

BASININ KAMUOYUNU OLUŞTURMA FONKSİYONU (ÖRNEK OLAY: SUSURLUK)*

Enderhan Karakoç**

ÖZET

Bu çalışmada basın-kamuoyu ilişkisi üzerinde durularak, basının kamuoyunu oluşturma fonksiyonu incelenmeye çalışılmıştır. Çalışmanın temel amacı, Türkiye'de basının kamuoyunu oluşturmada etkin roller üstlendiğini Susurluk örneğinde ispat etmektir. Çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılarak bu varsayım doğrulanmaya çalışılmıştır. Elde edilen verilerden hareketle basın daha çok suskunluk sarmalı ve gündem kurma süreçlerini harekete geçirmeye çalıştığı gösterilmiştir.

Basın tek başına kamuoyunu oluşturan bir güç olmamasına rağmen, fikir gelişimini etkilemektedir. Fakat bu etkileyiş derecesinde kamuoyunun serbestçe oluşumuna katkısında yönlendirmenin belirli doğrultudan olup olmadığı açığa çıkarılmaya çalışılmıştır.

Demokratik siyasi sistemin sağlıklı işleyebilmesi, toplumun objektif bilgi elde etmesi ile bire bir doğru orantılıdır. Türkiye'ye damgasını vuran olayların toplumca bilinmesi ve bu konuda araştırmalar yapılması, demokratik toplumların vazgeçilmez görevidir.

3 Kasım 1996 tarihinde Susurluk'ta meydana gelen ve ilk bakışta basit bir kazaymış gibi görülen trafik kazasında, olayda ölen üç kişinin, kimliklerinden yola çıkan basın, devlet içerisinde var olduğu öne sürülen "Devlet-Çete-Siyaset" üçgeni üzerinde durmuş, olayın bu boyutu konunun önemini daha da artırmış, Türkiye'de kamuoyunun gündemine oturtmuştur. Yapılan inceleme neticesinde Susurluk Olayı hakkında basının kamuoyu oluşması ve olayın bütün yönleriyle çözümünü için devlet organlarının olayın üzerine gitmesini sağlamıştır.

Anahtar Sözcükler: İletişim, Kamuoyu, Kitle İletişimi

THE PUBLIC OPINION FORMING FUNCTION OF THE PRESS (CASE STUDY: SUSURLUK)

ABSTRACT

In this study we studied mass media's function of forming public opinion with an emphasis on the relationship between the mass media and the . The fundamental aimed the study is to prove that the mass media plays an important role in forming public opinion. We tried to confirm this hypothesis using the content analysis method. Based on the data acquired during the study it could be suggested that the media mostly try to functionalize the "spiral of silence" and "agenda setting" processes.

Press alone doesn't have an absolute power the shape the public opinion but does affect the development of the opinions. But the question of whether this affecting process only help the formation of the opinion or manipulates it towards a certain direction remains as a problem.

There is a positive relationship between healthy operation of a democratic political system and objective information level of the society. In a democratic society, it is a duty of the mass media to carry researches on significant events which occupy an important place with him the public agenda and to inform the society.

November 3rd, 1996 a vital accident took place near team Susurluk and three people were killed. Reporting the event, press emphasized the victims identities, underlined the triangle of "State-Mafia-Politics", and put the event on the center of the public agenda. As a result it has been found at that the mass media played in important role during the event.

Keywords: Communication, Public opinion, Mass communication

GİRİŞ

Yazının icadından sonra haber ve bilgileri belgelendirme ve birbirine aktarma imkanı bulan insan-öğlü, ilerleyen teknolojinin de katkısıyla kitle iletişim araçlarını geliştirmiş ve bunları hayatının bir parçası durumuna dönüştürmüştür. Günümüzde kitle iletişim araçlarından (Demir 1998:5)

basın organlarını, dördüncü güç olarak (Kavaklı 1996:75) nitelendirilmesini kamuoyu oluşturmadaki rolünden dolayı elde etmektedir.

Demokrasilerde kamuoyunun temsilcisi özgür ve bağımsız basındır. Basının kamuoyu konusundaki görevi iki yönlüdür. Basın hem kamusal iradeyi açıklayan bir araç hem de kamusal irade-

* Gazi Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü'nce kabul edilen aynı isimli yüksek lisans tez özeti

** Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi

Basının Kamuoyunu Oluşturma Fonksiyonu (Örnek Olay: Susurluk) (150-167)

ye yön veren bir güç kaynağıdır (İçel 1990:93). Aynı zamanda basın kamuoyunun oluşmasına yardım ettiği gibi onu yönlendirir de. Burada önemli olan kamuoyunun kendiliğinden oluşturulması hususudur.

Basın, halkın güncel sorunları anlayabilmesi ve bunları kendi deyimleri ile ilişkilendirebilmesi için bir çerçeve oluşturur. Ayrıca basın, sorunlar hakkında doğrudan bilgi sahibi olmayan insanlar arasındaki kişisel ilişkiler aracılığı ile bilgilerin yayılabilmesi için önemli bir şartı da hazırlar (Waldahl 1994:65-66).

3 Kasım 1996 yılında Balıkesir'in Susurluk ilçesinde meydana gelen trafik kazası gerek habercilik gerekse propaganda tekniği kullanılarak Türkiye kamuoyunun gündemine oturtulmuştur. Türkiye'de ulusal gazetelerin tümü bu konuda çok fazla durmuşlardır. Bu olay üzerinde gazeteler ilk bakışta basit bir trafik kazası gibi görünen olayla ölen ya da yaralananların kimliklerinden yola çıkarak konuyu devlet içerisinde çöreklenmiş "Devlet-Mafya-Siyaset" üçgeni şekline sokmuştur. Olayın bu boyutu konunun önemini daha da arttırmış, kitle iletişim araçlarının haberleri ve ısrarlı tutumu sayesinde siyasi partiler ve sivil toplum örgütleri de gelişmelerde yerlerini almışlardır.

Susurluk olayı sonrasında yapılan ve çalışmamız içerisinde örnekleyeceğimiz yayınlardan çeşitli toplum kesimlerinin sözcüleri kitle iletişim araçlarının olayın üzerine gitmesini ısrarla savunmuşlar, kitle iletişim araçlarında haberler yayımlandıkça birtakım siyasi ve sosyal olaylar meydana gelmiştir. İnceleme konusu olarak seçtiğimiz Susurluk olayından sonra ortaya konan çete, "aydınlık için bir dakika karanlık" eylemleri, "kamyon" simgesi, "Susurluk'tan önce, Susurluk'tan sonra" söylemleri, olayda adı geçen Abdullah ÇATLI'nın sembolleştirilmesi gibi konu ve kişiler "simgeleştirilmiş" ve böylece toplumun belli bir konuda dikkati çekilmek istenmiştir. Bu nedenle içinde bulunulan olumsuz durumdan kurtulunması için "çete"nin dağıtılması gerektiği gibi hususlar sürekli işlenmiştir. Sanki Susurluk olayı çözüldükten sonra Türkiye'de her şey güllük gülistanlık olacak, bir dakika karanlık eylemine herkes katılırsa Türkiye aydınlığa çıkacaktır.

Susurluk olayı, Türkiye'nin çok yakın geçmişine damgasını vurmuştur. Susurluk'tan sonra gelişmeye başlayan olaylara kamuoyunun tavrı, siya-

si partilerin olayın üzerine gitmesi vs. konular Türkiye'de hükümet ve rejim krizi olduğu yolundaki değerlendirmelere kadar uzanmıştır. Oysa, Susurluk'tan sonra devletin içinde bir çetenin bulunduğu, çete, bünyesinde polis teşkilatı, bazı illegal örgüt mensupları ve devlet yetkililerinin görev aldığı yolundaki iddia ve değerlendirmeler siyasetten ekonomiye kadar pek çok sektörde kırılmaların yaşanmasına yol açmıştır. Şu anda Türkiye'nin içinde bulunduğu siyasi kırılmaların arka planında Susurluk'tan sonraki gelişmelerin önemli payı vardır ve bunda basının rolü azımsanmayacak derecede çoktur.

Kitle iletişim araçlarından yayınlanan haber, yorum, röportaj ve değerlendirmelerin kamuoyunu nasıl oluşturduğu, kitle iletişim araçlarının yayınlarından sonra ortaya çıkan bir takım eylemler, sivil ve siyasi toplum örgütlerinin açıklamalarıyla test edilmiş ve onaylanmıştır. Yaptığımız bu çalışmanın amacı Susurluk'ta meydana gelen trafik kazası sonucunda oluşan bu gelişmelerde basının rolünü göstermek ve basının kamuoyunun oluşmasında çok önemli roller oynadığı yolundaki düşüncüyü bir kez daha ispatlamaktır.

21. yüzyıla girdiğimiz şu zamanda ülkemizde olduğu kadar dünyada da kamuoyunun ve yönetimin nabzını tutan basının (Turam 1994:49) önemi günden güne artmaktadır. Bu konuda yapılan birçok araştırma basının toplumda gündem oluşturmadaki başarısını kanıtlar niteliktedir.

Basın elindeki güçle, kamuoyundaki tartışmaları yönlendirmekte ve böylece hangi konuya öncelik verilmesi gerektiği yolundaki düşünce ve kararları etkilemektedir. Bu güç, zaman zaman başta iktidar üyeleri olmak üzere politikacıların gündem belirleme teşebbüslerinde kullanılmaktadır. Fakat bu güç aynı zamanda bağımsız medyanın elinde önemli bir araçtır.

Donald L. Shaw ve Maxwell E. E. McCombs'a göre basının işlevi, toplumun işlediği konuların bir kanalı olmaktan çok ötedir. Toplumun ilgilendiği konuların ulaştırılması sırasında, basın konular üzerinde, yeniden çalışmakta ve yeniden biçimlendirmektedir. Her gün hangi haberin verilmesi, hangi haberlerin verilmemesi, hangi haberin görmezden gelinmesi kararlarını, basın yöneticileri, toplumun dikkatini ve konularını daha geniş bir politik arenada yönlendirmektedir (Sagnak 1986:284-285). Bu doğrultu da yaptığımız çalışma "Susurluk Olayı" medyanın ülkemiz ve dünya kamuoyundaki yerini gözler önüne se-

recektir.

Bu zamana kadar gerek yazılı ve gerekse görsel iletişim araçlarında çok farklı şekilde ve söylemlerde ele alınan "Susurluk Olayı" akademik bir çalışmadan uzak kalmıştır. Basın, "Susurluk" örnek olayı ile çok değişik alanlarda gündem oluşturma ve kamuoyunu belli yönlerde etkileme gücünü bir kez daha ispatlamış olacaktır. Ayrıca, ulusal nitelikte yayın yapan gazetelerin "Susurluk Olayı" ile ilgili haberlerinin içerik çözümlemesi yöntemiyle incelenmesi bu konuda ilk çalışma olmaktadır.

Basının kamuoyu oluşturma fonksiyonuna yönelik olarak yapılan bu çalışma, teorik çerçeve ve içerik analizini kapsamaktadır. Teorik çerçevede iletişim ve iletişim çeşitleri, basın ve basının fonksiyonları, basının ilişkide bulunduğu kavramlar, kamuoyu oluşum süreci ve buna etki eden unsurlar ele alınmıştır. Basının kamuoyu oluştururken kullandığı kuram ve modeller ile, basının kamuoyunu oluşturma konusuyla ilgili olarak iletişim bilimcilerin öne sürdüğü düşünce ve yaklaşımlar sunulmaktadır. Teorik çerçevenin oluşturulmasından sonra "Susurluk Örnek Olayı" içerik çözümlemesine tabi tutularak incelenmiştir. Diğer bir deyişle araştırma, gazete haberlerinin incelenmesi ve yorumlanmasına dayanmaktadır. İçerik çözümlemesi doğrudan "kendileri bir olgu olan" gazete haberleri üzerinde uygulanır. Basının kamuoyunu belirlemesindeki fonksiyonunu tespit etmenin en yararlı metotlarından biri "belgesel yöntem gözlemlerinden" kantitatif yöntem çeşidinin iki kategorisinden birini teşkil eden "içerik analizi"dir (Duvarger 1980:140).

