

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KAMU YÖNETİMİ ANABİLİM DALI
DOKTORA PROGRAMI
DOKTORA TEZİ

MEDYA VE DEMOKRASİ: TÜRKİYE’DE SİYASAL İKTİDAR-TOPLUM İLİŞKİSİNDE MEDYANIN ROLÜ

Nigâr DEĞİRMENCİ

Danışman
Prof. Dr. Tülay ÖZÜERMAN

2010

Yemin Metni

Doktora Tezi olarak sunduğum “**Medya ve Demokrasi: Türkiye’de Siyasal İktidar-Toplum İlişkinde Medyanın Rolü**” adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

.../.../.....

Nigâr Değirmenci

DOKTORA TEZ SINAV TUTANAĞI

Öğrencinin

Adı ve Soyadı : Nigar Değirmenci
Anabilim Dalı : Kamu Yönetimi
Programı : Doktora
Tez Konusu : Medya ve Demokrasi: Türkiye’de Siyasal İktidar-
Toplum İlişkisinde Medyanın Rolü
Sınav Tarihi ve Saati :

Yukarıda kimlik bilgileri belirtilen öğrenci Sosyal Bilimler Enstitüsü’nün tarih ve Sayılı toplantısında oluşturulan jürimiz tarafından Lisansüstü Yönetmeliğinin 30.maddesi gereğince doktora tez sınavına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini dakikalık süre içinde savunmasından sonra jüri üyelerince gerek tez konusu gerekse tezin dayanağı olan Anabilim dallarından sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin,

BAŞARILI OLDUĞUNA O OY BİRLİĞİ O
DÜZELTİLMESİNE O* OY ÇOKLUĞU O
REDDİNE O**

ile karar verilmiştir.

Jüri teşkil edilmediği için sınav yapılamamıştır. O***
Öğrenci sınava gelmemiştir. O**

- * Bu halde adaya 6 ay süre verilir.
** Bu halde adayın kaydı silinir.
*** Bu halde sınav için yeni bir tarih belirlenir.

Tez, burs, ödül veya teşvik programlarına (Tüba, Fulbright vb.) aday olabilir. Evet
Tez, mevcut hali ile basılabilir. O
Tez, gözden geçirildikten sonra basılabilir. O
Tezin, basımı gerekliliği yoktur. O

JÜRİ ÜYELERİ

				İMZA
.....	<input type="checkbox"/> Başarılı	<input type="checkbox"/> Düzeltme	<input type="checkbox"/> Red
.....	<input type="checkbox"/> Başarılı	<input type="checkbox"/> Düzeltme	<input type="checkbox"/> Red
.....	<input type="checkbox"/> Başarılı	<input type="checkbox"/> Düzeltme	<input type="checkbox"/> Red
.....	<input type="checkbox"/> Başarılı	<input type="checkbox"/> Düzeltme	<input type="checkbox"/> Red
.....	<input type="checkbox"/> Başarılı	<input type="checkbox"/> Düzeltme	<input type="checkbox"/> Red

ÖZET

Doktora Tezi

Medya ve Demokrasi: Türkiye’de Siyasal İktidar-Toplum İlişkisinde Medyanın Rolü
Nigâr Değirmenci

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Kamu Yönetimi Anabilim Dalı
Doktora Programı

Medyanın dördüncü güç olma sürecinin başlangıcından itibaren günümüze kadar analizinin ele alındığı bu çalışmadaki amaç; medyanın siyasal iktidar ve toplumun, iletişiminde belirleyici rolü ve siyasetin doğası üzerindeki etkinliğini araştırmaktır. Türkiye özelinde amaçlanan, siyasal iktidar–toplum ilişkisi ve medyanın ekonomi-politiği çerçevesinde, siyasal hayat üzerindeki ölçülebilir etkisini belirlemektir. Bu tezin hipotezi; *siyasal iktidar-toplum ilişkisinde medya, siyasetin bizzat doğasını ve demokrasiyi değiştirecek güce sahiptir, şeklindedir.*

Birinci bölüm, siyasal iktidar, demokrasi ve medya arasındaki ilişkinin bir analizini sunmaktadır. Bu bölüm aynı zamanda medyanın, sistemin sürdürülebilir bir demokrasinin sağlıklı işleyişinde önemli rolünü göstermektedir. İkinci bölüm medyanın, siyasal hayatın unsurlarına etkilerini anlamak üzere genel bir teorik çerçeve sunar. Üçüncü bölüm Türkiye’deki medyanın yapısını hem ekonomik hem de hukuki açıdan resmeder. Dördüncü bölümün iki kısmı bulunmaktadır: Medya analizi ve alan çalışması. Tezin uygulamalı geçerliliği 5 Türkçe gazetenin ilk haberleri 2007 yılı parlamentodaki siyasal partiler ve liderleri, Genel Seçimler, Cumhurbaşkanlığı Seçimleri ve sosyal hareket bağlamında içerik analiziyle test edilmiştir. Sonuçla şunları ortaya çıkarmıştır: (a) medya içeriği, sahipliğine göre farklılaşmaktadır, (b) medya sahipliği neyin haber olacağını belirlemektedir, (c) medya siyaseti, siyasal liderler üzerinde yüzeyselleştirmekte ve ne hakkında ve nasıl konuşulacağını belirlemektedir. Alan çalışması uygulamaları olarak şunları ortaya çıkarmıştır:(a) medya temel bir siyasal kaynak olmasına rağmen en az güvenilir olanıdır, (b) sol ya da sağ söylemleri medya, var olan siyasal tutumları güçlendirirken ana-akım medya oylar üzerinde etkili olmakta ve bunları manipüle etmektedir, bu, ana akım medyanın siyasal pazarlık gücünü kuvvetlendirmektedir, (c) okuyucuların siyasal eğilimleri ve tutumları, takip ettikleri medyanın haberlerinin söylemi ile uyum içindedir

Bu tez, kitle toplumlarında siyasal iktidar-toplum arasındaki medya aracılığıyla gerçekleşen siyasal iletişimin, kapitalizm etkisiyle beraber, medya kartelleri ile karşılıklı bir bağımlılık ilişkisine ve güç dengesine yol açtığını; medyanın dördüncü bir güç olarak siyasal sistemi demokrasiden medyakrasiye doğru dönüştürmekte olduğunu ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: Medya ve Demokrasi, Medyakrasi, Siyasal İletişim, Siyasal İktidar, Kamuoyu, Siyasal Manipülasyon.

ABSTRACT

Doctoral Thesis

Media and Democracy: The Role of Media in the Relation between Political Power and Society in Turkey

Nigar Degirmenci

**Dokuz Eylül University
Institute of Social Sciences
Department of Public Administration
Doctorate Program**

This study deals with analysis of the process of media's development to be the fourth power from the beginning to present and aims to explore the determinative role of media in the communication of political power and society, efficiency on nature of politics. This study focuses primarily on Turkey, in the frame of the relation between political power and society and of the economy policy of media, to detect the quantifiable effect of media on political life. Our basic hypothesis is that media, in the relation between political power and society, has a strong power to change political life itself and democracy.

The first chapter presents an analysis of the relationships between political power, democracy and media. This chapter also shows the media is essential to keeping the system working as sustainable democracy. The second chapter presents a theoretical framework to understand the media affects on the components of political life. The third chapter provides a picture of the current media structure in Turkey, in regards to both economics and law. The fourth chapter has two parts: media analysis and the survey. The empirical validity of the claim was tested by subjecting 5 Turkish newspaper's first page news to content analysis, on the consideration of political parties in the parliament and their leaders, political movements, General Elections and 2007 Presidential Elections. The results indicated that: (a) media contents differ due to ownership; (b) ownership defines which events are newsworthy; and (c) media makes superficial politics over political leaders, and determines what to talk about and how. The survey results revealed empirically: (a) media is the main political source, however, the least trust-able one; (b) the left or the right media strengthens settled political attitudes meanwhile mainstream media sways voters and so it enhances the media cartels' political bargaining power; and (c) readers' political tendencies and attitudes are congruent with media source(s) they follow.

This study concludes that political communication between political power and society throughout media in mass societies accompanied by capitalism effects leads to mutual dependency and power balance between media cartels. Media as fourth power puts the political system into the process of transforming democracy into mediocracy.

Key Words: Media and Democracy, Mediocracy, Political Communication, Political Power, Public Opinion, Political Manipulation.

İÇİNDEKİLER

Yemin Metni	II
ÖZET	IV
ABSTRACT	V
İÇİNDEKİLER.....	VI
KISALTMALAR	IX
TABLolar LİSTESİ	X
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	XII
EKLER LİSTESİ	XIII
GİRİŞ.....	XIV

BİRİNCİ BÖLÜM

MEDYA ve DEMOKRASİ

1.1.DEMOKRASİ ve SİYASAL HAYATIN UNSURLARI	1
1.1.1. Siyasal İktidar ve Demokrasi	1
1.1.2. Siyasal Sosyalleşme ve Siyasal Davranış	11
1.1.2.1. Siyasal Katılma.....	14
1.1.2.2. Siyasal Katılımı Etkileyen Unsurlar	16
1.1.3. Siyasal Partiler ve Demokrasilerdeki Önemi	18
1.1.4. Siyasal Elitler	20
1.1.5. Seçim ve Demokrasilerdeki Önemi	22
1.1.6. Kamuoyu	24
1.2.MEDYA ÜZERİNE	30
1.2.1. Matbaa Sonrası Basın	31
1.2.2. Fransız Devrimi Sonrası Fransa'da Basın	35
1.2.3. 19. Yüzyılda Amerikan Basını	39
1.2.4. Basında Sanayileşme ve Kartelleşmeye Doğru	41
1.2.5. İktidar Medyası	47
1.2.6. 20. Yüzyılda "Basının Sosyal Sorumluluk Teorisi	48
1.3.MEDYA ve DEMOKRASİ ÜZERİNE GENEL DEĞERLENDİRME	50

İKİNCİ BÖLÜM

DEMOKRASİLERDE MEDYANIN SİYASAL HAYAT ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

2.1.BİREY VE MEDYA	54
2.1.1. Medyanın Siyasallaşma ve Depolitizasyon Sürecine Etkisi	57
2.1.2. Medyanın Susturucu Etkisi.....	59
2.1.3. Oy Verme Davranışı Üzerinde Medya Etkisi	61
2.1.4. Medyanın Birleştirici/Bütünleştirici ya da Ayrıştırıcı/Bölücü Etkisi	63
2.1.5. Sosyal Hareketler Üzerine Medya Etkisi	65
2.1.6. Kamuoyu Yoklamalarının Etkisi	68
2.2.KAMUOYU VE MEDYA.....	74
2.2.1. Kamuoyu - Siyasetçiler İletişiminde Medyanın Yeri	77
2.2.2. Medya Demokrasisi.....	80
2.3.SİYASAL İKTİDAR VE MEDYA	83
2.3.1. Medyanın Rıza Üretici Rolü.....	85
2.3.2. Medya Aracılığıyla Sosyal Denetim	88
2.3.3. Medya - Pazar Ekonomisi İlişkisi ve Bu İlişkinin Toplum Üzerindeki Etkisi.....	93
2.4.SEÇİM, SİYASAL PARTİLER VE MEDYA.....	98
2.4.1. Seçim ve Medya.....	100

2.4.2. Siyasal Partiler ve Medya.....	102
2.5.DEMOKRASİLERDE MEDYANIN SİYASAL HAYATA ETKİLERİ ÜZERİNE DEĞERLENDİRME	107

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE MEDYANIN DÖNÜŞÜMÜ

3.1.CUMHURİYET'İN İLK YILLARINDA ve SONRASINDA MEDYA.....	110
3.1.1. 1931 Tarih ve 1881 Sayılı Matbuat Kanunu.....	111
3.1.2. 1950 Tarih ve 5680 Sayılı Basın Kanunu.....	114
3.1.2.1. 1950–1960 Arası Basın.....	115
3.1.2.2. 27 Mayıs 1960 Darbesi-12 Mart 1971 Muhtırası süreci.....	119
3.1.2.3. 12 Mart 1971 Muhtırası-12 Eylül 1980 Darbesi arası dönem	122
3.1.3. 11 Kasım 1983 Tarih ve 2954 Sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu	126
3.1.3.1. 1983–1990 Arası Dönem	128
3.1.3.2. 1990–1993 Arası Dönem	136
3.1.4. 13.04.1994 Tarih ve 3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun.....	139
3.1.4.1. 1994–1999 arası dönem	141
3.1.5. 26.04.2004 Tarih ve 5187 Sayılı Basın Kanunu	142
3.2.Günümüz TÜRKİYESİ'NDE Medya	147
3.2.1. Türk Medyasının Kartelleşmesi Sorunu	147
3.2.2. Gündemi Belirleyen Türk Medya Kuruluşları.....	151
3.2.2.1. Doğan Grubu- Doğan Yayın Holding	153
3.2.2.2. Çukurova Grup- Çukurova Holding	156
3.2.2.3. Vatan Gazetesi	157
3.2.2.4. Cumhuriyet Gazetesi ve Kanal Türk	157
3.2.2.5. Ciner Grubu (Park Grubu)- Merkez Yayın Holding	159
3.2.2.6. Çalık Grubu	160
3.2.2.7. “Gülen Grubu” ve Medya Yakınları	162
3.2.2.8. Yabancı Medya Kartellerinin Türkiye'deki Yayıncılığı	164
3.2.3. Günümüz Türk Medyası ile Siyasal İktidar İlişkisi	166
3.2.3.1. Ekonomik İlişkiler Aracılığıyla Karşılıklı Denetim	166
3.2.3.2. Medyanın Kurumsal Araçlarla Kontrolü: RTÜK.....	169
3.2.3.3. Bir Medya Yönetim Birimi Olarak TMSF	172
3.3.TÜRKİYE'DE MEDYANIN DÖNÜŞÜMÜ ÜZERİNE DEĞERLENDİRME	179

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

CUMHURBAŞKANLIĞI SEÇİMİ ve 2007 GENEL SEÇİMLERİ SÜRECİNE YÖNELİK ARAŞTIRMA

4.1.ARAŞTIRMANIN KONUSU, PROBLEMİ ve AMACI.....	183
4.2.MEDYA ANALİZİ	185
4.2.1. Analizin Hipotezi.....	185
4.2.2. Analizin Değişkenleri	186
4.2.3. Medya Analizinin Evren ve Örnekleme	186
4.2.4. Medya Analizinin Çözümleme Birimleri.....	188
4.2.5. Medya Analizinin Sınırlılıkları	188
4.2.6. Medya Analizi İle İlgili Bulgular.....	189
4.2.6.1. Medya ve Siyasal Partilerin Sunumu	189
4.2.6.2. Medya ve Siyasal Liderlerin Sunumu.....	208
4.2.6.3. Liderler Haberlerinin Gazetelere Göre Ayrıntılı Analizi	216
4.2.6.4. Cumhurbaşkanlığı Seçimi	221

4.2.6.5. Cumhuriyet Mitingleri.....	235
4.3. ALAN ARAŞTIRMASI.....	249
4.3.1. Araştırmanın Hipotezi.....	249
4.3.2. Araştırmanın Değişkenleri.....	250
4.3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	250
4.3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	253
4.3.5. Alan Araştırması İle İlgili Bulgular.....	254
4.3.5.1. Deneklerin Medya Kullanım Alışkanlıkları.....	254
4.3.5.2. Medya Güvenilirliği ve Bilgi Edinme ile İlgili Bulgular.....	256
4.3.5.3. Medya Hakkındaki Kanaatler ve Siyasal Bilgilere Dair Bulgular.....	259
4.3.5.4. Medyanın Siyasal Yargıları Üzerindeki Etkileriyle İlgili Bulgular.....	261
4.3.5.5. Medyanın İşlevi ve Etkisi ile İlgili Algılara Dair Bulgular.....	262
4.3.5.6. Deneklerin Gazetelere Göre Siyasal Tutum ve Davranışları.....	263
4.3.5.7. Deneklerin Cumhurbaşkanlığı Seçim Süreci ile İlgili Değerlendirmeleri.....	286
4.3.5.8. Cumhuriyet Mitingleri ile ilgili Değerlendirmeleri Dair Bulgular.....	295
4.4. UYGULAMA ÜZERİNE SONUÇ ve DEĞERLENDİRME.....	303
SONUÇ.....	313
KAYNAKÇA.....	329
EKLER.....	350

KISALTMALAR

AKDITYK: Atatürk Kùltür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu

AKP/AK PARTİ: Adalet ve Kalkınma Partisi

AP: Associated Press

ASTS: Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi

CHP: Cumhuriyet Halk Partisi

FCC: Federal Communication Commission (Federal İletişim Komisyonu)

DP: Demokrat Parti

MBK: Milli Birlik Komitesi

MGK: Milli Güvenlik Konseyi

MHP: Milliyetçi Hareket Partisi

RTÜK: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu

RTYK: Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulu

TBMM: Türkiye Büyük Millet Meclisi

TDK: Türk Dil Kurumu

TMSF: Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu

TRT: Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu

YÖK: Yüksek Öğretim Kurumu

YSK: Yüksek Seçim Kurulu

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Siyasal Katılımı Etkileyen Unsurlardan Bazıları	16
Tablo 2: Peer'in Araştırma Özeti.....	62
Tablo 3: 2954 Sayılı Yasa, Madde 6 Uyarınca RTYK	127
Tablo 4: 01.01.2007 - 07.01.2007 Arası Gazete Tirajları ve Sahipleri	151
Tablo 5: Kanal Bazında Ana Haber Programları İzlenme Ocak 2007 Oranları.....	153
Tablo 6: Medya Kartelleri Bazında Gündem Koyma ve Biçimlendirme Ocak 2007 Oranları	153
Tablo 7: TMSF Tarafından El Konulan Medya Araçlarının Bir Kısmı (2007 Yılı İtibarıyla).....	172
Tablo 8: Medya Analizi, Alan Çalışması ve Siyasal Gelişmeler Tarihsel Süreci.....	182
Tablo 9: Gazetelerin Partilerle İlgili Tüm Gazetede ve İlk Sayfalarındaki Haberleri	190
Tablo 10: Cumhuriyet Gazetesi AKP ile İlgili Haberleri	193
Tablo 11: Cumhuriyet Gazetesi CHP ile İlgili Haberleri	194
Tablo 12: Cumhuriyet Gazetesi MHP ile İlgili Haberleri	195
Tablo 13: Vatan Gazetesi AKP ile İlgili Haberleri	196
Tablo 14: Vatan Gazetesi CHP ile İlgili Haberleri	197
Tablo 15: Vatan Gazetesi MHP ile İlgili Haberleri	198
Tablo 16: Hürriyet Gazetesi AKP/AK PARTİ ile İlgili Haberleri.....	199
Tablo 17: Hürriyet Gazetesi CHP ile İlgili Haberleri	200
Tablo 18: Hürriyet Gazetesi MHP ile İlgili Haberleri.....	201
Tablo 19: Sabah Gazetesi AKP/AK PARTİ ile İlgili Haberleri	202
Tablo 20: Sabah Gazetesi CHP ile İlgili Haberleri.....	203
Tablo 21: Sabah Gazetesi MHP ile İlgili Haberleri	204
Tablo 22: Zaman Gazetesi AKP/AK PARTİ ile İlgili Haberleri	205
Tablo 23: Zaman Gazetesi CHP ile İlgili Haberleri.....	206
Tablo 24: Zaman Gazetesi MHP ile İlgili Haberleri	207
Tablo 25: Gazetelerin Liderlerle İlgili İlk Sayfa ve Tüm Gazete Haberleri	208
Tablo 26: Gazetelerin Liderlerle İlgili Haberlerinde Dönemlere Göre Güçlülük Vurgusu.....	211
Tablo 27: Gazetelerin Liderlerle İlgili Haberlerinde Mağdurluk Vurgusu.....	214
Tablo 28: Cumhuriyet Gazetesindeki Liderlerle İlgili Göreceli Üstünlük Tablosu	216
Tablo 29: Vatan Gazetesi Liderlerle İlgili "Göreceli Üstünlük" Haberlerinin Tablosu.....	217
Tablo 30: Hürriyet Gazetesi Liderlerle İlgili "Göreceli Üstünlük" Haberlerinin Tablosu	219
Tablo 31: Sabah Gazetesi Liderlerle İlgili "Göreceli Üstünlük" Haberlerinin Tablosu.....	220
Tablo 32: Zaman Gazetesi Liderlerle İlgili "Göreceli Üstünlük" Haberlerinin Tablosu.....	220
Tablo 33: Cumhurbaşkanlığı Adaylığı ile İlgili Haberlerin Aylara Dağılımı	221
Tablo 34: Erdoğan'ın Adaylığı ile İlgili Haberlerin İçerik Dağılımı	221
Tablo 35: Erdoğan'ın Adaylığı İle İlgili Haberlerinin Gazetelerde Dağılımı	222
Tablo 36: Cumhuriyet Gazetesinde Erdoğan'ın Adaylığı İle İlgili İlk Sayfa Haberleri.....	223
Tablo 37: Vatan Gazetesinde Erdoğan'ın Adaylığı İle İlgili İlk Sayfa Haberleri.....	224
Tablo 38: Hürriyet Gazetesinde Erdoğan'ın Adaylığı İle İlgili İlk Sayfa Haberleri.....	225
Tablo 39: Sabah Gazetesinde Erdoğan'ın Adaylığı İle İlgili İlk Sayfa Haberleri.....	226
Tablo 40: Zaman Gazetesinde Erdoğan'ın Adaylığı İle İlgili İlk Sayfa Haberleri.....	228
Tablo 41: Gül ile İlgili Haberlerin İçerik Dağılımı.....	229
Tablo 42: Gül'ün Adaylığı ile İlgili Haberlerin Gazetelere Göre Dağılımı	229
Tablo 43: Cumhuriyet Gazetesinde Gül'ün Adaylığı İle İlgili İlk Sayfa Haberleri	230
Tablo 44: Vatan Gazetesinde Gül'ün Adaylığı İle İlgili İlk Sayfa Haberleri	231
Tablo 45: Hürriyet Gazetesinde Gül'ün Adaylığı İle İlgili İlk Sayfa Haberleri.....	232
Tablo 46: Sabah Gazetesinde Gül'ün Adaylığı İle İlgili İlk Sayfa Haberleri	233
Tablo 47: Zaman Gazetesinde Gül'ün Adaylığı İle İlgili İlk Sayfa Haberleri	234
Tablo 48: Gazetelerin İlk Sayfada Çıkan Miting Haberlerinin Dağılımı	235
Tablo 49: Gazetelere Göre Miting Haberleri	236
Tablo 50: Cumhuriyet Gazetesi Cumhuriyet Mitingleri ile İlgili Haberleri	240
Tablo 51: Vatan Gazetesi Cumhuriyet Mitingleri ile İlgili Haberleri	242
Tablo 52: Hürriyet Gazetesi Cumhuriyet Mitingleri ile İlgili Haberleri.....	244
Tablo 53: Sabah Gazetesi Cumhuriyet Mitingleri İle İlgili Haberleri.....	246
Tablo 54: Zaman Gazetesi Miting Haberleri.....	248
Tablo 55: 1. ve 4. Sınıf Öğrenci Deneklerin Sayısal Dağılım Tablosu	251
Tablo 56: Her Üç Uygulamaya Katılan Deneklerin Niteliği, Cinsiyeti ve Uygulama İçerik Oranları	252
Tablo 57: Deneklerin Gazete ve Televizyon Kullanım Alışkanlıkları	255
Tablo 58: Televizyonda Haber Seyretme Önceliği.....	255

Tablo 59: Denek Gruplarının Siyasal Bilgi Edinme Kaynaklarının Dağılımı	257
Tablo 60: Deneklerin Siyasal Bilgi Edinme Kaynakları.....	257
Tablo 61: Denek Gruplarının Siyasal Kaynak Sıralama Ortalamaları	258
Tablo 62: Medya Kanaati ile Medya Kullanım Karşılaştırması	259
Tablo 63: Gazete ve Televizyon Kullanımı ile Siyasal Bilgi	260
Tablo 64: Medya Kanaatleri ile Medyanın Siyasal Yargılar Üzerindeki Etkisi	261
Tablo 65: Deneklerin İdeal ve Gerçek Medya Algılamaları.....	262
Tablo 66: Medya Etkisi Frekans Tablosu	263
Tablo 67: Birinci Uygulamada Denek Gruplarının Gazete Tercihleri & Siyasal Bilgi Seviyeleri	264
Tablo 68: Gazete Okurlarının İlk Üç Parti İçinde Dönemlere Göre Seçmen Tercihleri.....	267
Tablo 69: Gazete Okurlarının Dönemlere Göre Diğer Siyasal Tercihleri.....	269
Tablo 70: Cumhuriyet Gazetesi Okuyucuları (1. Uygulama) Algı ve Tutumları	271
Tablo 71: Cumhuriyet Okurlarının Dönemlere Göre Oy Vereceği Parti Değişimi.....	272
Tablo 72: Vatan Okurlarının (1. Uygulama) Seçim Sonucu Algıları ve Oy Verecekleri Parti	273
Tablo 73 Vatan Gazetesi Okurlarının Dönemlere Göre Oy Vereceği Parti Değişimi	274
Tablo 74: Doğan Okurlarının (1. Uygulama) Seçim Sonucu Algıları ve Oy Verecekleri Parti.....	275
Tablo 75: Doğan Okurlarının Dönemlere Göre Oy Vereceği Parti Değişimi	277
Tablo 76: Sabah Okurlarının (1. Uygulama) Seçim Sonucu Algıları ve Oy Verecekleri Parti.....	280
Tablo 77: Sabah Okurlarının Dönemlere Göre Oy Vereceği Parti Değişimi.....	282
Tablo 78: Zaman Okurlarının (1. Uygulama) Seçim Sonucu Algıları ve Oy Verecekleri Parti.....	283
Tablo 79: Zaman Okurlarının Dönemlere Göre Oy Vereceği Parti Değişimi.....	285
Tablo 80: Cumhuriyet Okurlarının Cumhurbaşkanı Seçim Değerlendirmesi ve Gelecek Oyu	287
Tablo 81: Vatan Okurlarının Cumhurbaşkanı Seçim Değerlendirmesi ve Gelecek Oyu	288
Tablo 82:Doğan Okurlarının Cumhurbaşkanı Seçim Değerlendirmesi ve Gelecek Oyu	290
Tablo 83:Sabah Okurlarının Cumhurbaşkanı Seçim Değerlendirmesi ve Gelecek Oyu	292
Tablo 84:Zaman Okurlarının Cumhurbaşkanı Seçim Değerlendirmesi ve Gelecek Oyu	294
Tablo 85: Cumhuriyet Okurlarının Gelecek Oyu ve Medyada Miting Değerlendirmesi	296
Tablo 86: Vatan Okurlarının Gelecek Oyu ve Medyada Miting Değerlendirmesi	297
Tablo 87: Doğan Okurlarının Gelecek Oyu ve Medyada Miting Değerlendirmesi	299
Tablo 88: Sabah Okurlarının Gelecek Oyu ve Medyada Miting Değerlendirmesi	300
Tablo 89: Zaman Okurlarının Gelecek Oyu ve Medyada Miting Değerlendirmesi	302
Tablo 90:Üçüncü Uygulamada Okuyucuların Kararsız Oran Dağılımı	310
Tablo 91: 2009 Yılı Karşılaştırmalı Medya Çalışması, Sosyal Kurumlara Güven Endeksi.....	359
Tablo 92: Medya Çalışanlarının İşi Üzerindeki Dış Etkileri Endeksi.....	361
Tablo 93: Medya Çalışanlarının İşi Üzerindeki İç Etkiler Endeksi.....	362
Tablo 94: Gazetecilik Kültürü, Kurumsal Roller Endeksi.....	363

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Lasswell'in iletişim akış şeması	77
Şekil 2: Aşağıdan Yukarı Gündem Koyma.....	78
Şekil 3: Yukarıdan Aşağı Gündem Koyma.....	79
Şekil 4: Medyakrası.....	79
Şekil 5: Medyanın Seçim Üzerindeki Etkisi	101
Şekil 6: Miting Haberlerinin Olumsuz-Tarafsız-Olumlu Sunumuna Göre Gazetelerde Dağılımı	238

EKLER LİSTESİ

- EK I : 1. Uygulama Öğrenci Anketi Örneği
EK II: : 2. Uygulama Personel Anketi Örneği
EK III: 3. Uygulama Personel Anketi Örneği
EK IV: 2009 Yılı Gazetecilik Dünyaları Araştırma Projesi Verileri

GİRİŞ

Antik Yunan döneminde retorik konuşmalarda ya da 17. ve 18. yüzyılda kahvelerde yükselen kamusal tartışmaların yerine, günümüz demokrasilerinde, kitle toplumunun birbirinden kopuk, yalnızlaştırılmış ve vatandaşlık statüsünden tüketiciliğe indirilmiş bireyleri, medya aracılığı ile iletişim kurarken, kamusal iyiliğin, siyasal gelişmelerin ve siyasal iktidarın rolü hakkına, medyanın çizdiği çerçevede bilgilenmektedir. Medyanın iletişimsel çerçevesinin dışına çıkabilen bireyler ya bizzat kanaat önderleri olmakta ya da kanaat önderinin izinden gitmekte veyahut medyanın teşhir direğinde damgalanarak daha da yalnızlaştırılmaktadırlar¹. Ancak toplumun büyük bir çoğunluğu, yine medya tarafından dile getirilen “çoğunluğun sesine” uyma eğilimindedirler. “Çoğunluğun sesinin” içeriği neye göre ve nasıl bir süreçte belirlenmektedir? Siyasal iktidarın bu süreçteki rolü nedir?

Siyasal iktidar ve toplum arasındaki iletişim sürecinin tersten okunduğu durumda ortaya çıkan yukarıdaki sorular, iletişim sürecinin kapsamına ve demokrasi açısından eksik yanlarına işaret etmesine rağmen, toplum tarafından dikkat edilebilir nitelikte olmamakta, aynı anda aynı şeyleri konuşan farklı medyalar aracılığıyla yönetilmeye hazır bireyler, rıza göstermeye devam etmektedir.

Rousseau'nun “toplum sözleşmesi”² adını verdiği dolaylı bir tür konsensüs ile bir araya gelen bireyler üzerinde siyasal kararları uygulayıcı en büyük otorite olarak siyasal iktidarın, yerleşik kurallara uygun bir şekilde yönetimine devam etmesini sağlayan, toplumun rızasıdır. Medya da siyasal iktidarın meşruluğunu her gün yeniden üreten bir araç ya da araçlardan biri olarak ortaya çıkmaktadır.

Siyasal iktidar, demokrasiyle yönetilen toplumlarda, en kaba hatlarıyla genel iradenin yasal bir çerçevede sayılara dönüşmesiyle ortaya çıkmış bir güç olmakla beraber, toplumun kendisini yönetebilmesinin araçlarından sadece biri ve pratikte en ön planda olanıdır ki, bunun anayasal karşılığı yürütme olup yürütmenin de

¹ Alexis De Tocqueville, Amerika'da Demokrasi, Çev.Taner Timur, Türk Siyasi İlimler Derneği Yay. Siyasi İlimler Serisi-4, İstanbul:1962, s.129, Elisabeth Noelle-Neumann, Suskunluk Sarmalının Keşfi, Dost Kitabevi, Ankara: 1993, s.179.

² Jean Jacques Rousseau, Toplum Sözleşmesi, (Orj. Baskı: 1762) 3.b. Ankara: Öteki Yay., 1999.

tamamını oluşturmamaktadır. Ancak siyasal iktidarın yönetim işini kolaylaştırmasından dolayı, seçim sonucu ortaya çıkmış genel irade ile egemenlik birbirlerine kasten karıştırılan kavramlar haline gelmiştir.

Yasama ve Yargı kuvvetlerinin, seçim sonucu ortaya çıkan Yürütme organının bir kısmı olan siyasal iktidarın emir komuta zinciri altına girmesi gerektiği gibi ve siyasal sürece katılım açısından da oy vermenin zorunlu bir tür yetki devri anlamına geldiği gibi yanlış bir kanı yaratılmaktadır. Abraham Lincoln'un demokrasiyi tanımlarken kullandığı ünlü tanımlamasından (*halkın, halk tarafından halk için yönetimi*) güç alan bu yaklaşıma ortam hazırlayan da günümüz kitle toplumlarının doğrudan demokrasi ile fiziksel uyumsuzluğu ile halkın seçtiği temsilciler, halk adına halk için halkın yönetimini gerçekleştirdikleri iddiasıdır.

Demokratik toplumların anayasalarında değişen ağırlıklarla üç iradeye (Yasama, Yürütme, Yargı) yer verilmekte, demokratik toplumların anayasaları da bu kuvvetler ayrılığı ilkesince biçimlendirilmektedir. Günümüzde medyanın, dördüncü bir güç olarak, Yürütme, Yasama ve Yargı güçlerinin yanında yer edindiği pek çok akademisyen tarafından dile getirilmektedir.³ Medya, siyasal iktidarın kullandığı terminolojiyi kullanarak kendisini "halkın sesi" olarak pazarlamaya çalıştığı iddia edilebilir.

Siyasal iktidarın toplumla iletişimde, medyanın ilkel formlarından günümüzdeki en gelişmiş olanlarına kadar her zaman için bir bağımlılık ilişkisi söz konusu olmuştur. Toplumların siyasal iktidarın karar ve eylemleri hakkında bilgi edinmelerine aracılık etmek suretiyle medyanın, demokrasiye katkı yapacağı varsayımında bulunulmuştur. Ancak aynı süreçte yine bazı demokrasilerde siyasal

³ Konuyla ilgili çalışmalar için bkz: Bogdan Stanciu, "The Fourth Power: Mass Media and Campaign Finance in South Eastern Europe" Paper presented at the annual meeting of the Midwest Political Science Association, 25.05.2009, Palmer House Hilton, Chicago, Illinois; Katrin Voltmer, *Mass Media And Political Communication In New Democracies*, Routledge, New York:2006; Michael Barnett, Raymond Duvall, "Power in International Politics", *International Organization*, Vol. 59, No. 1 (Winter, 2005), ss. 39-75; Simeon Djankov, Tatiana Nenova, Caralee McLiesh, Andrei Shleifer "Who Owns the Media?", *Journal of Law and Economics*, Vol. 46, No. 2 (Oct., 2003), ss. 341-381; Hassan Robert, *Media, Politics And The Network Society*, McGraw-Hill House, Berkshire:2004.

iktidarın ekonomi-politik manevralarına takılan medyanın bekçi köpeği (watch-dog)⁴ konumundan süs köpeğine (lapdog)⁵ dönüştüğü iddia edilmektedir.

17. ve 18. yüzyıllarda kafelerde küçük el broşürleri, gazetelerin ilk formları aracılığıyla yükselen tartışmalar, kamusal insanın sesini dile getiriyorken, zaman içinde iletişimin ticari bir meta olarak kârla satılabilir hale gelmesiyle basılı ve yayılmış aracın kamusal insanın yerini aldığı görülmektedir. Basındaki tekelleşmeyle birlikte, artık siyasal iktidarı eleştirmekten çok, onunla sürekli yenilenen bir tür konsensüs peşinde olan ve aynı zamanda -konsensüse bağlı bir çerçevede- siyasal konuları tartışabilecek kamusal insanın da yerini aldığı yeni bir forma dönüşmüştür. Çalışmanın çıkış noktasını oluşturan bu iddia, medyanın, siyasal iktidar-toplum ilişkisindeki rolüne odaklanarak ele alınmıştır.

Çalışmada genel hatlarıyla betimsel bir yöntem izlenmiş olup birinci bölümde, medya ve demokrasi ilişkisi, demokratik siyasal hayatın temel unsurları ve güç kavramından yola çıkılarak tartışılmaktadır. Birinci bölümde, Eski Mısır'da otokratik monarşinin işlemez hale gelmesiyle birlikte, rahiplerin kontrolündeki papirüsün demokratikleşme aracı olarak kullanılmasından, Roma imparatorluğundaki resmi gazete örneği taş levhalara, Fransız Devrimi öncesinde siyasal liberalizmin yükselişini sağlayan basılı kitaplardan ve özellikle İkinci Dünya Savaşı'nda güçlü bir propaganda aracı olarak görev yapan radyolara ve yine bir başka savaşın küresel ölçekte propagandasını yapan televizyondan, yer yer doğrudan demokrasi örneklerinin elektronik ortamda doğrudan bilgisayarlar aracılığıyla uygulanmasına olanak yaratan internete devam eden medyanın yolculuğu özetlenirken, bu yolculuktaki diğer taraf, siyasal iktidarla olan ilişkisi incelenmektedir.

Çalışmanın ikinci bölümünde, medyanın genel hatlarıyla demokrasilerdeki etkileri, şimdiye kadar ortaya koyulmuş teoriler çerçevesinde sistematikleştirilerek tartışılmaktadır. Medya, çoğunlukla tek yönlü bir iletişim aracıdır ve aynı zamanda tek bir kaynaktan birçok kişiye, kitleye aynı anda yayılan toplu mesajlar içerir.

⁴ Paul E. Steiger, "Going Online With Watchdog Journalism", Nieman Reports, Harvard Univ., Spring 2008, Erişim: <http://www.nieman.harvard.edu/reportsitem.aspx?id=100064> (12.11.2009)

⁵ Jenifer Whitten-Woodring; "Watchdog or Lapdog? Media Freedom, Regime Type and Government Respect for Human Rights" International Studies Quarterly., 2009. (53), ss.595-625.

Böylece birey, bir kitle içerisinde -çoğunlukla geri bildirim kanalının kapalı olduğu iletişim sürecinde- yalnız ve çaresiz durumda bulunur. Diğer bir deyişle birey, medya ile iletişim sürecinde çoğunlukla sadece alıcı konumundadır ve bu şekliyle kazandığı siyasal bakış açısının çoğu kez farkında bile olmayabilmektedir. Bu çerçevede, medyanın bireyden sistemin diğer unsurlarına kadar etkileme yolları incelenecektir.

Çalışmanın üçüncü ve dördüncü bölümleri, sorunun Türkiye özeline inilerek Lasswell'in klasikleşen "kim, neyi, nasıl, kime ve hangi etkiyle" ilettiği sorularının cevaplarını araştırmaktadır. Öncelikle üçüncü bölümde, Türkiye'de medyanın 21. yüzyıldaki yapısal ortamını hazırlayan hukuksal ve sosyo-ekonomik tarihine yer verilmiştir. Medyanın, başat aktörlerinin ve medya gruplarının el değiştirme operasyonlarından sonra, araştırmanın uygulamasının yapıldığı (2007 yılının ilk 6 ayını kapsayan) dönemdeki durumu ele alınmıştır.

Eleştirel okul bağlamında cevabı aranılan sorular şunlardır: "Türkiye'de kitle iletişimini kim kontrol ediyor?" "Türkiye'deki medya, sermaye bakımından hangi grupların elindedir, bunların siyasal iktidara göre konumu nedir?" "Türkiye'deki medyayı düzenleyen hukuksal yapının siyasal hayata etkileri nelerdir?" Son kertede, "Türkiye'deki medyanın, Türk siyasal hayatına etkisi, dördüncü kuvvet tanımlaması içinde değerlendirilebilir mi, nasıl ve ne boyutta?" Türkiye'de medyanın yapısına yönelik olarak gerçekleştirilen çalışmanın bu kısmındaki soruların cevapları, medya analizi ve alan çalışmasının sonuçlarıyla tamamlanabilecek niteliktedir.

Dördüncü bölümde, bir önceki bölümde Türk Medyasının ekonomi-politiği çerçevesinde verilen yanıtların ardından Lasswell'in diğer sorularının yanıtları, medya analizi ve alan çalışması aracılığıyla sınırlı bir çerçevede de olsa verilmiş, Türkiye'deki siyasal iktidar-toplum ilişkisinde medyanın iletişim rolü araştırılmıştır. Lasswell ile Lazarsfeld'in temelini attıkları ve Lazarsfeld ile Berelson'un geliştirdiği, Berelson'un deyimiyile de "(...)*haberleşmenin görünen içeriğini nesnel, düzenli ve nicesel olarak belirten bir araştırma tekniği*(...)"⁶ olan içerik analizinden yararlanılmıştır. Bu bağlamda çalışmanın bu kısmının amacı diğer içerik analizleri

⁶ B. Berelson, "Content Analysis", Communication Research, New York, s.1952, s.16'dan aktaran Orhan Gökçe, "İçerik Çözümlemesinin Sosyal Bilimlerdeki Yeri ve Önemi", Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, cilt 7, Sayı 1-2, Kasım 1990, s.88

gibi, görünen haberleşme süreçlerinin analizi sayesinde habercilerin niyetleri, içeriklerin okuyucu kitlesi üzerine etkileri ve haberlerin içeriğinden diğer siyasal değişkenler arasındaki ilişkiler hakkında sonuç almaktır⁷.

Çalışmanın bu kısmında, Üçüncü bölümde elde edilen veriler doğrultusunda, değerlendirilmeye alınacak gazeteler, sahipliğe ve tirajlara göre gruplandırılarak seçilmiştir. 5 ulusal gazetede, 1 Ocak 2007-30 Haziran 2007 tarihleri arasında, 6 ay boyunca çıkan ilk sayfa haberleri üzerinde, inceleme alanı olarak belirlenmiş "Cumhurbaşkanlığı seçimleri", "Cumhuriyet Mitingleri" ve "22 Temmuz 2007 Genel Seçimleri" ile doğrudan ilintili 15 anahtar kelime taraması yapılmış ve bulunan haberler, nitelik ve nicelik bakımından analiz edilmiştir. Tarama sonucu elde edilen haberler; kapladığı alan, resimli olup olmaması, tarafsızlığı, lider haberlerinde göreceli üstünlüğün bulunup bulunmaması ölçütlerine göre çapraz tablolarda değerlendirilmiştir.

Medya analizinde, siyasal söylemleri doğrultusunda farklılaşan medya organlarının, ilk sayfalarında yer alan analizine yer verilmiş ve bu analizler iktidar ve muhalefetin söylemleri ile ilişkilendirilmiştir. Çalışma kapsamında, medya sahipliği, siyasal iktidarın medyayı kontrol olanakları, siyasal gelişmelere dair haberler ve kültürlenme yer alırken, siyasal reklamcılık ve reklam okuyuculuğu kapsam dışında tutulmuştur.

Alan çalışmasında amaçlanan, medyanın bireylerin siyasal tutum ve algılayışlarındaki rolünü saptamak ve toplumun siyasal süreçlerini ne yönde ve nasıl etkilediğini tespit etmektir. Çalışmanın bu kısmında, McLuhan'ın⁸ görüşleri doğrultusunda şekillenmiş olan Teknolojik Belirlenimcilik kuramından da yararlanılarak deneklerin hangi medya aracını ne sıklıkta kullandığı ve birincil siyasal kaynak olarak neyi gördükleri araştırılmıştır. Bu sorunun yanıtı, çalışmanın uygulama kısmının "gazete okuyucusu denekler" üzerine odaklanmış olması nedeniyle önemlidir. Bu çalışmada yöntem olarak Lazarsfeld'in "ampirik okul"unun getirdiği iletişimin nicel bir yöntemle ölçülebilir verilere dönüştürülmesi benimsenmiştir. Ayrıca, Noelle-Neumann'ın "suskunluk sarmalı" adı ile bilinen,

⁷ Gökçe, s.92

⁸ Marshall McLuhan, Yaradığımız Medya, Çev.Ünsal Oskay, Merkez Kitapları, İstanbul: 2005.

medyanın kamuoyu üzerindeki uzun süreli rolünü çözümlenmekte kullanılan yaklaşımdan da yararlanmışır.

Yukarıdaki çerçevede, tezin temel hipotezi şu şekilde geliştirilmiştir. ***Siyasal iktidar-toplum ilişkisinde medya, siyasetin bizzat doğasını ve demokrasiyi değiştirecek güce sahiptir.*** Hipotez doğrultusunda geliştirilen tezin kapsayıcılığı, çalışmayı bazı noktalarda zorlamış olmasına rağmen, Türkiye’de siyasal iktidar-toplum ilişkisinde medyanın rolüne dair makro düzeyden mikro düzeye inen ve bütünle birlikte parçaları görmeye olanak veren bir resim ortaya koymak açısından önemlidir.

BİRİNCİ BÖLÜM

MEDYA ve DEMOKRASİ

*Bir insanın kendi yaşamını nasıl sürdüreceği
ve diğer insanlarla birlikte nasıl iyi bir yaşam
sürdüreceği, felsefenin temel sorunudur.
Bu, aynı zamanda politikadır.
Bu, Yunan felsefesinde ele alınan sorundur.
Başlangıçtan beri, felsefe ve politika iç içe
geçmiştir. Bizler yaşamı değiştirecek bir güce
sahi olduğumuza inanıyoruz...
Felsefe şu soruyu ortaya koyar:
Olanaklı en iyi yaşam elde etmek için ne
yapmalıyız?*

Antik Yunan'da retorik tartışmalardan günümüzün parlamento konuşmalarına kadar bu sorunun cevabı aranmaktayken Derrida şu yanıtı verir: "(...) korkarım ki bu sorunun yanıtına ulaşmada yeterince ilerleme kaydedemedik."⁹ Binlerce yıldır üretilen çözüm önerileri, ideal ile gerçek demokrasi arasındaki farkı ortaya çıkarırken, kitle toplumlarında iletişimin ve medyanın rolü gün geçtikçe daha çok önem kazanmıştır. Medya, demokrasi teorisi bağlamında siyasal hayata katkıları yanında tehdit edici ve yönlendirici etkilerde de bulunmaktadır. Bu bölümde medya ve demokrasi arasındaki ilişkinin analizi yer alacak ve "siyasal hayatın unsurları üzerinden nasıl yaşamalıyız?" sorusunun cevabı aranacaktır.

1.1. DEMOKRASİ ve SİYASAL HAYATIN UNSURLARI

1.1.1. Siyasal İktidar ve Demokrasi

İktidar kavramının anlamsal temeline inildiğinde "güç" ile karşılaşılmasına rağmen güç ve iktidar aynı anlamda kullanılmamaktadır. Güç ile yalın bir fiziki kuvvet anlatılmak istenirken, iktidar ile bu kuvveti kullanma yetkisine sahip, ancak bireyler üzerinde dolaylı yaptırımları bulunan bir durum ifade edilir. Aralarındaki ilişki ise şu şekilde açıklanabilir: "Güç kendisine zaman tanındığında iktidar haline gelir ama kriz anı, geri dönüşsüz karar anı gelince güç, çıplak güç haline geri döner. İktidar daha geneldir ve güçten daha geniş bir uzam üzerine işler; iktidar daha fazlasını içerir

⁹ Kristine McKenna "The Three Ages of Jacques Derrida", LA Weekly, 6 Kasım 2002'den aktaran, Ertuğrul Turan, "Küskün Tanrılar Uykusuz Ozanlar, İsimsiz Acılar", Doğu Batı, 10, Sayı:40, 2007, s.13.

ama daha az dinamiktir. İktidar daha törenseldir, hatta belirli bir sabır ölçüsü vardır.”¹⁰.

Gücün iktidara dönüşümü, bir takım yeni özellikler kazanmasıyla gerçekleşmektedir. Bu özellikler ise gücün yalın halde kullanılmadığı durumlarda, bireyler üzerinde diğer bir takım etkileri ve araçları dolayısıyla belirlemektedir. Dijk’in anlatımıyla, “(...) *bedensel güç kullanımı durumu hariç tutulduğunda, bir kişi ya da grubun bir başka kişi ya da grup üzerinde fiili ya da muhtemel eylemleri üzerindeki iktidarının oluşabilmesi için, iktidara sahip olacak kişi ya da grubun, diğer grubun eylemlerinin arzular, istekler, planlar ve inançlar gibi bilişsel koşulları üzerinde denetime sahip olması ön koşulu vardır.*”¹¹.

İtaati kabul eden bireylerin tamamen güçsüz olmadığı gerçeği de göz önüne alındığında, iktidarın sonuçta sosyal bir etkileşimden doğduğu¹² ortaya çıkmaktadır. Ortaya çıkan durumun formülle ifadesi ise “*İktidar=Kuvvet+Rıza*”¹³ şeklindedir. Böylece bedensel güç, bireyin bedenini denetim altına alırken, iktidar, kendisine yönelik rızayı üretmek üzere doğrudan bireylerin beyinleri ve denetimleri aracılığı ile işlemektedir. İktidar içindeki fiziki güç (kuvvet) ise beynin ve beynin denetiminin yetersiz kaldığı durumlarda bir yaptırım gücü olarak ek unsur niteliği ile sınırlandırılır.

İktidar, aile içinden uluslararası topluma kadar çok geniş bir yelpazede değerlendirilebilecek bir kavramdır. Araştırmanın konusu kapsamında değerlendirilen iktidar ise siyasal iktidar olgusudur. Siyasal iktidar, kendisinden yerine getirmesi beklenen işlevlerinin niteliklerine bağlı olarak, diğer iktidar tiplerinden ayrılmakta ve bir toplum içerisinde göreceli olarak en üstün iktidar konumuna taşınmaktadır. İktidarı açıklayan “kuvvet” ve “rıza”¹⁴ olguları, siyasal iktidar bağlamında ele alındığında, toplum bazında ayrıca değerlendirilmelidir. “*Bir toplumdaki maddi kuvvet ve zor kullanma gücüne (...)*”¹⁵ sahip olan siyasal iktidar, o toplumun rızasını koruduğu oranda meşru bir iktidardır.

¹⁰ Elias Canetti, *Kitle ve İktidar*, 2.b., İstanbul: Ayrıntı Yay. 2003,s.283-284

¹¹ Teun A.van Dijk, “Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları”, *Medya, İktidar, İdeoloji*, Der. ve Çev. Mehmet Küçük, 3.b. Ankara: Bilim ve Sanat, 2005, s.317

¹² Dijk, s.318

¹³ Münci Kapani, *Politika Bilimine Giriş*, Bilgi Yay. 2003, s.50

¹⁴ Kapani'nin “Rıza” ile ifade ettiği olguyu Sartori, (Consensus) “oybirliği/onay”; Easton (Support), “Destek” ile ifade etmiştir. Alıntılarda orijinal ifadelendirme korunmuştur.

¹⁵ Kapani, s.49

İktidara meşruluk kazandıran rıza, üç aşamada gerçekleşmektedir: Toplum düzeyinde (temel) onay; rejim düzeyinde (yönteme ilişkin) onay; siyasa düzeyinde onay. Easton, yönteme yani rejime ilişkin onayı, demokrasi için gerekli ön koşul olarak görmekte iken; toplum düzeyinde ideolojik açıdan ortaya çıkan onaya ve siyasa düzeyinde liderlere yönelik ortaya çıkan onaya, demokrasiyi güçlendirici rol biçmektedir¹⁶.

Klasik demokrasi uygulamaları, kendilerine yönelik rızanın ortadan kalkma riskinin belirdiği, diğer bir deyişle siyasal iktidarın meşruluğunu yitirdiği dönemlerde kendi aksaklıklarını gidermeye yolunda çeşitli önlemler geliştirmiş olmasına karşın döneminin çağdaşlarıncaya yoğun eleştirilere maruz kalmıştır. Solon'un, Atina'daki mevcut düzeni koruyup Areios Pagos kuruluyla oligarşik, üyelerinin yarısının tüm yurttaşlarca, yarısının da ileri gelenler ve varlıklı kimseler arasından kurayla seçilmesiyle oluşan "mahkemeleri" kurarak, var olan düzeni Atina demokrasisi şekline dönüştürmüştür. Solon'un uygulamaları, "(...) *mutlak ve su katılmamış oligarşiyi kırması; halkın köleleştirilmesine son vermesi; anayasayı bunların bir karması şeklinde hazırlaması*" açılarından olumlu eleştiriler alırken, "(...) *bu mahkemeler[in] güç kazanınca hemen tıpkı bir tirana yaltaklanıyormuşçasına halkı hoşnut edecek her şeyi yapmaya başlamaları (...)*" da olumsuz eleştirilerin sebebi olmuştur¹⁷. Aktarılan aksaklığına rağmen "(...) *vatandaşlar, klan kimliği olmayan on yeni topluluk (demos) şeklinde örgütlendikten sonra yapılan anayasaya, doğrudan doğruya ve temsili demokrasi biçiminde cesur bir deneme gözüyle(...)*"¹⁸ bakılabileceği de ifade edilmektedir.

Demokrasinin, klasik formunun doğrudan demokrasiye olanak vermesini sağlayan; kadınların, 20 yaşından küçüklerin, yabancıların ve kölelerin seçmen dışı bırakılmış olmasıdır. 320 bin kişilik nüfustan çıkarılan 20 bin kişilik seçmen kitlesi¹⁹ eliyle temsilcilerini seçen ve doğrudan demokrasiyi işleten bir rejim ortaya çıkmıştır. Ancak, özellikle genel ve eşit oy ilkesinin yokluğu nedeniyle halen günümüz anlamında bir demokrasiden söz etmek mümkün değildir.

¹⁶ David Easton, A Systems Analysis of Political Life. pp. xvi, 507. New York: John Wiley & Sons, 1965, s.278-310'dan aktaran, Giovanni Sartori, Demokrasi Teorisine Geri Dönüş, Yetkin Yay.:Ankara, 1996., s.99-101 ve Kapani, s.89-90

¹⁷ Aristoteles, Politika, Çev. Mete Tunçay, Orijinal Yazım M.Ö.350, Remzi K., 9.b., İstanbul:2006, s.65.

¹⁸ C. Northcote Parkinson, Siyasal Düşüncenin Evrimi, 2.b., Remzi K., İstanbul:1986, s.159.

¹⁹ Parkinson, s.159.

Atina demokrasisine benzer bir şekilde, Roma İmparatorluğu'nda da başlarda oy hakkı pek çok bakımdan sınırlı kişilere tanınan bir haktır. Yine de Roma tarihi boyunca yapılan düzenlemeler çoğu kez "özgürlük adına" gerçekleştirilirken, dönemin tarihçisi Polybios (M.Ö. 204-120), "(...) *Roma Anayasası'nı, aristokratik (senato), monarşik (konsüller) ve halk (meclisler) unsurları arasındaki dengeyi korumasından ötürü övmüştür.*"²⁰. Roma İmparatorluğu'nda genel olarak, rejim düzeyinde mümkün olan en geniş tabanda bir onay yaratacak (rıza üretecek) en uygun sistemin geliştirilme amacı olduğu gözlemlenmektedir. Aynı amaç çerçevesinde geliştirilen çözümler de kimi zaman demokratik, kimi zaman aristokratik kimi zaman da monarşik ve hatta teokratik niteliklerdedir²¹.

Doğu Roma İmparatorluğu'nda Hıristiyanlığın imparatorluk içinde yayılmasıyla güçlenen kiliseye karşı, halkın itaatini sağlamak için devlet yönetiminin de teokratik bir nitelik kazandığı görülmektedir: İmparator, Tanrının yeryüzündeki temsilcisidir. İmparatorun bir tür kamuoyu ya da güvenoyu yoklaması olarak düzenlediği yarışları, Freeman şu şekilde aktarmaktadır: Bu yarışlarda "(...) *halka görünür ve kent halkı [bugünkü İstanbul] tarafından ya alkışlanır ya alay edilirdi (...) Pek çok imparator, kent halkının ruh halini yanlış değerlendirdiklerinde, kendilerini büyük bir kargaşanın odağında buldular.*"²².

Ancak halkın siyaseti ve dini böylesine özdeşleştirerek yaşaması sonucu, piskoposlar, zamanla eski elitlerin yerini almış ve imparatorluk da din adamlarının denetimleri altında hareket etmek durumunda kalmıştır²³. Bu etkinin Ortaçağ boyunca ortaya çıkan Krallıklar üzerinde de devam ettiği ve Rönesans'la birlikte,

²⁰ Charles Freeman, Mısır, Yunan ve Roma Antik Akdeniz Uygarlıkları, Çev.S.Kemal Angı, Dost Yay. Ankara:2005, s.395.

²¹ Caesar'ın tanrısal bir nitelik kazanması ama aynı anda da Senato'nun varlığını devam ettirmesi de böylece mümkün olabilmıştır. Caesar'ın, aristokratların dışında ve hatta onlardan çok, halkın desteğini (onayını) kazanması gerektiğinin ayırımında olduğunu gösteren uygulamalarına rastlanmaktadır. Freeman, s.422, Parkinson, s.172 "*Her vatandaşa tahıl ve yağın yanı sıra para dağıtması... Eyaletlerde yaşayan sadık yabancılara vatandaş hakkını vermesi (...) Kente bahçelerini, her vatandaşa da bir miktar para bırakması,*" bu tip uygulamalarına örnek olarak verilebilir. Caesar'ın karşısına aldığı (popülaritesini kaybetmiş olan) soylular ve bürokrat sınıfı tarafından "özgürlük" adına öldürülmesi sırasında, halktan bu "özgürlük hareketine" destek gelmediği görülmesi, Caesar'ın aslında bir diktatör olmasına rağmen kamuoyu desteğini almayı başarabildiği görülmektedir. Bkz. Freeman, ss. 431-432.

²² Freeman, s,621.

²³ "*Orta Çağ düzeni Roma İmparatorluğunun yıkılışıyla (Batı ve Doğu Roma İmparatorluğu şeklinde ayrımla) oluşan otoritelerin kendi alanlarında hâkim olduğu, kilisece tanımlanmış uhrevi ve hemen hemen dünyevi alanlarda, nüfuzunu rakipsizce gerçekleştirdiği ve kilisenin kutsadığı imparatorun diğer otoritelerce tanındığı bir düzendir. Bu düzen, papa, imparator ve lokal güçlerin karşılıklı bağımlılığına dayanır. Kil ise diğerlerinin otorite ve iktidarlarının meşruiyet kaynağı olarak dinsel ilkeler sunan aşkın güçtür. Dinsel meşruiyet bu dönem iktidar söylemlerinin temelidir.*" Halis Çetin, "Liberalizmin Tarihsel Kökenleri", CÜ İİBF Dergisi, (3), 1, 2002, ss.79-96. s.80.

demokrasi ve cumhuriyetin klasik uygulamalarının, düşünörlere ve siyasetçilere, güdülen amaca göre ilham verdiği gözlemlenmektedir²⁴.

Halk açısından, özellikle Roma İmparatorluğu deneyimi ve hemen arkasından gelen Ortaçağ krallıkları deneyimi, istedikleri özgür ortamın, yönetime katılmadan -yani demokratik bir karakteri bulunmayan bir yönetimle- elde edilemeyeceğini göstermiştir. Ancak bu durumun halkın bilinç düzeyine yansıdığına dair bir hareket görölmemektedir. Yine de aynı süreçte Papa, Kral ve Baronlar arasında imzalanmış olan *Magna Carta Libertatum*'un²⁵ -daha ilk maddesinde Kilise ve Papa'nın statüsünü garantiye alıp Tanrıya bağlılığı dile getirmesine ve aslında Baronların statüsünü korumasına rağmen- bütününde hukukun üstünlüğü ve halkın özgürlüğü için önemli bir adımdır.

Rönesans ve arkasından gelen 17. yüzyıl idealleri doğrultusunda ortaya çıkan İnsan Hakları Bildirgesi de bu düşünsel çabaların ve özgürlük mücadelesinin ürünü olarak değerlendirilmelidir. Bildirgede yer alan, "*Parlamento üyelerinin seçimi serbest olmalıdır. İfade hürriyeti özgürlüğü, Parlamento'daki tartışmalar ve görüşmeler, Parlamento'dan başka hiçbir yerde ya da mahkemede suçlama ya da soruşturma konusu yapılmamalıdır (...)*"²⁶ ifadesi, özgürlüğün hukuksal güvenceye alınarak siyasal iktidarın meşruluğunun demokratik bir zemine oturtulmaya başlandığının işaretlerini vermektedir.

Aydınlanma Çağı (18. yüzyıl felsefesi), teokratik yönelimleri geriletirken, akla ve ilerlemeye dayalı düşünsel ilkeleri ortaya çıkarmıştır. Söz konusu ilkelerin, yayınlanan kitaplar aracılığıyla oluşan kamuoyu ile bir yandan Fransız İhtilâli'nin alt yapısı oluşurken, diğer yandan da ideal yönetim biçiminin koşullarını belirlediği görölmektedir. Artık amaç sadece halkın onayını sağlayarak hükümdarları ayakta tutmak ya da devirmek değil, aynı zamanda halkın akılcı iyiliğini ve ilerlemesini sağlayacak bir yönetim biçimin ilkelerini saptamaktır. Bu çerçevede, demokrasi ve cumhuriyetin eski formları da masaya yatırılmıştır.

²⁴ Örneğin, "(...) klasik modeller, mutlak hükümdarları ayakta tutmak için kullanılırken, aynı zamanda kralların devrilmesini haklı göstermek için de kullanılabilirdi", Freeman, s.645.

²⁵ *Magna Carta Libertatum* (Büyük Özgürlükler Sözleşmesi) (1215) Tam metni için erişim: British Library, <http://www.bl.uk/treasures/magnacarta/index.html>, (18.07.2007).

²⁶ *English Bill Of The Rights* (İngiliz İnsan Hakları Bildirisi) (1689), Tam metin için erişim; Yale Üniversitesi, http://avalon.law.yale.edu/17th_century/england.asp, (18.07. 2007).

Dönemin düşünürlerinden Rousseau (1712–1778) için gerçek demokrasi hiçbir zaman var olmamıştır ve olmayacaktır da. “*Çoğunluğun yönetmesi ve azınlığın yönetilmesi, doğal düzene aykırıdır. Halkın kamu işleriyle uğraşmak için sürekli toplantı durumunda olması düşünülemez; ayrıca da bu işler için komisyonlar kurmanın da yönetim biçimi değişmediği sürece, olanaksız olduğu kolayca anlaşılır.*”²⁷

Rousseau demokrasiye eleştirisini yöneltirken, aslında onu yüceleştirmektedir de. Nitekim ona göre, “*Eğer tanrılardan oluşan bir halk olsaydı, demokrasi ile yönetilirdi; böylesine yetkin bir yönetim insanlara göre değildir.*”²⁸. Diğer bir deyişle Rousseau, insanların demokrasiyi etkin ve doğru bir şekilde kullanabilme kapasitelerinden şüphelidir²⁹. Dolayısıyla Rousseau, halkın uyanık olmadığı ya da pasif kaldığı durumlarda demokrasinin kolayca bir başka yönetim biçimine dönüşebileceğini vurgulamaktadır. Geçişin aslında ne zaman gerçekleştiğini tam olarak bilememek, durumu daha da tehlikeli kılmaktadır, çünkü o yönetim artık aslında demokratik bir yönetim biçimi şeklinde görünen ama aslında otokratik bir yönetim olabilir.

Montesquieu da (1689–1755) “Kanunların Ruhunu” eserinde, bir cumhuriyette³⁰ bulunabilecek aristokrasi ile demokrasi arasındaki ayrıma atıf yaparken, yönetim yetkisinin tüm millette olması durumunda buna demokrasi, milletin bir kısmının elinde olursa buna da aristokrasi adı verileceğini belirtmiştir. Her devlette üç çeşit yetki olduğunu belirten düşünür, bunlardan ilkinin yasama yetkisi, ikincisinin devletler hukukuna bağlı olan şeyleri uygulama yetkisi (yürütme), üçüncüsünün de medeni hukuka bağlı şeyleri uygulama yetkisi (yargı) şeklinde sıralamıştır³¹.

²⁷ Rousseau, s.113.

²⁸ Rousseau, s.114.

²⁹ “*Hiçbir yönetim, demokrasi ya da halk yönetimleri ölçüsünde iç savaşlara ve karışıklıklara açık değildir; çünkü hiçbir yönetim, ısrarla ve sürekli olarak biçim değiştirmeye onlar gibi yatkın değildir ve bu yüzden de varlığını korumak için onlardan daha çok uyanıklık ve yüreklilik isteyen hiçbir yönetim yoktur.*” Rousseau, s.114

³⁰ Montesquieu’ya göre üç çeşit hükümet vardır; Cumhuriyet, Saltanat ve İstibdat; “*Cumhuriyetle yönetim, milletin tümünün birden ya da milletin bir parçasının yönetimi elinde bulundurmasıdır. Saltanat, bir kişinin ama sabit ve yerleşmiş kanunlarla yönetimidir. İstibdatla yönetim ise hiçbir kanun ya da kurala bağlı olmadan kendi istek ve heveslerine göre yönetimdir.*” Charles-Louis Montesquieu, Kanunların Ruhunu Üzerine, Orj. Basım: 1748, Çev. Fehmi Baldaş, İstanbul: Seç Yay.Dağ., 2004, s.33.

³¹ Günümüzde yargının kapsamı medeni hukuktan çok daha geniştir Montesquieu, s.156.

Düşünür, kuvvetler ayrılığı ilkesi adı verilen bu sıralamasını yapmasının verdiği kolaylıkla hangi durumlarda özgürlüğün ortadan kalktığını açıkça belirtmiştir³².

Roma İmparatorluğunun özgürlükçü niteliğini değerlendiren Montesquieu, Roma şehrini ve İmparatorluğun diğer yönetim birimlerini ayrı ele alır. Roma şehri, imparatorluğun merkezi olarak İtalya üzerinde yasama (senato ve halk meclisleri) yürütme (Kral) ve yargı (senato ve halk meclisleri, yüksek rütbeli memurlar, bazı hâkimler–prateorler) aracılığıyla özgür bir ortam sağlamıştır. Ancak imparatorluğun eyaletlerine gönderilenlere, “(...) merkez yönetim örgütündeki yüksek memurlara verilen yetkilerin tümü birden verilirdi; üstelik senato ile halk meclislerinin yetkileri de bu kişilerde bulunurdu. Bunlar gönderildikleri yerlerin uzaklığına uygun düşecek derecede zorba kişilerdi. Üç yetkiyi birden kişiliklerinde toplarlardı.”³³. Düşünür, eyalet yöneticilerin sahip olduğu ölçsüz gücün, toplanan vergilerin ağırlaşmasına yol açtığını ve sonunda eyaletlerin “Roma'nın özgürlüğünü yitirdiği anı, kendi özgürlüklerinin başladığı an olarak (...)”³⁴ gördüklerini belirtmektedir.

Yukarıda en önemli sayılabilecek iki örneği verilen siyasal tartışmalar çerçevesinde ortaya çıkan Fransız İhtilâli'nin arkasında esas olarak siyasal liberalizm ideolojisi yer almaktadır. Liberalizm perspektifine göre siyasal iktidarı, “(...) doğa durumunda eşit halde bulunan bireylerin mülkiyetini düzenlemek ve korumak için ölüm cezaları da dâhil diğer bütün hafif cezaları da içeren yasa yapma hakkı ve toplumun gücünü, bu yasaların uygulanması ve devletin dışarıdan gelecek zararlara karşı savunulması yönünde kullanma hakkı olarak (...)”³⁵ algılamak gerekir. Ancak yukarıda ifade edilen doğal hukuk kaynaklı liberal düşünce perspektifinde siyasal iktidar yetkilerinin, bireyin yararıyla birlikte yine kamu yararı için olması gerektiğini ön plana almaktadır.

Bireylerin bir araya gelerek oluşturdukları toplumla yine toplum ve bireyin kendi faydasını korumak üzere siyasal iktidarı araç olarak değerlendirdiği

³² “Yasama yetkisiyle yürütme yetkisi aynı kişiye ya da memurlar topluluğuna verilirse, ortada özgürlük diye bir şey kalmaz; çünkü aynı hükümdarın ya da senatonun, şiddet kullanarak uygulamak için ağır kanunlar yapmasından korkulur(...)Yargılama yetkisi, yasama yetkisiyle yürütme yetkisinden ayrılmazsa ortada yine özgürlük diye bir şey kalmaz(...) (İlkinde) hâkim kanunun yapıcı olurdu, (ikincisinde) hâkimin elinde yargı yetkisinden başka bir de baskı kuvveti bulunurdu.” Montesquieu, Osmanlı'nın Padişah yönetimini bu üç yetkiyi de toplaması nedeniyle bir istibdat yönetimi olarak değerlendirmektedir.

³³ Montesquieu, s.180.

³⁴ Montesquieu, s.181.

³⁵ John Locke, Hükümet Üzerine İkinci İnceleme, (1666), Ebabel Yay. İstanbul:2004, ss.3-144,145.

düşüncesine göre, birey devlet için değil, devlet birey için vardır ve onun lehine sınırlandırılmalıdır. Doğal hukuk öğretisinin biçimlendirdiği bu düşünce biçimi, demokrasiyi klasik halinden günümüzdeki haline doğru evirirken, genel ve eşit oy, ifade özgürlüğü, bilgiye erişim, siyasaların yapımı sürecine etkin katılım gibi unsurlarıyla liberal bir nitelik kazandırmıştır.

Vurgusunu bireyden yana yapan siyasal liberalizm felsefesinin özü itibarıyla demokrasi ile uyuştugu da bir gerçektir. *“Liberalizm, her şeyden önce devlet iktidarının sınırlandırılması iken, demokrasi de halkın iktidarını, devlet iktidarına ortak etmektedir.”*³⁶ Bu şekilde ortaya çıkan yönetim de demokratik felsefeye en uygun olarak yaşam alanı bulabilecektir. Ancak yine de liberal felsefe içerisinde bile farklı demokrasi görünümleri ve ideallerinin ortaya çıktığı gözlemlenmektedir. Liberal düşünür ve İngiliz devlet adamı Mill (1806-1873) iyi bir yönetimin ilkelerini şu şekilde saptamıştır³⁷: Halkın demokratik tartışmalara katılmaya hazır ve ehil olması; Temsil Meclisinin kamusal tartışma ve müzakerelere yoğunlaşması, yasama ve yürütme için meclis komisyonları kurması; temsil düzeninin potansiyel aksaklıklarına karşı güvenlikler inşa edilmesi; azınlıkların uygun şekilde temsil edilmediği saf çoğunluk hükümeti olan “sahte demokrasi” yerine, nispi temsil usulüne yer veren “doğru demokrasi”nin desteklenmesi; genel fakat (zekâ ve bilgiye dayalı) niteliklere göre derecelere ayrılmış seçim hakkı; dolaylı seçimlerin olmaması; seçim mücadelesinin finansmanı ve milletvekili gelirlerinin harcamalarının kısıtlı olması; milletvekili görev sürelerinin sınırlı olması; emredici vekâletin olmaması; tek Meclisin olması; otorite ve kararların sorumluluğunun bireysel bir aktörde ya da bir kurulda toplanması; federal yerine merkezi bir yönetim biçimi seçilmesi.

Mill’in yukarıda özetlenen ideal demokrasi özelliklerine bakıldığında, kendisinin genel ve eşit oya karşı olduğu görülmektedir. Bu durum Mill’in demokrasiye Aristoteles’den esinlenerek ancak bir tür meritokrasi³⁸ yoluyla ulaşılabileceğini düşündüğünü göstermektedir. Ancak yine de yukarıdaki ilk ilkesinde belirtilen *“halkın demokratik tartışmalara katılmaya hazır ve ehil olması”* gerekliliği özü itibarıyla “zekâ ve bilgi” bakımından üstün niteliklilere daha yoğunluklu oy

³⁶ Sartori, Demokrasi..., s.416.

³⁷ J.Stuart Mill, Representative Government, 1861, Chapter 5’den aktaran Manfred G.Schmidt, Demokrasi Kuramlarına Giriş, Çev. M.Emin Köktaş, Vadi Yay., Ankara:2002, ss.94-98.

³⁸ Meritokrasinin (Meritocracy) klasik formu, aristokrasinin bir türü olarak ele alınan liyakat ve yeteneğin, pozisyon ve ödül ile değerlendirildiği bir sosyal sınıf farklılaşmasının yaşatıldığı durumdur. Ayrıntılı bilgi ve meritokrasinin yeni formları için bakınız: Norman Daniels, [“Merit and Meritocracy”](#), Philosophy and Public Affairs, Vol. 7, No.3, (Spring, 1978), ss. 206-223.

vermenin yeterli olmadığına, halkın da bilinçli tercihler yapacak düzeyde bilgili ve istekli olması gerektiğine işaret etmektedir.

Siyasal ve ekonomik liberalizmin yükseliş döneminin en iyi uygulama örneği olarak Amerikan tipi demokrasiyi aristokrasi ile karşılaştıran Tocqueville (1805-1859), “*Demokrasi çoğunluğun görüşlerini ifade etmesine karşılık, aristokrasi daima bir azınlıktan oluşur.*”³⁹ demektir. Demokrasiyi amaçları bakımından daha üstün tutan Tocqueville pratikte aristokrasinin üstünlüğünü vurgulamaktadır. Tocqueville’e göre demokrasi çoğunluğun iradesi ile gerçekleştirilmesi sebebiyle er geç halkın lehine kararlara varacak bir yönetim biçimi iken, aristokrasi bir zümreyi temsil etmesi sebebiyle sonuçta o zümrenin çıkarlarını halkın çıkarlarından üstün tutacak bir sistemdir⁴⁰. İşte tam da bu nedenden ötürü, Aristokrasinin daha iyi organize olmuş olması onu daha iyi bir sistem yapmaya yeterli olmamaktadır.

Tocqueville’in, aristokrasiyi överken belirttiği “geçici heyecanlara” kapılmama olgusunun demokrasilerdeki yokluğu, demokrasiler için önemli bir dezavantaj olarak ortaya çıkmaktadır. Heyecanlar aracılığıyla kamuoyu yanlış manipüle edilebilmekte ve toplum, uzun vadede kendi aleyhine sonuçlar doğuracak kararlar alabilmektedir. Ancak söz konusu manipülasyonu gerçekleştirecek organize küçük grupların varlığına bağlı olarak aristokrasi, günümüz rejimlerinde görünüm ve şekil değiştirerek yeniden ortaya çıkmakta ancak rejimin adı halen “demokrasi” olarak anılmaya devam edebilmektedir⁴¹. Belki de demokrasinin en tehlikeli hali de bu olsa gerekir. Çünkü bir sistem demokratik olmadığına - ister faşist ister komünist olsun -

³⁹ Alexis De Tocqueville, Amerika’da Demokrasi, Orijinal Basım: 1835, Çev.Taner Timur, Türk Siyasal İlimler Derneği Yay. Siyasal İlimler Serisi-4, İstanbul: 1962, s.88

⁴⁰ Tocqueville, s.88-89

⁴¹ Demokrasinin totalitarizme geçiş için araçsallaştırıldığı yönünde görüşler mevcuttur. Tibi, bunu İslam dünyası için sınırlandırmaktadır: “*İslam’ın reforma yönelik yorumunda İslam ile demokrasi kesinlikle bağdaştırılabilir. Fakat İslamcılarının düşünceleri başkadır. Bunun için ‘yeni totalitarizm’ kavramını kullanıyorum. İslamcılar hem İslam dünyasında hem de küresel bazda farklı bir siyasal düzen istiyorlar. Demokrasiyi ise sadece taktik nedenlerle onaylıyorlar(...)*” Bassam Tibi, “Şeytanla İttifak”, Financial Times Deutschland, 22.12.2003’den aktaran BYEGM, “Dış Basında Türkiye AB İlişkileri”, 23.12.2003 Erişim: <http://www.byegm.gov.tr/yayinlarimiz/avrupabirligi/2003/12/23x12x03.htm>, (25.12.2004). Ancak Özüerman’a göre; “*Yalnızca İslamcılara mal edilecek bir kavram olarak görülemez günümüz totalitarizmi. Sosyal yaşamın tüm alanlarının kontrol edildiği, bireye kendine özgü alan bırakmayan, tüketimden tutun siyasal tercihlere kadar yönlendirmenin yanında kontrol eden, özgürlüklerin alanını giderek sınırlandırarak azınlıkta olanların çoğunluğu oluşturan üzerinde baskı kurduğu biçime dönüştüren tek tip bir yönetim anlayışının evrenselleştirilme çabalarından söz etmekteyim. Sanal demokrasiye tutunmuşlar, içinde yaşadıkları gerçekliğin totalitarizmle örtüştüğünün ve bu yeni totalitarizmin onların açtıkları başlıklarla beslendiğinin farkında değiller mi? Demokrasinin hızla geri çekilişini ve özgürlüklerin özgürlükleri yok etmek için kullanıldığını göremiyorlar mı gerçekten!..*” diyerek “yeni totalitarizm” olgusunu daha geniş anlamda kullanmakta ve demokrasinin tehlikeli gidişatını vurgulamaktadır.. Tülay Özüerman, “Yeni Totalitarizm”, Cumhuriyet Gazetesi, 3 Mart 2007 . Ayrıca bkz: Bassam Tibi, Islam Between Culture and Politics, 2nd Ed. NewYork:Palgrave, 2005.

o sistemin sorumluları bellidir. Memnuniyetsizliğinden güç alacak halkın tepkisini yönelteceği kişiler bellidir. Ancak sistem *demokratik* görüldüğünde ve demokrasinin bir araç olarak kullanılması söz konusu olduğunda, yanlış kararların sorumluları tespit edilebildiği ölçüde siyasal yargı mekanizması, yani seçim ile elenir⁴².

Halk için doğru bir siyasal eleme, kendisi için neyin gerçekten iyi ve neyin gerçekten kötü olduğunu bilebildiği ölçüde gerçekleşebilir ki bunu sağlayacak olan basın özgürlüğüdür⁴³. Basının, iktidarın örtülü tekelinde olduğu rejimlerde bu tip bir denetim mekanizmasından doğal olarak bahsetme olanağı kalmamaktadır. Dolayısıyla böyle bir ortamda demokrasi amaçları ve görünüm bakımından ideal, ancak pratiği ve gerçek ilişkileri bakımından toplum aleyhine dönen bir yönetim biçimi olarak ortaya çıkabilir.

Amaçları bakımından ideal olan demokrasi sadece organize olamaması değil, çoğunluğun diktasına dönüşmeye uygun yapısıyla da eleştiri almaktadır. Tocqueville'in Amerikan tipi demokrasiyle ilgili endişesi de "(...) *büyük ve sınırsız özgürlüklerden değil, diktaya karşı alınmış yetersiz önemlerden(...)*"⁴⁴ kaynaklanmaktadır. Diktayı oluşturacak olan şey ise yönetim biçiminin süreç içerisindeki dönüşümü olabileceği gibi demokrasi uygulamasından kaynaklanan "sınırsız çoğunluk" yönetiminin bizzat kendisi de olabilir. "*Amerikalıların politik yasaları öylesine biçimlendirilmiştir ki çoğunluk, toplumu hükümdar edasıyla yönetir. Böylece çoğunluğun kafalardaki doğal etkisi maddi olarak güçlenir.*"⁴⁵ Böyle bir ortamda Lazarfeld'in anlatımıyla⁴⁶, toplumun düşünce ve inançlarını kontrol eden daha az güce ya da daha çok kitle iknasına ihtiyaç duyulacaktır. Doğrudan fiziki gücün kaba kullanımı etki-tepki sürecini hızlandırmasından ötürü günümüz siyasal iktidarları, medyanın da yardımıyla ikincisini tercih etmektedirler.

⁴² Ancak burada da siyasal aktörlerin siyasal partiler arası mobilizasyonu, siyasal yargı mekanizmasının işlerliliğini aksatmaktadır.

⁴³ "*Aristokratların yönetimi altında yaşayanlar için basın özgürlüğü olmasa da olur ama demokrasilerde durum böyle değildir*" diyen Tocqueville, "*kişisel özgürlüklerin korunması için büyük politik örgütlere, parlamentonun ayrıcalıklarına ve halkın egemenliği ilkesine*" kesinlikle güvenmemektedir. "*Bunlar bireyin köleleştirilmesi için kullanılabilir; ama kölelik, basın özgür oldukça tam anlamıyla gerçekleştirilemez, basın, özgürlüğün en güçlü demokratik silahıdır.*" Kendisinin sözünü ettiği basın hürriyeti de özü itibarıyla bağımsız kamuoyunun oluşmasının ön koşuludur. Tocqueville, s.279. Burada Tocqueville'in basına adadığı görevi, 20.yüzyılda "Basının sosyal sorumluluk görevi", bekçi-köpekliği (watchdog) olarak açıklamaktadırlar. Ayrıntılı bilgi için bkz: Fred S. Siebert, Theodore Peterson, Wilbur Schramm Four theories of the press, 6th edition, University of Illinois Press, 1971.

⁴⁴ Tocqueville, s.99

⁴⁵ Tocqueville, s.129 Tocqueville'in burada sözünü ettiği olguyu sonraki yüzyılda Elisabeth Noelle-Neuman tarafından geliştirilen "Susunluk Sarmalı Kuramı" çerçevesinde açıklanmıştır.

⁴⁶ Paul Lazarsfeld & Robert Merton, "Mass Communication, Popular Taste, Social Action", The Communication of Ideas, The Ins. for Religious and Social Studies, New York:1948, s.556.

En yalın anlatımıyla çoğunluğun kararına bağlı işleyen demokrasi, gerek yasama boyutunda ve gerekse kamuoyu gücüyle azınlık üzerinde bir tür baskı aracına dönüşebilmektedir. Tarihsel süreçte ele alınan demokrasi eleştirilerinden yola çıkıldığında, demokrasinin işlerliği için şu olgular ön plana çıkmaktadır:

Seçim ve oy verme davranışı (siyasal katılmanın diğer yolları ile birlikte genel ve eşit oy); basın özgürlüğü; basın özgürlüğüne bağlı olarak biçimlenen bilinçli kamuoyu; Yasama-Yürütme-Yargı kuvvetlerinin ayrılığı ile birlikte hukuk devletinin varlığı; çoğunluğun diktasına dönüşmeyi engelleyecek önlemler ve muhalefete vurgu. Bu bağlamda Sartori'nin de önemle belirttiği gibi, "*Demokrasi nedir'i, 'ne olmalıdır'dan ayırmaya gerek yoktur. Demokrasi ancak, idealleri ve değerleri ona varlık kazandırdığı sürece var olur(...) Demokrasi, onun idealleri ve gerçeği arasındaki karşılıklı etkileşimden, 'olanla olması gereken'in çekişmesinden doğar ve bunlar tarafından şekillendirilir.*"⁴⁷. Demokrasi, klasik uygulamalarından günümüze doğru gerçekleşen evriminin ardından, az sayıdaki birkaç örnek dışında günümüzde temsili ve liberal demokrasi olarak yerleşmiş görünmektedir. Ancak demokrasinin evriminin tamamlandığını söylemek de doğru olmayacaktır. Liberal-temsili demokrasinin, bu türün uygulamalarından kaynaklanan eksiklikleri onarmak üzere yeni modeller geliştirildiği görülmektedir⁴⁸. Günümüz demokrasilerinin en belirgin özelliği seçime vurgusu olmakla beraber seçimlerin sonucunu da bireylerin siyasal sosyalleşme süreçleri ve siyasal davranışları belirlemektedir.

1.1.2. Siyasal Sosyalleşme ve Siyasal Davranış

Siyasal sosyalleşme olgusu, siyasal sosyalleşme, siyasal kültürlenme ya da siyasallaşma kavramlarıyla da karşılık bulmakta ve şu şekilde tanımlanmaktadır: "*(...) siyasal sosyalleşme, sosyal-siyasal çevre ile birey arasında yaşam boyu süren dolaylı ve doğrudan etkileşim sonucunda, bireyin siyasal sistemle ilgili görüş, davranış, tutum ve değerlerinin gelişmesidir.*"⁴⁹.

Turan tarafından yapılan tanıma göre de siyasal sosyalleşme, "*(...) kişinin toplumda ya da toplumun alt birimlerinde yürürlükte olan değer yargılarını, davranış*

⁴⁷ Sartori, Demokrasi..., s.8

⁴⁸ Bazı demokrasi tipleri: Katılımcı Demokrasi (bkz. Pateman 1970; G. Sartori, 1996,:), Müzakereci Demokrasi (Bkz. S.Benhabib, 1966; Gutmann & Thompson 1998, Fairfield 2000) Radikal Demokrasi (Laclau & Mouffe 1985; Giroux, 1996; Freire, 2004)

⁴⁹ Türker Alkan ve Doğu Ergil, Siyaset Psikolojisi, Turhan Kitabevi, Ankara:1980, s.5.

*kurallarını öğrenmesi sürecidir.*⁵⁰. Bu süreçte bireylerin yaşadıkları toplumun siyasal inanç, davranış ve değerleri çeşitli kurumlar aracılığıyla kazandıkları ve bunu hayatları boyunca güncelledikleri gözlemlenir.

Oysa 1959'da çocuğun siyasal sosyalleşmesi ile ilgili çalışmalarına başladığında Hyman, bireylerin siyasal tutumlarını çocuklukta oluşturduğunu ve sonraki dönemde de bunlara sadık kaldığını ileri sürmekteydi⁵¹. Ancak Turan, siyasal sosyalleşme sürecinin belli bir yaş döneminde bitmeyip yaşamı boyunca devam edebileceğini, "(...) *bazı durumlarda insanın daha küçük yaşlarda edindiği siyasal kültürü tamamıyla terk edip yeni bir kültür edineceğini, diğer durumlarda ise çocuklukta edindiği kültürün ana hatlarını korumakla birlikte, ona yeni bir kapsam ve anlam verebileceğini (...)*"⁵² belirtmektedir.

Siyasal bilincin gelişimi, "*somuttan soyuta, duygusaldan bilişsele*"⁵³ doğrudur. Böylece siyasal sosyalleşmenin daha çocukluktan itibaren karmaşık bir süreçte yaşandığı görülmektedir. Çocukluğunda başlayan ve hayatı boyunca sürecek olan bu süreçte, çeşitli kurumlar aracılığıyla çevrelenen birey, siyasal kültürü yeniden ve sürekli olarak öğrenmektedir. Sürecin çocuklukta başlaması dolayısıyla siyasal sosyalleşme sürecinde öncelik de aile kurumuna aittir. Daha sonra okul ve çevre bu süreci pekiştirmekte ya da tam tersi yönde etkilemektedir.

Aile, bireyin siyasal sosyalleşme sürecini farklı yönlerden etkileyebilmektedir. 1980'lerin başında, ailenin gücünün, "(...) *siyasal bağların aktarılmasında, genel değerlerin benimsetilmesinde ve sınıfsal kökenlerde (...)*"⁵⁴ yattığı ileri sürülürken, ailenin etkisini, önce "*zaman*" sonra da "*okul ve arkadaşlık grupları*" sınırlandırdığı iddia edilmiştir. Özellikle çocuğun yaşının ilerledikçe, siyasal konuları, ailesinden çok arkadaşları ile konuşma eğiliminde olduğunu belirtilirken, aile disiplininin hoşlanmayan çocukların, arkadaşlarının etkisine daha açık olduğu da tespitler arasındadır. Günümüzde medyanın yaygın ve sürekli kullanımı göz önüne

⁵⁰ İlter Turan, Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış, İÜ. İktisat Fakültesi, İstanbul:1977, s.47

⁵¹ Duverger, bu durumun ancak kapalı, az gelişmiş geleneksel toplumlarda mümkün olabileceğini, çocuklar büyüdükçe toplumun statik kalmasıyla, küçüklükte öğrenilen çevre ile büyüdüğünde de aynı çevre ile karşılaşan bireyin siyasal sosyalleşmesinde bir değişiklik olmayacağını belirtir. Maurice Duverger, Siyaset Sosyolojisi, Çev.Şirin Tekeli, Varlık Yay., İstanbul:1996, s.101,106

⁵² Turan, s.55

⁵³ Alkan ve Ergil, Siyaset..., s.50 Turan, kişinin siyasal sosyalleşmesine ailenin katkısının çoğunlukla dolaylı olduğunu aktarmaktadır: "(...) *aile siyasete ilişkin kültür öğelerini aktarmayabilir, hatta çocukların önüne siyasal hiçbir konudan söz etmemeye gayret edebilir. Bununla beraber, çocuğun aileden öğrendiklerinin siyasal sonuçları olabilir.*" Turan, s.56.

⁵⁴ Alkan ve Ergil, Siyaset..., ss.76-78.

alındığında, medyanın ailenin etkisini sınırlayan veya tam tersine bu etkiyi pekiştiren bir etkide bulunduğunu hatırlatmak gereklidir.

Bireyin siyasal sosyalleşmesindeki önemli etkenlerden biri de okuldur. Okulun bireyin siyasal sosyalleşmesi üzerinde çeşitli etkileri bulunmaktadır: ideoloji oluşumuna katkıda bulunmakta; siyasal etkinlik konusunda pekiştirici rol üstlenmekte; öğrencilerin siyasal konularda bilgi edinimini sağlamakta; ders dışı ortamları aracılığıyla da “arkadaş ve öğretmenleriyle” siyasal konuları tartışabileceği ortamları oluşturmaktadır⁵⁵.

Bireysel özelliklerden cinsiyet, siyasal sosyalleşmeyi, içinde buldukları kültüre bağlı olarak farklı yönlerde biçimlendirmektedir. Örneğin, araştırmalara göre kızlar, daha pasif, siyasal düzeni idealize eden, siyasal konularla az ilgilenen kişiler olarak gelişmektedir. “Türkiye’de yapılan araştırmalarda da kızların, siyasal sosyalleşmesinin erkeklerden geride kaldığını ortaya koyuyor.”⁵⁶ Böylece cinsiyet, kadınların siyasal sosyalleşmesinde bir dezavantaj olarak ortaya çıkmaktadır.

1980’lerin başında Türkiye’de, daha sınırlı bir kavram olan “basın” ile tanımlanan medyanın, siyasal sosyalleşme üzerindeki etkisinin, yine o dönemlerde özellikle gelişmiş ülkelerde sınırlı olduğu ileri sürülmüştür. “*Basın araçları ile siyasal bilinçlilik arasında bulunan bağılılıklar, basın araçlarının bağımsız değişken olduğu yolunda bir yargıya ulaşmamız için yetersiz kalıyor.*”⁵⁷ Ancak yukarıdaki tespitlerin yapıldığı dönemde henüz televizyonun günümüzdeki kullanımından çok uzak ve okuma yazma oranlarına bağlı olarak basılı araçların tiraj oranlarının da günümüzdeki seviyesinden çok aşağıda olduğunu belirtmek gerekir. Benzer bir şekilde, 1960’larda yapılan bir araştırmanın, sinema ve radyonun siyasallaştırıcı etkisinin, radyonun tek başına olan etkisinden daha yüksek olduğunu ortaya koyması, günümüz medyasının televizyon ve internetle beraber görsel yoğunluklu etkisinin çok daha yüksek olabileceği yolunda ipuçları vermektedir.

Duverger için çocukların [siyasal] sossallaştırılmasındaki amaç, “*onlara yerleşik kültürü ve özellikle de otorite, iktidar, hiyerarşi olaylarının temelinde yatan*

⁵⁵ Alkan ve Ergil, Siyaset... s.110-111

⁵⁶ Alkan ve Ergil, Siyaset... s.140-141

⁵⁷ Alkan ve Ergil, Siyaset... s.156-158

değerleri iletmektir.⁵⁸ Duverger bu noktada siyasal iktidarın meşruluğunun bireylerinin onayına dayandığı gerçeğinden yola çıkarak, siyasal kültürleşmenin [sosyalleşmenin] başlıca amacının mevcut meşruluk sistemini korumak olduğunu sonucuna varmaktadır. Siyasal iktidarın bu amacı doğrultusunda siyasal sosyalleşme araçları değerlendirildiğinde Duverger, “(...) *modern çevreleme ve haberleşme araçları o derece güçlüdür ki, insanları, kendileri farkına bile varmaksızın ve okul sistemindekinden çok daha etkin bir ‘simgesel zorbalık’la⁵⁹ derin bir şekilde etki altına almak mümkündür.*”⁶⁰ demektedir. Diğer bir deyişle Duverger için siyasal iktidar, özellikle medya aracılığıyla çoğu kez bireylerin farkında olmadığı bir süreçte kendini onaylatarak meşruluğunu devam ettirmektedir.

1.1.2.1. Siyasal Katılma

Tıpkı diğer olgularda olduğu gibi, sosyolojik, siyasal olguları tanımlamak için, onun işlevine ve/veya içeriğine, kapsamına bakmak gerekir. Siyasal katılma olgusunun içeriği onun hangi siyasal davranış kalıplarını kapsadığı ile ilgilidir ancak siyaset bilimcilerce bu konuda oluşmuş bir görüş birliği bulunmamaktadır.

Özbudun, siyasal katılmanın kapsamı ile ilgili tartışmaların altı ana soru etrafında yoğunlaştığını saptamıştır. Buna göre, siyasal katılma: “(...) *devlet dışı alanlardaki iktidar ilişkilerini kapsıyor mu; siyasal yönelim veya tutumları da kapsıyor mu; destekleyici ya da törensel niteliktekileri kapsıyor veya onlardan mı ibaret; mobilize katılımları da kapsıyor mu; başarısız eylemleri de kapsıyor mu; siyasal katılma hukuka aykırı eylemleri de kapsıyor mu?*”⁶¹. Bu sorulara verilecek yanıtlara bağlı olarak, oldukça dar bir katılma anlayışından neredeyse siyasal davranış ve tutumların tümünü kapsayacak bir alana doğru genişleyen bir tanımlama yapmak mümkün olabilir. Örneğin, Huntington siyasal katılmayı, “*Hükümetin kararlarını etkilemeye yönelik bütün çabaları, yasal-yasa dışı, şiddetçi veya barışçı, başarıya ulaşmış ulaşmamış olsun, içine almaktadır.*”⁶² şeklinde açarken, kapsamlı bir siyasal katılma tanımı ortaya koymaktadır. Bununla birlikte burada gerçekleştirilen her bir

⁵⁸ Duverger, Siyaset..., s.105

⁵⁹ Duverger bu deyimini, P. Bourdieu ve J.C.Passeron’un 1970 tarihli La Reproduction adlı eserinden alıntı yapmıştır. Buna göre “simgesel zorbalık”, “*iktidarın halka bazı anlamları benimsetebilmesi, üstelik de bunları kendi gücünün temelinde yatan güç ilişkilerini gözden saklayarak meşru diye kabul ettirebilmesi olgusudur.*” Duverger, Siyaset... s.105

⁶⁰ Duverger, Siyaset..., s.106

⁶¹ Ergün Özbudun, Türkiye’de Sosyal Değişme ve Siyasal Katılma, AÜHF Yay.363, Ankara:1975, s.2

⁶² Samuel P Huntington ve Jorge. I. Dominguez, Siyasal Gelişme, S Yayınları, Ankara:1985., s.43.

ayrım, aynı zamanda farklı bir siyasal katılıma türüne işaret ettiğini ileri sürmek mümkündür.

Siyasal katılmanın önemi, toplumda yerine getirdiği işlevlere bakıldığında ortaya çıkmaktadır. Siyasal katılma her şeyden önce toplumun farklı kesimlerine temsil olanağı sağlayarak, toplumda belirli bir dengenin ve uzlaşmanın oluşumunu kolaylaştırmakta⁶³ ve dolayısıyla da sistemin sürekliliğini sağlamaktadır.

Özellikle 1950'lerden itibaren davranışçı yaklaşımın siyaset bilimindeki yaygın kullanımıyla artan siyasal katılma çalışmaları, genellikle oy verme davranışı üzerinde odaklanmasına karşın, "(...) *siyasal katılma yalnızca zamanı geldiğinde, sandık başına gidip oy kullanmak değildir. Siyasal katılma, siyasal tartışmalara katılma, baskı gruplarına üye olma, siyasal literatürü izleme, kanaat önderliği yapma vb. gibi davranışları da içerir.*"⁶⁴.

Oy verme davranışı, siyasal katılma yollarından sadece birini ifade etmekle birlikte onun ölçülebilir ve açıkça gözlemlenebilir olmasından dolayı siyaset bilimi incelemeleri açısından daha zengin ve güvenilir verileri bulunmaktadır. Bu şekilde oy verme davranışı, diğer siyasal katılma türlerinin taşımadığı birtakım özelliklere sahiptir⁶⁵. Bunun sonucu olarak da siyasal katılma çalışmalarının çoğu seçmen davranışı ile sınırlı kalmıştır. Oy verme davranışı şeklindeki siyasal katılım türü, son iki yüzyıldır demokrasi ile yönetilen rejimlerde genişlemiş ve cinsiyet, gelir, ırk, mezhep gibi değişkenlerden bağımsızlaştırılarak kiteselleştirilmiş ve oy ağırlığı bakımından da eşitlenmiştir. Günümüz demokrasilerinin en önemli unsurlarından biri haline gelen genel ve eşit oy ilkesi, "demokrasi" ile yönetilen rejimlerde genel bir kabul görmesine karşın *seçim çevrelerinin eşitsizliğine*⁶⁶ bağlı olarak gerçek anlamıyla uygulamaya geçirilemeden sembolik bir ilke olarak kalabilmektedir. Genel ve eşit oydan başlayarak her düzeyde gerçekleştirilen siyasal katılım, demokratik bir devlet için vazgeçilmezdir. Sorun, sosyo-ekonomik açıdan, eğitim, vb. kamusal haklara erişim açısından seçim çevrelerinin eşitlenmesinde yoğunlaşmaktadır. Bunlar eşitlenmediği sürece de oyların eşitliği de sanal kalmaya devam edecektir.

⁶³ Ahmet T. Kışlalı, *Siyasal Sistemler*, 5.b., Ankara:İmge Kitabevi, 2000, s.220-221

⁶⁴ Ahmet Yücekök, *100 Soruda Türkiye'de Din ve Siyaset*, Gerçek Yay. İstanbul: 1976, s.24

⁶⁵ Özbudun, s.7.

⁶⁶ Cem Eroğul, *Devlet Yönetimine Katılma Hakkı*, 2.b., İmge Kitabevi, Ankara:1999, s.209.

Devletten ve özel olarak siyasal iktidardan beklenen işlevlerin ilk başta geleni, “(...) toplumun ortak çıkarına hizmettir. Devleti bu hizmete zorlamanın en iyi yolu, yığınsal katılmadır. (...) Katılma, devleti kamu yararına yöneltmenin büyüğü anahtarıdır.”⁶⁷ Öte yandan siyasal katılma, toplumun kendini devlet aygıtını elinde bulunduran siyasal iktidara karşı korumasının da bir garantisi olarak algılanmaktadır. Nitekim devletin kendini koruma gereksinimini aşırıya götürmesi, toplumu çıkarı için ezmesi de mümkün olabilmektedir. “Katılma, işte sözü edilen bu korkunç tehlikenin en güçlü panzehridir. (...) Devletin bu biçimde canavarlaşmasını önlemek bakımından, bütün sınıfların, (...) devlet yönetimine katılması gereklidir.”⁶⁸. Genel ve yaygın bir siyasal katılma demokratik bir devlet için gerekli görülmesine karşın, katılmanın türü, içeriği ve oluşum sürecine bağlı olarak sistemin, daha demokratik bir hale gelebileceği gibi, demokrasiden uzaklaşabilmeleri de söz konusu olabilmektedir. Ancak bu yönelimlerden hangisinin gerçekleşeceğini belirleyen çok sayıda unsur bir arada bulunmaktadır.

1.1.2.2. Siyasal Katılımı Etkileyen Unsurlar

Siyasal katılımı ve özelde oy verme davranışını etkileyen unsurlar dört grupta değerlendirilmektedir: Biyolojik, psikolojik, sosyo-ekonomik ve kültürel⁶⁹. Bu unsurların alt başlıklarının açılımı aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 1: Siyasal Katılımı Etkileyen Unsurlardan Bazıları

Biyolojik	Psikolojik	Sosyo-Ekonomik	Kültürel	
Yaş	Bilişsel	Duygusal	Aile	Kültür
Cinsiyet	Siyasal İlgi	Vatandaşlık Duygusu	Eğitim	Siyasal
	Siyasal Bilgi	Etkenlik Duygusu	Örgüt Üyeliği	Kültür
	Siyasal İnanç	Empati	Meslek	
	Siyasal Tutum	Sosyal Girişkenlik	Gelir	
	Siyasal Günü	Anomi (Kuralsızlık)	MEDYA	
		Apathy (Kayıtsızlık)		
		Cynisim ⁷⁰		
		Yabancılaşma		

⁶⁷ Eroğul, s.275

⁶⁸ Eroğul, s.276

⁶⁹ Burada yer alan unsurlar çeşitli kaynaklardan derlenmiştir. Bkz: Turan, s.75-91; Eroğul, ss.105-124
Milbrath Lester, Political Participation, Chicago: Rand McNally, 1965, s.10-18

⁷⁰ Cynic kelimesi etimolojik olarak Latince “kyon”, köpek kelimesinden türediği belirtilmektedir. “Kynikos” “köpek gibi” olup bir Sokrates öğretisini ifade eder. Kinikler, her türlü gelenek ve göreneğe karşı çıktıklarından “kinizm” deyimini, töre bilim kurallarını hor görme anlamında kullanılmaktadır. Online Etymology Dictionary, “Cynic” Erişim: <http://www.etymonline.com/index.php?term=cynic>, (20.03.2007)
Orhan Hançerlioğlu, Felsefe Ansiklopedisi, Kavramlar ve Akımlar 3, Remzi K., İstanbul, 1977, s.291

Tablodan da anlaşılacağı üzere bireylerin siyasal katılımın içeriğini, yönünü, şeklini belirleyen çok sayıda ve birbirinden bağımsızlaştırılmayacak düzeyde değişkenler bulunmaktadır. Burada sayılan dört ana gruptaki değişkenin biri ya da birkaçı, aynı anda bireyin en temel siyasal katılım biçimi oy verme davranışından daha üst seviyelerdeki aktif katılımlarına kadar etkide bulunmaktadır. Her bir değişken, bireyin sadece siyasal katılımını etkilememekte, aynı zamanda diğer değişkenler üzerinde de etkide bulunmak suretiyle sürekli bir dönüşüm yaratabilmektedir.

Bireylerin biyolojik, psikolojik, sosyo-ekonomik ve kültürel etkenlere bağlı olarak şekillendirdikleri siyasal katılımları törensel ya da demokratik; mobilize ya da özerk; yasal açıklayıcı ya da araçsal⁷¹ bir görünümde olabilmektedir. Genel olarak ifadelendirilmesi gerekirse, devrim vb. geçiş dönemleri hariç tutulduğunda, vatandaşlar tarafından gerçekleştirilecek demokratik; özerk ve açıklayıcı bir siyasal katılım türü, rejimin de demokratik bir niteliğine katkıda buluncu nitelikte olacaktır. Ancak törensel, mobilize ve araçsal bir siyasal katılım türü de rejimin seçim, genel ve eşit oy vb. unsurlarına karşın özünde demokrasiden uzaklaşmış bir rejime doğru dönüşüme yol açacaktır.

Yine de günümüz temsili demokrasilerini, diğer rejimlerden ayıran en önemli unsur siyasal katılım yollarının varlığı; bu yollar içerisinde de öncelikli olarak genel ve eşit oyun yasal zemininin varlığıdır. Bununla beraber rejimin demokratik karakterini koruması için, bu unsurların gerekli şart olduğunu ancak yeterli şart olmadıklarını belirtmek gerekir. Sosyo-ekonomik değişkenlerden medya, bireyin hem psikolojik/bilişsel değişkenleri hem de psikolojik/duygusal değişkenleri üzerinde etkide bulunabilmektedir. Ayrıca bu etkiler, bireyin yaşından, cinsiyetinden, sosyo-ekonomik statüsünden ve içinde bulunduğu kültürel çevreden bağımsız olarak açıklamak mümkün değildir.

Medyanın, siyasal davranış ve özel olarak siyasal katılma üzerinde nasıl bir etkide bulunduğu konusunda bir görüş birliği bulunmamaktadır. Medya, bazı araştırmacılara göre *siyasal duyumsamazlık* (political apathy) yaratmaktayken

⁷¹ Demokratik katılma, etkinin yığınlardan yukarı doğru aktığı katılım iken, törensel katılma vatandaşların hükümeti desteklemesi amaçlı harekete geçirilmesidir. Açıklayıcı katılma, katılmanın kendisi bir amaçtır ve birey görüşünü ifade eder; araçsal katılma katılma bir araçtır. Mobilize katılma "uyma" davranışı zorunlu iken özerk katılma katılma kararı ve yönü bireyin kendine aittir. Farklı siyasal katılım türleri için bkz: Conway, 2000; Huntington, 1975; Milbrath 1965; Nie-Verba, 1989.

başkalarının da medya, duyumsamazlığı azaltmakta, diğer bir deyişle, siyasallaşma (politicization) yönünde olumlu etkide bulunmaktadır⁷².

Medyanın siyasal katılma üzerindeki etkileri çeşitli kollardan işlemektedir. Dolayısıyla yapılan her bir araştırma bu etkilerin bir ya da birkaçını aydınlatırken diğer etkileri gözden kaçırmaktadır. Ancak her şekilde tüm araştırmacıların görüş birliğinde olduğu nokta, hem medyanın hem de siyasal katılımın demokrasiler açısından vazgeçilmez olduğu yolundaki inanca dayanmaktadır.

1.1.3. Siyasal Partiler ve Demokrasilerdeki Önemi

Temsili demokrasilerin en önemli siyasal sosyalleşme ve özel olarak da siyasal katılma araçlarının başında gelen siyasal partilerin ortaya çıkışı, iktidarın kaynağının sorgulanıp, ekonomik, sosyal ve siyasal değişimin yaşandığı ve oy hakkının genişlediği zamanlara denk gelmektedir. *“Oy hakkının yaygınlaşmasına paralel olarak, geniş kitlelerin siyasal katılımını sağlamak, siyaset alanında onları temsil etmek üzere siyasal parti adını verdiğimiz örgütsel yapılar gelişmişlerdir.”*⁷³

Turan, siyasal partilerin ortaya çıkışını farklı gereksinimlere bağlamaktadır. Örneğin, *“(…) siyasete katılmaya hak kazanan kitlelerin nasıl katılacağı, tercihlerinin ne yönde olması gerektiği ve benzeri konularda kendilerine bilgi verecek önderlik edecek örgütlere olan gereksinimleri (...)”*⁷⁴ bunlardan biridir. Ayrıca bu geniş kitleler, *“(…) farklı beklentileri birleştiren, tüm toplum için anlamlı ve geçerli alternatiflere dönüştüren aracı kurumlara gerek duymuştur.”*⁷⁵ İşte tüm bu gerekler sonucunda siyasal partiler ortaya çıkmışlardır.

Yukarıda aktarılan gereksinimler, siyasal partilere farklı rejimlerde farklı işlevler yüklerken, zaman içerisinde dönüşüme uğrayan siyasal partilerin kendileriyle birlikte işlevlerini de değiştirdiği, geliştirdiği gözlemlenmektedir.

Siyasal partilerin demokrasilerde yerine getirdiği işlevlerinin özet olarak şunlar olduğu söylenebilir⁷⁶: Siyasal kimliğin belirmesi, ifade edilmesi ve güçlenmesi;

⁷² Oya Tokgöz, Siyasal Haberleşme ve Kadın, Sevinç Matbaası, Ankara:1979, s.1

⁷³ Turan, s.126.

⁷⁴ Turan, s.99.

⁷⁵ Turan, s.99.

⁷⁶ Turan, ss.100-104.

ulusal bütünleşme; siyasal katılmanın uyarılması ve katılma olanaklarının hazırlanması; bireylerin siyasal sosyalleşmesi ve siyasal ilgi uyandırılması; muhalefet rolüyle iktidarın denetlenmesi ve bulguların kamuoyuna açıklanması, tartışma ortamı yaratması; siyasal sisteme isteklerin girdi olarak dâhil edilmesini sağlaması suretiyle sistemin sürekliliğini sağlaması; farklı isteklerin birleştirilip seçmene farklı alternatifler sunulması ve çoğulculuk sağlanması.

Ancak 20. yüzyılın sonları ve 21. yüzyılın başlarında yaşanan ekonomik, siyasal ve teknolojik köklü değişimlerle birlikte siyasal partilerin, siyasal süreçte yerine getirdikleri özellikle köprü işlevlerinin, artık günümüzde dönüşüme uğrayarak "(...) *örtük bir biçimde demokrasiyi bir tür konu plebisitine çevirdiklerini (...)*"⁷⁷ ileri süren Meyer, bu dönüşümde medyanın önemli bir rolü olduğunu belirtir.

"*Anında tepkiye yönelik aralıksız medya baskısı*"⁷⁸ ile siyasal parti yöneticileri-siyasal taban arasındaki bağ, "medya demokrasisi"⁷⁹ olarak değerlendirilen bu dönüşümde, kopartılmıştır. Hızlı işleyen etki tepki zincirinde parti liderleri de medya gibi hızlı tepkiler göstermek zorundadırlar ve bu durum, "*siyasal amaçlara ulaşmada başarıya öncelik veren anlayış ile partileri söylemsel örgütler olarak gösteren ve partiler içinde daha fazla siyasal katılımdan yana olan yönelim arasında bir çelişki ortaya çıkar.*"⁸⁰. Bu çelişki, siyasal partilerin köksüzleşmesine ve partilerin varlık sebebi olan geniş kitleleri temsil ve katılımın süreç içerisinde ortadan kalkmasına yol açmaktadır.

70'li yılların ortalarında Amerika'da belirginleşen bu durum, şu sözlerle ifade edilmiştir: "*Medyanın, siyasal örgütlerin ve kurumların etkilerinin yerini almakta olduğu görülmektedir. (...) Siyasiler ve siyasal fikirler günümüzde medya tarafından makineleştirilmişlerdir.*"⁸¹. Medyanın en kapsamlı sonuçlarının bizzat siyaset sürecinin dönüşümü üzerinde olduğu ileri sürülmektedir. Medya, "(...) *partileri ve ara sistemi* [medyanın hızına ayak uyduracak düzeyde zamanı olmayan kesimin katılımını] *marjinalleştirmekle, sivil toplumun siyasal girdileri etkileme olanaklarını azaltır. Bu yüzden bir yurttaş örgütünde daha eleştirel bir siyasal bilinç ortaya çıksa*

⁷⁷ Thomas Meyer, Medya Demokrasisi, Türkiye İş Bankası Kültür Yay. İstanbul:2004, s.115

⁷⁸ Meyer, s.116.

⁷⁹ Medya Demokrasisi kavramı çalışmanın ikinci bölümünde ayrıntılı olarak ele alınmaktadır.

⁸⁰ Meyer, s.118.

⁸¹ Kevin P Phillips. Mediocracy: American Parties And Politics In The Communication Age, Doubleday, & Company, Inc., Garden City: 1975, s.30.

*bile, üyelerinin siyaseti etkileme olanakları önceden zaten sınırlanmış olacaktır.*⁸²
Böylece siyasal partiler de siyasal hayattaki rolleri bakımından geriletilmektedir.

Kışlalı, siyasal partilerin yerine getirdiği önemli işlevlerden birine işaret ederek, "(...) *hangi türden olursa olsun [sağ ya da sol] siyasal partiler, çok sayıda yurttaşın siyasal yaşama etkin olarak katılımını sağlayan araçlardır.*"⁸³ demektedir. Günümüz demokrasilerinde bu işlev, medya tarafından ele geçirilmiş gibi görünse de medyanın temelde ticari birlikler olduğu ve eline geçirebileceği bir iktidarı, "izleyicisi" konumundaki tabanıyla paylaşmayacağı düşüncesinden hareketle siyasal partilerin yerine getirmekte olduğu demokratik işlevin, medyanın yerine getirmesi beklenemeyecektir.

1.1.4. Siyasal Elitler

*"Elit deyimi toplum bilim literatüründe 'çoğunluk üzerinde azınlık yönetimini' açıklamak üzere kullanılır."*⁸⁴ Bu bağlamda demokrasi ile doğrudan bir bağlantısı olmaması beklenebilir. Ancak Rousseau'nun da belirttiği gibi, tarih boyunca ve hatta günümüzde de her zaman için bir yönetici sınıf ya da elitler grubunun varlığı söz konusu olmuştur ve mevcut koşullar altında olmaya devam edecektir. Demokrasi, azınlığın değil çoğunluğun yönetimi olmakla beraber, "(...) *çoğunluğun yönetimini, 'halkın doğrudan doğruya yönetimi' biçiminde değil, çoğunluğun kendisini yönetecek elitleri seçmesi olarak ele alırsak o zaman elitlerin varlığı demokrasi ile bağdaşabilir.*"⁸⁵.

Kitlelerin tutumu ve ekonomik yaşamın işleyişi siyasal elitleri de bu doğrultuda davranmaya yöneltmektedir. Ancak bu durum, siyasal elitlerin mutlak bağımlılığı anlamına da gelmemelidir. Özellikle 'rekabetçi piyasa modeli' demokrasiler düşünüldüğünde siyasal elitlerin, seçmenlerden daha bağımsız olduğu gözlemlenmektedir.

⁸² Meyer, s.122 ABD Başkanlık seçimleri için "*seçmenlerin adayın savunduğu programa değil, bir 'medya artisti' olarak adayın şahsına onay vermeye yöneldiğini*" söyler. Ayrıca bkz. Meyer, s.116.

⁸³ Kışlalı, Siyasal Sistemler, s.225.

⁸⁴ Mehmet Turhan, Siyasal Elitler, Gündoğan Yay. Ankara:1991, s.29 Ayrıca bkz: Geatano Mosca, Siyaset Biliminin Temelleri, 2005; Pareto, Seçkinlerin Yükselişi ve Düşüşü Kuramsal Bir Sosyoloji Uygulaması; C. Wright Mills, İktidar Seçkinleri, Çev. Ünsal Oksay, Bilgi Yay., Ankara:1974.

⁸⁵ Turhan, s.33

Rekabetçi sistemler “(...) *adından da anlaşılacağı gibi, piyasa modeli, öz çıkara dayalı bireysel kararların genel refaha ulaşacak şekilde otomatik olarak uyumlulaştığı bir mal ve hizmet piyasasını varsayan klasik iktisat kuramından yola çıkar.*”⁸⁶. Siyasete uygulanan bu modele göre, seçmenler için yalnızca elitler arasında bir tercih yapma olanağının var olması, rejime demokratik nitelik kazandırmak için yeterli görünmektedir.

Bir ülkedeki elitlerin, ekonomik, siyasal ve askeri yapıların gittikçe kenetlenmesinden oluştuğunu belirten C. Wright Mills, bu iktidar üçgeninin çağımızın tarihsel yapısı için en önemli ögesi olan “birlikte yönetimin” de kaynağını teşkil ettiğini ileri sürmektedir. Amerika’nın yönetim biçimi üzerine değerlendirmesini yapan Mills, iktidarı oluşturan elitlerin oluşum sürecini şu şekilde özetlemektedir: “*Bu üç kurumsal alanın her biri diğeri ile bağıntılı bir karar alma niteliği kazandı; sonuçları bakımından, alınan kararlar da total kararlar olmaya başladığı için, bu üç kurumdaki yöneticiler -üst askerler, şirket yöneticileri ve siyasal yöneticiler- birbirlerine yaklaştılar; hep birlikte, Amerikan toplumundaki iktidar seçkinlerini meydana getirecek şekilde birbirlerine kenetlenmişlerdir.*”⁸⁷.

Bu tür bir birliktelik, sistemi aristokrasiye dönüştürmemekle birlikte, belirtilen her üç gruba da fayda sağlamaktadır. “*Seçkinlerin üst mevkilerde bulunduğu bu kurumlar, iktidar, servet ve prestij elde etmek için gerekli birer üs niteliğinde olup aynı zamanda iktidarın kullanımı, servetin elde edilmesi ve sürdürülmesi ve en son da prestij sağlayıcı işler için para sarf etmekte çok önemli araçlar yerine geçmektedir.*”⁸⁸ Bu araçlardan faydalanan elit grupların, toplumda bir tabaka şeklinde yer almıyor olmaları, onların kimler olduğunu açık bir şekilde ifade etmeyi engellemektedir.

Günümüz toplumunun kısa bir analizini sunan Mills, orta düzeydeki iktidar alanında yarı-örgütlü bir dağınıklığın meydana geldiğini; en alt düzeyde kitle toplumunu andıran bir toplum yapısına varıldığını ve son olarak da bugünkü toplumda iktidarın, eski toplumdaki iktidarın tersine, insanların özgür iradelerine

⁸⁶ Meyer, s.24.

⁸⁷ Mills, s.15

⁸⁸ Mills, s.15

dayandığı klasik düşünürlerce söylenen kamuya dayanan bir iktidar olmaktan çıktığını⁸⁹ ileri sürmektedir.

Demokrasilerde elitlerin bulunduğu, bulunabileceği gerçeğiyle yüzleşme, elitlerin sebep olduğu sorunları çözüme noktasında aşama kaydedici olacaktır. Bu bağlamda büyük medya patronları, milyonları yönlendiren haberciler bu elitlerin içinde yer alıp sistemi, olduğundan daha kötü bir noktaya getirebilmektedirler.

1.1.5. Seçim ve Demokrasilerdeki Önemi

Sartori, seçimlerin demokrasilerle olan ilişkisini şu şekilde açıklamaktadır: *“Çağdaş demokrasiler, (a) sınırlı çoğunluk yönetimine, (b) seçim usullerine ve (c) iktidarın temsil yoluyla devredilmesine dayanır (...) ve halkın iradesi denen şey de daha çok halkın ‘onaması’[rızası] gibi görünmektedir.(...) Demokrasinin geniş ölçekli bir siyasal sistem olarak kurulmasını sağlayan amaç ve usullerden hiçbirinin demokrasi sözcüğünün gerçek anlamı ile bir ilgisi yoktur.”*⁹⁰. Diğer bir deyişle, demokrasinin kurulmasını sağlayan araçların hiçbiri demokrasiye eş değer değildir, bu nedenle de seçimi demokrasiyle özdeşleştirmek de doğru olmayacaktır.

Genel oyun kabulünden günümüz toplumlarının kitleselliğine doğru geçiş sürecinde, doğrudan demokrasiyi uygulama olanağı -birkaç küçük örnek ve referandum uygulamaları dışında- kalmamıştır. Bu noktada ülke vatandaşlarından seçmen olma niteliğine sahip kişiler için, ülke içinde uygulanacak siyasal kararların neler olacağını belirlemek yerine, bu siyasal kararları alacak kişileri seçmek ve belli hukuki sınırlar çerçevesinde bu kararların alınmasını ve uygulanmasını bu kişilere bırakmak zorunlu hale gelmiştir. Yine de hemen belirtmek gerekir ki *“(...) çağdaş baskı rejimlerinde de görüldüğü gibi, her seçim demokrasi anlamına gelmemekle birlikte, seçimsiz bir demokrasi de düşünülemez.”*⁹¹.

Demokrasiyi *halkın iktidarından* ibaret olarak görmek yanıltıcı olmaktadır. Sartori'ye göre bu deyim, kimi öğeleri eksik ancak anlamı aksatmayan bir deyimdir. *“Deyim bir sürecin başlangıcını anlatmakta ancak onu bir sonuca*

⁸⁹ Mills, s.43

⁹⁰ Sartori, Demokrasi..., s.32.

⁹¹ Ahmet Taner Kışlalı, Siyaset Bilimi, 5.b., İmge kitabevi, Ankara:2000, s.289.

*bağlamamaktadır.*⁹² Buradan, demokrasinin aslında herhangi bir anda gerçekleşen bir olgudan ziyade aslında bir sürece işaret ettiği anlaşılmaktadır⁹³. Sürecin başlangıcı seçimdir ancak rejimi demokratik kılan seçim ve sonrasındaki süreçtir. Benzer bir şekilde “(...) halkın iktidarı kavramından başka bir şeye dayanmayan bir demokrasi teorisi, yalnızca otokratik iktidarla savaştığı sürece yeterlidir. Bu hasım yenilince halka otomatik olarak devredilen şey, yalnızca saymaca bir haktır.”⁹⁴.

Seçimin asıl önemi, siyasal iktidarın toplumun rızasına dayandığını göstermesinde yatmaktadır. “Seçimle iktidara gelen ve seçmenlerin düşünce ve kanaatlerini yansıtan, ayrıca, (düzenli aralıklarla yenilenen özgür seçimlerle) seçmenlerine karşı sorumlu olan yönetimlere (hükümetlere) -anlamını pek fazla zorlamadan- onaylanmış-rıza gösterilmiş yönetimler adı verilebilir.”⁹⁵ Demokratik rejimlerdeki yönetimlerin de bölümün başında aktarıldığı üzere, rızaya dayanan yani meşru rejimler olması gerekmektedir.

Seçimler, o toplumun iktidarına yönelik onayın (consensus’un) varlığını kanıtlar ve “(...) demokrasinin mekanik güvencesidir.”. Ancak Sartori bu sürekli güvenceyi yurttaşın bilgi alma koşullarına ve kamuoyu oluşturanların baskısına açık olmasına bağlamaktadır. Böylece seçimler, ‘kanaat yönetimi’ amacına ulaşmanın araçlarıdır ve buna paralel olarak “(...) düşünce ve kanaatler özgür değilse, özgür seçimler hiçbir şey ifade etmez.”⁹⁶. Düşünce ve kanaatlerin özgürlüğü, günümüz kitle toplumlarında medyanın özgürlüğü ile paralel tutulmaktadır. Bu bağlamda kamuoyu ve medyanın demokratik niteliği, seçimin demokratik sistemlerdeki görevini yerine getirebilmesi için belirleyici rol oynamaktadır.

⁹² Sartori, Demokrasi..., s.32. Seçimden ibaret olarak algılanan demokrasi anlayışında, “(...) ilk seçim sınavı sadece özgür olanlarla olmayanların, ilk ve son defa, belirlemekle kalmayacak, çoğunlukla birlikte oy verenler de bu vesileyle özgürlüklerini kaybedeceklerdir, çünkü uygulamada, artık onların fikirlerini değiştirmelerine izin verilmeyecektir. Böylece ilk seçim, gerçekte tek doğru seçim olacaktır ve bu da böyle bir demokrasinin daha doğduğu anda ölmesi demektir.”. Sartori, Demokrasi..., s.35

⁹³ Bu durumu, beslenme (seçim) ve sağlık (demokrasi) analogisi ile açıklamak mümkündür: Beslenme hayati bir gerekliliktir. Dolayısıyla özellikle düzenli tekrarlanan beslenme olmadan hayattan ve sağlıktan bahsedilemez. Ancak sadece beslenme, sağlıklı bir hayatın varlığı anlamına da gelmemektedir. Çünkü sağlıklı bir hayatın varlığı ve devamı için bir takım diğer zorunluluklara ihtiyaç duyulmaktadır. Demokrasi için zorunlulukların neler olduğuna daha önceki bölümlerde değinilmiştir.

⁹⁴ Sartori, Demokrasi..., s.32-33

⁹⁵ Sartori, Demokrasi..., s.97

⁹⁶ Sartori, Demokrasi..., s.95-96

1.1.6. Kamuoyu

İngilizce “public opinion” kavramının karşılığı olarak kullanılan kamuoyu kavramı, Osmanlıca’da “efkâr-ı âmme” ya da “efkâr-ı umumiye” olarak geçmektedir. Genel olarak bakıldığında kamuoyu olgusu kamunun genel istenci, fikri olarak değerlendirilse de asıl tartışmaların kamuoyunun gerçekliği, gücü ve yanılmazlığı üzerinde döndüğü görülmektedir.

Kamuoyu çalışmasına yönelik bir bibliyografya oluşturan Childs, kamuoyunun -özellikle siyasal alanda- önemini arttıran faktörleri şu şekilde sıralamıştır:⁹⁷ Demokrasi ve oy hakkının yayılması; yönetime halkın katılımının artışı, eğitimde ilerleme ve okuryazarlıkta artış; iletişim ve kişi iletişimde gelişmiş yöntemler; kitlesel üretime, kitle tüketimine yol açan ve kitle izlenimine vurgu yapan teknik ve endüstriyel gelişmeler; düzenleme ve uygulamada gittikçe artan halk desteği gerektiren idari eylemlerin hızlı yayılışı.

19. yüzyıl boyunca ve 20. yüzyıl başında meydana gelen tüm bu değişikliklere bağlı olarak, kamuoyu, ekonomik ve siyasal alanda “halkın seçimi, kararı” olarak değerlendirilerek hem tüketimde hem de siyasal mekanizmanın işletilişinde bir tür koz olarak görülmeye başlanmış ve böylece kamuoyunun ne olduğu, ne düşündüğü ve nasıl ölçüldüğü önemli hale gelmiştir.

Kamuoyunu tanımlama çalışmalarında siyaset ve sosyal psikoloji alanlarında farklı tanımlamalar ortaya koyulmuştur. Siyaset kökenli tanımlamaların, öncelikle “public” ve “opinion” kavramlarını tanımlama girişiminde bulunduğu gözlemlenmektedir. “Public opinion” yani kamuoyu olgusunu tanımlamada karşılaşılan zorluk da temel olarak “public” yani “kamu” kavramını tanımlamadan kaynaklanmaktadır.

Türk Dil Kurumu (TDK), kamuoyu kavramını “bir *konuyla ilgili halkın genel düşüncesi, halkoyu*”⁹⁸ şeklinde tanımlamasına karşın, halkoyundaki, oy kelimesinin doğrudan kullanımı ile bu kelimenin referanduma karşılık geldiği görülmektedir.

⁹⁷, Harwood L. Childs, A Reference Guide to the Study of Public Opinion, Princeton: Princeton University Press, 1934, s.7.

⁹⁸ TDK, “Kamuoyu” Erişim: [http://www.tdk.gov.tr/TR/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B2EF4376734BED947CD&Kelime=kamuoyu\(12.01.2007\)](http://www.tdk.gov.tr/TR/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B2EF4376734BED947CD&Kelime=kamuoyu(12.01.2007))

Ancak kamuoyundaki *oy* kelimesi, “düşünce, kanaat” anlamında kullanılmaktadır. Benzer bir şekilde *kamu* kelimesinin TDK tarafından yapılan üç farklı tanımlaması mevcuttur: “*Halk hizmeti gören devlet organlarının tümü; bir ülkedeki halk bütünü, amme; hepsi, bütün.*”⁹⁹. Böylece kamuoyu kavramını oluşturan kelimelerin hiçbirinin doğrudan tek bir ifadeyle karşılanmadığı, kamuoyu kavramının içeriğinin de zaman içerisinde geliştiği anlaşılmaktadır.

Allport¹⁰⁰ için kamu kavramının iki farklı anlamı vardır. Kavram, geniş anlamda ele alındığında ortaya çıkan “*siyasal, coğrafi, topluluk*” ya da “*bir yerde yaşayan ve ortak çıkarları bulunan kişiler topluluğu(...)*” tanımında kamuoyundan söz edilemezken, dar anlamda ele alındığında ortaya çıkan “*nüfus içerisinde belli bir çıkar ya da çıkarlar grubu etrafında bir araya gelmiş kişiler(...)*” tanımında kamuoyundan söz edilebilmektedir. Allport, kamunun bu şekilde kullanımını “kısmi kapsayıcı” olarak değerlendirmekte ve buradan yola çıkarak kamuyu tanımlamaktadır: “*Belirli bir fikri savunan bir kısım insan kamudur ve bu fikri savunan bireyler de bu kamunun bir parçasıdır.*” Ancak bu tanımlama ne kamu ne de kamuoyu hakkında net bir açıklama getirmektedir.

Kamu kavramının İngilizce’de bilinen ilk kullanımında, “toplumun ortak çıkarı” ile bir tutulduğu ileri sürülmektedir¹⁰¹. Burada, bir araya gelerek ortak çıkarlarını korumak üzere devleti oluşturan bireylerin toplamına atıf yapılmakta ve bir tür metafor kullanılmaktadır. Önemli olan herkesi ilgilendiren sorunlar ve konuların ele alınmasıdır. Herkesi ilgilendiren sorunlar ve konuların, yine herkese açık olması da beklenen bir sonuçtur. Böylece kamunun “herkese açık” anlamı ortaya çıkarak ileriki dönemlerde kamuoyu kavramına katkı yapmıştır. Sennett bu anlamdaki kamuyu, “*genel gözleme açık ve ortada olan*”¹⁰² şeklindeki sözleriyle özetlemektedir.

Ancak tarihsel süreçte geriye doğru gidildiğinde Atina demokrasisinde, az önce sözü edilen “kamu” olgusunun, belli bir düzeyin üstünde vergi veren ve bu

⁹⁹ TDK, “Kamu”, Erişim:

<http://www.tdk.gov.tr/TR/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B2EF4376734BED947CD>
E&Kelime=kamu, (12.01.2007)

¹⁰⁰ Floyd H. Allport, “Toward a Science of Public Opinion”. The Public Opinion Quarterly, Vol. 1, No. 1, Jan., 1937, s.23.

¹⁰¹ Richard Sennett, Kamusal İnsanın Çöküşü, Alfa Yay. 1996, s.31. Online Etymology Dictionary, “Public”, Erişim: <http://www.etymonline.com/index.php?term=public>, (13.01.2007).

¹⁰² Sennett, s.31. Günümüz anlamındaki “kamu” ve “özel” karşıtlığının kökenleri 17. yüzyıla kadar inmektedir. Fransızca’daki ‘*le public*’ sözcüğüne yakın kamu kavramı, “*Rönesans döneminde yaygın olarak ortak çıkar ve politik topluluğu ifade etmiş ve giderek sosyalliğin özel bir bölgesi haline dönüşmüştür.*” Sennett, s.32

sebeple aktif siyasal katılımında bulunabilen özgür erkek bireylerle sınırlı kaldığı görülecektir. Böyle bir kamu anlayışı çerçevesinde, Aristoteles, kamuoyuna dair fikirlerini “*kalabalığın ortaklaşa bilgeliği*”¹⁰³ sözleriyle özetlemektedir. Buna göre kamuoyu, daha yetenekli vatandaşların doğrudan yönetim sürecinde yer aldığı bir demokraside daha az yetenekli fakat konuyla ilgili vatandaşların ortaklaşa görüş bildirerek siyasal sisteme dâhil edilme aracı olarak ortaya çıkmaktadır¹⁰⁴.

Bu anlayışın etkisiyle kamu, daha sonraki dönemlerde de *toplumun geneli hakkında karar veren ve bu kararları uygulayan* kesimlerle sınırlı kalmaya devam etmiştir. Ancak sanayi devriminin ardından basın da devreye girdiği ve toplumu dönüştürmeye, siyasal ve ekonomik eşitliğin filizlenmeye başladığı 16. ve 17. yüzyıllardan itibaren, kamu olgusu da İngiltere’den başlayarak günümüzdeki “kamuoyu” kavramında yer alan anlamına doğru bir dönüşüm yaşamıştır.

Kamuoyunun siyasal düşünce üreten kamusal topluluk şeklindeki görünümünün, ilk kez İngiltere’de, Fransız Devriminin başlamasından üç yıl sonra, 1792’de, Charles James Fox (1749-1806)’un Avam Kamarası’ndaki bir konuşması sayesinde, kamusal eleştiri işlevi yönünde kabul ve onay gördüğü belirtilmektedir¹⁰⁵. Bu konuşmayla birlikte gelişen kamuoyu, “(...) *halkın eğitim ve iletişim yoluyla, temellendirilmiş bir düşünceyi kavrayacak duruma getirilmesinden sonra kamusal tartışma içinde oluşur. Fox’un, ‘halka bir kanaat oluşturması için gerekli araçları verme’ şeklindeki düsturu, kaynağını buradan alır.*”¹⁰⁶.

¹⁰³ Aristoteles, s.86-87

¹⁰⁴ Atina’da bağımsız yargıçların olmayışı ve hukuk uygulamasında vatandaş sınıfının yargıç ve jüri üyeliği sorumluluğu alışı, kamuoyuna duyulan güveni pekiştirmektedir. Roma’da yaygın olarak kullanılan “Vox Populi, Vox Dei” yani “Halkın sesi, Hakkın sesidir” sözü, kamuoyuna verilen önemi ortaya koymaktadır. Bu bağlamda “şeref”, “şan” gibi kavramlar bir yöneticinin pozisyonunda kalmasında ya da indirilmesinde ilk faktörlerden biri olarak değerlendirilebilir. Freeman, s.155, 241

¹⁰⁵ Charles James Fox: “*Kamuoyuna danışmak kesinlikle doğru ve yerindedir.(...) Eğer kamuoyu benimle aynı kanaatte değilse, eğer tehlikeyi kendilerine haber verdikten sonra bu tehlikeyi benimle aynı biçimde görüyorlarsa ya da başka bir tedbirin benimkine tercih edilebilir olduğu inancını taşıyorlarsa istifa etmeyi, Kralıma, ülkeme ve onuruma bir borcum olarak düşünmem gerekir ki daha iyi olduğuna inandıkları bir planı uygun vasıtayla, yani onlarla aynı kanaatte bir insanla tatbik edebilsinler (...)* Ancak orada bir şey çok açıktır; kamuya bir kanaat oluşturabilecek araçları vermeliyim.” 29 Parliamentary History s.974’den aktaran Jürgen Habermas, Kamusalın Yapısal Dönüşümü, İletişim Yay. İstanbul, 1998, s.146-147.

¹⁰⁶ Habermas, s.147. Kamuoyuna dair değişiminin kökleri, İngiltere’de siyasal partilerin doğuşuna kadar inmektedir. Sanayi devrimi sonrasında İngiltere’de sermaye alanlarına sıçrayan eski ve yeni ticari kuşaklar arasındaki karşıtlık, zamanla daha geniş tabakaları kapsamına almıştır. Duruma göre daha zayıf olan partinin siyasal mücadeleyi kamuoyuna taşımaya düşünmesiyle birlikte, parti çekişmesi, seçim hakkından yoksun olan halka da nüfuz etmiştir. Liberal burjuvaların (taşra partisi) Whiglerin) tehdidi altındaki köylülerin ve toprak sahibi kesimin desteğini alan (saray partisi) Torylerin, Kralın parlamentodaki yetkilerini savunduğu bu süreçte basın da siyasal kararların kamusal topluluk denen bu

Halkın, bir siyasal konuda kanaat oluşturması için gerekli araçlara sahip olduğu varsayıldığında, kamuoyunun sisteme katılım aracından öte bir işlevi ortaya çıkmaktadır. 18. yüzyıl düşünürlerinden François Guizot (1787 -1874) için kamuoyu: “(...) Tüm yurttaşları durmaksızın ve her fırsatta iktidarı fiilen düzenleyecek olan hakikati, akli, adaleti aramaya zorlayan, mutlak iktidarın meşruiyetini hiçbir yerde kabul etmeyen sistemin karakteridir.”¹⁰⁷. Böylece kamuoyunun, temsili sistemin hem denetçisi hem de katılımcısı olduğu ortaya çıkmaktadır.

Kamuoyunun denetim işlevi toplum açısından her zaman olumlu bir duruma işaret etmemektedir. Örneğin 19. yüzyılda Tocqueville, Amerika’da sayısal çoğunluğun iradesi ile seçilen iktidarın, baskın kamuoyunu oluşturmasına ve bu kamuoyunun dışına çıkılması durumunda bireylerin karşılaşılabileceği tecrit vb. yöntemler içeren psikolojik cezalarına tanıklık etmiştir¹⁰⁸. Bu cezalar da özü itibarıyla çoğunluk tarafından şekillendirilen kamuoyunun, içerik olarak değişimini engellemesine yaramaktadır.

Kamuoyuna yönelik bir başka benzer güçlü eleştiri liberal felsefeci J. S. Mill (1806-1873) tarafından getirilmiştir. Mill, bir yandan çoğunluğun diktasıyla ilgili uyarıda bulunurken, diğer yandan da çoğunluğun fikri olarak değerlendirdiği kamuoyunu, birey üzerinde bir tür baskı aracı olarak ele almaktadır. O dönemde kamuoyunun sosyal alanda bireysel özgürlükleri kısıtlarken, çoğunluğun elinde olan fakat henüz farkında olmadığı siyasal güçle, ileride bireysel özgürlükler üzerinde daha büyük bir tehlike yaratacağı noktasında uyarıda bulunmuřtur¹⁰⁹. Mill’in, 19.

yeni forumunun önüne taşınmasına yardım eden bir araç haline getirmiştir. Fransa’da ise bu süreç ancak 18. yüzyılın ortasından sonra yaşanabilmiştir. Habermas’a göre bu gecikmenin nedeni sadece gelişmiş hür bir siyasal gazeteciliğin eksikliği değil, aynı zamanda böyle bir gazeteciliğin etkisi altında yavaş yavaş halk temsilciğine dönüşebilecek zümre meclisinin de yokluğudur. Fransa’da 18. yüzyıl boyunca, Kral’ın (ve memurlarının) dışında kalan herkes, eşit derecede tebaadır. Ancak 1750’lerden itibaren yükselen entelektüellerin yardımıyla siyasal düşünce üreten bir kamu alanı oluşmaya başlamış ve devrim koşullarını hazırlamıştır. Ayrıca, bkz. Habermas, s.135-150.

¹⁰⁷ François Guizot, *Historie des Origines du Gouvernement Représentatif en Europe*, Bruksel 1851, 11, s.10-11’den aktarandan Habermas, s.199

¹⁰⁸ Kamuoyu bağlamında Tocqueville demokrasiyi, despotizmden daha sert bir şekilde eleştirir: “*Tek bir kişinin mutlak idaresinde despotizm, ruha kadar tesir etsin diye, vücuduna haince vuruyordu ve ruh bu darbelerden kaçınarak, yükseliyordu. Fakat demokratik cumhuriyetlerde baskı bu şekilde gerçekleşmemektedir, vücudu terk ederek direkt ruha gidiyor. İktidar artık ‘ya benim gibi düşüneceksiniz ya da öleceksiniz’ diyor: ‘hayatınız, malınız ve her şeyiniz size kalıyor fakat bu andan itibaren aramızda bir yabancısınız. (...) Sizin gibi düşününlere yaklaştığınızda sizden bir yaratıktan kaçır gibi kaçacaklar ve masumiyetinize kani olsalar dahi sizi terk edecekler; zira vaktiyle onlardan da öyle kaçıyorlardı. (...)*”. Tocqueville, s.101-102.

¹⁰⁹ “*Çoğunluk, güçlerinin hükmedici gücünü ya da iktidarın fikrinin, onların fikri olduğunun henüz farkında değildir. Bunu gerçekleştirdiklerinde, bireysel özgürlük, kamuoyu tarafından uğradığı işgale, iktidar tarafından da açık hale gelebilecektir.*” John Stuart Mill, *On Liberty*, Chapter 4, (1869), Erişim: http://ebooks.adelaide.edu.au/m/mill/john_stuart/m645o/chapter4.html, (20.10.2007).

yüzyılın ikinci yarısından sonra ortaya koymuş olduğu bu öngörüsü, 21. yüzyılda çoğunluğun sesini duyuran medya ve “(...)halkın iktidarı kavramından başka bir şeye dayanmayan bir demokrasi teorisi (...)”¹¹⁰ ile birlikte gerçekleşmiş görünmektedir.

Godkin’in 1898 tarihli, “Demokrasinin Öngörülmemiş Eğilimleri” adını taşıyan çalışmasında¹¹¹ kamuoyunun kendini ifade etmesinin yalnız iki yolu olduğunu belirtir:¹¹² “Seçimler” ve “Gazeteler”. Ancak Godkin’in de tespit ettiği gibi seçimler, oy verme davranışı binlerce konu içerisinden ancak sınırlı bir kısmına göre yapılmakta, kamuoyu seçim sırasında değerlendirilemeyen ya da göz yumulan diğer belirli konularda kendini ifade olanağı bulamamaktadır. Gazeteler ise o dönemin koşulları çerçevesinde, kamuoyunun biçimlendirildiği araçlar olmaktan çok, okuyucuların kanılarını güçlendirici alanlar olarak değerlendirilmiştir¹¹³. Ancak bu değerlendirmenin biyolojik, ekonomik, sosyo-ekonomik ve demografik değişkenlere bağlı olarak, geçerli ya da geçersiz olabildiğini belirtmek gerekir.

19. yüzyıl sonlarında, kamuoyunu “*bir demokrasideki çekişmeli konularda akılcı tartışmalar*”¹¹⁴ şeklinde ifade eden rasyonalizmin etkisiyle birlikte, Lowell’in Birinci Dünya Savaşı hemen öncesinde kaleme aldığı kitabı, modern kamuoyu kavramının ele alışında önemli bir adımdır. Lowell, tespitlerinde kamuoyunun, hem bir fikir hem de kamuya ait olması noktasında vurgusunu yaparken, onun, her zaman “sayısal” çoğunluğun görüşü olmadığını da eklemiştir¹¹⁵.

¹¹⁰ Sartori, Demokrasi..., s.33.

¹¹¹ Bu çalışmada Godkin, iki tür kamuoyunun varlığından bahseder: Birincisi, genel doğruluk ve dürüstlük gibi değerlere ilişkin çok uzun süreli yerleşik fikirlere dairdir; ikincisi ise güncel konularla ilgilidir ve değişkendir. Dönemin demokrasi anlayışı çerçevesinde, burada sözü edilen ikinci tip kamuoyunun kaynağı erkeklerin çoğunluğudur ve bunlar uzun vadede kamu sorunları hakkında doğru kararları alarak içerik bakımından doğru bir kamuoyu oluşturabilecektir. Edwin L. Godkin, *Unforeseen Tendencies of Democracy*, Cambridge: Houghton, Mifflin & Co., 1898, ss.185-186. Godkin, kadınlara henüz seçme ve seçilme hakkı tanınmamış olmasının sonucu olarak siyasal hayatla birlikte kamuoyu üzerinde bir etkide bulunmasını da beklememektedir. Bu anlayışın kökleri daha önce de belirtildiği üzere, Atina demokrasisine kadar gitmekte ve sınırlı bir “kamu” anlayışına dayanmaktadır.

¹¹² Godkin, ss.186-187

¹¹³ Godkin, s. 188

¹¹⁴ James Bryce, *The American Commonwealth*, Macmillan and Co., Londra:1890’dan aktaran, Elisabeth Noelle-Neumann, “Public Opinion and Rationally”, *Public Opinion and the Communication of Consent*, Editör: T.L. Glasser, C.T. Salmon, The Guilford Press, NY, London, 1995, s.35.

¹¹⁵ A. Lawrence Lowell, *Public Opinion And Popular Government*, American Citizen Series, New York: Longmans, 1913, s.4.

Lowell'a göre kamuoyu etkililik anlamında niteliksel çoğunluğun görüşüdür ki kamuoyu ölçümleri yapılırken göz önüne alınması gereken bir noktadır¹¹⁶ ve “*doğru bir kamuoyu*”, iknalardan oluşan açık bir uyum ya da çatışma içeren bir soru üzerine var olabilir¹¹⁷. Ancak kamuoyuna dayanan demokratik akılcı bir toplum anlayışının fazlasıyla idealist ve gerçek dışı bulan siyaset bilimciler de yer almaktadır.

Örneğin Mills, konuyla ilgili olarak şunları ifade etmektedir: “*Kamuoyuna dayanan liberal demokrasi anlayışı, kısaca, on dokuzuncu yüzyıl düşünürlerinin temelsiz iyimserliklerini yansıtmaktadır.*”¹¹⁸ Nitekim çok geçmeden, pek çok etkenin yanında oy hakkının da genişlemesiyle birlikte kitle toplumuna¹¹⁹ doğru yaşanan dönüşüm, kamuoyuna dayalı demokrasi anlayışında temkinli bir tutumu da beraberinde getirmiştir.

Allport'un tüm bu dönüşümlerden sonra ulaştığı kamuoyu kavramı, kitle içerisindeki dağınık halde olup belirli konularla ilgili fikri bulunan, farklı zamanlardaki aynı ya da farklı bireylerin durumunu ifade eder. Buna göre bireyler, kesin bir duruma, kişi ya da önemi yaygın bir öneriye ilişkin olarak destekleme ya da yanında yer alma (ya da desteklememe/yanında yer almama) şeklinde kendilerini ifade ederler ya da kendilerini ifade etmeye çağırabilirler. Söz konusu kendini ifade etme durumu, ilgili konuya yönelik dolaylı ya da dolaysız eylemleri etkileme olanağı yaratacak güçte ve tutarlılıktadır¹²⁰. Bu tanımla kamuoyu, ilgili konunun siyasal olması durumunda bireylerin siyasal katılma aracı olarak düşünülebilir. Ancak siyasal katılım aracı olarak kamuoyu bu sefer, Atina demokrasisinden farklı olarak halkın bütününe açıktır.

Kamuoyu ve demokrasi ile arasındaki organik bağ, onun diğer rejimlerdeki varlığını tartışmalı hale getirmektedir. Örneğin Speier için kamuoyu “(...) *hükümet dışı ancak hükümetin karar, eylem, personel ve yapılarını etkileme hakları olduğunu iddia eden insanların, ulusla ilgili bir sorun üzerine kamu içinde ve özgürce açıklayabildikleri fikirleridir.*(...) *Kamuoyu öncelikle vatandaş, hükümet, ikinci sırada*

¹¹⁶ Kolayca fikrini değiştirmeye müsait çok sayıda birey bulunabilir ya da hukuk belli bir konuda belli bir yönde düşünmeye sevk ediyor olabilir. Ancak Lowell'in kamuoyu kavramı için “oybirliğini” şart koştuğu anlamına da gelmeyip, kamuoyu için “oybirliğini” gerekli bile görmemektedir. Lowell, s.5-7.

¹¹⁷ Lowell, “sorunun kendisi” ile “başka bir konu” ile ilgili kamuoyu arasındaki ayrıma dikkat çeker ve aslında kitlelerin bu ayrıma dikkat etmeksizin ve hatta tereddüt etmeden oy verebileceğini ileri sürer. Bu durum özellikle seçim dönemlerinde önem kazanmaktadır. Lowell, ss.8-14.

¹¹⁸ Mills, s.421

¹¹⁹ Kitle Toplumunun ayrıntılı açıklaması ve göze çarpan nitelikleri için bkz: Mills, s.425-427

¹²⁰ Allport, “Toward...”, s.23

da vatandaş-vatandaş arası bir iletişim şeklidir.”¹²¹. Böylece Speier, otokratik rejimlerde kamuoyu olmadığını ancak baskılanmış, gizli fikirlerin olduğunu ileri sürmektedir.

Kamuoyunu özü itibarıyla demokrasilerin başat unsuru olduğu yargısına varıldığında, demokrasi ve kamuoyu arasındaki karşılıklı ilişki daha da önem kazanmaktadır. Ancak bu ilişkide, günümüz kitle toplumlarının iletişim aracılığını üstlenen medyadır ve Meyer’in de belirttiği gibi, “yeterli zaman verilen ve kısıtlamalardan kurtarılan bir kamuoyu, neyin gerekli, adil, sürdürülebilir ve sorumluca olduğu konusunda makul ölçüde aydınlanmış bir konsensüse eninde sonunda ulaşabilir.”¹²².

Kamuoyunu, “(...) bir halka [kamuya] veya birden çok halklara ait düşüncelerin [kanaatlerin] *res publica*’nın¹²³ durumuna ilişkin bilgi akışıyla karşılıklı etkileşmesi (...)”¹²⁴ olarak değerlendiren Sartori için basın, kamuoyunun şekillenmesinde önemli bir araçtır. Ona göre basın, haberlerin ve haber yaprakçıklarının ortaya çıkmalarına olanak sağlayıncaya değin anlamlı bir kamuoyu oluşturulamamıştır. Bu bağlamda basının, günümüz terminolojisiyle medyanın, siyasal iktidar ve kamuoyu ilişkisinde önemli bir işleve sahip olduğu görülecektir.

1.2. MEDYA ÜZERİNE

Medyalar kavramı ile “(...) bir topluma; mesaj ve bilgilerin saklanması, uzaktan iletilmesi ve kültürel siyasal pratiklerin güncelleştirilmesi yönündeki üç temel işlevi, tamamen ya da kısmen yerine getirme olanağı sağlayan bütün iletişim sistemleri anlatılmaktadır.”¹²⁵. Medya kavramı da yazılı basını gerileten televizyon yayıncılığının yaygınlaşmasıyla, iletişim literatüründe yerleşmiş bir kavram olup “(...) her türlü kamuoyu oluşturma araçlarını kapsamaktadır.”¹²⁶.

¹²¹ Hans Speier, “Historical Development of Public Opinion”, The American Journal of Sociology, Vol. 55, No. 4. (Jan., 1950), s. 376

¹²² Meyer, s.118.

¹²³ Sartori burada, doğrudan Cumhuriyet, ya da Devlet kelimeleri kullanmak yerine tarihsel olarak Roma Cumhuriyeti’ne (511-520) atıf yapmakta ve yönetim biçimi monarşinin zıddı olarak halkın katılımının ve kuvvetler ayrılığı ilkesinin bulunduğu cumhuriyet rejimine vurgu yapmaktadır.

¹²⁴ Sartori, Demokrasi..., s.97

¹²⁵ Frédéric Barbier&Catherine Bertho Lavenir, “Kitle İletişim Araçlarının Bir Tarihi Vardır”, Diderot’tan İnternete Medya Tarihi, Okuyan Yay. İstanbul:2001, s.7

¹²⁶ Ahmet Turan Alkan, “Medyaya Karşı Fert”, Türkiye Günlüğü 24 Güz 1993, s.6.

Medyanın araç olma niteliğine vurgu yapan Kılıçbay'a göre, "(...) *kökeninde nötr olan bir kavram, bizim zihniyetimiz içinde taraflı hale gelmiştir.*"¹²⁷. Böylece medyanın nasıl aracılık etmesi gerektiği sorusunun yerini medyanın kimin aracı olduğu sorusunun ön plana geçtiğini ileri sürer. Ancak bu soru Türkiye ve bugün ile sınırlı bir soru değildir.

Medya'nın bilinen en eski formlarından biri olan papirüs, doğrudan doğruya din adamlarıyla bağlantılı ve onların tekelinde olduğunu belirten Innis'e göre, "(...) *otokratik monarşinin gücünün işlemez hale gelmesiyle birlikte demokrasiyi arttırmak için bir araç sağladı. (...) Tekelci yönetime özgü ağ, kralların gücünü zayıflattı ve evrimsel nitelikteki sosyal değişimleri sınırlandırdı.*"¹²⁸. Bu örnek, medyanın siyasal iktidar lehine olduğu kadar aleyhine de işleyebilen bir araç olmasına vurgu yaparken her iki şekilde de siyasal iktidar-toplum ilişkisinde önemli bir konuma sahip olduğunu anlatmaktadır.

Medya tarihi daha eskilere götürülebilmesine rağmen genelde, 1438'de Johannes Gutenberg tarafından matbaanın bulunmasının milat alındığı ve internetin yaygın bir medya aracı haline geliştiği günümüze kadar getirildiği bir tarih dizgisi oluşturulmaktadır.

1.2.1. Matbaa Sonrası Basın

Medyanın ilk evresi¹²⁹, Gutenberg'in takipçilerinden -1500'lü yıllardan-başlayıp 19. yüzyıl başına kadar uzanmaktadır. Bu dönemde matbaa alanında çok da fazla bir yenilik geliştirilmemiştir ancak, Fransa'da belli bir bölgedeki matbaa sayısının loncalarca sınırlandırılmış, tekel ayrıcalığı tanınması gibi mevcut teknolojik olanaklar çerçevesinde basın üzerinde dolaylı bir kontrol geliştirildiği görülür.

İlerleyen yıllarda da basılan herhangi bir yayının sürekli bir denetime ve sansüre tabii olduğu görülmektedir. Örneğin, "(...) *1623'te kurulan kraliyet sansürcüleri, metinlerin kontrolü konusunda Kilisenin ve üniversitenin sahip olduğu*

¹²⁷ Mehmet Ali Kılıçbay, "Medya ve İktidar", Siyaset, İmge Kit.1998:s.140.

¹²⁸ Harold Innis, İmparatorluk ve İletişim Araçları, Ütopya Yay. İstanbul:2007, s.35

¹²⁹ Barbier vd., ss.20-23.

