

3 KASIM 2002 GENEL SEÇİMLERİ'NDE YAZILI BASININ SİYASİ PARTİLERE YAKLAŞIMI (AKP ve CHP ÖRNEĞİ)

Erdem Taşdemir,* Mustafa Akdağ,* Şükrü Balcı*

ÖZET

Basının özellikle seçim dönemlerinde siyasi partilere yaklaşımının ortaya çıkarılmasına yönelik olarak yapılan bu çalışmada, Türkiye'de 3 Kasım 2002 Genel Seçimleri'nde Sabah, Milliyet, Cumhuriyet ve Yeni Şafak gazetelerinde AKP ve CHP ile ilgili haberler incelenerek söz konusu gazetelerin bu siyasi partilere yaklaşımı ortaya konulmaya çalışılmıştır. İncelenen gazetelerin AKP ve CHP ile ilgili seçim döneminde hangi konulara ağırlıklı olarak yer verdikleri tespit edilerek, bu konuların verilmiş tarzlarının objektiflik kriterlerine uygun olup olmadığı belirlenmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda örnekleme yer alan gazetelerin AKP ve CHP lehine ve aleyhine yayınladığı haberler belirlenerek yaklaşımları ortaya konulmuştur. Sonuç olarak seçim sonuçları dikkate alındığında söz konusu gazeteler ile toplumun gündemi arasında bir uyumun olduğu görülmekte; ancak bu uyum siyasi partilere yaklaşım söz konusu olduğunda bozulmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Basın, Haber, 2002 Genel Seçimleri, Objektiflik

THE APPROACH OF THE PRESS TO THE POLITICAL PARTIES IN THE NOVEMBER 2002 TURKISH GENERAL ELECTIONS (AKP AND CHP CASE)

ABSTRACT

With the aim to reveal the press' approach to the political parties especially in campaign periods, in this study the Turkish dailies Sabah, Milliyet, Cumhuriyet and Yeni Şafak are examined on the basis of their news coverage of the political parties AKP and CHP during the Turkish general elections of November 2002. The issues which have been dealt most frequently by each of the studied newspapers in relation with each of the parties have been defined and then it has been determined whether if these issues had been covered according to the objectivity criterions. News coverage which should clearly be considered as in favor or against each party has been classified accordingly. In view of the results of the election it is found that there was a harmony between the agenda of the sample newspapers and the agenda of the society, however, this harmony disappears at the approach to the political parties.

Keywords: Press, News, 2002 General Elections, Objectivity

GİRİŞ

Kitle iletişim teknolojisinin baş döndürücü hızla geliştiği, iletişim ağının her şeyin öğrenilmesini mümkün kıldığı ve dünyayı küçük bir köy haline getirdiği günümüzde, kitle iletişim araçları (medya), olaylara yön vermek, kamuoyu oluşturmak ve düşünceleri şekillendirmek gibi büyük güce sahip olup yaşantımızın vazgeçilmezleri arasında yerini almıştır.

Bu bakımdan her toplumda hakim düşünce sisteminin doğal olarak kontrolü altında bulunması gereken kitle iletişim araçları (Yüksel 1990:26); politikacılar başta olmak üzere, şirket yöneticileri, meslek temsilcileri ve profesörler gibi diğer seçkin gruplar ve kurumlarla birlikte bazen dolaylı olarak toplumdaki çoğu insanın yaşamları üzerinde büyük etkiye sahiptirler. Medya söylemi, ister seçkin olsun, isterse de sıradan vatandaş olsun insanların bilgisi, tutum ve ideolojilerinin ana kaynağıdır. Tabii ki, medya bunu diğer seçkinlerle, öncelikle politikacılar, meslek temsilcileri ve akademisyenlerle ortak üretim içinde ger-

çekleştirmektedir (van Dijk 2000).

Öyle ki, artık kitle iletişim araçları toplumda meydana gelen konu ve olaylardan bazılarını seçerek ağırlık vermekte, izleyici için taşıdığı görece önemi tanımlamaktadır. Bu açıdan kitle iletişim araçları, topluma ne düşünmesi gerektiğini anlatmak biçiminde değil, ne hakkında düşünmesi gerektiğini anlatmak şeklinde ortaya çıkmaktadır (McCombs ve Shaw 1972:177, Fejes 1999:318).

Bunlardan biri olan gazete haberleri, okuyucuların duygu ve düşüncelerini şekillendirmesi bakımından son derece önemli bir konumdur. Televizyon daha fazla insan tarafından izlenmesine rağmen, gazete haberlerinin daha fazla detaylı bilgi vermesi, anlaşılmayan konularda tekrar tekrar ve daha fazla ilgi ile okunabilmesi bakımından, birey üzerinde televizyon haberlerinden daha fazla etkili olduğu söylenebilmektedir (Yalçın 2001:137). Öyle ki; insanlar gazetelerde okudukları görüşleri çoğu zaman paylaşmasalar da bu etki söz konusu olabilmektedir (Duverger

* Arş., Gör., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi

2002:100).

