

PAPER DETAILS

TITLE: BASININ KAMUOYU OLUSTURMA FONKSIYONU:BİR ÖRNEK OLAY OLARAK 24 ARALIK
1995 GENEL SEÇİMLERİ SONRASINDAKİ ANAP-RP KOALİSYON GÖRÜŞMELERİNE BASININ
YAKLASIMI

AUTHORS: Metin ISIK

PAGES: 142-158

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/178149>

BASININ KAMUOYU OLUŞTURMA FONKSİYONU:BİR ÖRNEK OLAY OLARAK 24 ARALIK 1995 GENEL SEÇİMLERİ SONRASINDAKİ ANAP-RP KOALİSYON GÖRÜŞMELERİNE BASININ YAKLAŞIMI*

Metin IŞIK**

ÖZET

Basının kamuoyu oluşturma fonksiyonuna yönelik olarak yapılan bu çalışmanın amacı, Türkiye'de basının kamuoyu oluşum sürecine olası etkilerini ortaya çıkarmaktır. Gerçek görevi belirli bir doğrultuda kamuoyu oluşturma olmayan, dolayısıyla kamuoyunun serbestçe oluşumuna katkı sağlaması gereken basın organlarının, toplumu yönlendirmeye çalışıp çalışmadıkları söz konusu araştırma ile açığa çıkarılmak istenmektedir. Çalışma ile basının kamuoyu oluşturmaya çalışırken, suskunluk sarmalı ve gündem oluşturma süreçlerini işlettiği tespit edilerek, basının olayları sunuş biçimiyle de okuyucuları etkilemeye çalıştığı gözlemlenmiştir. Sonuç olarak Türkiye'de basının 24 Aralık 1995 Genel Seçimleri sonrasında ANAP ile RP arasında yapılan koalisyon görüşmeleri sürecine etki etmeye çalıştıkları yapılan içerik analizi ile ortaya konulmuştur.

THE PUBLIC OPINION FORMING FUNCTION OF THE PRESS: THE PRESS' APPROACH TO THE COALITION NEGOTIATIONS BETWEEN THE MOTHERLAND PARTY AND THE WELFARE PARTY AFTER THE 1995 GENERAL ELECTIONS AS AN EXAMPLE

ABSTRACT

This study has been carried out with an aim of examining press function of establishing public opinion. The goal of this study is to find out the potential influence of press on the process of public opinion formation in Turkey. With this study it has been found that trying to establish public opinion the press causes the processes of spiral of silence and agenda setting to operate. It has also been observed that the press influences these process with its way of news presentation. With this study the problem of whether the press of which basic obligation is to contribute to the free formation of public opinion not to establish it towards a certain tendency is trying to direct the society has been aimed to reveal. As a result of the research conducted it has been found that after December 24 th Turkish General Elections the press tried to influence the coalition talks process between ANAP and RP.

GİRİŞ

Günümüz demokratik toplumlarında yasama, yürütme ve yargının ardından dördüncü güç olarak nitelendirilen basın organları (Bozdağ 1992:270), demokrasinin olmazsa olmaz koşullarındandır. Basının toplumsal yaşamda bir güç haline gelmesi, toplumsal hayatın bir sonucu olan örgütlenme neticesinde gerçekleşmiştir. Basının bir güç merkezi haline dönüşmesinde rol oynayan bir diğer etmen de, kullanım amaçları ve mülkiyet biçimleri olarak göze çarpmaktadır. Basın organları bireylere olayları aktarırken, belirli konularda yoğunlaşarak kamuoyunu etkileme amacı güdebilmektedir. Bu durumda birey olayları basın yoluyla öğrenirken, aynı zamanda basının bu olaylara yüklediği önemin boyutunu da kavrayabilmektedir. Basının asli fonksiyonu-

nun belirli bir konuda kamuoyu oluşturmak değil; kamuoyunun serbestçe oluşumuna katkı sağlamak olduğu gerçeği (İçel 1990:9495) gözden uzak tutulmamalıdır.

Basın organları toplumsal yaşamda cereyan eden çeşitli olayları, okuyucularına haber olarak yansıtırken objektif davranmak durumundadırlar. Haberler hazırlanırken, basın meslek ilkelerinin gözardı edilmemesi ve habere muhabirin ya da bir başkasının görüş ve yorumunun girmemesi gerekmektedir.

Bu çalışmada basının 24 Aralık 1995 genel seçimleri sonrasında ANAP- RP koalisyon görüşmelerine yaklaşımı ve bu doğrultuda bir yönlendirme amacı taşıyan haber ve yorumlara yer verip vermediğini ortaya koymak amaçlanmak-

* Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nce kabul edilen yüksek lisans tez özeti.

** Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi.

tadır.

Demokratik rejimlerde siyasal sistemin sağlıklı işleminin teminatı olarak görülen basın organlarının, siyasal ve toplumsal yaşamda önemli işlevler üstlendiği görülmektedir (Güz 1997:47). Söz konusu işlevler arasında haber ve bilgi verme, eğitime, eğlendirme, kamuoyu oluşturma ve açıklama ile yöneticileri halk adına denetleme sayılabilir. Basın organlarının işlevlerini yerine getirmesi siyasal sistemin sağlıklı işlemini sağlamaktadır.

Günümüz demokrasilerinde basın, toplumun seçim yoluyla ortaya koyduğu kurumların çalışmalarını gözlemlemek için ortaya çıkardığı bir kurum olarak kabul edilmektedir. Basın halkın temsilcisi olma göreviyle birlikte bazı sorumluluklar da yüklenmektedir. Seçim yoluyla kendini yönetecekleri belirli bir süre için işbaşına getiren toplum fertleri, siyasal iktidarın görevini yerine getirip getirmediğini, varsa aksaklık ve eksikliklerin neler olduğunu izleyememektedir. İşte tam bu aşamada devreye giren basın organları toplum adına tüm bu görevleri üstlenmekte, adeta toplumun ağız, gözü ve kulağı olmaktadır.

Bireyin siyasal tercihte bulunurken, parti ya da aday tercihi yaparken, bilgi aldığı kaynakların başında basın organları gelmektedir. Bu açıdan birey tercihlerine etki edebilen basın organlarının bireylere ne oranda doğru ve objektif haber sunduğu önem kazanmaktadır. Basın organlarının zaman zaman herhangi bir parti yada aday lehine yanlı yayın yaptığı, bir siyasi partinin iktidara gelmesinde rol oynadığı iddia edilmektedir (Demirkent 1995:237).

Halkın sözcülüğünü yapması gereken basın organlarının, tercihini halktan yana değil de belirli güç odaklarından yana kullanması ve buna bağlı olarak bir siyasi partinin destekleyicisi durumunda olması anlamına gelen bu olgunun temelinde bir takım çıkar ilişkilerinin olduğu söylenebilir. Bu durumda basının teorik olarak istediği haberi vermede özgür olması; belirli bir siyasi partiyi işbaşına getirmesi, çıkarlarına ters düşen iktidarlara ise yıpratmaya çalışması sonucunu doğurabilmektedir (1997:184).

Türkiye'de basın organlarının kamuoyu oluşumu sürecine katkı sağlamak yerine, oluşumda birinci etmen olma çabası içerisinde olduğu iddia edilmektedir (1997:30-72). Oysa basının asli görevinin olay yaratmak değil, mevcut olayları titizlik-

le inceleyerek haberde yoruma kaçmadan kamuoyuna aktarmak olması gerekmektedir. Ülkemizde ise basın kendi görüşlerini kamuoyunun görüşmüş gibi sunarak başta gündem oluşturma ve suskunluk sarmalı süreçlerini işletmek suretiyle kamuoyunu yönlendirme amacı gütmekte, böylece bir takım sonuçlara ulaşmaya çalışmaktadır. Söz konusu çalışmanın amaçlarından bir tanesi de; Türkiye'deki basın organlarının ANAP ile RP arasındaki koalisyon görüşmeleri süresince, bu görüşmelere etki etme çabası içerisinde olduğu varsayımını test etmektir.

24 Aralık seçimleri sonrasında oluşan tablonun hiç bir partinin tek başına iktidara gelemeyeceğini ortaya çıkarmasıyla birlikte, bazı basın organları siyasetle ilgili konularda söz sahibi olmaya çalışmışlardır. Hatta söz konusu basın organları, işi daha da ileriye götürerek hükümetin hangi partiler tarafından kurulması gerektiği konusuna varıncaya kadar bir dizi yayın politikası sürdürmüşlerdir. Bu ilginç gelişmelerin yanısıra seçimler sonrasında kurulan iki koalisyon hükümetinin uzun ömürlü olmaması da, bu çalışmanın konusunun seçilmesinde rol oynayan önemli bir faktör olmuştur.

Basının kamuoyu oluşturma fonksiyonuna yönelik olarak yapılan bu çalışma; teorik çerçeve ve içerik analizini kapsamaktadır. Teorik çerçeve içerisinde basının kamuoyu oluştururken kullandığı kuram ve modeller ile, basının kamuoyu oluşturma konusuyla ilgili olarak iletişim bilimcilerin ortaya attığı düşünce ve yaklaşımlar sunulmaktadır. Teorik çerçevenin oluşturulmasının ardından 24 Aralık 1995 genel seçimleri sonrasında ANAP ve RP arasında koalisyon görüşmelerinin yapıldığı 14-25 Şubat 1996 tarihleri arasındaki dönemde yayınlanan Türkiye, Cumhuriyet, Sabah ve Hürriyet gazetelerinin ilk sayfalarının içerik analizi yöntemiyle incelenerek, araştırma varsayımının test edilmesi, çalışmanın diğer boyutunu oluşturmaktadır.

Basın olgusu üzerinde yapılan bu çalışma ile; basının "kamuoyu oluşumu sürecine" olası etki ve müdahaleleri, örnek olay olarak koalisyon görüşmeleri sırasında seçilen basın organları incelenerek tespit edilmeye çalışılmaktadır. İletişim ve kitle iletişim olguları çalışmanın temelini oluşturduğundan, çalışma kapsamı içerisinde genel olarak ele alınmıştır.

Türk basınının 24 Aralık 1995 Genel Seçimleri sonrası hükümet kurulması çalışmalarını nasıl

değerlendirdiği, söz konusu dönem içerisinde yayınlanan ve yukarıda adı geçen gazeteler içerik analizine tabi tutulmak suretiyle irdelenmektedir. 24 Aralık genel seçimlerinin ardından ANAP ile RP arasında koalisyon görüşmelerinin yapıldığı yaklaşık iki haftalık bu dönem, araştırma açısından her ne kadar kısa bir dönemi kapsıyor gibi görünse bile, kamuoyunun oluşumu, değişimi ve dönüşümü açısından oldukça yoğun bir dönemi kapsadığından, içerik analizi bu süreyle sınırlı tutulmaktadır.

İçerik analizi yapılan gazetelerin seçilmesinde ise traj, konum, genel yayın politikası, okuyucu profili ve etkinlik gibi bir takım kriterler dikkate alınmaktadır. Bu gazetelerin toplam baskısı 2 milyonun üzerindedir. Gazete seçiminde mümkün olan en fazla sayıdaki değişik görüşün bir sentezi yapılmaya çalışılmaktadır. Bu sebeple; merkez sağı temsilen Türkiye Gazetesi, merkez solu temsilen Cumhuriyet Gazetesi, Türkiye'deki basın organlarının yaklaşık % 69'unu elinde bulunduran(Nebiler 1995:18) Bilgin ve Doğan gruplarından Sabah ve Hürriyet Gazeteleri içerik analizine tabi tutulmaktadır.

