

## **18 NISAN SEÇİMLERİ VE SEÇMEN TERCİHLERİNE MEDYANIN ETKİSİ**

Murat ÖZGEN\*

### **Elections of 18 April and Impact of the Media on Preferences of Electors**

This article is about the effects of public opinion research results and the media concerning the election, which was held on April 18, 1999, in Turkey. Before the election of 18 April, publication of public opinion research results in media was legally prohibited by the state. The article is also looking for the answer of, if it is enough to minimise or prevent the effects of some external factors on election and public opinion by forbidding the publication of public opinion research results. Surely, forbidding the publication of public opinion results before the election is not only the way of avoiding the effects of external factors. In author's opinion media has also a great effect on public opinion that's why full preserve of public opinion from the effects of external factors is impossible. Some figures relating to the last election is given in the article in order to make clear the author's point of view.

-----

Türkiye'de seçmen, 18 Nisan seçimlerinde, 20. yüzyıldaki son siyasal tercihi ortaya koydu. Kuşkusuz bu seçimleri, ülkemizin yeni bir yüzyıla girerken gerçekleştirdiği ve 21. asıra yönelik, önemli bir demokratik karar dönemeci olarak da değerlendirmek mümkündür.

Aynı zamanda bu seçim, partilerin aldıkları oy oranları açısından olduğu kadar, medyanın toplumsal etkisi bağlamında önemli bir uçlarını verebilecek nitelikte bir gösterge olarak da kabul edilebilir.

Bu göstergenin, bizce, değerlendirme yollarından biri de, bölücü örgüt elebaşının 13 Kasım 1998'de İtalya'da ele geçmesiyle başlayan

---

\* *Yrd.Doç.Dr., Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölüm Başkanı.*

süreci kapsayan, bir inceleme ve çözümlemenin ulusal medya bağlamında yapılması olacaktır.

Çok yakın bir geçmiş olmasına karşın medyanın gerek doğal gerekse yapay yoldan gündemi belirlediği ülkemizde, olay ve olgularla, bunların yansımalarının çok hızlı biçimde tüketildiği gerçeğini de burada göz ardı etmemek gerekir.

Yukarıda sözü edilen olayla başlayan tarihi süreç, 16 Şubat 1999'da yine aynı şahsın Kenya'nın başkenti Nairobi'den ülkemize getirilmesi ile bir başka gelişme çizgisi içine girmiş ve sonuçta bu gelişme doğrultusunda yer alan olaylarla birlikte, 18 Nisan seçimlerine gelinmiştir.

Bu arada, geçen yaklaşık 5 aylık süreçte, Türk medyasının izlemiş olduğu yol, ele geçme olayını önemli ölçüde ajite edici bir gelişme çizgisi içinde gerçekleştirmiştir. Özellikle, yazılı ve görsel-işitsel basın ortaya koyduğu çeşitli haber ve yorumlarla toplumsal sağduyunun sınırlarını zorlamış, insanları bir anlamda, tepkilerini bir takım fiziksel araçlar kullanarak ortaya koyma çizgisine getirmiştir.

Bu dönemde, yazılı basında kullanılan manşetler, toplumsal ajitasyonun en belirgin göstergeleri olarak değerlendirilebilir. Bir kaç örnek vermek gerekirse bunların en çarpıcılarını şöyle sıralamak mümkündür:

**"Haydi Türkiye"** (Sabah, 17 Kasım 1998), **"Türkiye Ayakta"** (Hürriyet, 18 Kasım 1998), **"Karşılıksız Kalmaz"** (Radikal, 22 Kasım 1998), **"İtalya AIDS Oldu"** (Gözcü, 23 Kasım 1998).