Bunun yanı sıra modern demokrasilerde basın sorumluluk gerektiren önemli görevi kamuoyunu aydınlatmak olup, vatandaşların doğru bir şekilde günlük olay ve gelişmelerden haberdar edilmesi büyük önem taşımaktadır (Alemdar 1990:33). Çünkü, özgürlükçü hukuk devleti gücünü vatandaşlarının iradesinden almaktadır. Bu bakımdan seçmen vatandaş, ülkesinde ve ülkesi dışında cereyan eden olaylar hakkında yetersiz, tek yanlı veya yanlış bilgi edinirse, oyunu gerektiği gibi kullanamaz. Bu durum doğrudan demokrasiye zarar vermekte ve millî iradenin doğru tecelli etmesine engel olmaktadır (Demir 1998:11). İşte katılımcı demokrasilerde sistemin doğru işleyebilmesi için kitle iletişim araçları önemli bir yere sahiptir. Bir bakıma demokratik toplumlarda kitle iletişim araçlarının temel amacı, doğru ve objektif haberlerle kamuoyunun oluşumuna yardımcı olmak ve oluşan kamuoyunu açıklamak (Bozdağ 1992:193) şeklinde ifade edilmektedir.

Ancak, kitle iletişim araçlarının yayınlarında objektif davranıp davranmadıklarını tespit etmek çoğu zaman güç olmaktadır. Tarafsız gibi görünen kitle iletişim araçları, okuyucularına gerçek olmayan haber ve bilgileri sunabilmekte, yanlış bilgilerin doğru olduğuna okuyucularını inandırmaya çalışmaktadır (Semelin, 1992 34). Bunun benzeri olarak ülkemizde de yaygın bir biçimde, kitle iletişim araçları kendi görüşlerini kamuoyunun görüşleriymiş gibi yansıtmakta, kendi amaç ve görüşleri doğrultusunda kamuoyunu oluşturma gayreti içerisinde olmaktadır (Taşdemir 2002:80).

Öte yandan haber üzerine yapılan araştırmalar iki temel yaklaşıma dayanmaktadır. Bu yaklaşımlardan bir tanesi "Liberal Çoğulcu Yaklaşım" diğeri ise "Eleştirel Yaklaşım" dır. Liberal Çoğulcu yaklaşımda kitle iletişim araçlarına dördüncü güç işlevi atfedilmiştir (İnal 1994:137). Bu anlamda kitle iletişim araçlarının demokrasilerde oynadığı rolün önemi büyüktür. Çünkü yasama, yürütme ve yargının günlük faaliyetlerini takip ederek bunları haber yapan kitle iletişim araçları, böylece bütün bu işlerin ve alınan kararların toplumsal ve siyasal bağlarını, önemini ve anlamlarını aktararak yönetenlerin üzerinde kamu adına denetim ve eleştiri rolünün yanı sıra düşünce pazarını oluşturma gibi işlevi de yerine getirmektedir (Çaplı 2002:25, Tılıç 1998:23-24, 53-54). Ayrıca, siyasal iktidarın toplumun bütü-

nüne yayıldığı düşüncesinin hakim olduğu liberal çoğulcu yaklaşımlarda, siyasal katılımın yalnızca seçimlere iştirak etmekle değil, bunun yanında baskı gruplarının siyasal iktidar üzerinde denetim kurmalarıyla da mümkün olacağı kabul görmektedir (Işık ve Özer 2000:68). Demokratik bir toplumda kurumsal dengelerin sağlıklı işlemesi gerektiği dikkate alınırca, böyle bir sorgulama aynı zamanda Türk demokrasisinin geleceği için de büyük önem taşımaktadır (Alemdar 1999:19).

Eleştirel yaklaşım ise, kitle iletişim araçlarının belli güvenilir kaynaklar aracılığıyla egemen ideolojinin ve dolayısıyla söylemin yeniden üreticisi olduğu görüşünü savunmaktadır. İnal'a (1994:142) göre, haberin söylemsel yapısı içinde iktidar/ güç sahibi kişi kurumların olaylara getirdikleri açıklamalar, haberde nesnellik, tarafsızlık ve dengelilik gibi sunuma ilişkin haber değerlerinin yeniden üretilmesine sebebiyet vermektedir. Eleştirel yaklaşımıcılara göre haberler, basın kurumun örgütsel rutinleri ile gazetecilik değerlerinden etkilenmekte ve böylece taraflı olmaktadır (Negrine 1989:150). Bundan dolayı eleştirel çalışmalarda ideoloji ögesi, metinlerin yorumlanmasını amaçlayan bir söyleme ekleme ihtiyacı duymaktadır. Çünkü haberler bir araya getirilen insan yapımı şeylerdir ve yeniden anlam kazandığı mekan iletişim ortamlarıdır (Burton 1995:143, Sholle 1999:293). İşte haber de eleştirel yaklaşıma göre yeniden yapılanmış bir süreç olarak görülmektedir. Haberin oluşturulması, bir bakıma objektif ve tarafsız olarak yansıtılabileceği yanılması üzerine inşa edilmiştir.