Gazetelerin içeriği, bildirilen olaylar, sunuluş tarzı, yorumların mahiyeti ve biçimi, önemli makaleler vb. inceleme konusu yapılabilir. Burada kamuoyunun bir görüntüsü çıkarılabilir. Olayları derinliğine öğrenebilmek, önemini kavrayabilmek gazete ile mümkündür (Demir 1996:10).

İçerik çözümlemesinde mesajın vurgulu bir şekilde ifade edildiği, en önemli yönlerinin ön plana çıkarıldığı ve okuyucunun ön yargısız dikkatinin çekildiği vitrin sayfasındaki haberlerin başlık - fotoğraf ve metinlerinden faydalanılmıştır. Bu çalışmamızda yazılı iletişim araçlarından Cumhuriyet, Zaman, Hürriyet ve Sabah gazeteleri içerik çözümlemesine tabi tutulmuştur. Ele aldığımız bu gazeteler bir takım kriterlere tabi tutulmuştur. Tırajı, yayın politikası, okuyucu profili geniş kitleleri temsili ve istikrarı açısından

incelenmiştir.

İçerik analizi, başlıca yazılı metinler üzerinde uygulanır. Bununla birlikte her türlü kategorideki belgelerde de kullanılabilir

Susurluk konulu haberlerin basında işlenmesinde habercilerin; içerisinde yer aldıkları gazetenin gündemi ile yoğun bir etkileşim sürecinde buldukları, Susurluk içerikli haberlerde, ülkenin gündemindeki önceliğe uygun olarak haber verip vermedikleri, haberlerin kamuoyunu hedef aldığı, Susurluk ile ilgili haberleri anlaşılır bir dille ve ilgi çekici bir biçimde sundukları, gündemdeki Susurluk Olayı'nı daha sıklıkla işledikleri, bu olaylara karşı olumsuz bir tutuma sahip oldukları, bu nedenlere ilişkin çözümlerinde buldukları, bu olayı propaganda aracı olarak kullanmak istedikleri, tezin alt varsayımlarıdır.

Susurluk Olayı'nda basının kamuoyunu oluşturmaya geniş bir konu dağılımını gerektirdiğinden tezdeki sınırlama, çalışmanın konu ve amacı doğrultusunda yön bulmuştur.

Tezde detaylı olarak ele alınan konu basının kamuoyunu oluşturma çabasıdır. Ayrıca bu olayla ilgili olarak ulusal yedi televizyon kanalının Susurluk'un 1. Yıldönümünde ana haber bültenlerindeki 30 dakikalık kısmı incelemeye alınmıştır. Bu incelemeyle kitle iletişim araçlarında ve kamuoyunda Susurluk Olayı'nın yer edip etmediği test edilmeye çalışılmıştır.

Yazılı kitle iletişim araçları arasında önem derecesine göre ilk sırada yer alan gazetenin kamuoyu oluşturmadaki fonksiyonu bu çalışma ile ortaya konulmaya çalışılmıştır. Türkiye'de çok sayıda gazete yayımlandığı için biz çeşitli toplum kesimlerinin sözcülüğünü yaptığını düşündüğümüz, tiraj ve dünya görüşü itibarı ile Cumhuriyet, Zaman, Hürriyet ve Sabah gazetelerinin Susurluk Olayı ile ilgili olarak yaptıkları üç aylık yayınları incelemeye aldık. Gazete isimlerinin tespitinde Türkiye'nin siyasi ve sosyal yelpazesindeki çeşitli görüşleri, hedef kitlesini en geniş açımla bize verebilecekleri bir ölçü kullandık. Bu gazeteler farklı kesimlerin görüşlerini vermek yanında tiraj bakımından da günlük olarak Türkiye'de yayınlanan toplam gazete tirajları içerisinde-Cumhuriyet hariç- önemli bir yere sahiptirler. Cumhuriyet ile son yılların önemli gazetelerinden Zaman, belli toplum kesimlerinin sözcülüğünü yapan gazetelerdir. Hürriyet ve Sabah ise kitle gazeteleri olarak Türkiye genelindeki

Basının Kamuoyunu Oluşturma Fonksiyonu (Örnek Olay: Susurluk) (150-167)

ortalama okuyucu kesimini temsil etmesi açısından incelememize konu oldu.

Basın İlan Kurumu verilerine göre incelemeye tabi tuttuğumuz Kasım - Aralık 1996 ile Ocak 1997 tarihlerinde Cumhuriyet, Zaman, Hürriyet ve Sabah gazetelerinin tirajları şöyledir:

Kasım 1996
Cumhuriyet: 47.381 Zaman: 232.816
Hürriyet: 534.789 Sabah: 618.232
Toplam: 1.433.218

Aralık 1996
Cumhuriyeti: 50.340 Zaman: 240.406
Hürriyet: 532.633 Sabah: 702.706
Toplam: 1.526.139
Ocak 1997
Cumhuriyet: 46.387 Zaman: 270.870
Hürriyet: 686.520 Sabah: 701.136
Toplam: 1.704.913

Bu rakamlar göstermektedir ki, incelemeye tabi tuttuğumuz 4 gazetenin toplam tirajları tüm gazetelerin toplam tirajlarının yarısından fazlasını oluşturmaktadır.

Basının kamuoyu oluşturma fonksiyonuna yönelik olarak yapılan bu çalışma dört ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, İletişim ve iletişim çeşitleri; İkinci bölümde, kamuoyu ve basın ele alındı; Üçüncü bölümde, Basının kamuoyu oluşturma sürecinde kullandığı kuram ve modeller tartışıldı. Dördüncü bölümde ise, içerik analizi yöntemi ile basının Susurluk Olayı'nı ele alması test edildi. Bu bölümde içerik analizinden elde ettiğimiz veriler değerlendirildi. Değerlendirilen bu verilerin tarih sırasına uygun olarak tabloları oluşturuldu. Sonuç bölümünde ise, genel bir değerlendirme yapıldı. Basının kamuoyu oluşumu sürecinde önemli roller oynadığı, kamuoyunu yönlendirdiği, etkilediği ve bunda başarılı olduğu tespit edildi.

I. İLETİŞİM KAVRAMI

A. İLETİŞİMİN TANIMI

İletişim sözcüğü, Latince'de communis sözcüğünden türetilmiş communication kavramının karşılığı olarak kullanılmaktadır. Commune, de-communis, communicare gibi sözcüğün Latince'deki anlamı, bir ortaklığı, toplumsallaşmış olmayı, birlikteliği, iştirak haline gelmiş olmayı kapsamaktadır (İnceoğlu 1993:115).

İletişim insanın toplumsallaşmasının bir yansıması olmasının yanı sıra kişiler arasında bilgi, fikir veya davranışların paylaşılmasıdır. Diğer bir anlamda ise belirli kişilerin, belirli bilgilere, düşüncelere ve tutumlara sahip olması amacıyla, düşünce ve duyguların, bir olay ve durum üzerine bilgilerin, bu kişilere aktarılması (Bektaş 1996:99) olarak tanımlanabilecek olan iletişim, en yalın anlamıyla haberin, bilgi ya da kültürün (Kaya 1985:1), fikirlerin, tutumların, duyguların bir kişiden ya da gruptan diğerine (veya diğerlerine) iletimidir (Mutlu 1994:98).

Bu süreç içinde insanlar iletişimi, kendi anlamlarını, tecrübelerini, bilgilerini ve yorumlarını kullanacak şekilde yapılandırır. Zihnimizde temsil ettiğimiz dünya, yaşadığımız toplum ve iletişim kurduğumuz insanlardan ve şeyler düzeyinden kuruludur (Sözen 1997:104). En geniş anlamda aklın bir başkasını etkilediği tüm işlemleri içeren iletişim (Usluata 1994:13), Defleur ve Ball - Rokeach gibi yazarlar tarafından " bilişsel olarak, bir sembol veya iletiye karşı, hem bu sembolün veya iletinin kaynağında hem de hedefinde uyandırdığı zihinsel anlamlarda izomorf (eşbiçimli) sağlamak amacıyla birbirine bağlı öğelerin işleme girmesi" şeklinde tanımlanmaktadır (Küçükkurt ve Tanrıku 1986:89-105).

İletişim insan ilişkilerinin bir zorunluluğu, ayrıcalığı, önceliği ve de insan ilişkilerinin süregiden bir sürecidir; gerçek zaman ve gerçek uzayda yer alır; toplumsal olgudur. Bu nedenle de onu toplumsal, siyasal, tarihsel, iletişimsel koşullar içinde anlamaya çalışmak gerekir (Erdoğan ve Alemnard 1990:170).

B. İLETİŞİM SÜRECİ

İnsanların toplumsal bir varlık oldukları dönemlerden başlayarak birlikteliklerini sağlayan en önemli olgu olarak karşımıza iletişim çıkmaktadır (Yüksel 1994:5).

İletişim, insanın toplumsal-kültürel varlığının ve biricikliğinin ayrılmaz bir parçası (Zıllıoğlu 1996:92) ve bu gelişmelere göre değişimlere uğrayan insana özgü bir olgudur (Oskay 1994:7). Bu bağlamda, bireyin tüm yaşamı da değişik ilişkiler içinde iletişimle sürüp gider. Toplumların olduğu kadar bireylerin de önceki ve bugünkü yaşantıları ile gelecek anlayışları, beklentileri etkileşim içinde bir bütün oluşturur. Bu gerçek, iletişimin bir süreç olarak kavranması gereğini ortaya koyar (Zıllıoğlu 1996:92).

Süreç, "Bir olayın düzenli olarak birbirini izleyen değişmelerle gelişmesi, başka bir olaya dönüşmesi"dir. Doğal süreçler organizmanın büyüüp değişip gelişmesinde, kültürel süreçler kültürün süreklilik içinde değişip gelişmesinde rol oynar. Böylece sürecin hem sürekliliği, hem de değişim ve gelişmeyi içeren bir kavram olduğu söylenebilir (Zıllıoğlu 1996:93).

Herhangi gelişme ve değişme ise, bir çok işlevlerin ve şartların sonucunda gerçekleşir. Bu nedenle süreç deyimi, aynı zamanda süreçte yer alan tüm işlemleri ve şartları (zihinsel tasarımlar, düşünsel planlamalar, bedensel çabalar gibi) da kapsar (Hançerlioğlu 1982:384). Bu noktada önemli olan bir konudaki süreç içinde yer alan öğelerin karşılıklı olarak etkileşim içinde tüm değişime uğramalarıdır.

Bir iletişim sürecinin incelenmesi için, sürecin bir yerden başlatılması gerekmektedir. Etkin bir iletişim sürecinin başarılı olabilmesi, gönderilen iletilerin alıcılar tarafından alınıp alınmadığının, eğer alındıysa ne derece alındığının belirlenmesiyle ortaya çıkacaktır.