*eski imtiyazı üstlenmişlerdir. İktidar, resmi matbaacıların vergileri yoluyla asgari de olsa belli bir düzeyde geliri garanti etmiştir.*¹³⁰.

Böylece günümüz anlamındaki medyanın daha ilkel görünümüne aracılık eden matbaalar, ironik bir şekilde sansür uygulamalarının da aracı haline gelmişlerdir. Siyasal iktidarın, medyanın gelişimine paralel olarak daha ilk başından itibaren, kontrol etme yollarını geliştirdiği gözlemlenmektedir.

18. yüzyıl sonlarına doğru (ihtilal öncesinde) “(...) *monarşik yönetim teorik olarak yasak durumundaki eser ve yayınlara izin verir ve bu izin, kitapevi, kitap ve okuyucu sayısını katlamıştır.*”¹³¹. Ancak bu izin, Fransız ekonomi politikası ile doğrudan ilgilidir. Krallık, uyguladıkları merkantilist politika¹³² ile ihracata karşı çıkmasına rağmen, yasakladığı yayınların diğer Avrupa ülkelerinden girişini engelleyememekte olduğunu fark etmiştir. Böylece yasal olarak içeride üretimine izin vermek ve bunlar üzerinden gelir kaydetmek çok daha mantıklı görünmüş olmalıdır.

Matbaa üzerindeki kitap yasağının kalkmasıyla beraber artan kitap sunumu aynı zamanda kendi arzını da yaratarak okuyucu kitlesini geliştirmiştir. Bu süreçte içerik olarak da dini konulardan bilimsel konulara doğru yoğunluklu bir dönüşüm yaşandığı görülmektedir¹³³. İşte bu dönüşüm, toplumdaki siyasal dönüşümün de habercisidir.

¹³⁰ Barbier vd., s.30. Öte yandan bu yayınların okuyucu kitlesi de son derece sınırlı sayıda ve dağınıktırlar. Ancak buna rağmen kitapların ve kütüphanelerin varlığı, Parislilerin sahip olduğu ayrıcalıklı soyluluk belirtisidir ve buna rağmen gittikçe artan sayıda kitap basıldığı gözlemlenmiştir. (18. yüzyıl başlarında yılda 2000 kitap basılırken, yüzyılın sonlarında yılda 6000'in üstüne çıkmıştır.) Bu artışta taşrada basımevlerinin açılması ve yayılmasının ve aynı zamanda yasaklı yayınların başka yerlerde basılıp örneklerinin tüm Avrupa'da ve özellikle de Fransa'da dolaşmasının etkili rolü vardır. Barbier vd., s.22 Siyasal iktisadi aydınlanma da bu süreçte gerçekleşmiş Adam Smith'in 1776 tarihli “Ulusların Zenginliği” kitabı 1777'de Fransızca'ya çevrilmiş ve 1777-1789 arası en az beş baskı yapmıştır. 1780'ler boyunca aynı zamanda broşürler ve gazete makaleleri aracılığıyla “siyasal iktisat”ın kamu tartışmalarının ana konusu olduğu gözlenmektedir. Bkz: Barbier vd., s.27.

¹³¹ Barbier vd., s.26.

¹³² Merkantilizm: 16-18. yüzyıllar arasında Amerika'daki altın vb. maden rezervlerinin Avrupa'ya (özellikle İngiltere, İspanya, Fransa'ya) akışı ile zenginliğin, bir ülkenin maden stokunun miktarıyla karşılaştırılması sonucu uygulanmış olan devletin ihracatı attırıp ithalatı azaltmaya yönelik ve aynı zamanda ticari tekelleşmeyi sağlayan ekonomik tedbirlerini gerektiren ekonomi anlayışıdır.18. yüzyıl sonlarına doğru Adam Smith, Ulusların Zenginliği (Wealth of Nations) adlı eserinde bu ekonomik anlayışı eleştirmiş ve isim babalığını yapmıştır. Ayrıntılı bilgi için bkz: D. C. Coleman, “Mercantilism Revisited”, The Historical Journal, Vol. 23, No. 4, (Dec., 1980), pp. 773-791

¹³³ “1723-1727 arası üretilen kitapların üçte biri, 1750-1754 arası dörtte biri” dinsel içeriktedir. 1784-1788 arası (Fransız Devriminin hemen öncesinde) ise dinsel yayınların oranı, toplam üretimin sadece %10'u kadardır.” Sanatların ve bilimsel yayınların oranı ise tam tersi yönde gelişme kaydederek %40'lara çıkmıştır. Barbier vd., s.26-27.

Fransa Lille’de, Aydınlanma döneminde çalışmaya başlayan bir kitapçının oğlu ve Voltaire’in kişisel dostu olan Charles-Joseph Panckoucke’un basın imparatorluğuna dönüşümü de bu dönemde (1736-1739) gerçekleşmiştir. *“Panckoucke, siyasal iktidarla olan yakın ilişkileri sayesinde aldığı ayrıcalıklarla Paris’e gelir. Panckoucke, hem liberal hem de muhafazakâr duyarlılığa sahip, Temmuz Monarşisi¹³⁴ için gerekli olacak büyük kapitalist yayıncıların prototipini teşkil etmektedir.”¹³⁵* Bu haliyle Panckoucke, o dönemin Murdoch’u gibi düşünülebilir.

Görüldüğü üzere, aslında medyanın ilk evresinde (15. yüzyıl-19. yüzyıl arası) yine o döneme özgü bir tür kartelden söz etmek olasıdır. Daha önce de belirtildiği üzere Fransa’da belli bölgelerde belli ayrıcalıklar ve az sayılabilecek bir vergi karşılığında belli bir matbaanın basım ve satım kuruluşu olarak çalışmasına izin veriliyordu ki bu, kitapevi sahibinin oto-sansür uygulamasına aracı olmuştur.

Lilleli Jean-Baptiste Joseph Henry, 1770’te kendisine yasaklanmış kitaplar öneren İsviçreli arkadaşına şöyle yazmaktadır: *“Belli bir türde makale kabul etmek benim için mümkün değildir. Zaten, itiraf edeyim baylar, bazı kitapların sorumluluğunun üstlenilmesiyle göze alınan bazı tehlikeler, kayıplar ve sıkıntılar, benim düşünme biçimime uysa da beni bu ticaretten soğutuyor. Fakat belli bir noktaya gelmiş bir kitapevi, huzuru, tehlikeli kararlara tercih etmelidir.”¹³⁶*

Bu gelişmelere rağmen, merkantalist prensler için nüfusun okuryazar olması ve asgari bir eğitim düzeyine sahip olması gerekir, ancak bu düzeyi geçmesi gereksiz, hatta tehlikelidir. Örneğin *“(…) dinsel ve siyasal çıkarların/ilişkilerin örtüştüğü (Prensın aynı zamanda kilisenin başı olduğu) Germen bölgesinde okuma ya ahlaki bir ödevi yerine getirmede ya da kullanımcı bir işleve sahip olmalıdır.”¹³⁷* ve

¹³⁴ Temmuz Monarşisi, (1830-1848) Fransız İhtilâli’ni izleyen 50 yıllık dönemde, 1830’da gerçekleştirilen Temmuz Devrimi ile aşırı kralcı X.Charles’in devrilerek, başa geçen ve liberal tutumu nedeniyle burjuva kral olarak adlandırılan Louis-Philippe’nin monarşi dönemidir. İktidarı, mali sermaye ve büyük burjuvazi tarafından destekleniyordu.

¹³⁵ Kaldığı oteli ve “Planches de Encyclopédie”yi, satın alır; yazarlar ve redaktörler kadrosunu iyi bir şekilde ücretlendirir, 1772’den itibaren tirajını 8300’e ulaştırdığı “Journal de Genève”yi, sonra da “Journal de Bruxelles”i çıkarmaya başlar. Bu gazete kısa zaman sonra 20 bin tiraja ulaştırdığı “Mercure de France” ile birleşir. Sonra da 1782-1832 yılları arasında sürececek olan 206 cilt, 125 bin sayfalık “Encyclopédie Méthodique”i çıkarmaya başlamıştır.Barbier vd., ss.40-41.

¹³⁶ Revue du Nord, “La Circulation du Livre dans la Région de Nord a la Véille de la Révolution” LXXXI, 1989, s.959’dan aktaran Barbier vd. s.21. Bu ifade 18.yüzyıla ait olup aynı mantığın ulaşılan kitlelerin büyüklüğü oranında girilen riskler ve artan kazançlarla halen geçerliliğini koruduğu görülmektedir.

¹³⁷ Barbier vd., s.42 “Eğlence amaçlı okuma, popüler edebiyat ve onun öncelikli türü romansa ortalama basit ve sıradan konulara yönelik bir ürün olarak görülür ve küçümsenir.” Bu yayınlar içerisinde Mavi Kütüphane (Colportage) yayınları özel bir öneme sahiptir. 17. yüzyıldan 19. yüzyıla kadar, kırsal alanda, Fransa’da (ama buna benzer kitaplar diğer ülkelerde de vardı (İngiltere’de chapbooks,

özü itibarıyla ya siyasal ya dinseldir. Sonuçta her iki durumda da okumanın bir amacı olduğu ve bunun da Prense itaat üretmekten ibaret olduğu görülecektir.

Almanya'da Leipzig merkezli kitap basım ve dağıtım işlemleri Fransa'ya göre çok daha organize ve bu profesyonellik, sisteme bir tür kültürel ve ticari emperyalizmin öncüsü olma gücü verir. O dönemde İskandinav ülkelerinin basılan kitaplarının dili de Almanca olmuştur. Ayrıca ülkenin dört bir yanı ile kurulan örgüt ağı, özellikle 18. yüzyıldan itibaren kültürel dönüşüm, hukuk ve düşünce alanında ilerlemenin Almanya orijinli gerçekleşmesini sağlamıştır¹³⁸. Avrupa'da medyaların sanayi mantığına geçişi, "(...) ileri düzeyde şehirleşme, gelişmiş hayat düzeyi ve sosyal-siyasal yapılarla ve son aşamada hayli yoğun ilişkilerle gerçekleşir."¹³⁹.

İngiltere'ye bakıldığında matbaa sonrasında basın üzerinde kontrol amaçlı, önceden izin almayı düzenleyen *Licensing Act*'in¹⁴⁰ getirildiği görülür. 1695'de bu yasanın kaldırılmasından itibaren İngiltere'de basın özgürlüğünün ivmesinin gittikçe arttığına şahit olunmuştur. Ancak bu değişimde, okuryazar oranlarının yüksekliği, gazeteleri yüksek sesle okuyup kahvelerde yorumlamak alışkanlığı ile halkın gazetesine ve gazetecilere sahip çıkıyor oluşu önemli bir etkidir. Jeanneney, basın özgürlüğünün önemli bir rol kaydedişinde bir diğer faktör olarak Whigler (Kral'ın iktidarını sınırlandırılmasını isteyen liberaller) ile Toryler (Kralcı muhafazakârlar) arasında bir rekabet ortamının varlığı ve siyasal çekişmeleri görmektedir¹⁴¹. Muhalefet geçen grup, ifade özgürlüğünün şiddetli savunucusu haline gelirken, iktidara geçen de onu, özellikle basın aracılığıyla kontrol altına alma çabası göstermiştir¹⁴².

Kastilya'da pliegos, Katalan bölgesinde plecs). Seyyar satıcılar tarafından yayılan, mavi kapaklı, ucuz, kötü kâğıda basılmış kitaplar dolaşımdaydı. İçerikleri incelendiğinde de bu kitapların aslında Kilise'nin misyonerleri gibi çalıştığı ve bu anlamda kültürün karşı devriminin araçları olarak rol aldıkları gözlemlenir. Ayrıca bkz. Roger Chartier, "Libraries without Walls", *Representations*, No. 42, Special Issue: Future Libraries. (Spring, 1993), ss. 38-52.

¹³⁸ Barbier vd., s.46 Amerika'da ise durum biraz daha farklıdır. Philadelphia gibi kuzey yerleşimlerinde 1642'den itibaren ilköğretim zorunlu tutulmuş ve daha 17. yüzyıl sonlarında okuma yazma oranı %95'i bulmuştur. (Güneyde, örneğin Virginia'da bu oran %55'lerdedir.) Bu durumun doğal sonucunda da baskı ve kitaplarının sayısının artışıdır. Tocqueville, s. 45.

¹³⁹ Barbier vd., s.58.

¹⁴⁰ Primary Sources on Copyright (1450-1900), *Licensing Act (parchment copy) (1662)*, eds L. Bently & M. Kretschmer, Erişim: www.copyrighthistory.org (16.04.2007) 1695'te kaldırılan düzenleme, Statute Law Revision Act 1863 ile gözden geçirilerek geri getirilmiştir.

¹⁴¹ Jean-Noel Jeanneney, *Başlangıçtan Günümüze Medya Tarihi*, Çev. Esra Atuk, YKY, 2.b., İstanbul:2006, s.39.

¹⁴² Basın üzerindeki kontrol mekanizmalarından en önemlisi, cezalardır. Hapis ve para cezalarının yanında *pylori* (suçluların halka gösterilmek için bağlandıkları değnek) gibi küçük düşürücü tekniklerin de kullanıldığı görülür. Ancak siyasal sistemin iki kutuplu yapısı, bu tip cezaların geri tepmesine yol

Licensing Act'ın kaldırılmasının yanında önemli bir gelişme, mahkemelerde jüriye, gazetecinin o haberi yapıp yapmadığından daha fazlası olarak, o haberin doğru olup olmadığı konusunda da takdir hakkının verilmiş olmasıdır. Ancak basın özgürlüğün önündeki önemli engellerden biri de parayla satın alınabilen yazarlar olmuştur. Jeanneney, Whiglerden Başbakan Walpole'un iktidarının son on yılında sadece hakkında olumlu yazılar çıkmasını sağlamak için 50.000 sterlin harcadığı ortaya çıktığını belirtmektedir. Basın özgürlüğü önündeki diğer önemli engel de 1712'de çıkarılıp 1724, 1756 ve 1775'te ağırlaştırılan damga vergileri olmuştur¹⁴³.

1.2.2. Fransız Devrimi Sonrası Fransa'da Basın

Medya dönüşümünü hızlandıran Fransız Devrimi incelendiğinde, bizzat devrimin kendisini etkileyen devrimsel düşünceleri yayan dönemin medyası (kitaplar, baskı ve okuma evleri, broşürler, gazeteler ve ansiklopediler vb.) oluşu paradoksal bir sürece işaret eder. Basın, Fransız Devriminin "(...) sadece aynası değil, aynı zamanda merkezi bir aktördür."¹⁴⁴.

Öncelikle, "Aydınlanma"nın hedef kitlesi seçkinlerken, Fransız Devriminin getirdiği değişen koşullarla birlikte hedef artık geniş halk kitleleridir. Bu durum, gazetelerin içeriğinde ve sosyal hayattaki kullanımında değişiklikler gerektirmiştir. Bu değişim, "(...) dile, 'birinci tekil şansın' sık kullanımı, daha saldırgan bir tarz olarak ya da çocuksu anlatımlı resimler şeklinde yansır. Son kertede de yayınların amacı 'işlevsel açıdan' artık entelektüel sohbetlere bilgi iletme değil, aynı zamanda 'taraf olunan partiyle ilgili' yorumları da aktarmak eklenir."¹⁴⁵ 1789'dan itibaren toplu okumalar gündeme gelmiştir ve böylece vekillerin mektuplaşmalarının bazı kent ana meydanlarında, kafelerde toplu okunmasıyla başlayan sürece bir süre sonra gazeteler de dâhil edilmiştir¹⁴⁶. Gazetelerin sadece entelektüel ve okuryazar kesime değil, daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamıştır.

açmıştır. Örneğin 1703'te, *Robinson Crusoe*'nun yazarı Daniel Defoe, *pilori* ile teşhir cezasını çekerken halkın alkışlarla yüceltiğine tanık olunmuştur. İngiliz halkının, yakılmak üzere toplanan gazeteleri kurtararak parlamentonun bir daha böyle bir karar almasını da engellemiştir. Jeanneney, ss.43, 44.

¹⁴³ Jeanneney, s.44.

¹⁴⁴ Jeanneney, s.62.

¹⁴⁵ Barbier vd., s.58.

¹⁴⁶ Devrimin önemli siyasetçisi, gazeteci Camille Desmoulins (1760-1794), Palais-Royal'ın bahçesinde gerçekleştirdiği bu türden bu konuşmaları ile halkı devrime yüreklendiren kişilerden biri olmuştur. Ancak aynı türden konuşmaları, kendisinin ve eşinin hayatına mal olmuştur. Jeanneney, ss.71,72.

28 Ağustos 1789'da, Fransız Devriminden sonra, Etats-generaux¹⁴⁷ tarafından kabul ve beyan olunan, Fransa İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirisi (*La Déclaration des droits de l'Homme et du citoyen*)¹⁴⁸, Madde 11'de; “*Düşüncelerin ve inançların özgür iletimi insanın en değerli haklarındanıdır. Bu nedenle bu özgürlüğün yasada belirlenen kötüye kullanılması hallerine denk durumlar hariç, her yurttaş özgürce konuşabilir, yazabilir ve yayınlatabilir.*” denmektedir.

Devrimin ilk yıllarından itibaren basılı üretimin en hafif yayınların, tek parça kâğıtların, karikatürlerin, ince kitapların ve gazetelerin artışıyla katlanarak arttığı ve kökten bir yeniden yönelim yaşadığı, buna karşın birkaç yıl içerisinde kitap üretiminin büyük oranda düştüğü görülmektedir. Süreli yayınların ve bu vesilelerle çıkan ürünlerin tirajları ise artarak 80 bini bulmuştur. Süreli yayınların bazıları söylev ve raporlara ayrılmıştır, bazıları ise partizanları örgütlemeye yönelik yayınlardır.

Yukarıdaki gelişmeler doğrultusunda, Fransız Ulusal Meclisi tarafından çıkarılmış olan ilk Fransız Anayasası, 1791 tarihini taşır ve Anayasa tarafından garantilen temel haklar içerisinde, “(...) herkesin düşüncelerini, herhangi bir sansüre ya da baskı öncesi soruşturmaya maruz kalmaksızın konuşma, yazma, basma ve yayınlama ve dileği şekilde ibadet etme özgürlüğü...”¹⁴⁹ yer almaktadır.

İfade özgürlüğünün, “Yargının Gücü” başlığı altında tekrar güvence altına alındığı görülür:

Hiç kimse, kanunlara kasten itaatsizlik göstermedikçe, kurumsal otoriteleri kötülemedikçe ve onların eylemlerine direnmedikçe ya da kanun tarafından suç ya da kabahat olarak tanımlanan eylemlerde bulunmadıkça, bastırıldığı ya da yayındıklarındaki yazıları nedeniyle neyle ilgili olursa olsunlar sorgulanamaz ya da dava edilemez. (...) Kurumsal otoritelerin sansür hakkı izin verilmiştir ancak kamu görevlilerinin

¹⁴⁷ Etats–Generaux: (Birleşmiş Devletler) 1301 yılında Fransız Kralı IV.Philip tarafından, Papa VIII.Boniface'e karşı, krallığın tüm bölgelerinden toplanmış din adamları, soylular ve halkın oluşturduğu (üç devletin temsilcilerinden oluşan) Fransız Ulusal Meclisinin adıdır. Encyclopædia Britannica, Academic Edition, "Etats–Generaux", Erişim: <http://search.eb.com/eb/article-9033071> (12.05.2007). Yasa, iki türlü seçime dayalı yasama organı oluşturmuş, oy hakkını vergiyle sınırlandırmıştır. Yürütmeyi Krala, yargıyı mahkemelere vererek Montesquieu'nun kuvvetler ayrılığı ilkesini yaşama geçirmişlerdir.

¹⁴⁸ Orijinal metin için bkz: “Déclaration des Droits de l'homme et du citoyen du 26 août 1789” Fransız Anayasa Komisyonu, Erişim: <http://www.conseil-constitutionnel.fr/textes/d1789.htm>, (12.05.2007), Metnin İngilizcesi için bkz: <http://www.conseil-constitutionnel.fr/langues/anglais/cst2.pdf> (12.05.2007)

¹⁴⁹ 1791 Fransız Anayasası, “The Constitution of 1791, 3 September 1791,” Erişim: <http://sourcebook.fsc.edu/history/constitutionof1791.html>, (12.05.2007). Bu anayasa doğrultusunda 1 Ekim 1791-20 Eylül 1792 tarihleri arasında Konvansiyonun yerini almasına kadar varlığını sürdüreceği birinci “Assemblée Législative” oluşturulmuştur. Encyclopædia Britannica, Academic Edition, “Assemblée Législative”, Erişim: <http://search.eb.com/eb/article-9047642>, (12.05.2007)

dürüstlüğüne ve onların görevlerinde performanslarının amaçlarındaki dürüstlüğü karşı kasti yazılar, bunların sansür eylemlerine konu olabilir.(...)

Böylece devrim öncesi dönemde Kral tarafından çıkarılan sansür eylemleri, hukuksal bir zeminde sınırlandırılmıştır. Bu düzenleme, bir yandan basın üzerindeki kontrolün siyasal sistem üzerindeki etkisinin ne kadar önemli olduğunun ayırımına varıldığına işaret ederken, diğer yandan da Fransız Devrimi'nin siyasal ve düşünce sistemini demokratikleştirme ve Kral'dan bağımsızlaştırma ruhunu yansıtmaktadır.

Konvansiyondaki *Gironde*lerin sayısal üstünlüğüne rağmen *Jakobenler*¹⁵⁰ tarafından çıkarılmış olan 1793 tarihli Fransız Anayasası da basına özgürlük tanır: "Hakların Garantiliği Üzerine" başlığı altında ele alınan haklardan biri "sınırlanmamış basın özgürlüğü"dür. Madde 7: "Basın yoluyla ya da diğer yollarla düşünce ve fikirleri açıklama hakkı, barış içinde toplanma hakkı, ibadet özgürlüğü yasaklanamaz."¹⁵¹ Bu kanunun en önemli özelliklerinden biri de seçme ve seçilme hakkının kullanımı için vergi barajını kaldırmış olmasıdır.

1795'te plebisitle kabul edilen yeni Anayasa, bir yandan Direktuar dönemi¹⁵² başlatırken, diğer yandan da basınla ilgili olarak şu düzenlemeyi getirmiştir. Madde 355: "Basın özgürlüğünde ne ayrıcalık ne kontrol ne lonca ne de sınırlama vardır.(...) Bu türdeki her türlü yasaklayıcı kanun, koşullar gerektirdiği zaman, temelde geçicidir ve resmi olarak yenilenmediği sürece ancak bir yıl etkisi vardır."¹⁵³ Barbier bu düzenlemelerin olumlu etkilerini şöyle yorumlamaktadır: "1795-1799 arası Direktuar dönemde devrim, hem çok sayıda insanın yazı yoluyla doğrudan ya da

¹⁵⁰ Jakobenler (Montanyarlar): Fransız Devrimi sonrasında önde gelen üyeleri Robespierre, Marat ve Mirbeau olan Fransız radikal partisidir. İktidarları boyunca birçok demokratik düzenlemelere yer vermiş olmalarına karşın 300-400 bin kişinin giyotine gittiği bir "terör dönemi" yaşatmışlardır. Tanilli, Jakobenlerin devrimci demokratik bir *diktatörlük olduğunu belirtir*. "Sert bir merkezileşmeyle tabanda – en güçlü biçimiyle- halk girişimini birbirine bağlıyordu.(...) Fransa'daki bütün komünlerde, kent seksiyonlarında seçilmiş olan on iki üyeli devrimci komiteler, kitlelerin devlet oluşumuna katılımının en geniş biçimi oldu.(...)". Ayrıntılı bilgi için bkz: Server Tanilli, *Dünyayı Değiştiren 10 Yıl*, 4.b., İstanbul:Alkım Yay.2007, s.97. Rakipleri Girondenler ise karşı-devrimci tutumları olan ve taşra burjuvazisinin, tacir, sanayi ve toprak burjuvazisinin çıkarlarını temsil ediyorlardı. Jakobenler, orta ve küçük burjuvaziyi, köylüleri ve kentlerin yoksul halkını temsil ediyordu. Tanilli, s.87. Jakobenlerin iktidarı, Thermidorian Reaction ile son bulmuştur. Encyclopædia Britannica, Academic Edition, "Jacobean", Erişim: <http://search.eb.com/eb/article-9072074> (15.05.2007)

¹⁵¹ La Constitution Du 24 Juin 1793, Fransız Anayasa Komisyonu, Erişim: <http://www.conseil-constitutionnel.fr/textes/constitution/c1793.htm> (15.05.2007)

¹⁵² Direktuar Dönem: Ekim 1795-Kasım 1799 arasında görev yapmış yönetimdir. Direktuar yönetimi kuran 1795 Anayasası, 7 milyon seçmenden yaklaşık 1 milyonu katılıp onayladığı, 40 bin kişinin hayır dediği bir plebisit ile kabul edilmiştir. DigiThèque De Matériaux Juridiques Et Politiques, "Référendum sur la constitution de l'an III" (1795) Erişim: <http://mjp.univ-perp.fr/france/ref1795.htm>, (16.05.2007).

¹⁵³ "Constitution de 1795 Directoire 1ere République, III (22 Août 1795)", Erişim: <http://www.roi-president.com/bio/bio-fait-constitution+de+1795+directoire+1ere+republique+.html>, (18.05.2007)

dolaylı olarak kültürleşme dünyasına girişine hem de geniş ölçekli okuma modelinin süratli yayılımına tanık olur.”¹⁵⁴.

Basılı yayın, önceden zor bulunan, pahalı, okunan ve devamlı yeniden okunan niteliğini de bu süreçte kaybederek, içeriği de doğrudan ve süratli tüketime yönlendiren yaygın basılı yayının haline dönüşmüştür. “19. yüzyılın ilk on yılı itibarıyla basılı yayın üçe katlanmıştır. Yayın kontrolü 1810 reformlarından sonra tekrar geri döner ve yayın politikaları her ne kadar yüksek satış fiyatı/sınırlı tiraj doğrultusunda gerçekleşse de basılı üretimin aşamalı ama oldukça sınırlı büyümesi yönündeki eğilimi durduramamıştır.”¹⁵⁵

Basılı yayın, bir kitle siyasallaşması sürecinin temel dayanağı haline gelir ve pazardaki bu açılım en azından Fransa’da sanayi kitapların ortaya çıkışına öncelik etmiştir. Nitekim 19. yüzyıl ortalarında Charpentier öncülüğünde *maliyet fiyatının altında ancak sürümden kazanım mantığı* çerçevesinde bir anlayış gelişir bu ki aynı zamanda bilgi akışının kitleselleşmesi yolunda bir dönüm noktasıdır.

Ne var ki Napoleon Bonaparte tarafından, Direktuar yönetimine son verilmesi ve Fransız İhtilalinin sonunun getirilmesiyle çıkarılan 1799 Anayasası’nda¹⁵⁶, oy verme dışında kalan, basın özgürlüğü dâhil herhangi bir hakkın devlet güvencesi altına alınmadığı görülür. Ayrıca şu sözlerin kendisine ait olduğu rivayet olunmaktadır: “*Dizginleri basına bırakırsam, iktidarda üç aydan fazla kalamam.*”¹⁵⁷. Bu anlayış, Napolyon’un imparatorluğu süresince kendini, basının dizginlenmesi şeklinde göstermiştir. Bu dönemdeki ilk özgürlük dalgası 1814-15 yıllarında gelmiştir.

“*Gazete, halkın ağızı, hükümetin kulağı olmalı*” anlayışıyla çıkarılan *Le Mercure rhénan*’ın hemen kapatıldığı görülür¹⁵⁸. Almanya’da otoriter eğilimlerin

¹⁵⁴ Barbier vd., ss.102-127

¹⁵⁵ Barbier vd., ss.17-45.

¹⁵⁶ “Constitution of December 13, 1799 (23 Frimaire, Year VIII)” Erişim:

http://www.napoleon-series.org/research/government/legislation/c_constitution8.html (18.05.2007)

¹⁵⁷ Jeanneney, s.85. 1805’de sansürcüler gazetelere kadrolu olarak yerleştirilirken, izin belgeleri yeniden gündeme gelmiştir. Bu arada Napolyon’un şu emirleri de tarih sayfalarında yerini alır: “*Gazeteleri biraz baskı altında tutun.Débats ve Publiciste’in redaktörlerine, eğer yararlı olmadıklarını fark edersen onları da diğerleriyle birlikte tasfiye edeceğim ve sadece bir tek gazeteye izin vereceğim günlerin uzak olmadığını anlatın.(...) Devrim zamanı bitti ve artık Fransa’da tek bir parti var. Gazetelerin çıkarılmaya aykırı düşecek herhangi bir şey söylemelerine ya da yapmalarına asla katlanmam.*” Jeanneney’in de belirttiği gibi, “bundan daha açık olunamazdı.”. Jeanneney, s.86.

¹⁵⁸ Jeanneney, s.87.

yayıldığı ve Napolyon'dan esinlenerek yeni katı yasaların çıkarıldığına tanık olunmaktadır. Örneğin 1832'de Ren-ötesi basın tarihinin kara metni olarak kalan, uygulamada her türlü siyasal yayını yasaklayan altı madde onaylanmıştır. 1840-45'ten itibaren ise tekrar bir özgürlük dönemi yayılmıştır¹⁵⁹.

Sürelî basın, 18. yüzyılın sonundan itibaren ve 19. yüzyılda giderek artan bir şekilde basılı kitle iletişim araçlarının değişiminde itici öge işlevini görmüştür. İngiltere'de sürelî yayınların yıllık dağıtımının 1780'li yıllarda 9,5 milyondan 1830'larda 30 milyon civarına geldiği görülmektedir. Almanya gibi kıta iktidarları da biraz gecikmeyle de olsa bunu takip etmiştir. Ancak basılı yayının asıl kitleleşmesi 1836'da Girardin tarafından uygulamaya koyulan yeni bir mantığa dayalı olarak gerçekleşmiştir. Girardin, kurduğu derginin yıllık abonmanlığından elde edeceği gelirin, masrafları karşılamaktan uzak olmasıyla dergiye ilan almayı kararlaştırır. İlanın bedelinin de abonman sayısı ile doğru orantılı olarak artmasıyla tiraj/maliyet ilişkisi, medyanın kitleleşmesi sürecinde bir başka boyutuyla eklenmiştir¹⁶⁰.

1.2.3. 19. Yüzyılda Amerikan Basını

Tocqueville'in, 19. yüzyılın başlarında yaptığı gözlemlerine göre Amerika'da, "(...) Fransa'da olduğu gibi yayınevlerine ruhsat verilmez, yayımcılardan teminat istemezler. Ayrıca İngiltere ve Fransa'da olduğu gibi pul vergisi de yoktur. Sonuç olarak, küçük bir okuyucu kitlesinin masrafını karşılamaya gücü yettiği için gazete çıkarmaktan daha kolay iş yoktur. Bu durumda Birleşik Devletler'de inanılmayacak kadar yayın ve dergi vardır."¹⁶¹ Bu gelişmeler o dönemde, basın gücünün organize olamadan yayılmasına ve toplum üzerindeki etkisinin azalmasına yol açmıştır.

Amerika'da, o dönemde basın gücünün etkisinin azalmasının bir diğer nedeni, gazetenin mali politik anlayışının, gazete içeriğine nasıl yansıdığı ile ilgilidir. Amerikan gazetelerinin kitleleşmesi, finansmanını reklâm yoluyla gerçekleştirmeyi mümkün kılabiliştir. Oysa "*Fransa'da ticari reklâmlara ayrılan yer çok kısıtlıdır, haberler fazla çeşitli değildir, gazetenin önemli bir bölümü günün politik yorumlarına ayrılmıştır. Amerika'da ise gazetenin dörtte üçü reklâmlara ayrılmıştır, geri kalanı da*

¹⁵⁹ Jeanneney, s.88.

¹⁶⁰ Barbier vd., ss.72,73.

¹⁶¹ Tocqueville, s.82

politik haberler ve küçük makalelerle doldurulmuştur."¹⁶². Böylece dönemin Amerikan gazete tüketicisi de aslında Fransız çağdaşlarından farklı olarak siyasal tartışmalardan çok, reklâm tüketicisi durumundadır.

Amerika 19. yüzyıla girerken, tamamen basılı kültür egemendir ve Kongre'nin posta ücretlerini indirmesi sayesinde de basılı ürünler kolaylıkla temin edilir hale gelmiştir. Bununla birlikte "(...) Amerika'da gazetelerin bu kadar çok çoğalması, basının özgürlüğü ve ülkenin siyasal özgürlüğü değil, yönetim gücünün bölünmesi neden olmuştur.(...) Yerel yönetimler arttıkça, kanunun bu kuvvetleri kullanmaya davet ettikleri kimselerin sayısı da artmaktadır, bu da gazetelerin sayısının artışını getirmektedir."¹⁶³.

Tocqueville'in gözlemlerine göre Amerikan gazeteleri, "(...) hükümeti farklı yöntemlerle över ya da yererler. Ama ne var ki sağlam barajları yıkabilecek güçte olan o büyük fikrin akımlarını kıramazlar."¹⁶⁴. Tocqueville'in bu ifadeleri, günümüz Amerikan medyasından çok uzak bir tablo çizmektedir. Örneğin Tocqueville "kartelleşme olgusu"ndan habersiz olarak şu yorumu yapacaktır: "(...) gazetelerin kolaylıkla kurulabilmeleri sayılarının artmasına neden olur ama aralarındaki yarış, fazla kâr etmelerini engellediğinden önemli kişiler bu işi üstlenmez."¹⁶⁵.

O dönemde gazete çıkarmanın merkezileşememesinin yanında ucuz oluşuyla beraber, içeriğinin çoğunlukla reklâmdan oluşması, her yerel yönetim biriminde kendi çıkarları doğrultusunda çok sayıda gazete çıkarmasına olanak vermiştir. Bu durum, gazetelerin, çok farklı sesleri aynı anda duyan kamuoyu üzerindeki siyasal etkinliklerini azaltmış, gazetelerin elde ettikleri kâr paylarını düşürmüştür ve böylece sermayenin gazete sektörüne yatırım yapmasını engellemiş, günümüz anlamındaki gazete holdinglerinin ortaya çıkmasını geçici bir süre için de olsa ertelemiştir. İç savaş sonrasında gazeteler, sayfalarında daha çok

¹⁶² Tocqueville, s.81

¹⁶³ Tocqueville, s.176. Buna karşın Tocqueville, Fransa'da ve İngiltere'de gazete sayısını arttırmak için basın vergilerinin kaldırılmasını ise yetersiz bir girişim olarak görür. "*Tiraj, gazeteler ucuz olduğundan değil haberleşmek isteyen insan sayısının artmasıyla sağlanır. İnsanlar arası eşitlik arttıkça ve insanlar birey olarak güçsüzleştikçe çoğunluğun benimsediği bir fikri savunmak zorlaşır.*" Bu ise idarenin merkezîyetçiliği ile ters orantılıdır. Amerika'daki küçük yerel yönetimlerin yukarıya doğru örgütlenmesinden oluşan yapısı, merkezi iktidarın yönetim işlevini kolaylaştırmaktadır. Aşağıdan yukarı doğru bir çoğunluğa karşı azınlık elemesi gerçekleşir. Gazetelerdeki nicelik olarak az fakat kısmen de olsa farklı bakış açılarından birbirlerinin önünü kesen çok sayıda gazetenin varlığı bu süreçte etkilidir. Fransız basınında ise sınırlı sayıdaki gazeteler ateşli münakaşalara ev sahipliği yapmaktadır.

¹⁶⁴ Tocqueville, s.82

¹⁶⁵ Tocqueville, s.82

reklama yer vermeye başladılar. Ancak giderek merkezileşen Federal Devletin sürekli artan sansürü yüzünden, gazeteler, haberlerden oluşan bir ilan tahtası görünümüne bürünmüşlerdir¹⁶⁶.

1.2.4. Basında Sanayileşme ve Kartelleşmeye Doğru

Kitle haberleşmesini sağlayan araçların işleyiş mantığı temelde tek yönlüdür. Medya, sahibi kişilerin kontrolünde geniş bir kitleye doğru ifade ve düşünce aktarımında bulunurken, bunlardan gelecek mesajlara -çoğunlukla- kapalıdır. Basında sanayileşme, tek yönlü iletişimin etkide bulunduğu kapsamı genişletmiş ve kartelleşme ile medya kaynaklarının belli kesimlerde toplanmasına yol açmıştır.

1850-1950 yılları arasında iletişimin, posta, telefon, telgraf, radyo ile dünyaya yayılması ve aynı zamanda yine bu araçlar sayesinde sürat kazanması hem enformasyon akışında hem de ekonomisinde büyük bir değişime yol açmıştır. Basının ölçülü fiyatlarla daha geniş kitlelere dağıtılması, modern temsili demokrasilerinin bir parçasını oluşturur ve seçmen vatandaşın hak ve ödevlerine, bilgi alma şeklindeki somut bir içeriğini kazandırmıştır. Başlarda, posta yoluyla hükümet yayınlarının dağıtımı gerçekleştirilirken, 1890'larda Fransa'da basına ayrıcalıklı dağıtım tarifeleri sağlamak konusunda tüm siyasal oluşumlar arasında anlaşma sağlanmıştır¹⁶⁷.

Enformasyon akışının, posta dışında da kontrolünün, demokratik hükümetler için gittikçe artan bir önem arz etmesi sonucunda, bilgi toplanması ve yayılması süreci bizzat bu hükümetler tarafından desteklendiği görülmektedir ki bu durum günümüz medya kartellerine uzanan yolun başlangıcı sayılabilir. Öte yandan basılı yayınların üretim sürecindeki giderek artan mekanikleşme, makinelere yönelik yatırım ve makineleri kârlı hale getirme sorunlarını ortaya çıkarmıştır. Gazeteyi makinelerle basmak için, önemli miktarlarda sermayeye sahip olmak gerekmiş ve

¹⁶⁶ Henry Watterson & Marse Henry, An Autobiography, 2.cilt, New York, 1919, s.224'ten aktaran Yasemin Giritli İnceoğlu, Uluslararası Medya, Medya Eleştirileri, Der Yay., İstanbul, 2004, s.11

¹⁶⁷ Barbier vd., ss.131-141.

böylece süreli basın Fransa'da en azından İkinci imparatorluk yıllarından itibaren en önemli yatırım araçlarından biri haline gelmiştir¹⁶⁸.

Tek elde toplanmanın ivmesini arttıran unsurlar, sanayiye dayalı süreli basının gerektirdiği yatırımların yanı sıra, buradan elde edilen kâr maksimizasyonu ile kartel olmayan yayıncılar karşısında sağlanan avantajlı satış üstünlüğüdür. Bu yolla toplamda, 19. yüzyılın sonundan itibaren ABD'de, sonra da İngiltere'de Harmsworth, Beavebrooke ve Berry adındaki üç grup (Press Lords), iki dünya savaşı arasındaki süreçte önemli yayınların neredeyse tümünü kontrol altına alır ki 1929 ekonomik buhranı da bu süreci desteklemiştir. Ekonomik daralmayla beraber, reklâmın maliyet paylaşıcı etkisi zayıflamıştır, bu durum da fiyat artışına yol açmıştır. Sonuçta kapanmalar artmış ve sadece en güçlülerin hayatta kaldığı bir medya örüntüsü ortaya çıkmıştır¹⁶⁹.

Öte yandan Tocqueville'in de Amerika'da tespit etmiş olduğu, sermayedarın bu alandan uzak durmasına neden olan, gazetelerin merkezi olmama durumu ile çok sayıda dağınık halde olma özelliklerinin sonucu olarak "zenginlik kaynağı olamama durumu" ortadan kalktığı için, günümüzde özellikle televizyon kuruluşları aracılığıyla genel olarak medya çok ciddi reklâm gelirleri elde etmektedirler. Günümüz medyasının 19. yüzyıl Amerikan medyası ile ortak yanı, sayıca çeşitliliği ve reklâmlara ayrılan kısmın genişliğidir ki bu durum günümüz medyasını aslında ticari bir işletme haline dönüştürmüştür. Ticari işletmelerin, *gündemi belirleme ve yönlendirme işlevi* ile *kâr pastasındaki paylarını* belirleyen gazete tirajları ve izlenme/dinlenme oranlarıdır. Dolayısıyla daha çok satış demek daha çok reklam geliri, daha güçlü kartel ve kamuoyu üzerinde daha çok güç anlamına gelmektedir. Böylece bir kartel grubu içinde yer alan farklı gazete ve televizyonlar da toplamda, pazarın daha büyük bir oranına hâkim olmaktadır. Öte yandan sayıca çeşitlilik içerik olarak da çeşitlilik anlamına gelmemektedir.

Yukarıda örneği verilen ve diğer medya tiranlarının da benzer süreçlerden geçtiği, tiraj olgusunun başrolü oynadığı bu süreci kitle medyası olarak adlandıran Bennett, 1930-1990 yılları arasındaki dönemin, günümüzde büyük oranda

¹⁶⁸ Örneğin tekstil alanında aktif bir aileden gelen Jean Prouvost, 1924'te Paris-Midi, 1930'da Paris-Soir'i, 1938'de Match'ı satın alır. Tek bir matbaada basılan bu yayınların hedef kitleleri ve dolayısıyla içerikleri de birbirinden ayrıdır. Barbier vd.ss.165 (İkinci İmparatorluk Dönemi: 1852-1870)

¹⁶⁹ Barbier vd., s.307.

kişiselleşmiş medya çağı tarafından saf dışı bırakıldığını ileri sürmektedir: “Yeni çağda, insanlar sayısız kablolu kanal, bilgisayar araştırma servisleri ve özel yayınlar arasında tercihte bulunabiliyorlar (...) Aslında, en kötüsü insanların sosyal açıdan geleneksel kitle medyası ortamından çok daha yalıtılmış bir ortamda çeşitliliği çok daha sınırlı bilgi alıyor olmalarıdır.”¹⁷⁰.

Tocqueville, o dönemde henüz medya kartellerinin var olabileceğinden habersiz ve basın tek sesliliği ile ilgili olarak şu yorumu yapmıştır: “Basında birçok gazete ve dergi aynı davranışı benimserse, uzun vadede etkileri karşı konulmaz bir durum alır. Kamuoyu aynı yönden saldırıya uğrayınca da sonunda buna boyun eğmek zorunda kalır.”¹⁷¹. Günümüzde medyanın kartellerinin üretimleri, kamuoyunu kuşatmakta ve onu, söylemlerine tabi hale getirmektedir.

Yine kartelleşme sonucu çıkan haberleri, “(...) farklı ambalajda çıkan aynı ürünler” olarak değerlendiren Bennett’e göre, “(...) aynı ürünleri üretmek ve farklı etiketler altında farklı imajlarla satmak, pahalı başarısızlık riski taşıyan farklı ürünler üretmekten çok daha karlıdır (...) Haberlerdeki ayrıntı miktarı ve ele alınan konular açısından basın kuruluşları arasında farklılıklar vardır. Ancak farklı kanalların haber programları arasında belli kritik meseleler hakkında göze çarpan bir uzlaşma vardır.”¹⁷². İnsanların bu kadar çok haber kaynağından asıl olarak elde edebildikleri tek şey, dünyaya, ülkelere ve kendi yörelerine dair birbirlerine oldukça benzer politik bakışlardır. Ancak bu bakışlar tüketicilerin hayat tarzlarına, öz imajlarına, çalışma programlarına, sosyal statülerine, eğitim seviyelerine ve hatta yaşlarına uyacak şekilde ambalajlanmışlardır. Farklı medya kartellerinin ortaklığı, iktidarla olan çıkar ilişkileri az önce aktarılan süreci pekiştiren diğer unsurlardır. Chomsky, şirket birleşmeleri şeklindeki medya modelinin kapitalist demokrasinin doğal bir sonucu olarak görür. Dolayısıyla bu sistem, en üst biçimine en ileri kapitalist toplumlarda, medyadaki yoğunlaşmanın ileri boyutlara vardığı Amerika’dan başlayıp, kapitalizmin küreselleşmesiyle medya kartelleri de küresel bir görünüm kazanmıştır¹⁷³.

¹⁷⁰W. Lance Bennett, Politik İllüzyon ve Medya, Çev. Seyfi Say, Nehir Yay., İstanbul:2000, ss.46-47.

¹⁷¹ Tocqueville, s.83.

¹⁷² Bennett’e göre bu uzlaşmalar şunlardır: “Belli bir günde haber nedir? Baş öyküler nedir? Kimin sesi ve politik fikirleri duyurulmalı?” Alternatif bilgi kaynakları dışında, merkezi medyadaki politik gündemin ve kamuoyunu şekillendiren konu ve perspektifleri yukarıdaki sorulara verilen yanıtlarında hemfikirlerdir. Bennett, s.55.

¹⁷³ Noam Chomsky, Medya Gerçeği, Çev. Abdullah Yılmaz, Tüzmamanlar Yay., İstanbul:1993, s.10-13

Medyanın kartelleşmesini sağlayan unsurlardan haber medyasında profesyonelleşme ve aşırı uzmanlaşmanın sonuçlarından biri olarak muhabir tarafından üretilen haber materyalinin farklı mecralara farklı sunumlarla taşınabilir hale gelmesi, üreticisinden bağımsızlaşmasıdır. *“Muhabir tarafından yayına hazır hale getirilmiş, başlığı atılmış haberler, editöryal süreçte muhtelif süzgeçlerden geçirilmek suretiyle çekirdek üretimin öznesine yabancılaşmaktadır.”*¹⁷⁴

Haber medyasında profesyonelleşme ve aşırı uzmanlaşmanın sonuçlarından biri olarak muhabir tarafından üretilen haber materyalinin farklı mecralara farklı sunumlarla taşınabilir hale gelmesi, dolayısıyla üreticisinden bağımsızlaşmasıdır: *“Muhabir tarafından yayına hazır hale getirilmiş, başlığı atılmış haberler, editöryal süreçte muhtelif süzgeçlerden geçirilmek suretiyle çekirdek üretimin öznesine yabancılaşmaktadır.”*¹⁷⁵. Kapitalizmin günümüzdeki görünümü, uzmanlaşma yanında devlet yardımıyla kartelleri geliştirici yönde işlemektedir. Örneğin Amerika’da 2003 yılında (dönemin Dışişleri Bakanı Colin Powell’in oğlu, Michael Powell’in başkanlık ettiği, üç Cumhuriyetçi üyenin kabul, iki Demokrat üyenin de red oyu verdiği Federal İletişim Komisyonu [FCC] toplantısında) yapılan değişiklikle medya patronlarının yeni TV kanalları kurmalarına veya satın almalarına olanak tanınmış, yürürlükte olan %35 oranında ulusal piyasa payı tavanı %45’e çıkarılmıştır¹⁷⁶.

Kartellerin süreç içerisindeki dönüşümünü görmek açısından Murdoch incelemesi gerekli bir örnek olaydır. Günümüzdeki en büyük medya kartellerinden biri olan bu kartel, 1937 doğumlu Avustralyalı Rupert Murdoch’a aittir. Babasının 1953’te yönetimini devraldığı bir gazeteyi, *bulvar formatına*¹⁷⁷ sokarak dağıtımını önemli ölçüde arttırmış, 1960lar’da İngiltere’deki News of the World ile Sun gazetelerini; 1980’lerde altı tematik kanal yayını yapan Sky’ı; Amerika’da New York Times Post gazetesini, 20th Century Fox’un stüdyolarını ve 2000 film den oluşan stoklarını almıştır. FoxTV ile bulvar gazetesi uygulamalarını (haber programları yerine, reality-show programlarının sistemli halde yayılması vb.) televizyona aktarmıştır. Sinema aktörü olan ABD eski Başkanı Ronald Reagan’ın döneminde destekçisi olmuştur. Murdoch’un, 1980’lerde İngiltere’de de Margaret Thatcher’ı desteklediği, halen İşçi Parti ve Tony Blair ile yakınlığı bilinmektedir. Yakın zamanda Almanya’da,

¹⁷⁴ Adaklı, ss. 304–305.

¹⁷⁵ Adaklı, ss. 304–305.

¹⁷⁶ “Medyada Tekelleme İzni”, Cumhuriyet, 4.6.2003, “Birleşmelerin Önü Açıldı”, Hürriyet, 4.6.2003.

¹⁷⁷ Bulvar formatındaki gazeteler, hareketli, renkli, büyük ve kalın başlıklara ve az yazıya dayanan fotoğraflı sayfa düzenine sahip gazetelerdir.

Bertelsmann ve VoxTV ile birleşmiş, Güneydoğu Asya ülkelerine 50 kadar program yayınlatabileceği uydu kanalı satın almıştır. Türkiye’de TGRT kanalını satın alarak FoxTV (Türkiye) adı altında yayına başlatmıştır. Son olarak Amerika’nın en köklü gazetelerinden 1889 tarihli The Wall Street Journal’ı çıkaran Dow Jones’u da satın alarak, toplamda dünyanın üçte birine televizyon programları sağlayan ve her gün 60 milyon gazete nüshası satan, dünyanın 73. zengini bir medya tiranı haline dönüşmüştür¹⁷⁸. Halen Cumhuriyetçi Parti yanlısı yayınlar yapmaktadır.

Medya kartellerinden önemli bir örneğinin kısa geçmişi, sağ orijinli siyasal güçlerin medya kartelleri ile daha uyumlu olduklarını ve kartellerin de her zaman için daha çok güce, daha çok medya kanalına sahip olmak yolunda gerektiğinde destek veren siyasal iktidarlara beraber hareket ettiklerini aktarmaktadır.

Basında kartelleşmenin bir diğer boyutu da haber kaynağında yer almaktadır. Uluslararası arenada en önde gelen kuruluş AP yani Associated Press’tir. İnceoğlu, Amerika’da haber ajanslarının kuruluşu 19. yüzyılın ortalarına rastladığını, Boston gazetelerinin 1846’da kurulan AP’ye katılmasından sonra, tek tek ve bölgesel halinde katılımlar sürdüğünü belirtmektedir¹⁷⁹. Bölge temsilcilikleri haline dönüştürülen bu katılımlar, New York AP’den, (ajans tarafından önemli ve öncelikli bulunan) haberleri yere düzeyde dağıtmaya başlamışlardır. 1960’larda günlük gazetelerin haberlerini %40’dan fazla bir bölümünün AP’den sağlanmıştır¹⁸⁰. Günümüze gelindiğinde ise AP, dünya çapında 97 ülkedeki 243 bürosu ve 3000’i gazeteci olmak üzere 4100 çalışanıyla, 121 farklı ülkede 1700 gazete ile 5000 radyo ve televizyona 4 ana dilde haber satmaktadır¹⁸¹. Bu haberler alıcılar tarafından diğer dillere çevrilmekte ve yayılmaktadır. Ajans, ABD çapında rakipsiz olup uluslararası alanda İngilizce yayın yapan Reuters ve Fransızca yayın yapan Fransız Haber Ajansı ile rekabet etmektedir. Ancak bu iki ajans da AP’nin ulaşmış olduğu küreselleşme ve yerelleşme boyutundan uzaktır.

¹⁷⁸ Forbes, "The World's Billionaires #73 Rupert Murdoch", 3.8.2007, Erişim: http://www.forbes.com/lists/2007/10/07billionaires_Rupert-Murdoch_639W.html (17.1.2008). Murdoch aynı zamanda Forbes’in 2009 yılı Dünyanın En Güçlüleri listesinde 7. sırada yer almaktadır. Forbes, "The World's Most Powerful People", 11.11.2009, http://www.forbes.com/2009/11/11/worlds-most-powerful-leadership-power-09-people_land.html, (17.12.2009)

¹⁷⁹ İnceoğlu, s.81. AP’yi, 1846’da New York Sun’un sahibi Moses Yale Beach (1800-1868) kurmuştur.

¹⁸⁰ Singletary, Michael W. "Newspaper Use of Supplemental Services: 1960-73." Journalism Quarterly 52, 1975, s. 750’den aktaran İnceoğlu, s.82

¹⁸¹ Associated Press, "About Us", <http://www.ap.org/pages/about/about.html>, (16.04.2007)

Medya kartellerinin varlığı ve bunların iktidarla olan ilişkileri, demokrasinin seçimle ilişkisi bağlamında özellikle seçim öncesi dönemde önem kazanmaktadır. Örneğin Fransa'da 2007 devlet başkanı seçimlerinde, Hachette gibi saygın bir ansiklopedi sahibine ait Journal du Dimanche, Sarkozy'nin eşinin oy kullanmayacağı haberine yer vermemiştir. Bu haberle ilgili olarak editörün azarlandığı ve seçim öncesinde Sarkozy ile ilgili her türlü olumlu sayılabilecek malzemeden de haber yapıldığı belirtilmektedir. Sarkozy'nin "arkadaşlarının" self-sansürünü Le Monde yazarı Schiffrin, medyanın yeni tür kontrolü olarak tanımlamaktadır¹⁸².

Medya kartellerinin oluşumuna diğer adaylardan da bir itiraz gelmediği, eleştiri seslerinin yükselmediği olgusu başka dikkat çeken noktadır. Bunun arkasında ise kendilerinin iktidara gelmeleri durumunda medya kartellerinin kontrolünün daha kolay olabileceği inancı olsa gerekir. Medyanın iktidarla olan karşılıklı çıkar ilişkisi, iktidarın, medyanın kendi kendine sansür uygulatmasını sağlamaktadır. Medyanın, iktidarın mutlak kontrol aracı haline dönüşmesini engellemek üzere, gelişmiş ülkelerde farklı yasal uygulamalar görülmektedir.

Öte yandan 2009 yılı içinde sürdürülen Gazetecilik Dünyaları Araştırma projesinin¹⁸³ verilerine göre, araştırmanın sürdürüldüğü 18 ülke içinde ilk beş ülkeden biri olarak Türkiye'deki gazeteciler, "medya sahipliğinin", günlük işleri üzerinde doğrudan etkili olduğu yolunda güçlü bir inanç geliştirdikleri görülmektedir. Araştırmaya göre gazeteciler, "editörlerin" ve "yönetimin" de gazetecilerin günlük işleri üzerinde benzer oranlarda etkisi olduğunu düşündükleri anlaşılmaktadır¹⁸⁴. Dolayısıyla medya karteli olma durumuyla beraber, bu kartelin seçtiği yönetim ve editöryal bakış açısı da gazetecilerin haberciliğini doğrudan etkilediği inancı bulunmaktadır. Bu araştırma sonuçları medya sahipliğinin, medyanın ne söylediği üzerinde doğrudan belirleyici etkisi olduğunu göstermektedir.

¹⁸² André Schiffrin, "Funds for a wider range of voices, France's new model of media control", La Monde Diplomatique, 14.10.2007, Erişim: <http://mondediplo.com/2007/10/14france>, (29.10.2007).

¹⁸³ Söz konusu araştırmanın tabloları, EK-4'te orijinal araştırmada yer aldığı şekilde verilmiştir. "Worlds of Journalisms Project", Institute of Mass Communication and Media Research University of Zurich, 2009, Kasım. Erişim: <http://.worldsofjournalisms.org>, (16.11.2009).

¹⁸⁴ Aynı araştırmaya göre, editöryal çerçevenin en çok etkilediğini düşünen gazeteciler, ilk sırada Amerika'dan, ikinci sırada Çin'den çıkmaktadırlar. Bu durum, editöryal çerçevenin demokratik ve anti-demokratik ülkeler arasında, gazetecilik açısından pratikte demokrasilerde basın özgürlüğü açısından fark bırakmadığına bir örnek teşkil etmektedir.

1.2.5. İktidar Medyası

Barbier'in belirttiği gibi kitle iletişim araçları sektöründeki devlerin etkisi, sonuçta iyi saptanmış stratejik (kalite düşürülmesi, popülerlik, kolay erişim, anlaşılabilirlik vb.) ve siyasal (genellikle muhafazakâr) seçimlerle beraber gelişmektedir¹⁸⁵. İtalya medyasının günümüzde bu açıdan farklı bir önemi bulunmaktadır. İtalya'da, bünyesinde ülkenin en önemli yayın şirketini, en büyük film şirketini ve 4 televizyon kanalı vb. şirketleri bulunduran Fininvest Grubunun sahibi Silvio Berlusconi, 1994-95, 2001-2006 yılları arasında yürüttüğü İtalyan Başbakanlığı görevini 2008'den bu yana tekrar yürütmektedir¹⁸⁶. Seçimler süresince, Berlusconi'nin idealize edilişi ve rakiplerin gözden düşürülüşü bizzat sahibi olduğu medya organları aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Berlusconi'nin özellikle son 20 senedir önce medya tekeli olarak sonra siyasal iktidar olarak dünyanın en zengin 72. kişisi olmuştur¹⁸⁷. Berlusconi'nin kardeşi de gazete sahibi olup seçim çalışmalarında ve sonrasındaki destek veren tutumunu sürdürmüştür. Ayrıca Berlusconi'nin seçim zamanı ve sonrasında "halka ilişkiler" çalışması gibi görev yapan *AC Milan* futbol takımına da değinmek gerekir. İtalya gibi futbolun önemli bir role sahip olduğu ülkede, medyanın etkisini katlayıcı bir role de sahiptir. Özetle, Berlusconi, medyalarının varabileceği noktayı göstermek açısından önemli bir örnek olay görünümündedir.

Türkiye'de ise bu noktada bir siyasal iktidar adayı bulunmamakla beraber TMSF aracılığı ile bazı medya ortaklıklarına el konması, Türkiye'de siyasal iktidar-medya arasında direkt bir organik bağ kurulmasını sağlamıştır ki bu da daha önce sözü edilen, Fransa'daki ayrıcalıklı basımevlerinin yayıncılığına benzeyen ama aynı zamanda Berlusconi tarzı bir siyaset riskini gündeme getirmektedir.

¹⁸⁵ Barbier, s.72.

¹⁸⁶ Berlusconi'nin hem medya tekeli hem de siyasal iktidar olarak yükselişiyle ilgili olarak bkz: Paul Ginsborg, Silvio Berlusconi: Television, Power And Patrimony, Verso, London:2004. Berlusconi, 2009 yılında kurduğu sağ merkez partisi, Özgürlüğün Halkı Partisi (People of Freedom) genel başkanıdır.

¹⁸⁷ Forbes, "The Worlds Billionaires", 3.11.2009, http://www.forbes.com/lists/2009/10/billionaires-2009-richest-people_Silvio-Berlusconi-family_EEPT.html, (17.12.2009) Berlusconi 2009 yılı listesine göre dünyanın en güçlü 12. kişisidir. Forbes, "The World's Most Powerful People",11.11.2009, http://www.forbes.com/2009/11/11/worlds-most-powerful-leadership-power-09-people_land.html, (17.12.2009)

1.2.6. 20. Yüzyılda “Basının Sosyal Sorumluluk Teorisi

II. Dünya savaşı daha sürerken, 1942 yılında, Time ve Life dergilerinin yayıncısı Henry Luce’un, Chicago Üniversitesi Başkanı Robert Hutchins’e daveti üzerine bir araya gelen araştırmacılar, modern demokrasilerde medyanın işlevlerini araştırmak üzere resmi adıyla “Basın Özgürlüğü Üzerine Komisyon” kurmuştur. 4 yıl boyunca süren tartışmaların ardından komisyon tarafından, 1947’de hazırlanan raporun odak noktası, medya organlarının sahiplerinin, müdürlerinin, kamuoyunun şekillenmesinin ortak iyiliği ve izleyiciler için sorumlulukları olmuştur. Buna göre, basın modern toplumun dengesinde ve gelişiminde önemli bir role sahiptir ve böylece medyaya sosyal sorumluluk verilmesi gerekmektedir. Sosyal sorumluluk teorisi olarak bilinen bu görüş, büyük ve güçlü yayıncıların halk tarafından pek tutulmadığı ve halkın, basının motivasyonları ve amaçları konusunda güçlü şüphelerinin bulunduğu bir dönemde ortaya çıkmıştır ve medyanın, toplumun standartlarını yükseltmek, vatandaşlara, kendilerini yönetmek için gerekli bilgileri sağlamak üzere sorumluluk alması gerektiği yönünde görüş bildirmektedir.¹⁸⁸ Teoriye açıklık getirmesi açısından basına altı görev verilir. Bunlar: “1) *Siyasal sisteme, kamusal olaylar üzerine tartışma, görüş alışverişi ve bilgi sağlamak*; 2) *Halkı aydınlatarak kendi kendini yönetme konusunda yeterli hale getirmek*; 3) *Hükümete karşı bekçi-köpeklığı (watchdog) yaparak, bireysel hakların koruyuculuğunu üstlenmek*; 4) *Reklamlarla alıcı ve satıcılar için ekonomik pazar ortamı yaratmak*; 5) *Eğlence sağlamak*; 6) *Özel çıkarların baskısından bağımsız olarak kendi ekonomik yeterliliğini sağlamak*.”¹⁸⁹.

Peterson teoriiyi incelerken, basına verilen bu görevlerin mevcut koşullarda yeterince iyi yerine getirilmediğini ileri sürdüğünü de tespit etmiştir. Örneğin, basının siyasete hizmet etmesini, kamuyu aydınlatma, bireysel hakları koruma bağlamında kabul ederken, ekonominin, demokrasiyi tutundurma gibi daha asli görevlerinin önüne geçmesini kabul etmemektedir, benzer bir şekilde, ekonomik bir kurum olarak kendi ihtiyaçlarını gidermesini kabul ederken kartelleşmeyi kabul etmemektedir¹⁹⁰.

¹⁸⁸ Commission on Freedom of Press, Robert M.Hutchins vd., A Free and Responsible Press, A General Report on Mass Communication, Newspapers, Radio, Motion Pictures, Magazines and Books, The University of Chicago Illinois: 1947, ss.1-3.

¹⁸⁹ Theodore Peterson, “The Social Responsibility Theory of The Press”, Four Theories of Press Fred S. Siebert, Theodore Peterson, Wilbur Schramm, 6th ed., Illini Books Edition, Illinios:1971, s.74.

¹⁹⁰ Peterson, s.74.

Öte yandan liberal görüş açısından sosyal sorumluluk ilkesi, özgürlüklere karşı bir adımdır çünkü *sorumluluk* düzenleme gerektirir ve düzenleme de devlet müdahalesi anlamına gelse de rapor, basın sorununun daha fazla yasa ya da hükümet eylemiyle çözülebilecek bir sorun olmadığını ve hükümet kanalıyla yapılabilecek tek şeyin, sorumsuz ve sınırsız güce sahip özel şirketin gücünü kırmak olacağını belirterek¹⁹¹ basın özgürlüğünü tehlikeye sokan üç temelde gelişme ortaya koyar: 1) Kitle iletişimi alanında yaşanan gelişmelere karşın, bu araçlar yoluyla fikirlerini yayanların oranı son derece sınırlı sayılara inmiştir 2) Sınırlı sayıdaki bu kişiler basın çarkını kontrol ederek toplumun ihtiyacını karşılayacak bilgi akışında bulunmamaktadırlar 3) Çarkı döndüren bu kişiler aynı zamanda, dönem dönem toplum kınamalarına hedef olmuştur ve bunun devam etmesi durumunda düzenleme yapmak ve kontrol altına almak kaçınılmazdır¹⁹².

Baker'e göre komisyon her şeyden önce işler bir demokrasi için bilgi akışının önemli olduğunun ayırımına vardığını belirtir. Ayrıca komisyon, "değer" olgusunun önemini açıkça ortaya koymuştur. Buna göre "(...) *sosyal değerlerin halk için netleştirilmesi ve sunulması gerekir. Böylece medyanın eğitim bakımından birincil bir rolü ortaya çıkmaktadır.*"¹⁹³. Günümüz kitle medyalarında yayınlanan ve temel olarak *insanları küçük düşürmeye yönelik eğlence anlayışı* barındıran yarışma programları, gözetleme kültürünün yerleştirildiği BBG evleri ve eğlence programları, magazin ve yorum ağırlıklı haberleri düşünüldüğünde medyanın sosyal değerleri nasıl dönüştürdüğü ve var olanları nasıl ezerek geçtiği açıkça görülecektir.

Kamu ve özel ayırımının giderek yıkıma uğradığı bu süreçte birey, siyasal açıdan da değersizleşmeyi ve hiçbir şey yapmadan durmayı öğrenmektedir. Öte yandan bu süreç postmodernizm ideolojisi çerçevesinde her gün yeniden üretilmekte ve bireye, biryandan "ideoloji" kavramına karşı yabancılaştırılmakta, diğer yandan da medya aracılığıyla bizzat yaşadığı ideolojik bombardıman da normal hayatın bir parçası olarak nüfuz ettirilmektedir. Siyasetin iktisadi alandan koparılıp etnik kimlik merkeze oturtulmasıyla beraber, medya sunumu da ekonomik sorunlar ve yapılması gerekenler yerine, bu söyleme uyararak etnik-kimlik merkezine adapte olmuştur.

¹⁹¹ Comission on Freedom of Pres, s.80

¹⁹² Comission on Freedom of Press, ,s.1.

¹⁹³ C. Edwin Baker, "The Media That Citizens Need", University of Pennsylvania Law Review, Vol. 147, No. 2, Published by: The University of Pennsylvania Law Review, Dec., 1998, s.349.

Medyanın sosyal sorumluluğuna çok daha ağır bir şekilde ihtiyaç duyulan bu süreçte, medyanın kendi kendine göreve çağırması oldukça ütöpik gelse de ikinci dünya savaşı sonrasında olan tam olarak budur. Öte yandan Hutchin komisyon raporunda yazılanlar ve komisyonun bizzat kendisi, “basın özgürlüğü” adına yapılmış bir eylem olarak, kartel basınının gücünü kırmaya yönelik eylemleri çözümün bir parçası olarak sunmaktadır. Yine bizzat kartelin içinden çıkan ve ses bulup gelişen bu ikircikli durumun, İkinci Dünya Savaşı sırasında medyanın, siyasal iktidarın nasıl da propaganda aracı haline geldiğini görmelerinin etkisi altında geliştiğini düşündürmektedir. Basının farklı ellerde oluşu, bilgi akışı ve sistemin muhafazası için gereklidir. Almanya tecrübesi ve medya kartellerinin gittikçe sınırlı ellerde toplanışı, gazetecilerin bizzat kendilerini ürkütmüş olsa gerekir. Teori, 20. yüzyılın buhran içinde geçen ilk yarısında manipülatif yönü ispatlanmış medyaya, kamunun iyiliği rolünü vermişse de liberal demokrasiler için halen şiddetle ihtiyaç duyulan ve birkaç küçük örnek¹⁹⁴ dışında pratiğe geçirilmeyi bekleyen, önemli bir adım olarak kalmıştır.

1.3. MEDYA VE DEMOKRASİ ÜZERİNE GENEL DEĞERLENDİRME

Demokrasi olgusu, günümüzdeki kapsayıcı algısına erişene kadar uzun bir süreç geçirmiştir. Bu algının köklerine inildiğinde liberal düşünce akımlarının yanında haberleşme alanındaki teknolojik gelişmeler ve pazar ekonomisinin gelişimi yer aldığı görülecektir. Dolayısıyla bugün, genel ve eşit oyun tüm demokrasilerde genel geçer bir kural halde kabul gördüğünden bahsedilebiliyorsa bu, kitle iletişim araçları sayesinde kendisini ifade edebilen ve farklı ifadelere erişebilen kitleler ile onlara bireysel düzeyde farklılaşmış ürünlerinin pazarlayan basın ve diğer alanlardaki şirketlerin de başarısıdır. Diğer bir deyişle, ekonomik değişim, sadece kitle kültürünü ve tüketim toplumunu değil aynı zamanda günümüz vatandaş bireyini de yaratarak ona, (eskiden belli sınıflara açık olan) kamusal konuların kimi zaman öznesi kimi zaman da nesnesi olma rolünü vermiştir.

Hukuk normları çerçevesinde bakıldığında günümüz demokrasilerinde seçme ve seçilme hakkı herkese açıktır, çünkü yasalar önünde herkes eşittir. Ancak yasalar önündeki bu eşitlik pratikte, sosyo-ekonomik, demografik vb. pek çok faktörle dengesini yitirmektedir. Kitle toplumlarında seçim sonrası demokrasinin

¹⁹⁴ Bu örneklerden biri İngiltere’de Genel Gazeteciler Komisyonu, basının, kamu hizmeti ve sorumluluğuna destek verecek şekilde yeniden yapılandırılması şeklinde hayata geçmiştir.

devamlılığı için, seçime katılamayan, aday olamayan, aday olsa da kazanamayan birey ve grupların kendini siyasal açıdan ifade etme araçlarının varlığına duyulan ihtiyacın önemi belirir. Ayrıca günümüz demokrasileri, kapsayıcılık bakımından kitleselleşirken Atina demokrasilerinin zaten sınırlı kişilerle yürüttüğü doğrudan demokrasi uygulaması olanağından daha da uzaklaşmıştır. Böylece alternatif siyasal katılım yollarının önemi, seçim dışı dönemlerde gerçekleştirilecek siyasal katılımın, sistemin beslenmesini sağlayarak olası krizleri önlemede ve demokrasinin kurumsallaşmasını beraberinde getirmesinde belirir.

Siyasal katılımın amacına ulaşabilmesi için, bireylerin, siyasal sistemin işleyişi, güncel siyasal sorunlar ile siyasal iktidarın ve yasa koyucunun eylemleri konularında bilgi edinebileceği kanalların açık olması ve bu kanallar aracılığıyla kendi iyiliği yararına karar alıp baskı uygulayabilecek bir kamuoyu geliştirebilmesi gerekmektedir. Sistemin daha iyi işleyebilmesi ve sürekliliği amacıyla girdilerin neler olması gerektiği konusunda bireylerin, siyasal ilgilerini makro düzeyde tutabilmeleri için, ekonomik açıdan asgari geçim düzeyini sağlamış, eğitim ve sağlık gibi temel hizmetleri sosyal devlet kapsamında karşılanıyor olmalıdır. Kitle toplumlarında demokrasinin kapsayıcılığının gelişmesi, ancak bu şartlar altında anlam kazanabilir.

Kitle toplumlarında, siyasal bilgiye ulaşım ve kendini ifade edebilme ancak medya aracılığıyla mümkün olabilmektedir. Alternatif yolların zaman, mekân ve hız bakımından kısıtlılığı, medya mesajları arasında kaybolmakta ve etkinliğini yitirmektedir. Böylece, yönetilenlerin siyasal arenada olup bitenlerle ilgili bilgi sahibi olmaları suretiyle sistemi meşrulaştırarak devamlılığına katkıda bulunabilmesi noktasında medyanın kritik bir role sahip olduğu görülür.

Yaşanılan teknolojik devrimler, medyanın yapısında yaşanan ekonomik dönüşümle birleştiğinde, bu süreci hızlandırarak karteller dışı kalan alternatif medyanın rekabet gücünü habere ulaşma ve yayın vb. olanakları açısından kısmıştır. “Hız”, medya için kilit bir kelimedir. Medyada, bir haberin, “haber” niteliği taşıma süresi, onun, kamuoyu tarafından duyulup algılanması ve yenisiyle yer değiştirmesine kadar geçen süreyle sınırlıdır. Bu noktada rakip medya kuruluşlarının habere hem *ilk ulaşan*, hem de *ilk duyuran* olma yönünde zamana ve birbirlerine karşı verdiği bir yarış bulunmaktadır. Bir durumun, haber olması noktasında bir resim ya da daha iyisi bir görüntü ve en iyisi de “olay yerinden” aktarılacak canlı

yayın, soyut düşünebilme yeteneği gerilemiş günümüz *gören insanı (homo videns)* için vazgeçilmezdir. İleri teknoloji olanakları ile haberlerin yerinden aktarımı, çok daha hızlı olmakla beraber aynı zamanda yüksek maliyetli işlerdir. Bu iki unsur bir araya geldiğinde, ekonomik bakımdan güçlü medya kartelleri, haberin daha kaynağına inme ve haberi oluşturma aşamasında fark atmaktadır. Diğer medya şirketlerinin daha uzun sürede ulaşabileceği haberler, medya kartelleri için daha kısa sürede daha çok görüntüyle hazır halde haber pazarında yerini alır. Böylece diğer medya şirketleri belli birkaç kaynaktan beslenen ve duyuran araçlardan biri haline gelmektedir.

Teknolojik devrimin şüphesiz demokrasi açısından olumlu yanları da bulunmaktadır ki bunların başında alternatif bilgi kaynaklarına erişim olanağı sunup, yer ve zaman kısıtlamasının minimize edildiği ifade olanakları yaratması bakımından internet gelmektedir. İnternetin ve yeni bilgi teknolojilerinin bu dönüşümü, 1990'ların başında oldukça erken bir yargıyla Naisbitt tarafından, temsili hükümetlerden kurtulmanın aracı olarak değerlendirilmiştir¹⁹⁵. Bir diğer yargı, daha ılımlı olarak bu teknolojilerin, temsili hükümetlerin katılım olanaklarının artırılması bakımından katkı yaparak demokrasiyi geliştireceği üzerinedir¹⁹⁶. Benzer bir şekilde Pool da demokrasilerde kurumların sınırlayıcı niteliklerini azaltacak bir güce sahip yeni bilgi teknolojileri, siyaset ve iletişim alanındaki merkezî kontrolü sınırlayarak demokratikleştireceğini ileri sürer¹⁹⁷.

Ancak internet, 2009 yılı verilerine göre dünya nüfusunun sadece dörtte birlik kısmı tarafından kullanılabilir durumdadır. Sansür olgusu da internet kullanıcılarının çoğu üzerinde etkili bir biçimde yürümektedir. Öyle ki, Kuzey Kore, Suudi Arabistan gibi ülkeler, internet kara deliklerinin tanımlandığı yerler olarak belirlenmiştir. İnternetin önümüzdeki on yıllar içinde özellikle demokrasi uygulamalarına daha çok konu olacağı ve medyanın demokrasilerdeki rolü bakımından farklı bir boyut kazanacağı gerçeği bir kenara bırakıldığında, bu süre içinde öncelikli olarak medyanın diğer ortamlarda demokratikleştirilmesinin önü açılması gerektiği ortaya çıkacaktır. İnternet, kendi çözümleri ile beraber sorunlarını ve sıkıntılarını, sansürlerini ve denetlenebilirliğini, "büyük ağabey" (big-brother) gibi anti demokratik

¹⁹⁵ John Naisbitt, *Megatrends 2000*, Avon Books New York:1991, s.60.

¹⁹⁶ John Street, *Politics and Technology*, The Guildford Press, New York, 1992, s157.

¹⁹⁷ Ithiel De Sola Pool, *Technologies Without Boundaries, On Telecommunications In A Global Age*, Harvard Univ. Press, 1990, s.168.

eğilimlerin başka görünümlerini de beraberinde getirme riski bulunmaktadır. Elektronik dönüşümleri, demokrasilerin kurtarıcısı olarak görmek yerine mevcut olanakların demokratikleştirilmesi öncelikli hedef olmalıdır.

Çoğalan bilgi kaynakları ve mülkiyet yoğunlaşması, sanal bir demokrasi örüntüsü meydana getirmekte¹⁹⁸ ve bireyi bir yandan *özgür* olduğuna inandırırken, diğer yandan da düşünce bazında tutsaklaştırmaktadır. Bu bağlamda günümüz işletmelerinin ideolojilerini özetleyen *küresel düşün yerel davran* stratejisinin belki de en iyi uygulayıcıları olan medya kartelleri, *çok seslilik* adına, televizyon, gazete, internet sayfası, radyo gibi farklı kanallardan belli sınırlar/politikalar içerisinde *tüketici* durumundaki kitleye enformasyon aktarmaktadır. Alıcılar tarafından da bu bilgiler *tercihleri doğrultusunda* alınmış ve demokratik bir ortamın sunduğu bir bilgi görünümü kazanabilecektir ki bu durum da demokrasi için bir risk teşkil etmektedir.

Yeni kapitalizm, devletin ekonomik faaliyet gösteren alanları boşaltmasını isterken, bunların sermaye arasında nasıl bölüşüleceğini düzenlemesini ister. Yeni kapitalizmi devleti, sistemin düzenleyicisi ve garantörü olarak görür ve sistem, Duverger'in deyimiyle günümüzün seçilmiş güçlü hükümdarları ile hayata geçirilir. Devletin bu rolü, kamu yerine sermayeyi öncelemesi düşünülerek verilmiş bir roldür. Bu öncelik devletlerin medya ile ilgili düzenlemelerinde açıkça gözlemlenmektedir

¹⁹⁸ Konca Yumlu, "İletişim Alanındaki Teknolojik Gelişmeler: Demokratikleşme ve Tekelleşme", EÜ İletişim Fakültesi, Düşünceler, Yıl:9, Sayı: 8, Şubat 1995, ss. 13-18

İKİNCİ BÖLÜM

DEMOKRASİLERDE MEDYANIN SİYASAL HAYAT ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Sartori, “*azalan sonuçlar ilkesi*”¹⁹⁹ adını verdiği ilkesi doğrultusunda, bir ülkede uygulanan her katılım ve seçimlerin her zaman için demokrasi yaratmayacağına, en azından bu sonucun mutlak olmadığına inanmaktadır. Bu anlayışta demokrasinin sürekliliği için de seçimler, genişletilmiş oy hakkı vb. unsurların yanında tarihsel süreç içinde ortaya çıkan sorunlara çözüm olarak geliştirilecek başka unsurların gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Hatta buna yine tarihsel süreç içinde meydana gelen teknolojik gelişmelerin getirdiği avantajlardan, dezavantajlarını kontrol altında tutarak yararlanmayı da eklemek mümkündür.

Günümüz temsili demokrasilerinin sürekliliğini sağlamanın koşullarından biri ve en önemlisi ifade özgürlüğüdür ki bu, aynı zamanda doğru bilgiye ulaşım hakkını da içermektedir. Kitle toplumlarında toplum-siyasal iktidar arasındaki iletişim görevini gören medyanın yaydığı haberlerin doğru bilgilere dayanıp dayanmadığı ya da doğru bilgilerin hepsini aktarıp aktarmadığı sorunsalı, demokrasinin varlığını ve daha da önemli olarak “seçim sonrası” sürekliliğini de tartışmalı hale getirmektedir. Günümüz koşullarında medyanın demokrasilerdeki iletişim görevinden başka, doğrudan siyasal hayatın unsurları aracılığıyla, siyasetin bizzat kendi süreci üzerinde de etkileri bulunmaktadır. Bu unsurlar; birey, kamuoyu, siyasal partiler ile seçim ve tabii ki siyasal iktidardır.

2.1. BİREY VE MEDYA

Siyasetin öznesinin birey olduğu gerçeğinden yola çıkarak medyanın demokrasilerdeki siyasal hayata etkisini anlamak için öncelikle birey üzerindeki etkisini anlamak gerekir. Medya çoğunlukla tek yönlü bir iletişim aracıdır ve aynı zamanda belli bir zaman diliminde tek bir kaynaktan, kitleye yayılan toplu mesajlar içerir. Böylece birey, bir kitle içerisinde yalnız ve -çoğunlukla geri bildirim kanalının kapalı olduğu iletişim sürecinde- çaresiz durumda bulunur. Birey, medya ile gerçekleştirdiği iletişim sürecinde çoğunlukla sadece alıcı konumunda ve etkiye açık durumdadır.

¹⁹⁹ Sartori, Demokrasi..., s.347.

Medyanın, bireyin siyasal tutum ve davranışlarını etkileme sürecinde “*halka göre kanıt*”nın (*argumentum ad populum*) ya da benzeri “*çoğunluğa göre kanıt*”nın (*argumentum ad numerum*), felsefi karşılığıyla *yanıltmaca (fallacy)* tekniğinin sıkça kullanıldığı gözlemlenmektedir. Buna göre, bir önerme, “*belirli bir kesimin anlamlandırması*” ya da “*genel kanı*” bu yönde olduğu için doğru/haklı olduğunu iddia edilmektedir. “*Çoğunluğa göre kanıtının*” pratikte birçok farklı türleri olmasına karşın en çok görülen iki tipi şu şekildedir²⁰⁰;

- “Züppe çekiciliği” (*Snob Appeal*); toplumdaki düşünce ve inançlar üzerinde etkili birkaç kişi ya da elitlerin onayı ile bir görüşün geçerliliğini kanıtlama amaçlı yanıltmacadır.
- “Bando-vagonu” (*Bandwagon*), çoğu kişinin düşündüğünün doğru ya da geçerli olduğunu ileri sürülmesi şeklinde gerçekleşen yanıltmacadır.

İleride ayrıntılı bir şekilde ele alınacağı üzere kamuoyu araştırmaları, “Bando-vagonu” etkisiyle beraber günümüz toplumunda önemli bir yere sahiptir. “Züppe çekiciliği” ise -örneğin bir anayasa maddesi görüşmesi sırasında, bir öğretim üyesinin görüşlerinden yola çıkarak o görüşün haklı olduğunun savunulması şeklinde olabileceği gibi- sadece popüler ya da bir konuda bilinen bir uzman olduğu için tanık gösterilen kişinin görüşünden yol çıkılarak o görüşün haklılığı savunulabilmektedir.

Sartori, televizyonun, büyük halk kitleleri üzerindeki etkisinin giderek artmasına paralel olarak, spor, sanat gibi farklı alanlardan elde edilen “kredileri” kullanarak yapılan yanlış tanıklıklara her geçen gün daha fazla önem verildiğini belirtmektedir. “*Televizyonla birlikte, sinema yıldızları, güzel kadınlar, şarkıcılar ve futbolcular yaşamımızı düzenleyen otoriteler haline gelirken, bir zamanlar toplumda söz sahibi olanlar, göz ardı edilebilen bir niceliğe (quantité néglieable) dönüşürler.*”²⁰¹

Noelle-Neumann ise bireyin medya karşısındaki güçsüzlüğünü iki duruma bağlamaktadır. Bunlardan biri medyanın “neyin önemli olduğuna karar veren rolü”

²⁰⁰ Lander Üniversitesi, “Introduction to Logic”, Erişim: <http://philosophy.lander.edu/logic/popular.html>.; (10.07.2007)

²⁰¹ Giovanni Sartori, Görmenin İktidarı, Çev.G.Batuş-B.Ulukan, İstanbul: İletişim Yayınları, 2004, s.90.

yani “eşik bekçiliği” iken diğeri de medyanın “teşhir direği”²⁰² olarak kullanılmasıdır. Medyanın “teşhir direği” olarak kullanıldığı durumlarda birey, kitlelere ulaşan kendi hakkındaki olumsuz açıklamalar karşısında yine medyanın “eşik bekçiliği” rolü ile birlikte, bu ikisine karşı aciz durumdadır. “*Medyada olumsuz bir biçimde ‘teşhir edilen’ birey kendini ele verilmiş olarak görür. Birey, medya karşısında kendini koruyamaz, savunamaz.*”²⁰³ Bu durum, bireyin, siyasal oluşum ve hareketlerden uzak durmasını, bunlara karşı temkinli olmasını beraberinde getirmektedir.

Öte yandan bu süreçte medya, bireyleri toplumun diğer bireyleriyle yine medyanın kendi ifadeleri ile iletişim kurdurmaktadır. Medyanın dillendirme işlevi olarak adlandırılan bu durum, bireyi iletişim sürecine dâhil ederken bazı durumlarda susturabilmektedir. Noelle-Neumann bu durumu şu sözleriyle açıklamaktadır: “(...) insanlara görüşlerini savunmakta kullanacakları sözcükleri, argümanları medya vermektedir. İnsanlar kendi bakış açlarına uygun düzenli biçimde tekrarlanan ifadelerle karşılaşmayınca dilsizleşirler.”²⁰⁴ Medya aslında kitleler içindeki bireyler arası iletişimi gerçekleştirirken, onu kapsam bakımından da sınırlandırmakta, konuşacakların kimler olacağını ve hangi ideolojik çerçevede konuşulacağını belirlemektedir. Bunun dışında kalanlar ise “yabancılaşmakta” ve susmaktadır.

Medya etkisi bazen beklenen bir tepki olarak değil de amaçlı yayınların istenmeyen sonucu olarak ortaya çıkabilmektedir. Bu durum “*Bumerang Etkisi*” (*Boomerang Effect*)²⁰⁵ ile açıklanmaktadır. Bu etki altında olan bireyler, örneğin seçim zamanı oy vermeyi planladığı partinin bir reklamına, propagandasına ya da politikasına, açıklamasına ve hatta kazandığını gösteren bir kamuoyu yoklamasına tepki göstererek partiye oy vermekten vazgeçebilmektedir.

Bumerang etkisi, medyadan çıkan mesajın hedefe ulaştığında yaratacağı tepkinin ön görülemediği olmasıyla doğrudan alakalıdır. Ancak mesajın kaynağı her zaman için medya olmak durumunda değildir, siyasal partinin liderleri, kanaat önderleri, reklamcılar da bu sürece katkıda bulunabilir ya da doğrudan kaynaklık edebilmektedirler. Böyle bir durumda medyanın rolü, ilgili mesaja kendi araçlarında

²⁰² Teşhir direği, özellikle Ortaçağda mahkûmların halka teşhir edilmek suretiyle asıldıkları direklerdir. Böylece *kötülerin* sonu halka ibret olması açısından örneklendirilmektedir.

²⁰³ Noelle-Neumann, *Kamuoyu...*, s.179.

²⁰⁴ Noelle-Neumann, *Kamuoyu...*, s.199.

²⁰⁵ Boomerang Effect ile ilgili olarak ayrıntılı bilgi için bkz.: James King, & Jason McConnell, "The Cumulative Effect of Negative Campaign Advertising on Vote Choice", The annual meeting of the APSA, Marriott Copley Place, Sheraton Boston & Hynes Conv. Center, Massachusetts, Aug 28, 2002.

yer verme kararı noktasında yer almaktadır. Ancak yine de medya, günümüz kitle bireyinin topluma ve dünyanın diğer kalaniyla olan siyasal, ekonomik, sosyo-kültürel iletişim sürecinde birinci tercih olmaya devam edecektir. Bu tercihin bireyin siyasal hayatı üzerindeki etkisini farklı açılardan gözlemlemek mümkündür.

2.1.1. Medyanın Siyasallaşma ve Depolitizasyon Sürecine Etkisi

İçinde yaşanan kültür etkisiyle birey, sürekli bir siyasallaşma süreci, yani siyasal kültürü öğrenim ve onun bir parçası olma sürecinde bulunmaktadır. Bu süreçte bireyin başta pasif konumdan; yaşı, eğitimi vb. sosyo-ekonomik faktörlerin bir noktaya kadar artışıyla beraber aktif konuma geçmesi beklenir. Siyasal kültürün farklı öğeleri, bireyleri siyasete katılmaktan çok katılmamaya, siyasetle ilgilenmekten çok ilgilenmemeye siyasal süreçlerin dışında kalmaya yönlendirebilmektedir.

Siyasal ilgisizleşmenin, pek çok sebebi bulunmaktadır. Örneğin Vedel için teknolojik gelişme bu sebeplerden sadece biridir. *“Tekniklerin gelişimi ve bu gelişimin uyandırdığı ilgi öyledir ki, insanların dikkati artık teknolojiye çevrilmiş ve siyasî problemlerden uzaklaşmıştır.”*²⁰⁶ Yine bireylerin gelişmiş ülkelerde yakaladığı bir yaşam standardı da siyasal ilgisizleşmeyi de beraberinde getirmektedir. Ancak tüm bunlardan daha önemli bir sebebi şöyle açıklar: *“(…) siyasal iktidar mücadelesi alanı, sıradan vatandaş için artık yabancılaşmış bir alan hale gelmiştir.”*²⁰⁷

Siyasal iktidar mücadelesi alanının, medya tarafından fazlasıyla karışık sunumu, Noelle-Neumann'ın da belirttiği gibi, medyanın dillendirme işlevi nedeniyle yabancılaşması, bireyin yapılabilecek çok fazla bir şeyi olmadığı ve dürüst siyasetin olanaksızlığı telkini, siyasetin zorlu ve can sıkıcı mücadele gerektiren içeriği ile sınırsız eğlencenin dayanılmaz cazibesine karşın hayat mücadelesi bir araya geldiğinde, bireyler siyasette kendilerini ilgisizleşme sürecinde bulmaktadır.

Yine Vedel'in aktarımından öğrenildiğine göre, Duverger'in deyiimiyle *“siyaset ümittir”* ve dolayısıyla, *“siyaset yapmak için, ne memnun, ne de karamsar olmak gerekir”*.²⁰⁸ Vedel, siyasallaşma ve siyasal ilgisizleşme sürecini birbirine zıt süreçler olarak değerlendirmemektedir. Örneğin; *“Televizyon, şüphesiz ki siyasal hayata olan*

²⁰⁶ Georges Vedel, “Siyasetle İlgisizleşme, Efsane Mi Yoksa Realite Mi?” Çeviren: Hamide Topçuoğlu, Ankara Hukuk Fakültesi 40. Yıl Armağanı, AÜHF Yayınları No. 210, Ankara, 1966, s.440.

²⁰⁷ Vedel, s.440.

²⁰⁸ Vedel, s.440.

ilgiyi artırır, fakat bunu yapmakla onun üslubunu da değiştirmiş olur. Televizyon, bir adam ile onu seyreden kitle arasındaki sempati ve temas unsurlarına daha çok yer verir ve dikkati, siyasetin objektif verilerinden başka yönlere çeker.”²⁰⁹.

Medya siyaseti yüzeysel anlamda popülerleştirirken içerik olarak da yoksunlaştırmakta, bireyleri de yoksunlaştırılmış gündemle oyalamaktadır. Medya bireyi siyasallaştırırken, anlayabileceği ya da sadece görerek algılayabileceği başka yönler kaydırarak siyasetin bizzat kendisinden uzaklaştırabilmektedir de. Böylece medya, bireyi seçim zamanı sandık başına giderek oy vermesini sağlayacak düzeyde siyasallaşmasını; ancak seçimler arası dönemde gelişmelerden ve siyasal liderlerden az çok haberdar olup suskunluğunu koruyarak rejimin meşruluğunu devam ettirmesini sağlayacak düzeyde de siyasetten uzaklaştırmaktadır.

Ana akım medya kodlarını Chomsky, “*seyirlik medya*” adıyla anarken, bunları birey ve toplum üzerine yöneltilmiş saldırı olarak görmektedir. Seyirlik medyanın saldırısı iki yanlıdır: “(...) *bir yandan baskıcı mesajlar saldırısıyla halkı kısaça altına alan ticari medya, diğer yandan da devlet faaliyetinin ayrıntılarını ve boyutlarını demokratik süreçlerden ve halktan gizleyerek siyasal cinayetler ve ihanete suç ortağı olur.*”²¹⁰. Siyasetle ilgisiz birey, medyadaki haberlerle siyasallaşabilecekken, eğlencelik unsurlarla var olan ilgisizliği daha da pekiştirilmektedir. Demokrasiyi bütünlemesi beklenen medya, vatandaşları yoğun bir eğlence kültürüyle siyasetten uzaklaştırarak sistemin demokratik niteliğini düşürmektedir. Chomsky'nin bu görüşleri yapılan araştırmalarla da desteklenmektedir²¹¹.

Medya-keyifsizlik teorisine göre de siyasal sinizmin, siyasal ilgisizlik ve yabancılaşmanın, siyasal kurumlara olan güvensizliğin ve hatta korkunun sorumlusu medyanın siyasetle ilgili negatif tutumudur²¹². Araştırmalar ve teoriler çerçevesinde medyanın, liberal çoğulcuğun ileri sürdüğü gibi farklı kanallardan bilgi akışı işlevini üstlenmekten ziyade, bir eğlence kültürü olarak toplumları siyasetten uzaklaştırma işlevi gördüğü ileri sürülmektedir.

²⁰⁹ Vedel, s.450 Ancak burada önemle vurgulanması gereken nokta, siyaset yapma tarzının değişmesinin yarattığı siyasal katılmanın alışılmış biçimlerindeki azalmanın, siyasal ilgisizleşme olarak algılanabileceğidir. Vedel, bu yanılsamanın, araştırmacıları yanlış yöne sevk ettiği konusunda haklı olarak uyarılmaktadır. Bkz: Vedel, s.451.

²¹⁰ Chomsky, Medya Denetimi, s.8.

²¹¹ Konuyla ilgili çözümler için “Oy Verme Davranışı Üzerinde Medya Etkisi” başlığına bakılabilir.

²¹² Kenneth Newton, “Mass media effects: Mobilization or media malaise?” British Journal of Political Science, 29, 2002., ss.579-580.

Sartori ise medyayı bir bütün olarak ele almak yerine siyasal ilgisizleşmeyi yaratan unsuru televizyonda aramaktadır: “Televizyon bir güç olarak ortaya çıkmasına kadar, insanlar politika ve uluslar arası ilişkiler ile ilgili haberlerle ilgileniyorlardı ve gazeteler de bu ilgiyi besleyecek yayınlar yapıyorlardı. Oysa bu ilgi günümüzde giderek azalmaktadır. Bunun suçu izleyicide değil, halkın ilgi ve merakını söndüren görsel politikada aranmalıdır.”²¹³ Sartori aynı zamanda televizyonun, *homo sapiens*'in soyut düşünme becerisini gerileterek günümüz, “gören insanını” (*homo videns*) yarattığını belirtir. “Gören insanın” dünyasında soyut düşünme becerisi gerilemiştir ve kararları da görme duyusu aracılığıyla elde ettiği verilere odaklanmıştır. Fotoğraflarda mitinglerin kalabalık görünen tarafından resmin alınması, pazarlanmak istenen bir liderin aşağıdan yukarıya doğru, geriletmek istenen liderinse yukarıdan aşağıya doğru resimlenmesi, daha uzun ve sık haber ya da daha az haber yapma gibi teknikler “gören insan” üzerinde oldukça etkilidir. McQuail de medya çağında artık görünüş, eylemin önüne geçmektedir²¹⁴.

Medyanın, bireyin siyasallaşma sürecindeki etkisi, aile, eğitim, yakın çevre ve kanaat önderlerin etkisinden bağımsız olmadığı gibi, depolitizasyon şeklindeki etkisi de bağımsız değildir. Bu durumda medyanın ne zaman hangi yönde etkide bulunduğu ayrıntılı uygulamalarla ortaya çıkartılabilecek noktalardır.

2.1.2. Medyanın Susturucu Etkisi

19. yüzyıl başlarında Tocqueville'in Amerika'da çoğunluğun görüşünün bu görüşü paylaşmayan ya da henüz düşünme aşamasında olan bireyler üzerindeki baskıcı etkisini şu şekilde değerlendirmiştir;

*Amerika'da çoğunluk, düşüncenin etrafına korkunç bir çerçeve çizer. Bu sınırların içinde özgürdür, fakat dışarı çıkmaya cesaret ederse, felakete uğrar. (...) Fikirlerini açıklamadan önce taraftarları olduğunu sanırken, açıkladıktan sonra artık hiç kimsenin kalmadığını anlar. Zira kendisini ayıplar, yüksek sesle konuşurken, kendisi gibi düşünenler, aynı cesarete sahip olmadıklarından susar ve uzaklaşırlar. Nihayet boyun eğer. Sanki hakikati söylemiş olmaktan vicdan azabı çekmektedir*²¹⁵.

²¹³ Sartori, Görmenin..., s.68.

²¹⁴ Denis McQuail, “Media and Politics: The Role of Research”, Medya ve Siyaset Sempozyumu Kitabı Cilt II, 15-17 Kasım 2007, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi, İzmir, s.XXVII.

²¹⁵ Tocqueville, ss.101-102.

19. yüzyıldan bu yana medyanın sesi, kitleselleştiği oranda yükselmiş, birey üzerindeki “çoğunluğun gücü” de o oranda artmıştır. Medyanın burada aktarılan birey üzerindeki susturucu etkisi, Noelle-Neuman’ın “suskunluk sarmalı” kuramıyla birlikte bilimsel bir çerçeve bulmuştur. Kurama göre, insanlar tahminler ve değerlendirmelerde bulunmalarını sağlayan istatistiksel bir yetiye sahiptirler. Bu yeti sayesinde bireyler görüşlerinin toplumun geneliyle uyumlu olduğunu düşündüklerinde, bunu açığa vurma eğilimindeyken, toplumun geneliyle zıt görüşte olduğunu düşündüklerinde de gizleme eğiliminde oldukları ileri sürülmektedir²¹⁶. Kuram bireyin toplumun ortak uzlaşmasının dışına çıkması durumunda karşılaşılabileceği dışlanma korkusuna sahip oldukları düşüncesine dayanmaktadır. Noelle-Neumann suskunluk sarmalı dışında iki farklı grubu değerlendirmektedir: Bu gruplardan biri, dışlanma korkusu duymayanlardır ki bu grup aynı zamanda toplumu değiştirme olanağına sahiptirler²¹⁷. Sosyal ilişkileri ya da belirli düşünce kalıplarını değiştirmeye çalışan reformcular, düşmanlık görecekları bir kamuoyunu göze alsalar da karşılaştıkları düşmanlığın onlara acı vereceğini belirtilmektedir.

Noelle-Neumann bir diğer grubu da “sert çekirdek” kavramıyla tanımlamakta ve bu kişilerin geçmişteki değerlere bağlı olduklarını vurgulamaktadır: “(...) *bunlar artakalanlar, eski değerlere tutunan ve dönemlerindeki dışlanmaya katlanan insanlardır.*”²¹⁸. Her iki grup da “çoğunlukta” şeklindeki sunuma karşı düşüncelerine sahip çıkıp yüksek sesle bunları dile getirmekte ve yine bundan ötürü toplum tarafından ve çoğunlukla medya aracılığıyla cezalandırılmaktadır. Bu kişiler McLuhan tarafından, “(...) *algımıza derinlik kazandıran anti-sosyal eğilimli ve çoğu uyumsuz kişilerdir.*” şeklinde betimlenir: “[Bu kişiler] *toplumun genel geçer anlayış ve eğilimlerine pek katılmazlar. (...) Yüzeyin altını görebilme, ortama kapılıp gitmeme konusundaki bu anti-sosyal yeti, 'kral çıplak'*²¹⁹ *diye bilinen ünlü öyküde vurgulanmıştır.*”²²⁰.

Temelde demokrasiler fikir ve ifade özgürlüğüne dayanmasına rağmen, çoğunluluğun mutlak hâkimiyeti altında ezilen bireylerin ifade hürriyetinden söz

²¹⁶ Noelle-Neumann, Kamuoyu..., s.234

²¹⁷ Noelle-Neumann, Kamuoyu..., s.163.

²¹⁸ Noelle-Neumann, Kamuoyu..., s.248.

²¹⁹ Hikâyede bunu dile getiren bir çocuktur; öğrenilmiş davranış kalıpları, ön yargıları, tecrit edilme gibi endişeleri yoktur. Böylece, sözlerinden dolayı cezalandırılmayacak bir kişidir. Ayrıca çocuk da dile getirmenin olası ağır bedelinin de tehdidini algılamadan konuşmaktadır. Bu şekilde “çocuk” ve davranışı, “sosyal uyumun” baskısının ve açıkça konuşmanın olası cezasının algılanmadığı durumun simgeleşmesidir. Doğrunun susan sesi bir kez yükseldiğinde suskunluk sarmalı da kırılmıştır.

²²⁰ McLuhan, Yaradığımız Medya, s.90.

etmek imkânsız hale gelmektedir. Tocqueville bu durumu şu sözleriyle tekrar doğrulamaktadır:

Aristokrasilerde insanlar birey olarak daha güçlüdür, çoğunluğa ters düşüklerinde kendi çevrelerinde birbirlerini destekler ve avuturlar. Demokrasilerde ise (...) çoğunluğun dışında yaşamak, yaşamamak gibidir. Çoğunluğun kendisi gibi düşünmeyenlere baskı yapmak için yasalara ihtiyacı yoktur, onaylamaması kişileri yalnızlığa ve umutsuzluğa itmek için yeterlidir²²¹.

Bireylerin *demokratik bir ortamda*, ne zaman; ne hakkında; ne yönde ifadelerde bulunacakları çoğu kez medya tarafından dile getirilmektedir. Bu sınırların dışına çıkılması durumunda neler olabileceği de medya tarafından *teşhir direğinde* zaman zaman örneklendirilmektedir. “*Dışlanma tehdidi, dışlanma korkusu, kanaat ortamının sürekli gözlemlenmesi ve güç ilişkilerine dair yürütülenler tahminler konuşma ve susma eğilimini belirler.*”²²² Böylece kamuoyuna aracılık eden medya, çoğunluğun sesi olarak aktardığı görüşleriyle bireyin ya bu fikre katılmasını ya da susmasını öğütlemektedir.

2.1.3. Oy Verme Davranışı Üzerinde Medya Etkisi

Bireyler, medya aracılığı ile aldıkları bilgileri çevre ile uyumu sağlamak amacıyla tarar ve ayıklarlar. Yeni ya da karşıt fikirler karşısında, kendilerine akış sağlayan medya aracına yönelik algılamalarını değiştirebilirler ya da kaynağı, kendi düşüncelerinden daha güvenilir bularak mevcut siyasal tutum ve davranışlarını bu yeni duruma adapte edebilirler²²³. Böylece “güvenilir” bir imaja sahip medya, siyasetçiler ve seçmenler arasındaki iletişimi düzenleyerek, bireylerin siyasal tercihleri üzerinde doğrudan bir etkide bulunma olanağına sahip hale gelmektedir.

Yapılan bir araştırma sonuçları doğrultusunda, gazete okumanın oy verme davranışı üzerinde, siyasetle daha az ilgili kişiler üzerinde bile önemli bir etkisinin bulunduğunu saptanmıştır. Buna karşın, aynı araştırmaya göre televizyon seyircisi olmanın oy verme üzerine önemli bir etkisi yoktur. Araştırmacılar, bu konuyu içerikle birlikte değerlendirdiklerinde şu sonuca varmışlardır: Gazetede ya da televizyonda

²²¹ Tocqueville, ss.234.

²²² Noelle-Neumann, Kamuoyu..., s.250.

²²³ Cuilenburg Van J.J. ve En Noomen G.W. Communicatie Wetenschap. Muiderberg, Dick Coutinho, 1984'den aktaran Denis McQuail, İletişim Modelleri, Kitle İletişim Çalışmalarında, Çev. Konca Yumlu, İmge Yay. Ankara:1997, ss.50-51. Bu durum eğitim seviyesiyle ters orantılı olarak gerçekleşmekte, eğitim arttıkça bireyler kendi siyasal tercihleri doğrultusunda medya tercihlerini oluşturmaktadır.

eğlence içerikli ağırlıklı okumaların veya izlemelerin oy verme davranışı üzerinde azaltıcı etkisi bulunurken, haber ağırlıklı okumaların veya izlemelerin arttırıcı etkisini saptamışlardır²²⁴. Bu durum, bir önceki sonuçla birlikte değerlendirildiğinde, televizyonun salt oy verme davranışı şeklinde bile olsa siyasal katılmadan uzaklaştırdığına işaret etmektedir.

Aynı araştırma sonunda, gazetelerde haberleri okumanın, siyasetle çok ilgili bireylerin oy verme davranışı üzerindeki etkisi sifıra yakınken, gazetelerin haberleri, ancak siyasetle ilgisiz bireylerin oy verme davranışı üzerinde oldukça önemli ve olumlu bir etkisi olduğu sonucuna varmışlardır. Televizyon eğlencesinin, siyasetle az ilgili bireyler üzerinde önemli bir şekilde olumsuz yönde etkisi olduğu da bir başka bulgudur. Ancak bu durum siyasetle çok ilgili bireylerin oy verme davranışı üzerinde yine anlamlı bir etki yaratmamaktadır²²⁵.

Peer ve arkadaşlarının yaptığı çalışmanın sonucu, medya kullanım alışkanlıklarının, siyasetle az veya çok ilgili bireylerin, oy verme davranışına etkisi bağlamında aşağıdaki gibi tablolastırılabilir;

Tablo 2: Peer'in Araştırma Özeti

	Siyasetle Az İlgili Birey	Siyasetle Çok ilgili Birey
Genel Olarak Gazete Okuma	Olumlu Etkili	Olumlu Etkili
Genel Olarak TV İzleme	Etkisiz	Etkisiz
Gazetede Eğlence Takip Etme	Azaltıcı Etkili	Azaltıcı Etkili
Televizyonda Eğlence İzleme	Azaltıcı Etkili	Azaltıcı az Etkili
TV'de Haberleri İzleme	Artıcı Etkili	Az etkili
Gazetede Haberleri Okuma	Arttırıcı Etkili	Az etkili

Tablonun oluşturulmasında kullanılan kaynak: Limor Peer , Edward C. Malthouse & Bobby J. Calder.; "Estimating The Effect Of News Media Consumption On Political Participation" Paper presented at the 2003 Annual Meeting of the APSA, Philadelphia, PA, August 27-31, 2003.

Medya bireylerin oy verme davranışında olumlu bir etkide bulunabilmesi için bireyin sosyo-ekonomik, demografik vb. özellikleriyle bağlantılı olarak siyasetle ilgili bir birey olması beklenmektedir. Siyasetle az ilgilenen birey üzerinde medyanın etkisi, oy verme davranışına katılım bakımından daha da olumsuz yönde olmaktadır.

²²⁴ Peer vd. s.9.

²²⁵ Araştırmada gazete eğlencesinin daha az kentleşmiş bölgelerdeki bireylerin oy verme davranışı üzerinde önemli derecede olumsuz bir etkisi bulunmakta ve bu etki, kentleştikçe olumsuz yönde artmaktadır. Böylece, gazetelerdeki eğlence içerikli ağırlıklı okumaların, kentleşmiş bölgelerde, daha az kentleşmiş bölgeler üzerinde olduğundan daha büyük bir negatif etkisi bulunmaktadır. Peer, vd. s.10-12

Sosyo-ekonomik açıdan değerlendirildiğinde günümüzde “(...) özellikle televizyonun mesajları sosyo-ekonomik açıdan yüksek sınıflardaki, daha eğitilmiş olup dış uyarıcılara- hatırlatıcılara gereksinim duymaksızın oy verebilen bireylere daha düzensiz ve oransız olarak ulaşmaktadır.”²²⁶. Televizyonun, daha alt sınıflardaki bireyler üzerinde bilgi artırıcı etkide bulunduğu da bilinenler arasındadır.

2.1.4. Medyanın Birleştirici/Bütünleştirici ya da Ayırıştırıcı/Bölücü Etkisi

Medyanın en temel fonksiyonuna bakıldığında bunun uzaktan iletişim kurmak olduğu görülecektir. Benzer bir şekilde Tocqueville’e göre de o dönemin en yaygın medyasından bahsederek “(...) gazeteden başka hiçbir şey, aynı adına aynı düşüncüyü yüz binlere ulaştıramaz.”²²⁷ demektedir. Uzaktan iletişim kurmak, “(...) aynı zamanda mekân ve zamanın buyruğundan kurtulmak, bilgilerin ortaklaşmasını sağlamak, bir de bu bilgilere bağlı pratikleri ve modelleri yeniden örgütlemek demektir.”²²⁸. Söz konusu model ve pratiklerin sürekli yeniden örgütlenişi de toplumun siyasal ve kültürel yapısında dönüşümlere yol açmaktadır.

McLuhan’ın, Tocqueville’in söylemlerini birkaç adım ileri götürerek oluşturduğu “küresel köy” kuramını bireylerin elektronik medyanın insanlığı yeniden birleştirdiği saptaması üzerine oturmaktadır. McLuhan’a göre, “*Global Köy’ün insanları özellikle Batı dışındakiler, 1980’den beri elektronik medyanın haber, hayal ve imaj dünyasının içine kitleler halinde atılmışlardır.*”²²⁹. Kuram, birçok iletişim uzmanı tarafından eleştirilmesine rağmen, kitle iletişim araçlarının yaygınlığı ve kullanılabilirliği, medyanın birleştirici yönüne katkıda bulunmakta olduğunu ve *küresel köy* olgusunu pekiştirdiğini ileri sürmek, yanlış olmayacaktır.

Ancak Castells, *küresel köy* olgusunun birleştirici gücünden ziyade ayırıştırıcılığına inanmaktadır. “*Medya gerçekten de küresel olarak birbiriyle bağlantılı bir hale gelmiş olmasına ve programların ve mesajların küresel ağda yayılmasına rağmen, bizler küresel bir köyde yaşamıyoruz, küresel olarak üretilmiş,*

²²⁶ William A. Glaser, “Television and Voting Turnout”, The Public Opinion Quarterly, Vol. 29, No. 1. (Spring, 1965), ss. 85-86.

²²⁷ Tocqueville, s.176.

²²⁸ Barbier vd. s.7.

²²⁹ Ünsal Çiğ, “George Gerbner’in Kuramlarına Giriş”, Kadife Karanlık 2, İstanbul: Su yayınları, 2006, s.17-18. Ayrıca bkz: Marshall McLuhan & Bruce R. Powers, The Global Village, Transformations in World Life and Media in the 21st Century, Oxford University Press, 1989.

*yerel olarak dağıtılmış, müşteriye özel kulübelerde yaşamaktayız.”²³⁰ Dolayısıyla Castells için küresel köy algısı yanıltıcı bir söylemin ürünüdür. Küresel olan, ürünler ve mesajlardır. Bu ürünler insanları ayrıştırmakta ve şahsa özel mesajların ve ürünlerin tüketicisi konumuna indirmektedir. Ancak Castells’in söylemi bundan daha fazlasını içermektedir. Ona göre özellikle yeni medya teknolojileri bireyler arasında ağ örerek alternatif katılım yolları ve organizasyon olanakları yaratmaktadır. Virilio da medyanın ekranlar aracılığıyla pencere-evleri (*windowhouses*), apartmanlar, köyler medya mega-şehirleri (*media megacities*) yarattığını ileri sürer. “Bu şehirler mantığa aykırı bir biçimde, birbirinden uzak bireyleri standartlaştırılmış fikirler ve davranışlar etrafında bir araya getirmektedir.”²³¹.*

Medya, tek tek bireyleri bir araya getirip harekete geçirdiği konusunda sağlam kanıtlar bulunmaktadır. Birleşme, Tocqueville’in daha önceki söylediklerini de göz önüne alınarak denilebilir ki iktidarın, çoğunluğun izin verdiği ve konuya olan hassasiyeti oranında gerçekleşebilir.

Konuyu Türkiye bağlamında değerlendiren Kılıçbay’a göre, “(...) *ancak bir kısım kanaat bütünlerinin yaygın ve geçerli nitelikleri, medyanın bu yöndeki gayreti sonucu ortaya çıkmaktadır. Olaya bu açıdan bakıldığında, medya çoğulcu ve çoğullaşmış bir toplum yerine, tekdüze ve benzeşen bir toplum yaratma çabalarına katkıda bulunmaktadır.*”²³².

Medyanın birleştirici/bütünleştirici etkisi bazen tam tersi yönde işleyebilmektedir. Tichenor bu durumu bireyler arasındaki farklarla açıklamaktadır. “*Bir toplumda farklı grupların iletişim potansiyelleri -bireylerin ve toplulukların sosyo-ekonomik, demografik ve karakteristik farklılıkları- arasında sistematik farklar varsa, medyanın bu rolünü tartışmalı hale getirebilecek bir durum olarak çeşitli konularda ve önem derecelerinde enformasyon gedikleri ortaya çıkacaktır.*”²³³

Tichenor, bireylerin bilgi edinim süreci sırasında meydana gelebilecek büyük gediklerin sosyal değişimlere yol açabileceğini, eğitilmiş ve üst düzey bireylerle

²³⁰ Manuel Castells, *The Information Age: Economy, Society, and Culture: Volume I, The Rise of the Network Society*, Blackwell, 1996, s.370.

²³¹ Paul Virilio, *The Vision Machine*, Indiana University Press, 1994, s.65.

²³² Mehmet Ali Kılıçbay, “Medium Size Media”, *Türkiye Günlüğü* 24/ Güz 1993. s.20.

²³³ Phillip J. Tichenor; George. A. Donohue; Clarice N. Olien, “Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge”, *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 34, No. 2. (Summer, 1970), s.159

olacak iletişim aracılığıyla bu boşlukların doldurulabileceğini de vurgulamıştır. Böylece, medya birleştirici/bütünleştirici rolünden ziyade, ayrıştırıcı bir rol oynadığı gözlemlenir. Ancak teoriye göre “(...) *gediklerin kapanması da yine medya eliyle gerçekleşecektir.*”²³⁴. Habermas’ın “iletişimsel eylem” kuramını çağrıştıran bu teoride önemli olanın sosyo-ekonomik özellikler değil, bireylerin konuya duyduğu ilgi olduğu belirtilmektedir. Ancak bireylerin konuya duyduğu ilginin sosyo-ekonomik özellikler çerçevesinde değiştiği ve geliştiği de önemli bir ayrıntı olarak kalmaktadır. Nitekim Tilly de son 50 yıllardır ve özellikle uluslararası düzeyde, farklılıkların medya, finansal sermaye, bilimsel teknik bilgi üzerine şekillenerek gittikçe artan bir eşitsizlik kaynağı olduğunu belirtmektedir.²³⁵

McLuhan’a göre de matbaa teknolojisi, kamuyu yaratmıştır. “*Kamu, her biri ayrı ayrı, kişisel, sabit bakış açısına sahip kimseler olarak ortada dolaşan ayrı ayrı insanlardan oluşur. Yeni teknoloji, bu konumu, bu ayrı ayrı bakışları lüks saymakta; bunları bir kenara bırakmamızı istemektedir.*”²³⁶ Medyanın birleştirici/bütünleştirici etkisini yaratabilmesi için kullandığı araçların başında kamuoyu yoklamaları gelirken, bu süreçte kullandığı teknik de çoğunlukla kamuoyu manipülasyonu olmaktadır.

2.1.5. Sosyal Hareketler Üzerine Medya Etkisi

Önceki bölümde ele alındığı üzere oy verme davranışı demokrasi teorisi bakımından en ilkel ama tabii ki olmazsa olmaz bir katılım biçimidir. Diğer siyasal katılma yolları arasında yer alan sosyal hareketlere katılım noktasında medyanın etkisinin varlığını sorgulamak, özellikle kitle toplumları açısından gereksiz bir uğraşıdır. Ancak asıl soru bu etkinin boyutu ve yönü üzerinde yoğunlaşmaktadır. Birey, medyanın etkisi bağlamında sosyal hareketlere katılmakta mıdır, yoksa çekinmekte ve hatta vazgeçmekte midir?

Yukarıdaki sorulara akademisyenlerin verdiği yanıtlar, okuyucuları birbirinden farklı sonuçlara götürmektedir. Örneğin Castells, özellikle yeni medya teknolojilerinin alternatif katılım yolları yarattığını ileri sürmektedir. Ona göre, yeni medya teknolojileriyle örülmüş bu yeni dünyada, sosyal hareketler de parçalanmaya, yerelleşmeye, tek-bir-konu odaklı ve kısa ömürlü, ya iç dünyalarıyla sınırlandırılmış

²³⁴ B.K.L. Genova; Bradley S. Greenberg, “Interests in News and the Knowledge Gap”, *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 43, No. 1. (Spring, 1979), ss. 79-91.

²³⁵ Charles Tilly, “Changing Forms of Inequality”, *Sociological Theory*, Vol.21, No.1 (2003), s.35..

²³⁶ McLuhan, *Yaradığımız Medya*, s.68

ya da bir medya sembolüyle alevlendirilmiş olmaya meyillidir: “*Kontrolsüz, kafa karıştırıcı değişimin böylesi bir dünyasında insanlar da birincil kimlikler etrafında yeniden-gruplaşmaya meyillidirler. Bu kimlikler: dini, etnik, bölgesel, ulusaldır.*”²³⁷ .

Öte yandan Tilly, sosyal hareketlerin, gücü elinde bulunduranlara karşı sürekli bir meydan okuma biçimi olduğunu vurgulayarak, onların tekrarlanan kamu görünüşleri olduğunu ileri sürer²³⁸. Bu çerçevede bireylerin siyasal organizasyon ve sosyal hareketlere katılıp katılmama kararını da ne yaptıkları üzerinden değil de neye inandıkları üzerinden vermektedir. Yeni medya teknolojileri de bu süreçte doğrudan katılma ya da katılmama yolunda etkilemekten ziyade zaten katılma kararı bulunan bireyler arasında daha etkin organizasyon olanağı yaratarak sürece etkiye bulunmaktadır.

Smith vd.lerinin²³⁹ belirttiği üzere, sosyal hareketlerin amacı medyanın dikkatini çekerek belli problemlere yönelik, kamuoyunu ve siyasal iktidarı duyarlı hale getirmektir. Bu doğrultuda Lipsky, 1968 tarihli makalesinde²⁴⁰ protestocuların başarılı olabilmesi için belli hedefler sıralamıştır: İlk etapta benzer düşüncülere sahip kişileri, grubun fikirleri ve eylemleri doğrultusunda bilgilendirerek kazanmalı, ikinci aşamada, kamuya yönelik medya aracılığıyla açıklamalarını maksimize etmek için amaçlarını netleştirmeli, stratejiler geliştirmeli; siyasal çatışmalardaki, taraf dışı grupların etkinliğini maksimize etmeli; başarı şansını maksimize etmelidir

Lipsky, medyanın, protestoların amacını önemsemediği durumlarda ya da üstün körü geçildiği durumlarda, protestoların başarılı olması da mümkün olmadığını belirtir. “*Ormanda bir ağacın düştüğünün duyulmadığı durumda olduğu gibi, algılanmadığı ve yansıtılmadığı sürece ortada bir protesto da yoktur.*”²⁴¹ Öte yandan Lipsky, medya tarafından haber yapılmaya değer görülen protestoların sadece konu değil, doğrudan protestocular üzerinde de etkili olduğunu söyler. Siyasal alanda

²³⁷ Castells, s.3.

²³⁸ Charles Tilly, “Social Movements and (All Sorts of) Other Political Interactions - Local, National, and International - Including Identities”, Theory and Society, Vol. 27, No. 4, Special Issue on Interpreting Historical Change at the End of the Twentieth Century (Aug., 1998), Springer, s.469.

²³⁹ Jackie Smith, John McCarthy, Clark McPhail & Boguslaw Augustyn, “From Protest to Agenda Building: Description Bias in Media Coverage of Protest Events in Washington”, Social Force 79:4., June 1, 2001 ss.1397-1423.

²⁴⁰ Michael Lipsky. "Protest as a Political Resource." American Political Science Review 62: 1968, ss.1144-11 58.

²⁴¹ Lipsky, s.1151.

haber yapılmaya değer olmanın verdiği konfor ile medyayı şekillendiren bireylerin önyargıları ve istekleri, oldukça sert liderlik özellikleri ortaya koymaktadır.

Medya ve sosyal arasındaki ilişkiyi irdeleyen Smith ve arkadaşlarının çalışmaları sonucunda elde ettikleri veriler, sosyal hareketlerin medyada yer bulma amacına ulaştıkları durumlarda bile, medyanın bu hareketlerin etkisini nötrleştirdiğini ve hareketlerin gündemini küçümseyerek haber yaptığı yolundaki iddiayı desteklemektedir²⁴². Medyanın ve sosyal hareketin konusu ve amacı arasındaki çıkar çatışması, medyanın bu konuya yer vermesini ya da veriş şeklini doğrudan etkileyebilmektedir. Smith vd., bu konuya örnek olarak 60'lı yıllarda öğrenci hareketlerin doğrudan ekonomik sisteme yönelmesine karşın, bu hareketleri topluma duyuracak olan medya araçlarının, yine mevcut ekonomik sistemden beslenen şirketlere ait olması nedeniyle ortaya çıkan çıkar çatışmasını örnek vermektedir²⁴³. Öte yandan medya ve sosyal hareketler ile bu hareketlerin siyasal liderler arasından "gündemi belirleme" ve "gündemi oluşturma" amaçları birbiriyle çakışmaktadır. Diğer bir deyişle, her iki grup da kamuoyunun sadece "ne" hakkında değil, aynı zamanda "nasıl" düşünmesi gerektiğini belirlemeyi amaçlamaktadır. Örtüşen söylemlerin hareketleri daha geniş haber alanı bulurken, çakışan söylemlerin hareketleri, habere değer bulunmamakta ya da belli bir editöryal çerçevede küçümsenerek, etkisi azımsanarak haber yapılmaktadır. Bu noktada Smith vd. şu tespitte bulunmuşlardır: "*Bir protesto eylemi medya dikkati çektiğinde, protestocular, sosyal hareketi beledikleri şekilde haber yapmadığı için medyayı sıklıkla suçlamaktadır.*"²⁴⁴.

Yakın zamanda yapılan bir araştırma²⁴⁵, medyanın kamusal alandaki sosyal hareketleri hızlandırdığı durumlar ile bu hareketleri görmezden geldiği durumlar üzerine gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmaya göre, medya, bu hareketleri haber yapmasıyla beraber, sosyal hareketin daha çok katılımcıya ulaşmasını sağlaması açısından can alıcı bir öneme sahiptir. Ancak çalışma göstermiş ki medya, bazı sosyal hareketlere fazlasıyla yer veriyorken bazı sosyal hareketlere de hiç yer vermeyebilmektedir. Araştırmayı yürüten Barker, bu farklılıkla ilgili varsayımlar geliştirmiştir. Bunlardan en önemlisi medya holdingleri ile ilgilidir. Neo-liberal

²⁴² Smith vd., s.1398.

²⁴³ Smith vd., s.1399.

²⁴⁴ Smith vd., s.1401.

²⁴⁵ Michael Barker, "Mass Media and Social Movements; A Critical Examination of the Relation Between the Mainstream Media and Social Movements", Global Research, Nisan 2008, Erişim: <http://www.globalresearch.ca/index.php?context=va&aid=8761> (11.12.2009)

ekonomi politikaları, medya kartellerinin gücünün artışı kolaylaştırmaktadır ve bu da aynı zamanda toplumun çoğunluğunun anlamlı medya politikalarının oluşturulması sürecinde tecrit edilmelerine hizmet etmektedir. Medya kartelleri de konuyla olan mesafelerine göre haber yapmakta ya da yapmamaktadır. Hatta Barker, sosyal hareketin meydan okuduğu gruplar arasında medyanın da bulunabileceği gerekçesiyle de haber yapılmadığını ileri sürmektedir.

Sosyal hareketler ile medya arasında bir tür işlev paylaşımı üzerine çıkar çatışması yaşanır. Sosyal hareketler, ilgili kamuoyunu temsil etmektedir ve kamunun sözcülüğünü yapar. Ancak medya söylemi de “halk, ...‘bunu konuşuyor’, ...‘bunu istiyor’, ...‘bunu düşünüyor” kanıtları üzerine kuruludur. Medyanın sosyal hareketlerle karşı karşıya kaldığı durumda, “kendi söylemi ile uyum içinde olanlar doğal olarak kendilerine sütunlarda yer bulabilecektir. Ancak medyanın söyleminin dışına çıkanlar ise yer bulamadıkları gibi, bu kişiler gibi düşünebilecek bireylere ulaşma ve hareketin büyümesi şansını da yitirecektir.

Sosyal hareketlerin medyaya üç noktada ihtiyacı olduğu belirtilmektedir. Bunlardan biri harekete geçirme, diğeri geçerlilik ve son olarak da kapsam genişletilmesidir. Wolsfield'e göre medyada yer alacak bir sosyal hareket, bireylerin seslerini yeterince yükseltebileceği ve bir şeyleri değiştirebileceği inancı vererek harekete geçirmektedir. Virilio'nun da belirttiği gibi, medyada yer almayan bir siyasal gelişmenin, aktörün hareketi olmamış gibi farz edilebilir. Medyada yer alan bir sosyal hareket statü ve haber niteliği ile önemli bir siyasal aktör niteliği ile geçerlilik kazanır. Bu hareketlerin önemli bir güç olabilmesi için sayısal olarak da güçlü olması gerekir ki bunu medyanın iletişimsel gücünden yararlanarak yapabilir.

Sosyal hareketlerin medya ile ilgili bağımlılıkları doğrultusunda, medyanın önemli bir avantajı elinde tuttuğu görülmektedir. Bu da bireylerin alternatif katılma yollarının hangisinin açık, hangisinin geçerli, hangisinin gereksiz olduğu noktasında göreceli olarak da olsa yönlendirebilme yetisidir.

2.1.6. Kamuoyu Yoklamalarının Etkisi

Kamuoyu yoklamaları, kamuyu oluşturan bireylerin belli bir konuyla ilgili anket, mülakat gibi teknikler aracılığıyla görüşlerinin alınarak, istatistik teknikleri yardımıyla matematiksel ifadelerle dönüştürülmesi sürecidir. Kamuoyu yoklamaları

sonuçlarının medya aracılığıyla kitlelere ulaştırılmasının, bizzat kamuoyunun kendisini değiştirdiği iddiası, bu yoklamalara manipülasyon gücü kazandırmaktadır. Kamuoyu yoklamaları, kitlelerin fikrini matematiksel ifadelerle medya aracılığıyla yaymakta ve farklı düşünceleri tek tipleştirmektedir. Bu süreçte Bando-vagonu olgusu ayrı bir öneme sahiptir. “Bando-vagonu”²⁴⁶ un, çoğu kişinin düşündüğünün doğru ya da geçerli olduğunu ileri sürülmesi şeklinde gerçekleşen bir yanıltmaca olan olduğu yukarıdaki bölümde değinilmiştir.

“Bando-vagonu” kavramı, sirkte bando taşıyan bir karavanın gösteri amaçlı siyasal kampanyalarda boy göstermesi suretiyle siyasal hayata ve teoriye giriş yapmıştır. Daha sonra, insanların kazanan ya da güçlü olduğu için başarılı olan partiyle ilişki kurmak istediklerinde bu durum, o kişi ya da partinin “Bando-vagonuna” katılmak istemeleri şeklinde sembolize edilmiştir. *Bando-vagonu etkisi* çoğunluğun fikri ya da kazanma ihtimali olan kişi/parti hakkındaki bilginin, aslında aynı şekilde düşünmeyen insanlar tarafından kabul edilmesi olarak tanımlanmaktadır²⁴⁷.

Bando-vagonu etkisinin siyasal hayattaki pratiği, bireylerin siyasal parti/adaylarla ilgili genel kaniya, kamuoyuna ait fikrinin doğruluğuna (kamuoyu o şekilde düşündüğü için) inanması ve aynı doğrultuda oy vermesi şeklinde ortaya çıkmaktadır. İşte bu noktada kamuoyu yoklamaları önem kazanmaktadır. “Eğer bireyler kazanmasını bekledikleri bir aday için, kaybetmelerini bekledikleri bir adaydan daha çok oy vermeye daha meyilli iseler ‘Bando-vagonu’ etkisinden, tersi durumda da ‘Mazlum etkisinden’ (Underdog effect)²⁴⁸ bahsedilmektedir.”²⁴⁹ *Bando-vagonu etkisi*, manipülasyon güden kamuoyu anketlerinin amacı iken, *Mazlum etkisi* beklenmeyen sonucu olarak değerlendirilmelidir. “Ne kadar çok kamuoyu yoklaması

²⁴⁶ Diğer bir yanıltmaca tipi olan “Snob Appeal, “Birey ve Medya” başlığı altına ele alınmıştır. Lander University, “Introduction to Logic”, Erişim: <http://philosophy.lander.edu/logic/popular.html>, (10.07.2007)

²⁴⁷ Ayrıca bkz: Catherine Marsh, “Back On The Bandwagon: The Effect Of Opinion Polls On Public Opinion”, *British Journal Of Political Science*, Vol. 15, No. 1. (Jan., 1985), ss 51-74.

²⁴⁸ Underdog kelimesi İngilizce’de, mazlum, haksızlığa uğrayan, bir müsabakada kaybedeceği düşünülen kimse/grup anlamına gelmektedir. “Mazlum” tarafını destekleme, bireyler kaybetmesini bekledikleri bir aday için, kazanmasını bekledikleri bir adaydan daha çok oy vermeye daha meyilli olmaları durumudur. Ayrıca bkz. Stephen J. Ceci & Edward L. Kain; “Jumping on the Bandwagon With the Underdog: The Impact of Attitude Polls on Polling Behavior”, *The Public Opinion Quarterly*, Vol.46, No.2 (Summer, 1982), ss.228-242.

²⁴⁹ Herbert A. Simon, “Bandwagon and Underdog Effects and the Possibility of Election Predictions”, *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 18, No. 3. (Autumn, 1954), ds.245-246, Bando-vagonu ve Mazlum etkileri için ayrıca bakınız: Richard Henshel & William Johnston, “The Emerge Of Bandwagon Effects: A Theory”, *The Sociological Quarterly*, Volume 28, No:4, 1987.

olursa, etkinin de o kadar güçlü olması beklenir.”²⁵⁰ Bugün Amerikan seçim gerçeğine bakıldığında, çok sayıda parti olmasına rağmen asıl yarış iki parti arasında gerçekleşmektedir ki bunun gelişiminde yaklaşık bir asırdır bilimsel temellere dayanarak gerçekleştirilen kamuoyu yoklamalarının etkisi olduğu düşünülmektedir. “Daha çok Bando-vagonu etkisi oldukça, kamuoyu yoklamalarının kazanan-kaybeden dengesi daha çok doğruya yaklaşmaktadır. Belli bir süreçte, kamuoyu yoklama organizasyonunun doğruluğu arttıkça, bir sonraki seçim için prestiji ve güvenilirliği artmaktadır. Güvenilirlik arttıkça da bir sonraki daha büyük Bando-vagonu etkisi ortaya çıkmaktadır.”²⁵¹ Henshel’in burada tespit ettiği durum kartopu etkisine benzetilebilir. Öyle ki, giderek büyüyen etkiyle beraber kamuoyu yoklaması sonucunda zayıf gösterilen diğer bütün görüşler, güçlü görünen görüşler arasında eriyip yok olmaktadır. Bu durum bir sonraki kamuoyu yoklaması ve seçim sonucunda daha da etkili bir şekilde gerçekleşmektedir. “Bando-vagonu etkisinin, bir seçmenin, bir partizanın kazanma ihtimali olan bir adayı desteklemesinden farklı olduğunu da belirtmek gerekmektedir. Bando-vagonu etkisi, “(...) sadece ve basitçe, bir adayın/partinin kazanma potansiyelinden dolayı oy kazanmasıdır.”²⁵² Doğal olarak bu durum kararsız ve merkez seçmenleri²⁵³ üzerinde daha etkilidir. Buna karşın teorinin geçerliliği için milyonlarca kişiler üzerinde uygulama yapılması gerektiğini vurgularken, daha yakın tarihli çalışmalar “Bando-vagonu” ve “Mazlum” etkilerinin ölçülebilir olduğunu göstermiştir²⁵⁴.

Kamuoyu yoklamalarının etkisinin temelinde insanların başkaları gibi davranmaya da ya da başkalarının kendileri gibi davrandığını görmeye ihtiyacı yer almaktadır. Böyle olduğunda da seslerini daha güçlü çıkarmaktadırlar. Bu tespit, “Suskunluk Sarmalı” kuramıyla uyum içerisindedir. Kamuoyu yoklamaları da bireylerin kendilerini çoğunlukta görmeleri durumunda seslerini yükseltmeleri

²⁵⁰ Daniel Katz & Hadley Cantril, “Public Opinion Polls”, Sociometry, Vol. 1, No. 1/2. (Jul. - Oct., 1937), ss.155-156 Ayrıca Pierce, kamu hayatında 50 yılı aşkın bir deneyimin sonucu olarak, en güçlü argümanın “kazanacağıma eminim” olduğunu belirtmektedir. “Onu yenemezsin” düşüncesi, daha çok oy, daha çok destek kazandırmaktadır. Nitekim Pierce’e göre seçmenlerin beşte biri kazanana oy vermeye çalışmaktadır. Ayrıntılı bilgi için bkz: Walter M. Pierce; “Climbing On The Bandwagon”, The Public Opinion Quarterly, Vol. 4, No. 2. (Jun., 1940), ss.241-245.

²⁵¹ Henshel & Johnston ss.493-511

²⁵² Bernard C Hennessy, Public Opinion, Wadsworth Publishing Co, California:1965, s 141.

²⁵³ Duverger “merkez partileri” ile ilgili olarak “sağ” ve “sol” ideolojilerden içerik olarak farklı bir merkez düşüncesinin, bir merkez eğiliminin, bir merkez doktrinin mevcut olmadığını, bunun sağ ve sol ideolojilerin zayıflatılmış, ılımlılaştırılmış bir şekilden ibaret olduğunu” belirtmektedir. Ayrıntılı bilgi için bkz: Maurice Duverger, Siyasal Partiler, Çev.E. Özbudun, 4.b., Bilgi Yay. İstanbul:1993, s.305

²⁵⁴ Simon, & Fleitas. Mazlum ve Bando-vagonu etkileri ve siyasal partiler sistemi arasındaki ilişki için bkz: McAllister, Ian & D.T Studlar, “Bandwagon, Underdog, Or Projection? Opinion Polls And Electoral Choice In Britain, 1979-1987”, The Journal Of Politics, Vol. 53, No. 3. (Aug., 1991), ss.720-741.

konusunda bireyleri cesaretlendirmektedir²⁵⁵. Kamuoyu yoklamalarının aracılığıyla, kamuoyunun tamamen farklı oranlarda sunumu ile bireylerin kendilerini, aslında azınlıkken çoğunlukta; çoğunlukta da azınlıkta algılamaları böylece mümkün olabilmektedir. “Karşılıklı cehalet”²⁵⁶ olarak adlandırılan bu durumda bireyler, karşı görüşte bir direncin yokluğundan ya da ifade edilmemiş olmasından dolayı yanlış bir sosyal dünyada hareket etmektedirler²⁵⁷. Sınırlı ve özel bir alandan elde edilmiş olmasına karşın, çoğunluğun fikri olarak sunulan fikir, kamuoyunun mutlak bir şekilde uzlaştığı fikir şeklinde bir görünüm kazanabilmektedir.

Kamuoyu araştırmalarıyla ilgili bir başka sorun da “(...) *aslında araştırmaların sadece bir konuyla ilgili ne düşündüğünü sorması ancak o konuyla ilgili bir şey bilip bilmediğini netleştirmemesidir.*”²⁵⁸ ve Sartori, sorunun esas kısmının bu olduğunu belirtir. Diğer bir deyişle, denekler o konuda fikri olmasa da o anlık uydurma ya da “olması gerekene en yakın” yanıtlar verebilmektedir. Oysa kamuoyu, daha önce de ifade edildiği üzere kitle içerisindeki dağınık halde olup belirli konularla ilgili fikri bulunan, farklı zamanlardaki aynı ya da farklı bireylerin durumunu ifade etmektedir.

1970’lerde Gallup’tan kamuoyu yoklamalarını satın alıp haber yapmaya başlayan medya, bu izleyen yıllarda kendi kamuoyu araştırmalarını yapıp haber üretme yoluna gittiği görülmektedir²⁵⁹. Yoklamalarının etkinliğinin, medya tarafından kamunun bilgisine sunulması durumunda söz konusu olabildiği gerçeği yanında medyanın haber ihtiyacını karşılayacak bir kaynak olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu bağlamda karşılıklı bir varoluş bağımlılığından söz edilebilir.

Ancak 1980’ler başında seçim dışı dönemde siyasetin ilginçleştirilmesi, değerli bir haber malzemesi haline getirilmesi noktasında kamuoyu yoklamaları için daha da önemli bir işlev bulunmuştur; siyasetin kamuoyu yoklamaları aracılığıyla, seçim dışı dönemde de konuşulabilir hale getirilmesi. Bu noktada kamuoyu

²⁵⁵ Allport bu durumu, sosyal psikolojideki temel şu iki prensibe dayandırmaktadır; “uymacı tutum”- (attitude conformity) ve “sosyal kolaylık” (social facilitation). Allport, Floyd H. “Polls And The Science Of Public Opinion”, The Public Opinion Quarterly, Vol. 4, No. 2. Jun., 1940, s. 250.

²⁵⁶ “Karşılıklı Cahillik”: (Pluristic Ignorance) Terim, ilk kez Ogburn ve Goldenweiser tarafından 1927’de daha sonra da Krech ve Crutchfield tarafından 1948’de kullanılmış olup toplumdaki bir konu ile ilgili olarak bireylerin kamuoyunun fikrinin dağılımıyla ilgili olarak bir tahmin yürüttüklerinde, bu tahminin yanlış olduğu durumlar anlamına gelmektedir. Ayrıca bkz: Richard S. Crutchfield & David Krech Theory and Problems of Social Psychology, McGraw-Hill, New York:1948.

²⁵⁷ James M. Fields & Howard Schuman, “Public Beliefs About the Beliefs of the Public”, The Public Opinion Quarterly, Vol. 40, No. 4. (Winter, 1976-1977), ss. 427-448.

²⁵⁸ Sartori, Görmenin... s.60.

²⁵⁹ Nicholas von Hoffman, “Public Opinion Polls: Newspapers Making Their Own News?”, The Public Opinion Quarterly, Vol. 44, No. 4, Polls and the News Media: A Symposium. (Winter, 1980), s.572.

yoklamaları bir tür *sahte-olay* (pseudoevent)²⁶⁰ olup bu yoklamaları sipariş verenler, oluşturanlar bile bu gerçeği unutup, onun aslında kamuoyunun gerçek sesi olduğuna inanmaktadırlar. Hoffman'a göre kamuoyu yoklamalarının bu yeni işlevi, sadece korkunç bir eğlence yolu değil aynı zamanda haber şirketlerine her günü, seçim günü yapma gücünü verecek tehlikeli bir durumdur²⁶¹.

Medya-editör-kamuoyu yoklamaları üçgeninde ele alındığında konunun önemi daha çok ortaya çıkmaktadır; "*Medya ve kamuoyu yoklamaları etkileşimin odak noktası editördür. Editörün, kamuoyu yoklamasının bütçesinin ne olacağı, sonuçların ne kadarının yayınlanacağı ve konunun ne olacağı üzerine çok kesin bir rolü vardır.*"²⁶². Medyada yayınlanan kamuoyu yoklamalarının sonuçları, örneğin siyasal adaylar için, çoğunlukla araçsal bir anlam taşımakla birlikte, bunların temel amaçları asıl çıkarların kamuoyu tarafından yansıtılan yanlarını "haber" olarak sunmaktır. Editöryal açıdan bazen kamuoyu yoklaması sonucu "çıklarları" yansıtmaz ve bu durumda medya tarafından haber değeri taşımazlar.

Kamuoyu yoklamalarının etkileri konusunda farklı görüşler vardır. Miljan'ın yaptığı araştırmaya göre kamuoyu yoklamalarının sunulmasının, kamunun öğrenme sürecinde önemli bir faktör olmasına rağmen, onun medya raporları ya da en azından kamuoyu yoklamaları tarafından kolayca yönlendirilebileceği korkusunun gereksiz olduğunu vurgulamaktadır. "*Bireyin oyu üzerinde tamamen etkili olmasa bile, toplumdaki daha önce partilerinin kazanmasını ümit etmeyen referans gruplarının görüşlerini katılaştırmasına ve kendilerine cesaret vermesine yardım eder.*"²⁶³ Jeanneney, kamuoyu yoklamalarını "Prokrustes'in Yatağı"²⁶⁴ ile

²⁶⁰ Pseudoevents (Pseudo Events): (Sözde-olaylar): İlk kez 1962'de Daniel J. Boorstin tarafından, "The Image: A guide to Pseudo-events in America" adlı kitabında kullanılmış bir deyimdir. Bir "pseudoevent", halkın dikkatini medya yoluyla bir yöne çekip toplamaktan başka gerçek hayatta herhangi bir fonksiyonu olmayan olaydır. Buna yol açan durumsa insanoğlunun beklentilerinin karşılanamaz boyutta yükseltilmesi ve bunun basın yoluyla -basın için yeniden üretimler yaparak- bir şekilde karşılanmaya çalışılmasıdır. Ralph H. Gabriel, "Review of Daniel J. Boorstin, The Image: Or What Happened to the American Dream", The American Historical Review, Vol.68, No.4. (Jul., 1963), ss.1076-1078.

²⁶¹ Hoffman, s.573

²⁶² Irving Crespi, "Polls as Journalism", The Public Opinion Quarterly, Vol. 44, No. 4, Polls and the News Media: A Symposium. (Winter, 1980), ss. 462-476.

²⁶³ Kanada federal seçimleri sırasında yerel düzeyde gerçekleştirdiği araştırmada Miljan, bir adayla ilgili olarak bu tür bir kamuoyu algı değişimi etkisi tespit etmiştir. Ancak araştırma sonucunda, insanların medya tarafından kolaylıkla istedikleri yöne yöneltilebileceği korkusunun en azından kamuoyu yoklamaları açısından geçerli olmadığını bulmuştur. Miljan'a göre halk kamuoyundaki küçük değişikliklerle kendi çıkarlarını kimin temsil edebileceğine dair inancı arasında ayırım yapabilmektedir. Lydia Miljan, "Reporting of Public Opinion Polls: Results of Local Polling published in the Windsor Star", Paper prepared for the ACPSA Conference, June 2-5, 2005, London Ontario.

²⁶⁴ Procrustes:(Damastes) Haydut ve işkenceci, demirden bir yatağı olan Yunan Mitolojisi karakteridir Gelen geçene, yatağının boyutuna göre işkence ederdi. Eğer kişi çok uzunsa, ayaklarından keserek

karşılaştıracak kadar ileri gitmektedir. Kamuoyu araştırmaları, “(...) *duyguların ve beklentilerin karmaşıklığını basitleştirirler ve onları zorla önceden belirlenen kafeslere yerleştirirler.(...) Bu olgunun en rahatsızlık verici olduğu durum, bir seçimin hemen öncesinde yapılan anketlerdir.*”²⁶⁵. Bir diğer görüşe göre de kamuoyu yoklamaları, seçim yarışının çok yakın değil ancak biraz yakın olduğu durumlarda önemli bir etkisi bulunabilir, çünkü ancak böyle bir durumdayken etki ulaşabilir durumdadır, diğer türlü ise bireye kamuoyu yoklamaları belirsiz ya da karışık gelebilir. Adayların birbirinden çok uzak olduğu durumlarda ise kamuoyu yoklamaları ancak kararsız birkaç kişi üzerinde etkili olabilecektir²⁶⁶.

Kamuoyu yoklamalarının hepsi doğru olarak gerçekleştirilmiş, görüşülmüş olmadığı belirtilmesine rağmen halkın, bir sadakatle onları gözden geçirmekte ve anket formunda yer alan sorulara çoğunluk tarafından verilen karara inandığı ileri süren araştırmalar bulunmaktadır²⁶⁷. Araştırmalar aynı sorunun farklı düzenlenmesi, hedef kitlenin yanıtlarını %20 oranında değiştirebildiğini göstermektedir²⁶⁸. Siyasetçilerin, seçim öncesi kamuoyu yoklamalarını kullanarak karşı tarafı “kaybeden” kendisini “kazanan” ilan edip, seçmenleri yönlendirmeye çalışmakta olduğunu belirtse de Gallup bu tezinin geçerliliğinden kuşkuludur. Ona göre “(...) *kamuoyu yoklamalarının seçim öncesi tahminlerde bir tekeli yoktur. Gazete yorumcularınca, parti lider ve adaylarınca zaten tahminler yapılmaktadır. Ayrıca seçmen her türlü bilgiye ulaşabilir.*”²⁶⁹. Dolayısıyla kendisi de bir kamuoyu araştırma şirketi sahibi olan Gallup, 1940’ların Amerikasının kararsız seçmeni için bu etkinin geçerli olmadığına, en azından geçerli olduğu yolunda yeterli bir kanıt ulaşılmadığına inanmaktadır.

kısaltır, eğer kısaysa yatağın ölçüsüne göre uzatırdı. Her şekilde kişiler ölürdü. Procrustes, Thesus tarafından yakalanıp kendi yöntemiyle öldürüldü. Encyclopædia Britannica Academic Edition, “Procrustes.”, Erişim: <http://www.britannica.com/eb/article-9061475/Procrustes> (20.03.2007)

²⁶⁵ Jeanneney, ss.9-10.

²⁶⁶ Andrew Skalaban. “Do the Polls Affect Elections? Some 1980 Evidence”, Political Behavior, Vol. 10, No. 2, 1988, ss.148-149.

²⁶⁷ Bernays’ın makalesini kaleme aldığı zamanlarda Amerika’da halkın yüzde 51’inin kamuoyu anketlerine inandığı ortaya çıkmıştır. Edward L. Bernays, “Attitude Polls-Servants or Masters?” The Public Opinion Quarterly, Vol. 9, No. 3. (Autumn, 1945), ss.264-268. Bir başka araştırmaya göre de Benzer sonuçlara ulaşılmış başka bir çalışma için bakınız: Eric Goldman, “Poll on the Polls,” The Public Opinion Quarterly, 8, 1944, ss.461-467.

²⁶⁸ Sartori, Görmenin..., s.58.

²⁶⁹ George Gallup & Saul Forbes Rae, “Is There a Bandwagon Effect?”, The Public Opinion Quarterly, Vol. 4, No. 2. (Jun., 1940), s. 244. 1965’te, modern kamuoyu yoklamalarının 30. yıldönümü sebebiyle hazırladığı konuşmasında da geçmiş çalışmalarda *Bando-vagonu etkisini* ölçecek yeterli kanıt bulunmadığını ancak teziyi tamamen ortadan kaldırmak için de yeterli kanıt olmadığını belirtmiştir. George Gallup, “Polls and the Political Process-Past, Present, and Future” The Public Opinion Quarterly, Vol. 29, No. 4. (Winter, 1965-1966), ss. 544-549.

Eğer seçmenler gerçekten de kampanyalar boyunca yayınlanan kamuoyu yoklamalarına göre oy veriyorlarsa, bu durumda kamuoyu yoklamalarının sonucunu kontrol altında tutan siyasal ve medya elitlerine büyük bir güç verdiğini de kabul etmek gerekir. West'in bu yönde kaygıları bulunmaktadır: “*Özellikle referandumlarda, kamuoyu yoklamaları seçmen tercihleri üzerinde etkili olabilir ve siyasal ve medya elitleri bir yöne doğru büyük bir güç uygulayabilirler.*”²⁷⁰. Dahası seçmenlere direkt kamuoyu yoklamalarından etkilenip etkilenmedikleri sorulduğunda da çoğu seçmenin etkilenmediği belirtmesi, bu durumu daha tehlikeli kılmaktadır.

Sonuç olarak bireysel oy verme davranışı, medya söylemlerinden özel olarak da seçim tahminlerinden oldukça etkilenmektedir. Bu etkinin çoğunlukla kazanan taraf lehine olduğu da varsayılmaktadır²⁷¹. Ancak yukarıda da değinildiği üzere aksi önermeler de mevcuttur. Dolayısıyla kamuoyu yoklamalarının tüm bireylerin oy verme davranışı üzerinde doğrudan amaçlanan yönde manipülatif bir etkisi olduğu şeklinde genel geçer bir önerme kurmak mümkün görünmemektedir. Yine de bu konu araştırmalar doğrultusunda medya ve seçim dönemlerini kapsayan çalışmalarda süreci tamamlayıcı bir inceleme alanı olarak görünmektedir.

2.2. KAMUOYU VE MEDYA

Kamuoyu ve demokrasi arasında doğrudan bir ilişki kuran Russell, bu ilişkiyi tek bir cümleyle şu şekilde ifade etmektedir; “*Demokrasi, hükümet, kamuoyuna saygı göstermek zorunluluğu duyduğu sürece başarılı olur.*”²⁷². Başarılı hükümetin kamuoyuna saygı duyma zorunluluğu, hükümetin siyasal karar ve eylemlerinde kamuoyunu göz önüne alarak hareket etmesi ve onu karşısına alacak türden eylemlerden sakınması şeklinde yorumlanabilir. Ancak bu noktada, Russell'in tespiti, bir demokrasi ilkesinden ziyade, hükümetin iktidarını korumak üzere dikkate alması gereken bir uyarı olarak ortaya çıkma riskini taşımaktadır. İkisinin arasındaki fark ise bilgi kanalları aracılığıyla oluşan kamuoyunun siyasal iktidarın karar ve eylemlerini etkileyebilmesi ile hükümetin talep ve beklentileri doğrultusunda kamuoyunun yeniden biçimlendirilmesi sürecinde ortaya çıkmaktadır. İkinci tip süreçte “demokrasi” sanal olarak da olsa kurulmuş olur.

²⁷⁰ West emin olmamakla birlikte, örneğin başkanlık seçimi ya da referandum gibi tek kazananlı bir seçimde kamuoyu yoklamaların etkisinin kaygı verici olacağını ileri sürmektedir. Darrell M West, “Polling Effects In Election Campaigns”, *Political Behavior*, Vol. 13, No. 2. (June 1991), ss.151-163.

²⁷¹ Robert K.Goidel ve Todd G. Shields, “The Vanishing Marginals, The Bandwagon, And The Mass Media”, *The Journal Of Politics*, Vol. 56, No. 3. (Aug., 1994), ss.802-810.

²⁷² Bertrand Russell, *İktidar*, Cem Yayınevi, İstanbul:2002, s.180.

Yine de kamuoyunun, yeniden biçimlendirilmesi, manipüle edilebilmesi her zaman mümkün değildir. Tönnies, kamuoyunun gelişimi üzerine yaptığı incelemeden yola çıkarak kamuoyunun, katı; sıvı; gaz aşamaları olduğunu belirtmiştir. Tönnies'in bu teorisi şu örnekle açıklanmaktadır;

Siyasal arenada katı bir kamuoyu, 'otokratik katı bir rejimin' kötü olduğu yönündedir (...) Bir otokrasi, kamuoyu desteği ile yıkıldığında yeni formu anayasacılık kılıfında geri geldiğinde sıvı bir kamuoyuna dönüşebilecektir. Böylece [otokrasiye karşı olan] kanaat, şiddetini yeniden kazanır ancak, Anayasa'nın tartışılabilir olmasından dolayı önceki birliğini kaybetmiştir (...) Kamuoyu gaz formuna geçtiğinde ise özellikle gazete tarafından gerçekleştirilen doğrudan etkilere açık haldedir²⁷³.

Bu teoriye göre, bir kamuoyu ne kadar katı durumdaysa, diğer faktörlerin bu kamuoyu ile mücadele etmesi o derece zor ve başarısız olacaktır. Ama bir kamuoyu ne kadar sıvı hatta gaz formunda ise o kadar diğer faktörlerin etkisi de o derecede fazla olacaktır. Özellikle gaz formundaki, kamuoyu manipüle edilebilir nitelikte görülmektedir.

Kamuoyunun bu formlarından başka bir de "ideal" ve medya araçlarıyla üretilen "gerçek" kamuoyu şeklinde bir ayrıma gidilmiştir. Frankfurt Okulu temsilcilerinden Foucault'ya göre, birçok devrimciyi harekete geçirmiş olan "(...) her bir parçasında hem görünür hem de okunur olan şeffaf toplum düşü (...)" temelinde kamuoyu yer almaktadır. Devrim sonrasındaki gelişecek yeni düzende, "sözleşmenin kendiliğinden yeniden güncelleştirilmesiyle" adalet de gücünü kamuoyundan alacağı farz edilmekteyken²⁷⁴ pratikte ortaya çıkan kamuoyu, kendisinin, daha doğrusu reformcuların umduğundan ziyade, iktisadi ilişkilerin ve bu ilişkiler kıskacında kalan medyanın şekillendirdiği bir kamuoyudur, dolayısıyla da adalet ve diğer düzene ait olumlu beklentilerin karşılanması mümkün olamamıştır.