Söz konusu içerik analizi yapılırken bu gazetelerin birinci sayfaları baz alınmaktadır. Bunun temelinde birinci sayfanın gazetenin vitrini olarak nitelendirilmesi yatmaktadır. Zira, gazetelerinin ilk sayfalarının haber niteliği taşıyan bilgilerden oluştuğu bu sebeple okuyucuların genellikle ilk sayfaya önyargısız olarak yaklaştıkları kabul edilmektedir(Güz 1996:989). Makale ve köşe yazıları yazarın subjektif görüşlerini yansıttığından içerik analizi çalışmasından kapsama alınmamıştır.

İçerik analiziyle ilgili belirtilmesi gereken son bir nokta da, bu analizin sayısal veriler açısından değil, anlam açısından yapılmasıdır. Çalışmanın konusu itibarıyla basının kamuoyu oluşturma fonksiyonu ve bunda ne derece başarılı olduğu önem taşıdığından, sayısal verilere dayalı içerik analizinin fonksiyonel bir fayda sağlamayacağı düşünülmüş ve sadece anlam üzerinde yoğunlaşmıştır.

İçerik analizinden elde edilen veriler çalışmanın sonunda değerlendirilmekte ve sözkonusu kriterlere dayanılarak oluşturulan tablolar tarih sırası itibarıyla verilmektedir. Sonuç bölümünde ise; genel bir değerlendirme yapılmakta, basının kamuoyunu istediği doğrultuda yönlendirmeye çalıştığı ve bunda da başarılı olduğu gözler önüne

serilmektedir.

I- İLETİŞİM KAVRAMI

Bu terim dilimizde, ingilizcedeki communication kelimesine karşılık olarak kullanılmaktadır. İnsanlar arasındaki bilgi, duygu ve düşünce alış-verişi; bilginin ortaklaşa kullanılması şeklinde ifade edebilen iletişim kavramının, günümüze kadar birçok tanımı yapılmıştır. 1972 yılında iletişim alanındaki tanımları tarayan E. X. Dance Carl E. Larson, 126 değişik tanım yapıldığını saptamıştır(Mutlu 1994:98). Bunun nedeni tanım yapanların kavrama farklı yaklaşımlarıdır. Berelson ve Steiner gibi iletişim bilimciler gönderici-mesaj-kanal-alıcı şeklindeki çizgisel modeli öne çıkarırken; Rogers ve Kincaid ise, karşılıklı ortak algılama ve paylaşma gibi bir takım unsurları öne çıkarmışlardır.

Berelson ve Steiner iletişimi "bilginin, fikirlerin, duygu ve becerilerin simgeler kullanılarak iletilmesi"(1994:98-99) şeklinde tanımlarken, Rogers ve Kincaid ise katılanların bilgiyi yaratarak, karşılıklı bir mutabakata ulaşmak amacıyla bilgiyi birbirleriyle paylaştıkları bir süreç olarak görmektedir.

II- İLETİŞİM ÇEŞİTLERİ

Bilindiği üzere, herhangi bir bilgi kaynağından tek yönlü olarak aktarılan bilgi akışı iletişim olarak kabul edilmemektedir. Bilgi iletiminin iletişim olarak kabul edilebilmesi için, karşılıklı bilgi alış-verişi şeklinde gerçekleşmesi gerekmektedir. Bu durumda insanlar arasında gerçekleşen tüm konuşmaları iletişim olarak kabul etmek mümkün olmamaktadır. Örneğin; işyerindeki bir amirin, memuruna mesleki konuda bir emir verip memura söz hakkı tanımadan, tepkisini almadan sadece emrin yerine getirilmesini istemesi halinde bir iletişimin varlığından söz edilemez. Böyle bir durum ancak tek yönlü bilgi iletimine, yani enformasyona örnek teşkil etmektedir.

Tek yönlü bilgi iletimi olarak nitelendirilen enformasyonlar, bazen eyleme dönüşebilmektedir. Buradaki eylem, iletişim için gerekli olan şartların ve ortamın oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Bu duruma örnek olarak, gazete sayfaları arasında sıkça rastlanan satılık oto ilanı gösterilebilir. Okuyucu söz konusu ilanı okuyup geçerse, bu enformasyon olarak kalmakta, iletişim gerçekleşmemektedir. Gazetede bu ilanı okuyan okuyucunun ilanı veren oto sahibiyle görüşmesi

durumunda ise iletişim ortaya çıkmaktadır.

Yukarıdaki bölümlerde açıklanan iletişim kavramını bir çok şekilde tasnif etmek mümkündür. Yaygın olarak kullanılan sınıflamaların birine göre iletişim 4 ana gruba ayrılmaktadır(Dökmen 1995:20-21) Bunlar; kişi içi (intrapersonal), kişilerarası (interpersonal), örgüt içi (organizasyonel) ve kitle iletişimi (mass communication)dir.

A- KİŞİ İÇİ İLETİŞİM

Karşılıklı olarak iki insan arasında gerçekleşen iletişimin bir benzeri de bazen bireyin içinde gerçekleşebilmektedir. İnsanın düşünmesi veya sevinmesi, ihtiyaçlarının farkına varması, kendi iç dünyasını gözlemlemesi içsel iletişim olarak da nitelendirilebilen birer kişi içi iletişimdir. Bu durumda içsel iletişimi, insanların kendi içlerinde ürettiği bazı mesajları yorumlaması (1995:23) şeklinde tanımlamak mümkündür.

Aşağıdaki bölümde değinilecek olan kişilerarası iletişimin gerçekleşebilmesi için, öncelikle içsel iletişimin gerçekleşmesi gerekmektedir. Bunun nedeni, kişilerarası iletişimde insanın konumu ister alıcı ister verici olsun, hem bilgi üretirken hem de aldığı bilgiyi yorumlarken içsel iletişimde bulunması gerekliliğidir. Buradan, kişilerarası iletişimin içsel iletişim sonucunda gerçekleştiği ortaya çıkmaktadır.

B- KİŞİLERARASI İLETİŞİM

Yüzyüze iletişim olarak da nitelendirilebilen kişilerarası iletişimi, "kaynağını ve hedefini insanların oluşturduğu iletişim"(1995:23) olarak tanımlamak mümkündür. Bu aşamada mesaj üretimi, aktarımı ve yorumlanması söz konusudur.

Bazı iletişim bilimciler herhangi bir iletişimin kişilerarası iletişim olarak nitelendirilebilmesi için üç ölçüt ileri sürmüşlerdir(1995:24).

Bu ölçütlerden ilki, kişilerarası iletişime katılanların belirli bir fiziki yakınlık içerisinde, yüzyüze olmaları gerekliliğidir. Buna göre, iletişime katılanlar arasında oradalık, yani yüzyüze ilişki söz konusu olmalıdır.

İkinci ölçüt doğrudan mesajla ilgilidir. Buna göre iletişime katılanlar arasında tek yönlü değil çift yönlü, karşılıklı bir mesaj alışverişi söz konusu olmalıdır.

Üçüncü ölçüt ise mesajın niteliğiyle ilgilidir. Mesaj sözlü olabileceği gibi, sözsüz de olabilmektedir. Günümüzde yüzyüze gerçekleşen bütün iletişimler, yazışmalar, hatta mektup veya telefonla yapılan haberleşmeler de kişilerarası iletişim olarak kabul görmektedir.

Kişilerarası iletişimin gerçekleşebilmesi için gerekli olan ölçütleri sıraladıktan sonra, mesajın niteliği yönünden bu iletişimi sözlü ve sözsüz olmak üzere iki gruba ayırmak mümkündür.

C- ÖRGÜT İÇİ İLETİŞİM

Örgütü "belirli bir amacın gerçekleştirilmesi için kişilerin faaliyetlerinin işbölümü anlayışı içerisinde koordine edildiği ve çevresiyle etkileşim içerisinde bulunduğu yapı"(Tortop ve İsbir TY:72) olarak tanımlamak mümkündür. Buna göre çevreleriyle etkileşim halindeki örgütlerde, hiyerarşik bir düzen söz konusudur. Kişiler önceden tanımlanmış birtakım rollere girerek, bu rollerin gereğini yerine getirmeye çalışmaktadır.

Örgütteki kişilerin, üst ve astlar arasındaki ilişkilerin nasıl olacağı örgüt şemalarında belirlenmiştir. Böylece kimin kimden emir alacağı ve kime emir vereceği önceden bilinmektedir.

D. KİTLE İLETİŞİMİ

Dördüncü bir iletişim grubu olarak nitelendirilen kitle iletişimini, diğer iletişim türlerinden ayıran bir çok özellik bulunmaktadır. Bunlar arasında; bu iletişim sürecinde arada mekanik araçlar bulunması, kurumlaşma ve uzmanlaşma gibi özellikler sayılabilir.

Bu bağlamda kitle iletişimi, "çeşitli türdeki mesajların, büyük ve dağınık bir kitleye bu amaç için geliştirilmiş araçlar kullanılarak iletilmesi"(Akdoğan 1995:12) şeklinde tanımlanabilir. Tanımından da anlaşılacağı üzere çoğunlukla tek taraflı işleyen ilişkilere dayanan;" birinin verici, diğer tarafın alıcı durumunda olduğu"(Alemdar ve Erdoğan 1990:54) kitle iletişiminde gönderici ile alıcı arasında yüzyüze bir ilişki kurulması imkansızdır. Uzmanlaşmanın ve kurumsallaşmanın söz konusu olduğu bu iletişim türünde, gönderici mesajını mekanik araçlar yardımıyla kısa zamanda hızlı ve sürekli bir biçimde alıcıya iletmektedir.

Kitle iletişiminde alıcı taraf olan izleyici kitlenin bir takım özellikleri şu şekilde sıralanabi-

lir(1990:54):

-İzleyici kitlesi farklı sınıf, pozisyon, kültür ve servete sahiptir. Aynı zamanda toplumun her düzeyinden ve yanından gelen bilinmeyen insanlardan oluşur.

-Aralarında çok az ilişki olan bu kişiler, yerel ve fiziksel bakımdan birbirinden ayrılmışlardır.

-Çok gevşek bir şekilde örgütlenen bu kişiler, kalabalık gibi birleşik bir halde veya toplu şekilde hareket etme gücüne sahip değildirler.

-Daha önce de belirtildiği gibi kaynak durumundaki göndericide kurumsallaşma ve uzmanlaşma sözkonusu iken; alıcı kitle ise birbiriyle ilişkisi en az seviyede olan farklı toplumsal statüdeki sayıları milyonlarla ifade edilebilen kişilerden oluşmakta, bu ise iletilerin etkinliğini artırmaktadır.

III- KAMUOYU ve BASIN

A-KAMUOYU KAVRAMI

Kamuoyu kavramı, günümüz çağdaş toplumlarında sıkça kullanılan bir kavram olmakla birlikte, kavramın tanımı konusunda sosyologlar, sosyal psikologlar ve siyaset bilimciler arasında önemli görüş ayrılıkları bulunmaktadır. Bu nedenle; kamuoyu kavramı bazen bir grup içerisinde kök salmış inançları ifade etmede, bazen belirli görüşlerin ifade edilmesi sürecinde, bazen de mantıki olarak gerçekleşen bir düşünce süreci sonucunda benimsenen görüşlerin ifade edilmesinde kullanılmaktadır. Bu bağlamda sosyologlar kamuoyunu grup olayı, sosyal psikologlar kişilerin dış çevrelerinden aldıkları etkilere gösterdikleri psikik tepkiler, siyaset bilimciler ise kitle olarak(Bektaş 1996:54)ele almaktadırlar.

