kültürel ve yerel mirasın korunması olan yerel medya, bu konuda kamuoyu oluşturmak suretiyle, yerel ve merkezi idarecilerin dikkatlerini bu doğrultuda toplar. Sivil toplum kuruluşlarının, çoğu kez, yaptıkları faaliyetleri yaygın medya aracılığı ile duyurabilmelerine imkân yoktur. Yerel medya burada da devreye girmekte ve sivil toplum kuruluşları ile halk arasında bir bağ kurmaktadır. Valilik, belediye, il özel idaresi ve il genel meclisleri gibi yerel yönetimlerin yaptığı faaliyetleri en iyi duyurabildiği yerler, kuşkusuz yerel basındır. Bir yerel politikacının veya belediye başkanının yaptığı faaliyeti en güzel aktardığı yer olan gazete, dergi ve televizyonlar, ayrıca yerel yönetimlerin halk adına denetlenmesinde de büyük bir paya sahiptir. Bu bağlamda özetlemek gerekirse; yerel medya bir ülkede,

demokrasinin, kültürel değerlerin, çok sesliliğin ve her türlü insan hak ve özgürlüklerin garantisidir. Bunun yanında yaygın basında yer almayan bir içeriği; bölgesel gündemi de temsil eder(Yaşın, 2008: 116).

Yerel kamuoyu, ulusal ve uluslararası kamuoyunun ayrılmaz bir parçasıdır ve ulusal kamuoyu içinde yer almaktadır. Yerel kamuoyunun ulusala göre farklı tarafı, daha dar alanda ve yerel ölçülerde, yörede veya kentte yaşayanları hedeflemektedir. Bu kamuoyunun sınırları ve hareket alanları bellidir ve etkilenme düzeyi diğerlerine göre daha yüksektir. Burada ulusal düzeyde oluşan kamuoyunun yanı sıra yerel sorunlarla ilgili ve yalnızca yerel halkı ilgilendiren kamuoyu da söz konusudur. Yerel kamuoyunun oluşması, etkilenmesi ve böylece amaçlanan hedeflere ulaşılmasında, ulusal düzeydeki kitlelerin olduğu gibi yerel kitlelerin de ihtiyaç duyduğu araçlar yerel kitle iletişim araçlarıdır (Bağardı, 1999: 97).

Yaygın medyaya dünyanın birçok yerinde bezer eleştiriler yöneltildiği bilinmektedir: Halkın gerçek gündeminden uzak olmak, sermaye ve güç odaklarının menfaatleri doğrultusunda yayın politikası benimsemek, sorunları ve gelişmeleri daha geniş bir bakış açısıyla dillendirmemek. Bu bağlamdayerel medyaya, sadece yerel sorunları ele alıp, bunları sunmakla sınırlı kalmak gibi dar bir çerçeveye çizmek de doğru değildir. Tüm dünyadaki siyasal, sosyal, kültürel ve ekonomik gelişmelerin, yerel bir bakış açısıyla tartışılması ve kitlelerin bu noktada bilinçlendirilmesinin de insanların yaşamlarına farklı bir anlam katacağı düşüncesi yabana atılmamalıdır.

Yerel medya, her türlü olayı kendi bölgesinin, ilinin ve ilçesinin değer yargılarına, beklentilerine, sorunlarına ve umutlarına göre ele alıp, bu bakış açısıyla sunum yapar. Yerel basının en önemli işlevi; dünyada gelişmekte olan olay ve olguların, hitap edilen halk açısından değerlendirilmesi, içerik, sayfa tasarımı gibi temel unsurlar hazırlanırken de yerel farklılıkların dikkate alınması, yani dünyaya yerel pencereden bakılması ve öncelikli olarak yerel kamuoyunun bilgi, haber ve eğlence gibi ihtiyaçların karşılanmasıdır (Kacur vd., 2009: 3).

2.3. Siyasal Gündem ve Medya

Siyasal gündem; en açık ifadeyle, bir topluluğun sorun önceliklerinin bir özeti olarak nitelendirilebilir. Gerçek yaşamdaki gelişmeler sonucunda, sorun olarak ortaya çıkan ve anında çözülmesi istenen bir takım işler, kamunun politikacıardan beklentileri, medyanın politikacıların faaliyetlerini yakından takip etme isteği ve zaman zaman onları etkilemeye çalışması, politikacıların içinde buldukları çevre ve sorunları çözme doğrultusunda sahip oldukları düşünceler, siyasal gündem üzerinde etkisi olan önemli unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Siyasal gündem üzerine yapılan çalışmalarda, bir konunun siyasal gündeme taşınmasında hangi unsurların etkisi olduğu üzerinde yoğunlukla durulmuştur. Buna karşın siyasal gündemi analiz etmek, siyasal sürecin karmaşık yapısı nedeniyle oldukça zordur. Birçok konu ve sorun arasında, neden bazılarının öncelik taşıdığı, bir konunun gündemin ilk sıralarına yükselmesinde hangi unsurların rol oynadığının belirlenmesi de bir başka güçlüğü ifade eder. Bir konunun siyasal bir konu haline gelebilmesinde ve siyasal gündemde dikkat çekmesinde; bazı değerlerin öncelikli ve önemli olması, kriz ve kriz belirtileri, iletişim kaynağının statüsü, siyasal başarı belirtileri, olayın yeniliği, olayın önemi, olayın sürpriz şekilde gelişmesi ve beklenmeyen olayların ve gelişmelerin varlığı, önemli unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Cook ve arkadaşları, yaptıkları çalışmalar sonucunda, siyasal konuların dikkat çekiciliğinde; çıkar grupları, bilimsel veriler, kitle iletişim araçları, ekonomik kriz gibi pek çok unsurun da rolü olduğunu belirtmektedirler(Terkan, 2007: 565-566).

Siyasal gündem üzerinde etkisi olan unsurların başında medya gelmektedir. Günümüzde, genel veya siyasi gündeme ilişkin bireylerin bilgi edinme aracı olarak yoğun bir biçimde medyayı kullandıkları bilinen bir gerçektir. Bu durum, medyaya vazgeçilmez, neredeyse olmazsa olmaz bir özellik kazandırmıştır. Kitle iletişim araçlarının yayınlara maruz kalan bireyler, dünyada ve ülkesinde nelerin olup bittiğini öğrenmek, siyasal olaylar hakkında bilgi edinmek isterler. Temel bilgi ve algılarının belirlenmesinde ya bütünüyle ya da kısmen kitle iletişim araçlarının etkisinde kalırlar. Dünyada ve ülkemizde adayların belirlenmesi, belirli zaman dilimlerinde yapılan seçim sonucunda ülkeyi yönetecek olan kişilerin seçilmesi, temsili demokrasilerde vazgeçilmez bir sistemdir. Seçim sürecinde bireylerin siyasi parti ve aday tercihinde verecekleri kararları belirlemede siyasal bilgilenme ihtiyacı artmaktadır. Bu ihtiyacın giderilmesinde kitle iletişim araçları tarından sunulan haberlerin, yapılan yorumların, siyasal bilgilerin, tartışmaların, siyasal bilgi arayışı sürecinde belirli bir bilinçlenme sağladığı, yapılan araştırmalar sonucu ortaya konmuştur (Arklan ve Karakoç,2013:327).

Medyanın kamuoyu gündemini belirleme gücü, seçim dönemlerinde daha fazla artmaktadır. Seçim kampanyasının yapıldığı dönemler, medya kuruluşları kadar seçmenler açısından da önem taşımaktadır. Çünkü seçim dönemlerinde seçmenler, kendilerinin ve ülkenin geleceğine yönelik olarak kendilerini bir karar vermek zorundahissederler. Bu kararın verilebilmesinde adaylar ve siyasi partilerle ilgili belli sayıda kaynaktan bilgialmaya yönelirler ve bilgi kaynaklarının başında medyanın verdiği haber, yorum ve eleştiriler gelir.Adaylar ve partilerle ilgili bilgileri alan seçmen medya kuruluşunun öncelik sırasına göre hangi olayınönemli olduğunu belirlemeye çalışır (Güz, 2005:52). Medya, bireye mevcut siyasal

sistem ve olaylar hakkında bilgi vermekle kalmaz, toplum gündemini etkileyen diğer etki merkezlerinden kanaat için ipuçları iletirler. Böylece kamuoyunun oluşumuna geniş ölçüde olanak sağlarlar (Göker ve Doğan, 2011: 51).

Bu bağlamda toplumun siyaset ve medya kurumlarına bakış açısı da önem kazanmaktadır. Burada medya ve siyaset, kamusal hizmet yapan, toplum tarafından görevlendirilen alternatifsiz bir sistem olarak düşünülmektedir. İki kurum da çalışmalarını, toplum adına ve yararına yürüttüğünü savunmaktadır. Ancak unutulmamalıdır ki medya, siyasal iktidara haber kaynağı ve maddi açılarından bağlıdır. Siyasal iktidar dafaalietlerinin duyurulması için medyaya ihtiyaç duymaktadır. Aralarında oluşan diyalektikilişki farklı boyutlara taşındığında, her iki kurumda da asıl misyon ve amaçlarının dışına çıkılmakta ve çıkar ilişkilerine dönülmektedir. Medyanın gerektiği gibi anlaşılması, bu ilişkileriniyi anlaşılması ve iyi okunmasıyla mümkündür (Akdağ, 2014: 2).