Diğer yandan, yazılı basında kullanılan söylemin değerlendirilmesi bağlamında, haber ve haber başlıkları ele alındığında da oldukça ilginç bir görünüm ortaya çıkmaktadır. Bunlar içinden yapılacak bir kaç alıntı, yine bu konuda izlenen yolun ne doğrultuda olduğunu belirlemek açısından, önemli bir gösterge olacaktır. Buna göre örnekleri şu şekilde sıralayabiliriz:

**"Tepki Çığ Gibi. MHP'li ve Türk-İş üyesi bir grup, Apo konusundaki tutumu nedeniyle İtalyan Büyükelçiliği'ne çürük yumurta attı..."** (Milliyet, 19 Kasım 1998), **"Roma'yı Yakmasını Biliriz. MHP lideri Devlet Bahçeli, İtalya'nın PKK'ya siyasi kimlik kazandırması halinde Roma'yı yakmasını da bileceklerini söyledi."** (Hürriyet, 22 Kasım 1998), **"Bunlar Para İçin Anasını Bile Satar. PKK'ya mayın satarak binlerce kişinin ölümüne ve sakat**

kalmasına sebep olan İtalya, para uğruna herşeyi yapacağını ortaya koydu.” (Gözcü, 23 Kasım 1998).

16 Şubat 1999’da bölücü örgüt elebaşının ele geçmesi ve ülkemize getirilmesi ile 18 Nisan seçimleri arasında yaşanan süreçte de yukarıda ortaya konulan olaylar paralelinde gelişmelerin yer aldığı dikkatleri çekmiştir.

18 Nisan seçimleri öncesinde, iletişim ve sosyal bilimler alanında çalışanlar açısından ülkemizle ilgili diğer bir önemli gelişme de, kamuoyu yoklamaları sonuçlarının seçim yasakları kapsamına alınması olmuştur.

Kamuoyu araştırmaları verilerinin, seçmenleri yönlendirdiği ve bunun bazı çevrelerce kendi çıkarları doğrultusunda kullanıldığı gerekçesiyle getirilen bu yasaklamanın, ne ölçüde seçmenlerin nesnellliğini sağlamaya yönelik gerçekçi bir uygulama olduğu ise, tartışmaya açıktır.

En azından böylesi bir yönlendirmenin bundan önceki seçimlerde yapıldığı saptanmış olsa bile, gerçekte bu, araştırmayı yapan kuruluşun riskidir ve açıklıkla belirtmek gerekirse, kamuoyundaki inanırılığının kaybolmasının en önemli nedeni olacaktır.

Prof. Dr. Suat Gezgin’in de bir yazısında ortaya koyduğu gibi, sosyal bilimler alanında araştırma yapan hangi araştırmacı, tolere edilebilir bilimsel sapma payı sınırlarının çok ötesinde gerçekleştirilecek oranda bir sapmayı göze alabilir.

“Düşünün ki, bir kamuoyu yoklaması yapacaksınız ve sonuçları ilan edeceksiniz. Ardından bir iki hafta sonra seçimler yapılacak ve sizlerin hata payınız neredeyse yüzde 20’lerle açıklanacak. Hangi vicdan böyle bir sonucu göğüsleyebilir? Oysa kamuoyu yoklamaları bilimsel veriler ışığında düzenlenir. Eğer gereken özen gösterilirse, sonuçlar tolere edilebilir yüzde 4 sınırını aşmayacaktır.... Bilindiği gibi kamuoyu yoklamalarında başarı büyük ölçüde, evrenin bir parçası olan örnekleme bağlıdır. Eğer örnekleminizi sağlıklı verilere dayandırmazsanız, araştırmadaki hata payınız hiç de tolere edilecek boyutlarda çıkmaz.” (Gezgin, Nisan 1999)

Bu durum karşısında ortaya konulabilecek ve bizim de kişisel olarak katıldığımız 18 Nisan seçimlerine ilişkin bir görüş ise, seçimler öncesinde medyanın kamuoyunda geliştirmiş olduğu milliyetçi söylemin gerek DSP gerekse MHP’ye önemli bir avantaj sağlamış olduğudur.

Bu gelişmenin, uygulama kanadında DSP yer almış ve, hatırlanacağı gibi, bölücü örgüt elebaşının Kenya'dan getirilmesi bu partiye kamuoyunda önemli bir itibar sağlamıştır. MHP ise, bölücü örgüte karşı gelişen tepkilerin sloganlaştırılmasında dikkate değer bir rol oynamış ve bu doğrultudaki kamuoyu desteğini arkasında hissetmiştir.