Kamuoyu kavramının tarihi gelişimi incelendiğinde, bu kavramın 19. yüzyılın sonundan itibaren bilim adamlarını yakından ilgilendirmeye başladığı, kamuoyuyla ilgili sistemli çalışmaların ise ancak 20. yüzyılda Amerika Birleşik Devletleri'nde gerçekleştiği görülmektedir. Yukarıda bu kavramın tanımıyla ilgili olarak bilim adamları arasında görüş ayrılıkları bulunduğu, bu nedenle de herkesçe genel kabul gören bir tanımlama yapılamadığına değinilmişti. Ancak yine de genel kabul edilebilir bir tanımın yokluğu, bu kavramın anlamsız olduğunu göstermez.

Bu bağlamda, Davson kamuoyunu "toplumdaki kişi ve gruplar arasındaki bir değerlendirme, ortak gelişen bir tutum ve tavır oluşumu"(Sabuncuoğlu

1992:2)olarak tanımlarken; Daver (1968:251)ise "halkı ilgilendiren belirli bir mesele hakkında, belirli bir zamandaki genel yargı, yahut kanaat" şeklinde bir tanım geliştirmiştir. Ancak burada, herhangi bir mesele üzerinde herkesin tam olarak birleştiği ortak bir görüş bulmanın çoğu kez mümkün olmadığı, bu nedenle de kamuoyu olarak gösterilen kanaat veya düşüncenin bir grubun, bir bölgenin veya birkaç kişinin fikri olabileceği gözden uzak tutulmamalıdır.

Childs'e göre ise, herhangi bir kanaat hiç bir zaman bir grubun görüşü değildir. Sadece bir birey malıdır. Bu nedenle Childs, kamuoyunu "anlaşma ya da tıpkılık derecesine bakılmaksızın belirli bir sorun hakkında açıklanmış olan görüşlerin toplamı"(Unat 1987:29)olarak değerlendirmektedir. Diğer yandan Albig, herhangi bir grup içerisindeki egemen fikrin yanında grup üyelerinin ileri sürdüğü değişik fikirlerin de olduğunu savunmaktadır. Albig'e göre grubun fikirleri tartışmaya yeni öğeler girdikçe değişmektedir. Dolayısıyla Albig; kamuoyunun tartışmalı bir konuda herhangi bir grubun üyesi olan bireylerin karşılıklı etkilerinden doğduğunu ileri sürmektedir.

Kamuoyu kavramının tam olarak anlaşılabilmesi için aşağıda kamu ve oy kavramları ayrı ayrı ele alınacaktır.

1- Kamu Ve Oy Kavramları

Kamu, belirli bir sorunla karşılaşan ve bu sorun etrafında toplanan bireylerin oluşturduğu gruptur. Kamu terimi etki ve ilgi kavramlarıyla yakından ilişkilidir. Dolayısıyla kamu terimine etki ve ilgili kavramlarıyla bir sınır çizilebilmektedir. Kitle konusu açıklanırken tanımı yapılan kamu ortak ilgiye dayanmakta, bu ortak ilgi ise belirli şart ve problemlere bağlı olarak ortaya çıkabilmekte, dağılabilmekte veya yeni bir şekil alabilmektedir. Yapılaşmanın olmadığı, sınırsız ve çoğulculuk gibi unsurları bünyesinde barındıran, katılmanın gönüllü olduğu kamuyu oluşturan bireyler arasında fiziki bir yakınlık bulunması gerekmemektedir.

Kamunun oluşabilmesi için ortada belirli bir durum veya sorun bulunması gerekmektedir. Bu durum veya sorundan etkilenen ve ortak çıkarları olan bireyler kamuya dahil olduklarında, karar birliğine ulaşmak için birbirleriyle etkileşimde bulunmaktadır(Ozankaya 1980:70). Buna paralel olarak mevcut sorun veya durumla ilgilenmeyen ya da etkilenmeyen bireyler kamu içerisi-

ne girmemektedirler. Tüm bunların ışığında toplumsal yaşamda cereyan eden günlük gelişmelere paralel olarak ortaya çıkan olay ve durumlar sonucunda birden çok konuda kamu oluşabildiği de gözden uzak tutulmamalıdır.

Kamuoyu kavramının ikinci unsuru olan oy kavramı ise tartışmalı bir konu hakkındaki fikir ve kanaatler anlamına gelmektedir. Oy "duygu ve izlenimden daha güçlü, tam olarak kanıtlanabilen pozitif bilgidir" (1987:33). Kanaat en basit biçimde; "bir sorun veya öneri hakkındaki tavırların ifadesidir" (Sezer 1972:5-19). Kanaatleri ifade etmede bazen jestler, bazen kelimeler, bazen de ifade şekilleri kullanılabilir. Oy, tartışmalı bir konuda belirtilen bir fikri ifade ettiğinden; kanaatler hiç bir zaman herkes tarafından üzerinde birleşilen bir hüküm olarak karşımıza çıkmamaktadırlar. Eğer kesin değer, ilke ve inançlarla ilgili konularda ortaya çıkabilecek davranışlarla ilgili standartlaşma söz konusu ise, bu yönde belirli davranış kalıpları ortaya çıkmışsa bu konularla ilgili olarak oy anlamında bir kanaatten söz etmek imkansızdır.

2- Kamuoyunu Oluşturan Etmenler

Demokratik rejimlerin olmazsa olmaz şartlarından birisi olan kamuoyunun siyasal kararları etkilemede önemli bir rol oynadığı, hatta günümüzde hükümet politikalarının kamuoyunun eğilimi doğrultusunda belirlendiği iddiası bu kavramın önemini artırmaktadır. Demokratik toplumlarda kamuoyu yalnızca tek bir yerden değil, bir çok merkezden güdülmekte, bunun temelinde ise demokrasinin gereği olan çok seslilik olgusu yatmaktadır. Bu bağlamda kamuoyunun oluşabilmesi için bir takım temel şartların gerektiği ileri sürülmektedir (Daver 1968:253). İlk olarak ortada bir anlaşmazlık, çeşitli fikirler, menfaat ve talepler olmalıdır. İkinci olarak siyasal sistem bireylere bir takım özgürlükler tanımalı, her şeyden önce iletişim ve örgütlenme özgürlüğünü sağlamalı, imkanı olan bireyler iletişim araçlarını kurabilmeli, toplantı ve dernek kurma gibi temel özgürlüklerini kullanabilmelidir. Üçüncü olarak toplumda kamuoyunu oluşturan, düzenleyen ve organize eden çeşitli merkezler bulunmalı, son olarak da ülkede kamuoyunun karşısında parlamento veya hükümet gibi direnç noktaları olmalıdır. Bu direnç noktalarının ise; kamuoyunun siyasal sistem içerisindeki yeri ve önemi hakkında gerekli bilgilere sahip olması ve kamuoyunu dikte etmesi gerekmektedir.

Kamuoyuna temel oluşturan siyasal kanıların biçimlendirilmesinde öncelikle kişinin sahip olduğu bireysel özellikler rol oynamaktadır. Bunlar arasında bireyin doğumuyla birlikte sahip olduğu ve kalıtım yoluyla geçen bazı fiziksel ve ruhsal özellikler sayılabilir. Daha sonra ise ailenin yanı sıra bazı küçük grupların da etkisiyle bireyin çocuklukta kazandığı temel tutumlara giderek yenileri eklenmektedir. "Kişisel tutumun belirli bir soruya verdiği yanıt" (Kışlalı 1987:34) olarak nitelendirilen kanıların belirebilmesi için bireyin o konuya ilgi duyması gerekmektedir. Kamuoyu oluşumunda katkı sağlayan kanıların belirmesinde başta aile olmak üzere eğitim kurumları, kültür, meslek ve iş grupları ile din ve kitle iletişim araçları gibi unsurlar rol oynamaktadır.

Günümüz toplumlarında kamuoyu oluşumunda en önemli unsurun kitle iletişim araçları olduğu kabul edilmektedir (Kapani 1989:150). Teknolojik gelişmeler sonucunda olay ve yorumların bu araçlar kanalıyla kısa zamanda çok geniş kitlelere ulaştırılabilmesi kitle iletişim araçlarının önem ve etkinliğinin artmasına sebep olmuştur. Bugün için önemli bir haber ve bilgi kaynağı olan bu araçlar bir yerde neyin önemli neyin önemsiz olduğunu tespit ederek olayı bireyin gündemine sokmakta böylece olayları sunuş ve yorumlayış biçimleriyle bireylerin kanaatlerine yön vermektedirler (1989:150).

Kitle iletişim araçları bireylere mevcut siyasal sistem ve olaylar hakkında bilgi verirken onların siyasal yaşama katılma aşamalarında yönlendirici rol oynamaya çalışmaktadır. Kendi amaçları doğrultusunda kamuoyu oluşturma hedefindeki bazı toplumsal gruplar bunu gerçekleştirebilmek için gazete, radyo ve televizyon gibi iletişim araçlarından yararlanmaktadır. Kitle iletişim araçları mevcut siyasal düzeni yansıtmamanın yanı sıra toplumdaki diğer etki merkezleriyle kanaat oluşumu için etkileşimde bulunmakta, ayrıca sahiplerinin görüşlerini de yansıtmaktadır (Bektaş 1996:118).

Kitle iletişim araçlarını mesajları sunuş biçimleri doğrultusunda üç ana grupta toplamak mümkündür. Bunlar yazılı basın, radyo ve televizyon olarak ifade edilebilir. Kitle İletişim Araçlarının kişilerin görüş ve kanılarını değiştirmede yüz yüze iletişim kadar etkili olmadığı sadece mevcut görüş ve kanıları güçlendirmede etki yarattığı şeklinde bir görüş mevcut olmakla birlikte; yapılan araştırmalar bu araçların kamuoyunu oluşturma ve etkileme açısından önemli bir rol oynadı-

ğını ortaya koymuştur(1996:119).Zira basının kişilerin görüş ve kanılarını etkilemede doğrudan olmasa bile dolaylı bir etki yarattığı, özellikle de kararsız olarak nitelendirilen seçmenlerin siyasal tercihlerini belirlemede etkili bir rol oynadığı bilinmektedir. Köşe yazarlarının ve yorumcuların bireyleri etkilemesine, tutum ve kanılarını değiştirmeye çalışmasına sıkça rastlanılmaktadır. Bunun sebebi ise bireylerin yerleşik ve kökleşmiş kanaatlere sahip olmamalarıdır. Basın organları yakın veya uzak geçmişte cereyan etmiş veya etmekte olan olayların bildirilmesi ve anlamlandırılmasında, memleket meseleleri üzerinde halkın dikkatini toplamada ve okuyucuların genel kültürünü arttırmalarında son derece önemli bir rol oynadıklarından, diğer bütün araçlar basına oranla kamuoyu aksettirme ve oluşturmada ikinci derecede kalmaktadır (Meray 1982:208).Basın bazen bireyi gayrı iradi olarak oluşturduğu kamuoyunun içine çekebilmektedir. Basını takip etmeyen bir birey bile günlük yaşamın akışı içerisinde gazeteyi okuyan herhangi bir arkadaş veya yakınından konu hakkında bilgilenebilmektedir. Diğer kişinin gazetede yazılanlara dayanarak o bireyle konuşması bireyi de basının oluşturduğu kamuoyunun içine çekebilmektedir.