Medya, siyasal mekanizmalarla uzlaşi içinde olduğu, çıkar birliğı sağlamayı amaçladığı, toplumsal gerilimi önlemeye çalıştığı dönem ve durumlarda, bilinçli veya bilinçsiz, doğrudan ya da dolaylı olarak iktidarın amaçlarına hizmet edebilmektedir. Bu konuda iktidarın temel amaçlarından birisi, uygulanan politikaların yol açtığı mevcut duruma, ortama ve müsebbiplerine karşı toplumsal rıza gösterilmesini sağlamaktır. Özellikle seçimlerin söz konusu olduğu dönemlerde medya; siyasal iktidarın söylemi doğrultusunda gündemi yönlendirme, bunalım konularını yaygınlaştırma, toplumu siyasal konulardan uzaklaştırma yani siyasetisizleştirerek kayıtsızlaştırma, konuyla ilgili bilgilerden yoksun bırakma, mevcut durumu normal kaçınılmaz şartlar olarak sunma, toplumsal umudu sürdürme, iktidar ve politikalarının alternatifsizliğini vurgulama, muhtemel olarak ortaya çıkabilecek sivil itaatsizlik girişimlerini engelleme amacına uygun bir basın yayın politikası benimseyebilmektedir (Damlapınar, 2008: 191).

Günümüzde siyasal iletişimin üç temel unsurundan söz edilmektedir. Bunlar: Siyasal örgütler; aktörler, kitle iletişim araçları/medya ve alıcı hedef kitledir. Siyasal iletişim olgu ve sürecinde temel unsur olarak görülen ve kullanılan medya, siyasal yaşamın giderek önemi artan ve ayrılmaz araçları durumuna gelmiştir. Yazılı medya olarak nitelenen günlük, haftalık gazetelerde; haftalık, 2 haftalık ve aylık olarak yayımlanan dergilerde siyasal içerikli mesajlar farklı bir biçimde yer alır. Bunlar, doğal olarak siyasal olaylara ilişkin haberler, röportajlar, baş makale ve ünlü yazarların yorumlarını içeren makale ve köşe yazılarıdır. Kuşkusuz bu türlere, özellikle siyasal seçim kampanyaları sırasında yer alan siyasal reklamlar da eklenebilir (Aziz, 2007: 7-53). Görüldüğü üzere, siyasal iletişim mümkün olan her medya organı ve diğer kanallar yoluyla gerçekleşmekte olup çok çeşitli, çok yönlü ve kaçınılmazdır (Lilleker, 2013: 21).

3.Yöntem/Metodoloji

Türkiye’de yerel ve ulusal gazetelerde ele alınan konuları tespit etmeyi ve karşılaştırmayı amaçlayan bu çalışmada; gündem belirleme araştırmalarında sıklıkla başvurulan nicel içerik çözümlemesi yöntemi kullanılmıştır. Böylece, yerel ve ulusal gazetelerin, siyasal gündemde öne çıkardıkları konular incelenerek, ulusal ve yerel gündemde hangi tür konu ve olayların uyduğu; hangilerinin farklılık gösterdiği belirlenmeye çalışılmıştır.

Ülke genelinde yayın yapan 5 gazete ile Kayseri ili sınırlarında yayın yapan 5 yerel gazetenin, 1 Kasım 2015 seçimlerinden önce, 10 günlük süre zarfında incelenmesi ile sınırlandırılan çalışmada; Ulusal basının gündemini ortaya koymak için Haber Türk, Hürriyet, Milliyet, Sabah ve Cumhuriyet gazeteleri taranmıştır. Yerel basının gündemini tespit etmek için ise Kayseri Haber, Kayseri Olay, Kayseri Star Haber, Kayseri Anadolu Haber ve Büyük Kayseri gazeteleri incelenmiştir. Anılan gazetelerin seçiminde; tiraj durumları, etkinlikleri, genel yayın politikaları, ideolojik yapıları ve siyasi tandansları gibi kriterler göz önünde bulundurulmuştur. Birbirinden birçok noktada farklılık gösteren bu gazetelerin gündeminin belirlenmesi amacıyla, gazetelerin vitrini olarak kabul edilen ve en önemli haber ve konuların taşındığı birinci sayfalarındaki haberler taranmış, diğer sayfalar kapsam dışı bırakılmıştır. Ulusal ve yerel gazetelerde yer alan haberler, genel kategorilere ayrılmak suretiyle karşılaştırmaya tabi tutulmuş, gündemlerin uyuşup uyuşmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Daha sonra gazetelerde siyasal gündeme dair ele alınan konuların genel bir değerlendirmesi yapılarak, oluşturulan alt kategoriler kıyaslanmış; her iki gündem arasında ortak olma ve öne çıkma durumları belirlenmeye çalışılmıştır.

Çalışma, 22-31 Ekim 2015 tarihleri arasında 10 günlük dönemi kapsamaktadır. Bu dönemin seçilmesinde; 1 Kasım 2015 Milletvekilliğı Genel Seçimleri’nin, Türk siyasi tarihinde bir dönüm noktası olarak görülmesi etkili olmuştur. 7 Haziran’da yapılan genel seçimlerde hiçbir parti tek başına hükümeti kurabilecek milletvekilliğı yeter sayısını elde edememiş, Meclis’e giren 4 parti arasında yapılan koalisyon görüşmeleri sonuçsuz kalmıştır. Anayasa gereğı 45 günlük süre içerisinde hükümet kurulamadığı için, Türkiye tarihinde ilk kez, Cumhurbaşkanı, Meclis’i feshederek, ülkeyi yeniden erken genel seçime götürme kararı almıştır. Bu süreç, aynı zamanda siyasi bir kriz dönemi olarak da adlandırılmaktadır. Dolayısıyla basının, ülkenin geleceğini yakından ilgilendiren bu kriz ortamında oynadığı rol ve ön plana çıkardığı

konular,büyük önem taşımaktadır. Bu rolün hem ulusal hem de yerel çapta belirlenebilmesi için seçimlerden önceki 10 günlük süre, makul bir zaman aralığı olarak değerlendirilmektedir.

Bu çalışmada, basının gündeminde yer alan konuların tespiti için nicel içerik çözümlemesi yöntemine başvurulmuş; bu bağlamda konu analizi tekniği dikkate alınmıştır.Gündem belirleme araştırmalarında sıklıkla kullanılan içerik analizi, Berelson tarafından, “iletişimin içeriğinin objektif, sistematik ve sayısal tanımlarını yapan bir araştırma tekniği” olarak tanımlanmıştır. Fiske ise içerik çözümlemesinin amacını; “iletilerin açık, aşikâr içeriğinin nesnel, ölçülebilir ve doğrulanabilir bir açıklamasını yapabilmek” olarak açıklamaktadır.(Akt: Terkan, 2007:569). Niceliksel içerik analizi, temelinde mesaj öğelerinin sayısal ya da yüzdesel bir oranda ne kadar sıklıkta görüldüğünün tespit edilmesini sağlamaktadır. İçerik analizi, araştırma probleminin tanımlanması, örneklemin alınması ve depolanması ve son olarak verilerin analiz edilip yorumlanması aşamalarından meydana gelmektedir (Erdoğan,2006: 58).Konu analizi tekniği; iletişim alanında yapılan çalışmalarda, özellikle yazılı ve görsel basın materyallerini esas alarak, konu ve olayların yoğunluklarını tespit etmeye yarar. Buteknik yerel basın alanında ve özellikle de siyasi içerikli haberler, seçim kampanyaları ile ilgili haberler vb. konuların analizi için kullanılmaktadır. İçerik çözümlemesinde; en önemli unsurlardan biri,ele alınan konuların kategorileştirilmesidir. Yapılan kategorileştirme işlemi,gerek genel kategorilerin gerekse alt kategorilerin oluşturulmasında hangi konunun, hangi kategori altında sunulacağı önem taşımaktadır. Çalışma; gündem belirleme, araştırma yaklaşımı doğrultusunda “gündemler arası karşılaştırma” tekniği ile yapılandırılmaya çalışılmıştır. Bu yaklaşım; zamanın herhangi bir bölümünde ele alınan gündemler arasında en fazla önem verilen konuların öncelik sırasını ifade etmektedir. (Terkan, 2007: 568-570).

Çalışmada genel kategoriler ve bu kategoriler içerisinde yer alan konular belirlendikten sonra, hem ulusal hem de yerel basında çıkan siyasi içerikli haber ve konular; niteliği, üretim kaynağı, konumu, sunumu, yoğunluğu, yargısı, kapladığı alan, ilgi düzeyi, siyasal reklamlar gibi değişkenler etrafında kodlanmıştır.Elde edilen verilerle ilgili frekans tabloları ve çapraz tablolar oluşturulmuş, son olarak bu veriler analiz edilerek yorumlanmıştır.

Makalenin sonuç kısmında, ulusal gazeteler ile yerel gazetelerin gündemleri arasındaki benzerlik ve farklılıkların nedenleri irdelenmiş, gündemler arasındaki ilişkinin sonuçları ortaya konmaya çalışılmıştır.

4.Bulgular

Tablo 1: Gazetelerdeki Haber Sayısı
1.1: Ulusal Gazetelerdeki Haber Sayısı

Gazete Adı	Haber Sayısı(n)	Yüzde %
Haber Türk	190	24,77%
Cumhuriyet	131	17,08%
Hürriyet	145	18,90%
Milliyet	150	19,56%
Sabah	151	19,69%
TOPLAM	767	100%

Ulusal basında çıkan haber sayılarına göre gazetelerin dağılımları incelendiği zaman Haber Türk gazetesi %25, Cumhuriyet %17, Hürriyet %19, Milliyet %20 ve Sabah %20 olarak tespit edilmiştir. Haber Türk Gazetesi'nin diğer gazetelere göre birinci sayfasından daha çok habere yer verdiği, Cumhuriyet Gazetesi'nin diğer gazetelere göre daha az haber vermeyi tercih ettiği görülmektedir. Diğer gazetelerin birinci sayfasında kullandıkları haber sayıları bir birine yakındır.