Kamuoyu ve demokrasi ilişkisi incelenirken, günümüz demokrasileri ve toplumun içinde yaşadığı teknolojik çevrenin bir sonucu olarak, incelemenin asıl odak noktası medyaya kaymaktadır. Medya ve kamuoyu oluşum süreci arasındaki ilişki değerlendirildiğinde, literatürde genel olarak eleştirel bir bakış açısının hâkim

²⁷³ Ferdinand Tönnies, Kritik der öffentlichen Meinung, Berlin: Springer; 1922, ss.137-141'den aktaran, Paul A. Palmer, "Ferdinand Tönnies's Theory of Public Opinion", The Public Opinion Quarterly, Vol. 2, No. 4. (Oct., 1938), ss. 584-595.

²⁷⁴ Ayrıntılı bilgi için bkz: Michael Foucault, İktidarın Gözü, Ayrıntı Yay. İstanbul:2003, ss.92, 102.

olduğu görülmektedir. Örneğin Bennett'e göre "(...) haberler, politikacılarca sağlanan bilgi dışında pek fazla bir şey [Locke'un deyimiyle kanıt] içermemektedir. İnsanlar yorumlarında bağımsız davranabilirler, ancak ilk planda işleyebilecekleri hammadde çok sınırlı."²⁷⁵. Dolayısıyla da kamuoyunu meydana getiren bireyler aslında ortak fikri yanlış ve eksik kanıtlar üzerinden hareketle oluşturabilirler. Çünkü aksi önermelerin kanıtları kamuoyunun değerlendirmesinden kaçırılmış olabilir ya da ortak tartışma zemini bulamayabilir.

Medya -iktidara göre değişen konumuna bağlı olarak- çıkarlarının örtüştüğü haberleri iletilebilmekte, özellikle iktidarla ilişkileri gerginleştirebilecek haberlere kayıtsız kalabilmekte, yine bazı konularla ilgili fikri askıya alıp, konjonktüre göre onay verebilmektedir. Sonuçta kamuoyu, ideal bir demokraside oluşması beklenen kamuoyundan eksik bir kamuoyu şeklinde ortaya çıkabilmektedir. Kamuoyunun eksik gelişimi, demokrasi gerçeğini, idealinden bir adım daha uzaklaştıracaktır. Bennett bu durumu ekonomik ilişkiler aracılığı ile açıklamaktadır: "*Güç dağılımı sınırlı ve karar süreçleri kapalı oldukça gazeteciler halkla ilişkiler uzmanlarına, resmi sözcülere ve demeçleri sarsılmaz bir şekilde günlük haberlerin ana teması haline getiren güçlü liderlere bağımlılıklarından kurtulamayacaklardır.*"²⁷⁶. Kamuoyu yanlışlığı oluşabilmesi için medyanın illa ki yanlış bilgilendirmesi gerekmeyip eksik ve yüzeysel bilgilendirmenin de aslında aynı sonucu doğurabileceği görülmektedir.

Haberlerdeki konular hakkında en fazla bilgilenmiş insanların görüşleri, seçkinlerin, resmi görevlilerin, çıkar gruplarının ve partilerinkilerle en çok uyanlar olduğunu belirten Bennett'e göre, daha da ürkütücü olan, bu genellemelerin haberlere daha çok dikkat etme eğilimindeki, bilgili kamuoyu diye adlandırılan öğrenim düzeyi yüksek insanlar için daha fazla geçerli oluşudur²⁷⁷.

Kamuoyu ve demokrasi arasındaki ilişki, demokrasinin kurumsallaşmış olmasıyla da ilintilidir ve bu ilişki medya etkisinden bağımsız değildir. "*Demokrasi yeni olduğu zaman, eski iktidar sahiplerine kızgınlıktan doğar; ama yeni olarak kaldığı sürece de istikrarsızdır. (...) Demokrasi ancak geleneksellik kazanacak kadar uzun sürdüğünde istikrarlıdır.*"²⁷⁸ Demokrasiye geleneksellik kazandıracak

²⁷⁵ Bennett, ss.17-18

²⁷⁶ Bennett, s.17.

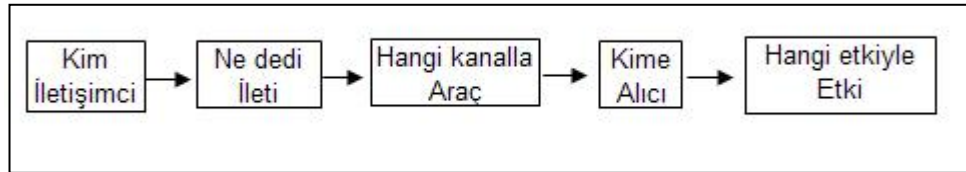
²⁷⁷ Bennett, s.340.

²⁷⁸ Russell, s.188.

kurumsallaşmanın olmadığı siyasal sistemlerde, kamuoyunun, Tocqueville'in deyimiyle "geçici heyecanlara kapılması"²⁷⁹ daha mümkün hale gelecektir. Kurumsallaşmanın gerçekleşmediği ve dolayısıyla demokrasinin henüz gelenekselleşmediği sistemlerde kamuoyu oluşturma araçlarını tekelinde bulunduran iktidarlara, halkın iktidarın kendisi hakkındaki fikrini de kendi eliyle istediği yönde biçimlendirme olanağı doğar. Bu noktada, bir siyasal sistemin kamuoyu ile "denetlenmesi" ya da "yönlendirilmesi" aslında o siyasal sistemin kendi yapısından bağımsız değildir. Türkiye gibi az gelişmiş ve/veya gelişmekte olan ve demokrasinin henüz kurumsallaşmadığı ülkelerde de kamuoyunun oluşum sürecine dikkat etmek gerekir. Bu sorun ise kamuoyunun oluşum sürecinde en etkin araç olan medyanın, siyasetçilerle olan ilişkileri ve gündem koyucu özellikleriyle beraber değerlendirilmelidir.

2.2.1. Kamuoyu - Siyasetçiler İletişiminde Medyanın Yeri

Kamuoyu ve siyasetçilerin iletişimi, ağırlıklı olarak medya gündemi aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bu şekliyle sürekli olarak her gün yenilenen siyasal iletişim sürecini basit bir iletişim sürecinden başlayarak ayrıntılandırmak, sürecin çözümlenmesi için gereklidir. Bunun için de Lasswell'in iletişim süreci akış şemasından yararlanılacaktır.



Şekil 1: Lasswell'in iletişim akış şeması

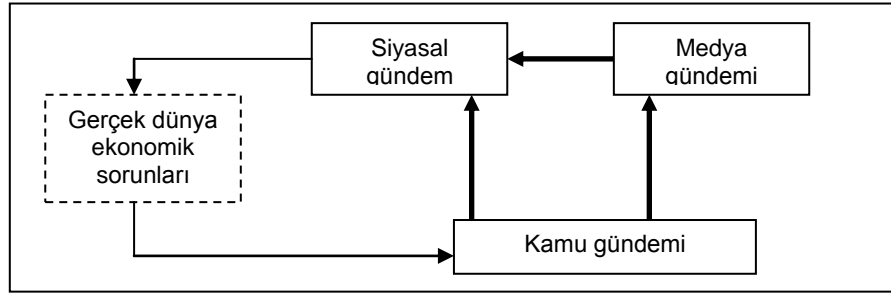
Kaynak: Harold D. Lasswell, "Structure and function of communication in society" Lyman Bryson (1948) (ed.) The Communication of Ideas. New York: The Institute for Religious and Social Studies. s.84

Yukarıda yer alan şema doğrultusunda herhangi bir iletişim sürecinin belli bir zaman dilimine ait anını, etkinin varlığı bir ön kabul edilmesi şartıyla açıklayan bir modeldir. Geri dönüşüm, gürültü gibi pek çok unsur yukarıdaki şemanın geliştirilmesi süresince ortaya çıkmıştır. Bu şemada yer alan her bir soru, o unsurun iletişim sürecine olan katkısının cevabını aramaktadır. Dolayısıyla işlevsel bir yaklaşımı

²⁷⁹ Tocqueville, Amerika'da.... ss.88-89.

benimseyen bu şema, bir siyasal iletişim analizi için gerekli ancak yetersiz bir şemadır.

Gündemin kaynağı ile ilgili kuramlar ise temelde ekonomik sorunlarla ilişkilendirilerek üç farklı şekilde özetlenmekte olup bunların tümü iletişimin yine “etki” unsuruna odaklanmaktadır. Bu kuramlara ait modellerin çıkış noktası; aşağıdan yukarıya, yukarıdan aşağıya veya medya odaklı olduğu görülmektedir.



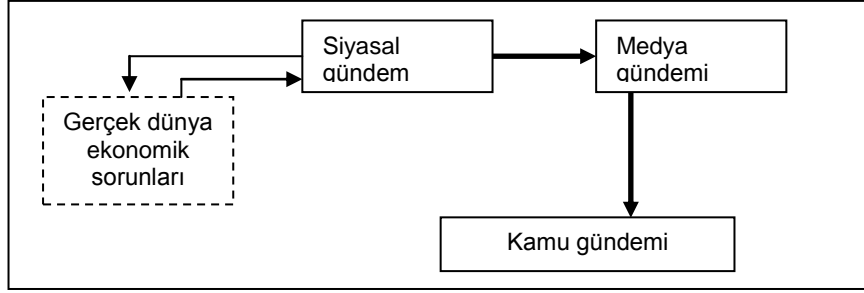
Şekil 2: Aşağıdan Yukarı Gündem Koyma

Kaynak: Jan Kleinnijenhuis & d M. Rietberg, “Parties, Media, The Public And The Economy: Patterns Of Societal Agenda-Setting”, European Journal of Political Research 28, 1995, s. 98.

Yukarıdaki şemada demokrasi ideali özetlenirken, kamuoyunun siyaset üzerindeki etkisi yoluyla demokrasinin işleyişi aktarılmaktadır. Bu şemaya göre, partiler arası seçim yarışını, hem seçilmeden önce en çok oyu alıp yarışını kazanmak için, hem de iktidara gelmiş olanların oylarını yitirmemek için seçmenlerinin düşüncelerine göre siyaset yapmak durumunda olacaklardır. Burada yer alan döngüde temel olarak üç hipotez yer almaktadır²⁸⁰. İlkinde siyasal gündem, kamu gündeminden gelen talep ve beklentiler doğrultusunda ekonomik politikalar üreterek gerçek dünyada var olan sorunları değiştirir. Bu değişim seçmenlerin fikirlerini etkiler ve siyasetçiler, kamuoyunu hem kamuyla birebir ilişkiden hem de medyadan öğrenebilirler. Ancak kamuoyunu belirleyen, kamunun karşılaştığı ekonomik sorunlardır.

Aşağıdaki şema ise kamu gündemini (kamuoyunu) belirleyen bir süreci özetlemekle birlikte siyasal gündemi özne kılmaktadır.

²⁸⁰ Kleinnijenhuis vd., s.98.

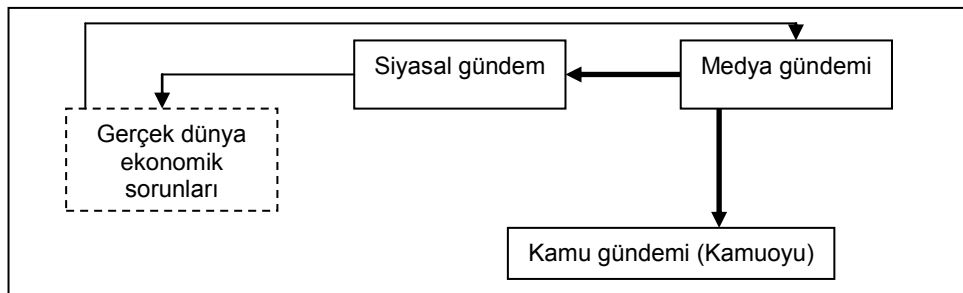


Şekil 3: Yukarıdan Aşağı Gündem Koyma

Kaynak: Kleinnijenhuis vd., s. 110.

Yukarıdan aşağıya gündem belirleme kuramına göre kamuoyu, medya gündemi aracılığıyla; medya gündemi ise siyasetçiler tarafından belirlenmektedir. Böyle bir durum ortaya çıktığında, kamuoyunun gerçek olaylara tepkisi, medyada yer almadığı gibi siyasetçiler tarafından da önemsenmemektedir²⁸¹. Böylece kamuoyunda bireyler kendisi gibi düşünenlerin bulunmadığı kanısıyla medyadaki düşünce biçimine göre hareket etmesi kolaylaşacaktır. Suskunluk sarmalı kuramıyla dile getirilen bu olgu, yalın biçimiyle değil ancak diğer bir takım süreçlerle birlikte günümüz demokrasilerinin hemen hemen tamamında zaman zaman görülebilmektedir.

Aşağıdaki şemaya gelindiğinde ise medya gündemi özne yerini almakta ve diğer iki gündemi belirleyici bir rol üstlendiği gözlemlenmektedir.



Şekil 4: Medyakrasi

Kaynak: Kleinnijenhuis vd.,s. 110.

²⁸¹ Kleinnijenhuis vd., ss.99-100.

Yukarıdaki şemada özetlenen model, medyaya gündem koyma ve problem çözümünü sürecinde merkezi, güçlü bir rol verir. Teoriye göre, “(...) *medya ‘pseudoevents’²⁸² yaratır ki bunlar da gerçek dünya hakkındaki bilişleri şekillendirir. Hem siyasetçiler hem de vatandaşlar medya tarafından beslenen bilgiye bağımlıdırlar. Böylece medya, hem kamuoyunu hem de siyasal karar alma sürecini etkilediklerinden demokrasilerde en baskın güç konumuna gelmiştir.*”²⁸³. Böyle bir süreç sonucunda oluşan siyasetler de demokratik kurumların uzlaşması yerine, medya aracılığıyla oluşturulmuş bir tür demokrasi simülasyonu²⁸⁴ olacaktır.

Burada aktarılan üç tip gündem koyma teorisi de gündemin belirleniş sürecini açıklayan diğer geliştirilmiş kuramların çıkış noktalarını açıklar²⁸⁵. Bu teoriler, süreci, kamu, siyaset ve medyadan sadece biriyle açıklayan kuramlar olması sebebiyle bu üç tip gündem koyma teorisinin hiçbirini, herhangi bir toplumda yalın haliyle görmek mümkün değildir. Ancak medya eleştirileri çerçevesinde geliştirilen disiplinlerarası çalışmalar, kamu ve siyasal gündeminin yoğunluklu olarak medya tarafından belirlendiği ve bir tür medya demokrasisine doğru evrimin yaşandığını göstermektedir.

2.2.2. Medya Demokrasisi

Medya demokrasisi literatürde birbiriyle doğrudan ilintili ancak iki farklı anlamda kullanılmaktadır. Bu kavramlardan biri medyanın demokratik dağılımı ve yönetimini yani, medyada gerçekleştirilecek bir demokrasiye atıf yapmaktadır ve olumlu bir niteliğe sahiptir. Diğeri ise medyanın, gerçek siyasal aktörlerin yerini alıp ülkeyi bir siyasal kuvvet gibi yönettiği demokrasi türüne referans vermektedir ki bu tanımlama, demokrasi açısından olumsuzlanan bir gelişmeye işaret etmektedir. İki olguyu birbirinden ayırmak için, ikinci tür medya demokrasisi *Medyakrasi* (mediacracy)²⁸⁶ adıyla anılmaktadır. Medya demokrasisinin gerilemesi ile

282 Kavram, çalışmanın “Kamuoyu Yoklamalarının Etkisi” başlığı altında sayfa 71’de açıklanmıştır.

283 Kleinnijenhui ve Rietberg, s.100, 101

284 Kapsamlı bir simülasyon kuramı için bkz: Jean Baudrillard, Simülakrlar ve Simülasyon, Çev.Oğuz Adanır, DEU Yayınları, İzmir: 1998.

285 Gelişmiş bir “gündem koyma modeli” için Rogers ve Dearing’in 1987’de geliştirdiği modelden yararlanılabilir: Evereth M. Rogers, & James W. Dearing, “*Agenda-setting research: Where has it been? Where is it going?*”, Communication yearbook 11,1988 Newbury Park, CA: Sage, ss.555-594.

286 Mediacracy: Çoğunlukla çarpık giden bir demokrasinin sonucu olarak popüler medya tarafından gerçekleştirilen dolaylı yönetim biçimi olarak tanımlanmaktadır. Siyasetçiler, neyin önemli olduğu ve nasıl bir çözüm geliştirmeleri gerektiği konularında düşünmeyi bırakıp sadece medyaya kulak vermeye başladıkları bir sistem olarak değerlendirilmektedir. Medya ve demokrasi kelimelerinin vasat yani “mediocre” kelimesine referans yapılarak bir araya getirilmesiyle oluşturulduğu düşünülmektedir. The

medyakrasinin yükselişe geçmesi arasında doğru orantılı bir ilişki olduğunu söylemek mümkündür.

Medyakrasi anlamındaki *medya demokrasisi*, liberal demokrasinin eksikliklerini gidermek üzere bir çözüm olarak değil, liberal demokrasinin olumsuz bir sonucu olarak ortaya çıktığı ileri sürülmektedir. Dünyanın herhangi bir yerinde tam anlamıyla uygulanan bir medyakrasi bulunmamakla birlikte, modern demokrasi uygulamalarında buna doğru bir eğilim görülmektedir. Ayrıca demokrasinin yukarıda aktarılan anlam ve pratik gelişim sürecinde her zaman için kritik odak noktalarından biri olma özelliğini korumuş olan kamuoyu olgusu ile doğrudan ilintilidir. Medyakrasi tartışması, kamuoyu ve gündem belirleme olgusunun gelişimi ve günümüzdeki yapısından bağımsız değildir.

Meyer'e göre medyakrasinin üç unsuru vardır: a) kamuoyu b) medyada sıkça boy gösteren siyasetçiler c) sürekli kamuoyu yoklamaları²⁸⁷. Bu sistemde, medya gündem yoluyla kamuoyunu kontrol ederek siyasetçiler üzerinde baskı kurmakta ve siyaseti, yasama, yürütme ve yargı dışında dördüncü bir kuvvet gibi ama diğerlerinden öncelikli olarak yönlendirmektedir. Yönlendirme sürecinde kullanılan baskın argüman da "halk bunu istiyor", "halk bunu konuşuyor" iddialarına dayanarak oluşturulmaktadır.

Medyakrasi özü itibarıyla, demokrasinin diğer türevleri gibi bir sürece işaret etmekteyken buradaki süreçte ön planda olan medyanın gücü ve bu süreç üzerindeki etkisidir. Meyer'in anlatımıyla, "*Medya demokrasisi terimi, medyanın siyasal süreçte, her şeyden önce kamuoyunu şekillendirmede ve siyasal karar alma sürecinde belirleyici rol edinme sürecine işaret eder.*"²⁸⁸. Böylece medya sistemine özgü içsel kurallar, siyasal sisteme tecavüz etmekte ve onun kendine özgü benzersiz kurallarını değersizleştirmekte ya da geçersizleştirerek medya, siyaseti sömürgeleştirmektedir. Meyer'e göre ABD bu yolda en ileri giden ülke olmakla beraber Batı demokrasileri de hızla ABD'ye yetişmeye çalışmaktadır.

Kitle toplumlarında medya, toplumdaki bireylerin, yönetenlerce neler yapıp yapılmadığı hakkında ve doğru kararlar alınıp alınmadığı ile ilgili olarak bilgilendirilmesi

Unword Dictionary, "Mediacracy" <http://www.unwords.com/unword/mediacracy.html> (01.03.2007) (Mediocre: Vasat kalitede olan. Collins English Dictionary & Thesaurus, HarperCollins:2006,s.893)

²⁸⁷ Meyer, s.14.

²⁸⁸ Meyer, s.16.

için birincil kaynak niteliği taşımaktadır. Bu şekliyle günümüz modern demokrasilerinin *sine qua non* bir parçası olan medya, medya demokrasisine geçişe neden olan aracın da ta kendisi durumundadır. Yine McGraive'in de belirttiği gibi "(...) *en ağır endişe yaratıcı unsur da demokrasinin, medyanın her yeri kapladığı ve gittikçe artan bir şekilde yoğunlaşmış, güçlü ve menfaatçi olduğu bir dünyada yaşayıp yaşayamayacağı sorunudur.*"²⁸⁹. McGraive, Medyayı oluşturan bireylerin, halkın kendisinden daha iyi ya da kötü olmadığını; ancak bütün güçlerin – bunun içerisine medya gücü de dâhildir - yozlaşmaya meyilli olduğunu belirtmektedir.

Medya ile işleyen demokrasiden medyakrasiye geçiş sürecinde birbirinden bağımsız ve çok sayıda farklılaştırılmış medya yerine, medya kartellerinin varlığı etkili olmaktadır. Televizyon, kablolu TV, gazete, radyo, internet, film yapım şirketleri, kitap ve dergi yayınevleri giderek sınırlı sayıdaki güçlü ekonomik gruplarda toplanmaktadır.

Demokrasi, fikirlerin serbest bir pazarını gerektirmesine rağmen, "(...) *medyanın birkaç elde yoğunlaşması, vatandaşlara farklı bakış açılarını açıklama fırsatlarını daraltmaktadır. Gerçekte medya kartelleri toplumdaki en güçlü ses olarak ortaya çıkmaktadırlar ki bu medyakrasiye dönüşümü göstermektedir.*"²⁹⁰. Medya, siyaset üzerindeki doğrudan etkileri nedeniyle dördüncü güç olarak kabul edilir. Bu bağlamda günümüz demokrasilerinin tümünde, söz konusu sesin etkinliği oranında medyakrasinin dönem dönem arttığı dönem dönem azaldığı söylenebilir.

Ancak medyakrasi de günümüz diğer demokrasi türleri gibi özü itibarıyla bir temsili demokrasidir. Temsili demokrasi de seçim üzerine kurulmakta ve şekillenmekte; hatta seçim, özellikle demokrasinin yeni filizlendiği ve hatta yerleştiği ülkelerde bile neredeyse gerekli ve yeter şart olarak ele alınır hale gelmekte, ancak pratikte diğer yönleriyle klasik demokrasiyi barındırmamaktadır.

Yine de seçim, demokrasi için en az medya kadar vazgeçilmezdir ve seçmenler, yasama ve yürütme organı üyeleri olarak milletvekillerini seçmektedir. Seçilmiş milletvekilleri de diğer yönetim birimlerini seçecektir. Ancak McGaive'in vurguladığı gibi "(...) *ne seçmenler ne de seçilmişler, medya gücünü kullanacakları*

²⁸⁹ Richard E McGarvie, "Are We Lurching Towards 'Mediacracy'?" The Age, 12.05.2003, Erişim <http://www.theage.com.au/articles/2003/05/12/1052591733187.html>, (23.12.2007)

²⁹⁰ Paul Kurtz, "Mediacracy" 23.04.1998, Erişim:<http://www.csicop.org/articles/mediacracy/>, (20.12.2007)

seçmemektedir.”²⁹¹. Medya sahipleri tarafından siyasal hayatın yönetimi, dolaylı bir aristokrasiyi içinde barındırmaktadır. Aristokrasinin bu biçimi, ancak demokrasi içinde var olabildiğinden ve aynı zamanda medya sahipliği bazında geliştiğinden kendine –ironik bir biçimde Türkçe karşılığı vasat olan kelimeyi çağrıştıran- bir isim bulmuştur. Oysa demokrasinin tüm gelişim sürecinde sınırlı ya da genişletilmiş bir şekilde var olan unsur, “oy verme davranışdır”.

Oy verme davranışı, günümüz demokrasilerinde kitlelerin büyüklüğüne bağlı sınırlı sayıdaki siyasetçilerle iletişim sınırlılıkları nedeniyle yine medya ile doğrudan ilintili hale gelmiştir. Diğer bir deyişle, siyasetçiler, geniş halk kitlelerinin desteğini/oyunu alabilmek için; seçmenler de hangi siyasal gruba oy vermesi gerektiğini öğrenmek için medyaya bağımlı hale gelmişlerdir. Sartori, “(...) kamuoyunun megafonu olarak görülen televizyon, aslında kendi sesinin dönüşümlü yankısından başka bir şey değildir”²⁹² derken özelde televizyonu ele alsada genelde kamuoyu ve siyasetçilerin medyaya bağımlılıklarını resmetmektedir.

Medyakrasinin belirtileri, yalnızca seçim öncesi ve seçim sırasında değil, siyasal hayatın tüm süreçlerinde gözlemlenebilir bir olgudur. Bu durumu ortaya çıkaran unsur ise liberal çoğulculuğun, klasik demokrasi teorisi içerisine medyayı dâhil etme çabasıyla birlikte gelişmiş karşılıklı ekonomik çıkar ilişkileridir. Ancak bu çabanın sonuçları ve siyasal iktidarla medyanın karşılıklı rant anlaşmaları, henüz ispatlanmamış olmakla beraber mutlak medyakrasi gibi şu anda ütopyik görünen bir dönüşüme doğru ilerleyen bir sürecin varlığı olduğu ileri sürülmektedir.

2.3. SİYASAL İKTİDAR VE MEDYA

Geniş alanların örgütlenişinde, iletişimin yaşamsal bir konumda olduğunu belirten Innis, geniş alanların etkini yönetimini de iletişimin etkililiğine bağlamaktadır²⁹³. Medya, günümüz bilgi teknolojilerinin (IT)²⁹⁴ gelişiminden diğer bir deyişle teknolojik devrimden nasibini alarak büyük bir evrime uğramıştır. Öyle ki önceden tek bir gazetenin ulaşamadığı yerlere internet ile birlikte çok sayıda gazete, televizyon, haber kanalları aynı anda ve sık tekrarlanan bir şekilde ulaşılabilir hale gelmiştir. Ancak bu gelişmelerin başlarında sayılabilecek bir süreçte, Fransa’da

²⁹¹ McGarvie, ilgili erişim sayfası.

²⁹² Sartori, Demokrasi... , s. 347

²⁹³ Innis, s.27

²⁹⁴ IT: Information Technology

hazırlanan bir rapor, sürecin gidişatı hakkında, günümüzün otuz yıl öncesinde dolaylı uyarılarda bulunmuştur.

1974-1981 yılları arasında Fransa'da Cumhurbaşkanlığı yapmış olan Valery Giscard d'Estaing'in isteği üzerine 1978'de Simon Nora ve Alain Minc ortaklaşa "Toplumun Otomasyonu"²⁹⁵ adlı, bilgisayarların Fransız toplumu üzerine etkisiyle ilgili olarak ama özellikle telekomünikasyona dair incelemelerde bulunan ve bunlarla ilgili bir Fransız planı da içeren söz konusu raporu hazırlamışlardır. Nora ve Minc'e göre ilerleyen zamanlarda bilgisayarların ucuzlaması ve toplumun büyük oranda otomasyona geçilmesiyle bilgisayar ve bilginin kitlelere bu kadar yaygın yayılımı geniş çaplı bir demokrasiyi de beraberinde getirecektir²⁹⁶.

Kamuoyu ve demokrasi arasında çizilen paralellik, Nora ve Minc'in bu çalışmasında ve daha pek çok benzer çalışmada olduğu gibi, medya araçlarındaki teknolojik gelişmeye kaydırılmış görünmektedir. Medyanın olanakları arttıkça, kamuoyunun bilgiye ve ifade hürriyetine yaklaşma olanaklarının da artacağı iyimser bir varsayım olarak doğru olabilir ancak bu sonucun mutlak olduğu anlamına

²⁹⁵ Simon Nora & Alain Minc The computerization of society: a report to the President of France, Cambridge, MIT Press, 1980 (Orj.adı: L'informatisation de la Société; La Documentation Française 1978) Nora ve Minc'in tespitlerine göre bilgisayar ağı Fransız devleti tarafından öncelikli olarak üzerinde durulması gereken konudur çünkü Fransa'nın ülkeler yarışında birinci olmasını sağlamanın yolu buradan geçmektedir... Nora ve Minc, Fransız devletini IBM gibi tekel üreticilerle karşı karşıya olacağını da öngörmüştür. (1975 menşeli Microsoft bir tehdit unsuru olarak algılanmamıştır.)

²⁹⁶ Harold Issadore Sharlin, "Review of Minc The computerization of society : a report to the President of France", Technology and Culture, Vol. 22, No. 2 (Apr., 1981), ss.352-354 İnternetin medya üzerindeki önlenemez etkisine rağmen, toplumun genelinde demokratik bir fark yaratması için yine o toplumda internete erişilebilirliğin dengeli yaygınlığı şartı bulunmalıdır. İnternetin Türkiye geneli üzerinde sosyal ve siyasal bir etkisiyle ilgili olarak bir değerlendirme yapmak için erken olmakla beraber çok yakın bir süre içinde, medyanın yerine geçmeyen, ancak medyanın kendini ifade edebildiği yazılı basın, radyo ve televizyondan sonra yeni bir mecra olarak ele alınması gereken önemli bir araç olacağı düşünülmektedir. Türkiye İstatistik Kurumu tarafından gerçekleştirilen 2007 yılı Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması sonuçlarına göre; hanelerin yaklaşık %20'si İnternete erişim imkânına sahiptir. 2009'daki araştırmaya göre bu oran %30'a çıkmıştır. 3G teknolojisiyle bu durum yeni bir boyut katmaktadır. Yine 2007 yılı verilerine göre, Türkiye kırsalında hiç internet kullanmayanların oranı %80 iken, kentlerde bu oran %59'a düşmektedir. Sonuç olarak Türkiye genelinde nüfusun %67'sinin hiç internet kullanmadığı düşünüldüğünde, medyanın internet aracılığıyla kalıcı ve sürekli bir etkisini beklemek için henüz erken olduğu ancak bu sürecin çok da uzun zaman almayacağı ortaya çıkmaktadır. TÜİK, 20 Kasım 2007 ve TÜİK, Eylül 2009, Erişim:

http://www.tuik.gov.tr/AltKategori.do?ust_id=2&ust_adi=Bilim%2C+Teknoloji+ve+Bilgi (12.12.2007) Bu durumu teyit eden bir başka veri de 2007 öncesine aittir. 2000-2007 döneminde Avrupa'da internet kullanıcıları %199.5 artarken, Türkiye'de ise %700 şeklinde gerçekleşmiş olması, internetin yayılım ivmesinin ne kadar yüksek olduğunu ve araştırma kapsamında dâhil edilmesi gerekliliğini ortaya koymuştur. Bu bağlamda araştırmada deneklere internet kullanım alışkanlıkları ve medya ile ilgili sorular da yöneltilmiştir. "Türkiye'de İnternet Kullanımı Artıyor", Tübider Bilişim Dergisi, 15 Kasım 2007, Erişim: http://www.tubiderbd.com/index.php?module=news&news_id=7164&cat_id=4 (15.12.2007).

²⁹⁶ Nora & Minc, s. 12.

gelmemektedir. Ayrıca her teknolojik gelişme gönüllü tutsaklığı ve denetlenebilirliği de beraberinde getirmektedir.

İdealist açıdan bakıldığında medyanın, yönetilenler veya kültürün bizzat kendisi üzerinde doğrudan olumlu etkilerinden söz edilmektedir: “*Dengeli ve kapsamlı habercilik; nesnellik; özel hayata saygı; yayının biçiminde, içeriğinde ve üslubunda gerçeğe bağlılık ve tüm yurttaşları kamusal iletişime katılmaya teşvik edecek tarzda bir olay sunumu(...)*”²⁹⁷. Ancak bu beklentilerin karşılanıp karşılanmadığı olgusu matbaanın bulunuşundan bu yana bir sorgu alanıyken, günümüzde bu eleştirilerin niteliğinde ve niceliğinde bir yoğunlaşma gözlemlenmektedir. Bunda, medyadan beklentilerin karşılanmaması bir yana, medyakrasi başlığı altında özetlendiği üzere, medyanın bizzat demokrasinin kendisine zarar verdiği ile ilgili görüşler etkili olmaktadır.

Günümüz şartlarında ise medya sadece bilgilendiren, aktaran, yayan değil yukarıda da vurgulandığı üzere, aynı zamanda siyasetin kendisini bizzat biçimlendiren dördüncü kuvvet²⁹⁸ olarak karşımıza çıkmakta olduğu önce bölümde değinilmiştir. Dördüncü kuvvet medyanın gözlemlenebilen etki sürecinin ne yönde ve nasıl gerçekleştiği konusunda çeşitli kuramlar bulunmaktadır.

2.3.1. Medyanın Rıza Üretici Rolü

Henüz daha 1968’de yapılan bir araştırmaya göre medya, ulusal siyasal konuları öğrenmek için birincil başvuru kaynağıdır ve aynı zamanda çoğu kişi için de medya, herhangi bir değişime uğramış siyasal gerçekliklerin en iyi ve tek kolay ulaşılabilir tahmini sağladığını ortaya koymuştur²⁹⁹. Bu bağlamda günümüzün dört bir kanattan saran medya kartelleri, gündem koyma işleviyle bireyler üzerinde bilgi edinebileceği tek araç olarak sadece neyi düşünmesi gerektiği değil, aynı zamanda

²⁹⁷ Meyer, s.23.

²⁹⁸ Medya, dördüncü kuvvet olarak değerlendirildiği gibi, bu görüşe karşı çıkararak medyayı sadece kültürün bir parçası olarak değerlendiren kuramcılar da bulunmaktadır. Buna göre, kültürel anlamlar çeşitli iletişim kanallarının ve davranış biçimlerinin içinde gizlidir, medya da bizim davranışımızı belirleyen toplum dışı bir otorite değil; aksine bizim kültürümüzün bir parçasıdır; dolayısıyla medyayı anlamak toplumu anlamının yollarından biridir. Williams medyayı kültürü oluşturan bir erk olarak değil; kültürün yansıdığı zeminlerden biri olarak kabul eder. Ayrıntılı bilgi için bkz. Bilal Arık, “Raymond Williams, Hayatı ve Kuramlarına Genel Bir Bakış”, Kadife Karanlık 2, İstanbul: Su Yayınları, 2006, s.123. ancak bu kuramın, medyanın ekonomi politliğini yadsığına dikkat çekmek gerekir

²⁹⁹ Evereth Maxwell, Malcolm McCombs & Donald L. Shaw, “The Agenda-Setting Function of Mass Media” The Public Opinion Quarterly, Vol. 36, No. 2. (Summer, 1972), ss. 176-187.

hangi önemde ya da öncelik sırasına göre düşünmesi gerektiğini de bireye aktarabilecektir.

Öte yandan çalışmanın başında da aktarıldığı üzere, iktidar, güç ve rızayı içermektedir. Rızanın olmadığı durumda iktidar, konumunu korumak için yalın halde bulunan gücünü devreye sokması beklenebilir. Bu durum, totaliter devletler için söz konusudur ancak demokratik bir devlette iktidarın meşruluğunu korumak için rızaya (ya da dolaylı olarak rıza üretmeye) ihtiyacı vardır. “*Sembolik olarak genelleştirilmiş iletişim aracı*”nı ifade eden Luhmann’ın iktidar kavramı, doğrudan rıza üretimi ve rıza alımı sürecine vurgu yapmaktadır.

Luhmann’a göre “(...) *egemen iletişim, birisinin haber verme (duyurma, bildirme) eylemi ile ötekinin eylem hakkında verdiği karar tarafından karakterize edilmektedir. İktidar sahibi, egemen iletişime güdülenirken ve iktidara tabi olan, ilkesel olarak egemen iletişimi kabul ya da reddetme konusunda açıkça karar verebilir.*”³⁰⁰. İktidar ve yönetilenler arasında gerçekleşen bu karar verme süreci sonucunda ortaya çıkacak kabul ya da reddetme sonucuna bağlı olarak iktidarın meşruluğu sağlanacak/yenilenecek ya da meşruluğu kalmayacaktır.

İktidarın meşruluğu, siyasal rejimin türüne göre değişen yollardan sağlanmaktadır. Diğer bir deyişle rızanın ortaya çıkış süreci rejimin niteliğini belirler ve ideal olarak demokrasilerde, totaliter devletlerin aksine, rıza, üretilmez ancak kazanılması beklenmektedir. Demokratik ve totaliter devletlerin karşılaştırmasını yapan Chomsky’nin belirttiği gibi demokratik sistemlerde gerekli yanılsamalar zorla dayatılmaz ve “*halkın ne düşündüğü*” önemlidir. Ancak Chomsky, rızanın demokrasilerdeki kazanım sürecini “ideal” boyutuyla değil, gerçekteki görünümünden yola çıkarak eleştirel açıdan açıklamaktadır. Öyle ki, totaliter devletlerin tersine, demokratik devletlerde “(...) *halkın zihnine daha ince araçlarla kazanılmadırlar.(...) Demokratik bir politik düzende her zaman bağımsız bir düşüncenin politik bir eyleme dönüştürülebilmesi tehlikesi vardır, dolayısıyla bu tehdidi kökünden kazımak [iktidarın devamı için] büyük önem taşır.*”³⁰¹.

Chomsky’nin, “şaşkın sürü” olarak tanımladığı halkın bir demokrasideki işlevleri etkin katılım değil, seyirci olmaktır. “(...) ‘*Senin, liderimiz olmanı istiyoruz*’

³⁰⁰ Füsün Alver, “Niklas Luhmann’ın Hayatı”, Kadife Karanlık 2, İstanbul: Su Yayınları, 2006, s.159

³⁰¹ Chomsky, Medyanın..., s.71.

demelerine izin verilir. Çünkü bu demokrasidir, totaliter bir devlet değil. Buna seçim denir.”³⁰². Bu bağlamda, halkın, yönetilenler olarak şeffaf bir duvar içerisinde “düşünme hürriyeti” ile “seçim hakkı” bulunmaktadır ve medya da böyle bir ortamda, şeffaf duvarı ören devletin ideolojik araçlarından biri olarak ortaya çıkmaktadır.

Althousser de devletin ideolojik araçların işlevsel analizini “üretim ilişkileri” düzeyinde gerçekleştirdikten sonra, ikinci aşamada, bu araçların nasıl işlediğini şu şekilde açıklar: “Her biri bu tek hedefe özgü yoldan katkıda bulunur: siyasal aygıt bireyleri devletin siyasal ideolojisine uydurur -bu ya ‘demokratik’, dolaylı (parlamentar) ideolojidir ya da dolaysız (plebisit ve faşist) ideoloji.(...)”³⁰³. Althousser, rejimler arası fark görmeksizin meydanın her şekilde iktidara rıza üretmek üzere işlev gördüğünü ileri sürmektedir. Medyanın demokrasideki rolü de böylece rıza üreterek iktidarın meşruluğunu sürekli kılmak şeklinde ortaya çıkacaktır.

Karma medya sistemlerinde günümüz medyasını oluşturan devletin resmi kanalı dışında ve onlardan çok daha güçlü “medya grupları” bulunmaktadır. Bu şartlar altında siyasal iktidarın kontrol edebildiği ve “rıza üretebildiği” medya dışında özel şirketlere ait medya gruplarıyla istekleri doğrultusunda yayın yapmaları için karşılıklı çıkar anlaşmalarına yönelmesi gerekecektir. Böyle bir anlaşmanın sağlandığı durumda ise bireyler, siyasal konularla ilgili edindiği bilgisini işlerken, medya da gerek bizzat kaynak gerekse siyasal elitlerin taşıyıcısı olarak, bu siyasal bilgilenmenin tutuma aktarım sürecinde, ancak siyasal iktidara rızasını sürdürecektir sınırlar içerisinde bir değişime izin verir. İşte bu, yukarıda sözü edilen şeffaf (ideolojik) duvarları oluşturmaktadır.

İktidarı ellerinde bulunduranlar, medya kartellerinin ilgilenebileceği başka değerlerin dağıtım gücünü de kontrol etmektedirler. Kontrol gücü, pazarlık gücünü de beraberinde getirmektedir. Böylece iktidar, kamuoyunu etkileyebilme olanağını, medya aracılığıyla tekrarlamının gücü sayesinde kazanırlar. Bununla birlikte

³⁰² “Fakat ağırlıklarını bir kez uzmanlaşmış sınıfın şu ya da bu üyesine verdiler mi, geriye çekilmeleri ve eylemin katılımcıları değil, seyircileri olmaları beklenir. İşte bu düzgün şekilde işleyen bir demokrasidir. Bunun ardında belli bir mantık yatar. Hatta dayatılan bir tür ahlaki ilke bile vardır. Dayatılan ahlaki ilke, halk kitlesinin olanları kavrayamayacak kadar aptal olmasıdır(...) Şaşkın sürüyü evcilleştirmek için bir şeye gereksinimimiz var, bu şey de demokrasi sanatındaki yeni devrimdir: Rıza üretmek(...) En fazla eylemin seyircileri olmalarını sağla, ara sıra şu ya da bu gerçek lidere ağırlık vermelerine izin ver ki, bunların arasından seçim yapsınlar.” Ayrıca bkz. Chomsky, s.34-35

³⁰³ Althousser tarafından devletin ideolojik araçları arasında sayılan Kiliseler, partiler, sendikalar, aileler gibi haberleşme kurumlarının çoğu “özel” olmasına karşın işleyişleri itibarıyla, ideolojik araçtır. Ayrıca bkz. Louis Althousser, Yeniden Üretim Üzerine, İthaki, İstanbul: 2006 ss.382-338

Russell demokrasinin, yöneticilik açısından üstünlüğünü, avantajını şöyle açıklamaktadır: “(...) sıradan vatandaşın hükümete ‘kendi’ hükümeti gözünüyle bakması sayesinde, bu vatandaşları daha kolay kandırır hale getirebilmesidir.(...) Demokrasilerde, çoğunluğun bir hükümet aleyhine dönmesi için önce o çoğunluğun, önderlerini seçerken yanlış olmuş olduklarını kendi kendilerine kabul etmeleri gerekir ki, bunu kabul etmek zor, hem de tatsız bir şeydir.”³⁰⁴. Russell’ın belirttiği gibi demokrasi, kamuoyunun rızasıyla ayakta durabildiği için medyanın kamuoyunu şekillendirici rolü, iktidarın sürekliliği ve sağlamlığı açısından önemlidir. Bu bağlamda medya siyasal iktidarın pazarlık gücüne açık olduğu sürece kamuoyu rızası üretmeye ve iktidar ilişkileri çıkar ilişkisine dönüşmeye daha çok meyilli olacaktır.

2.3.2. Medya Aracılığıyla Sosyal Denetim

Medya araçlarının teknolojik devrimiyle birlikte, toplum ve iktidar arasındaki ilişki de evrime uğramıştır. Medyanın bireyi özgürleştireceği, içerik ve çeşitliliğinin yaygınlaşması ile demokrasinin çoğulcu bir yapıya evrileceği varsayımı da söz konusu teknolojik devrim sayesinde gittikçe şiddetlenen bir tartışma konusu olarak yer almaktadır. Liberal görüşün uzantısı olan medya çoğulculuğu ideali ve onun demokratik sisteme katkısı, kapitalist sistemin bir çıktısı olarak medya kartelleri karşısında özellikle sol kanattaki birçok yazar tarafından artık inandırıcı bulunmamaktadır.

Devlet tarafından gerçekleştirilen medya politikası üretim ya da düzenleme çalışmalarının çoğunun, sadece medya tekellerine ait mülkiyet hakkını korumak için olduğu ileri sürülmektedir. Böylece demokrasilerde medyanın bireyi özgürleştireceği kavramı yanıltıcı hale gelmektedir. McChesney’e göre de bu özgürlük, “(...) daha çok üstün konumdaki şirketleşmiş aktörlerin çıkarlarına hizmet eden hükümet düzenlemeleri ifade eder.”³⁰⁵. Fakat toplum açısından bakıldığında, “basın özgürlüğünün” bu şekildeki uygulaması, alternatif seslerin duyulmasını engelleyen ciddi bir denetim şeklidir ve halkın ifade özgürlüğü adına yapılan belirli medya politikalarından kaynaklanır

Teknolojik gelişmelerle birlikte görünürde çeşitlilik artmakta ancak gerçekte bu çeşitliliği yaratan kaynaklar daralmaktadır. Kaynakları kontrol eden medya

³⁰⁴ Russell, s.134.

³⁰⁵ McChesney, s.19.

kartelleri ve bu kartellerin siyasal iktidar tarafından kontrol edilebilirliği, sistemin demokrasiyi geliştirmekten çok, onu daha önce sözü edilen totalitarizmin yeni bir türüne dönüştürmektedir.

Virilio da özellikle yeni teknolojilerin gelişmesiyle birlikte sosyal denetim alanını arttığını ve sosyal katılım alanlarının azaldığını belirtmektedir. Siyasette giderek ordu, devlet ve teknoloji tarafından belirlenmektedir. *"Dünyaya sahip olmak, bir bölgeyi elinde tutmak, aynı zamanda onu koruyabilmek ve savunabilmek için en iyi gözetim araçlarına da sahip olmak demektir."*³⁰⁶ Gerçek zamanlı teknolojilerin küresel yayılımı, bizi sürekli gözetim biçimleri altına sokarak yeni bir totalitarizm safhası olasılığını arttırmaktadır³⁰⁷.

Sosyal iktidarın sıklıkla dolaylı olduğunu belirten Dijk'e göre bu iktidar insanların zihinleri yoluyla işler: *"(...) örneğin insanların kendi eylemlerini planlamak ve icra etmek için ihtiyaç duydukları zorunlu enformasyonu ya da kanaatleri idare ederek."*³⁰⁸ Daha önceki bölümlerde ele alınan "yeni totalitarizm" de bu kanaat ve zorunlu enformasyon kaynaklarını kontrol ederek dolaylı bir şekilde ortaya çıkmaktadır.

Benzer bir şekilde düşünen Chomsky'e göre de devletin amacı, geniş halk kitlelerini kendi politikaları doğrultusunda şekillendirmektir ve bu süreçte amacı en yüksek kârı elde etmek olan şirketler için de halk, tüketici niteliğinden ibarettir. Bu amaçlar için en uygun araç medyadır. Böylece ortaya çıkan ortaklıkta, medya bir araç, ideoloji ve ürün alıcısı halktır. Chomsky'e göre aslında Amerikan tipi demokrasiden de beklenen budur; *"Yurttaş bir tüketicidir, bir gözlemcidir ama bir katılımcı değildir. Halkın başka yerlerde hazırlanan politikaları onaylama hakkı vardır, ancak bu sınırlar aşılsa demokrasi kalmaz ve şöyle ya da böyle çözülmesi gereken 'demokrasi krizi' ile yüz yüze gelinir."*³⁰⁹

³⁰⁶ Paul Virilio, "Military Space", Reading Virilio, Oxford:1998, s.24'ten aktaran, Nick Stevenson, Medya Kültürleri, s.325.

³⁰⁷ Paul Virilio, Polar Inertia, 2000'den aktaran Nick Stevenson, Medya Kültürleri, Ütopya Yay., İstanbul:2008, s.325.

³⁰⁸ "Ayrıca sosyal iktidarın uygulanması ve korunması ideolojik bir çerçevesi ön gerektirir. Sosyal olarak müşterek bir grubun ve üyelerinin çıkarla ilişkili temel bilişlerinden oluşan bu çerçeve esasen iletişim ve söylem yoluyla kazanılır, onaylanır ya da değiştirilir..." Ayrıca bkz. Dijk, ss.271-327.

³⁰⁹ Chomsky, s.23

Öte yandan bu felsefenin aslında Amerika'nın kuruluşundan itibaren geçerli olduğu da belirtilmektedir. Hofstadter'in aktarımına göre, "Kurucu Babalar"³¹⁰ (Founder/Founding Fathers) içlerinden pek çoğu klasik öğrenim görmüş, zamanlarının yakıcı problemlerini çözmekte tarih, politika ve hukuk kitaplarını okudukları geniş bilgilerden yararlanan bilge kişiler, bilimciler ve aydın insanlardı.³¹¹ Duverger de Amerikan siyasal rejiminin, "*Başkanlık Monarşisi*" olduğunu belirterek, başkanlık sisteminin halka fazla inmemesine gayret ettiklerini ileri sürer. Duverger'e göre "(...) 1787 Anayasası'nı yapan büyük burjuvalar fazla Cumhuriyetçi bir Cumhuriyetin kurulmasından endişe duyuyorlar ve bu Cumhuriyetin, mal sahibi olmayanların eline geçmesinden korkuyorlardı.(...) 1787 Amerikan kuralları aristokratik bir toplumun eskimiş düzenlerini, burjuva bir topluma uyguluyordu."³¹².

Chomsky de Amerikan demokrasinin özellikle ilk yıllarında çok ender istisnaların dışında temsilcilerin, "(...) işyerinden evine gidip dönenler arasından değil, tam tersine, iş çevrelerine, yönetim kurullarına ve ayrıcalıklı kesimlere hizmet eden hukuk bürolarından (...)"³¹³ çıktığını belirtmektedir. Bu gelişmeler ışığında Amerikan devletinin kuruluş aşamasında *Jakoben* bir süreç yaşandığını ve yine bunun halk adına halk için yapıldığını gözlemlemek mümkündür.

Halk adına yukarıdaki temelde şekillenen Amerikan tipi demokraside de Chomsky tarafından şu şekilde değerlendirilmektedir: "*Halkın sesinin çıkması, insanların ağızlarından doğru sözcüklerin çıkmasını sağlayarak çözülecek bir problem olarak değerlendirilmektedir. Genel anlayış, halkın liderleri değil, liderlerin halkı denetlediği şeklindedir.*"³¹⁴. Diğer bir deyişle kuruluş aşamasındaki *jakoben* anlayış bir şekilde hale varlığını sürdürmektedir. Ancak bunun halen halk adına ve halk için olduğunu söylemek en azından Chomsky için mümkün değildir.

³¹⁰ Amerika'nın kurulmasını sağlayan bir dizi olay içerisinde yer almış kişilerden oluşan bu grup, 1776 tarihli Amerikan Bağımsızlık bildirisine imza atmışlar, Amerika'nın İngiltere'den bağımsızlığını elde etmesini sağlayan devrimde rol almışlar, 1787-1878 yılları arasında Amerikan Anayasası'nı biçimlendiren ve kabul edenlerin bulunduğu 100'den fazla üyeden oluşan gruptur. ve 7'si, tüm bu süreçte anahtar role sahiptir. Benjamin Franklin, George Washington, John Adams, Thomas Jefferson, John Jay, James Madison ve Alexander Hamilton'dur. Ayrıca bkz: Richard B. Morris, Seven, Who Shaped Our Destiny: The Founding Fathers as Revolutionaries, Harper & Row, New York:1973.

³¹¹ D. Richard Hofstadter, Anti-Intellectualism in American Life, New York:1964, s.145'ten aktaran Neil Postman, Televizyon Öldüren Eğlence, Çev.Osman Akinhay, Ayrıntı Yay.,2004, s.53.

³¹² Duverger, Seçimle Gelen Krallar, Kelebek Yay. İstanbul:1986s.26, 27.

³¹³ Chomsky, s.37.

³¹⁴ Chomsky'e göre Amerika, "*kendisine bağlı -ya da bağlamak istediği- ülkelerde 'demokrasiyi tahsis etmek için' genellikle şiddete başvurmaktadır. Ülke içerisinde ise daha ince araçlar kullanması gereklidir: 'Aptal kitleleri' gerekli yanlısamlarla aldatarak rızanın üretilmesi; medyanın ve Kongre'nin hasıraltı edilemeyecek kadar görmezlikten geldiği üstü örtülü operasyonlar...*" Chomsky, s.31-32

Liderlerin halkı denetlediği bir ortamda medyanın rolü, nelerin konuşulup nelerin göz ardı edilmesi gerektiğine, nelerin ne şekilde ve hangi tarafla konuşulacağına karar vermekle ortaya çıkmaktadır. Tıpkı radyo ve televizyonlarda çok sık tekrarlanarak benimsetilen ve hatta sevdirilen şarkıcı ve şarkılarından oluşan “top” listelerinin aslında “dinleyicilerin beğenileriyle oluştuğunu” ileri sürmek kadar yanıltıcı bir süreçtir bu. Sonuçta dinleyiciler/izleyiciler, kendilerine sunulan sınırlı sayıdaki şarkı içerisinden tekrarlar sonucu en çok aklında kalanı en yüksek oranda talep etmektedir.

Medya, sosyal denetimi gerçekleştirirken, kamunun konuya dair bilgisizliğinden doğan güçsüzlüğü ile medyadan kamuya tek yönlü söylem akışından yararlanır³¹⁵. Kamuoyu, hem medya kartelleri hem de ortak söylemleri karşısında aciz ve sürekli alıcı konumuna gerilemiş olur. Ancak kamuoyunun mutlak bir şekilde medyanın söylemini doğrudan kabullendiğini de ileri sürmek yanıltıcı olacaktır. Kamuoyunun şekillenmesinde, medyanınki kadar olmasa bile, kanaat liderlerinin, sosyal gelişmelerin, çevresel ve sosyo-ekonomik faktörlerin de rolleri bulunmaktadır. Buradaki problem, medyanın gücünün ölçüsünün bazı durumlarda bir siyasal iktidar gibi ya da siyasal iktidarın bir kolu gibi siyasal hayatı doğrudan yönlendirici etkinliğe ulaşabilmesidir.

“Amerikan tipi demokraside”, her ne kadar halka ve onun yönetimine sıkça atıf yapılsa da ironik bir şekilde halkın aslında karar verebilme ehliyetine sahip olamayacağı düşüncesi yer almaktadır, asıl olan da rıza üretmektir. Demokratik söylemlerin en çok yükseldiği zamanların seçim zamanları olması ve seçimlerin, adayların bir tür şov yarışına dönüşmesinin arkasında da temel olarak bu yer almaktadır.

Yukarıdaki düşünceler çerçevesinde, (büyük medya kartellerinden biri Murdoch’un diğer medya kartelleri ile paylaştığı stratejisi) “bulvar gazetesi” türü yayınlar yapılırken, siyasete dair medya sunumlarında yer alan kamuoyu

³¹⁵ Dijk’in anlatımıyla “... sosyal denetim uygulamasının önemli bir koşulu, söylemin denetimi ve bizzat söylem üretimidir. Bundan dolayı merkezi sorular şunlardır: Hangi durumlarda, kim, kime, ne söyleyebilir, ne yazabilir? İnsanlar daha güçsüz oldukları sürece çeşitli metin ya da konuşma biçimlerine daha az erişme imkânına sahip olurlar. Nihai olarak, güçsüz olanların ‘söyleyecekleri hiçbir şey’i konuşacakları hiçbir kimseleri yoktur ya da çocukların, mahkûmların, davalıların ve hatta kadınların durumunda olduğu gibi daha güçlü olanlar karşısında sessiz kalmaları gerekir... Çoğu biçimsel, kamusal ya da basılı söylem tipleri açısından (kitle iletişim araçlarına ait söylem tipleri dâhil) daha güçsüz olanlar sıklıkla yalnızca alımlayan konumdadırlar.” Dijk, s.319-320.

yoklamaları da bunların okuyucusu tek tek bireyler üzerinde nasıl düşünmesi gerektiği yolunda da bir denetim geliştirilmektedir.

Keane'ye göre de günümüzde tüm demokratik rejimlerin göbeğinde despotizm çekirdekleri bulunmaktadır: “Siyasal otoriteler, medyanın devlet cephaneliğine aksesuar olmaktan öte yararlı ya da meşru bir işlevi olmadığını düşünürler. Medya gayet belirgin bir siyasal rol oynamak durumunda kalır.”³¹⁶. Keane'nin bu iddiaları, medyayı bir dördüncü kuvvet olarak görmekten ziyade, onun araçsallaştırılması üzerine kuruludur. Bu araçsallaştırılma sürecinde iktidarın da farklı teknikleri vardır. Örneğin iktidar, medyaya bazı imkânlar sunar:

(...) mülakat, fotoğraf çekme, günlük bültenler, basın toplantıları, brifingler gibi. Ancak bunu yaparken, hangi muhabirlerin alınacağı, ne soracağı, nerelere kadar sorabileceği önceden belirlenerek çerçevenin çizildiği (...) Dahası bazen “içeriden bilgi sızması” şeklinde kasıtlı yönlendirici haber de yaptırılabilir; bu potansiyel yalan söyleme yöntemleri de işe yaramazsa, haksız ya da aleyhte olarak algıladığı haberler için medyayı cezalandırabilir (...)”³¹⁷ belirtilmektedir.

Bu bağlamda Keane'e göre, kimi gazetecilerin mesleki ilerlemeleri ile hükümet hakkındaki eleştirel görüşleri arasında bir seçim yapmaları istenmekte, en uçtaki durumlarda da yönetime düşman görülen medya kuruluşlarının resmi kaynaklara erişmesi önlenmektedir. Genel olarak siyasal iktidar için medya, toplumun erişebileceği bilgileri denetleme araçları şeklinde bir görünüm kazanmaktadır. Demokrasilerde de durumun farklılaşmadığı gözlemlenmektedir:

İletişim sürecinde, temsil etme gücünü elinde bulunduranlar, temsil edileni kendi söylemi doğrultusunda bizzat inşa etmekte ve medya profesyonelleri tarafından oluşturulan bu gerçeklik ‘halktan daha çok halk olma’ çabalarını ortaya koyarken, aslında temsil edilen halkın çıkarlarını değil, aksine belli bir ideolojik ve ekonomik yapılanmanın sonucu olarak ortaya çıkan bir medya manipülasyonuna dönüşmektedir³¹⁸.

³¹⁶ Keane'e göre, “Erken modern mutlakiyetçi devletlerin, parlamentolar tarafından yönetilen geç modern anayasal devletlere –eksiklikleri olsa da- tarihsel dönüşümü sona erdi. Artık yeni bir siyasal sansür dönemine, Demokratik Leviathan diyoruz. Bu çağda hayatın yaşamsal parçaları çeşitli eski ve yeni kalemlerle donatılmış, sorumsuzluk siyasal kurumlar tarafından biçimlendirilmekte(...) Yurttaşlar arasındaki bunalım duygusunu kolektifleştirerek ve bunalımın –ki medya aracılığıyla olayı bunalım olarak tanımlayanlar da kendileridir- tedavisi için sıkı önlemler alınması gerektiği yolundaki resmi iddiaları yayarak, örtük açık bunalım haline dönüşmesini sağlarlar.” Ayrıca bkz. Keane, ss.99-100.

³¹⁷ Keane, s.105.

³¹⁸ Arık, s.133.

Son aşamada da erişilen bilgilerin denetimi, toplum siyasal tutum ve davranışlarının çerçevesini oluşturacağı düşüncesinden hareketle, toplumun bizzat kendisinin denetimini ortaya çıkaracaktır. Ancak buradaki kritik soru, medyanın bu süreçteki rolünün, özne mi yoksa nesne mi olduğu üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bu sorunun kaynağında da medyanın dördüncü güç olarak ekonomik motivasyonları doğrultusunda faaliyet gösterirken, siyasal iktidarın bu güç karşısında kendi olanaklarıyla direnmek ve hatta bu gücü kontrol altına alıp araçsallaştırma utku yer almaktadır

2.3.3. Medya - Pazar Ekonomisi İlişkisi ve Bu İlişkinin Toplum Üzerindeki Etkisi

Günümüz medyasının vardığı nokta, onların kâr amacı güden ticari şirketler olduğu gerçeğinin, onun kamu görevi niteliğini geride bıraktığı gerçeği üzerine kuruludur. Medya kitleleştiği oranda reklâm gelirlerini de arttırmakta, bu hem yan dallarındaki satışı arttırmakta hem de bizzat medyanın daha büyük bir ticari kuruluş olarak varlığını sürdürmesine olanak tanımaktadır.

Öte yandan medya kuruluşları, kâr marjını yükseltmek ve yatırım, üretim maliyetlerini düşürmek için de büyük holdingler bünyesine katılmakta ya da büyük holdingler kârlı bir alan olarak gördükleri medya sektörüne her gün daha fazla nüfuz ederek, küçük medya şirketlerini kendi bünyelerinde toplamaktadır. Aynı zamanda, Meyer'in de önemle vurguladığı gibi; "*medya ürünlerinin 'çapraz satışı' firmalara her bir iletişim aracını diğer tüm araçların ürünlerini satma işiyle meşgul ederek bir ürünün tüm kazanç potansiyellerinden yararlanma olanağı verir.*"³¹⁹.

Günümüzde artık bir gazetenin başarısının ya da başarısızlığının reklâmcıların talep ettiği koşula göre -tatmin edici bir alıcı sayısının üstüne iletilmesiyle- değerlendirilmeye başlandığına dikkat çeken Williams³²⁰, basınını kendini bu kapitalist zorunluluklara uyarlamasına dikkat çekmiştir. Bu süreçte medyanın, devlet ve şirketlerin elinden alınarak halk denetimine geçmesini isteyen ve bunun için mücadele eden Immediast grubu gelişmiş ve sürece karşı bir bildirge sunmuşlardır. Siyasal iktidar ve medyanın ekonomik çıkar ortaklıklarının gerçek hayattaki etkisi bildirgede şu sözlerle özetlenmektedir; "*(...) medya, kamu çıkarlarına*

³¹⁹ Meyer, s. 53.

³²⁰ Arık, s.133.

değil, devletin ve diğer şirketlerin çıkarlarına hizmet eder. Medyanın saldırı ve ayartma ekranı, olası en büyük halk kesimini tutsak almak üzere düzenlenmiştir(...) Her birimiz, kitle iletişim araçlarının geniş bir saldırısına maruz kalmanın, insanları bir duygusuzluk ve bulantı içinde donuklaştırdığını görebiliriz.”³²¹.

Ekonomi-politik çerçevesinde gerçekleşen bu manipülasyonun araçlarından biri olan hükümet reklâmcılığı, büyük ve ciddi bir iş alanı olmuştur, Bağımsız gazetelerin, radyo ve televizyon istasyonlarının pek çoğu ayakta kalabilmek için ilan-reklâm gelirlerine muhtaç olduğu için, hükümetin reklâmı kesme tehditleri amacına ulaşmaktadır³²².

Devlet reklâmcılığının daha az göze çarpan ama hiç de önemsiz sayılmayacak bir örneği olarak siyasal liderlerin, televizyon ve radyo mülakatlarında kayrılarak yansıtılmasını veren Keane, bu iki güç arasındaki çekişmeyi şu şekilde açıklar; *“Radyo televizyon gazetecileri, hükümetin icraatı konusunda halkın neyi bilmeye ihtiyacı olduğunun kendilerinden sorulacağı kanısındadırlar; devlet yetkilileri ise enformasyon, basın danışmanları ve yapımcılara sorulacak sorular ve yansıtılacak görüntüler konusunda avukatça pazarlık eden diğer görevliler ordusunun desteğine sahipler.”³²³.*

Günümüzde, siyasal iktidar bir kenara bırakıldığında, medya ve toplumla ilgili asıl gerilimin, kâr maksimizasyonunu amaçlayan ticari şirketler olarak medyanın rolü ile bilinçli bir özerklik yolunda temel sağlanması için medyaya duyulan ihtiyaç arasında yattığı ileri sürülmektedir³²⁴. Aslında beraber düşünülmesi gerekirken, çelişki yaratan iki unsurdan biri, medyanın bir yandan “özgürleşmesinin” gereği, diğeri de medyanın negatif özgürlüğünün sosyal faydayı yaratması yolundaki gereğidir. Ancak McChesney’in belirttiği ve günümüzde pek çok yerde gözlemlendiği üzere, *“(…) medya politikası üretim ya da düzenleme çalışmalarının çoğu, doğal ve*

³²¹ Noam Chomsky, Medya Denetimi, İmmediast Bildirgesi, Tüm Zamanlar Yay. İstanbul:1991, ss.7-8.

³²² Örneğin İngiltere’de devlet erkinin kendisini tanıtmaya bütçesi yılda 200 milyon sterline yaklaşmaktadır. Devlet, Unilever’in ardından ikinci en büyük reklâmverendir. Reklâm kampanyaları k her türlü siyaset konusunu kapsamakta, devlet reklâmcılığının hızla büyümesi, tüm demokratik seçimle gelmiş hükümetlere muazzam bir şantaj olanağı vermektedir. Ayrıca bkz: Keane, s.107

³²³ Keane; 107.

³²⁴ McChesney, ss.16-17.

*amansızca ortaya çıkan serbest piyasa sistemlerinde, sadece mülkiyet hakkını korumak içindir.*³²⁵.

Medya bir yandan ekonomik olarak hükümetlerin şantaj ve tehditleri altında bağımlı bir profil çizerken, diğer yandan da hükümetler, “demokrasi” ve “medyayı özgürleştirme” adına medya kartellerinin mülkiyetini haklarını garanti altına alacak düzenlemelerde bulunmaktadır. Diğer bir deyişle, hükümetler, çok sayıda ve farklı medyalar yerine, ekonomik çıkarlarıyla kontrol edebileceği az sayıda medya kartellerini tercih etmektedirler.

Böylece oluşan karşılıklı çıkar ilişkisi, medyayı toplumdan çok iktidara yakınlaştırmakta ve onun sözcülüğünü yapmaktadır. Ancak bu çıkar ilişkisi, sadece iktidarın değil, medyanın da kontrol edebildiği bir ilişki olmasından ötürü, sürecin tersine işleyip siyasetçilerin, medyanın siyaseti yönlendirebildikleri birer araç haline dönüşebilmektedirler.

Yine “Kurucu Babalar”dan biri olan Thomas Jefferson, Edward Carrington’a yazdığı, 1787 tarihli ünlü mektubunda şöyle demektedir; “*Hükümetimizin temeli, insanların fikridir [fikrine dayanır] ve öncelikli hedef, bu hakkı korumak olmalıdır ve eğer gazeteler olmaksızın bir hükümete mi yoksa hükümet olmaksızın gazetelere mi sahip olmalıyız kararı bana bırakılsa, ikincisini seçmekte bir an bile tereddüt etmemeliyim.*”³²⁶. Bu alıntı, sonraki yıllarda oldukça sık kullanılıp, “basının özgürleştirilmesinin” bir tür propagandası haline gelmiştir.

Ancak bu alıntının, çoğunlukla atlanılan devamında yer alan şu sözleri ayrı bir öneme sahiptir: “*Fakat bununla, her kişinin o gazeteleri alması ve onları okuyabilmesi gerektiğini kastetmeliyim.*”. McChesney’e göre, bu sonuç cümlesindeki saklı anlam, basın sistemini negatif korumanın yeterli olmadığıdır: “*Herkese açık bilginin evrensel olarak vatandaşa dağıtımını garantiye almak için aktif destek*

³²⁵ McChesney, s.18.

³²⁶ “*The basis of our governments being the opinion of the people, the very first object should be to keep that right; and were it left to me to decide whether we should have a government without newspapers or newspapers without a government, I should not hesitate a moment to prefer the latter. But I should mean that every man should receive those papers and be capable of reading them.*”¹⁷ Ocak 1787. Thomas Jefferson (1743-1846) ABD, III. Başkanı (1801-1809) ve Bağımsızlık Bildirgesinin yazarı. Edward Carrington (1748-1810) ABD Askeri ve Virginia Eyaleti Devlet Adamı. Virginia University Library, “Thomas Jefferson on Politics & Government”, Erişim: <http://etext.virginia.edu/jefferson/quotations/jeff1600.htm> (06.09.2007)

gereklidir. Başka bir deyişle, halkın farklı sesler duyma ve farklı mesajları benimseme hakkı, bir demokrasinin yapı taşıdır.”³²⁷.

Yaklaşık bir asır sonra yine Amerika’da, New York Times yazarı olan John Swinton, basın özgürlüğü adına kadeh kaldırması için kürsüye davet edildiğinde Amerika’daki *basın özgürlüğünün*, Jefferson’un konuşmasından bu yana geldiği noktayı özetlemektedir³²⁸:

Dünya tarihinin şu anına dek, Amerika’da bağımsız basın diye bir şey olmamıştır. (...) Hiçbiriniz düşündüklerinizi olduğu gibi yazmaya cesaret edemezsiniz. Bunu yapmaya kalktığınızda yazdıklarınızın basılmayacağını önceden bilirsiniz. Çalıştığım gazete özgür düşüncelerimi gazeteden uzak tutmam için haftalık ücret ödüyor. İçinizde benzer biçimde benzer ücret alan başkaları da vardır ve düşüncelerini açıkça yazacak kadar ahmak olan herhangi biriniz sokaklarda başka bir iş arıyor olacaktır.(...) Bizler, sahnenin arkasındaki zengin adamların araçları ve kullarıyız. Bizler zıplayan oyuncak kuklalarız. Onlar ipleri çekiyorlar ve biz dans ediyoruz.

Medyanın üreticisi durumunda olan medya çalışanları, kapitalist dünya ekonomisinde sermayenin bilgi işçileridir. Bu işçilerin ulaştıkları haberler de öncelikle kendi bilgi kapasitelerinde değerlendirilmektedir. Ancak günümüzde özellikle gazete çalışanlarına verilen ücretin azlığı, saat ve yer sınırlaması olmaksızın çalışma koşulları ve kimi zaman güvensiz ortamlar, mesleğin *popüler* ve talep görür bir meslek olmaktan çıkmasını da beraberinde getirmektedir. İşsizliğin çok olduğu ülkelerde bir gazetede çalışmak; yorum, araştırma, değerlendirme ve sunumdan ziyade basit ve popüler haberlerin editöre sunumu sürecinde alınan bir role

³²⁷ McChesney, s.31.

³²⁸ Metnin orijinali :”*There is no such thing, at this date of the world's history, in America, as an independent press. You know it and I know it. There is not one of you who dares to write your honest opinions, and if you did, you know beforehand that it would never appear in print. I am paid weekly for keeping my honest opinion out of the paper I am connected with. Others of you are paid similar salaries for similar things, and any of you who would be so foolish as to write honest opinions would be out on the streets looking for another job. If I allowed my honest opinions to appear in one issue of my paper, before twenty-four hours my occupation would be gone. The business of the journalists is to destroy the truth, to lie outright, to pervert, to vilify, to fawn at the feet of mammon, and to sell his country and his race for his daily bread. You know it and I know it, and what folly is this toasting an independent press? We are the tools and vassals of rich men behind the scenes. We are the jumping jacks they pull the strings and we dance. Our talents, our possibilities and our lives are all the property of other men. We are intellectual prostitutes.*” John Swinton (1830-1901, Gazeteci, İktisatçı), New York Sun gazetesinde haftada bir yazarlık yaparken bir toplantıdaki konuşması. Richard O. Boyer ve Herbert M. Morais, Labor's Untold Story, by, published by United Electrical, Radio & Machine Workers of America, NY, 1955/1979'den aktaran, Jon Roland, Constitution Society, 2002, “John Swinton on The Independence Of The Press”, Erişim: http://www.constitution.org/pub/swinton_press.htm, (22.09.2007)

indirgenmektedir. Sermayenin bol reklam alabileceği popüler gazetecilik, düşük ücretle yapılan düşük kalitede işlerin bir toplamı olarak ortaya çıkmaktadır.

Dolayısıyla medya manipülasyonu daha birinci elde, gazete çalışanlarının kalitesinin ve eğitimin düşük düzeyde tutulmasıyla başlamaktadır. Parenti bu durumu kasıtlı olarak görmekte ve şu şekilde değerlendirmektedir; *“Medya çalışanları bütün gerçekliği algılayamayacak kapasitede yetiştirilmektedir. Onların işleri bilgilendirmek değil, yanlış bilgilendirmedir, demokratik söylemi geliştirmek değil, onu yanıltmak ve susturmaktır. Onların görevi, günün olayı ile ilgili vicdani her görünümü sunmak ve çok az şey anlatırken çok fazla şey söylemektir.”*³²⁹. Bu tür haberler aslında birkaç satırda/dakikada özetlenebilecek haberler olup aslında toplumun genelinden çok özeline ilgilendiren konulardır ve tekrar eden laf kalabalığı içerisinde söylenen “hiçbirşey”e yöneliktirler.

Muhabirlerin sosyo-ekonomik özellikleri onların, topluma neyin bildirilip bildirilmeyeceğini belirlenmesi noktasında, medya kurumlarındaki editörden sonra gelen eşik bekçiliği nitelikleri açısından önemlidir. Lippmann’a göre, *“(…) okuyucuya ulaşan her gazete, neyin ne kadar büyüklükte basılacağı, hangi ögenin vurgulanacağı gibi bir dizi seçimin ürünüdür.(…) Muhabirlerin haber seçim kuralları büyük ölçüde birbirleriyle örtüştüğü için, okuyucular üzerinde bir tür onay etkisi yaratan bir ses uyumu yaşanır. ‘sahte bir dünya’ oluşur.(…)”*³³⁰.

Ancak Lippmann’a göre burada doğrudan gazetecilerin bilinçli bir tercihi doğrultusunda oluşturulmuş bir manipülasyon söz konusu değildir, gazeteciler gerçekten de gördüklerini haber yapmaktadırlar. Gerçekliğin sahiden ne olduğunun önemi yoktur artık, önemli olan varsayımlardır ve beklentileri, ümitleri, çabaları, duygu ve davranışları yalnızca bu varsayımlar belirler. Fakat bunlar da kendi içlerinde reel oldukları için reel sonuçlar doğurur, yeni gerçeklikler yaratırlar³³¹. Muhabirler kendi bilinç düzeyleriyle algılayabildikleri kadarını haber olarak sunabilirler, okuyucular ise dünyayı, büyük kısmını medya tarafından iletilen bilinç aracılığıyla kavrar ve açıklar³³².

³²⁹ Michael Parenti, “Monopoly Media Manipulation”, Mediterranean Quarterly, Spring 2002, s.66.

³³⁰ Walter Lippmann, Public opinion, (Orj.Basım 1921), The Project Gutenberg E-Book, 2004, Part VII, Chapter XIII, 5, Yazarın burada kullandığı terim: “Pictures in our heads”-“Kafamızdaki görüntüler”

³³¹ Yazarın burada kullandığı terim; “Self-fulfilling prophecy”- “kendi kendini gerçekleştiren kehanet”

³³² Lippmann, ,s. 5.

Farklı sesleri duyma ve farklı mesajları benimseme ve hatta daha da önemlisi bunları ifade edebilme hakkı, devletle karşılıklı çıkar ilişkilerinden bağımsız medyalar aracılığı ile mümkündür. Ancak günümüzde medyanın, siyasetçilerle olan bu çıkar ilişkilerinin bir sonraki adımı, İtalya örneğinde görüleceği üzere medya kartelinin bizzat siyasal iktidarın kendisine dönüşümüdür. Artık burada medyakrasinin bir başka formundan söz edilebilir, ancak ekonomi-siyaset ilişkisi çerçevesinde gelişen bu ilişkilerin, demokrasi adı altında yönetilen rejimlere geri döndürülmez kayıplar verdiği söylemekle yetinmek gerekir.

2.4. SEÇİM, SİYASAL PARTİLER VE MEDYA

Medya sistemini ekonomi, bilim ve din sistemlerine benzer bir sosyal sistem olarak düşünen Luhmann medya sisteminin elementlerini; haberler, reklâmlar ve eğlence olarak belirlemektedir ve “(...) bu üç program türü de sosyal gerçekliğin tasarlanması için taşıyıcılık yapmaktadır.”³³³. Böylece medyanın eline oldukça güçlü bir koz geçmektedir. Bu koz, medyanın kamuoyunun içinde yaşadığı dünyaya ilişkin manipülatif ve biçimlendirici bilgi akışıdır. Bu bilgi akışı özellikle seçim dönemlerinde ve partilerin başarıyla ilgili olarak daha da önemli hale gelmektedir.

Medya eliyle manipülasyon imkânları, bir iletişim şebekesinin fikir oluşturma süreçlerine bağlı olmasıyla belirlediğini belirten Barbier, parlamenter demokrasilerdeki siyasal iktidarların, artık mutlak monarşiler zamanından daha yoğun bir biçimde kamuoyuna bağlı olmalarından dolayı, medyanın mesajlardaki kontrolünün de 19.yüzyıldan itibaren temel siyasal bir konu haline geldiğini belirtmektedir³³⁴. Buna karşın medyanın etkisinin, özellikle manipüle edici etkisinin abartıldığı yolunda eleştiriler de mevcuttur. Alkan ve Ergil'in belirttiğine göre batı toplumlarında yapılan araştırmalar, siyasal davranış değişikliği yaratmak bakımından, kitle iletişim araçlarının sanıldığı kadar etkili olmadığı göstermiştir:

Bu sınırlılığın nedenlerinden birisi, kitle iletişim araçlarının etkisini, dolaylı bir biçimde kamuoyu önderleri aracılığıyla göstermesidir. İkincisi, kitle iletişim araçları, kişilerin eğilimlerini değiştirmekten veya yeni eğilimler yaratmaktan çok, var olan eğilimleri güçlendirecek yönde

³³³ Alver, , s.160.

³³⁴ Barbier vd., s.143.

*olmaktadır. Kişiler zaten ilgilendikleri konuları dinliyor veya okuyorlar, diğerleri üzerinde fazla durmuyorlar*³³⁵.

Alkan ve Ergil'in bu tespitlerinin 1980'lerden önce yapıldığı düşünülürken, halen geçerliliğini koruduğunu söylemek tartışmaya açıktır.

Televizyon, eğitim ve kültür farklılıklarını aşarak, eğlenme, haber alma, bilgilenme gibi ihtiyaçlarda birincil konuma geçmekte ve böylece bireyleri tek-tipleştirmekte aralarında binlerce kilometre fark olan insanlarda benzer tutum ve eğilimler yaratmaktadır. Televizyonun (bireylerin telefon e-posta gibi sınırlı ve kontrollü katılımları hariç tutulduğunda) inter-aktif değil de tek yönlü bir araç oluşuna bağlı olarak, bireyi *alıcı* konumunda sabitlemesi dolayısıyla, örneğin 10 saat ve üzeri televizyon seyreden bir kişinin siyasal davranışları da ister istemez etkilenecektir. Ancak burada tartışma konusu olan bireyin siyasal tercihine göre mi seyrettiği, yoksa televizyonun tercihlerini mi biçimlendirdiği sorusuna yoğunlaşmaktadır.

Williams da bu süreci seçici izleme açısından inceleyerek, televizyonda bize sunulan birbirinden farklı pek çok görüntü ve ses mesajının da aslında aynı bütünün bir parçası olduğunu belirterek "(...) *bu program parçacıklarının birbirleriyle köklü bir etkileşim içerisinde (...)*" bulunduğunu iddia etmektedir. Williams'a göre insanlar bilinçli olarak başka kanal ya da programı seçebilirler veya televizyonu kapatabilirler. Ancak "akış etkisi", program politikasının ana ögesi olmaya yetecek kadar geniş etkilidir ve bu akşam akışını desteklemek için artan program fragmanlarının sıklığının sebebi budur³³⁶.

Konu, medya kartelleri bağlamında ele alındığında, bir medya grubu içinde yer alan herhangi bir medyanın izleyicisi farklı gibi görünen ama aslında aynı kaynağa bağlı diğer alt medyaların programlarının reklamına maruz kalır. Ayrıca farklı gibi algıladığı, fakat sadece aynı kaynağa ait farklı kanallardan edindiği bilgi ve haberlerin "artık güvenilir, kesin ve hatta demokratik" olduğu yanılsaması doğurduğu görülecektir.

Medyanın siyasal partilerle ilgili yayınları da bu açıdan ayrı bir önem kazanmaktadır. Özellikle aynı anda hem birçok gazete, hem radyo, hem televizyon

³³⁵ Alkan ve Ergil, *Siyaset ...*, ss.65-67.

³³⁶ Arık, ss.134-135.

sahibi olup (yatay bütünleşme) bunların tüketicilerini belli siyasal partiler lehine ya da aleyhine kendini tekrarlayan ve akış etkisi bırakan yayın yapılması durumunda siyasetin kendisini de doğrudan etkileyecektir.

Benzer bir şekilde medya, herhangi bir konuyla ilgili tartışmaların yoğunluğunu, içeriğini ve eğilimlerini haber vermek gibi kritik bir role de sahiptir³³⁷. Böylece medya, kanaat önderlerinin, siyasal liderlerin, siyasal partilerin aralarındaki büyük ayrımları nakletmeye meyillidir. Hatta bazen ilerleyen bölümlerde tartışılacağı üzere aslında büyük olmayan ayrımları büyütme de meyilli oldukları söylenebilir. Ancak bazen de birbirinden ayrı siyasal eğilimleri birleştirici role sahip olabilir. Bunlardan hangisinin seçileceği, editöryal bir tercih olup medyanın siyasal pozisyonu, siyasal özneye yakınlığı ile konuyla olan ilgisine göre değişen bir durumdur.

2.4.1. Seçim ve Medya

Medyanın siyasal hayat üzerindeki belirleyici etkisini, seçim sürecinde çeşitli açılardan gözlemlemek mümkündür. Örneğin 1950-1980 dönemleri arasında siyasal seçimlerde kamuoyu yoklamalarını ve seçim sonuçlarını inceleyen Worcester'a³³⁸ göre, hem kamuoyu yoklamaları hem de televizyon ve gazete, seçim davranışlarını etkilemektedir.

Medyanın seçim davranışları üzerindeki etkilerinden biri "sıkıştırma olgusu" (squeezing), üç partinin yarıştığı bir seçim sürecinde iki partinin kazanmaya yakın olduğu ve üçüncü partiye olan desteğin diğer iki partiye doğru kaydığı durumlarda ortaya çıkmaktadır³³⁹.

İngiltere'deki "taktiksel oyu" araştıran çalışmasında Cain, "sıkıştırma" olgusunun, "harcanmış oy" olgusuyla yakından ilişkili olduğunu vurgulamaktadır. "Harcanmış oy", "sıkıştırma" olgusu gibi, seçmenin seçim sonucuna yönelik algısına ve bu algıya dayalı kesin tercihlerinin akla uygunluğuna bağlıdır.

³³⁷ Ayrıca bkz: Jacobs, Lawrence R. & Robert Y. Shapiro, *Politicians Don't Pander: Political Manipulation and the Loss of Democratic Responsiveness*, Univ.of Chicago Press, 2000, 2-5-6.bölüm.

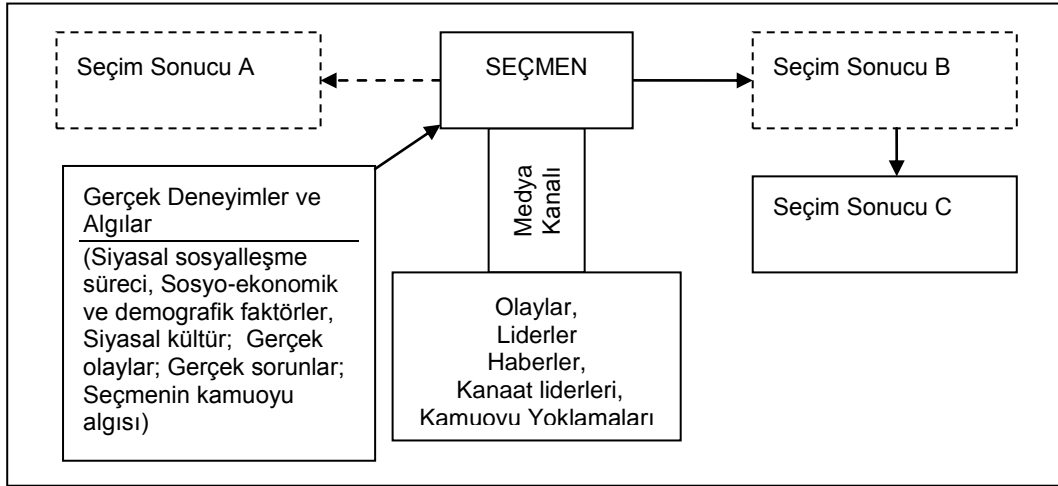
³³⁸ Robert M. Worcester, "Pollsters, the Press, and Political Polling in Britain", *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 44, No. 4, *Polls and the News Media: A Symposium*. (Winter, 1980), s. 565.

³³⁹ Bruce E. Cain, "Strategic Voting in Britain", *American Journal of Political Science*, Vol. 22, No. 3. (Aug., 1978), ss.639-655.

Harcanmış oy, her hangi bir adayın/partinin seçilmesine katkıda bulunmamış ya da adayın/partinin hâlihazırda yetecek kadarından fazlası olan oy anlama gelebilmektedir. Taktiksel oy da ilk durumu önlemek üzere verilen oydur ve bunu en iyi Duverger özetlemektedir:

Tek turlu çoğunluk usulüyle birlikte işleyen bir üç-parti sisteminde seçmenler, oylarını üçüncü partiye vermeye devam ettikleri takdirde, bu oyların israf edilmiş olacağını kısa zamanda fark ederler. Böylece en amansız düşmanlarının kazanmasına engel olabilmek için, elbette oylarını 'ehven-i şer' [kötünün iyisi] olana vermeye yönelirler³⁴⁰.

Yukarıda sözü edilen medyanın siyasal partilerle değişken ve etkili yayın politikası göz önüne alındığında, aslında üç farklı seçim sonucu/algılaması vardır ve bu durum şema ile aşağıdaki gibi gösterilebilir³⁴¹:



Şekil 5: Medyanın Seçim Üzerindeki Etkisi

Toplumların kitleleşmeye başlamasından itibaren, siyasal iletişimde medyanın konumu birincil öneme sahip hale gelmiştir. Seçmenler, seçim öncesi döneme kadar, siyasal tutum ve davranışlarını hem gerçek deneyimlerine (siyasal ve ekonomik gelişmeler, sosyo-ekonomik, kültürel ve demografik çevre) hem de medyadan edindikleri mesajlara göre geliştirirler. Bu siyasal tutum ve davranışların

³⁴⁰ Duverger, Siyasal Partiler, s.300.

³⁴¹ Bu şema, araştırmacı tarafından bir seçim sürecinde kamuoyunun istediği, algıladığı ve gerçekleştirdiği seçim sonuçları arasındaki farkı aktarmak üzere, bu sürecin sadeleştirilmesi suretiyle ve Gerbner'in Genel İletişim Modeli referans alınarak hazırlanmıştır. Gerbner'in iletişim modeli için bkz: George Gerbner, "Towards a General Model of Communication", Audio-Visual Communication Review 4; 1956, ss.177-199.

uzantısı olarak ortaya çıkabilecek gerçek ve gerçekleşmemiş, toplam üç farklı seçim sonucundan söz etmek mümkündür.

A: Hiçbir müdahale olmaması durumunda (bireylerin kazanma ihtimali bulunan partiler yerine, beklentilerine ve siyasal görüşüne yakın bulduğu partilere oy vermesi durumunda) bireylerin gerçek tercihleri doğrultusunda ortaya çıkacakken, gerçekleşmemiş bir seçim sonucu;

B: Bireyler tarafından “gerçek olması beklenen” seçim sonuçlarına yönelik algılama;

C: “Gerçek olması beklenen” seçim sonuçları doğrultusunda verilmiş oylarla oluşan nihai seçim sonuçları.

Yukarıda açıklanan seçim sonuçlarından ilki (A) ve üçüncüsü (C) arasındaki fark, seçimin aslında sınırlı bir alanda gerçekleştiğini ve bireylerin kamuoyu yoklamaları, kanaat önderleri vb. araçlarla ile medyanın eşik bekçiliğinde yönlendirilebileceğini gösterir. Bu fark aynı zamanda medya analizi destekli alan çalışmalarıyla, deneklerin siyasal konulardaki açık sözlülükleri ve tutarlılıkları ölçüsünde saptanabilir bir olgudur.

2.4.2. Siyasal Partiler ve Medya

Medya, siyasal partiler üzerindeki etkisini, artık daha doğrudan, siyasal partilerin yerine getirmekte olduğu işlevlerini teker teker üstelenerek yürütmektedir. Siyasal partilerin işlevleri önceki bölümlerde açıklanmış olması nedeniyle bu bölümde tekrar ayrıntılı olarak ele alınmamakla beraber içerindeki belki en stratejik olanını Duverger’in sözleriyle özetlemek mümkündür: “(...) *partilere ulaşmadan önce çoğu zaman kanaatler, kendilerinden pek emin değildirler, başkalarının da paylaşıldıklarının, resmen onaylandıklarının, bir örgütçe benimsediklerinin görülmesi bunlara otoriter netlik ve kesinlik sağlar.*”³⁴².

Öte yandan Tocqueville’e göre basın, her parti liderinin kamuoyu önünde yargılanmasını sağlarlar. “*Toplum çıkarlarını bazı doktrinler etrafında birleşir ve partilerin sembolünü formüller halinde ifade eder. Partiler basın sayesinde birbirlerini*

³⁴² Duverger, Siyasal Partiler, ss. 477-487.

görmeksizin konuşur ve temasa geçmeksizin anlaşırlar."³⁴³ Dolayısıyla basının varlığı tabii ki siyasal kanaatlerin birleşmesinde ve partilerin yandaşları ve karşıtlarıyla iletişim kurarak güçlenmesinden söz etmek yerinde olacaktır. Bu anlamda basının varlığı siyasal partilerin gelişmesinde ve güçlenmesinde her zaman için önemli bir rol oynamıştır.

19. yüzyılın Amerikasındaki basit yapılı tek başına güçsüz durumda olan basın gücü, tekrar ve yaygınlık oranında kamuoyu ve siyaseti yönlendirmede güçlü hale dönüşmüştür. Bu durum, o zamankinden çok daha girift bir görünüm arz eden günümüz medyasının siyasal partiler ve siyaset üzerindeki etkisinin nasıl ve ne kadar yoğun bir şekilde gerçekleştiği yolunda fikirler vermektedir.

Günümüzde gelindiğinde siyasal partilerin kanaatleri birleştirme görevi - köksüzleştirilmiş ve zayıflatılmış partilere karşı- güçlü medya kanalları aracılığı ile gerçekleştiği, siyasal partilerin ve liderlerin, *markalaştığı* ve kendisinin *pazarlamasının* kendisinin siyasal fikir ve eylemlerinin önüne geçtiği bir dönem yaşanmaktadır. Bu durum, ülkelerin demokratikleşme ve demokrasilerinin kurumsallaşma seviyesine göre değişmekle beraber rejim krizlerini önlememekte ve hatta var olanları pekiştirmektedir.

Meyer'e göre de medya-siyaset ilişkisinde, etkilenen şey sadece siyasetçilerin iletişimsel davranışı değildir. Öyle ki medya toplumlarında siyasetin bizzat doğasında da kaymalar olmuştur: "*Siyasal sistemin aktörleri, farklı izleyici topluluklarının, ana-akım medya*³⁴⁴ *metinlerini farklı okumalarına yaslanmazlar. Aksine medyanın yönlendirdiği eylem ve söylemlerinde, izleyici, okumalarının ve bunun sonucunda oluşan siyasal davranışın tek belirleyicisi işlevi görürlermiş gibi, ana akım medyanın kodlarına uyarlar.*"³⁴⁵ Meyer'in sözünü ettiği ana akım medya kodları, medya kartelleri tarafından belirlenmekte, işlenmekte ve "çoğunluğun görüşü" bir siyasal parti gibi kamuoyuna sunulmaktadır.

Medyanın etkisi böylece, siyasetin anlatılma ya da temsil edilme düzeniyle siyaseti tamamlayıcı boyutta değil, onun her boyutuyla bizzat siyasal süreci

³⁴³ Tocqueville, s.83.

³⁴⁴ Ana-akım medya kodları: (Main-stream media codes) Popüler medya ürünlerini ifade etmektedir.

³⁴⁵ Meyer, s.13.

değiştirmek şeklinde ortaya çıkmaktadır. Daha önce de bahsedilmiş olan medya demokrasisi olarak adlandırılan bu yeni durum, Meyer'in anlatımıyla;

(...) kendi kuralları, seçenekleri, kaynakları, nüfuz kanalları ve sınırları olan yeni bir siyasal rejim ya da oluşumdur. (...) siyasal figürlerin politika düşüncelerini kesin bir biçimde duyurmadan önce medya mahkemesinde 'test etme' ya da 'icra etme eğilimini' doğru bir biçimde betimler. Siyasal aktörler ancak çeşitli testlerden, özellikle de sözde odak gruplarının testlerinden geçirdikten sonra hangi politika önerisinin makul ölçüde popüler olabileceğini belirler³⁴⁶.

Medya, siyasal aktörlerin kararlarını eylem sonrası (*ex-post facto*) iletmek yerine, hangi politikanın benimseneceğinin ve izleneceğinin belirlenmesi sürecinde doğrudan etki ederek yani siyasal karar alma sürecine doğrudan etki ederek dördüncü kuvvet olarak siyaset sahnesinde yerini almaktadır.

Medyanın siyasal partiler üzerindeki etkisi, siyasal partiler sistemi ve kamuoyu ile birlikte değerlendirildiğinde farklı sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Bu durum özellikle herkesin içinde bulunamadığı bir kamuoyundan bahsedildiğinde, *çoğunluğun nasıl düşündüğüne* dair, tahminler iki ayrı cephe olarak ortaya çıktığında daha da belirgindir. Bir toplumda yer alan iki farklı grubun da kendisi gibi düşününlerin daha çok olduğuna inanarak tercihleri doğrultusunda hareket etmeleri durumunda, *bu cehalet*, tek taraflı olabilmekte, bir taraf çevresi hakkında doğru tahminler yürütürken, diğer taraf kendisini gözünde fazla büyütmektedir³⁴⁷.

Kamuoyunun bu şekilde ikiye bölünüşü, diğer bir deyişle iki kutuplu oluşu siyasal dengeler üzerinde doğrudan etkilidir. Çünkü iki kutba bölünmüş bir kamuoyu çoğunlukla iki kutba siyasal yoğunlaşmış bir siyasal eğilim durumunu ifade etmektedir. İki kutba bölünmüş bir kamuoyunun, özellikle medyanın da etkisiyle iki partili sistemlerde değil de çok partili sistemlerde ortaya çıkması dikkat çekicidir. Duverger, bu durumu şu şekilde açıklamaktadır³⁴⁸: iki kutupluluk, farklı görüşlerin aynı anda tartışma olanağı bulduğu durumlarda ortaya çıkmaktadır. Ancak iki partili sistemlerde ana akım medya aracılığı ile farklı ve radikal görüşler söylem olanağı ve

³⁴⁶ Meyer, s.66.

³⁴⁷ "Eğer simetri ağır basıyorsa, yani her cephenin kendini gözünde büyüttüğü kesin bir cepheleşme yaşanıyorsa, ciddi bir çatışmaya doğru yol alınıyor demektir. Asimetri ise bir tarafın büyük tereddütler içinde olduğunu, kararsız kaldığını, fikir yürütemediğini, dolayısıyla savunma gücünün az olduğunu gösterir". Noelle-Neumann, Kamuoyu..., s.148,149 Burada aktarılan olgu, Allport vd. sosyal bilimciler tarafından "pluralistic ignorance" olarak tanımlanmış ve ileriki bölümlerde ayrıca incelenmiştir. Kavram Türkçe'ye "karşılıklı cehaletler" olarak çevrilmiştir.

³⁴⁸ Duverger, Siyasal Partiler, ss.487-500.

kitlelere ulaşma olanağı bulamamaktadır. Medya, popüler olana, çoğunluğa hitap ederken farklı ve radikal görüşlere ifade olanağı vermemektedir. İki parti sisteminde ise partilerin birbirine benzeme eğilimindedir çünkü her iki parti de açıkça merkeze yönelen ve dolayısıyla aralarında derin bir benzerlik bulunan siyasetler saptama gerekliliği duyacaklardır³⁴⁹. Böylece iki parti sistemi pratikte benzer ideolojileri savunan iki partiye, yani bir tür ideolojik “tek parti” barındırmaktadır. Medya bu süreçte, temelde aynı ideolojinin farklı makyajına sahip iki siyasal partiyi pazarlayan bir araç rolü alırken, seçmenlerin bu partilerin “farklılığına” inandırılmasında özellikle adayların farklılığından yola çıkarak ve bunu vurgulayarak katkıda bulunur.

Kapsayıcı medya, giderek siyasetin daha çok kendi içinde işlenir hale gelmesine yol açmaktadır. Buradan yola çıkarak Castells, liderliğin kişiselleştirildiğini, *imaj-yapım* (image-making) sürecinin aslında bir tür *güç-yapım* (power-making) süreci olduğunu belirtmektedir. “*Siyasal aktörler ve onların uygulama alanları gittikçe genişleyen ve çeşitlenen, bilgisayarların da dâhil olduğu medya aracılığıyla iktidar oyununda yer edinebilmektedirler.*”³⁵⁰ Castells’in sözünü ettiği bu durum iki partili sistemlere özgü bir durum değildir. Siyasal seçimler, siyasal partilerin ideolojik temelleri yerine pazarlanan lider adayları üzerinden gerçekleştirilmektedir.

Seçimle gelen otoritenin bir kişide gövde bulması, bu liderin kişisel özellikleri kadar ele geçireceği yetkileriyle de ilgilidir. Duverger, batı toplumlarındaki bu görünümleri Cumhuriyetçi Monarşiler tanımlarken, bunu “*aracı kuruluşların göz boyama oyunu*” olarak açıklamaktadır. Ona göre, “*(...) büyük tirajlı basın, radyo ve televizyon, sanatta, sporda, cinayette olduğu gibi, politikada da yıldız peşinde koşarlar. Bu kurumları halkın gözünde daha iyi canlandırmak için, onları bir insan yüzünde yansıtmak yolunu tutarlar.*”³⁵¹.

³⁴⁹ Bununla birlikte böyle bir durumdaki bir partinin seçim sırasındaki söylemleri ile iktidar olması durumundaki eylemleri arasında ayırım yapmak gerekir. Bunlardan ilki, merkezdeki “yüzen” oyları kazanabilmek için nispeten ılımlı niteliktedir; ikincisi ise daha aşırı olan militanları -asıl oy tabanını-tatmin etmek için daha az ılımlı niteliktedir. Yine de partilerden her ikisi de çoğunluk yönelimine sahip olmaktadır. Bu durum, her “manevi aile” içerisindeki tali farkları değiştirme ve törpüleme eğilimindedir.

³⁵⁰ Castells, s.507.

³⁵¹ Duverger, Seçimle Gelen Krallar, s.26 Duverger seçim yoluyla bir hükümdar yaratmanın amacının, federasyonun birliğini bir kişide toplamak olduğunu ileri sürmektedir. “*Kongre bu birliği güvence altına almıyordu, senatörler ve temsilciler de yöresel seçmenlerinin vekili olarak hareket etmek eğiliminde idiler.*” Duverger, Seçimle Gelen Krallar, s.88.

Duverger, orantılı temsil ya da çok partili sistemlerde medya, kamuoyundaki ayrıntılara ilişkin bölünmeleri büyütme eğiliminde olduğunu belirtir. Burada normal olarak her parti, temsil gücünü ancak en yakın komşusu zararına arttırabilir. Her parti, en yakın rakipleriyle kendilerini bundan ayıracak farklara dikkat çeker. Sonuç olarak da siyasal bölünmeler derinleşir ve çatışmalar yoğunlaşır. Komşu partiler arasındaki rekabetin böylece kızışmasına paralel olarak, sağdaki partiler daha sağa, soldaki partiler daha sola çekilmeleri suretiyle kamuoyunda genel bir aşırılığa görülür. Her iki grup içerisindeki her parti komşusuyla açık arttırmaya girişir³⁵². Böylece belirgin bir çoğunluğun görüşü ve göreceli olarak üstün görünen bir siyasal parti bulunmamasıyla, farklı medya gruplarının kendi çıkarları doğrultusunda beslediği bölünen kamuoyu denilen olguyla karşı karşıya kalınmış olmaktadır.

Medyanın siyasal partilerin işlevlerini ideal bir demokraside beklenen şekliyle yerine getiremeyeceği gerçeğine karşın, günümüz demokrasilerinde siyasal partilerin geriletildiği, seçim dönemleri dışında aktif bir rol üstlenmediği gözlemlenmektedir. Bu süreçte, gerek siyasal iktidar ve gerekse muhalif partilerin geniş kitlelere ulaşmasını sağlayacak araç, yaygın örgüt ağından çok, medyanın bizzat kendisi olmaktadır. Bu durum, özellikle medyanın gücüne karşı güç dengesinde bulunabilecek -siyasal iktidarın gücünden yoksun- siyasal partilerin medyaya gruplarının manipülasyon alanına kısmen ya da tamamen dâhil olmasını beraberinde getirecektir.

Siyasal partilerin işlevlerinin yetersiz kaldığı durumda ortaya çıkan tabloyu “*siyaset*” olarak tanımlayan Kılıçbay, bu örgütlenmeleri de “*siyaset klanı*” olarak tanımlamaktadır.

Siyaset klanının tek amacı iktidarı ele geçirmektir. (...) iktidara gelmenin amacı sorun çözmek değil, ülkenin iktisadi üretimini ele geçirerek, yandaşlarını avantajlı hale getirmektir. Bu nedenle siyaset klanlarının egemenliğindeki toplumlarda ‘siyaset’ bir meslek sayılır. (...) ve siyaset dışı tutulan geniş kitle ise uyruk konumunda kalır veya en iyisinden belli aralıklarla sadiğa gitmesinin siyasete katılım olduğuna inandırılır³⁵³.

Siyasal partilerin tabandan tavana doğru yapılandırıldığı durumlarda ise güçlü bir halk desteği ile demokratik bir yoldan geliştirildiği bir ideal durum düşünüldüğünde, medyanın bu tabandan ve onun siyasal fikirlerinden bağımsız

³⁵² Duverger, Siyasal Partiler, s.500.

³⁵³ Mehmet Ali Kılıçbay, “Siyaset” Siyaset, İmge Kit.1998, ss.233-234

hareket etmesi düşünülemez. Ancak günümüz gerçekliklerinde siyasal hayat birey için çoğu kez fazlasıyla *karmaşık* ve *kirlidir*. Medyanın siyasete dair bu imajı güçlendirdiği de ayrı bir gerçektir.

2.5. DEMOKRASİLERDE MEDYANIN SİYASAL HAYATA ETKİLERİ ÜZERİNE DEĞERLENDİRME

Medyanın siyasal hayata ve siyasetin bizzat doğasına olan etkileri, siyasetin unsurları aracılığıyla gerçekleşmektedir. McQuail'in belirttiği gibi, 21. yüzyıl artık medya çağıdır ve insanlar siyasal liderler yerine daha çok medya tarafından rehberlik edilmekte ve medya tüketimlerine kendilerini adamaktadırlar³⁵⁴. Öte yandan siyasetin birinci unsuru birey üzerinde medya, söylemsel açıdan sınırlandırarak etkilemekte ve onu susturabilmekte, siyasal alanın karmaşık ve güvenilmez anlatımlarıyla ona yabancılaştırabilmekte ve eğlenceleriyle siyasetten tamamen uzaklaştırabilmektedir. Diğer yandan medya, siyaseti görsel unsurlara odaklarken yüzeysel anlamda popülerleştirmekte, kişiselleştirmekte, içerik olarak yoksunlaştırmakta, bireyleri de yoksunlaştırılmış gündemle oyalayabilmektedir. Partilerin ve seçmenlerin arasında iletişim görevi görmesi beklenen medya, partileri liderlerine indirgerken, siyaseti siyasetlesizleştirmektedir.

1787 Anayasası çerçevesinde oluşturulan Amerikan tipi demokrasinin, Duverger'in deyişiyle "Başkanlık Monarşisinin" getirisi, otoritenin ve siyasetin kişiselleştirilmesi olgusu özellikle Başkanlık seçimleri sırasında açıkça gözlemlenebilir bir olgudur. Duverger de bu seçimlerin iktidara götürdüğü kişiyi az zamanda *milli bir şöhrat* haline getirdiğini savunmaktadır. "*Bu seçimler birkaç hafta hatta birkaç ay süre ile halkın dikkatini kutuplaştıran en büyük tören olmuştur. (...) Aynı tarihte yapılan milletvekili seçimleri ise ikinci plana itilir. (...) dört yılda bir yapılan politik maçın uyandırdığı ilgi bambaşkadır çünkü kazanan belirli bir zaman için ulusal kahraman olacaktır.*"³⁵⁵

Medya, ürünleri ile bireyler arası ağlar oluşumuna katkıda bulunabileceği gibi onları sosyal hareketlere katılması yönünde teşvik edebilir ya da katılmaması yönünde telkinde bulabilir. Bazen de medya, editöryal perspektiften geçmiş belli bir yönde mesaj verirken, o mesajın sonuçları beklenenin tam tersi yönde de etkide

³⁵⁴ McQuail, "Media..." s.XXVII.

³⁵⁵ Duverger, Seçimle Gelen Krallar, s.89.

bulunabilir. Etkisinin önden kontrol edilebilmesi en zor yayınlardan biri olarak kamuoyu yoklamaları yer almaktadır. Kamuoyu yoklamalarının etkisinin temelinde insanların başkaları gibi davranmaya da ya da başkalarının kendileri gibi davrandığını görmeye ihtiyacı yer almaktadır. Böyle olduğunda da seslerini daha güçlü çıkarmaktadırlar.

Medyanın yukarıda özetlenen etkiler aracılığıyla siyasal hayata her geçen gün daha çok nüfuz ettiği görülmektedir. Demokrasiler, medyanın dördüncü bir kuvvet gibi siyasal hayatın bizzat doğasını değiştirdiği bir duruma doğru evrilirken medyakrasi olarak görünen bu yeni durumun belirtileri, yalnızca seçim öncesi ve seçim sırasında değil, siyasal hayatın tüm süreçlerinde gözlemlenebilir bir olgudur.

Medyakrasi sürecinde kitle toplumları demokrasi ile yönetilmeye devam ederken, halkın tarafsız haberlere ulaşmak için ihtiyaç duyduğu basın özgürlüğü, halk için değil de basının kendi için kullanılmakta ve araçsallaşmaktadır. Ayrıca medyakrasi sürecinde basın özgürlüğünün alanı medya kartellerinin sahip olabileceği medya araçlarının ve türlerinin liberalleştirmesi ile sınırlı hale gelmiştir.

Kamuoyunun şekillenmesinde, medyanınki kadar olmasa bile, kanaat liderlerinin, sosyal gelişmelerin, çevresel ve sosyo-ekonomik faktörlerin de rolleri bulunmaktadır. Buradaki problem, medyanın gücünün ölçüsünün bazı durumlarda bir dördüncü bir güç gibi siyasal hayatı doğrudan yönlendirici etkinliğe ulaşabilmesidir. Medya etkisi, yöneten yönetilenler ilişkisinde iletişim aracı görerek ve sosyal sorumluluğu çerçevesinde siyasal iktidarın faaliyetlerinin takip edilip yönetilenlere aktarılması yoluyla siyasete sadece aracılık boyutuyla değil, onun her boyutuyla bizzat siyasal süreci değiştirmek şeklinde ortaya çıkmaktadır. Günümüz toplumlarındaki medyanın etkili gücünün, onun sosyal sorumluluğu çerçevesinde yeniden değerlendirilmesi gereği ortadadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE MEDYANIN DÖNÜŞÜMÜ

Türkiye’de, basılı araçlarla başlayan daha sonraki yıllarda, radyonun, televizyonun ve internetin de katılımıyla gittikçe daha kapsamlı bir yapı kazanan medyanın, siyasetle ve toplum arasındaki ilişkide sürekli olarak etki-tepki içerisinde olduğu gözlenmektedir. Öyle ki 1960 darbesinin ve 1971 Muhtırasının radyodan; 1980’de meydana gelen askeri darbenin radyo ve televizyondan, 28 Şubat 1997 post-modern darbenin MGK toplantısı sonuçlarının basın toplantısı yoluyla televizyon, gazete ve radyodan, son olarak 27 Nisan 2007 Genelkurmay bildirisinin internetten duyurulması, Türkiye’deki siyasal olaylarla iç içe yaşanan medyanın gelişimi teknolojik özeti gibidir.

Türkiye’deki medyanın bu dönüşümü sürecinde toplumun siyasetle ilişkisi de dönüşüme uğramıştır. Medyanın teknolojik araçlarla daha çok alanı kapsammasının yanında iletişimsel hızının artmasıyla birlikte toplum ve siyasal iktidar arasındaki siyasal süreci de hızlandırmış ve kendine bağımlı hale getirmiştir. Öte yandan siyasal iktidar için medya, yukarıda ifade edildiği üzere toplumla ilişkisinde iletişimsel ve denetimsel bir araç olarak algılanabilir. Türkiye’nin basın (medya) tarihine bakıldığında bu durum daha da netlik kazanmaktadır.

Türkiye’nin medya teknolojisini ithal etme anlamında birinci sınıf toplum statüsünde olmasına rağmen, bunların toplumsal düzeydeki etkilerinin aynı kalitede olmadığını belirten Özer’e³⁵⁶ göre endüstri toplumları medyanın gelişimini sosyal gelişmelerle beraber yaşamış olmasının avantajlarına sahiptir. Ancak Türkiye, bu gelişmeyi bir tür sıçramayla yakalamış olmasının sonucu olarak, olumsuz etkilerine daha açık haldedir.

Günümüzde medyanın maddi olanaklarının gelişmesi ve başlı başına dördüncü bir kuvvet olarak siyasal hayatta yer alışı ile birlikte, medya aktörleri ve siyasal aktörler arasında sürekli bir çatışma/gerilim/uzlaşma süreci yaşandığı görülmektedir. Yine de Türkiye’nin medya tarihi incelendiğinde, Cumhuriyetin

³⁵⁶ İnan Özer, “Medyanın Sosyal Değişime Etkileri”, 29 Mart 2001, Denizli, Basın Yayın Genel Müdürlüğü, http://www.byegm.gov.tr/seminerler/denizli_iv/denizli-4.htm (10.02.2007)

kurulduğu ilk yıllardan itibaren, günümüz ifadesiyle medyanın bir sarkaç gibi ekonomik ve siyasal liberallikten mutlak baskıya doğru gidip geldiği görülecektir.

3.1. CUMHURİYET'İN İLK YILLARINDA ve SONRASINDA MEDYA

1923'te Cumhuriyet'in ilan edilmesinden sonra³⁵⁷ kabul edilmiş olan 1924 Anayasası'nda, "*Madde 77- Basın, kanun çerçevesinde serbesttir ve yayımından önce denetlenemez, yoklanamaz*"³⁵⁸ denilerek basın hürriyeti 1909 yılında çıkartılmış olan "kanun çerçevesinde" garanti altına alınmıştır. 1924 Anayasası'nın basın özgürlüğüne bakışı, yayım öncesi sansürü engelleyici niteliktedir.

1909 Temmuz'unda, Fransız Basın Kanunu'ndan örnek alınarak çıkartılmış olan Matbuat Kanunu'nda, basın yoluyla halkı suç işlemeye kışkırtmalarda, dava sonucunu beklemeden hükümetin güvenliğini korumak amacıyla gazeteyi kapatabileceği hükmü getirilmiştir ve ayrıca Padişah'a, meclis üyelerine ve resmi kişilere yazı ile hakaret edenlere hapis cezaları konulmuştur. 1923'te, Cumhuriyet'in ilanı ile Saltanat Kurumu kalkmasına rağmen, meclis üyeleri ve resmi kişiler varlıklarını sürdürdüklerinden, ilgili hükümler 1931'de çıkarılacak yeni basın Kanunu'na kadar geçerliliğini korumuştur. Cumhuriyet'in ilanına kadar geçen süre içerisinde yasada -savaş koşullarıyla doğrudan bağlantılı olarak- yapılan değişikliklerle basın üzerine mutlak bir kontrol sağlanırken, Cumhuriyet'in ilanından hemen önce çıkarılan kararname³⁵⁹ ile sıkıyönetim ve sansür kaldırılıp, basının nispeten rahatladığı bir döneme girilmiştir.

Anayasa'nın 86. Madde'sinde ise sıkıyönetim çerçevesinde basının sınırlandırılabilmesi belirtilmektedir. Madde 86/3- "*Sıkıyönetim, kişi ve konut dokunulmazlığının, basın, gönderişme, dernek, ortaklık hürriyetlerinin geçici olarak kayıtlanması veya durdurulması demektir.*" Bu Madde, ilerleyen yıllarda çıkacak olan İkinci Dünya Savaşı boyunca, dünyada ortaya çıkacak olan siyasal

³⁵⁷ Çok partili hayata kadar olan hükümetler şu şekilde kurulmuştur: 1- I. İnönü Hükümeti (30.10.1923-06.03.1924), 2- II. İnönü Hükümeti (06.03.1924-22.11.1924), 3- Okyar Hükümeti (22.11.1924-03.03.1925), 4- III. İnönü Hükümeti (03.03.1925-01.11.1927), 5- IV. İnönü Hükümeti (01.11.1927-27.09.1930), 6- V. İnönü Hükümeti (27.09.1930-04.05.1931), 7- VI. İnönü Hükümeti (04.05.1931-01.03.1935), 8- VII. İnönü Hükümeti (01.03.1935-01.11.1937), 9- I. Bayar Hükümeti (01.11.1937-11.11.1938), 10- II. Bayar Hükümeti (11.11.1938-25.01.1939), 11- I. Saydam Hükümeti (25.01.1939-03.04.1939), 12- II. Saydam Hükümeti (03.04.1939-09.07.1942), 13- I. Saraçoğlu Hükümeti (09.07.1942-09.03.1943), 14- II. Saraçoğlu Hükümeti (09.03.1943-07.08.1946)

³⁵⁸ 20 Nisan 1924 Tarihli 1924 Anayasası

³⁵⁹ 7 Ekim 1923 Tarihli TBMM Bakanlar Kurulu Kararnamesi

kutuplaşmanın basındaki görünümüne yönelik uygulanacak sansürün yasal zemini haline gelecektir.

Cumhuriyetin ilanı ile başlayan süreç aynı zamanda devrimlere de tanıklık edecektir. Bu, basının ayrı bir önemi olduğu, muhalif seslerin ve yayınlarınsa devrimi zorlaştırıcı etkilerinin olduğu dönemdir³⁶⁰. Bununla birlikte, Şeyh Sait isyanının hemen ardından çıkarılan 1925 Tarih Takrir-i Sükûn Kanunu (Huzuru ve Barışı Sağlama Kanunu) Madde 1’de basının tekrar kontrol altına girdiği anlaşılmaktadır. Bu Madde’de şöyle denilmektedir; *“İrtica ve isyana ve memleketin sosyal düzen ve huzur ve sükûnu ve emniyet ve asayişini bozmaya yönelik örgütlenmeleri, kışkırtmaları, yüreklendirmeleri ve yayınları, hükümet reisi cumhurun tasdiğiyle ve re’sen ve idareten kendi başına yasaklamaya yetkilidir. Bu eylemleri işleyenleri hükümet, İstiklâl Mahkemesi’ne tevdi edebilir.”*³⁶¹ Madde’de açıkça görüldüğü üzere, bu Kanun’un çıkarılmasıyla birlikte, basın üzerinde mutlak bir kontrol sağlandığı bir döneme girilmişse, bu dönem, 1931 tarihli Matbuat Kanunu ile farklı bir boyut kazanmıştır.

3.1.1. 1931 Tarih ve 1881 Sayılı Matbuat Kanunu

1931’de çıkarılan Kanun’la başlayan dönemi, Topuz, “Güdümlü Basın” dönemi olarak adlandırmaktadır. Nitekim 1881 sayılı Matbuat Kanunu, gazetede ve dergide çalışan bütün muhabir, yazar, fotoğrafçı, ressam ve idare memurlarının adlarının hükümete bildirilmesini istemiştir. Topuz’a göre bu önemlidir çünkü amaç, gazetede çalışan herkesi kontrol altına alabilmektedir. Bu kontrolün siyasal çerçevesi şu şekilde çizilmiştir; *“Padişahlık ve hilafetçiliği, komünistlik ve anarşistliği kışkırtıcı yayınlar yasaktır.”*³⁶². Ayrıca yurt dışına çıkarılmış eski Hanedan’dan kişilerin gönderecekleri yazıların basılması yasaktır. Ülkenin genel politikasına dokunacak yayınlardan dolayı, Bakanlar Kurulu kararıyla, gazete ve dergiler geçici

³⁶⁰ Örneğin hilafet yanlısı ve gazetelerde yayınlanan mektubu nedeniyle İstiklal Mahkemesinde yargılanan İstanbul Barosu Başkanı önce 5 yıl kürek cezasına mahkûm edilmiş 6 ay sonra da affedilmiştir. Bu mektubu yayınlayan gazeteciler de yine İstiklal Mahkemesinde yargılanmış ve tümü beraat etmiştir. Cumhuriyet Ansiklopedisi, 1923-1940, Cilt 1 YKY, 4.b., İstanbul:2003, s.25.

³⁶¹ Hıfzı Topuz, II.Mahmut’tan Holdinglere, Türk Basın Tarihi, Remzi Kit. İstanbul:2003, s.148. Bu düzenlemeyle “Tevhid-i Efkâr”, “Vatan”, “Tanin”, “Son Telgraf”, “İstiklal”, “Aydınlık”, “Sebilürreşat”, “Orak Çekiç”, “Toksöz”, “Sadayi Hak”, “İstikbal”, “Kahkaha”, “Presse du Soir”, “Savha”, resimli aylık yayınlar kapatılmıştır. *“Terakkîperver Cumhuriyet Fırkası üyesi Erzurum Milletvekili Rüştü Paşa basın özgürlüğünü savunan bir soru önergesi vermiş fakat bu önerge, dikkate alınmamıştır... Birçok yayın kavuşturulmaya uğradı ve özellikle sol yayınlar tamamen yeraltına indirilmiştir.”* Cumhuriyet Ansiklopedisi, Cilt 1, s.64.

³⁶² Topuz, s.159.

olarak kapatılabilir. Kapatılan gazetenin sorumluları cezaları bitene kadar başka bir adla gazete çıkartamazlar. Tüm bu uygulamalara karşı başvurulacak bir adalet yolu da tanınmamıştır³⁶³.

1926 tarih ve 756 sayılı Ceza Kanunu'na, 1936'da 142. Madde'nin eklenmesi ve 161 ile 163. Maddelerinin değiştirilmesiyle basın üzerindeki cezai yaptırımların arttırılmasıyla denetimin ağırlaştırıldığı görülmektedir³⁶⁴. 1931 tarih ve 1881 sayılı Matbuat Kanunu'na, 1938'de getirilen değişiklikle, gazete ve dergi çıkarmak için bir bankadan 1000–5000³⁶⁵ Lira arası değişen miktarda, garanti mektubu alma şartı getirilmiş ayrıca gazete ve dergi çıkarmak ruhsata bağlanmıştır. "*Ruhsat almak içinse 'kötü ünlü' olmamak gibi muğlâk bir ifadeden oluşan, kimleri kapsadığına hükümet tarafından karar verilebilecek bir baraj konulmuştur.*"³⁶⁶ Bu düzenlemeyle amaçlanan, kanunun diğer hükümleri aracılığıyla kapatılmış olan yayınların bir başka adla yeniden açılmasını engellemek ve aynı zamanda belli bir ekonomik seviyenin üstündekilere yayın izni vermektir.

Garanti mektubu da hükümet politikası dışında bir yayın yapılmayacağıının garantisi olarak düşünülebilir, çünkü yayının kapatılması durumunda yayın organı bankada yer alan bu teminatı da yitirecektir. Tüm bu süreç boyunca basının kanun ve ekonomik yoldan denetim altına alınması gözlemlenmektedir. Ayrıca bu şekilde yayın olanakları sınırlandırılmakta; basın yayıncılığı ekonomik bakımdan bir seviyeye çekerek ekonomik bakımdan bu seviyeyi yakalayamayanların gazetecilik

³⁶³ "*Basın üzerindeki denetimi arttıran bu yasaya karşı çıkan tek milletvekili (gazeteci ve yazar) Hakkı Tarık Us olmuştur.*" Cumhuriyet Ansiklopedisi, 1923–1940, Cilt 1, s.167.

³⁶⁴ 142.Madde, İtalya hukukundan hemen hemen aynen aktarılmıştır: İtalya'da önce özel ve geçici bir yasa yapılmıştır. (1926). Bu yasa faşizm dışında her türlü düşüncüyü yasaklıyordu. Zaten gerekçesinde "faşizme karşı bütün düşünceleri suç" sayıyordu. İşte bu özel yasa 1930'da yerini Alfred Rocco tarafından hazırlanan yasaya bıraktı. Rocco Kanunu'nun (Rocco code) 272. Madde'si de 142. maddenin kaynağı olmuştur. Rocco Kanunu Madde 272; "*Devlet sınırları içerisinde; bir sosyal sınıfın diğerleri üzerine diktatörlüğünü kurma ya da bir sınıfın ortadan kaldırılmasına yönelik şiddet için ya da Devlet içerisinde kurulmuş olan ekonomik veya sosyal düzenin yıkılması için propaganda yapan, ya da toplumun tüm siyasal ve yasal düzenini yıkmak için propaganda yapan herkes 1 yıldan 5 yıla kadar cezalandırılır. Eğer propaganda milli duyguları yok etmek ya da zayıflatmaya yönelik ise tutukluluk süresi 6 aydan 2 yıla kadardır. Yukarıdaki hükümlerde ön görülmüş eylemleri mazur gösteren herkes aynı cezaya çaptırılır.*" 29.06.1938 tarih ve 3531 sayılı Kanun'un 1. Maddesi ile değiştirilen madde: "*Madde 142 -Memleket dâhilinde içtimai bir zümrenin diğerleri üzerinde tahakkümünü şiddet kullanmak suretiyle tesis etmek veya içtimai bir zümreyi şiddet kullanarak ortadan kaldırmak veya memleket dahilinde teşekkül etmiş iktisadi veya içtimai nizamları şiddet kullanarak devirmek yahut memleketin siyasal ve hukuki herhangi bir nizamını yıkmak için propaganda yapan kimse bir seneden beş seneye kadar ağır hapis cezasıyla cezalandırılır. Propaganda milli hissiyatı sarsmak veya zayıflatmak için yapılırsa ceza altı aydan iki seneye kadar haptistir. Yukarıki hükümlerde yazılı filleri medhü istihsan eden kimse de aynı cezaya mahkûm olur.*"

³⁶⁵ 1938 yılında 1 Sterlin, 6,16 TL'dir, 1000 TL de yine 1938'deki 162 Sterline karşılık gelmektedir. Mustafa Aysan, Atatürk ün Ekonomi Politikası , Sosyal Dönüşüm Yay., İstanbul: 2000, s .174.

³⁶⁶ Topuz, s.167.

yapmalarını da engellemektedir. “Değişikliğin getirdiği en önemli yenilik, gazete ve dergileri kapatma nedeni olan suçların açıkça tanımlanması ve kapatma yetkisinin mahkemelere verilmesiydi.”³⁶⁷

1940'lara gelindiğinde, Türkiye, İkinci Dünya Savaşı (1 Eylül 1939-2 Eylül 1945) dışında kalmasına rağmen 1940 Kasımında İstanbul'da ilan edilen sıkıyönetim, mutlak bir basın denetiminin de başlangıcı olmuştur. Hükümet, savaş bitene kadar sınırsız yetkiye sahip, kararları kesin, yargı yolu kapalı bir durumdadır. Yine 1940 yılında hükümet, savaşla ilgili yorumları dolayısıyla 11 Ağustos'ta Cumhuriyet gazetesini üç ay, 11 Eylül'de de Tan, Tasvir-i Efkâr ve Haber gazetelerini 7'şer gün süreyle kapatmıştır. Yine bu dönemde Basın Yayın Genel Müdürlüğü'nün Başbakanlık'a bağlanmasıyla, hükümetin basın üzerindeki denetimi arttırılmıştır³⁶⁸.

1946'da çok partili hayata geçilirken halen 1924 Anayasası yürürlüktedir. Özüerman'ın da belirttiği üzere, “Çağın koşulları değerlendirildiğinde, 1924 Anayasası'nın ait olduğu dönemin demokrasi anlayışını yansıttığı söylenebilir.(...) Ancak demokratik hükümlerinin [çok partili hayata] geçişe elverişli olması, bunların demokratik işlerliğini sağlayacak yeterlilikte olduğu anlamına gelmemektedir.”³⁶⁹. Böylece demokratik hak ve özgürlüklerin Anayasa dışındaki kanunlarda düzenlenmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu çerçevede, 1881 Sayılı Matbuat Kanunu'nda değişikliğe gidilerek Kanun'un, “Memleketin politikasına dokunacak yayından dolayı, Bakanlar Kurulu kararıyla gazete ve dergiler geçici olarak kapatılabilirler” şeklinde bir düzenleme içeren 50. Madde'sini 20 Eylül 1946'da³⁷⁰ kaldırıldığı gözlemlenmektedir. Bu gelişme konjonktürel durum da göz önüne alındığında, toplumun siyasal iktidarla ve hatta uzun dönem yer altına inmiş olan muhalif görüşlerle iletişimini sağlayan basının özgürlüğü açısından oldukça demokratik bir gelişme olarak değerlendirilebilir.

³⁶⁷ Cumhuriyet Ansiklopedisi, Cilt 1, s.167.

³⁶⁸ Cumhuriyet Ansiklopedisi, Cilt 1, s.348.

³⁶⁹ Tülay Özüerman, Türkiye İçin Nasıl Bir Anayasa, Bilim Teknik Yayınevi, İstanbul:1992, s.42,43.

³⁷⁰ Bu tarihe kadar basında tutuklamalar devam etmiştir. “Mevcut iktisadi ve sosyal düzeni bozunu yayın yaptıkları gerekçesiyle [iki sosyalist partinin yayın organları] Ses, Yığın, Dost, Sendika gibi dergiler süresiz,, aynı gerekçeyle Yarın gazetesi ve gerici fikirler içerdiği gerekçesiyle Büyük Doğu dergisi 4 ay süreyle sıkıyönetim tarafından kapatıldı.(...)” Özellikle sol gazetecilerin hapis cezası aldıkları görülmektedir. Cumhuriyet Ansiklopedisi 1941-1960, Cilt 2 YKY, 4.b., İstanbul:2003, s. 101.

Bu dönemde özellikle okuma yazma bilmeyen kırsal kesim için radyonun ayrı bir önemi bulunmaktadır. Ahmed bu süreci şu şekilde betimlemektedir; “*Daha köyler elektrik enerjisiyle tanışmamışken, siyasal söylemin değişmesinde önemli bir payı olan transistorlu radyolarla tanışmışlardı. Radyo sayesinde siyasetçiler okuma yazma bilmeyen seçmenlerine doğrudan doğruya ulaşabiliyor, bu seçmenler de seçim sürecine etkin olarak katılmış oluyorlardı.*”³⁷¹.

Özellikle çok partili hayata geçiş sürecinde, desteğinin büyük bir kısmını kırsal kesimden alan DP için radyo, savaş sonrası kötü ekonominin de verdiği güçlü muhalefet sesini, ulaşılması en zor yerlere kadar duyurabilme olanağı vermiştir. Ahmed bu süreci şöyle özetlemektedir: “*Bu dönemde Türkiye’deki radyo sayısında büyük bir artış oldu ve radyo, 1970’lerde siyasal söylemin bir kez daha değişmesine neden olan televizyonun gelişimine kadar, ülkenin siyasal yaşamında önemli bir etmen olarak kaldı.*”³⁷². Öte yandan savaş sonrasında, 1948 yılında kadar gazete patronları hep gazetecilikten gelmiş kişilerdir. 1948–1950 yılları arasında iş adamlarının gazetecilikle ilgilenmeye başladığı görülür. Safa Kılıçoğlu³⁷³ fabrikatör ve tekstil mağaza sahibiyken, 1948’de bu varlıklarını satarak (1938’te yayına başlayan ve son dönemde Çalık tarafından satın alınan, o zamanki adıyla) Yeni Sabah gazetesini satın almıştır. Gazetenin, bir meslek alanı yerine, bir *yatırım alanı* olarak değerlendirilmesinin, Türkiye’deki başlangıcı olarak görülebilir.

3.1.2. 1950 Tarih ve 5680 Sayılı Basın Kanunu

15.7.1950 tarih ve 5680 sayılı Basın Kanunu’nun siyasal ve ekonomik açıdan liberal olduğu yolunda görüşler mevcuttur. Bu yöndeki kanıyı güçlendiren unsurlar; ruhsat gerekliliğinin kaldırılması, *kötü ünlü* gibi ifadelerle yer verilmeyişi ve en önemlisi de gazete sahibinin cezai sorumluluğunun kaldırılmasıdır. Böylece yayınlanan bir ifadeden dolayı doğacak suçun sorumluları, yazar ve yazı işleri müdürüdür. Gazete sahibi, yatırım yapmış bir sermayedar olarak değerlendirilir. Aslında bu düzenleme, sermayedarın temel amacının “gazetecilik yapmak” değil de “yatırım yaparak kâr elde etmek” olduğu düşüncesinden hareket eder ki bu durum

³⁷¹ Feroz Ahmad, “Demokrasiye İlk Adım”, Cumhuriyet Ansiklopedisi 1941-1960, Cilt 2 YKY, 4.b., İstanbul:2003, s. 91.

³⁷² Ahmad, s. 91

³⁷³ Soner Yalçın’a göre Kılıçoğlu’nun gazeteyi alma süreci şöyle gelişmiştir: “ [Kılıçoğlu], *Politikayla da ilgileniyordu; aktifti; Millet Partisi İstanbul İl Yönetim Kurulu Üyesi’ydi. Parti toplantılarında “Basın neden hiç bizden bahsetmiyor” diye kızarak “Yeni Sabah”ı almıştı. İlginçtir, gazete patronu olunca Demokrat Parti’yi savunmaya başladı.*” Soner Yalçın, “Bir Gazetenin Çarpıcı Hikayesi”, 8 Nisan 2007, Hürriyet.

ileride sermayedarın ekonomik ilişkiler aracılığı ile siyasal iktidara yakınlaşması ve emrinde çalışan yazı işleri ve yazarların da bu ilişkileri “zedelemeyecek” çerçevede oluşturmasını sağlayacaktır. Bu düzenleme 1983’te ve 2002’de iki kez değişikliğe uğramışsa da o döneme kadar denetimin dolaylı yolu olarak işlev görmüştür.

Denetimin bu dolaylı yolu, gazetecilere yönelik cezalarla gerçekleştirilen, mutlak denetimden daha kolaydır ve halk açısından da anlaşılabilir karşı tepki geliştirilebilir bir durum değildir. Öte yandan bu düzenleme, Kanun’un ekonomik liberalizm ruhunu da yansıtır.

1950 tarihli Basın Kanunu çıkarıldığında, yabancı yayınlar dışındaki yayınların dağıtımının engellenmesi, toplanması gibi yaptırımlara başlangıçta yer verilmemiş olması, nispeten siyasal açıdan liberal bir bakış açısını sergilemektedir. Ancak kanun, 2004 yılında çıkartılan 5187 sayılı yeni Basın Kanunu’na kadar yürürlükte kaldığı süre boyunca 15 kez değişikliğe uğratılarak, siyasal liberalizm anlayışından ve dolayısıyla basın özgürlüğünden ödünler verilmiştir. Öte yandan bu değişiklikler içinde, Avrupa Birliği Uyum Yasaları (4.Uyum Paketi) çerçevesinde çıkarılan 2.1.2003 tarih ve 4778 sayılı yasa ile Basın Kanunu’na, “*Mevkute sahibi, mesul müdür ve yazı sahibi haber kaynaklarını açıklamaya zorlanamaz*” hükmü ilave edilene kadar geçen 43 senelik sürede, gazetecinin haber kaynağını açıklamama özgürlüğü yer almamıştır.

3.1.2.1. 1950–1960 Arası Basın

1950’lerin başında,³⁷⁴ DP iktidarının ilk yıllarında basın ve siyasal iktidar arasında başlayan iyi ilişkilerin kaynağını, sadece olumlu yasal düzenlemeler değil, aynı zamanda gazete sahipleri ve yazı işleri müdürleriyle hemen her ay bir araya geldikleri toplantılar da oluşturmaktadır³⁷⁵. Ekonominin büyüdüğü ve halkın refaha alışmaya başladığı bir ortamda basın ve iktidar arasında doğrudan bir çatışmanın gerçekleşmediği bir süreç yaşanmıştır. Ancak bu iyi ilişkiler, DP icraatlarının -

³⁷⁴ Bu dönemin hükümetleri şunlardır: 19- I. Menderes Hükümeti (22.05.1950-09.03.1951): DP, 20- II. Menderes Hükümeti (09.03.1951-17.05.1954): DP, 21- III. Menderes Hükümeti (17.05.1954-09.12.1955): DP, 22- IV. Menderes Hükümeti (09.12.1955-25.11.1957): DP, 23- V. Menderes Hükümeti (25.11.1957-27.05.1960): DP

³⁷⁵ Bu durum ise Amerika’nın Sovyet tehdidine karşı Türkiye ve Yunanistan’ı kendi tarafına çekmek amacıyla Truman Doktrini (1947) çerçevesinde yaptığı nakdi yardımlar (Türkiye’ye 100 milyon dolar, Yunanistan’a 300 milyon dolar) ve Marshall Planı (1947) çerçevesinde (Avrupa’nın İngiltere, Fransa dâhil 12 ülkesine toplamda bedeli 12 milyar doları aşan) mali, malzeme ve makine yardımlarından doğan –özellikle savaşta çekilen kıtlıktan sonra ortaya çıkan- bollukla doğrudan ilişkilidir.

beklenilenin aksine- kötüye gitmesiyle (rüşvet, karaborsa, vurgun, yüksek enflasyon, IMF'den alınan kredilerin ödenme zamanı gelmesiyle oluşan dış ödemeler açığı, devalüasyon vb.), bu ürünlerin, basın tarafından halka iletebileceği endişesinden dolayı tersine dönmüştür.

13.06.1952 tarihli, Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanun da basın ve iktidar arasındaki iyi ilişkilerin bir ürünü olarak değerlendirilebilir. Nitekim yasayla beraber, "(...) o güne kadar yalnızca devlet memurlarına tanınan yıllık ücretli izin hakkını gazetecilere de tanıyordu. Yasayla gazetecilerin işverenle, içinde işin türü, ücret miktarı, gazetecinin kıdemi gibi kayıtların yer aldığı bir yazılı sözleşme yapması zorunluluğu, sözleşmenin feshi halinde önceden bildirilmesi ve tazminat ödenmesi zorunluluğu (...)"³⁷⁶ gibi düzenlemeler getirmiştir.

Menderes'in, gazete patronlarının, yazı işleri aracılığıyla oto-sansür uygulamaları beklentisi ise bir süre sonra tamamen boşa çıkar hale geldiği gözlemlenmektedir. Bu sürecin kısa dönemdeki siyasal çıktısı da II. Menderes Hükümetinin, meclisteki çoğunluğuna dayanarak, 1954 tarih ve 6334 sayılı Neşir Yoluyla veya Radyo ile İşlenecek Bazı Cürümler Hakkında Kanun'u yürürlüğe sokması olmuştur. Kanunun ilk kurbanı, Hüseyin Cahit Yalçın, 26 ay hapse mahkûm olmuş³⁷⁷, iç ve dış baskılar sonucu ancak 4 ay hapis cezası çekmiştir. Yine de 1955 yılı, basına açılan davaların çoğalmaya başladığı bir yıldır ve artık sorumluluk sadece yazar ve Yazı İşleri Müdürü'ne değil aynı zamanda sermayedara da aittir.

6-7 Eylül olaylarının³⁷⁸ hemen arkasından Cumhurbaşkanı Celal Bayar tarafından olayların sorumlusu "basın" olarak açıklarken, 1960 sonrası Yassıada

³⁷⁶ Nuran Yıldız, "Demokrat Parti İktidarı ve Basın", AÜ Siyasal Bilgiler Fak. Dergisi, Cilt: 51, Sayı: 1, s.488.

³⁷⁷ Cumhuriyet Gazetesi, 19 Mart 1955.

³⁷⁸ 6-7 Eylül Olayları: 1950'lerin ortalarında, Kıbrıs'ta, Türklere karşı yaşanan baskı vd. sorunlar sonucu Kıbrıs Rumları, Türkiye'deki kamuoyunu karşılarına almıştır. Bu süreçte Türkiye'deki basın da Hürriyet vd. Kıbrıs'taki gelişmelere bolca yer vermiş hatta haberlerin birinde İstanbul'daki Rumlar'ın, Fener Patrikhanesi aracılığıyla, Kıbrıs Rumları için para topladığını yazmıştır. Hürriyet, 28 Ağustos 1955. "Londra'da Kıbrıs konusunda görüşmeleri sürdüren Dışişleri yetkilileri temaslarına devam ederken, Atatürk'ün Selanik'teki evinde bir bomba patlaması ile ilgili haber, önce 6 Eylül 1955 günü Türkiye radyolarında yayınlanır. Bunun üzerine, "Ata'mızın Evi Bombalandı" manşeti ile ikinci baskı yapan İstanbul Express gazetesinin nüshaları o dönemde kurulmuş olan "Kıbrıs Türktür Cemiyeti" üyeleri tarafından bütün İstanbul'da satılmaya ve halkı galeyana getirmek üzere kullanılmaya başlanır(...)" Tüm bu gelişmelerin sonucunda 6-7 Eylül 1955 tarihinde İstanbul'da, başta Rumlar olmak üzere azınlıklara karşı yağma ve linç hareketine girişilmiştir. Ancak olanların, toplumsal bir tepkiden çok önceden planlanmış organize bir hareket olduğu, yağmacıların çeşitli illerden geldiklerinden ve

Mahkemelerinin dava sonuçlarından birinde, “(...) *iç politikada başarısız olan Menderes’in, dikkati dış politikaya, ‘Kıbrıs meselesine’ yöneltmek için tetiklediği*” iddia edilmiştir³⁷⁹. Bugün bile olayların kaynağı ve gelişimi tam olarak açıklanmamıştı. Ancak basına yönelik bu suçlama, sıkıyönetim ilanı ile basın üzerinde getirilecek yasakların kapsamının genişletilmesinin bir ön duyurusu olarak tarihe geçmiştir. Öte yandan basının dış politikaya ve özellikle de Kıbrıs ile ilgili konulara yer vermesi, iç siyasal gelişmelerle ilgili haberlerin ceza ve kapatma riski taşimasından da kaynaklandığı izlenimi bulunmaktadır.

Nitekim yine basın içinde, 6-7 Eylül olaylarından önce, ırkçılığa karşı bir örgütlenme mevuttu: “11 Şubat 1953’te, İstanbul’da çıkan gazetelerin başyazarları (...) *Gazeteciler Cemiyeti’nde toplanarak irticaya ve ırkçılığa karşı bir Milli Tesevüt [dayanışma] Cephesi oluşturmaya karar verdiler. İktidarla muhalefetin ilişkilerinin yumuşadığı günlerde kurulan ve kısa sürede başka illerde şubeleri açılan birlik, bir süre sonra sağa kayarak amacından uzaklaştı.*”³⁸⁰. İlk komite toplantısına rektörler, sanayi odaları, sendikalar vb. 31 kuruluşun temsilcileri katıldığı bu oluşum, o dönemde basının kamuoyu liderliği ve örgütlenme açısından ortaya koyduğu önemli bir örnektir.

Ancak özellikle 1954 yılından itibaren basın üzerinde baskı ve denetimin daha doğrudan yollarının denendiği görülmektedir. 09.03.1954 tarih ve 6334 Sayılı Neşir Yoluyla veya Radyo ile İşlenecek Bazı Cürümler Hakkındaki Kanun ile 1956’da 6732 ve 6733 sayılı iki yeni yasa daha çıkarılmış, gazete ve gazeteciler üzerindeki denetleyici baskı unsurları arttırılmıştır. 07.06.1956 tarih ve 6732 Sayılı Neşir Yoluyla veya Radyo ile İşlenecek Bazı Cürümler Hakkında Kanun ile “(...) *cezaların aşağı hadleri hapis cezasında 6 aydan 1 seneye, ağır para cezasında 1000 liradan 3000 liraya, mevkute sahibine verilecek para cezası ise 5 den 10 misline çıkartılmıştır. Aynı gün kabul edilen 6733 sayılı kanunla, Basın Kanunu’nun cezaî mesuliyetle ilgili 16ncı maddesi değiştirilerek bir basın suçundan dolayı*

tanıkların ifadesine göre, yağmacıların “öldürmeye değil, kırıp yıkmaya” izinli olduğunu belirtmesinden açıkça anlaşılmaktadır. Ayrıca olaylar, tam da uluslararası basının IMF toplantısı için İstanbul’da olduğu bir dönemde gerçekleştirilmiştir. Ayrıntılı bilgi için, bkz: Türk Tarih Vakfı, “6-7 Eylül 1955, 50 Yıl Sonra”, 1.9.2005, Erişim: <http://www.tarihvakfi.org.tr/haberayrinti.asp?ID=382>. (03.04.2007).

³⁷⁹ Topuz, s.198.

³⁸⁰ Cumhuriyet Ansiklopedisi, Cilt 2, s. 235.

*muharrir ve mesul müdürden başka mevkute sahibinin de cezaen sorumlu olacağı benimsenmiştir.*³⁸¹.

Basın üzerindeki yukarıdaki düzenlemeler çerçevesinde devam eden baskılar, Uluslararası Basın Enstitüsü'nün 16 Ocak'ta yayımladığı raporda da ele alınmış ve Türkiye'de 1954'te kabul edilen bazı kanunlara dayanılarak 20 kadar gazetecinin tutuklandığı belirtilmiştir. Ancak basın üzerindeki baskılar farklı biçimlerde de devam ettiği belirtilmektedir. Bu baskılardan ön-sansür düzenlemesi, şu şekilde aktarılmaktadır: "(...) *resmi sıfatı olan kişileri küçük düşüren, haklarında şüpheli ve olumsuz izlenim yaratan yayımlar yapılmayacak, gizli toplantılara ait konuşmalar yayımlanmayacaktır.*"³⁸². Bu çerçevede 1954–1960 yılları arasında da 1161 gazeteci hakkında kovuşturma başlatılmış, 238'inin mahkûmiyetine karar verilmiştir³⁸³. "*Yaklaşık dört yıllık süre içinde, gazetecilere verilen toplam hapis cezalarının 682 ay 24 gün, para cezalarının ise 322.234 lira 10 kuruş olduğu (...)*"³⁸⁴ belirtilmektedir.

Ancak DP'nin bununla da yetinmeyip ekonomik araçlarla, denetimi geliştirdiği görülmektedir. 1957'de gazete kâğıtlarının "tek elden ithaline" 1958'de de "ilan ve reklâm gelirlerinin tek elden dağıtımına" başlanmıştır. Topuz ayrıca konuyla ilgili olarak şunları aktarmaktadır: "*7 Şubat 1954'te gazete kâğıdına büyük oranda zam yapıldı ve bir gün sonra gazetelerin sayfa büyüklüğü ve sayısı sınırlandırıldı.*"³⁸⁵.

DP'li 15 milletvekilinden oluşan "Tahkikat Komisyonu"nun kurulması ve uygulamaları, basın üzerindeki baskının doruğa çıktığı bir sürece işaret etmektedir. Kararları kesin ve yargı yolu kapalı olan komisyon, basın ve muhalefet üzerindeki mutlak iktidarı ile ülke yönetim, seçimle oluşturulmuş demokrasiden ziyade,

³⁸¹ Yaşar Karayalçın, "Türk Hukukunda Şeref ve Haysiyetinin Korunması", AÜHF Dergisi, Cilt 19, Sayı 1, 1962, ss.259., 09.03.1954 tarih ve 6334 sayılı Neşir Yoluyla veya Radyo ile İşlenecek Bazı Cürümler Hakkındaki Kanun, 07.06.1956 tarih ve 6732 sayılı Neşir Yoluyla veya Radyo ile İşlenecek Bazı Cürümler Hakkında Kanunda Değişiklik Yapan Kanun.

³⁸² Cumhuriyet Ansiklopedisi Cilt 2, s.292.

³⁸³ Topuz, ss.202,205. Bu cezalardan yurt içi ve yurtdışı basında büyük yankı bulanlardan bir tanesi Hüseyin Cahit Yalçın ile ilgilidir. "*Yeni Ulus gazetesi yazarlarından Hüseyin Cahit Yalçın ve İbrahim Cücennoğlu, sorumlu yazı işleri müdürü Cemal Sağlam, gazetenin sahibi Nihat Erim, 23 Eylül 1954'te Ankara Toplu Basın Mahkemesi'nde yapılan duruşmalar sonunda 'yayın yoluyla hükümetin manevi şahsiyetini tahkir ettikleri' gerekçesiyle çeşitli hapis ve para cezalarına mahkûm edildiler.*" Yalçın'ın o dönemde yayınlanmış makalelerinden dolayı 26 ay 20 gün, bu makalelere izin vermesinden dolayı Cemal Sağlam 65 ay, gazete sahibi Nihat Erim de 25.222 TL para cezası almış, Yalçın o dönemde 80 yaşında olmasına karşın dört ay hapis yatmıştır. Cumhuriyet Ansiklopedisi, Cilt 2 ss. 253, 339.

³⁸⁴ Cumhuriyet Ansiklopedisi, Cilt 2, s.339.

³⁸⁵ Cumhuriyet Ansiklopedisi, Cilt 2, s.292.

kaynağını seçimden almış otokratik bir yönetime olarak dönüştürmüşlerdir. 1959 yılı, DP iktidarının basın özgürlüğünü kısıtlamaya yönelik girişimlerinin uç noktalara vardığı ve bu amaçla çıkarılan yasaların en sert biçimde uygulandığı yıl olmuştur. *“Savcılıklar her gün çeşitli konularda gazetelere yayım yasağı kararları göndererek hükümet aleyhine yazıların yazılmasını önlemeye çalıştılar.(...) Özellikle muhalefet liderlerinin gezilerini izleyen gazeteciler, büyük bir baskı altında tutuluyorlardı. Yıl boyunca art arda açılan basın davalarını mahkûmiyet ve kapatma kararları izledi.”*³⁸⁶. Basın davaları, tutuklama ve kapatma kararları, yerel ve ulusal basını kapsayarak 27 Mayıs 1960'daki askeri darbeye kadar sürmüştür.

Bu süreçte basının, toplum-siyasal iktidar ilişkisindeki rolünün siyasal iktidar tarafından belirlendiği, çok partili hayata geçiş aşamasında basın hürriyeti adına alınan tavır ve kararlardan bütünüyle uzaklaşıldığı gözlemlenmektedir. Bu dönemin, Türk basın gelişim tarihi açısından belki de en önemli yönü “sermayenin” aktif olarak basın içerisinde yer almaya başlamış olmasıdır.

3.1.2.2. 27 Mayıs 1960 Darbesi-12 Mart 1971 Muhtırası süreci

İki askeri müdahale arasında geçen yaklaşık on yıllık sürede³⁸⁷ basınla ilgili olarak öncelikle Milli Birlik Komitesi'nin (MBK) uygulamalarıyla karşılaşmaktadır.

2 Ocak 1961'de yürürlüğe giren Basın İlan Kurumu Kanunu'na göre kurumun örgütlenmesi şu şekildedir: Kurum, basın, hükümet ve tarafsızlar olmak üzere üç ana grupta on ikişer kişiden toplam 36 üyesi bulunan ve iki yılda bir yenilenen "Genel Kurul", her gruptan birer kişi olmak üzere seçilen "Denetçiler", ikişer kişi olmak üzere seçilen "Yönetim Kurulu", "Genel Müdürlük" ve "Şubeler"den ibarettir³⁸⁸. Aynı kanun, hükümete, kurumu açıkça denetleme yetkisi vermiştir³⁸⁹.

³⁸⁶ Cumhuriyet Ansiklopedisi, Cilt 2, ss.356-357.

³⁸⁷ Bu dönemin hükümetleri şunlardır; 24- I. Gürsel Hükümeti (30.05.1960-05.01.1961): 1.MBK, 25- II. Gürsel Hükümeti (05.01.1961-20.11.1961): 2. MBK, 26- VIII. İnönü Hükümeti (20.11.1961-25.06.1962): CHP-AP, 27- IX. İnönü Hükümeti (25.06.1962-25.12.1963): CHP, YTP, CKMP ve bağımsızlar, 28- X. İnönü Hükümeti (25.12.1963-20.02.1965): CHP ve bağımsızlar, 29- Ürgüplü Hükümeti (20.02.1965-27.10.1965): AP-YTP-CKMP-MP, 30- I. Demirel Hükümeti (27.10.1965-03.11.1969): AP, 31- II. Demirel Hükümeti (03.11.1969-06.03.1970): AP, 32- III. Demirel Hükümeti (06.03.1970-26.03.1971): AP, Muhtıradan sonra 33- I. Erim Hükümeti (26.03.1971-11.12.1971): Partiler üstü

³⁸⁸ 02. 01.1961 Tarih ve 195 Sayılı Basın İlan Kurumu Teşkiline Dair Kanun

³⁸⁹ 02. 01.1961 Tarih ve 195 Sayılı Basın İlan Kurumu Teşkiline Dair Kanun, “Madde 14 - Hükümet, Kurum üzerinde denetleme yetkisine sahip olup bu yetkisini yılda en az bir defa kurumun bütün hesap ve muamelelerini denetlemek suretiyle kullanır(...)”

Halen yürürlükte olan kanuna göre, Basın İlan Kurumu'nun, yayınlanacak ilanların hangi gazetelerde yayınlanacağı konusunda geniş yetkisi bulunmaktadır³⁹⁰.

MBK öncelikle, 12 Ekim 1960'da, 6334 ve 6732 sayılı Kanun'ları iptal ettirdiği, hemen sonra da 1950 tarih 5680 Sayılı Basın Kanununun, başta yer almayan ama süreç içerisinde yeniden düzenlenerek eklenmiş olan anti-demokratik hükümlerini kaldırdığı görülmektedir. MBK döneminde basın alanında yapılan en önemli işlerden biri "ispat hakkının" tanınması olmuştur. Böylece gazeteci, "iddiasını ispatlayabildiği sürece", iddiasını yönelttiği her kim olursa olsun yolsuzluk ve sahtekârlığını gazetesinde açıklayabilir hale gelmiştir³⁹¹. Öte yandan bu süreçte çıkarılan, Fikir İşçileri Kanunu ve Basın İlan Kurumu'nun, gazete patronları ile gazetecileri karşı karşıya getirdiği de görülmektedir. Bu çerçevede gazetecilerin, patronlarından bağımsız bir şekilde bir araya gelerek 11-12-13 Ocak 1961 tarihlerinde 3 gün arka arkaya çıkardıkları gazetede yer verdikleri "*Gazete çıkarmak çorap fabrikası işletmeye benzemez. Basın bir kamu hizmetidir.*"³⁹² ifadesi dönemin gazete-gazeteci-sermayedar ilişkisi ve aralarındaki bakış açılarının farklılığını özetler niteliktedir.

Darbe sonrası dönemde askeri iktidarın muhalifleri şu gruplardan oluşmaktaydı: DP yanlıları; Talat Aydemir gibi Askeri radikaller; (Komünistlerle bir tutulan ama aslında daha heterojen bir grup olan) Solcular. Bu karmaşık muhalif yapı, basının özgür olması felsefesiyle rağmen, uygulamada sınırlamalar getirmiştir. 1962 Tarih ve 38 Sayılı Tedbirler Kanunu ise muhalif yayınlar açısından işlevsiz kalmıştır.

9 Temmuz 1961 tarihinde kabul edilen 1961 Anayasa'nın, 22. Maddesi ile basın özgürlüğü garanti altına alınmıştır. Gazete ve dergilerin toplatılması, ancak hâkim kararıyla; kapatılması ise belli şartlar dâhilinde gelişen mahkûmiyetlere bağlı zorlaştırılmıştır³⁹³. 1961 Anayasası Madde 23 ve 24'de, kitap, broşür, gazete ve

³⁹⁰ Adı geçen kanun, Madde 32-34. Konuyla ilgili ayrıntılı inceleme, "Ekonomik İlişkiler Aracılığıyla Karşılıklı Denetim" bölümünde yer almaktadır.

³⁹¹ Menderes döneminde, ispat hakkına yer verilmeyip, örneğin bir milletvekili ya da bir genel müdür hakkında yayınlanan suçlayıcı bir haberden dolayı hapis cezası ön görülmekteydi. Topuz, s.228.