Basının kamuoyu oluşturmadaki etkisi onun siyasal ve ekonomik bir güç haline gelmesine sebep olmuştur. Bugün için kitle iletişim aracı sahibi olmak büyük firmaların rakiplerini geride bırakmak ve içinde bulundukları pazar ortamını etkilemek için kullandıkları kilit stratejilerden birisi haline gelmiştir(Keane 1992:76).Çeşitli toplumsal gruplar görüşlerini, kendi bakış açılarıyla basın organlarından duyurarak kamuoyuna mal etmek istemektedirler. Amaçlarını gerçekleştirmede ise bir basın organına sahip olmak veya en azından basın organlarıyla iyi ilişkiler kurmak, böylece gerçeği değil kendi gerçeklerini kamuoyuna duyurmak için çaba sarfetmektedirler. Bu durumda basın organları; siyasi amaçlarla ya da kar duygusuyla olayları çarpıtma, değiştirme, tek taraflı sunma veya hiç sunmama yoluna başvurmaktadır.

Konu ile ilgili üzerinde durulması gereken önemli bir olgu da reklam ve ilandır. Zira, günümüzde basın organlarının varlığını sürdürebilmesi için hayati önem taşıyan yegane etmen reklam ve ilandır. Basın organlarının büyük şirketlerle ve hükümetle olan ilişkilerinde reklam ve ilan stratejilerinin etkisinden söz etmek mümkündür. Bu ilişkilerde karşılıklı olarak her iki kesim de reklam ve ilanları bir nevi baskı ve şantaj unsuru

olarak kullanma gibi gayrı ahlaki yollara başvurabilmektedir. Örneğin, İngiltere'de devletin kendisini tanıtmak için yılda 200 milyon sterlinlik bir bütçe ayırması ve Unilever firmasının ardından ikinci büyük reklam veren olması, İngiliz Hükümetine basına karşı güçlü bir silah vermektedir(1992:100-101).

Basın organlarının ayakta kalabilmesi büyük ölçüde ilan ve reklam gelirlerine bağlı olduğundan, gazete patronları tamamen kar elde etme arzusuyla hareket etmekten kaçınarak, kamusal çıkarlar ile kar arasında bir denge kurup, çalışanlarına özgür ve tarafsız bir çalışma ortamı oluşturmaya çaba göstermelidirler(Alemdar Z 1990:34).

B- BASININ FONKSİYONLARI

Toplumsal yaşamın bir parçası olarak nitelendirilen basın organları toplumsal yaşam üzerinde bir çok açıdan etkide bulunmakta ve buna katkı sağlamaktadır. Toplumun gören gözü, düşünen beyni, duyan kulağı olarak nitelendirilen basın organları, mekan kavramının sınırlarını zorlayarak gelişen olaylarla ilgili topluma bilgi sağlarken, sorunlara, aksaklıklara değinmek suretiyle, düşündürürken eğiterek daha iyi bir yaşam standardına ulaşabilme doğrultusunda faaliyet göstermektedir. Bunlara ilaveten basın organlarının kamuoyu oluşturma ve oluşan kamuoyunu açıklama bir fonksiyonu da bulunmaktadır. Basının üstlendiği fonksiyonlar aşağıda sırasıyla ele alınmaktadır.

1- Haber ve Bilgi Verme Fonksiyonu

Basın belirli olay ve olgularla ilgili olarak bir takım haber ve bilgilerin sunulduğu bir araçtır. Bugün basın organları dünyada meydana gelen enformasyon akımını yoğurup sentez yaparak okuyucunun ayağına getirmekte, bireylerin uzak veya yakın çevrelerinde olup bitenleri haber olarak vermekte, kısacası dünyayı tanımlamaya çalışmaktadır(Tokgöz 1994:37).

Basın organlarına her gün değişik kaynaklardan ajans ve muhabirlerden habere hammadde teşkil eden mesajlar gelmekte, bunların hangilerinin yayınlanıp yayınlanmayacağı ise belirli bir süzgeçten geçirildikten sonra tespit edilmektedir. Süzme işleminde genel yayın politikası belirleyici bir rol üstlenmekte, yayınlanmaya değer bulunların nerede ve ne şekilde yayınlanacağı bu doğrultuda belirlenmektedir. Buradan hareketle haber kavramına değinmekte yarar bulunmakta-

dır. Gazetecilikteki klasik biçimiyle haber "olayın veya olayların hikayesi veya özeti" şeklinde tanımlanmaktadır. Haber ile olay arasındaki ilişkiyi irdeleyen iletişim bilimcilere göre haber; bir olay değil, olduktan sonra algılanabilen bir olgu, olayın esas çerçevesi içerisinde tekrar kurulabilmektedir(1994:124). Buna göre haberi yayınlayan gazeteciler habere kaynak teşkil eden olayı her zaman için doğrudan izleme veya gözleme imkânına sahip bulunmamaktadır. Çoğu kez gazeteciler olay olduktan sonra olayla ilgili araştırma ve inceleme yaparak gerekli bilgi, resim veya görüntüleri toplamak suretiyle olayı kendi algılamaya çerçeveleri içerisinde tekrar kurgulamakta ve haber haline getirip okuyucularına sunmaktadır.

Buradan çıkan sonuca göre, gazetecilik enformasyonun toplanıp düzenlenerek yazılı hale getirilip dağıtılması işlevidir. Ancak basın organları toplum fertlerini siyasal ve ekonomik açıdan kendi istediği doğrultuda bilinçlendirme yoluna başvurabilmektedirler. Bu durumda haber ve bilgi verme adı altında belirli fikirlerin savunuculuğunu yapma, bunları toplum fertlerine empoze etme, toplumdaki fikirleri değiştirme, hatta bireyin siyasal karar alma sürecine etki etme gibi işlevleri basın organları yapabilmektedir. Bu doğrultuda habere yorum girmemeli, haber olayın tüm yönlerini yansıtmalı, haberi okuyan kişi habere yanlışlık sezmemelidir.

Haberle ilgili olarak yukarıda sıralanan bazı problemler görülebilmektedir. Bu doğrultuda basında yer alan haberlerle ilgili olarak basın meslek ilkeleri ve hukuki kurallar açısından bir sınırlama söz konusu olabilmektedir (Güz 1997:49). Bu ilkeler ve kurallar, haberi oluşturanları olduğu kadar habere şekil verenleri de sınırlayıcı bir nitelik arz etmektedir. Buna göre her şeyden önce haberin gerçek olması, habere esas olan bir konunun mevcut olması gerekmektedir. Dolayısıyla haber, meydana gelmemiş bir olay veya gelişmeye dayandırılmamalıdır. Ardından habere kaynak teşkil eden olay veya olgu hedef kitlenin ilgisini çeken, merak edilen güncel bir olay olmalıdır. Bunun dışında haber konusu ile haber arasında düşünsel bir bağ olmalı, olay, olgu veya gelişmenin ortaya çıkışının yanısıra sonucu ve haber olarak sunulmuş şekli arasında bir uyum olmalı, yani konu gerçeğe uygun olarak sunulmalıdır. Haberle uzaktan yakından ilgisi olmayan açıklama ve görüşler haber metni içine dahil edilmemelidir. Son olarak haber haline getirilen konunun toplum yararına olması ve en azından top-

lumun belirli bir kesiminin ilgisini çekmesi gerekmektedir.

Basının haber ve bilgi vermedeki amacı, kendisine veya bir zümre ya da kişiye çıkar sağlamak değil, topluma doğru ve gerçek enformasyon sunmak ve kamuoyunun serbestçe oluşumuna katkı sağlamak olmalıdır.

2- Denetim ve Eleştiri Fonksiyonu

Demokratik ülkelerde bir denetim ve eleştiri mekanizması olarak işlev görmesinden dolayı basına dördüncü güç nitelendirmesi yapılmaktadır. Günümüzde basın toplumun seçim yoluyla ortaya koyduğu kurumların çalışmalarını gözlemlemek için ortaya çıkardığı bir denetim kurumu olarak kabul edilmektedir (Bozdağ 1992:270). Basına halkın temsilcisi olma göreviyle birlikte bir takım sorumluluklar da yüklenmektedir. Seçim yoluyla yasama, yürütme ve yargı ile ilgili yasal düzenlemeleri yapacak kişileri belirli bir süre için işbaşına getiren toplum, bunların nasıl çalıştıklarını, görevlerini yerine getirip getirmediğini, varsa aksaklık ve eksikliklerin neler olduğunu izleyememektedir. Bu esnada devreye giren basın organları, toplum adına tüm bu görevleri üstlenmekte, adeta toplumun ağız, gözü ve kulağı olmaktadır. Dolayısıyla basın organları eleştiri yoluyla yanlışlık ve eksiklikleri göstermektedir.

Kusursuz insan olamayacağı gibi kusursuz yönetim de olmaz. En iyi olarak nitelendirilebilecek yönetimlerde bile zaman zaman belirli aksaklıklar ve yanlışlıklar olabilmektedir. Bu çeşit sapmalar ise ancak etkili kontrol ve denetim sistemiyle giderilebilmektedir. Günümüz demokrasisinde hükümet faaliyetleri, parlamento, idare ve yargı tarafından denetlenmektedir. Ancak bu kurumların aynı devletin kurumları olduğu gözönüne alındığında iktidar partisinin bu kurumları belirli ölçüde çeşitli yollarla baskı ve etki altına alabileceği endişesini de beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla modern hukuk devletlerinde "en önemli ve en etkili denetim organının özgür ve bağımsız bir basın olduğu ilkesi" (İçel 1992:92) kabul edilmektedir.

Bu bağlamda, basın organları denetim ve eleştiri görevini yerine getirirken kişi ve makam farkı gözetmemeli, belirli grup ve odakların sözcülüğünü değil, toplumun sözcülüğünü yapmalı, gerektiğinde ayırım yapmaksızın herkesin yanlışlarını gösterebilmeli ve doğruya ulaşma doğrultusunda eleştirilerde bulunabilmelidir.

3- Eğitim ve Eğlendirme Fonksiyonu

Basının fonksiyonlarından bir diğeri de eğitime ve eğlendirmedir. Basın organları, birtakım olgular arasında bağlantılar kurarak topluma ekonomik, siyasal bilimsel ya da sanatsal enformasyon sunmakta, böylece bazen uzlaşmacı bazen de eleştirel bir tavır takınarak toplumda bir takım olguların ya da değerlerin yerleşmelerini sağlamaktadır. Bu durumda basın organları, haber ve bilgi sunarken bireylerin toplumsallaşma sürecine ve dolayısıyla eğitimine katkı sağlamaktadır.

Basın ayrıca, bireylerin boş zamanlarını en iyi şekilde değerlendirebilmeleri için onlara çeşitli alternatifler sunmaktadır. Gazete ve dergilerdeki bulmaca, yazı fotoğraf ve çeşitli dolgu malzemeleri eğlendirme fonksiyonunun sonucudur. Bu tür malzemeler günlük hayatın sorunlarından kurtulma ve boş zamanları doldurma işlevi görmektedir. Basın yüzbinlerce insanı kitle kültürüne, sanat ve müziğe maruz bıraktığından bazıları medyanın sanat zevkini geliştirdiğini ileri sürerken, bazıları kötü sanatı, sorunlardan kaçışı, düşük beğeni düzeyini teşvik ettiğine ve gerçek anlamda sanat anlayışının gelişmesini önlediğine inanmaktadır (Severin ve Tankart 1994:514).