1.2: Yerel Gazetelerdeki Haber Sayısı

Gazete Adı	Haber Sayısı(n)	Yüzde %
Büyük Kayseri	102	18,44%
Kayseri Anadolu Haber	114	20,61%
Kayseri Star Haber	110	19,89%
Kayseri Haber	132	23,87%
Kayseri Olay	95	17,18%
TOPLAM	553	100%

Kayseri ilinde yerel basında çıkan haber sayılarının gazetelere göre dağılımları incelendiği zaman Büyük Kayseri %18, Kayseri Anadolu Haber% 21, Kayseri Star Haber % 20, Kayseri Haber % 24 ve Kayseri Olay % 17 olarak tespit edilmiştir. Kayseri Haber Gazetesi, diğer gazetelere göre daha çok haberi birinci sayfasında kullanmıştır. Kayseri Olay Gazetesi, yerel gazeteler içinde en az habere yer veren gazete olurken, diğer gazetelerin haber sayıları birbirine yakındır.

Çalışmada, ulusal gazete ve yerel gazetelerin birinci sayfalarında yayınladıkları haber sayıları arasında önemli bir farkın olduğu belirlenmiştir. Bu dönemde ele alınan ulusal gazeteler 767 adet haberi ilk

sayfalarında kullanırken, bu sayı yerel gazetelerde 553 olarak gerçekleşmiştir. Gazetelerin, ilk sayfalarında kullandığı haber sayılarında % 16 oranında fark olduğu görülmektedir. Ulusal gazetelerin günlük haber ortalaması 77 olarak çıkmıştır. Yerel gazetelerin günlük haber ortalaması ise 55'te kalmıştır. İncelenen dönemde ulusal gazetelerdeki haber sayısının yerel gazetelere göre fazla olması, yerel gazetelerin; biri dışında (Kayseri Anadolu Haber) pazar günleri yayınlanmamasının da etkisi bulunmaktadır.

Tablo 2: Gazetelerdeki Haber Kategorileri
2.1:Ulusal Gazetelerdeki Haber Kategorileri

Haber Kategorileri	Gazeteler										Toplam
	Haber Türk		Cumhuriyet		Hürriyet		Milliyet		Sabah		
	n	% yüzde	n	% yüzde	n	% yüzde	n	% yüzde	n	% yüzde	
Siyasi	52	27 %	42	32 %	44	30 %	53	35 %	21	14 %	212
Yargı-Polis-Adliye	33	17 %	30	23 %	31	21 %	20	13 %	27	18 %	141
Diğer *	29	15 %	26	20 %	29	20 %	28	19 %	26	17 %	138
Terör	18	9 %	10	8 %	12	8 %	16	11 %	22	15 %	78
Spor	17	9 %	7	5 %	9	6 %	12	8 %	17	11 %	62
Magazin	18	9 %	1	1 %	10	7 %	6	4 %	23	15 %	58
Ekonomi	10	5 %	5	4 %	4	3 %	2	1 %	2	1 %	23
Sağlık	5	3 %	2	2 %	4	3 %	4	3 %	5	3 %	20
Bilim-Teknik-Yenilik	4	2 %	2	2 %	-		1	1 %	4	3 %	11
Kültür-Sanat	2	1 %	4	3 %	-		2	1 %	1	1 %	9
Eğitim	1	1 %	-		2	1 %	4	3 %	-		7
Çevre-Tarım	1	1 %	2	2 %	-		1	1 %	3	2 %	7
Yerel Yönetimler	-	0 %	-		-		1	1 %	-		1
Toplam Yüzde	190	25 %	131	17 %	145	19 %	150	20 %	151	20 %	767

*Diğer: Dış politika, Sosyal Konular, Medya vs.

Ulusal gazetelerdeki haber kategorilerine bakıldığında, ulusal gündemde ele alınması beklenen konulara yer verildiği görülmektedir. Tablo 2.1'de görüldüğü gibi, ulusal gazetelerde ele alınan konular sırasıyla değerlendirildiğinde; 767 haberin; % 28'ini siyasi, % 18'ini yargı-polis-adliye, % 18'ini diğer, % 10'unu terör, % 8'ini spor, % 7'sini magazin, % 3'ünü ekonomi, % 3'ünü sağlık, % 2'sini kültür-sanat, % 1'ini bilim-teknik-yenilik, % 1'ini ekonomi, % 1'ini eğitim haberleri oluşturmaktadır. Ulusal gazetelerde, bu dönemde en az oranda yerel yönetimler haberlerine yer ayrılmıştır. Haber Türk, Cumhuriyet, Hürriyet ve Milliyet gazetelerinde, bu dönemde en çok siyasi içerikli haberlere yer verilirken, Sabah Gazetesi'nde yargı-polis-adliye ağırlıklı haberler ilk sırayı kaplamış, siyasi haberler üçüncü sırada yer almıştır. Bu dönemde Milliyet Gazetesi'nde çıkan 1 adet yerel yönetimler haberleri dışında, ulusal gazetelerde bu türde herhangi bir haber bulunmamaktadır.

2.2: Yerel Gazetelerdeki Haber Kategorileri

Haber Kategorileri	Gazeteler										Toplam
	Büyük Kayseri		Kayseri Anadolu Haber		Kayseri Star Haber		Kayseri Haber		Kayseri Olay		
	n	%Yüzde	n	%Yüzde	n	%Yüzde	n	%Yüzde	n	%Yüzde	
Siyasi	31	30 %	42	37 %	34	31 %	44	33 %	53	56 %	204
Yerel Yönetimler	10	10 %	11	10 %	15	14 %	35	27 %	17	18 %	88
Yargı-Polis-Adliye	12	12 %	21	18 %	33	30 %	9	7 %	6	6 %	81
Diğer *	21	21 %	19	17 %	9	8 %	18	14 %	12	13 %	79
Ekonomi	3	3 %	9	8 %	3	3 %	7	5 %	1	1 %	23
Spor	11	11 %	6	5 %	3	3 %		0 %	1	1 %	21
Eğitim	5	5 %		0 %	7	6 %	7	5 %		0 %	19

Sağlık	3	3 %	2	2 %	1	1 %	6	5 %	2	2 %	14
Çevre-Tarım	3	3 %	2	2 %	1	1 %	3	2 %		0 %	9
Terör	1	1 %	1	1 %	2	2 %	1	1 %	1	1 %	6
Kültür-Sanat	2	2 %	1	1 %	1	1 %	2	2 %		0 %	6
Bilim-Teknik-Yenilik		0 %		0 %		0 %		0 %	2	2 %	2
Magazin		0 %		0 %	1	1 %				0 %	1
TOPLAM	102	18 %	114	21 %	110	20 %	132	24 %	95	17 %	553

*Diğer: Dış politika, Sosyal Konular, Medya vs.

Yerel gazetelerde ele alınan konular incelendiğinde 553 haberin; % 37'si siyasi, % 16'sı yerel yönetimler, % 15'i yargı-polis-adliye, % 14'ü diğer, % 4'ü ekonomi, % 4'ü spor, % 3'ü eğitim, % 2'si sağlık, % 2'si çevre-tarım, %2'si terör,% 1'i kültür-sanat haberleridir. İncelenen gazetelerin tamamında siyasi içerikli haberler, ilk sırada yer almıştır. Yerel gündeme uygun olarak yerel yönetim haberleri, yerel gazeteler tarafından sıklıkla kullanılırken, magazin haberleri en az yer verilen haberler olmuştur.

Tablo 3:Gazetelerdeki Haberlerin Yoğunlukları
Tablo 3. 1:Ulusal Gazetelerdeki Haberlerin Yoğunlukları

Konu	Haber Türk		Cumhuriyet		Hürriyet		Milliyet		Sabah		X ²
	n	%yüzde	n	%yüzde	n	%yüzde	n	%yüzde	n	%yüzde	
Siyasi	52	27 %	42	32 %	44	30 %	53	35 %	21	14 %	28,02
Yargı-Polis-Adliye	33	17 %	30	23 %	31	21 %	20	13 %	27	18 %	
Diğer*	29	15 %	26	20 %	29	20 %	28	19 %	26	17 %	
Terör	18	9 %	10	8 %	12	8 %	16	11 %	22	15 %	p=0,01
Spor	17	9 %	7	5 %	9	6 %	12	8 %	17	11 %	
Magazin	18	9 %	1	1 %	10	7 %	6	4 %	23	15 %	
Ekonomi	10	5 %	5	4 %	4	3 %	2	1 %	2	1 %	

*Diğer: Dış politika, Sosyal Konular, Medya vs.

Çalışmada ulusal gazetelerde yer alan haberlerin konularına göre gazetelerde yer alma oranları üzerinde bir etkisinin olup olmadığının testi için (X²)Ki-kare analizi uygulanmıştır. Grupların kendi içlerinde heterojen olma durumları nedeni ile grup indirgemesi yapılamadığı için (en çok haber yapılan 7 konu seçilmiştir) bazı gözlemler analiz dışı bırakılmak zorunda kalmıştır. Analiz sonucunda elde edilen değerler aşağıdaki tablolarda özet olarak verilmektedir.

Elde edilen sonuçlara göre Haber Türk, Cumhuriyet, Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinin yaptıkları haberlerin konularına göre yayımladıkları haber sayılarının farklı olduğu gözlemlenmiştir (X²=28,02, p<0,05). Farklılığın sebebi incelediği zaman, Sabah Gazetesi'nin yaptığı siyasi haber sayısı ve ekonomi haberleri sayısı diğer gazetelere oranla daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Cumhuriyet ve Hürriyet gazetelerinde ise diğer konuların daha çok işlendiği görülmektedir. Sabah Gazetesi'nde terör, spor ve magazin olayları Haber Türk, Cumhuriyet, Hürriyet, Milliyet gazetelerine göre daha yüksek oranda işlenmektedir. Cumhuriyet Gazetesi'nde ise magazin diğer gazetelere göre daha az oranda işlenmiştir. Ekonomi haberleri en yüksek oranda Haber Türk Gazetesi'nde yer almıştır. Sabah Gazetesi dışındaki 4 gazetenin en çok ele aldığı konu, siyaset olmuştur. Sabah Gazetesi'nde siyasi haberlere üçüncü sırada yer verilmiştir.