II. İLETİŞİM ÇEŞİTLERİ

Sosyal bilimlerin en büyük özelliği kullandığı kavramlar hakkında ortak bir görüş birliğine kolayca varılamamasıdır. Bu durum, tam anlamıyla sosyal bir fenomen olan iletişim için de geçerlidir (Gökçe 1993:1). İletişim interdisipliner, yani disiplinler arası bir alana yayılmış olmasından dolayı araştırmacıların asıl kökenine, niyetine ve varmak istedikleri sonuca göre bölümlendirilmektedir. Bu da bir sosyoloğun veya psikoloğun iletişime yaklaşımı, onu kavramlaştırması, incelemeyi kolaylaştıracak bölümleri sağlaması aynı olmayabilmektedir.

Bu nedenle, iletişim çeşitlerini farklı şekillerde sınıflandırmak mümkündür. Yaygın olarak kullanılan sınıflandırmada iletişim araştırmacıları iletişimi dört ana bölümde ele almışlardır (Dökmen 1997:21). Bunlar; öz iletişim (intrapersonal communication), kişilerarası iletişim (interpersonal communication), örgüt içi iletişim (organizational communication) ve kitle iletişimi (mass communication)'dir.

A. ÖZ İLETİŞİM

İletişimin olmasının ön koşulu iletişimde bulunacak bir canlı varlığın bulunmasıdır; çünkü iletişimi-

min başlangıcı ve bitişi canlı varlığı gerektirir. İnsan varlığının ilk iletişimi kendisiyle olan "kendiyile iletişimidir" (Erdoğan 1997:157).

İki insan arasında gerçekleşen iletişimin bir benzeri de bireyin içinde gerçekleşmektedir. İnsanın düşünmesi, uygulanması, sevinmesi, ihtiyaçlarının farkına varması, kendi iç dünyasını gözlemlemesi, içsel iletişim olarak da nitelendirilebilen birer öz iletişimidir. Öz iletişimi, insanların kendi içlerinde ürettiği bir takım mesajları yorumlaması şeklinde tanımlamak mümkündür (Dökmen 1997:21).

Öz iletişimde iletiyi ileten ve alan aynı kişidir. Yaşanan dünyada nitelik ve nicelik bakımından en sık ve en yoğun olan iletişim insanın kendisiyle olan iletişimidir. Bu iletişim uyku dışında kesintisizdir (Erdoğan 1997:157-158).

Kişinin kendisiyle iletişimi dış iletişimle bağlantı kurarak sosyal iletişime geçer (Erdoğan 1997:158-160). Bunun sonucunda, yeni bilgilerin beynimizde anlam taşıyan varlıklar olarak yeni bir bilişsel bütüne ulaşması, daha önce yaşayıp, öğrendiklerimizle yakından ilişkili olup, bireyin seçimini de etkilemektedir (Demiray 1994:28). Dolayısıyla, özsel iletişimin gerçekleşmesi kişiler arası iletişimin gerçekleşmesini mümkün kılmaktadır.

B. KİŞİLER ARASI İLETİŞİM

Kişiler arası iletişim, "kaynağını ve hedefini insanların oluşturduğu" (Dökmen 1997:23) iletişim, kişilerin aynı anda ve yerde, birbirini göreyerek ve duyarak yaptığı doğrudan iletişim biçimi olarak ifade edilebilir. Yüz yüze iletişimde ege-men tarz sözlü, konuşmayla (Erdoğan 1997:114) başlayan taraflar arasındaki bilgi ve haber alışverişi zorunluluğu, ilişkinin sağlıklı şekilde sürdürülebilmesi için karşılıklı bir iletişimi gerekli kılmaktadır (Tüfekçioğlu 1997:86).

Yüz yüze iletişimde bulunanlar arasında zaman ve mekan bakımından beraberlik vardır. Herkes günlük yaşamı içinde yüz yüze iletişimde bulunabilir (Erdoğan 1997:164).

Bir iletişimin kişiler arası iletişim sayılabilmesi için (Tubbs ve Moss, 1974) ilk olarak kişiler arası iletişime katılanlar, belli bir fiziki yakınlık içinde yüz yüze olmalıdır. İkinci olarak, iletişime katılanlar arasında tek yönlü değil, karşılıklı bir mesaj alış veriş olmalıdır. Üçüncüsü ise, mesa-

jin niteliğiyle ilgilidir. Mesajlar sözlü ve sözsüz nitelikte olmalıdır; bu iki tür dışında kalan mesajların kullanıldığı iletişimler, iletişim sayılmaz. (Dökmen 1997:24).

C. ÖRGÜT İÇİ İLETİŞİM

Örgütü, toplumsal ihtiyaçların bir kesimini karşılamak üzere, önceden belirlenmiş amaçları gerçekleştirecek görev ve rolleri yapmak için güçlerini, eylemlerini eşgüdümleyen ve iş görenlerden oluşan toplumsal açık bir sistem olarak tanımlamak mümkündür (Başaran 1982:56). Tanımdan da anlaşıldığı gibi bir örgütün varlık nedeni, belirli amaçların birden fazla kişi ile ve bir grup olarak gerçekleştirilmesidir. "Örgüt içinde etkili bir iletişim ile etkili bir yönetim arasında doğrudan bir bağlantı vardır" (Varol 1982:124).

Bir örgütün örgüt içi iletişim politikasının belli başlı amaçlarını şöyle sıralayabiliriz (Varol 1982:128-129):

Örgütün amaçları, hedefleri ve politikasının elemanlarca bilinmesini sağlamak, iş ve işlevlere ilişkin bilgiler vererek, iş ve beceri eğitimi kolaylaştırmak. Örgütün yapısı hakkında bilgileri vererek, örgüt içi duygusal ve çatışmalı sorunlar konusunda aydınlatmak. Bilgilendirme yoluyla da örgütsel yaşama katılımın düzeyini artırmak. Yöneticiler ve elemanlar arasında iki yönlü -karşılıklı iletişimi özendirmek.

Örgüt içi iletişimde alınan kararların niteliği, geniş ölçüde haberleşme sisteminin iyi işlemesine bağlıdır (Tortop ve Günay 1993:133). Temel olarak örgütlerde iletişimin iki amacı vardır. İlki, örgütün amaçlarını gerçekleştirmede aracı olması ve planların uygulanmasında belli bir amacın gerçekleştirilmesi için faaliyetlerin eşgüdümlenmesi, görevi başaracak kişiye iletilmesi. İkinci olarak, örgüt üyelerinin iletişim yoluyla örgütün amaçları doğrultusunda çalıştırılmasıdır (Can 1992:240).

D. KİTLE İLETİŞİMİ

Kitle iletişimi uygarlığımızın oldukça yeni bir olgusudur. Modern iletişimi yazılı basının gelişmesi ve okumanın bireyselleşmesiyle başlatabiliriz (Kaya 1985:2) XX. yüzyıl ise, teknolojide büyük gelişmelere sahne olmuştur ve olmaktadır. Buna bağlı olarak iletişim araçları da söz konusu teknik gelişmelerden nasibini almış ve kitle iletişim olgusu giderek önem kazanmıştır (Yumlu 1994:19).

Bir toplumun üyelerinin ortak maddi ve manevi etkinlikleri dolayısıyla aralarında oluşan bağlantıları doğrudan ve dolaylı yollarla göreceli olarak toplumun bütününde gerçekleştirilen süreçlerin tümü olarak tanımlanabilen kitle iletişimi, kitle iletişim araçlarının kullanımıyla ne olduğu tam belli olmayan geniş insan topluluklarına topyekün haber ve bilgi aktarılmasını içermektedir (Zillioğlu 1996:85). Kitle iletişim araçları bir değer olarak bilginin yayılması için tartışmasız gerekli bir araçtır (Breton 1992:182). Kitle iletişim araçları bireysel görüşleri ifade ederken, yürütülüş ve başlıca etkinliklerini düzenleme biçimlerini de etkilemektedir (McQuail 1983:46).

Kitle iletişiminin başlıca özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür: Kitle iletişiminin izler kitlesi görece geniş, (Mutlu 1995:211) türdeş olmayan ve kim olduğu belli olmayan izleyicilere yöneliktir. İletiler açıkça iletilir; genellikle izleyicilerin çoğunluğuna aynı anda ulaşacak şekilde ayarlanır ve geçicidir. İletişimci çok fazla masraflı olabilecek karmaşık bir örgüt olma ya da karmaşık bir örgüt içinde faaliyet gösterme eğilimindedir (Severin ve Tankard 1994:12). Kitle iletişimi kamusaldir, yani içeriği herkese açıktır. İletişim çoğunlukla tek yönlüdür ve izler kitlenin anında cevap verme ihtimalini fiilen dışlamaktadır, böylelikle gönderici ile alıcı arasında kutuplaşma söz konusudur.

III. BASIN VE KAMUOYU

A. BASIN KAVRAMI

Basın toplum içinde düzenli olarak yayınlanan, haber ya da bilgi öğelerinin, düşünce veya kanıların, biçim ya da koşulların tümüdür (Danışman 1982:1).

Günümüzde ise, basın faaliyetinin klasik anlamı ve kapsamı bazı önemli farklar içermektedir. Gerçekten de basın kavramına bugün kitap, broşür, dergi ve gazetelerin yanında radyo-televizyon katılmış, benzer teknolojinin getirdiği diğer araçlar da eklenmiştir (Akarcalı 1989:1-2).

Radyo ve televizyonun gazeteciliğe başlaması ve gazeteciliğin temel ilkelerine uyması sonucunda ise bu alanda yazılı basın teriminin yanı sıra, sözlü ve elektronik basın terimi ortaya çıkmıştır.

Başta sosyal ve kültürel alanda olmak üzere insanoğlunun tüm yaşamını ilgilendiren basın, kamu adına denetleme yapma işlevi ve etkisi, aynı

zamanda sorun ve sorumlulukları olan geniş kapsamlı, kollektif (Dinçer 1986:5) ve kendine özgü bir yapıya sahiptir. Bunun sonucu olarak, her dönemde, özellikle hürriyetçi demokratik ülkelerde zaman zaman ilerleyip durarak, eleştiri bombardımanına tutulup kimi zaman da zirvelere tırmanarak gündemde kalmayı başarmıştır. Kamuoyunu oluşturma ve kamu adına iktidarı denetleme fonksiyonu nedeniyle de basın, demokrasinin vazgeçilmez unsuru olduğunu kanıtlamıştır.

Basının, toplumsal yapılanma içinde gördüğü işlevler içerisindeki en önemli konulardan bir tanesi "ifade özgürlüğü" olgusudur. Bireysel düşüncenin özgürlüğü ve kullanımını olan ifade özgürlüğünün şekillenmesi ise her toplumsal düzenin temel unsurları arasında karşımıza çıkar (Yüksel ve Demiray 1983:74). Çeşitli sorunların ve konuların kitlelere etkin biçimde duyurulması gereksinimi kitle haberleşme araçlarını ve doğal olarak basını doğurmuştur (İçel 1990:8).

Haberleşme açısından gerek kamuoyunu oluşturmaya ve onun sözcülüğünü yapması bakımından ve gerekse devletlerarası ilişkiler yönünden hızlı bir gelişim süreci yaşamış, ilk dönemlerdeki yazılı bültenler, gazeteler vb.'nin yanında teknolojik gelişmelerle birlikte kanıların ve bilgilerin biçimlenmesi sürecini büyük ölçüde hızlandıran radyo, televizyon gibi elektronik basını da ortaya çıkarmıştır.

Kitle iletişim araçları içerisinde basının yeri ve önemi büyüktür. Teknolojik gelişmeyle iyice gelişen basın toplumsal yaşam için son derece önemlidir ve demokratik sistemlerin vazgeçilmez unsurudur (Severin ve Tankard 1994:501).

B. BASININ FONKSİYONLARI

Kitle haberleşme araçları sahip oldukları geniş kitleleri ulaşma kapasiteleri sayesinde diğer haberleşme araçlarına göre bariz üstünlükleri bünyelerinde barındırmaktadır (İçel 1990:9).