Günlük hayatın stresinden, monotonluğundan ve rutinliğinden şikayet eden bireyler için basın, bir anlamda can simidi gibi sarılınan kurtarıcı gibi görülmektedir. Bireyler, gündelik hayatlarının sıkıntılarından kurtulmak ve boş zamanlarını değerlendirmek için basın organlarıncı sunulan alternatifler arasından tercih yapmaktadır. Bu ise uzun vadede bireyleri standardize ederek oyalama ve kaçışa sebep olmakta, kalitenin sürekli düşmesi gibi bir problemi de beraberinde getirmektedir.

4- Kamuoyu Oluşturma ve Açıklama Fonksiyonu

Basın, kamuoyunun oluşumunda bu oluşuma katkı sağlayan temel etmenlerden birisi ve en önemlisidir. Basın organları çeşitli görüşlerin ifade edilebildiği bir forum olma özelliği taşıdıklarından, ülkedeki çok sesliliğe ve dolayısıyla demokrasiye büyük katkı sağlamaktadırlar.

Basın, belirli bir konuda kamuoyu oluşumuna katkı sağlamanın yanı sıra oluşturulan kamuoyunu açıklama gibi bir işlev de görmektedir. Dolayısıyla basın her zaman kamuoyu oluşturmamakta, bazı durumlarda da oluşan kamuoyunu-

nun vücut bulabilmesine, sesini duyurabilmesine katkı sağlamaktadır.

Basının kamuoyunu oluşturma ve açıklama fonksiyonuyla ilgili bilgileri bu bölümde yukarıdakilerle sınırlandırmak yerinde olacaktır. Çünkü bu çalışmanın temel konusu basının kamuoyu oluşturma fonksiyonu olduğundan, detaylı açıklamalar bir sonraki bölümde yer alacaktır.

IV-BASININ KAMUOYU OLUŞTURURKEN KULLANDIĞI KURAM VE MODELLER

Basın topluma haber ve bilgi sunarak çeşitli konular ve olaylar hakkında toplumu haberdar etmekte ve belirli kanaatlerin yayılmasını sağlayarak bir dizi röportaj yada okuyucu köşeleriyle toplumdaki çeşitli görüşlerin ifade edilebilmesine, dolayısıyla kamuoyunun açıklanmasını sağlamaya çalışmaktadır. Demokrasilerde basın kamuoyunun sadece sesi değil aynı zamanda onun motorudur. Basın kamuoyu oluşumuna yardım etmekte ve kamuoyunu yönlendirmeye çalışmaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, kamuoyu sürecinin toplumdan devlet organlarına doğru bir süreç izlemesi gereğidir. Yani siyasal iktidarlar kamuoyu oluşturmaktan ve etkilemekten ziyade onun kendiliğinden oluşmasını ve kendisini etkilemesini beklemelidir. Bu bağlamda basının kamuoyu oluşumunda tek başına etkili olduğunu söylemekten ziyade bu oluşumda bir çok etmenin yanı sıra bireyin inanç tutum ve tecrübeleri gibi psikolojik faktörler ile din, aile ve kültür gibi sosyolojik etmenlerin de rol oynadığını söylemek mümkündür. Ancak burada ifade edilmesi gereken nokta bağımlılık derecesi ne olursa olsun kamuoyu oluşumunda basının birinci derecede rol oynadığıdır.

Basının kamuoyunun motoru olmasını, kamuoyunun yönlendirilmesine katkı şeklinde anlamak gerekmektedir. Basının görevi belirli görüşlerin propagandasını yapmak değil, bireylerin kendi başlarına bir görüşe ulaşmalarına yardımcı olmaktır. Bu bağlamda, basının kamuoyunu oluşturma ve açıklama fonksiyonu basına bazı sorumluluklar yüklemektedir. Bu sorumluluklardan en önde geleni basının toplumdaki bütün görüşleri duyuran bir forum olarak toplum içindeki değişik fikir ve görüşlere yer vermek suretiyle kamuoyunun serbestçe oluşmasını sağlamasıdır. Basın organlarının görevi ya da amacı toplumda belirli bir kesimin görüş, düşünce ve kanaatlerini kamuoyuna empoze etmek ve dolayısıyla kamu-

oyunu bu doğrultuda yönlendirmek değil, toplumu bilgilendirerek kamuoyunun serbestçe oluşmasına katkı sağlamak olmalıdır. Burada akıllara gelen husus basın organlarının genel yayın politikaları olduğu ve bu genel yayın politikaları doğrultusunda yapılan yayın ve yorumların kamuoyu oluşumunda etkili olabileceğidir. Bu görüş doğru olmakla birlikte basın organlarının asli görevi yorum yapmak değil, haber ve bilgi vermek olduğundan toplumdaki düşünce, kanaat ve gelişmeleri basın organlarının haber olarak duyurması gerekmektedir. Haber ve bilgi verirken de basının mümkün olduğu kadar yansız davranması gerekmektedir.

Basın organlarının yayınlarında ne ölçüde objektif davrandıklarını tespit etmek çok güç olmaktadır. Yansız gibi görünen basın organları gerçek olmayan haber ve bilgileri sunabilmekte, böylece yanlış bilginin doğru olduğuna kamuoyunu inandırmaya çalışmaktadır (Semelin 1992:34). Bu durumda hangi bilgilerin gerçek, hangilerinin ise gerçek dışı olduğunu tespit edilebilmesi çok güç olmaktadır. Bugün için basın organlarının yayınlarında objektif davranıp davranmadıkları tartışmalı bir konu olmakla birlikte halkın basın organlarının güvenilirliğine olan inancını her geçen gün yitirdiği görülmektedir. Nitekim Fransa'da yapılan bir araştırma Fransız halkının yüzde 61 gibi ezici bir çoğunluğunun "basın organlarının objektif yayıncılık yapmadığına ve dolayısıyla basının bağımsız davranmadığına inandığını" (Janqua 1992:296) ortaya koymuştur.

Basın kamuoyu oluşturma fonksiyonunu yerine getirirken bununla ilgili olarak geliştirilen bir takım kuram ve modellerden sıkça yararlanmaktadır. Örneğin seçim dönemlerinde siyasal tutumlarla ilgili bazı kanaatleri desteklemek suretiyle basın organları bu kanaatlerin toplumda yerleşmesine çaba sarfetmektedir. Bu dönemlerde kişilerin taraftarı oldukları siyasi partilerle ilgili haber ve yorumlara daha duyarlı oldukları, basında kendi partileriyle ilgili bu türden yazıları daha fazla takip ettikleri göz önüne alındığında konunun önemi daha iyi anlaşılacaktır.

Basının kamuoyu oluşturmada kullandığı kuram ve modeller arasında; suskunluk sarmalı ve gündem oluşturma sayılabilir. Aşağıda bunlar sırasıyla ele alınacaktır:

A- SUSKUNLUK SARMALI KURAMI

Bu kuram, Alman Sosyolog Elisabeth Noelle

Neumann tarafından geliştirilmiştir. Almanya'da 1965 yılında gerçekleşen seçimlerle ilgili olarak seçimi kimin kazanacağına dair hiç bir tahmin gerçekleştirilmemesine rağmen, seçimlere az bir zaman kala kamuoyunda seçimi Hristiyan Demokratların kazanacağı yönünde bir hava oluşması, ardından da bu partinin seçimi kazanması üzerine bunun nedenlerini irdeleyen Neumann, suskunluk sarmalı (spiral of silence) adıyla anılan kuramı geliştirmiştir. Basın organlarının kamuoyu üzerinde güçlü etkileri olduğu, fakat bu etkilerin çeşitli araştırma kısıtlamaları nedeniyle geçmişte kestirilemediği ve sezilemediği (Severin ve Tankart 1994:443) fikrinden yola çıkan Neumann'a göre, kişinin düşüncesi başkalarının ne düşündüğüne ya da başkalarının düşüncesini nasıl algıladığına bağlı olmaktadır (Mc Quail ve Windahl 1993:99). Buna göre bireyler toplumda yalnız kalmaktan ve yalnızlık korkusundan dolayı çevrelerini sürekli denetlemekte, toplumda yaygınlaşan ve gözden düşen kanıların neler olduğunu saptayarak, kendi görüşleri yaygınlaştıkça fikirlerini açıkça dile getirmekte, aksi durumda ise sessiz kalmayı tercih etmektedirler (Mutlu 1994:209).

Yukarıda belirtilen olgunun altında bir takım sebepler yatmaktadır. Birey toplumda hangi görüşün kabul gördüğünü kendi gözlemlerine dayanak öğrenebileceği gibi daha ziyade basın organlarından gözlemlemektedir. Bu durumda basın organları fikirlerin gelişim biçimine etki etmektedirler. Bu noktada belirleyici olan etmen ise fikirlerin büyüklüğünden ziyade; taraftarların bu fikirleri ifade etme isteği ve yeteneği olmaktadır (Waldahl 1994:69-70). Basın organlarında az yer bulan görüşler daha az sayıda kişi tarafından destek görüp ifade edilebilirken çok yer bulan görüşler ise kişilerin çoğunluğun yanında yer alma duygusuyla hareket etmelerinden dolayı yeni taraftarlar kazanmaktadır. Bireyler suskun kaldıklarında bu görüş daha az yaygın ve geçerli görüleceğinden bu durum bir suskunluk sarmalı oluşumuna neden olmaktadır. Toplumda yaygın görüşlerin dışında görüşe sahip olan insanlar gidecek seslerini duyurmada daha az istek duyacak, böylece basın organlarınca ifade edilen görüşler daha baskın ve doğru görüş olarak algılanacaktır. Bireyin bu tür davranış sergilemesinin temelinde toplumla ve diğer bireylerle bütünleşme amacı yattığından birey toplum baskısından uzaklaşmak için diğerlerine benzemeye, onlara benzer şekilde davranmaya çalışacaktır (Güneş 1996:186). Bu model basının belirli konuları kamunun görüş ve tartışma alanına sokabildiği ve-

ya uzaklaştırdığını gerçeğinden hareket etmektedir (Fejes 1993:245-246).

Basın organları toplumda baskın olan düşüncelerin neler olduğu yönündeki izlenimleri şekillendirmekte, ikinci olarak çoğalmakta olan düşüncelerin neler olduğuyla ilgili izlenimleri pekiştirmekte, üçüncüsü herhangi bir birey tarafından toplum önünde hangi düşüncelerin soyutlanmadan söylenebileceğiyle ilgili izlenimleri belirlemektedir (Severin ve Tankart 1994:444). Basın organlarının bireyin kamu önünde konuşma ve davranışta bulunma isteklerini etkilediği görülmektedir. Birey kendi fikirlerinin kamuoyundaki oydaşma içinde yer aldığına inandığında, gerek özel gerekse kamusal tartışmalarla konuşma ve sesini duyurma cesaretini kendinde bulmaktadır (Neuman 1997:227).