Bu görüşü destekler bir araştırmanın sonuçlarına göre, milliyetçi söylemin sloganlaştırılmasında MHP'nin diğer partilere oranla önemli ölçüde önde olduğu görülmüştür. Buna paralel olarak, siyasi partilere göre sloganların tercih edilme oranında, "**Şehitler ölmez, vatan bölünmez**" sloganı en yüksek oran olarak yüzde 73'le MHP tarafından kullanılırken bu alanda en düşük orana CHP'nin yüzde 17 ile sahip olduğu belirlenmiştir (Milliyet, 5 Mayıs 1999).

Seçimler öncesinde geliştirilen söylemlerden bir diğeri de, laik ve anti-laik söylem olmuştur. Yine aynı araştırmanın verilerinden elde edilen sonuçlara göre, "**Türkiye laiktir, laik kalacak**" sloganı en yüksek oranda CHP tarafından kullanılmış (yüzde 82), onu yüzde 57 ile DSP izlemiştir (Milliyet, 5 Mayıs 1999).

Seçim öncesi ulusal medyada gelişen ve yukarıda da sözü edilen bu iki söylem yani, "milliyetçilik" ve "laiklik", tartışmasız MHP ile DSP'nin önlenemez çıkışında rol oynayan en önemli dinamiklerin başında yer almıştır.

Diğer yandan bu yaklaşım paradigması, konjonktürel oluşum ve resmi söylemle bire bir uyum gösteren bir nitelikte gelişince, seçim sonunda ortaya çıkan tablonun açıklanması ve yorumlanmasında da belirgin bir kolaylık elde edilmiştir. Söylem geliştirme ve bunun kitlelere iletilmesi açısından aşağıda yapılan alıntı, konunun kavranması bağlamında rahatlatma sağlar niteliktedir.

"Barthes'e göre ideolojik iletiler halkı algısal pasifliğe önceden hazırlar. Bir iletinin 'gizli' anlamı barizce ekilen semboller yoluyla gönderilir. Bu semboller tamamıyla konvansiyoneldir. Fakat gene de konvansiyonel olarak görünmezler, çünkü bu semboller organik bir parça olarak biçimlenirler. Kamera bize 'orada olma' eminliğini verir. Kamera bizim için sahnenin anlamını önceden hazmeder. Bizim yapacağımız bu önceden hazmedilmiş gayretsiz, çabasız, başağrısız bir şekilde almaktır." (Alemdar ve Erdoğan, 1994: 143)

Yukarıda ortaya konulan veri ve değerlendirmeler ışığında genel olarak denilebilir ki, seçim öncesi tek bir etkenin kontrol altına alınmak

suretiyle seçmenlerin kararlarında objektifliğin sağlanması yönündeki çabalar, yetersiz kalabilmektedir.

Bu bağlamda dikkate alınması gereken en önemli etkenlerden biri de, medyadır. Özellikle, ulusal ölçekte yayın ve yayım faaliyetine konu olan medyanın bu yönde geliştirdiği tutumun, seçmen tercihlerinde çok önemli bir belirleyici olduğu görülmektedir.

Bununla birlikte, bir toplumda ya da ülkede gerçek anlamda bir demokrasinin yaşamasını sağlayacak olan medyadır. Medyanın, üzerine yüklenen sorumluluğun ve işlevin bilincinde olarak, sağlıklı demokratik tercihlerin yapılacağı iklimi yaratması ve bu doğrultuda çalışmalarını geliştirmesi de, kuşkusuz, ülkemizin içinde bulunduğu ortam açısından yaşamsal bir önem taşımaktadır.

## **Kaynakça**

Alemdar, Korkmaz ve Erdoğan, İrfan, (1994), **Popüler Kültür ve İletişim**, Ankara, Ümit Yayıncılık.

Gezgin, Suat, (Nisan 1999), "Seçimler ve Kamuoyu Araştırmaları", **İletim**.

**Gözcü**, 23 Kasım 1998.

**Hürriyet**, 18 Kasım 1998.

**Hürriyet**, 22 Kasım 1998.

**Milliyet**, 19 Kasım 1998.

**Milliyet**, 5 Mayıs 1999.

**Radikal**, 22 Kasım 1998.

**Sabah**, 17 Kasım 1998.