Tablo 3.2:Yerel Gazetelerdeki Haberlerin Yoğunlukları

Konu	Büyük Kayseri		Kayseri Anadolu Haber		Kayseri Star Haber		Kayseri Haber		Kayseri Olay		X ²
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Siyasi	31	30 %	42	37 %	34	31 %	44	33 %	53	56 %	19,23
Yerel Yönetimler	10	10 %	11	10 %	15	14 %	35	27 %	17	18 %	

Yargı-Polis-Adliye	12	12 %	21	18 %	33	30 %	9	7 %	6	6 %	p=0,01
Diğer*	21	21 %	19	17 %	9	8 %	18	14 %	12	13 %	
Ekonomi	3	3 %	9	8 %	3	3 %	7	5 %	1	1 %	

*Diğer: Dış politika, Sosyal Konular, Medya vs.

Çalışmada yerel gazetelerde yer alan haberlerin konularına göre gazetelerde yer alma oranları üzerinde bir etkisinin olup olmadığının testi için (X^2)Ki-kare analizi uygulanmıştır. Grupların kendi içlerinde heterojen olma durumları nedeni ile grup indirgemesi yapılamadığı için (en çok haber yapılan 5 konu seçilmiştir) bazı gözlemler analiz dışı bırakılmak zorunda kalmıştır. Analiz sonucunda elde edilen değerler, aşağıdaki tablolarda özet olarak verilmektedir.

Elde edilen sonuçlara göre yerel gazetelerinin yaptıkları haberlerin konularına göre yayımladıkları haber sayılarının farklı olduğu gözlemlenmiştir ($X^2=19,32$, $p<0,05$).Farklılıkların sebebi olarak Kayseri Olay Gazetesi'nin diğer yerel gazetelere göre daha yüksek oranda siyasi haber yapması olarak belirlenmiştir. Kayseri Haber Gazetesi daha çok yerel yönetimler hakkında haber yapmaktadır. Kayseri Haber ve Kayseri Olay gazetelerinin diğer gazetelere oranla daha az oranda yargı-polis-adliye konularını içeren haberler yaptıkları gözlemlenmektedir. Büyük Kayseri Gazetesi Dış politika, sosyal konular, medya konularında diğer gazetelere oranla yüksek oranda haber yapmaktadır. Kayseri Anadolu Haber Gazetesi ise diğer yerel gazetelere göre daha yüksek oranda ekonomi haberi yapmaktadır. Yerel gazetelerin tamamında, en çok yer alan haberler, siyasi haberler olarak tespit edilmiştir.

Ulusal ve yerel gazetelerin gündemleri karşılaştırıldığında; hem ulusal hem de yerel gazetelerin, bu dönemde, en çok siyasi içerikli haberlere ilk sayfalarında yer verdikleri tespit edilmiştir. Siyasi haberler, gündemin ilk sırasını kapladığı için siyasal gündemler arasında bir paralellik söz konusudur. Ulusal gazeteler, 767 haberin % 28'ini, yerel gazeteler ise 553 haberin %37'sini siyasi haberlere ayırmıştır. Yerel gazetelerin, ulusal gazetelere göre % 9 daha fazla siyasi haberleri ilk sayfalarına taşıdığı görülmektedir. Gazetelerin ele aldığı konular kategorisinde ilk 5 sıraya bakıldığında; siyaset haberleriyle birlikte yargı-polis-adliye, diğer ve ekonomi haberleri yer almaktadır. Buna karşın, yerel gazetelerde sadece 1 tane magazin haberi yer alırken, ulusal gazetelerde magazin haberleri gündemin ilk sıralarında bulunmaktadır. Bununla beraber, ulusal gazetelerde yerel yönetimler haberi en son sıradadır; ancak yerel gazetelerde bu tür haberler, gündemin ikinci sırasına oturmuştur. Ulusal gazetelerin gündemine aldıkları ilk 5 haber kategorisi; Siyaset, yargı-polis-adliye, diğer, terör ve spor şeklinde olurken; yerel gazetelerde sırasıyla siyaset, yerel yönetimler, yargı-polis-adliye, diğer ve ekonomi haberleri şeklinde gerçekleşmiştir. Terör, spor, ekonomi ve yerel yönetim konuları, ulusal ve yerel gazetelerin gündemleri karşılaştırıldığında farklılık göstermiştir.

Tablo 4: Haberlerin Kaynağı

Tablo 4.1: Ulusal Gazetelerdeki Haberlerin Kaynağı

Haberlerin Üretimi	Gazeteler										X^2
	Haber Türk		Cumhuriyet		Hürriyet		Milliyet		Sabah		
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Kendi Üretimi	133	70 %	98	75 %	97	67 %	99	66 %	99	66 %	22,99
Belirtilmemiş	50	26 %	28	21 %	25	17 %	17	11 %	44	29 %	
Ajans	7	4 %	5	4 %	23	16 %	34	23 %	8	5 %	0,01
TOPLAM	190	100 %	131	100 %	145	100 %	150	100 %	151	100 %	

Çalışmada ulusal gazetelerde yer alan haberlerin üretim şekline göre gazetelerde yer alma oranları üzerinde bir etkisinin olup olmadığının testi için (X^2)Ki-kare analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda elde edilen değerler aşağıdaki tablolarda özet olarak verilmektedir.

Elde edilen sonuçlara göre Haber Türk, Cumhuriyet, Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinin yaptıkları haberlerin kaynaklarına göre farklı olduğu gözlemlenmiştir ($X^2=22,99$, $p<0,05$). Farklılığın sebebi incelediği zaman; Hürriyet, Milliyet gazetelerinin daha çok ajans haberlerine yer vermeleri olduğu, Milliyet Gazetesi'nde kaynağı belirtilmemiş haber sayısının diğer gazetelere göre daha düşük olduğu görülmüştür.

Tablo 4.2: Yerel Gazetelerdeki Haberlerin Kaynağı

Haberlerin Üretimi	Gazeteler										X^2
	Büyük Kayseri		Kayseri Anadolu Haber		Kayseri Star Haber		Kayseri Haber		Kayseri Olay		
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Kendi Üretimi	57	56 %	28	25 %	62	56 %	33	25 %	37	39 %	32,37
Ajans	26	25 %	59	52 %	24	22 %	25	19 %	3	3 %	

Basın Bülteni	18	18 %	12	11 %	23	21 %	60	45 %	30	32 %	0,01
Belirtilmemiş	1	1 %	15	13 %	1	1 %	14	11 %	25	26 %	
TOPLAM	102	100 %	114	100 %	110	100 %	132	100 %	95	100 %	

Çalışmada, yerel gazetelerde yer alan haberlerin üretim biçimine göre gazetelerde yer alma oranları üzerinde bir etkisinin olup olmadığının testi için (X^2)Ki-kare analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda elde edilen değerler aşağıdaki tablolarda özet olarak verilmektedir.

Elde edilen sonuçlara göre yerel gazetelerinin yaptıkları haberlerin kaynaklarına göre farklı olduğu gözlemlenmiştir ($X^2=32,37$, $p<0,05$).Farklılıkların sebebi;Kayseri Olay ve Kayseri Haber gazetesi diğer yerel gazetelere göre daha yüksek oranda basın bülteni kaynaklı haberler kullanması olarak belirlenmiştir. Büyük Kayseri ve Kayseri Star Haber gazeteleri daha az oranda kaynağı belirtilmemiş haber yaptıkları tespit edilmiştir.

Ulusal ve yerel gazetelerin haber yapma pratikleri ve haber üretim süreçlerinin anlaşılması için, çalışma dönemi içerisinde yapılan haberlerin ne şekilde üretildiği Tablo 4.1 ve Tablo 4.2 eşliğinde incelenmiştir. Bu bağlamda, ulusal gazeteler haberlerin % 69'unun kendi üretimi olduğunu belirtirken, yerel gazetelerde bu oran %39'a düşmektedir. Ulusal gazetelerin ajans haberi kullanım oranı % 10, yerel gazetelerin ise % 25'tir. Ulusal gazeteler, kullanılan haberlerin %21'inin kaynağını belirtmezken, yerel gazeteler 10'unu belirtmemişlerdir. Gazeteler arasındaki en önemli fark ise, kurumlar tarafından gönderilen basın bültenlerinin haberlerin kaynağı olarak gösterilmesinde ortaya çıkmıştır. Ulusal gazeteler, hiçbir haberin kaynağını basın bülteni olarak göstermezken, yerel gazeteler haberlerin %26'sını basın bülteninden alındığı ifadesine yer vermişlerdir. Tablo 4.1 ve Tablo 4.2'den anlaşılacağı üzere, ulusal gazeteler ile yerel gazetelerin haber üretim ve yayım süreçleri arasında farklılık görülmektedir. Ulusal gazetelerin yayımladıkları haberlerin çok büyük bir bölümü kendi haber merkezleri tarafından karşılanırken, yerel gazetelerin bu konuda ajans ve basın bültenlerine bağımlı oldukları belirlenmiştir.

Tablo 5: Siyasi Haberlerin Partilere Göre Dağılımı
Tablo 5.1: Ulusal Gazetelerdeki Siyasi Haberlerin Partilere Göre Dağılımı

Siyasi Parti	Siyasi Partilerin Gazetelerde Yer Alma Sıklığı										X^2
	Haber Türk		Cumhuriyet		Hürriyet		Milliyet		Sabah		
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
AK Parti	16	31 %	18	43 %	13	30 %	25	47 %	14	67 %	32,56
CHP	11	21 %	8	19 %	13	30 %	14	26 %	2	10 %	
MHP	10	19 %	2	5 %	5	11 %	9	17 %		0 %	
HDP	6	12 %	3	7 %	5	11 %	-	0 %	1	5 %	
Diğer	9	17 %	11	26 %	8	18 %	5	9 %	4	19 %	
TOPLAM	52	100 %	42	100 %	44	100 %	53	100 %	21	100 %	0,01

Çalışmada, ulusal gazetelerde yer alan haberlerin partilere göre oranları üzerinde bir etkisinin olup olmadığının testi için (X^2)Ki-kare analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda elde edilen değerler aşağıdaki tablolarda özet olarak verilmektedir.