B- GÜNDEM OLUŞTURMA

Basının ülke ve dünya sorunları hakkında kamuoyuna bilgi sunması, bu konuların kamuoyunda bir önceliğe sahip olması sonucunu doğurmuştur. İlk kez 1972'de Mc Combs ve Shaw tarafından ortaya atılan Gündem Oluşturma Hipotezi (agenda setting) basının haberleri sunuş yoluyla bazı konulara ağırlık vererek, kamuoyunun gündemini belirlediği görüşüne dayanmaktadır (Mutlu 1994:82). Buna göre basın organları siyasal ve aktüel konularda toplumun neyi ne kadar bilmesine gerektiğine karar vermektedir. Günümüzde basının gündemine aldığı, büyük ağırlık ve yer verdiği konuların kamunun da gündemine girdiği ve kamu tarafından önemli olarak algılandığı; aksine basında yer almayan konuların ise önemsiz olarak nitelendirildiği görülmektedir. Bu ise bireyin yaşamına ilişkin düzenlemeler yaparken kendisine bir referans veya dayanak noktası aramasından kaynaklanmaktadır (İnceoğlu 1993: 132).

Gündem oluşturma ile ilgili ilk sistematik çalışmayı gerçekleştiren Mc Combs ve Shaw Amerika Birleşik Devletlerindeki 1968 Başkanlık seçimleri sırasında basının politik konulara karşı tutumların önemini etkileyerek gündemi oluşturduğu şeklinde bir hipotez geliştirmişler, ardından da bir dizi araştırma ve içerik analizi ile hipotezi test etmişlerdir. Mc Combs ve Shaw'ın araştırmaları gündem oluşturma'nın olası etkisi açısından en şüpheli görülen seçmen kitlesi olarak kabul edilen kararsız seçmenler üzerinde uygulanmış, beş günlük gazete ve iki haber dergisiyle, iki televizyon kanalının akşam haberleri içerik a-

nalizine tabi tutulmuştur. Seçilen yüz kişilik örneklem grubuna ülkenin en önemli beş sorununun neler olduğu sorulmuş, deneklerin cevapları ile basında yer alan konular karşılaştırılarak, halkın gündemiyle basının gündemi arasındaki ilişki ortaya konmuştur (Severin ve Tankart 1994:366). Elde edilen bulgular gündem oluşturma etkisini desteklemekteydi. Basının değişik konulara verdiği önem ile seçmenlerin önem verdiği konular arasında bir ilişki söz konusu olmaktaydı. Basın tarafından önemli görülen konuların seçmenler tarafından da önemli ve dikkate değer olarak görüldüğü bu araştırmalar sonucu ortaya konmuştur.

Mc Combs ve Shaw'ın araştırmalarının ardından gündem oluşturma ile ilgili bir diğer çalışma da G. Ray Funkhouser tarafından yapılmıştır. Funkhouser; Time, Newsweek ve US. News and World Report dergilerini içerik analizine tabi tutmuş, hangi konuların önemli olduğuna ilişkin kamuoyunun ölçümüne yönelik ölçeği saptamada deneklere Amerika'nın en önemli sorununun neler olduğu sorusunu sormuştur. Funkhouser'in araştırması Mc Combs ve Shaw'ın bulgularını desteklemekteydi. Araştırma sonuçları basının kapsamlı olarak yer verdiği konularla halk tarafından bu konulara verilen önem sıralaması arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktaydı (1996:370). Buna göre basının önem atfettiği ve en fazla yer verdiği konular halk tarafında da önemli görülen konular olmaktaydı.

Aynı araştırmanın ikinci bölümünde basının kapsamıyla gerçek arasındaki ilişkiyi araştıran Funkhouser; Vietnam savaşı, kent isyanları ve kampüs huzursuzluğu gibi konuların gerçek olgularına tam olarak ulaşmadan bir yıl önce basında yer aldığını, ayrıca suçluluk, hava kirliliği ve ırkçılık gibi konularda basının kapsamının gerçekle çok küçük oranda bağdaştığını ortaya koymuştu (1996:370). Funkhouser'in gerçekleştirdiği araştırma sonucunda güvenilir bir bilgi kaynağı olarak nitelendirilen basın organlarının her zaman gerçekleri yansıtmadığı ortaya çıkmaktaydı.

Yukarıdaki örneklerden de anlaşılacağı üzere Amerikan toplumunda gündem koyma etkileri hemen hemen tüm kitle iletişim araçları haberciliğinde görülmektedir. Gündem koyma araştırmaları bir yandan ülkenin siyasal ve toplumsal sorunlarının belirlenmesini sağlarken, diğer yandan ise bireylerin önem verdiği sorunların basın or-

ganlarında ağırlıklı yer verilen konular olduğunu ortaya koymaktadır.

Gündem koymayla ilgili olarak yapılan araştırmalar çoğu kez seçim kampanyalarıyla ilgili olmaktadır. Bunun sebebi, seçmenlerin seçim kampanyaları süresince etkilenmeye açık hale gelmeleri nedeniyle basın organlarının etkileme oranının artmasıdır (Güz 1996:986). Gündem oluşturma hipoteziyle kitle iletişim araçlarının güçlü etkilere sahip olduğu görüşü tekrar ön plana çıkmaktadır. Ancak yine de gündem koyma modeliyle ilgili olarak kitle iletişim araçlarının güçlü etkileri olduğu görüşü tam olarak kabul görmemektedir (1996:986). Her şeyden önce gündem oluşturma bireylere nasıl düşünmesi gerektiğini değil, ne hakkında düşünmesi gerektiğini belirtmektedir. Bu süreç içerisinde bir çok faktörler rol oynamaktadır. Bireylerin sosyo-kültürel ve sosyo-demografik özellikleri, yaşı, cinsiyeti, gelir durumu, eğitim seviyesi, siyasal, toplumsal ve ekonomik olaylara duyarlılık düzeyi ile basın organlarının okuma, izleme, alışkanlıkları gibi değişkenler biraraya gelerek izleyici tepkilerini oluşturmakta, sonuçta gündem oluşturma sürecini olumlu veya olumsuz yönde etkilemektedir (Yumlu 1994:94). Basının kamu gündemini belirleme yeteneği sorunlar bazında farklılıklar gösterebilmektedir (Iyengar 1997:239). Gündem oluşturma hızlı gelişen konularda daha geçerli olurken bazı dramatik gelişmeler olmadığı sürece yavaş gelişen olaylarda pek görülmemekte, bu olaylar basının ilgisini fazla çekmemektedir. Gündem oluşturmaya ilgili bir diğer faktör basın organlarında konunun daha önce ele alınıp alınmamasıyla ilgilidir. Konu daha önce basında aktarılmış ise, daha sonra verilen haberle konuya yeni bir bakış açısı getirilmesi söz konusu olsa bile olay, önceki haber çerçevesinde yorumlanacak, bu durumda kamu gündemindeki etkisi azalacaktır (Yumlu 1994:95).

Yüksek öğrenim görmüş kişilerin siyasal bilinci daha üst seviyede olduğundan bu kişilerin yönetim gereksinimleri daha az olmakta ve gündem oluşturma süreci etkisi azalmaktadır. Öğrenim düzeyi düşük kişilerin ise siyasal bilinci de düşük olduğundan buna bağlı olarak gündem oluşturma etkileri fazla olmaktadır. Dış politika gibi bazı konularla ilgili olarak bireylerin başvuracakları bilgi kaynakları azaldıkça gündem oluşturma etkisi artacak, fiyat artışı gibi konularda ise bu etki azalacaktır. Kamu gündemlerinin tanımlanmasındaki zorluklar ve birden çok kamu gündeminin olabilmesi gibi yönlerden gündem

oluşturma hipotezi eleştirilmekte, basın gündeminin kamu gündemine yansımalarının ise ne kadar zamanda gerçekleştiği tam olarak açıklanamamaktadır.

Basın, siyasal kampanyalarda kampanya içeriğinin tarafsız bir elemanı olarak algılanmaya elverişli bir durumda olmakla birlikte günümüzde bu özelliğini yitirmeye başlamıştır. Zira basının haber sunumu, 1. objektiflik ilkesinden giderek uzaklaşması, basına duyulan güvenin giderek azalmasına neden olmaktadır (Altındal ve İnceoğlu 1997:83). Politik kimliği olmayan basın organlarının politik mesajları taşıırken tarafsızlık ilkelerinden ödün vererek yanlı yayın yapmaları bu organların gerçekliği yansıtmayıp, filtre ederek mevcut siyasi ortamı kendi normlarına uygun olarak biçimlendirmelerine neden olmaktadır (Yumlu 1994:98).

Basın, belirli olay ve durumları gündeme getirmekle kalmamakta, gündeme getirdiği konuların önem sıralamasını da etkilemeye çalışmaktadır. Hergün gerçekleşen yüzlerce olay içerisinde hangisinin haber değeri taşıdığına ve gündeme alınacağına gelenekler, teknoloji, genel yayın politikası ve ekonomik faktörler doğrultusunda karar verilmektedir (Altındal ve İnceoğlu 1997:87)

Basın organlarının mülkiyetinin özel teşebbüse ait olmasına rağmen zaman zaman siyasi partiler veya hükümetlerle karşılıklı işbirliği ortamı yaratıldıkları görülmektedir (Schlesinger 1994:48). Ticari amaçla faaliyet gösteren basın organları hakkında bilgi sahibi olabilmek için kim tarafından yönetildiklerine ve faaliyetlerini sürdürebilmeleri için ekonomik desteği kimin sağladığına bakmak gerekmektedir. Böylece o basın organının takip edeceği yönlendirme ya da etkileme politikasını öğrenebilmek mümkün olabilmektedir (Duvarger 1990:100). Ancak, basın organlarıncı bireylere ulaştırılan mesajların özellikle siyasal içerikli olanlarının ne kadarının haber ve bilgi vermeye yönelik olduğu, ne kadarının da propaganda amacı taşıdığı tartışılmaktadır. Olayın haber olarak seçilmesinin yanısıra basın organında ele alınış biçimi de bu açıdan önem taşımaktadır. Haberin yayınlandığı sayfa ve sütun, seçilen başlık ve spot ile haberin sunum biçimi kamu gündemini etkilemektedir. Kamu ise, kahramanlarla birlikte sunulan açık seçik olaylara duyarlı olmakta, yanlışların belirtilmediği ve sonuçları bilinmeyen konularda ise daha az duyarlılık göstermektedir (Yumlu 1994:95). Bu açıdan çoğu kez haberin ne olduğu değil, nasıl sunuldu-

ğu daha fazla önem taşımaktadır.

Basın, mesajlarını sunarken yönlendirme amacı taşıyan bazı yöntemlere başvurmaktadır. Bu yöntemler şunlardır (Altındal ve İncoğlu 1997:89)

- Olayı kendi amaçladığı doğrultuda sunmak. Bazı olayları önemsemeyerek atlamak, bazılarını da gereğinden fazla önemle yer vermek,
- Olayı, güncel olarak önem taşımayan geçmişteki olaylarla ilgili farklı yöne çekerek sunmak,
- Bir bireyin ya da az sayıda kişinin görüşünü olduğundan fazla sayıda bireyin görüşüymüş gibi sunmak,
- Halk böyle istiyor ya da halk şuna inanıyor şeklinde kesin olarak ispatlanamayacak genel ifadeler kullanmak,
- Tanınmış ve topluma mal olmuş kişiler hakkında küçültücü ya da aşağılayıcı ifade ya da resimler kullanmak,
- Bir birey veya grup ile, toplumda kabul görmeyen ya da gayri ahlaki nitelik taşıyabilen olay ve fikirler arasında bağlantı kurarak sunmak.