Sahip oldukları bu etkinlik sayesinde popüler kültürün oluşmasına ve yerleşmesine katkıları hiç şüphesiz ortadadır. Zaten egemen çevreler basının, kitle kültürünün geçmiş kuşaklardan gelecek kuşaklara aktarılmasını sağlayan en güçlü etmen olduğu (Alemdar ve Erdoğan 1994:15) konusunda hem fikirdirler. Basının toplumsal fonksiyonlarından en önemlileri aşağıda ele alınmaktadır.

1- Haber ve Bilgi Verme Fonksiyonu

Haber ve bilgi verme kitle iletişim araçlarının en temel işlevlerinden biridir. Haber bu araçların ortaya çıkmasında en belirleyici faktördür.

Bugün basın organları dünyada meydana gelen enformasyon akımını yoğurup sentez yaparak okuyucunun ayağına kadar getirmekte, bireylerin uzak veya yakın çevrelerinde olup bitenleri haber olarak vermekte, kısacası dünyayı tanımlamaya çalışmaktadır (Tokgöz 1994:34).

Basın kuruluşlarına değişik ajans ve kaynaklardan gelen haberler, belirli süzgeçlerden geçirilerek hangi haberin verilir hangisinin verilmeyeceğine karar verilir. Haber verme işlevini yerine getiren kitle iletişim araçları, topluma siyasal, ekonomik, toplumsal, sanatsal, bilimsel enformasyonu ister güncel olsun isterse genel nitelikte olsun, çeşitli bağlantılar kurarak sunarlar. Zaman zaman uzlaşmacı zaman zaman da eleştiriyle yüklü olarak çeşitli olgu ve değerlerin toplumda yerleşmesini sağlarlar.

Basın organları açısından büyük önem taşıyan haberin tanımına değinecek olursak, kısaca insanları ilgilendirecek, zamanlı olan bir fikrin, olayın veya sorunun özeti (Hohenberg 1994:128)'dir diyebiliriz.

Haber oluşturulan hammaddenin zamana uygun olması, olanların sanki şimdi oluyormuş gibi haberde yer alması gerekmektedir. Haberin ilgi ve dikkat çekici bir mahiyet taşıması bunun için de haberi yaparken olay ve sorunların aslına sadık kalınarak, gerçek çerçevesi içinde özetlemesi ve kurgulanması gerekmektedir (Tokgöz 1994:129).

Sonuç olarak basının haber ve bilgi vermedeki amacı topluma doğru ve gerçek bilgi vermek ve kamuoyunun oluşumuna katkıda bulunmaktır.

2- Eğitim ve Eğlendirme Fonksiyonu

Basın organları, haber ve bilgi sunarken bireylerin toplumsallaşma sürecine ve dolayısıyla eğitimine katkı sağlamaktadır (Tokgöz 1994:45).

Bütün bu fonksiyonların yanısıra basın bireylerin boş zamanlarını en iyi şekilde değerlendirebilmeleri için onlara çeşitli alternatifler sunmaktadır. Gazetelerde yer alan yazı, fotoğraf ve bulmaca gibi bir takım unsurlar eğlendirme ve eğit-

me işlevine yönelik olarak ortaya çıkmaktadır.

Bireyler basın organlarının eğlendirme amacıyla yaptıkları işlevlere, günlük hayatın sıkıntılarında kurtulmak ve boş zamanlarını değerlendirmek için büyük oranda ilgi göstermektedirler. Bu durum ise uzun vadede bireyleri belli ölçüde uygun hale getirerek insanların oyalanmasına ve kaçışına sebep olmaktadır.

3- Denetim ve Eleştiri Fonksiyonu

Demokratik sistemlerde yasama, yürütme ve yargıdan sonra bir denetim ve eleştiri mekanizması olarak kabul edilen basına dördüncü güç nitelendirilmesi yapılmaktadır. Basın toplumun seçim yoluyla görevlendirdiği kurumların çalışmalarını denetlemek için de vardır diyebiliriz (Bozdağ 1992:270).

Basına halkın temsilcisi olma göreviyle birlikte bir takım sorumluluklar da yüklenmiştir. Basın hükümetin aksayan yönlerini, icraatlarındaki eksiklik ve yanlışlıkları kamuoyuna duyurarak onu bilgilendirmelidir. Basın, denetim ve eleştiri görevini yerine getirirken, hiçbir şekilde kişi, kurum ve makam farkı gözetmeksizin toplum adına sözcülük rolünü üstlenmelidir.

4- Kamuoyu Oluşturma ve Açıklama Fonksiyonu

Basının diğer bir fonksiyonu da kamuoyunu oluşturma ve açıklama fonksiyonudur. Basın, haber ve bilgi sunarken halkı olay ve gelişmelerden haberdar etmekte ve kamuoyunun oluşumuna katkı sağlamaktadır. Basının kamuoyunun sesini duyurması, ona aynı zamanda sistemin bir çeşit emniyet sübapı niteliği kazandırmaktadır. Çünkü, halktan gelen bütün tepkiler zamanında saptanarak devlet örgütünün sorumlu birimlerine iletilir (Akarcalı 1989:268).

Basının kamuoyunu oluşturma fonksiyonunun bir başka yönü de, günlük toplumsal hayatta gelişen olaylarla ilgili olarak basının kamuoyuna yol gösterirken, onu yönlendirmesidir. Aynı zamanda basın kamuoyunu yönlendirirken ondan etkilenmektedir. Bu sebeple, basın organlarının haber ve bilgi sunarken yansız davranmaları, gerçek olmayan bilgileri gerçekmiş gibi sunmaları gerekmektedir (Semelin 1992:34). Bugün basın, kamuoyu oluşturmak isteyen kurum, örgüt ya da kurumların kullandıkları yegane araç kurumundadır.

Basın organları çeşitli görüşlerin ifade edildiği bir platform olma özelliği taşıdıklarından, ülkedeki çok sesliliğe ve dolayısıyla demokrasiye büyük katkı sağlamaktadır (Tokgöz 1994:94). Basın, belirli bir konuda kamuoyu oluşturma yanısıra oluşturulan kamuoyunun açıklanması görevini de yerine getirmektedir.

C. KAMUOYU KAVRAMI

Kamuoyu, özüyle, insanoğlunun kabile olarak yaşadığı dönemlerde bile mevcut olmasına rağmen, bilimsel inceleme konusu olarak 1920'li yıllardan bu yana ağırlık kazanmıştır (Onaran 1984:7).

Kamuoyu sözcüğünün karşılığı olarak; efkarı umumiyeye, umumi efkar, halkoyu, halk efkarı, public opinion, öffentliche meinung sözcükleri (Zümrüt 1977:19) yirminci yüzyılın siyasal sözlüğünde önemli bir yer işgal eden kavram olmuştur. Bu kavramla ilgili olarak açığa vurulan kanaatler çok değişiktir. Siyasal hayatta kesinlikle hesaba katılması gereken bu güç, korkulduğu kadar aranmakta, övüldüğü ölçüde yerilmektedir (Abadan 1987:1).

Kamuoyu tabirinin gerçek manası hakkında, sosyal psikologlar, sosyologlar ve siyasi ilimlerle uğraşanlar arasında tam bir mutabakat yoktur. Biz bu dar etüd çerçevesi içinde, bütün tarifleri ve bütün görüşleri inceleyecek değiliz (Meray 1954:261).

Kamuoyu bir bakıma, bir grup insanın bir sorun karşısında takınmış olduğu fikir ve kanaatlerdir (Abadan 1954:1). Kamuoyu, "halkı ilgilendiren belirli bir mesele hakkında belirli bir zamanda genel yargı yahut kanaattir (Daver 1968:233).

Kavramının tanımlanmasında Duygu Sezer de benzer görüşleri dile getirmektedir. "Kamuoyu, kamu yaşantısı ile ilgili olan tartışmalı bir sorunla ilgilenen kişiler grubunun veya gruplarının taşıdıkları kanaatlerin anlatımlarıdır" (Sezer 1972:5).

Kamuoyu, genellikle cemiyeti ilgilendiren ve müteessir eden meselelerde, fertlerin sahip oldukları görüş ve kanaatlerin genel görüşünü ihtiva eder. Kamuoyu önce, her tür zıt fikir, inanış, temayül, kararlar ve arzular yığındır. Bu karışıklık içinde, her sorunda, vatandaşlar tarafından açıkça benimsenen ve müdafaa edilen belirli bir görüş oluşuncaya kadar, bir araya gelme ve ay-

dınlanma işlemleri cereyan eder. İşte halkın çoğunluğu tarafından kabul edilecek, tutulacak olan görüş kamuoyu olmaktadır (Meray 1954:263).

Demokrasilerde belirleyici unsur olan kamuoyunun önemi ve rolü artık iyice anlaşılmalıdır. Kamuoyunun nabzını elinde tutmak isteyen siyasilerin vazgeçilmez bir parçası olmuştur (Onaran 1984:7). Aynı şekilde özel sektörlerin kamuoyunun eğilim ve isteklerini öğrenmek, araştırmak konusunda bir çeşit yarışma içinde bulunmaları, kamuoyu eğilimlerinin sosyologlarca yorumlanmasına, istatistikçilerce de ölçülmesine neden olmaktadır (Abadan 1987:1).

Allport, kamuoyunun mahiyetini inceleyen bir yazısında kamuoyunun belirtici vasıfları olarak şunları göstermektedir (Allport 1937:265):

1- Kamuoyu ferdi davranışlardan meydana gelir. Bu davranışların sözlü ifade edilmiş olması gerekir. Aynı zamanda çok sayıda fertler tarafından ifade edilmiş olmalıdır.2- Kamuoyuna konu olacak sorunlar veya durumlar önemli ve enteresan sorunlardır.3- Bu davranış ortak sorunun kabulü veya reddi şeklinde bir hareket, veya böyle bir harekete geçmeye hazır olmayı ifade etmelidir. Fertte uyanan tepki beğenme veya beğenmeme şeklinde olmalı, bu suretle de fiili bir yardımı veya müdahaleyi gerektirmelidir.4- Fertlerde, kendisinden başka, daha birçok kimsenin de aynı şekilde düşündüğüne veya hareket ettiğine dair bir kanaatin olması gerekir.5- Kanaatlerin ya bilfiil ifade edilmiş veya ifade edilmeye hazır olması lazımdır.6- Kamuoyu müşterek hedeflere doğru girilen faaliyetler olduğu için, bu müşterek davranışın kuvvetli ve nicelik itibarıyla yüksek olması gerekir.

Sauvry göre kamuoyu, bir hakem, bir vicdan sesi, belki de bir mahkeme niteliğindedir. Hüküm verme hakkını haiz değildir, fakat korkulur. Bir milletin salt içidir, isimsiz bir güçtür (Sauvry 1969:7).

IV. BASININ KAMUOYUNU OLUŞTURMADA KULLANDIĞI KURAM ve MODELLER

Bugün baskı sayısı milyonları bulan gazetelerin kitleleri ne denli etkilediğini düşünmek bile insan zihnini yormaktadır. Toplumun bütün alanlarında yer alan basın, çok büyük bir toplumsal görevi yüklenmiş durumdadır. Bunların bir çoğunun anında ve zamanında yapılması zorunludur;

aksi halde hiç bir yararı olmaz. Basından yararlanma, uygar toplumlarda ve ülkelerde, yaşamsal bir ilke ve de alışkanlık halini almış bulunmaktadır. Basın, yaşamın tüm kesimlerine öylesine girmiştir ki (Onaran 1984:36), "demokratik ülkelerde, yasama-yargı-yürütme üçgeninin hemen ardına, bu üçgeni kamu adına denetleyen 'basın' gelir" (Balbay 1996:529).