Elde edilen sonuçlara göre Haber Türk, Cumhuriyet, Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinin yaptıkları haberlerin partilere göre farklı olduğu gözlemlenmiştir ($X^2=32,56$, $p<0,05$). Farklılığın sebebi incelediği zaman, Sabah ve Milliyet Gazetesi'nin diğer gazetelere göre daha yüksek oranda AK Parti haberlerine yer verdiği, Hürriyet ve Milliyet gazetelerinin ise daha yüksek oranda CHP ile ilgili haber yaptıkları, Haber Türk ve Hürriyet gazetelerinin ise daha yüksek oranda MHP haberi yaptıkları tespit edilmiştir. Cumhuriyet Gazetesi'nde ise diğer gazetelere oranla daha yüksek oranda diğer parti haberlerinin yer aldığı görülmektedir.

Tablo 5.2: Yerel Gazetelerdeki Haberlerin Partilere Göre Dağılımı

Siyasi Parti	Siyasi Partilerin Gazetelerde Yer Alma Sıklığı										X^2
	Büyük Kayseri		Kayseri Anadolu Haber		Kayseri Star Haber		Kayseri Haber		Kayseri Olay		
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
AK Parti	12	39 %	22	52 %	10	29 %	24	55 %	14	26 %	25,31
CHP	9	29 %	6	14 %	15	44 %	8	18 %	17	32 %	
MHP	5	16 %	7	17 %	5	15 %	5	11 %	19	36 %	
Diğer	5	16 %	7	17 %	4	12 %	7	16 %	3	6 %	
TOPLAM	31	100 %	42	100 %	34	100 %	44	100 %	53	100 %	0,01

Çalışmada, yerel gazetelerde yer alan haberlerin partilere göre oranları üzerinde bir etkisinin olup olmadığının testi için (X^2)Ki-kare analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda elde edilen değerler aşağıdaki tablolarda özet olarak verilmektedir.

Elde edilen sonuçlara göre yerel gazetelerinin yaptıkları haberlerin partilere göre farklı olduğu gözlemlenmiştir ($X^2=25,31$, $p<0,05$). Farklılığın sebebi incelediği zaman Kayseri Anadolu Haber ve Kayseri Habergazetelerinin diğer gazetelere göre daha yüksek oranda AK Parti haberlerine yer verdikleri; Kayseri Olay Gazetesi'nin ise daha yüksek oranda CHP ve MHP ile ilgili haber yaptığı belirlenmiştir. Kayseri Olay Gazetesi'nin diğerlerine oranla daha düşük oranda diğer parti haberlerinin yer aldığı görülmektedir.

Tablo 5.3: Ulusal ve Yerel Gazetelerdeki Siyasi Haberlerin Partilere Göre Dağılımı

Medyada Çıkan Haber Sayısı	Siyasi Partiler									
	AK Parti		CHP		MHP		HDP		Diğer	
Basın	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Ulusal	86	41 %	48	23 %	26	12 %	15	7 %	37	17 %
Yerel	82	40 %	55	27 %	41	20 %	0	0 %	26	13 %

Ulusal ve yerel gazetelerdeki siyasal gündem arasında anlamlı bir ilişki söz edilebilmesi için yapılan siyasi haberlerin karşılaştırılması gerekmektedir. Çalışma dönemi içerisinde hem ulusal hem de yerel gazeteler, Meclis'te grubu bulunan 4 siyasi parti içerisinde en çok AK Parti'nin haberini yapmışlardır. AK Parti'nin haberlerinin, siyasi haberlere oranı; 212 siyasi habere yer veren ulusal gazetelerde % 41, 204 siyasi haber yapan yerel gazetelerde % 40'tır. İkinci sırada yer verilen CHP ulusal gazetelerde % 23, yerel gazetelerde ise % 27 oranında yer almıştır. Ulusal gazeteler MHP'ye üçüncü sırada % 12, yerel gazeteler de yine üçüncü sırada % 20 oranında yer vermişlerdir. Ulusal gazeteler HDP'ye % 7 oranında yer verilirken, yerel gazetelerde HDP'nin haberleri hiçbir şekilde kullanılmamıştır. Seçim ve diğer siyasi partileri kapsayan haberlerin ulusal gazetelerdeki oranı % 17 olarak gerçekleşmiştir. Yerel gazetelerde bu oran % 13'te kalmıştır. Veriler göz önüne alındığında, ulusal ve yerel gazetelerin, siyasi partilere yer verme sıklığının bir birine benzerlik gösterdiği, diğer siyasi haberlere de birbirlerine yakın oranda yer verdikleri anlaşılmaktadır. Bu bağlamda ulusal ve yerel gazetelerde siyasal gündem arasında benzerlikten söz edilebilmektedir.

Tablo 6: Siyasi Parti Haberlerinin Kapladığı Alan

Tablo 6.1: Ulusal Gazetelerdeki Siyasi Parti Haberlerinin Kapladığı Alan

Siyasi Parti	Haberlerin Kapladığı Alan (CM)						
	Haber Türk	Cumhuriyet	Hürriyet	Milliyet	Sabah	Toplam	Yüzde
AK Parti	2027	1094	921	1957	1725	7724	43 %
CHP	1308	1054	835	1035	25	4257	24 %
MHP	364	68	216	540	-	1188	6 %
HDP	107	173	165	-	21	466	3 %
Diğer	429	1242	1386	191	1074	4322	24 %
TOPLAM	4235	3631	3523	3723	2845	17957	100 %

Çalışmada, gazetelerin yer verdikleri siyasi parti haberlerinin kapladığı alan; haberin okuyucu üzerinde oluşturacağı önemlilik algısını etkilediği için santimetre cinsinden hesaplanmıştır. Haberlerin, büyük veya küçük biçimde sunulması, bir haberin gazete tarafından önem sırasına göre dizilmesi ve sunulması anlamına gelebilmektedir.

Ulusal gazetelerde yer alan siyasi haberler içerisinde en büyük alanın AK Parti ile ilgili haberlere ayrıldığı tespit edilmiştir. AK Parti haberleri, ulusal gazetelerde yer alan haberlerin % 43'ünü kaplarken, diğer siyasi haberler % 24'ünü oluşturmuştur. CHP haberleri % 24, MHP haberleri % 6, HDP haberleri % 3 oranında yer bulmuştur.

Tablo 6.2: Yerel Gazetelerdeki Siyasi Parti Haberlerinin Kapladığı Alan

Siyasi Parti	Haberlerin Kapladığı Alan (CM)						Toplam	Yüzde
	Büyük Kayseri	Kayseri Anadolu Haber	Kayseri Star Haber	Kayseri Haber	Kayseri Olay			
AK Parti	1819	3651	423	4284	1156	11333	52 %	
CHP	922	182	1240	476	1273	4093	19 %	
MHP	326	625	202	283	2346	3782	17 %	
HDP	-	-	-	-	-	-	-	
Diğer	633	308	872	660	84	2557	12 %	
TOPLAM	3700	4766	2737	5703	4859	21765	100 %	

Yerel gazetelerde yer verilen siyasi içerikli haberlere bakıldığında; AK Parti haberlerinin diğer siyasi haberlerin iki katından fazla alan kapladığı görülmektedir. AK Parti haberlerinin kapladığı alan; siyasi

haberlerin toplamının % 52'sini oluşturmuştur. CHP haberlerine % 19, MHP haberlerine % 17, diğer haberlere % 12 alan ayrılmıştır. HDP ile ilgili haber bulunmamaktadır.

Ulusal ve yerel gazeteler, sayısal olarak AK Parti haberlerine daha fazla yer verdikleri gibi, haberlerin kapladığı alan incelendiğinde de yine AK Parti'nin haberlerinin çok fazla ön plana çıkarıldığı görülmektedir. Gazeteler sırasıyla, en çok AK Parti, ikinci CHP, üçüncü MHP, dördüncü diğer ve beşinci olarak HDP haberlerine alan ayırmışlardır. Haberlerin kapladığı alan incelendiğinde; gazetelerin haberi yansıtma biçimleri arasında benzerlik söz konusudur. Tablo 6.1 ve Tablo 6.2 karşılaştırıldığında, yerel gazetelerin, siyasi haberlere ulusal gazetelere göre çok daha fazla alan ayırdığı görülmektedir.

Tablo 7: Siyasi Haberlerin Partilere Göre Yargısı
Tablo 7.1: Ulusal Gazetelerdeki Siyasi Haberlerin Partilere Göre Yargısı

Haberin Yargısı	Siyasi Partiler										X ²
	AK Parti		CHP		MHP		HDP		Diğer		
Haber	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Olumlu	11	13 %	6	13 %	0	0 %	2	13 %	5	14 %	26,49
Olumsuz	17	20 %	2	4 %	0	0 %	1	7 %	1	3 %	
Nötr	58	67 %	40	83 %	26	100 %	12	80 %	31	84 %	0,01
TOPLAM	86	100 %	48	100 %	26	100 %	15	100 %	37	100 %	

Çalışmada, ulusal gazetelerde yer alan haberlerin partilere göre olumlu, olumsuz veya tarafsız olma farklılığını test etmek amacı ile (X²)Ki-kare analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda elde edilen değerler aşağıdaki tablolarda özet olarak verilmektedir.