V-1995 GENEL SEÇİMLERİ SONRASI TÜRK BASINI VE GÜNDEM

Basının kamuoyu gündemini oluşturmada fonksiyonunun belirlenmesiyle ilgili çalışmalar, Türkiye'de oldukça yeni bir maziye sahiptir. Ülkemizde zaman zaman kamuoyu gündeminin tespiti için araştırmalar yapılmaktadır. PİAR GALLUP araştırma şirketi bu amaçla, 1994 yılında kamuoyu ve TBMM'nin gündemi arasındaki ilişkiyi ortaya koyan bir çalışma yapmıştır (Güz 1996:987). Ancak bu araştırma basın organları açısından test edilmemiştir.

McCombs ve Shaw'ın araştırmaları Amerika Birleşik Devletleri'nde basının gündem oluşturmada etkili olduğunu ortaya koymuştu. Buna karşılık Türkiye'deki yazılı basın organlarının trajları ve kamuoyundaki güvenilirlikleri dikkate alındığında, ne derece etkili oldukları tartışılmaktadır. Türkiye'de basının kamuoyu oluşturma ve etkilemede yeterli bir güce sahip olmadığı görüşü mevcut olmakla birlikte, basın organları temsilcileri; basının kamuoyunu ve seçmenleri etkilediğini, hatta siyasi parti genel başkanlarının seçilmesinden, hükümetlerinin kurulmasına ve yıkılmasına kadar geniş bir etkiye sahip olduğunu iddia etmektedirler (Güz 1996:987). Türk basınında haber ve bilgi (1996:988) vermeden ziyade fıkra, makale ve başmakale gibi köşelere sıkça rastlanması, Türkiye'de basının kendi amaçla-

rı doğrultusunda bir kamuoyu oluşturma çabalarından hala vazgeçmediğinin bir göstergesi durumundadır (Bozdağ 1992:213).

1994 yılı Ekim ayında Çorum ilinde, kamu gündemiyle basın gündemi arasındaki ilişkiyi irdeleyen bir alan araştırması yapılmıştır (Güz 1996:989-995) Yazılı basının gündemi tespit edilirken Sabah, Hürriyet, Milliyet, Zaman, Türkiye ve Cumhuriyet gazeteleri baz alınarak kamu gündeminin tespiti için 1202 kişilik bir örneklem grubu seçilmiştir. Araştırma sonucunda, kamu gündemiyle basının gündeminin farklı olduğu, dolayısıyla Türkiye'de kamuoyunun gündemini oluşturmada basının başarısızlığı ortaya konmuştur.

Bütün demokratik ülkelerde basın ve kamuoyu arasında bir etkileşim söz konusudur. Basın bir yandan yayınlarıyla kamuoyunu etkileyip doğru bir kamuoyu oluşumuna katkı sağlarken; diğer yandan kamuoyundan etkilenmekte ve yayınlarını oluştururken, kamuoyunun ilgi, istek ve tepkilerini dikkate almak durumundadır. Bir basın organının başarısı bu iki yönlü iletişim ve etkileşime bağlı olmaktadır. Kamuoyunun nabzını tutabilen, kamuoyuyla iyi iletişim ve etkileşim kurabilen basın organları başarılı olup kamuoyu tarafından benimsenirken, buna sağlayamayanlar ise yayın hayatını sürdürememektedir.

A- SEÇİM ÖNCESİ VE SONRASINDA BASININ YAKLAŞIMI

Türkiye'de 1995 yılı Aralık ayında yapılan genel seçimler öncesinde basın organlarının gerek iktidar, gerekse muhalefet partilerine yaklaşım biçimlerinde önemli değişiklikler yaşanmıştır. Seçim öncesi dönemde basın organları, Türkiye'de daha önce eşine rastlanmayacak biçimde siyasi partilerin taraftarı gibi hareket etmişlerdir. Bu durum seçim sonuçlarının açıklanmasından sonra da devam etmiştir. Nitekim, basın organları seçim sonuçlarının alınmasından sonra hiç bir partinin tek başına iktidara gelemeyeceği ortaya çıkınca, hükümetin hangi partilerce kurulması gerektiğiyle ilgili olarak yayınlar yapmışlardır. Basın organlarının, görev ve sorumluluklarının dışına çıkıp, siyasi parti yönetici ve yönlendiricisi gibi hareket ederek, siyasi kararların alınması sürecine etki etme çabaları her şeyden önce basın meslek ilkelerine ve demokratik rejimin özüne aykırıdır. Siyasi partilerle ilgili kararların alınmasında belirleyici bir rol oynamaya çalışan basın organlarının, kamuoyunu ne oranda doğru bilgi-

lendirebilecekleri ve sonuçta bağımsızlıklarını koruyup koruyamayacakları şüphe götürmektedir. Bu durumda belirli görüşler empoze edilmek suretiyle serbestçe oluşması gereken kamuoyu, güdümlü olarak oluşturulmaya çalışılmakta, toplumu oluşturan bireylerin yanlış kanaatlere sahip olmasına sebep olunmakta ve milli irade yanlış tecelli edebilmektedir.

24 Aralık 1995 Genel Seçimleri sonuçlarının Yüksek Seçim Kurulu tarafından resmen ilan edilmesinden sonra, Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel meclisteki sandalye sayısını dikkate alarak, önce en çok milletvekiline sahip parti durumundaki Refah Partisi Genel Başkanı Necmettin Erbakan'a hükümeti kurma görevi vermiştir. Erbakan; DYP, ANAP, DSP ve CHP liderleriyle yaptığı görüşmelerden sonuç alamayınca, Cumhurbaşkanı hükümeti kurma görevini DYP Genel Başkanı Tansu Çiller'e vermiştir. Hükümeti kurma görevini alan Çiller, siyasi parti liderleriyle görüşmeler yapmış, bu görüşmeler sırasında ve öncesinde basın organlarında hükümetin DYP ve ANAP tarafından kurulması gerektiğiyle ilgili görüşler sıkça yer almıştır. Ancak ANAP Genel Başkanı Mesut Yılmaz ile DYP Genel Başkanı Tansu Çiller arasında yapılan görüşmelerden olumlu bir sonuç çıkmamıştır.

Bu kez hükümeti kurma görevi ANAP Genel Başkanı Mesut Yılmaz'a verilmiştir. Yılmaz, Çiller'le görüşmesinden bir sonuç alamayınca ardından RP Genel Başkanı Necmettin Erbakan ile koalisyon hükümeti kurma görüşmelerine başlamıştır. Yaklaşık 11 gün boyunca basında bu görüşmelerle ilgili birçok haber yer almıştır.

Aşağıda bu dönem içerisinde yayınlanan Türkiye, Cumhuriyet, Sabah ve Hürriyet gazetelerinde konuyla ilgili olarak yayınlanan haberler ele alınarak değerlendirme yapılacaktır:

B- UYGULAMA: İÇERİK ANALİZİ

Bu çalışmanın varsayımının test edilmesinde içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. 11 günü kapsayan içerik analizinde gazeteler; haberin konusu, sunumu, niteliği, kaynağı, taraflılık, yorum, eksik yön, önyargı ve sonuç açılarından değerlendirilmiş ve tablolastırılmıştır. Haberin konusu sayfa içerisindeki yerini; sunumu yazı, fotoğraf veya karikatür şeklinde verilip verilmediğini; niteliği iddia, eleştiri ya da açıklama özelliği taşıyıp taşımadığını; kaynağı ise habere esas teşkil eden bilgilerin nerelerden elde edildiğini ifade

etmektedir. İçerik analizi yapılırken kullanılan kriterlerden taraflılık, haber okunduğunda neden ya da kimden yana olunup olunmadığını; yorum haberi yazanın kişisel görüşlerinin katılıp katılmadığını; eksik yön, habere esas teşkil eden olayın bütün yönlerinin ele alınıp alınmadığını, önyargı da haberi yazanın olaya belirli bir amaç doğrultusunda yaklaşıp yaklaşmadığını belirtmektedir. Haberde sonuçtan kastedilen ise; habere konu teşkil eden olayın ne derece gerçekleşip gerçekleşmediğinin ortaya konulmasıdır.

SONUÇ

Basın organları demokrasinin ve toplumsal yaşamın vazgeçilmez unsurlarından bir tanesidir. Bu vazgeçilmezlik unsuru basın organlarının önemini giderek artırmakta; yasama, yürütme ve yargının ardından dördüncü bir güç olarak nitelendirilmesini sağlamaktadır. Basının bu gücü bütün demokratik ülkelerde olduğu gibi, Türkiye'de de bu şekilde değerlendirilmektedir.

Bu bağlamda basın organları toplumdaki çeşitli olayları okuyucu kitlelerine duyururken objektif olmalı, gerçekleri göz ardı etmemelidir. Ancak ne var ki basın organlarının yayınlarında, ne ölçüde objektif davrandıklarını tespit etmek çok güç olmaktadır. Yansız gibi görünen basın organları bile gerçek olmayan haber ve bilgileri sunabilmekte ve böylece kamuoyunu yanlış bilginin doğru olduğuna inandırmaya çalışabilmektedir. Böyle bir durumda ise hangi bilgilerin gerçek, hangilerinin gerçek dışı olduğunu anlamak güçleşmektedir. Bugün için basın organlarının yayınlarında objektif davranıp-davranmadıkları tartışmalı bir konu olmakla birlikte; halkın basın organlarının güvenilirliğine olan inancını her geçen gün yitirdiği sıkça dile getirilmektedir. Bunun temel sebeplerinden bir tanesi ve en önemlisi; özellikle ülkemizdeki basın organlarının kullandığı çeşitli yönlendirme teknikleriyle objektiflik ilkesinden uzaklaşarak, kamuoyunu etkilemek suretiyle istediği doğrultuda biçimlendirme çabaları taşımasıdır. Böylece haber ve bilgi verme adı altında basın; belirli fikirlerin savunuculuğunu yapabilmekte, bunları toplum fertlerine empoze etme, bireylerin fikirlerini değiştirme, hatta bireyin siyasal karar alma sürecini etkileme gibi çalışmaları yürütebilmektedir.

Halbuki basının haber ve bilgi vermedeki asıl amacı, kendisine veya belirli bir zümreye çıkar sağlamak değil; topluma doğru enformasyon sunarak, kamuoyunun serbestçe oluşumuna katkı

sağlamak olmalıdır. Basının bu asli fonksiyonunu istenilen anlamda yerine getirmesi, demokratik toplumun oluşması, yaşaması ve denetlenmesine büyük katkılar sağlayacaktır. Demokratik ülkelerde yasama, yürütme ve yargı ile ilgili yasal düzenlemeleri yapacak kişileri seçim yoluyla belirli bir süre için işbaşına getiren toplum, bu kurumların nasıl çalıştıklarını, görevlerini yerine getirip getirmediğini, varsa aksaklık ve eksikliklerinin neler olduğunu genellikle basın yoluyla takip etmektedir. Bu durumda basın organları tüm bu görevleri toplum adına üstlenmekte, adeta toplumun ağız, gözü ve kulağı olmaktadır.

Demokrasilerde basın kamuoyunun sadece sesi değil, aynı zamanda onun motorudur. Basın kamuoyu oluşturmak ve etkilemekten ziyade, kamuoyunun serbestçe oluşmasına katkı sağlamalıdır. Dolayısıyla basının kamuoyunun motoru olmasını bu doğrultuda ele almak gerekmektedir. Ancak yukarıda da belirtildiği gibi, basın organları bu görevini yerine getirirken zaman zaman asıl amacından sapmakta ve çeşitli nedenlerle kamuoyunu istedikleri biçimde yönlendirme çabalarını gütmektedir. İşte bu çalışmada böyle bir noktadan hareket edilerek, ülkemizdeki bazı basın organları içerik analizine tabi tutulmuş ve araştırma varsayımı test edilmiştir.