Basın kamuoyunu aydınlatıp oluştururken, aynı zamanda verdiği haberlerle toplumu da yönlendirmektedir (Kıratlı 1996:709). Kamuoyu konusunda en iyi belge de basındır. Basın kamuoyunu yansıttığı kadar, onu biçimlendirme eğilimi de taşır. İnsanlar gazetelerde okudukları görüşlere çoğu zaman katılmasalar da bu etki söz konusudur (Duvarger 1980:100).

Düşünce başkalarından nakledilmedikçe anlam taşımaz (Dönmezer 1976:27). Kitlelere iletilen bir haber, o kitleyi, belirli bir çapta ve boyutta değişime uğratmaktadır (Yenişehirlioğlu 1981:12). Sunmuş olduğu haber ve bilgilerle basın çeşitli konular ve olaylar hakkında toplumu haberdar ederek, belirli kanaatlerin yayılmasını sağlayarak bir dizi röportaj ya da okuyucu köşeleriyle toplumdaki farklı görüşlerin ifade edilebilmesini, kamuoyuna açıklanabilmesini sağlamaya çalışmaktadır (Yüksel ve Demiray 1988:27). Özgürlükçü demokrasilerde basın, kamuoyunun sadece sesi değil, aynı zamanda onun motorudur. Yani basın kamuoyunun oluşmasına yardım ettiği gibi kamuoyunun da yönlendirilmesine katkı sağlar (İçel 1990:94-95).

Kitle iletişim araştırmaları ile ilgili olarak 1980'lerde giderek güçlenen görüş, kitle iletişim araçlarının "güçlü" olduklarını savunan yaklaşımlardır (Güz 1996:981). Bu görüşü dikkate aldığımızda basın, kamuoyu oluşturma fonksiyonunu yerine getirirken bir takım kuram ve modellerden sıkça yararlanmaktadır.

Örneğin medya elindeki güçle, kamuoyundaki tartışmaları yönlendirmekte ve böylece hangi konuya öncelik verilmesi gerektiği yolundaki düşünce kararları etkilemektedir. 3 Kasım 1996 tarihinde Balıkesir'in Susurluk ilçesinde meydana gelen trafik kazası gerek habercilik gerekse propaganda tekniği kullanılarak, Türk kamuoyunun gündemine oturtulmuştur. Olayın boyutu genişledikçe konunun önemi daha da artmış, kitle iletişim araçlarının haberleri ve ısrarlı tutumları sayesinde siyasi partiler ve sivil toplum örgütleri de gelişmelerde yerlerini almışlardır.

Basının kamuoyu oluşturmada kullandığı kuram ve modeller, bağımlılık modeli, suskunluk sarmalı kuramı, ve gündem kurma kuramıdır.

A. BAĞIMLILIK MODELİ

Ball, Roeach ve De Fleur tarafından 1976 yılında formüleleştirilen bağımlılık modeli izleyici etkilerini, kitle iletişim araçları ve izleyicilerinin var oldukları daha geniş toplumsal yapı bağlamında ele alır. Model, izleyici, kitle iletişim sistemleri ve daha geniş toplumsal sistem arasındaki etkileşimi açıklamaya girişir (Fejes 1994:263). Sanayileşmiş toplumlarda, izleyiciler, kitle iletişim araçlarına enformasyon kaynağı olarak yüksek derecede bağımlıdır (Erdoğan ve Alemdar 1990:17).

Toplumlar giderek daha karmaşık hale geldikçe, bireyler içinde buldukları daha geniş toplumsal dünya hakkında enformasyon edinebilmek için kitle iletişim araçlarına bağımlılıkları daha da artar. Bağımlılığın türü ve derecesi toplumun yapısal şartlarına ve toplumun bir değişme, çatışma ya da istikrarsızlık şartlarında bulunma durumuna göre değişiklik gösterir. İzleyicinin, okuyucunun kitle iletişim araçlarından edindiği enformasyona bağımlılığı ve böylece etkinin türü ve şiddeti (bilişsel, duygusal ve davranışsal), yapısal çatışma ve değişmelerin düzeyindeki artışa bağlı olarak daha da artar. Böylece kitle iletişim araçlarının rolleri nicelik, nitelik, güvenilirlik ve otorite bakımından toplumsal şartlara göre değişecektir (Fejes 1994:263).

Kitle iletişim araçlarına bağlanan bireyler toplumun gündeminde nelerin olduğunu belirlemek için televizyona, gazeteye vb. yönelmektedir. Bunun neticesinde bireyler kitle iletişim araçlarının etkilerine maruz kalarak, bilerek ya da bilmeyerek zihinsel, duygusal ve davranışsal etkiler oluşturmaktalar.

B. SUSKUNLUK SARMALI KURAMI

Elisabeth Noelle Neumann tarafından 1965 yılında gerçekleştirilen suskunluk sarmalı kuramına göre, kitle iletişim araçlarının kamuoyu üzerinde güçlü etkileri vardır. İnsanlar çoğunlukta olup olmadıklarının kararını vermeye ve sonra da kamuoyunun kendileriyle aynı fikirlerde olacak şekillerde değişip değişmediğine karar vermeye çalışırlar. İnsanlar azınlıkta olduklarını hissedersen konu hakkında sessiz kalmayı tercih ederler, eğer kamuoyunun kendilerinden farklı yönde

değiştiğini hissedersen yine dışlanma korkusuyla sessiz kalırlar (Neumann 1998:234).

Eğer birey kendi fikirlerini baskın, yaygın olan kategori içinde olduğuna inanırsa fikrini açıklamakta daha istekli olacaktır. Bireyler görüşlerinin toplumun geneliyle uyum içinde olduğundan emin olduklarında, gerek özel gerekse kamusal alandaki konuşmalara kendinden emin bir biçimde katılır. Böylece diğerlerini daha çok baskı altına almaya başlar ve ötekiler bunu kabullenir. Baskın görüşü savunanların daha fazla konuşma ve diğerlerinin daha sessiz kalma eğilimi, bir fikri yaygın bir fikre dönüştüren sarmallama sürecini başlatır (Mcquail ve Windahl 1993:99).

Kuramda basının belirli konuları kamunun görüş ve tartışma alanına yerleştirebildiği veya uzaklaştırabildiği düşüncesinden hareket etmektedir (Fejes 1993:245-246). Suskunluk sarmalı modelinde bireylerin çoğunluk yanında davranış sergilemesinin temelinde toplumla ve diğer bireylerle bütünleşme amacı yatmaktadır, birey toplum baskısından uzaklaşmak için diğerlerine benzemeye, onlara benzer şekilde davranmaya çalışacaktır (Güneş 1996:186).

Bu durumda basın organları fikirlerin gelişim sürecine etki etmektedir. Belirleyici olan etmen ise fikirlerin büyüklüğünden çok, taraftarların bu fikirleri ifade etme isteği ve yeteneği olmaktadır. Kamuoyunun onaylamadığı, dışladığı, görüşlerin, diğer görüşler karşısında tartışılması gündeme gelmesi zayıf bir ihtimaldir (Özerkan ve İnceoğlu 1997:27).

Basın organları toplumda baskın olan düşüncelerin neler olduğuyula ilgili izlenimleri şekillendirmekte, hangi düşüncelerin çoğalmakta olduğuyula ilgili izlenimleri pekiştirmektedir (Severin ve Tankard 1994:444).

C. GÜNDEM KURMA MODELİ

Gündem kurma modeli (agenda setting) kitle iletişim araçlarının haberleri sunuş yoluyla bazı konulara ağırlık vererek kamuoyunun gündemini belirlediği görüşüne dayanmaktadır (Gökçe 1993:113). Kitle iletişim araçları toplumda meydana gelen pek çok olay, karşılaşılan sorunlar ve çeşitli konular arasında bazılarını önemsemekte, ön plana çıkarmakta ve bunlara daha fazla yer vermektedir. Kitle iletişim araçları tarafından verilen önem sırası ile aynı konuya politikacıların vereceği önem sırası arasında bir uyumluluk ol-

duğu ifade edilmektedir (Mcquail 1994:294).

Kitle iletişim araçlarının daha çok önem verdiği konular toplumu oluşturan bireyler tarafından daha çok tanınacak, önem verilmeyen ya da geri plana itilen konular ise önemini kaybederek, unutulmaya yüz tutacaktır (Mcquail ve Windahl 1993:92). Bir başka ifadeyle, medyada en çok ilgi gören ve üzerinde durulan konu, kamu tarafından da önemli olarak algılanacaktır.

Gündemi saptama kitle iletişim araçları açısından altı süreçten geçmektedir.

Kitle iletişim araçları bazı olayları kamuya iletir ve bu konuları ayakta tutar (Bektaş 1996:121). Haberleri çeşitlendirir ve değişik türlerde işler. Olayların çerçevesini belirler. Kullandığı dili etkileyici kılmaya çalışır, abartmalara yer verir. Konular arasında bağlantı kurar, olayları birbiriyle destekler. İyi tanınan, güvenilir veya konunun uzmanı kişi ve kaynakları kullanır.

Cohen'e göre, kitle iletişim araçları halka ne düşüneceklerini değil de, ne hakkında düşüneceklerini söylemede başarılıdır. İzleyici ve okuyucular kamuoyunu ilgilendiren konuları ve diğer alanları, iletişim araçları yolu ile öğrenmekten öte, aynı zamanda iletişim araçlarının bunlara yüklediği anlamın boyutlarını da öğrenmek isterler (Demiray ve Dağtaş 1994:95).

Gündem saptama konusunda Türk basını ve halkı açısından araştırma yapan Nurettin Güz; kamuoyunun oluşturulmasında kitle haberleşme araçlarından basın ve kişiler arası ilişkilerin önemli olduğuna dikkat çekmektedir (Güz 1996:995). Basın organları siyasal ve aktüel konularda toplumun neyi ne kadar bileceğine karar vermektedir. Günümüzde basının gündemine aldığı, büyük ağırlık ve yer verdiği konuların kamunun da gündemine girdiği ve kamu tarafından önemli olarak algılandığı, basında yer almayan konuların ise önemsiz olarak nitelendirildiği görülmektedir (İnceoğlu 1993:132). Basının en önemli konuları, ilk sayfaları, başlıkları, yorumları, tartışmaları, makaleleri, mülakatları kapsar. Konular önem derecesine göre sıralanır (Erdoğan ve Alemdar 1990:147).

Gündem kurma kuramı, yaklaşım olarak, kitle haberleşme araçlarının kamuoyunu meşgul eden sorunları ortaya koyma işlevine veya bu sorunları sunduğu toplumun tartışması ve eyleme geçmesi için gündemi belirleyerek faaliyete geçme-

sine işaret eder (Tokgöz 1978:89).