Sonuçlara göre ulusal basında çıkan haberlerin partilere göre olan dağılımının birbirlerinden farklı olduğu tespit edilmiştir (X²=26,49, p<0,05). MHP Lehine çıkan olumlu haberlerin diğer partilere göre daha düşük oranlı olduğu görülmektedir. AK Parti için çıkan olumsuz haberlerin oranının diğer partilere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca AK Parti için çıkan nötr haberlerin oranının diğer partilere göre daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 7.2: Yerel Gazetelerdeki Siyasi Haberlerin Partilere Göre Yargısı

Haberin yargısı	Siyasi Partiler								X ²
	AK Parti		CHP		MHP		Diğer		
Haber	n	%	n	%	n	%	n	%	
Olumlu	14	17 %	8	15 %	9	22 %	1	4 %	25,63
Olumsuz	6	7 %	4	7 %	0	0 %	1	4 %	
Nötr	62	76 %	43	78 %	32	78 %	24	92 %	0,01
TOPLAM	82	100 %	55	100 %	41	100 %	26	100 %	

Çalışmada, yerel gazetelerde yer alan haberlerin partilere göre olumlu, olumsuz veya tarafsız olma farklılığını test etmek amacı ile (X²)Ki-kare analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda elde edilen değerler aşağıdaki tablolarda özet olarak verilmektedir.

Sonuçlara göre yerel basında çıkan haberlerin partilere göre olan dağılımının birbirlerinden farklı olduğu tespit edilmiştir (X²=2,63, p<0,05). MHP Lehine çıkan olumlu haberlerin diğer partilere göre daha yüksek oranlı olduğu görülmektedir. MHP için çıkan olumsuz haberlerin oranının diğer partilere göre daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmada, gazetelerde yer verilen siyasi içerikli haberlerin partilere göre yönelimi de incelemeye tabi tutulmuştur. Bir haberin içerdiği yargı, gündemi oluşturmada önem arz etmektedir. Tablo 7.1 ve Tablo 7.2'de de görüleceği üzere; Ulusal gazetelerde kullanılan AK Parti haberlerinin % 13'ü olumlu yargı içerirken, % 20'si olumsuz, % 67'si ise tarafsız olarak yansıtılmıştır. CHP'nin haberlerinin % 83'ü yansız, % 13'ü olumlu, % 4'ü olumsuz yargı içermektedir. MHP haberlerinin tamamı tarafsız olarak sunulurken, HDP haberlerinin % 80'i nötr, % 13'ü olumlu, % 7'si ise olumsuz yargı içerecek şekilde verilmiştir. Diğer haberler, %84 tarafsız, %14 olumlu, %4 ise olumsuzdur. Yerel gazetelerde yapılan AK Parti haberlerinin % 17'si olumlu, % 7'si olumsuz, % 76'sı tarafsızdır. CHP haberlerinin % 78'inötr, % 22'si olumlu yansıtılırken, MHP haberlerinin % 78'i nötr, % 22'si olumlu şekilde kullanılmıştır. HDP ile ilgili herhangi bir habere yer verilmezken, diğer seçim ve siyasi parti haberlerinin % 92'si nötr, % 4'ü olumlu, % 4'ü ise olumsuz bir biçimde yansıtılmıştır.

Tablo 8: Siyasi Haberlerin Sunum Şekli
Tablo 8.1: Ulusal Gazetelerdeki Haberlerin Sunum Şekli

Sunum Şekli	Siyasi Partiler																				X ²
	AK Parti				CHP				MHP				HDP				Diğer				
	M	%	M+G	%	M	%	M+G	%	M	%	M+G	%	M	%	M+G	%	M	%	M+G	%	
Haber Türk	3	19 %	13	19 %	1	33 %	10	22 %	5	83 %	5	25 %	4	80 %	2	20 %	4	29 %	5	22 %	
Cumhuriyet	9	56 %	9	13 %	2	67 %	6	13 %	1	17 %	1	5 %	1	20 %	2	20 %	2	14 %	9	39 %	
Hürriyet	3	19 %	10	14 %	-	0 %	13	29 %	-	0 %	5	25 %	-	0 %	5	50 %	5	36 %	3	13 %	
Milliyet	-	0 %	25	36 %	-	0 %	14	31 %	-	0 %	9	45 %	-	0 %	-	0 %	3	21 %	2	9 %	
Sabah	1	6 %	13	19 %	-	0 %	2	4 %	-	0 %	-	0 %	-	0 %	1	10 %	-	0 %	4	17 %	
TOPLAM	16	100 %	70	100 %	3	100 %	45	100 %	6	100 %	20	100 %	5	100 %	10	100 %	14	100 %	23	100 %	

Çalışmada, ulusal gazetelerde yer alan haberlerin partilere göre metin ve metin + görsel içerme durumunun farklılığını test etmek amacı ile (X²)Ki-kare analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda elde edilen değerler aşağıdaki tablolarda özet olarak verilmektedir.

Gazetelerin ulusal basında yer alan haberlerinde metin ve metinle birlikte verilen görsel oranlarının Haber Türk, Cumhuriyet, Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinde farklılık göstermediği gözlemlenmiştir (X²=4,97, p>0,05).

Tablo 8.2: Yerel Gazetelerdeki Haberlerin Sunum Şekli

Sunum Şekli	Siyasi Partiler															
	AK Parti				CHP				MHP				Diğer			
	M	%	M+G	%	M	%	M+G	%	M	%	M+G	%	M	%	M+G	%
Büyük Kayseri	0	0 %	12	15 %	-	0 %	9	17 %	1	100 %	4	10 %	-		5	21 %
Kayseri Anadolu Haber	1	25 %	21	27 %	1	33 %	5	10 %	-	0 %	7	18 %	1	50 %	6	25 %
Kayseri Star Haber	-	0 %	10	13 %	-	0 %	15	29 %	-	0 %	5	13 %	1	50 %	3	13 %
Kayseri Haber	2	50 %	22	28 %	-	0 %	8	15 %	-	0 %	5	13 %	-		7	29 %
Kayseri Olay	1	25 %	13	17 %	2	67 %	15	29 %	-	0 %	19	48 %	-		3	13 %
TOPLAM	4	100 %	78	100 %	3	100 %	52	100 %	1	100 %	40	100 %	2		24	100 %

Çalışmada, yerel gazetelerde yer alan haberlerin partilere metin ve metin ve görsel içerme durumunun farklılığını test etmek amacı ile (X²)Ki-kare analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda gazetelerin haberlerin sunum şekli arasında farklılık olmadığı gözlemlenmiştir.

Gazetelerin haberleri sunum şekli, okuyucular açısından önem taşımaktadır. Görsel ile birlikte sunulan haberlerin, mesajın hedef kitle tarafından fark edilmesinde ve belleğine yerleşmesinde daha etkili olduğu bilinmektedir. Ulusal gazeteler siyasi haberlerin % 79'unu metin ve görsel ile birlikte verirken, haberlerin % 21'lik kısmını sadece metin olarak vermişlerdir. Yerel gazetelerde ise bu oranlar daha yüksek oranda gerçekleşmiştir. Haberlerin %95'i metin ve görsel eşliğinde kullanılmış, sadece %5'lik bölümü metin biçiminde aktarılmıştır. Ulusal gazetelerde AK Parti ile ilgili haberlerin % 81'i, CHP ile ilgili haberlerin %94'ü, MHP ile ilgili haberlerin % 77'si, diğer haberlerin % 62'si, HDP ilgili haberlerin yüzde 67'si metin, görsel ile birlikte verilmiş, geri kalanı sadece metin olarak sunulmuştur. Yerel gazetelerde ise AK Parti haberlerinin % 95'i, CHP ile ilgili haberlerin yüzde 95'i, MHP ile ilgili haberlerin yüzde 98'i, diğer haberlerin % 92'si metin ve görsel birlikte verilmiş, geri kalanı ise metin olarak yansıtılmıştır.

Tablo 9:Siyasi Haberlerin Başlıklarının Veriliş Biçimi
Tablo 9.1:Ulusal Gazetelerdeki Siyasi Haberlerin Başlıklarının Veriliş Biçimi

Haber Başlıkları	Siyasi Parti										X ²
	AK Parti		CHP		MHP		HDP		Diğer		
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Alıntı	57	66 %	40	83 %	21	81 %	12	80 %	10	27 %	27,36
Betimleyici	7	8 %	2	4 %	5	19 %	1	7 %	17	46 %	
Yorum	22	26 %	6	13 %	-	0 %	2	13 %	10	27 %	
TOPLAM	86	100 %	48	100 %	26	100 %	15	100 %	37	100 %	

Çalışmada, ulusal gazetelerde yer alan haberlerin partilere göre başlık veriliş biçimine göre farklılığını test etmek amacı ile (X²)Ki-kare analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda elde edilen değerler yukarıdaki tablolarda özet olarak verilmektedir.

Sonuçlara göre ulusal basında çıkan haberler başlıklarının partilere göre olan dağılımının birbirlerinden farklı olduğu tespit edilmiştir(X²=27,36, p<0,05). MHP Lehine yorum içeren haber başlıklarının diğer partilere göre daha düşük oranlı olduğu görülmektedir. Diğer siyasi haberler için çıkan alıntı başlıkların daha düşük oranda olduğu tespit edilmiştir. Diğer siyasi haberler için çıkan betimleyici başlıkların daha yüksek oranda olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 9.2: Yerel Gazetelerdeki Siyasi Haberlerin Başlıklarının Veriliş Biçimi

Haber başlıkları	Siyasi Parti								X ²
	AK Parti		CHP		MHP		Diğer		
	n	Yüzde %	n	Yüzde %	n	Yüzde %	n	Yüzde %	
Alıntı	53	65 %	32	58 %	26	59 %	9	35 %	32,21
Betimleyici	20	24 %	17	31 %	14	32 %	16	62 %	
Yorum	9	11 %	6	11 %	1	2 %	1	4 %	
TOPLAM	82	100 %	55	100 %	41	93 %	26	100 %	

Çalışmada, yerel gazetelerde yer alan haberlerin partilere göre başlık veriliş biçimine göre farklılığını test etmek amacı ile (X²)Ki-kare analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda elde edilen değerler yukarıdaki tablolarda özet olarak verilmektedir.