Türkiye'de 1995 genel seçimleri sonrasında ortaya çıkan tablo hiç bir partinin tek başına iktidara gelmesine imkan tanımadığından, iki ya da daha fazla partinin bir araya gelerek bir koalisyon hükümeti kurması gündeme gelmiştir. Seçim sonuçlarına göre en çok oyu alan parti olan RP'nin Genel Başkanı Necmettin Erbakan'a Cumhurbaşkanınca hükümeti kurma görevi verilmiş, Erbakan diğer parti liderleriyle yaptığı görüşmelerden bir sonuç alamayınca, bu kez görevi alan DYP Genel Başkanı Tansu Çiller liderler turuna çıkmıştır. Çiller'in görüşmeleri de başarısızlıkla sonuçlanınca, en çok milletvekiline sahip üçüncü parti olan ANAP Genel Başkanı Mesut Yılmaz'a bu görev verilmiştir. Diğer tüm parti liderleriyle bir dizi temaslar yürüten Yılmaz'ın, basında en çok yankı bulan görüşmesi Erbakan ile yaptığı görüşmeler olmuştur. Bu çalışmayla ANAP ve RP arasındaki söz konusu görüşmelerin başladığı 14 Şubat 1996 ile 25 Şubat 1996 tarihleri arasındaki dönemde; Türkiye, Cumhuriyet, Sabah ve Milliyet gazetelerinin ANAP-RP görüşmelerine yaklaşımları ele alınmıştır.

Araştırma kapsamında incelenen 11 günlük dönemde, söz konusu gazetelerde konuyla ilgili

toplam 116 adet haber yer almıştır. Bu haberler arasından, 2'si sürmanşetten sunulurken 37 haber ise manşetten verilmiştir.

Haber sunumunda dikkati çeken bir diğer nokta ise haberlerin büyük bir bölümünün fotoğraf ile birlikte sunulması olarak göze çarpmaktadır. Zira toplam 116 habere 60 tanesi fotoğraf ile birlikte verilirken; 5 haberde ise fotoğrafın yanısıra karikatürün de kullanıldığı görülmüştür.

Tüm bunların yanısıra basın organlarının haber sunumunda yoruma kaçmamaları gerekirken; söz konusu gazetelerin ise buna riayet etmedikleri, toplam 87 habere yorum karıştırıldığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda, son yıllarda kamuoyunun basın organlarına olan güveninin her geçen gün azalmasında, habere yorum katılmasının da önemli bir rolü olduğu söylenebilir.

Araştırma sonucunda, söz konusu gazetelerin tamamının RP ile ANAP arasındaki görüşmelere olumuz yaklaştıkları, bunlar içerisinde özellikle Sabah ve Cumhuriyet gazetelerinin Türkiye ve Hürriyet'e nazaran daha açık ve karşı bir tavır aldıkları görülmüştür. RP'nin iktidara gelmesinin Türkiye'yi karanlığa götüreceği, Batı ve ABD ile ilişkilerinin bozulacağı, söz konusu gazeteler tarafından gerek haber, gerek fotoğraf, gerekse karikatürlerle sık sık açığa vurulmuştur.

Hürriyet gazetesinin ise koalisyona karşı olmakla birlikte ANAP'ı eleştirmekten kaçındığı, ancak böyle bir koalisyona karşı çıkan kişi ve kesimlerin görüşlerine sıkça yer vererek, bu doğrultuda bir kamuoyu oluşturma çabası taşıdığı tespit edilmiştir.

Seçilen gazeteler içerisinde yer alan Türkiye Gazetesi'nin ise, diğer üç gazeteyle nazaran daha ılımlı bir yayın politikası izlediği görülmüştür. Gazete bu koalisyona karşı olduğunu açıkça ifade etmemekle birlikte, "Zor Pazarlık", "Bitmeyen Pazarlık", "Başbakanlık Paylaşımıyor" ve "Uzatıyorlar" şeklinde ifadeler kullanarak, 16 Şubat Cuma günü sayısında olduğu gibi "Arkası Yarın" şeklinde sitem ve alay ifade edebilen yayınlara başvurmıştır.

İki lider arasındaki görüşmeler uzadıkça gazetelerin tutumlarını sertleştirdikleri, eleştiri dozajını gittikçe arttırdıkları görülmüştür. Sabah gazetesi, Yılmaz'ı açıkça eleştirerek "Koltuk Uğruna Laik Cumhuriyeti Satma" şeklinde manşet atmış, Cumhuriyet gazetesi ise özellikle karikatürler ile iki lider hakkında yer yer eleştiri sınırını aşarak

hakaret sınırına varan bir tutum sergilemiştir.

ANAP ve RP arasındaki görüşmelerin başarısızlıkla sona erdiği 25 Şubat tarihli gazeteler incelendiğinde, sergiledikleri tutum daha açık görülebilmektedir. Sabah Gazetesi bunu okuyucularına "Yılmaz Çark Etti" başlığıyla sunarken, Hürriyet Gazetesi "ANAYOL'a Dönüş" şeklinde sürmanşet atmış, Türkiye ve Cumhuriyet gazeteleri ise "Anlaşamadılar" şeklindeki manşeti kullanmıştır.

Tüm bu değerlendirmeler ışığında, basının kamuoyunu oluşturma fonksiyonuna yönelik olarak yapılan bu çalışmada; Türkiye, Cumhuriyet, Sabah ve Hürriyet gazetelerinin ANAP ile RP arasında sürdürülen koalisyon görüşmeleri süresince, söz konusu iki partinin bir koalisyon hükümeti kurmaması yönünde yayın politikası izledikleri, haber sunumunda yoruma kaçarak taraflı davrandıkları ve bu şekilde görüşmelere etki etmeye çalıştıkları sonucuna ulaşılmıştır.

KAYNAKLAR

Akdoğan Y (1995) Görsel İktidar, İnsan Yayınları, İstanbul.
Alemdar K ve Erdoğan İ (1990) İletişim ve Toplum, Bilgi Yayınevi, Ankara.
Alemdar K ve Erdoğan İ (1994) Popüler Kültür ve İletişim, Ümit Yayıncılık, Ankara.
Alemdar Z (1990) Oyunun Kuralı-Basında Özdenetim, Bilgi Yayınevi, Ankara.
Altındal OŞ ve İnceoğlu Y (1997) İletişimde Etikeme Süreci, Pan Yayıncılık, İstanbul.
Bektaş A (1996) Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi, Bağlam Yayıncılık, İstanbul.
Bozdağ İ (1992) Dünyada ve Türkiye'de Basın İstibdadı, Emre Yayını, İstanbul.
Cumhuriyet Gazetesi (1996) 14-25 Şubat tarihleri arasındaki nüshalar.
Daver B (1968) Siyaset Bilimine Giriş, S.B.F. Yayını, Ankara.
Demirkent N (1995) Medya Medya, Dünya Yayını, İstanbul.
Dökmen Ü (1995) İletişim Çatışmaları ve Empati, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
Duvarger M (1982) Siyaset Sosyolojisi, Şirin Tekeli (çev), Varlık Yayınları, İstanbul.
Duvarger M (1990) Sosyal Bilimlere Giriş, Ünsal Oskay (çev), Bilgi Yayını, Ankara.
Fejes F (1993) Eleştirel Kitle İletişim Araştırması ve Medya, Mehmet Küçük (çev), Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllığı 1992, Ankara.

Güneş S (1996) Medya ve Kültür, Vadi Yayınları, Ankara.
Güz N (1997) Türk Basınında Kamuoyu Araştırmalarının Yönlendirme Aracı Olarak Kullanılması, Türkiye Sosyal Araştırmalar Derg, 1, 1.
Güz N (1996) "Türk Basınında Gündem Oluşturma", Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı, 2, 12.
Hürriyet Gazetesi (1996) 14-25 Şubat tarihleri arasındaki nüshaları.
İçel K (1990) Kitle Haberleşme Hukuku, Beta Yayını, İstanbul.
İnceoğlu M (1993) Tutum Algı İletişim, Verso Yayını, Ankara.
İyengar S (1997) Siyasette Erişim Yanlılığı, Süleyman İrvan (der.), Medya, Kültür, Siyaset, Ark Yayını, Ankara.
Janqua D (1992) Mesleği Gazeteci, Oya Tatlıpınar (çev), Medya Dünyası, J. Marie Charon (der.), İletişim Yayınları, Ankara.
Kapani M (1989) Politika Bilimine Giriş, Bilgi Yayınevi, İstanbul.
Keane J (1992) Medya ve Demokrasi, Haluk Şahin (çev), Ayrıntı Yayını, İstanbul.
Kışlalı AT (1987) Siyaset Bilimi, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yayını, Ankara.
McQuail D ve Windahl S (1993) İletişim Modelleri, Mehmet Küçükkurt (çev), İmaj Yayını, Ankara.
Meray LS (1982) Toplum Bilim Üzerine, Hil Yayını, İstanbul.
Mutlu E (1994) İletişim Sözlüğü, Ark Yayınevi, Ankara.
Nebiler H (1995) Medyanın Ekonomi Politikası, Sarmal Yayınevi, İstanbul.
Neuman NE (1997) Suskunluk Sarmalı Kuramının Medyayı Anlamaya Katkısı, Süleyman İrvan (der), Medya Kültür Siyaset, Ark Yayını, Ankara.
Onaran AŞ (1984) Kamuoyu El Kitabı, Filiz Kitabevi, İstanbul.
Ozankaya Ö (1980) Toplumbilimleri Sözlüğü, Türk Dil Kurumu Yayını, Ankara.
Ozankaya Ö (1989) Toplumbilimine Giriş, Bilgi Yayınları, Ankara.
Sabah Gazetesi (1996) 14-25 Şubat tarihleri arasındaki nüshaları.
Sabuncuoğlu Z (1992) İşletmelerde Halkla İlişkiler, Rota Ofset, Bursa.
Schlesinger P (1994) Medya Devlet Ulus, Mehmet Küçük (çev), Ayrıntı Yayını, İstanbul.
Semelin J (1992) Gerçek Dışı Bilgi Verme Ya da Yalanı Gerçek Gibi Gösterme Sanatı, Scharon, J. Marie (der.), Oya Tatlıpınar (çev), Medya Dünyası, İletişim Yayını, Ankara.

Severin J ve Tankart WJ (1994) İletişim Kuramları, A. Atıf Bir ve Serdar Sever (çev), Anadolu Üniversitesi Kibele Sanat Merkezi Yayını, Eskişehir.

Sezer D (1972) Kamuoyu ve Dış Politika, Sevinç Matbaası, Ankara.

Tokgöz O (1994) Temel Gazetecilik, İmge Kitabevi, Ankara.

Tortop N ve İspir EG (tarih yok) Yönetim Bilimi, Bilim Yayınları, Ankara.

Türkiye Gazetesi (1996) 14-25 Şubat tarihleri arasındaki nüshaları.

Unat AN (1987) Kamuoyu Ders Notları, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yayını, Ankara.

Waldahl R (1994) Siyasal Tutumlar ve Kamuoyu, Süleyman İrvan (çev), İletişim, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Derg, 1-2.

Yumlu K (1994) Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları, Nam Basım, İzmir. ■