V. 3 KASIM 1996 SUSURLUK KAZASI SONRASI TÜRK BASINI VE GÜNDEM

Türkiye kamuoyunu oluşturmada ve kamuoyunu açıklamada tiraj ve hedef kitleleri açısından Türkiye'nin en doğru tablosunu vereceğini düşündüğümüz Cumhuriyet, Zaman, Hürriyet ve Sabah gazetelerinin Susurluk olayının ortaya çıkmasından sonra attıkları manşetler, bu olayın gazetelerin vitrin sayfalarında işgal ettiği yer hakkında yaptığımız inceleme önemli ipuçları verdi. Araştırmalarımız sonunda bu dört gazetenin diğer konulardan çok daha fazla bu konuyu gündemde tuttuklarını birinci (vitrin) sayfalarının yüzölçümü olarak analizinde belirledik. Gazetelerin 4-17 Kasım ve 18-30 Kasım tarihleri arasında birinci sayfalarında Susurluk haberlerine tahsis ettikleri yerlerin sayısal verileri şöyle:

A. İÇERİK ÇÖZÜMLEMESİ

(Cumhuriyet, Zaman, Hürriyet ve Sabah gazetelerinin 4-30 Kasım 1996 tarihleri arasındaki nüshalarının Susurluk konusundaki içerik çözümlemesi)

1. CUMHURİYET

Cumhuriyet gazetesi Susurluk olayını, normal bir kaza gibi 3 Kasım 1996 tarihinde vitrin sayfasından küçük bir haber olarak okuyucularına duyurdu. Kazanın basit bir trafik kazası olmadığı kısa sürede anlaşılınca, 5 Kasım tarihinden itibaren Susurluk olayını büyüterek vermeye başlayan Cumhuriyet, 5 Kasım tarihinden 14 Kasım tarihine kadar her gün konuyu manşetine taşımış ve konuyla ilgili toplam 17 haber yapmıştır.

Bu haberlerin Cumhuriyet'in birinci sayfasında kapladığı toplam alan gazetenin toplamının yüzde 38.61'ne eşittir. Dolayısıyla, gazetenin 4-17 Kasım tarihleri arasındaki birinci sayfasının üçte birinden fazlası bu konuya ayrılmıştır.

Cumhuriyet'in sözkonusu süre içerisinde kullandığı bazı manşetler şu şekilde örneklenebilir:

5 Kasım: Cürümenin belgesi, 6 Kasım: Polis Ülkücü terörist işbirliği, 7 Kasım: Ağar'ın istifası konuşuluyor, 8 Kasım: Olay vahim devlet masum, 9 Kasım: Siyasi sorumlu Tansu Çiller, 10 Kasım: Düşüm çözülmüyor, 11 Kasım: Polis Ülkücü Çatlı'yı kayırdı, 12 Kasım: Yılmaz belgele-

Tablo 1: 4-30 Kasım 1996 Metin-Başlık ve Fotoğraf Çözümlemesi

	Metin		Başlık		Fotoğraf	
	cm2	%	Cm2	%	cm2	%
Susurluk	7021	32.15	4957	22.70	2940	13.46
Ekonomik	1423	6.01	907	3.83	279	1.18
Siyasi	3084	13.03	2449	10.35	472	1.99
Toplum-Kültür	2178	9.21	1439	6.08	2125	8.98
Dış Politika	684	2.89	465.5	1.97	969	4.10
Magazin	208	0.88	100	0.42	851	3.60
Terör	423	1.79	312	1.32	228	0.96
Toplam	15021	63.49	10629.5	44.93	7864	33.24

ri Köşk'e götürüyor, 14 Kasım: Çatlı'ya ruhsat Ağar'dan

Cumhuriyet'in Susurluk'u önemseyemediğinin bir başka göstergesi de diğer haberlerin bu süre zarfında gazetenin vitrin sayfasında ne kadar yer işgal ettiği. Nitekim, bu süre zarfında diğer konuların yüzölçümü oranı şöyledir:

Ekonomi Haberleri: % 4.06 Siyasi Haberler : % 11.09
Toplum-Kültür Haberleri: % 14.95 Dış Politika Haberleri: % 6.47
Magazin Haberleri: % 1.87 Terör Haberleri : % 3.23

Görüldüğü gibi, tek başına Susurluk olayı, sektörel haberleri bile geride bırakacak yoğunlukta Cumhuriyet'in birinci sayfasında kendisine yer bulmuştur.

Cumhuriyet gazetesi 18-30 Kasım tarihleri arasında da birinci sayfasının yüzde 29.69'unu Susurluk konusuna ayırmış. Bu süre zarfında olayı 5 kez manşetine taşımış. Manşetler şöyle:

19 Kasım: Basına baskı, 23 Kasım: Emniyet değişmeli, 24 Kasım: Temiz toplum eylemi, 27 Kasım: Çiller Çatlı'yı savundu, 29 Kasım: Katilden kahraman

Cumhuriyet'in aynı süre zarfında diğer haberlere birinci sayfada ayırdığı alanın yüzde değerleri ise şöyle:

Ekonomi Haberleri: % 6.87, Siyasi Haberler: % 14.29, Toplum-Kültür Haberleri: % 14.17, Dış Politika Haberleri: % 2.48, Magazin Haberleri:

% 3.04

Terör Haberleri: % 0.84

2. ZAMAN

Zaman gazetesi, her ne kadar Cumhuriyet kadar önemsemese de Susurluk'a sayfalarında önemli yer vermiştir. 4-17 Kasım tarihleri arasında konuyla ilgili toplam 7 haber yayınlayan Zaman, bunlardan 3'ünü manşetten vermiştir. Manşet örnekleri şöyledir:

5 Kasım: Garip kazada suikast ihtimali artıyor, 8 Kasım: Ağar'a istifa baskısı, 10 Kasım: Morgdan taburcu

Zaman gazetesi 4-17 Kasım tarihleri arasında Susurluk olayına birinci sayfasının yüzde 7.95'ni ayırmıştır.

Zaman'ın diğer konulara aynı süre zarfında ayırdığı yer ise şöyledir:

Ekonomi Haberleri: % 10.58, Siyasi Haberler: % 13.07, Toplum-Kültür Haberleri: % 13.84, Dış Politika Haberleri: % 7.65, Magazin Haberleri: % 1.9
Terör Haberleri: % 5.28

Görüldüğü gibi, Zaman gazetesi tek başına Susurluk olayına Cumhuriyet kadar yer ayırmamıştır. Ancak, bir olayın iki hafta içinde 3 kez manşete taşınması önemli bir bulgudur.

Bir tek haber olarak Susurluk sektörel haberlerle oranlandığı için Susurluk'a ayrılan 7.95'lik yüzde bu konunun Zaman tarafından önemsendiğini

Tablo 2: 4-30 Kasım 1996 Metin-Başlık ve Fotoğraf Çözümlemesi

	Metin		Başlık		Fotoğraf	
	cm2	%	Cm2	%	cm2	%
Susurluk	1522	6.97	819	3.75	592	2.71
Ekonomik	2163	9.14	817	3.45	714	3.02
Siyasi	3301	13.95	1694	7.16	2252	9.52
Toplum-Kültür	2225	9.40	1534	6.48	2484	10.50
Dış Politika	1033	4.37	490	2.07	1570	6.64
Magazin	599	2.53	286	1.21	501	2.12
Terör	1072	4.53	388	1.64	216	0.91
Toplam	11915	50.36	6028	25.48	8329	35.20

Tablo 3: 4-30 Kasım 1996 Metin-Başlık ve Fotoğraf Çözümlemesi

	Metin		Başlık		Fotoğraf	
	cm2	%	Cm2	%	cm2	%
Susurluk	3880	17.77	4784	21.90	2922	13.38
Ekonomik	629	2.66	289	1.22	216	0.91
Siyasi	2325	9.83	1843	7.79	1359	5.74
Toplum-Kültür	2113	8.93	1485	6.28	1642	6.94
Dış Politika	404	1.71	444	1.88	312	1.32
Magazin	1379	5.83	616	2.60	1748	7.39
Terör	474	2.00	504	2.13	227	0.96
Toplam	11204	47.35	9965	42.12	8426	35.61

göstermektedir.

Zaman gazetesi birinci sayfasının yüzde 5.48'ini 18-30 Kasım tarihleri arasında Susurluk konusuna ayırmış. Bu süre zarfında olayı 1 kez manşetine taşımış. 22 Kasım : Eteğinizdekini dökün

Zaman'ın aynı süre zarfında diğer haberlere birinci sayfada ayırdığı alanın yüzde değerleri ise şöyle:

Ekonomi Haberleri: % 5.04, Siyasi Haberler: % 17.56, Toplum-Kültür Haberleri: % 12.55, Dış Politika Haberleri : % 5.42, Magazin Haberleri: % 3.95, Terör Haberleri: % 1.08

3. HÜRRIYET

Hürriyet gazetesi 4-17 Kasım 1996 tarihleri arasında birinci sayfasının yüzde 28.76'sını Susurluk olayına ayırmıştır. Hürriyet bu süre zarfında

Susurlukla ilgili olarak toplam 16 haber yayınlamış. Bu haberlerden 4'ü manşetten verilmiş. Manşet örnekleri şöyle:

5 Kasım: Kirli ilişkileri devlet biliyordu, 6 Kasım: Bu kadarı İtalya'da bile olmadı, 9 Kasım: Tehditçi Bakan oldu, 14 Kasım: İki karanlık nokta

Diğer haberlerin birinci sayfada kapladıkları alanın yüzde değerleri ise şöyledir:

Ekonomi Haberleri: % 1.89, Siyasi Haberler: % 8.00, Toplum-Kültür Haberleri: % 13.96, Dış Politika Haberleri : % 3.22, Magazin Haberleri: % 9.77, Terör Haberleri: % 2.43

Hürriyet gazetesi birinci sayfasının yüzde 24.29'unu 18-30 Kasım tarihleri arasında Susurluk konusuna ayırmış. Bu süre zarfında olayı 1 kez manşetine taşımış ve toplam 27 haber yap-

Tablo 4: 4-30 Kasım 1996 Metin-Başlık ve Fotoğraf Çözümlemesi

	Metin		Başlık		Fotoğraf	
	cm2	%	Cm2	%	cm2	%
Susurluk	2861	13.10	2633	12.06	2073	9.49
Ekonomik	1069	4.52	812	3.43	871	3.68
Siyasi	3782	15.98	3878	16.39	2913	12.31
Toplum-Kültür	909	3.84	1006	4.25	1336	5.65
Dış Politika	1313	5.55	754	3.19	1347	5.69
Magazin	910	3.85	645	2.73	1530	6.47
Terör	1415	5.98	1042	4.40	1597	6.75
Toplam	12259	51.81	10770	45.52	11667	49.31

miş.

21 Kasım: Mercedes'teki silahlar benim Hürriyet'in aynı süre zarfında diğer haberlere birinci sayfada ayırdığı alanın yüzde değerleri ise şöyle:

Ekonomi Haberleri: % 2.91, Siyasi Haberler: % 15.37, Toplum-Kültür Haberleri: % 8.19, Dış Politika Haberleri: % 1.69, Magazin Haberleri: % 6.05, Terör Haberleri: %2.66

4. SABAH

Sabah gazetesi 4-17 Kasım 1996 tarihleri arasında birinci sayfasının yüzde 16.15'ini Susurluk olayına ayırmıştır. Sabah'ta bu süre zarfında yayınlanan manşet örneği şöyle:

5 Kasım : Türkiye'ye süper bir savcı lazım

Diğer haberlerin birinci sayfada kapladıkları alanın yüzde değerleri ise şöyledir:

Ekonomi Haberleri: % 9.51, Siyasi Haberler: % 26.94, Toplum-Kültür Haberleri: % 10.01, Dış Politika Haberleri: % 11.03, Magazin Haberleri: % 7.19, Terör Haberleri: % 8.08

Sabah gazetesi birinci sayfasının yüzde 18.49'unu 18-30 Kasım tarihleri arasında Susurluk konusuna ayırmış. Bu süre zarfında olayı 4 kez manşetine taşımış. Manşet örnekleri şöyle:

21 Kasım: Genç savcının cesur yazısı, 22 Kasım: Susturucu gizli bölmedeydi,

23 Kasım: Vatandaş şaşkın, 25 Kasım: Sahte

pasaportu bana Çatlı verdi

Sabah'ın aynı süre zarfında diğer haberlere birinci sayfada ayırdığı alanın yüzde değerleri ise şöyle:

Ekonomi Haberleri: % 2.12, Siyasi Haberler: % 17.76, Toplum-Kültür Haberleri: % 3.73, Dış Politika Haberleri: % 3.3, Magazin Haberleri: % 5.85, Terör Haberleri: % 9.05

B. KÖŞE YAZILARINDA SUSURLUK

1. CUMHURİYET

Cumhuriyet gazetesi köşe yazarları Susurluk olayının ortaya çıktığı 3 Kasım 1996 tarihinden itibaren bu konunun üzerinde ısrarla durmuşlardır. Nitekim, Kasım 1996, Aralık 1996, Ocak 1997 tarihleri arasında Cumhuriyet'te Susurluk üzerine toplam 196 adet köşe yazısı yayınlanmıştır.