³⁹² Topuz, s.232.

³⁹³ 1961 Anayasası, Orijinal Madde 22: "*Basın hürdür; sansür edilemez. Devlet, basın ve haber alma hürriyetini sağlayacak tedbirleri alır. Basın ve haber alma hürriyeti, ancak millî güvenliği veya genel ahlâkı korumak, kişilerin haysiyet, şeref ve haklarına tecavüzü, suç işlemeye kışkırtmayı önlemek ve yargı görevinin amacına uygun olarak yerine getirilmesini sağlamak için kanunla sınırlanabilir. Yargı görevinin amacına uygun olarak yerine getirilmesi için kanunla belirtilecek sınırlar içinde hâkim*

dergi çıkarılması önceden izin alma ve malî teminat yatırma şartına bağlanmayacağı hükmü yer almıştır. Bu durum, basın ve düşünce özgürlüğünün ve kamuoyunun özgür bir ortamda gelişebilmesi için oldukça önemli bir düzenlemedir.

Ayrıca 1961 Anayasası'nın 121. Maddesi uyarınca, radyo (ve sonraki yıllarda televizyon), artık tarafsız ve özerk bir kamu kuruluşu statüsünde yönetilecektir. Bu maddenin orijinal içeriği şu şekilde düzenlenmiştir;

Madde 121.- Radyo ve televizyon istasyonlarının idaresi özerk kamu tüzel kişiliği halinde kanunla düzenlenir. Her türlü radyo ve televizyon yayımları, tarafsızlık esaslarına göre yapılır. Radyo ve televizyon idaresi, kültür ve eğitime yardımcılık görevinin gerektirdiği yetkilere sahip kılınır. Devlet tarafından kurulan veya Devlettten malî yardım alan haber ajanslarının tarafsızlığı esastır.

Özgürlükçü anayasal çerçevede yürürlüğe giren 1 Mayıs 1964 tarih 359 sayılı Kanun'la, Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT) kurulmuştur. Yasadaki düzenleme çerçevesinde TRT'nin yönetimi açısından öncelik, Yönetim Kurulu'na aitti. Genel Müdür³⁹⁴ ile birlikte 9 üyeden oluşan Kurul üyelerinin ikisi Bakanlar Kurulunca atanıyor, dördü üniversiteler, konservatuarlar, tiyatro ve operacılarca seçiliyor, ikisi Kurul tarafından TRT personeli içinden seçiliyordu. Genel Müdür de Yönetim Kurulunun Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'na önerdiği adayın Bakanlar Kurulu'nda görüşülmesiyle atanıyordu. Böylece, yayın kurumunun siyasal iktidardan görece bağımsız bir yönetime sahip olması amaçlanıyordu³⁹⁵.

Siyasal iktidardan bağımsızlaştırılan TRT'nin en azından kuruluş aşamasında bilim ve sanatı önceliklerken, siyasal iktidarın olası denetimini sınırlayan bir yapıda olduğunu da göstermektedir. TRT'nin bu yapısı, 1940lar'ın sonlarında ortaya çıkan Sosyal Sorumluluk Teori'yi çağrıştırmaktadır.

tarafından verilecek kararlar saklı olmak üzere, olaylar hakkında yayın yasağı konamaz. Türkiye'de yayımlanan gazete ve dergilerin toplatılması bu tedbirlerin uygulanacağını kanunun açıkça gösterdiği suçların işlenmesi halinde ve ancak hâkim kararıyla olabilir. Türkiye'de yayımlanan gazete ve dergiler ancak 57 nci madde de belirtilen fiillerden mahkum olma halinde mahkeme kararıyla kapatılabilir."

³⁹⁴ İlk TRT Genel Müdürü, 4 Mayıs 1964 tarihli 7 / 3018 sayılı kararname ile atanan Adnan Öztrak'tır. (Mayıs 1964- Haziran 1971), TRT, Kurumsal Kişi İçerik, "Adnan Öztrak", Erişim:

<http://www.trt.net.tr/Kurumsal/Kisiler/icerik.aspx?icerikKodu=46586a9f-819f-4014-9847-a0f8284b2db8>
(10.11.2007)

³⁹⁵ 4 Mayıs 1964 tarihli 7/3018 sayılı Kararname

1964-1971 arası dönemde, TRT'nin yasal olarak tanınan özerkliğine karşın, uygulamada, TRT'nin diğer kurumlarla doğrudan yazışma yapamaması, hesap işlemlerinin yasadışı yollarla incelenmesi, ödeneklerin verilmemesi ya da geç verilmesi, kadro atamalar gibi yollarla siyasal iktidar denetimine girmiştir. Yasal olarak tanınmış olan bir özerkliğin, uygulamada bir anlamı kalmamıştır.

3.1.2.3. 12 Mart 1971 Muhtırası-12 Eylül 1980 Darbesi arası dönem

12 Mart 1971 Muhtırası³⁹⁶, 1961 Anayasası'na yönelik karşı-devrim niteliği taşıyan, özellikle muhtıradan sonra Demirel'in istifasının ardından kurulan, Nihat Erim hükümeti öncülüğünde çıkarılan yasal düzenlemeler ile basın ve özellikle TRT ile ilgili uygulamalar, muhtıranın bu niteliğini daha gözler önüne sermiştir.

Basın alanındaki düzenlemeler içinde, 20.9.1971 tarih ve 1488 sayılı Kanun ile 1961 Anayasası'nda özgürlükleri daraltıcı ve basının denetimini kolaylaştırıcı bir dizi değişikliklere gidilmesi yer alır. Örneğin 1961 Anayasası, "Basın Hürriyeti"ni düzenleyen Madde 22'de³⁹⁷ yapılan değişikliklerle, basın özgürlüğünün sınırlandırılabilirliği durumları ile dergi ve gazetelerin toplanabilirliği, kapatılabilirliği durumları -muğlâk ifadeler eklenmek suretiyle- genişletilmiş, ayrıca dergi ve gazetelerin toplatılması yetkisi, mahkemelerin yanında, yine mahkemenin onayı ile "yetkili mercilere" de tanınmıştır.

³⁹⁶ Dönemin hükümetleri; 35- Melen Hükümeti (22.05.1972-15.04.1973): AP, CHP ve MGP, 36- Talu Hükümeti (15.04.1973-26.01.1974): AP ve CGP, 37- I. Ecevit Hükümeti (26.01.1974-17.11.1974): CHP ve MSP, 38- İrmak Hükümeti (17.11.1974-31.03.1975): CGP Azınlık Hk., 39- IV. Demirel Hükümeti (31.03.1975-21.06.1977): AP-MSP-MHP-CGP (1'nci Milliyetçi Cephe Hk.), 40- II. Ecevit Hükümeti (21.06.1977-21.07.1977): CHP Azınlık Hk., 41- V. Demirel Hükümeti (21.07.1977-05.01.1978): AP-MSP-MHP (2'nci Milliyetçi Cephe Hk.), 42- III. Ecevit Hükümeti (05.01.1978-12.11.1979): CHP Azınlık Hk., 43- VI. Demirel Hükümeti (12.11.1979-12.09.1980): AP Azınlık Hk. 12 Eylül 1980.

³⁹⁷ 20.9.1971 tarih ve 1488 sayılı Kanunla değişik, 1961 Anayasası, "Madde 22.- Basın hürdür; sansür edilemez. Devlet, basın ve haber alma hürriyetini sağlayacak tedbirleri alır. Basın ve haber alma hürriyeti, ancak Devletin ülkesi ve milletiyle bütünlüğünü, kamu düzenini, millî güvenliği ve millî güvenliğin gerektirdiği gizliliği veya genel ahlâkı korumak, kişilerin haysiyet, şeref ve haklarına tecavüzü, suç işlemeye kışkırtmayı önlemek veya yargı görevinin amacına uygun olarak yerine getirilmesini sağlamak için kanunla sınırlanabilir. Yargı görevinin amacına uygun olarak yerine getirilmesi için kanunla belirtilecek sınırlar içinde hâkim tarafından verilecek kararlar saklı olmak üzere, olaylar hakkında yayın yasağı konamaz. Türkiye'de yayımlanan gazete ve dergiler, kanunun gösterdiği suçların işlenmesi halinde hâkim kararıyla; Devletin ülkesi ve milletiyle bütünlüğünün, millî güvenliğin, kamu düzeninin veya genel ahlâkın korunması bakımından gecikmede sakınca bulunan hallerde de kanunun açıkça yetkili kıldığı merciin emriyle toplatılabilir. Toplatma kararını veren yetkili merci, bu kararını en geç 24 saat içinde mahkemeye bildirir. Mahkeme bu kararı en geç üç gün içinde onaylamazsa, toplatma kararı hükümsüz sayılır. Türkiye'de yayımlanan gazete ve dergiler, millî güvenliğe, kamu düzenine, genel ahlâka, insan hak ve hürriyetlerine dayanan millî, demokratik, lâik ve sosyal Cumhuriyet ilkelerine veya Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmezliği temel hükmüne aykırı yayımlardan mahkûm olma halinde mahkeme kararıyla kapatılabilir."

Benzer bir şekilde, anayasanın Radyo ve Televizyon Yayıncılığını düzenleyen 121. Maddesi, 20.9.1971 tarih ve 1488 sayılı Kanun'la³⁹⁸ değiştirilerek Radyo ve Televizyon istasyonlarının, ancak devlet eliyle kurulacağı belirtilmiş ve idarelerinin özerk olma niteliği kaldırılarak tarafsız bir kamu tüzel kişiliği halinde kanunla düzenleneceği hükmü getirilmiştir. Ayrıca Madde'ye, değişiklikle birlikte eklenen hükümlerle, radyo ve televizyonların içeriklerinin "kanun yoluyla" denetimi ve sınırlandırılması anayasal çerçevede garanti alınmıştır.

1971 Haziranı'nda, TRT Genel Müdürü³⁹⁹ görevinden ayrıldıktan iki ay sonra, bu göreve -TRT Kuruluş ve Görev Yönetmeliği'ne açıkça aykırı olarak- bir vekil atanmış ve hükümetin TRT'ye müdahalesi, hukuka aykırı, fakat *de facto* olarak meşrulaştırılmıştır⁴⁰⁰. Anayasa'daki yukarıda yer alan yeni düzenlemeye göre, TRT yayınlarından sadece haberler açısından bir yansızlık öngörülürken, diğer yayınlar açısından bir düzenleme söz konusu değildir. Ancak ironik bir şekilde tarafsızlığın öncelikle haberlerde başlayarak diğer yayınlara da geçtiği belirtilmektedir⁴⁰¹.

29 Şubat 1972 tarih 1568 sayılı Kanun ile TRT Kanunu'nda da değişiklikler yapılmıştır. Yönetim Kurulu üye sayısı 11'e çıkarılırken, hükümetin atadığı üye sayısı 2'den 3'e çıkarılmış; 2 TRT personeli yerine 1 basın temsilcisi getirilmiş; ticari çevrelerin 2 temsilcisine yer verilmişti. Yönetim Kurulu üyelerinin 3'ünü doğrudan Bakanlar Kurulu atarken, kalanını adaylar arasından son aşamada TRT Seçim Kurulu saptıyordu. TRT Seçim Kurulu da Cumhurbaşkanı'nın seçtiği 4 rektör ile Milli Güvenlik Kurulu Genel Sekreteri'nden oluşuyordu. TRT Yönetim Kurulunun yetkileri

³⁹⁸ 20.9.1971 tarih ve 1488 sayılı Kanunla değişik 1961 Anayasası, "Madde 121.- Radyo ve televizyon istasyonları, ancak Devlet eliyle kurulur ve idareleri tarafsız bir kamu tüzel kişiliği halinde kanunla düzenlenir. Kanun, yönetim ve denetimde ve yönetim organlarının kuruluşundan tarafsızlık ilkesini bozacak hükümler koyamaz. Her türlü radyo ve televizyon yayımları, tarafsızlık esaslarına göre yapılır. Haber ve programların seçilmesinde, işlenmesinde ve sunulmasında ve kültür ve eğitime yardımcılık görevinin yerine getirilmesinde Devletin ülkesi ve milletiyle bütünlüğünün, insan haklarına dayanan millî, demokratik, lâik ve sosyal Cumhuriyetin, millî güvenliğin ve genel ahlâkın gereklerine uyulması, haberlerin doğruluğunun sağlanması esasları ile organların seçimi, yetki, görev ve sorumlulukları kanunla düzenlenir. Devlet tarafından kurulan veya Devletten malî yardım alan haber ajanslarının tarafsızlığı esastır."

³⁹⁹ 1971-1981 arası TRT Genel Müdürleri: Adnan Öztrak (Mayıs 1964-Haziran 1971), Musa Öğün (Ağustos 1971-Ağustos 1973), İsmail Cem (Şubat 1974-Mayıs 1975), Nevzat Yalçıntaş (Mayıs 1975-Kasım 1975), Şaban Karataş (Ocak 1976-Haziran 1977), Cengiz Taşer (Mayıs 1978-Kasım 1979), Doğan Kasaroğlu (Aralık 1979-Ocak 1981).

⁴⁰⁰ Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, "TRT/ Televizyon", Cilt 10, İletişim Yayınları, 1985, s.2754 TRT ile ilgili buna benzer hukuka aykırı düzenlemeler, TRT Genel Müdürü İsmail Cem'in kurumu demokratikleştirme çabalarından sonra hukuka aykırı bir şekilde görevden alınması, Cem'in idari mahkemede ilgili davayı kazanmasına rağmen görevine iade edilmeyişi, yerine yine hukuka aykırı yollarla bir başka isim olarak Şaban Karataş'ın atanması gibi örneklerde görüldüğü üzere 12 Mart sonrasında da devam etmiştir.

⁴⁰¹ Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, "TRT/ Televizyon", s.2753.

kısılmış ve ağırlık Genel Müdür'e verilmişti. Doğrudan Bakanlar Kurulunun uygun gördüğü bir aday Genel Müdür olarak atanıyordu. Tüm bu düzenlemeler TRT'nin siyasal iktidara tabi oluşunu yasal anlamda da garanti altına almıştır.

1970'ler'in sonlarında TRT Genel Müdürlüğü görevini üstlenen Doğan Kasaroğlu döneminin “*eksik, çarpıtılmış ve yanlı haberlerle*” ön plana çıktığı belirtilmektedir. “*Siyasal partilerin temsilcilerinin izleyicilere bıkkınlık veren konuşmaları Radyo-TV haber bültenlerinin başlıca yapay haberlerini oluşturdu. Eskiden beri sürüp gelen yayın yasakları Kasaroğlu döneminde daha da arttı (...)* Kimi belirtilere göre de Ağustos 1980 tarihinden sonra görevi ve çalıştığı yeri, ili değiştirilen TRT personelinin sayısı bine ulaştı.”⁴⁰² Bu yer değiştirmeler bir tür sürgün olarak değerlendirilmektedir. TRT'nin bu uygulamaları ve yayın içeriği, siyasal hayattaki koalisyon karmaşasının ve TRT'nin iktidarı paylaşan partilerin, istekleri doğrultusunda yönetilmesi beklentisinin bir yansıması olarak görülebilir.

Uğur Mumcu'nun “Alaturka Kapitalizm”⁴⁰³ olarak adlandırdığı, o dönemde IMF'te çalışan Turgut Özal tarafından hazırlanan 24 Ocak Kararları ile birlikte Demirel Hükümeti, gübre, enerji ve ulaştırma dışında sübvansiyonları kaldırmış, bu durum da basının ana kaynağı olan gazete kâğıdına %300 zam yapılmasına yol açmıştır. Bu gelişme, ilerleyen zamanda gerçekleştirilecek siyasal darbeden önce basına yönelik yapılan ekonomik bir darbe niteliğindedir. Basın için ana madde olan bu girdinin yüksek artışını karşılayabilmenin tek yolu reklamdır ve reklam pastasından yeterince pay alamayan küçük alternatif basın, kendiliğinden erimiştir.

1980 darbesi sonrası dönemde, basın sadece ekonomik değil aynı zamanda ifade özgürlüğü bakımında da büyük bir baskı altında olduğu gözlemlenmektedir. Milli Güvenlik Konseyi (MGK), yönetime el koyduktan bir hafta

⁴⁰² Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, “TRT/ Televizyon”, s.2754.

⁴⁰³ “24 Ocak Kararları, kurulu ekonomik düzeni büyük ölçüde değiştirmeyi amaçlamıştı. Ama böylesine köklü bir değişimin gerektirdiği hukuksal düzenlemeler zamanında yürürlüğe konmuş değildir. Serbest piyasa ekonomisine 'ya Allah!..' diye dalınmıştır. Kapitalizmi biz pek alaturka uyguluyoruz; 'alaturka kapitalizm' dediğimiz de budur. Ne Kanunu düşünülmüş, ne kararnamesi, ne tebliği!.. Önüne ardına bakılmadan, el yordamı ile uygulanan liberal kapitalizm düzeni...” Uğur Mumcu, “Alaturka Kapitalizm”, Cumhuriyet, 23 Haziran 1982. Bu kararların uygulanması ile birlikte hem devalüasyona gidilmiş hem de hemen her alanda %300-400'lere varan zamlar yapılmıştır. Bir görüşe göre darbe, 24 Ocak kararları gibi toplumun sert tepkisini çekecek kararları uygulayabilecek bir sivil iradenin bulunamayacak olması üzerine gerçekleştirilmiştir. Ayrıca MGK'nın kararları ve uygulamaları darbenin sağ nitelikte olduğunu teyit etmektedir. Örneğin MGK 1 Mayıs Bahar bayramı ile 1963'ten beri kutlanan 27 Mayıs Hürriyet ve Anayasa Bayramlarını kaldırmıştır. Yine 1983'te sıkıyönetim komutanlıklarının istemiyle görevden alınan (1402'likler) öğretim üyeleri sol görüşlüdür. Bu durum bir önceki darbeye (1960) karşı darbe yapıldığı konusunda da fikir vermektedir.

sonra, 19 Eylül 1980'de, 1971 tarih ve 1402 sayılı Sıkıyönetim Kanunu'nun, görevleri düzenleyen 3. Maddesi'ni değiştirmiş ve "Sıkıyönetim Komutanlığına" sansür koyma yetkisi vermiştir⁴⁰⁴. Ancak bu düzenlemeyi, 1980 darbesinin ruhuna uygun olarak daha da genişleten MGK, sansür yetkisini sınırsız bir boyuta taşımıştır⁴⁰⁵.

MGK'nın 71 sayılı kararı da basın üzerindeki sansürün boyutunu açıklar niteliktedir: *"Anayasa'nın geçici maddeleri ile Devlet Başkanının Radyo-Televizyonda ve yurt gezilerinde yapacakları tanıtma konuşmaları hiçbir surette eleştirilemez ve bunlara karşı yazılı veya sözlü herhangi bir beyanda bulunulamaz."*⁴⁰⁶

Askeri yönetim boyunca 796 gazeteci hakkında 632 dava açılmış, 218'i hapis cezasıyla sonuçlanmıştır. Bu dönem süresince gazeteci, yazar, çevirmen ve sanatçılara verilen mahkûmiyet kararlarının toplamı 316 yılı geçmektedir. *"Bu tasfiye sol basını tamamen tasfiye ederken, dinci sağı da kendi kaynaklarını oluşturma önünde düşünmeye yöneltti. Böylece dinci kesim kendi ekonomi sektörünü oluşturma yönüne gitti."*⁴⁰⁷

TRT'de meydana gelen değişim öncelikle Genel Müdürlük boyutunda yaşanmıştır: 1981 yılı başında Doğan Kasaroğlu TRT Genel Müdürlüğü'nden ayrılmış, emekli Tümgeneral Macit Akman TRT Genel Müdürü olarak atanmıştır. Bu dönemde, TRT için önemli yayınlardan biri 22 Ekim 1983 tarihinde yeni kurulan üç partinin liderinin, genel seçimler dolayısıyla tartıştıkları "Açık Oturum" programıdır. Bu yayının, MGK'nın beklentisinin aksine Özal'ın seçilmesinde ayrı bir önemi vardır.

⁴⁰⁴ 13.05.1971 tarih 1402 sayılı Sıkıyönetim Kanunu- 1980 Tarihli Değişik Madde3- "b) Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunun yayımları dâhil olmak üzere telefon, telsiz, radyo, televizyon gibi her çeşit araçlarla yapılan yayım ve haberleşmeye sansür koymak, kayıtlamak veya durdurmak ve hizmetin gerektirdiği ahvalde bunlardan öncelikle faydalanmak;"

⁴⁰⁵ 13.05.1971 tarih 1402 sayılı Sıkıyönetim Kanunu Madde3- "c) (Değişik bent: 28/12/1982 - 2766/2 md.) Söz, yazı, resim, film ve sesle yapılan her türlü yayım, haberleşme, mektup, telgraf vesair mersuleleri kontrol etmek; gazete, dergi kitap ve diğer yayınların basımını, yayımını, dağıtımını, birden fazla sayıda bulundurulmasını veya taşınmasını veya sıkıyönetim bölgesine sokulmasını yasaklamak veya sansür koymak; sıkıyönetim komutanlığınca basımı, yayımı ve dağıtılması yasaklanan kitap, dergi, gazete, broşür, afiş, bildiri, pankart, plak, bant gibi bilcümle evrakı, yayın ve haberleşme araçlarını toplatmak; bunları basan matbaaları, plak ve bant yapım yerlerini kapatmak, müsaderesine karar verilmemekle birlikte, sıkıyönetim komutanlıklarınca sahiplerine iadesinde sakınca görülenlerin imhası için gerekli önlemleri almak; yayına yeni girecek gazete ve dergilerin çıkarılmasını izne bağlamak"

⁴⁰⁶ Ergün Özbudun, Anayasa Hukuku, 2.b. Anadolu Üniv. Açıköğretim Fak. Yay. Eskişehir:2004, s.28

⁴⁰⁷ Orhan Koloğlu, "Liberal Ekonomi Düzeninde Basın Rejimi", Yüzyıl Biterken Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, Cilt 11, İstanbul: İletişim Yayınları:1995, s.134

İktidarı temsil eden MGK, TRT aracılığıyla toplumu bir sonraki seçimler için yönlendirmek istediye de bunu başaramadığı görülmektedir.

Darbeden sonra meydana gelen dikkat çekici bir gelişme de sermayenin basın sektörüne kalıcı girişi olmuştur. 6 Ekim 1980 tarihinde Aydın Doğan'ın Milliyet gazetesini satın almasının ardından, Hisarbank'ın sahiplerinden olan Kozanoğlu-Çavuşoğlu grubu, 1982 yılı Şubat ayında Güneş gazetesini çıkararak medyaya girmiştir. Darbe sonrası Türk medyası, kıyasıya rekabet, özelleştirme, finans politikaları ile birlikte güçlülerin daha da büyüdüğü, güçsüzlerin elenerek yok olduğu bir sürece geçiş yaşamıştır. Bu gelişmeler, 12 Eylül ideolojisinin uygulama örnekleri olarak değerlendirilebilir. Nitekim 1980 yılıyla başlayan bu sürecin sonunda 2000'li yıllarda medya, artık tam bir basın dışı sermaye kartelleri tarafından kontrol edilen pazar görünümündedir.

3.1.3. 11 Kasım 1983 Tarih ve 2954 Sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu

Radyo ve televizyon yayıncılığı açısından 1980'e gelindiğinde, Türkiye'de yasal yayın tekeli fiilen 1964'te kurulan Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumuna aittir. TRT, 1982 Anayasası'nda ve askeri rejimin 1983'te çıkardığı 2954 Sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu'nda da bu konumunu korumuştur⁴⁰⁸.

İhtisas Komisyonu'nca hazırlanıp 11 Kasım 1983'te MGK'da kabul edilen, Danışma Meclisi'nde bir dakika içinde onaylanan ve 1 Ocak 1984'te yürürlüğe giren 2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu'nun en önemli özelliklerinden biri, *"(...) yayın tekeli TRT'de olmasına karşın Türkiye'deki bütün radyo ve televizyon yayınlarına ilişkin bir kanun olarak düşünülmesidir. Bunun en iyi göstergesi de aynı kanunla Radyo Televizyon Yüksek Kurulunun (RTYK) kurulmasıdır."*⁴⁰⁹.

İleride RTÜK (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu) olarak dönüşüme uğrayacak Kurulun basın ve yayın üzerinde mutlak bir denetimi olduğu gözlemlenmektedir. Denetimin içeriği kanunda "yurt içinde yapılacak Radyo ve TV yayınları için milli siyasete uygun ilkeler" şeklinde çerçevelenmiş olmasına rağmen oldukça muğlak ve siyasal manevraya açık olduğu görülmektedir. Bu durum aynı zamanda yürütme

⁴⁰⁸ 11.11.1983 Tarih ve 2954 Sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu.

⁴⁰⁹ Beybin Kejanlıoğlu, Türkiye'de Medyanın Dönüşümü, İmge Kit., Ankara: 2004, ss. 222-223.

organının TRT üzerindeki mutlak denetimi demektir. Denetimi sağlayan ise aşağıdaki tablodan da görüleceği üzere, 2954 Sayılı Yasa'nın 6. Maddesi uyarınca gerçekleştirilecek atama usulüdür.

Tablo 3: 2954 Sayılı Yasa, Madde 6 Uyarınca RTYK

Atama Mercii	Üye Sayısı-Nitelik	Toplam Atanan Üye
Cumhurbaşkanı	Doğrudan 3 üye YÖK'ün 4 adayı arasından 2 üye AKDTYK ⁴¹⁰ 'nin 6 adayı arasından 3 üye	8
Bakanlar Kurulu	Doğrudan 3 üye MGK'nin seçtiği 1 üye	4
Toplam Üye Sayısı		12

RTYK'nın üyelerine bakıldığında, 7 yıl boyunca görevde kalacak Cumhurbaşkanı Kenan Evren, Kurul üzerinde belirleyici etkisini sadece askeri dönemde değil, sivil hayata geçildikten sonra da garanti altına almıştır. Hatta yukarıdaki tablodan da görüleceği üzere, siyasal iktidarın kararına pratikte sadece üç üyeyi seçme hakkı tanındığı, diğer hakkının MGK⁴¹¹ kapsamında sınırlandırıldığı görülmektedir. Bakanlar Kuruluna tanınan bu hak, askeri yönetimin desteklediği parti olan Milliyetçi Demokrasi Partisi'nin⁴¹² kazanacağı düşünülerek verilmiş bir haktır ve dolayısıyla da Evren için riskli görülmemiş olsa gerekir. Cumhurbaşkanı Evren'in, bu planlarına rağmen seçimden sonraki dönemde RTYK ve TRT üzerindeki Özal hükümetinin baskın kontrolü gözlemlenmektedir.

*"1983 yılı içerisinde İstanbul Sıkıyönetim Komutanlığı'nın kararıyla Cumhuriyet, Tercüman, Milliyet, Milli gazete, Hürriyet gazeteleri ile haftalık Nokta dergisinin basımı, yayımı ve dağıtımı belirli sürelerde durdurulurken, haklarında dava açılan gazeteciler 2-3 ay hapis cezasına çaptırıldılar."*⁴¹³ 2954 sayılı yasa ise gazete sorumlularına verilecek cezaların arttırılmasını ve basın suçlarıyla ilgili davalara bakan basın mahkemelerinin kaldırılarak, bu davaların ağır ceza ve asliye

⁴¹⁰ AKDTYK: Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu.

⁴¹¹ MGK: Milli Güvenlik Kurulu, 1982 Anayasası'nın 118. Maddesine göre kurulmuştur. Kurulun üyeleri; Başbakan, Genelkurmay Başkanı, Başbakan yardımcıları, İçişleri Bakanı, Dışişleri Bakanı, Millî Savunma Bakanı ve Adalet Bakanı'dır. Millî Güvenlik Kurulu sekreteri de toplantılara katılmakta ama oy hakkı bulunmamaktadır

⁴¹² Milliyetçi Demokrasi Partisi (MDP): Emekli Orgeneral Turgut Sunalp ve 40 arkadaşı tarafından 16 Mayıs 1983'te kurulmuştur. 6 Kasım 1983 Genel Seçimlerinde oyların % 23'ünü alarak 77 milletvekili çıkarabilmiştir. 4 Mayıs 1986'daki kongrede partinin feshedilmesi kararlaştırılmış, bazı Partili milletvekillerinden bir bölümü, o sırada kurulan Hür Demokrat Parti'ye (HDP) katılmıştır. Bazı milletvekilleri de Anavatan Partisi'ne ve Doğru Yol Partisi'ne girmiştir. Eski Genel Başkan Turgut Sunalp ve birkaç milletvekili ise bağımsız kalmıştır.

⁴¹³ Cumhuriyet Ansiklopedisi, 1981-2000, Cilt 4, İstanbul:YKY, 2000, s.73

hukuk mahkemelerine verilmesini ön görmektedir. Ayrıca basın üzerindeki denetim ve el koyma yetkilerinin de kolaylaştırıldığı görülmektedir.

1982 Anayasası'nın 133. Maddesi'nde, radyo ve televizyon istasyonlarının ancak devlet eliyle kurulabileceği ve idarelerinin de bir kamu tüzel kişiliği halinde düzenleneceği; esas olarak da tarafsızlık ilkesinin gözetileceği belirtilmektedir⁴¹⁴. Dolayısıyla 1982 yılında kabul edilen anayasaya göre, TRT bu alandaki tek kurumdur, özerkliği de henüz söz konusu değildir. 1982 Anayasa ile bu dönemde çıkarılan yasaların uygulaması Aralık 1983'te iktidara gelen Özal ile 45. ve 46. Hükümetlerden itibaren gerçekleşmeye başlamıştır

3.1.3.1. 1983–1990 Arası Dönem

2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu, dönemin Başbakanı Turgut Özal'ın siyasal iktidarını sağlamlaştırılmasında önemli bir araç olarak kullanılmıştır.

1980'li yıllar, yayın politikası açısından da oldukça eleştirildiği bir dönem olmuştur. Bu duruma çözüm olarak geliştirildiği düşünülen "televizyonda paralı siyasal propaganda yapılması" ile ilgili tasarı, dönemin Cumhurbaşkanı Kenan Evren tarafından 6 Ocak 1987 tarihinde veto edilmiştir. 2954 sayılı Kanun'da yer alan "Hükümet Uygulamalarının Tanıtılması"na ilişkin Madde 19'da⁴¹⁵ belirtildiği üzere ilgili programların "iktidara tanınan kamuoyunu ikna amacı taşıyan" bir hak olması ve "siyasal bir çıkar taşıma amacı bulunmaması" gerekliliği bulunmaktadır. Ancak siyasal iktidarın, halkı ikna niteliği taşıyan programların siyasal çıkardan arındırılmış olması, siyasetin doğası gereği mümkün değildir.

2954 Sayılı Kanunun yukarıda aktarılan 19. Maddesi'nde ifade edilen "*haber bültenleri dışında*" yayınlanması gereken Hükümet uygulama tanıtımları "*haber*

⁴¹⁴ 8.7.1993 tarih ve 3913 sayılı Kanun ile bu düzenleme "*Radyo ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbesttir.*" şeklinde yeniden düzeltilmiştir. Ayrıca kurumların özerkliği ilkesi kabul edilmiştir.

⁴¹⁵ 2954 sayılı Kanun, Madde 19: "*Türkiye Radyo - Televizyon Kurumunun yayın esaslarına uymak, yanıt hakkı doğuracak nitelikte olmamak ve siyasal çıkar amacı taşımamak kaydıyla, mevzuat veya idari kararlarla yürürlüğe konan ve halkın katılımı ile başarıya ulaşabilecek Hükümet uygulamalarının; gerekçelerinin, yararlarının vecibelerinin, usul ve esaslarının kamuoyuna benimsetilmesini amaçlayan tanıtıcı radyo ve televizyon programları, Hükümet tarafından Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu dışında hazırlanır ve Kurum tarafından "haber bültenleri dışında" yayınlanır ve bu yayının Hükümet uygulamasının tanıtılması olduğu yayın sırasında belirtilir. (...)*"

değeri” nedeniyle haber bültenlerinde yayınlanır hale gelmiştir. Neyin haber değeri taşıdığına karar veren ise hükümetin kararıyla atanan TRT Genel Müdürü⁴¹⁶ ve beraberindeki yönetim kadrosudur.

Öte yandan 2954 Sayılı Kanun’un 20. Madde’si, ancak hükümete ve TBMM’de grubu bulunan siyasal partilere, açıklamalarının ve etkinliklerinin haber değeri taşıması koşuluyla radyo ve televizyondan aracılığıyla yayınlanabileceğini hükme bağlarken, özellikle 1983 seçimlerine giremeyen ve TBMM dışında kalan alternatif partilerin TRT aracılığıyla seslerini duyurması engellenmiştir. Her ne kadar TBMM’de olan diğer partilere “*haber niteliği olması şartıyla*” böyle bir hak tanınmış olsa da bu hakkın ne kadar demokratik bir şekilde yerine getirilip getirilmediği TRT’nin yayın hayatı boyunca tartışma konusu olagelmıştır. Siyasal iktidar, toplumla iletişimde TRT aracılığıyla her zaman için muhalif kanattan bir kaç adım önde yer almıştır.

Özal döneminde de ilki 31 Ocak 1984’te yayınlanan “İcraatın İçinden” programları, TRT yayınlarının iktidar partisinin propagandasına dönüştüğü tartışmasını besleyici bir unsur olmuştur. Ayrıca bu durum, 1982 Anayasası Madde 133’te düzenlenen tarafsızlık ilkesine karşı bir uygulama olmuştur. Ancak bu yayını denetleyecek mekanizma olan RTYK üyelerinden üçü Bakanlar Kurulu tarafından doğrudan atanan üyelerdir. Bu üyelerden biri de Tunca Toskay olup daha sonra RTYK tarafından TRT Genel Müdürlüğü için aday gösterilmiş ve 28 Mart 1984 yılında Bakanlar Kurulu kararıyla atanmıştır. Diğer bir deyişle Özal hükümeti TRT Genel Müdürü’nü doğrudan atayacağı bir “by-pass” yöntemi keşfetmiştir. TRT Genel Müdürlüğü’ne atanan Prof.Dr. Tunca Toskay, kendi başkanlığında 26 Ekim 1984 tarihinde Yönetim Kurulu toplamış ve TRT program ve yayınlarında kullanılacak dil konusunda geçici bir danışma kurulu kurulmasına karar vermiştir⁴¹⁷.

Hazırlanan komisyon raporu çerçevesinde yer alan 205 kelimedenden oluşan yasaklı listesi, 09.01.1985 tarihinde Yönetim Kurulunca kabul edilmiş ve hatta 6 Haziran 1985 tarihinden itibaren reklamlara da uygulanmaya başlanmıştır. Bu genelge, Toskay’ın görevde kaldığı 4 yıl boyunca uygulanmış, ancak kendisinden sonra gelen Cem Duna’nın başkanlığında 06.04.1988’de toplanan yeni üyelerden

⁴¹⁶ 1983-1989 TRT Genel Müdürleri: Macit Akman (Ocak 1981- Mart 1984), Tunca Toskay (Mart 1984- Mart 1988), Cem Duna (Mart 1988- Nisan 1989)

⁴¹⁷ TRT, “Tarihçe, 1984”, <http://www.trt.net.tr/wwwtrt/tarihce.aspx?Yil=1984> (20.03.2007)

oluşan Genel Kurulun toplantı kararıyla kaldırılmıştır⁴¹⁸. Yasaklanan bir kelime listesi oluşturulması ve bunun uygulamada eleme aracı olarak değerlendirilmesi, bir tür söylem ön-sansürü olarak adlandırılabilir. Nitekim bu grupta bulunan kelimeler⁴¹⁹, basın organının bulunduğu siyasal pozisyonu hakkında fikir verir bir nitelik kazanmış, hatta bu belgeyle resmileşmiştir.

Özal döneminde gerçekleştirilen önemli değişimlerden biri, “özelleştirme uygulamaları” çerçevesinde yer almaktadır. Bu durumu motive eden nokta ise Amerikan Silahlı Kuvvetleri’nin radyo televizyon yayınlarını (Amerikan Silahlı Kuvvetleri Radyo ve Televizyon Hizmetleri-AFRTS)⁴²⁰, 1975’ten bu yana Türkiye’deki Amerikan tesislerindeki personeline ulaştırabilmek için Türk hükümetine yaptığı başvurudur. Bu başvurular, Özal döneminde 1985’te sonuç vermiş ve AFTRS’nin RTYK denetiminde ve şifreli olması kabul edilmiş, projeyi gerçekleştirme görevi de PTT’ye verilmiştir⁴²¹. Projenin, PTT aracılığıyla gerçekleştirilmesi kararı AFTRS’yi PTT’yi teknolojik açıdan geliştirmek durumunda bırakmıştır.

Yine bu dönemde, yukarıda aktarılan gelişmeye bağlı olarak, 15 Mart 1985’te “Özelleştirme Master Planı”nı hazırlama ihalesini kazanmış olan Morgan Guaranty Bankası’nın planı, 1986 yılı ortalarında hükümete sunulmuştur. Bu plana göre ilk özelleştirmeler, PTT’nin Netaş ve Teletaş üzerindeki hisseleridir⁴²². Bu özelleştirmelerle TRT yayınlarında, programların özel kuruluşlara yaptırılması yoluyla gerçekleştirilen “zaman özelleştirmeleri”,⁴²³ aslen Türk televizyon/radyo yayıncılığının da süreç içinde özelleştirileceği yolunda sinyaller vermiştir. Ancak PTT yoluyla topluma yansıyan teknolojik değişim, Özal hükümeti için aynı zamanda iyi bir siyaset malzemesi olmuştur. Öte yandan bu durum özü itibarıyla toplumun telekomünikasyon sisteminin adım adım yabancı sermayeye devri sürecinin de başlangıcıdır.

⁴¹⁸ TRT, Tarihçe.

⁴¹⁹ Bu kelimelerden bazıları: anı, anımsamak, bellek, bileşim, dinsel, gereksinim, görsel, uluslararası, saptamak, tüm, zorunlu, deney, özellik, devrim, doğa, doğal, etkin, etkinlik, kuram, kuramsal, olanak, ödü, öngörme, örneğin, öykü, özveri, özgür, özgürlük, söylev, tarihsel, ulus, yandaş, yapısal, yasal, yaşam, zorunluluk. Kejanlıoğlu, s.248 ve Cumhuriyet Ansiklopedisi Cilt 4, s.150

⁴²⁰ American Forces Radio and Television Service (AFRTS) <http://afrts.dodmedia.osd.mil/>

⁴²¹ İlhami Aygün, “Doğrudan Uydu Yayınları ve Kablolu TV Yayınları” ve “Tartışma”, Çağdaş gelişmeler Işığında Devlet Medya İlişkileri, 9-11 Nisan Seminer Tutanakları, Hürriyet Vakfı Eği.Yay. No:10, İstanbul 1988.s56-71, 92-97’den aktaran Kejanlıoğlu, s. 254

⁴²² Kanada orijinli Nortel Firması PTT bünyesindeki Netaş’ın %53’ünü, Fransız orijinli Alcatel-Lucent Teletaşı satın almıştır.

⁴²³ Kejanlıoğlu, s. 260.

Geray tarafından “*eski telekomünikasyon politikasına yönelik ilk sarsıntı*” olarak adlandırılan PTT’nin özelleştirilmesi sürecinin arkasında -pek çok gelişmekte olan ülkede olduğu gibi- özelleştirmeye yönelik baskılar, bütçe açıklarının ve dış borç yükünün azaltılması gerekçesiyle Dünya Bankası ve IMF’in yer aldığı belirtilmektedir⁴²⁴. TRT’nin 1983–1989 dönemi yayıncılığı, uluslararası konjonktürle doğrudan ilişkilidir. Ulagay’ın, Ronald Reagan’ın 2004 yılında ölümünden sonra yaptığı tespiti göre, “*Reagan, Thatcher ve Özal, ekonomiden siyasete ve değerler sistemine kadar hemen her alanda sağın felsefesini ve politikalarını gündeme getirip kabul ettiren liderler olarak 1980'lere damgalarını vurmuşlar, ekonomide benimsenen neo-liberal yaklaşımla Anglo-Sakson kapitalizmi, küresel bir sistemin temelini oluşturmuştur.*”⁴²⁵. Bu süreçte TRT yayın politikaları ve ilkeleri de az önce aktarılan çerçevede şekillenmeye başlamıştır ki örneklerinin başında “zaman özelleşmesi” yani, yayınlanacak programların satın alınması gelmektedir.

Amerikan kültürünün 80’li yıllar boyunca gerek çizgi, gerek dizi filmlerinde ve gerekse sinemada işlediği konu “iyiler ve kötüler arasındaki savaşı iyilerin kazanması” şeklinde sadeleştirilmiştir⁴²⁶. Bu tür filmlerin televizyon için uyarlaması olan bol miktardaki yapımlar da TRT aracılığıyla Türk halkına ulaştırılmıştır. Bu kapsamda yayınlanan yapımlar, Reagan ideolojisini Türkiye’ye taşımıştır⁴²⁷. Tüm bu

⁴²⁴ Haluk Geray, İletişim ve Teknoloji, Uluslararası Birikim Düzeninde Medya Politikaları, Ütopya, Ütopya, 2003, s.144 Geray’ın burada ifade edilen tespiti daha sonraki yıllarda PTT içerisinde yer alan Türk Telekom’un %55 hissesinin–ekonomik dengeler nedeniyle- 2005 yılında İtalyan orijinli Oger Telekom’a satışında bir kez daha geçerli olmuştur. Türk Telekom’un geri kalan hisselerinin %30’u Türkiye Hazine Müsteşarlığı’na aittir. Kalan %15’lik hissesi de halka arz edilmiştir. Türk Telekom hisseleri, Mayıs 2008 itibarıyla İMKB’de işlem görmektedir. Türk Telekom, “Hakkımızda”, [http://www.turktelekom.com.tr/tt/portal/TTHakkında/KurumsalTanitim/Hakkında,\(20.06.2008\)](http://www.turktelekom.com.tr/tt/portal/TTHakkında/KurumsalTanitim/Hakkında,(20.06.2008)).

⁴²⁵ Osman Ulagay, “Reagan’ın Mirası Tartışılıyor”, Milliyet, 14 Haziran 2004.

⁴²⁶ Birey, bu yapımlarda tıpkı Amerikan seçim sistemi gibi, iki seçenektan birini seçme durumundadır, ancak seçimini yaparken göz önüne alacağı durum iyilerin hep iyi, kötülerin hep kötü oluşu ama (demokrasilerde) her şekilde iyinin kazanmasıdır. Bireyin derin çözümlenmelere girmesine gerek yoktur, bir şey ya iyi ya da kötüdür. Bu arada kimi zaman açık olarak kimi zaman da satır arasında aktarılan, Amerika’nın her zaman iyi oluşu, dünyayı ve iyiliği kurtarmak adına savaşması gerektiği düşüncesidir. Amerikan yapımlarında - halen aktarılmaya devam edilen - bir başka ideoloji de fırsatlar, tutkular ve daha iyi bir yaşam standardı ile ilgili “Amerikan Rüyası”dır. Amerikan rüyası temel olarak her Amerikalı bireyin –doğduğu şartlar ne olursa olsun- iyi bir yaşam standardına ulaşabilme şansı olduğunu iddia eder. Amerikan rüyasının birkaç unsuru vardır: Erkeğin işe, çocukların okula gitmesi; kadının ev işleriyle ilgilenmek üzere evde kalması; ailenin ortalama bir zenginlik olarak bir ev ve bir araba sahibi olması; sonuçta da tüm aile bireylerinin mutlu ve iyi niyetli oluşu(...) Burada sayılan unsurların önce Özal döneminde “orta direk” adıyla; sonraki yıllarda bizzat Başbakan Tansu Çiller tarafından da “anahtar sözü” ile siyasal propaganda anahtarı olarak kullanıldığı görülmektedir. Neal F.Lane, “Science and the American Dream”, Science, Vol. 271, 23.02.1966, s.1037

⁴²⁷ Örneğin, her pazar klasik haline gelen ve halen devam eden “western” türü filmi gösterimidir. Western türü filmler, en uzun süreli film türlerinden biridir. İki 1888’de 10–12 dakikalık kısa filmler olarak çekilmiştir. Bir asrı aşkın bir süredir çekilmeye devam edilmiş olan bu filmlerde genellikle “kötü olan Kızılderililere” karşı savaş veren “iyi Amerikalı Kovboy” konu edilir, ancak gerçekte katledilenlerin Kızılderililerin bizzat kendisi olduğu gerçeği de bilinmektedir. Bu gerçeğin yayılmasından olsa gerek, son dönem western filmleri daha çok aksiyon ve komedi yüklü olmak durumunda kalmıştır.

yayınların devlet kanalıyla tek elden ve evdeki eğlence aracı olarak TRT tarafından belli bir süreklilik içerisinde izleyiciye aktarılması, Amerikan ideolojisinin Türkiye pazarında kabullenilişini kolaylaştırmasının ötesinde bir tür “Amerika hayranlığı” yaratmıştır.

Türkiye'nin de “Küçük Amerika”laştığı bu dönemde, haber medyasında - basınında- meydana gelen profesyonelleşme ve uzmanlaşma ile üretim sürecinin dikey olarak parçalandığı gözlemlenmektedir. *”Eskiden kendi haberini yaratan, habercinin üretiminin yerini, editöryal tercihlere dayalı, farklı aşamalarda farklı elemanların uzmanlıklarından yararlanan bir üretim mantığı almıştır.”*⁴²⁸ Bu durum, basın çalışanlarının, üretilecek haberde fazla birikim gerektirmeyen ancak sistemin bir parçası olan işlerle kolay ikame edilebilen çalışanlar haline dönüştürülme sürecinin de bir parçasıdır. 1983 tarih ve 2822 Sayılı Toplu İş Sözleşmesi Grev ve Lokavt Kanunu, 2821 Sayılı Sendikalar Kanun ile bu kanuna dayanarak çıkarılan İş Kolları Tüzüğünde⁴²⁹ matbaa işçilerinin iş kolunun gazetecilik iş kolundan ayrılması, basın kuruluşlarında çalışanların taşeronlaştırılmasını, sosyal hak ve güvencelerinden yoksunlaştırılmasını da beraberinde getirmiştir.

Zaten yasal olarak özerkliğini yitirmiş olan TRT'nin süreç içinde siyasal iktidarın mutlak denetimine girmiştir. Bu nedenle, siyasal iktidarın, Amerikan yapımlarına gösterdiği toleranslı tutumun, iç muhalefete ya da basın çalışanlarına karşı gösterilmediği gözlemlenmektedir. Böylece hükümet gerek kanunun verdiği özel sürelerde ve gerekse haberlerde sürekli olarak halka kendi propagandasını tek yönlü olarak yapabilmiştir ki bu durumun, Özal'ın başkanlığında partisinin tekrar seçilmesinde, ölümünden sonra gösterilen büyük ilgide ve halen süregelen kamuoyu desteğinde çok büyük bir etkisi olmuştur.

21.06.1927 tarihli ve 1117 sayılı Küçükleri Muzır Neşriyattan Koruma Kanunu'nun içeriğinin neredeyse tamamının değiştirilmesi yoluyla bu kanun, tek muhalif iletişim kanalı olan basın üzerinde mutlak denetim aracı haline dönüştürülmüştür⁴³⁰. Kanun, yürürlüğe girdikten sonraki ilk üç aylık dönemde 3

⁴²⁸ Adaklı, s.305

⁴²⁹ 05.05.1983 tarih ve 2822 sayılı Toplu İş Sözleşmesi Grev ve Lokavt Kanunu, 05.05.1983 tarih ve 2821 sayılı Sendikalar Kanunu, 10.11.1983 tarih ve 83/7376 numaralı İş Kolları Tüzüğü.

⁴³⁰ 06.03.1986 tarih ve 3266 sayılı Kanun ile 1117 Sayılı Kanunun yürürlükten kaldırılmış veya değiştirilmiş olan hükümlerin metinleri: (Madde numaraları: 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 12)

gazete ve 8 dergi hakkında toplam 48 soruşturma açılmıştır. Kanun'daki en önemli değişikliklerden biri Madde 2'de yapılmıştır:

Maddenin orijinal halinde, bir eserin “muzır” olduğuna karar verebilecek heyet; Eğitim Bakanlığı, Basın Cemiyeti, İç İşleri Bakanlığı, Çocuk Esirgeme Kurumu ve Adalet Bakanlığı tarafından seçilecek kişilerden oluşurken, 1986'da yapılan bu değişiklikle kurul, “Başbakanlık bünyesinde oluşturulan yetkili kurul”a dönüştürülmüştür. Bu yeni düzenleme ile bazı diğer yeni bakanlıkların temsilcileri, YÖK temsilcisi ile Diyanet İşleri temsilcisinin eklenmeleri ile hükümete karşı Basın Cemiyeti'nin oransal temsil gücü zayıflatılmıştır.

Kanun'un yine orijinal 2. Maddesi'nde, Adalet Bakanlığı tarafından seçilecek üyenin o sırada hâkimlik görevi yapmaması ön şart koşulmuşken, bu düzenleme tam tersi yönde değiştirilerek, “*Adalet Bakanlığı tarafından idari nitelikte görevlerde bulunan hâkim ve Cumhuriyet savcıları arasından seçilecek bir üye*” denilmek suretiyle seçim sırasında görevde olmayı şarta bağlamıştır. Diğer değişikliklerle birlikte kurulun hemen hepsinin Başbakanlık tarafından saptanan memur ve kamu görevlisi olması nedeniyle siyasal iktidarın güdümünde bir yapılanma sağlandığı görülmektedir. Buna karşın, bu üyelerin siyasal iktidarın olası cezalandırıcı uygulamalarına karşı herhangi bir güvence yer verilmemiştir.

1986'da ve 1988'de yapılan diğer değişikliklerle basına yönelik cezaların hem kapsamı genişletilmiş, hem de bedeli ağırlaştırılmıştır. Dönemin koşullarında başka bir televizyon/radyo kanalının ya da internet gibi sermayeden bağımsız bir iletişim kanalının olmaması, muhalefetin sınırlandırılmış basın aracılığıyla gerçekleşmesine neden olmuştur. Ancak bunun bedeli de basına çok ağır ödetilmiştir.

1980–1989 arası süreç, basın denetimi açısından değerlendirildiğinde, sansürün sıkça yaşandığı bir dönem olduğu gözlemlenmektedir. 850 kez yayın yasağı kararı alındığı görülmektedir ki, bunların 440'ını Bakanlar Kurulunun, 1950 Tarihli ve 5680 Sayılı Basın Kanunu'nun 31. Maddesi'ne⁴³¹ dayanarak aldığı kararlar

⁴³¹ Madde 31- (Değişik: 10.11.1983 – 2950/16 md.) Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne, milli egemenliğine, Cumhuriyetin varlığına, milli güvenliğe, kamu düzenine, genel asayişe, kamu yararına, genel ahlaka ve genel sağlığa aykırı olup yabancı memleketlerde çıkan basılmış eserlerin Türkiye'ye sokulması veya dağıtılması Bakanlar Kurulu kararıyla yasaklanabilir. Bu gibi basılmış eserlerin, Bakanlar Kurulundan acele karar alınmak üzere İçişleri Bakanlığınca karardan evvel

oluşturmaktadır. Ayrıca 1990 başına kadar 2627 gazeteci hakkında 1820 dava açılmış, 26 gazeteci toplam 784 yıla mahkûm edilmiştir⁴³².

Daha önce de değinildiği üzere, başta 24 Ocak kararları ve sonrasındaki uygulamalar sonucu nispeten güçlü basını, ekonomik açıdan daha da güçlü hale dönüştürürken, daha zayıf basın gittikçe eriyerek yok olmuştur. Bu süreçte 24 Ocak kararlarının hazırlayıcısı Özal'ın siyasal iktidarında benzer uygulamaların sürdürüldüğü, kontrol edebilecek bir medya yaratmaya çalışırken diğer yandan da alternatif seslerin susturulduğu görülmektedir. Koloğlu, konuyla ilgili şu örneği vermektedir; "(...) ANAP'lı İstanbul Belediyesi aracılığıyla büyük gazetelere arsalar verilip çıkar sağlanırken, öbür yandan enflasyon maliyeti yüzünden maliyeti karşılamak için sürekli zam yapmak durumunda kalan basına yeni zorluklar çıkarıldı. Örneğin 1988 Şubat'ında bütün gazeteler anlaşarak fiyat arttırdıkları gün hükümet hemen yeni bir kâğıt zammı ilan ederek onları zora soktu."⁴³³

Yasal olarak TRT'ye ait olan yayın tekeli, 1988'in Aralık ayında PTT'nin Ankara'da kablolu TV deneme yayınlarına ve Star-1'in yayına başlamasıyla fiili olarak ihlal edilmiştir ancak bu ortamı oluşturan da bizzat hükümettir. Yine de uygulamada bu yayın tekeli daha 1985'te Amerika ile yapılan antlaşma çerçevesinde ortadan kalkmıştır.

1980'lerin sonunda neredeyse herkes özel radyo-televizyonun yasaklanamayacağını savunmaya başladığı görülür. Teknolojik gelişmeler sayesinde güçlenen basın grupları ile neo-liberal ekonomik siyasaları radyo ve televizyonun özelleştirilmesini zorlamıştır. Diğer bir deyişle, bugünkü kartellerin oluşum çekirdekleri o zamanlarda atılmıştır ve burada piyon olarak kullanılan kamuoyu, "basın özgürlüğü ve demokrasi ilişkisi" kapsamında, özel TV'lerin kurulması yolunda baskı aracı olarak gündemde yer almıştır. Alternatif radyo ve televizyonların kurulması tekel odaklarından bağımsız halde gerçekleşseydi aradaki demokrasi bağıntısını doğrudan kurmak mümkün olabilirdi ancak bu dönem, medyanın demokrasiye katkısından çok tekelleşme eğilimlerinin ortaya çıkıp

dağıtımları yasaklanabileceği gibi, dağıtılmış olanlar da toplattırılabilir. Yasaklanmış olmasına rağmen, bunları Türkiye'ye bilerek sokanlar, dağıtanlar veya bu gibi eserleri kısmen veya tamamen iktibas veya tercüme edenler, yayanlar, fiil başka bir suçu oluştursa bile ayrıca üç aydan bir yıla kadar hapis ve elli bin liradan yüz bin liraya kadar ağır para cezasına mahkûm edilirler.

⁴³² Koloğlu, s.135

⁴³³ Koloğlu, s.135

tartışma konusu haline geldiği yıllar olması açısından da önemlidir. Bu süreç, bugünün kartelleşme aracılığı ile demokratik işleyişin önünde engel oluşturan yapının da başlangıcıdır.

1980'li yılların başında basının sermaye tarafından satın alma sürecinin devamında, 1988'de Asil Nadir, Veb Ofset grubu ile Gelişim yayınlarını (Tan ve Günaydın gazeteleri) almıştır. Böylece 1989 yılında hem medya hem de diğer ticaret alanlarında tekelleşmeye doğru bir gelişme ortaya çıkmıştır. Ancak yine bu dönemde SHP'nin anti-tröst yasa teklifi hazırlığı karşısında, dönemin Devlet Bakanı Mehmet Yazar'ın böyle bir yasaya gerek olmadığını, bazı gazetelerin el değiştirmesinin, basında tekelleşme anlamına gelmediğini söylemesi⁴³⁴ dönem iktidarının konuya bakış açısı hakkında fikir vermektedir. Aynı Bakan, Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün "Basında Tekelleşme" incelemesinin dağıtımını durdurmuştur⁴³⁵.

Basın ve siyasal iktidar arasındaki ekonomik ilişkilerin önemli bir verisini içeren resmi reklam ve ilanların basın grupları arasındaki dağılımı, 1983 yılından itibaren kimin güçlenip, Türk medyasında önemli bir aktör olacağına kimin de zayıflayıp yok olacağına karar veren unsurlardan biri olmuştur. Örneğin, Basın ve İlan Kurumu'nun 1983 yılı raporuna göre, 1982 yılında resmi ilan ve reklam alan 6 gazetenin parasal payları sırasıyla şöyledir; Hürriyet (E.Simavi); Günaydın (H.Simavi); Milliyet (A.Doğan); Tercüman (K.İlıcak); Güneş (Çavuşoğlu-Kozanoğlu); Yeni Asır (D.Bilgin)⁴³⁶.

1989 yılına gelindiğinde resmi ilan ve reklam alan 4 gazete sıralamasında yine ilk sırada Hürriyet (E.Simavi), Milliyet (A.Doğan), Sabah (D.Bilgin), Tercüman (K.İlıcak) yer almaktadır⁴³⁷. Görüldüğü üzere 7 yıl içinde hangi gazetelerin güçlenip yaşayacağı ve hangilerinin zayıflayıp yok olacağı belli olmuştur. Bunu sağlayan da medyanın kamusal reklamdaki aldığı paydır. 1985–1989 yılları arasında toplam 102 milyar lirayı reklam için harcayan basın, bunun karşılığında 5,7 misli fazlasını gelir olarak elde etmiştir. Bunun yaklaşık dörtte biri Hürriyet'e aittir. Diğerleri ise; Sabah

⁴³⁴ Cumhuriyet Gazetesi, 06.02.1989'dan aktaran, Kejanlıoğlu, s.279.

⁴³⁵ Cumhuriyet Gazetesi, 18.03.1989'dan aktaran Kejanlıoğlu, s.279.

⁴³⁶ Basın İlan Kurumu, Yıllık Faaliyet Raporları 1963-1994'ten aktaran Çiler Dursun ve Korkmaz Alemdar, "İlan ve Reklam Gelirleri", Medyanın Gücü ve Demokratik Kurumlar, İstanbul: Afa Yayıncılık:1999, s.198.

⁴³⁷ Çiler Dursun ve Korkmaz Alemdar, s.198.

%12,5; Yeni Asır %10; Günaydın %9; Milliyet %8,7; Cumhuriyet %5,5; Türkiye %3,6; Tercüman %1,4 oranında pay almışlardır⁴³⁸.

3.1.3.2. 1990–1993 Arası Dönem

Bu dönem⁴³⁹ basınla ilgili olarak iki yönden ayrı bir önem taşımaktadır. Bir yandan televizyon alanında TRT'nin tekelinin tamamen kırıldığı, özel TV kanallarının yükselişine yol açılan bir dönem olurken, diğer yandan da birçok gazetecinin öldürüldüğü, hapse atıldığı, sendikasızlaştırılmanın Aydın Doğan tarafından sistematik hale getirildiği basın adına karanlık bir dönem olmuştur.

Öncelikle 1990 yılı başında Cumhurbaşkanı Turgut Özal, ABD gezisinde yaptığı bir açıklamada, yurtdışından Türkçe yayın yapılmasını engelleyen bir kural olmadığını, bir kanal kiralayanın Türkiye'ye yayın yapabileceğini belirterek, ticari kuruluşların önünü açmıştır. Aynı dönemde, Rumeli Holding'in sahibi, Uzan ailesinin, İsviçre'de kurdukları Magic Box (MBI) şirketi aracılığıyla Almanya'dan Türkiye'ye yayın yapmak üzere Eutelsat uydusundan 2 kanal kiraladığı ortaya çıkmıştır. Böylece, "Türkiye'nin ilk özel televizyonu" Star-1, 1 Mart 1990 tarihinde deneme yayınlarına başlamıştır. 1990 yılının sonunda Cumhurbaşkanı'nın oğlu Ahmet Özal'ın da MBI'ya ortak olduğu gerçeğinin ortaya çıkması ise özel televizyonlara giden bu zorlu sürecin, birden kolay aşılmasını açıklar niteliktedir. Günümüzde de Başbakan Erdoğan'ın damadı aracılığıyla medyada bir kol oluşturması, sürecin devamını göstermektedir.

1990 yılı, siyasal iktidarın basın üzerindeki baskılarının yoğunlaştığı bir yıl olarak anılmaktadır. Menderes'ten sonra tekrar siyasal bir iktidar, sürekli açtığı davalar yoluyla basını denetim altına alma girişimlerinde bulunmuştur; 1990 yılında 49 gazete ve dergi hakkında, 363'ü ceza, 223'ü hukuk davası olmak üzere toplam 586 dava açılmıştır. 203 gazeteci ve yazar hakkında toplam 2814 yıl hapis istenmiş, 49 gazete ve dergi için de toplam 64 milyar 117 milyon TL para cezası öngörülmüştür. Türkiye İnsan Hakları Vakfı'nın "*Basın İhlalleri Yılı*" olarak andığı

⁴³⁸ Şulecan Dalbudak, Türkiye'de Basın İşletmeleri,

Erişim: <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/arsiv/sule.html> (15.08.2008)

⁴³⁹ 47-Akbulut Hükümeti(11.1989–06.1991), 48-I.Yılmaz Hükümeti.(06.1991–11.1991), 49-VII. Demirel Hükümeti (11.1991–06.1993)

1990 yılında 90 gazeteci tutuklanmış ve bunlardan sadece 18 gazeteci aklanarak çıkabilmiştir⁴⁴⁰.

Körfez savaşı döneminde, 12.04.1991 tarih ve 3713 sayılı Terörle Mücadele Kanunu çıkarılmıştır. Kanun'daki "*Devletin Bölünmezliği Aleyhine Propaganda*" ile ilgili düzenlemeye yer veren 8. Maddesi, o dönemde düşünce suçu tartışmalarını da beraberinde getirmiştir. (Kanun'un bu maddesi, 2003'te Tarih 4928 Sayılı Kanun ile mülga edilmiştir.) Bu yasal düzenleme dâhil olmak üzere, önceki düzenlemelere de dayanılarak gerçekleştirilen uygulamalar kapsamında 1991 yılının basın için yine sansür ve denetim yılı olarak geçtiğini söylemek mümkündür. 1991 yılı boyunca 73 dava açılmış, 77 gazete ve dergi toplatılmıştır. İlginç olan nokta ise 1989'da 48 gazeteci; 1990'da 57 gazeteci; 1991'de 44 gazeteci saldırıya uğrarken, bu saldırıların çoğunlukla kaymakam, savcı vb "kamu görevlileri" tarafından oluşturulmasıdır⁴⁴¹. Siyasal iktidar, o dönemde bir yandan hukuki, bir yandan kaba kuvvete dayanan bir tür sansür uygulamıştır.

Bu durumun daha trajik görünümü ise "faili meçhul" cinayetlerdir. 1992–1993 tarihleri arasında öldürülen gazeteci sayısı rekor derecede artmış ve sayısı 19'a varmıştır. 1992'de gazeteciler için 13 yıl 8 aylık hapis cezası kesinleşirken, 1993 yılında bu ceza 115 yıllık hapis cezasına ulaşmıştır⁴⁴².

1990 yılında Milliyet gazetesinde yapılan toplu sözleşme süreci sonunda, 21 Kasım 1990 tarihinde Aydın Doğan gazetede lokavt ilan etmiş, 1991 yılında gazetenin teknik kesimini, ayırarak kendi taşeron firmalarına devretmiştir. Böylece 1983 yılında düzenlenen "İş Kolları" ayrımı, Aydın Doğan lehine ve basın çalışanları aleyhine çalışmış ve bu çalışanların sendikaya yazılmalarını engellemiştir. Gazetecilerden sendikaya bağlı kalanlar tazminatları ödenerek işten çıkarılmış, geri kalan büyük çoğunluğun sendikadan istifası sağlanmıştır. "*1991 yılında Milliyet gazetesinden 128 kişinin işten çıkarılması, basında sendikasızlaşma sürecinde bir*

⁴⁴⁰ Koloğlu, s.135, Gazeteci Çetin Emeç, Kamil Başaran ve Turan Dursun (Bahriye Üçok ve Muammer Aksoy) 1990 yılında suikasta uğramışlardır.

⁴⁴¹ Basın Güncesi 1992-1993'ten aktaran Topuz, s.280.

⁴⁴² Basın Güncesi 1992-1993'ten aktaran Topuz, s.280. Çaplı ve Dündar, 1995. Öldürülen gazeteciler arasında İzzet Keser (1992), Musa Anter (1992), Uğur Mumcu (1993), Sivas Katliamı (1993) kurbanları yer almaktadır. Bu kurbanlara bir aday da Aziz Nesin olmuş, ancak son anda kurtarılmıştır.

dönüm noktası olmuştur. Bu tarihten sonra Cumhuriyet gazetesi, Anka Ajansı ve Anadolu Ajansı dışındaki Türk basını sendikasız kalmıştır.”⁴⁴³

1991 yılında göreve gelen 49. hükümetin (VII. Demirel Hükümeti, 01.1991–06.1993), kendisini önceleyen medya anlayışını devam ettirdiği görülmektedir. Koalisyon hükümetinin, bütün büyük gazetelere ve bunları yöneten holdinglere yüz milyarlarca varan düşük faizli döviz kredileri açarak ilişkilerini yumuşak götürmeye çalıştığı görülmektedir. Ancak Koloğlu, gazetelerin hükümete ya da birbirlerine saldırılarının bu pastadan aldıkları parçayla orantılı olduğunu belirtmektedir⁴⁴⁴. Öte yandan televizyon alanındaki Star-1 ve TRT arasındaki rekabet personel transferi, ilgi çeken futbol maçlarının çoğunun yayın hakkının satın alınması, TRT'nin alışılan yayıncılık anlayışının oldukça dışında renkli ve cesur bir anlayışla yayınların çekici kılması gibi alanlara da sıçramıştır. Bu, aslında liberal bir ekonomiye dayalı reklam pastası dağılımında, TRT'nin aleyhine gelişen bir durumu özetlemektedir. Star-1'in uydu aracılığıyla da izlenebilir hale gelişi, TRT yayın tekeli fiilen yıkılmıştır.

Hem hükümetin kararıyla atanan TRT Genel Müdürü⁴⁴⁵ görüşleri doğrultusunda TRT'nin, hem de “*özel bir televizyon kuruluşu olan*” ve Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın oğlu Ahmet Özal'ın ortakları arasında bulunduğu Star-1'in “(...) *hükümetin [ANAP] lehine yayınları, 1991 seçimleri öncesinde muhalefet partilerini rahatsız etmeye başlamıştır ve SHP, seçim kampanyası boyunca Mega-10 isimli bir kanalı kullanmıştır. Özellikle 1993 ve 1994'te yayına geçen televizyon kanallarının birçoğunun ardında büyük basın grupları bulunmaktadır.*”⁴⁴⁶.

Gazetecilik açısından tirajların ilk defa 5 milyonu geçmesine rağmen, bunun arkasındaki nedenin “ansiklopedi promosyonları” olduğu anlaşılmaktadır. Bir yandan gazeteciler kovuşturmaya, soruşturmaya ve hatta hapis ve para cezalarına maruz bırakılırken, “(...) *halk için gazetelerin başka ürünler için satın alınan bir mal haline geldiği(...)*”⁴⁴⁷ görülmekte gazeteciliğin ikinci plana itildiği anlaşılmaktadır. Öte yandan 1993 yılının ilk dört ayında, İçişleri ve Ulaştırma Bakanlıkları'nın

⁴⁴³ Adalı, s.298.

⁴⁴⁴ Koloğlu, s.136

⁴⁴⁵ 1989–1993 arası TRT Genel Müdürü: K.Aydın Erdem(Temmuz 1989-Temmuz 1993)

⁴⁴⁶ Daha sonra, mali sorunlar nedeniyle bu kanal yayını sürdürmemiştir. Kejanlıoğlu, s.280

⁴⁴⁷ Cumhuriyet Ansiklopedisi, Cilt 4, s.374

genelgelerıyla özel radyo-televizyon yayınlarının durdurulmaya çalışıldığı belirtilmektedir.

8 Temmuz 1993'te ise Anayasa'nın 133. Maddesi'nde yapılan değişiklikle, "(...) radyo ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbest bırakılmıştır." şeklinde yeni liberal anlayış getirilmiştir. Bu maddeyle bir kamu tüzel kişiliği olarak TRT kurumunun da özerkliği ve yayınlarının tarafsızlığı esas kabul edilmiştir. Ancak bu anayasal düzenlemenin ardından "(...) yeni yasa beklentisine girildiği ve medya savaşları kızıştığı (...)"⁴⁴⁸ görülmektedir.

3.1.4. 13.04.1994 Tarih ve 3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun

13.04.1994 Tarih ve 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun ile 2954 Sayılı kanundaki RTYK ile ilgili düzenlemeyi değiştirmiş ve kurulu RTÜK'e⁴⁴⁹ dönüştürmüştür. RTÜK'ün kimlerden oluşacağını düzenleyen Madde 6, bu yetkinin büyük bir kısmını Cumhurbaşkanı'ndan alarak Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurulu'na devretmiştir.

1983–1989⁴⁵⁰ arası Özal'ın, Meclisin yarısından fazlasına sahip olmasına rağmen, kendi başbakanlığı döneminde böyle bir değişikliğe yanaşmamasının sebebi, asker uyarısı çekincesi olabilir. Öte yandan 1989–1993 yılları arasında Cumhurbaşkanlığı yapmış olan Özal, artık mutlak gücün kendisinde olmasından memnundur ve hatta rejimin Başkanlık rejimine dönüştürülmesinden yanadır. Cumhurbaşkanı Özal'ın kurduğu partinin siyasal iktidarda kalmaya devam etmesi de değişikliğe ihtiyaç duymamasını sağlayan noktalardan bir diğeri olmuştur⁴⁵¹.

Hatta bir sonraki aşamada, Özal'ın Cumhurbaşkanlığı döneminde, RTYK ile ilgili yetkilerin azaltılmasına dair bir hareketi engellediği ileri sürülebilir. VII. Demirel Hükümeti (1991–1993) süresince Cumhurbaşkanı'nın yetkilerinin daraltılması gerekliliği birçok kez dile getirilmişse de pratikte sadece 7 Eylül 1992'de Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi'ni imzalanmıştır. 1993'te Özal'ın ölümünden

⁴⁴⁸ Kejanlıoğlu, s.285.

⁴⁴⁹ RTUK: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu

⁴⁵⁰ 45-I.Özal Hükümeti (1982-1987) 400 kişilik parlamentoda 211 milletvekili, 46-II. Özal Hükümeti (1987-1989) 450 kişilik parlamentoda 292 milletvekili ile temsil edilmiştir.

⁴⁵¹ 47-Akbulut Hükümeti (11.1989–06.1991) ve 48-I.Yılmaz Hükümeti.(06.1991–11.1991)

sonra, Demirel'in Cumhurbaşkanlığı zamanında, 50. Hükümet'in⁴⁵² koalisyon hükümeti olması ve özellikle de Türk medyasında özel televizyonla meydana gelen değişim, 13.04.1994 tarih ve 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun'un, yasama organınca çıkarılmasını sağlamıştır. Böylece, RTYK da RTÜK şeklinde yeniden düzenlenmiştir. Bu arada, 1992'de imzalanan Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi'nin Meclis'te 21 Ocak 1994'te onaylanmış; yürürlüğe girmesi 1 Mayıs 1994'te gerçekleştirilmiştir. Bu sürecin Özal'ın ölümünün ertesine kalması, Özal'ın sözleşme⁴⁵³ ve gerekli kanunla ilgili çekinceleri olduğunu düşündürmektedir.

“13 Nisan 1994'te Meclis'te kabul edilen 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi'ne (ASTS) uyumlu olarak hazırlanmaya çalışılmıştır.”⁴⁵⁴ Ancak kanun, uygulamada birçok aksaklıkların belirdiği bir dönemin ortaya çıkmasına ve bazı maddelerinin soyut bir ifade olarak kalmasına neden olmuştur. Örneğin, 1994 Tarih ve 3984 Sayılı kanununun 26. Maddesi'nde hangi tüzel ve gerçek kişilerin televizyon yayıncılığı yapamayacağına dair bir düzenlemeye gidilmiştir⁴⁵⁵. Bunların arasında yer alan “(...) siyasal partilerin özel yayın kuruluşu kurmaları ya da ortak olmaları mümkün olmamasına karşın, çıkar ilişkisi içinde oldukları yayın kuruluşları onların sözcüleri gibi yayın yapmaktadır. Diğer yandan baskı grubu niteliğine sahip olabilecek birçok dernek, sendika, meslek kuruluşu bu olanaktan yoksundur.”⁴⁵⁶ Bu noktada, adı geçen tarafların sesini kamuoyuna duyurması, siyasal ya da ekonomik güç ve ilişkilerine göre değişebilmektedir.

3984 Sayılı Kanun'un 9. Maddesi'nde, RTÜK'ün görev ve yetkilerine yer verilmiştir. Kurulun burada sıralanan görev ve yetkileri arasında yer alan “kanal ve band tahsis” görevi, günümüze kadar ertelenmiş ve bir türlü yerine getirilememiştir. Oysa bu durumdan kaynaklanan kamu zararı milyon dolarlarla ifade edilmektedir. Gerek kanunun orijinal metninde ve gerekse 2002'de yapılan değişikliklerle genişletilen

⁴⁵² 50-I.Çiller Hükümeti (06.1993–10.1995): DYP-SHP-CHP koalisyonu

⁴⁵³ Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi, reklâmlarla ilgili oldukça sınırlayıcı hükümlere sahip, yayın içeriği, denetimi ile kurumlara ilgili yeniden düzenlemeler gerektiren bir sözleşmedir.

⁴⁵⁴ Kejanlıoğlu, s.285

⁴⁵⁵ 13.04.1994 tarih ve 3984 sayılı Kanun, Madde 29: “Siyasal Partiler, Dernekler, Sendikalar, Meslek kuruluşları, Kooperatifler, Vakıflar, Mahalli İdareler ile bu idarelerce kurulan veya bu idarelerin ortak oldukları şirketler, iş ortaklıkları, birlikler ile üretim, yatırım, ihracat, ithalat, pazarlama ve finansal kurum ve kuruluşları özel radyo ve televizyon kuruluşu kuramaz ve bunlara ortak olamazlar.” Kanununun bu hükmü 2002 yılında ufak tefek kelime değişikliklerine uğramışsa da yasak kapsamı aynı kalmıştır.

⁴⁵⁶ Kejanlıoğlu, s.285.

televizyon sahipliği sermaye pay oranlarına ilişkin düzenlemeler ise pratikte bir uygulama alanı bulamamıştır. Bunda RTÜK gelirlerinin büyük bir kısmının reklâmdan alınan pay olması etkilidir⁴⁵⁷.

Radyo-televizyon alanında çok önemli görev ve yetkilerle donatılan RTÜK, 3984 Sayılı Kanun'un 2002 yılındaki değişikliğe uğramadan önceki düzenlemesine göre, 5'i iktidar, 4'ü muhalefet partilerinin göstereceği adaylar arasından Meclis'in seçtiği 9 üyeden oluşurken, ilk seçimdeki üyelikler ANAP ile DYP adaylarınca paylaşılmıştır.

3.1.4.1. 1994–1999 arası dönem

1994'ten 1999'a kadar geçen dönem⁴⁵⁸ boyunca kurulan hükümetlerin,⁴⁵⁹ uzlaşmadan ziyade matematiksel hesaba dayanan koalisyon hükümetleri olmaları, siyasal ve ekonomik krizleri beraberinde getirmiştir. Bu krizlerden basın da kendi payına düşeni almıştır.

1994 yılı, Türk medyasında ve özel olarak basınında sendikasılaştırma uygulamalarından birine daha tanıklık etmiştir. Aydın Doğan'ın Hürriyet gazetesini daha satın almadan sendikadan istifaların başladığı belirtilmektedir. Doğan'ın burada izlediği yol, Milliyet gazetesinde izlediği yolla aynıdır. Bu da gazetecinin, ya sendikasız kalarak ücret artışına razı olması ya da tazminatını alarak işten atılmasıdır. Bu süreci Genel Yayın Yönetmeni Ertuğrul Özkök'ün örgütlediği belirtilmektedir⁴⁶⁰.

⁴⁵⁷ 13.04.1994 tarih ve 3984 sayılı Kanun Madde 12: "Üst Kurulun gelirleri, Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu ve tüm özel radyo televizyon kuruluşlarınca elde edilen brüt reklam gelirlerinden kesilecek % 5 pay ile bu Kanun gereğince alınan yayın izni ve lisans ücretleri ile gerektiğinde Türkiye Büyük Millet Meclisi bütçesinin transfer tertibinde yer alan ödenekten oluşur." Bu düzenleme 2002 yılında değişikliğe uğramış ve gelir kapsamı genişletilmiştir.

⁴⁵⁸ 1983–1989 arası TRT Genel Müdürleri: Tayfun Akgüner (Temmuz 1993-Eylül 1996), (Akgüner'den sonra 10 ay boyunca TRT vekâletle yönetilmiştir. Bu sürecin Erbakan'ın koalisyon hükümeti dönemine denk gelmesi, önceden seçilmiş üyelerden oluşan RTÜK'ün önerdiği adayı Erbakan'ın atamaması ve atamanın ancak hükümetin feshedilip yeni hükümetin kurulmasıyla gerçekleşmesi, TRT yönetimi ve siyasetin arasındaki doğrudan bağlantının ne kadar güçlü olduğunu göstermektedir.)Yücel Yener (Temmuz 1997-Ağustos 2001)

⁴⁵⁹ 50-I.Çiller Hükümeti (06.1993–10.1995), 51-II. Çiller Hükümeti (10.1995), 52-III. Çiller Hükümeti (10.1995–03.1996), 53-II. Yılmaz Hükümeti (03–06.1996), 54-Erbakan Hükümeti (06.1996–06.1997) 55-III. Yılmaz Hükümeti (06.1997–01.1999), 56- V.Ecevit Hükümeti (01.1999–05.1999)

⁴⁶⁰ Türkiye Gazeteciler Sendikası (TGS) Genel Mali Sekreteri Hasan Ercan, "Sendikasılaştırma Müdürlere Başladı", 14.08.2002, Erişim: <http://bianet.org/2002/08/14/12444.htm> (24.01.2008). Ercan, 1980 yılı başında 6000 üye bulunurken 2002 yılında 3400 kadar üyeleri bulunduğunu ancak hiçbir

Öte yandan Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'nin 1996'da Genel Kurula sunduğu rapora göre, 1995 yılında 4 gazeteci öldürülmüş, 22 gazeteci tutuklanmış, 40 gazeteci gözaltına alınmış, 13 yayın organı kapatılmış ve 77 yayın organı toplatılmıştır. 1996 yılında da gazeteci Metin Göktepe'nin, gözaltında iken, ölümüne sebep olan 11 memurdan beşine, "kastı aşan müessir fiilden" dolayı yedişer yıl hapis cezası verilmiştir. 1997 yılında ise 49 gazete, 29 dergi ve 23 kitap toplatılmış; açılan 147 davadan 89 mahkûmiyet çıkmıştır. Radyo ve TV'lere yönelik olarak da 75 yayın engelleme cezası verilmiştir. 1999 yılında ise gazeteci yazar ve öğretim üyesi Ahmet Taner Kışlalı suikasta kurban gitmiştir⁴⁶¹. Özetle 1990'lı yıllar Türk basını açısından "(...) ölüm, baskı, ceza, tehdit, hapis (...)"⁴⁶² dolu yıllar olarak tarihe geçmiştir.

3.1.5. 26.04.2004 Tarih ve 5187 Sayılı Basın Kanunu

2000'li yılları, genel olarak 90'lı ve 80'li yıllarda ekonomik, kültürel ve siyasal alanda atılmış olan tohumların ürünlerinin alındığı yıllar olarak tanımlamak mümkündür. Bu durum hem dünya medyası hem de özellikle Türk medyası için geçerlidir.

*"1980'lerin ekonomi politik ikliminde, geleneksel medya sahipleri, medya dışı alanlardaki yatırımlarını genişletmiş, medya dışında bulunan büyük sermaye grupları ise medya sektörüne yatırımlarını hızlandırmıştır."*⁴⁶³ 1990'lı yıllarda medya, büyük grupların çatısı altında toplanırken, 2000'li yılların, siyasal iktidar tarafından bu süreci hızlandırdığı, önündeki engelleri kaldırıldığı ve hatta kontrolü altındaki kuruluşlarla medya tekeli olgusunun nimetlerinden seçim dönemlerinde doğrudan yararlandığı yıllar olduğu görülmektedir. Buna karşın medya kartellerinin de bu süreçten oldukça kârlı çıktığı gözlemlenmektedir. Burada karşılıklı bir alışverişin olduğunun ileri sürülmesi pek ileri bir iddia olmasa gerek.

Yukarıdaki gelişmeler doğrultusunda, 26.04.2004 tarih ve 5187 sayılı yasa ile yeni Basın Kanunu ilan edilmiştir. Kanunun hemen 3. Maddesi'nde "*Basın özgürdür.*

gazetede %51'e ulaşamadıkları için herhangi bir toplu sözleşme hakkı elde edemediklerini belirtmektedir.

⁴⁶¹ Topuz, ss.304-307. Bu dönemde öldürülenlerden biri de gazeteci Onat Kutlar'dır. Bir diğeri Yeni Günaydın gazetesi sahibi Bekir Kutmangil, bir başkası Son gazetesi sahibi Nail Aydın, Yeni Politika gazetesinin muhabiri Seyfettin Tepe olmuştur.

⁴⁶² Türkiye Gazeteciler Cemiyet, "Dünya Basın Özgürlüğü Günü", 2 Mayıs 2000, Erişim: <http://byegm.gov.tr/ayintarihidetay.aspx?Id=118&Yil=2000&Ay=5>, (06.03.2007)

⁴⁶³ Adalı, s.341.

Bu özgürlük; bilgi edinme, yayma, eleştirme, yorumlama ve eser yaratma haklarını içerir.” denilerek özgürlüğün kapsamı açıklanmıştır. Aynı maddede bu özgürlüğün sınırlandırılabilceği durumlar yer almaktadır. 1950 tarihli Basın Kanunu ile kıyaslandığında, eski kanunun ilk maddesinde yer alan “Basın serbesttir” hükmünün kaldırılmış olması ve bunun “Basın özgürdür” şeklinde dönüştürülmesi, basın serbest olmadığını ancak sınırlar içinde özgür davranabileceği bir alan olduğuna vurgu yapmaktadır.

Yasa, 1950 tarihli Basın Kanunu ile karşılaştırıldığında dikkat çekici bir başka 2003 yılında eklenen gazetecinin haber kaynağını açıklamaya zorlanamayacağı hükmü bu yasa da, Madde 12’de ayrıca düzenlenmiştir. Hapis cezasıyla ilgili olarak da sadece, kanun çerçevesinde basılmış eserlerin yayımını ve dağıtımını, tehdit vb. unsurlarla durdurma eylemleri için düzenlemiştir. Diğer bir deyişle, gazetecinin özgürlüğüne karşı tehditleri için hapis cezası öngören bir düzenleme getirmiştir. Bu anlamda basın özgürlüğünü hem düzenleyip hem de fiilen koruma altına almıştır. Ayrıca Madde 28’de, basın mensuplarına kesilen para cezalarının –cevap ve düzeltme hakkının yayınlanmaması durumu hariç- hapis cezasına çevrilemeyeceği de hüküm altına alınmıştır. Bu istisnai durumun da temelde yine var olan bir hakkı, cevap özgürlüğünü koruyucu bir düzenleme olduğu açıktır.

Madde 25’te, “el koyma” durumu düzenlenerek en fazla 3 adet ile sınırlandırılmış ve bu yetki Cumhuriyet Savcılığı’na verilmiştir. Ancak Terörle Mücadele Kanunu vd. kanunlarda açıkça belirlenmiş suç halleriyle ilgili olmaları durumunda basılı eserlerin tümü toplanabilecektir, delil olması durumunda dağıtım ve satışı, hâkim kararıyla yasaklanabilecektir. Ancak Basın Kanunu’nun basın özgürlüğüne yönelik hükümlerinin, yasa koyucunun içsel dinamiklerinden çok AB uyum sürecinde getirilmiş bir yasa olduğu, basın üzerindeki kısıtlamaların Ceza Kanunu bağlamında ele alınmasından açıkça anlaşılmaktadır.

2000’li yılların sonlarına doğru Türk medyası, siyasetçilerin toplumla ilişkisinde, medyanın doğrudan kendisi aracılığıyla değil aynı zamanda TÜSİAD gibi

güçlü bir baskı grubunun başkanlığı (Aydın Doğan'ın kızı ve Doğan TV'nin Başkanı Arzuhan Doğan Yalçındağ⁴⁶⁴) aracılığıyla da yer almaktadır.

2000'li yılların sonuna gelindiğinde ise siyasal tartışmalara dayanan ve aslen yargının konusu olan konuların, meclis çatısı ya da mahkemeler yerine, "televizyon kürsüsü" üzerinden kamuoyu önünde "hesaplaşmayla" çözülmesine kadar ileri gidildiği görülmüştür. Bu süreçte yine bir medya mensubu "adaleti temsil" etme yetkisini kendisinde görmüş ve bunu kamuoyuyla paylaşmıştır. Her ne kadar sözü edilen "adalet", Türk Hukuk Sisteminden kaynaklanan bir adalet olduğu iddiası taşımaya da yargılamanın kamuoyuna, kamu vicdanına bırakılmış olması ve önceliğin Türk Hukuk Sistemi yerine medyaya verilmiş olması, medyanın dördüncü bir güç olarak yer aldığı süreçte, sadece siyaseti yönlendirmekle kalmayıp kendi yargı mekanizmasını da yarattığını göstermektedir. Süren davalar sırasında gözaltına alınan ve sadece ifade vermeye çağrılan kişilerin de sanki "yargılaması tamamlanmış ve suçlu görülmüş" gibi medyaya yansıtıldığı durumlar sıklıkla yaşanmıştır. Dördüncü güç medyanın, Yargı'nın işlevlerini fiilen üstlenmesiyle bugün, basın özgürlüğünün ortadan kalktığı tartışmalarının yanında, Türkiye'nin en önemli sorunlarından birisini oluşturan, Yargı'nın bağımsızlığının zedelenmesi ve sosyal güvenin azalmasında önemli bir katkısı olmuştur denilebilir.

"Avrupa Birliği'ne uyum süreci" olarak belirtilen süreçte çeşitli yasalarda toplu değişiklik yapan uyum paketleri ile birçok değişikliğe gidilmeye başlanmıştır. Söz konusu değişiklikler arasında, medya ve basın alanına ilişkin olanlar da bulunmaktadır. Ancak, AB'ye uyum sürecinde medya çalışanları lehine olan düzenlemelere yer verilmemiştir. Bunlardan biri, sendikasılaştırmaya karşı çalışanı garanti altına alacak bir düzenleme olması gerekirken, bir diğeri de basın çalışanının kıdem hakkının en az 5 yıl çalıştıktan sonra kazanabilmesiyle ilgilidir. İş Kanunu'nda bu süre 1 yıl ile sınırlı iken, 1952 tarih ve 5953 sayılı Basın İş Kanunu'nda⁴⁶⁵ sürenin 5 yıl kadar uzun tutulması, zaten sendikası olmayan basın çalışanlarının kısa sürelerde

⁴⁶⁴ Arzuhan Doğan Yalçındağ 25 Ocak 2007'de TÜSİAD Başkanlığına seçilmiş ve görevi boyunca hükümeti AB konularında destekleyen açıklamalarda bulunurken, hükümetin AB ile ilgili konulardan uzaklaştığı dönemlerde de ülke ekonomisinin kötü gidişatına değinen açıklamalarıyla hükümeti eleştirdiği görülmektedir. Yalçındağ 22 Ocak 2009 tarihinde tekrar TÜSİAD Başkanı seçilmiştir. Yalçındağ'ın hükümeti gerek destekleyen ve gerekse eleştiren açıklamaları sadece Doğan Grubunda değil, diğer medya gruplarında da oldukça yer bulduğu görülmektedir.

⁴⁶⁵ 13.06.1952 tarih ve 5953 sayılı Basın İş Kanunu, Madde 6.

çalıştırılıp işten çıkartılmasını da beraberinde getirmektedir. Örneğin Milliyet gazetesinde ortalama çalışma süresi 6 yıldır⁴⁶⁶.

2000'lerde, basın çalışanı olmanın tek avantajı olarak kalan fiilî hizmet süresi zammı (yıpranma payı) da 5510 Sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu Madde 40'da, 2008 Tarih ve 5754 Sayılı Kanun⁴⁶⁷ ile yapılan değişiklikle kaldırılmıştır. 80'lerin başından bu yana basın çalışanlarının sendikasılaştırılması, ürününe yabancılaştırılması, hak ve güvencelerinden yoksunlaştırılarak büyük bir dışlinin parçası haline dönüştürülmesi, temelde kamu hizmeti niteliğinde olan gazeteciliğin bu niteliğinden uzaklaştırılması sürecinin tamamlayıcı unsuru olarak iş görmektedir.

Öte yandan basın çalışanları ile ilgili gelişmeler bir yana bırakılarak, 2007'nin son aylarında, RTÜK yasa tasarısının hazırlandığı duyurulmuştur. Bu tasarıda özel radyo ve televizyonlarda yabancı sermaye payının yüzde 25'ten yüzde 50'ye çıkarılması öngörülmektedir. Ayrıca bir yabancı sermaye girişiminin en fazla iki özel radyo ve iki özel televizyona ortak olabilmesinin teklif edildiği tasarıda ikinci ortaklığın oranı yüzde 25 olarak belirlenmektedir. Bu düzenlemeler yabancı sermayenin siyasal iktidara baskısının bir sonucu gibi görünmektedir.

Öte yandan, "Seçim dönemlerinde siyasal partilerin yayınlarının düzenlenmesi yetkisi Yüksek Seçim Kurulu'ndan (YSK) alınacak. Bu dönemde yayın düzenini üst kurul kararlaştıracak." şeklindeki düzenleme, seçim dönemlerinde yayıncılığın adil ve tarafsız olup olmadığını denetleyen, seçim yarışında en güçlü olan iktidar kanadı tarafından renginin belli edileceği bir kurulla denetleneceği anlamına gelmektedir. Bu durum zaten "seçimden seçime" siyasallaşan bir toplum için ancak tek taraflı bir bilgi kanalı sunarak demokrasiyi daha da eksik hale getirecektir.

Tasarıdaki başka dikkat çeken bir nokta, yürürlükteki kanunun "yayınlardan men edilmesi" başlıklı 25. Maddesi'nde yer alan "yargı kararları saklı kalmak kaydıyla yayınlar önceden denetlenemez ve durdurulamaz" ifadesi, tasarıdan çıkarılırken, "*milli güvenliğinin açıkça gerekli kıldığı hallerde yahut kamu düzeninin*

⁴⁶⁶ Adalı, s.306

⁴⁶⁷ 17.04.2008 tarih ve 5754 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu ile (...) Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun, Madde 25. 31.05.2006 tarih ve 5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu.

ciddi şekilde bozulması kuvvetle ihtimal dâhilinde ise Başbakan veya görevlendireceği bakan yayını durdurabilir” ifadesi korunmuştur. Diğer bir deyişle, Başbakan’ın ya da Bakan’ın aldığı bu karara yargı yolu kapatılmıştır. Bu düzenlemeye neden ihtiyaç duyulduğunu yakın dönem sansür girişiminden anlamak mümkün olabilir.

Başbakan’ın görevlendirdiği Bakan Cemil Çiçek’in yayın durdurma girişimi şu ifadelerle açıklanmıştır⁴⁶⁸:

21 Ekim 2007 tarihinde Hakkâri’nin Dağlıca bölgesinde meydana gelen terörist saldırılarla ilgili olarak; kamu düzenini ve halkın moral değerlerini olumsuz etkileyen, güvenlik güçlerine dönük zaaf imajı yayan, sosyal psikolojiyi olumsuz etkileyen radyo ve televizyon yayınlarının, sosyal sorumluluğa ve duyarlılığa uygun yayın anlayışı temelinde, güvenlik güçlerinin moral değerlerinin yüksek tutulması, sosyal psikolojinin olumsuz etkilenmemesi ve çocukların ruh sağlığının korunması amacıyla 3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun’un 25. maddesi gereğince durdurulması uygun görülmüştür.

Bu yayınlarla birlikte kamuoyunun, siyasal iktidar üzerinde terörle sone erdirmek üzere baskı kurduğu bilinmektedir. Üstelik terör örgütü tarafından kaçırılan askerler, hem siyasal iktidarın hem de yine siyasal iktidara bağlı Genel Kurmay Başkanlığı’nın, terör örgütü karşısında pasif kaldığı düşüncesi kamuoyu arasında giderek yayılmış ve bu durum da yine siyasal iktidara yeniden ve daha yoğun bir baskı yaratmıştır. Nitekim bu baskılara karşı koyamayan hükümet, (bayram, tezkere, ABD görüşmesi gibi başlıklarla mümkün olduğunca ertelediği) askeri harekâtı sonunda başlatmak zorunda kalmıştır.

Yukarıda aktarılan sansür girişimi karşısında ise Kanaltürk (Yaşam TV), yayın yasağının iptali ve yürütmenin durdurulması için itiraz davası açmıştır. Danıştay On Üçüncü Daire tarafından, “(...) yayınların önceden durdurulamayacağı, denetlenemeyeceği ilkesine bir istisna oluşturan söz konusu kısıtlamanın bu haliyle yasaklama niteliği taşıması karşısında kapsam ve sınırlarının açık ve somut bir

⁴⁶⁸ RTUK Basın Bildirileri, “Hakkâri’de Meydana Gelen Terörist Saldırıları İlgili Yayınların Men Edilmesine Karar Verilmiştir.” http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=c952dcee-72d4-4c59-843a-18430726b57d ((23.10.2007)

*biçimde belirlenmesinin zorunlu olduğunu (...)*⁴⁶⁹ bildirerek, bu yasak engellemiştir. Ancak Başbakanlık bu karara itiraz ederek konunun bir kez de Danıştay İdari Davalar Kurulu'nda ele alınmasını sağlamıştır. Kurul, yayın yasağının sürdürülmesine yönelik iptal kararına itirazı son kez reddetmiştir.

Ancak daha önce sözü geçen yasa tasarısı, siyasal iktidarın bu durumdan ders çıkardığı ve kamuoyu baskısının bir daha yaşanmamasını garanti altına almak isteyip, 3984 sayılı Kanun Madde 25 çerçevesinde alabileceği yayın durdurma kararına yargı yoluyla itiraz hakkını kapattığı görülmektedir. Bu örnek, aslında bir yandan Türkiye'de kamuoyunun gücünü tescillerken, diğer yandan da siyasal iktidarın kamuoyunun denetlenemediği durumlarla karşılaşmak istemediği de ortaya çıkmaktadır.

Bu çerçevede, siyasal iktidarın mevcut medya düzeninde, özellikle ekonomik çıkar ilişkileri aracılığıyla denetleyebildiği medya kartelleri dışında alternatif basın organlarına yer vermek istemeyişinin nedenleri de daha da görünür hale gelmektedir.

3.2. GÜNÜMÜZ TÜRKİYESİ'NDE MEDYA

1980'lerden bu yana yaşanan dönüşüm ile Türkiye'deki medya, bir yandan karteller arasında bölüşülürken, diğer yandan da basının kamu hizmeti işlevi gerilemiş ve hatta zaman içinde izleyicilerde bunların birer ticari kuruluş olduğu algısı yerleşmeye başlamıştır. Artık dünyada ve Türkiye'de, medyanın kamu hizmeti işlevi geri plana itilmiş, medya gruplarının siyasal iktidarla olan ilişkilerine bağlı olarak oluşturduğu haber ve programlarının ne kadar çok izlendiği/okunduğu ve gündeminde neye yer verdiği öne çıkmıştır.

3.2.1. Türk Medyasının Kartelleşmesi Sorunu

1982 Anayasası, Madde 167; "*Devlet, para, kredi, sermaye, mal ve hizmet piyasalarının sağlıklı ve düzenli işlemelerini sağlayıcı ve geliştirici tedbirleri alır; piyasalarda fiili veya anlaşma sonucu doğacak tekelleşme ve kartelleşmeyi önler.*" denmektedir. Bu ifade tekelleşme ve kartelleşmeyi sadece yasaklamaz –hatta yasak olduğunu zaten kabul edildiği düşüncesinden hareket eder- ve devlete bunların

⁴⁶⁹ Milliyet Gazetesi, "Danıştay Yayın Yasağını Durdurdu", 25 Ekim 2007

gelişmesini engelleyecek bir sorumluluk ve ödev yüklemektedir. Ancak devlet bunu önlemek bir yana özellikle yasama organı TBMM'nin çıkardığı 2001 tarih ve 4676 sayılı yasa ile tam tersi yönde tekelleşme ve kartelleşmeyi teşvik edici bir niteliğe bürünmüştür.

2001 yılında en çok tartışılan konulardan biri, Danıştay tarafından, farklı mahkemelerde farklı sonuçlara varılan TV sahiplerinin kamu ihalelerine girip taahhüt işine kabulü ile ilgili bir konunun içtihat birleştirme yoluyla hükme bağlanması olmuştur. Danıştay, İçtihatları Birleştirme Kurulu aldığı bu kararda⁴⁷⁰,

“3984 sayılı Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Kanunu'nun 29'uncu maddesinin 10'uncu fıkrasında öngörülen ve Devletten, diğer kamu tüzel kişilerinden ve bunların doğrudan veya dolaylı olarak katıldığı teşebbüs ve ortaklıklardan herhangi bir taahhüt işine giren şirketleri oluşturan şirketler ve hissedarlarının özel radyo ve televizyon kuruluşundaki hisselerinin toplamının % 10'u aşması halinde de bu taahhüt işini kabulüne yasal olanak bulunmadığı anlaşılmaktadır.” demektedir.

Yukarıda aktarılan kararın anlamı, bir Radyo-TV kuruluşunda dolaylı ve dolaysız olarak bulunan hissesi %10'u aşan bir kişi kamu ihalelerine girip taahhütte bulunamayacaktır. Bu düzenleme medya patronlarının kamu kesimiyle çıkar ilişkisini önlemeyi amaçlamıştır. Medya tarafından anti-demokratik niteliğiyle çok yoğun eleştirilere maruz kalmıştır. Buna karşın Danıştay'ın kararı alma aşamasındaki önceliği kamu yararı olduğu ortadadır. Bu durum, Danıştay'ın tutanaklarından da anlaşılmaktadır. Aynı kararın “İnceleme ve Çözümleme” başlığı altında şu ifadelere yer verilmiştir;

“Görsel ve işitsel basının sahip olduğu toplumu etkileme gücünün büyüklüğü, kamu yararının korunması yönünde bir takım yasaklar da içeren kurallar konulmasını; söz konusu gücün kötüye kullanılmasının engellenmesini zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda, kamu ihalelerinde açıklık ve rekabet yoluyla kamu yararının sağlanması için radyo ve televizyon kuruluşlarına belli oranda hissedar olanlara, kamu idarelerinden taahhüt işi alma yasağı getirilmesi doğal bulunmaktadır.

⁴⁷⁰ Danıştay, İçtihat Birleştirme Kurulu - Karar No:4 -Esas Yılı 2001- Karar Tarihi: 10.04.2001

Esasen hukukun üstünlüğü ilkesine göre örgütlenen çağdaş demokratik toplumlarda, tekelleşmeler ve kartelleşmeler önlenerek her alanda açıklık ve rekabetin sağlanması özel önem taşımakta, kamu ihalelerinin kamu yararı doğrultusunda yapılabilmesi için yöntemler geliştirilip, önlemler alınmaktadır.”

Danıştay'ın anti-tekelleşme düzenlemesine karşın 07.06.2001 tarih 4676 sayılı bir yasa ile RTÜK ve 5680 sayılı Basın Kanunu'nda değişiklikler yapılmış ve bir tür karşı-devrim gerçekleştirilmiştir. Her ne kadar dönemin Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer tarafından veto edildiyse de 2002 yılında yürürlüğe girmiş olan bu Kanun ile medya tekelleri yararına düzenlemeler yürürlüğe girmiştir.

Kanun'a göre, sahip oldukları televizyon kanalları ya da radyoların yıllık ortalama izlenme ve dinlenme oranı % 20'yi geçmemek koşuluyla bir gerçek ya da tüzel kişi ya da sermaye grubuna, bir ya da birden fazla televizyon ya da radyo kuruluşunun tümüne ya da bir kısmına sahip olabile; Televizyon ya da radyo kuruluşu sahiplerine kamu ihalelerine girebilme ve menkul kıymetler borsalarında işlem yapabilme olanağı sağlanmıştır.

Yapılan araştırmalar, Türkiye'de en yüksek izlenme oranının %14-16 dolayında olduğunu ve bu orana da yalnızca bir yayın kuruluşunun ulaştığını ortaya koymaktadır. Ölçümleme güçlükleri de göz önünde bulundurulduğunda, getirilen sınırın uygulanabilir olmadığı açıkça anlaşılacaktır. Bu nedendir ki, Batılı ülkelerde, yayının “ulaştığı kişi sayısı” ölçü olarak alınmış ya da “bir kişinin sahip olacağı kanal sayısı” sınırlandırılmıştır. Yayın izleme oranını ölçü alan ülkelerde ise bu oran çok düşük tutulmuştur⁴⁷¹.

Cezaların o dönemin milyarları ile çok yüksek meblağlara ulaştığı ve güncel tutulması görevi de Maliye Bakanlığı'na verilerek, iş sağlama alınmıştır. Örneğin bir yayın organı sadece bir adres değişikliği beyanı aksaklığından dolayı 15 bin TL ödemek üzere cezalandırılmıştır. Bu tip ağır cezalar, medya karteli dışında kalan yayıncıları susturucu niteliktedir.

⁴⁷¹ Cumhurbaşkanlığı B.01.0.KKB.01, Kan.Kar. 39-18/A-1-2001-427 18/06/2001, TBMM'ye geri gönderme gerekçesi

Tüm bunlar, Danıştay'ın bir sene önce yapmış olduğu düzenlemeye karşı, medya patronları tarafından verilen yanıt gibi görülmektedir. Ancak sorun, bunun bir devlet organı olan TBMM aracılığı ile yapılmış olmasıdır. Öyle ki 2001'de oylanan ve veto nedeniyle ancak 2002 yürürlüğe giren yasa, siyasal iktidar-medya kartel ilişkisini çok net bir şekilde resmederek tarihe geçirmiştir. Yürürlüğe girmeden önce muhalefette olan milletvekilleri tasarıya karşı çıkarken, iktidara geldiklerinde de yasaya dört elle sarılmışlar; benzer bir şekilde o dönemde iktidarda olup Kasım 2002 genel seçimleri ile muhalefete geçen parti ve milletvekilleri de yasaya karşı çıkmışlar ancak yeterince etkili olamamışlardır.

15.05.2002 Tarih ve 4756 Sayılı yasa ile 1994 Tarih ve 3984 Sayılı kanunun RTÜK'ün mali kaynaklarının düzenlendiği madde aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir:

Kanun Madde 12.-(Değişik:15/05/2002-4756/7) Üst Kurulun gelirleri şunlardır: a) Özel radyo ve televizyon kuruluşlarından alınacak TV kanal ve radyo frekansı yıllık tahsis bedelleri. b) Özel radyo ve televizyon kuruluşlarının yıllık brüt reklam gelirlerinden % 5 oranında ayrılacak paylar. c) Gerektiğinde Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı bütçesinin transfer tertibinde yer alacak ödenek. d) Radyo ve televizyon kuruluşlarına 33 üncü madde uyarınca verilecek idarî para cezaları.

Yukarıda aktarılan yeni düzenlemeyle medyanın sahip olduğu gelirlerle RTÜK'ün gelirleri arasındaki doğru orantılı ilişki güçlendirilmiştir. Bu noktada, güçlü ve çok reklâm gelinine sahip medya kuruluşları, Kurulun maddi çıkarları doğrultusunda bir yer edinmektedir. Tekelleşmeyi besleyen bu unsurlar karşısında tarafsız olması beklenen haberlerin sunumu, siyasal eğilimleri alenen bilinen kişilere teslim edilmiş, haberler arası reklamlar genel geçer bir kural görmüştür. Bu durum, kendisinden demokratik bir rol beklenen medyanın ideal halinin bir ütopya haline geldiğinin, kapitalist sistemin ihtiyaç ve beklentilerine göre şekillendiğinin ve siyasal iktidarla karşılıklı çıkar ilişkisine girildiğinin bir göstergesidir.

1980'lerin başından bu yana siyasal iktidarın, toplumla iletişimde medyayı istediği yönde kullanmak için, onu birkaç büyük medya karteli haline dönüştürüp

kendisine ekonomik çıkarlarla bağlamağı amaçlarken⁴⁷², medya kartellerinin de gittikçe büyüdüğü ve neredeyse siyasal iktidarla eş değer güce sahip hale geldiği görülmektedir. Öyle ki 2000'lerin Türkiye'sinde yaptırım gücü, medyasız açıklanamaz hale gelmiştir denilebilir.

3.2.2. Gündemi Belirleyen Türk Medya Kuruluşları

Günümüz Türk medyasının ve işlevinin nasıl olduğunu belirleyen –tıpkı dünyanın diğer yerlerinde olduğu gibi- büyük ölçüde tiraj ve izlenme olguları ile ekonomik bağlantılar oluşturmaktadır. “(...) televizyon izlenme payı, hatta abonelik, tiraj tüm medya sistemini izlenme oranı rakamlara bağlı kılar. Medya eğlencesinin finanse edilip edilmeyeceği, hatta haklı görülüp görülmediği hangi medya kesimi söz konusu olursa olsun, izlenme oranlarında üst sıralara ulaşıp ulaşmamasına bağlıdır.”⁴⁷³

Tiraj rakamlarının denetlenmesini ve uluslararası standartlara uygun olarak oluşturulmasını sağlayan; tüm Avrupa'da yıllardır uygulanmakta olan bir modeldir. International Federation of Audit Bureaux of Circulation - Uluslararası Tiraj Denetim Kurulları Federasyonu'na bağlı olarak kurulan bağımsız ve kar amacı gütmeyen ABC Türkiye Tiraj Denetim Kurulu tarafından yürütülür⁴⁷⁴. Türkiye'deki tiraj bilgilendirmesi konusunda Doğan Grubunun dağıtım kanalı Yay-Sat ile Ciner Grubunun dağıtım kanalı olan Merkez Dağıtım da kaynaklık yapmaktadırlar.

Tablo 4: 01.01.2007 - 07.01.2007 Arası Gazete Tirajları ve Sahipleri⁴⁷⁵

Arkasındaki Grup	Gazete	1-07.01.2007 tarihleri arası tirajı	Toplam Satış İçindeki Oranları
	POSTA	632.984	
	HÜRRİYET	582.579	
	MİLLİYET	249.979	
	GÖZCÜ	115.579	%32
Doğan	RADİKAL	36.720	

⁴⁷² “Sosyal demokratların tek bir günlük yayının bulunmaması, solda Aydınlık denemesinin başarısızlığı, büyük sermayeye dayanmayanların yaşayamayacağı ortam yaratıldığının kanıtıdır.” Koloğlu, s.136. Cumhuriyet gazetesi sol görüşlü bir gazete olmasına rağmen ortaklıkları arasında Çukurova Holding gibi güçlü sermayeler bulunmaktadır. Ayrıca Cumhuriyet gazetesinin tirajının fazla olmamasına rağmen, tarihsel ve siyasal önemli bir yeri vardır. Okuyucu profiline bağlı olarak eş değer tirajının üstünde reklam almayı sürdürebilmektedir. Nitekim Aydın Doğan da Cumhuriyet gazetesinin bu önemini bilerek, İlhan Selçuk'a kendisi öldüğü zaman bu gazeteyi alacağını bildirmiştir.

⁴⁷³ Meyer, s. 53.

⁴⁷⁴ Merkez Dağıtım, Hürriyet Gazetesi, Sabah Gazetesi, Atlas Dergisi, Yeni Aktüel Dergisi, Doğan dağıtım, Reklamcılar Derneği, Reklamverenler Derneği kurucu üyeleridir. <http://www.abcturkiye.org/>

⁴⁷⁵ 01.01.2007-07.01.2007 arası gazete satış raporu <http://www.medyatava.net/tiraj.asp> (10.01.2007)

	REFERANS	15.782		
	Toplam		1.633.623	
	ZAMAN	610.055		
	BUGUN	148.109		
Gülen'e yakın olanlar	STAR	102.185		%16,8
	Toplam		860.349	
	SABAH	526.631		
Ciner	TAKVİM	293.330		%16
	Toplam		819.961	
	AKŞAM	212.246		
	GÜNEŞ	143.114		
	HO.TERCÜMAN	37.976		%7,7
Çukurova	Toplam		393.336	
Bağımsız ⁴⁷⁶	VATAN		218.711	4,2
İhlâs	TÜRKİYE		206.450	4
Albayrak				
Grubu	YENİ ŞAFAK		112.136	2,1
Nuri Aykon	A.VAKİT		63.980	1,2
	CUMHURİYET		59.216	1,1
	Toplam Tiraj			%85,1
(Burada yer almayanlarla birlikte toplam tiraj içerisindeki oranları) ⁴⁷⁷		5.092.658		

Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı üzere günlük gazete satışlarının yaklaşık %80'i medya kartelleri ile gerçekleştirilmektedir. Yukarıdaki tabloda yer almayan bazı gazeteler de bu medya kartelleri tarafından çıkarılmakta olup maç ve spor gazeteleri olmaları nedeniyle listede yer almamaktadır. Buradan gündem koyma ve biçimlendirmenin belli başlı ekonomik güç odakları tarafından gerçekleştirildiği söylenebilir. Konu televizyon haberciliği bakımından ele alındığında ise durum daha da netleşmektedir.

“Televizyonların tirajı” olarak değerlendirebilecek izlenme oranları ilgili olarak iki kavram önemlidir. Rating ve Share. Rating; Bir dakika başına düşen ortalama izleyici sayısı iken, Share de belirli bir TV kanalının bir program veya zaman diliminde toplam izlenmeden elde ettiği pay anlamında kullanılmaktadır. Bu paradigmlar çerçevesinde, Türkiye'deki ocak ayı içinde hafta içi bir günde izlenme oranlarına göre ilk yüz program içerisinde haberler bazındaki sıralamaya bakıldığında da aşağıdaki gibi bir dağılım gözlenmektedir:

⁴⁷⁶ Vatan gazetesinin sahibi Zafer Mutlu, gazetesinin arkasında büyük bir holdingin bulunmamasından yola çıkarak “Bağımsız Gazete” sloganı ile medya sektöründe yer almaktaydı. Ancak gazete, 2007'nin sonlarında -iki sene sonra bir başkasına satmak şartıyla- Aydın Doğan'a satılmıştır. Aydın Doğan, gazetelerde yer alan iddialara göre gazete satışı gerçekleşmeden önce de Vatan gazetesini maddi olarak desteklemekteydi. Nitekim Vatan gazetesi Aydın Doğan'a borçlarıyla beraber 90 milyon YTL gibi oldukça yüksek bir miktara mal olmuştur.

⁴⁷⁷ Toplam paydaki yeri %1'den küçük olanlar ve maç ve spor gazeteleri listede yer almamaktadır.

Tablo 5: Kanal Bazında Ana Haber Programları İzlenme Ocak 2007 Oranları

İlk Yüz programdaki sırası	Holdings- Grup	Kanal Adı	Rating	Pay
4	Çukurova	SHOW	7,2	20
6	Doğan	STAR	5,6	15,5
7	Ciner	ATV	5,4	14,5
9	Doğan	Kanal D	5,2	14,3
13		Kanal 7	4,7	13,7
18	Gülen	STV	3,9	11,3
23		TRT1	3,3	8,5
36	Ciner	Kanal 1	2,5	6,3
49	Fox	TGRT	1,6	4,4
86		TRT2	1	3

Yukarıdaki veriler, bir üstte yer alan medya kartelleri bazındaki gazete tiraj oranları ile birlikte değerlendirildiğinde de aşağıdaki gibi bir tablo ortaya çıkmaktadır.

Tablo 6: Medya Kartelleri Bazında Gündem Koyma ve Biçimlendirme Ocak 2007 Oranları

Arkasındaki Grup	Pastadaki Gazete Tiraj oranı	TV Ana Haber Oranlarındaki Toplam Payı	En çok İzlenen TV Ana Haber -Gazete Satış toplam oranları
Doğan	32	29,8	61,8
Ciner	16	20,8	44,8
Gülen	16,8	11,3	28,1
Çukurova	7,7	20	27,7
İhlâs	4	4,4	8,4

Bu tablo ile Türkiye’de gazete okuyan ve haberleri televizyondan seyreden kişiler en çok Doğan Grubunun eşik bekçiliği çerçevesinde bilgi ve habere ulaşabilmektedirler. Bunu, Ciner Grubu, Gülen’e yakınlığı ile bilinen medya organları, Çukurova Grup ve İhlâs Holding takip etmektedir. Ancak bu görünüm, TMSF’nin 2 Nisan 2007’de ATV-Sabah Grubuna el koyması ile değişmiştir⁴⁷⁸.

3.2.2.1. Doğan Grubu- Doğan Yayın Holding

Doğan Grubu iki holdingden oluşmaktadır. Doğan Şirketler Grubu Holding A.Ş. (enerji, turizm, sanayi, ticaret ve pazarlama) ve Doğan Yayın Holding A.Ş. (medya ve ilişkili alanlar).

Doğan Yayın Holding, Posta, Hürriyet, Milliyet, Radikal, Referans, Gözcü gazeteleri⁴⁷⁹, Doğan Burada bünyesinde çıkarılan dergiler, Doğan Online ile Doğan

⁴⁷⁸ El koyma işlemi ile ATV gibi yüksek izlenme oranlarına sahip televizyonun yanında, Sabah, Takvim, Günaydın ve Yeni Asır gibi çok tirajlı gazetelerin de yönetimi TMSF’ye geçmiştir.

⁴⁷⁹ Türkiye’nin en çok satan 2., 3., 7., 15. ve 24. siyasal gazeteleri Doğan Grubu tarafından çıkarılmaktadır.

TV'yi⁴⁸⁰ bünyesinde toplayan bir medya holding kuruluşudur. Bu haliyle Türkiye'de 2007 Ocak ayında günlük 1,5 milyondan fazla bir miktarda gazete satışını gerçekleştirmektedir. Diğer bir deyişle Türkiye gündemi yoğunlukla "Doğan Grubu" tarafından belirlenmektedir. Ayrıca yine holding bünyesinde bulunan "Doğan Dağıtım ve Pazarlama" isimli şirketi ile bu reklâm ve pazarlama faaliyetleri gerçekleştirilmekte, Yay-Sat (1992) isimli dağıtım şirketi ile belirtilen gazetelerin dağıtımını da sağlanmaktadır. Bunların yanında, kitap dergi, yabancı gazete basımı, satışı, reklâm ve dağıtım için D&R, Dergi Planlama ve Pazarlama A. Ş. (DPP) adlı şirket de bulunmaktadır.

İlk defa 1943 yılında Doğan Ofset adıyla İstanbul'da matbaa olarak faaliyete başlayan kuruluş, 1973 yılında Doğan Ofset adıyla şirketleşerek, 1979 yılında daha önceden kurulmuş olan Milliyet gazetesini (1950) daha sonra 1994 yılında da Hürriyet gazetesini (1948) satın almıştır. Aydın Doğan, Eylül 2005 tarihi itibarıyla da Star TV'yi Ciner grubu ile girdiği rekabet sonunda satın alarak portföyüne eklemiştir. Holdingin 2007 değeri 1,9 milyar avro olarak belirlenmiş olup Doğan TV hisselerinin % 25'i Alman medya devi Axel Springer⁴⁸¹'a aittir.

Hem Hürriyet hem de Milliyet gazeteleri köklü gazeteler olarak bilinmekte ve günümüzde de hem sağ, hem merkez, hem de sol görüşlü yazarlara yer vererek "catch all newspaper" türü bir tutum sergilediği gözlemlenmektedir. İktidara yönelik eleştirilerinde fazla ileri gitmediği ayrıca genel olarak var olan siyasal gelişmelerle ilgili olarak – örneğin AB ile ilgili gelişmeler konusunda- var olandan daha olumlu bir hava aktarıldığı da söylenebilir.

Doğan Grubu en çok satış yapan 2. gazete olan Posta gazetesini de çıkarmaktadır. Posta gazetesi, bir tür "bulvar" gazetesidir. Bol resimli, cinsel içerik ve günlük kaza, magazin vb haber yoğun, bulmaca hediye ve aslında siyasal

⁴⁸⁰ Kanal D, -Doğan Yayın Holding ve AOL Time Warner ortak girişimi- CNN Turk, Müzik Kanalı Dream Tv, Takım kanalları Fenerbahçe Tv ve BJK Tv, Ultra Kablo Tv

⁴⁸¹ "Axel Springer,... Avrupa'nın en büyük yayınevi olan Axel Springer Verlag'ın sahip olduğu yayınların arasında Almanya'da en çok okunan ve günlük 6.5 milyon tirajı bulunan Bild gazetesi ve dünyaca ünlü Der Spiegel dergisi de bulunuyor (...) SAT1 ve Pro7 ile televizyona giren Axel Springer, Bertelsman AG'den sonra Almanya'nın en büyük ikinci medya grubu... Toplam 32 ülkede 150'nin üzerinde gazete ve dergi basımı gerçekleştiren şirketin bünyesinde 10 bin 166 kişi çalışmakta, yıllık cirosu da 2.4 milyar Euro'dur.." CNNTURK, "Alman Medya Devi Doğan Medyaya Ortak Oldu", 16.11.2006, <http://www.cnnturk.com/2006/ekonomi/sirketler/11/16/alman.medya.devi.dogan.tyve.ortak.oldu/260312.0/index.html> (25.11.2006) Axel Springer'in Doğan Medya ile ilgilenmesi, Almanya başta olmak üzere Avrupa'da medya tekeline doğru bir gidişin izlerini taşımaktadır.

bilgilendirmeden ziyade apolitizasyon sürecine hizmet eden bir gazete konumunda olduğu izlenimi vermektedir.

NTV⁴⁸², NTVMSNBC, NTV Radyo, Radyo Eksen, Vision Plus, Discovery Channel yayın organlarını bünyesinde toplayan holding aynı zamanda National Geographic Türkiye dergisinin de sahibidir. Ekonomi kanalı CNBC ve Kanal E işbirliği ile 16 Ekim 2000'de kurulan CNBC-e, gündüz kuşağı formatını Amerikalı CNBC'den alırken, içeriğini ise Doğuş Yayın Grubu oluşturmaktadır⁴⁸³. Doğuş Grubu içerisinde de Garanti Bankası ve onun yan kuruluşları da bulunmaktadır.

Türkiye'de en çok satılan beşinci gazete olan Vatan gazetesi 2002 yılında Serdar Mutlu tarafından "Bağımsız Gazeteciler Yayıncılık A.Ş" adlı şirket tarafından çıkartılmaya başlamıştır. Ancak, kardeşi Zafer Mutlu'nun yönetim kurulu başkanlığında batan gazeteye, borçlarından dolayı kimsenin talip olmaması nedeniyle tek talibi ve alacaklarının büyük bir kısmının sahibi Doğan Grubuna satılması gündeme gelmiştir.

Rekabet Kurulunun, Vatan gazetesinin satışına şartlı onay verdiği Doğan Grubu, sektörde hâkim durumda bulunduğu için, iki yıl içinde elinden çıkarmak kaydıyla Vatan'ı alacaktır. İki yıl içinde satamazsa, bu kez Rekabet Kurulu gözetiminde satış ihalesi açılacaktır. Bu ihalede de satış yapılamazsa, beş yıl sonra Doğan Grubunun, Vatan'a ilişkin marka haklarının tamamına sahibi olacağı hükme bağlanmıştır⁴⁸⁴.

Doğan Grubunun bünyesinde yer alan dağıtım şirketi, sadece kendi yayınlarını değil, diğer medya gruplarının ürünlerini de dağıtmaktadır. Böylece medya grupları arasında yatay bir bağımlılık ilişkisi ortaya çıktığı görülmektedir. Örneğin bunlardan biri olarak günlük 600 bin civarı tiraja sahip Zaman gazetesinin dağıtımının Doğan Medya tarafından gerçekleştirilmesi, yine Doğan Grubu

⁴⁸² Türkiye'de tematik haber televizyonculuğu 1996'da NTV ile başlamıştır. Cavit Çağlar tarafından Yeşim Holding bünyesinde Bursa'da Nergis Tv adıyla yayına başlayan kanal, 1999 yılının Ocak ayında, Doğuş Grubu bünyesine NTV adıyla katıldı. Merkezi İstanbul'da bulunan NTV; Ankara, İzmir ve Diyarbakır'daki temsilcilikleri, muhabirleri ve başta çeşitli haber ajanslarının desteğiyle yurtiçindeki gelişmeleri takip ederken, dış gündemi ise Brüksel'deki temsilciliği, Washington, Paris, Strasburg, Berlin, Atina, Lefkoşa, Bağdat ve Tahran'daki muhabirleri ve Reuters, ENEX, APTN gibi haber kuruluşları aracılığıyla izleyiciye aktarmaktadır. Doğuş Grubu "NTV", Erişim: <http://www.dogusgrubu.com.tr/tr/icerik/48/22>, (13.03.2008)

⁴⁸³ Doğuş Grubu, "CNBC-e", Erişim:

http://www.dogusgrubu.com.tr/tr/icerik/49/22/web_medya/cnbce/, (13.03 2008)

⁴⁸⁴ Stargazete, "Vatan'ın Aydın Doğan'a Satılmasına Şartlı Onay", 13 Mart 2008

bünyesinde yer alan Hürriyet gazetesinde “Fethullah Gülen” ve “Zaman gazetesi” ile ilgili sansür uygulanması yolunda baskı aracı olmuştur⁴⁸⁵.

3.2.2.2. Çukurova Grup- Çukurova Holding

Grup ve Holding Başkanı Mehmet Emin Karamehmet'tir. Bünyesinde yer alan Aslı Gazetecilik, Basın Yatırım, TurkMedya, AKS, Eksen, Zedpaş ve Mepaş adlı şirketler altında, Akşam, Güneş, Tercüman Gazeteleri; Alem ve Platin Dergiler; Show TV, Digiturk, Skyturk ve LigTV televizyonları, Alem Radyosu ve Superonline İnternet bulunmaktadır. Türkiye'nin en eski ve köklü gazetelerinden biri olan Akşam gazetesi 1919 yılında Necmettin Sadak tarafından kurulduktan sonra 1998 yılında Çukurova Holding bünyesine geçmiştir. Bu süre içerisinde birçok kere el değiştirmiş ve son olarak Ilıcak ailesinden satın alınmıştır.

Tercüman gazetesi, 1955'te Kemal Ilıcak tarafından ilk defa çıkarılmaya başlanmıştır⁴⁸⁶. İlk sahibi 1993'te vefat edince mali krize giren gazete 1994'te Sedat Çolak'a satılmıştır. Daha sonra Kemal Ilıcak'ın oğlu isim hakkını geri satın almasına karşın, mali kriz devam etmesi ve söz verilen promosyonların yerine getirilememesi üzerine, gazetenin isim hakları Çukurova Holding'e satılmıştır⁴⁸⁷.

Mart 1992'de AKS Filmcilik ve Reklâmcılık San. ve Tic.A.Ş. Adı altında kurulan ve Fransa'dan uydu aracılığıyla yayın hayatına başlayan Show TV'nin ilk sahibi Erol Aksoy'dur. Kendisinin sahibi bulunduğu İktisat Bankası'nın Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'na devredilmesinin yanında o dönemde Çukurova Holding Bünyesinde yer alan Yapı Kredi Bankası ve Pamukbank'tan aldığı kredilere karşılık olarak haciz kararı alınması üzerine Çukurova Holding adı geçen televizyon kurumuna sahip olmuştur.

Zedpaş 3 Ekim 2002 tarihinde Türkiye'nin en çok izlenen iki ulusal kanalının (Show TV/ATV) bir araya gelmesi ile Dinç Bilgin tarafından kurulmuş bir reklam pazarlama şirkettir. Daha sonra Çukurova Holding'e geçmiştir. Zedpaş'ın ana

⁴⁸⁵ Emin Çölaşan, Kovulduk Eyl Halkım Unutma Bizi, Bilgi Yay., İstanbul: 2007, s.45.

⁴⁸⁶ İlk yazarları arasında Yakup Kadri Karaosmanoğlu ve Tarık Buğra yer almaktadır. Milliyetçi ve muhafazakâr bir çizgide; sola muhalefet ve sağda birlik söylemiyle yer almıştır.

⁴⁸⁷ Gazete üzerindeki hak iddiasını devam ettiren Ilıcak ailesi, Düünden Bugüne Tercüman adında bir başka gazete çıkarmaya başladı. Anlaşmazlığın yargıya intikal etmesi üzerine, 2005 yılında mahkeme kararıyla isim haklarının Çukurova Holding'e geçtiği tescil edildi.

faaliyet alanı, Çukurova Holding ve Merkez Holding'e bağlı iki ulusal kanalın reklam mecralarının pazarlanması şeklinde belirlenmiştir. 1999 yılında kurulan Digitürk, son olarak Yapı Kredi Bankası'nın sahibi olduğu %72,5 oranlık hissesi Çukurova Grubu tarafından 2006 yılında öncelikli satın alma yoluyla satın alınmıştır⁴⁸⁸.

3.2.2.3. Vatan Gazetesi

Gazete yazarları, Asaf Savaş Akat ve Taner Berksoy Bilgi Üniversitesi kurucu ve öğretim üyelerindedir. Bunun yanında Gazete sahibi Serdar Mutlu ve Gazete Yönetim Kurulu Başkanı Zafer Mutlu, yine gazete yazarlarından Bülent Akarcalı, Bilgi Üniversitesi mütevelli heyeti üyeleridir⁴⁸⁹.

Gazete ve Bilgi Üniversitesi arasında organik bir bağın varlığı ispatlanamasa da ideolojik bir paralellik dikkati çekmektedir. Adı geçen öğretim üyeleri ve yazarlar aynı zamanda; Açık Toplum Enstitüsü, TESEV, Arı Hareketi, Liberal Düşünce Hareketi, Yeniden CHP Hareketi gibi oluşumlarla doğrudan ya da dolaylı ilişki içerisindeyler. Bu veriler, gazetenin genel yayın içeriği ile birlikte değerlendirildiğinde gazetenin çizgisinin "liberal" olduğu ve CHP üzerinde de bu yönde değişiklikler olması yönünde çabalara destek olduğu görülmektedir. Gazete, "Türkiye'nin Bağımsız Gazetesi" sloganını kullanarak Türk basın tarihine geçmiştir⁴⁹⁰.

3.2.2.4. Cumhuriyet Gazetesi ve Kanal Türk

Cumhuriyet gazetesinin sahibi, Yeni Gün Haber Ajansı Basın ve Yay.AŞ.'yi temsilen Cumhuriyet Vakfı adına İlhan Selçuk'tur.

⁴⁸⁸ Yapı Kredi Bankası Çukurova Grubu bünyesinde yer alıyordu ancak bankanın 2006 yılında Koç Holding'e satılması ile birlikte bankanın sahip olduğu varlıklar içerisinde yer alan Digitürk de satılmış oldu. Bankadan bu hisselerin satın alınmasıyla, daha önce de Pamukbank'ı elinden çıkaran Çukurova grubu finansman sektöründen iletişim-medya sektörüne doğru tam geçiş yapmış bulunmaktadır.

⁴⁸⁹ Bilgi Üniversitesi ise eski Şişli ANAP'lı Belediye Başkanı (yine Bilgi Üniversitesi Mütevelli Heyeti üyesi) Gülay (Atıf) Aslıtürk zamanında, mülkiyeti Şişli belediyesine ait Mecidiyeköy Mahallesi'nde bulunan (2) parsel halinde toplam 7.006 metrekare arsa ve bu arsa üzerinde takriben 10.500 metrekare kapalı alanı bulunan binanın intifa hakkı yıllık bir milyon lira bedelle 49 yıllığına kiralanarak kurulmuştur.

⁴⁹⁰ Ancak; 2006 yılı Mart ayında, İtalya'nın önemli medya gruplarından Corierra Della Sera, Vatan gazetesi ve dergi grubunun yüzde 25 hissesini satın almıştır. Bu satışla birlikte Vatan'ı yayınlayan ve İmtiyaz sahibi Serdar Mutlu olan Bağımsız Gazeteciler ve Yayıncılık hisselerinin yüzde 25'i İtalyanlara devredilmiştir.

Kanaltürk ise 28 Mayıs 2004 tarihinde '524486' sicil numaralı ve 2 milyon YTL (2 trilyon lira) sermayeli Gökcan Prodüksiyon ve Ticaret Anonim Şirketi kurulmasıyla medya sektörüne adım atmıştır. Şirket ortakları ise Müjdat Kerimcan Kamal, Havva Göksu ve Ahmet Burak Mızrak iken daha sonra bu şirket kapanıp 13 Kasım 2006'da '605768' sicil numarası ve 400 bin YTL (400 milyar lira) sermayeyle Dönemeç Televizyon Yayın Hizmetleri Anonim Şirketi kurulmuştur. Ortakları ise Müjdat Kerimcan Kamal, Havva Göksu ve Merdan Yanardağ'dır.

Türkiye'nin 2007 yılı Ocak ayı gazete tirajları sıralamasında günlük 60 bin civarı ile 19. sırada yer alan Cumhuriyet gazetesinin isim babası Atatürk olup Yeni Gün'ü yayınlamakta olan Yunus Nadi 7 Mayıs 1924'te Cumhuriyeti iki ortakla Nebizade Hamdi ve Zekeriya Sertel'le kurmuştur. Yunus Nadi, 1924'ten 1945'e kadar başyazar olarak görev almıştır. Yunus Nadi'den sonra 1945'ten 1988'e kadar gazetenin başyazarı oğlu Nadir Nadi olmuştur. Nadir Nadi'nin eşi Berrin Nadi, bina üzerindeki yüzde 25 hissesini kurucusu olduğu Cumhuriyet Vakfına bağışladığı için binanın yüzde 25'i vakfa ait. Diğer mirasçıların yüzde 12,5 hissesi vardır. Nitekim gazeteyi yayımlayan vakfın şirketi Yenigün A.Ş., mirasçılara kira ödemektedir. Yine, gazeteye gelir sağlamak için kurulan Yenigün Holding'de ise aralarında Turgay Ciner ve Mehmet Emin Karamehmet'in olduğu birçok kişinin hissesi bulunmaktadır.⁴⁹¹

Cumhuriyet gazetesi, kuruluşun II. Dünya Savaşına kadar CHP'yi desteklemiştir⁴⁹². Ağustos/Kasım 1930'da, 99 günlük Serbest Cumhuriyet Fırkası deneyiminde SCF'ye destek vermiştir. İlk kapatılma 29 Ekim 1934'de 10 gündür. II. Dünya Savaşındaki tutum sebebiyle 1940'da devletin yayın politikasına aykırılıktan 90 gün kapalı kalmıştır. Gazete, 1946'dan 1954'e kadar DP'yi desteklemiş, 1954'ten sonra ise karşısına geçmiştir; 27 Mayıs darbesini desteklemiş, 1962'ye kadar yayınlarında darbecileri korumuştur⁴⁹³. Şadi Alkılıç'ın komünizm propagandası olarak görülen yazısı üzerine gazetede tasfiye başlamış ve Nadir Nadi çekilmiştir. 12

⁴⁹¹ Radikal Gazetesi, "Cumhuriyet'e Ciner Binası", 24 Ağustos 2005

⁴⁹² Yunus Nadi 39 seçimleriyle meclisteydi, 6 dönem İzmir, Menteşe, Muğla mebuslukları yapmıştır. Abidin Daver ile Yunus Nadi 1943'de aday gösterilmediler.

⁴⁹³ 27 Mayıs manşeti: "Kahraman Türk ordusu bütün memlekette dün gece sabaha karşı idareyi ele aldı", "Cumhurbaşkanı, meclis başkanı ve bakanlar ordumuzun muhafazası altına alındı". Cumhuriyet, 27 Mayıs 1960

Mart'a yaklaşan dönemde Cumhuriyetin Marksist sol bir çizgisi olduğu gözlemlenmektedir.⁴⁹⁴

Cumhuriyet 7 Kasım seçimlerinde tarafsız⁴⁹⁵ iken 28 Şubat'ı ve 90'larda da SHP'yi desteklediği iddia edilmektedir. 1992'de yeni yönetim gazetenin başına geçmiştir. 63 ve 71'deki sağ darbelerden sonra gazete içinde bu defa liberal bir darbe yapılmak istendiyse de sonuçta Cumhuriyet yine İlhan Selçuk'la eski çizgisine dönmüştür⁴⁹⁶. Günümüzde söylemsel çizgisi CHP'ye yakın ve "ulusalci" niteliktedir.

3.2.2.5. Ciner Grubu (Park Grubu)- Merkez Yayın Holding

24 Aralık 2004 Tarihinde gerçekleşen Basın Toplantısında Grup Başkanı Turgay CİNER Park Grubu adı altında faaliyet gösteren Holding ve Şirketlerin Ciner Grubu şemsiyesi altında yer alacağını açıklamıştır. Böylece Ciner Grubu, "kiracısı" durumunda olduğu ATV-Sabah Grubunu 2005 yılı Nisan ayında 435 milyon dolara satın almıştır⁴⁹⁷. Holding'te yer alan şirketler⁴⁹⁸ aracılığıyla, ATV, Kanal 1, televizyonları ile başlıca Sabah, Yeni Asır, Takvim, Fotomaç, Aktüel gibi gazete ve dergileri bünyesinde barındırmış ve bunların dağıtımı için de yine holding bünyesinde yer alan Merkez Dağıtım AŞ.'yi kullanmıştır. Ancak 2 Nisan 2007 tarihinde Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF), Medya Grubu (Dinç Bilgin Grubu) ve Merkez Grubu şirketlerinin temettü hariç ortaklık haklarıyla yönetim ve denetimlerini devralmıştır Duyuruda ihalenin 9 Kasım 2007 tarihinde yapılacağı da ilan edilmiş fakat ihale 4 Aralık 2007'de gerçekleştirilmiştir. El koymanın üzerinden geçen 8 aylık sürede⁴⁹⁹ söz konusu yayın araçları TMSF yönetiminde kalmıştır.

⁴⁹⁴ Topuz, s.239-240.

⁴⁹⁵ 7 Kasım 1983'deki birinci sayfa: ANAP kazandı, tek başına iktidar çoğunluğu Özal'da, HP ikinci parti

⁴⁹⁶ Aysun Köktener, Bir Gazetenin Tarihi Cumhuriyet, YKY, İstanbul 2004.

⁴⁹⁷ TMSF ile yapılan yeni anlaşmaya göre Ciner, Sabah ve ATV için TMSF'ye 10 yıl vade ile 435 milyon dolar ödeyecekti.

⁴⁹⁸ Merkez Gazete, Merkez İzmir Gazete, Merkez Süreli Yayınlar, Gd Gazete Dergi, Merkez Dergi, Merkez Atv, Merkez Televizyon, Ciner Televizyon, Merkez Filmcilik, Merkez Prodüksiyon, Merkez Haber Ajansı, Merkez Dağıtım, Merkez Pazarlama, Merkez Kitapçılık, Merkez Matbaacılık, Ciner Görsel İşitsel, Merkez Reklam, Merkez Teknik, Ciner Mobil Hizmetleri

⁴⁹⁹ 2 Nisan 2007- El Koyma. 22 Temmuz 2007- Genel Seçimler. 4 Aralık 2007- Satış. Bu kronolojide görüldüğü gibi, TMSF, genel seçimlerden yaklaşık olarak 4 ay önce el koyma işlemine bulunarak, yine genel seçimlerden tam 4 ay sonra satışını gerçekleştirmiş olması dikkat çekicidir.

3.2.2.6. Çalık Grubu

TMSF tarafından 1,1 milyar dolar muhammen bedelle satışa çıkarılan ATV-Sabah Grubu ihalesi, 4 Aralık 2007 tarihinde gerçekleştirilmiş ve ihaleyi, tek katılımcı Çalık Grubu önderliğindeki Turkuaz konsorsiyumu yine 1,1 milyar dolarlık teklifle kazanmıştır.

Medya Grubunun içerdiği kanal ve gazetelerin tarihine inildiğinde, kökeninde yer alan ilk kuruluş olarak önce Sabah ve arkasından Yeni Asır gazeteleri görülecektir. Sabah gazetesi 1875 yılında İstanbul Rumlarından biri tarafından kurulmuş olup sansür vd. sorunlardan dolayı 1880'de gazetenin idare müdürü olan Kayserili Ermeni bir gazeteciye satılmıştır. Bu, gazetenin yayın anlayışında bir dönüm noktasıdır. Gazete yazarlarının köşelerinden Abdülhamit'e dualar yazdığı bir dönemin ardından II. Meşrutiyetle birlikte, gazetenin İttihatçı bir çizgiye kaydığı iddia edilmektedir. Ayrıca bir başka iddia da gazete sahibinin, M. Kemal ve arkadaşlarının başarı kazanması üzerine, gazeteyi kapatıp Fransa'ya kaçtığıdır. 1938'e kadar faaliyetine ara verilen gazete, Cumhuriyet gazetesinin eski yazı işleri müdürü İlhami Safa tarafından "Yeni Sabah" adıyla tekrar çıkarılmaya başlandı.1939'da diğer gazeteci ortağına devrederek gazeteden ayrılan İlhami Safa'nın ardından bir sene sonra Cemalettin Saraçoğlu da gazeteyi Safa Kılıçoğlu'na devretmiştir⁵⁰⁰.

Şevket Bilgin, 1885 yılında Selanik'te babasının kuzeninin kurduğu Yeni Asır gazetesini, 1924'te İzmir'e taşımıştır. Oğlu Dinç Bilgin⁵⁰¹, gazetenin başına geçmesinden sonra İstanbul'a giderek 1985 yılında ulusal gazete olarak Sabah gazetesi, ilerleyen günlerde Bugün, Yeni Yüzyıl, Fotomaç, Sabah Yıldızı gazetelerini de çıkmış ve daha sonra da ATV'yi kurmuştur⁵⁰².

Etibank'ı satın alarak çeşitli alanlarda faaliyet gösteren Turgay Ciner, Sabah Grubunun ağırlıklı ortağı olmuştur. 23 Ekim tarihindeki bu hisse devrinden tam beş gün sonra, Dinç Bilgin'in sahibi olduğu Etibank'a Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu tarafından el konmuştur ve yönetimi Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'na devredilmiştir. Dinç Bilgin ise ertesi gün piyasaya çıkacak SABAH

⁵⁰⁰ Yalçın.

⁵⁰¹ Dinç Bilgin, sert tutumu nedeniyle basın imparatoru Murdoch'a benzetilmiştir. Yeni Asır gazetesi, 1950'li yıllarda DP'yi açıkça desteklemiştir. Nitekim Şevket Bilgin'in kardeşi 3 dönem DP milletvekilliği yapmıştır. Yalçın.

⁵⁰² Karamehmet Grubu, Türker İnanoğlu, Birleşik Basın Dağıtım bu ortaklıklardan bir kaçıdır.

gazetesinde, tüm gazete ve televizyon kanallarını (Sabah, Yeni Asır, ATV, Kanal 6), Holding, Pazarlama, dağıtım şirketlerinin tümünü, Karamahmet ve Ciner'e bırakıp medya dünyasına veda ettiğini yazmıştır. Bu satış işlemleri "bedelsiz devir" esasına göre "borcuna" karşılık gerçekleşmiştir⁵⁰³.

2 Nisan 2007'de Dinç Bilgin ve taraflar arasında gazete ve televizyon kuruluşlarının ileride kendisine devri yolunda yapıldığı ileri sürülen gizli bir antlaşma ortaya çıkmıştır. TMSF'den yapılan açıklamada ise 5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nun ilgili hükümleri gereğince Medya Grubu (Dinç Bilgin Grubu) ve Merkez Grubu şirketlerinin temettü hariç ortaklık haklarıyla yönetim ve denetimlerinin devralındığı belirtilmiştir⁵⁰⁴.

El koyma işleminin üzerinden 8 ay kadar bir süre sonra 4 Aralık 2007'de gerçekleşen ihaleyi kazanan Çalık grubunun ilk temelleri Ortadoğu Tekstil Tic. ve San A.Ş.'nin kuruluşu ile 1980'li yıllarda atılmıştır. Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Çalık'ın açıklamalarına göre (AKP'nin iktidara geldiği) 2002 yılı ile 2006 yılı arası toplam aktiflerinin %101,33 büyüme kaydetmiş oluşu, dikkat çekici önemli bir noktadır⁵⁰⁵. Ekim 2007'de Arnavutluk Telekom'u olan Albtelecom'u bünyesine alan holding, rakipsiz gerçekleştirilen ihale ile medya sektörüne de girmiş ve ATV-Sabah Grubunu satın alabilmiştir. Bu hızlı bir ivmeye sahip büyümenin arkasındaki siyasal ilişkilere bakıldığında öncelikle Çalık ailesinden Öznur Çalık'ına AKP'nin MKYK

⁵⁰³ Serdar Bapoğlu, "Dinç Bilgin: Bir İmparatorluk Öyküsü", 20.12.2006, Erişim: http://www.biglook.com/Biglook_Guncel/TextExpress.html (10.01.2007)

⁵⁰⁴ Fon'dan yapılan açıklama özetle şu şekilde gerçekleşmiştir: "Etibank A.Ş. hâkim ortağı Dinç Bilgin ile Turgay Ciner arasında imzalanmış olan gizli sözleşmelerin yeni ortaya çıkması sonucunda, Bilgin ve Merkez Grubu'nun medya sektöründe faaliyet gösteren 63 adet şirketinin yönetim ve denetimleri 5411 Sayılı Bankacılık Kanunu'nun ilgili hükümleri uyarınca TMSF tarafından devralınmıştır." TMSF, " Bilgin ve Merkez Grubu Medya Şirketlerinin Yönetim ve Denetimleri TMSF'ye geçti.", 1 Nisan 2007, Erişim: <http://www.tmsf.org.tr/documents/ilanlar/tr/ba010407.pdf> (10.10.2008), Satışa konu Ticari ve İktisadi Bütünlük kapsamında başlıca ATV Televizyonu, Radyo City, Sabah, Takvim, Günaydın, Yeni Asır ve Pas Fotomaç Gazeteleri ile Bebeğim ve Biz Merkez, Sinema Merkez, Sofra Merkez, Home Art Merkez, Şamdan Plus, Yeni Aktüel, Para, Global Enerji Merkez, Transport, Hukuki Perspektifler Dergileri bulunmaktadır.

⁵⁰⁵ Bu katlamalı büyümenin perde arkasında özellikle enerji sektörüyle ilgili ayrıcalıklı olarak kazanılmış avantajların büyük etkisi olduğu görülmektedir. Örneğin Çankırı-Orta Linyit Maden Sahası'nın 25 yıl süre ile işletilmesini, ihale ile Çalık Enerji (kuruluş 1998) almıştır. Çalık Enerji, Çankırı-Orta Linyit Maden Sahası'nda bir de termik enerji santrali kuracaktır. Kömür sahasının işletimi 25 yıl süre ile verilmiş olmasına rağmen, EPDK'dan 49 yıllık süre ile santral elektrik üretim lisansı verilmesi, kömür sahasının bir sonraki ihalesinin de kendilerine kalmasını sağlayacak uzun vadeli bir ayrıcalık olarak algılanabilir. Ayrıca 1,5 milyar dolarlık Samsun-Ceyhan Petrol Boru Hattı Projesi ihalesiz olarak kendilerine verilmiştir. Yine Kayseri, Bursa gibi illerde doğal gaz işletmelerini üstlenmiştir. Devrim Dergisi, "Enerji Savaşları Kıskacında Türkiye", Mart-Nisan 2006, 21 Nisan 2006, Erişim: http://www.sendika.org/yazi.php?yazi_no=5861, (12.10.2007)

üyesi olduğu ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, Holding'in Genel Müdürü, Başbakan Erdoğan'ın damadı Berat Albayrak'tır⁵⁰⁶.

3.2.2.7. "Gülen Grubu" ve Medya Yakınları

Samanyolu Yayın A.Ş. bünyesinde 1993 yılında kurulan Samanyolu-TV Genel Müdürü Hidayet Karaca İzmir'de Zaman gazetesi Ege Bölge Temsilcisi olarak çalışmıştır. Ege Bölgesi Temsilciliğinden sonra, iki yıl aynı Gazetenin Ankara Temsilciliğini yapmıştır. Uluslararası yayın yapan (STV) Samanyolu Televizyonu'nun 1999'dan beri Genel Müdürü olarak görevine devam ettiği görülmüştür.

Feza Gazetecilik A.Ş. bünyesinde Zaman gazetesi ve Aksiyon Dergisi yer almaktadır. Zaman gazetesi 1986 yılında kurulmuş olup sahibi Ali Akbulut, Genel Yayın yönetmeni Ekrem Dumanlı'dır. Şirket bünyesinde yer alan Aksiyon dergisinin Genel Yayın Yönetmeni Mehmet Yılmaz'dır. Günümüzde Türkiye'nin en çok satan gazetesi durumundadır ancak ücretsiz olarak dağıtıldığı da bilinmektedir.

Cihan Haber Ajansı ve Reklamcılık AŞ, 1994 yılında yayın hayatına başlamıştır ve Genel Müdürü Bülent Korucu'dur. Türkiye'de yayın yapan ulusal televizyonların yüzde 78'ine, ulusal gazetelerin yüzde 53'üne haber servisi yapmaktadır. Bununla birlikte, ajansın erişim sayfasında "sadece" Samanyolu-TV, Mehtap-TV, Aksiyon dergisi ve Zaman gazetesinin erişim sayfalarının kısa yolu bulunmaktadır.

Bugün gazetesi ile medya sektörüne giren Koza İpek Holding bu alanda Koza İpek Gazetecilik ve Yayıncılık A.Ş. ile faaliyet göstermektedir. Bugün gazetesi ise 17 Ocak 2003 tarihinde Ilıcaklar'ın Dünden Bugüne Tercüman adıyla piyasaya çıkardıkları gazetesidir Ocak 2005'te Ciner Grubu tarafından satın alınmıştır. Mahkeme kararıyla isim ve yayın hakkının Ciner Grubu'na ait olduğunun

⁵⁰⁶ AKP'nin iktidar olmasının ardından TPAO'nun Genel Müdürü olan Saim Dinç, Çalık Grubu bünyesindeki daha önce ihalesiz proje verildiği belirtilen Çalık Enerji'ye transfer edilmiştir. Kamu görevlerinden ayrılanların yapamayacakları işler hakkında Kanun'a göre kamu kuruluşu ya da bağlı kuruluşlardan ayrılanlar 3 yıl boyunca faaliyet alanına giren kuruluşlarda çalışmaları yasaktır. 2531 sayılı Kanun'da aykırı davranışlar hakkında, "altı aydan iki yıla kadar hapis ve 10.000 liradan az olmamak üzere ağır para cezası ile cezalandırılırlar" yaptırımını öngörülmektedir. Ancak Enerji Bakanı Hilmi Güler, "özel sektöre gitmek onların hakkıdır" diyerek kendisini savunmuştur. Hürriyet, "TPAO Müdürü ÇALIK'a Transfer Oldu", 27 Mart 2007.

kesinleşmesi üzerine 6 Eylül 2005'ten bu yana Bugün isminde çıkan gazete, böylece son üç yılda üç kez patron değiştirmiştir.

Star gazetesini almak için de şartname alan Koza İpek Holding, muhammen bedeli yüksek bularak teklif vermemiştir⁵⁰⁷. İlerleyen dönemlerde yeni bir medya karteli oluşturma hedefi bulunduğu söylenebilecek Holding'in şu aşamada bunun için yeterli sermayesi olmadığı gözlemlenmektedir. Öte yandan Koza İpek Holding'in satın alamadığı Star gazetesi, Ciner Grubu'ndan yine Gülen'e yakınlığı ile bilinen bir başka grup tarafından alınmıştır. KKTC'li iş adamı Ali Özmen Safa'ya ihale edilen Star gazetesinin sürpriz bir şekilde Zaman gazetesinin kurucularından Alâeddin Kaya'ya devredilmesi, gözlerin Nur Cemaati'nin medyadaki yatırımlarına çevrilmesinde etkili olmuştur⁵⁰⁸. Ayrıca Başbakan Erdoğan'ın dünürü ve Yeni Şafak gazetesinin eski yazarı Sadık Albayrak'ın büyük oğlu ve aynı dönemde AKP İstanbul İl yönetim Kurulu Üyesi olan Serhat Albayrak, Ağustos 2006-Mayıs 2007 dönemi boyunca Star gazetesi Genel Müdürlüğü görevinde bulunmuştur.

Yukarıdaki şirketler ve Fethullah Gülen arasında "doğrudan bir bağ" kurulamamakla birlikte Gülen'in deyimiyle "görüş paralelliği" yer almaktadır. Bu paralellik, Gülen'in kendisine ait erişim sayfasında yer alan televizyon haberlerinin sadece Samanyolu TV'ye ait oluşunda ve gazete haberlerinin bir iki istisnası dışında neredeyse tamamının Zaman gazetesi ve Aksiyon dergisinden oluşunda net bir şekilde gözlemlenebilmektedir.

Gülen ile Zaman gazetesi arasında paralellik kuran akademik yayınlar da bulunmaktadır. "*Ruşen Çakır, 'Ayet ve Slogan' adlı çalışmasında Zaman gazetesinin 1988 yılından itibaren Fethullah Gülen ve grubunun eline geçtiğini iddia etmektedir.*"⁵⁰⁹ Ancak Gül makalesinde bu ilişkiyi daha geriye taşımaktadır: "*Fethullah Gülen, 'A.F.Şahin' takma adıyla 9 Temmuz 1986 yılından itibaren 'Çağ ve Nesil' ve 'Buhranlar Anaforunda İnsan' adlı köşelerde iki ay boyunca yazılar yazmış ve 1988 sonrasında da zaman zaman gerek kendisiyle yapılan röportajlar ve yazdığı kitapçıklarla gazetenin gündeminde yer almıştır.(...) Koru*"⁵¹⁰, gazetenin Gülen'in,

⁵⁰⁷ Daha sonra adı geçen gazete Kıbrıslı İş Adamı Ali Özmen Safa tarafından satın alınarak Star Tv'den ayrıldı. Radikal, "Star'ı Aldı, Gözü Emlakta", 26 Ocak 2006.

⁵⁰⁸ Tercüman, "Cemaat Medyada Büyüyor", 23 Mart 2006

⁵⁰⁹ Songül Sallan Gül, "Muhafazakârlık Tartışmaları ve Muhafazakâr Bir Gazete Olarak Zaman Gazetesi", Mülkiye, Cilt XXV, Sayı: 127, s.156.

⁵¹⁰ Fehmi Koru, Zaman Gazetesinin Başyazarıdır.

*'İslam âleminin önemli bir siması ve lideri' olduğu için yazılarına yer verildiğini belirtse de Çakır'ın iddiasının doğru olduğu anlaşılmakta, gazetenin Batılılaşma karşıtı politikaları Gülen'in yazılarıyla biçimlendirmektedir.*⁵¹¹.

Aksiyon dergisinde "Fethullah Gülen" isminin 302 kez geçtiği, Zaman gazetesinde ise sadece Aralık 2005-Aralık 2006 arasında 170 kez geçtiği görülmektedir. Ancak bu haberlerin hiçbirinde kendisini eleştiren bir haber yer almamaktadır⁵¹². Buradan, gazeteleri arasında tutum benzerlikleri olduğu ve paralel yayıncılık yaptıkları söylenebilir.