Sonuçlara göre yerel basında çıkan haber başlıklarının partilere göre olan dağılımının birbirlerinden farklı olduğu tespit edilmiştir(X²=32,21, p<0,05). AK Parti için yorum içeren haber başlıklarının diğer partilere göre daha düşük oranlı olduğu görülmektedir. Diğer siyasi haberler için çıkan betimleyici haber başlıklarının daha yüksek oranda olduğu tespit edilmiştir. MHP için çıkan yorum içerikli haber başlıklarının diğer partilere göre daha düşük oranda olduğu tespit edilmiştir.

Haberin kapladığı alan, haberin metin veya görsel olarak sunumu kadar, haber başlığının içerdiği yargı da büyük önem taşımaktadır. Haber başlığının içerdiği yargı, okuyucunun haberin tamamını bu çerçevede okumasına, algılamasına ve yorumlamasına neden olabilmektedir. Çalışmada ele alınan gazeteler, siyasi içerikli haberlerin başlıklarını büyük ölçüde alıntı şeklinde vermişlerdir. Ulusal gazeteler, kullanılan haberlerin % 66'sının başlığını alıntı, % 19'ünü yorum, % 15'sini ise betimleyici başlık olarak kullanmışlardır. Yerel gazeteler ise haber başlıklarının % 59'unu alıntı, % 8'ini yorum, % 33'ünü ise betimleyici başlık çeşidini tercih etmişlerdir.

Tablo 10: Ulusal ve Yerel Gazetelerdeki Haberlerin Konumu

Siyasi Parti	Gazeteler											
	Ulusal						Yerel					
	Sürmanşet		Manşet		Diğer		Sürmanşet		Manşet		Diğer	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
AK Parti	1	20 %	10	71 %	75	39 %	3	100 %	17	52 %	62	37 %
CHP	2	40 %	1	7 %	45	23 %	0	0 %	6	18 %	49	29 %
MHP	0	0 %	0	0 %	26	13 %	0	0 %	6	18 %	35	21 %
HDP	0	0 %	0	0 %	15	8 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Diğer	2	40 %	3	21 %	32	17 %	0	0 %	4	12 %	22	13 %
TOPLAM	5	100 %	14	100 %	193	100 %	3	100 %	33	100 %	168	100 %

Bir haberin yayımlandığı konum haberin önemlilik derecesinin belirlenmesinde etkili olmaktadır. Manşet veya sürmanşetten verilen haberlerin, diğer haberlere göre daha önemli olduğu ve gündemin ilk sırasında bulunduğu mesajı verilmektedir. Bu nedenle siyasi haberlerin yer aldığı konum, gündemin belirlenmesinde göz ardı edilmemelidir. Buna karşın, hem ulusal hem de yerel gazetelerin, genellikle siyasi haberleri manşet veya sürmanşetten vermektan kaçındıkları belirlenmiştir. Bu konumda verilen haberlerde; ulusal ve yerel gazetelerin tercihleri arasında paralellik göze çarpmaktadır. Hem yerel hem ulusal gazeteler, en çok AK Parti ile ilgili haberleri manşet veya sürmanşetten vermişlerdir. Ulusal gazetelerde AK Parti ile ilgili haberler, 11 kez manşet, 1 kez de sürmanşet olurken, CHP ile ilgili haberler 1 kez manşet 2 kez de sürmanşet olmuştur. Diğer seçim haberleri ise 4 kez manşetten, 7 kez de sürmanşetten kullanılmış, geriye kalan haberler, ilk sayfanın muhtelif yerlerinden verilmiştir. Yerel gazetelerde ise AK Parti haberleri 17 kez manşet, 3 kez sürmanşet olmuştur. CHP ile ilgili haberler 6 kez manşetten verilmiş, sürmanşetten haber verilmemiştir. MHP haberleri ise 5 kez manşetten verilmiş, diğer seçim haberleri 6 kez manşetten sunulmuştur. Geriye kalan haberler ise sayfanın diğer bölümlerinde kullanılmıştır.

Tablo 11: Siyasi Reklamlar
Tablo 11.1: Ulusal Gazetelerdeki Siyasi Reklamlar

Siyasi Parti	Siyasi reklam										
	Haber Türk		Cumhuriyet		Hürriyet		Milliyet		Sabah		Toplam
	Var	Yok	Var	Yok	Var	Yok	Var	Yok	Var	Yok	
AK Parti		X		X		X		X		X	
CHP		X		X		X		X		X	
MHP		X		X		X		X		X	
HDP		X		X		X		X		X	
Diğer		X		X		X		X		X	
TOPLAM											

Çalışmanın yapıldığı dönemde, ulusal yayın yapan gazetelerin, seçim öncesinde birinci sayfalarında siyasal kampanyalara ilişkin reklam ve duyurulara hiçbir şekilde yer vermedikleri gözlemlenmiştir. Ulusal gazetelerin, seçim boyunca haber, röportaj ve köşe yazıları vasıtasıyla seçmenleri bilgilendirme yoluna gittikleri, siyasal reklamlar daha çok arka kapak ve iç sayfalarında yayımladıkları görülmüştür.

Tablo 11.2: Yerel Gazetelerdeki Siyasi Reklamlar

Siyasi Parti	Siyasi reklam										
	Büyük Kayseri		Kayseri Anadolu Haber		Kayseri Star Haber		Kayseri Haber		Kayseri Olay		Toplam
	Var	Yok	Var	Yok	Var	Yok	Var	Yok	Var	Yok	
AK Parti		X		X		X		X		X	X
CHP	3		2		3		1		2		11
MHP	6		11		10			X	19		46
HDP		X		X		X		X		X	X
Diğer		X		X	1	X		X		X	1
TOPLAM	9		13		14		1		21		58

Yerel gazetelerin, seçim döneminde siyasal reklamlara, birinci sayfalarının çeşitli yerlerinden sıklıkla yer verdikleri gözlemlenmiştir. Gazetelerin, farklı siyasi partilerin reklamlarını yan yana veya alt alta kullanmaktan kaçınmadıkları da gözlemlenmiştir.

Ulusal gazeteler ile yerel gazetelerin yayın politikaları arasındaki en belirgin fark, siyasal reklamların ilk sayfadan kullanılması esnasında ortaya çıkmıştır. Ulusal gazetelerde hiç siyasal içerikli reklamlar yer almazken, çalışma dönemi içerisinde yerel gazetelerde 58 tane reklam yayımlanmıştır. Bu reklamların 46'sı MHP, 11'i CHP, 1'i ise diğer siyasi partilerin reklamıdır. AK Parti ve HDP'nin bu dönemde gazetelerin birinci sayfaları için reklam çalışması bulunmamaktadır.

Sonuç ve Değerlendirme

Ulusal ve yerel basının gündemleri arasındaki ilişki öteden beri tartışılan bir konudur. Bu çalışma, hangi tür konuların yerel ve ulusal gazetelerde daha çok ele alındığını, gazetelerin gündeme getirdikleri konuların yansıtılış biçimleri arasında benzerlik olup olmadığını tespit etmeyi amaçlamıştır. Bu bağlamda, ele alınan konular arasında ulusal ve yerel gazetelerde bazı konuların benzerlik gösterdiği, bazılarının ise farklılık içerdiği görülmektedir.

Çalışmada, bir konunun ulusal ve yerel basında öncelikli ve devamlı bir biçimde gündemde tutulmasının en önemli nedeni olarak; konunun niteliğinin ve dönemsel özelliklerinin önemli olduğu belirlenmiştir. 1 Kasım 2015 seçimleri, Türkiye tarihinde ilk kez yenilenmek zorunda kalınan bir genel seçim olma özelliğini taşımaktadır. Dolayısıyla bu dönem, ülkenin içine girdiği bir siyasi krize işaret etmektedir. Böyle bir dönemde, hem basın hem de halk, siyasete her zamankinden daha fazla dikkat kesilmiş, olağan dönemlerden daha fazla bilgilendirme ihtiyacı hissetmiştir. Bu anlayışa uygun olarak hem ulusal hem de yerel

gazeteler, gündemin ilk sırasına, siyasi içerikli haberleri taşımışlardır. İncelemeye alınan ulusal gazetelerin 767 adet haberi ilk sayfada kullandığı; yerel gazetelerin ise 553 haberi ilk sayfada kullandığı ve bu haberlerin ağırlıklı olarak siyasi içerikli olduğu görülmüştür. Böylece, ister ulusal olsun ister yerel olsun basının, siyasi krizlerin yaşandığı veya genel seçim gibi tüm ülkeyi ilgilendiren meselelerde, siyasete yoğunlaştığı varsayımı doğrulanmıştır.

Ulusal gazetelerde en çok siyasi haberler yer alırken, siyasi haberleri sırasıyla; yargı-polis-adliye, terör, spor, magazin, ekonomi, sağlık, kültür-sanat, bilim-teknik-yenilik, eğitim haberleri izlemektedir. Yerel gazetelerde en çok siyasi haberler yer almış ve sırasıyla yerel yönetimler, yargı-polis-adliye, ekonomi, spor, eğitim, sağlık, çevre-tarım, terör,kültür-sanat haberleri yayınlanmıştır. Bu bağlamda bakıldığında ulusal ve yerel basının gündem konuları benzerlik göstermektedir. Ayrıca yerel gazetelerin magazin haberlerine yer vermediği, yerel yönetim haberlerini gündemin ikinci sırasına aldığı tespit edilirken, ulusal gazetelerin de yerel yönetimlerle ilgili konulara hiç yer vermediği görülmüştür.