Bu rakamın yazarlara dökümü ise şöyle:

Cüneyt Arcayürek: 88 yazısının 52'inde, Oral Çalışlar: 43 yazısının 39'unda, Mustafa Balbay: 88 yazısının 39'unda, Hikmet Çetinkaya: 85 yazısının 37'sinde, İlhan Selçuk: 76 yazısının 21'inde, Toktamış Ateş: 37 yazısının 8'inde

Susurluk kazasına en çok yer veren gazete olan Cumhuriyet, kararlı ve etkili bir şekilde olayı takip etmiştir. Susurluk olayının örtbas edilmeye çalışıldığını sürekli vurgulayarak bu olayla birlikte devlete olan güvenin sarsıldığını ve konunun çözülmesinin Türkiye açısından büyük bir problem olduğunu belirtmiştir. Konunun derinliğinin 1980'lere kadar uzandığını belirterek, bu

dönemde aranması gerektiğini söylemiştir. Gündemde olan diğer önemli olayların içinde Susurluk'a sürekli yer vermiştir. O günlerde kamuoyunu meşgul etme potansiyeline sahip Atatürk'ün ölüm yıldönümü, Kayseri Büyükşehir Belediye Başkanı Şükrü Karatepe olayı, Sincan olayı, Tarihî olayları, Ordu-Refah sürtüşmesi vb. olaylara rağmen Cumhuriyet, Susurluk'u hep gündeminin ilk maddesi yapmıştır.

2. ZAMAN

Zaman gazetesi köşe yazarları Susurluk olayını TBMM'nin çözeceği fikrini sürekli işlemişler ve yazarlar arasında daha ziyade Fehmi Kuru bu konuyu ele almıştır.

Zaman köşe yazarlarının Susurluk olayına genel bakışı, olayın devleti yıpratmaya yönelik çaba olduğu şeklinde. Fehmi Kuru, yazılarının genelinde olayın tüm çıplaklığı ile bir an önce aydınlanması konusunu sürekli işlemiş. Kuru, 72 yazısından 24'ün Susurluk konusuna ayırmış.

3. HÜRRİYET

Hürriyet'in köşe yazarlarının Susurluk olayına genel bakışı, devletin çetelerle iç içe olduğu yolunda. Olaylar sırasında hükümete karşı etkili bir muhalefet sürdüren Hürriyet köşe yazarlarından Oktay Ekşi 72 yazısından 23'ünde, Bekir Coşkun 60 yazısından 15'inde, Fatih Altaylı 45 yazısından 13'ünde Susurluk konusunu ele almışlardır.

Köşe yazarları Susurluk'un bir an önce çözülmesinin önemine her fırsatta temas etmişlerdir.

4. SABAH

Sabah'ın köşe yazarları da Susurluk konusunda ısrarlı bir tutum sergileyerek, temiz toplum kampanyaları ile olayın bir bütünlük içerisinde çözülmesi gerektiğine dikkat çekmişlerdir.

Yazarların Susurluk konusuna ne kadar temas ettiklerini ifade eden rakamlar şöyledir:

Hasan Cemal: 61 yazısının 26'sı,
Necati Doğru: 76 yazısından 20'si
Mehmet Barlas: 84 yazısından 20'si,
Can Ataklı: 64 yazısından 19'u

Sabah gazetesi de konunun izlenmesinde ısrarlı bir tutum takınarak konunun Türkiye açısından hayati önem taşıdığını vurgulayarak konuyu

gündemde tutmaya çalışmıştır.

SONUÇ

Günümüz modern toplumunda birey-toplum ilişkilerinin sağlıklı bir şekilde yürütülebilmesi için kullanılan en yaygın ve en etkin yollardan biri kitle iletişim araçlarıdır. Bireyden devlete uzanan karmaşık toplumsal yapının her kademesindeki kişi, kurum ve devlet arasındaki bilgilendirme ve haber alma ihtiyacını karşılayan kitle iletişim araçları, kamuoyunu açıklama ve kamuoyunu etkileme gibi iki önemli görevi aynı anda yapabilme özelliğine sahiptirler.

Bu seçkin özellik kitle iletişim araçlarının toplum hayatındaki önem ve etkisini artırmakla birlikte, bir başka önemli hususu da gözler önüne serer: Kitle iletişim araçları bir konuyu önemsemişlerse, o konu ya kamuoyu için son derece önemlidir, yahut da kitle iletişim araçları o konuda kamuoyu oluşturmak istemektedirler. Buradaki ilk fonksiyon "kamuoyunu açıklama", diğeriye "kamuoyu oluşturma" sürecini ortaya koyar.

Tezimize konu olan Susurluk olayı da bu açılarından değerlendirilmelidir. Hem bir ticari müessesese, hem de kamu görevi yapan bir organ olarak kitle iletişim araçları arasında yer alan gazetelerin attıkları manşetler, kamuoyunu açıklama ve kamuoyunu oluşturma süreçleri açısından son derece önemlidir. Gazeteler, ya ticari kaygıyla yahut kamu çıkarını ön planda tutarak yayın politikalarını belirlerler. Dolayısıyla gazetenin manşeti hangi konunun önemsendiğinin en bariz göstergesidir. Bir gazetenin neyi önemsendiği, gazetecilik mesleğinin kendine özgü yayınlama teknikleriyle sayfalara yansıtılır. Bir gazetenin manşetine çıkardığı konu, o gün için en önemli saydığı konudur. Aynı şekilde, sık sık manşete taşınmasa da, belli bir zaman diliminde sıklıkla gündeme alınan konu da gazete için önemli demektir.

3 Kasım 1996 tarihinde Balıkesir'in Susurluk ilçesinde meydana gelen bir trafik kazasından sonra gelişen olaylar karşısında gazetelerin taktığı tavır bu açılarından değerlendirildiğinde, "kamuoyu oluşturma" bakımından önemli ipuçlarına ulaşılmaktadır. Basının kamuoyu oluşturma gücünü Susurluk örnek olayından hareketle ispatlamaya çalıştığımız tez çalışmamızda, olayın meydana geldiği 3 Kasım 1996 tarihinden itibaren 3 aylık zaman zarfında Cumhuriyet, Zaman, Hürriyet ve Sabah gazetelerinin tavrını a-

Basının Kamuoyunu Oluşturma Fonksiyonu (Örnek Olay: Susurluk) (150-167)

raştırdık. Bu dört gazeteyi seçmemizdeki ana saik, sözkonusu gazetelerin gerek tiraj ve gerekse çeşitli toplum kesimleri hakkında Türkiye gerçeğine en yakın tabloyu ortaya koymalarıdır. Böyle yapmakla, hem basının kamuoyu oluşturma gücünü, hem de Susurluk olayının Türkiye kamuoyunda nasıl bir yankı bulduğunu tespit etmeye çalıştık.

Susurluk olayı karşısında basının tutumu; kamuoyunu açıklamaktan çok, kamuoyu oluşturma gayretini ortaya koyar. Uygulanan yöntemler bizi bu sonuca götürmektedir. Zira, Susurluk kazasıyla birlikte ülke gündemine çeşitli "simgeler" girmiş ve sanki ülkenin tüm sorunları bu olaya kilitlenmiştir. Susurluk kazasındaki esrarın çözülmesiyle birlikte ülkedeki bütün dertlerin biteceği imajı kamuoyuna sürekli anlatılmaya çalışılmıştır. Haberlerin fotoğraflarla daha çarpıcı hale getirilmesi ve köşe yazarlarının da aynı konuyu sık sık ele almalarıyla kamuoyu uzun süre Susurluk olayıyla meşgul edilmiştir.

Bu iddianın en kısa yoldan ve en çarpıcı şekilde ispatı, gazetelerin içerik çözümlemesiyle mümkün olmuştur. Cumhuriyet, Hürriyet, Zaman ve Sabah gazetelerinin Susurluk olayının ortaya çıkmasından sonra attıkları manşetler, bu olayın gazetelerin vitrin sayfalarında işgal ettiği yer ve köşe yazarlarının konuyu sık sık sütunlarına taşımaları gazetelerin Susurluk konusunu önemsediklerinin bariz göstergesidir.

Gazetelerin Susurluk olayı karşısında ortaya koydukları tavrın haber ve manşet bazındaki değerlendirilmesi şöyledir:

Cumhuriyet:Cumhuriyet gazetesi 4-30 Kasım 1996 tarihleri arasında Susurluk olayına birinci sayfanın yüzde 68.31'ni ayırmıştır. Bu oran Cumhuriyet'in Susurluk'a verdiği önemin en bariz göstergesidir. Aynı şekilde Cumhuriyet yazarları Kasım, Aralık ve Ocak aylarında toplam 196 yazılarını yine Susurluk'a ayırmışlardır. Bu iki tablo bir araya gelince Cumhuriyet'in Susurluk konusu üzerine çok giden gazete olduğu rahatlıkla söylenebilir.

Zaman:Zaman gazetesi 4-30 Kasım 1996 tarihleri arasında Susurluk olayına birinci sayfasının yüzde 13.43'ünü ayırmıştır. Bu oran Zaman'ın Susurluk olayına Cumhuriyet kadar olmasa da önem verdiğini göstermektedir.

Zaman'ın başyazarı Fehmi Kuru'nun toplam 72

yazısının 24'ünü Susurluk olayına ayırması da bu konudaki bir başka önemli göstergedir.

Hürriyet:Hürriyet gazetesi 4-30 Kasım 1996 tarihleri arasında Susurluk olayına birinci sayfasının yüzde 53.05'ünü ayırmıştır. Bu oran Hürriyet'in Susurluk olayına Cumhuriyet'ten sonra ikinci önem veren gazete durumuna getirmektedir.

Hürriyet yazarlarının Kasım, Aralık ve Ocak aylarında toplam olarak 51 yazı yayınlamaları da bu konuyla ilgili önemli bir göstergedir.

Sabah:Sabah gazetesi 4-30 Kasım 1996 tarihleri arasında Susurluk olayına birinci sayfanın yüzde 34.65'ni ayırmıştır. Bu oranla sabah Cumhuriyet ve Hürriyet'ten sonra Susurluk'a önem veren üçüncü gazete olmaktadır. Sabah'ın en çok okunan köşe yazarları üç ay zarfında sütunlarını toplam 85 kez Susurluk konusuna ayırmışlardır.

Gazetelerin haber ve yorumlarında Susurluk'u sık sık gündeme getirmeleri konuyu gündemde tutacak başkaca teknikleri de geliştirmiştir. Gazetelerin yayınlarından etkilenen kamuoyu ve kamuoyunu etkilemeye çalışan gazeteler çetelere karşı temiz toplum için başlayan ışık söndürme eylemini "Sürekli aydınlık için bir dakika karanlık" sloganıyla kamuoyuna sunmuşlar, kamuoyu da kısa sürede bu eyleme angaje olmuştur. Susurluk konusuna ilgili en çarpıcı kamuoyu oluşturma örneğini bu eylem vermektedir. Gazetelerin Susurluk konusunda kamuoyu oluşturduğu yolundaki bir diğer önemli gösterge de dönemin İçişleri Bakanı Mehmet Ağar'ın görevinden istifa etmiş olmasıdır. Bu istifada başkaca etkenlerin rolü de olmasına rağmen, baskı gruplarının etkisinin küçümsenmeyecek derecede büyük olduğu ortadadır.