Yine Zaman gazetesinin erişim sayfasında aralarında açıklanan herhangi bir maddi ortaklık bulunmamasına rağmen Samanyolu-TV'nin erişim sayfası için ulaşım butonu yer alması dikkat çekmektedir. Öte yandan Fethullah Gülen'e yakınlığı ile bilinen ancak sonradan yollarını ayıran, bir dönem Zaman gazetesi genel müdürlüğü ve Samanyolu Televizyonunun yönetim kurulu üyesi yapan Nurettin Veren, açıklamalarında gerek Zaman gazetesinin ve gerekse Samanyolu-TV'nin "satın alınmasının" halktan toplanan bağışlarla gerçekleştirildiğini dile getirmektedir: *"Samanyolu Televizyonu aynen bir cami gibi milletin malıdır aslında... Biz dinimizi anlatmak, ülkemizi anlatmak, ilmi ve bilimsel yayınlar yapmak üzere, özellikle Fethullah Gülen'in vaaz kasetlerini yayınlanması için böyle bir televizyon düşüncesi var deyince, insanlar coştı ve bu paraları verdi. Zaman gazetesi de öyle."*⁵¹³.

3.2.2.8. Yabancı Medya Kartellerinin Türkiye'deki Yayıncılığı

Murdoch'un uluslararası arenada nasıl bir kartel haline geldiği önceki bölümlerde değinilmişti. Murdoch'un 1980'li yıllarda Amerika'da yayın pazarındaki giderek artan hâkimiyetinin yanı sıra pazarına girmek istediği ülkelerden biri Türkiye olmuştur.

⁵¹¹ Gül, s.157.

⁵¹² Aralık 2006 Sayısı dâhil.

⁵¹³ Ayrıca Samanyolu Televizyonu ve diğer gazetelerin isim babasının da Fethullah Gülen olduğunu ileri süren Veren'in bu açıklamalarını pekiştiren bir nokta da yukarıda yer alan tüm yayın organları ağız birliği yapmışçasına "Fethullah Gülen" için bir nevi tarikat ağzı kullanarak, "Fethullah Gülen Hocaefendi" şeklinde bahsetmektedirler. Merdan Yanardağ, Fethullah Gülen Hareketinin Perde Arkası, Türkiye Nasıl Kuşatıldı? 35 yıllık yol arkadaşı Nurettin Veren Anlatıyor, 7.b. Siyah Beyaz Kitap, İstanbul, 2007, s.35-36

TGRT'nin TMSF tarafından el konulması sürecinden sonra Murdoch'a ait News adlı şirkete satışı gerçekleşmiş ancak 3984 Sayılı yasada bulunan yabancı ortaklıkların %25 pay oranı sınırı nedeniyle Murdoch kendisine Türk vatandaşı bir ortak bulmak durumunda kalmıştır. Bu süreçte Ahmet Erteğün ile ortak olan Murdoch, kâğıt üzerinde hisselerin %75'ini devretmiştir. Ancak Erteğün'ün 2006 sonunda ölmesi üzerine, Erteğün'ün eşi Mica Erteğün'ün Türk vatandaşı olmaması hisselerinin tamamının devrini gerektirmiştir. Hisselerden bir kısmı, Erteğün'ün yakın dostu olan ve aynı zamanda Recep Tayyip Erdoğan'ın danışmanı ile yakınlığı ile bilinen yine Erdoğan'ın eşi Emine Erdoğan'ın hemşerisi Lale Cander'e devredilmiştir⁵¹⁴. Bir diğer kalan kısmı ise Metin Negrin, Engin Güner ve Gürhan Berker arasında pay edilmiştir⁵¹⁵. Bu değişikliklerle birlikte TGRT, 27 Şubat 2007 tarihinden bu yana Fox-TV adıyla yayıncılık yapmaktadır. Konuyla ilgili olarak dikkat çekici noktalardan biri, Murdoch'un Amerikan yayın hayatına girebilmesi için Amerikan vatandaşlığını almayı kabul ederken, Türk yayıncılığına girebilmek için Türk ortaklar bulmayı tercih etmesidir. Ancak her şekilde hükümet daha uzun ve kalıcı bir çözüm olarak yasadaki %25'lik payı sınırlayan hükmün, %50'ye çıkarılması yolunda yasa tasarısı hazırlamıştır⁵¹⁶.

Hükümetin medyadaki yabancı pay üst sınırını yükseltmeye yönelik çalışmaları sürerken ATV-Sabah ihalesine 1,1 milyar dolarlık teklifle tek katılımcı olan Çalık Grubu, bu varlıkları satın aldıktan sonra ortaklık yapmak üzere bazı yabancı medya şirketleriyle görüştüğü belirtilmektedir⁵¹⁷. 1980'lerde yaşadığı basın dışı şirketleşme ve küçük basının eritilmesi eğilimi 1990'larda kendini kartelleşmeye bırakırken günümüzde gündem koyma yetisi bakımından belli bir başarı düzeyinin üzerinde bulunanların yabancı sermayeye devri gözlemlenmektedir. Bu dönüşümde, 60. Hükümetin isteği üzerine RTÜK'ün hazırladığı ve medya sahipliğinde önemli bir değişiklikler öngören taslakta, özel radyo ve televizyon şirketlerinde yüzde 25 olan yabancı sermaye üst sınırının yüzde 50'ye çıkarılmasının planlanmış olması, siyasal iktidarın da sürecin bu yönde işlemesi yolunda destek verdiğini göstermektedir.

⁵¹⁴ Akşam, "Siirtli Medya Patroniçesi", 24 Aralık 2006.

⁵¹⁵ Haber 7, "Fox TV'nin, 4 Türk ortağı belli oldu", 06 Nisan 2007, Erişim:

<http://www.haber7.com/haber/20070406/Fox-Tv'nin-4-Turk-ortagi-belli-oldu.php>, (20.04.2007)

⁵¹⁶ Milliyet, "Başbakan'a Yayın Durdurma Hakkı", 30 Aralık 2007

⁵¹⁷ Milliyet, "Çalık Grubu, ATV - Sabah için yabancı ortak arayışında", 16 Ocak 2008

3.2.3. Günümüz Türk Medyası ile Siyasal İktidar İlişkisi

Medya, dünyanın diğer tüm ülkelerinde olduğu gibi, Türkiye’de de kimi zaman organik, kimi zaman ekonomik ama her daim hukuki bir ilişki içerisindedir. Bu ilişkilerin topluma bilgilendirici geri dönüşümü, medya ve ürünlerinin -yine bu ilişkilere rağmen- siyasal iktidardan bağımsızlığı oranda gerçekleşmektedir. Türkiye’de ise durum biraz daha karışıktır. Bu bağlamda farklı açılardan örneklendirerek değerlendirmek yerinde olacaktır.

3.2.3.1. Ekonomik İlişkiler Aracılığıyla Karşılıklı Denetim

Ekonomik ilişkiler aracılığıyla denetimin tarihteki en göze çarpan örneğini Menderes döneminde görmek mümkündür. 1958 yılında çıkardığı bir kararname ile ilan ve reklâmların tek elden dağıtımını üstlenen hükümet, 1959 Ağustos’undan itibaren, gazeteleri tiraj ve abone sayısı göz önüne alınmaksızın kategorize etmiştir; DP organı gazeteler birinci, DP’yi destekleyenler ikinci, tarafsızlar üçüncü kategoriye alınmış muhalif gazetelerin adları ilan listesinden çıkarılmıştır. Buna karşın yine o dönemde çeşitli gazetelerin sahibi ve yazarları olan Necip Fazıl Kısakürek, Orhan Seyfi Orhon, Peyami Safa, Burhan Belge ve Yusuf Ziya Ortaç’a örtülü ödenekten 100 bin lira aktarıldığı da kayıtlara geçen önemli noktalardan biridir⁵¹⁸. Bu durum, siyasal iktidarın ekonomik ilişkiler aracılığıyla basını kendi yanında yer almasını sağlayan bir denetim türüdür.

Öte yandan, 2 Ocak 1961’den beri yürürlükte olan 195 sayılı Kanun’la kurulmuş olan Basın İlan Kurumu Genel Kurulu, Türkiye’de yayınlanacak olan resmi ilanların hangi gazetelerde yayınlanacağı konusunda geniş yetkiye sahiptir. Düzenleme her ne kadar ilanı veren kurumun, ilanın hangi gazetelerde yayınlanacağını belirtmesi konusunda bir hak vermişse de bu gazetenin “vasıfları uygun olması” şartı ya da uygun olmaması durumunda da nedeninin açıklanması şartı getirilmiştir.

Yine Kanun’un 34. Maddesi’ne göre; “*Resmi ilan verilecek mevkatelerin vasıfları: a) Münderecat [içerik], b) Sayfa sayı ve ölçüsü, c) Kadro, ç) Fiili satış, d) En az yayın hayatı süresi bakımlarından ve uygun görülecek diğer yönlerden Basın-İlan Kurumu Genel Kurulunca tespit olunur. Genel Kurul, Kurumun şubesi*

⁵¹⁸ Topuz, ss.203–224.

bulunmayan yerlerdeki mevcutelerin vasıflarını yukarıdaki fıkrada yazılı kayıtlara bağlı olmaksızın tespit eder.” denilmektedir.

Denetim denilince sadece iktidarın medya üzerindeki değil, medyanın da iktidar üzerindeki denetiminden bahsetmek gerekmektedir. Örneğin, günümüz büyük medya kartellerinden biri olan Doğan Holding bünyesinde yer alan Hürriyet gazetesindeki köşe yazarlığı işinden çıkartılan Emin Çölaşan'ın, işten çıkartılma sürecini aktardığı kitabında siyasal iktidarın medya üzerinde nasıl güçlü bir kontrol mekanizması uyguladığını yer yer verdiği örneklerle gözler önüne serdiği görülmektedir.

Çölaşan'a göre “(...) koalisyon hükümetleri döneminde patronun (Aydın Doğan'ın) arası bir partiyle bozulursa, mutlaka öteki iyi oluyor ve bu yolla işleri aksamıyordu. Dahası gazetecilik dışında fazla yan işi yoktu ama giderek başka alanlara giriyor ve büyüyordu.”⁵¹⁹. Bu büyümeye yasal engel olmasına rağmen hiçbir iktidarın bu yasaları işletmediği görülmektedir⁵²⁰. Daha da önemlisi, bu satın alınmış kurumlardan doğan vergi alacağı da yine siyasal iktidarın kontrolü dâhilinde ertelenirken, aynı zamanda Aydın Doğan ve dolayısıyla yayınları üzerinde bir tehdit unsuru olarak ortaya çıkmıştır⁵²¹.

Öte yandan 2002 yılı Mayıs ayında 3984 sayılı kanunda yapılan değişiklikle, kartelleşmenin yolu iyice açılmıştır. Medya şirketlerinin kamu ihalelerine girmesi

⁵¹⁹ Çölaşan s.14

⁵²⁰ “İş Bankası ve Aydın Doğan'ın şirketi, Petrol Ofisini satın almak için İş-Doğan A.Ş'yi kurdu. Daha sonra bu şirket, aralarında devletin bankası Vakıfbank'ın da olduğu bankalar konsorsiyumundan borç alarak POAŞ'ı Temmuz 2000'de satın aldı. Böylece şirket 1.2 milyar dolarlık yükün altına girdi. Ancak İş - Doğan, halka açık karlı Petrol Ofisi ile birleşerek, borcu Petrol Ofisi'ne ödetmek istedi. Bu operasyon sonunda, ceplerinden para çıkmayacak, kendi kendini ödeyen Petrol Ofisi'ne de sahip olacaklardı. Bu dünyadaki özelleştirme uygulamalarında bir ilkti. Çünkü İş-Doğan, Petrol Ofisi'ni satın alırken borca giriyor, hem bu borcu ödettirmek, hem de teminat göstermek için, satın aldığı şirketle birleşiyordu. Devlet sattığı POAŞ hissesinin parasını, yine sattığı POAŞ' tan istiyordu. Alamayınca da sattığı şirkete vade yapıyordu. Üstelik bu operasyon Doğan Grubu'nu zengin ederken, devlet hem parasını zamanında alamıyor hem de trilyonlarca lira Kurumlar Vergisi'nden vazgeçiyordu. Cumhurbaşkanlığı Devlet Denetleme Kurulunun 2001 yılı Vakıfbank raporunda Doğan Grubu bankanın en yüksek borcu olan holdingler sıralamasında toplam 137 trilyon lira borçla birinci oldu. İş- Doğan'ın, Petrol Ofisi'ni almak için Vakıfbank'tan kullandığı kredi yaklaşık 100 trilyondu. Daha sonra halka arz edilmesi gereken yüzde 25.8'lik POAŞ hissesi de blok halde İş-Doğan'a satıldı. Üstelik teminat mektubu almadan ve 3 yıl vade ile. Ancak Doğan Grubu'nu rahatlatan tüm bu usulsüz yöntemlere rağmen, Aydın Doğan borcunu ödeyemedi. Özelleştirme Yüksek Kurulu ise şok bir kararla 271.3 trilyon liralık borcu 2007 yılına yaydı.” Tuncay Mollaveisoğlu, POAŞ Gerçeği 1-2, Akşam Gazetesi,15-16.10.2003

⁵²¹ Nitekim seçim öncesi dönemde, 2007 Mart ayında POAŞ nedeniyle 985.5 milyon YTL vergi aslı ve ödenmeyen verginin cezası borcu çıkartılmıştı. Bunun 360 milyon YTL'si vergi aslı, 625.5 milyon YTL'si ise vergi cezasıydı. Şimdi medya devi Aydın Doğan'a ait POAŞ, vergi aslı ve vergi cezası olarak toplam sadece 275.3 milyon YTL ödeme yapacak. POAŞ' tan yapılan açıklamada 'Bu cezayı hak etmemiştik. Ancak mahkemeye uzun sürer diye uzlaşmayı uygun bulduk' denildi. 12 Mayıs 2007, Sabah Gazetesi.

yolundaki engel de ortadan kalkmıştır. Ancak medyanın kartel haline gelmesinin, sadece kendi üzerinde bir tehdit değil, aynı zamanda siyasal iktidar üzerinde de bir tehdit aracı olarak kullanıldığı gözlemlenmektedir⁵²².

2009 yılında yapılan Gazetecilik Dünyaları araştırmasına⁵²³ göre, reklamcılığın, haber gazeteciliğinin günlük işlerini etkilediği yolundaki etkisini Türkiye'deki gazeteciler, araştırmaya katılan ülkelerin ortalamasının üzerinde yorumlamışlardır. Ancak Türkiye'de, medya üzerindeki hukuksal düzenlemelerin etkisi, gazetecilerin gündelik işleri üzerinde reklamların etkisinden de yüksek algılanmaktadır. Türkiye'deki gazeteciler arasından örnekleme dâhil olanların verdikleri yanıtlara göre, gazetecilerin gündelik işlerini yaparken en çok etkili dış faktörler arasında, sansür, medya alanındaki hukuksal düzenlemeler, hükümet yetkilileri, siyasetçiler, hassasiyetler ve reklamcılarının yanı sıra, medya gözetleme örgütleri de yer almaktadır⁵²⁴. Bunun karşılığında da araştırmaya göre, 18 ülke arasında siyasetçiler, hükümet ile siyasal partilere yönelik haber gazetecileri tarafından duyulan güven seviyesinin en düşük olduğu ülke yine Türkiye'dir.

Kılıçbay, halkın bedelini ödemediği medyanın ayakta kalması mümkün müdür, şeklinde asli öneme sahip bir soru ortaya atarak, İngiltere'deki basın özgürlüğünün gelişmesindeki asıl aktöre vurgu yapmaktadır. *“Eğer halk bedel ödemiyorsa, medya ya resmi, yani iktidarın sesi olur, ya da onu kendi*

⁵²² Yine Aydın Doğan örneğinden yola çıkılarak Ekim ayı başlarındaki “Malezyalaşma tartışmaları” ile Aydın Doğan'ın İstanbul'da yaptırmayı düşündüğü Hilton için beklediği kararın çıkmasının zamanlamasına dikkat etmek gerekir. *“Aydın Doğan, Hilton arazisine iş ve alışveriş merkezleri yaşam merkezleri inşa edecekti. Burada inşaat izni binde 7 idi. Buna göre ancak 43 bin metrekare inşaat yapılabilecekti. Oysa Doğan, burada en az 230 bin metrekare inşaat yapmayı planlamıştı. Ancak, Anıtlar Yüksek Kurulunun aldığı kararla ilgili alanın SİT alanı ilan edilmesiyle Aydın Doğan'ın Hilton projesi iptal aşamasına gelmişti. Malezya tartışmalarının alevlendiği bir dönemde ise Büyükşehir'in Bayındırlık ve İmar Komisyonu'nda plan tadilatı, Aydın Doğan'ın istediği gibi çıktığı görülmüştür. 5'i AK PARTİ'li 9 kişilik komisyon, Aydın Doğan'ın istediği tadilatı aynen geçirdi ve inşaat izni 5 kat artarak 43 bin metrekareden 238 bin metrekareye yükseldi, Anıtlar Yüksek kurulunun kararının da bu bölgeyi içermediği açıklandı. Uzmanlar Emekli Sandığı'ndan 255 milyon dolara satın alınan arazinin ve otelin değerinin bu plan değişikliği ile birlikte 3 milyar dolara çıkacağını ve kamunun en az 2.5 milyar dolar zarara uğratılacağını söylüyor.”* Akşam, “Bu Rezalete İzin Vermeyin”, 12 Eylül 2007

⁵²³ EK-4'te orijinal araştırmada yer aldığı şekilde verilmiştir. “Worlds of Journalism Project”.

⁵²⁴ Gazetecilerin, günlük işlerini yaparken oldukça yüksek oranda etkisini algıladığı dış faktörlerin arasında siyasetçilerin ve hükümet yetkililerinin bulunduğu bir diğer ülke Çin'dir. Çalışmaya göre, Türkiye ve Çin'den sonra, ara fark ile Mısır ve Uganda da bu ülkeler arasında yer almaktadır. Türkiye'deki gazetecilerin algısı çerçevesinde, demokrasinin basın hürriyeti açısından pratikteki bu görünümünü, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler ile demokratik olmayan ülkelerdeki gazetecilerin algıları çerçevesinde ortaya çıkan bu görünümle benzeşmesi Türkiye'deki basın hürriyetinin kritik duruşunu betimlemektedir.

doğrultularında kullanmak isteyen çıkar gruplarının ve siyasal veya diğer cemaatlerin doğrultusunda yayın yapar.”⁵²⁵

3.2.3.2. Medyanın Kurumsal Araçlarla Kontrolü: RTÜK

RTÜK, 1994 yılında 3984 Sayılı kanunla radyo ve televizyon faaliyetlerini düzenlemek amacıyla, özerk ve tarafsız bir kamu tüzel kişiliği niteliğinde kurulmuştur. Üst Kurul, en az dört yıllık yüksek öğrenim görmüş, meslekleriyle ilgili konularda kamu veya özel kuruluşlarda en az on yıl görev yapmış, meslekî açıdan yeterli bilgiye, deneyime ve Devlet memuru olma niteliğine sahip, otuz yaşını doldurmuş kişiler arasından Türkiye Büyük Millet Meclisince seçilen dokuz üyeden oluşur. Metnin orijinal halinde ise “(...) *beşi iktidar partisi veya partilerinin, dördü muhalefet partilerinin göstereceği adaylar arasından Türkiye Büyük Millet Meclisince seçilen dokuz üyeden oluşur.*” denilmektedir.

Kanun'un 2005 yılında yapılan bu değişiklikle Kurul, siyasallaşmış ve hükümet yanlısı bir nitelik kazanmıştır. Örneğin bu değişiklikle, 5 AKP'li, 4 muhalefetin temsilcisi bulunacakken, bu değişiklikten itibaren 6 AKP'li 3 CHP'li üye bulunmaktadır ve seçim sistemimizdeki *d'hondt* barajından kaynaklanan “seçim sonuç oranları/meclis temsil oranı” arasındaki dengesizlik böylelikle RTÜK'e de yansımış olmaktadır. Bu değişikliğe göre seçim için, sadece mecliste grubu bulunan siyasal partilerin üye sayısı oranında belirlenecek üye sayısının ikişer katı aday gösterilir ve Üst Kurul üyeleri bu adaylar arasından her siyasal parti grubuna düşen üye sayısı esas alınmak suretiyle Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurulunca seçilir. Örneğin 2005⁵²⁶ yılındaki üyelerin seçiminde AKP altı üyelik için 12, CHP de üç üyelik için altı aday belirlemiş, AKP'nin adaylarından Zahit Akman, Abdullah Darendeli, Davut Dursun, İlhan Yerlikaya, Taha Yücel, Paşa Yaşar, CHP'nin adaylarından da Özer Gürbüz, Şaban Sevinç ve Mehmet Dadak seçilmiştir. Özer Gürbüz yaş haddinden emekli olunca da yerine yine CHP kontenjanından Arif Merdol seçilmiştir.

3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanununun 6. maddesine göre, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Üyelerinin görev süresi altı yıl olup Üst Kurul Üyelerinin üçte biri iki yılda bir yenilenmesi

⁵²⁵ Kılıçbay, “*Medya ve İktidar*”, s.143.

⁵²⁶ Radikal, “RTÜK için Acil Toplantı”, 12 Temmuz 2005.

gerekmektedir. Öte yandan kanunun yürürlüğe girmesi ile tüm üyeler yeniden seçildiği için 3984 Sayılı Kanunun Geçici 11. maddesi gereğince de kanunun yürürlüğe girişinden iki yıl sonraki yenilenecek üyelikleri belirlemek üzere, seçimden iki ay önce ad çekmeye başvurulması hükmü ilave edilmiştir. Yine bu hükme göre, kanunun yürürlüğe girişinden dört yıl sonra yenilenecek olan üyelerin tespiti için aynı esasa uyularak ad çekilir, ancak ikinci yılın sonunda seçilmiş olan üyeler bu ad çekmeye gidemez. Bu yasal düzenlemenin pratikteki uygulaması ise AKP'nin belirlediği ve 2005'te seçilen 2 ismin en az 6 yıl süreyle kurulda kalmasının sağlanmış olmasıdır. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu 14 Mayıs 2007 Pazartesi günü, anılan yasa hükümleri gereğince görev süreleri 14 Temmuz 2007 tarihinde sona erecek Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Üyelerini belirlemek amacıyla bir toplantı yapmış ve toplantıda noter huzurunda gerçekleştirilen kura çekimi sonucunda, 14 Temmuz 2007 tarihi itibarıyla görev süreleri sona erecek Üst Kurul Üyeleri (AKP)Dr. A. Zahid Akman, (CHP)Arif Merdol ve (AKP) Prof.Dr.İlhan Yerlikaya olarak belirlenmiştir. 2007 seçimlerinde ise TBMM Genel Kurulu'ndaki gizli oylamaya 298 üye katıldı. Oylama sonucunda, RTÜK üyeliği için AKP grubunca yeniden aday gösterilen Dr. A. Zahid Akman, Prof. Dr. İlhan Yerlikaya ile CHP grubunca ilk kez aday gösterilen Hülya Alp seçilmiştir. Böylece yasaya göre iki yılda bir 3'te 1'i yenilenmesi gereken RTÜK üyeleri, 9'da 1'i yenilenmiştir.

3984 sayılı kanunun 8. Maddesi'nde kurulun görev ve yetkileri yer almaktadır. Ancak bu görevlerin arasında yer alan frekans ihaleleri kurulun kuruluşundan 13 yıl geçmiş olmasına rağmen halen bu görevini yerine getirmemiştir. Nuri Kayış'a göre devletin buradan beklenen geliri 7 yıl öncesi itibarıyla 2-5 milyon dolardır.

RTÜK'ün yerine getirmediği ve olası yolsuzluklara karşı denetimi ise Cumhurbaşkanlığına bağlı olarak çalışan Devlet Denetleme Kurulu tarafından gerçekleştirilmekte iken 2002 yılında yapılan bir değişiklikte kurulu denetleme görevi Başbakanlık Yüksek Denetleme Kuruluna verilerek, kurumun bir kez daha siyasal bir nitelik kazanması sağlanmıştır. Bu düzenlemeye gidilmeden önce 2003 yılında Cumhurbaşkanı Sezer tarafından hazırlatılıp Cumhurbaşkanlığının erişim sitesinde⁵²⁷ kamuoyu ile paylaşılan raporda da bu soruna işaret edilmiştir: "*Frekans*

⁵²⁷ Cumhurbaşkanlığı, Devlet Denetleme Kurulu, "RTÜK Raporu", 26 Eylül 2003, Erişim: http://www.cankaya.gov.tr/tr_html/DDK/rtuk.htm#VI_C, (12.10.2006) Cumhurbaşkanının değişmesiyle beraber raporun erişim sitesinden kaldırılması dikkat çekici bir noktadır.

plânlaması hazırlanması ve kanal ve frekans ihalesi sürecinde; kararlı bir siyasal ve yönetsel iradenin işin sonuçlandırılması için çaba göstermemesi, konuyla ilgili diğer kamu kurum ve kuruluşlarının müdahaleleri ve sıkça mevzuat değişikliği yapılması nedeniyle çalışmalar çok yavaş ilerlemiştir.” Ayrıca raporda üst kurul üyelerinin tam mesai şeklinde çalışmaya özen göstermedikleri, katıldıkları toplantıları da erkenden terk edip yarım bıraktıkları ve böylelikle de birçok kararın -üye karar yeter sayısını yani 5 kişiyi yakalayamaması nedeniyle- alınmadan düştüğü de belirtilmiştir⁵²⁸. Dolayısı ile bir televizyon kanalı hakkında cezai bir durum oluşsa bile, toplantı yeter sayısını oluşturulmaması yoluyla cezasız kalması sağlanabilmektedir. Kurulun 6 iktidar kadrosundan ve 3 de muhalefet kadrosundan oluştuğu göz önüne alınırsa, iktidar yanlısı ve cezai bir yayın gerektiren bir televizyonla ilgili konunun kurulun gündemine gelse bile, ceza alması olanaksız hale getirilebilmektedir. Nitekim RTÜK Başkanı (AKP tarafından yeniden aday gösterilip seçilmiş olan Kanal 7 Washington eski temsilcisi) Zahid Akman hakkında bazı televizyon kanallarının, seçim yasaklarına uymadığına ilişkin uzman raporlarını üst kurul gündemine zamanında almayarak, "görevini kötüye kullandığı" iddiasıyla 1 yıldan 3 yıla kadar hapisle cezalandırılması istemiyle dava açılmıştır⁵²⁹.

Yine 3984 sayılı Kanun'un 11. Maddesi'ne göre "*Geçerli mazereti olmaksızın üst üste üç kez toplantıya katılmayan Üst Kurul üyeleri çekilmiş sayılır.*" biçimindeki kural çerçevesinde değerlendirilmesi gerekir. Ancak şimdiye kadar bu şekilde üyeliği düşen bir üye kayıtlara geçmemiştir. Tüm bunların ardından RTÜK adlı kurumun etkili ve verimli çalıştığını söylemek gerçekten zordur. Daha da kötüsü kurumun siyasallaşmış olmasıdır. Özetle, RTÜK adlı denetim kurumu ile ideal bir demokraside dengeli ve tarafsız bilgi edinme yolları aracılığı ile oluşması beklenen kamuoyunun pratikte böyle bir ortama sahip olmadığını söylemek mümkündür. RTÜK adlı kurum da hem kartellerin oluşumuna aracılık etmiş hem de bunların taraflı yayıncılığını onaylar bir iktidar aracı haline dönüşmüştür.

⁵²⁸ Bu tutum sonucu, izleme ve değerlendirme raporlarından; 2001 yılında 62 adedi, 2002 yılında 52 adedi ve 2003 yılı mayıs ayı sonuna kadar 10 adedi Üst Kurulca karara bağlanamadığından gündemden düşmüş, ilgili yayın kuruluşlarına yaptırım uygulanamamıştır.

⁵²⁹ Vatan, "RTÜK Başkanı'nın 3 Yıl Hapsi İsteniyor", 29 Eylül 2007.

3.2.3.3. Bir Medya Yönetim Birimi Olarak TMSF

Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu, 5411 sayılı Kanun ve ilgili diğer mevzuat ile verilen yetkiler çerçevesinde tasarruf sahiplerinin hak ve menfaatlerinin korunması amacıyla, mevduatın ve katılım fonlarının sigorta edilmesi, Fon bankalarının yönetilmesi, mali bünyelerinin güçlendirilmesi, yeniden yapılandırılması, devri, birleştirilmesi, satışı, tasfiyesi, Fon alacaklarının takip ve tahsili işlemlerinin yürütülmesi ve sonuçlandırılması, Fon varlık ve kaynaklarının idare edilmesi ve Kanunla verilen diğer görevlerin ifası için kurulmuş olup kamu tüzel kişiliğini haiz, idarî ve mali özerkliğe sahip bir kuruluştur. Fonun merkezi İstanbul'dadır. Üyeleri Bakanlar Kurulunca atanır⁵³⁰.

TMSF üyelerinin, Bakanlar Kurulu tarafından atanması, kurumun tamamen siyasal iktidarın kontrolü altında olduğunun bir göstergesidir. RTÜK'ten farklı olarak, üyelere muhalefet parti temsilcilerine ya da bürokrasiye yer yoktur. Öte yandan kurumun temelde bir "fon" oluşu, bir "medya denetim kuruluşu" gibi değerlendirmeyi de engeller. Ancak seçime 3 buçuk ay kala, oldukça yüksek izlenme ve tiraj oranlarına sahip televizyon ve gazetelere kurum tarafından el konup, genel seçim ve Cumhurbaşkanlığı seçimin üzerinden 2 ay gibi bir süre geçtikten sonra satışının gündeme gelmesi, özellikle muhalif kanat sözcülerini TMSF'yi bu boyutta değerlendirmeye yönlendirmiştir.

Fon'un özellikle son beş yılı dikkate alındığında mutlaka bir veya daha fazla medya kanalına sahip olduğu dikkati çekmektedir.

Tablo 7: TMSF Tarafından El Konulan Medya Araçlarının Bir Kısmı (2007 Yılı İtibarıyla)

El Konma Tarihi	El Konulan Medya	Eski Sahibi	Satış tarihi	Satılan Grup
27.10.2000	ATV-Sabah Grubu	Dinç Bilgin	29.04.2005	Ciner Grubu (2003'ten bu yana kiracısı durumunda olan)
14.02.2004	Star Gazetesi	Uzan	21.03.2006	Gülen Grubu (Ali Sefa Özmen- Zaman gazetesi)
14.02.2004	Star Televizyon Hizmetleri A.Ş.	Uzan	26.09.2005	Doğan Grubu
14.02.2004	Kral TV	Uzan	-	
28.11.2005	Ö.Z.R.T (İzmir TV) Aksoy Grubu	EGS Grubu	-	

⁵³⁰ 19.10.2005 tarih ve 5411 sayılı Bankacılık Kanunu, Madde 111-112-113

	Vatan Gazetesi			Doğan Grubu şartlı satış
14.11.2006	Satel		-	
01.04.2007	ATV-Sabah	Ciner Grubu	05.12.2007	Çalık Grubu
01.04.2007	Kanal 1	Ciner Grubu	28.08.2007	Ciner Grubuna anlaşmalı iade

2004 yılı şubat ayında Uzan Grubundan devredilen Star medya parçalanarak satılma yolunda gidilmiştir. Star TV'yi 2005'in Ekim ayında satan TMSF, Kral TV'yi Ekim 2005'te 45 milyon dolara ihale edip, sonra da "Tek firma girdi, rekabet oluşmadı" gerekçesiyle geri almıştır. Bu tarihten bu yana Kral TV'nin hem içeriğinde hem de yönetici kadrosunda oldukça değişikliğe gidildiği görülmüştür. Kral TV asıl olarak bir müzik kanalı iken, artık haber ve tartışma programları yer alan diğer kanallara benzeme eğilimine girmiştir.

Öte yandan 2005 yılı Şubat ayında TMSF'nin elinde, 17 televizyon, 10 radyo kanalı, 1 günlük gazete ve 6 dergi ile bir medya devi haline geldiği ileri sürülmüştür⁵³¹. Bunlardan, 2007 yılı Nisan ayı başında el koyduğu Sabah gazetesi ve ATV'nin kadrolarında ciddi değişikliklere gittikleri görülmüştür. Örneğin Yeni Şafak gazetesinden Fehmi Kuru, -yine TMSF kontrolündeki ATV'ye geçirilirken-2007 Genel Seçimlerinde AKP'den milletvekili aday adayı olmuş ancak listede yer alamamış- Nazlı Ilıcak da Sabah gazetesine transfer edilmiştir. Yine Sabah gazetesi Karikatüristi Salih Memecan'ın eşi, 22 Temmuz 2007 genel seçimlerinde AKP'den aday olarak Meclise girmiştir⁵³². Öte yandan siyasal iktidarın ve onun yönetimindeki TMSF'nin aleyhine olabilecek yazılardan dolayı işten çıkarmalar da söz konusu olmuştur⁵³³. Bu süreçte, ilgili kurumların satışının sürekli olarak bir ertelemeye maruz

⁵³¹ Bunun siyasal hayata yansımaları ise reklâm sansürü şeklinde ortaya çıkmıştır: 2007 Temmuz Genel Seçimlerinde CHP'nin verdiği ilanlar TMSF'nin elinde olan Sabah, Takvim ve Ege bölgesinin en köklü ve en okunan gazetelerinden Yeni Asır gazetelerinde yayımlanmamıştır.

⁵³² Kadrodan çıkarılanlar arasında, çalışanların sendikası olması için uğraş veren Sabah Gazetesi eski Editörü Cengiz Erdiç, Burak Ersemiz ile Ozan Pezek, yine muhalif yazıları ile bilinen Balççek Pamir, Aydın Ayaydın, Sabah'ın Ankara temsilcisi Aslı Aydıntaşbaş, işten çıkartılırken Takvim Gazetesinin Genel Yayın Müdürü İskender Baydar, yine Sabah Gazetesinin muhalif yazarlarından Yılmaz Özdil, Nazlı Ilıcak'ın sabah gazetesine transferini reddetmiş olan Fatih Altaylı'nın istifa ettiği ya da ettirildiği gündeme gelmiştir. Bunların dışında Genç Parti'den milletvekili aday adayı olan İbrahim Tatlıses'in programına da -şehit haberleri sırasında dansöz oynatmak iddiası ile- son verilmiştir.

⁵³³ Örneğin, "Gerçek Gündem" adlı internet haber sitesinde yer alan habere göre Sabah Gazetesi Eski Yazı İşleri Müdürü Ayça Atilla'nın işten atılması da şu şekilde cereyan etmiştir: "ANKA'nın abonelerine servis ettiği SONAR araştırmasında AKP'nin oyları yüzde 30'ların altında gösteriliyordu. Habere göre gazetenin yazı işleri toplantısına katılan TMSF yetkilisi, 'Gazetede bu tür anket istemiyoruz. Bunu daha önce de söyledik. Uyarılarımızı dinleyin' dedi. Akşam saatlerinde ise haberi internet sitesine giren editör Ayça Atilla'nın işine son verildi. Gelişmeleri doğrulayan Ayça Atilla, 'Yazı İşleri toplantısında ne konuşulduğunu bilmiyorum. Ancak neden işten atıldığımı biliyorum' dedi. Atilla, Sabah Gazetesi'ni bir süreden beri TMSF'nin yönettiğini belirterek 'Bir haberi sayfaya koyduktan sonra yukarıdan gelecek telefonu bekliyorduk. Çünkü; haberlere müdahale ediliyordu. TMSF yöneticileri, gazetede kedinin

kaldığı görülmektedir. ATV-Sabah Grubunun satışı 2007 Kasım ayında yapılacak iken, “yoğun talepler ve araya giren bayram tatili nedeniyle” Aralık 2007’ye bir ay süreyle ertelenmiştir. Bu ertelemeye daha sonra ihaleyi kazanacak olan Çalık Grubu da ihaleye katılabilme imkânı elde etmiştir.

Aralık 2007’de gerçekleştirilen, ATV-Sabah Grubu ihalesine katılmak üzere Çalık Grubundan başka, CME, medya devi Rupert Murdoch (News Corporation), Yunanistan’ın başlıca medya grubu Antenna, sahip Alman ProSiebenSat.1 Group(RTL), Nurol Holding-Carlyle ortaklığı da ihale şartnamesi almıştır. Bunların içerisinde Çalık Grubu, Nurol-Carlyle ve RTL-İpek-Sancak ortaklıkları ön yeterlilik için başvurmuştur. Ön yeterlilik için başvurmuş olan iki grubun varlığına rağmen ihaleye sadece Çalık grubu katılmıştır. 5 Aralık 2007 tarihinde, tek firmalı ihale ile Çalık Grubuna satılmasına rağmen, bu kez, "tek firma girdi, rekabet oluşmadı" gerekçesinin işletilmediği görülmektedir. Rekabet Kurulunun 10 Ocak 2008’deki toplantısıyla çıkan onayın ardından, RTÜK de 7 Şubat 2008 tarihli toplantısıyla satışı tescillemiştir.

Buradaki başka bir dikkat çekici nokta, Çalık Grubu’nun peşin bedel olarak sunduğu 1 milyar 100 milyon doların, ihaleden bir ay sonra gerçekleşen Rekabet Kurulu toplantısı sırasında ya da ihaleden iki ay sonra gerçekleşen ilgili RTÜK toplantısı sırasında halen ödenmemiş olmasıdır. RTÜK’ün tescil kararını, 21 Şubat 2008 tarihinde, 2 ay daha uzatmış olması Çalık Grubu’na ödeme açısından (toplamda yaklaşık 4,5 aylık) önemli bir zaman kazandırmıştır. Bu erteleme ise oldukça yüksek bir bedelin aylık faizinin kaybı ile kamuya zarar olarak dönmektedir. Ancak kamunun uğradığı zarar sadece ertelemeden kaynaklı değildir.

Çalık Grubu’nun ilerleyen süreçte sahibi olacağı ATV-Sabah Grubu, haber bültenini sunmak üzere, kendi deyimiyle liberal gazeteci Mehmet Barlas’ı⁵³⁴ 900 bin

fareyle oynadığı gibi oynuyordu’ ifadesini kullandı.” Gerçek Gündem, “Sabah’ta Yeni AKP Skandalı”, 19.07.2007, Erişim: <http://www.gercekgundem.com/index.php?p=75969>, (10.02.2008)

⁵³⁴ Mehmet Barlas, NTV programında yayınlanan “Yorum Farkı” programında Emre Kongar’ın sol tarafta kendisinin sağ tarafta yer alarak muhafazakâr liberaleri temsil etmektedir. Yorumları ve söylemleri incelendiğinde öncelikle “AK PARTİ” tanımlamasını tercih ettiği ve AKP’yi Kongar’ın getirdiği eleştirilere karşı koruduğu görülmektedir. “Avrupa Birliği politikasını destekliyorum. Ama AK PARTİ’nin bütün politikalarını desteklediğim anlamına gelmiyor. Ama siz AK PARTİ’yi kayıtsız şartsız hem AK PARTİLİ olmayıp hem de kayıtsız şartsız desteklediğiniz zaman acaba bir çıkar ilişkisi mi var diye insanlar kuşkuya düşer.” 21 Şubat 2008 tarihli Yorum Farkı Program Metni” Irak Operasyonu ve Başbakanın Öfkesi”, Erişim: http://www.ntvmsnbc.com/ntv/metinler/Yorum_Farki/subat_2008/21.asp, (20.03.2008) Yine Barlas’ın, Başbakanın yanağını okşaması sırasında çekilen fotoğrafla ilgili yapılan röportajında şunları dile getirmiştir; “*Refleksti. Sen de bilirsin, gazetede kiler de; ben sevdiğim insanın yanağını*

YTL ve Engin Ardıç'⁵³⁵ 500 bin YTL ücretle 3 yıllığına transfer ettiği iddia edilmiştir. Mehmet Barlas'ın Haber 24'te katıldığı canlı yayında 2 Mart 2008 tarihinde katıldığı haber bülteninde yaptığı açıklamaya göre; bizzat Ahmet Çalık arayıp kendisini davet etmiş, transfer görüşmesini Çalık Grubu Başkanı Ahmet Çalık ile yapmış ancak transfer parası, ATV-Sabah Grubu ortak bütçesinden ödemiştir⁵³⁶. Ancak o dönemde TMSF'nin elinde olan kanalın bütçesi de TMSF tarafından kontrol edilmekte ve yönetilmektedir. Satış bedelinin ödenmediği ve devir/teslim işleri henüz tamamlanmadığı bir süreçte, Çalık Grubu'nun kanal ve gazeteler üzerinde hiçbir hukuki yönetim hakkı bulunmamaktadır.

Yine bir başka önemli konu, transferin haber programı ile bağlantılı olmasıdır. Haberler yukarıda da belirtildiği üzere, siyasetle ilgili ya da ilgisiz bireyler üzerinde siyasal anlamda en etkili kanallardan biridir. Dolayısıyla haberlerin tarafsız olması kamunun kamuoyunu, eşik bekçileri dışında kendi serbest iradesiyle oluşturması önemlidir. Ancak Türkiye'de özellikle ana haber bültenleri sunumunda, görünür bir bozulma yaşandığı ortaya çıkmaktadır. En çok izlenen televizyon kanalları ve haber sunucuları şu şekildedir; Kanal D- Mehmet Ali Birand; ATV- Mehmet Barlas, Star TV- Uğur Dündar; Show TV-Ali Kırca. Ali Kırca hariç bu sunucuların hiç birinin asli görevi "anchorman"- spikerlik değildir. Yer yer yorumların serpiştirildiği yeni bir tür haber programı sunuculuğu ile doğrudan kamuoyu liderliği yapılmaktadır. Mehmet Barlas'ın halen kamunun elinde olan bir haber kanalına "tarafli habercilik" ile transfer edilmesi TMSF'nin siyasal medya gücü rolünü açıklamaktadır⁵³⁷.

RTÜK'ün ihaleyi, 3984 sayılı Kanun çerçevesinde değerlendirmesi ve uygun olup olmadığına bağlı olarak onaylaması ya da reddetmesi gerekmektedir. 13.04.1994 tarih ve 3984 sayılı Kanun'un Kuruluş ve Hisse Oranlarını düzenleyen Madde 29'da konuyla ilgili olarak şu şekilde bir hüküm bulunmaktadır: Madde 29 –

okşarım, öperim. Yani insani temas dedikleri bir şey(...) Yani Tayyip Erdoğan'ın ilk defa yanağını tutmuyorum ki!" Sabah, "En Kötüsü Yanağı Okşanan Gazeteci Olmak", 4 Mart 2007.

⁵³⁵ Engin Ardıç 6 Mart 2008 tarihli Sabah gazetesindeki yazısında böyle bir paranın söz konusu olmadığını ancak Vatan gazetesinden çok daha fazla maaş aldığını ifade etmiştir. Ayrıca Vatan gazetesine girdiğinde gazetenin liberal ve demokrat; çıktığında ise ulusalcı olduğunu ifade etmektedir. Engin Ardıç, "Ofuna Of", Sabah, 6 Mart 2008.

⁵³⁶ Haber 5, "Üç Yıllık Transfer Ücretimi Peşin Aldım", 2 Mart 2008. Erişim:

http://www.haber5.com/archive_details?id=309788, (05.03.2008)

⁵³⁷ RTÜK'ün CHP kadrosundan üyesi Şaban Sevinç, Mehmet Barlas'ın Sabah gazetesine transfer ücreti olan 900 bin YTL'nin TMSF tarafından ödendiğinin öne sürülmesi üzerine, TMSF Başkanı Ahmet Ertürk hakkında suç duyurusunda bulunmuş bunun üzerine Barlas transfer parası iade etmiştir. Milliyet, "Barlas, Transfer Ücretini İade Etti", 29 Mart 2008.

(Değişik:15/05/2002-4756/13 md.) *Radyo ve televizyon yayın izni verilen veya verilecek anonim şirketlerin hisse oranları ve şirket yapısıyla ilgili uyulması gereken diğer hususlar şunlardır:(...) üretim, yatırım, ihracat, ithalat, pazarlama ve finans kurum ve kuruluşlarına radyo ve televizyon yayın izni verilmez; bu kuruluşlar radyo ve televizyon yayın izni almış şirketlere ortak olamazlar.*

RTÜK incelemesini, Turkuvaz Radyo ve Televizyon Gazetecilik ve Yayıncılık A.Ş'nin bu tarz bir ortaklıkları olup olmadığını incelemiş ve inceleme sonunda da olmadığını tespit etmesiyle ihaleyi onaylamıştır⁵³⁸. Öte yandan Turkuvaz Radyo ve Televizyon Gazetecilik ve Yayıncılık AŞ'nin sahibi olan Çalık Grubu bünyesinde yukarıdaki hükümde yasaklı sayılan tüm faaliyetlere yer verildiği dikkat çekmektedir. Bu örnekten de anlaşılacağı üzere, yasa, açıkça satın alan şirketin faaliyetlerini incelerken, şirketin sahibinin diğer faaliyetlerini kapsam dışında bırakmaktadır. Günümüzde ise bir medya aracının kartel biçimindeki sahipliği doğrudan tek bir şirket sahipliği ile değil, şirketlerin toplandığı holdingleri bir arada tutan “grup” sahipliği şeklinde gerçekleşmektedir⁵³⁹. Diğer bir deyişle, sermaye medyada, “grup” içerisinde yer alan “holdinglerden” birindeki “şirket(ler)” aracılığı ile yer almaktadır. Oysa Kanun’la amaçlanan, basının, sermayenin zorunlu çıkar ilişkileri ile denetim altında tutulmasını engellemektir. Kanun’un bu hali, yukarıda bahsedilen şirketlerin pratikteki medya kartellerinin oluşum sürecini engellemekten çok uzaktır. Aynı maddenin yabancılarla ilgili (I) hükmünde yer alan “gerçek ve tüzel kişiler” ifadesinin bu hükümde tercih edilmeyip, onun yerine sadece “şirket”lerin yasak kapsamında tutulması, yasadaki bu boşluğun, kanun koyucu tarafından bilinçli bir tercihle gerçekleştirildiğini düşündürmektedir. Yine 1994’ten beri bu şekliyle uygulanan düzenlemenin, medya kartel oluşumunu engelleyecek ihtiyaçlara yanıt vermediğinin açıkça bilinmesine rağmen, uygulanmaya devam edilmesi, bu süreçte yer alan iktidarların, medya kartellerinin oluşumunu ya da basının sermaye yoluyla denetimini engellemeye yönelik olarak ne kadar istekli olduğuna dair bir gösterge niteliğindedir.

⁵³⁸ RTÜK, Basın Bildirisi, “ATV Televizyonunun, Üst Kurul nezdindeki izin ve lisansları ile kanal ve frekans kullanım hakları, Turkuvaz Radyo Televizyon Gazetecilik ve Yayıncılık A.Ş. adına tescil edilmiştir”, 7 Şubat 2008, Erişim: [http://www.rtuk.gov.tr/sayfalar/lcerikGoster.aspx?icerik_id=928828c4-ba8c-47ae-9420-5a3dbc1de34a,\(08.02.2008\)](http://www.rtuk.gov.tr/sayfalar/lcerikGoster.aspx?icerik_id=928828c4-ba8c-47ae-9420-5a3dbc1de34a,(08.02.2008))

⁵³⁹ Böylece 3984 Sayılı Kanun, Madde 29/b) (...)”Aynı şirket ancak bir radyo ve bir televizyon işletmesi kurabilir” şeklindeki hükmün, pratikte bir anlamı kalmamaktadır. Örneğin, Aydın Doğan, farklı şirketleri aracılığıyla, Star Tv, CNN Turk, Kanal D şeklinde 3 farklı ve yüksek izlenme oranlarına sahip televizyon kanalına sahiptir.

ATV-Sabah ihalesi ve sonrasındaki süreç, diğer yasal düzenlemeler açısından değerlendirildiğinde, TMSF'nin ilgili yönetmeliğe aykırı hareket ettiği de gözlemlenmektedir. 18 Haziran 2005 tarih ve 25849 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu Tarafından Ticari ve İktisadi Bütünlük Oluşturan Mahcuzların Satışına İlişkin Yönetmelik'te ihale bedelinin ödeme şekli, Madde 23'te şöyle düzenlenmiştir: *İhale Bedelinin Ödeme Şekli, Madde 23- İhale bedeli kural olarak ihalenin Kurul tarafından onaylanmasını müteakiben peşin olarak ödenir.(...)* Aynı yönetmeliğin ihalenin iptalini düzenleyen 24. Maddesi ise aşağıdaki gibi düzenlenmiştir: *İhalenin İptali, Madde 24- İhale, Kurul tarafından onaylanmış olsa dahi aşağıda belirlenen şartlardan birinin gerçekleşmesi halinde Kurul tarafından alınacak ikinci bir karar ile iptal edilebilir. a) İhale alıcısının, satış şartnamesinde belirlenen şekil, süre ve şartlara uygun olarak ihale bedelini ödememesi, (...)* Yönetmelikte adı geçen "kurul", TMSF Kuruludur. ATV- Sabah Grubu satış ihalesi, satış peşin ödenmek koşuluyla gerçekleşmiş ancak ne Fon Kurulu onayından önce ne de Rekabet Kurulu ve RTÜK onayından önce teminat dışı herhangi bir ödeme gerçekleşmemiş ve hatta daha önce de belirtildiği gibi, Kurul, Çalık Grubu'na bedeli ödemesi için ekstra 2 aylık ek süre tanımıştır.

Yönetmelikte ihalelerde uygulanacak usullerin düzenlendiği 16. Madde'ye göre; *"Ticari ve iktisadi bütünlüğün satışı, satış şartnamesinde belirlenen nitelikleri haiz teklif sahipleri arasında, kapalı zarf veya açık artırma usullerinden biri veya ikisi birlikte uygulanmak suretiyle yapılır."* ATV-Sabah ihalesi şartnamesinde hem kapalı zarf hem de açık artırma usulleri birlikte uygulanması ön görülmüştür. Ancak tek bir katılımcının olması nedeniyle "açık artırma" usulü uygulanamamıştır. Bu noktada ihalenin yine geçersiz sayılması gerekir⁵⁴⁰.

İhaleye tek firmayla girilemeyeceği kanısını güçlendiren bir başka düzenleme ihalenin iptali durumunda nasıl bir yol çizileceği ile ilintilidir. İhalenin İptali, Madde 24- *"(...)* *İhalenin iptali halinde ihaleye konu ticari ve iktisadi bütünlük; Satış Komisyonu tarafından ikinci en yüksek pey sürene/teklif verene teklif edilebilir. (...)* *Kurul tarafından ikinci en yüksek pey sürene teklif edilmesinin uygun görülmemesi veya yapılan teklife rağmen teklifin kabul edilmemesi veya teklif sahibine ulaşılamaması hallerinde, ticari ve iktisadi bütünlük tekrar satışa çıkarılır."* Bu

⁵⁴⁰ Kral TV'yi muhammen bedelin 100 bin dolar üzerine, 45.1 milyon dolara tek alıcı Çukurova'ya sattı. Ertürk'ün başkanı olduğu Fon Kurulu, rekabet şartlarını yeterli bulmadığı ve Çukurova'nın o gün itibarıyla Fon'a borçları olduğu gerekçesiyle satışı onaylamamıştır.

düzenlemede ihalede ikinci bir katılımcının varlığına göre düzenleme yapıldığı, “ikinci en yüksek pey süren/teklif eden olmaması durumunda” gibi bir düzenlemeye yer verilmemesinden ötürü, ikinci bir katılımcının olmadığı bir ihalenin/açık arttırmanın var olamayacağı görüşünden hareket edildiği açıkça görülmektedir. Nitekim kamunun ihale bedelinin tahsil edememesinden kaynaklanan zararının tespiti için de ikinci bir katılımcıya ihtiyaç vardır: “(...) *İki ihale bedeli arasındaki fark, ilk ihale tarihinden farkın tahsiline kadar geçen süre için satış şartnamesinde belirlenen oranda işleyecek faiz ile diğer zararlar, teklifinden veya ticari ve iktisadi bütünlüğü almaktan vazgeçen ihale alıcısından tahsil edilir.*”

Yukarıdaki aktarılan tüm düzenlemeler doğrultusunda aslında ATV-Sabah satışının, daha ihale aşamasında geçersiz bir nitelik kazandığı görülmektedir. Ancak bu hükümlerin uygulanmasından sorumlu TMSF Başkanı Ahmet Ertürk’ün bu yönde bir açıklaması bulunmamaktadır. Tam tersine, Haberturk adlı televizyon kanalında Gazeteci Yavuz Semerci'nin hazırlayıp sunduğu Bilgi Odası'nın 22 Ocak 2008 tarihinde yayınlanan programında konuyla ilgili olarak şu açıklamayı yapmıştır: “*Normalde biz teslim ederken parayı alırız.(...) Burada ilk defa medya varlığının özelliği dolayısıyla, buraya maceracı insanlar girmesin diye bir madde koyduk.(...) Bunu da başardık.(...) Bu konuda hiç kuşumuz yok. Sabah-ATV satışında, bize defaatle teyit etti. Ben de ona inanıyorum.*” Ertürk’ün “medyanın varlığının özelliği dolayısıyla maceracı insanların girmesin diye” koyduğu ön şart olan peşin ödemenin, konuşma tarihinde -yani ihaleden yaklaşık iki ay sonrasında bile-gerçekleşmemesine rağmen, bu barajın başarılı bir şekilde uygulandığını ileri sürmesi, bir bürokratin kişisel kanaatine dayanarak aldığı ve karşılığını ödeyemeyeceği yüksek bir maddi risktir ve haklı olarak bu cesaretin siyasal bir boyutu bulunduğunu düşündürmektedir.

Satışın gerçekleşmesi sürecinde yaşananlar da ayrı bir öneme sahiptir. Çalık Grubu, peşin ödeme garantisiyle girdiği ihalenin bedeli için krediye başvurmak durumunda, kalmış ancak özel bankalardan kredi temin edememiştir. İki devlet bankası; Halk Bankası ve Vakıflar Bankası yüzde 50-yüzde 50 olmak üzere, 750 milyon dolar 12 yıl vadeli kredi vermiştir⁵⁴¹. Toplamda 1.1 milyar doların kalan 350

⁵⁴¹ Bu krediyle ilgili olarak CHP Konya Milletvekili Atilla Kart, Çalık Grubuna kredi veren Halk Bank ile Vakıflar Bankasının denetimi için Bankacılık Denetleme ve Düzenleme Kurumuna (BDDK) başvuruda bulunmuştur. Anadolu Ajansı, 1 Mayıs 2008. Ayrıca gensoru görüşmesi sırasında Bağımsız milletvekili Mesut Yılmaz tarafından krediye imza atmayan banka yöneticilerinin görevden alınarak, yeni iki üye atandığını ve kredinin bu üyelerce onaylandığını ileri sürmüştür. Milliyet Gazetesi, 21 Mayıs 2008.

milyon kısmını da Katar'da yeni kurulan, Al Wasaeel International Media CO karşılamıştır. Öte yandan bu satışla ilgili olarak yargı süreci de devreye girmiştir. Yeniasır gazetesinin ortaklarından Şevket Bilgin'in kızı Şenol Devrim, Sabah ve ATV grubunun, TMSF'nin yaptığı ihaleyle TMSF'nin hizmet kusuru bulunduğunu, grup içindeki küçük ortaklardan Yeniasır gazetesinin maddi olarak büyük zarara uğradığını iddia etmiş ve Çalık Grubu'na satılmasının tedbiren durdurulması veya iptali talebiyle dava açılması için avukatı aracılığıyla başvuruda bulunmuştur⁵⁴². Konu ile ilgili olarak, CHP'nin, ATV-Sabah'ın satışıyla ilgili olarak Başbakan Recep Tayyip Erdoğan hakkında verdiği gensoru önergesinin gündeme alınması, Mecliste 20 Mayıs 2008 tarihinde görüşülerek 134'e karşı 318 oyla reddedilmiştir⁵⁴³.

ATV-Sabah Grubunun el konmasından satışa kadar geçen süre, Türkiye'de medyanın kartel şeklinde siyasal araçsallaştırılmasının ve devamında hukuksal zeminin bu araçlara adapte edilmesinin dikkat çekici bir örneğini, adeta çalışma laboratuvarını oluşturması bakımından incelenmeye değer bir süreçtir. TMSF'nin kuruluş esasına göre, onun bir fon kurumu olması, doğrudan medya üzerindeki etkisinin yasal bakımdan dikkatlerden kaçırmasına –ya da kaçırılmasına- neden olmaktadır. Ancak günümüzde varılan nokta, siyasal iktidarlar, kontrolü altındaki TMSF ile TRT dışında ve çok daha etkili bir şekilde basın, televizyon, radyo, dergi alanlarının tümüne nüfuz edebilen bir tür yayıncılık olanağı elde etmiş görünmektedirler.

3.3. TÜRKİYE'DE MEDYANIN DÖNÜŞÜMÜ ÜZERİNE DEĞERLENDİRME

Küresel ölçekte olduğu gibi, Türkiye'de de liberal ekonomi politikalarının dönüştürücü gücü karşısında medya, demokratik bir sistemin işleyişindeki başat rolü ve kamu hizmeti rolü çoğu zaman göz ardı edilerek, diğer herhangi bir alanda

⁵⁴² Milliyet Gazetesi, "Şevket Bilgin'in kızı Sabah ve Atv'nin Satışına Dava Açtı" 2 Şubat 2008

⁵⁴³ CHP Genel Başkanı Deniz Baykal'ın gensoru görüşmesinde şu açıklamayı yapmıştır. "Sabah-ATV ihalesiyle 10 firma ilgilendi, 3 firma yeterlilik belgesi aldı. Burada önemli olan soru şu: 'İhaleye katılma isteğindeki firmaları Başbakan çekil dedi mi?' Başbakan'ın bu ihaleye ilgi göstermesi önemlidir. Başbakan'ın şu soruyu açıklamaya kavuşturması lazımdır: 14 Kasım 2007'de Prag'a hareket etmeden önce bu konuya talip olan bir işadamlıyla Ankara'da VIP salonunda görüştünüz mü, görüşmediniz mi? (...) Bir de ihalenin Çalık grubuna verilmesi noktasından sonra yaşananlar var. Para hazır denildiği halde kredi ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bu noktada kamu bankalarından kredi alınıyor. Peki yerli ve yabancı özel bankalarla irtibat kuruldu mu, kurulmadı mı? İki kamu bankasından kredi alınmıştır. Bunun açıklanması lazım. Ayrıca alınan kredi, bir proje kredisi. Bu nasıl bir proje kredisi konusu olabilir? Proje kredisi ortada olmayan bir faaliyetin gerçekleştirilmesi amacıyla verilir. Burada Sabah bildiğimiz Sabah, Atv bildiğimiz Atv. Bunun neresi proje? Peki proje kredisi almanın anlamı ne? Proje olursa ödenmesi süreli olur. 3 yıl ödemesiz süre, 10 yıl vade ile alınmış. Böyle başka kimseye verilmiyor. Ayrıca 750 milyon dolar kredi almış bir tek yerli kuruluş var mı ki bu şartlarda veriyorsun?" (15.07.2008).

Erişim adresi: <http://www.ntvmsnbc.com/news/447072.asp>

faaliyet gösteren ticari kuruluşlar haline gelmişlerdir. Dünyanın geri kalanında yaşanan ekonomik ve siyasal gelişmelerden bağımsız olmamakla beraber, sürecin başlıca taşıyıcıları siyasal aktörler olagelmıştır.

Yine küresel ölçekte meydana gelen teknolojik dönüşümün medyadaki etkisi Türkiye’de de yaşanmakta ve teknolojik bakımdan donanımlı medya kartellerinin rekabet gücünü yukarı taşımaktadır. Öte yandan internet kullanımı⁵⁴⁴ dünyada yeni yeni yayılmaya başlarken, Türkiye’nin sadece coğrafi değil teknolojik açıdan da geçiş noktasında bulunduğunu resmeder bir şekilde Asya ve Avrupa ülkelerinin arasında bir oranda yer alan internet kullanımı, toplum düzeyinin genelinde bir değişiklik yaratacak güce erişmesi için daha zamanı olduğunu aktarmaktadır.

Günümüzün, geçmişe göre hayal edilebileceklerin ötesinde kalan, ancak aynı zamanda sermaye ve teknolojik bakımdan kontrol edilerek kısıtlanmış medya ve söylemi, Türkiye’de liberal ekonominin ve Amerika’nın ekonomi üzerindeki etkilerinin görülmeye başlandığı 50’lili yıllardan bu yana uygulanan hukuki ve siyasal uygulamaların sonucudur. Günümüz koşullarında Türkiye’de oluşturulan hukuksal zemin bir yandan medya kartellerinin oluşumuna kolaylık verip süreci hızlandırmaktaysa da diğer yandan da siyasal iktidarın kontrolündeki diğer kurumlar aracılığıyla dizginlenmeye çalışılmaktadır.

Öte yandan Türkiye’deki medya yapısına bakıldığında da kamuoyunun belli sınırlı sermayelerde birikmiş belli sayıdaki televizyon, gazete vb. medya araçlarıyla şekillendirildiği görülmektedir. Medyanın sınırlı sahipliği, bireylerin sadece sınırlı sayıda “belirlenmiş” gündemleri takip etmesini sağlamamakta, aynı zamanda bu konularda ne yönde ve nasıl düşünmesi gerektiğini de garanti etmemektedir. Toplum, “merkez” etrafında yığılarak, bu medyalar dışında kalan kişilerin takip ettiği medya ve okuyucusu, tartışmalar ve fikirleri, marjinalleşmektedir. Aynı zamanda kendini ifade edemeyen fikirler, toplumda yer edinmemekte ve bir süre sonra sessizliğe gömülmektedir.

Bazı durumlarda toplum kendini siyasal sosyal hareket aracılığıyla ifade edebilmektedir. Ancak bu durumlarda bile, hareketin bir kamuoyu oluşturarak siyasal alanda değişiklik yaratacak güce ulaşabilmesi için medyaya ihtiyacı vardır ve bu

⁵⁴⁴ Avrupa ülkelerinde kullanım oran ortalaması %52; Asya ülkelerinde %18; Orta Doğu’da %28,5’dir. World Statistics, Erişim: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>,(17.12.2009).

noktada da Türkiye'deki liberal ekonominin parçası olarak medya şirketleri, ancak kendi çıkarları ile çatışmayacak nitelikteki hareketleri haber yapacaktır ya da haberin niteliği, hareketin önüne geçmektedir. Sağ söylemi ağırlıkta olan Samanyolu televizyonunda işçilerin hak arama talepleriyle ilgili haberlerini, "yine kavga çıkardıkları sokakları yine savaş alanına döndürdüler" gibi başlıklarla vermesi bu formatlamanın örnekleri arasında yer alır. Bu ve buna benzer örnekler Türkiye'deki medyanın, dünyanın diğer yerlerindeki örnekleri gibi siyasal olay ve olguları belli bir çerçeveden verme eğilimindedirler. Bunu yaparken de kartel yapılarının sermaye sahipliği ve siyasal iktidara yakınlığı, ekonomik politik görüşleri etkili olmaktadır.

Yasama organı, kartellerin oluşumuna olanak verecek düzenlemeleri oluştururken, bunların düzenleme olarak yürürlüğe girebilmesi noktasında muhalefetten de destek gördüğü anlaşılmaktadır. Dolayısıyla bu sorun, belli bir parti ya da partiler değil, genel anlayışla ilgili bir sorundur. Bugünün ya da yarının siyasal iktidarının, medya olan ilişkisinde onu kontrol altına alıp araçsallaştırma amacından vazgeçmesi gerekmektedir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

CUMHURBAŞKANLIĞI SEÇİMİ ve 2007 GENEL SEÇİMLERİ SÜRECİNE YÖNELİK ARAŞTIRMA

Araştırmanın iki ayağı bulunmaktadır: “Medya analizi” ve “alan çalışması”.

Gerek Genel Seçimler, Cumhurbaşkanlığı seçimi ve gerekse Cumhuriyet Mitingleri ile ilgili analizlerde aşağıdaki siyasal gelişmelerin göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

Tablo 8: Medya Analizi, Alan Çalışması ve Siyasal Gelişmeler Tarihsel Süreci

Medya Analizi	2007 Yılı İçinde	Alan Çalışması	Siyasal Gelişmeler
1. Dönem Medya Analizi (ilk 3 ay)	1 Ocak 25-26 Ocak 31 Mart	1. Uygulama	Erdoğan'ın Adaylık Tartışmaları
	1 Nisan 14 Nisan 24 Nisan 26 Nisan	2. Uygulama	Tandoğan Mitingi Gül'ün adaylığı
2. Dönem Medya Analizi (son 3 ay)	27 Nisan 29 Nisan 1 Mayıs 6 Mayıs 13 Mayıs 14 Haziran 30 Haziran	3. Uygulama	Cumhurbaşkanı seçimi 1. Tur E-Muhtıra Çağlayan Mitingi Anayasa Mahkemesi İptal Kararı Meclisin 367'yi yakalayamaması Gündoğdu Mitingi
	22 Temmuz		Genel Seçimler

Bu süreçte göz önüne alınması gereken ilk önemli nokta Nisan ayına kadar aday olarak Erdoğan değerlendirilirken, Nisan ayında Abdullah Gül'ün adaylığı açıklanmış olmasıdır. Ayrıca yine 27 Nisan 2007'de Cumhurbaşkanlığı seçimi için birinci tur gerçekleştirilmiş, 357 kabul oyu çıkmasına karşın 367 sayısına ulaşamadığı için, seçim ikinci tura kalmıştır. Aynı gün akşamı Genelkurmay'ın bildirisi yayınlanmıştır.

29 Nisan 2007'de Cumhurbaşkanlığı Seçim sürecini protesto etmek amacıyla İstanbul'da (polis kayıtlarına göre 750 bin kişiyi katıldığı) Çağlayan Mitingi gerçekleştirilmiştir. Anayasanın ilgili hükmü gereği, ilk oturumun açılması için

367 üyenin Mecliste hazır bulunması gerektiği gerekçesi ile 27 Nisan tarihinde yapılan Cumhurbaşkanlığı seçimi birinci oturumun iptali için Cumhuriyet Halk Partisi tarafından Anayasa Mahkemesi'ne dava açılmıştır.

Açılan dava sonucu, Anayasa Mahkemesi'nin 1 Mayıs tarihli ile kararı birinci oturum iptal edilmiş ve bu karar aynı gün saat 16.13'de kamuoyuna açıklanmıştır. 6 Mayıs 2007 tarihinde Mecliste yapılan iki yoklamada da toplantı yeter sayısının bulunamayışı yüzünden 11. Cumhurbaşkanı seçilememiş ve bu seçim, 22 Temmuz Genel Seçimlerinin sonrasına kalmıştır.

Yukarıdaki gelişmeler ışığında değerlendirilmek üzere gerçekleştirilen araştırmanın yöntemi aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

4.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU, PROBLEMİ ve AMACI

Medya ve demokrasi arasındaki ilişkiye bakıldığında demokrasilerde halkın seçimini hür irade ile gerçekleştirebilmesi için ihtiyacı olan bilgi akışını ve iletişim aracılığıyla önemli bir bağ kurulduğu görülmektedir. Bunun arkasındaki düşünce ise ideal olarak demokrasilerde, yönetilenlerinin, yönetenler üzerinde seçim dışında da - siyasal yargı dışında- kullanabileceği kamuoyunun yaptırımı ve denetimi araçlarının gerekliliği ile siyasal seçimlerin ancak serbest tartışmalar ve bilgi akışıyla olabileceğine olan inanca dayanmaktadır.

Süreç içerisinde medyada, pazar liberalizasyonu koşullarıyla ekonomik çıkar, rating, tiraj gibi olguların öncelik kazandığı ve son aşamada “halk bunu istiyor” gerekçesiyle depolitizasyona ya da (kontrollü ve tek yönde) siyasallaşmasına katkı yolunda yayınsal değişim gözlemlenmektedir. Her iki durumda da siyasal iktidar, pazarlık edebileceği bir alan olarak medya kartellerinin medya dışı sektörler, kamu ihalelerine katılmasına olanak yaratacak şekilde büyümesine izin verirken karşılığında medya sektörünün elinde pazarlık unsuru olarak okuyucu ve izleyici kitlesinin yönlendirilebilir kamuoyu ve kamu gündemi yatmaktadır.

Medya toplumdaki kanaatleri yeniden üreterek *baskın kanaatin* kime ait olduğunu duyurmakta ve muhalif görüşlerin de gittikçe sessizleşmesine yol açmaktadır. Aslında başta var olmayan *gerçeklik olgusu* medya üretimiyle gerçek

hale getirilmektedir. Bu durum medyanın kamuoyu üzerindeki manipülasyon, tekleştirme, susturma gibi etkileriyle ortaya çıkabilmektedir.

Siyasal iktidara pazarlık gücü vermesi açısından medyanın *kontrolü büyümesi* bir noktadan sonra mümkün olmayabilmekte, medyanın sosyal rolü sadece fikir ve kanaatleri yeniden biçimlendirmenin de ötesine geçmekte, siyasetin bizzat kendisini etkileyen, biçimlendiren ve üreten bir dördüncü kuvvet olarak belirlemektedir. Dördüncü kuvvet haline dönüşmesinde en etkili unsur medyadaki kartelleşme olgusudur. Basın ve yayım özgürlüğü konusundaki pazar liberali görüşü çerçevesinde varılan bu noktada, medya kartelleri halkı farklı kanallardan tek bir mesaj doğrultusunda eğitime gücünü elinde bulundurmaktadır. Yasa koyucular ise bu özgürlüğün kartelleşmeye varabileceğini öngörebilecek yetenekte olmalarına rağmen, kamu yararı yerine kartel oluşumuna ortam yaratacak düzenlemeler yürürlüğe koymaktadırlar.

Önceki bölümde Türk Medyasının ekonomi-politiği çerçevesinde eleştirel bir analizi yer alırken bu bölümle Lasswell'in klasikleşen "kim, neyi, nasıl, kime ve hangi etkiyle" ilettiği sorularının eksik kalan yanıtları aranacaktır. Yukarıda özetlenen durum çerçevesinde, araştırmadaki amaç da dördüncü kuvvet medyanın bireylerin siyasal tutum ve algılayışlarındaki rolünü saptamak ve bu bağlamda, toplumun siyasal süreçlerini ne yönde ve nasıl etkilediğini tespit etmeye çalışmaktır.

Araştırmanın medya analizi kısmında, siyasal söylemleri doğrultusunda farklılaşan medya organlarının, bu içerik analizine yer verilecek ve bu analizler iktidar ve muhalefetin söylemleri ile ilişkilendirilerek paralellikler ve farklılıklar ortaya çıkartılacaktır.

Araştırmanın alan çalışmasında ise seçilecek deneklerin, belirlenen süreç dilimleri içindeki siyasal ilgi, siyasal bilgi, siyasal tutumları ve siyasal katılmalarındaki değişimleri gözlemlenecektir.

Çalışmada deneklerin, medyanın bizzat kendisine ait tutumları ölçülecek ve siyasal bilgi kaynağı olarak güvenilirliği, öncelikliliği değerlendirilecektir. Deneklerin seçim tercihleri, tahminleri, iktidar-muhalefet söylemleri ile öncelikli olarak takip

ettikleri medya organının söylemi ile ilişkilendirilerek analiz edilecektir. Son aşamada her iki yöntem sonucunda elde edilen veriler birlikte değerlendirilecektir.

4.2. MEDYA ANALİZİ

Medya analizi kapsamında 5 ulusal gazete seçilerek 3 aylık iki dönemden oluşan toplam 6 ay boyunca çıkan ilk sayfa haberleri üzerinde 15 anahtar kelime taraması yapılmış ve bulunan haberler, nitelik ve nicelik bakımından analiz edilmiştir. Bu süreçte medya analizinin yöntemi aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

4.2.1. Analizin Hipotezi

Medya analizi bağlamında şu sorulara yanıt aranacaktır;

- Medya ilgili siyasetin temel aktörleri ve partileri ile ilgili kamu tartışmasını nasıl çerçevelemektedir? (Kimlere ve hangi partilere daha çok yer vermekte, alıntı yapmakta, tekrar etmektedir?)
- Haberlerin hangileri, hangi medya organlarıncı haber yapılırken, hangi medya organları bunları görmezden gelmiştir?
- Medya organlarından hangileri, hangi haberleri resimlerle ve gazetenin daha büyük bir alanını kapsayacak şekilde sunarken, hangi haberleri resimsiz ve daha küçük bir alanında aktarmıştır?
- Hangi kişiler, olaylar ve partiler olumlu, hangileri olumsuz içerikte aktarılmıştır?
- Aynı ya da yakın siyasal pozisyonları paylaşan gazeteler ve siyasal liderlerin söylemleri de paralel midir?

Yukarıda yer alan soruların yanıtlarını bulmak amacıyla medya analizi sürecinin kısmen kapsadığı 3 siyasal gelişme inceleme alanı olarak seçilmiştir: Cumhurbaşkanlığı Seçimi, Cumhuriyet Mitingleri, 22 Temmuz 2007 Genel Seçimleri. Konuyla ilgili olarak araştırmada şu sorulara yanıt aranmaktadır:

- Cumhurbaşkanlığı seçimi, Cumhuriyet Mitingleri ve Genel Seçim konularında hangi gazete daha çok yer vermektedir?
- Seçilen gazetelerin ilk sayfalarında, Meclis'te yer alan siyasal partiler içinde hangi partiler görmezden gelinmiş hangilerine daha çok yer verilmiştir?
- Hangi siyasal lider güçlü ya da mağdur, çatışmacı ya da uzlaşmacı, haklı, başarılı ya da haksız, başarısız vurgularıyla aktarılmış, hangi siyasal liderin diğerlerine üstünlüğü vurgulanmıştır?
- Hangi siyasal gelişme, lider ya da parti olumlu daha çok haber yapılırken, gazetelerin durdukları yere göre olumlu, resimli ve gazetenin daha büyük alanında yer almıştır?
- Tüm yukarıda yer alan soruların yanıtları ile gazetenin duruşu ve medya sahipliğine göre anlamlı bir değişiklik var mıdır?

Araştırmanın yukarıda sıralanan soruları çerçevesinde geliştirilen hipotezi şu şekildedir: *Medya araçları, sahiplerinin buldukları siyasal pozisyona bağlı olarak, haber yapımında ve sunumunda editöryal bir seçicilikte bulunmakta, editöryal perspektiften geçen haberler, okuyuculara ulaştığında, onların siyasal dünyayı algılayışlarında ilgili medya organın sahibinin siyasal duruşuna paralel bir değişikliğe uğratacak biçimde formatlanmaktadır.*

4.2.2. Analizin Değişkenleri

Bağımlı Değişken: Medya Söylemi

Bağımsız Değişken: Siyasal pozisyon, Medya sahipliği ve Editöryal Tercih, Güncel Siyasal Gelişmeler, Siyasal Partiler ve Liderleri

4.2.3. Medya Analizinin Evren ve Örneklemi

Çalışmanın evrenini 1 Ocak 2007–30 Haziran 2007 tarihleri arasında çıkan tüm ulusal basın gazetelerinin ilk sayfaları oluştururken, örneklem de bu evrenden

olasılıklı olmayan örneklem tekniği ile 5 gazeteye ait ilk sayfaların seçilmesiyle gerçekleştirilmiştir.

Örnekleme oluşturan olay sayısı $(5[\text{gazete}] \times 6[\text{ay}])=900$ sayfadan taranmıştır. Bu gazeteler seçilirken evren, şu katmanlara ayrılmıştır: gazetenin siyasal söylemi; gazetenin tirajı; gazetenin sahibi.

Yukarıdaki ölçütler doğrultusunda gruplandırılarak seçilen aşağıdaki beş gazetenin seçilme sebebi ayrıca açıklanmaktadır:

Cumhuriyet gazetesi; Gazete, düşük tirajına rağmen, Cumhuriyet değerleriyle ilgili olarak Meclis'te yer alan ikinci parti konumundaki CHP ile sahip olduğu paralel söylemi ve yine söylemi bazında sol görüşü temsil etmesi ve deneklerden özellikle öğrenciler arasındaki okunurluluğu gerekçesiyle tercih edilmiştir.

Vatan gazetesi: Gazete merkeze yakın sol görüşlü duruşunun dışında, analizin yapıldığı 6 aylık dönemde herhangi bir Medya Holding'inden bağımsız oluşuyla da tercih edilmiştir.

Hürriyet gazetesi; Gazete önceki bölümde aktarıldığı gibi Türkiye'de hem en çok medya kuruluşuna sahip hem de en çok takip edilen medya tekeli Doğan Holding'in lokomotif yayın organı olup *ana-akım* (mainstream), merkez gazetesidir.

Sabah gazetesi: Gazete merkeze yakın yayın politikası dışında, medya analizinin ikinci ayağından sonra, seçimlere 3,5 ay kala TMSF tarafından el koyulmuş olması nedeniyle seçilmiştir. Sabah gazetesiyle birlikte el konulmuş olan ATV kanalının haber programları en çok seyredilen haber programları arasında yer alması nedeniyle ayrı bir öneme sahiptir.

Zaman gazetesi: Gazetenin Fethullah Gülen ile organikliği ispatlanmamış ancak söylem bazındaki doğrudan ilişkisi ve iktidar partisi ile paralellik çizen söylemlerine daha önce değinilmiştir. Bu bağlamda hem sağda hem de iktidar partisi ile paralel bir çizgide yer alması nedeniyle Zaman gazetesi de analize dâhil edilmiştir. Gazetenin en çok tiraja sahip gazete olması da etkenler arasında yer almaktadır.

4.2.4. Medya Analizinin Çözümleme Birimleri

İncelenen gazetelerin ilk sayfa haberleri, yukarıda seçilen siyasal inceleme alanları çerçevesinde belirlemiş 15 anahtar kelime ile taranmış ve elde edilen haberlerin çözümleme birimleri ise aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

- 1) *Fiziksel Birim*: Haberin tam gazete sayfasında kapladığı alan büyüklüğü, resimli olup olmaması ve ilgili anahtar kelime ile ilgili haber sayısı
- 2) *Önermesel Birim*: Güçlü, Mağdur, Olumlu, Tarafsız, Olumsuz, Göreceli üstün

Haberleri yukarıdaki çözümleme birimlerine yönlendirecek 15 anahtar kelime ise şunlardır: Erdoğan, Gül, Baykal, Bahçeli, AKP, AK PARTİ, CHP, MHP, Tandoğan Mitingi, Çağlayan Mitingi, Gündoğdu Mitingi, Cumhuriyet Mitingleri.

4.2.5. Medya Analizinin Sınırlılıkları

Medya analizi gerçekleştirilirken belirlenmiş olan anahtar kelimeleri, maliyet ve zaman açısından ancak basılı gazetelerde taramak mümkün olabilmektedir. Oysa medya, günümüz “gören insanı” (*homo videns*) üzerinde, özellikle televizyon yoluyla etkinlik gösteren bir araçtır.

Ancak çalışmanın siyasal ve sosyal bilimler çalışması olması bağlamında, çalışmanın literatür kısmında belirtildiği üzere, gazetenin, siyasal bilgilendirme ve var olan siyasal tutumları güçlendirme açısından daha etkili bir araç olması nedeniyle bu sınırlılığın kendi içinde çözüldüğüne inanılmıştır. Çalışmanın siyasal ilgileri ve bilgileri televizyonla biçimlendirilen, siyaseten az ilgili denekler, gazeteyi daha az okuyan ve televizyonu da daha çok eğlence amaçlı takip eden deneklerdir.

Ayrıca çalışmanın bütünlüğü açısından, çalışmanın uygulama kısmındaki denekler içerisinde yüksek bir oranda öğrenci kesiminin olması ve bunların da gazeteye erişim olanağının, televizyona erişim olanağından daha çok olması da medya analiz birimi açısından gazetenin daha doğru bir tercih olarak benimsenmiş olmasında önemli bir katkıda bulunmuştur.

Son kertede, genel kabul görmüş olan inanış da bir medya grubu içindeki gazete ve televizyonun, bir medya organındaki “medya akış etkisi” gibi, toplumda aynı sermaye grubundaki tüm medya organlarının paralel söylemler içinde olduğu yolundadır.

Bu süreçte karşılaşılan bir başka sınırlılık da arşivinden yararlanan medya analiz şirketinin hata payının aynen geçirilmek zorunda kalınmış olmasıdır. Söz konusu hata payının en düşük seviyede kalması için, arşivinden yararlanılmış olan medya analiz şirketinden, daha önce diğer bazı büyük üniversitelere “medya analizi” temin ettiğine dair referans alınmıştır.

Ayrıca, elektronik arşivi bulunan gazetelerle şirketin medya arşivi birkaç anahtar kelimeyle karşılaştırılmak suretiyle tutarlılığı test edilmiş ve doğrulanmıştır. Ancak tüm arşiv taranıp test edilemeyeceği için, halen küçük bir oranda da olsa, hata payı bulunabileceğini göz önünde bulundurmak gerekmektedir.

4.2.6. Medya Analizi İle İlgili Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde yukarıda açıklanan yöntem çerçevesinde gerçekleştirilen medya analizinin sonuçlarına yer verilmiştir. Çalışma, Microsoft Excel ve SPSS programları aracılığıyla tablolandırılmış ve istatistiksel olarak siyasal gelişmeler ışığında değerlendirilmiştir.

4.2.6.1. Medya ve Siyasal Partilerin Sunumu

Medya analizinde değerlendirilmeye alınan 5 gazetenin (Cumhuriyet, Vatan, Hürriyet, Sabah, Zaman), 6 ay boyunca çıkardıkları gazetelerin tüm sayfalarında ve özel olarak ilk sayfalarında, araştırmanın yürütüldüğü sırada Meclis’te yer alan AKP, CHP ve MHP’nin adları taranmıştır.

Elde edilen veriler doğrultusunda bu gazetelerin tümünde ve özel olarak da ilk sayfalarında yer alan haber sayılarının dönemlere göre özet değişimini aşağıdaki tablodan gözlemlemek mümkündür:

Tablo 9: Gazetelerin Partilerle İlgili Tüm Gazetede ve İlk Sayfalarındaki Haberleri

Gazete	Dönem	Parti							
		AKP		AK PARTİ		CHP		MHP	
		İlk Sayfa	Tüm Gazete	İlk Sayfa	Tüm Gazete	İlk Sayfa	Tüm Gazete	İlk Sayfa	Tüm Gazete
Cumhuriyet	İlk üç ay	129	1053	0	10	93	777	12	119
	Son üç ay	226	1685	0	12	128	1041	8	193
	Toplam	355	2738	0	22	221	1818	20	312
Vatan	İlk üç ay	52	176	0	26	28	326	12	103
	Son üç ay	112	1035	0	36	83	684	23	222
	Toplam	164	1211	0	62	111	1010	35	325
Hürriyet	İlk üç ay	24	642	0	11	21	393	3	88
	Son üç ay	124	1009	2	25	106	622	12	222
	Toplam	148	1651	2	36	127	1015	15	310
Sabah	İlk üç ay	35	381	5	304	27	478	5	107
	Son üç ay	72	573	21	455	69	682	25	271
	Toplam	107	954	26	759	96	1160	30	378
Zaman	İlk üç ay	0	0	20	324	20	307	8	95
	Son üç ay	6	215	65	729	85	757	17	193
	Toplam	6	215	85	1053	105	1064	25	268
Genel Toplam		780	6769	113	1932	660	6067	125	1613

Cumhuriyet gazetesi AKP ile ilgili haberlerini seçime doğru dönemde arttırırken, oransal olarak ilk sayfa haberlerinin toplam haberler içindeki oranını da arttırmıştır. Gazetenin AKP ile ilgili bu kadar çok sayıda yer alan haberine karşılık AK PARTİ adı altında göz ardı edilebilir sayıda bir haber yapması da editöryal bir seçime işaret etmektedir.

Cumhuriyet gazetesinin, CHP ile ilgili haberlerinin tüm sayfalardaki haberlerinden ilk sayfa haberlerinin oranları iki dönemde de birbirine yakındır ve genel olarak artmıştır. Ancak MHP ile ilgili ilk sayfa haberlerinin tüm sayfalarda yer alan haberler içindeki oranı, ikinci dönemde yarı yarıya azaldığı görülmektedir. Gazete, AKP ve CHP ile ilgili olarak hem ilk sayfa hem de gazetenin tümünde haberlerini arttırmıştır.

Vatan gazetesi AKP ile ilgili haberlerini seçime doğru olan dönemde son derece arttırdığı ancak bunların çoğunu iç sayfalarında vermeyi tercih ettiği görülmektedir. Yine de seçime doğru dönemde AKP ile ilgili ilk sayfa haberlerindeki iki kat artış kayda değer bir gelişmedir.

Vatan gazetesinin, CHP ilk sayfa haberlerinin tüm sayfalar içindeki oranının ikinci dönemde daha yüksek olduğu görülmektedir. MHP ile ilgili haberlerinin her iki dönemdeki ilk sayfa oranları birbiriyle eşit kalmıştır, Bu bağlamda gazetede, seçime doğru olan dönemde genel bir haber sayısı artışı kaydetmiş ve bunlar içinden ilk iki partinin baskın bir şekilde daha çok yer verilmiştir.

Hürriyet gazetesi AKP ile ilgili ilk sayfa haberlerinin tüm haberler içindeki oranıyla beraber genel olarak haber sayılarının da arttığı görülmektedir. AK PARTİ adıyla ilgili habere ilk defa ilk sayfada ikinci dönemde yer vermiştir ve tüm gazete içindeki AK PARTİ adıyla yapılan haberlerde de seçime doğru olan dönemde artış kaydedilmiştir.

Hürriyet gazetesinin, CHP ile ilgili haberlerinin de genel olarak arttığı ve ilk sayfa haberlerinin tüm sayfa haberleri içindeki oranın, ikinci dönemde çok daha yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca gazete, ilk sayfa haberlerinde CHP'ye AKP kadar yer vermiştir. Toplamda AKP ile ilgili haberleri gazetenin tümünde daha çok yer edinmişse de gazetenin vitrini sayılabilecek ilk sayfasında daha dengeli bir tutum benimsediği gözlemlenmektedir.

Hürriyet gazetesinin, MHP ile ilgili haberlerini de artmışsa da diğer iki partinin haberleriyle rekabet gücü bulunacak kadar haber yapılmamıştır.

Sabah gazetesi ilk sayfa haberleri arasında AKP ile ilgili ilk sayfa haberlerinin tüm haberler içindeki oranının ikinci dönemde arttığı görülmektedir. Gazetenin TMSF'nin eline geçtikten sonra da AKP şeklindeki haberlerinin devam etmesi, seçim öncesi dönemde siyasal liderlerin konuşmalarına yer vermesiyle doğrudan ilgilidir. Gazetenin, AK PARTİ adı altında parti ile ilgili yaptığı haberlerin bilinçli seçimi dikkat çekmektedir. Bu isim üzerinden yapılan haberler ikinci dönemde artarken ilk sayfadaki haberlerin tüm haberler içindeki oranı da ikinci dönemde son derece yüksektir.

Sabah gazetesinin CHP ile ilgili haberlerinin de hem genel olarak hem de ilk sayfa haberlerinin tüm sayfa haberleri içindeki oranının ikinci dönemde arttığı görülmektedir. İlk sayfa haberleri açısından AKP ve CHP ile ilgili haberlerin sayısı birbirine yakındır. Öte yandan MHP ile ilgili haberlerin analiz kapsamındaki tüm gazeteler içinde en yüksek Sabah gazetesinde yer alması dikkat çekicidir.

Zaman gazetesi ilk sayfa haberleri arasında AKP haberlerinden, AKP ismiyle olanlarına ilk dönemde hiç yer verilmezken, ikinci dönemde ilk sayfada sınırlı sayıda olmakla beraber daha çok iç sayfalarda yer verildiği görülmektedir. Parti ile ilgili haberlerden AK PARTİ ismiyle olanlarının ilk sayfada yer alanların, tüm sayfalar

içindeki oranının ikinci dönemde arttığı görülmektedir. Zaman gazetesinin, CHP ile ilgili haberlerinin ikinci dönemde hem ilk sayfada hem de genel olarak tüm sayfalarda artmış olmasına rağmen, bu partiyle ilgili haberlerin, gazetenin ağırlıklı olarak iç sayfalarda verildiği gözlemlenmektedir.

Zaman gazetesinin, MHP ile ilgili haberlerinin genel olarak arttığı ancak yine de diğer iki partiyle ilgili haberlerin gerisinde kaldığı gözlemlenmektedir. MHP bir sağ parti olmasına ve Zaman gazetesinin muhafazakâr söylemiyle paralel yanları bulunmasına rağmen, gazetenin doğrudan açık desteğini verdiği bir parti olmadığı gözlemlenmektedir.

Tüm bu oransal artışlar ve düşüşler ilerleyen bölümde ele alınacak ayrıntılı analiz ile anlam kazanabilecektir. Ancak eldeki ilk veriler, “*medya ne söylüyor*” sorusuna yanıt verirken, editöryal çerçevenin kapsamını belirlemektedir. Bu verilerden biri, AK PARTİ adının, gazetelerin siyasal duruşları bağlamında soldan sağa gidildikçe daha çok tercih edilir hale geldiğidir⁵⁴⁵.

Zaman gazetesinin AK PARTİ ve CHP ile ilgili haberlerinin sayısı birbirine yakın olmakla beraber gazetenin CHP ile ilgili ilk sayfa haberlerinin AK PARTİ ile ilgili ilk sayfa haberlerin yüksek oluşu, dikkat çekici bir noktadır.

Gazetelerin MHP ile ilgili yaklaşımları benzer olup genelde tüm gazetelerin ikinci dönem haberlerinde tüm partilerin haberlerinin arttığı da bir başka bulgudur.

Ayrıca CHP ile ilgili en çok haberin Cumhuriyet gazetesi tarafından yapıldığı, diğer gazetelerin ise CHP ile ilgili olarak yakın oranlarda ancak Cumhuriyet gazetesinin haberlerinden daha az haber yaptığı görülmektedir.

Gazetelerin partilerle ilgili olarak genel yayın politikasının çizgileri yukarıda çizilmiş olmakla beraber açıklayıcı ve tamamlayıcı analiz ilk sayfada çıkan haberlerin içerik analiziyle mümkün olabilecektir.

⁵⁴⁵ AK PARTİ adı her ne kadar partinin resmi adı olarak belirlenmişse de TDK kurallarına aykırı bir kısaltmadır. Partinin adının TÜBİTAK kısaltmasında benimsenen yöntemle kısaltıldığı belirtilmesine karşın, bu yöntemle benimsenen kısaltmanın AKP olması gerektiği, AK PARTİ şeklindeki bir yazımın TÜBİTAK KURUMU gibi bir yazıma karşılık geldiği ve ismin bir kaçının ilk harfleri ile kurumun tam adını yazarak bir kısaltma Türkçe’de yer almadığı açıkça görülmektedir.

Aşağıda Cumhuriyet gazetesinin mecliste yer alan 3 parti ile ilgili gazetenin ilk sayfasında çıkan haber politikasının çözümlendirildiği tablolar⁵⁴⁶ yer almaktadır. Bu tablolardan ilki, Cumhuriyet gazetesinin AKP ile ilgili iki dönem boyunca çıkarmış olduğu 355 haberin çözümlenmelerini göstermektedir.

Tablo 10: Cumhuriyet Gazetesi AKP ile İlgili Haberleri

Parti	Olumluluk	Haberin Gazete Alanı İçindeki Oranı					Toplam		
		Küçük Haber		Orta	Büyük Haber				
		0 - 1/24	1/24 - 1/12	1/12 - 1/6	1/6 - 1/2	1/2 - 1			
AKP	Olumsuz	İlk üç ay	n	2	45	36	16	0	99
		% Dönem	2,0%	45,5%	36,4%	16,2%	,0%	100%	
		Son üç ay	n	12	86	38	30	4	170
		% Dönem	7,1%	50,6%	22,4%	17,6%	2,4%	100%	
	Toplam	N	14	131	74	46	4	269	
	% Dönem	5,2%	48,7%	27,5%	17,1%	1,5%	100%		
	Tarafsız	İlk üç ay	N	1	20	5	2	0	28
		% Dönem	3,6%	71,4%	17,9%	7,1%	,0%	100%	
		Son üç ay	N	6	28	13	6	1	54
		% Dönem	11,1%	51,9%	24,1%	11,1%	1,9%	100%	
	Toplam	N	7	48	18	8	1	82	
	% Dönem	8,5%	58,5%	22,0%	9,8%	1,2%	100%		
Olumlu	İlk üç ay	N	0	1	1			2	
	% Dönem	,0%	50%	50%			100%		
	Son üç ay	n	1	0	1			2	
	% Dönem	50%	,0%	50%			100%		
Toplam	n	1	1	2			4		
% Dönem	25%	25%	50%			100%			
Toplam							355		

Yukarıdaki tabloya bakıldığında Cumhuriyet gazetesinin⁵⁴⁷ AKP ile ilgili haberlerinin büyük bir çoğunluğu küçük ve orta büyüklükte bir alanda haber yapılmış olup CHP ve MHP ile ilgili haberlerinin tablolarına bakıldığında aşağı yukarı aynı oranı paylaşmakta olduğu görülecektir.

Gazetenin AKP ile ilgili haberleri dönemsel olarak değerlendirildiğinde ilk üç ayda yaptığı olumsuz haberlerin ve tarafsız haberlerin sayısının ikinci üç ayda iki katına çıkmış olması dikkat çekicidir. Ayrıca ilginç bir şekilde olumlu haberlerin sayısı ve kapladığı alan ortalaması aynı kalmıştır.

Gerek AKP'nin ve gazetenin söylemsel farklılığından ve gerekse Cumhuriyet gazetesi parti ve parti lideriyle ilgili görece yüksek muhalif yayınlarına bağlı olarak

⁵⁴⁶ Tablolarda yer alan oranlar bahsi geçen haberin toplam sayfa içerisinde kapladığı alanın oranını belirtmektedir. En büyük alan 1/2-1 yani yarım sayfa ile tam sayfa arasındaki değeri ifade ederken, en az alan da 0-1/24, yani gazetenin 24'te 1'inden az alanı ifadelendirmektedir. "İlk üç ay" ve "Son üç ay", 1 Ocak 2007-31 Mart 2007 ile 1 Nisan 2007-30 Haziran 2007 dönemlerini ifade etmektedir.

⁵⁴⁷ Cumhuriyet gazetesinin AKP ile ilgili olarak 6 ay boyunca yayınladığı ilk sayfa haberlerinin olumlu olanlarının, tarafsız ve olumsuz olanlara göre daha az yer kapladığı açıkça gözlemlenmektedir. Bu fark, 4 olumlu habere karşın (toplam haber içerisinde yalnızca %1), 82 tarafsız (%23) ve 269 olumsuz haberle (%75) birlikte nicel olarak da açıkça gözlemlenmektedir.

okurları arasında AKP seçmeni olması beklenen bir durum değildir. Ancak siyasal yelpazeden bağımsız kalarak farklı gazetelere açık bireyler göz önüne alındığında Cumhuriyet gazetesi okurları arasında da AKP seçmeni bulunması söz konusu olabilir. Hâlihazırda Cumhuriyet gazetesi yayınları içinde ne AKP ne de partinin lideri için mutlak bir olumsuz tutum yer almamakta, ilgili başlıklar altında (özellikle partinin kendisi için) olumlu veya tarafsız haberlere de yer verilmektedir. Yine de bu tip okurların sayısının çok fazla olmayacağı beklenilmektedir. Ancak özellikle ikinci dönem yükselen muhalif sesle birlikte Cumhuriyet gazetesi okuru AKP seçmeninin de azalacağı beklenmektedir.

Cumhuriyet gazetesinin CHP ile ilgili haberlerine bakıldığında aşağıdaki gibi bir tablo elde edilmektedir:

Tablo 11: Cumhuriyet Gazetesi CHP ile İlgili Haberleri

Parti	Olumluluk	Haberin Gazete Alanı İçindeki Oranı					Toplam		
		Küçük Haber		Orta	Büyük Haber				
		0 -1/24	1/24 – 1/12	1/12 - 1/6	1/6 - ½	1/2 - 1			
CHP	Olumsuz	İlk üç ay	n	0	1		0	1	
		% Dönem		,0%	100%		,0%	100%	
		Son üç ay	n	2	3		1	6	
		% Dönem		33,3%	50%		16,7%	100%	
	Toplam	n	2	4		1	7		
	% Dönem		28,6%	57,1%		14,3%	100%		
	Tarafsız	İlk üç ay	n	0	31	17	11	0	59
		% Dönem		,0%	52,5%	28,8%	18,6%	,0%	100%
		Son üç ay	n	10	24	21	17	1	73
		% Dönem		13,7%	32,9%	28,8%	23,3%	1,4%	100%
	Toplam	n	10	55	38	28	1	132	
	% Dönem		7,6%	41,7%	28,8%	21,2%	,8%	100%	
Olumlu	İlk üç ay	n	1	8	17	6	1	33	
	% Dönem		3,0%	24,2%	51,5%	18,2%	3,0%	100%	
	Son üç ay	n	1	17	14	16	1	49	
	% Dönem		2,0%	34,7%	28,6%	32,7%	2,0%	100%	
Toplam	N	2	25	31	22	2	82		
% Dönem		2,4%	30,5%	37,8%	26,8%	2,4%	100%		
Toplam						221			

Bu tablo, gazetenin AKP ile ilgili haberlerinin tam tersi bir görünüm vermekte, olumsuz haberlerin fazla alan hücrelerini boş bırakmaktadır. Buna karşın olumlu haberlerin alanları dolu ve olumsuz haberlerle karşılaştırıldığında daha fazla sayıda olduğu görülmektedir⁵⁴⁸.

⁵⁴⁸ Nicelik ve nitelik olarak bakıldığında Cumhuriyet gazetesi, CHP ile ilgili olumsuz haberlerini ilk üç ayda 1 adet ile sınırlamışken, seçime doğru olan ikinci dönemde 6 habere çıkarmış olup bunlarından biri gazetenin yarısına yakın bir alan kaplamaktadır (1/6–1/2). Gazetenin CHP ile ilgili tarafsız haberlerinin sayısı 132 olup (toplam haberin %60'ı) iki dönem arasında bir artış olmasına rağmen (birinci dönem 59 haber ikinci dönem 73) dikkate değer bir değişme gözlemlenmemektedir. Benzer bir

Cumhuriyet gazetesinin CHP ile ilgili olumlu haberleri, AKP ile ilgili olumlu haberlerinin oranından fazladır. Yine de Cumhuriyet gazetesinin CHP ile ilgili olarak eleştirel bir tutumu da söylemlerinde kullandığını belirtmek yerine olacaktır. Bu bağlamda bu gazete okuyucularının çoğunlukla CHP seçmeni olması beklenmekle beraber, kararsızların da büyük oranda yer edineceği beklenmektedir.

Cumhuriyet gazetesinin MHP ile ilgili ilk sayfa haberlerine bakıldığında aşağıdaki gibi bir tablo elde edilmektedir:

Tablo 12: Cumhuriyet Gazetesi MHP ile İlgili Haberleri

Parti	Objektiflik	Haberin Gazete Alanı İçindeki Oranı					Toplam	
		Küçük Haber		Orta	Büyük Haber			
		0 - 1/24	1/24 - 1/12	1/12 - 1/6	1/6 - 1/2	½ - 1		
MHP	Olumsuz	İlk üç ay	1	1				2
		% Dönem	50%	50%				100%
	Tarafsız	İlk üç ay		4	2	3		9
		% Dönem		44,4%	22,2%	33,3%		100%
		Son üç ay		0	1	2		3
		% Dönem		0%	33,3%	66,7%		100%
	Toplam	n		4	3	5		12
		% Dönem		33,3%	25,0%	41,7%		100%
	Olumlu	İlk üç ay		1		0		1
		% Dönem		100,0%		0%		100%
		Son üç ay		4		1		5
		% Dönem		80,0%		20,0%		100%
Toplam	n		5		1		6	
	% Dönem		83,3%		16,7%		100%	
Toplam							20	

Cumhuriyet gazetesinin⁵⁴⁹ MHP ile ilgili haberlerinin tablosundan anlaşılacağı üzere, gazete, MHP konusunda eleştirel bir yayın politikasından kaçınmıştır ve bu politika Cumhuriyet Mitingleri süresince gösterilen muhalif partiler dayanışması ile paralellik taşımaktadır. Bu da bir önceki veri gibi, mitingler süresince gösterilen muhalif partilerin dayanışması ile paralel bir sunumdur. Ancak dayanışma içindeki sunumların aslında AKP seçmeninden ziyade CHP ve MHP içinde bir oy paylaşımı gerçekleştirdiği de bir başka gerçektir.

şekilde gazetenin parti ile ilgili olumlu haberlerinin sayısında iki dönem arasında belirgin bir değişiklik olmadığı gözlemlenmektedir. Olumsuz haberlerin toplamdaki oranı ise %3 ile sınırlı kalmıştır.

⁵⁴⁹ Cumhuriyet gazetesinin MHP haberleri içerisinde ilk üç ayda olumsuz sadece 2 küçük haber bulunmakla birlikte ikinci üç ay içerisinde hiçbir olumsuz haber yapılmadığı görülmektedir. Gazetenin ilgili haberlerinin yarısından fazlası tarafsız bir dille aktarılırken olumlu 6 habere yer verildiği gözlemlenmektedir. Olumlu haberler içerisinde 1 haber ilk dönemde kalan 5 olumlu haber de ikinci dönemde aktarılmıştır.

Aşağıda Vatan gazetesinin mecliste yer alan 3 parti ile ilgili gazetenin 6 aylık dönem boyunca ilk sayfasında çıkan haber politikasının çözümlendirildiği tablolar yer almaktadır.

Tablo 13: Vatan Gazetesi AKP ile İlgili Haberleri

Parti	Olumluluk		Haberin Gazete Alanı İçindeki Oranı					Toplam	
			Küçük Haber		Orta	Büyük Haber			
			0 - 1/24	1/24 - 1/12	1/12 - 1/6	1/6 - 1/2	1/2 - 1		
AKP	Olumsuz	İlk üç ay	N	4	3	4	1	0	12
		% Dönem		33,3%	25,0%	33,3%	8,3%	,0%	100,0%
		Son üç ay	N	4	8	7	8	1	28
		% Dönem		14,3%	28,6%	25,0%	28,6%	3,6%	100%
		Toplam	N	8	11	11	9	1	40
		% Dönem		20,0%	27,5%	27,5%	22,5%	2,5%	100%
	Tarafsız	İlk üç ay	N	7	8	8	4	0	27
		% Dönem		25,9%	29,6%	29,6%	14,8%	,0%	100%
		Son üç ay	N	6	13	13	15	1	48
		% Dönem		12,5%	27,1%	27,1%	31,3%	2,1%	100%
		Toplam	N	13	21	21	19	1	75
		% Dönem		17,3%	28,0%	28,0%	25,3%	1,3%	100%
Olumlu	İlk üç ay	N	3	3	3	4	0	13	
	% Dönem		23,1%	23,1%	23,1%	30,8%	,0%	100%	
	Son üç ay	N	4	11	11	9	1	36	
	% Dönem		11,1%	30,6%	30,6%	25,0%	2,8%	100%	
	Toplam	N	7	14	14	13	1	49	
								Toplam	164

Vatan gazetesinin⁵⁵⁰ AKP ile ilgili haberleri, Erdoğan'a göre daha tarafsız bir yol izlerken, eleştirilerini de partiden çok parti liderine yönlendirmiştir. Seçime doğru olan dönemde de parti ile ilgili olumlu yaklaşımının arttığı görülmektedir.

Vatan gazetesi okurları arasında ilk dönemden çok özellikle Nisan ayından itibaren AKP seçmeni olması beklenebilir. Ancak özellikle hem parti lideri hem de partinin bizzat kendisiyle ilgili olumsuz yayınlara bağlı olarak AKP seçmeninin fazla olmaması beklenmektedir. Yine de gazete yayınlarında partinin ve parti liderinin hakkında bolca haber yapılması ve karşısında belirgin bir alternatifin yer almaması, okuyucuları olumsuzdan çok olumlu haberlere yönlendirip, partiyi tercih edilebilir kılması mümkündür.

⁵⁵⁰ Yukarıdaki tabloya bakıldığında, Vatan gazetesinin AKP ile ilgili olarak 6 ay boyunca yayınladığı ilk sayfa haberlerinin tarafsız olanlarının, olumlu ve olumsuz olanlara göre daha fazla yer kapladığı açıkça gözlemlenmektedir. Bu fark, 75 tarafsız habere karşın (toplam haber içerisinde %45), 49 olumlu (%29) ve 49 olumsuz haberle (%24) birlikte nicel olarak da açıkça gözlemlenmektedir. Vatan gazetesinin AKP ile ilgili haberlerinin büyük bir çoğunluğu orta büyüklükte bir alanda haber yapılmış olup; olumlu haberlerin içinde büyük haberlerin oranlarının (%27,8), olumsuz haberlerin içinde büyük haberlerin oranlarından (%25'den) fazla olması dikkat çekmektedir. Vatan gazetesinin AKP ilgili haberleri dönemsel olarak değerlendirildiğinde, ilk üç ayda yaptığı olumsuz ve olumsuz haberler denk görünmekle beraber ikinci üç ayda olumsuz haberler yaklaşık iki kat artarken olumlu haberlerin yaklaşık üç kat arttığı dikkat çekmektedir. Ayrıca tarafsız haber sayısı da yaklaşık iki kat artmıştır.

Vatan gazetesinin CHP ile ilgili haberlerinin dönemlere ve olumluluk durumuna göre gazete üzerinde kapladığı alan dağılımı tablosu aşağıda yer almaktadır.

Tablo 14: Vatan Gazetesi CHP ile İlgili Haberleri

Parti	Olumluluk	Haberin Gazete Alanı İçindeki Oranı					Toplam		
		Küçük Haber		Orta	Büyük Haber				
		0 - 1/24	1/24 - 1/12	1/12 - 1/6	1/6 - 1/2	1/2 - 1			
CHP	Olumsuz	İlk üç ay	N	1	4	1	1	1	8
		% Dönem		12,5%	50%	12,5%	12,5%	12,5%	100%
		Son üç ay	N	1	7	8	1	0	17
		% Dönem		5,9%	41,2%	47,1%	5,9%	,0%	100%
		Total	N	2	11	9	2	1	25
		% Dönem		8%	44%	36%	8%	4%	100%
	Tarafsız	İlk üç ay	N	3	6	4	2	0	15
		% Dönem		20,0%	40%	26,7%	13,3%	,0%	100%
		Son üç ay	N	5	17	7	14	2	45
		% Dönem		11,1%	37,8%	15,6%	31,1%	4,4%	100%
		Toplam	N	8	23	11	16	2	60
		% Dönem		13,3%	38,3%	18,3%	26,7%	3,3%	100%
	Olumlu	İlk üç ay	N	0	1	3	1		5
		% Dönem		,0%	20%	60%	20%		100%
		Son üç ay	N	1	8	5	7		21
		% Dönem		4,8%	38,1%	23,8%	33,3%		100%
		Toplam	N	1	9	8	8		26
		% Dönem		3,8%	34,6%	30,8%	30,8%		100%
Toplam							111		

Yukarıdaki bu tablo⁵⁵¹, gazetenin AKP ile ilgili haberlerinin tam tersi bir görünüm vermekte, olumlu haberlerin tam sayfaya yakın hücrelerini boş bırakmaktadır. Olumsuz haberlerin alanları ile olumlu haberlere göre daha çok yer kapladığı gözlemlenmektedir. Bu durum ilk bakışta iktidar partisine göre, muhalefet partisinden daha çok eleştirildiği izlenimini vermektedir. En çok haber türü ise tarafsız haberdur. Vatan gazetesinin CHP ile ilgili olarak eleştirel yanı olumlu yanına göre ağır basan ancak genel olarak dengeli yayın politikası benimsediği izlenimi vermektedir.

Gazetenin CHP ile ilgili olumlu haberlerinin sayısında iki dönem arasında belirgin bir artış olduğu (ilk dönem 5 haber iken ikinci dönemde 21 haber) gözlemlenmektedir. Vatan gazetesinin CHP ile ilgili olarak olumlu ve olumsuz eleştirel bir tutumu söylemlerinde birlikte kullandığını belirtmek yerine olacaktır.

⁵⁵¹ Aşağıdaki tabloya nicelik ve nitelik olarak dağılıma bakıldığında Vatan Gazetesi, CHP ile ilgili olumsuz haberlerini ilk üç ayda 8 adet ile sınırlamışken, seçime doğru olan ikinci dönemde bunu 17 habere çıkarmış olup bunlarından biri gazetenin yarısına yakın bir alan kapladığı görülmektedir. (1/6-1/2 gazete sayfası oranında). Gazetenin CHP ile ilgili tarafsız haberlerinin sayısı 60 (toplam haberin %54'ü) olup ilk üç aydaki tarafsız haberler, ikinci üç ayda üç katına çıkmıştır

Seçime doğru olan dönemde de parti ile ilgili olumlu yaklaşımının arttığı görülmektedir. Buradan yola çıkarak, Vatan gazetesi okurları arasında ilk dönemden çok özellikle Nisan ayından itibaren CHP seçmeni olması beklenebilir.

Vatan gazetesinin MHP ile ilgili haberlerinin dönemlere ve olumluluk durumuna göre gazete üzerinde kapladığı alan dağılımı tablosu aşağıdaki gibidir.

Tablo 15: Vatan Gazetesi MHP ile İlgili Haberleri

Parti	Olumluluk	Haberin Gazete Alanı İçindeki Oranı					Toplam		
		Küçük Haber		Orta	Büyük Haber				
		0 - /24	1/24 -1/12	1/12 - 1/6	1/6 - 1/2	1/2 - 1			
MHP	Olumsuz	İlk üç ay	N	2	1	0	1	1	5
		% Dönem	40,0%	20,0%	0%	20,0%	20,0%	100%	
		N	0	0	1	1	0	2	
	Olumsuz	% Dönem	0%	0%	50,0%	50,0%	0%	100%	
		N	2	1	1	2	1	7	
		% Dönem	28,6%	14,3%	14,3%	28,6%	14,3%	100%	
	Tarafsız	İlk üç ay	N	2	0	1	2		5
		% Dönem	40,0%	0%	20,0%	40,0%		100%	
		N	4	2	0	2		8	
	Tarafsız	% Dönem	50,0%	25,0%	0%	25,0%		100%	
		N	6	2	1	4		13	
		% Dönem	46,2%	15,4%	7,7%	30,8%		100%	
	Olumlu	İlk üç ay	n	0	1	1	0		2
		% Dönem	0%	50,0%	50,0%	0%		100%	
		n	4	4	3	2		13	
Olumlu	% Dönem	30,8%	30,8%	23,1%	15,4%		100%		
	n	4	5	4	2		15		
	% Dönem	26,7%	33,3%	26,7%	13,3%		100%		
Toplam							35		

Vatan gazetesinin⁵⁵² MHP ile ilgili olarak ilk dönemde takip ettiği eleştiri politikasının ikinci dönemde terk ettiği ve olumlu haberlere ağırlık verildiği görülmektedir. Bu değişimde muhalif partiler arasında kurulan dolaylı ittifakın etkisi olduğu düşünülmektedir.

Seçime doğru olan dönemde de parti ile ilgili olumlu yaklaşımının arttığı görülmektedir. Buradan yola çıkarak, Vatan gazetesi okurları arasında ilk dönemden çok özellikle Nisan ayından itibaren MHP seçmeni olması beklenebilir. Ancak ilk dönemde gerek siyasal pozisyon farkından ve gerekse gazetenin yayın politikasına bağlı olarak MHP seçmeninden ziyade CHP seçmeninin varlığı daha yüksek bir ihtimal olarak görünmektedir.

⁵⁵² Yukarıdaki tablo MHP ile ilgili olarak olumlu, tarafsız ve olumsuz haberlerinin dönemlere ve kapladığı alana göre dağılımını vermektedir. Bu tablo, gazetenin olumlu haberlerin tam sayfaya yakın hücrelerini boş bırakmaktadır. Genel olarak bakıldığında MHP ile ilgili haber sayılarının fazla olmayışı dikkati çekmektedir. Ayrıca olumsuz haberler içinde tam sayfaya yakın haber yer alırken diğer haberler çoğunlukla küçük haberler olmuştur. En çok haber türü ise olumlu haberdir ve bu 15 haberin 13'ü ikinci dönemde yapılmıştır.

Aşağıdaki tabloda Hürriyet gazetesinin AKP ile ilgili olarak ilk sayfada çıkan haberlerinin olumlu olup olmamasına ve dönemlere göre gazete sayfasında kapladığı haberlerin alan dağılım oranları yer almaktadır. Anahtar kelime taraması yapılırken hem AKP hem de AK PARTİ şeklinde iki ayrı taramaya yer verilmiştir.

Tablo 16: Hürriyet Gazetesi AKP/AK PARTİ ile İlgili Haberleri

Parti	Olumluluk	Haberin Gazete Alanı İçindeki Oranı					Toplam	
		Küçük Haber		Orta	Büyük Haber			
		0 -1/24	1/24 -1/12	1/12 -1/6	1/6 -1/2	1/2 -1		
AKP	Olumsuz	İlk üç ay	N	1	2	1	2	6
		% Dönem		16,7%	33,3%	16,7%	33,3%	100%
		Son üç ay	N	4	9	11	8	32
		% Dönem		12,5%	28,1%	34,4%	25,0%	100%
	Toplam	N	5	11	12	10	38	
	% Dönem		13,2%	28,9%	31,6%	26,3%	100%	
	Tarafsız	İlk üç ay	N	1	7	2	4	14
		% Dönem		7,1%	50,0%	14,3%	28,6%	100%
		Son üç ay	N	12	25	11	22	74
		% Dönem		16,2%	33,8%	14,9%	29,7%	100%
	Toplam	N	13	32	13	26	88	
	% Dönem		14,8%	36,4%	14,8%	29,5%	100%	
Olumlu	İlk üç ay	N	0	2	0	2	4	
	% Dönem		0%	50,0%	0%	50,0%	100,0%	
	Son üç ay	N	4	4	4	6	18	
	% Dönem		22,2%	22,2%	22,2%	33,3%	100,0%	
Toplam	N	4	6	4	8	22		
% Dönem		18,2%	27,3%	18,2%	36,4%	100,0%		
AK PARTİ	Tarafsız	Son üç ay	N			2	2	
% Dönem				100,			100%	
Toplam							150	

Hürriyet gazetesinin⁵⁵³ Erdoğan için iki dönemde karşılaştırmalı yayınları ileride ele alınacaktır ancak, şimdilik gazetenin lider bazındaki eleştirel tutumunun parti bazında daha olumluya dönüştüğü ancak eleştirel tutumun korunduğu gözlemlendiği belirtmek gerekir. Hürriyet gazetesi ile ilgili bu veriler Vatan gazetesinin verileriyle karşılaştırıldığında daha eleştirel kalmaktadır.

Bu veriler ışığında, Hürriyet gazetesi okurları arasında ilk dönemden çok özellikle Nisan ayından itibaren AKP seçmeni olması beklenebilir. Ancak özellikle

⁵⁵³ Yukarıdaki tabloya göre, AKP ile ilgili olarak 6 ay boyunca yayınladığı ilk sayfa haberlerinin toplam (150 haber) tarafsız olanlarının (88 haber), olumlu ve olumsuz olanlara göre daha fazla yer kapladığı açıkça gözlemlenmektedir. Son üç ayda çıkan 4 tarafsız haber tam sayfaya yakın yer bulmuşken olumlu ya da olumsuz tam sayfaya yakın haber bulunmamaktadır. Bu fark, 88 tarafsız habere karşın (toplam haber içerisinde %58), 22 olumlu (%14) ve 38 olumsuz haberle (%25) birlikte nicel olarak da açıkça gözlemlenmektedir. Hürriyet gazetesinin AKP ile ilgili haberlerinin çoğunluğu orta büyüklükte bir alanda haber yapılmış olup olumlu haberlerin içinde büyük haberlerin oranlarının (%36,3), olumsuz haberlerin içinde büyük haberlerin oranlarından (%26,3'den) fazla olması dikkat çekmektedir. İkinci üç ayda olumsuz haberler yaklaşık altı kat artarken (32) olumlu haberlerin yaklaşık dört buçuk kat (18) arttığı dikkat çekmektedir. Ayrıca tarafsız haber sayısı da yaklaşık beş kat artmıştır. Seçime doğru olan dönemde de parti ile ilgili tarafsız yaklaşımının arttığı görülmektedir. Gazetenin AK PARTİ anahtar kelimesi ile ilk sayfasında çıkan 2 haber bulunmuştur. Bu iki haber de son üç ayda çıkan tarafsız haber olup orta büyüklükte yer kaplamıştır.

hem parti lideri hem de partinin bizzat kendisiyle ilgili olumsuz yayınlara bağlı olarak AKP seçmeninin fazla olmaması beklenmektedir. Ayrıca parti lideri ve parti arasındaki eleştiri farkı da denekleri kararsızlığa itebilecektir.

CHP ilgili Hürriyet gazetesi haberlerinin dönemlere, olumluluğa ve gazete alanındaki oranına göre değerlendirildiği tablo aşağıda yer almaktadır:

Tablo 17: Hürriyet Gazetesi CHP ile İlgili Haberleri

Parti	Olumluluk	Haberin Gazete Alanı İçindeki Oranı					Toplam		
		Küçük Haber		Orta	Büyük Haber				
		0 - 1/24	1/24 - 1/12	1/12 - 1/6	1/6 - 1/2	1/2 - 1			
CHP	Olumsuz	İlk üç ay	n	0	0	1		1	
		% Dönem		0%	0%	100,0%		100%	
		Son üç ay	n	2	6	4		12	
		% Dönem		16,7%	50,0%	33,3%		100%	
		Toplam	n	2	6	5		13	
		% Dönem		15,4%	46,2%	38,5%		100%	
	Tarafsız	İlk üç ay	n	1	5	4	3	0	13
		% Dönem		7,7%	38,5%	30,8%	23,1%	0%	100%
		Son üç ay	n	16	14	10	14	2	56
		% Dönem		28,6%	25,0%	17,9%	25,0%	3,6%	100%
		Toplam	n	17	19	14	17	2	69
		% Dönem		24,6%	27,5%	20,3%	24,6%	2,9%	100%
Olumlu	İlk üç ay	n	3	3	1	0		7	
	% Dönem		42,9%	42,9%	14,3%	0%		100%	
	Son üç ay	n	6	12	14	6		38	
	% Dönem		15,8%	31,6%	36,8%	15,8%		100%	
	Toplam	N	9	15	15	6		45	
	% Dönem		20,0%	33,3%	33,3%	13,3%		100%	
Toplam							127		

Yukarıdaki tablo⁵⁵⁴ gazetenin AKP ile ilgili haberlerinin benzer bir görünümünü vermektedir.

Gazetenin CHP ile ilgili olarak olumlu yönde bir politika benimsediği ve AKP ile karşılaştırıldığında muhalefete daha yakın durduğu dikkati çekmektedir. Hürriyet gazetesinin CHP ile ilgili olarak olumlu ve olumsuz eleştirel bir tutumu söylemlerinde birlikte kullandığını ancak olumlu ve tarafsız söylemin ağır bastığını belirtmek yerine olacaktır.

⁵⁵⁴ Tarafsız haberler tam sayfaya yetişirken olumsuz ve olumlu haberler arasında tam sayfaya yakın haber bulunmamaktadır. Ayrıca nicel olarak da tarafsız haber sayısı 69 olup olumsuz haber sayısı 13 ve olumlu haber sayısı 45'te kalmıştır.

Nicelik ve nitelik olarak bakıldığında Hürriyet Gazetesi, CHP ile ilgili olumsuz haberlerini ilk üç ayda 1 adet ile sınırlamışken, seçime doğru olan ikinci dönemde bunu 12 habere çıkarmış olup bunların hepsi de orta ve küçük haberlerden oluşmaktadır. Gazetenin CHP ile ilgili tarafsız haberlerinin sayısı 69 (toplam haberin %54'ü) olup ilk üç aydaki tarafsız haberler, ikinci üç ayda dört katına çıkmıştır. Gazetenin CHP ile ilgili olumlu haberlerinin sayısında iki dönem arasında belirgin bir artış olduğu (ilk dönem 7 haber iken ikinci dönemde 38 haber) gözlemlenmektedir.

Buradan yola çıkarak, Hürriyet gazetesi okurları arasında ilk dönemden çok özellikle Nisan ayından itibaren CHP seçmeni olması beklenebilir. Ancak parti liderinin bizzat kendisiyle ilgili olumsuz yayınlara bağlı olarak CHP seçmeni olup kararsız kalan deneklerin olması beklenebilir.

Hürriyet gazetesinin MHP ile ilgili haberlerinin dönemlere ve olumluluk durumuna göre gazete üzerinde kapladığı alan dağılımı tablosu aşağıdaki gibidir;

Tablo 18: Hürriyet Gazetesi MHP ile İlgili Haberleri

Parti	Olumluluk	Haberin Gazete Alanı İçindeki Oranı					Toplam	
		Küçük Haber		Orta	Büyük Haber			
		0 - 1/24	1/24 – 1/12	1/12 - 1/6	1/6 - 1/2	1/2 – 1		
MHP	İlk üç ay	n	1	1		0	2	
		% Dönem	50,0%	50%		,0%	100%	
	Son üç ay	n	2	0		4	6	
		% Dönem	33,3%	,0%		66,7%	100%	
	Toplam	n	3	1		4	8	
		% Dönem	37,5%	12,5%		50,0%	100%	
	Olumlu	İlk üç ay	n		1	0		1
			% Dönem		100%	,0%		100%
Son üç ay		n		4	2		6	
		% Dönem		66,7%	33,3%		100%	
Toplam		n		5	2		7	
% Dönem		71,4%	28,6%			100%		
Toplam							15	

Genel olarak bakıldığında Hürriyet gazetesinde⁵⁵⁵ MHP ile ilgili haber sayılarının fazla olmayışı dikkati çekmektedir. Bunda MHP'nin mecliste yer alan üçüncü, muhalefette ikinci parti olmasının etkisi büyük olmakla beraber, MHP ve Doğan Grubu arasındaki söylemsel farklılığın etkisi büyüktür. Ayrıca olumsuz haberler içinde 4 büyük haber yer alırken olumlu haberler içinde yalnızca orta ve küçük haberler bulunmaktadır. Ancak yine de ilk döneme göre olumlu haberlerin arttığı da dikkati çeken bir başka noktadır. Bu değişimde tıpkı Vatan gazetesi yayınlarında olduğu gibi muhalif partiler arasında, siyasal iktidara karşı kurulan dolaylı ittifakın etkisi olduğu düşünülmektedir. İkinci dönemde etkisi gittikçe hissedilen muhalefetin söylemsel birliğine bağlı olarak özellikle diğer iki partide kararsız olan deneklerin MHP'yi alternatif olarak görebilecekleri düşünülmektedir. Ayrıca CHP'nin Cumhurbaşkanlığı seçim sürecindeki tavrı sağ eğilimli merkez

⁵⁵⁵ İlk üç ayda 2 küçük olumsuz habere karşın sadece 1 küçük olumlu habere yer verilmiştir. İkinci üç ayda ise 4 büyük olumsuz habere karşın 4 küçük ve 2 orta büyüklükte habere yer verilmiştir. Toplamda haberlerin %53'ü olumsuz, %47'si olumlu gibi görünse de kaplanılan alan açısından değerlendirildiğinde yoğunluklu olarak eleştirel bir tutumun izlendiği dikkati çekmektedir.

seçmenleri üzerinde *bumerang etkisi* yaratarak MHP'ye yönelmelerine yol açmış olabilir. Tüm bu dış gelişmelerin etkisini Hürriyet gazetesi yayınlarının etkisinden ayırmak olanaksız görünmektedir.

Tablo 19: Sabah Gazetesi AKP/AK PARTİ ile İlgili Haberleri

Parti	Olumluluk	Haberin Gazete Alanı İçindeki Oranı					Toplam	
		Küçük Haber		Orta	Büyük Haber			
		0 -1/24	1/24 -1/12	1/12 -1/6	1/6 -1/2	½ -1		
AKP	Olumsuz	İlk üç ay	n 4	3	1	1		9
		% Dönem	44,4%	33,3%	11,1%	11,1%		100%
	Olumsuz	Son üç ay	n 0	1	2	2		5
		% Dönem	,0%	20,0%	40,0%	40,0%		100%
	Olumsuz	Toplam	n 4	4	3	3		14
		% Dönem	28,6%	28,6%	21,4%	21,4%		100%
	Tarafsız	İlk üç ay	n 5	3	3	4	1	16
		% Dönem	31,3%	18,8%	18,8%	25,0%	6,3%	100%
		Son üç ay	n 10	6	4	8	3	31
		% Dönem	32,3%	19,4%	12,9%	25,8%	9,7%	100%
	Tarafsız	Toplam	n 15	9	7	12	4	47
		% Dönem	31,9%	19,1%	14,9%	25,5%	8,5%	100%
Olumlu	İlk üç ay	n 0	8	1	1	0	10	
	% Dönem	,0%	80,0%	10,0%	10,0%	,0%	100%	
	Son üç ay	n 11	10	7	7	1	36	
	% Dönem	30,6%	27,8%	19,4%	19,4%	2,8%	100%	
Olumlu	Toplam	n 11	18	8	8	1	46	
	% Dönem	23,9%	39,1%	17,4%	17,4%	2,2%	100%	
AKP için Toplam							107	
AK PARTİ	Olumsuz	İlk üç ay	n		1			1
		% Dönem			100%			100%
	Olumsuz	Son üç ay	n		1			1
		% Dönem			100%			100%
	Olumsuz	Toplam	n		2			2
		% Dönem			100%			100%
	Tarafsız	İlk üç ay	n 2	0	0	1	0	3
		% Dönem	66,7%	,0%	,0%	33,3%	,0%	100%
		Son üç ay	n 0	5	1	1	1	8
		% Dönem	,0%	62,5%	12,5%	12,5%	12,5%	100%
	Tarafsız	Toplam	n 2	5	1	2	1	11
		% Dönem	18,2%	45,5%	9,1%	18,2%	9,1%	100%
Olumlu	İlk üç ay	n 0	0	1	0		1	
	% Dönem	,0%	,0%	100%	,0%		100%	
	Son üç ay	n 4	1	4	3		12	
	% Dönem	33,3%	8,3%	33,3%	25,0%		100%	
Olumlu	Toplam	n 4	1	5	3		13	
	% Dönem	30,8%	7,7%	38,5%	23,1%		100%	
AK PARTİ için Toplam							26	
Genel Toplam							133	

Sabah gazetesinin⁵⁵⁶ AKP/AK PARTİ kelimeleriyle ve partinin bizzat kendisiyle ilgili yayın politikasındaki değişikliğin TMSF'nin el koyma işlemiyle paralel

⁵⁵⁶ AKP ile ilgili olarak 6 ay boyunca yayınladığı ilk sayfa haberlerinin (107 haberden) tarafsız olanları (47 adet) ile olumlu olanları (46 adet) birbirine çok yakın olduğu ve bunların da olumsuz olanlara göre daha fazla yer kapladığı açıkça gözlemlenmektedir. Son üç ayda çıkan 4 tarafsız ve 1 olumlu haber tam sayfaya yakın yer bulmuşken olumsuz haberlerden tam sayfaya yakın haber bulunmamaktadır. Bu fark, 47 (%31) tarafsız, 46 (%30) olumlu habere karşın 38 olumsuz haberle (%25) birlikte nicel olarak da açıkça gözlemlenmektedir. İki üç ayda çıkan AKP haberleri içinde 9 olumsuz haberle karşın 16 tarafsız ve 10 olumlu haberle dengeli bir tutum gözlemlenirken ikinci üç ayda (TMSF'nin el koymasından sonraki dönemde) 5 olumsuz habere karşın, 31 tarafsız ve 36 olumlu habere yer verildiği

gerçekleşmesi gazetenin yayıncılık politikasını doğrudan etkilediği izlenimi vermektedir. Söz konusu etkilenme gazetenin AKP veya AK PARTİ isimlerini kullanması üzerinde de etkili olduğu görülmektedir. Gazetenin, Erdoğan için iki dönemde karşılaştırmalı yayınları hatırlanacak olursa eğer, gazetenin gerek lider ve gerekse parti bazında ikinci üç aylık dönemde hem eleştiriyi azalttığı hem de olumlu ve tarafsız haberlerin arttığı dikkat çekmektedir. Gazete bu haliyle TMSF'nin el koymasıyla birlikte tam bir sağ merkez gazetesi haline geldiği anlaşılmaktadır. Bu bağlamda gazetenin seçmen profilinin ilk dönemde ve özellikle artan bir şekilde ikinci dönemde AKP seçmeninden oluştuğu izlenimi vermektedir. Ayrıca gazetenin el değiştirmesinin etkisinden habersiz merkez seçmenleri, gazetede artan sağ eğilimin etkisiyle kararsızlar grubunu oluşturabileceğini ileri sürmek mümkündür.

CHP ilgili Sabah gazetesi haberlerinin dönemlere, olumluluğa ve gazete alanındaki oranına göre değerlendirildiği tablo aşağıda yer almaktadır:

Tablo 20: Sabah Gazetesi CHP ile İlgili Haberleri

Parti	Olumluluk	Haberin Gazete Alanı İçindeki Oranı					Toplam		
		Küçük Haber		Orta	Büyük Haber				
		0 -1/24	1/24 -1/12	1/12 -1/6	1/6 -1/2	½ -1			
CHP	Olumsuz	İlk üç ay	N	1	5	3	0	0	9
		% Dönem		11,1%	55,6%	33,3%	,0%	,0%	100%
		Son üç ay	N	1	6	4	2	1	14
		% Dönem		7,1%	42,9%	28,6%	14,3%	7,1%	100%
		Toplam	N	2	11	7	2	1	23
		% Dönem		8,7%	47,8%	30,4%	8,7%	4,3%	100%
	Tarafsız	İlk üç ay	N	3	4	3	2	2	14
		% Dönem		21,4%	28,6%	21,4%	14,3%	14,3%	100%
		Son üç ay	n	8	9	5	8	5	35
		% Dönem		22,9%	25,7%	14,3%	22,9%	14,3%	100%
		Toplam	n	11	13	8	10	7	49
		% Dönem		22,4%	26,5%	16,3%	20,4%	14,3%	100%
Olumlu	İlk üç ay	N	0	1	2	1		4	
	% Dönem		,0%	25,0%	50,0%	25,0%		100%	
	Son üç ay	n	5	5	5	5		20	
	% Dönem		25,0%	25,0%	25,0%	25,0%		100%	
	Toplam	n	5	6	7	6		24	
	% Dönem		20,8%	25,0%	29,2%	25,0%		100%	
Toplam							96		

Yukarıdaki tablo⁵⁵⁷ gazetenin AKP ile ilgili haberlerinin tersi bir görünümünü vermektedir. Tarafsız haberler ve olumsuz haberler tam sayfaya yetişirken olumlu haberler arasında tam sayfaya yakın haber bulunmamaktadır.

dikkati çekmektedir. AKP ile ilgili olarak eleştirel tutumun yarı yarıya azaldığı ve AKP'nin daha çok haber yapıp üç katı olumlu ve iki katı tarafsız haberine yer verildiği görülmektedir.

⁵⁵⁷ Ayrıca nicel olarak ise tarafsız haber sayısı 49 olup olumsuz haber sayısı 23 ve olumlu haber sayısı 24'te kalmıştır. Gazetenin CHP ile ilgili olarak özellikle AKP ile kıyaslandığında daha eleştirel bir politika

Sabah gazetesinin CHP ile ilgili olarak olumlu ve olumsuz eleştirel bir tutumu söylemlerinde birlikte kullandığını ancak olumlu ve tarafsız söylemin özellikle haberlerin gazetede kapladıkları alan bakımından ağır bastığını belirtmek yerine olacaktır. Bu durum gazete içinde merkez yazarlarının haberlerinin daha küçük bir alanda verildiği ancak sağ eğilimli yazarların haberlerinin daha çok yer kapladığını göstermektedir. Söz konusu tercih belirgin bir editöryal tercih olup TMSF'nin etkisi olarak değerlendirilebilmekle birlikte iki olgu arasında kesin bir kanıt sunmak mümkün görünmemektedir. Gazetenin TMSF'nin el koymasından sonra aldığı sağ eğilimli yazarlara karşın, sol merkez eğilimli yazarların işten çıkarılmış olması az önceki çalışma bulgularıyla paralel noktalar. Buradan yola çıkarak, Sabah gazetesi okurları arasında ilk dönemden çok özellikle Nisan ayından itibaren CHP seçmeninin azalmış olması beklenebilir. Bu bağlamda Parti liderinin bizzat kendisiyle ve parti ilgili olumsuz yayınlara bağlı olarak CHP seçmeni olup kararsız kalan deneklerin olabileceği ve yine merkez seçmeni olup muhalefet içinde CHP'ye oy verme eğiliminde olan ve yayınlardan dolayı kararsızlık yaşayıp MHP'ye yönelme potansiyeli bulunduran kararsızlar grubu da bulunabileceği düşünülmektedir.

Sabah gazetesinin MHP ile ilgili haberlerinin analiz edildiği tablo da aşağıda yer almaktadır:

Tablo 21: Sabah Gazetesi MHP ile İlgili Haberleri

Parti	Olumluluk	Haberin Gazete Alanı İçindeki Oranı					Toplam		
		Küçük Haber		Orta	Büyük Haber				
		0 -1/24	1/24 -1/12	1/12 -1/6	1/6 -1/2	1/2 -1			
MHP	Olumsuz	İlk üç ay	n	0	1		0	1	
		% Dönem		,0%	100%		,0%	100%	
		Son üç ay	n	2	1		1	4	
		% Dönem		50,0%	25,0%		25,0%	100%	
		Toplam	n	2	2		1	5	
		% Dönem		40,0%	40,0%		20,0%	100%	
	Tarafsız	İlk üç ay	n	3	0	0	0	1	4
		% Dönem		75,0%	,0%	,0%	,0%	25,0%	100%
		Son üç ay	n	7	4	1	1	1	14
		% Dönem		50,0%	28,6%	7,1%	7,1%	7,1%	100%
		Toplam	n	10	4	1	1	2	18
		% Dönem		55,6%	22,2%	5,6%	5,6%	11,1%	100%
Olumlu	İlk üç ay	n	2	3	2			7	
	% Dönem		28,6%	42,9%	28,6%			100%	
						Toplam	30		

benimsediği izlenimi vermektedir. Nicelik ve nitelik olarak bakıldığında Sabah Gazetesi, CHP ile ilgili olumsuz haberlerini ilk üç ayda 9 adet ile sınırlamışken, seçime doğru olan ikinci dönemde bunu 14 habere çıkarmış olup bunların 3 tanesi büyük haber kategorisindedir. Gazetenin CHP ile ilgili tarafsız haberlerinin sayısı 49 (toplam haberin %47'si) olup ilk üç aydaki tarafsız haberler, ikinci üç ayda iki katına çıkmıştır. Gazetenin CHP ile ilgili olumlu haberlerinin sayısında iki dönem arasında belirgin bir artış olduğu (ilk dönem 4 haber iken ikinci dönemde 20 haber) gözlemlenmektedir.

Sabah gazetesinin⁵⁵⁸ MHP ile ilgili olarak CHP'ye göre çok daha az eleştirel yaklaştığı ancak AKP karşısında bir rakip çıkartacak kadar da olumlu bir yayın çerçevesine girmediği anlaşılmaktadır. Bu bağlamda okurları arasında genel olarak gazetenin gerek partinin kendisiyle ilgili ve gerekse partinin lideriyle ilgili takip ettiği göreceli az olmakla beraber eleştirel yayın politikalarına bağlı olarak ve ayrıca siyasal pozisyon farklılığından dolayı MHP seçmeni bulunması beklenilmemektedir. Ancak ikinci dönemde etkisi gittikçe hissedilen muhalefet birliğine bağlı olarak özellikle diğer iki partide kararsız olan deneklerin MHP'yi alternatif olarak görebilecekleri düşünülmektedir. Ancak yine de gazetenin AKP'ye yönelik olumlu yayın politikasının okuyucular üzerinde etkili daha çok olup diğer partilere olan eğilimi azaltacağı izlenimi vermektedir.

Zaman gazetesinin ilk sayfa haberlerine bakıldığında, AKP/AK PARTİ ile ilgili aşağıdaki şekilde bir tablo edilmiştir:

Tablo 22: Zaman Gazetesi AKP/AK PARTİ ile İlgili Haberleri

Parti	Olumluluk	Haberin Gazete Alanı İçindeki Oranı					Toplam	
		Küçük Haber		Orta	Büyük Haber			
		0 -1/24	1/24 -1/12	1/12 -1/6	1/6 -1/2	1/2 -1		
AKP	Olumsuz	Son üç ay	N			1	1	
		% Dönem			100%		100%	
	Tarafsız	Son üç ay	N	1		1	2	
		% Dönem		50,0%		50,0%	100%	
Olumlu	Son üç ay	N	1		2	3		
	% Dönem		33,3%		66,7%	100%		
AK PARTİ	Tarafsız	İlk üç ay	N	0	7	4	2	13
		% Dönem		0,0%	53,8%	30,8%	15,4%	100%
		Son üç ay	N	1	13	12	10	39
		% Dönem		2,6%	33,3%	30,8%	25,6%	100%
		Toplam	n	1	20	16	12	3
	% Dönem		1,9%	38,5%	30,8%	23,1%	5,8%	100%
	Olumlu	İlk üç ay	n	1	4	2	7	7
		% Dönem		14,3%	57,1%	28,6%	100%	
		Son üç ay	n	9	5	12	26	26
		% Dönem		34,6%	19,2%	46,2%	100%	
Toplam		n	10	9	14	33	33	
% Dönem		30,3%	27,3%	42,4%	100%			
Toplam						88		

⁵⁵⁸ Sabah gazetesinde MHP ile ilgili haber sayılarının fazla olmayışı dikkati çekmektedir. Ancak yine de Hürriyet gazetesi MHP ile ilgili haber sayısının iki katı olması MHP ve Sabah gazetesinin siyasal söylemlerinin göreceli yakınlığının etkisi olduğunu ileri sürmek mümkündür. Ayrıca olumsuz haberler içinde sadece 1 büyük haber yer alırken, 2'si tam sayfaya yakın toplam 3 tarafsız ve 7 küçük ve orta büyüklükte olumlu haber yer almaktadır. İlk üç ayda 1 küçük olumsuz habere karşın sadece 2'si orta toplam 7 olumlu habere yer verilmiştir. İlk ayda aynı zamanda 1'i tam sayfaya yakın büyüklükte olan 4 tarafsız haber bulunmaktadır. İkinci üç ayda ise 4 büyük olumsuz habere karşın hiçbir olumlu haberin bulunmaması dikkat çekicidir. İkinci ayda 2'si tam sayfaya yakın toplam 14 tarafsız haberlerin bulunduğu görülmektedir. Toplamda haberlerin %23'ü olumlu, %16'si olumsuz gibi görünse de kaplanılan alan açısından değerlendirildiğinde yoğunluklu olarak eleştirel bir tutumun takip edildiği dikkati çekmektedir. Özellikle ikinci dönemde olumlu habere yer verilmemiş olması önemli bir noktadır.

Zaman gazetesinin⁵⁵⁹ yukarıda yer alan verileri doğrultusunda; Cumhuriyet gazetesinin CHP ile ilgili eleştirel tutumunu özellikle ikinci dönemde arttırmasına karşın, Zaman gazetesinin AKP/AK PARTİ ile ilgili hiçbir eleştirel yayına yer vermemiş olması, ikincisinin partiyle daha yakın bir söylemsel bağın bulunduğu sonucunu çıkarmaktadır. Gazetenin, Erdoğan için iki dönemde karşılaştırmalı yayınları göz önüne alındığında, gazetenin gerek lider ve gerekse parti bazında ikinci üç aylık dönemde hem olumlu ve hem de tarafsız haberlerin özellikle alan bazında arttığı dikkat çekmektedir. Bu bağlamda gazetenin seçmen profilinin ilk dönemde ve özellikle artan bir şekilde ikinci dönemde AKP seçmeninden oluştuğu izlenimi vermektedir.

CHP ilgili Zaman gazetesi haberlerinin dönemlere, olumluluğa ve gazete alanındaki oranına göre değerlendirildiği tablo aşağıda yer almaktadır:

Tablo 23: Zaman Gazetesi CHP ile İlgili Haberleri

Parti	Olumluluk	Haberin Gazete Alanı İçindeki Oranı					Toplam		
		Küçük Haber		Orta	Büyük Haber				
		0 -1/24	1/24 -1/12	1/12 -1/6	1/6 -1/2	1/2 -1			
CHP	Olumsuz	İlk üç ay	N	0	1	2	2	0	5
		% Dönem		0,0%	20,0%	40,0%	40,0%	0,0%	100%
		Son üç ay	N	1	13	9	6	2	31
	% Dönem		3,2%	41,9%	29,0%	19,4%	6,5%	100%	
	Toplam	N	1	14	11	8	2	36	
		% Dönem		2,8%	38,9%	30,6%	22,2%	5,6%	100%
	Tarafsız	İlk üç ay	N	0	3	4	4	1	12
		% Dönem		0,0%	25,0%	33,3%	33,3%	8,3%	100%
		Son üç ay	N	3	16	13	16	1	49
		% Dönem		6,1%	32,7%	26,5%	32,7%	2,0%	100%
		Toplam	N	3	19	17	20	2	61
	% Dönem		4,9%	31,1%	27,9%	32,8%	3,3%	100%	
Olumlu	İlk üç ay	N		1	2	0		3	
	% Dönem			33,3%	66,7%	0,0%		100%	
	Son üç ay	N		0	3	2		5	
	% Dönem			0,0%	60,0%	40,0%		100%	
Toplam	N		1	5	2		8		
	% Dönem			12,5%	62,5%	25,0%		100%	
Toplam							105		

⁵⁵⁹ Yukarıdaki tabloda tercihin, AK PARTİ'den (88 haber) yana kullandığı görülmektedir. Parti ile ilgili tek olumsuz haber de AKP kısaltmasının "alınılandığı" haberde yapılmıştır. Orta büyüklükte olan bu haber sanki bir gazetenin genel yayın politikasına bakıldığında başka partiye aitmiş gibi durmaktadır. AKP ile ilgili diğer iki haber büyük haber olup olumlu ve tarafsız niteliktedirler. Öte yandan gazetenin parti ile ilgili asıl yayın politikası AK PARTİ kısaltmasının medya analizi ile mümkündür. AK PARTİ ile ilgili olarak 6 ay boyunca yayınladığı ilk sayfa haberlerinin (88 haberden) tarafsız olanları (52 adet) ile olumlu olanları (33 adet) karşın hiçbir olumsuz haber yapılmadığı görülmektedir. İlk üç ayda tam sayfa haberi yokken ikinci üç ayda çıkan 3 tarafsız haber tam sayfaya yakın yer bulmuştur ve toplamda haberlerin %32'si büyük haberlerden oluşmuştur. Olumlu haberler ilk dönemden ikinci döneme yaklaşık dört kat artarken tarafsız haberler de üç kat artmıştır.

Yukarıdaki tablo,⁵⁶⁰ Zaman gazetesinin CHP ile ilgili tablosu olup yukarıda değerlendirilmiş olan AKP ile ilgili haberlerinin tersi bir görünümünü vermektedir. Zaman gazetesinin CHP ile ilgili olarak tarafsız ve olumsuz eleştirel bir tutumu söylemlerinde birlikte kullandığı ancak özellikle parti liderine yönelik eleştirel tutumla birlikte düşünüldüğünde genel olarak olumsuz bir yayın politikası benimsendiği görülmektedir. Ancak bu veriler, Cumhuriyet gazetesinin AKP ve partinin lideri için benimsediği eleştirel tutumun sayısal olarak oldukça gerisinde kalmaktadır. Yukarıdaki veriler ışığında, Parti liderinin bizzat kendisiyle ve parti ilgili olumsuz yayınlara bağlı olarak CHP seçmeni olup kararsız kalan deneklerin olabileceği ve yine merkez seçmeni olup muhalefet içinde CHP'ye oy verme eğiliminde olan ve yayınlardan dolayı kararsızlık yaşayıp MHP'ye yönelme potansiyeli bulunduran kararsızlar grubu da bulunabileceği düşünülmektedir. Ancak gazetenin AKP ile ilgili yayın politikası düşünüldüğünde bu durum küçük bir ihtimal olarak kalmaktadır.

Zaman gazetesinin MHP ile ilgili haberlerinin analiz edildiği tablo aşağıda yer almaktadır:

Tablo 24: Zaman Gazetesi MHP ile İlgili Haberleri

Parti	Olumluluk	Haberin Gazete Alanı İçindeki Oranı				Toplam	
		Küçük Haber		Orta	Büyük Haber		
		0 -1/24	1/24 -1/12	1/12 -1/6	1/6 -1/2	1/2 -1	
MHP	Olumsuz		2	1			3
	Son üç ay		66,7%	33,3%			100%
	% Dönem						
	N		2	3	1	0	6
Tarafsız	İlk üç ay		33,3%	50,0%	16,7%	,0%	100%
	% Dönem						
	N		4	1	3	1	9
	Son üç ay		44,4%	11,1%	33,3%	11,1%	100%
Olumlu	% Dönem						
	N		6	4	4	1	15
	Toplam		40,0%	26,7%	26,7%	6,7%	100%
	% Dönem						
Olumlu	İlk üç ay		0	2	0		2
	% Dönem		,0%	100%	,0%		100%
	N		1	3	1		5
	Son üç ay		20,0%	60,0%	20,0%		100%
Toplam	% Dönem						
	N		1	5	1		7
	Toplam		14,3%	71,4%	14,3%		100%
	% Dönem						
Toplam							25

⁵⁶⁰ Tabloda, tarafsız haberler ve olumsuz haberler tam sayfaya yetişirken olumlu haberler arasında tam sayfaya yakın haber bulunmamaktadır. Ayrıca nicel olarak ise tarafsız haber sayısı 61 olup olumsuz haber sayısı 36 ve olumlu haber sayısı 8'te kalmıştır. Gazetenin CHP ile ilgili olarak özellikle AKP ile kıyaslandığında kesin bir eleştirel politika benimsediği izlenimi vermektedir. Nicelik ve nitelik olarak bakıldığında Zaman Gazetesi, CHP ile ilgili olumsuz haberlerini ilk üç ayda 5 adet ile sınırlamışken, seçime doğru olan ikinci dönemde bunu 36 habere çıkarmış olup bunların 2'si tam sayfaya yakın toplamda 10'u büyük haber kategorisindedir. Gazetenin CHP ile ilgili tarafsız haberlerinin sayısı 61 (toplam haberin %58'i) olup ilk üç aydaki tarafsız haberler, ikinci üç ayda beş katına çıkmıştır. Gazetenin CHP ile ilgili olumsuz haberlerinin sayısında iki dönem arasında belirgin bir artış olduğu (ilk dönem 5 haber iken ikinci dönemde 31 haber) gözlemlenmektedir.

Zaman gazetesi,⁵⁶¹ Sabah gazetesi ile karşılaştırıldığında MHP ile ilgili olarak, CHP'ye göre çok daha az eleştirel yaklaştığı ancak AKP karşısında bir rakip çıkartacak kadar da olumlu bir yayın çerçevesine girmediği anlaşılmaktadır. Özellikle iktidar partisinin icraatlarından memnun olmayan sağ seçmenin oylarının MHP'ye yöneleceği ileri sürülebilir. Zaman gazetesinin AKP'ye yönelik olumlu yayın politikasının okuyucular üzerinde etkili olup diğer partilere olan eğilimi azaltacağı izlenimi vermektedir.

4.2.6.2. Medya ve Siyasal Liderlerin Sunumu

Değerlendirilmeye alınan 6 ay boyunca çıkan gazetelerin tüm sayfalarında ve özel olarak ilk sayfalarında, araştırmanın yürütüldüğü sırada Mecliste bulunan üç partinin liderlerinin kaç haberde yer verildiğine bakılmıştır. Bu liderlerin adlarının geçtiği ilk sayfa haber sayılarının ve tüm gazetede ki haberlerinin sayılarının dönemlere göre özet değişimini aşağıdaki tablodan gözlemlemek mümkündür:

Tablo 25: Gazetelerin Liderlerle İlgili İlk Sayfa ve Tüm Gazete Haberleri

Gazete	Dönem	Lider					
		Erdoğan		Baykal		Bahçeli	
		İlk Sayfa	Tüm Gazete	İlk Sayfa	Tüm Gazete	İlk Sayfa	Tüm Gazete
Cumhuriyet	İlk üç ay	149	968	43	168	6	92
	Son üç ay	152	613	62	326	3	137
	Toplam	301	1581	105	494	9	229
Vatan	İlk üç ay	127	886	30	173	6	31
	Son üç ay	143	1436	56	316	7	177
	Toplam	270	2322	86	489	13	208
Hürriyet	İlk üç ay	69	905	15	205	2	37
	Son üç ay	90	977	32	274	5	160
	Toplam	159	1882	47	479	7	197
Sabah	İlk üç ay	103	926	23	213	5	101
	Son üç ay	93	986	32	327	5	157
	Toplam	196	1912	55	530	10	258
Zaman	İlk üç ay	66	679	6	220	5	125
	Son üç ay	86	765	37	309	0	157
	Toplam	152	1435	43	529	5	282
Genel Toplam		1078	9141	336	2531	44	1174

⁵⁶¹ Zaman gazetesi, diğer gazetelerde olduğu gibi MHP ile ilgili haber sayılarının fazla olmayışı dikkati çekmektedir. Ayrıca olumsuz haberler içinde ikinci üç ayda çıkan 3 habere karşın 1'i tam sayfaya yakın 15 tarafsız haber ve 7 küçük ve orta büyüklükte olumlu haber yer almaktadır. Bu veriler Sabah gazetesinin MHP ile ilgili yayın politikasını çağırıştırılmaktadır. İlk üç ayda herhangi bir olumsuz haber yapılmazken 2'si olumlu ve 6'sı tarafsız toplam 8 habere yer verilmiştir. Ancak ikinci dönemde MHP'nin ana muhalefetle birlikte yürüttüğü politikalara da bağlı olarak ikinci üç ayda 3 olumsuz haberin yanında 9 tarafsız ve 5 olumlu habere yer verilmiştir.

Cumhuriyet gazetesi, Erdoğan ile ilgili haberlerini seçime doğru dönemde azaltmışken, oransal olarak ilk sayfa haberlerinin toplam haberler içindeki oranını arttırmıştır. Gazetenin Erdoğan ile ilgili bu kadar çok sayıda yer alan haberine karşılık, Baykal ile ilgili haber sayısı her iki dönemde de çok daha az olduğu görülmekte ve ilk sayfa haberlerinde de iki dönem arasında belirgin bir oransal artış gözlemlenmemektedir. Gazetenin iki liderle ilgili haberlerinin karşılaştırmalı analizi, gazetenin Erdoğan'ın karşısına dengeleyici bir güç olarak Baykal'ı önermediğini göstermektedir. Cumhuriyet gazetesinin, Bahçeli ile ilgili ilk sayfa haberlerinin tüm sayfalarda yer alan haberler içindeki oranı, her iki dönemde de göz ardı edilebilir bir sayıdadır. Tüm gazete içindeki haber sayıları artmış olsa da diğer iki liderin haberleriyle rekabet edebilir sayıda bir artış gözlemlenmemektedir.