Yerel ve ulusal basının gündeminin siyasi haberler konusunda paralellik gösterdiği sonucuna varılmış, Sabah Gazetesi dışındaki diğer dört gazetenin, siyasi haberleri gündemin ilk sırasına taşıdığı görülmüştür. Siyasi haberler, Sabah Gazetesi'nde de gündemin üçüncü sırasında yer almıştır. Yerel gazetelerin tamamı siyasi konuları, gündemlerinin ilk sırasına yerleştirmiştir. Siyasi partilere yer verme sıklığında, hem ulusal hem de yerel gazetelerin bakış açıları arasında benzerlik gözükmemektedir. En çok AK Parti haberlerine yer veren gazeteler, sırasıyla CHP, MHP, HDP ve diğer seçim haberlerine yer vermeyi tercih etmişlerdir. Haberlerin kapladığı alan, başlıkların veriliş şekli, haberlerin partilere göre içerdiği yargı incelendiğinde de siyasi haberlerin gazetelerde benzer bir biçimde yansıtıldığı sonucuna varılmıştır. Yerel basında da benzer tablo ortaya çıkmış ve sırasıyla AK Parti, CHP, MHP'ye yer verilmiştir. Ayrıca yerel basında HDP ile ilgili haberler yer almamıştır.

Bir konunun kamuoyu gündemine girebilmesi ve gündemin üst sırasına gelebilmesi için; o konunun kamuoyu tarafından önemli olarak algılanması gerekmektedir. Bu bağlamda, bir haberin gündemde kalabilmesi için; haberin sunum şekli, konumu, kapladığı alan, yönelimi, başlığın yargısı gibi hususlar önem arz etmektedir. Çalışmada, gazeteler tarafından yansıtılan haberler, bu yönüyle de analiz edilmiş ve sonuçlar ortaya konmuştur.

Elde edilen sonuçlara göre yerel gazetelerinin yaptıkları haberlerin partilere göre farklı olduğu gözlemlenmiştir. Farklılığın sebebi incelediğinde; Kayseri Anadolu Haber ve Kayseri Habergazetelerinin diğer gazetelere göre daha yüksek oranda AK Parti haberlerine yer verdikleri, Kayseri Olay Gazetesi'nin ise daha yüksek oranda CHP ve MHP ile ilgili haber yaptığı belirlenmiştir. Sonuçlara göre ulusal basında çıkan haberlerin partilere göre olan dağılımının birbirlerinden farklı olduğu tespit edilmiştir. MHP lehine çıkan olumlu haberlerin diğer partilere göre daha düşük oranlı olduğu görülmektedir. AK Parti için çıkan olumsuz haberlerin oranın diğer partilere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca AK Parti için çıkan tarafsız nitelikli haberlerin oranın diğer partilere göre daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada siyasal haberlerin sunum şekli de incelemeye konu edinmiştir: Ulusal gazeteler siyasi haberlerin % 79'unu metin ve görsel ile birlikte, haberlerin % 21'lik kısmını sadece metin olarak vermiş; yerel gazeteler ise haberlerin %95'ini metin ve görsel eşliğinde kullanmış, sadece %5'lik bölümünü metin biçiminde aktarmıştır. Gazeteler, siyasi içerikli haberleri manşet veya sürmanşet yerine sayfanın muhtelif yerlerinden vermeyi tercih etmişlerdir. Ulusal ve yerel gazetelerin en çok AK Parti ile ilgili haberleri manşet ve sürmanşetten verdiği görülmüştür.

Çalışma kapsamında, ulusal ve yerel gazetelerin haber yapma pratikleri ve haber üretim süreçlerinin anlaşılması da hedeflenmiştir. Gazeteler arasındaki en büyük farklılık, gündeme getirilen haberlerin yapım süreçlerinde ve siyasal reklamların ilk sayfalarda kullanılmasında ortaya çıkmıştır. Ulusal gazeteler, siyasal haberler başta olmak üzere gündeme getirdikleri haberlerin üretim kaynağı olarak büyük ölçüde kendi muhabirleri ve haber merkezlerini referans olarak göstermektedir. Ancak bu durum, yerel gazetelerde daha çok ajans kaynaklı haberlerin kullanımı ve kurumlar tarafından basın organlarına ulaştırılan basın bültenlerinin haber olarak verilmesi şeklinde gerçekleşmiştir. Bu durumda; ulusal gazeteler, kendi kaynaklarını devreye sokarak, kendi yayın politikaları doğrultusunda haberler üretmekte iken, yerel gazeteler, haber üretim sürecinde ajans ve basın bültenlerine bağımlı haldedirler. Ulusal gazetelerde ilk sayfadan siyasi reklama hiçbir biçimde yer verilmezken, gelir kaynakları kısıtlı olan yerel gazeteler, ilk sayfalarından hatırı sayılır bir biçimde siyasi reklam yayınlamıştır.

Araştırmada tespit edilen sonuçlara göre, ulusal ve yerel basının siyasal haberlere mesafeli olmadığı tam tersine halkı seçim ile ilgili bilgilendirmek için bu haberlere daha çok yer ayırdığı görülmüştür. Ulusal ve yerel gazetelerin içeriği ile ilgili diğer farklılıkların ise, özellikle yerel gazetelerde yerel yönetimlerle ilgili haberlerin daha sık verilmesi gerekliliğinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Gündem oluşturma konusunda önemli bir yere sahip olan gazetelerin bu işlevini özellikle 1 Kasım 2015 seçimleri öncesi yerine getirmeye çalıştığı görülmüştür. Gazeteler, genellikle ilk sayfadan kullandıkları

ve fotoğraflarla desteklenen siyasi haberlerle vatandaşsiyasal katılıma teşvik etmeye ve vatandaşın karar verme sürecinde etkili olmaya çalışmışlardır.

KAYNAKÇA

- AKDAĞ, Mustafa (2014). "Gündelik Hayat Ve Medya Üzerine", Erişim Tarihi: 02.11.2015, http://mediaware.erciyes.edu.tr/tr/gundelik_hayat_ve_medya_uzerine.pdf
- AKDAĞ, Mustafa (2014). "Medya Ve Siyaset Üzerine", Erişim Tarihi: 7.10.2015, http://mediaware.erciyes.edu.tr/tr/medya_ve_siyaset_uzerine.pdf
- ALAV, Orhan (2001). *Yerel Kitle İletişim Araçlarının Kamuoyu Oluşumuna Etkisi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı.
- ARKLAN, Ümit, KARAKOÇ Enderhan (2013). "Medyanın Genel ve Siyasal Gündeme İlişkin Bilgi Edinme Aracı Olarak Kullanımı: Görgül Bir Araştırma", *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, S. 33, s. 325-363.
- ATABEK, Nejd (1997). "Gündem Belirleme Aşamaları", *İletişim Fakültesi Dergisi*, S. 5, s. 223-247.
- AZİZ, Aysel (2007). *Siyasal İletişim*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- BAĞARDI, Seyhan (1999). "Kitle İletişim Aracı Olarak Yerel Televizyonun İşlevleri", *Kurgu Dergisi*, S. 16, s. 91-109.
- ÇAKIR, Hamza (2007). *Gazeteciliğe Giriş*, Konya: Tablet Yayınları.
- ÇAKIR, Hamza, GÜLLÜ, Kenan, KACUR, Mustafa ve TANYERİ, Emel (2009). "Okuyucuların Yerel Gazeteleri Algılamaları", *e-Journal of New World Sciences Academy*, S. 4, s. 1-24.
- DAMLAPINAR, Zülfikar (2008). *Medya ve Siyaset*, Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.
- ERDOĞAN, İrfan (2006). "Türkiye'de Ulusal ve Yerel Gazetelerin Habercilik Anlayışları: Deprem Haberlerinin Karşılaştırmalı Analizi", *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, C. 4, S. 3, s. 51-64.
- GİRGİN, Atilla (2009). *Türkiye'de Yerel Basın*, İstanbul: Der Yayınları.
- GÖKER, Göksel ve DOĞAN, Adem (2011). "2010 Referandumunda Türk Basınının Siyasal Gündemi: Hürriyet, Haber Türk, Zaman ve Yeni Şafak Örneğiyle", *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, C.1, S. 2, s. 45-69.
- GÜZ, Nurettin (2005). *Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- İŞİK, Metin (2014). *Kitle İletişim Teorileri 5. Baskı*, Konya: Eğitim Kitabevi.
- KACUR, Mustafa, GÜLLÜ Kenan ve KACUR Leyla (2009). "Akademik Personelin Gazete Kampüs'ü Değerlendirmeleri ve Demografik Özellikler İtibari ile Algısal Farklılıkları", *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi* S. 18, s. 1-18.
- MCQUAIL, Denis ve WINDAHL, Sven (2010). *İletişim Modelleri- Kitle İletişim Çalışmalarında-*, 3. Baskı, Çeviren: Konca Yumlu, Ankara: İmge Kitabevi.
- LİLLEKER G., Darren (2013). *Siyasal İletişim Temel Kavramlar*, İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Resmi Gazete, 26 Haziran 2004, Sayı 25504.
- TEMEL, Mustafa, KORKMAZ, Ali, SOMUNCU, Burak ve ŞİLEN, Kenan, (2012). "Yerel Medya Çalışanlarının Sosyo-Demografik Özellikleri ve Sektör Sorunlarına Bakışı: Kayseri ve Nevşehir Yerel Medyasına Yönelik Alan Araştırması", *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C. 9, S. 19, s. 125-157.
- TERKAN, Banu (2007). "Basın ve Siyaset İlişkisinin Gündem Belirleme Modeli Çerçevesinde Bir Analizi", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S. 17, s. 561-584.
- UTKAN, Osman (2007). "Kayseri Medyası ve Sorunları". Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- YAŞIN, Cem (2009). "Türkiye'de Yerel Basının Yapısal Özellikleri ve Üretim Koşulları", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, S. 28, s. 115-152.
- YILMAZ, S. Hakan, (2009). *Her Yönüyle Gazetecilik*, İstanbul: Literatürk.
- YÜKSEL, Erkan (2007). "'Kamuoyu Oluşturma' ve 'Gündem Belirleme' Kavramları Nerede Kesişmekte, Nerede Ayrılmaktadır?", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C. 7, S. 1, s. 571-586.
- www.tuik.gov.tr, Erişim tarihi: 14.11.2015, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18523>.