Gazetelerin konunun üzerine gitmesi ve kamuoyu oluşturmaya Türk siyasetinde de önemli değişiklikler meydana getirmiş, kamu desteğini almayı hedefleyen milletvekilleri Susurluk konusuna ilgili olarak TBMM Başkanlığı'na araştırma önermeleri vermişlerdir. CHP Ankara Milletvekili Eşref Erdem ve 23 arkadaşı, ANAP Batman Milletvekili Abdullah Hamidi ve 22 arkadaşı, DSP İstanbul Milletvekili M. Cevdet Selvi ve 21 arkadaşı, CHP İçel Milletvekili Oya Araslı ve 20 arkadaşı, ANAP İstanbul Milletvekili Halit Dumankaya ve 23 arkadaşı beş ayrı önerge vermişlerdir. Türkiye genelinde yayın yapan televizyon kanallarının Susurluk kazasının birinci

yıldönümü dolayısıyla yayınladıkları haberler de genelde kitle iletişim araçları, özelde gazetelerin kamuoyu oluşumuna ne denli etki ettiklerinin göstergesi oldu. Susurluk olayının birinci yıldönümü dolayısıyla televizyonlar Susurluk olayını şu oranda ele almışlardır:

STAR TV

2.11.1997: Toplam 5 haberde 1 haber. 6 dakika.
3.11.1997: Toplam 8 haberde 3 haber. 17 dakika.

KANAL 7

2.11.1997: Toplam 5 haberde 3 haber. 12 dakika
3.11.1997: Toplam 30 dakika

SAMANYOLU

2.11.1997: 12 haberde 1 haber. 4 dakika
3.11.1997: 9 haberde 4 haber. 19.5 dakika

TRT1

2.11.1997: 15 haberde 6 haber. 9.3 dakika
3.11.1997: 15 haberde 7 haber. 11.45 dakika

SHOW TV

2.11.1997: 12 haberde 1 haber. 4.15 dakika
3.11.1997: 12 haberde 2 haber. 5 dakika

NTV

2.11.1997: 11 haberde 1 haber. 6 dakika
3.11.1997: 6 haberde 3 haber. 16 dakika

ATV

2.11.1997: 17 haberde 7 haber. 11.25 dakika
3.11.1997: 8 haberde 6 haber. 25.35 dakika

KANAL 6

2.11.1997: 18 haberde 4 haber. 10:10 dakika
3.11.1997: 11 haberde 4 haber. 20.50 dakika

Televizyon kanallarının Susurluk kazasının birinci yıldönümü dolayısıyla yayınladıkları haberler de göstermektedir ki, genelde kitle iletişim araçları, özelde gazeteler, yaptıkları yayınlarla Susurluk konusunda kamuoyu oluşmasını sağlamışlardır.

KAYNAKLAR

Abadan N (1987) Kamuoyu Ders Notları, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yayını, İstanbul.
Akarcalı S (1989) Basının Görevleri ve Basın Özgürlüğü, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Derg, Cilt: XLIV
Alemdar K ve Erdoğan İ (1994) Popüler Kültür ve İletişim, Ümit Yayınları, Ankara.
Balbay M (1996) Medya Gücü Yok Güçlerin Medyası Var, Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı, 2 (11), Ankara.
Başaran El (1982) Örgütsel Davranış, Ankara Ü-

niversitesi E. Fakültesi Yayını, Ankara.

Bektaş A (1996) Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi, Bağlam Yayıncılık, Ankara.

Bozdağ İ (1992) Dünya'da ve Türkiye'de Basın İstibdadı, Emre Yayınları, İstanbul.

Breton P (1992) İletişim Araçları, İletişim ve Kültür, J. Marie Charon (der), Oya Tatlıpınar (çev), Medya Dünyası içinde, İletişim Yayınları, İstanbul.

Can H (1992) Organizasyon ve Yönetim, Adım Yayıncılık, Ankara.

Cumhuriyet Gazetesi, 4 Kasım 1996 - 1 Şubat 1997

Danışman A (1982) Basın Özgürlüğünün Sağlanması Önlemleri, Ankara, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yayını, Ankara.

Daver B (1968) Siyaset Bilimine Giriş, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayını, Ankara.

Demir V (1998) Türkiye'de Medya ve Özdenetim, İletişim Yayınları, İstanbul.

Demiray U (1994) İletişim Ötesi İletişim, Turkuaz Yayınları, Eskişehir.

Demiray U ve Dağtaş B (1994) Kitle İletişim Çalışmaları İçin İletişim Modelleri, A.Ü. Eğitim Sağlık ve Bilimsel Araştırmalar Çalışmaları Vakfı Yayınları, Eskişehir.

Diñçer F (1986) Türk Basının Sorunları Sempozyumu, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu, 26-27 Mayıs, Ankara.

Dökmen Ü (1997) İletişim Çalışmaları ve Empati, Sistem Yayıncılık, İstanbul.

Dönmezer S (1976) Basın Hukuku, İstanbul Üniversitesi Yayını, İstanbul.

Duvarger M (1980) Sosyal Bilimlere Giriş, Ünsal Oskay (çev), Bilgi Yayınevi, İstanbul.

Erdoğan İ ve Alemdar K (1990) İletişim ve Toplum, Bilgi Yayınevi, Ankara.

Erdoğan İ (1997) İletişim, Egemenlik, Mücadeleye Giriş, İmge Kitabevi, Ankara.

Ergil D (1984) Toplum ve İnsan, Turhan Kitabevi, Ankara.

Fejes F (1994) Eleştirel Kitle İletişim Araştırmaları ve Medya Etkileri, Medya İktidar İdeoloji, Mehmet Küçük (çev), Ark Yayınevi, Ankara.

Gökçe O (1996) Kamuoyu Kavramının Anlam ve Kapsamı, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Derg,

Gökçe O (1993) İletişim Bilimine Giriş, Turhan Kitabevi, Ankara.

Güneş S (1996) Medya ve Kültür, Vadi Yayınları, Ankara.

Gürgen H (1997) Örgütlerde İletişim Kalitesi, Der Yayınları, İstanbul.

Güz N (1996) Medya ve Siyaset, Akademik Ba-

kış, Haziran.

Güz N (1996) Türk Basını'nda Gündem Oluşturma. Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı 12, Kasım - Aralık, Ankara.

Hürriyet Gazetesi, 4 Kasım 1996 - 1 Şubat 1997.

İçel K (1990) Kitle Haberleşme Hukuku, Beta Yayınları, İstanbul.

İnceoğlu M (1993) Tutum Algı İletişim, V Yayınları, Ankara.

Kapani M (1988) Politika Bilimine Giriş, Bilgi Yayınevi, Ankara.

Kavaklı O (1996) Basında Sorumluluk, Türk Basını'nın Sorunları Sempozyumu, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yayını, 26 - 27 Mayıs, Ankara.

Kaya R (1985) Kitle İletişim Sistemleri, Teori Yayınları, Ankara.

Kıratlı S (1996) Demokratikleşme Sürecinde Medyanın Rolü, Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı, 2(11), Ankara.

Küçükkurt M ve Can B (1988) İletişimde Kaynağın İknaya Katkısı, Düşünceler, Ege Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Derg, 2 (2).

Küçükkurt M ve Tanrıku Y (1986) Folklorik İletişim: Folklorik Sembollerin İletişimde Kullanılması", Ege Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Derg, Sayı: 8-9.

Mcquail D (1983) Kitle İletişim Araçlarının Etkileri, Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar, Korkmaz Alemdar ve Raşit Kaya (çev), Savaş Yayınları, Ankara.

Mcquail D (1994) Kitle İletişim Kuramı, A. Halk Yüksel (çev), Anadolu Üniversitesi Kibele Sanat Merkezi Yayını, Eskişehir.

Mcquail D ve Windahl S (1993) İletişim Modelleri, Mehmet Küçükkurt (çev), İmaj Yayınları, Ankara.

Meray LS (1954) Halk Efkârı ve Yoklanması, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Derg, 3 (9).

Moyers B (1993) Eski Haber İyi Haberdî, Ulus Devlet Sonrasında Demokrasi, NPQ Türkiye, 1 (4) İstanbul.

Mutlu E (1995) İletişim Sözlüğü, Ark Yayınevi, Ankara.

Neumann NE (1998) Kamuoyu Suskunluk Sarmalının Keşfi, Murat Özkök (çev), Dost Kitabevi, Ankara.

Onaran AŞ (1984) Kamuoyu El Kitabı, Filiz Kitabevi, İstanbul.

Oskay Ü (1994) İletişimin ABC'si, Simavi Yayınları, İstanbul.

Öncü A (1982) Örgüt Sosyolojisi, Turhan Kitabevi, Ankara.

Özerkan Ş ve İnceoğlu Y (1997) İletişimde Etki-

leme Süreci, Pan Yay, İstanbul.

Sabah Gazetesi, 4 Kasım 1996 - 1 Şubat 1997.

Sağnak M (1986) Medya-Politik, Eti Yayınları, İstanbul, 1986.

Sauvry A (1969) Kamuoyu, Aziz Yakın (Çev.), Ankara.

Semelin J (1992) Gerçek Dışı Bilgi Verme ya da Yalan Gerçek Gibi Gösterme Sanatı, Oya Tatlıpınar (çev), Medya Dünyası içinde, İletişim Yayınları, Ankara.

Severin JW ve Tankard WJ (1994) İletişim Kuramları, Ali Atıf Bir ve Serdar Sever (çev), Anadolu Üniversitesi Kibele Sanat Merkezi Yayını, Eskişehir.

Sezer D (1972) Kamuoyu ve Dış Politika, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayını, Ankara.

Sözen E (1997) Medyatik Hafıza, Timaş Yayınları, İstanbul.

Şenyapılı Ö (1981) Toplum ve İletişim, Turhan Kitabevi, Ankara.

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

Tortop N, İsbir G ve Aykaç B (1993) Yönetim Bilimi, Yargı Yayınları, Ankara.

Turam E (1994) Medyanın Siyasal Hayata Etkileri, İrfan Yayıncılık, İstanbul.

Tüfekçioğlu H (1997) İletişim Sosyolojisine Başlangıç, Der Yayınevi, İstanbul.

Usluata A (1994) İletişim, İletişim Yayınları, İstanbul.

Varol M (1993) Halkla İlişkiler Açısından Örgüt Sosyolojisine Giriş, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları Ankara.

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

Yenişehirlioğlu Ş (1981) İletişim ya da Yaşamı Yansıtırma, İletişim, A.İ.T.İ.A., 2, Ankara.

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

Yüksel AH ve Demiray U (1988) Basının Toplumsal İletişimdeki Yeri, Anadolu Üniversitesi Eğitim Teknolojisi ve Yaygın Eğitim Vakfı Yayınları, Eskişehir.

Yüksel HA (1994) Bireylerarası İletişime Giriş, Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları, Eskişehir.

Zaman Gazetesi, 4 Kasım 1996 - 1 Şubat 1997

Zıllıoğlu M (1996) İletişim Nedir, Cem Yayınevi, İstanbul.

Zümrüt O (1977) İslam'da Kamu Oyu Oluşumu, Kazancı Yayınları, Ankara. ■