Vatan gazetesi Erdoğan ile ilgili haberlerini seçime doğru olan dönemde son derece arttırdığı ancak bunların çoğunu iç sayfalarında vermeyi tercih ettiği görülmektedir. Erdoğan ile ilgili ilk sayfa haberlerinde iki dönem arasında, tüm gazete haberleri içindeki artış kadar belirgin bir artış gözlemlenmemektedir. Vatan gazetesinin Baykal ile ilgili ilk sayfa haberlerinin, tüm sayfalar içindeki oranının ikinci dönemde daha yüksek olduğu görülmektedir. Baykal ile ilgili haber artışı gözlemlense de Erdoğan ile ilgili haberlerin çok gerisinde kalmıştır. Bahçeli ile ilgili haberlerin, her iki dönemdeki ilk sayfa oranları birbiriyle eşit kalmıştır. Vatan gazetesi, seçime doğru olan dönemde genel bir haber sayısı artışı kaydetmiş ve bunlar içinden ilk iki parti liderinin ama özel olarak da Erdoğan ile ilgili haberlerin baskın bir şekilde fazla olduğu görülmektedir.

Hürriyet gazetesi Erdoğan ile ilgili haberlerinin, tüm gazete genelinde ikinci dönemde belirgin bir şekilde artmış olmasına karşın ilk sayfa haberlerinin bu kadar artmadığı görülmektedir. Gazetenin, Erdoğan ile ilgili haberlerinin içerik analizine bağlı olarak genel yayın politikasının gazetenin içine yedirildiği anlaşılmaktadır. Hürriyet gazetesinin, Baykal ile ilgili haberlerinin de genel olarak arttığı ve ilk sayfa haberlerinin tüm sayfa haberleri içindeki oranının, ikinci dönemde daha yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca gazete, ilk sayfa haberlerinde Baykal'a Erdoğan'a verdiği kadar çok daha az yer vermiştir. Gazete, Bahçeli ile ilgili haberlerini de artmışsa da diğer iki parti liderinin haberleriyle rekabet gücü bulunacak kadar haber yapılmamıştır.

Sabah gazetesi ilk sayfa haberleri arasında Erdoğan ile ilgili ilk sayfa haberlerinin tüm haberler içindeki oranının ikinci dönemde azaldığı görülmektedir. Gazetenin TMSF'nin eline geçtikten sonra ilk sayfa haberlerinde Erdoğan'dan daha az bahsetmesi dikkat çekicidir. Ancak gazetenin tüm genelinde Erdoğan ile ilgili haberler artmıştır. Sabah gazetesinin, Baykal ve Bahçeli ile ilgili haberlerinin genel olarak arttığı ancak yine de Erdoğan ile ilgili haberlerin çok gerisinde kaldığı ve ancak iki dönem arasında ilk sayfa haberlerinde oransal bir artışın olmadığı görülmektedir. Zaman gazetesi ilk sayfa haberleri arasında Erdoğan ile ilgili haberlerinden, ikinci dönemde ilk sayfada yer alanlarla tüm gazetede yer alanların artmıştır. Ancak bu haberler, Cumhuriyet gazetesinin Erdoğan ile ilgili ilk sayfa haberlerinin çok gerisinde kalmıştır. Zaman gazetesinin, Baykal ile ilgili haberlerin sınırlı sayıda olmakla beraber daha çok iç sayfalarda yer verilmiştir. Baykal ile ilgili haberlerinin ikinci dönemde, hem ilk sayfada hem de genel olarak tüm sayfalarda artmış olmasına rağmen, ağırlıklı olarak iç sayfada verildiği görülür ve bu haberler Erdoğan'ın gölgesinde kalacak nitelikte azdır. Zaman gazetesinin, Baykal ile ilgili tüm haberlerinin sayısının, Cumhuriyet gazetesinin Baykal ile ilgili tüm haberlerin sayısından fazla olması dikkat çekmektedir. İçerik analiziyle açıklanabilecek bu durum seçime doğru olan dönemde, Cumhuriyet gazetesinin Erdoğan ile ilgili ilk sayfa haberleri hariç olmak üzere tersine dönmüştür. Zaman gazetesinin, Bahçeli ile ilgili haberlerinin genel olarak arttığı; ancak yine de diğer iki parti lideriyle ilgili haberlerin oldukça gerisinde kaldığı gözlemlenmektedir. Bahçeli'nin bir sağ parti lideri olmasına ve Zaman gazetesinin muhafazakâr söylemiyle paralel yanları bulunmasına rağmen, ikinci dönemde, bu gazetenin ilk sayfasında hiçbir haberine yer vermediği görülmektedir. Örneğin, MHP liderinin ve partisinin Cumhurbaşkanlığı seçimine katılmış olması ilk sayfada yer alması beklenen bir haber olmasına karşın, Zaman gazetesinin bu konuya ilk sayfada yer vermemesi dikkat çekicidir. Ancak bu konuda ayrıntılı içerik analizi daha somut veriler sağlayabilecektir.

Gazetelerin liderlerle ilgili ilk sayfa haberlerine bakıldığında dönemlere göre güçlülük vurgularına ve bu haberin o liderle doğrudan ilgili olup olmadığına dair aşağıdaki tablo⁵⁶² elde edilmektedir.

⁵⁶² 6 ay boyunca çıkan haberlerden toplam 208 haberde "güçlülük" vurgusunun yer aldığı ve bu haberlerin de %28,8'i Sabah gazetesinde; %28,3'ü, Zaman gazetesinde; %22,5'i, Vatan gazetesinde %14,4'ü Hürriyet gazetesinde ve en az olarak da %5,7'sinin Cumhuriyet gazetesinde yapıldığı gözlemlenmektedir.

Tablo 26:Gazetelerin Liderlerle İlgili Haberlerinde Dönemlere Göre Güçlülük Vurgusu

Lider (Güçlü)		Dönem	n	İlgililik		Toplam
				Dolaylı İlgili	Doğrudan İlgili	
Cumhuriyet Gazetesi "Güçlü" Vurgusu	Erdoğan	İlk üç ay	n	2	1	3
			% Dönem	66,7%	33,3%	100%
		%Toplam	40%	20%	60%	
		Son üç ay	n	0	2	2
	% Dönem	,0%	100%	100%		
	% Toplam	,0%	40%	40%		
	Toplam	n	2	3	5	
	% Dönem	40%	60%	100%		
Baykal	Son üç ay	n		7	7	
		% Toplam		100%	100%	
Vatan Gazetesinde "Güçlü" Vurgusu	Erdoğan	İlk üç ay	n	1	18	19
			% Dönem	5,3%	94,7%	100%
		%Toplam	2,2%	39,1%	41,3%	
		Son üç ay	n	1	26	27
	% Dönem	3,7%	96,3%	100%		
	% Toplam	2,2%	56,5%	58,7%		
	Toplam	n	2	44	46	
	% Toplam	4,3%	95,7%	100%		
Baykal	Son üç ay	n		1	1	
		% Toplam		100%	100%	
Hürriyet Gazetesi, "Güçlü" Haberleri	Erdoğan	İlk üç ay	n	1	9	10
			% Dönem	10%	90%	100%
		%Toplam	3,8%	34,6%	38,5%	
		Son üç ay	n	0	16	16
	% Dönem	,0%	100%	100%		
	% Toplam	,0%	61,5%	61,5%		
	Toplam	n	1	25	26	
	% Dönem	3,8%	96,2%	100%		
Baykal	Son üç ay	n		3	3	
		% Toplam		100%	100%	
Bahçeli	Son üç ay	n		1	1	
		% Toplam		100%	100%	
Sabah Gazetesi "Güçlü" Vurgusu	Erdoğan	İlk üç ay	n	2	20	22
			% Dönem	9,1%	90,9%	100%
		%Toplam	3,7%	37,0%	40,7%	
		Son üç ay	n	2	30	32
	% Dönem	6,3%	93,8%	100%		
	% Toplam	3,7%	55,6%	59,3%		
	Toplam	n	4	50	54	
	% Dönem	7,4%	92,6%	100%		
Baykal	Son üç ay	n		5	5	
		% Toplam		100%	100%	
Bahçeli	Son üç ay	n		1	1	
		% Toplam		100%	100%	
Zaman Gazetesi "Güçlü" Vurgusu	Erdoğan	İlk üç ay	n	3	18	21
			% Dönem	14,3%	85,7%	100%
		%Toplam	5,1%	30,5%	35,6%	
		Son üç ay	n	10	28	38
	% Dönem	26,3%	73,7%	100%		
	% Toplam	16,9%	47,5%	64,4%		
	Toplam	n	13	46	59	
	% Dönem	22,0%	78,0%	100%		
Genel Toplam						208

Tablodan sağ merkezden Sabah gazetesi ve merkezden Hürriyet gazetesi hariç, Bahçeli ile ilgili olarak güçlülük vurgusunun bulunduğu bir haber yapılmadığı ilk gözlemlenebilecek olgudur.

Söylemsel yakınlığına rağmen, Cumhuriyet gazetesi haberlerindeki güçlülük vurgusu ilk üç aylık dönemde Baykal için kullanılmamasına rağmen, Erdoğan için

kullanımı dikkat çekmektedir. Son üç aylık döneme bakıldığında da Erdoğan ile ilgili güçlülük vurgusunun yer aldığı 2 ve Baykal ile ilgili 7 haberin yer aldığı görülmektedir.

Seçime doğru gerçekleşen bu dönüşüm, Cumhuriyet gazetesinin siyasal söylemleri düşünüldüğünde, olası bir *Bumerang etkisi* sonucu oluşan *dolaylı destek* sesinin, AKP liderinden CHP lideri lehine çevrildiği görülmektedir.

Diğer bir deyişle, Cumhuriyet gazetesinde ilk üç ayda Baykal'a yönelik "güçlü" lider imajıyla bir destek söz konusu değilken, Erdoğan için bu tür bir vurgu yer almıştır ancak seçime doğru olan dönemde bu dengeler tersi yöne doğru değişmiştir.

Zaman gazetesinde "güçlü" vurgusunun sadece Erdoğan için kullanıldığı görülmektedir.⁵⁶³ Bu haberlerden birinin 14 Nisan Tandoğan; bir diğerinin 29 Nisan İstanbul Çağlayan Mitinginin; bir diğerinin de 13 Mayıs İzmir Gündoğdu Mitinginin gerçekleştirildiği gün ve ertesi günlerinde yapılmış olması editöryal bir tercih olup Cumhuriyet Mitinglerinin, gazete tarafından başarısız bulunduğu dair bir gönderme niteliğindedir.

Zaman gazetesi için, "mağdur" temasında incelendiği gibi, mitingler dışında Erdoğan'ın haberleriyle ilgili "mağdurluk" vurgusu çok tercih edilen bir yöntem olmadığı tam tersine, Zaman gazetesinde, Erdoğan için işlenen asıl temanın "güç" etrafında yoğunlaştığı dikkat çekmektedir.

Cumhuriyet gazetesinin, Baykal ile ilgili haberleri ile Zaman gazetesinin Erdoğan ile ilgili haberleri karşılaştırıldığında, ikililer arasında, ikincisinin arasında daha güçlü bir "dolaylı" ittifak görünmektedir. Gazeteler içinde merkeze doğru yaklaşıldığında, Vatan gazetesinin⁵⁶⁴ ilk sayfa haberleri, gazetenin özellikle de diğer

⁵⁶³ Zaman Gazetesi "güçlülük" vurgusunun bulunduğu 59 haberin tamamı Erdoğan için yapılırken bu haberlerin %64,4'ü ikinci dönemde yapılmıştır. Bu haberlerin %78'inin (46 haber) Erdoğan ile doğrudan ilgisinin olmadığı dikkati çekmektedir.

⁵⁶⁴ Baykal ile ilgili "güçlü" vurgusunun bulunduğu sadece 1 haberi yer almaktayken Erdoğan ile ilgili olarak 46 haberinin bulunmaktadır Erdoğan ile ilgili haberlerin %60'ı ikinci dönemde yayınlanmış olup %95,7'si Erdoğan'ın kendisiyle doğrudan ilgili haberlerdir. Vatan Gazetesi "güçlülük" vurgusunun bulunduğu 47 haberinden biri dışında hepsi Erdoğan ile ilgili olup bunların (58,7'si) 27'si son üç ayda yer almıştır. Bu haberlerin %95,7'sinin (44 haber) doğrudan Erdoğan ile ilgilidir.

liderlerle ilgili tutumu göz önüne alındığında, Erdoğan'ın güçlü portresini çizmekte olduğu anlaşılmaktadır

Merkez gazetesi olarak değerlendirilen Hürriyet gazetesi⁵⁶⁵ de Erdoğan için güçlü bir portre çizerken, Vatan gazetesinden farklı olarak bu tip haberlerini diğer liderler için de az olsa kullandığı gözlemlenmektedir. Erdoğan için "güçlülük" vurgusunun bulunduğu haberlerden biri Genelkurmay'ın 27 Nisan tarihli bildirisi üzerine 29 Nisan'da adeta *sular durulduktan sonra* yayınlanmıştır

Sabah gazetesinin⁵⁶⁶ Erdoğan ile ilgili "güçlülük" vurgusunun bulunduğu haberlerin Cumhurbaşkanı adayının açıklanacağı gün, bir diğerinin Erdoğan'ın aday olmamasının hemen ardından çıkması ve bunun sonraki gün de devam etmesi dikkat çekici olmuştur. 14 Nisan Mitingi ertesi çıkan gazetede de Erdoğan için güçlülük vurgusunun yer aldığı gözlemlenmektedir. Bu veriler, gazetenin tüm bu siyasal süreçte siyasal pozisyonu ve tercihini açıkça belirtmektedir.

Sağ merkez söyleme sahip ve Nisan ayından itibaren TMSF idaresinde olan Sabah gazetesinin "güçlü" vurgusunun bulunduğu haberlere bakıldığında, TMSF'nin Erdoğan ile ilgili güçlülük vurgusundaki artışta bir etkisi olduğu ileri sürülebilir.

Ancak merkeze yakın ve merkezde yer alan her üç gazetenin Erdoğan ile ilgili güçlülük vurgusu aşağı yukarı aynı oranlardadır ve bu oranlar ikinci dönemde ortalama %20 artışa geçmiştir.

Gazetelerin "güçlü" yerine "mağdur" vurgusunun yer aldığı haberlere bakıldığında dönemlere göre ayrılmış aşağıdaki tablo elde edilmektedir⁵⁶⁷.

⁵⁶⁵ Hürriyet gazetesinin haberlerinde, Erdoğan için "güçlülük" vurgusunun bulunduğu 26 haberi bulunmaktadır. Hürriyet gazetesinin de Erdoğan'ın "güçlü" bir şekilde sunulduğu haberlerinin çoğunluk kısmı (%62'lik kısmı) ikinci dönemde yer almaktadır. Bu haberlerin %96,2'si, Erdoğan ile ilgili doğrudan haberlerdir. Gazetenin Baykal ve Bahçeli ile ilgili sadece ikinci döneme ait toplam 4 (Baykal için 3 adet ve Bahçeli için 1 adet) haberi bulunduğu görülmektedir. Bu haberlerin dönemsel oranlarına bakıldığında, ikinci dönemde bir artış kaydedildiği görülür (%61,5). Ayrıca bu haberlerin %95,2'si (25 haber) doğrudan Erdoğan ile ilgili olduğu da dikkati çekmektedir

⁵⁶⁶ Sabah gazetesi haberlerinde Erdoğan ile ilgili toplam 54 haberi bulunmaktadır. Bu haberlerin %60'ı (33 haber) ikinci döneme aitken; %92,6'sı da Erdoğan ile doğrudan ilgili haberlerdir. Gazetenin Baykal ve Bahçeli ile ilgili sadece ikinci döneme ait toplam 6 (Baykal için 5 adet ve Bahçeli için 1 adet) haberi bulunduğu görülmektedir.

⁵⁶⁷ Seçilen 5 gazetede, 6 ay boyunca çıkan haberlerden toplam 40 haberde mağdurluk vurgusunun yer aldığı ve bu haberlerin de %42,5'i (17 haber) Sabah gazetesinde; %20'si (8 haber) Vatan

Tablo 27: Gazetelerin Liderlerle İlgili Haberlerinde Mağdurluk Vurgusu

	Lider		İlgili		Toplam	
			Dolaylı ilgili	Doğrudan ilgili		
Cumhuriyet Gazetesi "Mağdur" Vurgusu	Baykal	İlk üç ay	N	1	1	
		% Toplam		50,0%	50,0%	
	Son üç ay	N	1	1		
		% Toplam		50,0%	50,0%	
Toplam		N	2	2		
		% Dönem		100%	100%	
Vatan Gazetesi "Mağdur" Vurgusu	Erdoğan	İlk üç ay	N	0	5	
		% Dönem		,0%	100%	
	% Toplam		,0%	62,5%	62,5%	
	Son üç ay	N	1	2	3	
% Dönem			33,3%	66,7%	100%	
Toplam		N	1	7	8	
		% Dönem		12,5%	87,5%	100%
Hürriyet Gazetesi M.	Erdoğan	Son üç ay	N	1	5	
		% Toplam		16,7%	83,3%	100%
Sabah Gazetesi "Mağdur" Vurgusu	Erdoğan	İlk üç ay	N	3	8	
		% Dönem		27,3%	72,7%	100%
	% Toplam		17,6%	47,1%	64,7%	
	Son üç ay	N	4	2	6	
% Dönem			66,7%	33,3%	100%	
Toplam		N	7	10	17	
		% Dönem		41,2%	58,8%	100%
Zaman Gazetesi "Mağdur" Vurgusu	Erdoğan	İlk üç ay	N	1	2	
		% Dönem		50,0%	50,0%	100%
	% Toplam		14,3%	14,3%	28,6%	
	Son üç ay	N	3	2	5	
% Dönem			60,0%	40,0%	100%	
Toplam		N	4	3	7	
		% Dönem		57,1%	42,9%	100%
Genel Toplam				13	27	40

Yukarıdaki tablodan Cumhuriyet gazetesinde⁵⁶⁸ "mağdurluk" temasının pek işlenmediği anlaşılmaktadır. Ayrıca Baykal ile ilgili olarak da başka bir gazetenin "mağdurluk" vurgusuna yer vermediği de dikkati çekmektedir. Diğer tüm gazeteler bu temayı yalnızca Erdoğan için kullanmışlardır.

Vatan gazetesinin⁵⁶⁹ Erdoğan ile ilgili "güçlü" vurgusunun yer aldığı haberleri dikkate alındığında, ilk dönemde daha çok mağdur edildiği, ikinci dönemde de daha çok güçlü bulunduğu haberlerinin yapıldığı görülür. Bu değişimde, Erdoğan'ın ikinci dönem içerisinde Cumhurbaşkanlığı'na aday olmayacağını açıklamasının etkisi gözlemlenmektedir. İkinci üç aydaki mağdur haberlerinden ikisi mitinglerle ilgiliyken

gazetesinde; %17,5'i (7 haber) Zaman gazetesinde, %15'i (6 haber) Hürriyet Gazetesi'nde ve en az olarak da %5'inin (2 haber) Cumhuriyet gazetesinde yapıldığı gözlemlenmektedir.

⁵⁶⁸ Cumhuriyet Gazetesi haberlerinde mağdurluk vurgusunun sadece Baykal ile ilgili ve sadece 2 haberle yapıldığı ve bu iki haberden birinin ilk üç ayda diğerinin de ikinci üç ayda yer aldığı gözlemlenmektedir.

⁵⁶⁹ Vatan gazetesinde yer alan 8 haber, "mağdur" vurgusuyla yer alan haberlerdir ve 8 haberin 7'si (%87,5) Erdoğan ile doğrudan ilgili olup 5'i (%62,5) ilk dönemde çıkan haberlerdir.

bir diğ erinin dış basında çıkan haberlerin özeti oldu ğ u gözlemlenmektedir. Diğ er bir deyiş le, Vatan gazetesi doğ rudan kendi fikri olmamakla beraber, The Economist vd. gazetelerde çıkan, Erdoğan ile ilgili olarak kendisinin mağ dur edildiğ i haberlere ilk sayfada yer vermiş tir.

Hürriyet gazetesi⁵⁷⁰ “mağ durluk” vurgusunun bulunduğ u haberlerden birinin 29 Nisan İstanbul Çağ layan Mitinginin, bir diğ erinin de 13 Mayıs İzmir Gündoğ du Mitinginin gerçekleştirildiğ i gün yapılmış olması, ana-akım medya olarak Hürriyet gazetesinin yayın politikasını özetler niteliktedir.

Ancak Sabah gazetesine⁵⁷¹ bakıldığında, Hürriyet gazetesi gibi Erdoğan’ın “mağ dur” edildiğ i haberlerinin Nisan ayının başından itibaren yer buluyor olması, Sabah gazetesinin bu yönde bilinçli bir politika yürüttüğ ünü düşündürmektedir. İkinci dönem içerisinde meydana gelmiş olan bir başka önemli geliş me, Genel Kurmay Bildirisidir. Erdoğan’ın ikinci dönemde “mağ dur” edildiğ i haberlerinden 4’ünün dolaylı haberler olması, bunlardan da 2’sinin Cumhuriyet Mitingleri ve 2’sinin de Genel Kurmay bildiriyle ilgili olması bu durumu açıklamaktadır.

Zaman gazetesinde⁵⁷² “mağ durluk” vurgusunun bulunduğ u haberlerden birinin 29 Nisan İstanbul Çağ layan Mitinginin, bir diğ erinin de 13 Mayıs İzmir Gündoğ du Mitinginin gerçekleştirildiğ i gün yapılmış olması editöryal bir tercih olup Cumhuriyet Mitinglerinin, gazete tarafından haksız bulunduğ una dair bir gönderme niteliğindedir. Ancak yine de Zaman gazetesi için, mitingler dışında Erdoğan’ın haberleriyle ilgili “mağ durluk” vurgusu çok tercih edilen bir yöntem olmamış tir. Diğ er bir deyiş le, Zaman gazetesi ana temanın Erdoğan olmadığı haberlerde Erdoğan’a yer vererek mağ dur edildiğ i ile ilgili haberlere özellikle ikinci dönemde yer vermiş tir. Bu temaların, Cumhuriyet Mitingleri, Cumhurbaşkanlığı Seçimi ve Genel Kurmay Bildirisi olduğ u görülmektedir.

⁵⁷⁰ Hürriyet gazetesi haberlerinden 6 haberin tamamı hem Erdoğan için hem de ikinci üç aylık dönemde yapılmış tir. Bu haberlerin %83,3’ünün (5 haber) doğ rudan Erdoğan ile ilgili olduğ u dikkati çekmektedir.

⁵⁷¹ Sabah gazetesi haberlerinden Erdoğan ile ilgili toplam 17 mağ dur haberinin yapıldığı ve bunların %58,8’i (10 haber) Erdoğan ile doğ rudan ilgili haber olup%64,7’si (11 haber) ilk dönemde yer alırken kalanın ikinci dönemde yer aldığı görülmektedir.

⁵⁷² Zaman gazetesi “mağ dur” haberlerinden 7 haberin tamamı Erdoğan olup; bu haberlerin %71,4’ü ikinci dönemde yapılmış tir. Bu haberlerin %57,1’inin (4 haber) Erdoğan ile dolaylı ilgili olduğ u dikkati çekmektedir.

4.2.6.3. Liderler Haberlerinin Gazetelere Göre Ayrıntılı Analizi

Cumhuriyet gazetesinin liderlerle ilgili tutumunu daha net bir şekilde ortaya koyabilecek “göreceli üstünlük” tablosu aşağıda yer almaktadır. Bu tabloda aynı haberde değerlendirilen liderler arasında, hangisi karşısında kime ağırlık verildiğine dikkat edilmektedir

Tablo 28: Cumhuriyet Gazetesindeki Liderlerle İlgili Göreceli Üstünlük Tablosu

Lider			İlgililik		Toplam	
			Dolaylı İlgili	Doğrudan İlgili	İlgili	
Göreceli Üstün Olan Lider						
Erdoğan	Baykal	İlk üç ay	N	6	6	12
		% Dönem		50%	50%	100%
		Son üç ay	N	3	2	5
		% Dönem		60%	40%	100%
	Bahçeli	İlk üç ay	n	1	1	2
		% Dönem		50%	50%	100%
		Son üç ay	n	1	0	1
		% Dönem		100%	,0%	100%
	AKP'li Diğer Liderler	İlk üç ay	n	1		1
		% Dönem		100%		100%
		İlk üç ay	n	0	2	2
		% Dönem		,0%	100%	100%
	Diğer Liderler	Son üç ay	n	2	0	2
		% Dönem		100%	,0%	100%
		İlk üç ay	n	2	2	4
		% Dönem		50%	50%	100%
	Ordu	İlk üç ay	n	1	0	1
		% Dönem		100%	,0%	100%
		Son üç ay	n	0	1	1
		% Dönem		,0%	100%	100%
	ABD	İlk üç ay	n	0	1	1
		% Dönem		,0%	100%	100%
		Son üç ay	n	3	1	4
		% Dönem		75%	25%	100%
		n	3	2	5	
		% Dönem	60%	40%	100%	

Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı üzere Cumhuriyet gazetesinin⁵⁷³ göreceli üstünlük veren haberlerinin, seçim dönemine yönelik bir çalışma olduğunu düşünmek yanlış olacaktır. Son üç aylık dönemde göreceli üstünlüğün bulunduğu

⁵⁷³ Cumhuriyet gazetesinde göreceli olarak üstünlüğün bulunduğu haberler (toplam 32 haber) sadece Erdoğan ile ilgili haberlerdir. Bu haberlerin %78'i ilk dönemde gerçekleştirilmişken kalan %22'si ikinci dönemde gerçekleştirilmiştir. Yine bu haberler içerisinde Baykal'a göreceli üstünlük verilen haberlerden (toplam haberlerin %53'ü olan 17 haberden) 12 haber ilk üç ayda yer alırken, kalan 5 haber ikinci üç ayda aktarılmıştır.

haberlerin arttığı tek durum, ABD liderleri lehine olan haberlerde gözlemlenmektedir. Diğer bir deyişle Erdoğan'ın, dış politikaları konusunda ikinci dönemde daha çok eleştirildiği ortaya çıkmaktadır. Haberler Erdoğan ve Ordu arasındaki tercih açısından değerlendirildiğinde her iki dönemde de birer haberle Ordu lehine tercihte bulunmuştur. Dikkati çeken unsur, Ordunun, 29 Nisan'da yayınladığı e-muhtıra niteliğindeki belgenin, Cumhuriyet gazetesi yayınlarında, en azından ilk sayfalarındaki yayın politikasında belirgin bir değişiklik yaratmamış olmasıdır.

Vatan gazetesinin liderlerle ilgili tutumunu betimleyen çalışmalardan biri olarak "göreceli üstünlük" tablosu aşağıda yer almaktadır.

Tablo 29: Vatan Gazetesi Liderlerle İlgili "Göreceli Üstünlük" Haberlerinin Tablosu

Lider		Göreceli Üstün		İlgililik		Toplam	
				Dolaylı İlgili	Doğrudan İlgili		
Erdoğan	Baykal	İlk üç ay	n	1	13	14	
		% Dönem		7,1%	92,9%	100%	
		Son üç ay	n	3	4	7	
		% Dönem		42,9%	57,1%	100%	
		Toplam	n	4	17	21	
		% Dönem		19,0%	81,0%	100%	
	Bahçeli	İlk üç ay	n		1	1	1
		% Dönem			100%	100%	
		Son üç ay	n		2	2	2
		% Dönem			100%	100%	
		Toplam	n		3	3	
		% Dönem			100%	100%	
	Gül	İlk üç ay	n		1	1	1
		% Dönem			100%	100%	
		Toplam	n		1	1	1
		% Dönem			100%	100%	
	Diğer Liderler	İlk üç ay	n	0	2	2	2
		% Dönem		0,0%	100%	100%	
Son üç ay		n	1	1	2		
% Dönem			50,0%	50,0%	100%		
Toplam		n	1	3	4		
% Dönem			25,0%	75,0%	100%		
Ordu	İlk üç ay	n		1	1	1	
	% Dönem			100%	100%		
Baykal	Erdoğan	İlk üç ay	n	4	3	7	
		% Dönem		57,1%	42,9%	100%	
		Son üç ay	n	1	2	3	
		% Dönem		33,3%	66,7%	100%	
		Toplam	n	5	5	10	
		% Dönem		50,0%	50,0%	100%	
AKP'li Liderler	İlk üç ay	n		1	1	1	
	% Dönem			100%	100%		
Diğer Liderler	Son üç ay	n		1	1	1	
	% Dönem			100%	100%		
Bahçeli	Erdoğan	Son üç ay	n		1	1	
	% Dönem			100%	100%		
TÜSİAD	İlk üç ay	n		1	1	1	
	% Dönem			100%	100%		

Yukarıdaki tabloda Vatan gazetesinin⁵⁷⁴ göreceli üstünlük veren haber dağılımı yer almaktadır. Elde edilen veriler doğrultusunda Erdoğan'ın, dış politikaları konusunda ikinci dönemde nispeten daha çok eleştirildiği ortaya çıkmaktadır.

Haberler Erdoğan ve Ordu arasındaki tercih açısından değerlendirildiğinde sadece ilk dönemde 1 haberle Ordu lehine tercihte bulunduğu görülmektedir.

Ordunun Nisan ayında yayınladığı elektronik muhtıra niteliğindeki belge, Vatan gazetesi yayınlarında, en azından ilk sayfalarındaki yayın politikasında liderler arası bir fark oluşturacak belirgin bir değişiklik yaratmamıştır. Bunda uluslararası konjonktürün ve AB'nin arkasında olmayışının etkisi olduğu düşünülmektedir. E-muhtıra söylemini sürdürecektir uluslararası destekten yoksun kalmıştır ve bu gazetelerin çekimser yaklaşmasına yol açmıştır.

Vatan gazetesi haberlerinde kendisinden göreceli üstün lider vb. unsurların bulunduğu haberlerin arasında Baykal ile ilgili olarak yapılan haberler⁵⁷⁵ de yer almaktadır. (Hatırlanacağı üzere Cumhuriyet gazetesi bu tip haberlerini yalnızca Erdoğan için kullandığı gözlemlenmiştir.)

Bu sayıların Erdoğan ile ilgili göreceli üstünlük haberlerinin sayılara göre yarı yarıya azalmakta olduğu görülmektedir. Yine de tüm gazetelerin Erdoğan ile ilgili çok daha fazla haber yaptığı da elde edilen veriler arasındadır.

Dolayısıyla Vatan gazetesinin de Erdoğan ile ilgili yaptığı haberlerin sayısı ve göreceli üstünlük haberlerin sayısı arasında oldukça büyük bir fark çıkmaktadır.

Hürriyet gazetesinin liderlerle ilgili tutumunu betimleyen çalışmalardan biri olarak "göreceli üstünlük" tablosu aşağıda yer almaktadır.

⁵⁷⁴ Erdoğan ile ilgili 30, Baykal ile ilgili olarak 12, Bahçeli ile ilgili 2 göreceli üstünlüğün bulunduğu haber görülmektedir. Erdoğan ile ilgili 30 habere bakıldığında bunların 21'inde Baykal'ın üstünlüğü dikkati çekmektedir. Bu sayı Cumhuriyet gazetesi gazetesinin ilgili sayılarından fazladır. Yine bu haberler içerisinde Baykal'a göreceli üstünlük verilen haberlerden 14 haber ilk üç ayda yer alırken, kalan 7 haber ikinci üç ayda aktarılmıştır. Bu oran azalımı Cumhuriyet gazetesi ile uyum içerisindedir. Son üç aylık dönemde göreceli üstünlüğün bulunduğu haberlerin arttığı durumlar, yalnızca 1'er haberle ABD liderleri ve Bahçeli lehine olan haberlerde gözlemlenmektedir.

⁵⁷⁵ Baykal ile ilgili bu tip haberlere bakıldığında da bunların toplam 12 haber olduğu ve bunların 10'unda Erdoğan'ın üstün aktarıldığı ve bunların da 7'sinin de ilk üç ayda yapıldığı gözlemlenmektedir. Diğer AKP'li liderlerin göreceli üstünlüğüne yer verilen 1 haber ilk üç ayda yapılmışken, diğer siyasal liderlerin göreceli üstünlüğüne yer verilen 1 haberin de ikinci üç ayda yapıldığı görülmektedir.

Tablo 30: Hürriyet Gazetesi Liderlerle İlgili “Göreceli Üstünlük” Haberlerinin Tablosu

Lider			İlgililik		Toplam
			Dolaylı İlgili	Doğrudan İlgili	
Erdoğan	Baykal	Son üç ay	2	1	3
		% Dönem	66,7%	33,3%	100%
	TÜSİAD	Son üç ay		1	1
	% Dönem		100%	100%	
	Diğer Liderler	Son üç ay	1		1
		% Dönem	100%		100%
	Aydın Doğan	İlk üç ay	1		1
		% Dönem	100%		100%
Baykal	Erdoğan	İlk üç ay	1		1
		% Dönem	100%		100%
		Son üç ay	2		2
	% Dönem	100%		100%	
	Toplam	n	3		3
% Dönem	100%		100%		
	Diğer AKP’li Liderler	İlk üç ay	1		1
		% Dönem	100%		100%
Bahçeli	Baykal	Son üç ay	1		1
		% Dönem	100%		100%

Hürriyet gazetesinin⁵⁷⁶ haberlerinde, Erdoğan’dan üstün olarak aktarılan lider-kişi içinde Aydın Doğan’ın ve TÜSİAD’ın bulunması dikkat çekicidir. TÜSİAD Başkanının, Aydın Doğan’ın kızı olması gazetenin tarafını belirlemesinde önemli bir noktadır. Bu da TÜSİAD ile birlikte Aydın Doğan’ın eline çok güçlü bir koz vermektedir.

Diğer bir deyişle, medyanın siyasete müdahalesi, medyanın baskı gruplarıyla olan yakın ilişkisi sayesinde de gerçekleşebilmektedir. İlk dönem içinde Erdoğan’dan üstün olarak aktarılan tek kişi-kurum Aydın Doğan olmuştur.

Tüm bu karşılıklı üstünlükler merkez kararsız seçmeni için şüphesiz daha çok kafa karıştırıcıdır.

Sabah gazetesinin liderlerle ilgili tutumunu betimleyen çalışmalardan biri olarak “göreceli üstünlük” tablosu aşağıda yer almaktadır.

⁵⁷⁶ Yukarıda aktarılmış olan göreceli üstünlük tablosuna bakıldığında, Erdoğan için 6, Baykal için 4, Bahçeli için 1 haberinin bulunduğu görülmektedir. Bu haberlerin biri hariç hepsi ikinci dönemde, yani seçime doğru olan dönemde gerçekleştirilmiştir. İkinci dönem haberlerine bakıldığında da Baykal 3 kez, TÜSİAD ve diğer liderler 1’er kez, göreceli üstün olarak habere konu edilmişlerdir. Ancak yine Hürriyet Gazetesi Erdoğan’ın Baykal’a göre üstün aktarıldığı haberlerin sayısı ilk dönemde 1, ikinci dönemde 3 olmuştur. Ayrıca gazete Baykal’ın Bahçeli’den üstün olarak aktarıldığı 1 habere de yer vermiştir.

Tablo 31: Sabah Gazetesi Liderlerle İlgili “Göreceli Üstünlük” Haberlerinin Tablosu

Lider			İlgililik		Toplam	
			Dolaylı İlgili	Doğrudan İlgili		
Erdoğan	Baykal	İlk Üç ay	N	4	1	5
		% Dönem		80,0%	20,0%	100%
		Son üç ay	N	1	0	1
		% Dönem		100%	,0%	100%
	Toplam	n	5	1	6	
	% Dönem		83,3%	16,7%	100%	
Diğer Liderler	İlk üç ay	n			1	1
	% Dönem				100%	100%
Baykal	Erdoğan	İlk üç ay	n	0	2	2
		% Dönem		,0%	100%	100%
		Son üç ay	n	4	0	4
		% Dönem		100%	,0%	100%
	Toplam	n	4	2	6	
	% Dönem		66,7%	33,3%	100%	
Gül	İlk üç ay	n	1		1	1
	% Dönem		100%			100%
Diğer AKP'liler	Son üç ay	n			1	1
	% Dönem				100%	100%
Bahçeli	TÜSİAD	İlk üç ay	n		1	1
		Toplam	% Dönem		100%	100%

Sabah gazetesi⁵⁷⁷ haberlerinden yukarıdaki tablodan iki dönem arasında açıkça gözlemlenen Sabah gazetesindeki bu değişim, TMSF'nin el koymasıyla açıklanabilecek bir olgu olarak görülebilir.

Zaman gazetesinin liderlerle ilgili tutumunu betimleyen çalışmalardan biri olarak “göreceli üstünlük” tablosu aşağıda yer almaktadır.

Tablo 32: Zaman Gazetesi Liderlerle İlgili “Göreceli Üstünlük” Haberlerinin Tablosu

Lider			İlgililik		Toplam		
			Dolaylı İlgili	Doğrudan İlgili			
Baykal	Erdoğan	Son üç ay	n	5	3	8	
		% Dönem		62,5%	37,5%	100%	
	Diğer Liderler	Son üç ay	n			1	1
		% Dönem			100%		100%

Yukarıda yer alan Zaman gazetesi göreceli üstünlük tablosundan da anlaşılacağı üzere, Zaman gazetesi toplam 9 haberinin tamamını da ikinci dönemde Baykal'a yönelik olarak gerçekleştirmiştir. Bu haberlerin 8'inde Erdoğan ve 1'inde

⁵⁷⁷ Sabah gazetesi, Erdoğan için 7, Baykal için 8, Bahçeli için 1 haberde kendisinden “göreceli üstün”ün bulunduğu habere yer verdiği görülmektedir. Erdoğan'dan üstün olarak aktarılan haberlere bakıldığında bunların 6'sının Baykal olduğu görülmekte ve bu haberlerin 5'inin ilk dönemde gerçekleştirildiği görülmektedir. Baykal'dan üstün olarak aktarılan haberlerde de 6 haber Erdoğan'ın üstün olarak aktarıldığı haberler olup bunların 4'ü ikinci dönemde yer almaktadır.

diğer liderler Baykal 'a göre üstün değerlerle haber edilmişlerdir. Bu durum Zaman gazetesinin söylemsel alt yapısı ile uyum içerisinde.

4.2.6.4. Cumhurbaşkanlığı Seçimi

Cumhurbaşkanlığı seçim sürecinde, adayın açıklandığı Nisan ayına kadar, daha çok Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili haberler çıkmıştır. Nisan ayında hem Gül hem de Erdoğan ile ilgili haberlere yer verilirken, Nisan ayından itibaren de Gül'ün adaylığı ile ilgili haberler artmıştır. Aşağıdaki tabloda Erdoğan ve Gül'ün Cumhurbaşkanlığı adaylığı ile ilgili olarak seçilmiş olan beş gazetenin ilk sayfasında çıkan haberlerin frekans ve yüzde dağılımları görülmektedir.

Tablo 33: Cumhurbaşkanlığı Adaylığı ile İlgili Haberlerin Aylara Dağılımı

Aylar	Erdoğan		Gül	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
Ocak	13	12,1	1	1,6
Şubat	10	9,3	1	1,6
Mart	41	38,3	1	1,6
Nisan	43	40,2	32	52,5
Mayıs	0	0	24	39,3
Haziran	0	0	2	3,3
Toplam	107	100,0	61	100,0

Yukarıdaki tablodan hareketle, ilk olarak Erdoğan'ın adaylığı ve sonraki aşamada Gül'ün adaylığı ile ilgili haberlerin analizine yer verilecektir.

4.2.6.4.1. Erdoğan'ın Adaylığı

Aşağıdaki tabloda Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili çıkan haber sayısı ile bunların içerik bakımından kısa dökümüne yer verilmiştir:

Tablo 34: Erdoğan'ın Adaylığı ile İlgili Haberlerin İçerik Dağılımı

	Haber	Resimli	Olumsuz	Tarafsız	Olumlu	İlgili	Mağdur
Geçerli	107	37	48	33	25	85	16
Yüzde	%100	% 34,5	%44,9	%30,8	%23,3	%79,4	%14,6

Yukarıdaki tablodan⁵⁷⁸ da anlaşılacağı üzere, medya genel hatlarıyla Erdoğan'ın Cumhurbaşkanlığı adaylık sürecine ilgi göstermesine karşın bu ilgi genel hatlarıyla olumsuz yönde yer almıştır. Erdoğan'ın adaylığını olumlu karşılayan haberler az da olsa bulunmakla beraber bu haberlerin hangi gazeteler tarafından ne kadar büyüklükteki bir okuyucu kitlesine ulaştığı önemlidir.

Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili çıkmış olan 107 haberin gazeteler içindeki dağılımına bakıldığında aşağıdaki gibi bir tablo edilmektedir:

Tablo 35: Erdoğan'ın Adaylığı İle İlgili Haberlerinin Gazetelerde Dağılımı

Gazete	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Cumhuriyet	31	29,0	29,0
Vatan	22	20,6	49,5
Hürriyet	14	13,1	62,6
Sabah	31	29,0	91,6
Zaman	9	8,4	100,0
Toplam	107	100,0	

Yukarıdaki tabloya bakıldığında Zaman gazetesinin Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili haberlere diğer gazetelere göre çok daha az yer verdiği görülmektedir. Buradan hareketle Zaman gazetesinin, Erdoğan'ın söylemlerine yakınlığı göz önüne alındığında, adaylığı ile ilgili olarak olumsuz haber yapmadığı ancak adaylığına da sıcak bakmadığı şeklinde bir sonuç çıkarmak mümkündür. Hürriyet gazetesi merkez gazetesi olarak, Zaman gazetesi hariç diğer gazetelere göre daha az yer vermiş olması, ne desteklediği ne de desteklemediği yolunda bir izlenim vermektedir. Cumhuriyet gazetesi ve Sabah gazetesi sayısal olarak eşit oranda bir önem verdiği görülmektedir. Ancak haberlerin olumlu ya da olumsuz vb. nitelikte olması gazetenin tutumu hakkında daha ayrıntılı bilgi vermektedir.

Cumhuriyet gazetesinde, Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili olarak çıkan olumlu ve olumsuz haberler, hangi ayda olduklarına ve sayfada kapladıkları alan oranlarına göre aşağıda tablolandırılmıştır.

⁵⁷⁸ Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili çıkan 107 haberin, %79,4'ü doğrudan ilgili haberlerdir ve %34,5'i resimle aktarılacak kadar önem seviyesindedir. Haberlerin %44,5'i adaylığı olumsuz bir açıdan değerlendirirken % 23,3'ü olumlu olup %14'ü Erdoğan'ı mağdur konumda aktarmıştır.

Tablo 36: Cumhuriyet Gazetesinde Erdoğan'ın Adaylığı İle İlgili İlk Sayfa Haberleri

Haber Türü		Haber Alanı/Tüm Sayfa Oranı			Toplam	
		Küçük	Orta	Büyük		
Ay		1/24 - 1/12	1/12 - 1/6	1/6 - 1/2		
Olumsuz	Ocak	N	3	2	1	6
		Toplam %	13,0%	8,7%	4,3%	26,1%
	Şubat	N	3	0	1	4
		Toplam %	13,0%	,0%	4,3%	17,4%
	Mart	N	4	2	2	8
		Toplam %	17,4%	8,7%	8,7%	34,8%
	Nisan	N	1	3	1	5
		Toplam %	4,3%	13,0%	4,3%	21,7%
		N	11	7	5	23
		Toplam %	47,8%	30,4%	21,7%	100%
Tarafsız	Mart	N	1	1	2	
	Toplam %	50,0%	50,0%		100%	
Olumlu	Nisan	N	3	2	1	6
	Toplam %	50,0%	33,3%	16,7%	100%	
Genel Toplam N		15	10	6	31	
GENEL TOPLAM%		48,38%	32,25%	19,35%	100%	

Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı üzere Cumhuriyet gazetesi⁵⁷⁹, söylemsel yaklaşımıyla uyumlu olarak Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili olarak olumsuz haberlere⁵⁸⁰ daha çok alanda ve daha çok sıklıkta yer vermiştir.

Tablodaki bu durum, medyanın ne söylediğinden çok ne kadar söylediğinin önemli olduğu tezini de güçlendirmektedir.

Olumlu 6 habere bakıldığında bunların tamamı Nisan ayında, Erdoğan'ın adaylıktan vazgeçmesiyle ilgili olması, haberin nitelik olarak olumlu olmasına karşın içerik olarak yine Erdoğan'ın adaylığına karşı olumsuz olduğu anlaşılmaktadır.

Vatan gazetesinde çıkan, Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili olumlu ve olumsuz haberler, hangi ayda olduklarına ve sayfada kapladıkları alan oranlarına göre aşağıda tabloleştirilmiştir.

⁵⁷⁹ Cumhuriyet gazetesi Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili toplam 31 haber yaparken, bu haberlerin %74'ü olumsuz haber olup %6'sı tarafsız ve %19'u olumlu haberdir. Cumhuriyet gazetesi, Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili toplam haberlerin, %48,3'ü, tüm sayfanın oldukça küçük bir haber alanında yer almıştır. Haberlerin %32,2'si, tüm sayfanın 1/12-1/6'si aralığında yer kaplarken, tüm sayfanın 1/6-1/2'sine kadar erişebilen, tüm haberlerin %19,3'ü, olabilmektedir.

⁵⁸⁰ Cumhuriyet gazetesinin olumsuz haberlerinin %34,8'i, Mart ayında çıkarken, yine bu haberlerin yarısı, tüm sayfanın küçük haber olarak yer kaplamaktadır. Tüm olumsuz haberlerine bakıldığında, bunların %47,8'i yine bu küçük haber alanında yer aldığı görülmektedir.

Tablo 37: Vatan Gazetesinde Erdoğan'ın Adaylığı İle İlgili İlk Sayfa Haberleri

Haber Türü	Haber Alanı/Tüm Sayfa Oranı				Toplam			
	Küçük		Orta	Büyük				
	0 - 1/24	1/24 - 1/12	1/12 - 1/6	1/6 - 1/2				
Ay								
Olumsuz	Ocak	N	0	0	1	0	1	
		Toplam %	,0%	,0%	8,3%	,0%	8,3%	
	Şubat	N	0	0	0	2	2	
		Toplam %	,0%	,0%	,0%	16,7%	16,7%	
	Mart	N	1	3	3	0	7	
		Toplam %	8,3%	25,0%	25,0%	,0%	58,3%	
	Nisan	N	0	0	0	2	2	
		Toplam %	,0%	,0%	,0%	16,7%	16,7%	
		N	1	3	4	4	12	
		Toplam %	8,3%	25,0%	33,3%	33,3%	100%	
	Tarafsız	Mart	N		1	0	0	1
			Toplam %		20,0%	,0%	,0%	20,0%
Nisan		N		1	2	1	4	
		Toplam %		20,0%	40,0%	20,0%	80,0%	
	N		2	2	1	5		
	Toplam %		40,0%	40,0%	20,0%	100%		
Olumlu	Şubat	N	0		1		1	
		Toplam %	,0%		20,0%		20,0%	
	Mart	N	1		0		1	
		Toplam %	20,0%		,0%		20,0%	
	Nisan	N	0		3		3	
	Toplam %	,0%		60,0%		60,0%		
	N	1		4		5		
	Toplam %	20,0%		80,0%		100%		
Genel Toplam N			2	5	10	5	22	
GENEL TOPLAM%			9,0%	22,7%	45,4%	22,7%	100%	

Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı üzere Vatan gazetesi⁵⁸¹, Cumhuriyet gazetesi ile karşılaştırıldığında, genel olarak oranların daha dengeli bir dağılım göstermesine karşın, Erdoğan'ın adaylığı için eleştirel bir tutumun devam ettiği söylenebilir.

Olumlu 5 habere bakıldığında bunlardan birer haber Şubat ve Mart ayında çıkarken, kalanı (3 haber) Nisan ayında, Erdoğan'ın adaylıktan vazgeçmesiyle ilgili olduğu gözlemlenmektedir. Cumhuriyet gazetesinde olduğu gibi, haberin nitelik olarak olumlu olmasına karşın içerik olarak yine Erdoğan'ın adaylığına karşı olumsuz olduğu anlaşılmaktadır. Gazetenin olumsuz haberleri⁵⁸² de göz önüne alındığında, Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili olarak Vatan gazetesi, Cumhuriyet

⁵⁸¹ Vatan gazetesi, Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili toplam 22 haber yaparken, bu haberlerin %54'ü olumsuz haber olup %22,7'si tarafsız ve yine %22,7'si olumlu haberdur. Vatan gazetesi, Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili toplam haberlerin, %45,4'ü tüm sayfanın orta bir haber alanında yer almıştır. Haberlerin %22,7'sii tüm sayfanın 1/24-1/12'si aralığında yer kaplarken, tüm sayfanın 1/6-1/2'sine kadar erişebilen, haberlerin %22,7'si yapılmıştır.

⁵⁸² Vatan gazetesinin Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili olumsuz haberlerinin %58,3'ü, Mart ayında çıkarken, yine bu haberlerin %33,3'ü, tüm sayfanın 1/12-1/6'sı aralığında yer kaplarken bir diğer %33,3'ü, de büyük haberdur. Tarafsız haberler ise 5 haberden oluşmakta ve bunlar orta ve büyük haberlerden; olumlu haberler ise orta ve küçük haberlerden oluşmaktadır.

gazetesinin haberlerine göre daha dengeli olmasına karşın, gerek sayı ve gerekse alan olarak eleştirel bir tavırla yaklaştığı gözlemlenmektedir.

Hürriyet gazetesinde çıkan, Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili olumlu ve olumsuz haberler, hangi ayda olduklarına ve sayfada kapladıkları alan oranlarına göre aşağıda tabloleştirilmiştir.

Tablo 38: Hürriyet Gazetesinde Erdoğan'ın Adaylığı İle İlgili İlk Sayfa Haberleri

Haber Türü	Ay	N	Haber Alanı/Tüm Sayfa Oranı			Toplam
			Küçük		Büyük	
			0 - 1/24	1/24 - 1/12	1/6 - 1/2	
Olumsuz	Şubat	N	0	2		2
		Toplam %	,0%	50,0%		50,0%
	Mart	N	1	1		2
		Toplam %	25,0%	25,0%		50,0%
		N	1	3		4
		Toplam %	25,0%	75,0%		100%
Tarafsız	Ocak	N		1	0	1
		Toplam %		25,0%	,0%	25,0%
	Mart	N		1	0	1
		Toplam %		25,0%	,0%	25,0%
	Nisan	N		1	1	2
		Toplam %		25,0%	25,0%	50,0%
	N		3	1	4	
	Toplam %		75,0%	25,0%	100%	
Olumlu	Mart	N		1	1	2
		Toplam %		16,7%	16,7%	33,3%
	Nisan	N		3	1	4
		Toplam %		50,0%	16,7%	66,7%
		N		4	2	6
		Toplam %		66,7%	33,3%	100%
Genel Toplam N			1	10	3	14
GENEL TOPLAM%			7,1%	71%	21,4%	100%

Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı üzere⁵⁸³ Hürriyet gazetesi, Cumhuriyet gazetesi ile karşılaştırıldığında, oranların daha dengeli bir dağılım göstermesiyle birlikte, Erdoğan'ın adaylığı için eleştirel bir tutumun devam ettiği söylenebilir.

Büyük 3 habere bakıldığında bunların bir tarafsız diğer 2 haber de olumlu olup hepsi Nisan ayında çıkmıştır. Bu haberler Nisan ayında, Erdoğan'ın adaylıktan vazgeçmesiyle ilgili olduğu gözlemlenmektedir. Cumhuriyet gazetesinde olduğu gibi, haberin nitelik olarak olumlu olmasına karşın içerik olarak yine Erdoğan'ın

⁵⁸³ Hürriyet Gazetesi, Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili toplam 14 haber yaparken, bu haberlerin %28,5'i olumsuz haber olup %28,5'i tarafsız ve %42,8'i olumlu haberdir. Hürriyet Gazetesi, Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili toplam haberlerin %71'i, tüm sayfanın küçük bir haber alanında yer almıştır. Haberlerin %21,4'ü, tüm sayfanın 1/6-1/2'si aralığında yer kaplamıştır

adaylığına karşı olumsuz olduğu anlaşılmaktadır. Hürriyet gazetesinin Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili olumsuz haberlerinin (4 haber), Şubat ve Mart ayında çıkarken, yine bu haberlerin olduğu gözlemlenmektedir.

Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili olarak Hürriyet gazetesinin haberlerinin, Cumhuriyet gazetesinin haberlerine göre daha dengeli olmasına karşın, Vatan gazetesi haberlerine göre gerek sayı ve gerekse alan olarak eleştirel bir tavırla yaklaştığı gözlemlenmektedir.

Sabah gazetesinde, Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili çıkan olumlu ve olumsuz haberler, hangi ayda olduklarına ve sayfada kapladıkları alan oranlarına göre aşağıda tabloleştirilmiştir.

Tablo 39: Sabah Gazetesinde Erdoğan'ın Adaylığı İle İlgili İlk Sayfa Haberleri

Haber Türü	Haber Alanı/Tüm Sayfa Oranı						Toplam
	Ay	Küçük		Orta	Büyük		
		0 - 1/24	1/24 - 1/12	1/12 - 1/6	1/6 - 1/2	1/2 - 1	
Olumsuz	Şubat N	1	0	0			1
	Toplam %	14,3%	,0%	,0%			14,3%
	Mart N	2	1	1			4
	Toplam %	28,6%	14,3%	14,3%			57,1%
	Nisan N	1	1	0			2
Toplam %	14,3%	14,3%	,0%			28,6%	
	N	4	2	1			7
Toplam %	57,1%	28,6%	14,3%			100%	
Tarafsız	Ocak N	1	1	0	0	0	2
	Toplam %	5,6%	5,6%	,0%	,0%	,0%	11,1%
	Mart N	4	4	1	0	0	9
	Toplam %	22,2%	22,2%	5,6%	,0%	,0%	50,0%
	Nisan N	0	3	1	1	2	7
Toplam %	,0%	16,7%	5,6%	5,6%	11,1%	38,9%	
	N	5	8	2	1	2	18
Toplam %	27,8%	44,4%	11,1%	5,6%	11,1%	100%	
Olumlu	Ocak N		2	0	0		2
	Toplam %		33,3%	,0%	,0%		33,3%
	Mart N		0	1	1		2
	Toplam %		,0%	16,7%	16,7%		33,3%
	Nisan N		0	1	1		2
Toplam %		,0%	16,7%	16,7%		33,3%	
	N		2	2	2		6
% Toplam			33,3%	33,3%	33,3%		100%
Genel Toplam N	9	12	5	3	2	31	
GENEL TOPLAM%	29%	38,7%	16,1%	9,6%	6,4%	100%	

Yukarıdaki tablodan⁵⁸⁴ da anlaşılacağı üzere Sabah gazetesinin ilk dönemde Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili göreceli olarak mesafeli bir tutum takınırken, ikinci

⁵⁸⁴ Sabah gazetesi, Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili toplam 31 haber yaparken, bu haberlerin %22,5'i olumsuz haber olup %58'i tarafsız ve %19,3'ü olumlu haberdır. Sabah gazetesi, Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili toplam haberlerin, %38,7'si, tüm sayfada küçük bir yer kaplarken, tam sayfaya yakın haberler tarafsız haberler olduğu ve ikisinin de Nisan ayında Erdoğan'ın aday olmadığının açıklanmasıyla yapıldığı gözlemlenmektedir. Olumlu 6 haberden ikisi Ocak, Mart ve Nisan aylarında çıkarken,

dönemde yani Nisan ayından itibaren adaylığı destekleyici yöndeki tutum değişikliğinin TMSF etkisinde gerçekleştiği gözlemlenmektedir.

Ayrıca Sabah gazetesi, Cumhuriyet Mitingleri sonrasında çıkan haberlerinde de Erdoğan'ın Cumhurbaşkanlığı konusunda mağdur edildiği vurgusuna yer vermiştir.

Sabah gazetesinin Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili olumsuz haberlerinin⁵⁸⁵ son derece küçük haber aralığında yer kapladığı gözlemlenmektedir. Ayrıca bu haberlerde Erdoğan yine mağdur durumda aktarılmıştır.

Tarafsız haberler ise 18 haberden oluşmakta ve bunlar orta ve büyük haberlerden; olumlu haberler ise orta ve küçük haberlerden oluşmaktadır. Bu şekilde Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili olarak Sabah gazetesinin olumsuz bir tavır içinde olmamakla beraber temkinli yaklaştığı gözlemlenmektedir.

Sabah gazetesinin haberleri, Gül'ün adaylığı ile karşılaştırıldığında, temkinli tavrın, Gül'de açık desteğe dönüştüğü gözlemlenmekle birlikte, bu durumun Gül'e yönelik editöryal bir tercih mi yoksa TMSF'nin eline geçmiş olmasından kaynaklanan üçüncü bir faktöre mi dayalı olduğu sorunsal bu çerçevede açıklığa kavuşmamaktadır.

Zaman gazetesinde, Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili çıkan olumlu ve olumsuz haberler, hangi ayda olduklarına ve sayfada kapladıkları alan oranlarına göre aşağıda tablolandırılmıştır.

Nisan ayındaki olumlu haberlerde, Erdoğan'ın adaylıktan vazgeçmesiyle ilgili olduğu gözlemlenmektedir. Bu haberlerde Erdoğan aynı zamanda mağdur olduğu vurgusu yer almaktadır.

⁵⁸⁵ Sabah gazetesinin Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili olumsuz haberlerinin %58,3'ü, Mart ayında çıkarken, yine bu haberlerin %33,3'ü, tüm sayfanın 1/12-1/6'sı aralığında yer kaplarken bir diğer %33,3'ü, de büyük haberdir. Tarafsız haberler ise 5 haberden oluşmakta ve bunlar orta ve büyük haberlerden; olumlu haberler ise orta ve küçük haberlerden oluşmaktadır.

Tablo 40: Zaman Gazetesinde Erdoğan'ın Adaylığı İle İlgili İlk Sayfa Haberleri

Haber Türü	Alan Oranı		Toplam		
				Orta	Büyük
				1/12 - 1/6	1/6 - 1/2
Olumsuz	Nisan	N	1		1
		Toplam %	100%		100%
Tarafsız	Mart	N	1	0	1
		Toplam %	16,7%	,0%	16,7%
	Nisan	N	1	4	5
		Toplam %	16,7%	66,7%	83,3%
		N	2	4	6
		Toplam %	33,3%	66,7%	100%
Olumlu	Ocak	N	0	1	1
		Toplam %	,0%	50%	50%
	Mart	N	1	0	1
		Toplam %	50%	,0%	50%
		N	1	1	2
		Toplam %	50%	50%	100%
Genel Toplam			4	5	9
GENEL TOPLAM%			44,4%	55,5%	100%

Yukarıdaki tablodan⁵⁸⁶ da anlaşılacağı üzere Zaman gazetesi, Erdoğan'ın adaylığı ile haberlerin Ocak-Nisan arası dönemde yoğunlaştığı görülmektedir.

Genel olarak Zaman gazetesinin Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili olarak yalnızca 2 olumlu habere bağlı olarak çok da destekleyici bir yayın politikası izlememekle beraber, kendisinin “mağdur” edildiği yönünde yayınlarıyla dolaylı bir destek verdiği görülmektedir. Zaman gazetesi Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili göreceli olarak mesafeli bir tutum takınırken, ikinci dönemde yani Nisan ayından itibaren olumlu bir tutum takındığı gözlemlenmektedir. Bu değişimde muhalefetin Erdoğan'ın aday olabilme ihtimaline karşı gösterdiği tepkinin ve Cumhuriyet Mitinglerinin etkisi olduğu ileri sürülebilir. Nitekim Zaman gazetesi yayınlarında Erdoğan'ın adaylığını doğrudan destekleyen değil ancak Erdoğan'ın mağdur edildiği ile ilgili haberler bu teoriyi destekleyen türden verilerdir.

4.2.6.4.2. Gül'ün adaylığı

Gül'ün Cumhurbaşkanlığı adaylığı ile ilgili olarak Nisan ayından itibaren başlayan haberlerin içerik bakımından kısa dökümü aşağıda aktarılmıştır:

⁵⁸⁶ Zaman gazetesi toplam 9 haber yaparken, bu haberlerin %1'i olumsuz haber olup %66,6'sı tarafsız ve %22,2'si olumlu haberdir. Zaman gazetesi, Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili toplam haberlerin , %55,5'i, tüm sayfanın yarısına yakın yer kaplarken, kalan 4 haber de tam sayfaya 1/12-1/6 oran aralığında haberlerdir. Tam sayfaya yakın haberlerin %80'i tarafsız haberler olup bunların tamamı Nisan ayında yayınlanmıştır. Bu haberlerden biri, adayın Gül olduğunun açıklanması ertesinde çıkan haberdur.

Tablo 41: Gül ile İlgili Haberlerin İçerik Dağılımı

	Haber	Resimli	Olumsuz	Tarafsız	Olumlu	İlgili	Mağdur
Geçerli	61	46	32	12	19	52	18
Yüzde	100	%75.5	%19.7	%31.1	%52.5	%85	%29.5

Yukarıdaki tablodan⁵⁸⁷ da anlaşılacağı üzere, Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili haberlerle kıyaslandığında Gül'ün adaylığı ile ilgili haberlerin doğrudan konu edilmekte ve hakkında daha az olumsuz haberlere yer verilmektedir. Buradan yola çıkarak genel olarak gazetelerin içinde ideolojik açıdan farklı sebeplere dayanmakla beraber Erdoğan'ın adaylığı konusunda göreceli olarak olumsuz bir tavır takınırken, Gül'ün adaylığını "kamuoyu" adına *onaylama* noktasında -gazetelere bağlı içerik analizi sonucuna göre ayrıca değerlendirmek üzere- bu aşamada bir tür konsensüs oluşturduklarını söylemek mümkündür.

Gül'ün adaylığı ile ilgili çıkmış olan 61 ilk sayfa haberinin gazeteler içindeki dağılımı aşağıdaki tabloda izlenebilir.

Tablo 42: Gül'ün Adaylığı ile İlgili Haberlerin Gazetelere Göre Dağılımı

Gazete	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Cumhuriyet	5	8,2	8,2
Vatan	22	36,1	44,3
Hürriyet	15	24,6	68,9
Sabah	9	14,8	83,6
Zaman	10	16,4	100,0
Toplam	61	100,0	

Gazetelere bakıldığında Hürriyet ve Vatan gazetelerinin, Gül'ün adaylığı ile ilgili haberlere diğer gazetelere göre ve aynı zamanda bu gazetelerin Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili haberlerinin sayısına göre çok daha fazla yer verdiği görülmektedir.

⁵⁸⁷ Gül'ün adaylığı ile ilgili çıkan 61 haberin %85'i doğrudan ilgili haberlerdir ve %75,5'i resimle aktarılacak kadar önem seviyesindedir. Haberlerin %19,7'si adaylığı olumsuz bir açıdan değerlendirirken %52,5'i olumlu olup %29,5'i Gül'ü mağdur konumda aktarmıştır. Bu haberler aynı zamanda Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili çıkan resimli haberlerden çok daha fazladır. Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili haberlerin %44,5'i adaylığı olumsuz bir açıdan değerlendirirken Gül'ün adaylığı ile ilgili olumsuz haberler %20'de kalmıştır. Olumlu haberlerde oranlar Erdoğan için % 23,3'te kalırken, Gül için bu oran %52,5 olmuştur. Erdoğan'ın adaylık sürecini %14'ü mağdur konumda aktaran haberlere karşın Gül için bu oran yaklaşık olarak iki katına çıkmış, %29 olmuştur.

Cumhuriyet gazetesinin oldukça belirgin bir şekilde bu haberleri göz ardı ederek tercihini belirttiğini iddia etmek mümkündür. Ancak ayrıntılı yorum için içerik analizine bakmak gerekmektedir. Bu verilerden yola çıkarak merkez ve merkeze yakın gazetelerin Gül'ün adaylığına sıcak bakarken, Erdoğan'ın adaylığı hakkında olumsuz bir tutum içinde olduklarını söylemek mümkündür.

Cumhuriyet gazetesinde çıkan, Gül'ün adaylığı ile ilgili olumlu ve olumsuz haberler, hangi ayda olduklarına ve sayfada kapladıkları alan oranlarına göre aşağıda tablolaştırılmıştır.

Tablo 43: Cumhuriyet Gazetesinde Gül'ün Adaylığı İle İlgili İlk Sayfa Haberleri

Haber Türü	Haber Alanı/Tüm Sayfa Oranı		Toplam
	Orta	Büyük	
Ay	1/12 - 1/6	1/6 - 1/2	
Ocak	N	1	1
	Toplam %	20,0%	20,0%
Şubat	N	0	1
	Toplam %	0,0%	20,0%
Nisan	N	2	3
	Toplam %	40,0%	60,0%
	N	3	5
	Toplam %	60,0%	100%
Genel Toplam N	2	3	5
GENEL TOPLAM%	40,0%	60,0%	100%

Yukarıdaki tabloya⁵⁸⁸ göre, Cumhuriyet gazetesi, Cumhurbaşkanlığı seçimlerinin ilk turunun gerçekleştirilmiş olması nedeniyle Gül'ün adaylığı ile ilgili haber alanlarını arttırmışken, sayısal olarak Erdoğan'la ilgili haberlerinin çok altında haber yaptığı görülür. Ancak Cumhuriyet gazetesi, her iki aday için de olumsuz yaklaşımını tutarlı bir şekilde sürdürmüştür.

Vatan gazetesinde çıkan, Gül'ün adaylığı ile ilgili olumlu ve olumsuz haberler, hangi ayda olduklarına ve sayfada kapladıkları alan oranlarına göre aşağıda tablolaştırılmıştır.

⁵⁸⁸ Cumhuriyet gazetesi, Gül'ün adaylığı ile ilgili toplam 5 haber yaparken, bu haberlerin tamamı olumsuz haberdır. Gül'ün adaylığı ile ilgili toplam haberlerin, %60'ı, (3 haber), tüm sayfanın 1/6-1/2'si gibi göreceli olarak yüksek bir haber alanında ve Nisan ayında yer almıştır. Haberlerin %40'ı, (2 haber), tüm sayfanın 1/12-1/6'si aralığında yer kaplarken, bu oranlar Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili haberlerle karşılaştırıldığında, sayısal olarak çok daha az olmakla beraber; yüksek alana sahip haberlerin toplam haberler içindeki oranında daha fazla olduğu gözlemlenmektedir.

Tablo 44: Vatan Gazetesinde Gül'ün Adaylığı İle İlgili İlk Sayfa Haberleri

Haber Türü	Haber Alanı/Tüm Sayfa Oranı						Toplam	
	Ay	Küçük		Orta	Büyük			
		0 - 1/24	1/24 - 1/12	1/12 - 1/6	1/6 - 1/2	1/2 - 1		
Olumsuz	Mayıs	N	1	1		1	3	
		Toplam %	25,0%	25,0%		25,0%	75,0%	
	Haziran	N	0	0		1	1	
		Toplam %	,0%	,0%		25,0%	25,0%	
Tarafsız		N	1	1		2	4	
		Toplam %	25,0%	25,0%		50,0%	100%	
	Nisan	N			1	3	4	
		Toplam %			25,0%	75,0%	100%	
Olumlu	Mart	N		0	1	0	1	
		Toplam %		,0%	7,1%	,0%	7,1%	
	Nisan	N		0	2	3	6	
		Toplam %		,0%	14,3%	21,4%	42,9%	
	Mayıs	N		3	1	2	6	
		Toplam %		21,4%	7,1%	14,3%	42,9%	
	Haziran	N		0	1	0	1	
		Toplam %		,0%	7,1%	,0%	7,1%	
		N		3	5	5	14	
		Toplam %		21,4%	35,7%	35,7%	100%	
	Genel Toplam N		1	4	6	10	1	22
	GENEL TOPLAM%		4,5%	18,1%	27,2%	45,4%	4,5%	100%

Yukarıdaki tablodan⁵⁸⁹ da anlaşılacağı üzere Vatan gazetesi, Cumhurbaşkanlığı seçimlerinin ilk turunun gerçekleştirilmiş olması nedeniyle haber alanlarını arttırmışken, Erdoğan'la ilgili haberleriyle aynı sayıda olduğu gözlemlenmektedir. Tam sayfaya yakın haberlerinden Gül'ün adaylığı ile ilgili olarak sadece bir haberi bulunduğu ve bunun da olumlu bir haber olmuştur. Bu haber, 24 Nisan tarihinde adayın Gül olduğunun açıklanmasıyla ertesi gün çıkan olumlu haberdir. Vatan gazetesi Erdoğan yerine Gül'ün adaylığının açıklanmasına olumlu bir bakış açısıyla yaklaşmıştır. Genelkurmay'ın 27 Nisan gecesi yayınlanan e-muhtıranın ertesi günü çıkan Vatan gazetesinde çıkan haberlerinde Gül'ün adaylığı ile ilgili haberlere tarafsız yaklaşırken, bu haberler (1/6-1/2 oranında) büyük haberlerdir.

Cumhurbaşkanlığı seçiminin birinci turun iptal edilmesinden sonra, 6 Mayıs'ta meclisin 367'yi yakalayamamasının ertesi günü çıkan baskısında Vatan gazetesi, konuyla ilgili haberinde Gül'ün adaylığına olumlu yaklaşırken aynı

⁵⁸⁹ Vatan gazetesi, Gül'ün adaylığı ile ilgili toplam 22 haber yaparken, bu haberlerin sadece %18,1'i olumsuz iken, 63,6'sı olumlu haberlerden oluştuğu gözlemlenmektedir. Gazete, Gül'ün adaylığı ile ilgili toplam haberlerin, %45,4'ü, tüm sayfanın 1/6-1/2'si gibi göreceli olarak yüksek bir haber alanında yer almıştır. Haberlerin %27,2'si, tüm sayfanın 1/12-1/6'si aralığında yer kaplarken, bu oranlar Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili haberlerle karşılaştırıldığında sayısal olarak çok daha az olmakla beraber yüksek alanın toplam haberler içindeki oranın olarak daha fazla olduğu gözlemlenmektedir.

zamanda mağdur olduğunun da haberini yaptığı gözlemlenmektedir. Gazetenin bu haberleri büyük haber kategorisinde (1/6-1/2 oranında) yer almıştır.

Hürriyet gazetesinde çıkan, Gül'ün adaylığı ile ilgili olumlu ve olumsuz haberler, hangi ayda olduklarına ve sayfada kapladıkları alan oranlarına göre aşağıda tabloleştirilmiştir.

Tablo 45: Hürriyet Gazetesinde Gül'ün Adaylığı İle İlgili İlk Sayfa Haberleri

Haber Türü	Ay	Haber Alanı/Tüm Sayfa Oranı					Toplam
		Küçük		Orta	Büyük		
		0 - 1/24	1/24 - 1/12	1/12 - 1/6	1/6 - 1/2	1/2 - 1	
Olumsuz	Nisan		1	0			1
	Toplam %		50,0%	,0%			50,0%
	Mayıs		0	1			1
	Toplam %		,0%	50,0%			50,0%
	Nisan		1	1			2
	Toplam %		50,0%	50,0%			100%
Tarafsız	Nisan		2	2	1	1	6
	Toplam %		25,0%	25,0%	12,5%	12,5%	75,0%
	Mayıs		1	0	1	0	2
	Toplam %		12,5%	,0%	12,5%	,0%	25,0%
	Nisan		3	2	2	1	8
	Toplam %		37,5%	25,0%	25,0%	12,5%	100%
Olumlu	Nisan	1	0		0	1	2
	Toplam %	20,0%	,0%		,0%	20,0%	40,0%
	Mayıs	0	1		2	0	3
	Toplam %	,0%	20,0%		40,0%	,0%	60,0%
	Nisan	1	1		2	1	5
	Toplam %	20,0%	20,0%		40,0%	20,0%	100%
Genel Toplam N		1	5	3	4	2	15
GENEL TOPLAM%		6,6%	33,3%	20%	26,6%	13,3%	100%

Yukarıdaki tablodan⁵⁹⁰ da anlaşılacağı üzere Hürriyet gazetesi, Cumhurbaşkanlığı seçimlerinin ilk turunun gerçekleştirilmiş olması nedeniyle Gül'ün adaylığı ile ilgili haber alanlarını arttırmışken, Erdoğan'la ilgili haberleriyle aynı sayıda olduğu gözlemlenmektedir. Gazete, tam sayfaya yakın haberlerinden Gül'ün adaylığı ile ilgili olarak sadece iki haberi bulunduğu ve bunların da bir olumlu bir de tarafsız haber olduğu; her ikisinin de Nisan ayında yayınlandığı gözlemlenmektedir. Bu haberlerden tarafsız olan 27 Nisan e-muhtıradan sonra çıkan haberdir. Tam sayfaya yakın olumlu haber, 24 Nisan tarihinde adayın Gül olduğunun açıklanmasıyla ertesi gün çıkan olumlu haberdir. Gazetenin Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili yayın politikasıyla karşılaştırıldığında Cumhuriyet gazetesinden farklı olarak

⁵⁹⁰ Hürriyet gazetesi tarafından Gül'ün adaylığı ile ilgili toplam 15 haber yaparken, bu haberlerin sadece %13,3'ü olumsuz iken, %33,6'sı olumlu haberlerden oluştuğu gözlemlenmektedir. Gazetenin, Gül'ün adaylığı ile ilgili toplam haberlerin %13,3'ü, tüm sayfanın yarısından fazlası kadar yüksek bir haber alanında yer almıştır. Haberlerin %26,6'sı, tüm sayfanın 1/6-1/2'si aralığında yer kaplarken, bu oranlar Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili haberlerle karşılaştırıldığında sayısal olarak belirgin bir fark olmamakla beraber yüksek alanın toplam haberler içindeki oranının olarak daha fazla olduğu gözlemlenmektedir

Vatan gazetesi gibi genel olarak tam tersi yönde bir değişim geçirdiği gözlemlenmektedir.

Yukarıdaki veriler doğrultusunda Hürriyet gazetesi de Erdoğan yerine Gül'ün adaylığının açıklanmasına olumlu bir bakış açısıyla yaklaştığını ileri sürmek mümkündür. Cumhurbaşkanlığı seçiminin birinci turun 1 Mayıs 2007 tarihinde Anayasa Mahkemesi kararıyla iptal edilmesinden sonra, 3 Mayıs'ta çıkan ilgili haberde Gül'ün mağdur edildiği vurgusuna yer verildiği ve gazetenin bu haberleri büyük bir alanda haber yaptığı gözlemlenmektedir.

Sabah gazetesinde çıkan, Gül'ün adaylığı ile ilgili olumlu ve olumsuz haberler, hangi ayda olduklarına ve sayfada kapladıkları alan oranlarına göre aşağıda tabloleştirilmiştir.

Tablo 46: Sabah Gazetesinde Gül'ün Adaylığı İle İlgili İlk Sayfa Haberleri

Haber Niteliği	Haber Alanı/Tüm Sayfa Oranı						Toplam	
	Ay	Küçük		Orta	Büyük			
		0 - 1/24	1/24 - 1/12	1/12 - 1/6	1/6 - 1/2	1/2 - 1		
Olumsuz	Nisan	N		1			1	
	Toplam %		100%				100%	
Tarafsız	Nisan	N	0			2	2	
	Toplam %		,0%			66,7%	66,7%	
	Mayıs	N	1			0	1	
	Toplam %		33,3%			,0%	33,3%	
Olumlu	Nisan	N	1		0	1	3	
	Toplam %		20%		,0%	20%	60%	
	Mayıs	N	0		1	0	2	
	Toplam %		,0%		20%	,0%	40%	
Genel Toplam N			2	1	1	1	9	
GENEL TOPLAM %			22,2%	11,1%	11,1%	11,1%	44,4%	100%

Yukarıdaki tablodan⁵⁹¹ da anlaşılacağı üzere Sabah gazetesi, Cumhurbaşkanlığı seçimlerinin ilk turunun gerçekleştirilmiş olması nedeniyle haber alanlarını arttırmışken, tek olumsuz haberin, Gül'ün mağdur edildiği vurgusunun bulunduğu ve tüm sayfanın 1/24-1/12 'si kadar küçük bir alanda verildiği gözlemlenmektedir.

⁵⁹¹ Sabah gazetesi Gül'ün adaylığı ile ilgili toplam 9 haber yaparken, bu haberlerin sadece %11,1'i olumsuz iken, %55,5'i olumlu haberlerdir. Sabah gazetesi, Gül'ün adaylığı ile ilgili toplam haberlerin, %44,4'ü, tüm sayfanın yarısından fazlası kadar yüksek bir haber alanında yer almıştır. Sabah gazetesi tam sayfaya yakın haberlerinden Gül'ün adaylığı ile ilgili olarak 4 haberin 2'si olumlu 2'si tarafsız haberlerdir. Bu haberlerin 3'ü Nisan ayında 1'i Mayıs ayında yayınlanmıştır.

Nisan ayında yayınlanan tam sayfaya yakın haberlere bakıldığında, bunlardan iki haberin, Gül'ün adaylığının açıklanmasının hemen ertesi gün ve sonraki gün çıkan gazetede haberler olduğu; bir diğerininse 27 Nisan birinci tur seçiminden sonra aynı gece yayınlanan e-muhtıranın ertesi günü çıkan gazete haberi olduğu gözlemlenmektedir. Gazetenin Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili yayın politikasıyla karşılaştırıldığında sayısal olarak azalmakla beraber alan-oransal olarak artış gözlemlenmiştir. 28 Nisan günü çıkan Sabah gazetesi, Gül'ün adaylığı ile ilgili tam sayfaya yakın haberini ve ilgili e-muhtırayı tarafsız bir perspektifte vermiştir. Cumhurbaşkanlığı seçiminin birinci turun 1 Mayıs 2007 tarihinde Anayasa Mahkemesi kararıyla iptal edilmesinden sonra, 2 Mayıs'ta çıkan ilgili haberde Gül'ün mağdur edildiği vurgusuna yer verildiği ve gazetenin bu haberleri tam sayfaya yakın bir alanda haber yaptığı gözlemlenmektedir.

Zaman gazetesinde çıkan, Gül'ün adaylığı ile ilgili olumlu ve olumsuz haberler, hangi ayda olduklarına ve sayfada kapladıkları alan oranlarına göre aşağıda tablolandırılmıştır.

Tablo 47: Zaman Gazetesinde Gül'ün Adaylığı İle İlgili İlk Sayfa Haberleri

Haber Türü	Haber Alanı/Tüm Sayfa Oranı				Toplam		
	Ay	Küçük	Orta	Büyük			
		1/24 – 1/12	1/12 - 1/6	1/6 - 1/2		1/2 - 1	
Tarafsız	Mayıs	N	1	1		2	
		Toplam %	50,0%	50,0%		100%	
Olumlu	Nisan	N	0		3	1	4
		Toplam %	0%		37,5%	12,5%	50,0%
	Mayıs	N	1		2	1	4
		Toplam %	12,5%		25,0%	12,5%	50,0%
		N	1		5	2	8
		Toplam %	12,5%		62,5%	25,0%	100%
Genel Toplam N			2	1	5	2	10
GENEL TOPLAM%			20%	10%	50%	20%	100%

Yukarıdaki tablodan⁵⁹² da anlaşılacağı üzere Zaman gazetesinin Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili yayın politikasıyla karşılaştırıldığında sayısal olarak azalmakla beraber, gerek alan-oransal olarak ve gerekse içerik açıdan destekleyen bir yayın politikası izlediği gözlemlenmektedir. Zaman gazetesi okuyucularının da özellikle Nisan ayından itibaren iktidar partisinin Cumhurbaşkanını belirleme sürecini gittikçe daha demokratik bulmaları beklenmektedir. Ayrıca gazetenin “mağdurluk”

⁵⁹² Zaman gazetesi Gül'ün adaylığı ile ilgili olarak haberleri Nisan ayından itibaren başlamaktadır. Bu çerçevede toplam 10 haber yapılmış olup bunların yarısından fazlası (%70) büyük haberdir. Haberler arasında gazetenin söylemsel çizgisiyle paralel olarak olumsuz habere rastlanmamaktayken olumlu haberlerin sayısı 8 olup bunların içinde 2 haber tam sayfaya yakın büyüklükte yer almıştır.

vurgusunun, AKP seçmeni olmadığı Zaman gazetesi okuru olan denekler üzerinde özellikle Gül'ün adaylığının açıklanmasından itibaren meydana gelen gelişmeler ve Cumhuriyet Mitinglerinin bumerang etkisi altına girebilecekleri ve süreçle ilgili fikrini değiştirerek “demokratik” bulmaya yönelebilecekleri beklenebilir.

4.2.6.5. Cumhuriyet Mitingleri

2007 Mart ayından itibaren Türkiye'nin pek çok yerinde Atatürkçü Düşünce Derneğinin önderliğinde düzenlemiş mitinglerin ortak vurgusu “irtica” ve “laiklik” üzerine gerçekleşmiştir. Bu mitinglerde ayrıca Erdoğan'ın Cumhurbaşkanı aday olabileme ihtimali, hükümetin AB ve ABD ile yürütülen dış politikası protesto edilen unsurlar arasında yer almıştır. Mitinglerin medyada ele alınış biçimi ve uygulamaya katılan deneklerin süreç içerisindeki tepki değişimi, medyanın siyasal hareketler üzerindeki etkisini anlamak bakımından önemlidir. Her üç Mitingin analizi, deneklerin ve medyanın süreç içerisindeki değişimini verirken, “Cumhuriyet Mitingleri” ile ilgili tarama, konuyla ilgili genel eğilimi vermektedir.

Cumhuriyet Mitinglerinden⁵⁹³ en önde gelenleri, Ankara'da (Tandoğan,14 Nisan), İstanbul'da (Çağlayan, 29 Nisan) ve İzmir'de (Gündoğdu, 13 Mayıs) gerçekleştirilmiştir. Medya analizinde tarama yapılırken, bu üç miting adı dışında genel olarak “Cumhuriyet Mitingleri” adıyla da tarama yapılmıştır. Bu mitinglerle ilgili haberlerin sayısı aşağıdaki tabloda yer verilmiştir:

Tablo 48: Gazetelerin İlk Sayfada Çıkan Miting Haberlerinin Dağılımı

Miting	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Tandoğan	75	40,5	40,5
Çağlayan	18	9,7	50,3
Gündoğdu	32	17,3	67,6
C.Mitingleri	60	32,4	100,0
Toplam	185	100,0	

⁵⁹³ Cumhuriyet Mitingleri Mart 2007'den itibaren gerçekleştirilmeye başlamış olan demokratik kitle örgütlerince organize edilip, CHP, MHP İP gibi çeşitli partilerin ve liderlerinin doğrudan destek verdikleri siyasal gösteriler zinciridir.

Tüm gazetelerin ilk sayfasında çıkan miting haberlerinde⁵⁹⁴, Mitingin ertesi gün yapılan haberlerin kapladığı alan ve içerik açısından olumlu ya da olumsuz olup olmadığı, resimli olup olmadığı Mitingin gazeteler tarafından ne kadar değerlendirildiğini anlamak açısından önemlidir. Bu bağlamda, Mitingin ertesi günkü çıkan haberler hariç tutulduğunda, Çağlayan Mitinginin sonraki günlerde yapılan haber sayısı açısından kayda değer bir kapsam dışı tutulma süreci yaşandığı görülmektedir. Aynı süreçte, 27 Nisan 2007 Cumhurbaşkanlığı seçiminin yapıldığı gün saat 23.15'de Genelkurmay Başkanlığı'nın internet yoluyla yaptığı açıklama kamuoyunda 'e-muhtıra' olarak yankı bulmuştur. Açıklamanın arkasından 29 Nisan'da gerçekleşen Çağlayan Mitinginin, muhtıra ile ortak yönü olan iktidara yönelik eleştirel tutuma bağlı olarak, ordunun siyasete müdahalesini onaylama olarak değerlendirilmiş olma riskini taşımıştır⁵⁹⁵. Ordunun siyasete müdahalesini uzaktan yakından hoş görme durumu ise özellikle AB ve pazar ekonomisiyle örtüşmeyen bir durumdur. Nitekim açıklamayı izleyen günlerde AB liderlerinden siyasal iktidarı destekleyen ve genelkurmay bildirisini eleştiren açıklamalar gündeme gelmiştir. Bu bağlamda Çağlayan Mitingi ile ilgili haberlerdeki düşüşün, miting öncesinde gerçekleştirilen Genelkurmay müdahalesi ile ilişkisi olduğu düşünülmektedir. Ayrıca ikinci dönemde yer alan Erdoğan ile ilgili “mağdur” değerlerle yüklü haberler özellikle yukarıda bahsi geçen iki konu etrafında yer almıştır.

Aşağıdaki tabloda gazetelerin 6 ay boyunca ilk sayfalarında çıkan miting haberleri yer almaktadır.

Tablo 49: Gazetelere Göre Miting Haberleri

Tarih	Miting	Cumhuriyet	Vatan	Hürriyet	Sabah	Zaman	Toplam
14 Nisan	Tandoğan	34	12	6	13	10	75
29 Nisan	Çağlayan	8	4	4	1	1	18
13 Mayıs	Gündoğdu	14	4	6	5	3	32
Mart-Mayıs	C.Mitingleri	23	8	11	8	10	60
Toplam		79 (56)	28(20)	27(16)	27(15)	24(14)	185(135)

⁵⁹⁴ 14 Nisan 2009'da Ankara'da gerçekleştirilmiş olan Tandoğan Mitingi ile ilgili 75 haber olup sayısal olarak ağırlık göstermektedir (üç miting haberlerinden %60'ı Tandoğan haberleridir). Tandoğan Mitinginden iki hafta sonra, İstanbul'da gerçekleştirilmiş olan Çağlayan Mitingi ile ilgili haberlerde çok ciddi bir düşüş yaşandığı (18 haber) görülmektedir.

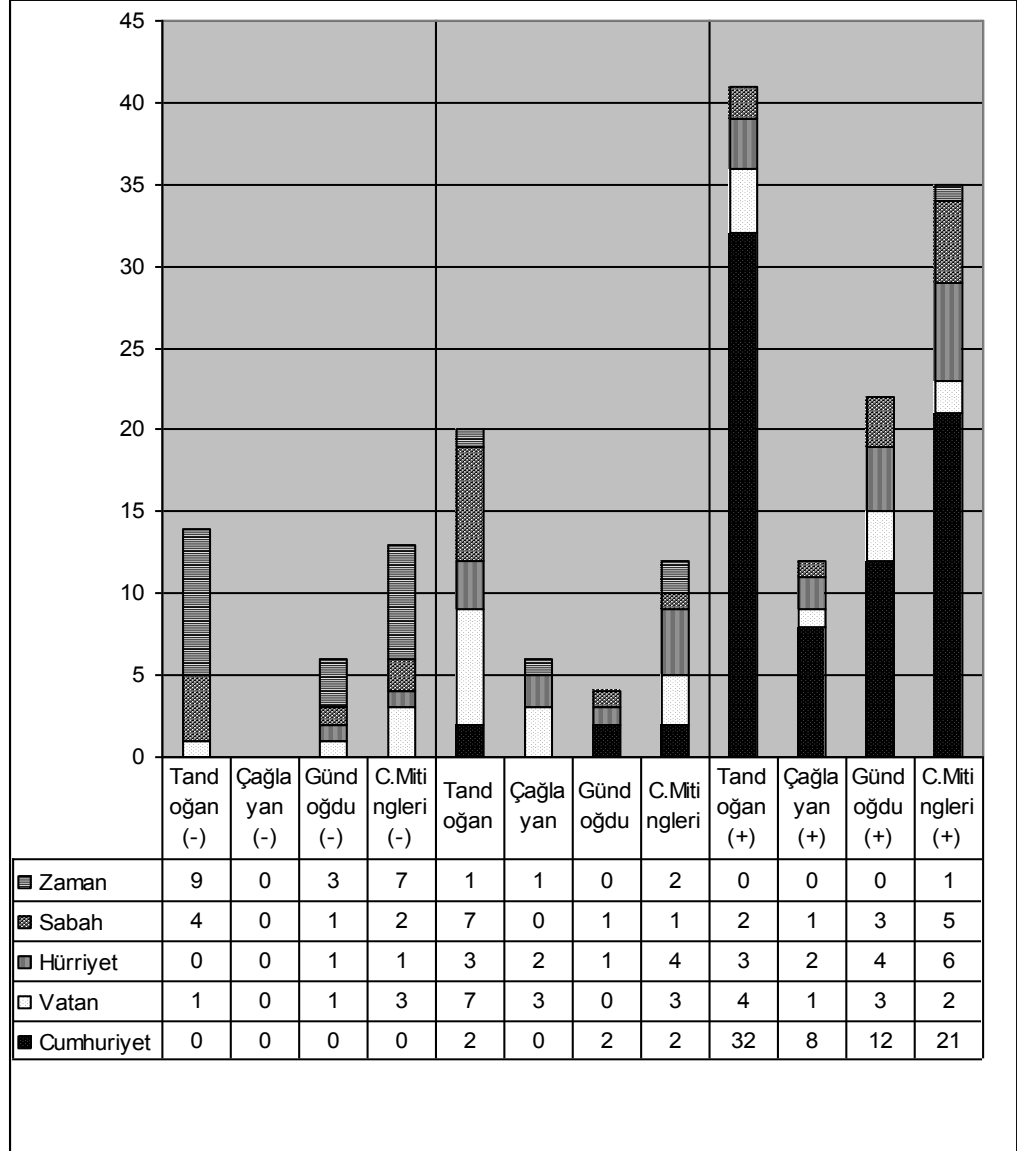
⁵⁹⁵ Mitinge katılanlar arasında ordunun müdahalesini meşru görenlerden çok sivil iradenin yine mitingler aracılığıyla daha etkin kullanımından taraf katılımcılar bulunmaktadır. Bu durumu mitingler süresince açılan pankartlardan gözlemlemek mümkündür. (“Ne şeriat ne darbe” söylemi ikisinin de eş değer ölçüde antidemokratik ve istenmeyen olgu olarak değerlendirildiğini göstermektedir.)

Gerçekleştirilen haberlerin gazeteler bazındaki dağılımını gösteren yukarıdaki tabloda Cumhuriyet gazetesinin diğer gazetelerin haberlerinden 2,5 katı kadar fazladan haberi olduğu görülmektedir. Bu durum, Cumhuriyet gazetesinin muhalif tavrı ile örtüşmekte ve aynı zamanda medyanın editöryal çerçevesinin, o medyanın ne söylediğinin ve ne sıklıkta söylediğinin, nasıl söylediğinden daha belirleyici olduğuna da örnek taşımaktadır. Diğer dört gazetenin, yine içeriklerine ve nasıl sunulduklarına bakılmaksızın benzer sayılarda yer verdikleri görülmektedir.

Tablo daha ayrıntılı olarak incelendiğinde, Vatan gazetesinin ilk miting ile ilgili olarak verdiği haberlerin diğer iki Mitingin haberlerinden 3 katı kadar yer verildiği görülmektedir. Bu düşünüş yukarıdaki açıklamayla ilişkilendirmek mümkün olabilir. Ancak daha ayrıntılı bir analiz için aşağıda aktarılacak olan içerik analizine gerek vardır. Hürriyet gazetesinin, her üç miting haberini de kendi içinde dengeli bir sayıda sunduğu görülmektedir. Ancak Sabah gazetesi, TMSF'nin Nisan ayı başında el koymasından sonra gerçekleşen tüm bu mitingler arasında, ilk mitinge 13 haberle yer vermiş olmasına rağmen, Nisan ayı sonundaki Çağlayan Mitingine sadece 1 haberle yer vermiş olması dikkat çekicidir. Zaman gazetesi ve Sabah gazetesi miting haberlerinin sayısı bağlamında paralel bir sunum gerçekleştirmişlerdir.

Gazetelerin ilk sayfalarında "Cumhuriyet Mitingleri" adı altında tarama yapıldığında çıkan haberlere bakıldığında yine Cumhuriyet gazetesinde çıkan haberler diğer gazetelerdeki haberlerin yaklaşık 2,5 katı kadardır. Diğer gazeteler göreceli olarak dengeli bir sayıda haber yapmışlardır.

Şekil 6:Miting Haberlerinin Olumsuz-Tarafsız-Olumlu Sunumuna Göre Gazetelerde Dağılımı



Yukarıdaki grafiğin ilk kısmında mitinglerle ilgili olumsuz haberlerin gazeteler bazındaki dağılımına yer verilmektedir. İlk olarak Zaman gazetesi haberlerin bakıldığında Tandoğan ile ilgili 9, Gündoğdu ile ilgili 3 ve genel olarak Cumhuriyet Mitingleri ile ilgili 7 olumsuz habere yer verdiği görülmektedir. Arada yer alan Çağlayan Mitingi ile ilgili hiçbir olumsuz haber yapmamış olması yine muhtıra ile ilgili olduğu düşünülmektedir. Nitekim Çağlayan Mitingi ile ilgili hiçbir gazete olumsuz haber yapmamıştır.

Tablonun orta kısmında yer alan tarafsız haberlere bakıldığında Zaman gazetesinin Çağlayan ve Tandoğan Mitinglerini tarafsız birer haberle aktardığı görülmekte ve genel olarak Cumhuriyet Mitingleriyle ilgili olarak 2 haberi bulunduğu görülmektedir. Çağlayan Mitingini tarafsız bir çerçevede tek bir haberle geçmiş olması yine ordunun siyasete müdahalesi ertesi temkinli bir duruş çerçevesinde açıklanabilir.

13 Mayıs Gündoğan Miting günü, Zaman gazetesinde Erdoğan ve ailesinin Erzurum'da gerçekleştirdiği miting ile ilgili haberin daha geniş kapsamlı ve resimli olarak yer verilmiş olması dolaylı bir tercihi göstermektedir. Ertesi gün çıkan Zaman gazetesi, miting ile ilgili olarak "Solda Birlik Atışması" başlığı ile verdiği haberde sadece CHP ve DSP liderlerinin resimlerini kullandığı görülmektedir. İçerik olarak da Mitingin başka herhangi bir görüntü ya da içeriğine değinilmemekte amacının solda birlik olmasına karşın bunu da başaramadığına işaret edilmektedir⁵⁹⁶.

Tablonun sağ kısmında yer alan olumlu haberler kapsamında Zaman gazetesinin mitinglerle ilgili olarak olumlu hiçbir haberi bulunmadığı görülmektedir. Bu durum gazetenin siyasal söylemiyle doğrudan örtüşmekte ve Smith ve arkadaşlarının sosyal hareketlerin medya ile çakışan çıkarılara bağlı olarak, haber yapılamadığı ya da formatlanarak aktarıldığı ile ilgili çalışmalarını doğrulamaktadır. Bu yönde bir başka kanıt da başta Tandoğan Mitingiyle ilgili olarak en çok olumsuz haber yapan Zaman gazetesinden sonra (Tandoğan miting için 4 haber ve diğerleri ile ilgili toplam 7 haber yapmıştır), olumsuz haber haberle ikinci sırada Sabah gazetesinin oluşudur.

Ancak Sabah gazetesi, 11 olumlu habere ve 9 tarafsız habere de yer vermiştir. Bu haberleriyle gazete, tutumunu merkeze doğru yönlendirmiş olmakla beraber belirleyici editöryal tutumu, içerik bağlamındaki seçimlerin gazetenin alanında ne kadar yer işgal ettiği ile ilgilidir. Kronolojik olarak olumsuz haberlerin ilerleyen günlerde ağırlık basması TMSF'nin el koyma operasyonu ile ilişkilendirilebilir ancak bunun için yeterli kanıt bulunmamaktadır.

Vatan gazetesinin ise miting haberlerini en çok "tarafsız" bir şekilde verdiği ve eleştirel bir yaklaşımda da bulunduğu ancak olumlu haberlere de yer verdiği

⁵⁹⁶ Zaman Gazetesi, 14 Mayıs 2007, İzmir Baskısı

görülmektedir. Gazetenin olumlu haberlerine bakıldığında, bu haberlerin Tandoğan Mitinginde en yüksek değerine ulaşmışken sonrakilerinde, Zaman gazetesinden sonraki en az sayıda olumlu habere yer veren gazete olduğu dikkati çekmektedir.

Hürriyet gazetesi, (Cumhuriyet gazetesinin hiç olumsuz haber yapmadığı düşünüldüğünde) en az olumsuz haber yapan gazete olmuştur. Tersine şekilde, yine Cumhuriyet gazetesinden sonra en çok olumlu haber yapan gazete yine Hürriyet gazetesidir. Dolayısıyla ilk çözümleme bağlamında Cumhuriyet Mitinglerinde analiz kapsamında yer alan ikinci en büyük desteğin Hürriyet gazetesinden geldiği görülmektedir.

Aşağıda yer alan tablolarda gazetelerin ilk sayfasında mitinglerle ilgili olarak çıkan haberler tarafsızlığına göre ve resimli olup olmadığına göre ve son olarak da tüm gazete sayfası içerisindeki kapladığı alana göre dağılımı yer almaktadır.

Tablo 50: Cumhuriyet Gazetesi Cumhuriyet Mitingleri ile İlgili Haberleri

Miting			Haber Alanı/Tüm Sayfa Oranı					Toplam	
			Küçük		Orta	Büyük			
			0 - 1/24	1/24 - 1/12		1/12 - 1/6	1/6 - 1/2		1/2 - 1
Resimli Haber									
Tandoğan	Resimsiz Haber	Tarafsız	n	0	1	1	0	2	
		%Olumluluk		,0%	50%	50%	,0%	100%	
		Olumlu	n	2	18	2	5	27	
		%Olumluluk		7,4%	66,7%	7,4%	18,5%	100%	
	Toplam	n	2	19	3	5	29		
	%Olumluluk		6,9%	65,5%	10,3%	17,2%	100%		
Resimli Haber	Olumlu	n			1	2	2	5	
% Toplam					20%	40%	40%	100%	
Çağlayan	Resimsiz Haber	Olumlu	n		5	1		6	
	%Olumluluk			83,3%	16,7%			100%	
Resimli Haber	Olumlu	n			1		1	2	
%Olumluluk					50%		50%	100%	
Gündoğdu	Resimsiz Haber	Tarafsız	n	1	0	0	0	1	
		%Olumluluk		100%	,0%	,0%	,0%	100%	
		Olumlu	n	0	4	1	2	7	
		%Olumluluk		,0%	57,1%	14,3%	28,6%	100%	
	Toplam	n	1	4	1	2	8		
	% Toplam		12,5%	50,0%	12,5%	25,0%	100%		
	Resimli Haber	Tarafsız	n				1	0	1
		%Olumluluk					100%	,0%	100%
Olumlu		n		1		3	1	5	
%Olumluluk				20%		60%	20%	100%	
Toplam	n		1		4	1	6		
% Toplam			16,7%		66,7%	16,7%	100%		
C.Mitingleri	Resimsiz Haber	Tarafsız	n	0	1	0	1	2	
		%Olumluluk		,0%	50%	,0%	50%	100%	
		Olumlu	n	1	9	4	1	15	
		%Olumluluk		6,7%	60%	26,7%	6,7%	100%	
	Toplam	n	1	10	4	2	17		
	%Toplam		5,9%	58,8%	23,5%	11,8%	100%		
Resimli Haber	Olumlu	n			2	3	1	6	
%Olumluluk				33,3%	50%	16,7%	100%		
Genel Toplam				4	39	13	18	5	

Cumhuriyet gazetesi, Cumhuriyet Mitingleri için yayınladığı haberlerden (en yüksek değeriyle)⁵⁹⁷ 43'ü küçük, 13'ü orta ve 23'ü büyük haberlerdir. Haberler ağırlıklı olarak küçük haber olmasına karşın, büyük haber kategorisinde oldukça fazla sayıda haber yer almaktadır.

Cumhuriyet gazetesinin, Tandoğan Mitingiyle⁵⁹⁸, Çağlayan Mitingiyle⁵⁹⁹ veya Gündoğdu Mitingiyle⁶⁰⁰ ilgili olarak hiçbir olumsuz haber yapmamış olması, özellikle diğer gazetelerin tutumu göz önüne alındığında dikkat çekicidir. Ayrıca Çağlayan Mitinginden sonraki miting haberlerinde, düşünün yerini tekrar toparlanmaya bıraktığı gözlemlenmektedir. En çok resimli ve yer kaplayan miting haberlerinin bu mitingle ilgili olduğu görülmektedir.

Cumhuriyet Mitingleriyle⁶⁰¹ ilgili genel bir tarama yapıldığında elde edilen verilerle birlikte yukarıdaki veriler ışığında, gazetenin gerek siyasal söylemine bağlı olarak ve gerekse muhalif duruşuyla paralel bir şekilde Cumhuriyet Mitinglerine koşulsuz tam destek politikası benimseyerek mitingleri söylemsel bazda içselleştirdiği anlaşılmaktadır.

Cumhuriyet gazetesi okuru deneklerin de genel olarak medyayı değerlendirdiğinde, “medyanın yeterince haber yapmadığı” yolunda bir görüşe sahip olması ve en çok katılımcının da bu gazete okurları arasından çıkması beklenebilir.

⁵⁹⁷ “Cumhuriyet Mitingleri” anahtar sözcü ile tarama yapıldığında karşılaşılan haberlerin bir kısmı diğer mitinglerle de ilgili haberlerdir. Bu nedenle toplamda oluşan haber sayısı, ayrı ayrı yapılmış net haber sayısını vermemektedir.

⁵⁹⁸ Tandoğan Mitingiyle ilgili olarak yapılan 34 haberin, 5'i resimli 29'u resimsizdir. 5 resimli haberin 4'ü büyük haber olup tamamı olumlu haberlerdir. 29 resimsiz haberin ise 5'i yine büyük haber olup tamamı olumlu haberlerdir. Orta ve küçük büyüklükteki haberlerin kalanı, tarafsız haberlerden oluşmaktadır.

⁵⁹⁹ Çağlayan Mitingiyle ilgili olarak yapılan sadece 8 haberin, 2'si resimli 6'sı resimsizdir. Haberlerin tamamı olumlu olup 1 resimli haber tam sayfaya yakın boyda verilmiştir. Ancak e-muhtıranın hemen arkasından gelmiş olması dolayısıyla haber sayısında ciddi bir düşüş yaşandığı dikkati çekmektedir.

⁶⁰⁰ Gündoğdu Mitingiyle ilgili olarak yapılan 14 haberin, 8'i resimsiz 6'sı resimlidir. 6 resimli haberin 5'i büyük haber olup bunların da 4'ü olumlu haberlerdir. 8 resimsiz haberin ise 2'si yine büyük haber olup 7'si olumlu haberlerdir. Geri kalan orta ve küçük haberler tarafsız haberlerdir.

⁶⁰¹ Cumhuriyet Mitingleriyle ilgili 23 haber çıkmıştır ve bunların 17'si resimsiz haber olup 6'sı resimli haberdir. 17 resimsiz haberin 2'si büyük ve bunların da 1'i olumludur. Küçük ve orta büyüklükteki haberlerle 15 resimsiz ve olumlu haber yer almıştır. 6 resimli haberin 4'ü büyük olup 6'sı da olumlu haberdir. Cumhuriyet gazetesi mitinglerle ilgili haberlerinde herhangi bir olumsuz habere yer vermemiştir. Olumlu haberlerde oldukça fazla sayıda resimli ve büyük alanda haber yapılmıştır.

Tablo 51: Vatan Gazetesi Cumhuriyet Mitingleri ile İlgili Haberleri

Miting			Haber Alanı/Tüm Sayfa Oranı					Toplam	
			Küçük		Orta	Büyük			
			0 - /24	1/24 -1/12		1/6 -1/2	1/2 – 1		
Resimli Haber									
Tandoğan	Resimsiz Haber	Tarafsız	n	1	0			1	
		% Olumluluk	n	100%	.0%			100%	
		Olumlu	n	0	1			1	
		% Olumluluk	n	.0%	100%			100%	
	Toplam	n	1	1			2		
	% Toplam	n	50%	50%			100%		
	Resimli Haber	Olumsuz	n		0	0	1	0	1
		% Olumluluk	n		.0%	.0%	100%	.0%	100%
		Tarafsız	n		1	5	0	0	6
		% Olumluluk	n		16,7%	83,3%	.0%	.0%	100%
Olumlu		n		0	2	0	1	3	
% Olumluluk		n		.0%	66,7%	.0%	33,3%	100%	
Toplam	n		1	7	1	1	10		
% Toplam	n		10,0%	70,0%	10,0%	10,0%	100%		
Çağlayan	Resimsiz Haber	Tarafsız	n	1				1	
		% Toplam	n	100%				100%	
	Resimli Haber	Tarafsız	n	1	1			2	
		% Olumluluk	n	50%	50,0%			100%	
Olumlu	n	0	1			1			
% Olumluluk	n	.0%	100,0%			100%			
Toplam	n	1	2			3			
% Toplam	n	33,3%	66,7%			100%			
Gündoğdu	Resimsiz Haber	Olumlu	n	1				1	
		% Toplam	n	100%				100%	
	Resimli Haber	Olumsuz	n	0	1		0	1	
		% Olumluluk	n	.0%	100%		.0%	100%	
Olumlu	n	1	0		1	2			
% Olumluluk	n	50%	.0%		50,0%	100%			
Toplam	n	1	1		1	3			
% Toplam	n	33,3%	33,3%		33,3%	100%			
C.Mitingleri	Resimsiz Haber	Olumsuz	n	1				1	
		% Olumluluk	n	100%				100%	
		Olumlu	n	1				1	
		% Olumluluk	n	100%				100%	
	Toplam	n	2				2		
	% Toplam	n	100%				100%		
	Resimli Haber	Olumsuz	n	2	0	0	0	2	
		% Olumluluk	n	100%	.0%	.0%	.0%	100%	
		Tarafsız	n	0	1	2	0	3	
		% Olumluluk	n	.0%	33,3%	66,7%	.0%	100%	
Olumlu		n	0	1	0	0	1		
% Olumluluk		n	.0%	100%	.0%	.0%	100%		
Toplam	n	2	2	2	2	6			
% Toplam	n	33,3%	33,3%	33,3%	33,3%	100%			
Genel Toplam			1	7	12	3	2	1	

Vatan gazetesi Cumhuriyet Mitingleri için yayınladığı haberlerden 8'i küçük, 12'si orta ve 5'i büyük haberdir. Görüldüğü üzere haberler ağırlıklı olarak orta büyüklükte haber olmasına karşın, büyük haber kategorisinde de yeterince sayıda haber yer almaktadır. Bu şekliyle Vatan gazetesinin ilgili haberlerinin temkinli ancak yine de öncelikli haberler kategorisinde yer aldığı görülmektedir.

Vatan gazetesinin, Tandoğan Mitingiyle⁶⁰², Çağlayan Mitingiyle⁶⁰³ veya Gündoğdu Mitingiyle⁶⁰⁴ ilgili haberleri Cumhuriyet gazetesininkiler ile kıyaslandığında, mitingleri söylemsel bazda içselleştirmedeği ve hatta az da olsa eleştirdiği görülmektedir. Vatan gazetesi Çağlayan Mitingi ile ilgili olarak da hiçbir olumsuz habere yer vermemiştir. Ancak Cumhuriyet gazetesi gibi, e-muhtıranın hemen arkasından gelmiş olması dolayısıyla haber sayısında ciddi bir düşüş yaşandığı dikkati çekmektedir. Bu, haberin, adeta geçiştirildiği izlenimi vermektedir.

Yukarıdaki veriler ışığında Vatan gazetesinin gerek siyasal söylemine bağlı olarak Cumhuriyet Mitinglerine⁶⁰⁵ temkinli bir politika izlediği, hatta yer yer eleştirdiği görülmektedir. Ancak yine de alan açısından bakıldığında 4 büyük ve resimli olumlu habere karşın 1 büyük ve resimli olumsuz haberin varlığı Vatan gazetesinin dolaylı bir destek politikası benimsediğini göstermektedir.

Bu bağlamda Vatan gazetesi okuru deneklerin de genel olarak medyayı değerlendirdiğinde, medyanın yeterince haber yapmadığı yolunda bir görüşe sahip olması beklenebilir.

Ancak deneklerin bu görüşleri yine siyasal pozisyonlarından ve oy verecekleri partilerden bağımsız değildir. Özellikle Vatan gazetesinin mitinglerle ilgili çok da belirgin olmayan çizgisi nedeniyle kararsızların ve hatta eleştirel yaklaşanların da olması beklenebilir.

⁶⁰² Tandoğan Mitingiyle ilgili olarak yapılan 12 haberin, 10'u resimli 2'si resimsizdir. 10 resimli haberin 1'i büyük ve olumlu, 1'i de büyük ve olumsuzdur. Diğer haberlerin tarafsız (6) ya da olumlu (3) olduğu görülmektedir. 2 resimsiz haberin ise tamamı küçük haber olup 1 tarafsız ve 1 olumlu haberlerdir.

⁶⁰³ Çağlayan Mitingiyle ilgili olarak yapılan sadece 4 haberin, 3'ü resimli 1'i resimsizdir. Resimsiz tek haber tarafsız bir haber olup aynı zamanda küçük bir haberdir. Resimli haberlerden büyük haber bulunmamakta 2 tarafsız 1 de orta büyüklükte olumlu haber yer almaktadır.

⁶⁰⁴ Gündoğdu Mitingiyle ilgili olarak yapılan 4 haberin, 1'i resimsiz 3'ü resimlidir. Resimsiz tek haber tarafsız bir haber olup aynı zamanda küçük bir haberdir. Resimli haberlerden 1 tane büyük olumlu haber bulunmakta, 1 de orta büyüklükte olumsuz haber yer almaktadır. Vatan gazetesi bu mitingle ilgili olarak az da olsa olumsuz habere yer vermiş olması, muhtıranın etkisinin çözüldüğü izlenimi vermektedir. Geri kalan orta ve küçük haberler tarafsız haberlerdir.

⁶⁰⁵ Cumhuriyet Mitingleriyle ilgili genel bir tarama yapıldığında ise 8 haber karşımıza çıkmakta ve bunların 2'si resimsiz haber olup 6'sı resimli haberdir. 2 resimsiz haberin 2'si de küçük olup 1'i olumlu 1'i de olumsuzdur. 6 resimli haberin 2'si büyük olup 2'si de olumlu haberdir. Ayrıca resimli haberler arasında 2 de küçük olmak üzere olumsuz haber yer almaktadır.

Tablo 52: Hürriyet Gazetesi Cumhuriyet Mitingleri ile İlgili Haberleri

Miting	Haber Alanı/Tüm Sayfa Oranı					Toplam			
	Küçük		Orta	Büyük					
Resimli Haber	0 - 1/24	1/24 - 1/12	1/12 - 1/6	1/6 - 1/2	1/2 - 1				
Tandoğan	Resimsiz Haber	Tarafsız	n	1	1			2	
		%Olumluluk	n	50%	50%			100%	
		Olumlu	n	0	2			2	
	Resimli Haber	Tarafsız	n	0	100%		0	100%	
		%Olumluluk	n	0	100%		100%	100%	
		Olumlu	n	0	0	1		1	
Toplam		%Olumluluk	n	1	3	1	2	4	
		%Olumluluk	n	25%	75,0%	50%	100%	100%	
Çağlayan	Resimsiz Haber	Tarafsız	%Olumluluk	n			0	1	
		%Olumluluk	n			0	100%	100%	
		Olumlu	%Olumluluk	n			1	1	
	Resimli Haber	Tarafsız	%Olumluluk	n			100%	100%	
		%Olumluluk	n			100%	100%	100%	
		Olumlu	%Olumluluk	n			1	1	
Toplam		%Olumluluk	n			1	2	2	
		%Olumluluk	n			50%	50%	100%	
Gündoğdu	Resimsiz Haber	Tarafsız	%Olumluluk	n	1	1		2	
		%Olumluluk	n	50%	50%			100%	
		Olumlu	%Olumluluk	n				2	
	Resimli Haber	Tarafsız	%Olumluluk	n				1	
		%Olumluluk	n			1	0	1	
		Olumsuz	%Olumluluk	n			0	0	
Toplam		%Olumluluk	n			1	2	1	
		%Olumluluk	n			100%	100%	100%	
C.Mitingleri	Resimsiz Haber	Tarafsız	%Olumluluk	n	1	0		1	
		%Olumluluk	n	100%	0%			100%	
		Olumsuz	%Olumluluk	n	1	2		3	
	Resimli Haber	Tarafsız	%Olumluluk	n	33,3%	66,7%		100%	
		%Olumluluk	n	2	2		4	100%	
		Olumlu	%Olumluluk	n			2	6	
Toplam		%Olumluluk	n			2	7	4	
		%Olumluluk	n			50%	50%	100%	
C.Mitingleri	Resimsiz Haber	Tarafsız	%Olumluluk	n		0	1	1	
		%Olumluluk	n			0%	100%	100%	
		Olumlu	%Olumluluk	n			2	4	
	Resimli Haber	Tarafsız	%Olumluluk	n			33,3%	66,7%	100%
		%Olumluluk	n			2	5	7	
		Olumsuz	%Olumluluk	n			28,6%	71,4%	100%
Toplam		%Olumluluk	n			2	7	27	

Hürriyet gazetesi, Cumhuriyet Mitingleri için yayınladığı 27 haberden 12'si küçük, 4'ü orta ve 11'i büyük haberlerdir. Görüldüğü üzere haberler büyük ve küçük haberler arasında dengeli bir tutum izlenmiştir.

Hürriyet gazetesinin, Gündoğdu Mitingine⁶⁰⁶ kadar, Tandoğan Mitingiyle⁶⁰⁷ Çağlayan Mitingiyle⁶⁰⁸ eleştirel bir tutum izlemediği görülmektedir. Böylece e-muhtıradan sonra mitingle ilgili olarak eleştirel tavrın yükseldiği gözlemlenmektedir.

⁶⁰⁶ Gündoğdu Mitingiyle ilgili olarak yapılan 6 haberin, 1'i resimsiz 5'i resimlidir. 5 resimli haberin 3'ü büyük ve olumlu haber olup diğer 2 haberin orta büyüklükte olup bunlardan birinin olumsuz haber olması dikkati çekmektedir. 1 resimsiz haber hem küçük hem de olumsuz haberdir.

Öte yandan merkez gazetesi olmasının yanında yukarıdaki analizlerde de görüldüğü üzere iktidara karşı muhalif tavrın katkısıyla tam sayfaya yakın resimli haberlerde olumlu miting haberleri az sayıda da olsa yerini bulabilmiştir.

Cumhuriyet Mitingleri⁶⁰⁹ şeklindeki taramaya bağlı çıkan sonuçlara göre de olumlu haberlerde az da olsa resimli ve büyük alanda haber yapılmıştır. Hürriyet gazetesinin genel politikasının da terazinin olumlu tarafının ağır bastığı gözlemlenmektedir. Ancak gazete az da olsa eleştiriye de yer vermektedir.

Yukarıdaki veriler ışığında gazetenin, merkez gazete olmasının verdiği eklettik yapıyla, içinde barındırdığı diğer görüşten insanları da kaybetmemek adına, mitinglerle ilgili olarak eleştirel yayınlara da yer vermiş ya da en azından bu haberleri tarafsız bir haber vermekle yetinmiştir.

Bu bağlamda Hürriyet gazetesi okuru deneklerin de genel olarak medyayı değerlendirdiğinde, mitinge katılmış olsa bile medyanın konuyu gereğinden fazla yer verdiğini düşünebilir ya da konuyla ilgili kararsız da kalabilir.

Ancak deneklerin bu görüşleri, siyasal pozisyonlarından ve oy verecekleri partilerden bağımsız değildir. Bunların karşılaştırmalı çapraz tablosu okunulan mitinge katılım açısından gazetenin etkisi hakkında fikir verebilecektir.

⁶⁰⁷ Tandoğan Mitingiyle ilgili olarak yapılan 4 resimsiz haberin 4'ü de küçük haber olup 2 olumlu ve 2 de tarafsız haberlerden oluşmaktadır. 2 resimli haberin olumlu olanı büyük olup küçük olan tarafsız haberdir. Gazete bu mitingle ilgili 6 haber yapmıştır.

⁶⁰⁸ Çağlayan Mitingiyle ilgili olarak yapılan sadece 4 haberin, 2'si resimli ve büyük aynı zamanda olumludur. Diğer 2'si de resimsiz, küçük ve tarafsız haberdir. Hürriyet gazetesi de e-muhtıranın etkisiyle olsa gerek, bu mitingle ilgili olarak hiçbir olumsuz habere yer vermemiştir.

⁶⁰⁹ Cumhuriyet Mitingleriyle ilgili genel bir tarama yapıldığında ise 11 haber karşımıza çıkmakta ve bunların 4'ü resimsiz haber olup 7'si resimli haberdir. 4 resimsiz haberin 4'ü de küçük ve bunlardan da 1'i olumsuzdur. 7 resimli haberin 6'sı olumlu, 5'i büyük olup bunların da 4'ü olumlu haberdir.

Tablo 53: Sabah Gazetesi Cumhuriyet Mitingleri İle İlgili Haberleri

Miting			Haber Alanı/Tüm Sayfa Oranı					Toplam	
			Küçük		Orta	Büyük			
Resimli Haber			0 -1/24	1/24 -1/12	1/12 -1/6	1/6 -1/2	1/2 - 1		
Tandoğan	Resimsiz Haber	Olumsuz	n	0	1				1
		%Olumluluk	n	,0%	100%				100%
		Tarafsız	n	2	1				3
		%Olumluluk	n	66,7%	33,3%				100%
		Olumlu	n	1	0				1
		%Olumluluk	n	100%	,0%				100%
	Toplam	n	3	2				5	
	% Toplam	n	60%	40%				100%	
	Resimli Haber	Olumsuz	n		1	0	2	0	3
		%Olumluluk	n		33,3%	,0%	66,7%	,0%	100%
		Tarafsız	n		1	2	0	1	4
		%Olumluluk	n		25%	50%	,0%	25%	100%
		Olumlu	n		0	0	1	0	1
		%Olumluluk	n		,0%	,0%	100%	,0%	100%
Toplam	n		2	2	3	1	8		
%Olumluluk	n		25%	25%	37,5%	12,5%	100%		
Çağ-layan	Resimli Haber	Olumlu	n				1	1	
		%Olumluluk	n				100%	100%	
Gündoğdu	Resimsiz Haber	Olumsuz	n	1				1	
		%Olumluluk	n	100%				100%	
		Tarafsız	n	1				1	
		%Olumluluk	n	100%				100%	
		Olumlu	n	2				2	
	%Olumluluk	n	100%				100%		
Toplam	n	4				4			
%Olumluluk	n	100%				100%			
Resimli Haber	Olumlu	n				1	1		
		%Olumluluk	n			100%	100%		
C.Mitingleri	Resimsiz Haber	Olumsuz	n	0	1			1	
		%Olumluluk	n	,0%	100%			100%	
		Olumlu	n	1	0			1	
		%Olumluluk	n	100%	,0%			100%	
	Toplam	n	1	1			2		
	%Olumluluk	n	50%	50%			100%		
	Resimli Haber	Olumsuz	n	1	0	0	0	1	
		%Olumluluk	n	100%	,0%	,0%	,0%	100%	
		Tarafsız	n	0	0	1	0	1	
		%Olumluluk	n	,0%	,0%	100%	,0%	100%	
Olumlu		n	0	1	2	1	4		
%Olumluluk		n	,0%	25%	50%	25%	100%		
Toplam	n	1	1	3	1	6			
%Olumluluk	n	16,7%	16,7%	50%	16,7%	100%			
Toplam	n	9	6	5	5	2	27		

Sabah gazetesi, Cumhuriyet Mitingleri için yayınladığı toplam 27 haberlerden 15'i küçük, 5'i orta ve 7'si büyük haberlerdir. Haberler, ağırlıklı olarak küçük haber olmasına karşın orta ve büyük haber kategorisinde birbirine yakın sayıda haber yer almaktadır.

Sabah gazetesinin, Tandoğan Mitingiyle⁶¹⁰, Çağlayan Mitingiyle⁶¹¹ veya Gündoğdu Mitingiyle⁶¹² genel olarak hem olumlu veya olumsuz hem de tarafsız haberlere yer verirken, editöryal seçim, tablodan da açıkça görüleceği üzere, haber için ayrılan alan üzerinden gerçekleştirilmiştir. Ayrıca Çağlayan Mitinginin arkasından yapılan büyük ölçekli olumlu haberde, e-muhtıranın etkisi gözlemlenmektedir.

Cumhuriyet Mitingleri⁶¹³ ilgili olarak az sayıdaki olumsuz habere yer vermesine rağmen, özellikle Çağlayan Mitinginden itibaren eleştirel yönetimini, mitinglere ayırdığı zaman ve mekânı daraltarak yükseltmiştir.

Yukarıdaki veriler ışığında gazetenin gerek siyasal pozisyonuna bağlı olarak ve gerekse TMSF'nin el koymasıyla paralel bir şekilde Sabah gazetesi okurlarının arasında mitinglere katılabilecek kişiler bulunmasına karşın bunların sayısının fazla olmaması beklenmektedir.

Ayrıca deneklerin, medyanın tutumuyla ilgili olarak "gereğinden fazla yer verdiği" görüşüne yakın olmaları beklenebilir. Ancak yine deneklerin bu görüşleri siyasal pozisyonlarından ve oy verecekleri partilerden bağımsız değildir. Bunların karşılaştırmalı çapraz tablosu okunulan mitinglere katılım açısından gazetenin etkisi hakkında fikir verebilecektir.

⁶¹⁰ Tandoğan Mitingiyle ilgili olarak Tandoğan Mitingiyle ilgili olarak yapılan 13 haberin, 5'i resimsiz, 8'i resimlidir. 8 resimli haberin 4'ü büyük haber olup 2'si olumsuz, 1'i tarafsız ve diğeri de 5 resimli haberin 1'i olumlu, 1'i olumsuz kalanları tarafsız olup hepsi küçük haberdir. Genel olarak en çok haber yapılan miting Tandoğan Mitingi olmuştur.

⁶¹¹ Çağlayan Mitingiyle ilgili olarak yapılan sadece 1 haber yapılmış olup tam sayfaya yakın resimli ve olumlu haberdir. Ancak bu haberin arkasının gelmediği görülmektedir. Sadece Mitingin ertesi gün yapılan bir haber olup gazetede o güne dair bir istisna niteliğindedir.

⁶¹² Gündoğdu Mitingiyle ilgili yapılan 5 haberin 4'ü resimsiz haber olup 1'i resimli ve büyük, olumlu haberdir. Çağlayan Mitingine göre daha az bir alanda verilmiş olan haberle gittikçe azalan desteğin de sesi tablodan daha zor okunmaktadır. 4 resimsiz haberin hepsi de en küçük boyda olup 1'i olumsuzdur.

⁶¹³ Cumhuriyet Mitingleriyle ilgili genel bir taramaya göre de toplam 8 haberin, 2'si resimsiz 6'sı resimlidir. Bunların içinde sadece 1 haber olumlu ve büyük haberdir. Toplamda 4 olumlu 1 tarafsız ve 1 de olumsuz haber olmuştur.

Tablo 54: Zaman Gazetesi Miting Haberleri

Miting				Haber Alanı/Tüm Sayfa Oranı					Toplam
				Küçük		Orta	Büyük		
Resimli Haber				0 - 1/24	1/24 - 1/12	1/12 - 1/6	1/6 - 1/2	1/2 - 1	
Tandoğan	Resimsiz Haber	Olumsuz	n		1	1			2
		% Toplam		50%	50%			100%	
	Resimli Haber	Olumsuz	n			4	3		7
		% Olumluluk			57,1%	42,9%		100%	
		Tarafsız	n			0	1		1
% Olumluluk				,0%	100%		100%		
Toplam	n			4	4		8		
% Toplam				50%	50,0%		100%		
Çağlayan	Resimsiz Haber	Tarafsız	n		1				1
% Toplam				100,%				100%	
Gündoğdu	Resimli Haber	Olumsuz	n			2	1		3
% Toplam					66,7%	33,3%		100%	
C. Mitingleri	Resimsiz Haber	Olumsuz	n		2	2	2		6
		% Olumluluk			33,3%	33,3%	33,3%		100%
		Tarafsız	n		0	1	0		1
		% Olumluluk			,0%	100%	,0%		100%
	Toplam	n		2	3	2		7	
	% Toplam			28,6%	42,9%	28,6%		100%	
	Resimli Haber	Olumsuz	n			1	0		1
		% Olumluluk				100%	,0%		100%
		Tarafsız	n			0	1		1
		% Olumluluk				,0%	100%		100%
Olumlu		n			1	0		1	
% Olumluluk					100%	,0%		100%	
Toplam	n			2	1		3		
% Toplam				66,7%	33,3%		100%		
Toplam					4	12	8		24

Zaman gazetesi, Cumhuriyet Mitingleri için yayınladığı haberlerden 4'ü küçük 12'si orta ve 8'i büyük haberlerdir. Görüldüğü üzere haberler ağırlıklı olarak orta ve büyük haberler yer almaktadır. Bu şekliyle Zaman gazetesinin genel eğilimi konuyla ilgili fazla haber yapmamakla beraber, habere değer gördüğünde ise önem verdiği anlaşılmaktadır. Bu çerçevede ikincil olarak belirleyici olan zaman içerisindeki değişimi olup olmadığı ve ayrıca bu haberlerin içerikleridir.

Zaman gazetesinin, Tandoğan Mitingiyle⁶¹⁴, Çağlayan Mitingiyle⁶¹⁵ veya Gündoğdu Mitingiyle⁶¹⁶ ilgili hiçbir olumlu habere yer vermemiştir Çağlayan Mitinginden tarafsız bir şekilde bahseden küçük bir haber bulunmaktadır. Gündoğdu Miting ile ilgili olarak e-muhtıranın etkisinin geçtiği ve gazetenin tekrar eleştirel bakışına geri döndüğü gözlemlenmektedir.

⁶¹⁴ Tandoğan Mitingiyle ilgili olarak yapılan 10 haberin, 2'si resimsiz, 8'si resimlidir. 8 resimli haberin 7'si olumsuz haber olup bunların da 3'ü büyük haberdir. 4'ü büyük haber olup tamamı olumlu haberlerdir. 2 resimsiz haberin ise tamamı olumsuz haber olup orta ve küçük haberlerden oluşmaktadır.

⁶¹⁵ Çağlayan Mitingiyle ilgili olarak sadece 1 haber bulunmaktadır. Bu haber hem resimsiz olup hem de küçük bir haberdir. Ancak e-muhtıranın hemen arkasından gelmiş olması dolayısıyla olumsuz bir haber niteliği de taşımamaktadır.

⁶¹⁶ Gündoğdu Mitingiyle ilgili olarak yapılan 3 haberin, 8 tamamı resimli ancak küçük ve orta haberlerden oluşmaktadır. Bu haberlerin yine tamamı olumsuz haberlerdir.

Cumhuriyet Mitingleri⁶¹⁷ genel taramasından elde edilen verilerle beraber değerlendirildiğinde yukarıdaki tabloda yer alan 7 büyük ve olumsuz haberden açıkça görüldüğü üzere mitinglere karşı eleştirel bir tutum benimsenmiştir. Ayrıca gazetenin sadece orta büyüklükte bir olumlu haberi olduğu ve diğer tüm haberlerin ağırlıklı olarak olumsuz haberler olduğu görülmektedir. Gazetenin gerek siyasal pozisyonuna bağlı olarak ve gerekse iktidarla olan paralel söylemleri doğrultusunda bir politika izlemiştir.

Bu bağlamda Zaman gazetesi okuru deneklerin de genel olarak medyayı değerlendirdiğinde, medyanın abarttığı yolunda bir görüşe sahip olması beklenebilir. Ancak deneklerin bu görüşleri siyasal pozisyonlarından ve oy verecekleri partiler düşünüldüğünde söz konusu kanıların daha da pekişeceği bir durum ortaya çıkacaktır. Bu bağlamda aralarında Zaman gazetesi okurlarının mitinge katılması beklenmemektedir.

4.3. ALAN ARAŞTIRMASI

Araştırma öğrenci ve idari personelden oluşturulan örneklem üzerinde, soru formu aracılığı ile 15-26 Ocak 2007 tarihlerinde, 27 Nisan 2007 tarihinde ve 14 Haziran tarihinde uygulanarak toplamda 719 adet tam doldurulmuş ve geçerli formların elde edilmesiyle gerçekleştirilmiştir. Soru formları deneklere dağıtılmış, yanıtlama süresinde soru olması durumunda araştırmacı tarafından başında beklenmiş olmasına karşın, yanıtlama sürecinin ve formunun gizliliği sağlanmıştır.. Denekler doldurdukları formları isteklerine bağlı olarak kapalı zarfla ya da doğrudan büyük zarflar içine kendileri bırakmıştır. Deneklerin hiçbir şekilde kişilik tanımlamasına ilişkin vb. bilgileri alınmamış ve bunun garantisi kendilerine verilmiştir. Son aşamada elde edilen veriler SPSS programı ile değerlendirilmiştir.

4.3.1. Araştırmanın Hipotezi

Alan araştırmasında şu soruların yanıtları aranmaktadır:

⁶¹⁷ Cumhuriyet Mitingleriyle ilgili genel bir tarama yapıldığında ise 10 haber karşımıza çıkmakta ve bunların 7'si resimsiz haber olup 3'ü resimli haberdir. 7 resimsiz haberin 2'si büyük ve olumsuzdur. Küçük ve orta büyüklükteki haberlerle birlikte 6 resimsiz haber olumsuzdur. 3 resimli haberden biri olumlu, biri tarafsız biri de olumsuzdur.

- Birey siyasal tercih ya da tercihsizliğine bağlı olarak medya organını seçmekte ve bu medya organı da ilgili medya organını takip ettiği oranda sonraki siyasal tutum ve davranışlarını biçimlendirebilmekte midir?
- Medya söylemiyle uyumsuzluk ölçüsünde, bireyler, suskunluk sarmalına dâhil edilmekte midirler?
- Medyanın söylemiyle uyumluluk ölçüsünde bireyler, siyasal açıdan kendini daha çok ve sık ifade edebilmekte midir?
- Medya, bireylerin siyasal tutum ve davranışlarını biçimlendirmekte, süreç içerisinde manipüle etmekte ve dolayısıyla siyasal iktidara destek ya da baskı unsuru yaratabilmekte midir?

Bu çerçevede geliştirilen hipotezi: *“Dördüncü kuvvet medya, bireylerin siyasal tutum ve davranışlarını, algılarını yönlendirmekte; bazen susturmakta ve depolitizasyona uğratmakta, bazen manipüle etmekte, kamuoyunu baskın ideoloji doğrultusunda biçimlendirip, siyaseti yeniden üretmektedir.”*

4.3.2. Araştırmanın Değişkenleri

Araştırmanın bağımlı ve bağımsız değişkenleri aşağıdaki gibi belirlenmiştir. Deneklerin siyasal tutum ve davranışları, siyasal eğilimleri, siyasal kararlılıkları ve siyasal fikirlerini açıklayabilmeleri ve çeşitli düzeylerdeki siyasal katılım ifadeleri, araştırmanın bağımlı değişkenlerini oluşturmaktadır.

Araştırmanın bağımsız değişkenleri ise aşağıdaki gibi belirlenmiştir; Yaşı, Cinsiyeti, Eğitimi, Medya kullanım sıklığı ve biçimi, Medya içeriği, Genel kamuoyu algısı, Medya ile ilgili genel kanısı ve Medya ürünleri, Siyasal Gelişmeler

4.3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın iki ana evreni bulunmaktadır. İlki Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İdari Personeli. Diğer ise aynı fakültenin Kamu Yönetimi ve Ekonometri Bölümleri 1. ve 4. sınıf öğrencileridir.

Çalışmanın panel çalışması olması nedeniyle aynı gruba tekrar ulaşabilme gereği, çalışmanın aynı üniversite içinde yer alan graplardan seçilmesi zorunluluğunu doğurmuştur. Ancak oluşturulan deneysel grubun kendi içinde dengeli olabilmesi için sosyal ve sayısal ağırlık iki bölümden öğrenciler çalışmaya dâhil edilmiştir. Kamu Yönetimi ders içerikleri nedeniyle siyasetle nispeten daha ilgili olabilecekleri düşünülen gruptur. Bunu da aynı bölümün 1. ve 4. sınıflarından öğrenciler seçilerek test edilmesi amaçlanmıştır. Sayısal ağırlıklı bir bölüm olarak da Ekonometri bölümü öğrencilerinden de 1. ve 4. sınıf öğrencileri denek olarak seçilmiştir.

Tablo 55: 1. ve 4. Sınıf Öğrenci Deneklerin Sayısal Dağılım Tablosu

	Ekonometri 1. sınıf örgün öğretim öğrenci/ denek sayısı	Ekonometri 4. sınıf örgün öğretim öğrenci/denek sayısı	Kamu Yönetimi 1. sınıf örgün öğretim öğrenci/denek sayısı	Kamu Yönetimi 4. sınıf örgün öğretim öğrenci/denek sayısı	Toplam 316
Öğrenci Sayısı	60	99	73	84	

Yukarıdaki tabloda yer alan öğrenci sayılarına karşın anketler 1. ve 4. sınıf derslerinin sınavı öncesinde (2006 - 2007 Güz Dönemi Finalleri, 2006 - 2007 Bahar Dönemi Vizeleri, 2006-2007 Bahar Dönemi Finalleri sırasında) gerçekleştirilmiş olması nedeniyle her bir uygulamaya farklı sayıda öğrenciler katılmıştır.

İdari personel açısından ise toplamda 96 personel görünmesine karşın bir kısmı izinli bir kısmı dışarıda görevde ve bir kısmı da siyasal açıdan güvensiz bulunduğundan ötürü uygulamalara katılamamıştır.

Aşağıdaki tabloda, tarihsel sırasıyla yer alan üç uygulamaya katılan deneklerin personel, sınıf ve cinsiyet dağılımları yer almaktadır.

Tablo 56: Her Üç Uygulamaya Katılan Deneklerin Niteliği, Cinsiyeti ve Uygulama İçi Oranları

Uygulama Grup			Cinsiyet		Toplam
			Kadın	Erkek	
1. Uygulama	Eko.-3&4	N	37	24	61
	% Uygulama		60,7%	39,3%	100%
	Kamu-3&4	N	23	34	57
	% Uygulama		40,4%	59,6%	100%
	Eko-1&2	N	34	26	60
% Uygulama		56,7%	43,3%	100%	
2. Uygulama	Kamu- 1&2	N	30	32	62
	% Uygulama		48,4%	51,6%	100%
	İdari Personel	N	13	43	56
	% Uygulama		23,2%	76,8%	100%
	Eko.-3&4	N	30	26	56
% Uygulama		53,6%	46,4%	100%	
3. Uygulama	Kamu-3&4	N	26	35	61
	% Uygulama		42,6%	57,4%	100%
	Eko-1&2	N	17	18	35
	% Uygulama		48,6%	51,4%	100%
	Kamu- 1&2	N	31	29	60
% Uygulama		51,7%	48,3%	100%	
Genel Toplam	İdari Personel	N	12	30	42
	% Uygulama		28,6%	71,4%	100%
	Eko.-3&4	N	21	15	36
	% Uygulama		58,3%	41,7%	100%
	Kamu-3&4	N	10	21	31
% Uygulama		32,3%	67,7%	100%	
Genel Toplam	Eko-1&2	N	21	21	42
	% Uygulama		50,0%	50,0%	100%
	Kamu- 1&2	N	17	11	28
	% Uygulama		60,7%	39,3%	100%
	İdari Personel	N	9	23	32
% Uygulama		28,1%	71,9%	100%	
Genel Toplam		N	331	388	719
		% Toplam	46,0%	54,0%	100%

Görüldüğü üzere toplamda 719 anket geçerli ve tam doldurularak değerlendirilmeye alınmış olup bunların %46'sı kadın, %54'ü erkek katılımcılar tarafından gerçekleştirilmiştir. Anketler, 25-26 Ocak; 26-27 Nisan ve 14 Haziran 2007 tarihlerinde gerçekleştirilmiştir.

İlk uygulamada 296 kişi; ikinci uygulamada 254 ve üçüncü uygulamada 169 kişi anketleri yanıtladığı görülmüştür. Son uygulamaya katılımcıların az olmasının sebepleri arasında idari personelin bir kısmının izinli olması yer almaktadır. Diğer bir etken de anketlerin uygulanacağı final sınavlarına katılan öğrencilerin beklenenden az olmasıdır.

4.3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın en önemli sınırlılığı konunun kapsamı, yani siyasal oluşudur. Bireyler bu tarz konularda ya konuşmama eğiliminde ya da söylediklerini soranın görüşleri ve soru biçimine göre uydurma eğilimindedir. Bunu önlemek için soru formunun başına uyarı yazısı eklenmiştir⁶¹⁸. Ayrıca soru formunda yer alan kanaat ifadeleri sürekli evet ya da sürekli hayır demelerini engelleyecek şekilde sıralanmıştır. Bu şekilde anket formunun herhangi ideolojik bir görünüm kazanmaması ve objektif sağlanması amaçlanmıştır.

Bir diğer sınırlılık da çalışmanın, kamuoyu anketlerinin etkisini doğrudan ölçmek için en gerekli zaman dilimi olan 22 Temmuz 2007 genel seçimlerine son bir ay kala olan süreci (deneklerin üniversiteli öğrenciler ve idari personel olması nedeniyle) kapsayamamış olmasıdır.

Bu bağlamda, altı ay içerisinde yayınlanmış kamuoyu anketlerinin etkisi de ancak dolaylı olarak gazetelerin genel yayın politikası içerisinde değerlendirilebilecektir. Nitekim değerlendirmeye alınan gazetelerin ilk sayfalarında yer alan seçimle ilgili kamuoyu anketlerinin de analiz yapmaya yetecek sayıda olmadığı görülmüştür.

Shy Tory Factor (*Utangaç Muhafazakâr Faktörü*)⁶¹⁹ olarak bilinen ve 1992'de İngiltere genel seçimlerinde gözlemlenmiş olan olgunun bir benzerinin İzmir'de ve özellikle gençler arasında yine bir başka muhafazakâr parti olan AKP için gözlemlenebilme riskinin bu çalışmada da yer aldığı düşünülmektedir.

⁶¹⁸ Anket başında yer alan açıklama şu şekildedir: "Sayın Katılımcı, Bu anket çalışması sadece bilimsel bir çalışmada kullanılmak üzere uygulanmaktadır. Bir test değildir. Doğru ya da yanlış yanıt bulunmamaktadır. Verdiğiniz yanıtlar arasında kimliğinize dair sorular yer almamaktadır. Yanıtlarınızın size herhangi bir etkisi bulunmayacaktır. Mümkün olduğunca size en uygun cevabı veriniz. Yardımınız için teşekkür ederiz."

⁶¹⁹ *Shy Tory Factor* deyimini, İngiliz kamuoyu şirketleri tarafından 1990'lardaki iki seçim sonucunda da Tory'ler olarak bilinen muhafazakâr partinin oyunun seçim öncesindeki anketlerde çıkan oyundan çok daha fazla çıkmış olması şeklinde gözlemlenmiş fenomendir. Ayrıntılı bilgi için bkz. "Election '97: Last-minute rescue by cavalry of 'don't knows' is a party myth", *The Independent* (London, England), 7 Nisan 1997: Bu faktörün bir benzeri Amerika'da siyahlara oy vermeyeceğini söylemekten çekinen seçmenlere bağlı gelişen *Bradley Etkisi*dir. Ayrıntılı bilgi için bkz. Raphael J. Sonenshein, "The Bradley Effect ", *Politics in Black and White: Race and Power in Los Angeles* (Princeton University Press), 1993.

Araştırmada panel şeklinde düzenlenebilmesi nedeniyle aynı gruba üç defa ulaşılması zorunluluğu araştırmayı daha geniş bir alanda rastgele örnekleme yoluyla doğrudan halk içerisinde uygulama olanağını ortadan kaldırmıştır. Öte yandan araştırma mümkün olabildiğince aynı kişilere tekrar ulaşabilme gayreti içerisinde gerçekleştirilmiştir.

Son olarak ilgili gazete/gazete grubunun okuyucuları içinde o medyadan etkilenip etkilenmediği anlaşılmaya çalışılan bu uygulamada, etkinin, editörün sübjektif amaçlarından mı yoksa objektif yayıncılığından mı, diğer bir deyişle haberin bizzat kendinden mi etkilendiğinin net bir şekilde ayırt edilmesi mümkün görünmemektedir.

Bu sınırlılığın etkisini minimize etmek amacıyla, tamamlayıcı olarak medya analizinde ilgili haberin büyüklüğünün ilgili yayın organında ne sıklıkta ve ne önemde verildiği sorularının cevabı aranmış ve bulunan veriler doğrultusunda çıkarımlarda bulunulmuştur.

4.3.5. Alan Araştırması İle İlgili Bulgular

Alan araştırmasından elde edilen medya tüketim alışkanlıkları, medya algısı, güvenirliliği gibi konularla ilgili veriler bu bölümde değerlendirilecektir.

4.3.5.1. Deneklerin Medya Kullanım Alışkanlıkları

Öncelikle katılımcıların medya tüketim alışkanlıklarına bakıldığında şöyle bir tablo elde edilmiştir:

Tablo 57: Deneklerin Gazete ve Televizyon Kullanım Alışkanlıkları

Gazete Okuma	Frekans	Yüzde	Toplam Yüzde
Her gün	142	48,0	48,0
Haftada 3–4 kez	109	36,8	84,8
Sadece hafta sonları	38	12,8	97,6
Ayda bir iki kez	6	2,0	99,7
Hiç gazete okumam	1	,3	100,0
Siyasal Haber Öncelikli Okuma	Frekans	Yüzde	Toplam Yüzde
Hiçbir zaman	7	2,4	2,4
Çok ender	37	12,5	14,9
Ara sıra	70	23,6	38,5
Oldukça sık	94	31,8	70,3
Her zaman	88	29,7	100,0
Siyasal Köşe Yazısı Öncelikli Okuma	Frekans	Yüzde	Toplam Yüzde
Hiçbir zaman	46	15,5	15,5
Çok ender	63	21,3	36,8
Ara sıra	99	33,4	70,3
Oldukça sık	55	18,6	88,9
Her zaman	33	11,1	100,0
TV Kullanım	Frekans	Yüzde	Toplam Yüzde
Hiç TV izlemem	17	5,7	5,7
2 saatten az	137	46,3	52,0
2–4 saat	110	37,2	89,2
4–6 saat	28	9,5	98,6
6 saat ve üstü	4	1,4	100,0

Tabloya⁶²⁰ göre; öğrenciler daha az televizyon seyredip, basılı ya da internetten daha çok gazete okuma eğiliminde oldukları görülmektedir. Konuyla ilgili tablolar aşağıda yer almaktadır.

Ayrıca yine deneklerin televizyon seyredirken haber program tercih sıralaması konusundaki cevapları aşağıdaki gibidir:

Tablo 58:Televizyonda Haber Seyretme Önceliği

Televizyonda haber	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1. sırada	90	30,4	67,7	67,7
2. sırada	35	11,8	26,3	94,0
3. sırada	7	2,4	5,3	99,2
4. sırada	1	,3	,8	100,0
Toplam	133	44,9	100,0	
İlk 4'te yer vermeyen	148	50,0		
TV izlemiyor	15	5,1		
Toplam	296	100,0		

⁶²⁰ Tablodan deneklerin %48'i her gün gazete okuduğu ve ayda bir iki kez gazete okuyan ya da hiç okumayan kesimin, deneklerin ancak %2,3'lük grubu oluşturduğu gözlemlenmektedir. Buna karşın toplamda %83,5 ile 4 saate kadar televizyon izleyen bir kesim saptanmıştır. Hiç televizyon izlemeyen %5,7'lik kesim ile hiç gazete okumayan kesimden daha fazlasını oluşturmaktadır. Bu durum ilk uygulamaya katılan deneklerin %81'inin öğrenciler olması ile açıklanabilmektedir.

Televizyon seyreden deneklerin yarısı için haber programları ilk dört tercihte yer almamaktadır. Televizyon seyredip de haber programlarını ilk tercihi olarak belirten grup, tüm denekler içinde %30,4'ü oluşturmaktadır. Bu veriler deneklerin büyük çoğunluğunun televizyonu öncelikli olarak haber dışı programlar için seyrettiğini göstermektedir.

Televizyondaki haber programlarını ilk dört tercihi arasında belirtmeyen %50'lik kesimi, gazetede siyasal haberleri öncelikli okumayan (%2,4) ve köşe yazılarını hiç okumayan (%15,5) kesim ile karşılaştırıldığında, televizyonun gazeteye göre, daha çok haber dışı programlar için tercih edildiğini, ancak haber almak için deneklerin daha çok gazete (basılı ya da internetten) gazeteyi tercih ettiğini göstermektedir.

Ancak deneklere siyasal bilgi edinme kaynakları sorulduğunda deneklerin %53'ünün televizyonu ilk referans olarak gösterdiği görülmektedir. Genç deneklerin, daha ileri yaşlardan oluşan idari personel deneklerine göre siyasal bilgi edinme kaynak tercihlerinde televizyon yerine gazeteye daha çok yöneldikleri de bir başka bulgudur. Yine de öğrencilerin %48,2'si ve idari personelin % 75'i televizyonu birincil siyasal kaynağı olarak belirtmişlerdir. Öğrencilerin %32,5'i, idari personelin %16,1'i gazeteyi birincil siyasal bilgi edinme kaynağı olarak gösterirken, tüm deneklerin %3'ü yakın çevreyi siyasal bilgi edinme kaynağı olarak belirtmişlerdir.

4.3.5.2. Medya Güvenilirliği ve Bilgi Edinme ile İlgili Bulgular

Denekler siyasal bilgi edinme kaynakları bakımından değerlendirildiklerinde aşağıdaki gibi bir tablo elde edilmektedir:

Tablo 59: Denek Gruplarının Siyasal Bilgi Edinme Kaynaklarının Dağılımı

Siyasal Kaynak	Grup		Toplam	
	Öğrenciler	İdari Personel		
Yakın Çevre	N	8	1	9
	Grup içinde %	3,3%	1,8%	3,0%
	Genel Toplamda %	2,7%	,3%	3,0%
Gazete	N	78	9	87
	Grup içinde %	32,5%	16,1%	29,4%
	Genel Toplamda %	26,4%	3,0%	29,4%
İnternet ⁶²¹	N	36	4	40
	Grup içinde %	15,0%	7,1%	13,5%
	Genel Toplamda %	12,2%	1,4%	13,5%
TV	N	116	42	158
	Grup içinde %	48,3%	75,0%	53,4%
	Genel Toplamda %	39,2%	14,2%	53,4%
Radyo	N	1	0	1
	Grup içinde %	,4%	,0%	,3%
	Genel Toplamda %	,3%	,0%	,3%
Diğer	N	1	0	1
	Grup içinde %	,4%	,0%	,3%
	Genel Toplamda %	,3%	,0%	,3%
Toplam	N	240	56	296
	Grup içinde %	100,0%	100,0%	100,0%
	Genel Toplamda %	81,1%	18,9%	100,0%

Öğrenciler ve idari personelin farklılaştığı bir başka nokta da internet ile ilgilidir. Öğrencilerin %15'i interneti birincil siyasal bilgi edinme kaynağı olarak referans verirken, bu oran idari personel için %7,1'e düşmektedir. Sonuçta tablodan da anlaşılacağı üzere, denekler için birincil kaynak olarak televizyon ve gazete kapsamındaki medya olup bu oran tüm denekler için %82,8'dir. Aynı anda hem gazete hem de televizyon kanalı bulunan medya gruplarının ürkütücü gücü bu sonuçlarda kendisini göstermektedir.

Siyasal bilgi edinme kaynakları içerisinde ilk veya daha alt sıralarda belirtilen kaynakların dağılımı aşağıdaki gibidir;

Tablo 60: Deneklerin Siyasal Bilgi Edinme Kaynakları

Siyasal Kaynak	N	Oran
Televizyon	266	89,9%
Gazete	257	86,8%
İnternet	212	71,6%
Yakın Çevre	205	69,3%
Radyo	149	50,3%
Diğer	76	25,7%

⁶²¹ Burada yer alan "İnternet" şıkkı içerisinde basılı gazetelerin web sayfaları hariç tutulmuştur.

Denekler için siyasal bilgi edinme kaynakları arasında televizyon deneklerin %89,9'u gazete %86,8'i, İnternet 71,6'sı, yakın çevresi %69,3'ü, radyo %50,3'ü diğer kaynaklar da %25,7'si tarafından sayılmaktadır. Öğrencilerin ve idari personelin siyasal bilgi edinme kaynağı tercih sıralamasıyla ilgili olarak ortalamaları karşılaştırıldığında aşağıdaki gibi bir tablo elde edilmektedir;

Tablo 61: Denek Gruplarının Siyasal Kaynak Sıralama Ortalamaları

Grup	N	Ortalama	Standart Sapma	Std. Hata Ortalaması
Televizyon				
Öğrenciler	212	1,74	1,029	,071
İdari Personel	54	1,33	,700	,095
Gazete				
Öğrenciler	220	1,91	,850	,057
İdari Personel	37	1,92	,640	,105
İnternet				
Öğrenciler	194	2,72	1,224	,088
İdari Personel	18	2,33	,970	,229
Yakın Çevre				
Öğrenciler	185	3,52	1,022	,075
İdari Personel	20	3,15	,988	,221
Radyo				
Öğrenciler	141	4,62	,883	,074
İdari Personel	8	4,50	,756	,267
Diğer				
Öğrenciler	75	5,56	,826	,095
İdari Personel	1	3,00	.	.

Öğrencilerin ve idari personelin siyasal bilgi edinme kaynaklarının sıralamasındaki ortalamaları karşılaştırıldığında çok belirgin bir fark olmamakla beraber, burada da televizyonun idari personel tarafından daha öncelikle tercih edildiği görülmektedir (İdari personel TV Sıra Ortalama:1,33/Öğrenci TV Sıra Ort:1,74). Gazete sıralamaları birbirlerine oldukça yakın olup (Öğrenci: 1,91/İdari personel:1,92/) İnternetin öğrenciler tarafından daha çok tercih edilmesine rağmen, öncelik sıralaması açısından idari personel için binde dört şeklindeki az bir farkla da olsa daha öncelikli bir kaynak olarak görüldüğü anlaşılmaktadır, (İdari personel:2,33/Öğrenciler: 2,72). Yakın çevre ise her iki grup tarafından dördüncü sırada tercih edilmekte fakat idari personel için öğrencilere göre daha öncelikle belirtilmekte olduğu görülmektedir (İdari personel: 3,15/Öğrenciler:3,52).

Tablodan da anlaşılacağı üzere öğrencilerden oluşan 18-24 yaş arası gençler, siyasal bilgi edinme kaynakları açısından daha geniş bir perspektif sunmaktayken yaşları daha ileri bir ortalamaya sahip idari personel için siyasal bilgi edinme kaynağılar başta televizyon ve gazete olup medya yoğunluklu bir sıralamaya sahiptir.

4.3.5.3. Medya Hakkındaki Kanaatler ve Siyasal Bilgilere Dair Bulgular

Deneklerin medya kullanım alışkanlıklarını ölçen soruların yanıtları, en az ya da hiç cevabının kod karşılığı olan 1'den, en yüksek medya tüketimi ifade eden 5'inci koda kadar puanlandırılmıştır. 1 koduna "0" değerinden başlayarak, "4"e kadar değer verilmiştir. Bu değerler deneklerin medya ile ilgili kanaatlerini ölçen bunların 31. ve 34. sorular arasındaki kanaat cümlelerine⁶²² katılma dereceleriyle ölçülmüş olan medyaya dair kanaatlerinin ortalamalarıyla karşılaştırıldığında aşağıdaki tablo elde edilmiştir:

Tablo 62: Medya Kanaati ile Medya Kullanım Karşılaştırması

TV Seyretme veya Gazete Okuma Likert Puanı	Likert kanaat Ortalamaları		Likert kanaati olay sayısı		Standart sapmalar	
	TV Seyretme	Gazete Okuma	TV Seyretme	Gazete Okuma	TV Seyretme	Gazete Okuma
0	-1,06	,00	17	1	2,076	.
1	-,37	-,50	137	6	2,015	1,049
2	,06	-,13	110	38	1,819	1,614
3	,18	-,06	28	109	1,945	2,036
4	1,25	-,27	4	142	1,500	2,017
Toplam/Ortalama	-,18	-,18	296	296	1,954	1,954

Tablo, öncelikle televizyon izleme alışkanlığı açısından değerlendirildiğinde az televizyon izleyen deneklerin medya kanaatlerinin de olumsuz olduğu (-1,06 ve -0,37) , ancak televizyon izleme sıklığının artmasıyla olumsuz kanaatlerin olumluya doğru dönüştüğü (0,06, 0,18 ve 1,25) görülmektedir. Bu sonuçlar, birincil siyasal bilgi edinme kaynağı olarak medyanın tekrar etme fırsatı doğduğu oranda güvenilirliğini de arttırdığını göstermektedir.

Tablo, gazete okuma alışkanlığı açısından değerlendirildiğinde, az gazete okuyan ya da hiç okumayan ile çok gazete okuyan arasında çok anlamlı bir farklılık görülmemektedir. Ancak ilginç olan nokta çok gazete okuyan denekler için medya kanaatleri, çok televizyon seyredenlerden farklı olarak halen negatif bir değer (-0,27)

⁶²² Kanaat cümleleri şu şekildedir: "Televizyonda siyasal haberler öncelikle dikkatimi çeker ve takip ederim", "Medyanın haber ve programlarında siyasal konularla ilgili söyledikleri etkili değildir", "Medyanın haber ve programlarında siyasal konularla ilgili söyledikleri çoğunlukla gerçektir", "Medyanın haber ve programlarında siyasal gelişmelerle ilgili söyledikleri çoğunlukla yüzeyseldir."

taşıyor olmasıdır. Bu bağlamda televizyon izleyicisi ile gazete okuyucusu arasındaki medyaya yaklaşım farkı ortaya çıkmaktadır.

Deneklerden az ya da çok gazete okuyanlar (ki bunların bir kısmı aynı zamanda az televizyon izleyen kişilerdir), çok televizyon seyreden deneklere göre medyadan sunulan siyasal haberlere daha tedbirli yaklaşmaktadırlar.

Ancak özellikle çok televizyon seyreden denekler, televizyondan gelen her türlü siyasal bilgi akışına daha açık oldukları gözlemlenmektedir. Yine de az televizyon seyreden denekler ile çok gazete okuyan denekler için standart sapmaların daha yüksek olduğunu ve aynı zamanda bu grubun genel dağılım içerisinde daha çok yer tuttuğunu da belirtmek gerekmektedir

Birinci uygulamada, 13. ve 16. arası sorular⁶²³ ile deneklerin siyasal bilgileri ölçülmesi amaçlanmıştır. Deneklerin siyasal bilgileri ile medya kullanım alışkanlıkları arasındaki ilişkinin incelendiği aşağıdaki tablo, medya kullanım alışkanlıklarının 0 ile 4 arası bir değerle ifade edilmesi ve siyasal bilgileri 0 ile 4 arası bir değere dönüştürülmesinin sonucunda bu verilerin ortalamalarının karşılaştırılmasıyla elde edilmiştir.

Tablo 63: Gazete ve Televizyon Kullanımı ile Siyasal Bilgi

TV Seyretme veya Gazete Okuma Likert Puanı	Siyasal Bilgi Ortalamaları		Siyasal Bilgi olay sayısı		Standart sapmalar	
	TV için	Gazete için	TV için	Gazete için	TV için	Gazete için
0	1,94	,00	17	1	1,088	.
1	1,88	1,50	137	6	,870	,837
2	1,78	1,79	110	38	,871	,843
3	1,71	1,74	28	109	1,117	,897
4	2,00	1,94	4	142	,816	,916
Toplamda	1,83	1,83	296	296	,905	,905

Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı üzere televizyonu hiç seymeyen ve çok seyreden arasında anlamlı bir farklılık ölçülemedi. Bunda televizyonu hiç

⁶²³ Bu sorular şu şekilde hazırlanmıştır: 13. Şu an mecliste bulunan partileri yazınız. ,14. Bir sonraki cumhurbaşkanlığı seçimi ne zaman olacaktır? , 15. 1982 Anayasası'na göre TC Cumhurbaşkanı kim seçer?, 16. Bir yönetimin demokratik sayılabilmesi için gerekli ilk üç özelliği sizce nedir, sizin belirleyeceğiniz önem sırasına göre yazınız (daha fazla da yazabilirsiniz):

Soruların yanıtları kendi içinde kademelendirilerek, verilen her bir yanıt değeri için 1 puan verilmiş (örneğin, bir sonraki Cumhurbaşkanlığı seçimi sorusuna, 2007 cevabı için 1 puan, önümüzdeki birkaç ay içinde cevabı için ek 1 puan, Nisan 2007 cevabı için de ek 1 puan daha verilmiştir) ve sonunda toplam siyasal puanları elde edilmiştir. Bu puanlar 1'den 5'e kadar eşit aralıklarda ölçeklendirilmiş ve en düşük puan aralığını kapsayan 1 koduna "0" değerinden başlayarak, "4"e kadar değer verilmiştir.

seyretmeyen ve çok seyreden kişi sayısının az olması etkili olabileceği gibi, az televizyon seyreden kişilerin aynı zamanda çok gazete okuyan kişiler olması da etkili olabilir. Nitekim gazete okuma ve siyasal bilgi ortalamalarına bakıldığında, kişinin gazete okumasıyla siyasal bilgisinin artması arasında doğru orantılı bir ilişki kurulduğu görülecektir.

Öte yandan yine televizyon seyretme ile ilgili olarak 2 saat ve üstüne doğru kullanım sıklığında siyasal bilgi ortalamasının düştüğü de dikkati çekmektedir. Bu bağlamda gazetenin, televizyona göre daha bilgilendirici bir kaynak olduğu düşünülmektedir. Bununla birlikte hâlihazırda siyasetle ilgili ve siyasal habere açık kişilerin gazeteyi televizyona tercih ettiği de söylenebilir. Sık televizyon seyreden 4 kişi standart sapma olarak ele alındığında, televizyon seyretme arttıkça siyasal bilgi seviyesinin düştüğü de gözlemlenmektedir. Bu verileri tersten okumak da mümkündür: Bireylerin siyasal bilgileri arttıkça daha az televizyon seyretmektedir. Ancak doğru olan okuma, bu iki değişkenin birbirini ters yönde beslediği şekilde olması beklenmektedir.

4.3.5.4. Medyanın Siyasal Yargıları Üzerindeki Etkileriyle İlgili Bulgular

Birinci uygulamada yer alan 31. ve 34. arası sorular, Likert ölçeğinde değerlendirilmiştir: Medya ile ilgili olumsuz kanaatler -2'den +2'ye kadar puanlandırılarak toplanmış ve deneklerin medya ile ilgili kanaatleri puana dönüştürülmüştür. Aşağıdaki tabloda deneklerin *medya kanaat ortalaması* ile 28. soruda yer alan "medyanın siyasal yargıları üzerine etkisi olup olmadığı" sorusuna verdikleri yanıtları üzerinde dağılım yer almaktadır:

Tablo 64: Medya Kanaatleri ile Medyanın Siyasal Yargılar Üzerindeki Etkisi

Medyanın Siyasal Yargıları Üzerindeki etkisi	S.31-34 Likert Ortalaması	S.31-34 Likert Olay sayısı	S.31-34 Likert Std. Sapmaları
Hayır, hiç etkisi yok	-,56	99	2,031
Biraz etkili	,07	116	1,763
Bilmiyorum	-,77	26	1,608
Etkili	,16	38	1,952
Oldukça etkili	,53	17	2,695
Toplam	-,18	296	1,954

Likert ile ölçeklendirilmiş medya kanaat ortalamalarının, medyanın siyasal yargıları üzerindeki etkisi arasındaki ilişkiyi değerlendiren yukarıdaki tablodan, medyanın siyasal yargıları üzerinde etkisi olduğunu reddetme eğiliminde olanların, medya ile ilgili kanaatleri toplamı puanlarının negatif bir değere sahip oldukları anlaşılmaktadır. Soruya “bilmiyorum” cevabını verenlerin kanaat puanı ortalamaları da en belirgin bir şekilde hem negatif, hem de en yüksek değerde olduğu görülmektedir. Medyanın siyasal yargılara “etkisi hiç yok” diyenler ile “oldukça etkili” diyenlerin, medya kanaat ortalamalarıyla ilgili standart sapmalarının yüksekliği, bu iki grupta normal bir dağılım görülmediğini ifade etmektedir. Ancak siyasal yargıları üzerinde medyayı, “oldukça etkili” ve “etkili” bulanların, medya ile ilgili kanaatlerinin de olumlu yönde ağırlıklı olduğu görülmektedir.

4.3.5.5. Medyanın İşlevi ve Etkisi ile İlgili Algılara Dair Bulgular

Deneklere medyanın ideal olarak işlevlerinin sırasıyla, “ideal olarak ne olması gerektiği” ve “gerçekte ne olduğu” sorulmuştur. Bu bağlamda elde edilen yanıtlar ideal ve gerçek bakımından aşağıdaki şekilde karşılaştırılmıştır:

Tablo 65: Deneklerin İdeal ve Gerçek Medya Algılamaları

Medya İşlevi:	Medya İşlevi –N		Medya İşlevi –MODE	
	İdeal	Gerçek	İdeal	Gerçek
Eğlendirmek	92	214	7*	3
Oyalamak	17	218	5	1
Haber vermek	275	207	7	1
Eğitmek	183	180	7	6
Ürün tanıtmak	34	196	7	3
Siyaseti Yönlendirmek	43	189	7	4
*	Herhangi bir sıralamada belirtilmemiş olan seçenek 7 rakamı ile kodlanmıştır.			

Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere medyanın ideal işlevinin haber vermek olduğunu belirtenlerin sayısı en yüksek orana ulaşırken; gerçek işlevinin en çok oyalamak ve eğlendirmek olduğu belirtilmektedir. Yine de gerçekte medyanın haber vermek işlevini birinci sırada görenlerin sayısı bu işlevi alt sıralarda görenlerden fazladır. Bir başka çarpıcı nokta medyanın oyalamak işlevini birinci sırada görenlerin sayısı alt sıralarda görenlerden fazla oluşudur. Diğer bir deyişle, medyanın haber vermek işlevi ile oyalamak işlevini seçenler bu iki işlevi ilk sırada görmektedirler. Yine tablodan görüldüğü üzere 296 deneğin 43’ü medyanın siyaseti yönlendirmek

işlevini ideal olarak kabul etmektedir. Gerçekteki duruma bakıldığında medyanın siyaseti yönlendirme şeklinde bir işlev gördüğünü belirtenlerin sayısı 189 olmuştur.

Deneklerin medyanın kendilerini nasıl hissettirdiklerine dair soruya verdikleri yanıtlar aşağıdaki gibi basamaklandırılarak frekans tablosu şekline dönüştürülmüştür.

Tablo 66: Medya Etkisi Frekans Tablosu

Medya Etkisi	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplayıcı Yüzde
Olumsuz Yönde Etkilemiyor	29	9,8	10,1	10,1
Huzursuz edici	85	28,7	29,5	39,6
Endişe verici	95	32,1	33,0	72,6
Tehdit edici	4	1,4	1,4	74,0
Huzursuz edici ve Endişe verici	43	14,5	14,9	88,9
Tehdit edici ve Huzursuz edici	5	1,7	1,7	90,6
Tehdit edici ve Endişe verici	6	2,0	2,1	92,7
Tehdit edici, Endişe verici ve Huzursuz edici	21	7,1	7,3	100
Toplam	288	97,3	100	
Yanıtsız	8	2,7		
Toplam	296	100		

Medyanın denekleri nasıl hissettirdiği ile ilgili yukarıdaki tabloya bakıldığında, deneklerin bu soruya yanıt verenler içerisinde 223 kişi yani deneklerin %75,3'ünün medyayı "huzursuz edici" ve/veya "endişe verici" buldukları görülmektedir. Bu soruya yanıt verenler içerisinde olumsuz yönde etkilenmediklerini belirtenlerin oranı %10'da kalırken, tehdit edici bulanların oranı toplamda yüzde %13'e ulaşmaktadır. Yukarıda yer alan olumsuz ifadeler en düşük olumsuz etkiden en yüksek olumsuz etkiye doğru sıralandırılmıştır. Bu bağlamda deneklerin %87,5'i medyanın kendileri üzerinde olumsuz bir etkide bulduklarını ifade etmektedir.

Deneklerin, medyanın kendileri üzerinde bu kadar yüksek oranda olumsuz etkisi ile medyaya karşı olan güvensizlikleri arasında ilişki olduğunu ileri sürmek mümkündür. Denekler, medyaya güvenmedikleri sürece olumsuz etkiyi daha çok hissedeceklerdir.

4.3.5.6. Deneklerin Gazetelere Göre Siyasal Tutum ve Davranışları

Aşağıdaki tablo, birinci uygulamaya katılan deneklerin bilgi seviyelerini ölçen sorulardan aldıkları puanlarla, ait oldukları gruplar ve takip ettikleri gazeteleri özetler:

Tablo 67: Birinci Uygulamada Denek Gruplarının Gazete Tercihleri & Siyasal Bilgi Seviyeleri

Denek Grubu	Siyasal Bilgi Seviyesi	Gazete okuru						Toplam
		Cumhuriyet	Vatan	Doğan Grubu	Sabah Grubu	Zaman	Diğer	
1. uyg-Eko-4. sınıf	0 N	0	0	6	1	0	0	7
	% Toplam	,0%	,0%	9,8%	1,6%	,0%	,0%	11,5%
	1 N	0	0	10	7	1	0	18
	% Toplam	,0%	,0%	16,4%	11,5%	1,6%	,0%	29,5%
	2 N	4	1	11	8	0	1	25
	% Toplam	6,6%	1,6%	18,0%	13,1%	,0%	1,6%	41,0%
	3 N	2	0	7	0	1	0	10
% Toplam	3,3%	,0%	11,5%	,0%	1,6%	,0%	16,4%	
1. uyg-Kamu-4. sınıf	0 N	0	0	2	0	0	0	2
	% Toplam	,0%	,0%	3,5%	,0%	,0%	,0%	3,5%
	1 N	0	1	6	3	2	0	12
	% Toplam	,0%	1,8%	10,5%	5,3%	3,5%	,0%	21,1%
	2 N	2	0	10	3	1	2	18
	% Toplam	3,5%	,0%	17,5%	5,3%	1,8%	3,5%	31,6%
	3 N	3	2	12	3	4	0	24
% Toplam	5,3%	3,5%	21,1%	5,3%	7,0%	,0%	42,1%	
1. uyg-Eko-1. sınıf	0 N	1		2	2	0	1	6
	% Toplam	1,7%		3,4%	3,4%	,0%	1,7%	10,2%
	1 N	2		11	5	1	2	21
	% Toplam	3,4%		18,6%	8,5%	1,7%	3,4%	35,6%
	2 N	5		16	1	3	2	27
	% Toplam	8,5%		27,1%	1,7%	5,1%	3,4%	45,8%
	3 N	1		2	2	0	0	5
% Toplam	1,7%		3,4%	3,4%	,0%	,0%	8,5%	
1. uyg-Kamu-1. sınıf	0 N	2	0	0	0		0	2
	% Toplam	3,2%	,0%	,0%	,0%		,0%	3,2%
	1 N	6	1	5	3		0	15
	% Toplam	9,7%	1,6%	8,1%	4,8%		,0%	24,2%
	2 N	15	4	13	0		0	32
	% Toplam	24,2%	6,5%	21,0%	,0%		,0%	51,6%
	3 N	3	1	4	3		2	13
% Toplam	4,8%	1,6%	6,5%	4,8%		3,2%	21,0%	
1. uyg.-İdari personel	0 N	0		4	1	1	0	6
	% Toplam	,0%		7,1%	1,8%	1,8%	,0%	10,7%
	1 N	0		7	3	0	0	10
	% Toplam	,0%		12,5%	5,4%	,0%	,0%	17,9%
	2 N	0		14	5	2	1	22
	% Toplam	,0%		25,0%	8,9%	3,6%	1,8%	39,3%
	3 N	2		7	4	4	1	18
% Toplam	3,6%		12,5%	7,1%	7,1%	1,8%	32,1%	
1. uyg.-İdari personel	N	2		32	13	7	2	56
	% Toplam	3,6%		57,1%	23,2%	12,5%	3,6%	100%

Yukarıdaki karşılaştırmalı uygulama tablosunda açıkça gözlemlendiği üzere, birinci sınıfta yer alan Kamu Yönetimi ve Ekonometri öğrencileri arasında çok aşırı bir farklılık olmamakla beraber bilgi seviyeleri 1. ve 2. seviyelerde yoğunlaşmaktadır. 3. seviyeye kadar çıkan öğrenciler daha çok Kamu Yönetimi öğrencileri olmuştur.

Ayrıca bilgi seviyesi bakımından 0'da kalan öğrenciler de ağırlıklı olarak Ekonometri öğrencileridir. Buradaki farklılaşmanın, birinci sınıfta yer alan derslerin öğrencilerin ortalamasını yukarı çekmekte etkili olduğu ancak bunun ötesinde belirgin bir fark yaratmadığı görülmektedir. Birinci sınıf öğrencilerinin gazete tercihlerine bakıldığında, Kamu Yönetimi öğrencilerinin, ağırlıklı olarak sola yakın söylemlerde bulunan gazeteleri tercih ettikleri görülür. Ekonometri öğrencileri ise daha geniş bir yelpazede tercihte bulunurken, Cumhuriyet gazetesinden daha az oranda Zaman gazetesini tercih eden öğrencilerin de bulunduğu görülmektedir.

Birinci sınıf öğrencileri arasında Ekonometri Bölümünde öğrenci olup en düşük bilgi düzeyine sahip olanların gazete tercihi, ağırlıklı olarak Doğan ve Sabah grupları ile Cumhuriyet gazetesidir Kamu Yönetimi 1.sınıf öğrencilerinden en düşük seviyede bilgi sahibi olan öğrencilerin sayısı yalnızca 2 olması nedeniyle göz ardı edilebilir bir sayıdadır.

Dördüncü sınıf öğrencilerine bakıldığında Kamu Yönetimi öğrencileri ile Ekonometri öğrencileri arasındaki farkın, daha yüksek düzeylerdeki bilgi seviyesi arasında dağıldığı görülmektedir. Ekonometri öğrencileri arasında son derece düşük bilgi düzeyinde öğrencilerin %11,5 oluşu, bölümün sayısallığı ile doğrudan ilgilidir. Kamu Yönetimi bölümü dersleri, içerik olarak, öğrencileri siyasal alanda yaşananlar konusunda daha duyarlı hale getirmektedir. Ancak yine de genel olarak en yüksek bilgi düzeyini yakalayabilen Ekonometri'den bir öğrenci ve Kamu Yönetimi'nden, yine bir öğrencidir. Ekonometri Bölümünden en yüksek bilgi düzeyini yakalayan öğrenci Cumhuriyet okuru iken, Kamu Yönetimi Bölümü öğrencisi, Sabah Grubu okurudur. Bu bağlamda siyasal ilgi ve bilgi birbirini besleyen unsurlardır ve gazete tercihleri de bu unsurların etkinliğini arttırmaktadır.

Öte yandan 4. sınıf öğrencileri arasında en düşük bilgi düzeyinde kalan öğrenciler arasında Ekonometri Bölümü öğrencilerinin gazete tercihi, bir öğrencininki hariç, Doğan Grubudur. Kamu Yönetimi Bölümü öğrencileri arasında en düşük düzeyde bilgi seviyesinde kalanların gazete tercihi ise sadece, yine Doğan Grubudur. Böylece siyasal bakımdan ilgisiz ve bilgisiz bireyler, ana-akım medya ile birlikte bu davranış kalıbını sürdürme eyleminde bulunmaktadır.

Öğrencilerin genel olarak gazete tercihlerine bakıldığında, Ekonometri 4. sınıf öğrencilerinin, 1. sınıf öğrencilerine göre söylemsel açıdan merkezde yer alan gazetelerde yoğunlaştığı görülmektedir. Ancak her iki sınıftaki öğrencilerin üçüncü sıradaki tercihi Cumhuriyet gazetesidir. Kamu Yönetimi, 4. sınıf öğrencilerin gazete tercihlerine bakıldığında da 1. sınıf öğrencilerine göre söylemsel açıdan daha çok sağda yer alan gazetelerde yoğunlaştıkları gözlemlenmektedir. Merkez gazetelerindeki yığılmalar hariç tutulduğunda, 1. sınıf Kamu Yönetimi öğrencileri en çok Cumhuriyet ve Vatan gazetelerini okuyorken, 4. sınıf öğrencileri sırasıyla en çok Sabah Grubu ve Zaman gazetelerini okumaktadırlar.

Siyasal bilgilerin bu gruplar arasında karşılaştırılması durumunda, İdari Personelin siyasal bilgi ortalamalarını, birinci sınıf öğrencilerinden yüksek, dördüncü sınıf öğrencilerinden düşük olduğu görülür. İdari Personelin siyasal bilgi ortalaması, Ekonometri 4. sınıf öğrencilerine yakındır. Bu grupta yer alan deneklerin en yoğun tercihlerinin –merkez yayın organı Doğan Grubu hariç tutulduğunda- Sabah Grubu ve Zaman gazetesi olması dikkat çekicidir. Bu denekler arasında siyasal bilgilerinin en yüksek olanların gazete tercihi nispeten daha dengeli bir dağılım gösterirken, siyasal bilgi seviyelerinin düşük olanların gazete tercihini, göz ardı edilebilir 2 denek dışında, Doğan Grubu oluşturmuştur.

Tüm deneklerin hepsi bir arada değerlendirildiğinde merkez yayın organı olarak Doğan Grubunun, siyasal ilgisi olmayanları yakalamakta başarılı olduğu gözlemlenmektedir. Bu ilgisizlik, yayınlarla devam ettirilerek bilgisizlik sürecini de beraberinde getirmektedir. Siyaseten ilgili bireylerle Doğan Grubu okuru olan deneklerin ortalaması, Kamu Yönetimi 4. sınıf öğrencileri hariç, 2. seviyede kalmıştır.

Aşağıdaki tablolarda, üç uygulamada yer alan deneklerin gazete tercihlerinin yanında oy verecekleri partilerin değişimi özetlenmiştir. İlk tabloda çalışmanın odağını oluşturan AKP, CHP ve MHP seçmenlerinin tablosu yer alırken, ardından gelen tabloda bu soruyu yanıtızsız bırakan, kararsız olduğunu belirten ya da çalışma kapsamı dışında kalan diğer partilerin seçmenleri olan deneklere yer verilmiştir.

Tablo 68: Gazete Okurlarının İlk Üç Parti İçinde Dönemlere Göre Seçmen Tercihleri

Gelecek oyu Uygulama Dönemi		Gazete Okuru					Toplam	
		Cumhuriyet	Vatan	Doğan Gr.	Sabah Gr.	Zaman		
AKP	1	N	0	1	12	9	7	28
	% Dönem		,0%	0,0%	42,9%	32,1%	25,0%	100%
	2	N	3		2	3	11	19
	% Dönem		15,8%		10,5%	15,8%	57,9%	100%
	3	N	0		3	1	9	13
% Dönem		,0%		23,1%	7,7%	69,2%	100%	
	N	3		17	13	27	60	
% Dönem		5,0%		28,3%	21,7%	45,0%	100%	
CHP	1	N	23	3	32	11	1	70
	% Dönem		32,9%	4,3%	45,7%	15,7%	1,4%	100%
	2	N	36	7	17	3	0	63
	% Dönem		57,1%	11,1%	27,0%	4,8%	,0%	100%
	3	N	26	5	17	1	0	49
% Dönem		53,1%	10,2%	34,7%	2,0%	,0%	100%	
	N	85	15	66	15	1	182	
% Dönem		46,7%	8,2%	36,3%	8,2%	,5%	100%	
MHP	1	N	0	0	6	3	1	10
	% Dönem		,0%	,0%	60,0%	30,0%	10,0%	100%
	2	N	2	1	5	3	5	16
	% Dönem		12,5%	6,3%	31,3%	18,8%	31,3%	100%
	3	N	4	1	7	4	1	17
% Dönem		23,5%	5,9%	41,2%	23,5%	5,9%	100%	
	N	6	2	18	10	7	43	
% Dönem		14,0%	4,7%	41,9%	23,3%	16,3%	100%	

Yukarıdaki tabloda üç uygulamadan elde edilen veriler, gazete okurlarının dönemlere göre siyasal tercih değişimini özetlemektedir. Yukarıdaki tablo dönemlerarası karşılaştırmalı değerlendirilirken seçmenlerin sayısal üstünlükleri dikkate alınmayacaktır. Tablodan amaçlanan her bir parti seçmeninin ağırlıklı olarak hangi gazeteyi tercih ettiği ve her bir gazete okurunun dönemsel siyasal tercih kaymasını resmetmektir.

Tablodan⁶²⁴ elde edilen verilere dayanarak, AKP seçmeninin sağdan merkeze doğru yayılan bir okur kitlesinden çıktığı açıkça görülmektedir. Dikkati çeken nokta üçüncü uygulamada AKP seçmenleri arasında merkez yayıncılığı olarak Doğan Grubu oransal artmıştır.

⁶²⁴ AKP seçmenleri, birinci dönemde en çok (%42 ile) Doğan Grubu okurları arasından çıkarken, ikinci sırada Sabah Grubu (%32,1), ardından Zaman gazetesi (%25) okurları arasından çıkmakta ve Vatan gazetesi okurları arasında AKP seçmeni görülmemektedir. İkinci uygulamada sayısal olarak daha az kişi katılmış olmasının da etkisiyle genel olarak düşüş görünmekle beraber Doğan Grubu okuyucuları arasındaki AKP seçmeni oranındaki hızlı düşüş (%42'den %10'a) dikkat çekicidir. Bu uygulamaya katılan deneklerdeki sayısal düşüşe rağmen Zaman gazetesi okurları arasında AKP seçmeninin artışı açıkça görülmektedir. Sabah gazetesi okurları içinde yer alan AKP seçmeni oranı en yüksek ilk uygulamada elde edilmiştir.

CHP seçmeni okurlarının en çok birinci uygulamada Doğan Grubu okurları arasından çıktığı görülmektedir. İkinci sırada Cumhuriyet gazetesi gelmektedir. Ancak ikinci uygulamada Cumhuriyet gazetesi okurları sayısal artış gösterirken Doğan Grubu okurları arasında büyük bir düşüş görülmektedir. Dönemin gelişmeleri ile birlikte bazı okurların duruşlarını gazetelerle birlikte netleştirdiği anlaşılmaktadır.

CHP seçmenleri arasında Vatan gazetesi okurları ilk uygulamadan çok ikinci ve üçüncü uygulamada görülmektedir. Sabah Grubu okurları arasında CHP seçmenlerinin ilk dönemden itibaren gittikçe düşüşe geçtiği açıkça belirgindir. Zaman gazetesi okurları içinde ise ilk uygulama hariç hiçbir CHP seçmeni bulunmamaktadır.

MHP seçmenleri içerisinde ilk uygulamada en yüksek Doğan Grubu okuyucuları yer alması oldukça ilginç bir veridir. Söylemsel açıdan, aşırı sağ milliyetçi partinin siyasal pozisyonu merkez seçmenine kadar uzandığı izlenimi veren bu tablo, ikinci uygulamada partinin soldan sağa doğru daha da yayılarak siyasal yelpazeyi genişlettiğini göstermektedir. Bu durumda özellikle ikinci uygulama öncesi ve sonrasında muhalefetin birlikte hareket edişi ve daha solda yer alan muhalif seçmenlerin MHP'yi de daha solda bir parti gibi algılayışlarının etkisi söz konusudur.

Üçüncü parti olarak MHP'den beklenebilecek "*sıkıştırılan parti*" rolünün CHP'nin gücünü azaltacak şekilde ters yönde işlediği bir tablo ortaya çıktığı görülmektedir.

Tablo 69: Gazete Okurlarının Dönemlere Göre Diğer Siyasal Tercihleri

Gelecek oyu Uygulama Dönemi	Hangi Gazete					Toplam	
	Cumhuriyet	Vatan	Doğan Gr.	Sabah Gr.	Zaman		
Yanıtless	1 N	0	0	6	2	8	
	% Dönem	,0%	,0%	75,0%	25,0%	100%	
	2 N	2	1	2	0	5	
	% Dönem	40,0%	20,0%	40,0%	,0%	100%	
	3 N	1	1	1	1	4	
% Dönem	25,0%	25,0%	25,0%	25,0%	100,0%		
Kararsız	N	3	2	9	3	17	
	% Dönem	17,6%	11,8%	52,9%	17,6%	100%	
	1 N	19	7	82	28	7	143
	% Dönem	13,3%	4,9%	57,3%	19,6%	4,9%	100%
	2 N	28	7	76	10	9	130
% Dönem	21,5%	5,4%	58,5%	7,7%	6,9%	100%	
Diğer	3 N	13	4	35	6	4	62
	% Dönem	21,0%	6,5%	56,5%	9,7%	6,5%	100%
	N	60	18	193	44	20	335
	% Dönem	17,9%	5,4%	57,6%	13,1%	6,0%	100%
	1 N	7	0	11	2	4	24
% Dönem	29,2%	,0%	45,8%	8,3%	16,7%	100%	
Diğer	2 N	6	1	5	1	0	13
	% Dönem	46,2%	7,7%	38,5%	7,7%	,0%	100%
	3 N	3	1	9	1	0	14
	% Dönem	21,4%	7,1%	64,3%	7,1%	,0%	100%
	N	16	2	25	4	4	51
% Dönem	31,4%	3,9%	49,0%	7,8%	7,8%	100%	

Birinci uygulamada siyasal pozisyonların belirgin olduğu iki gazetede Cumhuriyet ve Zaman gazetelerinde oy vereceği parti sorusuna yanıt vermeyenlerin bulunmadığı görülmektedir. Bu durum bu gruptaki deneklerin kararsız olmaları dışında oy verecekleri partiyi açıklamakta bir sakınca görmediklerini ya da Zaman gazetesi okurları hariç olmak üzere “*Utangaç Troy*” etkisi altında algıladıkları kamuoyu doğrultusunda açıklama yaptıklarını göstermektedir. İkinci uygulamada ise yanıtless bırakan denekler daha sola doğru kaymıştır. Bu deneklerin siyasal yelpazenin soluna doğru yer almalarına rağmen oy vermeyi planladıkları partinin sağa doğru yer alıyor olması denekleri yanıtless bırakmaya yol açacak faktörlerden biri olabileceken, yine İzmir’in CHP ağırlıklı bir şehir olmasına bağlı olarak bir suskunluk sarmalı içerisine girmiş olabilecekleri olasıdır.

Kararsız deneklere bakıldığında en fazla denegin Doğan Grubu okuyucuları arasından çıktığı görülmektedir. Doğan Grubunun okuyucusunun göreceli fazlalığına da bağlı olan bu durum daha fazla olarak yayın grubunun, *hepsini yakala* (catch all) çizgisini başarıyla uygulamasından kaynaklanmaktadır. Üç uygulamanın ortalamasına bakıldığında %57,6 ile en yüksek kararsızlar grubu Doğan Grubu

okuyucuları arasında yer alırken ikinci sırada %17,9 ile Cumhuriyet gazetesi okuyucuları arasında yer alması dikkat çekicidir.

Siyasal söylemi belirgin bir gazete olarak, gazetenin okuyucusunun da oy vereceği partinin belirgin olması beklenirken, söz konusu yüksek kararsız oranı günün siyasal gelişmeleri karşısında muhalefetin beraber ve ayrı hareket ettiği noktalarla birlikte, gazetenin muhalefetle ilgili yayın politikasıyla ilgilidir. Gazete okurları arasında ikinci ve üçüncü dönemde ortaya çıkan yüksek kararsız grubu bu teoriyi destekler niteliktedir.

Üçüncü sırada yer alan kararsızlar grubu Sabah Grubu okuyucuları arasından çıkmaktadır. Bu denekler TMSF tarafından yeni el konduğu bir dönemde yapılan ikinci uygulamada, ilk uygulamaya göre daha az bir oranda kararsızlar payı içeriyorken, üçüncü uygulamaya geçildiğinde 2 puan kadar hafif oransal bir kararsızlar oranı artışı görülmektedir. (Ancak sayısal olarak bakıldığında bir düşüş söz konusudur.) Yukarıdaki verilere dayanılarak genel hatlarıyla Sabah Grubu okuyucularının seçmen davranışı konusunda dönem içerisinde Doğan Grubu okuyucularına göre daha kararlı bir ilerleyiş kaydettiğini ancak güncel siyasal gelişmelere bağlı kararsızlıklar kaydettiğini söylemek mümkündür.

Çalışmada kapsam dışı tutulan partilere oy vereceğini belirten deneklerin yine çoğunlukla Doğan Grubu okuyucuları arasından çıktığı görülmektedir. Bu grupta yer alan denekler en az Sabah Grubu ve Vatan gazetesi okuyucusu olarak ortaya çıkmaktadır. Siyasal pozisyonları belirgin olan deneklerin ideolojik bağlılıkları gereği vereceği oyların yerleri okumakta oldukları gazetelerle de Cumhuriyet ve Zaman gazeteleriyle tespit edilmektedir.

Aşağıda yer alan tablo, ilk uygulamadan elde edilmiş olup Cumhuriyet gazetesi okuyucuları içerisinde, 18 denneğin hangi partiye oy vereceği konusunda kararsız kaldığını göstermektedir. Bunların içerisinde 3 denek CHP'nin kazanacağını düşündüğü halde CHP'ye (ya da bir başka partiye) oy verme konusunda kararsız kalmış olması, CHP, Cumhuriyet gazetesi ve okuru arasında beklenildiği kadar bir örtüşme bulunmadığını göstermektedir. Bu durumu teyit eden bir başka gösterge, üç parti dışında bir partiye oy verecekler arasında gözlemlenmektedir: Cumhuriyet

gazetesi okuru olan denekler, CHP'nin kazanacağını düşünseler bile o partiye oy vermemeyi tercih edebilmektedirler.

Tablo 70: Cumhuriyet Gazetesi Okuyucuları (1. Uygulama) Algı ve Tutumları

Hangi Partiye Oy Verecek		Parti için Siyasal Katılma			Toplam
		Yanıtız	Hiçbirini Yapmazdı	Birini /Birkaçını Yaptı	
Kararsız	Seçim kazananı				
	Yanıtız	N	7		7
	% Toplam		38,9%		38,9%
	AKP	N	8		8
	% Toplam		44,4%		44,4%
CHP	N	3		3	
% Toplam		16,7%		16,7%	
Toplam	N	18		18	
% Toplam		100%		100%	
CHP	Yanıtız	N	0	1	1
	% Toplam		,0%	4,0%	4,0%
	AKP	N	0	4	4
	% Toplam		,0%	16%	48%
	CHP	N	1	3	4
% Toplam		4%	12%	16,0%	
Toplam	N	1	7	8	
% Toplam		4%	28%	68%	
Diğer	AKP	N	0	2	2
	% Toplam		,0%	40%	40%
	CHP	N	1	1	2
	% Toplam		20%	,0%	20%
	Diğer	N	0	1	1
% Toplam		,0%	20%	,0%	
	N	1	1	3	
% Toplam		20%	20%	60%	

Yukarıdaki tabloda, birinci uygulamada Meclisteki partilerden CHP dışında bir partiye oy vermeyi kararlaştırmış bir denegin bulunmadığı görülmektedir. CHP'ye oy verecek olan deneklerin %68'i bu parti için aktif bir siyasal katılımında bulunabileceğini belirtmektedirler. Öte yandan aktif katılımında bulunabileceklerini belirten 17 denekten 12'si, seçim sonucu olarak AKP'nin kazanacağını ön görmektedirler. CHP'ye oy vereceklerin %64'ü AKP'nin kazanacağını düşünmektedir. Bu deneklerin dörtte biri, oy vereceği parti için herhangi bir siyasal katılımında bulunmayacakları ifade etmişlerdir. Ancak dörtte üçlük kısmı ise seçimi AKP'nin kazanacağını ön görmesine rağmen CHP'ye oy vereceğini belirtmiş ve bu parti için siyasal katılımında bulunabileceğini belirtmiştir. Cumhuriyet gazetesinin, CHP ile paralel bir siyasal söyleme sahip olması nedeniyle CHP seçmeni deneklerin, suskunluk sarmalı dışında kalarak kendilerini siyaseten ifade edebilecekleri görülmektedir.

Cumhuriyet gazetesi okurları içinde, 1. uygulamaya katılanların üçte biri kadarının kararsızları oluşturması, siyasal söylemi belirgin bir gazete için aşırı

görülmektedir. Ancak 1. uygulama seçime henüz 6 ay kala yapılmıştır, bu nedenle kesinleşmiş kararları beklemek için henüz erken olduğu ileri sürülebilir. Bununla birlikte, seçim kazananıyla ilgili tahminlerde, kararsızların yarısının AKP'yi doğru tahmin ettiği de görülmektedir. Bu bağlamda, Cumhuriyet okurları içinde Shy Troy etkisi altında AKP seçmeni olduğunu saklamış olması söz konusu olabilir

Tablo 71: Cumhuriyet Okurlarının Dönemlere Göre Oy Vereceği Parti Değişimi

Uygulama		Oy Vereceği Partinin Kendine Göre Siyasal Duruşu				Toplam	
		Yanıtsız	Daha sol	Aynı duruşta	Daha sağ		
1. Uygulama	Kararsız	N	19	0	0	0	19
		Toplam %	38,8%	,0%	,0%	,0%	38,8%
	CHP	N	1	1	15	6	23
		Toplam %	2,0%	2,0%	30,6%	12,2%	46,9%
	Diğer	N	1	1	5	0	7
		Toplam %	2,0%	2,0%	10,2%	,0%	14,3%
2. Uygulama	Kararsız	N	21	2	20	6	49
		Toplam %	42,9%	4,1%	40,8%	12,2%	100%
	AKP	N	0	2	1	0	3
		Toplam %	,0%	2,6%	1,3%	,0%	3,9%
	CHP	N	0	1	31	4	36
		Toplam %	,0%	1,3%	40,3%	5,2%	46,8%
3. Uygulama	MHP	N	0	0	0	2	2
		Toplam %	,0%	,0%	,0%	2,6%	2,6%
	Diğer	N	0	0	5	1	6
		Toplam %	,0%	,0%	6,5%	1,3%	7,8%
	Kararsız	N	30	3	37	7	77
		Toplam %	39,0%	3,9%	48,1%	9,1%	100%
3. Uygulama	Kararsız	N	13	0	1	0	14
		Toplam %	27,7%	,0%	2,1%	,0%	29,8%
	CHP	N	1	5	13	7	26
		Toplam %	2,1%	10,6%	27,7%	14,9%	55,3%
	MHP	N	0	0	3	1	4
		Toplam %	,0%	,0%	6,4%	2,1%	8,5%
3. Uygulama	Diğer	N	0	0	3	0	3
		Toplam %	,0%	,0%	6,4%	,0%	6,4%
		N	14	5	20	8	47
		Toplam %	29,8%	10,6%	42,6%	17,0%	100%

Tablodan⁶²⁵ elde edilen veriler doğrultusunda, ilk iki uygulamadaki kararsız seçmenin oransal olarak bir değişim göstermemesine karşın, seçime doğru gerçekleştirilen üçüncü uygulamada, kararsızların oylarının MHP, CHP diğer partiler arasında paylaşılmaya doğru bir eğilim göstermekte olduğudur. Aynı zamanda

⁶²⁵ Yukarıdaki tablo, Cumhuriyet gazetesi okurlarının her üç uygulamada hangi partiye oy vereceklerinin sorulması ve bu oy verecekleri parti ile siyasal yelpazedeki yerleri kıyaslamaları istenmesi suretiyle elde edilmiştir. Üç uygulamada farklı sayıda denek yer almakla beraber, üç uygulamanın karşılaştırılmasında denek oranları kullanılacaktır. Birinci uygulamaya bakıldığında, Cumhuriyet gazetesi okuyucusu olan deneklerin %46,9'unun CHP seçmeni olduğu ve bunların da %65,2'sinin siyasal yelpazede aynı duruşta olduğu gözlemlenmektedir. İkinci uygulamada ise bu gazete okuru deneklerin %46,2'si CHP seçmeni olup yine bu deneklerin %86'sı CHP ile aynı duruşta olduğu gözlemlenmektedir. Son olarak üçüncü uygulamaya bakıldığında Cumhuriyet gazetesi okuru olan deneklerin %55,3'inin CHP seçmeni olduğu ve bunların da %50'sinin CHP ile aynı duruşta olduğu gözlemlenmektedir.

denekler seçime doğru kendi siyasal pozisyonlarına göre daha sağda bulunan partilere oy verme eğilimde oldukları görülmektedir.

Cumhuriyet gazetesi okuru olan denekler arasında siyasal pozisyonla da bağlantılı olarak CHP seçmeni ağırlıklı olmakla beraber, MHP'nin ilk uygulamada denekler içinde hiç seçmeni bulunmazken ikinci uygulamada %2,6 ve üçüncü uygulamada %8,5'lük bir orana sahip olduğu görülmektedir. Bu veriler, gazetenin MHP ve Bahçeli ile ilgili yayın politikasıyla çelişmektedir.

MHP seçmenlerinin yanında, ikinci uygulamada beliren AKP seçmeni deneklerin bulunuşu, gazetenin ve Cumhuriyet Mitinglerinin, Erdoğan ve Gül'ün Cumhurbaşkanlığı adaylığına karşı muhalif tutumu ile gerek parti adı ve gerekse liderlerle ilgili çok fazla sayıdaki haberin *bumerang etkisinin* bir sonucu fikir değiştirmiş denekler olabilir. Bu etki, merkez seçmeni olup Erdoğan ve Gül'ün mağdur edildiği inancını taşıyan bireyler üzerinde etkili olması beklenmektedir. Cumhuriyet Mitinglerinin ve Cumhurbaşkanlığı seçimi gündeminin etkisinin soğuduğu haziran ayı sonunda yapılan üçüncü uygulamada AKP oyunun bulunmaması, bu etkinin varlığı konusunda gösterge niteliğindedir.

Tablo 72: Vatan Okurlarının (1. Uygulama) Seçim Sonucu Algıları ve Oy Verecekleri Parti

Hangi Partiye Oy Verecek		S.22 Siyasal Katılma			Toplam	
		Yanıtız	Hiçbirini Yapmazdı	Birini/ Birkaçını yaptı		
Kararsız	AKP	N	6			6
	% Toplam		100%			100%
AKP	AKP	N	1			1
	% Toplam		100%			100%
CHP	AKP	N	1	0	1	2
	% Toplam		33,3%	,0%	33,3%	66,7%
CHP	CHP	N	0	1	0	1
	% Toplam		,0%	33,3%	,0%	33,3%
Toplam	Toplam	N	1	1	1	3
	% Toplam		33,3%	33,3%	33,3%	100%

Yukarıdaki tablonun oluşturulduğu ilk uygulamada, Vatan gazetesi okuyucularının yarısından fazlasının oy verecekleri parti konusunda kararsız olmalarına rağmen seçimin sonucunu (bir kişi dışında) büyük oranda doğru tahmin edebildikleri ortaya çıkmaktadır. Ayrıca gazete analizinde de ileri sürüldüğü üzere bu gazete okuyucusu içerisinde birinci uygulamada MHP seçmeni çıkmamıştır.

Tablo 73 Vatan Gazetesi Okurlarının Dönemlere Göre Oy Vereceği Parti Değişimi

Uygulama		Oy Vereceği Partinin Kendine Göre Siyasal Duruşu				Toplam	
		Yanıtsız	Daha sol	Aynı duruşta	Daha sağ		
1. Uygulama	Kararsız	N	7	0	0	0	7
	Toplam %		63%	,0%	,0%	,0%	63%
	AKP	N	1				10%
	Toplam %		9%				
	CHP	N	0	1	1	1	3
	Toplam %		,0%	9%	9%	9%	27%
		N	8	1	1	1	11
	Toplam %		72%	9%	9%	9%	100%
2. Uygulama	Kararsız	N	8		0	0	8
	Toplam %		47,1%		,0%	,0%	47,1%
	CHP	N	1		4	2	7
	Toplam %		5,9%		23,5%	11,8%	41,2%
	MHP	N	0		0	1	1
	Toplam %		,0%		,0%	5,9%	5,9%
	Diğer	N	0		1	0	1
	Toplam %		,0%		5,9%	,0%	5,9%
		N	9		5	3	17
	Toplam %		52,9%		29,4%	17,6%	100%
3. Uygulama	Kararsız	N	4		1	0	5
	Toplam %		33,3%		8,3%	,0%	41,6%
	CHP	N	0		3	2	5
	Toplam %		,0%		25,0%	16,7%	41,7%
	MHP	N	0		1	0	1
	Toplam %		,0%		8,3%	,0%	8,3%
	Diğer	N	0		1	0	1
	Toplam %		,0%		8,3%	,0%	8,3%
		N	4		6	2	12
	Toplam %		33,3%		50,0%	16,7%	100%

Yukarıdaki tabloda birinci uygulamaya bakıldığında Vatan gazetesi okuyucusu olan deneklerin sayısının diğer gazetelerin okuyucu sayılarına göre az olmasına rağmen okuyucusu deneklerinin genel eğilimini yansıttığını ve kararsızların çoğunlukta olduğu gözlemlenmektedir. İkinci uygulamada ise bu gazete okuru deneklerin kararsız olanları (%47,1) göreceli çoğunluğa sahip olmakla beraber bir önceki uygulamaya göre oldukça düşüş yaşadığı yavaş yavaş parti eğilimlerinin ortaya çıktığı gözlemlenmektedir. Örneğin bu gruptaki deneklerin %41,2'si CHP seçmeni olup yine bu deneklerin %57'si CHP ile aynı duruşta olduğu gözlemlenmektedir. Ayrıca CHP'ye oy vereceğini belirten iki kişinin siyasal yelpazedeki yerinin daha solda olduğu ancak - solda oy verip kazanmaya en yakın olduğuna inandığı bir parti olduğundan- bu partiye oy verdiği anlaşılmaktadır. Bu durum farklı bir *bando-vagonu ve mazlum (bandwagon ve underdog)* etkilerinin bir karşımı niteliği göstermektedir. Kazanma ihtimali bulunduğunu düşündüğü için *bando-vagonu etkisi* ancak herhangi bir "sağ partisi kazanmasın" diye ama kaybetme ihtimaline en yakın ancak desteğe ihtiyacı olan sol partiye oy verdiği için *mazlum etkisi* altında gibi görülmektedir. Ancak çalışmanın teorik kısmında aktarıldığı üzere, bu tip oy davranışı *taktiksel oy* bağlamında ele alınmaktadır. İkinci uygulamada MHP ve diğer partilerin seçmenleri oluşmaya başladığı

gözlemlenmektedir. Son olarak üçüncü uygulamaya bakıldığında Vatan gazetesi okuru olan deneklerin kararsızları ile CHP seçmeni oranlarının (%41,6) eşit olduğu gözlemlenmektedir. Vatan gazetesi okuru olan deneklerin süreç içerisinde CHP ve MHP'den uzaklaştığı ve kararsızlar grubuna dâhil oldukları anlaşılmaktadır.

Aşağıda yer alan tablo, alan çalışmasında yer alan ilk uygulamadan elde edilmiş olup Doğan Grubu okuyucuları içerisinde, seçim sonucuna dair algıları ile oy verecekleri parti arasındaki ilişki, bu partiye ilgili olarak aktif bir katılımında bulunup bulunmayacağı sorularak betimlenmiştir.

Tablo 74: Doğan Okurlarının (1. Uygulama) Seçim Sonucu Algıları ve Oy Verecekleri Parti

Hangi Partiye Oy Verecek	S.22 Siyasal Katılma			Toplam	
	Seçim kazananı	Yanıtlessız	Hiçbirini Yapmazdı		Birini/Birkaçını Yaptı
Kararsız	Yanıtlessız	N	18	0	18
	% Toplam		21,8%	,0%	21,8%
	AKP	N	47	1	48
	% Toplam		59,0%	1,3%	60,3%
	CHP	N	9	1	10
	% Toplam		11,5%	1,3%	12,8%
	MHP	N	3	0	3
	% Toplam		2,6%	,0%	2,6%
	Diğer	N	2	0	2
	% Toplam		2,6%	,0%	2,6%
Toplam	N	76	2	81	
% Toplam		97,4%	2,6%	100%	
AKP	Yanıtlessız	N	0	1	1
	% Toplam		,0%	7,1%	7,1%
	AKP	N	1	5	7
	% Toplam		7,1%	35,7%	50%
	Toplam	N	1	6	7
% Toplam		7,1%	42,9%	50%	
CHP	Yanıtlessız	N	4	1	5
	% Toplam		11,1%	2,8%	13,9%
	AKP	N	3	5	17
	% Toplam		8,3%	13,9%	47,2%
	CHP	N	0	1	4
	% Toplam		,0%	2,8%	11,1%
	MHP	N	0	0	1
% Toplam		,0%	,0%	2,8%	
Toplam	N	7	7	22	
% Toplam		19,4%	19,4%	61,1%	
MHP	Yanıtlessız	N	0	0	2
	% Toplam		,0%	,0%	28,6%
	AKP	N	1	1	2
	% Toplam		14,3%	14,3%	28,6%
	CHP	N	0	0	1
	% Toplam		,0%	,0%	14,3%
Toplam	N	1	1	5	
% Toplam		14,3%	14,3%	71,4%	
Diğer	Yanıtlessız	N	0	0	1
	% Toplam		,0%	,0%	9,1%
	AKP	N	5	4	10
	% Toplam		45,5%	36,4%	90,9%
Toplam	N	5	4	11	
% Toplam		45,5%	36,4%	100%	

Bu tabloya göre 149 deneğin 81'i oy vereceği parti konusunda kararsız olduğunu belirtmiştir. Diğer bir deyişle Doğan Grubu okuyucularının yarısı hangi partiye oy verecekleri konusunda kararsızdır. Bu oldukça büyük bir oran olmasına rağmen bu sonuçların henüz ilk uygulamadan (Ocak ayı sonunda) elde edildiğini de belirtmek gerekmektedir. Tablodan da görüldüğü üzere, oy verecekleri parti konusunda kararsız olan deneklerin %60'ı seçimin kazananı olarak AKP'yi görmektedirler. Geri kalan %40 seçim kazananı konusunda sırasıyla CHP, MHP ve diğer partileri ileri sürmektedirler. Bu durum, seçim sonuçları göz önüne alındığında bireylerin istatistiksel bir duyusu olduğunu belirten Noelle-Neumann'ın görüşlerine yakın sonuçlardır. Ancak bu veriler aynı zamanda *karşılıklı cehalete* de atıf yapmakta ve bu istatistiksel duyunun yanıltıcı olabileceğini göstermektedir. Doğan Grubu okuyucuları içerisinde birinci uygulamaya göre AKP'ye oy verecek olan (deneklerden biri hariç), deneklerin tamamına yakını (14 denek), seçimi AKP'nin kazanacağını düşünmesine karşın, bunlardan biri partiyle ilgili bir siyasal katılımıda bulunup bulunmayacağı sorusuna yanıt vermemiş, 5'i bir siyasal katılımıda bulunmayacağı yönünde yanıt vermiştir. 7 denek de oy vereceği partiyle ilgili olarak siyasal katılımıda bulunabileceğini ifade ederek partiyle ideolojik olarak bağlı olduğunu göstermektedir. İlk uygulama bağlamında merkez yayın ağırlıklı Doğan Grubu, yine merkez partisi olduğunu iddia eden AKP⁶²⁶ seçmeni içinde hem aktif hem de pasif olarak yer alan okuyucuya sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Yine ilk uygulamadan elde edilen sonuçlara göre, Doğan Grubu okuru kapsamında 36 kişi CHP'ye oy vermeye karar vermiş olup bunlardan %70'i (25 denek) seçim kazananı olarak AKP'yi tahmin etmişlerdir. Bu grup içerisinde oy vermeyi planladığı parti ile ilgili olarak aktif bir siyasal katılımıda bulunup bulunmayacağı ile ilgili soruyu yanıtızsız bırakan 3, soruya olumsuz yanıt veren 5 denek yer almaktadır. Bu deneklerin CHP'ye oy verme konusunda ideolojik bir bağlılık taşımadığı düşünülebilir. AKP'nin kazanacağını düşünüp oy vereceği parti için herhangi bir siyasal katılımıda bulunmayacaklarını ifade eden bu deneklerin "underdog" etkisiyle oy verdiklerini iddia etmek mümkündür. Merkez gazete okuyucusu olan deneklerin sol merkez partisi olan CHP ile olan ilişkilerini oy verme ile sınırlandırmaları bu teoriyi destekler niteliktedir. Ancak AKP'nin kazanacağını düşünüp, CHP için aktif siyasal katılımıda bulunacağını belirten 17 denek, (Doğan Grubu okuru, CHP seçmeninin %47'si) hem

⁶²⁶ NTVMSNBC, "Erdoğan: AK PARTİ Bir Merkez Partisidir", 13 Haziran 2007 Erişim: <http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/410987.asp>, (14.06.2007). Erdoğan'ın bu görüşü bilimsel olarak paylaşılmamakla beraber, seçmenleri içinde merkez yayın organını (mainstream) takip eden aktif ve pasif seçmeni bulunduğu anlaşılmaktadır.

merkez sol seçmeni olup hem de merkez yayın grubunu (mainstream) takip ettiğini göstermektedir.

Aynı tabloda Cumhuriyet ve Vatan gazetesi okur profilinden farklı olarak Doğan Grubu okuyucuları içinde 7 denekle sınırlı olmakla birlikte MHP seçmeninin de yer aldığı dikkati çekmektedir. Doğan Grubu okuyucularının arasında yer alan MHP seçmeni deneklerin %71'i partiyle ilgili bir siyasal katılımıda bulunabileceğini belirtirken partiyle ideolojik paralellik taşıdığı anlaşılmaktadır. Doğan Grubu okuyucusu olan denekler içerisinde AKP, CHP ve MHP dışında bir partiye oy verecek olan 11 denek bulunmaktadır, ancak bu denekler seçim sonucunda birinci gelecek parti olarak tahminini (deneklerden biri dışında) AKP lehine yürütürken oy verecekleri parti ile ilgili siyasal katılımını ya hiç açıklamamışlar ya da siyasal katılımıda bulunmayacaklarını belirtmişlerdir.

Tablo 75: Doğan Okurlarının Dönemlere Göre Oy Vereceği Parti Değişimi

Uygulama			Oy Vereceği Partinin Kendine Göre Siyasal Duruşu				Toplam
			Yanıtız	Daha sol	Aynı duruşta	Daha sağ	
Gelecek Oyu							
1. Uygulama	Kararsız	N	88	0	0	0	88
	Toplam %		59%	0%	0%	0%	59%
	AKP	N	0	2	5	5	12
	Toplam %		0%	1,3%	3,4%	3,4%	8,1%
	CHP	N	0	6	22	4	32
	Toplam %		0%	4,0%	14,8%	2,7%	21,5%
	MHP	N	0	0	5	1	6
	Toplam %		0%	0%	3,4%	0,7%	4,0%
	Diğer	N	2	1	6	2	11
	Toplam %		1,3%	0,7%	4,0%	1,3%	7,4%
	N	90	9	38	12	149	
Toplam %		60,4%	6,0%	25,5%	8,1%	100%	
2. Uygulama	Kararsız	N	75	0	2	1	78
	Toplam %		70,1%	0%	1,8%	0%	72,9%
	AKP	N	0	0	1	1	2
	Toplam %		0%	0%	0,9%	0,9%	1,9%
	CHP	N	1	4	10	2	17
	Toplam %		0,9%	3,7%	9,3%	1,9%	15,9%
	MHP	N	0	0	3	2	5
	Toplam %		0%	0%	2,8%	1,9%	4,7%
	Diğer	N	0	1	4	0	5
	Toplam %		0%	0,9%	3,7%	0%	4,7%
	N	76	5	20	6	107	
Toplam %		71,0%	4,7%	18,7%	5,6%	100%	
3. Uygulama	Kararsız	N	35	1	0	0	36
	Toplam %		48,6%	1,4%	0%	0%	50%
	AKP	N	1	1	1	0	3
	Toplam %		1,4%	1,4%	1,4%	0%	4,2%
	CHP	N	1	1	15	0	17
	Toplam %		1,4%	1,4%	20,8%	0%	23,6%
	MHP	N	0	0	4	3	7
	Toplam %		0%	0%	5,6%	4,2%	9,7%
	Diğer	N	1	1	6	1	9
	Toplam %		1,4%	1,4%	8,3%	1,4%	12,5%
	N	38	4	26	4	72	
Toplam %		52,8%	5,6%	36,1%	5,6%	100%	

Yukarıdaki tabloya bakıldığında Doğan Grubu okuyucusu olan deneklerin sayısının diğer gazetelerin okuyucu sayılarına göre fazla olmasına bağlı olarak Doğan Grubu okuyucusu deneklerinin genel eğilimini yansıttığını ve kararsızların her üç dönemde de çoğunlukta olduğu gözlemlenmektedir. Birinci uygulama sonucunda dikkati çeken bir nokta, seçmen dağılımının farklılaşması, %21,5 CHP seçmeninden sonra %8,1 ile AKP seçmeninin bulunmasıdır.

Uygulamaların İzmir’de bir üniversitede öğrenciler ve idari personel üzerinde uygulandığı hatırlanırsa, CHP seçmeni oranının genel olarak Türkiye genelinden neden daha yüksek olduğu anlaşılacaktır. Ancak bu araştırma, seçmen davranışları yerine medya etkisi üzerine yoğunlaştığı için araştırmada üç uygulama arasında meydana gelen değişimler ve genel eğilimler üzerine odaklanmaktadır.

Birinci uygulama sonucunda %4 ile MHP ve %7,4 ile diğer parti seçmenleri bulunduğu görülmektedir. Kararsızlar dışında kalan deneklerin büyük çoğunluğu kendisi ile aynı siyasal pozisyonu paylaşan partiye oy verecekken; kendisinden daha sağda yer alan partilere oy vermeye eğilimli olan deneklerin kendilerinden daha solda yer alan partilere oy vermeye eğilimli olan deneklerden fazla olduğu dikkati çekmektedir.

İkinci uygulamada ise bu deneklerin kararsız olanları (%47,1) göreceli çoğunluğa sahip olmakla beraber, yavaş yavaş parti eğilimlerinin ortaya çıktığı gözlemlenmektedir. Örneğin bu gruptaki deneklerin %41,2’si CHP seçmeni olup yine bu deneklerin %57’si CHP ile aynı duruşta olduğu gözlemlenmektedir.

Ayrıca CHP’ye oy vereceğini belirten iki kişinin siyasal yelpazedeki yerinin daha solda olduğu ancak -solda oy verip kazanmaya en yakın olduğuna inandığı bir parti olduğundan- bu partiye oy verdiği anlaşılmaktadır. Bu durum Vatan gazetesi okuyucuları arasında gözlemlenmiş olan taktiksel oya benzer bir nitelik taşımaktadır. Bu uygulamada MHP ve diğer partilerin seçmenlerinin oluşmaya başladığı gözlemlenmektedir.

Son olarak üçüncü uygulamaya bakıldığında Doğan Grubu okuru olan deneklerin kararsızları ile CHP seçmeni oranlarının (%41,6) eşit olduğu gözlemlenmektedir. Bir önceki uygulama sonucuyla karşılaştırıldığında, -bu grupta

yer alan denek sayısının genellemelere gidecek çoğunlukta olmamasından dolayı-kesin yargılara varmak mümkün olmamakla beraber oransal olarak Doğan Grubu okuru olan deneklerin CHP, MHP ve diğer partiler arasında dağılım gösterdiği gözlemlenmektedir.

Ancak kararsızların oranına bakıldığında %50 oranında bir pay görülmektedir ki bu oran seçime bir ay kala halen oldukça yüksek bir oran olarak dikkati çekmektedir. Üçüncü uygulamadaki kararsızların oranları diğer gazete okuyucularınıninki ile karşılaştırıldığında aşağıdaki gibi bir tablo elde edilmektedir:

Her üç uygulamaya bakıldığında MHP seçmeni oranının gittikçe arttığı gözlemlenmektedir. Bu oran ve sayılar küçük olmakla beraber bir eğilime işaret etmektedir. Buna göre Doğan Grubu okuyucuları arasında üçüncü partinin sıkıştırması olgusu tersin işlemekte kazanma ihtimali daha yakın olan parti/partilerden oy almaktadır.

Ayrıca bu gelişme, Doğan Grubu kapsamında yer alan Hürriyet gazetesinin medya analizi bağlamında elde edilmiş MHP ile ilgili yayın politikasıyla da örtüşmemektedir. Bu bağlamda daha önce sözü edilen dış gelişmelerin bumerang etkisi altında bu tip bir gelişme yaşandığını ileri sürmek mümkündür.

Aşağıda yer alan tablo, ilk uygulamadan elde edilmiş olup Sabah Grubu⁶²⁷ okuyucuları içerisinde, 65 deneğin 'ü hangi partiye oy vereceği sorusunu 1 denek yanıtsız bırakmış, kalan 25 denek de kararsız olduğunu belirtmiştir. Diğer bir deyişle Sabah Grubu okuyucu deneklerin yaklaşık %40'ı oy verecekleri parti konusunda kararsızdırlar.

⁶²⁷ Sabah Grubu okuyucuları içerisinde ağırlıklı olarak tercih edilen Sabah Gazetesi olup Günaydın ve Yeni Asır Gazeteleri de denekler arasında tercih edilmiş olan gazeteler arasındadır.

Tablo 76: Sabah Okurlarının (1. Uygulama) Seçim Sonucu Algıları ve Oy Verecekleri Parti

Hangi Partiye Oy Verecek			S.22 Siyasal Katılma			Toplam
			Yanıtsız	Hiçbirini Yapmazdı	Birini / Birkaçını yapardı	
Seçim kazananı						
Yanıtsız	Yanıtsız	N	1			1
	% Toplam		100,0%			100,0%
Kararsız	Yanıtsız	N	7	0	0	7
	% Toplam		28,0%	,0%	,0%	28,0%
	AKP	N	12	0	0	12
	% Toplam		48,0%	,0%	,0%	48,0%
	CHP	N	3	1	1	5
	% Toplam		12,0%	4,0%	4,0%	20,0%
	Diğer	N	1	0	0	1
Toplam	N	23	1	1	25	
% Toplam		92,0%	4,0%	4,0%	100%	
AKP	Yanıtsız	N	0	0	1	1
	% Toplam		,0%	,0%	10,0%	10,0%
	AKP	N	1	2	5	8
	% Toplam		10,0%	20,0%	50,0%	80,0%
	CHP	N	1	0	0	1
% Toplam		10,0%	,0%	,0%	10,0%	
Toplam	N	2	2	6	10	
% Toplam		20,0%	20,0%	60,0%	100%	
CHP	Yanıtsız	N	0	0	1	1
	% Toplam		,0%	,0%	10,0%	10,0%
	AKP	N	1	1	3	5
	% Toplam		10,0%	10,0%	30,0%	50,0%
	CHP	N	0	1	2	3
	% Toplam		,0%	10,0%	20,0%	30,0%
	Diğer	N	1	0	0	1
% Toplam		10,0%	,0%	,0%	10,0%	
Toplam	N	2	2	6	10	
% Toplam		20,0%	20,0%	60,0%	100,0%	
MHP	AKP	N			2	2
	% Toplam				50,0%	50,0%
	CHP	N			1	1
	% Toplam				25,0%	25,0%
	MHP	N			1	1
% Toplam				25,0%	25,0%	
Toplam	N			4	4	
% Toplam				100,0%	100,0%	
Diğer	Yanıtsız	N	0		1	1
	% Toplam		,0%		20,0%	20,0%
	AKP	N	1		3	4
	% Toplam		20,0%		60,0%	80,0%
	Toplam	N	1		4	5
% Toplam		20,0%		80,0%	100,0%	

Sabah Grubunda⁶²⁸ yer alan medya organlarının TMSF tarafından 4 Nisan'da el konmasıyla başlayan süreç öncesi yapılmış olan uygulamanın birinci ayağındaki sonuçlara göre Sabah Grubu okuyucusu sağ ve sol partiler arasında göreceli olarak dengeli bir siyasal yelpazeye sahip olduğu görülmektedir. Ancak

⁶²⁸ Kararsızların oranı, Doğan Grubu okuyucuları için %50 olduğu hatırlanacak olursa, yukarıdaki tablodan, Sabah Grubu okuyucusunun siyasal eğilimlerinin daha belirgin olduğu görülmektedir. Bu eğilim hangi yöne doğru belirginleştiğini anlamak için deneklerin oy verecekleri partilere bakıldığında AKP ve CHP seçmenlerinin 10'ar denekle bir eşitlikte olduğu görülmektedir. MHP daha az seçmen (4 denek) bulundururken, bu üç parti dışında "Diğer" kapsamında yer alan partilere oy vereceğini belirten 5 denek yer almaktadır.

merkez gazetesi olmasının da getirisi olarak büyük bir çoğunluğun farklı yönlerdeki mesajlardan dolayı kararsız kaldığı gözlemlenmektedir.

Sabah Grubu okuyucusu denekler, seçim sonucunu kazanan tahminleri ile oy verecekleri partinin tutarlılığına⁶²⁹ bağlı olarak, çoğunlukla, siyasal anlamda kendilerini ifade edebilmekte ve bu parti için siyasal katılımıda bulunabileceklerini ifade etmektedirler.

Yukarıdaki sonuçlar CHP seçmeni ile karşılaştırıldığında CHP seçmeni olup AKP'nin kazanacağını düşünen 5 denek (toplam CHP seçmeni olan deneklerin yarısı) içinde 3 denek (CHP seçmeni olan denekler içersinde %30'luk grup) seçimin kazananı olarak AKP'yi gördüğü halde oy vereceği parti ile ilgili siyasal katılımıda bulunabileceğini belirtmiştir. İki parti seçmeni, denek sayısı nicel olarak eşit görünmesine rağmen nitel olarak partiye bağlılık ve seçim kazananı ile ilgili pozisyonları konularında farklılaşmaktadır.

Sabah Grubu okuyucuları içinde partisinin kazanacağını düşünerek⁶³⁰ yine partisi için siyasal katılımıda bulunan denekler içinde en çok AKP seçmeni yer almaktadır. Ancak rakip partinin kazanacağını düşünmesi durumunda en az siyasal katılımıda bulunan da yine AKP seçmenidir. Böylece Sabah Grubu okuyucuları arasında birinci uygulamaya katılanlar arasında parti bağının, partinin kazanma potansiyeli ile doğrudan ilintili olduğu ortaya çıkmaktadır.

Ayrıca MHP seçmeni olan 4 deneğin 2'si AKP'nin, 1'i CHP'nin kalan diğer seçmenin de MHP'nin kazanacağını tahmin etmekteyken, bu deneklerin hepsi partileri için siyasal katılımıda bulunabileceklerini ifade etmişlerdir. Buradan bu deneklerin seçim sonucundan bağımsız olarak MHP seçmeni oldukları ve merkez sağ medyasını takip ettikleri görülmektedir.

⁶²⁹ Sabah gazetesi grubu okuyucusu kararsız deneklerin %50'si (12 denek) AKP'nin seçimi kazanacağı yolunda tahminde bulunurken %20'sinin tahminini CHP lehine belirtmişlerdir. AKP seçmeni olan deneklerin (10 deneğin) %80'ini (8 denek), seçim tahminini yine AKP lehine belirtirken, deneklerin %50'si (5 denek) bu partiyle ilgili olarak siyasal katılımıda bulunabileceklerini belirtmişlerdir.

⁶³⁰ Her iki parti seçmeninin %60'ının siyasal katılımıda bulunabileceğini belirtmesine karşın bu seçmenlerden AKP seçmeni olup kendi partisinin kazanacağını düşünen %50'lik bir kesim bulunmaktadır. Öte yandan CHP seçmeni içersinde siyasal katılımıda bulunabileceğini belirtip, kendi partisinin kazanacağını düşünen %20'lik grup ve bundan daha fazla olarak AKP'nin kazanacağını belirten %30'luk grup bulunmaktadır.

Tablo 77: Sabah Okurlarının Dönemlere Göre Oy Vereceği Parti Değişimi

Uygulama	Gelecek Oyu	Oy Vereceği Partinin Kendine Göre Siyasal Duruşu				Toplam	
		Yanıtsız	Daha sol	Aynı duruşta	Daha sağ		
1. Uygulama	Kararsız	N	29	0	1	0	30
		Toplam %	52,7%	,0%	1,8%	,0%	54,5%
	AKP	N	0	2	4	3	9
		Toplam %	,0%	3,6%	7,3%	5,5%	16,4%
	CHP	N	0	2	9	0	11
		Toplam %	,0%	3,6%	16,4%	,0%	20,0%
	MHP	N	0	1	1	1	3
		Toplam %	,0%	1,8%	1,8%	1,8%	5,5%
Diğer	N	0	0	2	0	2	
	Toplam %	,0%	,0%	3,6%	,0%	3,6%	
	N	29	5	17	4	55	
	Toplam %	52,7%	9,1%	30,9%	7,3%	100%	
2. Uygulama	Kararsız	N	10	0	0	0	10
		Toplam %	50,0%	,0%	,0%	,0%	50,0%
	AKP	N	0	1	1	1	3
		Toplam %	,0%	5,0%	5,0%	5,0%	15,0%
	CHP	N	0	0	3	0	3
		Toplam %	,0%	,0%	15,0%	,0%	15,0%
	MHP	N	0	0	3	0	3
		Toplam %	,0%	,0%	15,0%	,0%	15,0%
Diğer	N	0	1	0	0	1	
	Toplam %	,0%	5,0%	,0%	,0%	5,0%	
	N	10	2	7	1	20	
	Toplam %	50,0%	10,0%	35,0%	5,0%	100%	
3. Uygulama	Kararsız	N	7		0	0	7
		Toplam %	50%		,0%	,0%	50%
	AKP	N	0		1	0	1
		Toplam %	,0%		7,1%	,0%	7,1%
	CHP	N	0		1	0	1
		Toplam %	,0%		7,1%	,0%	7,1%
	MHP	N	0		3	1	4
		Toplam %	,0%		21,4%	7,1%	28,6%
Diğer	N	0		1	0	1	
	Toplam %	,0%		7,1%	,0%	7,1%	
	N	7		6	1	14	
	Toplam %	50,0%		42,9%	7,1%	100%	

Yukarıdaki tablodan birinci uygulamaya bakıldığında⁶³¹ Sabah Grubu okuyucusu deneklerinin genel eğiliminde kararsızların çoğunlukta olduğu gözlemlenmektedir. Birinci uygulama sonucunda dikkati çeken bir başka nokta, seçmen dağılımının giderek sağa doğru belirginleşmesidir:

Deneklerin büyük çoğunluğu kendisi ile aynı siyasal pozisyonu paylaşan partiye oy verecekken; kendisinden daha solda yer alan partilere oy vermeye eğilimli olan deneklerin, kendilerinden daha sağda yer alan partilere oy vermeye eğilimli olan deneklerden fazla olduğu dikkati çekmektedir. Siyasal yelpazede yer alan partiye bağlı yer değiştirme, kişilerin siyasal partilerin konumlarını nasıl algıladıklarıyla da ilgilidir. Örneğin AKP ve MHP sol partisi olmamakla beraber 3

⁶³¹ Tablodan, Sabah Grubu okuyucusu deneklerin %54,5'ini oluştururken (Doğan Grubu okuru deneklerin kararsızların oranlarından (%59) göreceli düşük olduğu) oldukça yüksek bir kararsızlar grubu bulunduğu gözlemlenmektedir. Doğan Grubu okuyucularındaki %21,5 CHP seçmeni Sabah Grubu'nda %20'ye düşerken, yine Doğan Grubu okuyucuları arasındaki %8,1 AKP seçmeninin oranı Sabah Grubu okuyucuları arasında %16'ya çıkmıştır.

seçmenin kişisel konumlandırmasına göre bu partiler daha solda algılanmıştır. Bu algılamada medyada bu partilerin söylem bazında kendilerini “merkez partisi” olarak pazarlamalarının etkisi gözlemlenmektedir.

İkinci uygulamada ise bu deneklerin kararsız olanları (%50) çoğunluğa sahip olmakla beraber yavaş yavaş 3 parti seçmen oranının birbirlerine eşit bir şekilde ortaya çıktığı gözlemlenmektedir. Son olarak üçüncü uygulamaya bakıldığında, Doğan Grubu okuru olan deneklerin kararsızlarının oranı hala %41’lerdeyken, Sabah Grubunda bu oran %50’de kalmıştır. Bu süreçte deneklerin MHP’ye doğru kaydıkları da bir başka önemli bulgudur.

Tablo 78: Zaman Okurlarının (1. Uygulama) Seçim Sonucu Algıları ve Oy Verecekleri Parti

Hangi Partiye Oy Verecek		S.22 Siyasal Katılma			Toplam
		Yanıtsız	Hiçbirini Yapmazdı	Birini/Birkaçını yapardı	
Kararsız	Seçim kazananı				
	AKP	N	6	1	7
	% Toplam		75,0%	12,5%	87,5%
	CHP	N	1	0	1
% Toplam		12,5%	,0%	12,5%	
Toplam	N	7		1	8
% Toplam		87,5%		12,5%	100%
A K P	AKP	N		2	5
	% Toplam			28,6%	71,4%
M H P	MHP	N		1	1
	% Toplam			100,	100%
Diğer	AKP	N		1	1
	% Toplam			33,3%	33,3%
	MHP	N		2	2
	% Toplam			66,7%	66,7%
Toplam	N			3	3
% Toplam				100,0%	100,0%

Zaman gazetesi toplam okuyucusunun 7’si (%37’si) AKP seçmeni olup aynı zamanda AKP’nin kazanacağını düşünmektedir. ve bunlar içerisinde 5 denek bu partiyle ilgili aktif siyasal katılımında bulunabileceğini belirtmiştir. Diğer bir deyişle, bu denekler, Zaman gazetesi okuyucusu olmanın verdiği güçle, Suskunluk Sarmalı dışında kalarak, aktif olarak kendilerini ifade edebilecekleri bir ortamda bulunmaktadırlar.

Tablo 79: Zaman Okurlarının Dönemlere Göre Oy Vereceği Parti Değişimi

Uygulama	Gelecek Oyu	Oy Vereceği Partinin Kendine Göre Siyasal Duruşu				Toplam	
		Yanıtız	Daha sol	Aynı duruşta	Daha sağ		
1. Uygulama	Kararsız	N	7	0	0	0	7
	Toplam %		35,0%	,0%	,0%	,0%	35,0%
	AKP	N	0	1	3	3	7
	Toplam %		,0%	5,0%	15,0%	15,0%	35,0%
	CHP	N	0	0	1	0	1
	Toplam %		,0%	,0%	5,0%	,0%	5,0%
	MHP	N	0	0	1	0	1
	Toplam %		,0%	,0%	5,0%	,0%	5,0%
	Diğer	N	0	2	2	0	4
	Toplam %		,0%	10,0%	10,0%	,0%	20,0%
	N	7	3	7	3	20	
Toplam %		35,0%	15,0%	35,0%	15,0%	100%	
2. Uygulama	Kararsız	N	9	0	0	0	9
	Toplam %		36,0%	,0%	,0%	,0%	36,0%
	AKP	N	0	1	7	3	11
	Toplam %		,0%	4,0%	28,0%	12,0%	44,0%
	MHP	N	0	0	4	1	5
	Toplam %		,0%	,0%	16,0%	4,0%	20,0%
	N	8	1	11	5	25	
Toplam %		36,0%	4,0%	44,0%	16,0%	100%	
3. Uygulama	Kararsız	N	4	0	0	0	4
	Toplam %		28,6%	,0%	,0%	,0%	28,6%
	AKP	N	2	1	6	0	9
	Toplam %		14,3%	7,1%	42,9%	0	64,3%
	MHP	N	0	1	0	0	1
	Toplam %		,0%	7,1%	,0%	,0%	7,1%
	N	6	2	6	0	14	
Toplam %		42,9%	14,3%	42,9%	0	100%	

Birinci uygulama sonucunda AKP seçmeni ile kararsızların oranların eşit (%35) olduğu ve MHP ile diğer parti seçmenlerinin dışında ayrıca bir de CHP seçmeni bulunduğu dikkati çekmektedir.

İkinci uygulamada ise bu gazete okuru deneklerin kararsız olanları artarak %36'ya ulaşmışken, bu artışın AKP ve MHP dışı seçmenlerden gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Nitekim AKP seçmeni oranı da %44'e, MHP seçmeni oranı %20'ye ulaşmıştır. Cumhurbaşkanlığı birinci tur seçimi öncesi yapılan ikinci uygulamada sağ eğilimlerin netleştiği gözlemlenmektedir. Ayrıca bu eğilimler ikinci uygulamada, birinci uygulamaya göre deneklerin siyasal pozisyonu ve oy vereceği partinin siyasal pozisyonu arasında daha tutarlı hale geldiği görülmektedir. Yine de hangi partiye oy vereceğine karar vermiş denekler arasında bu partilerden kendisiyle aynı siyasal pozisyonu paylaşmayan partilerin siyasal pozisyonunu çoğunlukla (%29) daha sağda tanımlamışlardır. Diğer bir deyişle, %39 kararsızlar dışında kalan AKP ve MHP seçmenleri arasında bu partilerin siyasal pozisyonunu kendisine göre daha sağda (%16) ya da daha solda (%4) olduğunu belirten denekler yer almaktadır.

Aslen AKP ile aynı siyasal paydayı paylaşmadığı halde bu partiye oy veren Zaman gazetesi okuru deneklerin *bandwagon* etkisi altında olduğu izlenimi

vermektedir. Ancak bunu savın geçerliliği o deneklerin hangi partinin kazanacağını düşündüğünü belirtmeleri ile anlaşılabilir. MHP seçmeni olup aynı siyasal paydayı paylaşmayan deneklerin de *underdog* etkisi altında oy verdiği düşünülebilir. Ancak burada da savın geçerliliği deneklerin seçimi kimin kazanamayacağı ya da seçime doğru kimin oy kaybettiği sorularına vereceği yanıtlara bağlıdır.

Son olarak üçüncü uygulamaya bakıldığında Zaman gazetesi okuru olan deneklerin kararsızları (%28,6) ile AKP seçmeni oranlarının (%64,3) arasında büyük bir fark ortaya çıkmaktadır. MHP seçmeni oranına (%7) bakıldığında da üçte bir oranına düşüş gözlemlenmektedir. Zaman gazetesi okuru deneklerin Nisan ayında yaşadığı düşünsel karışıklığı iktidar partisinden yana yer alarak aştığı görülürken, MHP seçmeninde de ciddi bir düşüş yaşadığı anlaşılmaktadır. Bu süreçte sağ seçmen MHP seçmeni ve Zaman gazetesi okuru olan deneklerin de AKP'ye kaydığı anlaşılmaktadır. Bu deneklerin kendisinin ve oy verecekleri partinin siyasal pozisyonu karşılaştırması istendiğinde de %75 oranında bir tutarlılık gözlemlenmektedir.

4.3.5.7. Deneklerin Cumhurbaşkanlığı Seçim Süreci ile İlgili Değerlendirmeleri

Cumhurbaşkanı seçim süreci ile ilgili olarak deneklere 3 ayrı uygulamada şu soru sorulmuştur: “*Gerekli sayısal çoğunluğu yakalamış bir partinin, muhalefete rağmen, Cumhurbaşkanını tek başına belirlemesini demokratik buluyor musunuz?*” Bu soru, Cumhurbaşkanlığı sürecinde AKP'nin Cumhurbaşkanını belirlemesi aşamasında yalnız hareket etmesiyle ilgili tutumlarını değerlendirmeleriyle ilgilidir. Deneklerden yasal bir durum olarak gerekli sayısal çoğunluğu yakalamış bir partinin Cumhurbaşkanını tek başına belirlemesi sürecinin, meşruluğunu demokratik açıdan değerlendirmeleri istenmiştir.

Aşağıdaki tablolar, Ocak, Nisan ve Haziran 2007 tarihlerinde gerçekleştirilmiş olan üç uygulamadan elde edilmiş olup her bir gazete/gazete grubu okurlarından Cumhurbaşkanlığı süreciyle ilgili tutumlarını değerlendirmeleri istenmesi ve hangi partiye oy vereceklerini sorulmalarıyla düzenlenmiştir. Sorunun cevabı 5'li Likert ölçeği kullanılarak “Kesinlikle demokratiktir- Kesinlikle demokratik değildir” arasında derecelendirilerek şıklara bölünmüştür.

Tablo 80: Cumhuriyet Okurlarının Cumhurbaşkanı Seçim Değerlendirmesi ve Gelecek Oyu

Cumhurbaşkanı Seçimi		Uygulama			Toplam		
Gelecek Oyu		1	2	3			
Kesinlikle demokratiktir	Kararsız	N	0	1	0	1	
	% Toplam		0%	33,3%	0%	16,7%	
	AKP	N	0	1	0	1	
	% Toplam		0%	33,3%	0%	16,7%	
	CHP	N	1	0	1	2	
	% Toplam		100%	0%	50,0%	33,3%	
	MHP	N	0	0	1	1	
	% Toplam		0%	0%	50,0%	16,7%	
	Diğer	N	0	1	0	1	
	% Toplam		0%	33,3%	0%	16,7%	
		N	1	3	2	6	
		% Toplam	100%	100%	100%	100%	
Uygulama içi oran			11,1%	3,8%	2,5%		
Demokratiktir	Kararsız	N	4	2	3	9	
	% Toplam		100%	100%	60,0%	81,8%	
	CHP	N	0	0	2	2	
	% Toplam		0%	0%	40,0%	18,2%	
	Diğer	N	4	2	5	11	
	% Toplam		100%	100%	100%	100%	
Uygulama içi oran			8,1%	2,5%	10,6%		
Fark etmez-fikrim yok	Kararsız	N	2	2	2	6	
	% Toplam		50,0%	50,0%	40,0%	46,2%	
	CHP	N	1	0	3	4	
	% Toplam		25,0%	0%	60,0%	30,8%	
	Diğer	N	1	2	0	3	
	% Toplam		25,0%	50,0%	0%	23,1%	
		N	4	4	5	13	
		% Toplam	100%	100%	100%	100%	
Uygulama içi oran			8,1%	5,1%	10,6%		
Demokratik değildir	Kararsız	N	6	7	4	16	
	% Toplam		54,5%	53,9%	26,7%	43,6%	
	CHP	N	3	4	8	15	
	% Toplam		27,3%	30,8%	53,3%	38,5%	
	MHP	N	0	1	1	2	
	% Toplam		0%	7,7%	6,7%	5,1%	
	Diğer	N	2	1	2	5	
	% Toplam		18,2%	7,7%	13,3%	12,8%	
		N	11	13	15	39	
		% Toplam	100%	100%	100%	100%	
Uygulama içi oran			22,4%	16,8%	31,9%		
Kesinlikle demokratik değildir	Kararsız	N	7	18	5	30	
	% Toplam		24,1%	32,7%	25,0%	28,9%	
	AKP	N	0	2	0	2	
	% Toplam		0%	3,6%	0%	1,9%	
	CHP	N	18	32	12	62	
	% Toplam		62,1%	58,2%	60,0%	59,6%	
	MHP	N	0	1	2	3	
	% Toplam		0%	1,8%	10,0%	2,9%	
	Diğer	N	4	2	1	7	
	% Toplam		13,8%	3,6%	5,0%	6,7%	
			N	29	55	20	104
			% Toplam	100%	100%	100%	100%
Uygulama içi oran			59,1%	71,4%	47,5%		
Uygulama İçi Toplamlar			49	77	47		

Cumhuriyet gazetesi okurlarından⁶³² Nisan ayındaki e-muhtıradan hemen önce uygulanan ikinci uygulamaya kadar, seçim sürecini kesinlikle demokratik

⁶³² Cumhuriyet gazetesi okurlarından birinci uygulamaya katılmış olan 49 denegin %59,1'i (29 denek), Cumhurbaşkanlığı seçim sürecini "kesinlikle demokratik" bulmazken, bu gruptaki deneklerin %62'si (18

bulmayanların oranı artmışken, Haziran ayındaki uygulamada bu oranın %30'a yakın bir oranda düştüğü gözlemlenmektedir. Seçim süreci ve sonrasında yaşananların denekler üzerinde süreci algılama açısından değişiklik gözlemlendiği anlaşılmaktadır. Ayrıca ilk üç uygulamada da CHP seçmeni birbirine yakın oranda yüksektir, üç uygulamanın ortalamasına bakıldığında da en yüksek oranda (%59) CHP seçmeni bulunduğu gözlemlenmektedir. Bu değişim, sürecin “demokratik bulmuyorum”⁶³³ şeklindeki ifadede yansımalarıyla da izlenmektedir. Nisan ayındaki e-muhtıradan hemen önce uygulanan ikinci uygulamaya kadar, seçim sürecini “demokratik” bulmayanların oranı artmışken, Haziran ayındaki uygulamada bu oranın %16 bir oranda düştüğü gözlemlenmektedir.

Cumhuriyet gazetesi okuru olan deneklerdeki genel eğilimde, Cumhurbaşkanlığı seçimi birinci turuna kadar, süreç özellikle CHP seçmeni tarafından anti demokratik olarak değerlendirilirken, üçüncü uygulamaya gelindiğinde, Haziran ayında süreç “demokratik” bulunmaya eğilimli hale gelmiştir. Bu değişimde, e-muhtıranın, adayın Gül olması ve kararsızların oranını artmasının etkili olduğu düşünülmektedir. Ayrıca, Cumhurbaşkanı adayı Gül ile ilgili olarak Cumhuriyet gazetesi yayınlarına bakıldığında, konunun sadece 5 kez işlenmiş olması ve sonuncunun da Nisan ayında yapılmış olması, deneklerdeki muhalif düşüncenin azalmış olmasında etkili olduğu düşünülebilir. Nitekim gazetenin Cumhurbaşkanlığı seçim sürecindeki muhalif yayınları Mart ayında ve Erdoğan'ın adaylığı üzerine yoğunlaşmıştır. Tekrar uygulama sonuçlarına döndüğünde, son uygulamada süreci “kesinlikle demokratik” bulanların içinde CHP ve MHP seçmeni bile bulunduğu görülecektir. Bu değişimde yine *bumerang* etkisi açıkça gözlemlenmektedir.

Tablo 81: Vatan Okurlarının Cumhurbaşkanlığı Seçim Değerlendirmesi ve Gelecek Oyu

Cumhurbaşkanlığı Seçimi	Uygulama	Toplam
-------------------------	----------	--------

denek) CHP seçmeni olduğunu belirtmiştir. İkinci uygulamada 77 denek %71,4'ü (55 denek), Cumhurbaşkanlığı seçim sürecini “kesinlikle demokratik” bulmazken bu gruptaki deneklerin %58,2'si (32 denek) CHP seçmeni olduğunu belirtmiştir. Üçüncü uygulamada 47 denek %47,5'i (20 denek), Cumhurbaşkanlığı seçim sürecini “kesinlikle demokratik” bulmazken bu gruptaki deneklerin %60'ı (12 denek) CHP seçmeni olduğunu belirtmiştir.

⁶³³ Cumhuriyet gazetesi okurlarından birinci uygulamaya katılmış olan 49 denek %22,4'ü (11 denek), Cumhurbaşkanlığı seçim sürecini “demokratik” bulmazken bu gruptaki deneklerin %54,5'i (6 denek) seçim konusunda kararsız olduğunu belirtmiştir. İkinci uygulamada 77 denek %16,8'i (13 denek), Cumhurbaşkanlığı seçim sürecini “demokratik” bulmazken bu gruptaki deneklerin %53,9'u (7 denek) seçim konusunda kararsız olduğunu belirtmiştir. Üçüncü uygulamada 47 denek %31,9'u (15 denek), Cumhurbaşkanlığı seçim sürecini “demokratik” bulmazken bu gruptaki deneklerin %53,3'ü (8 denek) CHP seçmeni olduğunu belirtmiştir.

Gelecek Oyu		1	2	3	
Kesinlikle demokratiktir	Kararsız	N	1		1
	% Toplam		100%		100%
Uygulama içi oran		0%	6,2%	0%	
Demokratiktir	Kararsız	N	1	1	3
	% Toplam	100%	50,0%	50,0%	60,0%
	MHP	N	0	1	2
	% Toplam	,0%	50,0%	50,0%	40,0%
	% Toplam	100%	100%	100%	100%
Uygulama içi oran		10%	%	16,6%	
Fark etmez- Fikrim yok	Kararsız	N	1	2	3
	% Toplam		100%	100%	100%
Uygulama içi oran		0%	6,2%	16,6%	
Demokratik değildir	Kararsız	N	2	0	4
	% Toplam	100%	,0%	66,7%	57,1%
	CHP	N	0	2	3
	% Toplam	,0%	100%	33,3%	42,9%
	% Toplam	100%	100%	100%	100%
Uygulama içi oran		20%	12,5%	25%	
Kesinlikle demokratik değildir	Kararsız	N	4	4	8
	% Toplam	57,1%	40,0%	,0%	36,4%
	CHP	N	3	5	12
	% Toplam	42,9%	50,0%	80,0%	54,5%
	% Toplam	100%	100%	100%	100%
Uygulama içi oran		70%	62,5%	41,6%	
Uygulama İçi Toplamlar		10	16	12	

Vatan gazetesi⁶³⁴ okurlar arasında, her uygulamada süreci “kesinlikle demokratik” bulmayanların oranı azalmıştır ve en az orana üçüncü uygulamada ulaşmıştır. Öte yandan bu gruptakilerin oy vereceği partiler konusunda CHP lehine gittikçe daha büyük bir artış gözlemlenmektedir. Oy verecekleri parti konusunda kararsız olan seçmenler de süreci demokratik bulma eğilimde oldukları gözlemlenmektedir. Cumhurbaşkanı adayı olarak Erdoğan ve Gül ile ilgili Vatan gazetesi yayınlarına bakıldığında, Nisan ayına kadar devam etmiş olan Erdoğan ile ilgili olumsuz haber yoğunluğunu dikkati çekmektedir. Gül ile ilgili olumsuz haberler, Gül’ün aday olmasından itibaren hem alan hem de sayısal olarak azalmış olup Gül’ün adaylığı ile ilgili olumlu haberler hem sayı hem de alan olarak artmıştır. Vatan gazetesi okurlarından elde edilmiş olan yukarıdaki sonuçlar, Vatan gazetesi yayınlarıyla örtüştüğü gözlemlenmektedir.

⁶³⁴ Vatan gazetesi okurlarından birinci uygulamaya katılmış olan 10 deneğin %70’i Cumhurbaşkanlığı seçim sürecini “kesinlikle demokratik” bulmazken, bu gruptaki deneklerin %57,1’i gelecek seçimler için kararsız olduğunu belirtmiştir. İkinci uygulamada 16 deneğin %62,5’i Cumhurbaşkanlığı seçim sürecini “kesinlikle demokratik” bulmazken, bu gruptaki deneklerin %50’si CHP seçmeni olduğunu belirtmiştir. Üçüncü uygulamada 12 deneğin %41,6’sı Cumhurbaşkanlığı seçim sürecini “kesinlikle demokratik” bulmazken, bu gruptaki deneklerin %80’i CHP seçmeni olduğunu belirtmiştir.

Tablo 82:Doğan Okurlarının Cumhurbaşkanı Seçim Değerlendirmesi ve Gelecek Oyu

Cumhurbaşkanı Seçimi Gelecek Oyu		Uygulama			Toplam	
		1	2	3		
Kesinlikle demokratiktir	Kararsız	N	2	7	2	11
	% Toplam		40,0%	87,5%	33,3%	52,6%
	AKP	N	2	0	2	4
	% Toplam		40,0%	,0%	33,3%	21,1%
	CHP	N	0	0	1	1
	% Toplam		,0%	,0%	16,7%	5,3%
	MHP	N	1	0	1	2
	% Toplam		20,0%	,0%	16,7%	10,5%
	Diğer	N	0	1	0	1
% Toplam		,0%	12,5%	,0%	5,3%	
	N	5	8	6	19	
% Toplam		100%	100%	100%	100%	
	Uygulama içi oran		3,3%	7,6%	8,3%	
Demokratiktir	Kararsız	N	6	8	7	21
	% Toplam		37,5%	66,7%	46,7%	48,8%
	AKP	N	4	0	1	5
	% Toplam		25,0%	,0%	6,7%	11,6%
	CHP	N	3	3	3	9
	% Toplam		18,8%	25,0%	20,0%	20,9%
	MHP	N	1	1	1	3
	% Toplam		6,3%	8,3%	6,7%	7,0%
	Diğer	N	2	0	3	5
% Toplam		12,5%	,0%	20,0%	11,6%	
	N	16	12	15	43	
% Toplam		100%	100%	100%	100%	
	Uygulama içi oran		10,7%	11,4%	20,8%	
Fark etmez-fikrim yok	Kararsız	N	12	16	9	37
	% Toplam		80,0%	84,2%	64,3%	77,1%
	AKP	N	2	1	0	3
	% Toplam		13,3%	5,3%	,0%	6,3%
	CHP	N	0	1	3	4
	% Toplam		,0%	5,3%	21,4%	8,3%
	MHP	N	1	1	1	3
	% Toplam		6,7%	5,3%	7,1%	6,3%
	Diğer	N	0	0	1	1
% Toplam		,0%	,0%	7,1%	2,1%	
	N	15	19	14	48	
% Toplam		100%	100%	100%	100%	
	Uygulama içi oran		10%	18%	19,4%	
Demokratik değildir	Kararsız	N	33	14	9	56
	% Toplam		67,4%	66,7%	47,4%	53,0%
	AKP	N	3	1	0	4
	% Toplam		6,1%	4,8%	,0%	4,5%
	CHP	N	9	3	6	18
	% Toplam		18,4%	14,3%	31,6%	20,2%
	MHP	N	1	2	2	5
	% Toplam		2,0%	9,5%	10,5%	5,6%
	Diğer	N	3	1	2	6
% Toplam		6,1%	4,8%	10,5%	6,7%	
	N	49	21	19	89	
% Toplam		100%	100%	100%	100%	
	Uygulama içi oran		32,8%	23,8%	26,3%	
Kesinlikle demokratik değildir	Kararsız	N	35	31	9	75
	% Toplam		54,7%	68,9%	50,0%	58,1%
	AKP	N	1	0	0	1
	% Toplam		1,6%	,0%	,0%	,8%
	CHP	N	20	10	4	34
	% Toplam		31,3%	22,2%	22,2%	26,8%
	MHP	N	2	1	2	5
	% Toplam		3,1%	2,2%	11,1%	3,9%
	Diğer	N	6	3	3	12
% Toplam		9,4%	6,7%	16,7%	9,4%	
	N	64	45	18	127	
% Toplam		100%	100%	100%	100%	
	Uygulama içi oran		42,9%	42,8%	25%	
Uygulama İçi Toplamlar			149	105	72	

Yukarıdaki tabloda,⁶³⁵ Doğan Grubu okuyucuları arasında CHP seçmeni olan denekler arasında genel eğilim sürecin anti-demokratik bulunması yönünde olmasına rağmen, demokratik olarak değerlendiren denekler de dikkati çekmektedir. Benzer bir şekilde, AKP seçmeni olan denekler arasında süreci antidemokratik değerlendiren denekler bulunmakla beraber, üçüncü uygulamada bu grupta yer alan AKP seçmeninin yer almadığı gözlemlenmektedir.

Doğan Grubu okuru olan deneklerdeki genel eğilimde, Cumhurbaşkanlığı seçimi birinci turuna kadar, süreç özellikle kararsız seçmen tarafından anti demokratik olarak değerlendirilirken, üçüncü uygulamaya gelindiğinde, Haziran ayında süreç “demokratik” bulunmaya eğilimli hale gelmiştir. Söz konusu değişimde, e-muhtıranın, adayın Gül olması ve kararsızların oranının artmasının etkili olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda Doğan Grubu yayınlarının etkisi de dikkate alınmalıdır.

Cumhurbaşkanı adayı olarak Erdoğan ve Gül ile ilgili Doğan Grubundan en çok satan gazetesi olan Hürriyet gazetesi yayınları hatırlandığında, Vatan gazetesinin yayınlarıyla paralel bir şekilde, Nisan ayına kadar devam etmiş olan Erdoğan ile ilgili olumsuz haberler dikkati çekmektedir. Buna karşın, Gül ile ilgili olumsuz haberler, Gül’ün aday olmasından itibaren hem alan hem de sayısal olarak azalmış olup Nisan ayından itibaren Gül’ün adaylığı ile ilgili olumlu haberler hem sayı hem de alan olarak artmıştır.

Doğan Grubu okurlarından elde edilmiş olan yukarıdaki sonuçlar da Hürriyet gazetesi yayınlarıyla örtüştüğü gözlemlenmektedir. Ayrıca gazetenin hem eleştiren hem de olumlu yönde gerçekleştirilen yayınları ile merkez gazetesi okuru olan kararsız seçmenlerin konuyla ilgili yüksek kararsızlıklarını da açıklar niteliktedir.

⁶³⁵ Doğan Grubu okurlarından birinci uygulamaya katılmış olan 149 deneğin %42,9’u Cumhurbaşkanlığı seçim sürecini “kesinlikle demokratik” bulmazken bu gruptaki deneklerin %54,7’si seçimler konusunda kararsız olduğunu belirtmiştir. İkinci uygulamada 105 deneğin %42,8’i Cumhurbaşkanlığı seçim sürecini “kesinlikle demokratik” bulmazken bu gruptaki deneklerin %68,9’u seçimler konusunda kararsız olduğunu belirtmiştir. Üçüncü uygulamada 72 deneğin %26’sı Cumhurbaşkanlığı seçim sürecini “demokratik” bulmazken bu gruptaki deneklerin %47,4’ü seçimler konusunda kararsız olduğunu belirtmiştir.

Tablo 83: Sabah Okurlarının Cumhurbaşkanı Seçim Değerlendirmesi ve Gelecek Oyu

Cumhurbaşkanı Seçimi		Uygulama			Toplam
		1	2	3	
Gelecek Oyu					
Kesinlikle demokratiktir	AKP	N	5	1	6
	% Toplam		100%	33,3%	75,0%
	MHP	N	0	1	1
	% Toplam		,0%	33,3%	12,5%
	Diğer	N	0	1	1
	% Toplam		,0%	33,3%	12,5%
	N	5	3	8	
	% Toplam	100%	100%	100%	
Uygulama içi oran			9,2%	0%	21,4%
Demokratiktir	Kararsız	N	1	2	1
	% Toplam		16,7%	33,3%	50,0%
	AKP	N	1	1	0
	% Toplam		16,7%	16,7%	,0%
	CHP	N	1	1	0
	% Toplam		16,7%	16,7%	,0%
	MHP	N	2	2	1
	% Toplam		33,3%	33,3%	50,0%
	Diğer	N	1	0	0
	% Toplam		16,7%	,0%	,0%
	N	6	6	2	
	% Toplam	100%	100%	100%	
Uygulama içi oran			11,1%	30%	14,2%
Fark etmez-fikrim yok	Kararsız	N	8	1	2
	% Toplam		80,0%	50,0%	66,6%
	AKP	N	1	1	0
	% Toplam		10,0%	50,0%	,0%
	CHP	N	1	0	0
	% Toplam		10,0%	,0%	,0%
	MHP	N	0	0	1
	% Toplam		,0%	,0%	33,3%
	N	10	2	3	
	% Toplam	100%	100%	100%	
Uygulama içi oran			18,5%	10%	21,4%
Demokratik değildir	Kararsız	N	8	3	11
	% Toplam		61,5%	75,0%	64,7%
	AKP	N	2	0	2
	% Toplam		15,4%	,0%	11,8%
	CHP	N	3	1	4
% Toplam		23,1%	25,0%	23,5%	
	N	13	4	17	
	% Toplam	100%	100%	100%	
Uygulama içi oran			24%	20%	0%
Kesinlikle demokratik değildir	Kararsız	N	14	4	4
	% Toplam		60%	50%	66,7%
	AKP	N	0	1	0
	% Toplam		,0%	12,5%	,0%
	CHP	N	6	1	1
	% Toplam		30,0%	12,5%	16,7%
	MHP	N	1	1	1
	% Toplam		5,0%	12,5%	16,7%
Diğer	N	1	1	0	
% Toplam		5,0%	12,5%	,0%	
	N	20	8	6	
	% Toplam	100%	100%	100%	
Uygulama içi oran			37%	40%	42,8%
Uygulama İçi Toplamlar			54	20	14

Yukarıdaki tabloya göre⁶³⁶ Sabah Grubu okuyucuları arasında çoğunlukla kararsız seçmen bulunmakta ve bu seçmenler de süreci -üçüncü uygulamaya doğru azalmakla birlikte- anti-demokratik bulmaktadır.

CHP seçmeni olan denekler arasında, sürecin anti-demokratik olarak değerlendirilmesi eğilimi bulunmasına rağmen demokratik olarak değerlendiren denekler de dikkati çekmektedir. Ancak daha net bir şekilde tavır koyan AKP seçmeni olan denekler arasında süreci antidemokratik değerlendiren denekler sadece 3 denektir ve son uygulamada bu kapsamda hiçbir denek yer almamaktadır.

Sabah Grubu okuru olan deneklerdeki genel eğilim, grubun en çok satan gazetesi, Sabah gazetesinin Cumhurbaşkanı adayı olarak Erdoğan ve Gül ile ilgili yayınlarına bakıldığında, Nisan ayına kadar devam etmiş olan Erdoğan ile ilgili göreceli olarak az olumsuz haber yoğunluğuna karşı, Gül ile ilgili olumsuz haber sadece bir tane ve o da küçük bir haber alanında yer almıştır.

Olumlu haberler Gül'ün aday olmasından itibaren hem alan hem de sayısal olarak artmıştır. Ancak analizi yapılan 5 gazete okuru içinde kararsızlığını belirten en yüksek kitlenin, bu haber içeriği dönüşümü karşısında yaşadığı kararsızlığı anlattığını belirtmek gerekmektedir.

⁶³⁶ Sabah Grubu okurlarından birinci uygulamaya katılmış olan 54 deneğin %37'si Cumhurbaşkanlığı seçim sürecini "kesinlikle demokratik" bulmazken, bu gruptaki deneklerin %60'ı seçimler konusunda kararsız olduğunu belirtmiştir. İkinci uygulamada 20 deneğin %40'ı Cumhurbaşkanlığı seçim sürecini "kesinlikle demokratik" bulmazken, bu gruptaki deneklerin %50'si seçimler konusunda kararsız olduğunu belirtmiştir. Üçüncü uygulamada 14 deneğin %42,8'i Cumhurbaşkanlığı seçim sürecini "kesinlikle demokratik" bulmazken, bu gruptaki deneklerin %66,7'si seçimler konusunda kararsız olduğunu belirtmiştir.

Tablo 84:Zaman Okurlarının Cumhurbaşkanı Seçim Değerlendirmesi ve Gelecek Oyu

Cumhurbaşkanı Seçimi		Uygulama			Toplam
		1	2	3	
Gelecek Oyu					
Kesinlikle demokratiktir	AKP	N 1	8	2	11
	% Toplam	50,0%	88,9%	66,7%	78,6%
	MHP	N 0	1	1	2
	% Toplam	,0%	11,1%	33,3%	14,3%
	Diğer	N 1	0	0	1
	% Toplam	50,0%	,0%	,0%	7,1%
	N 2	9	3	14	
	% Toplam	100%	100%	100%	100%
Uygulama içi oran		10%	36%	21,4%	
Demokratiktir	Kararsız	N 7	3	2	12
	% Toplam	53,8%	50,0%	25,0%	44,4%
	AKP	N 5	2	6	13
	% Toplam	38,5%	33,3%	75,0%	48,1%
	MHP	N 0	1	0	1
	% Toplam	,0%	16,7%	,0%	3,7%
Diğer	N 1	0	0	1	
% Toplam	7,7%	,0%	,0%	3,7%	
	N 13	6	8	27	
	% Toplam	100%	100%	100%	100%
Uygulama içi oran		65%	24%	57,1%	
Fark etmez- fikrim yok	Kararsız	N	1		1
	% Toplam		50,0%		50,0%
	MHP	N	1		1
	% Toplam		50,0%		50,0%
	N	2		2	
	% Toplam		100%		100%
Uygulama içi oran		0%	8%	0%	
Demokratik değildir	Kararsız	N 0	3	2	5
	% Toplam	,0%	50,0%	66,7%	41,7%
	AKP	N 1	1	1	3
	% Toplam	33,3%	16,7%	33,3%	25,0%
	MHP	N 1	2	0	3
	% Toplam	33,3%	33,3%	,0%	25,0%
Diğer	N 1	0	0	1	
% Toplam	33,3%	,0%	,0%	8,3%	
	N 3	6	3	12	
	% Toplam	100%	100%	100%	100%
Uygulama içi oran		15%	24%	21,4%	
Kesinlikle demokratik değildir	Kararsız	N 0	2		2
	% Toplam	,0%	100%		50,0%
	CHP	N 1	0		1
	% Toplam	50,0%	,0%		25,0%
	Diğer	N 1	0		1
	% Toplam	50,0%	,0%		25,0%
	N 2	2		4	
	% Toplam	100%	100%		100%
Uygulama içi oran		10%	8%	0%	
Uygulama İçi Toplamlar		20	25	14	

Yukarıdaki tabloya göre,⁶³⁷ Zaman gazetesi okuyucuları arasında çoğunlukla AKP seçmeni bulunmakta ve bu seçmenler de süreci -üçüncü uygulamaya doğru

⁶³⁷ Zaman gazetesi okurlarından birinci uygulamaya katılmış olan 20 deneğin %37'si Cumhurbaşkanlığı seçim sürecini "demokratik" bulurken bu gruptaki deneklerin %53,8'i seçimler konusunda kararsız olduğunu belirtmiştir. İkinci uygulamada 25 deneğin %36'sı Cumhurbaşkanlığı seçim sürecini "kesinlikle demokratik" bulurken bu gruptaki deneklerin %88,9'u AKP seçmeni olduğunu belirtmiştir. Üçüncü uygulamada 14 deneğin %57,1'i Cumhurbaşkanlığı seçim sürecini "demokratik" bulurken bu gruptaki deneklerin %75'i AKP seçmeni olduğunu belirtmiştir.

artmakla birlikte- demokratik bulmaktadır. Gazete, okurları arasında hiçbir CHP seçmeni bulunmazken, süreci anti-demokratik bulmaya eğilimli 16 deneğin yoğunlukla ya kararsız seçmen ya da MHP seçmeni olduğu gözlemlenmektedir.

Zaman gazetesi okurlarından elde edilmiş olan yukarıdaki sonuçların, Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili olarak, Zaman gazetesinin özellikle Nisan ayından itibaren arttırdığı olumlu haberlerin gerisinde kalmış bir olumsuzluk taşıdığı söylenebilir. Bu olumsuzluğun partisel farklılıklardan kaynaklandığı göz önüne alındığında, deneklerin gazetenin yayın politikasıyla uyum içinde olduğu gözlemlenecektir. Bu bağlamda yukarıdaki tablo, bilinçli seçmen davranışına bağlı ideolojik temelde gazete seçimiyle doğan kanaatlerin köklü fikirlere dönüşmesinin kanıtı niteliğindedir.

4.3.5.8. Cumhuriyet Mitingleri ile ilgili Değerlendirmeleri Dair Bulgular

Aşağıdaki tablolar, Haziran 2007'deki üçüncü uygulamadan elde edilmiş olup Cumhuriyet gazetesi okurlarından 13 Mayıs'ta İzmir'de gerçekleştirilmiş olan Cumhuriyet Mitingine katılmış ve katılmamış olanlara genel olarak medyanın bu mitingle ilgili tutumlarını değerlendirmeleri istenerek ve hangi partiye oy vereceklerini sorulmalarıyla düzenlenmiştir.

Bireylerin sosyal hareketlere katılım ya da katılmama yönündeki kararları, siyasal pozisyonlarından ve oy verecekleri partilerden bağımsız değildir. Bunların karşılaştırmalı çapraz tablosu okunulan mitinge katılım açısından gazetenin etkisi hakkında fikir verebilecektir.

Tablo 85: Cumhuriyet Okurlarının Gelecek Oyu ve Medyada Miting Değerlendirmesi

13 Mayıs'a Katıldı mı?		Meydanın Mitinge Karşı Tutumu					Toplam
		Çok abartıldı	Abartıldı	Gerektiği kadar yer verildi	Gerektiğinden az yer verildi	Gerektiğinden çok az yer verildi	
Katıldı	Gelecek Oyu						
	Kararsız	N	0	3	3	1	7
	% Toplam		,0%	10,0%	10,0%	3,3%	23,3%
	CHP	N	1	10	7	2	20
	% Toplam		3,3%	33,3%	23,3%	6,7%	66,7%
	MHP	N	0	1	1	0	2
	% Toplam		,0%	3,3%	3,3%	,0%	6,7%
	Diğer	N	0	1	0	0	1
	% Toplam		,0%	3,3%	,0%	,0%	3,3%
	% Toplam	N	1	15	11	3	30
% Toplam		3,3%	50%	36,7%	10,0%	100%	
Katılmadı	Kararsız	N	0	3	3	0	6
	% Toplam		,0%	18,8%	18,8%	,0%	37,5%
	CHP	N	0	3	0	1	5
	% Toplam		,0%	18,8%	,0%	6,3%	31,3%
	MHP	N	0	2	0	0	2
	% Toplam		,0%	12,5%	,0%	,0%	12,5%
	Diğer	N	1	1	1	0	3
	% Toplam		6,3%	6,3%	6,3%	,0%	18,8%
	% Toplam	N	1	9	4	1	16
	% Toplam		6,3%	56,3%	25,0%	6,3%	100%

Tabloya⁶³⁸ göre Cumhuriyet gazetesi okurlarından mitinge katılanların yarısına yakın bir oranı medyanın mitinge gerektiği kadar yer vermediği görüşünde birleşmektedir. Ayrıca bu grup içinde %23,3'lük bir kesim (7 denek) hangi partiye oy vereceği konusunda kararsız olduğu gözlemlenmektedir. Dolayısıyla Mitingin CHP seçmenlerinden oluştuğu yolundaki varsayım, Cumhuriyet gazetesi okurları bağlamında tartışmalı hale gelirken, Cumhuriyet gazetesi ve CHP arasındaki var olduğu düşünülen doğrudan ilişki de en azından okurları bağlamında tamamen bir örtüşme sağlamamaktadır.

Özellikle Cumhuriyet gazetesi okurlarından mitinge katılmamış olanlardan (16 deneğin), %37'si (6 denek) hangi partiye oy verecekleri konusunda kararsız kalmışlardır. Bu gruptaki denekler, mitinge katılanlarla karşılaştırıldığında, sayı olarak daha az olmalarına rağmen yüzde olarak daha yüksek bir orandadırlar. Diğer bir deyişle, mitinge katılmayan Cumhuriyet okurları, oy verecekleri parti konusunda

⁶³⁸ Uygulamaya katılmış olan deneklerden Cumhuriyet gazetesi okurlarının sayısı 46 olup bunların %65'i (30 denek) İzmir'de 13 Mayıs'ta gerçekleştirilen Cumhuriyet Mitingine katılmışlardır. Cumhuriyet gazetesi okuru olup mitinge katılanlardan (30 denekten), %66,7'si (20 denek) CHP seçmeni olup bunların da yarısı (10 denek) medyanın 13 Mayıs Mitingi için tutumunu "gerektiği kadar yer verdi" şeklinde değerlendirmektedir. Mitinge katılan tüm denekler içerisinde de 15 denek (%50) bu yönde görüş belirtirken, %36'sı (11 denek) gerektiğinden az ve %10'u (3 denek) gerektiğinden çok az yer verildiğini düşünmektedir.

daha kararsızlardır. Bu durum, siyasal partiye bağlılık ve siyasal katılım arasındaki paralel bağa işaret ederken tıpkı Cumhuriyet gazetesinin CHP'nin yayın organı gibi çalışmadığını da teyit etmektedir.

Cumhuriyet gazetesi okurları içinde mitinge katılmayanların yarısı Mitingin medyadaki sunumunu “gerektiği kadar yer verildi” şeklinde değerlendirmektedir. Bu oran mitinge katılanlarla karşılaştırıldığında %0.6'lık bir fark elde edilmektedir. Bu fark çok anlamlı olmamakla birlikte, deneklerin “medyanın miting tutumu” Likert ölçeğinde⁶³⁹ elde edilen puanlarına bakıldığında, mitinge katılanların Likert puanları: -0,50 mitinge katılmayanların Likert puanları: -0,18 olduğu görülmektedir. Mitinge katılanlar, “medyanın mitinge gerektiği kadar yer vermediği” sonucuna daha yakın iken, mitinge katılmayanların, “medyanın mitinge gerektiği kadar yer verdiği” sonucuna yakın olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 86: Vatan Okurlarının Gelecek Oyu ve Medyada Miting Değerlendirmesi

13 Mayıs'a Katıldı mı?		Meydanın Mitinge Karşı Tutumu				Toplam
		Çok abartıldı	Abartıldı	Gerektiği kadar yer Verildi	Gerektiğinden az yer verildi	
Katıldı	Kararsız	N	0	2	0	2
	% Toplam		,0%	28,6%	,0%	28,6%
	CHP	N	1	2	2	5
	% Toplam		14,3%	28,6%	28,6%	71,4%
		N	1	4	2	7
	% Toplam		14,3%	57,1%	28,6%	100,0%
Katılmadı	Kararsız	N	0	0	2	2
	% Toplam		,0%	,0%	40,0%	40,0%
	MHP	N	0	1	0	1
	% Toplam		,0%	20,0%	,0%	20,0%
	Diğer	N	1	0	0	1
	% Toplam		20,0%	,0%	,0%	40,0%
	N	1	1	2	1	5
% Toplam		20,0%	20,0%	40,0%	20,0%	100,0%

⁶³⁹ Likert ölçeği bağlamında ifadeler şu şekilde puanlandırılmıştır: “Çok abartıldı”: 2puan; “Abartıldı”: 1puan; Gerektiği kadar yer verildi”: 0 puan; “Gerektiğinden az yer verildi”: -1 puan; “Gerektiğinden çok az yer verildi”: -2 puan. İlgili ifadeler katılan deneklerin sayıları, ifadelerin değeri ile çarpılıp toplanmış ve aritmetik ortalamaları alınmıştır. Cumhuriyet Gazetesi okurları olan denekler için: Mitinge katılanlar grubu için ortalama Likert değeri: $\cdot \{[1 \times 1] + [15 \times 0] + [11 \times (-1)] + [3 \times (-2)]\} : 30 = -0,50$ (Gerektiğinden az yer verildiği değerine yakın bir sonuç) Katılmadı grubu toplam Likert değeri= $\{[1 \times 2] + [1 \times 1] + [9 \times 0] + [4 \times (-1)] + [1 \times (-2)]\} : 16 = -0,18$ (Gerektiği kadar yer verildi değerine yakın bir sonuç).

Tabloya⁶⁴⁰ göre Vatan gazetesi okurları Cumhuriyet gazetesine göre mitinglere daha az katılmışlardır. Vatan gazetesi okurlarından mitinge katılanların yarısından fazlası medyanın mitinge gerektiği kadar yer vermediği görüşünde birleşmektedir Cumhuriyet gazetesi okurları ile karşılaştırıldığında, bu sonuçlar, gazete -miting ile parti- miting arasındaki bağlantıda, Vatan gazetesi okurları arasında parti-miting bağının (CHP ve mitinge katılım) daha güçlü olduğu gözlemlenmektedir. Vatan gazetesi okurlarından mitinge katılmamış olanlardan (5 deneğin), %40'ı (2 denek) hangi partiye oy verecekleri konusunda kararsız kalmışlardır.

Mitinge katılmayan Vatan gazetesi okurları, oy verecekleri parti konusunda mitinge katılanlarla daha kararsızlardır. Bu durum, siyasal partiye bağlılık ve siyasal katılım arasındaki paralel bağa işaret ederken tıpkı Cumhuriyet gazetesinin CHP'nin yayın organı gibi çalışmadığını da teyit etmektedir. Cumhuriyet gazetesi okurları içinde mitinge katılmayanların yarısı Mitingin medyadaki sunumunu "gerektiği kadar yer verildi" şeklinde değerlendirmektedir. Bu oran mitinge katılanlarla karşılaştırıldığında daha az bir oranda medyanın tutumunu gerektiği kadar yer verdi şeklinde değerlendirdikleri görülmektedir.

Vatan gazetesi okurları içinde mitinge katılanlarla katılmayanların medya ile ilgili değerlendirmeleri Likert ölçeğinde karşılaştırıldığında şu sonuç elde edilmektedir⁶⁴¹: Mitinge katılanların Likert puanları: -0,14; mitinge katılmayanların Likert puanları: 0,40. Yani, mitinge katılanlar, "medyanın mitinge gerektiği kadar yer vermediği" sonucuna daha yakın iken, "mitinge katılanların medyanın mitinge

⁶⁴⁰ Uygulamaya katılmış olan deneklerden Vatan gazetesi okurlarının sayısı 12 olup bunların %58'i (7 denek), İzmir'de 13 Mayıs'ta gerçekleştirilen Cumhuriyet Mitingine katılmışlardır. Bu oran Cumhuriyet gazetesi okurlarına göre (%65) daha düşük bir oran olduğu gözlemlenmektedir. Vatan gazetesi okuru olup mitinge katılanlardan (7 denekten) %71'i (5 denek), CHP seçmeni olup bunların da %28'i (2 denek) medyanın 13 Mayıs Mitingi için tutumunu "gerektiği kadar yer verdi" şeklinde değerlendirmektedir. Mitinge katılan tüm denekler içerisinde de 4 denek (%57) bu yönde görüş belirtirken, %28'i (2 denek) gerektiğinden az yer verildiğini ve %14'ü (1 denek) abartıldığını düşünmektedir.. Ayrıca bu grup içinde %28,6'lık bir kesim (2 denek) hangi partiye oy vereceği konusunda kararsız olduğu gözlemlenmektedir.

⁶⁴¹ Likert ölçeği bağlamında ifadeler şu şekilde puanlandırılmıştır: "Çok abartıldı": 2 puan; "Abartıldı": 1 puan; "Gerektiği kadar yer verildi": 0 puan; "Gerektiğinden az yer verildi": -1 puan; "Gerektiğinden çok az yer verildi": -2 puan. İlgili ifadelerle katılan deneklerin sayıları, ifadelerin değeri ile çarpılıp toplanmış ve aritmetik ortalamaları alınmıştır. Vatan Gazetesi okurları olan denekler için: Mitinge katılanlar grubu için ortalama Likert değeri: $\frac{1 \times 1 + 4 \times 0 + 2 \times (-1)}{7} = -0,14$ (Gerektiğinden az yer verildi ifadesinden "Gerektiği kadar yer verildi" ifadesine yakın bir sonuç) Katılmadı grubu toplam Likert değeri= $\frac{1 \times 2 + 1 \times 1 + 2 \times 0 + 1 \times (-1)}{5} = 0,40$ ("Gerektiği kadar yer verildi" ifadesinden "Abartıldı" ifadesine yakın bir sonuç).

gerektiği kadar yer verdiği” sonucuna yakın olduğu anlaşılmaktadır. Bu sonuçlar Cumhuriyet gazetesi okurlarının sonuçlarına yakındır.

Tablo 87: Doğan Okurlarının Gelecek Oyu ve Medyada Miting Değerlendirmesi

13 Mayıs'a Katıldı mı?			Meydanın Mitinge Karşı Tutumu				Toplam	
Gelecek Oyu			Çok abartıldı	Abartıldı	Gerektiği kadar yer verildi	Gerektiğinden az yer verildi		Gerektiğinden çok az yer verildi
Katıldı	Kararsız	N	0		7	2	0	9
	% Toplam		,0%		26,9%	7,7%	,0%	34,6%
	CHP	N	1		2	5	1	9
	% Toplam		3,8%		7,7%	19,2%	3,8%	34,6%
	MHP	N	0		1	2	1	4
	% Toplam		,0%		3,8%	7,7%	3,8%	15,4%
	Diğer	N	0		3	0	1	4
% Toplam		,0%		11,5%	,0%	3,8%	15,4%	
	% Toplam	N	1		13	9	3	26
	% Toplam		3,8%		50,0%	34,6%	11,5%	100%
Katılmadı	Kararsız	N	3	5	12	5	1	26
	% Toplam		6,5%	10,9%	26,1%	10,9%	2,2%	56,5%
	AKP	N	1	1	1	0	0	3
	% Toplam		2,2%	2,2%	2,2%	,0%	,0%	6,5%
	CHP	N	0	1	5	1	1	8
	% Toplam		,0%	2,2%	10,9%	2,2%	2,2%	17,4%
	MHP	N	0	1	2	0	0	3
% Toplam		,0%	2,2%	4,3%	,0%	,0%	6,5%	
Diğer	N	1	2	3	0	0	6	
% Toplam		2,2%	4,3%	6,5%	,0%	,0%	13,0%	
	% Toplam	N	5	10	23	6	2	46
	% Toplam		10,9%	21,7%	50,0%	13,0%	4,3%	100%

Tablodan görüldüğü üzere söylemsel açıdan soldan merkeze doğru yaklaşıldıkça mitinge katılım oranı da düşmektedir. Uygulamaya katılmış olan deneklerden Doğan Grubu okurlarından⁶⁴² mitinge katılan içerisindeki kararsızlar grubu oy oranı, diğer gazetelerle karşılaştırıldığında, en yüksek orana ulaştığı görülmektedir. Diğer bir deyişle, mitinge katılanlarla ortak görüşü paylaştıkları halde siyasal parti noktasında ayrışan deneklerin, en çok Doğan Grubu okuru olduğu anlaşılmaktadır. Doğan Grubu okurlarından mitinge katılmamış olanlardan (46 deneğin), %56'sı (26 denek) hangi partiye oy verecekleri konusunda kararsız kalmışlardır. Diğer bir deyişle, mitinge katılmayan Doğan Grubu okurları, oy verecekleri parti konusunda mitinge katılanlardan daha kararsızlardır. Bu durum, siyasal partiye bağlılık ve siyasal katılım arasındaki paralel bağa işaret ederken

⁶⁴² Doğan Grubu okurlarının sayısı 72 olup bunların %36'sı (26 denek) İzmir'de 13 Mayıs'ta gerçekleştirilen Cumhuriyet Mitingine katılmışlardır. Bu oranın, Cumhuriyet gazetesi okurlarına (%65) ve Vatan gazetesi okurlarına (%58) göre çok daha düşük bir oran olduğu gözlemlenmektedir. Doğan Grubu okuru olup mitinge katılanlardan (26 denekten) %34'ü (9 denek) CHP seçmenidir. Bunların da %55'i (5 denek), medyanın 13 Mayıs Mitingi için tutumunu "gerektiğinden az yer verdi" şeklinde değerlendirmektedir. Mitinge katılan tüm denekler arasında 13 denek (%50), medyanın tutumunu "gerektiği kadar yer verdi" şeklinde değerlendirmektedir. Katılanların %34'ü (9 denek), "medyanın gerektiğinden az yer verdiğini" düşünmektedir. Ayrıca bu grup içinde %34'lük bir kesimin (9 denek) hangi partiye oy vereceği konusunda kararsız olduğu gözlemlenmektedir.

Doğan Grubu yayınların merkezi “catch all” türü yayıncılık yaptığını da onaylamaktadır. Doğan Grubu okurları içinde mitinge katılmayanların yarısı (23 denek), mitingin medyadaki sunumunu “gerektiği kadar yer verildi” şeklinde değerlendirmektedir. Bu oran mitinge katılanlarla karşılaştırıldığında eşit görünmekle beraber, sayısal olarak bir fark elde edilmektedir. Bu fark Likert ölçeği ile anlam kazanmaktadır.

Doğan Grubu “medyanın miting tutumu” Likert ölçeğinde⁶⁴³ elde edilen puanlarına bakıldığında, mitinge katılanların Likert puanları: -0,53 mitinge katılmayanların Likert puanları:0,2 olduğu görülmektedir. Mitinge katılanlar, medyanın mitinge gerektiği kadar yer vermediği sonucuna daha yakın iken, mitinge katılmayanlar, medyanın mitinge gerektiği kadar yer verdiği sonucunda, “abartıldı” ifadesinden yaklaştığı anlaşılmaktadır.

Tablo 88: Sabah Okurlarının Gelecek Oyu ve Medyada Miting Değerlendirmesi

13 Mayıs'a Katıldı mı? Gelecek Oyu		Meydanın Mitinge Karşı Tutumu			Toplam
		Çok abartıldı	Gerektiği kadar yer verildi	Gerektiğinden az yer verildi	
Katıldı	Yanıtız N		1		1
	% Toplam		25,0%		25,0%
	Kararsız N		1		1
	% Toplam		25,0%		25,0%
	MHP N		2		2
% Toplam		50,0%		50,0%	
	N		4		4
% Toplam			100%		100%
Katılmadı	Kararsız N	0	4	1	5
	% Toplam	,0%	40,0%	10,0%	50,0%
	AKP N	1	0	0	1
	% Toplam	10,0%	,0%	,0%	10,0%
	CHP N	0	1	0	1
	% Toplam	,0%	10,0%	,0%	10,0%
	MHP N	2	0	0	2
	% Toplam	20,0%	,0%	,0%	20,0%
	Diğer N	1	0	0	1
	% Toplam	10,0%	,0%	,0%	10,0%
	N	4	5	1	10
% Toplam	40,0%	50,0%	10,0%	100%	

⁶⁴³ Likert ölçeği bağlamında ifadeler şu şekilde puanlandırılmıştır: “Çok abartıldı”: 2puan; “Abartıldı”: 1puan; Gerektiği kadar yer verildi”: 0 puan; “Gerektiğinden az yer verildi”: -1 puan; “Gerektiğinden çok az yer verildi”: -2 puan. İlgili ifadelerle katılan deneklerin sayıları, ifadelerin değeri ile çarpılıp toplanmış ve aritmetik ortalamaları alınmıştır.

Doğan Grubu okuru denekler için;

Mitinge katılanlar grubu için ortalama Likert değeri: $\{ [1 \times 2] + [13 \times 0] + [9 \times (-1)] + [3 \times (-2)] \} : 26 = -0,53$. (Gerektiğinden az yer verildiği değerine yakın sonuç)

Katılmadı grubu toplam Likert değeri= $\{ 5 \times 2 \} + [10 \times 1] + [23 \times 0] + [6 \times (-1)] + [2 \times (-2)] : 30 = 0,2$ (Gerektiği kadar yer verildi değerine, “Abartıldı” ifadesi tarafından yakın bir sonuç)

Uygulamaya katılmış olan deneklerden Sabah Grubu okurlarından⁶⁴⁴ MHP seçmeninin varlığı, sol ve sağ muhalif seçmenler arasındaki ittifaka işaret etmektedir. Dikkati çeken bir başka nokta bu grupta herhangi bir CHP seçmeni de bulunmamaktadır. Ayrıca bu durum Sabah Grubunun merkez sağ karakterini de onaylamaktadır.

Merkez ve merkez sağ gazetelerinin siyasal parti bağı taşımayanlar için kararsızlar grubu oluşturmaya ve/veya kararsızlıkları sürdürmeye eğilimli olduğu gözlemlenmektedir. Sabah Grubu okurları içinde mitinge katılmayanların yarısı (5 denek) Mitingin medyadaki sunumunu “gerektiği kadar yer verildi” şeklinde değerlendirmektedir. Bu oran mitinge katılanlarla karşılaştırıldığında düşük görünmekle beraber, sayısal olarak bir yüksektir. Ayrıca şimdiye kadar incelenmiş olan gazete okuyucuları içinde ilk defa medyanın tutumunu “çok abartılı” bulan yüksek bir oran elde edilmiştir (4 denekle elde edilen %40lık oran). Bu fark Likert ölçeği ile anlam kazanmaktadır.

Sabah Grubu “medyanın miting tutumu” Likert ölçeğinde⁶⁴⁵ elde edilen puanlarına bakıldığında, mitinge katılanların Likert puanı: 0; mitinge katılmayanların Likert puanı:0,70 olduğu görülmektedir. Mitinge katılanlar, “medyanın mitinge gerektiği kadar yer verdiği” görüşünde birleşirken; mitinge katılmayanlar, medyanın mitingle ilgili tutumunda, “abartıldı” ifadesine yaklaştığı anlaşılmaktadır.

⁶⁴⁴ Sabah Grubu okurlarının sayısı 14 olup bunların %28'i (4 denek) İzmir'de 13 Mayıs'ta gerçekleştirilen Cumhuriyet Mitingine katılmışlardır. Bu oran Cumhuriyet gazetesi okurlarına (%65) ve Vatan gazetesi okurlarına (%58), Doğan Grubu okurlarına (%36) göre çok daha düşük bir oran olduğu gözlemlenmektedir. Soldan merkeze doğru yaklaşıldıkça mitinge katılım oranı da düşmeye devam ettiği gözlemlenmektedir. Sabah Grubu okuru olup mitinge katılanlardan (4 denekten) %50'si (2 denek) MHP seçmeni olup bunların tamamı (2 denek) medyanın 13 Mayıs Mitingi için tutumunu “gerektiği kadar yer verdi” şeklinde değerlendirmektedir. Mitinge katılan tüm denekler içerisinde ise tüm denekler 4 denek (%100) medyanın tutumunu “gerektiği kadar yer verdi” şeklinde değerlendirmektedir. Sabah Grubu okurlarından mitinge katılmamış olanlardan (10 denek), %50'si (5 denek) hangi partiye oy verecekleri konusunda kararsız kalmışlardır. Bu oran Doğan Grubu okurlarına göre (%56) daha düşük bir oran olmakla beraber, genel olarak yüksek bir orandır.

⁶⁴⁵ Likert ölçeği bağlamında ifadeler şu şekilde puanlandırılmıştır: “Çok abartıldı”: 2 puan; “Abartıldı”: 1 puan; “Gerektiği kadar yer verildi”: 0 puan; “Gerektiğinden az yer verildi”: -1 puan; “Gerektiğinden çok az yer verildi”: -2 puan. İlgili ifadelerle katılan deneklerin sayıları, ifadelerin değeri ile çarpılıp toplanmış ve aritmetik ortalamaları alınmıştır. Sabah Grubu denekleri arasında; Mitinge katılanlardan Sabah Grubu için ortalama Likert değeri: $(4 \times 0) : 4 = 0$. (Gerekti kadar yer verildiği tam değeri)

Katılmadı grubu toplam Likert değeri= $\{4 \times 2\} + \{5 \times 0\} + \{1 \times (-1)\} : 10 = 0,70$ (Gerektiği kadar yer verildi değerine, “Abartıldı” ifadesi tarafından yakın bir sonuç)

Tablo 89: Zaman Okurlarının Gelecek Oyu ve Medyada Miting Değerlendirmesi

13 Mayıs'a Katıldı mı?			Meydanın Mitinge Karşı Tutumu				Toplam
			Çok Abartıldı	Abartıldı	Gerektiği kadar yer verildi	Gerektiğinden az yer Verildi	
Katılmadı	Kararsız	N	0	2	1	1	4
	% Toplam		,0%	14,3%	7,1%	7,1%	28,6%
	AKP	N	6	1	2	0	9
	% Toplam		42,9%	7,1%	14,3%	,0%	64,3%
	MHP	N	1	0	0	0	1
	% Toplam		7,1%	,0%	,0%	,0%	7,1%
	N	7	3	3	1	14	
% Toplam		50,0%	21,4%	21,4%	7,1%	100%	

Yukarıdaki tabloya⁶⁴⁶ göre, gazeteler arasında söylemsel açıdan soldan merkeze doğru yaklaşıldıkça mitinge katılım oranı da düşmeye devam ederek ve son aşamada en sağ gazetesinde sıfıra eriştiği gözlemlenmektedir.

Zaman gazetesi okuru içinde kararsız olan denekler, %29 (4 denek) ile merkez gazetelerine göre çok daha düşük bir oran olup Cumhuriyet gazetesi okuru olanların oranlarına da (%28) çok yakındır. Ancak Cumhuriyet gazetesi okurları içinde mitinge katılmak yönünde bir görüş birliği bulunmazken, Zaman gazetesi okurları arasında mitinge katılmamak yönünde bir görüş birliği bulunduğu gözlemlenmektedir.

Zaman gazetesi okurları içinde mitinge katılmayanların yarısı (7 denek) Mitingin medyadaki sunumunu “çok abartıldı” şeklinde değerlendirmektedir. Ayrıca bu deneklerin %21’i (3 denek) medya tutumunu “abartıldı” olarak değerlendirmektedir. Bu ifadeler, Likert ölçeğinde değerlendirildiğinde⁶⁴⁷ Zaman gazetesi okuyucularının medya tutum değerlendirilmesi Likert ölçeği üzerinden 1,14 puan karşılığındadır. Açık bir ifadeyle denekler medya tutumunu abartılı

⁶⁴⁶ Uygulamaya katılmış olan deneklerden Zaman gazetesi okurlarının sayısı 14 olup bunların arasında İzmir’de 13 Mayıs’ta gerçekleştirilen Cumhuriyet Mitingine katılan kimse bulunmamaktadır. Bu %0’lık oran Cumhuriyet gazetesi okurlarına (%65), Vatan gazetesi okurlarına (%58), Doğan Grubu okurlarına (%36), Sabah Grubu okurlarına (%28) göre varılmış son nokta olduğu gözlemlenmektedir. Zaman gazetesi okurlarından mitinge katılmamış olanlardan (14 denneğin), %64’ü (9 denek) hangi partiye oy verecekleri konusunda AKP’yi belirtmişlerdir. Bu oran Cumhuriyet gazetesi tüm okurları içinde (mitinge katılan ve katılmayan) %54’lük oranla CHP’nin sahip olduğu orandan yüksek bir oran olduğu dikkati çekmektedir.

⁶⁴⁷ Likert ölçeği bağlamında ifadeler şu şekilde puanlandırılmıştır: “Çok abartıldı”: 2 puan; “Abartıldı”: 1 puan; “Gerektiği kadar yer verildi”: 0 puan; “Gerektiğinden az yer verildi”: -1 puan; “Gerektiğinden çok az yer verildi”: -2 puan. İlgili ifadelerle katılan deneklerin sayıları, ifadelerin değeri ile çarpılıp toplanmış ve aritmetik ortalamaları alınmıştır. Zaman gazetesi okuru olan denekler için: (Katılmadı grubu toplam Likert değeri= {7x2} + {3x1} + {3x0} + {1x (-1)}):14 = 1,14 (“Abartıldı” ifadesine “Çok abartıldı” ifadesi tarafından yakın bir sonuç).

bulmuşlardır. Ayrıca bu, şimdiye kadar ki incelenen gazetelerin denekleri ile karşılaştırıldığında en yüksek Likert değeri olmuştur.

4.4. UYGULAMA ÜZERİNE SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Atabek'in de belirttiği gibi, "*içerik çözümlemesi, medya etkileri konusundaki iddialara tek başına dayanak oluşturmaz.*"⁶⁴⁸ Bu bağlamda her iki çalışmanın ortak paydalarından elde edilen veriler, genellemelere gitmeksizin betimleyici araştırma perspektifinde değerlendirilecek; ortaya çıkan paralellikler doğrultusunda çıkarımlarda bulunulacaktır

Öte yandan, denekler içinde ilk üç gazete tercihi arasında Doğan Grubu ve Sabah Grubu bünyelerinde yer alan Hürriyet ve Sabah dışında diğer gazeteleri de daha öncelikli tercih eden denekler yer almaktadır. Gazete grubunun etkisine vurgu yapması amacıyla, bu denekler, Sabah ya da Hürriyet yerine Sabah ya da Doğan Grubu okuyucusu olarak anılmışlardır.

Araştırma kapsamında yer alan medya analizi inceleme konularına bağlı olarak aşağıdaki sorulara cevap aramıştır:

Cumhurbaşkanlığı seçimi, Cumhuriyet mitingleri ve Genel Seçim konularında hangi gazete daha çok yer vermektedir? Seçilen gazetelerin ilk sayfalarında, Meclis'te yer alan siyasal partiler içinde hangi partiler görmezden gelinmiş hangilerine daha çok yer verilmiştir? Hangi siyasal lider güçlü ya da mağdur vurgularıyla aktarılmış, hangi siyasal liderin diğerlerine üstünlüğü vurgulanmıştır? Hangi siyasal gelişme, lider ya da parti hakkında daha çok olumlu, resimli ve gazetenin daha büyük alanında yer alan haberler yapılmıştır? Bu soruların cevapları ile gazetenin duruşu ve medya sahipliğine göre anlamlı bir değişiklik var mıdır?

Gazetelerin o dönemde Mecliste bulunan partiler ile ilgili izlediği yayın politikasına bakıldığında, örneğin Vatan gazetesinin, siyasal iktidardan çok muhalefeti eleştirdiği sonucuna varılması dikkat çekici olmuştur. Cumhuriyet gazetesi de dâhil olmak üzere tüm gazeteler, AKP ve siyasal lideri Erdoğan ile ilgili

⁶⁴⁸ Gülseren Şendur Atabek vd. Medya Metinlerini Çözümleme, Siyasal Kitabevi, Ankara:2007, s. 25

olarak, diğ er parti ve liderleri ile ilgili yapılan haberlerin kıyaslanabileceğ inin çok üzerinde bir oranda haber yapmıştır. .

Medya analizinde genel olarak incelemeye alınan beş gazeteye bakıldığında, gazetelerin, ilk sayfalarında, mecliste o dönemde yer alan üç partiye de yer verdiği, ancak bunu yaparken özellikle sayısal olarak üstünlüğ e sahip ilk iki partinin ve liderlerinin haberlerinin daha fazla olduğu, bunlar içinde de iktidar partisi ve liderinin haberlerine ezici bir çoğ unlukla yer verildiği gözlemlenmiştir.

Hürriyet gazetesinin söylemini ağırlıklı olarak lider bazında yürütürken, parti bazında daha ılımlı bir politika izlerken, siyasetin kişi bazında eleştirilmesi, “medyanın siyaseti kişiselleştirme” örneklerinden sadece biridir. Gazete, AKP ile CHP arasında ikincisinin lehine bir seçimde bulunurken, Erdoğan ile Baykal arasında böyle bir seçimde bulunmamaktadır. Gazete, ana-akım medyası olarak, Erdoğan ile ilgili olarak daha güçlü eleştirimde bulunurken, yarattığı boşlukta, Erdoğan karşısında dengeleyici güç olarak kendisini konumlandırmaktadır.

Cumhuriyet gazetesi Erdoğan ile ilgili haberlerini seçime doğru dönemde azaltmışken, oransal olarak ilk sayfa haberlerinin toplam haberler içindeki oranını arttırmıştır. Gazetenin Erdoğan ile ilgili bu kadar çok sayıda yer alan haberine karşılık Baykal ile ilgili haber sayısı her iki dönemde de çok daha az olduğu görölmekte ve ilk sayfa haberlerinde de iki dönem arasında belirgin bir oransal artış gözlemlenmemektedir.

Gazeteler ve siyasal liderler arasında yer alan söylemsel paralelliğ in, Zaman gazetesi ve Erdoğan arasında en yüksek uyumluluğ a ulaştığı görölmüştür. Hatta Zaman gazetesinin, bazı haberlerinde Erdoğan’ın bazı cümlelerinden haber başlığı üretirken, bunları tırnak içinde aktarmak yerine doğrudan vermesi dikkat çekici bulunmuştur. Bu, bilinçli bir editöryal seçim olup siyasal liderin söylemine, “objektiflik” unsuru katarken, onu, okuyucu katında dolaylı yoldan doğrulamaktadır.

Bahçeli’nin bir sağ parti lideri olmasına ve Zaman gazetesinin muhafazakâr söylemiyle paralel yanları bulunmasına rağmen, bu gazetenin ikinci dönemde ilk sayfada hiçbir haberine yer verilmediği görölmüştür. Buradan, gazetenin partiler

içinde en çok AKP'ye yer verirken, muhafazakâr okuyucu kitlesinin oylarını bölebilecek, yönlendirebilecek bir başka partiye yer vermediği gözlemlenmektedir.

Gazeteler içinde Sabah Grubunun, Nisan ayı başında TMSF kontrolüne geçmesinden dolayı ayrı bir öneme sahiptir. Araştırma sonucunda TMSF yönetimine geçen Sabah gazetesinin yayınlarında, her şeyden önce söylemsel bir farklılık yakalanmış ve AKP yerine AK PARTİ kısaltmasının daha sık kullanıldığı tespit edilmiştir. Ayrıca TMSF yönetimindeki Sabah gazetesinde, partiler arası nispeten dengeli bir tutuma yer verilirken, liderler bazında farklılaşmaya gidilmiştir. Siyasetin kişiselleştirilmesine bir başka örnek olan bu durumda, siyasal iktidar liderinin, diğerlerine göre “üstün” konumda aktarıldığı haberlere yer verilmesi dikkati çekmiştir. Gazetenin el değiştirmesi, mitinglerin nasıl haber yaptığı ya da haber yapmadığı noktasında da etkili olmuştur. Bu değişimler sonucunda, Doğan Grubundan sonra en çok kararsızlar grubunun bu gazete grubu okuyucuları arasından çıkması da doğal bir sonuç olsa gerekir.

AK PARTİ⁶⁴⁹ kısaltmasının, gazetelerin siyasal söylemleri bağlamında soldan sağa gidildikçe daha çok tercih edilir hale geldiği görülmüştür.

Gazeteler, sosyal hareketleri haber yapma tutumu bakımından karşılaştırıldığında önemli bir veri, liderlerle ilgili “güçlülük” vurgusunun bulunduğu haberlerine bakıldığında elde edilmiştir. Vatan, Sabah ve Zaman gazeteleri, Erdoğan için güçlülük vurgusunun bulunduğu haberlerini, mitinglerin gerçekleştirildiği ve ertesi gün çıkan nüshalarında yer vermiş olmaları dikkat çekici olmuştur. Bununla birlikte bu haberlerde Erdoğan için aynı zamanda “mağdur” edildiği de işlenen konular arasında yer almıştır. “Mağdurluk” temasının, Cumhuriyet gazetesi hariç tüm gazetelerde yalnız Erdoğan için kullanılmış olması bu algıyı desteklemiştir. Öte yandan tüm bunlar arasında mağdurluk teması, 27 Nisan 2007 tarihinde Genelkurmay tarafından yayınlanan e-muhtıradan sonra, Cumhuriyet Mitingleriyle birlikte yayınlanan haberlerde yer aldığını belirtmek gerekir. Böylece,

⁶⁴⁹ AK PARTİ kısaltması, her ne kadar partinin resmi kısaltması olarak belirlenmişse de TDK kurallarına aykırı bir kısaltmadır. Partinin adının TÜBİTAK kısaltmasında benimsenen yöntemle kısaltıldığı belirtilmesine karşın, bu yöntemle benimsenen kısaltmanın AKP olması gerektiği, AK PARTİ şeklindeki bir yazımın TÜBİTAK KURUMU gibi bir yazıma karşılık geldiği ve isimde yer alan kelimelerin birkaçının ilk harfleri ile kurumun tam adını yazarak bir kısaltma Türkçe’de yer almadığı açıkça görülmektedir. Dolayısıyla “AK PARTİ şeklindeki kısaltma”, aslında kısaltma olmayıp ideolojik bir vurguya, “partinin temiz olduğuna” işaret etmektedir. Bu görüşü destekleyen bir başka nokta, kurum adı kısaltmalarının tamamının büyük harfle yazılması gerekirken, “AK PARTİ” kısaltmasının, sanki sıfat tamlaması gibi “Ak Parti” olarak özellikle aynı partililerce yaygın kullanımına dayanmaktadır.

Erdoğan, birden bire hem sosyal eylemler hem de asker tarafından haksızlığa uğratılan siyasal lider olarak ele alınmaya başlanmıştır. Bu değişimin, okuyucular üzerindeki etkisi açıkça gözlemlenmiştir. Örneğin o tarihlere kadar, adayın tek bir siyasal parti tarafından belirlendiği Cumhurbaşkanlığı seçim süreci anti-demokratik bulunuyorken, o tarihlerden itibaren demokratik bulma eğilimi artmıştır.

Mitingleri, savunarak haberleştiren Cumhuriyet gazetesi bir tarafa bırakıldığında, diğer gazetelerin hem olumlu hem olumsuz hem de tarafsız haberlerle, yine editöryal tercihe bağlı olarak değişen büyüklükte ve resimli-resimsiz şekilde haber yaptıkları gözlemlenmiştir.

Cumhurbaşkanlığı seçim sürecinde gazetelerin tutumunun oldukça belirleyici bir role sahip olduğu anlaşılmıştır. Nisan ayında Erdoğan'ın aday olmayacağını açıkladığı zamana kadar geçen süre içinde, Erdoğan'ın adaylığı ile ilgili olarak ağırlıkla olumsuz haber yapıldığı, Zaman ve Sabah gazetelerininse "açıkça destekleyen" yayınlardan kaçındığı dikkat çekmektedir. Zaman gazetesi bu süre içinde sadece Erdoğan'ın mağdur edildiği vurgusuna yer verirken Erdoğan'ın aktif siyasette kalmasını tercih ettiği görülmektedir. Ancak Cumhuriyet gazetesi hariç tutulduğunda, incelemeye alınan tüm gazetelerde, Gül'ün adaylığına yönelik olumlu yönde bir tür kampanyaya giriştiği gözlemlenmiştir. Aslında eleştirilmesi gereken, kişiler yerine seçim sürecindeki yöntemin yasallığı değil fakat meşruluğu olabilecekken, kişiler üzerinden siyasetin yürütüldüğü bir ortamda, medya da kendi adına bir zafer kazanmış görünmektedir.

Denekler arasında televizyon izleyenlerin büyük çoğunluğunun, televizyonu öncelikli olarak haber dışı programlar için seyretmesine rağmen; deneklerin yarısından fazlası, siyasal bilgi kaynağı olarak ilk sırada yine televizyonu belirtmişlerdir. Öte yandan daha genç denekler, televizyon yerine gazeteyi siyasal bilgi edinme kaynağı olarak tercih etmişlerdir. Sonuçta, deneklerin birincil haber kaynağı, televizyon ve gazete kapsamındaki medya olup tüm deneklerin %82,8'lik bir oranının siyasal bilgi edinme ihtiyacını birincil düzeyde karşılamaktadır. Yine de öğrencilerden oluşan 18-24 yaş arası gençler, siyasal bilgi edinme kaynakları açısından daha geniş bir perspektif sunmaktayken yaşları daha ileri bir ortalama sahip idari personel için siyasal bilgi edinme kaynakları, başta televizyon ve gazete olup medya yoğunluklu bir sıralamaya sahiptir.

Denekler için bu kadar önemli bir kaynak olan medyaya dair değerlendirmelerine bakıldığında, çok gazete okuyan deneklerin televizyon seyredenlerden daha olumsuz bir kanaate sahip oldukları görülmüştür. Bu bağlamda televizyon izleyicisi ile gazete okuyucusu arasındaki medyaya yaklaşım farkı ortaya çıkmıştır. Özellikle çok televizyon seyreden deneklerin, televizyondan gelen her türlü siyasal bilgi akışına daha açık oldukları, çok gazete okuyan deneklerinse bunlara karşı tedbirli oldukları ortaya çıkmıştır. Uygulama sonucunda 2 saat ve üstü televizyon seyreden deneklerin siyasal bilgi ortalamasının düşmesi dikkati çekmiştir. Gazete, televizyona göre daha bilgilendirici bir kaynak olduğu düşünülmektedir. Hâlihazırda siyasetle ilgili, bilgili ve siyasal habere açık bireyler, gazeteyi televizyona tercih etmekte, televizyonu çok seyreden bireyler de siyasal ilgililerini yitirip bilgilenmekten uzaklaşmaktadır.

Uygulama sonucunda, deneklerin medyaya güvenmedikleri ortaya çıkmıştır. 2009 yılında gerçekleştirilen, “Gazeteciliğin Dünyaları Araştırma Projesinin”⁶⁵⁰ ilk verilerine göre de haber gazetecileri içinde, haber medyaları için en az güveni Türkiye’deki gazeteciler paylaşmaktadır. Diğer bir deyişle, bir yandan haber medyası için çalışıp diğer yandan yine haber medyasını en güvensiz bulan gazeteciler, 18 ülke arasında Türkiye’deki gazeteciler olup ortalama güven endeksinin de oldukça altında kalmaktadır⁶⁵¹. Türkiye’deki gazetecilerden sonra en az güven duyan ülkeler sırasıyla Rusya ve Bulgaristan’dır. Türkiye’deki gazetecilerin parçası oldukları sistem için duydukları bu güvensizlik, kamuoyunun ve dolayısıyla üzerinde çalışılan deneklerin, medya için geliştirdikleri düşük güven düzeyinin sebepsiz olmadığını göstermektedir.

Deneklerin yarısından fazlası medyanın siyaseti yönlendirdiği görüşüne katılmaktadır ve deneklerin göreceli olarak da az bir kısmı bu durumu ideal olarak görmektedir. Böyle bir yaklaşım medyayı, siyasal iktidar üzerinde yönlendirici bir güç olarak algılamanın, kamuoyunu bilinçlendirme göreviyle özdeş bir algılamaya doğru yöneldiği ya da medyanın, kamuoyunu bilinçlendirme görevinin önüne geçtiği yolunda fikir vermektedir. Bu durum, *medyakrasinin* en azından deneklerin bir kısmı

⁶⁵⁰ EK-4’te orijinal araştırmada yer aldığı şekilde verilmiştir. “Worlds of Journalisms Project”

⁶⁵¹ Endekse göre, gazeteciler tarafından Türkiye’deki haber medyacılığı için duyulan düşük düzeydeki bu güven, siyasal partiler, hükümet ve genel olarak siyasetçiler, büyük şirketler ile dini liderler için duyulan güvenin çok üzerinde yer almaktadır. Medyaya yönelik bu güven, gazetecilerin, Birleşmiş Milletler, Polis, Yargı ve Parlamento için duydukları güven düzeyine aşağı yukarı denk gelmektedir. Dolayısıyla genel bir güvensizlik ortamı içinde gazeteciler de temkinli yaklaşmakta Ordu ve Gönüllü Kuruluşlar dışındaki tüm kuruluşlarla ilgili düşük bir düzeyde güven duymaktadırlar.

tarafından -tam bir bilinç düzeyinde algılanmasa da- kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Gazeteciliğin Dünyaları araştırması, karşılaştırmalı gazetecilik kültürü analizinin⁶⁵² sonuçlarına göre, 18 ülkenin gazetecileri arasında en çok Türk ve Ugandalı gazeteciler, medyanın *siyasal gündemi belirleme* işlevini, gazetecilik işi için en önemli işlevlerden biri olarak görmektedir. Az gelişmiş/gelişmekte olan ülkeler ile otokratik eğilimler barındıran komünizm sonrası ülkelerde, medya çalışanlarının, medyanın kurumsal rolleri arasında, *siyasal gündemi belirleme* gibi bir işlevin medyanın en önemli işlevleri arasında gördüğü anlaşılmaktadır.

Kamuoyunu oluşturan bireylerin, medyanın *siyasal hayatı yönlendirme işlevinin* kabul edilebilirliği, medya çalışanı açısından *siyasal gündemi belirleme işlevinin ya da belirlemeye çalışmasının*, gazeteciler için medyanın en önemli kurumsal rolleri arasında bulunması ile örtüşmektedir. Bu işlevin, az gelişmişlik, siyasal hayata karşı güvensizlik ve demokrasinin kurumsallaşamamış olmasıyla doğrudan bir ilişkisi olduğu anlaşılmaktadır. Aynı araştırmaya göre, *medyanın kamuoyunu etkilediği ya da etkilemeye çalışması* -ortalamanın üzerinde bir değerle- Türkiye'deki gazeteciler arasında haber medyasının en önemli kurumsal rolleri arasında sayılmıştır. Türkiye'deki benzer oranı paylaşan diğer ülkeler arasında Çin, Rusya, Endonezya, Uganda yer alması yukarıdaki benzer sonuçları beraberinde getirmektedir. Bu araştırmaya göre haber medyasının halkı sivil katılma ve siyasal tartışmalara katılmaya motive etmesi veya etmeye çalışması şeklindeki bir işlevin gazeteciler arasında en yüksek önem derecesine ulaştığı dört ülkeden biri Meksika, diğeri Mısır, bir diğeri Türkiye ve sonuncusu Uganda'dır. Az gelişmiş ve gelişmekte olan demokratik kurumsallaşmanın olmadığı ya da kısmen olduğu ülkelerde, haber medyasının, kamuoyunu siyasal konular etrafında harekete geçirme gibi bir görev edinip bunların gazetecilerin haber anlayışı üzerinde oldukça önemli bir etkisi olduğu anlaşılmaktadır. Bu işlev, diğer işlevlerle birleştiğinde ve kamuoyunun da medya için duyduğu güvensizliğe karşın siyasal haber kaynağı olarak verdiği öncelikle, demokrasinin kurumsallaşmadığı ve gelişmekte olan ülkelerde medyaya fazladan bir güç vermektedir.

Deneklerin %87,5'i, medyanın, kendileri üzerinde olumsuz bir etkide bulduklarını ifade etmektedir. Deneklerin, medyanın kendileri üzerinde bu kadar yüksek oranda olumsuz etkisi ile medyaya karşı olan güvensizlikleri arasında ilişki

⁶⁵² Tablolar EK-4'te orijinal araştırmada yer aldığı şekilde verilmiştir. "Worlds of Journalisms Project".

olduğunu ileri sürmek mümkündür. Denekler, medyaya güvenmedikleri sürece olumsuz etkiyi daha çok hissedecekler ve medyada da haber dışı programları izlemeye daha çok eğilimli hale geleceklerdir. Bu durum, siyasal bilgisizliğin “siyasal haberdarlık” olarak tanımlanabilecek kulaktan dolma bilgiler seviyesine indiği manipüle edilebilir bir düzeyini beraberinde getirmektedir.

Denekler arasındaki eğitim farkına inildiğinde siyasal bilginin yüksek eğitimin ileri aşamalarında anlamlı bir fark oluşturduğu görülmüştür. Yüksek eğitimin ileri aşamaları, siyasal tutumların ve gazetelerin belirlenmesi aşamasında da belirleyici bir faktör olmuştur. Tüm deneklerin hepsi bir arada değerlendirildiğinde ana-akım yayın organı olarak Doğan Grubunun, siyasal ilgisi olmayanları yakalamakta başarılı olduğu gözlemlenmektedir. Bu ilgisizlik, yayınlarla devam ettirilerek, yukarıda ifade edilen “kulaktan dolma” bilgisizlik sürecini de beraberinde getirmektedir.

Deneklerin siyasal tutumlarına bakıldığında, bunların takip ettikleri gazetelerin tutumlarıyla çoğunlukla paralel olduğu görülmüştür. Öte yandan AKP seçmeni olan deneklerin bu partiyle olan ilişkileri kazanma potansiyeli doğrultusunda artmayken kazanma potansiyelinin algılanmadığı durumlarda, seçmenlerinin suskunluk sarmalı içinde kalmaya eğilimli oldukları görülmüştür. Buna karşın diğer iki partinin seçmenleri, siyasal eğilimlerinin daha belirgin olmasından da kaynaklı olarak, kazanma potansiyelinin bulunmadığı durumlarda bile partileri için aktif katılımında bulunmaya hazırdırlar. Yine de bu denekler içinde taktiksel oy veren deneklerle karşılaştığını da belirtmek gerekir.

Aşırı sağ milliyetçi partinin ana-akım medya organı olarak Hürriyet gazetesi okurları arasından çıkmış olmasında özellikle ikinci uygulama öncesi ve sonrasında muhalefetin birlikte hareket edişi ve daha solda yer alan muhalif seçmenlerin MHP’yi de daha solda bir parti gibi algılayışlarının etkisi söz konusudur. MHP’nin “sıkıştıran parti” rolünün CHP’nin gücünü azaltacak şekilde ters yönde işlediği bir tablo ortaya çıktığı görülmüştür.

Öte yandan, medya ve siyasal partiler daha çok kişiye ulaşmak için kendilerini “merkez” olarak pazarlarken, bireylerde bu partilerin algılanmasıyla ilgili sorunlar oluşturduğu gözlemlenmiştir. Söylemsel bazda sağda olduğu bilinen bir

parti, kendini merkeze konumlandırmasıyla birlikte, kendi hareket alanını da genişletme olanağı elde etmektedir.

Deneklerin, Cumhurbaşkanlığı seçim süreci ile ilgili değerlendirmelerinin, takip ettikleri gazetelerin mevcut adaya yönelik yayın politikası ile uyum içinde olduğu gözlemlenmiştir. Siyasal söylemleri belirgin Zaman ve Cumhuriyet gazetelerinin, siyasal tercihler doğrultusunda seçildiğinden yola çıkarak, bu gazeteler bir kenara bırakıldığında, diğer üç gazetenin okurları üzerindeki manipülatif etkisi açıkça ortaya çıkmıştır. Zaman ve Cumhuriyet gazetelerinin, daha çok belirli siyasal eğilimlerin bir sonucu olarak tercih edildiğini ve bu gazetelerin etkilerinin de var olan kanaatlerin köklü fikirlere dönüştürülmesi aşamasında etkili olduğunu, bu gazetelerin okurlarının seçmen davranışları ve siyasal katılımları ile ilgili tablolarından gözlemlemek mümkündür.

Bireylerin istatikselsel bir duyusu olduğunu belirten Noelle-Neumann'ın görüşleri bu çalışmayla da bir kez daha ortaya konulmuştur. Ancak yine bu çalışmayla ortaya konan bir başka bulgu da "karşılıklı cehalet" olgusu olup bu istatikselsel duyunun yanıltıcı olabileceği gerçeğidir. Karşılıklı cehalet olgusu, deneklerin seçim sonucunda kazanacak partileri tahmin etmeleri istendiğinde açıkça ortaya çıkmıştır.

Üç uygulama sonucunda kararsızların en çok Doğan Grubu okuyucuları arasından çıktığı görülmüştür. Nicelik olarak en çok katılımcı da yine Doğan Grubu okuyucuları arasında yer almıştır. Aşağıdaki tabloda, her bir gazete okuyucusunun, üç uygulamadaki kararsızların oranlarının ortalaması alınmıştır.

Tablo 90:Üçüncü Uygulamada Okuyucuların Kararsız Oran Dağılımı

Gazeteler	Cumhuriyet	Vatan	Doğan Gr	Sabah Gr	Zaman
Yüzde	29,8	41,6	50	50	28,6

Yukarıdaki tablodan da görüldüğü üzere söylemsel açıdan en sol ve en sağda yer alan gazete okuyucularının kararsızlar grubu oranları birbirine oldukça yakın olup diğer merkez ve merkeze yakın gazetelerin oranlarından belirgin bir şekilde daha düşüktür. Doğan Grubu okuyucuları "catch all" gazete olmasının verdiği bir özellikle, siyasal yelpazenin sağ ve soluna doğru yer edinen seçmenleri okuyucu yapabilmektedir. Ancak bu durumun, okuyucuların kafasını daha çok

karıştırdığı açığı anlaşılmaktadır. %50 oranında kararsız bir seçmen grubu aynı zamanda manipülasyona açık bir okuyucu kitlesidir ki bu, özellikle seçim zamanı oldukça büyük bir güçtür. Sabah Grubunda yer alan %50'lik oran, grubun yayınlarının Nisan ayında gerçekleştirilen el koyma işlemi ile ilgili olduğu düşünülebilir. Ayrıca Sabah Grubu okuyucu kitlesi, Doğan Grubu okuyucu kitlesinin sayısal olarak çok altında yer almaktadır.

Gazetelerin, deneklerin siyasal tercihleri üzerinde “bumerang etkisi” bağlamında değerlendirilebilecek etkilere sahip olduğu görülmüştür. Örneğin Doğan Grubunun ya da Zaman gazetesinin MHP ile ilgili yayın politikasına rağmen, bu gazete okuyucuları arasında MHP seçmeninin gittikçe artan varlığı, bu etkinin sonucu olarak değerlendirilmiştir.

Sosyal hareketlere katılım bağlamında değerlendirilen Cumhuriyet Mitinglerine katılım ve bunların medyadaki sunumunun etkisi, takip edilen gazetelere göre değişmesi oldukça önemli bir veridir. Örneğin Cumhuriyet gazetesi okurları, gazetenin sunumuyla paralel bir şekilde en çok katılıma oranındaki deneklere sahiptir ve bu denekler mitinglerin medyadaki sunumunu yetersiz bulmaya eğilimlidirler. Mitinge katılan denekler, medyadaki haberleri, mitinge katılmayanlara göre daha çok yetersiz bulmuşlardır. Bu, gerçek ve yaratılan iki dünya arasındaki farkı açıklamaktadır. Öte yandan Cumhuriyet gazetesi okurları arasında mitinge katılmak yönünde bir görüş birliği bulunmazken, Zaman gazetesi okurları arasında mitinge katılmamak yolunda bir görüş birliğinin bulunması, ikincisinin kendi içinde daha tutarlı bir yayın politikası izlediğini ve okur kitlesinin de daha homojen olduğunu göstermektedir.

Medya analizinin yukarıda yer alan sonuçlar çerçevesinde kabul edilen hipotezi şu şekilde belirlenmişti: *Medya araçları, sahiplerinin buldukları siyasal pozisyona bağlı olarak, haber yapımında ve sunumunda editöryal bir seçicilikte bulunmakta, editöryal perspektiften geçen haberler, okuyuculara ulaştığında, onların siyasal dünyayı algılayışlarında ilgili medya organının sahibinin siyasal duruşuna paralel bir değişikliğe uğratabilecek biçimde formatlanmaktadır*

Alan araştırmanın hipotezi ise şu şekilde belirlenmişti: *“Dördüncü kuvvet medya, bireylerin siyasal tutum ve davranışlarını, algılarını yönlendirmekte; bazen*

susturmakta ve depolitizasyona uğratmakta, bazen manipüle etmekte, kamuoyunu baskın ideoloji doğrultusunda biçimlendirip, siyaseti yeniden üretmektedir.” Hipotez, alan araştırma sonuçları doğrultusunda bazı çekincelerle kabul edilmiştir. Bu çekincelerin kaynağı, araştırmanın “sınırlılıklar” başlığı altında aktarılmıştır.

SONUÇ

Si Siyasal iktidarın devamlılığı, rıza gösterenlere bağlıdır ve bu rıza, kendini her gün kamuoyunun sesinde ve hatta sessizliğinde yeniler. İktidarın demokratikliğinin ölçüsü ise siyasal karar ve eylemlerinde kamuoyunu göz önüne alarak hareket etmesi ve onu, karşısına alacak türden eylemlerden sakınmasına bağlı olarak değerlendirilebilir. “*Rıza mekanizmasını işletecek kamuoyu gündemini, kim belirlemekte ve ‘kamuoyunun sesi’ hangi araçla ve ortamlarda duyulmaktadır?*” sorularının cevapları da sistemin demokratikliği konusunda önemli fikirler vermekte demokratik kurumsallaşmanın var olup olmadığına işaret etmektedirler.

Çalışma kapsamında yer alan tarihsel süreç ve literatür araştırmaları sonucunda ortaya konulmuştur ki, yukarıdaki soruların yanıtları, sınırlı sayıdaki güçlü medya ve bu medyaların sahipleri ile editörleri üzerine yoğunlaşmaktadır. Bu çerçevede elde edilen sonuçlar medyanın demokrasilerde etkisi bağlamında siyasetin unsurları üzerinde değerlendirilecektir.

A. Birey

a. *Depolitizasyon etkisi*; Siyasal iktidar mücadelesi alanının, medya tarafından fazlasıyla karışık sunumu, ,siyasetin ekonomik çıkarları kontrol edenler dışındakilere kapalı olduğu bireyin yapabileceği çok fazla bir şeyi olmadığı telkininin karşısında eğlencelik medya ile birlikte bireyler kendilerini siyasetle ilgisizleşme sürecinde bulmaktadır. Alan çalışmasında bu sürece deneklerin yaklaşık üçte birinin dâhil olduğu gözlemlenmiştir. Göreceli olarak yüksek bir eğitim ortalamasında karşılaşmış olan bu ilgisizlik oranı oldukça dikkat çekici olup günümüz bireyinin yüksek oranda medya tüketimleriyle birlikte siyasete karşı olan ilgisizliğini resmetmektedir.

Öte yandan bu depolitizasyonun, yine en başta medya tarafından çizilen sınırları bulunmaktadır. Bu sınırlar çerçevesinde medya, bireyi seçim zamanı sandık başına giderek oy vermesini ya da gerekli durumlarda ihtiyacı olan kamuoyu desteğini sağlayacak kadar siyasallaşmasını; ancak seçimler arası dönemde gelişmelerden ve siyasal liderlerden az çok haberdar olup suskunluğunu koruyarak rejimin meşruluğunu devam ettirmesini sağlayacak düzeyde de siyasetten uzaklaştırmaktadır. Böylece, “sükût ikrardan gelir” sözünün toplumsal-siyasal hayata

uyarlandığı, sessiz kalındığı sürece rızanın ve meşruluğun devam ettiği bir süreç yaşandığı görülmektedir. Bu toplumsal algıda 80 sonrası dönemin koşullarının ve 1982 Anayasası'nın önemli rolleri bulunmaktadır. Hâlihazırda 1982 Anayasası da meşruluğunu plebisitten çok Anayasa'nın uygulanması sırasında günümüze kadar geçen bu süreçteki sessizlikte kazanmıştır. Medya bu noktada, yerleşik bu algının güçlenmesi yönünde etkide bulunmaktadır.

Yine 80 sonrası süreçle ilgili olarak gören insanın (*homo videns*), okuma ve soyut düşünebilme yeteneği gerilemiştir. İnternetin de devreye girmesiyle, uzun soluklu okuma yeteneğinin bu durumdan en çok zarar gören unsur olduğu çeşitli araştırmalar çerçevesinde ortaya koyulmuştur. Bireylerin her geçen gün daha kısa, "hap" okumalarla geçiştirdiği bilgilenme süreci, siyasetin derin bilgi, donanım, okuma ve araştırma gerektiren dünyasından her geçen gün daha da uzaklaşmaktadır. Medyanın internetteki görünümleri de (slyt haber, video haber, resim üstüne kısa haber serileri vb.) bu süreci besler niteliktedir. Tüm bunlar yukarıda sözü edilen depolitizasyon çerçevesini çizmektedir.

b. *Suskunluk Sarmalı*; Medya her geçen gün söylemsel çerçeveyi çizerken, "kamuoyu" adına konuşmakta ve "çoğunluğun sesi" iddiasıyla söylemlerini kamuoyuna ve siyasal hayatın diğer unsurlarına iletmektedir. Çoğunluğun sesi olarak algılanan bu söylemler bireyleri aynı yönde düşünme ya da sessiz kalma yolunda zorlamaktadır. Bu şekliyle medya, yarattığı "medya gerçekliklerinin" süreç içinde gerçek sonuçlarını almaktadır.

Sosyal hareketlere katılım bağlamında, gazetelerin editöryal çerçevesinde değişen tutumlarından, bu gazete okuyucularının da etkilendiği belirlenmiştir. Medya tutumuna rağmen, sosyal hareketlere katılım, medyanın yarattığı dünya ile gerçek dünya arasındaki farkı algılama olanağı vermektedir. Bunlar arasındaki fark, suskunluk sarmalının kırıldığı ve devam ettiği durumlar arasındaki farkı açıklamaktadır. Medyadan kasıt, genel olarak yazılı, işitsel ve görsel basın olduğu düşünüldüğünde, denekler bu değerlendirmeyi yaparken takip ettikleri gazete ve Türkiye'deki diğer medya organlarından genel olarak duydukları ve okudukları arasındaki fark ortaya çıkmaktadır.

Araştırmaya katılan deneklerin gazete ve televizyon kullanıcı olmalarına göre, siyasal bilgileri ve medyaya dair tutumları karşılaştırıldığında, gazete

okuyucusu deneklerin, medyaya karşı daha temkinli yaklaştıkları ve bunların aynı zamanda daha yüksek bilgi seviyesine sahip oldukları görülmüştür. Bu olgu, yukarıda sözü edilen, eğitim seviyesinin artması ve siyasal tutumların belirginleşmesi ile doğrudan ilintilidir. Böylece, siyasal bilgi ve ilginin birbirini geliştirdiği, tersi durumda, siyasal bilgisizlik ve ilgisizliğin de birbirini geliştirdiği ortaya çıkmaktadır. Buradan, özellikle televizyonun fazla tüketimiyle beraber, suskunluk sarmalının güçlenerek kapsamını genişlettiği, bireylerin daha az bildikçe, daha az ilgi gösterdikleri, bildikleri kadarının da ifade edilmediği bir ortamda tamamen susma yönünde tutuma yöneldikleri anlaşılmaktadır.

c. *Medyanın Birey Üzerinde Bütünleştirici Rolü*; Özellikle haber içeriklerine bakıldığında, haberlerin sunumunda, ayrılan zamanda ve yapılan yorumlarda “siyasal bir duruş” olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu duruş doğrultusunda yapılan yayınlarla, aşırı uçlar yok sayılıp “ortada bir yol” çizilmekte, bireyler de bu ortadaki yolda birleştirilmektedir. Belirlenen orta yol, medyanın taraf olduğu konuya/kişiyeye öncelik, olumlu bir bakış açısı ya da daha çok yer vermesi şeklinde somutlaşan “siyasal duruş” olarak ortaya çıkmaktadır. Bu süreçte, bireylerin, siyasal tercihleri doğrultusunda medya tercihlerini belirlemelerinden çok, medya tarafından tercihlerinin yönlendirildiği ileri sürülebilir.

Medyanın üstlendiği bu rol, onun uluslararası ekonominin ve konjonktürün bir getirisi olup ilerleyen kısımda ayrıca ele alınacağı üzere, siyasetin ekseninin sağa doğru kayması ve Amerikan tipi demokrasinin idealize edilmesiyle doğrudan ilgilidir. Birbirine benzeyen iki partili sisteme ek olarak tek bir liderin etkin rol aldığı ve tüm halkın bir kişide vücut bulduğu bu demokrasi anlayışı, siyasal hayatın ekonomik kliklerce daha kolay yönlendirilebilir bir formu olup kamuoyunu gerekli durumlarda kullanılan bir yaptırım aracı olarak görmektedir. Bu süreçte medya, siyasal iktidar toplum ilişkisinde, kamuoyunu iki “farklı” parti hakkında bilgilendirirken, aslında birbirine benzer bu iki partinin kişilerinin farklılıkları üzerine odaklayıp kendi içinde türdeş gruplar oluşturmaktadır. Aktarılan bu yapıyı, Obama hükümetinin, Bush hükümetinin birçok yasama faaliyetini ve programını devam ettirmesinin yanında, medya her geçen gün “Demokratların başarılı olmak istiyorlarsa, Cumhuriyetçilere daha çok yakınlaşması gerektiği” konusunda açıklamalara yer vermesinde gözlemlemek mümkündür.

d. *Manipülasyon*; Alan çalışmasında yer alan denekler için, birincil haber kaynağı olan televizyon ve gazete kapsamındaki medyanın oranı, %82,8'dir. Aynı anda hem gazete hem de televizyon kanalı bulunan medya gruplarının ürkütücü gücü bu sonuçlarda kendisini göstermektedir. Televizyon izleme alışkanlığı açısından değerlendirildiğinde, az televizyon izleyen deneklerin medya kanaatlerinin de olumsuz olduğu, ancak televizyon izleme sıklığının artmasıyla olumsuz kanaatlerin olumluya doğru dönüştüğü görülmektedir. Bu sonuçlar, birincil siyasal kaynak olarak medyanın kendini tekrar fırsatı doğduğu oranda güvenilirliğini de arttırdığını göstermektedir. Ayrıca günümüz *gören insanı (homo videns)* açısından gazete ya da herhangi bir diğer basılı ürün, televizyonun pasifleştirici rolü karşısında mücadele edebilir yetenekte görünmemektedir. Bu durum Türk tipi gazetecilik anlayışını, yani *vitrin tipi sayfa düzenini*⁶⁵³ beraberinde getirmiştir. İlk sayfada bolca resim ve kısa kısa birbirine geçen haber özetlerinin yer aldığı bu teknikte, okuyucu fotoğrafla yakalanmaya ve haberin başlığı ya da ufak bir metni ile iç sayfaya yönlendirilmeye çalışılmaktadır. Medya analizi bu çabaların sonuç verdiğini, gazetelerin medya analizinde ortaya konan söylemsel çizgileriyle okuyucuların alan çalışmasında ortaya koyulan seçimsel tercihleri arasında uyumluluk saptanmasına bağlı olarak ileri sürmek mümkündür.

Manipülasyonun az görülen ama daha az önemde olmayan bir tekniği, medya analizi sırasında görülmüştür; gazete ve liderler arasındaki söylemsel paralelliğin bazı durumlarda, liderlerin sözlerinin tırnak içinde almak yerine doğrudan başlığa taşınması şeklinde kendini göstermiştir. Böylece medya “ne olduğunu” değil aynı zamanda “kimin doğru söylediği” konusunda dolaylı bir yorumda bulunarak taraf haline gelmiştir.

Medya, manipülatif “değer” ve doğru” yaratım süreci, medya analizinde söylemsel açıdan farklılaşmanın en belirgin örneği olarak AKP/AK PARTİ kullanım farklılığında yer almıştır. İnceleme kapsamında yer alan gazeteler, söylemsel açıdan en soldan en sağa doğru siyasal yelpazeye oturtulduğunda, AKP'den AK PARTİ kelimesine doğru artan bir kullanım sıklılığı açıkça gözlemlenmiştir. Sabah gazetesinin, TMSF'nin yönetimine geçtikten sonra AK PARTİ adı altında parti ile ilgili yaptığı haberlerin bilinçli seçimi dikkat çekmektedir.

⁶⁵³ Milli Eğitim Bakanlığı, MEGEP, “Gazetecilik, Gazete Sayfası Hazırlama”, Ankara: 2007, http://cygm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/kursprogramlari/gazetecilik/moduller/gazete_sayfasi_hazirlama.pdf, s.8.

Deneklerin yüzde doksana yakın bir oranı medyanın, kendileri üzerinde olumsuz bir etkide bulduklarını ifade etmektedir. Deneklerin, medyanın kendileri üzerinde bu kadar yüksek oranda olumsuz etkisi ile medyaya karşı olan güvensizlikleri arasında ilişki olduğunu ileri sürmek mümkündür. Denekler, medyaya güvenmedikleri sürece olumsuz etkiyi daha çok hissedecekler ve medyada da haber dışı programları izlemeye daha çok eğilimli hale geleceklerdir. Genel akış çizgisinde çoğu kez farkında olmadan alınan siyasal bilgi ve haberler ile siyasal bilgisizliğin “siyasal haberdarlık” olarak tanımlanabilecek kulaktan dolma bilgiler seviyesine indiği manipüle edilebilir bir düzeyini beraberinde getirmektedir.

Alan çalışması verilerine göre, “merkez” yayın organları yerine, söylemleri ve siyasal eğilimleri belirgin yayın organlarına yönelik tercihlerin, yerleşik siyasal eğilimler doğrultusunda geliştiği görülmektedir ve böyle bir durumda medya etkisi, var olan siyasal tutumların pekiştirmesi doğrultusundadır. Bu durum özellikle eğitim seviyesinin yükseldiği ve siyasal-sosyal eğitim alan deneklerde gözlemlenmiştir.

B. Kamuoyu

Medya artık *ubikuitöz* (aynı anda birden fazla yerde olan) bir yapıdadır ve yine aynı anda sadece televizyon ve gazete değil, radyo, internet, film yapım şirketleri, kitap-dergi yayınevleri ve dağıtım şirketleri giderek sınırlı sayıdaki güçlü ekonomik gruplarda toplanmaktadır. Bunların tümü, içlerinde farklı sesler barındırır da “genel akış çizgisi”nde tek sesli bir koroya dönüşebilecek yetenek ve maddi kapasitededirler. Bu kapasite, kamuoyunun gündemini belirleme ve gerektiğinde belli bir yöne kanalize edebilme, siyasal kararlar üzerinde “demokratik tartışmalar” aracılığıyla kanaat önderleri yaratarak siyasal süreçte doğrudan etkili olabilmeyi sağlamaktadır.

a. *Kamuoyu Üzerinde Etkinlik*; Cumhurbaşkanlığı seçim sürecindeki medya tutumu analizi, medyanın, siyasal liderlerin adaylık aşamasında oldukça güçlü bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Ayrıca bu güç, kamuoyu tarafından da desteklenmiş olmasının yanında, kamuoyunu da bu yönde yönlendirdiğini de ortaya koymaktadır ve bu durum siyasal yelpazedeki farklı düşünmesi muhtemel diğer gazetelerin belirgin bir direnç göstermemiş olmasıyla da doğrudan ilintilidir. Deneklerin adaylar ve süreçle ilgili değerlendirmeleri ve takip ettikleri medyanın

söylemi ile ortaya çıkan paralellik, medyanın siyasal hayatın bizzat kendisi üzerindeki belirleyici rolüne işaret etmektedir. Ancak bu paralelliğin, siyasal tutumları belirgin ve parti bağı bulunduran deneklerde sınırlı kaldığını belirtmek gerekmektedir.

Medya analizinde kişisel olarak pazarlanan veya yerilen siyasal lider ve partisi karşısında belirgin bir dengeleyici sunumun yer almadığı ortaya konulmuştur. Yaratılan bu boşlukta bir yandan “muhalafetin” yokluğu yankılanırken diğer yandan da medya kendisini oturtturarak, yaptığı siyasal çıkışları kamuoyu önünde meşrulaştırmaktadır.

Kamuoyunun etkinliği noktasında kamuoyu yoklamaları oldukça önem kazanmaktadır. Araştırma döneminde yeteri kadar kamuoyu yoklamasının yayınlanmamış olmasından dolayı bu konuda ölçüm yapılamamış olmasına karşın, denekler üzerinde mazlum etkisi (underdog effect), bumerang etkisi (Boomerang effect) ve bando-vagonu etkisi (bandwagon effect) gözlemlenmiş olup bu etkilerin bireylerin oy verme ve siyasal-sosyal hareketlere katılım ve siyasal hayata dair genel kanısı üzerinde oldukça belirleyici olduğu anlaşılmıştır. Ancak bando-vagonu ve mazlum etkisini daha net bir şekilde ölçebilme noktasında, kamuoyu yoklamalarının yoğun bir şekilde yayınlandığı seçimden hemen önceki bir ayı kapsayan dönem üzerinde yapılacak bir araştırma sebep ve sonuç ilişkisini daha açıklayıcı olacaktır.

Medyanın Amerikan tipi demokrasiyi idealize ettiğini gösteren bir başka unsur olarak değerlendirilebilecek kamuoyu yoklamaları aracılığıyla medya, siyasal hayatı sürekli seçim dönemi gibi yeniden değerlendirirken ve kamuoyu üzerinde yönlendirici etkilerde bulunmaktadır. Türkiye’de artık hemen her hafta çıkan yeni bir kamuoyu yoklamasıyla birbirine yaklaşan -sadece amblemlerden ibaret- iki siyasal partiden birini seçme zorunluluğu telkin edilmektedir. Bu süreçte yine medyanın siyasal iktidara göre konumu belirleyici olmaktadır.

Ayrıca araştırma süresince karşılıklı cehalet (Pluristic ignorance) olgusuyla da karşı karşıya kalınmış olup, seçmeni oldukları siyasal partilerin pozisyonu ile uyum gösteren medya takip eden deneklerin kendi partilerinin potansiyellerini abartma eğiliminde oldukları görülmüştür. Ters durumda da denekler seçmeni oldukları partinin potansiyelini azımsamaktadırlar.

b. *Medyakrasi*; Kartelleşmenin getirdiği ekonomik avantajlarla nicelik olarak artan nitelik olarak sınırlı bilgi kaynakları ile sanal bir demokrasi örüntüsü meydana gelmekte ve bireyler bir yandan “özgür” olduğuna inandırılırken, diğer yandan da düşünceleri yönlendirilerek sınırlandırıldığı bir sürece girilmiştir. Literatür çalışmaları göstermektedir ki bu sürecin yönü, dördüncü kuvvet medyanın, sistemin asli unsurlarından bir olup aktif rol alarak siyasal hayatı yönlendirdiği medyakrasiye doğrudur.

Yukarıdaki gelişmeler küresel ölçekte, özellikle Amerika gibi liberal ekonominin başat bir rol üstlendiği ülkede en yoğun bir biçimde ortaya çıkarken, demokrasi açısından en tehlikeli uygulamalardan biri de İtalya’daki gibi, kendisine ait ve toplumun çoğunluğunun kanısının şekillendirildiği medya organı sahipliği ile siyasal iktidarın aynı kişide buluşmasıdır. Siyasal iktidar ve medya arasındaki güç dengesi, birinin diğerini yutması şeklinde ortaya çıktığı İtalya örneğinde, medyakrasinin özel bir formunun yaşandığını ileri sürmek mümkündür. Türkiye’nin ise daha çok Amerikan tipi bir medyakrasi sürecinin parçası olduğu ileri sürülebilir.

Dördüncü güç medyanın, Yargı’nın işlevlerine zaman zaman tecavüz etmesiyle Yargı’nın bağımsızlığının zedelenmesi ve kuruma yönelik sosyal güvenin azalmasında önemli bir etkisi olmuştur. Süren davalar sırasında gözaltına alınan ve sadece ifade vermeye çağrılan kişilerin de sanki “yargılaması tamamlanmış ve suçlu görülmüş” gibi medyaya yansıtıldığı, doğrudan yargının konusunu oluşturan sorunların ya da meclis çatısı altında tartışılması gereken konu ve olayların medyada program malzemesi olarak kullanıldığı ve medyanın “teşhir direği” yaptırımli “yargıçlık” rolüne soyunduğu durumlar giderek sıklaşmaktadır. Tüm bu süreçte medyanın kendini hem savunmak hem de pazarlamak üzere kullandığı argüman, “kamuoyunun sesi olduğu” ve bunu “halk adına, halk için yaptığı” iddiaları üzerine kuruludur.

Halkın ne düşündüğü noktasında alan çalışmasındaki verilere bakıldığında, siyasal yargılar üzerinde medyayı oldukça etkili bulanların, medya ile ilgili kanaatlerinin de ağırlıklı olarak olumlu yönde olduğu görülmektedir. Uygulamaya katılanların çoğu, medyanın siyaseti yönlendirdiği görüşüne katılmaktadır ve deneklerin göreceli olarak da az bir kısmı, bu durumu ideal olarak görmektedir. Böyle bir yaklaşım, medyayı siyasal iktidarı yönlendirici bir güç olarak algılamanın,

medyanın siyasal iktidara karşı bekçilik göreviyle özdeş olmaya doğru yöneldiği ya da medyanın kamuoyunu bilinçlendirme görevinin önüne geçtiği yolunda fikir vermektedir. Bu durum *medyakrasinin* en azından deneklerin bir kısmı tarafından - tam bir bilinç düzeyinde algılanmasa da- kabul edilebilir olduğunu göstermektedir. Ancak demokrasileri diğer sistemlerden ayıran, muhalefetin varlığıdır ve ideal olan, medyanın, bir yandan siyasal gelişmeleri kamuoyuna aktarırken diğer yandan da kamuoyunun sesi olarak görev yapması gerektiğidir; siyaseti yönlendirmesi gereken, siyasal partiler ve kamuoyunun bizzat kendisidir.

C. Siyasal İktidar

İşsizliğin çok olduğu ülkelerde bir gazetede çalışmak; yorum, araştırma, değerlendirme ve sunumdan ziyade basit ve popüler haberlerin editöre sunumunda yoğunlaşmaktadır. Sermayenin bol reklam alabileceği popüler gazetecilik, düşük ücretle yapılan düşük kalitede işlerin bir toplamı iken medyanın ne söylediği noktasında asıl belirleyici olan, editör olarak ortaya çıkmaktadır. Gazetecinin, ürettiği üründen bu kadar koparılması, medya sahibi kişilerin, ürün çıktıkları üzerinde daha çok söz sahibi olmasını da beraberinde getirmektedir. Bu, siyasal iktidar açısından da medya sahibi ile olan yönlendirilebilir çıkar ilişkisi açısından tercih edilir bir durumdur. 50'li yıllardan bu yana yapılan yasal düzenlemelerin de bu görüşü destekler nitelikte olduğu saptanmıştır.

a. *Sosyal Denetim ve Kontrol*; Seçime indirgenmiş demokrasilerde yönetilenlerin, kendilerine tanınan şeffaf duvarlar içinde “düşünce özgürlüğü” ile “tercih hakkı” bulunmaktadır ve medya da böyle bir ortamda, devletin şeffaf duvarlarını ören ideolojik araçlarından biri olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda basının bir güç olarak belirttiği ilk zamanlardan bu yana siyasal iktidarlar da bu gücü, doğrudan ya da dolaylı olarak, ekonomik ve/veya hukuksal yollarla, en etkin bir şekilde kullanmaya çabalamışlardır.

Erişilen bilgilerin ve haberlerin denetimi, siyasal tutum ve davranışların çerçevesini oluşturarak, medya aracılığıyla sosyal denetimi sağlamakta olduğu bu araştırma sırasında da ortaya çıkmıştır. Ancak buradaki kritik soru, medyanın bu süreçteki rolünün, özne mi yoksa nesne mi olduğudur. Medya, dördüncü güç olarak ekonomik çıkarları doğrultusunda faaliyet gösterirken, siyasal iktidar bu güç

karşısında kendi olanaklarıyla direnmek ve hatta bu gücü kontrol altına alarak araçsallaştırma çabasına girdiğinde, sürecin hangi tarafın lehine gelişeceğini belirleyicisi, medya ve siyasal iktidar arasındaki konjonktürel güç dengesi olmaktadır. Bu noktada medyanın rolü, siyasal iktidarın söylemleri doğrultusunda araçsallaşabileceği gibi, tam tersine siyasal iktidarı “yola getirmek” amaçlı kamuoyunu yönlendirme girişimleriyle siyasal hayatın üzerindeki doğrudan etkilerde sistemin belirleyicisi olarak ortaya çıkabilmektedir.

Medya kitleleştiği oranda reklâm gelirlerini de arttırmakta ve daha büyük bir ticari kuruluş olarak varlığını sürdürmekteyken farklı sesleri duyma ve farklı mesajları benimseme ve hatta daha da önemlisi bunları ifade edebilme hakkı, siyasal iktidarla karşılıklı çıkar ilişkilerinden bağımsız medyalar aracılığı ile olanaklıdır. Oysa ekonomi-politik bağlamında medyanın Türkiye’deki görünümü, merkez yayın organlarına -tirajları ile bağlantılı olarak- daha çok ilan verilmesi, bu medyaların sahiplerinin de ekonomik olarak siyasal iktidara daha da bağımlı hale gelmesi gerçeğini doğurmaktadır. Böylece merkezde yer alan bir gazete hem üzerinde pazarlık yapabileceği kitleden hem de bunlar üzerinden elde edeceği reklam gelirlerinden güç elde etmektedir. Nitekim alan çalışmasında da deneklerin büyük bir çoğunluğu, medyaya güvenmedikleri halde birincil siyasal bilgi kaynağı olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Bu bağlamda, bir merkez gazetesi, aslında popüler kültürün ve göreceli tarafsızlığın ürünü olması gerekirken, buradaki ekonomik ilişki doğrultusunda siyasal iktidarın tarafı olarak ortaya çıkması kaçınılmaz olmaktadır. Bu durumda medyaya ulaşan çoğunluğun hangi konuda ve nasıl düşünmesi gerektiğinin çerçevesi siyasal iktidarın pazarlıklar karşılığında belirlenecektir.

b. *Medya Karteli-Siyasal İktidar İlişkisi*; Günümüz işletmelerinin ideolojilerini özetleyen “küresel düşün, yerel davran” stratejisinin belki de en iyi uygulayıcıları olan medya kartelleri, “çok seslilik” adına, televizyon, gazete, internet sayfası, radyo gibi farklı kanallardan belli sınırlar/politikalar/ideolojiler içerisinde “tüketici” durumundaki kitleye işlenmiş bilgi ve haber aktarmaktadır. Siyasal iktidar-toplum ilişkisinde iletişim kanalı olarak işlev gören basın, iktidar tarafından kapsama ve denetleme çabasının yükselişe geçtiği 20. yüzyılda, kapitalizmin karşısında duran dengeleyici bir gücün yokluğunun da verdiği itici güçle, basının kârlı bir yatırım alanı

olarak değerlendirildiği, kamu hizmeti anlayışının geriletildiği ve son kertede kartelleşme olgusunun küresel ölçekte yaygınlaştığı görülmektedir.

Türkiye’de “kamu hizmeti” görevinin geri plana itilmekte olduğu sürecin başını, 1950’lerden bu yana gazetecilik anlayışında gerçekleşen değişimlerde gözlemlemek mümkündür. Bu değişikliklerin en önemlisi gazeteciliğin bir yatırım alanına dönüşmesine ve bunun sonuçlarına bağlıdır. Gazeteci ve gazete patronluğu ilişkisi yeni bir biçim almış; aralarındaki doğrudan ilişki koparak, gazeteci ile patronu karşı karşıya getirebilmiştir. O yıllarda, Truman Doktrini ve Marshall yardımlarının ardından IMF’den alınan borçlar da göz önüne alındığında, bu gelişmelerin, Amerika’nın ülke ekonomisindeki etkisinin, basına yansımaları olduğu anlaşılabilmektedir. 1980 sonrası süreç, Reagan’ın liberal politikalarının Türkiye’deki uygulamalarına sahne olurken, özelleştirmelerle beraber basın organı sahibi ilk kartellerin filizlendiği bir dönem olmuştur.

Bugün medya bir güç olmasına rağmen, tıpkı Yargı gibi, diğer tüm kurumlardan daha fazla olarak özgürlükler açısından sorunlu bir alanı oluşturmaktadır. Hatta daha ileri olarak iddia edilebilir ki bu sorun, rejimin demokratikleşmesinin önünde, en önemli engellerden birini oluşturmaktadır. Yasama organında yer alan ve kartelleşmeyi kolaylaştıran bu tür düzenlemelere katılarak onay veren muhalefetin çoğunlukla gelecekteki kendi konumunu ve siyasal iktidar olması durumunda sahip olacağı gücü göz önüne alarak hareket ettiği görülmektedir. Öte yandan muhalefetteyken kaşı çıkan gruplar da siyasal iktidara geldiklerinde bu tür düzenlemelere tüm gücüyle sahip çıkmaktadırlar.

Çalışmaya, medyanın dördüncü güç olarak siyasal hayat ve demokrasi üzerinde değiştirici etkiye sahip olduğu hipoteziyle başlanmış ve medyanın belirleyici rolüne odaklanmışken çalışma boyunca ve sonunda bu gücün karşısında dengeleyici mekanizma olarak siyasal iktidarın, medya gücünü kontrol altına almaya çalıştığı ve başarabildiği oranda da rejim üzerinde kontrol gücüne yaklaştığı ortaya çıkmıştır. Türkiye’de günümüz medyasının ekonomi politiğine yönelik incelemelerde, yukarıda “siyasal iktidar ve medya arasındaki güç dengesinin” sürekli olarak karşı ataklarla sürdürüldüğü gözlemlenmiştir. Hemen hemen her zaman, mevcut siyasal iktidarın talepleri doğrultusunda, yasa koyucunun düzenlemeleriyle uygun hukuki zemini yaratılan medya kartellerinin oluşum ve parçalanma sürecinde, aynı siyasal

iktidarların, yandaş bir medya karteli yaratmak ya da en azından, siyasal zeminden ekonomik zemine çekebileceği bir uzlaşmada buluşabilen medya kartelini, çok sayıda ve siyasal açıdan eleştirel, bağımsız basına tercih ederek kurtulma amacı taşıdığı görülür. Böylece gerektiğinde onu, yine ekonomik ve hukuki araçlarla “böl, sat” mantığı çerçevesinde, devirebileceği garantisi taşıdığı görülmektedir.

c. *Medya kontrol aracı olarak kurumlar*; TMSF üyelerinin Bakanlar Kurulu tarafından atanması, kurumun tamamen siyasal iktidarın kontrolü altında olduğunun bir göstergesidir. RTÜK'ten farklı olarak, üyelerin seçiminde muhalefet parti temsilcilerine ya da bürokrasiye yer yoktur ve “fon” oluşu nedeniyle, bir “medya denetim kuruluşu” gibi değerlendirilmesini de engellemektedir. Günümüz Türkiye'sindeki medyanın sosyal sorumluluğu çerçevesinde hizmet görmesi için denetiminden sorumlu RTÜK, yapı olarak siyasal iktidarın medya üzerinde kontrolünü sağlamaktadır. Ayrıca RTÜK Yasasında 2001 yılında getirilen değişiklikler, medya tekelleri açısından önemli avantajlar sağlarken siyasal iktidarın RTÜK üzerindeki denetim ve karar alıcı etkinliğini arttırmıştır.

Menderes'ten bu yana, siyasal iktidarın -gazetecilerden çok tüccarlarla daha kolay kontrol edilebileceği düşüncesine dayanarak- ekonomik ve hukuki araçların kontrolünde sürdürülen gazetecilik, kendisinin “kamu hizmeti rolünü”, *halkla ilişkiler* çalışmasının bir unsuru olarak söylemsel düzeyde devam ettirirken, bunu, güç dengesinin belirlediği şeffaf bir duvar çerçevesinde gerçekleştirmektedir. Günümüzde siyasal iktidar, ortaklık yapabileceği büyük medya kartellerini yaratmakta ancak bunlar içinde eleştirel yaklaşanlar ya da pazarlık masasında uzlaşmayanlar, TMSF'nin denetimine geçirilmektedir.

Medya analizi süresince TMSF'nin yönetimine geçen ATV-Sabah Grubunun, söyleminde siyasal iktidara yönelik daha olumlu bir tutum geliştirdiği ve TMSF'nin, genel olarak siyasal iktidar tarafından bir medya kontrol kuruluşu gibi araçsallaştırıldığı açıkça gözlemlenmiştir. Bu gözlemlerden, sadece medyanın değil, medya ile bir şekilde organik bağ kuran kurum ve kuruluşların da siyasal iktidarlardan bağımsızlaştırılarak özerk bir yapıya büründürülmesi gerekmekte olduğu sonucu çıkarılabilir.

D. Seçim ve Siyasal Partiler

Medya bireylerin seçmen tercihi üzerinde etkili olduğu bilinmesine rağmen, bireylerin tercihleri üzerinde mutlak bir etkisi olduğu iddiası yeterli kanıtlara dayanmamaktadır. Her ne kadar alan çalışmasında deneklerin taktiksel oy verme eğilimleri ve takip ettikleri gazetelerle çoğunlukla uyum içindeki siyasal tercihleri tespit edilmişse de, özellikle eğitim medyanın etkisi bağlamında daha öncelikli ve belirleyici bir role sahip olduğu görülmüştür. Öte yandan seçim ve siyasal partilerle ilgili olarak daha ayrıntılı irdelenmesi gereken aşağıdaki sonuçlar da yer almaktadır.

a. *Seçim- Siyasetin ekseninin kayması*; Dünyada ve Türkiye’de gittikçe artan bir söylemsel “merkez” eğiliminin varlığı kendini hissettirmektedir. Postmodern süreçte, demokrasi, özgürlük gibi diğer pek çok kavramda olduğu gibi sol ve sağ kavramlarının da söylemsel açıdan içleri boşaltılırken, aralarındaki ayırım da şeffaflaştırılmıştır. Böylece siyaset ekseninin sağa doğru çekilmesi, sol merkezin bile radikal bir görünüm kazanmasını da beraberinde getirmektedir. Bu gelişme de uluslararası küreselleşen ekonomi politikalarından bağımsız değildir.

Ekonomik çıkarları gereği sol eğilimli partilere oy vermesi beklenen sermaye dışı geniş kitleler, çoğunluk bağlamında karar verici bir güce sahip olmasına rağmen, siyasal kararlarını; din, etnik kimlik, popüler söylemler ve lider özellikleri gibi medya aracılığıyla manipüle edilebilir araçlarla oluşturur hale gelmiştir. İşte böyle bir ortamda bireyler, kendi siyasal konumları ile oy verecekleri partinin siyasal konumunu tanımlama konusunda sorun yaşamakta ve ekonomik açıdan beklentilerle oy verdiği partinin politikaları arasında tutarsızlıkların sonuçlarına katlanmak durumunda kalmaktadırlar.

Medya analizinde ana-akım medyanın, merkez medyası olarak yayın yaparken atağa geçip bir siyasal karar mekanizması gibi hareket etmesi gerektiğine karar verdiği durumlarda, söylemlerini de belli bir yöne doğru yönelttiği görülmüştür. Merkezde gibi görünen bir medya organını takip eden bir izleyici, hem sağ hem de sol perspektiften haberler alıyormuş gibi düşünebilir. Ancak bu tip bir medya organının merkeziliği, söylemde merkezde görünüp kritik siyasalarda “sağ” ya da “sol” uygulamaları yürürlüğe koyan bir partinin merkeziliği kadar olacaktır. Söylemsel açıdan merkezde olma durumu her zaman için daha çok kişiye ulaşma

olanağı tanımaktadır ki ATV-Sabah Grubunun satışı, bu anlamda ayrı bir önem kazanmaktadır.

Siyasetin ekseninin kaymasından doğan kafa karışıklığının besleyici unsuru ana-akım medya kodları ile siyasal liderlerin, siyasal partilerin programlarını bir yana bırakarak yaptıkları açıklamalarıdır. Alan çalışması sonuçlarına göre ana-akım medya grubu okuyucuları içinde her dönemde %50'den fazla bir kararsızlar grubunun oluşu, ana-akım medya karteli açısından üzerinde pazarlık edilebilir, manipüle edilebilir bir grup olarak ayrı bir önem taşımaktadır. Bu medyanın yapacağı yayınlar, siyasal duruş açısından yakın olmayanlara bile ulaşmasının yanında kaynağa (medya organına) bağlı olarak söylemin de “sağ” ya da “sol” değil de merkezi niteliği olduğu gibi bir kanıya sahip olabileceklerdir. Bu noktada McLuhan'ın “araç mesajdır” sözündeki doğruluk payı göze çarpmaktadır.

b. *Siyasal partiler- Siyasetin Siyasetlesmesi*; Medya, siyaseti basitleştirerek, siyasal programlardan ve ideolojilerden soyutlayıp adaylar üzerinde kişiselleştirmektedir. Bu durum medya analizinde açıkça gözlemlenirken, ana-akım medyasının daha önce sözü edildiği gibi yine Amerikan tipi demokrasiyi idealize ettiğini göstermektedir. Eleştiriler ve övgüler, siyasal partilerden çok liderlerine yöneliktir. Siyasal ideolojisinden, parti programından sadeleştirilmiş siyasal aday, sıradan bir bireyin çok da fazla teknik bilgi gerektirmeksizin adayı iyi ya da kötü, güçlü ya da zayıf, başarılı ya da başarısız gibi basit, anlaşılabilir ve çoğunlukla da görülebilir özelliklerinden yola çıkarak seçilebilir ya da elenebilir hale getirilmektedir.

E. Öneriler

Bu çalışmada ele alınan medya analizi ve alan çalışmasının makro ölçekte uygulanmasıyla, gazete ve televizyon analizi yapılarak ve halk üzerinde daha kapsayıcı bir çalışmada elde edilecek verilere dayanarak, yine medyanın halk üzerindeki siyasal yönlendirici etkisini, medya organı sahipliğine göre açıklayan genel kurallar ortaya konulabilir. Ayrıca böyle bir çalışma, bir medya tekeli içinde yer alan gazete ve televizyonların siyasal söylemleri arasındaki farklılık ve bu medya araçlarının izleyicilerinin siyasal tutumlarında, buna bağlı bir diğer farklılık oluşup oluşmadığının açıklayıcısı olacaktır.

Çalışmanın sınırlılıkları nedeniyle ele alınamayan aşağıdaki konular, başka çalışmalara kaynaklık edebilecek önerilere dönüştürülmüştür. Örneğin günümüz medyasının büyük çoğunluğunu oluşturan Doğan Grubu yayınlarının kendi içindeki siyasal farklılaşması üzerine yapılacak bir inceleme, bu gazetelerin kendi içinde de bir siyasal yelpaze oluşturduğu ancak ortak bir noktada Doğan Grubunun editöryal sesini duyurduğu hipotezini test edebilecektir. Bir başka çalışmada, liderlerin söylem analizi yapılmak suretiyle gazete okuyucusunun, o gazetenin söyleminden mi, yoksa o gazetede yer alan liderin söyleminden mi etkilendiğinin araştırılması rolü yararlı olacaktır. Türkiye’de mevcut iletişimsel sistem olan Karma sistemin diğer ayağı, kamu sektörü, yani TRT yayıncılığı üzerine de bir araştırma yapılmalıdır. 3984 sayılı yasada 2002’de yapılan değişikliklerle mutlak bir siyasal iktidar otoritesi altına giren TRT yayıncılığının analizi, Althousser’in “devletin ideolojik araçları” bağlamında değerlendirilmesi gereken önemli bir çalışma olacaktır.

Sonsöz

Çalışmanın başında tezin temel hipotezi, **“Siyasal iktidar-toplum ilişkisinde medya, siyasetin bizzat doğasını ve demokrasiyi değiştirecek güce sahiptir.”** şeklinde kurulmuştu. Çalışmanın sonucunda hipotezin, **“siyasal iktidar ve medya arasındaki konjonktürel güç dengesine bağlı olarak, bireylerin siyasal eğilimlerinin belirginliği çerçevesinde”** geçerli olduğu saptanmıştır.

Çalışma sonunda, iki kutuplu sistemin sona erişinden bu yana, “alternatifsizlik” ve “özgürlük” söylemiyle kapitalizmin önünün ardına kadar açılmasının, en çok yine özgürlüğe ve demokrasiye zarar verdiği görülmüştür. Bu süreçte kilit rol oynayan medyanın da yine “basın özgürlüğü” adına kartelleştiği ve üretimlerinde dezenformasyona yöneldiği görülmektedir. Medya, “halk adına” popüler kültür ürünlerini sunmakta, “haber” kapsamında magazin ya da sosyal bunalım ve kaygıları aktarmakta ve dolayısıyla mevcut siyasal iktidara olan ihtiyacı vurgulamakta, siyasal partileri bu sürecin mümkün olduğunca siyaset dışına itip siyaseti kişiselleştirilip markalaştırmakta ya da damgalamaktadır.

Demokrasiye geleneksellik kazandıracak kurumsallaşmanın olmadığı siyasal sistemlerde, kamuoyunun medya aracılığıyla kolay manipüle edilebilir halde olması sonucunu da beraberinde getirmektedir. Türkiye gibi az gelişmiş ve/veya gelişmekte

olan ve demokrasinin henüz kurumsallaşmaktan uzak olduğu ülkelerde de siyasal iktidarın toplumla ve toplumun da siyasal iktidarla iletişimde başat role sahip medyanın, ne siyasal iktidarın emrinde ne de siyasal iktidarın üstünde yer alması için tüm çevreler üzerine düşen görevi yerine getirmesi gerekmektedir. Bu bağlamda medyanın özel konumu nedeniyle medya şirketlerine el konulması operasyonlarının, hükümetten özerk kurumlarla yürütülmesi gerekmektedir.

Siyasal iktidar ve toplum arasında iletişim kanalı olarak görev yapması beklenen medyanın, bu süreçteki rolünün demokratik açıdan tanımlanabilmesi için, kamu hizmeti ön plana alınarak, kartelleşmeye olanak vermeyecek bağımsız, özerk bir şekilde yeniden yapılandırılması ve gazete kâğıtlarının fiyatları vb. alanlarda, tüm sektörün desteklenmesi gerekmektedir. Ayrıca siyasal partilerin temsilcilerinin söz haklarının belli kurallara bağlanmalı ve hepsi için geçerli olabilecek yasal bir çerçeve oluşturulmalıdır.

Ayrıca medya kartellerinin demokrasi için yarattığı tehdit, belli bir medya kartelinin seçilip dağıtılması, başka bir sermaye grubuna satılmasıyla çözülebilecek bir sorundan daha fazlasını içermektedir. Sorun makro düzeyde ele alınarak, Yasama düzeyinde çözülmeli, medya kartellerinin oluşum süreci, yüzdelik oranların yukarı çekilmesi yerine tam tersine aşağı indirilmesiyle engellenmelidir. Böyle bir düzenlemeye gidilmediği bir durumda, medya kartellerinin arasından seçilen bazı grupların devri ya da parçalanarak satışı, mevcut bozuk yapının, siyasal iktidarı destekleyen medya kartelleri lehine yeniden düzenlenmesinden başka bir durumu ifade etmemektedir.

Son kertede, medyanın kime hizmet edeceği, onu kimin sahiplendiği ile doğrudan ilintilidir. Medya sahipleri sonuçta birer yatırımcı olmalarından dolayı, tiraj artışıyla beraber gelen reklam gelirlerinin artışı, onu, reklam gelirleri dolayısıyla sermaye odaklarına bağımlı hale getirebilir. Ancak gazete ve gazetecilerin geniş kitleler tarafından takibi, medyayı şirketler yerine okur odaklı hale getirecektir. Bu durumda söz konusu medyanın editöryal sunumunda meydana gelecek bir değişikliğe karşı, tepki vererek bu medyayı takip etmek yerine tavır koyacak bilinçli okurun gelişmesi sosyal bir proje olup demokrasinin kurumsallaşmasının ekonomik, sosyal ve siyasal kararlılığını gösterecek siyasal iktidarın ve yasa koyucunun eylemlerine bağlıdır. Nitekim tarafsız medya ve bilinçli okur yaratma amacı ve bu yöndeki siyasalar, demokratik samimiyetin önemli bir ölçüsüdür.

KAYNAKÇA

- AHMAD, Feroz. "Demokrasiye İlk Adım", **Cumhuriyet Ansiklopedisi 1941-1960**, Cilt 2 YKY, 4.b., İstanbul:2003.
- ALEMDAR, Korkmaz. **Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar**, Afa Yayınları, İstanbul:1999.
- ALKAN, Ahmet Turan. "Medyaya Karşı Fert", **Türkiye Günlüğü**, 24 Güz 1993. ss.5-8..
- ALKAN, Türker. **Siyasal Bilinç ve Sosyal Değişim**, Gündoğan Basım, Ankara:1989.
- ALKAN, Türker & Doğu Ergil, **Siyaset Psikolojisi**, Turhan Kitabevi, Ankara:1980.
- ALLPORT, Floyd H. "Toward a Science of Public Opinion". **The Public Opinion Quarterly**, Vol.1, No.1, Jan., 1937, ss.7-23.
- ALLPORT, Floyd H. "Polls and the Science of Public Opinion", **The Public Opinion Quarterly**, Vol. 4, No. 2, June 1940, ss. 249-257.
- ALTHUSSER, Lois. **Yeniden Üretim Üzerine, İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları ile Birlikte, İthaki**, İstanbul:2006.
- ALVER, Füsün. "Niklas Luhmann'ın Hayatı", **Kadife Karanlık 2**, Su Yay., İstanbul:2006, ss.147-163.
- ARDIÇ, Engin, "Ofuna Of", **Sabah**, 6 Mart 2008
- ARIK, Bilal "Raymond Williams, Hayatı ve Kuramlarına Genel Bir Bakış", **Kadife Karanlık 2**, Su Yay., İstanbul:2006, ss.117-139.
- ARISTOTELES; **Politika**, Çev. Mete Tunçay, Remzi Kitabevi, 9.b., İstanbul: 2006.
- ATABEK Gülseren Şendur. **Medya Metinlerini Çözümleme**, Siyasal Kitabevi, Ankara:2007.
- AYSAN, Mustafa. **Atatürk'ün Ekonomi Politikası**, Sosyal Dönüşüm Yay., İstanbul:2000.
- BAKER, C. Edwin. "The Media That Citizens Need", **University of Pennsylvania Law Review**, Vol. 147, No. 2 ss. 317-408 Published by: The University of Pennsylvania Law Review, Dec., 1998.
- BAPOĞLU, Serdar. "Diñç Bilgin: Bir İmparatorluk Öyküsü", 20.12.2006, Erişim: www.biglook.com/Biglook_Guncel/TextExpress.html, (10.01.2007).
- BARBIER, Frédéric & Catherine Bertho Lavenir. **Diderot'dan İnternete Medya Tarihi**, Çev: Kerem Eksen), Okuyanüs Yay. İstanbul:2001.

- BARKER, Michael. "Mass Media and Social Movements ; A Critical Examination of the Relation Between the Mainstream Media and Social Movements", **Global Research**, 2008, Erişim:www.globalresearch.ca/index.php?context=va&aid=8761, (11.12.2009)
- BARNETT, Michael. Raymond Duvall, "Power in International Politics", **International Organization**, Vol. 59, No. 1 (Winter, 2005), ss. 39-75.
- BAUDRILLARD, Jean. **Simülakrlar ve Simülasyon**, Çev.Oğuz Adanır, DEU Yayınları, İzmir: 1998.
- BEKTAŞ, Arsev. **Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi**, Bağlam Yayınları, 2.b., İstanbul: 2000.
- BENNET, W.Lance. **Politik İllüzyon ve Medya**, Çev. Seyfi Say, 1.b., Nehir Yayınları, İstanbul:2000.
- BERNAYS, Edward L. "Attitude Polls-Servants or Masters?" **The Public Opinion Quarterly**, Vol. 9, No. 3. (Autumn, 1945), ss.264-268.
- BREED, Warren & Thomas Ktsanes. "Pluralistic Ignorance in the Process of Opinion Formation", **The Public Opinion Quarterly**, Vol. 25, No. 3, (Autumn, 1961), ss. 382-392
- CAIN, Bruce E. "Strategic Voting in Britain", **American Journal of Political Science**, Vol. 22, No. 3. (Aug., 1978), ss.639-655.
- CANETTI, Elias. **Kitle ve İktidar**, Çev.Gülşat Aygen, Ayrıntı Yay.2.b., İstanbul:2003
- CASTELLS, Manuel. **The Information Age: Economy, Society, and Culture: Volume I, The Rise of the Network Society**, Blackwell, 1996.
- CECI, Stephen J.& Edward L. Kain. "Jumping on the Bandwagon with the Underdog: The Impact of Attitude Polls on Polling Behavior", **The Public Opinion Quarterly**, Vol.46: 1982, ss.228-242.
- CHARTIER Roger, "Libraries without Walls", **Representations**, No. 42, Special Issue: Future Libraries. (Spring, 1993), ss. 38-52.
- CHILDS, Harwood L. **A Reference Guide to the Study of Public Opinion**, Princeton: Princeton University Press, 1934.
- CHOMSKY, Noam. **Medya Denetimi, İmediast Bildirgesi**, Tüzm zamanlar Yay., 2.b., İstanbul:1995.
- CHOMSKY, Noam. **Medya Gerçeği**, Çev.Abdullah Yılmaz, Tüzm zamanlar Yay., İstanbul:1993.
- CRESPI, Irving. "Polls as Journalism", **The Public Opinion Quarterly**, Vol. 44, No. 4, Polls and the News Media: A Symposium. (Winter, 1980), ss.462-476.
- CRUTCHFIELD Richard S. & David Krech. **Theory and Problems of Social Psychology**, McGraw-Hill, New York:1948.

- ÇETİN, Halis. "Liberalizmin Tarihsel Kökenleri", **CÜ İİBF Dergisi**, (3), 1, ss.79-96, 2002.
- ÇIĞ, Ünsal. "George Gerbner'in Kuramlarına Giriş", **Kadife Karanlık 2**, Su Yay., İstanbul, 2006, s.17-27.
- ÇÖLAŞAN, Emin. **Kovulduk Eyl Halkım Unutma Bizi**, Bilgi Yay., İstanbul:2007.
- DALBUDAK Şulecan, "Türkiye'de Basın İşletmeleri", Erişim:
www.dorduncukuvvetmedya.com/arsiv/sule.html (15.08.2008)
- DANIELS, Norman. "Merit and Meritocracy", **Philosophy and Public Affairs**, Vol. 7, No. 3. (Spring, 1978), ss. 206-223.
- DIJK, Teun A.van. "Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları", **Medya, İktidar, İdeoloji**, Der. Ve Çev. Mehmet Küçük, 3.b. Ankara: Bilim ve Sanat, 2005, ss.271-327.
- DJANKOV, Tatiana Nenova, Caralee McLiesh & Andrei Shleifer "Who Owns the Media?", **Journal of Law and Economics**, Vol. 46, No. 2 (Oct., 2003), ss. 341-381
- DURSUN, Çiler ve Korkmaz Alemdar. "İlan ve Reklam Gelirleri", **Medyanın Gücü ve Demokratik Kurumlar**, İstanbul: Afa Yayıncılık:1999.
- DUVERGER, Maurice. **Siyaset Sosyolojisi**, Çev.Şirin Tekeli, Varlık Yay., İstanbul:1996
- DUVERGER, Maurice. **Siyasi Partiler**, Çev. Ergün Özbudun, 4.b., Bilgi Yay., İstanbul:1993
- DUVERGER, Maurice. **Seçimle Gelen Krallar**, Kelebek Yay. İstanbul:1986
- EASTON, David. **A Systems Analysis of Political Life**. New York: John Wiley & Sons, 1965.
- ERCAN, Hasan. "Sendikasılaştırma Müdürlerden Başladı", 14.08.2002, Erişim:
<http://bianet.org/2002/08/14/12444.htm> (24.01.2008).
- EROĞUL, Cem. **Devlet Yönetimine Katılma Hakkı**, 2.b., İmge Kitabevi, Ankara:1999.
- FIELDS, James M. & Howard Schuman. "Public Beliefs About the Beliefs of the Public", **The Public Opinion Quarterly**, Vol. 40, No. 4. (Winter, 1976-1977), ss. 427-448.
- FLEITAS, Daniel W. "Bandwagon and Underdog Effects in Minimal-Information Elections", **American Political Science Review**, Vol.65, No:2, June 1973, ss.434-438
- FOUCAULT, Michael. **İktidarın Gözü**, Ayrıntı Yay. İstanbul:2003.
- FREEMAN, Charles. **Mısır, Yunan ve Roma Antik Akdeniz Uygarlıkları**, Çev.S.Kemal Angı, Dost Yay. Ankara:2005.

- GABRIEL Ralph H. "Review of Daniel J. Boorstin, *The Image: Or What Happened to the American Dream*", **The American Historical Review**, Vol. 68, No. 4. (Jul., 1963), ss.1076-1078.
- GALLUP, George & Saul Forbes Rae. "Is There a Bandwagon Effect?", **The Public Opinion Quarterly**, Vol. 4, No. 2. (Jun., 1940), ss.244-249.
- GALLUP George. "Polls and the Political Process-Past, Present, and Future" **The Public Opinion Quarterly**, Vol. 29, No. 4. (Winter, 1965-1966), ss. 544-549.
- GENOVA, B.K.L.& Bradley S. Greenberg, "Interests in News and the Knowledge Gap", **The Public Opinion Quarterly**, Vol. 43, No. 1. (Spring, 1979), ss. 79-91.
- GERAY Haluk. **İletişim ve Teknoloji, Uluslar arası Birikim Düzeninde Medya Politikaları**, Ütopya Yay., Ankara:2003.
- GERBNER, George. "Towards a General Model of Communication", **Audio-Visual Communication Review** 4; 1956, ss.177-199.
- GINSBORG, Paul. **Silvio Berlusconi: Television, Power And Patrimony**, Verso, London:2004.
- GLASER, William A.. "Television and Voting Turnout", **The Public Opinion Quarterly**, Vol. 29, No. 1. (Spring, 1965), ss. 85-95.
- GODKIN Edwin L. **Unforeseen Tendencies of Democracy**, Cambridge: Houghton, Mifflin & Co., 1898.
- GOIDEL, Robert K. & Todd G. Shields. "The Vanishing Marginals, the Bandwagon, and the Mass Media", **The Journal of Politics**, Vol. 56, No. 3. (Aug., 1994), ss.802-810.
- GOLDMAN, Eric. "Poll on the Polls," **The Public Opinion Quarterly**, 8, 1944, ss.461-467.
- GÖKÇE, Orhan. "İçerik Çözümlemesinin Sosyal Bilimlerdeki Yeri ve Önemi", **Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi**, cilt 7, Sayı 1-2, 1990, ss.87-98.
- GÜL, Songül Sallan. "Muhafazakârlık Tartışmaları ve Muhafazakâr Bir Gazete Olarak Zaman Gazetesi", **Mülkiye**, Cilt XXV, Sayı: 127, ss.155-170.
- HABERMAS, Jürgen. **Kamusal Yaşamın Yapısal Dönüşümü**, İletişim Yay. İstanbul, 1998.
- HENNESSY, Bernard C. **Public Opinion**, Wadsworth Publishing Co,California:1965.
- HENSHEL, Richard L & William Johnston. "The Emerge of Bandwagon Effects: A Theory", **The Sociological Quarterly**, Volume 28, No:4, 1987, ss.493-511.

- HOFFMAN, Nicholas Von. "Public Opinion Polls: Newspapers Making Their Own News?", **The Public Opinion Quarterly**, Vol. 44, No. 4, Polls and the News Media: A Symposium. (Winter, 1980), ss.572-573.
- HONG, Chew Soo & Kai A. Konrad. "Bandwagon Effects and Two-Party Majority Voting", **Journal of Risk and Uncertainty**, 16:2, 1998, ss. 165–172.
- HUNTINGTON, Samuel. P. & Jorge I. Domínguez. **Siyasal Gelişme**, S Yayınları, Ankara:1985.
- İNCEOĞLU, Yasemin Giritli. **Uluslararası Medya, Medya Eleştirileri**, Der Yay.İstanbul, 2004
- INNIS, Harold. **İmparatorluk ve İletişim Araçları**, Ütopya Yay., İstanbul, 2007.
- JACOBS, Lawrence R. & Robert Y. Shapiro; Presidential Manipulation of Polls and Public Opinion: The Nixon Administration and the Pollsters", **Political Science Quarterly**, Vol. 110, No. 4. (Winter, 1995-1996), ss. 519-538.
- JACOBS, Lawrence R. & Robert Y. Shapiro. **Politicians Don't Pander: Political Manipulation and the Loss of Democratic Responsiveness**, University of Chicago Press, 2000.
- JEANNENEY, Jean-Noel. **Başlangıçtan Günümüze Medya Tarihi**, Çev. Esra Atuk, YKY, 2.b., İstanbul:2006.
- KAIN, Edward L. "Jumping on the Bandwagon With the Underdog: The Impact of Attitude Polls on Polling Behavior ", **The Public Opinion Quarterly**, Vol. 46, No. 2, Summer, 1982, ss. 228-242.
- KARAYALÇIN, Yaşar. "Türk Hukukunda Şeref ve Haysiyetinin Korunması", **AÜHF Dergisi**, Cilt 19, Sayı 1, 1962, ss.251-275.
- KATZ, Daniel & Hadley Cantril. "Public Opinion Polls", **Sociometry**, Vol. 1, No. 1/2. ss. 155-179, Jul. - Oct., 1937.
- KEJANLIOĞLU, Beybin. **Türkiye'de Medyanın Dönüşümü**, İmge Kit., Ankara: 2004.
- KILIÇBAY, Mehmet Ali "Medya ve İktidar", **Siyasetsiz Siyaset**, İmge Kit.1998, ss.139-144.
- KILIÇBAY, Mehmet Ali "Siyasetsiz Siyaset", **Siyasetsiz Siyaset**, İmge Kit.1998, ss.232-236.
- KILIÇBAY, Mehmet Ali. "Medium Size Media", **Türkiye Günlüğü** 24/ Güz 1993, ss.18.21
- KIŞLALI, Ahmet Taner. **Siyaset Bilimi**, 5.b., İmge kitabevi, Ankara:2000.
- KIŞLALI, Ahmet Taner. **Siyasal Sistemler**, İmge kitabevi, Ankara:2000.

- KING, James & Jason McConnell. "The Cumulative Effect of Negative Campaign Advertising on Vote Choice" , The annual meeting of the APSA, Boston Marriott Copley Place, Sheraton Boston & Hynes Convention Center, Boston, Massachusetts, Aug 28, 2002.
- KLEINNIJENHUIS Jan & Ewald M. Rietberg. "Parties, Media, The Public And The Economy: Patterns Of Societal Agenda-Setting", **European Journal of Political Research** 28, ss.95-118, 1995.
- KÖKTENER, Aysun. **Bir Gazetenin Tarihi Cumhuriyet**, YKY, İstanbul 2004
- KOLOĞLOĞLU, Orhan."Liberal Ekonomi Düzeninde Basın Rejimi", **Yüzyıl Biterken Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi**, Cilt 11, İstanbul: İletişim Yayınları:1995.
- KRECH, David & Richard S. Crutchfield. **Sosyal Psikoloji Teori ve Problemler**, Ötüken Neşriyat, 1980.
- KURTZ, Paul. "Mediocracy" 23.04.1998, Erişim:www.csicop.org/articles/mediocracy/, (20.12.2007)
- KÜÇÜK, Mehmet., **Medya, İktidar, İdeoloji**, Ark Yayınları, Ankara:1999.
- LANE, Neal F. "Science and the American Dream", **Science**, Vol. 271, 23.02.1966.
- LASSWELL, Harold D. "Structure and function of communication in society", **The Communication of Ideas**. NY, The Ins. for Religious and Social Studies, 1948.
- LAZARFELD, Paul F. & Robert Merton. "Mass Communication, Popular Taste, and Organized Social Action", Lyman Bryson, ed. **Communication of Ideas**. New York: Harper & Brothers, ss.95-118, 1948.
- LANE, Neal F. "Science and the American Dream", **Science**, Vol. 271, 1966, ss.1037-1044
- LIPPMANN, Walter. **Public opinion**, Macmillan, New York:1960.
- LIPSKY, Michael. "Protest as a Political Resource." **American Political Science Review** 62, 1968, ss.1144-1158.
- LOCKE, John. **Hükümet Üzerine İkinci İnceleme**, Orj.Baskı: 1662, Çev.Fahri Bakırcı, Eabil Yay. 2004.
- LOWELL, A. Lawrence. **Public Opinion and Popular Government**, American Citizen Series, New York: Longmans, 1913.
- LUHMANN, Niklas.& Kertsin Behnke. "Speaking and Silence", **New German Critique**, No. 61, Special Issue on Niklas Luhmann, ss.25-37, Winter, 1994.
- MACHIAVELLI, Niccolo. **Prens**, Orj. Bas.1532, İstanbul:Oğlak Yayıncılık, 1999.

- MARSH, Catherine. "Back on the Bandwagon: The Effect of Opinion Polls on Public Opinion", **British Journal of Political Science**, Vol. 15, No. 1, Jan., 1985, ss.51-74.
- MAXWELL, Evereth, Malcolm McCombs & Donald L. Shaw, "The Agenda-Setting Function of Mass Media" **The Public Opinion Quarterly**, Vol.36, No.2. (Sum. 1972), ss. 176-187.
- McALLISTER, Ian & Donley T. Studlar. "Bandwagon, Underdog, or Projection? Opinion Polls and Electoral Choice in Britain, 1979-1987", **The Journal of Politics**, Vol.53, No.3, ss.720-741. Aug., 1991.
- McDONALD, Daniel G., Carrol J. Glynn, Sei-Hill Kim & Ronald E. Ostman, "The Spiral of Silence in The 1948 Presidential Election" **Communication Research**, Vol. 28, No. 2, ss.139-155, 2001.
- McGARVIE, Richard E. "Are We Lurching Towards 'Mediacracy'?" *The Age*, 12.05.2003, Erişim www.theage.com.au/articles/2003/05/12/1052591733187.html, (23.12.2007)
- McLUHAN, Marshall. **Yaradığımız Medya**, Çev.Ünsal Oskay, Merkez Kitapları, İstanbul: 2005.
- McLUHAN Marshall & Bruce R. Powers, **The Global Village, Transformations in World Life and Media in the 21st Century**, Oxford University Press, 1989.
- McQUAIL, Denis. "Media and Politics: The Role of Research", **Medya ve Siyaset Sempozyumu Kitabı Cilt II**, 15-17 Kasım 2007, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi, İzmir, XXIII-XIX
- McQUAIL, Denis. **İletişim Modelleri, Kitle İletişim Çalışmalarında**, Çev. Konca Yumlu, İmge Yay. Ankara:1997.
- MEYER, Thomas. **Medya Demokrasisi, Medya Siyaseti Nasıl Sömürgeleştirir**, Çev. Ahmet Fethi, İş Bankası Kültür Yay. İstanbul: 2002.
- MILBRATH, Lester. **Political Participation**, Chicago: Rand Mc Nally, 1965.
- MILBURN, Michael. **Sosyal Psikolojik Açından Kamuoyu ve Siyaset**, Çev. Ali Dönmez-Vali Duyan, İmge Kit., Ankara:1998.
- MILJAN, Lydia. "Reporting of Public Opinion Polls: Results of Local Polling published in the Windsor Star", Paper prepared for the ACPA Conference, June 2-5, 2005, London Ontario.
- MILL, John Stuart. On Liberty, Chapter 4, Orijinal Basım:1869, Erişim: http://ebooks.adelaide.edu.au/m/mill/john_stuart/m645o/chapter4.html, (20.10.2007).
- MILLER, Dale T. & Cathy, McFarland. "Pluralistic ignorance: When similarity is interpreted as dissimilarity", **Journal of Personality and Social Psychology**. Vol 53(2) ss.298-305, Aug.,1987.
- MILLS, C. Wright. **İktidar Seçkinleri**, Çev.Ünsal Oksay, Bilgi Yayınevi, Ankara:1974.

- MOLLAVEİSOĞLU Tuncay, "POAŞ Gerçeği 1-2", **Akşam**,15-16.10.2003
- MONTESQUIEU, Charles-Louis. **Kanunların Ruhü Üzerine**, Orijinal Basım: 1748, Çev. Fehmi Baldaş, İstanbul: Seç Yay. Dağ., 2004.
- MORRIS Richard B. **Seven, Who Shaped Our Destiny: The Founding Fathers as Revolutionaries**, Harper & Row, New York:1973.
- MUMCU, Uğur, **Tarikat, Siyaset, Ticaret**, Uğur Mumcu Bütün Yapıtları Dizisi, Tekin Yayınevi, Ankara: 1997.
- MUMCU, Uğur. "Alaturka Kapitalizm", **Cumhuriyet**, 23 Haziran 1982.
- MYATT, David s. "On the Theory of Strategic Voting", **Review of Economic Studies** (2007) 74, ss.255–281.
- NADEAU, Richard, Edouard Cloutier & J.H. Guay. "New Evidence About the Existence of a Bandwagon Effect in the Opinion Formation Process", **International Political Science Review**, Vol. 14, No. 2, ss.203-213, 1993.
- NAISBITT John, Megatrends 2000, Avon Books New York:1991
- NELSON, Thomas E., Rosalee A. Clausen & Zoe M. Oxley. "Media Framing of a Civil Liberties Conflict and Its Effect on Tolerance." **The American Political Science Review** 91, ss.567-83, 1997.
- NEWTON, Kenneth. "Mass media effects: Mobilization or media malaise?" **British Journal of Political Science**, 29, ss.577-600, 2002.
- NOELLE-NEUMANN Elisabeth. **Kamuoyu Suskunluk Sarmalının Keşfi**, Çev.M.Özkök, Dost Kit. Ankara:1993.
- NOELLE-NEUMANN Elisabeth. "Public Opinion and the Classical Tradition: A Re-Evaluation", **The Public Opinion Quarterly**, Vol. 43, No. 2., ss. 143-156, Summer, 1979.
- NORA Simon & Alain Minc **The computerization of society : a report to the President of France**, Cambridge, Mass. MIT Press, 1980 (orj.ad: L'informatisation de la Societe; La Documentation Franca ise 1978).
- OGBURN, W. F. & A. Goldweiser. **The Social Sciences and Their Interrelations.**, Boston: Houghton Mifflin Company, 1927.
- O'GORMAN, Hubert J. & Stephen L. GARRY. "Pluralistic Ignorance-A Replication and Extension", **The Public Opinion Quarterly**, Vol. 40, No. 4., ss. 449-458.Winter,1976-1977.

- OSGOOD, Charles E., George Suci & Percy H. Tannenbaum. **The measurement of Meaning**, 9th ed. 1975.
- ÖZBUDUN, Ergün. **Anayasa Hukuku**, 2.b. Anadolu Üniv. Açıköğretim Fak. Yay. Eskişehir:2004
- ÖZBUDUN, Ergun. **Türkiye’de Sosyal Değişme ve Siyasal Katılma**, AÜ Hukuk Fak. Yay. No:363, Ankara:1975
- ÖZEK, Çetin. **Basın Özgürlüğünden Bilgilenme Hakkına**, Alfa Basım, İstanbul:1999.
- ÖZER, İnan. “Medyanın Sosyal Değişime Etkileri”, 29 Mart 2001, Denizli, BYEGM www.byegm.gov.tr/seminerler/denizli_iv/denizli-4.htm (10.02.2007)
- ÖZÜERMAN, Tülay. “Yeni Totalitarizm”, **Cumhuriyet**, 3 Mart 2007
- ÖZÜERMAN, Tülay. **Türkiye İçin Nasıl Bir Anayasa**, Bilim Teknik Yayınevi, İstanbul:1992,
- PALMER, Paul A.“Ferdinand Tonnies's Theory of Public Opinion”, **The Public Opinion Quarterly**, Vol. 2, No. 4. (Oct., 1938), ss. 584-595.
- PARENTI, Michael. “Monopoly Media Manipulation”, **Mediterranean Quarterly**, Spring, 2002, ss.56-66.
- PARKINSON, C. Northcote. **Siyasal Düşüncenin Evrimi**, 2.b., Remzi Kitabevi, İstanbul:1986.
- PEER, Limor, Edward C. Malthouse & Bobby J.Calder. ”Estimating The Effect Of News Media Consumption On Political Participation” Paper presented at the 2003 Annual Meeting of the APSA, Philadelphia, PA, 27-31 August, 2003.
- PEKMAN, Cem. "Avrupa Standartları ve Radyo-TV Kanunu." **Ayna**. Yıl 1, 1994, no.3-4, Yaz-Güz, s.68-73.
- PETERSON, Theodore. “The Social Responsibility Theory of The Press”, **Four Theories of Press**, Fred S. Siebert, Theodore Peterson, Wilbur Schramm, 6nd ed., Illini Books Edition, Illinios:1971.
- PHILLIPS, Kevin P. **Mediacracy: American Parties And Politics In The Communication Age**, Doubleday, & Company, Inc., Garden City: 1975.
- PIERCE, Walter M. “Climbing on The Bandwagon”, **The Public Opinion Quarterly**, Vol. 4, No. 2. (June 1940), ss.241-245.
- POOL Ithiel De Sola, **Technologies Without Boundaries, on Telecommunications in a Global Age**, Harvard Univ. Press, 1990.
- POSTMAN, Neil. **Televizyon: Öldüren Eğlence**, Çev. Osman Akınhay, Ayrıntı Yay. 2004.

- PRICE, Vincent & John Zaller. "Who Gets The News? Alternative Measures of News Reception and Their Implications For Research", **Public Opinion Quarterly**, Summer 1993, Vol.53, No:2, ss.133-164.
- PRIEST, Susanna Hornig. "Public Discourse and Scientific Controversy ", **Science Communication**, Vol. 28, No. 2, ss.195-215, 2006.
- ROBERT, Hassan. **Media, Politics And The Network Society**, McGraw-Hill House, Berkshire:2004.
- ROGERS, Evereth M. & James W. Dearing. "Agenda-setting research: Where has it been? Where is it going?", **Communication Yearbook** 11, 1988, CA: Sage, ss.555-594.
- ROLAND Jon. Constitution Society, 2002, "John Swinton on The Independence Of The Press", Erişim: www.constitution.org/pub/swinton_press.htm, (22.09.2007)
- ROUSSEAU, Jean Jacques. **Toplum Sözleşmesi**, Orj.Basım: 1762, 3.b. Ankara: Öteki Yay., 1999.
- RUSSEL, Bertrand. **İktidar**, Cem Yayınevi, İstanbul:2002
- SARTORI, Giovanni. **Demokrasi Teorisine Geri Dönüş**, Yetkin Yay.:Ankara, 1996
- SARTORI, Giovanni. **Görmenin İktidarı**, Çev.Gül Batuş-Bahar Ulukan, İstanbul: İletişim Yayınları, 2004.
- SENETT, Richard. **Kamusal İnsanın Çöküşü**, Ayrıntı Yayınları, İstanbul:1996.
- SCHIFFRIN, André. "Funds for a wider range of voices, France's new model of media control", **La Monde Diplomatique**, 14.10.2007, <http://mondediplo.com/2007/10/14france>, (29.10.2007).
- SCHMIDT, Manfred G. **Demokrasi Kuramlarına Giriş**, Çev. M.Emin Köktaş, Vadi Yay., Ankara:2002.
- SHARLIN, Harold Issadore. "Review of Minc The computerization of society : a report to the President of France", **Technology and Culture**, Vol. 22, No. 2 (Apr., 1981), ss.352-354
- SIEBERT Fred S., Theodore Peterson & Wilbur Schramm. **Four Theories Of The Press**, 6th edition, University of Illinois Pres, 1971.
- SIMON, Herbert A. "Bandwagon and Underdog Effects and the Possibility of Election Predictions", **The Public Opinion Quarterly**, Vol. 18, No. 3., ss.245-246, Autumn, 1954.
- SKALABAN, Andrew. "Do the Polls Affect Elections? Some 1980 Evidence", **Political Behavior**, Vol. 10, No. 2. 1988, ss.136-150.

- SMITH, Jackie, John McCarthy, Clark McPhail & Boguslaw Augustyn. "From Protest to Agenda Building: Description Bias in Media Coverage of Protest Events in Washington", **Social Force**, 79:4, June 1, 2001, ss.1397-1423.
- SPEIER, Hans. "Historical Development of Public Opinion", **The American Journal of Sociology**, Vol. 55, No. 4., ss.376-388, Jan., 1950.
- SONENSHEIN, Raphael J. "The Bradley Effect ", **Politics in Black and White: Race and Power in Los Angeles** (Princeton University Press), 1993.
- STANCIU, Bogdan. "The Fourth Power: Mass Media and Campaign Finance in South Eastern Europe" Paper presented at the annual meeting of the The Midwest Political Science Association, Palmer House Hilton, 25.05.2009, Chicago, Illinois
- STEIGER, Paul E. "Going Online With Watchdog Journalism", Nieman Reports, Harvard Univ., Spring 2008, Erişim: <http://www.nieman.harvard.edu/reportsitem.aspx?id=100064> (12.11.2009)
- STEVENSON Nick, **Medya Kùltùrleri**, Ütopya Yay., İstanbul:2008.
- STONE, Deborah. **Policy paradox: The art of political decision making**. W.W. Norton & Company, Inc New York: 2002.
- STREET, John. **Politics and Technology**, The Guildford Press, New York, 1992
- TAYLOR, D. Garth. "Pluralistic Ignorance and the Spiral of Silence: A Formal Analysis", **The Public Opinion Quarterly**, Vol. 46, No. 3, (Autumn, 1982), ss. 311-335
- TANILLI, Server. **Dünyayı Değiştiren 10 Yıl**, 4.b., İstanbul:Alkım Yay.2007.
- TIBÎ, Bassam. **Islam Between Culture and Politics**, 2nd Ed. New York:Palgrave, 2005.
- TICHENOR, Phillip J., George. A. Donohue & Clarice N. Olien, "Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge", **The Public Opinion Quarterly**, Vol. 34, No. 2. (Summer, 1970), ss:159-170.
- TILLY, Charles."Changing Forms of Inequality", **Sociological Theory**, Vol.21, No.1 (2003), ss.31-36
- TILLY, Charles."Social Movements and (All Sorts of) Other Political Interactions - Local, National, and International - Including Identities", **Theory and Society**, Vol. 27, No. 4, Special Issue on Interpreting Historical Change at the End of the Twentieth Century (Aug., 1998), Springer, ss.453-480.
- TOPUZ, Hıfzı. **II.Mahmut'tan Holdinglere**, Türk Basın Tarihi, Remzi Kit. İstanbul:2003.

- TOCQUEVILLE, Alexis De. **Amerika'da Demokrasi**, Orj. Bas. 1835, Çev. Taner Timur, Türk Siyasi İlimler Derneği Yay. Siyasi İlimler Serisi-4, İstanbul: 1962.
- TOKGÖZ, Oya; **Siyasal Haberleşme ve Kadın**, Sevinç Matbaası, Ankara:1979.
- TURAN, Ertuğrul. "Küskün Tanrılar Uykusuz Ozanlar, İsimsiz Acılar", **Doğu Batı**, Yıl:10, Sayı:40, 2007.
- TURAN, İter. **Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış**, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi, İstanbul:1977.
- TURHAN, Mehmet. **Siyasal Elitler**, Gündoğan Yay. Ankara:1991.
- ULAGAY, Osman. "Reagan'ın Mirası Tartışılıyor", **Milliyet**, 14 Haziran 2004.
- VEDEL Georges. "Siyasetle İlgisizleşme, Efsane Mi Yoksa Realite Mi?" Çeviren: Hamide Topçuoğlu, **Ankara Hukuk Fakültesi 40. Yıl Armağanı**, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları No. 210, Ankara, 1966, Sayfa: 437-454.
- VIRILIO, Paul. **The Vision Machine**, Indiana University Press, 1994.
- VOLTMER, Katrin. **Mass Media And Political Communication in New Democracies**, Routledge, New York:2006
- WEST, Darrell M. "Polling Effects in Election Campaigns", **Political Behavior**, Vol. 13, No. 2. (Jun., 1991), ss.151-163.
- WHITTEN-WOODRING, Jenifer; "Watchdog or Lapdog? Media Freedom, Regime Type and Government Respect for Human Rights", **International Studies Quarterly**, 2009. (53), ss.595-625.
- WORCESTER, Robert M. "Pollsters, the Press, and Political Polling in Britain", **The Public Opinion Quarterly**, Vol. 44, No. 4, Polls and the News Media: A Symposium. (Winter, 1980), ss.548-566.
- YANARDAĞ, Merdan. **Fethullah Gülen Hareketinin Perde Arkası, Türkiye Nası Kuşatıldı? 35 yıllık yol arkadaşı Nurettin Veren Anlatıyor**, 7.b. Siyah Beyaz Kitap, İstanbul, 2007.
- YILDIZ, Nuran. "Demokrat Parti İktidarı ve Basın", AÜ **Siyasal Bilgiler Fak. Dergisi**, Cilt: 51, Sayı:1, ss.481-501.
- YUMLU, Konca. "İletişim Alanındaki Teknolojik Gelişmeler: Demokratikleşme ve Tekelleşme", EÜ İletişim Fakültesi, **Düşünceler**, Yıl:9, Sayı: 8, Şubat 1995, ss. 13-18
- YÜCEKÖK, Ahmet. **100 Soruda Türkiye'de Din ve Siyaset**, Gerçek Yay. İstanbul: 1976

ZALLER, John. "Political Awareness, Elite Opinion Leadership, and the Mass Survey Response." **Social Cognition** 8 (1990), ss.125-53.

ZALLER, John. "Information, Values, and Opinion" **American Political Science Review**, Vol.85, No:4, (12.1991), ss.1215-1248.

ZALLER, John. **The Nature and Origins of Mass Opinion**. Cambridge University Press, Cambridge:1992.

ZALLER, John: "A Simple Theory of the Survey Response: Answering Questions Versus Revealing Preferences", **American Journal Of Political Science**, Vol.36, No:3, (1992), ss.579-616.

ZALLER, John. "The Myth of Massive Media Impact Revived: New Support for a Discredited Idea." In **Political Persuasion and Attitude Change**. Edited by Diana C. Mutz, Paul M. Sniderman, and Richard A. Brody. (1996), ss.17-78.

Kurumsal Yayın, Rapor ve Açıklamalar:

Associated Press, "About Us", www.ap.org/pages/about/about.html, (16.04.2007)

BYEGM, "Dış Basında Türkiye AB İlişkileri", 23.12.2003, Erişim: .
www.byegm.gov.tr/yayinlarimiz/avrupabirligi/2003/12/23x12x03.htm, (25.12.2004).

Commission on Freedom of Press, Robert M. Hutchins vd., **A Free and Responsible Press, A General Report on Mass Communication**, Newspapers, Radio, Motion Pictures, Magazines and Books, The University of Chicago Illinois: 1947.

Cumhurbaşkanlığı, Devlet Denetleme Kurulu, "RTÜK Raporu", 26 Eylül 2003, Erişim:
www.cankaya.gov.tr/tr_html/DDK/rtuk.htm#VI_C, (12.10.2006)

Denizli Sosyal Hizmetler, "Küçükleri Muzır Neşriyattan Koruma Kanunu'nun Yürürlükten Kaldırılmış Hükümleri", Erişim: <http://denizlisosyalhizmetler.gov.tr/pdf/kanun/kmnk.pdf>, (10.12.2007)

Digithèque De Matériaux Juridiques Et Politiques, "Référendum sur la constitution de l'an III" (1795)
Erişim: <http://mjp.univ-perp.fr/france/ref1795.htm>, (16.05.2007).

Doğuş Grubu "NTV", Erişim: www.dogusgrubu.com.tr/tr/icerik/48/22, (13.03.2008)

Doğuş Grubu, "CNBC-e", Erişim: www.dogusgrubu.com.tr/tr/icerik/49/22/web_medya/cnbce/, (13.03.2008)

Forbes, "The World's Billionaires #73 Rupert Murdoch", 3.8.2007, Erişim:
www.forbes.com/lists/2007/10/07billionaires_Rupert-Murdoch_639W.html (17.1.2008)

- Forbes, "The Worlds Billionaires'#70 Silvio Berlusconi & his Family", 3.11.2009, Erişim: www.forbes.com/lists/2009/10/billionaires-2009-richest-people_Silvio-Berlusconi-family_EEPT.html, (17.12.2009)
- Forbes, "The World's Most Powerful People", 11.11.2009, Erişim: www.forbes.com/2009/11/11/worlds-most-powerful-leadership-power-09-people_land.html, (17.12.2009)
- Institute of Mass Communication and Media Research University of Zurich, "Worlds of Journalisms Project", Erişim: www.worldsofjournalisms.org, (16.11.2009)
- Lander University, "Introduction to Logic", Erişim: <http://philosophy.lander.edu/logic/popular.html>, (10.07.2007).
- Medyatava, 01.01.2007-07.01.2007 Arası Gazete Satış Raporu www.medyatava.net/tiraj.asp (10.01.2007)
- Primary Sources on Copyright (1450-1900), Licensing Act (parchment copy) (1662), eds L. Bently & M. Kretschmer, Erişim: www.copyrighthistory.org (16.04.2007).
- RTÜK, Yönetmelikler ve Tebliğler, Ankara, 1996.
- RTÜK, Basın Bildirisi, "ATV Televizyonunun, Üst Kurul nezdindeki izin ve lisansları ile kanal ve frekans kullanım hakları, Turkuvaz Radyo Televizyon Gazetecilik ve Yayıncılık A.ř. adına tescil edilmiştir.", 7 şubat 2008, Erişim: www.rtuk.gov.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=928828c4-ba8c-47ae-9420-5a3dbc1de34a, (08.02.2008)
- RTUK Basın Bildirileri, "Hakkari'de Meydana Gelen Terörist Saldırılarıyla İlgili Yayınların Men Edilmesine Karar Verilmiştir." www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=c952dcee-72d4-4c59-843a-18430726b57d, (23.10.2007)
- TMSF, " Bilgin ve Merkez Grubu Medya şirketlerinin Yönetim ve Denetimleri TMSF'ye geçti.", 1 Nisan 2007, Erişim: www.tmsf.org.tr/documents/ilanlar/tr/ba010407.pdf (10.10.2008).
- TRT, Kurumsal Kişi İçerik, "Adnan Öztrak", Erişim: www.trt.net.tr/Kurumsal/Kisilcerik.aspx?IcerikKodu=46586a9f-819f-4014-9847-a0f8284b2db8 (10.11.2007)
- TRT, Tarihçe, "1984", Erişim: www.trt.net.tr/wwwtrt/tarihce.aspx?Yil=1984 (20.03.2007)
- TÜİK, 20 Kasım 2007 ve TÜİK, Eylül 2009, Erişim : www.tuik.gov.tr/AltKategori.do?ust_id=2&ust_adi=Bilim%2C+Teknoloji+ve+Bili%FEim, (12.12.2007)

Türk Tarih Vakfı, "6-7 Eylül 1955, 50 Yıl Sonra", 1.9.2005,
Erişim: www.tarihvakfi.org.tr/haberayrinti.asp?ID=382. (03.04.2007)

Türk Telekom, "Hakkımızda", Erişim:
www.turktelekom.com.tr/tt/portal/TTHakkinda/KurumsalTanitim/Hakkinda, (20.06.2008).

Türkiye Gazeteciler Cemiyet, "Dünya Basın Özgürlüğü Günü", 2 Mayıs 2000, Erişim:
<http://byegm.gov.tr/ayintarihidetay.aspx?Id=118&Yil=2000&Ay=5>, (06.03.2007)

Virginia University Library, "Thomas Jefferson on Politics & Government", Erişim:
<http://etext.virginia.edu/jefferson/quotations/jeff1600.htm>, (06.09.2007)

World Statistics, Erişim: www.internetworldstats.com/stats.htm, (17.12.2009).

Sözlük ve Ansiklopediler:

"Assemblée Législative", Encyclopedia Britannica, Academic Edition, Erişim:
<http://search.eb.com/eb/article-9047642>, (12.05.2007).

"Etats-Generaux:", Encyclopædia Britannica, Academic Edition, Erişim::
<http://search.eb.com/eb/article-9033071>, (12.05.2007)

"Procrustes." Encyclopædia Britannica, Erişim www.britannica.com/eb/article-9061475/Procrustes
(20.03.2007)

The Unword Dictionary, "Mediacracy", Erişim: www.unwords.com/unword/mediacracy.html
(01.03.2007)

Collins English Dictionary & Thesaurus, "Medicore", 2nd Ed. HarperCollins:2006.

Cumhuriyet Ansiklopedisi 1923-1940, Cilt 1 YKY, 4.b., İstanbul:2003

Cumhuriyet Ansiklopedisi 1941-1960, Cilt 2 YKY, 4.b., İstanbul:2003

Cumhuriyet Ansiklopedisi 1981-2001, Cilt 4 YKY, 4.b., İstanbul:2003

Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, "TRT/ Televizyon", Cilt 10, İletişim Yayınları, 1985.

HANÇERLİOĞLU, Orhan. **Felsefe Ansiklopedisi, Kavramlar ve Akımlar** Cilt 3, Remzi Kitabevi,
İstanbul:1977.

Encyclopædia Britannica, Academic Edition, "Assemblée Législative", Erişim:
<http://search.eb.com/eb/article-9047642>, (12.05.2007)

Encyclopædia Britannica, Academic Edition, "Etats–Generaux", Erişim: <http://search.eb.com/eb/article-9033071> (12.05.2007).

Encyclopædia Britannica, Academic Edition, "Jacobbeans", Erişim: <http://search.eb.com/eb/article-9072074> (15.05.2007)

Online Etymology Dictionary, "Cynic" Erişim: www.etymonline.com/index.php?term=cynic, (20.03.2007)

Online Etymology Dictionary, "Public", Erişim: www.etymonline.com/index.php?term=public, (13.01.2007)

TDK, "Kamu", Erişim:

www.tdk.gov.tr/TR/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B2EF4376734BED947CDE&Kelime=kamu, (12.01.2007)

TDK, "Kamuoyu" Erişim:

www.tdk.gov.tr/TR/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B2EF4376734BED947CDE&Kelime=kamuoyu, (12.01.2007)

Gazeteler ve Dergiler:

Akşam, 15-16 Ekim 2003

Akşam, "Siirtli Medya Patroniçesi", 24 Aralık 2006.

Akşam, "Bu Rezalete İzin Vermeyin", 12 Eylül 2007

Akşam, "Koza İpek Holding, medyaya adım attı", 16 Kasım 2005

Cumhuriyet, "Medyada Tekelleşme İzni", 4 Haziran 2003.

CNNTURK, "Alman Medya Devi Doğan Medyaya Ortak Oldu", 16.11.2006,

www.cnnturk.com/2006/ekonomi/sirketler/11/16/alman.medya.devi.dogan.tvye.ortak.oldu/260312_0/index.html (25.11.2006)

Cumhuriyet, 19 Mart 1955

Cumhuriyet, "Kahraman Türk ordusu bütün memlekette dün gece sabaha karşı idareyi ele aldı", 27 Mayıs 1960

Devrim Dergisi, "Enerji Savaşları Kıskaçında Türkiye", Mart-Nisan 2006, 21 Nisan 2006, Erişim:

www.sendika.org/yazi.php?yazi_no=5861, (12.10.2007)

Gerçek Gündem, "Sabah'ta Yeni AKP Skandalı", 19.07.2007, Erişim:
www.gercekgundem.com/index.php?p=75969, (10.02.2008)

Haber 5, "Barlas:Üç Yıllık Transfer Ücretimi Peşin Aldım", 2 Mart 2008. Erişim:
www.haber5.com/archive_details?id=309788, (05.03.2008)

Haber 7, "Fox Tv'nin, 4 Türk ortağı belli oldu", 06 Nisan 2007, Erişim:
www.haber7.com/haber/20070406/Fox-Tvnin-4-Turk-ortagi-belli-oldu.php, (20.04.2007)

Milliyet, "Barlas, Transfer Ücretini İade Etti", 29 Mart 2008.

Milliyet, "Şevket Bilgin'in kızı Sabah ve Atv'nin Satışına Dava Açtı" 2 Şubat 2008

Milliyet, "Çalık Grubu, ATV - Sabah için yabancı Ortak Arayışında", 16 Ocak 2008

Hürriyet, Soner Yalçın, "Bir Gazetenin Çarpıcı Hikâyesi", 8 Nisan 2007.

Hürriyet, "TPAO Müdürü ÇALIK'a Transfer Oldu", 27 Mart 2007.

Hürriyet, "Birleşmelerin Önü Açıldı", 4 Haziran 2003.

Hürriyet, 28 Ağustos 1955

Milliyet, "Başbakan'a Yayın Durdurma Hakkı", 30 Aralık 2007

Milliyet, "Danıştay Yayın Yasağını Durdurdu", 25 Ekim 2007

NTV, 21 Şubat 2008 tarihli Yorum Farkı Program Metni", Irak Operasyonu ve Başbakanın Öfkesi",
Erişim: www.ntvmsnbc.com/ntv/metinler/Yorum_Farki/subat_2008/21.asp, (20.03.2008)

NTVMSNBC,"Erdoğan: AK PARTİ Bir Merkez Partisidir", 13 Haziran 2007, Erişim:
<http://arsiv.nTVmsnbc.com/news/410987.asp>, (14.06.2007).

Radikal, "Star'ı Aldı, Gözü Emlakta", 26 Ocak 2006.

Radikal, "RTÜK için Acil Toplantı", 12 Temmuz 2005.

Sabah, "En Kötüsü Yanağı Okşanan Gazeteci Olmak", 4 Mart 2007.

Stargazete, "Vatan'ın Aydın Doğan'a Satılmasına Şartlı Onay", 13 Mart 2008

Tercüman, "Cemaat Medyada Büyüyor", 23 Mart 2003

The Independent, "Election '97: Last-minute rescue by cavalry of 'don't knows' is a party myth",
(London, England), 7 Nisan 1997

Tübider Bilişim Dergisi, "Türkiye'de İnternet kullanımı Artıyor", 15 Kasım 2007,
www.tubiderbd.com/index.php?module=news&news_id=7164&cat_id=4 , (15.12.2007)

Vatan, "RTÜK Başkanı'nın 3 Yıl Hapsi İsteniyor", 29 Eylül 2007.

Zaman, 14 Mayıs 2007, İzmir Baskısı

Yasalar, Sözleşmeler ve Diğer Belgeler

15.06.1215, Magna Carta Libertatum (Büyük Özgürlükler Sözleşmesi), Tam metni için erişim: Yale Üniversitesi, www.yale.edu/lawweb/avalon/medieval/magframe.htm,

1689, English Bill Of The Rights (İngiliz İnsan Hakları Bildirisi) (1689), Tam metin için erişim;
www.yale.edu/lawweb/avalon/england.htm

26.08.1789, "Déclaration des Droits de l'homme et du citoyen du 26 août 1789" Fransız Anayasa Komisyonu, Erişim Adresi: www.conseil-constitutionnel.fr/textes/d1789.htm, İngilizcesi için bkz:
www.conseil-constitutionnel.fr/langues/anglais/cst2.pdf (12.05.2007)

03.09.1791, "The Constitution of 3 September 1791", Erişim Adresi:
http://sourcebook.fsc.edu/history/constitutionof1791.html (12.05.2007)

24.06.1793, "La Constitution Du 24 Juin 1793", Fransız Anayasa Komisyonu, Erişim Adresi
www.conseil-constitutionnel.fr/textes/constitution/c1793.htm (15.05.2007)

1795 Tarihli Fransız Anayasa Referandumunu, Référendum sur la constitution de l'an III (1795)
<http://mjp.univ-perp.fr/france/ref1795.htm> (15.05.2007)

22.08.1795, "Constitution de 1795 Directoire 1ere République, 5 Fructidor an III (22 Août 1795)",
www.roi-president.com/bio/bio-fait-constitution+de+1795+directoire+1ere+republique+.html,
(18.05.2007)

13.12.1799, "Constitution of December 13, 1799" (23 Frimaire, Year VIII) Erişim adresi: www.napoleon-series.org/research/government/legislation/c_constitution8.html (18.05.2007)

28.04.1909 Tarihli Matbuat Kanunu

7 Ekim 1923 Tarihli TBMM Bakanlar Kurulu Kararnamesi

20 Nisan 1924 Tarihli 1924 Anayasası

04.03.1925 Takrir-i Sükûn Kanunu

17.02.1926 tarih 756 Sayılı Ceza Kanunu

21.06.1927 Tarihli ve 1117 Sayılı Küçükleri Muzır Neşriyattan Koruma Kanunu

19.10.1930 Tarihli İtalyan Ceza Yasası (Codice Rocco)ç

15.07.1931 Tarih ve 1881 Sayılı Matbuat Kanunu.

29.06.1938 Tarih ve 3531 Sayılı, Ceza Kanunu'nda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun.

15.07.1950 Tarih ve 5680 Sayılı Basın Kanunu.

13.06.1952 Tarih ve 5953 Sayılı Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanunun

09.03.1954 Tarih ve 6334 Sayılı Neşir Yoluyla veya Radyo ile İşlenecek Bazı Cürümler Hakkındaki Kanun.

07.06.1956 Tarih ve 6732 Sayılı Neşir Yoluyla veya Radyo ile İşlenecek Bazı Cürümler Hakkında Kanunda Değişiklik Yapan Kanun.

02.01.1961 Tarih ve 195 Sayılı Basın İlan Kurumu Teşkiline Dair Kanun

09.07.1961 Tarih ve 334 Sayılı TC Anayasası

04.05.1964 Tarihli ve 7/3018 Sayılı Kararname

13.05.1971 Tarih ve 1402 Sayılı Sıkıyönetim Kanunu

02.10.1981 Tarih ve 2531 Sayılı Kamu Görevlerinden Ayrılanların Yapamayacağı İşler Hakkında Kanun

07.11.1982 Tarih ve 2709 Sayılı TC Anayasası

05.04.1983 Tarih ve 2813 Sayılı Telsiz Kanunu

05.05.1983 Tarih ve 2822 Toplu İş Sözleşmesi Grev ve Lokavt Kanunu.

05.05.1983 Tarih ve 2821 Sayılı Sendikalar Kanunu.

10.11.1983 Tarih ve 83/7376 Numaralı İş Kolları Tüzüğü.

11.11.1983 Tarih ve 2954 Sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu

06.03.1986 Tarih ve 3266 Sayılı Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapan Kanun

12.01.1989 Tarih ve 3517 Sayılı Radyo ve Televizyon Verici İstasyonlarının Posta Telgraf ve Telefon İşletmesi Genel Müdürlüğü Tarafından Kurulması ve İşletilmesi Hakkında Kanun

05.05.1989 Avrupa Sınır-ötesi Televizyon Sözleşmesi

12.04.1991 tarih ve 3713 sayılı Terörle Mücadele Kanunu

04.11.1993 Tarih ve 3915 Sayılı Avrupa Sınır-ötesi Televizyon Sözleşmesinin Uygun Bulunduğuna Dair Kanun

05.05.1983 Tarih ve 2822 Sayılı Toplu İş Sözleşmesi Grev ve Lokavt Kanunu

05.05.1983 Tarih ve 2821 Sayılı Sendikalar Kanunu, 10.11.1983 Tarih ve 83/7376 numaralı İş Kolları Tüzüğü

06.03.1986 Tarih ve 3266 Sayılı, 1117 Sayılı Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun

13.04.1994 Tarih ve 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun

10.04.2001, Danıştay, İçtihat Birleştirme Kurulu Karar Yılı 2001- Karar No:4.

07.06.2001 tarih ve 4676 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun.

18.06.2001, Cumhurbaşkanlığı B.01.0.KKB.01, Kan.Kar. : 39-18/A-1-2001-427, TBMM'ye geri gönderme gerekçesi

09.04.2002 Tarih ve 4748 Sayılı Çeşitli Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun (2. Uyum Yasaları Paketi)

15.05.2002 Tarih ve 4756 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş Ve Yayınları Hakkında Kanun, Basın Kanunu, Gelir Vergisi Kanunu İle Kurumlar Vergisi Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun

03.08.2002 Tarihli ve 4771 Sayılı Çeşitli Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun (3. Uyum Paketi)

02.01.2003 Tarihli ve 4778 Sayılı Çeşitli Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun (4. Uyum Paketi)

12.06.2003 Tarih ve 4903 Sayılı Çeşitli Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun, (6. Uyum Paketi)

26.04.2004 Tarihli ve 5187 Sayılı Basın Kanunu

26.09.2004 Tarihli ve 5237 Sayılı Türk Ceza Kanunu

18.06.2005 Tarih ve 25849 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu
Tarafından Ticari ve İktisadi Bütünlük Oluşturan Mahcuzların Satışına İlişkin Yönetmelik

19.10.2005 Tarih ve 5411 Sayılı Bankacılık Kanunu

31.05.2006 Tarih ve 5510 Sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu.

05.07.2007 Tarih ve 5373 Sayılı Radyo Ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanunda
Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun

17.04.2008 Tarih ve 5754 Sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu ile Değişiklik
Yapılmasına Dair Kanun.

EKLER

EK-I. : 1. Uygulama Öğrenci Anketi Örneği

Sayın Katılımcı,

Bu anket çalışması sadece bilimsel bir çalışmada kullanılmak üzere uygulanmaktadır. Bir test değildir. Doğru ya da yanlış cevap bulunmamaktadır. Verdiğiniz cevaplar arasında kimliğinize dair sorular yer almamaktadır. Cevaplarınızın size herhangi bir etkisi bulunmayacaktır. Mümkün olduğunca size en uygun cevabı veriniz. Toplam 40 soru bulunmaktadır. Yardımınız için teşekkür ederiz.


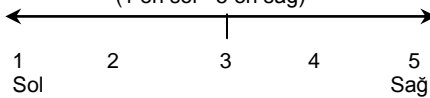
- 1) Ne kadar sıklıkta gazete okursunuz?
 - a) Her gün
 - b) Hafta 3-4 kez
 - c) Sadece hafta sonları
 - d) Ayda bir iki kez,
 - e) Hiç gazete okumam (3.soruya geçiniz)
- 2) İnternette ya da basılı olarak, hangi gazete ve gazeteleri okursunuz, öncelik sırasına göre yazınız.

Aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi işaretleyiniz.

- 3) Gazete okurken siyasal haberleri öncelikle okurum.
 - a) Hiçbir zaman
 - b) Çok ender (gündeme bağlı olarak)
 - c) Ara sıra
 - d) Oldukça sık
 - e) Her zaman
- 4) Özellikle siyasal konularda yazan beğendiğim köşe yazarları için gazete alırım ve önce onları okurum.
 - a) Hiçbir zaman
 - b) Çok ender (gündeme bağlı olarak)
 - c) Ara sıra
 - d) Oldukça sık
 - e) Her zaman
- 5) Ortalama olarak günde kaç saat televizyon izlersiniz?
 - a) Hiç televizyon izlemem
 - b) 2 saatten az
 - c) 2 – 4 saat
 - d) 4 – 6 saat arası
 - e) 6 saat ve üstü
- 6) Hangi televizyon kanallarını izlersiniz? Sizin için öncelik sırasına göre yazınız.

.....
7) ,Televizyonda en çok hangi programları seyredersiniz? Sizin için öncelik sırasına göre yazınız.

-
- 8) Ortalama olarak günde kaç saat internete girersiniz?
 - a) Hiç internete girmem (Soru 12'ye geçiniz)
 - b) 2 saatten az
 - c) 2 – 4 saat

- d) 4 – 6 saat arası
- e) 6 saat ve üstü
- 9) İnternette siyasal parti, siyasal forum, tartışma gibi siyasal içerikli siteleri ziyaret ediyor musunuz?
 - a) Evet
 - b) Hayır
- 10) Siyasal içerikli e-postaları okur ve başkalarına iletir misiniz?
 - a) Okumadan silerim
 - b) Sadece okurum ve sonra silerim
 - c) Okurum ve saklarım
 - d) Okurum arkadaşlarıma/yakınlarıma iletirim
 - e) Okurum, başkalarına iletirim ve aynı zamanda günlük hayatta tartışırım
- 11) İnternette siyasal konularda konuşurken kendimi günlük hayattan daha güvenli olarak hissediyor musunuz?
 - a) Hiçbir zaman
 - b) Çok ender (gündeme bağlı olarak)
 - c) Ara sıra
 - d) Oldukça sık
 - e) Her zaman
- 12) Siyasal hayatla ilgili gelişmeleri en çok hangi kanaldan ediniyorsunuz. En sık kullandığınıza 1 vererek sıralayınız.
 - a) TV() b) Gazete () c) İnternet ()
 - d) Aile ve Arkadaşlar () e) Radyo ()
 - f) Diğer ().....
- 13) Şu an mecliste bulunan partileri yazınız.
 - a) Bilmiyorum
 - b) Bildiğinizi yazınız:
- 14) Bir sonraki cumhurbaşkanlığı seçimi ne zaman olacaktır?
 - a) Bilmiyorum
 - b) Bildiğinizi yazınız:
- 15) 1982 Anayasası'na göre TC Cumhurbaşkanını kim seçer?
 - a) Bilmiyorum
 - b) Bildiğinizi yazınız:
- 16) Bir yönetimin demokratik sayılabilmesi için gerekli ilk üç özelliği sizce nedir, sizin belirleyeceğiniz önem sırasına göre yazınız (daha fazla da yazabilirsiniz):
 - a)
 - b)
 - c)
- 17) Siyasal duruşunuzu tanımlamanız gerekirse siyasal yelpazenin neresinde yer alırdınız, bulunduğunuz yerin rakamını daire içine alınız. (1 en sol - 5 en sağ)

- 18) Son seçimlerde hangi partiye oy verdiniz?
 - a) Oy vermedim
 - b)Yazınız:
- 19) Önümüzdeki seçimlerde hangi partiye oy vermeyi düşünüyorsunuz?
 - a) Kararsızım (Soru 23'e geçiniz)
 - b)Yazınız:
- 20) Sizce bu partinin siyasal duruşunu tanımlamanız gerekirse siyasal yelpazenin neresinde yer almaktadır, bulunduğunuz yerin rakamını daire içine alınız (1 en sol - 5 en sağ)


- 21) Bu partiye oy vermede ne kadar kararlı olduğunuzu belirtiniz.
a) Oldukça kararlıyım
b) Kararlıyım
c) Kararsızım
d) Kararlı değilim
e) Kesinlikle kararlı değilim
- 22) Sizce bu parti için neler yapabileceğiniz sorulursa aşağıda yazılı olanlardan en çok hangisini yapmak isterdiniz?
() Genel tartışmalara katılıp parti lehine konuşurum
() Partinin rozetini takarım
() Parti toplantılarına dinleyici olarak katılırım
() Tanımadığım insanların kapısını çalarak partinin propagandasını yaparım.
() Partinin toplantılarında tartışmalara katılır, önemli bulduğum şeyler hakkında görüş bildiririm
() Partinin görüşlerini, başka partilerin toplantılarında da savunurum
() Tercih ettiğim parti için bunların hiçbirini yapmazdım.
- 23) Gerekli sayısal çoğunluğu yakalamış bir partinin, muhalefete rağmen, Cumhurbaşkanı'nı tek başına belirlemesini demokratik buluyor musunuz?
a) Kesinlikle demokratiktir
b) Demokratiktir
c) Fark etmez –Fikrim yok
d) Demokratik değildir.
e) Kesinlikle demokratik değildir.
- 24) Önümüzdeki milletvekili seçimlerini sizce hangi parti kazanacak, en çok oyu hangi parti alacak?
Yazınız:.....
- 25) Bu partinin en çok oyu alacak parti olacağına ne kadar emin olduğunuzu belirtiniz.
a) Oldukça eminim
b) Eminim
c) Kararsızım
d) Emin değilim
e) Kesinlikle emin değilim
- 26) Sizce ideal olarak medyanın işlevleri neler olmalıdır?
() Eğlendirmek
() Oyalamak
() Haber vermek, gelişmelerden bilgilendirmek
() Eğitmek
() Ürün tanıtmak
() Siyaseti yönlendirmek
- 27) Günümüzde medyanın asıl işlevlerini seçiniz, sizin açınızdan rakam vererek sıralayınız. (İstediklerinizi seçebilirsiniz, ekleyebilirsiniz.)
() Eğlendirmek
() Oyalamak
() Haber vermek, gelişmelerden bilgilendirmek
() Eğitmek
() Ürün tanıtmak
() Siyaseti yönlendirmek
- 28) Sizce siyasal yargılarınızın değişiminde medyanın etkisi var mıdır?
a) Hayır hiç etkisi yok
b) Biraz etkili
c) Bilmiyorum
d) Etkili
e) Oldukça etkili
- 29) Türk medyasını genel olarak düşündüğünüzde sizce hangi partiye daha çok yer veriliyor? Yazınız:
- 30) Genel olarak medyada okuduğunuz duyduğunuz siyasal haberler kendinizi olumsuz yönde nasıl hissettiriyor? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)
a) Tehdit edici
b) Endişe verici
c) Huzursuz edici
d) Etkilemiyor
- Medyanın mesajları ile ilgili aşağıdaki cümlelere katılma derecenizi belirtiniz.
- 31) Televizyonda siyasal haberleri öncelikle dikkatimi çeker ve takip ederim.
a) Tamamen Katılıyorum
b) Katılıyorum
c) Kararsızım
d) Katılmıyorum
e) Kesinlikle Katılmıyorum
- 32) Medyanın haber ve programlarında siyasal konularla ilgili söyledikleri etkili değildir
a) Tamamen Katılıyorum
b) Katılıyorum
c) Kararsızım
d) Katılmıyorum
e) Kesinlikle Katılmıyorum
- 33) Medyanın haber ve programlarında siyasal konularla ilgili söyledikleri çoğunlukla gerçektir.
a) Tamamen Katılıyorum
b) Katılıyorum
c) Kararsızım
d) Katılmıyorum
e) Kesinlikle Katılmıyorum
- 34) Medyanın haber ve programlarında siyasal gelişmelerle ilgili söyledikleri çoğunlukla yüzeyseldir.
a) Tamamen Katılıyorum
b) Katılıyorum
c) Kararsızım
d) Katılmıyorum
e) Kesinlikle Katılmıyorum
- 35) Cinsiyet: a) Kadın b) Erkek
- 36) Doğum yılı :
- 37) Eğitim Düzeyi (ikinci üniversite ise işaretleyiniz)
a) Lisans 1. sınıf b) Lisans 2. Sınıf
c) Lisans 3.sınıf d) Lisans 4.sınıf
e) Lisans uzatmada () İkinci Üniversite
- 38) Medeni Durum
a) Evli b) Bekâr c) Boşanmış d) Eşi Ölmüş e) Ayrı
- 39) Aylık ortalama aile içi (hane için) gelirinizi
a) 500 YTL ve altı b)500-1000 YTL arası
c) 1000-2000 YTL arası d)2 000-5000 YTL Arası
e) 5.000 YTL ve üstü
- 40) Aileniz nüfus yoğunlu bakımından nerede yaşamaktadır?
a)20.000 ve altı (köy, kasaba)
b)20.000 - 200.000 (küçük şehir)
c)200.000- 500.000 arası (Orta büyüklükte şehir)
d)500 bin -3 milyon arası (Büyükşehir)
e)3 milyon ve üstü (Ankara-İzmir-İstanbul)

EK-II. : 2. Uygulama Personel Anketi Örneği

Sayın Katılımcı,

Bu anket çalışması sadece bilimsel bir çalışmada kullanılmak üzere uygulanmaktadır.

Bir test değildir. Doğru ya da yanlış cevap bulunmamaktadır. Verdiğiniz cevaplar arasında kimliğinize dair sorular yer almamaktadır. Cevaplarınızın size herhangi bir etkisi bulunmayacaktır. Mümkün olduğunca size en uygun cevabı veriniz. Toplam 30 soru bulunmaktadır. Yardımınız için teşekkür ederiz.

1) Ne kadar sıklıkta gazete okursunuz?

- a) Her gün
- b) Hafta 3-4 kez
- c) Sadece hafta sonları
- d) Ayda bir iki kez,
- e) Hiç gazete okumam (5.soruya geçiniz)

2) İnternette ya da basılı olarak, hangi gazete ve gazeteleri okursunuz, aşağıda alfabetik sıradaki gazetelerden takip ettiklerinizden en fazla 5'ini sizin için öncelik sırasına göre sıralayınız.

- () Cumhuriyet
- () Hürriyet
- () Haberturk (internette)
- () Milliyet
- () Ntvmsnbc (internette)
- () Posta
- () Radikal
- () Tercüman
- () Türkiye
- () Vatan
- () Yeni Şafak
- () Zaman
- () Sizin ekleyeceğiniz :

Aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi işaretleyiniz.

3) "Gazete okurken siyasal haberleri öncelikle okurum."

- a) Hiçbir zaman
- b) Çok ender (gündeme bağlı olarak)
- c) Ara sıra
- d) Oldukça sık
- e) Her zaman

4) "Özellikle siyasal konularda yazan beğendiğim köşe yazarları için gazete alırım ve önce onları okurum."

- a) Hiçbir zaman
- b) Çok ender (gündeme bağlı olarak)
- c) Ara sıra
- d) Oldukça sık
- e) Her zaman

5) Ortalama olarak günde kaç saat televizyon izlersiniz?

- a) Hiç televizyon izlemem (Soru 8'e geçiniz)
- b) 2 saatten az
- c) 2 – 4 saat
- d) 4 – 6 saat arası
- e) 6 saat ve üstü

6) Haberleri göz önüne aldığınızda aşağıdaki hangi televizyon kanallarını izlersiniz?

Alfabetik sırada yer alan kanallardan takip ettiklerinizi, sizin için öncelik sırasına göre sıralayınız. (Eksik varsa ekleyebilirsiniz)

- () ATV
- () CNN Turk
- () Haber Turk
- () Kanal D
- () NTV
- () Samanyolu
- () Show Tv
- () Star
- () TRT
- () TV 8

7) Ortalama olarak günde kaç saat internete girersiniz?

- a) Hiç internete girmem (Soru 10'a geçiniz)
- b) 2 saatten az
- c) 2 – 4 saat
- d) 4 – 6 saat arası
- e) 6 saat ve üstü

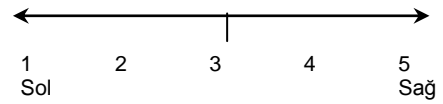
8) Siyasal hayatla ilgili gelişmeleri en çok hangi kanaldan ediniyorsunuz?

En sık kullandığınıza 1 vererek sıralayınız.

- () Aile ve Arkadaşlar
- () Gazete
- () İnternet (Basılı Gazete ve Televizyon Web Sayfaları Hariç)
- () Tv ()
- () Radyo ()
- () Diğer (yazınız:).....

9) Siyasal duruşunuzu tanımlamanız gerekirse siyasal yelpazenin neresinde yer alırdınız, bulunduğunuz yerin rakamını daire içine alınız.

(1 en sol - 5 en sağ)



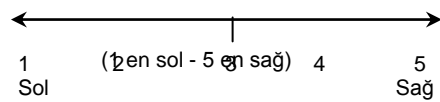
10) Son seçimlerde hangi partiye oy verdiniz?

- a) Oy vermedim
- b) Yazınız:

11) Önümüzdeki seçimlerde hangi partiye oy vermeyi düşünüyorsunuz?

- a) Kararsızım (Soru 15'e geçiniz)
- b) Yazınız:

12) Sizce bu partinin siyasal duruşunu tanımlamanız gerekirse siyasal yelpazenin neresinde yer almaktadır, bulunduğu yerin rakamını daire içine alınız



13) Bu partiye oy vermede ne kadar kararlı olduğunuzu belirtiniz.

- a) Oldukça kararlıyım
- b) Kararlıyım
- c) Kararsızım
- d) Kararlı değilim
- e) Kesinlikle kararlı değilim

14) Sizce bu parti için neler yapabileceğiniz sorulursa aşağıda yazılı olanlardan en çok hangisini yapmak istersiniz?

- () Genel tartışmalara katılıp parti lehine konuşurum
- () Partinin rozetini takarım
- () Parti toplantılarına dinleyici olarak katılırım

- () Tanımadığım insanların kapısını çalarak partinin propagandasını yaparım.
() Partinin toplantılarında tartışmalara katılır, önemli bulduğum şeyler hakkında görüş bildiririm
() Partinin görüşlerini, başka partilerin toplantılarında da savunurum
() Tercih ettiğim parti için bunların hiçbirini yapmazdım.

15) Son 3 ay içerisinde oyunuzla ilgili olarak fikrinizi değiştirdiniz mi?
a) Evet
b) Hayır (Soru 17'ye geçiniz)

16) Bu konuda sizi en çok etkileyen kaynağa 1 vererek sıralayınız.
() Aile ve Arkadaşlar
() Gazete
() İnternet
() Tv ()
() Radyo ()
() Diğer (yazınız):.....

17) Önümüzdeki milletvekili seçimlerde sizce sıralama nasıl olacak, en çok oyu hangi parti alacak?

1. sırada (....)
2. sırada (....)
3. sırada (....)

18) Birinci sırada yer alan bu partinin en çok oyu alacak parti olacağına ne kadar emin olduğunuzu belirtiniz.
a) Oldukça eminim
b) Eminim
c) Kararsızım
d) Emin değilim
e) Kesinlikle emn değilim

19) Sizce seçim zamanı yaklaştıkça hangi parti en çok oy kaybetmektedir, belirtiniz.
Yazınız:

20) Sizce seçim zamanı yaklaştıkça en çok hangi partinin oyu artmaktadır, belirtiniz.
Yazınız:

21) Sizce siyasal yargılarınızın değişiminde medyanın etkisi var mıdır?
a) Hayır hiç etkisi yok
b) Biraz Etkili
c) Bilmiyorum
d) Etkili
e) Oldukça etkili

22) Türk medyasını genel olarak düşündüğünüzde sizce 14 Nisan Mitingi ile ilgili olarak tutumu nasıldı?
a) Çok abartıldı
b) Abartıldı
c) Gerektiği kadar yer verildi
d) Gerektiğinden az yer verildi
e) Gerektiğinden çok az yer verildi.

23) Genel olarak medyada okuduğunuz duyduğunuz siyasal haberler kendinizi olumsuz yönde nasıl hissettiriyor? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)
a) Etkilemiyor
b) Huzursuz edici
c) Endişe verici

e) Tehdit edici

24) Gereklisi sayısal çoğunluğu yakalamış bir partinin, muhalefete rağmen, Cumhurbaşkanı'nı tek başına belirlemesini demokratik buluyor musunuz?
a) Kesinlikle demokratiktir
b) Demokratiktir
c) Fark etmez –Fikrim yok
d) Demokratik değildir.
e) Kesinlikle demokratik değildir.

25) Cinsiyet: a) Kadın b) Erkek
26) Doğum Yılı:

27) Eğitim Düzeyi (ikinci üniversite ise işaretleyiniz)
a) İlk ve Ortaokul
b) Lise
c) Ön Lisans
d) Lisans
e) Yüksek Lisans ve üstü () İkinci Üniversite

28) Medeni Durum
a) Evli
b) Bekâr
c) Boşanmış
d) Eşi Ölmüş
e) Ayrı

29) Aylık ortalama aile içi (hane için) geliriniz
a) 500 YTL ve altı
b) 500–1000 YTL arası
c) 1000–2000 YTL arası
d) 2000–5000 YTL Arası
e) 5.000 YTL ve üstü

30) Aileniz nüfus yoğunlu bakımından nerede yaşamaktadır?
a) 20.000 ve altı (köy, kasaba)
b) 20.000 – 200.000 (küçük şehir)
c) 200.000- 500.000 arası (Orta büyüklükte şehir)
d) 500 bin -3 milyon arası (Büyükşehir)
e) 3 milyon ve üstü (Ankara-İzmir-İstanbul)

TEŞEKKÜR EDERİZ.

Anketinizin geçerli olabilmesi için lütfen soru atlamadığınızdan emin olunuz. Bu uyarı yönlendirmeler için geçerli değildir.

EK-III. : 3. Uygulama Anket Örneği

Sayın Katılımcı,
Bu anket çalışması sadece bilimsel bir çalışmada kullanılmak üzere uygulanmaktadır. Bir test değildir. Doğru ya da yanlış cevap bulunmamaktadır. Verdiğiniz cevaplar arasında kimliğinize dair sorular yer almamaktadır. Cevaplarınızın size herhangi bir etkisi bulunmayacaktır. Mümkün olduğunca size en uygun cevabı veriniz. Toplam 30 soru bulunmaktadır. Yardımınız için teşekkür ederiz.

- 1) Ne kadar sıklıkta gazete okursunuz?
a) Her gün
b) Hafta 3-4 kez
c) Sadece hafta sonları
d) Ayda bir iki kez,
e) Hiç gazete okumam (5.soruya geçiniz)

2) İnternette ya da basılı olarak, hangi gazete ve gazeteleri okursunuz, aşağıda alfabetik sıradaki gazetelerden takip ettiklerinizden en fazla 5'ini sizin için öncelik sırasına göre sıralayınız.

- () Cumhuriyet
() Hürriyet
() Haberturk (internette)
() Milliyet
() Ntvmsnbc (internette)
() Posta
() Radikal
() Tercüman
() Türkiye
() Vatan
() Yeni Şafak
() Zaman
() Sizin ekleyeceğiniz :

Aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi işaretleyiniz.

- 3) "Gazete okurken siyasal haberleri öncelikle okurum."
a) Hiçbir zaman
b) Çok ender (gündeme bağlı olarak)
c) Ara sıra
d) Oldukça sık
e) Her zaman

4) "Özellikle siyasal konularda yazan beğendiğim köşe yazarları için gazete alırım ve önce onları okurum."

- a) Hiçbir zaman
b) Çok ender (gündeme bağlı olarak)
c) Ara sıra
d) Oldukça sık
e) Her zaman

5) Ortalama olarak günde kaç saat televizyon izlersiniz?

- a) Hiç televizyon izlemem (Soru 8'e geçiniz)
b) 2 saatten az
c) 2 – 4 saat
d) 4 – 6 saat arası
e) 6 saat ve üstü

6) Haberleri göz önüne aldığımızda aşağıdaki hangi televizyon kanallarını izlersiniz?
Alfabetik sırada yer alan kanallardan takip ettiklerinizi, sizin için öncelik sırasına göre sıralayınız. (Eksik varsa ekleyebilirsiniz)

- () ATV
() CNN Turk
() Haber Turk
() Kanal D
() NTV
() Samanyolu
() Show Tv
() Star
() TRT
() TV 8

7) Ortalama olarak günde kaç saat internete girersiniz?

- a) Hiç internete girmem (Soru 10'a geçiniz)
b) 2 saatten az
c) 2 – 4 saat
d) 4 – 6 saat arası
e) 6 saat ve üstü

8) Siyasal hayatla ilgili gelişmeleri en çok hangi kanaldan ediniyorsunuz?

En sık kullandığınıza 1 vererek sıralayınız.

- () Aile ve Arkadaşlar
() Gazete
() İnternet (Basılı Gazete ve Televizyon Web Sayfaları Hariç)
() Tv ()
() Radyo ()
() Diğer (yazınız:).....

9) Siyasal duruşunuzu tanımlamanız gerekirse siyasal yelpazenin neresinde yer alırdınız, bulunduğunuz yerin rakamını daire içine alınız.

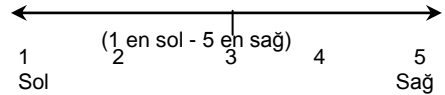
(1 en sol - 5 en sağ)



10) Son seçimlerde hangi partiye oy verdiniz?

- a) Oy vermedim
b) Yazınız:
11) Önümüzdeki seçimlerde hangi partiye oy vermeyi düşünüyorsunuz?
a) Kararsızım (Soru 15'e geçiniz)
b) Yazınız:

12) Sizce bu partinin siyasal duruşunu tanımlamanız gerekirse siyasal yelpazenin neresinde yer almaktadır, bulunduğu yerin rakamını daire içine alınız



13) Bu partiye oy vermede ne kadar kararlı olduğunuzu belirtiniz.

- a) Oldukça kararlıyım
b) Kararlıyım
c) Kararsızım
d) Kararlı değilim
e) Kesinlikle kararlı değilim

14) Sizce bu parti için neler yapabileceğiniz sorulursa aşağıda yazılı olanlardan en çok hangisini yapmak istersiniz?

- () Genel tartışmalara katılıp parti lehine konuşurum
() Partinin rozetini takarım
() Parti toplantılarına dinleyici olarak katılırım

- () Tanımadığım insanların kapısını çalarak partinin propagandasını yaparım.
() Partinin toplantılarında tartışmalara katılır, önemli bulduğum şeyler hakkında görüş bildiririm
() Partinin görüşlerini, başka partilerin toplantılarında da savunurum
() Tercih ettiğim parti için bunların hiçbirini yapmazdım.

15) Son 3 ay içerisinde oyunuzla ilgili olarak fikrinizi değiştirdiniz mi?
a) Evet
b) Hayır (Soru 17'ye geçiniz)

16)Bu konuda sizi en çok etkileyen kaynağa 1 vererek sıralayınız.
() Aile ve Arkadaşlar
() Gazete
() İnternet
() Tv ()
() Radyo ()
() Diğer (yazınız):.....

17) Önümüzdeki milletvekili seçimlerde sizce sıralama nasıl olacak, en çok oyu hangi parti alacak?
1. sırada (....)
2. sırada (....)
3. sırada (....)

18) Birinci sırada yer alan bu partinin en çok oyu alacak parti olacağına ne kadar emin olduğunuzu belirtiniz.
a) Oldukça eminim
b) Eminim
c) Kararsızım
d) Emin değilim
e) Kesinlikle emn değilim

19) Sizce seçim zamanı yaklaştıkça hangi parti en çok oy kaybetmektedir, belirtiniz.
Yazınız:
20) Sizce seçim zamanı yaklaştıkça en çok hangi partinin oyu artmaktadır, belirtiniz.
Yazınız:
21) Sizce siyasal yargılarınızın değişiminde medyanın etkisi var mıdır?
a) Hayır hiç etkisi yok
b) Biraz Etkili
c) Bilmiyorum
d) Etkili
e) Oldukça etkili

22) 13 Mayıs'ta İzmir'de gerçekleştirilen mitinge katıldınız mı?
a)Evet b)Hayır

23)Türk medyasını genel olarak düşündüğünüzde sizce 14 Nisan Mitingi ile ilgili olarak tutumu nasıldı?
a) Çok abartıldı
b) Abartıldı
c) Gerektiği kadar yer verildi
d) Gerektiğinden az yer verildi
e) Gerektiğinden çok az yer verildi.

24) Genel olarak medyada okuduğunuz duyduğunuz siyasal haberler kendinizi olumsuz yönde nasıl hissettiriyor? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)
a) Etkilemiyor

- b) Huzursuz edici
c) Endişe verici
e) Tehdit edici

25)Gerekli sayısal çoğunluğu yakalamış bir partinin, muhalefete rağmen, Cumhurbaşkanı'nı tek başına belirlemesini demokratik buluyor musunuz?
a) Kesinlikle demokratiktir
b) Demokratiktir
c) Fark etmez –Fikrim yok
d) Demokratik değildir.
e) Kesinlikle demokratik değildir.

26)Cinsiyet: a) Kadın b) Erkek
27)Doğum Yılı:

28)Eğitim Düzeyi (ikinci üniversite ise işaretleyiniz)
a) İlk ve Ortaokul
b) Lise
c) Ön Lisans
d) Lisans
e) Yüksek Lisans ve üstü () İkinci Üniversite

29)Medeni Durum
a) Evli
b) Bekâr
c) Boşanmış
d) Eşi Ölmüş
e) Ayrı

30)Aylık ortalama aile içi (hane için) geliriniz
a) 500 YTL ve altı
b) 500–1000 YTL arası
c) 1000–2000 YTL arası
d) 2000–5000 YTL Arası
e) 5.000 YTL ve üstü

31)Aileniz nüfus yoğunlu bakımından nerede yaşamaktadır?
a) 20.000 ve altı (köy, kasaba)
b) 20.000 – 200.000 (küçük şehir)
c) 200.000- 500.000 arası (Orta büyüklükte şehir)
d) 500 bin -3 milyon arası (Büyükşehir)
e) 3 milyon ve üstü (Ankara-İzmir-İstanbul)

TEŞEKKÜR EDERİZ.

Anketinizin geçerli olabilmesi için lütfen soru atlamadığınızdan emin olunuz. Bu uyarı yönlendirmeler için geçerli değildir.

EK-IV. : 2009 Yılı Gazetecilik Dünyaları Araştırma Projesi Verileri

Tablo 91: 2009 Yılı Karşılaştırmalı Medya Çalışması, Sosyal Kurumlara Güven Endeksi

Question: Please tell me on a scale of 1 to 5 how much you personally trust each of the following institutions. 5 means you have complete trust, and 1 means you do not trust an institution at all.

	N	Total	Australia	Austria	Brazil	Bulgaria	Chile	China	Egypt	Germany	Indonesia	Israel	Mexico	Romania	Russia	Spain	Switzerland	Turkey	Uganda	United States	
Parliament	1769	Mean	3.06	3.46	2.20	2.33	3.00	3.69	2.81	3.55	2.46	2.86	2.19	2.07	2.35	3.41	3.46	2.43	2.88	2.82	2.83
		SD	.83	.78	.84	.94	1.00	.80	1.21	.77	.73	.82	.97	1.06	.81	.82	.81	1.16	1.08	.79	1.04
Government	1763	Mean	3.02	2.65	2.73	2.54	3.03	3.97	2.76	3.35	2.68	2.73	2.58	2.23	2.55	3.25	3.61	1.72	2.53	2.46	2.80
		SD	.92	.76	.84	1.05	1.01	.80	1.28	.77	.74	1.01	1.10	1.04	.94	.87	.76	.96	1.11	1.08	1.07
The judiciary/the courts	1774	Mean	3.55	4.05	2.80	2.06	2.82	3.18	4.08	3.86	2.19	3.47	2.25	2.52	2.29	3.18	3.96	2.88	3.44	3.57	3.12
		SD	.91	.81	.92	1.08	1.06	.79	.93	.77	.72	1.03	1.17	1.07	.90	1.08	.82	1.11	1.13	.83	1.16
Police	1768	Mean	2.99	3.31	2.28	2.22	3.76	2.83	2.89	3.68	2.24	2.79	1.56	2.41	2.13	3.31	3.52	2.38	2.35	3.24	2.77
		SD	.81	.76	.89	1.14	.86	.83	1.27	.74	.67	.90	.91	.89	.97	.91	.90	1.13	1.15	.86	1.10
Politicians in general	1765	Mean	2.42	2.57	1.98	2.04	2.13	3.01	2.65	2.47	1.77	2.20	1.83	1.71	2.34	2.28	2.62	1.66	1.77	2.41	2.21
		SD	.91	.66	.74	1.07	.85	.91	1.22	.69	.80	.96	1.01	.98	1.06	.94	.78	.87	.95	.91	.98
Political parties	1764	Mean	2.36	2.50	1.96	2.04	2.00	3.38	2.18	2.43	1.78	2.24	1.78	1.83	2.10	2.04	2.56	1.88	2.32	2.28	2.19
		SD	.98	.73	.79	1.10	.94	.94	1.07	.72	.80	1.00	1.04	.99	1.03	1.01	.73	.90	1.08	.97	1.00
The military	1641	Mean	3.11	3.20	2.95	2.80	3.35	3.72	-	3.17	2.61	3.49	3.04	2.95	2.45	3.08	2.59	3.24	2.71	3.14	3.03
		SD	.99	1.05	.79	1.10	.91	1.02	-	.94	.79	.84	1.21	1.04	1.00	.98	1.05	1.31	1.18	.95	1.06
Religious leaders	1734	Mean	2.76	2.49	2.39	2.24	3.15	2.35	3.65	2.44	3.32	2.44	1.96	2.83	2.88	1.90	2.11	1.94	3.65	2.91	2.64
		SD	1.04	1.06	1.01	1.34	.99	1.09	1.08	1.10	.96	1.15	1.04	1.30	.94	1.11	1.11	1.03	1.00	1.06	1.20
Big corporations	1743	Mean	2.41	2.38	2.96	2.78	2.49	2.71	3.12	2.28	2.03	2.61	2.43	2.70	2.88	2.20	2.58	1.98	3.13	2.42	2.56
		SD	.97	.96	.89	1.09	.90	.96	1.14	.82	.90	.93	1.13	.90	1.07	.90	.88	1.06	.93	.98	1.02
Charitable or voluntary organizations	1759	Mean	3.68	3.81	3.17	2.85	3.14	3.15	3.34	3.62	2.62	3.42	3.27	3.10	3.05	3.24	3.46	3.23	3.20	3.57	3.28
		SD	.82	.73	.88	.99	.91	1.01	1.19	.67	.82	.84	.85	.93	.95	.86	.75	1.06	1.05	.77	.95
United Nations	1730	Mean	3.43	3.38	3.55	3.10	3.47	3.63	2.10	3.48	2.90	2.93	3.50	3.26	3.15	3.06	3.25	2.43	3.89	3.04	3.20
		SD	.88	.98	1.06	1.03	.90	.77	1.20	.78	.96	1.09	1.03	1.21	.95	1.10	.94	1.04	1.01	.97	1.08
The news media	1763	Mean	3.09	3.33	3.31	3.03	3.48	3.28	3.40	3.53	3.44	3.16	3.07	3.19	2.70	3.02	3.37	2.53	3.83	3.36	3.23
		SD	.83	.80	.81	.80	.81	.74	.95	.66	.77	.82	.93	.94	.89	.80	.74	1.14	.89	.87	.89

Kaynak: Thomas Hanitzsch, Worlds of Journalism⁶⁵⁴ Project

Bu veriler 18 ülkedeki 356 haber örgütü için çalışan 1800 gazeteciyle yapılan mülakatlara dayanmaktadır. Bu ülkeler (tablolardaki sıralamaya göre): Avustralya, Avusturya, Brezilya, Bulgaristan,

Şile, Çin, Mısır, Almanya, Endonezya, İsrail, Meksika, Romanya, Rusya, İspanya, İsviçre, Türkiye, Uganda, Amerika. Thomas Hanitzsch, "Worlds of Journalisms" Project, Institute of Mass Communication and Media Research University of Zurich, www.worldsofjournalisms.org, Ayrıntılı Bilgi için bkz: The Handbook of Journalism Studies, Ek. Wahl-Jorgensen and T. Hanitzsch, Routledge, 2009.

Tablo 93: Medya Çalışanlarının İşi Üzerindeki İç Etkiler Endeksi

Influences on news work – internal influences

Question: Please tell me on a scale of 1 to 5 how influential each of the following is in your day-to-day job. 5 means it is extremely influential, 4 means very influential, 3 means somewhat influential, 2 means little influential, and 1 means not influential at all. 8 means this item does not apply to your work.

	N	Australia	Austria	Brazil	Bulgaria	Chile	China	Egypt	Germany	Indonesia	Israel	Mexico	Romania	Russia	Spain	Switzerland	Turkey	Uganda	United States	Total
Peers on the staff	Mean	3.35	3.34	3.81	2.12	1.97	2.81	2.18	3.05	2.29	2.78	2.33	2.27	1.93	2.30	3.06	2.48	3.02	3.46	2.70
	SD	.95	1.10	1.12	.92	.90	.91	1.19	1.02	1.18	1.22	1.15	1.16	1.11	1.15	1.03	1.30	1.24	1.18	1.23
Supervisors and higher editors	Mean	3.91	3.57	4.07	3.24	3.51	4.06	3.56	3.40	3.03	3.22	3.60	3.32	3.52	3.88	3.48	2.95	4.05	4.15	3.59
	SD	.95	1.16	.92	1.08	.89	.76	1.28	1.07	.91	1.21	1.02	1.21	.88	1.01	.97	1.34	.97	.89	1.09
Management	Mean	3.08	2.42	3.60	3.51	3.66	4.19	3.52	2.22	3.08	2.71	3.46	3.04	3.74	3.36	2.54	3.09	4.02	3.71	3.27
	SD	1.21	1.18	1.15	1.16	1.00	.87	1.27	1.15	.88	1.40	1.30	1.34	1.05	1.36	1.23	1.38	1.01	1.13	1.29
Ownership	Mean	2.42	2.24	3.13	3.05	3.00	4.11	3.36	1.95	3.06	2.21	2.83	2.71	3.64	3.13	2.14	3.34	3.83	2.44	2.98
	SD	1.15	1.24	1.29	1.39	1.19	1.05	1.41	1.10	1.03	1.42	1.49	1.51	1.24	1.52	1.22	1.35	1.19	1.23	1.42
Advertising considerations	Mean	2.31	1.95	2.21	2.55	3.27	2.64	2.31	1.87	2.51	1.75	2.10	2.47	2.69	2.40	2.02	2.98	3.46	1.85	2.41
	SD	1.26	1.13	1.27	1.31	1.32	1.21	1.44	.94	1.12	1.15	1.30	1.27	1.19	1.30	.96	1.33	1.24	1.18	1.30
Profit expectations	Mean	2.52	2.39	2.52	2.48	3.66	2.93	2.08	2.10	2.85	1.93	2.43	2.62	2.71	2.62	2.31	3.32	3.47	2.46	2.64
	SD	1.36	1.23	1.41	1.28	1.10	1.06	1.32	1.15	.96	1.32	1.46	1.24	1.15	1.29	1.18	1.13	1.36	1.43	1.33
Market and audience research	Mean	3.04	2.99	2.96	2.58	4.04	3.34	2.46	2.65	3.52	2.14	2.82	2.72	2.99	3.09	2.35	2.66	3.62	2.86	2.95
	SD	1.14	1.16	1.27	1.23	1.12	.91	1.41	1.15	.91	1.24	1.20	1.17	.88	1.30	.99	1.22	1.05	1.19	1.23
New media technologies	Mean	3.46	3.25	3.55	2.77	3.04	3.27	3.86	2.93	3.14	2.96	3.58	2.90	2.64	3.19	2.96	2.48	3.94	3.92	3.22
	SD	1.03	1.15	1.07	1.36	1.24	.84	1.33	1.13	.77	1.27	1.13	1.23	.87	1.24	1.02	1.17	1.04	1.02	1.19
Newsroom conventions	Mean	3.94	3.63	4.13	3.30	2.78	3.41	3.59	3.52	3.72	3.95	3.79	3.06	3.39	3.36	3.55	3.37	4.02	4.13	3.59
	SD	.91	1.11	1.02	1.12	1.20	1.07	1.33	1.13	.98	1.15	1.10	1.11	.88	1.14	.97	1.20	.98	1.04	1.14
Shortage of resources	Mean	3.76	3.46	3.67	2.97	3.33	3.51	3.76	3.12	3.19	3.71	3.19	3.15	3.07	3.67	3.40	3.04	4.01	3.81	3.44
	SD	1.04	1.16	1.02	1.25	1.19	1.01	1.39	1.13	.85	1.16	1.30	1.31	1.04	1.20	1.02	1.27	1.14	1.17	1.19
News deadlines	Mean	4.01	3.94	3.61	3.39	3.55	3.59	3.97	3.61	3.36	3.95	3.50	3.59	3.46	3.34	3.78	3.21	4.15	4.05	3.67
	SD	1.11	.89	1.15	1.11	1.20	.98	1.39	1.06	.85	1.12	1.28	1.31	1.06	1.22	1.01	1.33	1.02	.99	1.15
Procedures and standards	Mean	3.73	3.46	3.58	3.13	3.49	3.39	3.52	3.15	3.75	3.41	3.54	3.21	2.67	3.40	3.01	3.32	4.02	3.67	3.42
	SD	.91	1.11	1.12	1.24	1.05	.93	1.40	1.22	1.03	1.22	1.09	1.19	1.08	1.06	1.03	1.22	.97	1.01	1.15

Tablo 94: Gazetecilik Kültürü, Kurumsal Roller Endeksi

Journalism cultures – institutional roles

Question: The following list describes some of the things the news media do or try to do. Please tell me on a scale of 1 to 5 how important is each of these things in your work. 5 means you find them extremely important, 4 means very important, 3 means somewhat important, 2 means little important, and 1 means not important at all.

	N	Australia	Austria	Brazil	Bulgaria	Chile	China	Egypt	Germany	Indonesia	Israel	Mexico	Romania	Russia	Spain	Switzerland	Turkey	Uganda	United States	Total
To be an absolutely detached observer	1773	3.88	4.79	4.42	3.36	4.24	4.16	4.81	4.55	3.71	3.67	4.48	4.40	3.95	4.32	4.47	4.50	4.02	4.22	4.22
		SD	1.00	.50	.78	1.06	.84	.92	.78	.99	1.09	.73	.91	1.10	1.01	.77	.93	1.02	.80	.96
To act as watchdog of the government.	1782	4.07	4.21	4.45	3.93	3.80	4.21	4.79	4.33	4.20	3.38	3.90	3.35	3.56	3.71	3.77	4.35	4.43	4.39	4.05
		SD	1.19	.80	.74	1.12	1.05	.84	.82	.74	1.70	1.24	1.17	1.23	1.16	1.04	.89	1.00	1.07	1.11
To provide citizens with the information they need to make political decisions.	1781	4.19	4.62	4.81	4.26	3.98	4.11	4.69	4.81	4.25	4.08	4.49	4.26	3.99	4.05	4.41	4.61	4.58	4.38	4.38
		SD	1.16	.63	.46	.98	.84	.75	.44	.91	1.31	.81	.95	.92	1.13	.62	.90	.78	.79	.92
To concentrate mainly on news that will attract the widest possible audience.	1781	3.26	3.32	2.74	3.27	3.44	3.91	3.79	3.26	4.08	3.33	3.39	3.04	3.61	3.12	3.20	3.25	3.67	3.05	3.37
		SD	1.06	.94	.99	1.22	.96	.95	1.39	1.05	.90	1.13	1.03	1.14	.92	1.06	1.01	1.23	1.16	1.03
To set the political agenda.	1767	2.75	2.63	2.65	2.72	3.30	3.21	3.18	2.80	3.33	3.05	3.20	2.91	3.24	2.28	2.83	3.38	3.46	2.07	2.94
		SD	1.19	.97	1.10	1.00	1.20	1.06	1.32	.94	1.11	1.20	1.04	1.05	1.08	1.15	.94	1.20	1.14	1.17
To convey a positive image of political and business leadership.	1770	1.85	2.07	1.43	1.56	2.01	2.65	1.75	1.68	2.33	1.41	1.70	1.71	2.74	1.69	2.08	1.42	2.73	1.38	1.90
		SD	.98	.98	.79	.97	1.08	1.11	1.20	.91	1.00	.72	.73	.97	1.37	1.00	.86	1.30	.67	1.08
To provide the audience with the information that is most interesting.	1784	3.76	4.37	3.85	4.10	3.89	3.55	2.08	4.14	4.15	4.04	4.15	4.12	3.60	4.08	4.19	3.22	3.59	3.52	3.80
		SD	1.00	.75	.91	1.00	.95	.94	1.37	.84	.93	.94	.99	1.24	1.01	.86	1.26	1.04	.98	1.12
To influence public opinion.	1767	2.83	2.33	2.59	3.72	3.93	3.87	4.80	2.61	3.57	3.27	3.55	2.44	3.62	2.77	2.43	3.84	3.82	2.41	3.23
		SD	1.13	1.05	1.26	.99	1.10	.80	.75	1.02	1.10	1.14	1.12	1.16	.98	1.23	1.13	1.07	1.03	1.21
To support official policies to bring about prosperity and development.	1758	2.28	1.86	3.17	2.34	3.23	3.73	3.58	1.64	2.83	2.57	3.11	2.81	2.66	2.77	2.12	2.20	4.08	1.74	2.70
		SD	1.11	.85	1.28	1.18	1.12	1.36	.84	1.09	1.26	1.25	1.34	1.23	1.23	1.17	1.33	.98	.90	1.33
To advocate for social change.	1749	2.98	2.97	3.49	2.91	3.25	3.71	4.50	2.59	3.83	3.31	3.89	3.43	3.03	3.16	2.80	4.09	4.25	2.50	3.37
		SD	1.17	1.17	1.19	1.13	1.06	.97	.78	1.12	1.02	1.32	1.12	1.09	1.04	1.21	1.15	1.03	.91	1.23
To act as watchdog of business elites.	1767	3.79	3.63	3.28	3.17	3.52	3.54	4.20	3.76	3.78	2.85	3.49	2.65	2.97	3.21	3.46	3.87	3.52	3.98	3.47
		SD	1.20	1.10	1.44	1.10	1.16	1.07	1.24	1.05	1.12	1.65	1.28	1.24	1.22	1.27	1.10	1.07	1.23	1.29
To motivate people to participate in civic activity and political discussion.	1772	3.50	3.88	3.74	3.77	3.51	3.36	4.35	3.91	3.99	3.40	4.16	3.74	3.37	3.60	3.80	4.14	4.02	3.46	3.76
		SD	1.12	.99	1.07	1.18	1.00	1.02	.93	.98	1.04	1.18	1.25	1.03	1.12	.98	1.08	.94	1.24	1.11