Buradan hareketle, basın kuruluşları, iktidara yakın parti ya da partilerin lehinde, onların iktidarlarını pekiştirmeye yönelik yayın yapabilmektedirler. Hayatlarını sürdürmek için gerek parasal kaynaklara gerekse de haber kaynaklarına ihtiyaç duyan basın kuruluşları, ekonomik ve politik gücü elinde bulunduran kesimlerin fikirlerini ve ideolojilerini topluma yayan bir araç durumuna dönüşebilmektedirler. Öyle ki McNair'e (2002:98-99) göre kitle iletişim kurumları ve dolayısıyla onun bir ürünü olan haber, "yurttaşların rekabet eden partiler ve adaylar arasında rasyonel seçimler yapabilme yeteneklerini geliştirmesi bakımından insanlara nesnel bilgilerin verilmesini sağlamaya yönelik bir araç olması" gerekirken; söz konusu ilişkiler zinciri taraflı bir yayın politikasının oluşmasına sebebiyet vermektedir. Sonuçta haber metinlerinde taraflılık ve yoruma dayalı değerlendirmeler göze çarpmaktadır. Bir

bakıma haber metinlerindeki yanlılığın ortaya konulmaya çalışıldığı bu araştırmada; değer yargılarından arındırılmış habercilik anlayışının gerçekleşmesi zor bir ideal olarak görülmektedir. İşte bu çalışmada bu düşüncelerden hareket edilip, genel bir değerlendirme yapılacaktır.

I. TEORİK ÇERÇEVE

A. HABER KAVRAMI

Haber ve bilgi verme kitle iletişim araçlarının ortaya çıkmasını sağlayan bir özelliğe sahip olduğu gibi, günümüz kitle iletişim araçları için de haber vazgeçilmez bir unsur olarak belirmektedir.

Toplum içinde ve toplumlararası mesaj dolaşımı bakımından önemi bir görev üstlenen haberin (Vural 1994:64) evrensel olarak kullanılabilirlik şeklinde tek bir tanımı bulunmamaktadır. İlk yapılan haber tanımları arasında "olan her şey haberdir", "dün bilmediğimiz haberdir", "haber okuyucuların bilmek istedikleridir", "insanların üzerinde konuştuğu haberdir" (Tokgöz 1994:127) gibi tanımları bulmak mümkündür. Yine haber, ya öncelikli ve en iyi biçimde bir tarih ya da edebiyat malzemesi, ya toplum koşullarının bir kaydı ya halkın tutkularının bir ifadesi veya gazetecilerin önyargıları (Postman ve Powers 1996:28) olarak ifade edilmektedir.

Ancak kitle iletişim teknolojisinde yaşanan gelişim ve değişim sonucunda haberin tanımlaması da değişmiştir. Bu tanımlardan birine göre haber, "toplumun bilgi ve ilgisini geliştirecek, dönüştürecek, gerçekliğin, kurgusal olarak yayımlanacak medya organizasyonunun yapısına, teknolojisine ve ideolojisine göre yeniden kurgulanmasıdır" (Rigel 2000:177). Daha çok eleştirel yaklaşım içinde değerlendirilen bu görüşe göre haber, yeniden yapılandırılan bir süreçtir.

Yine haber genel olarak "insanların ilgisini çekecek, güncel olan bir olayın veya olgunun ebedileştirilmiş özeti" (Güz 1997:48) şeklinde tanımlanmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde haber güncel, olağandışı, gayri doğal, insanların ilgisini çeken, sistematik olmayan olaylar, fikirler ve sorunlar hakkında olmaktadır (McQuail 1994:214, Schneider ve Raue 2000:40-41, Duran 2000:29). Tuchman'a (1978:1) göre ise haber, bize ne bilmek istediğimizi, neyi bilmeye ihtiyacımız olduğunu ve ne bilmemiz gerektiğini ifade eden bir yapı sunmaktadır. Dünyaya bakan bir

çerçeve olarak haber, diğer çizilen çerçevelerde olduğu gibi, gerçekliği belli bir bakış açısıyla resmetmektedir. Bu bakımdan haberde geçerli olan unsur, onun ne zaman vuku bulduğundan daha çok, önceden bilinmeyen bir olayın gün ışığına yeni çıkmış olması, veya bilinen bir olayın bilinmeyen bir yönünün öğrenilmesi ve bu yeni bilginin toplumun ilgisini çekecek, öğrenilmesinde kamu yararı bulunan bir olay olmasıdır (Oktay 2000:392).

Yukarıda belirtilenler ışığında haberle ilgili genel bir tanımlama yapacak olursak; haber, gerçek, ilginç ve önemli olayları, sade, anlaşılır ve kesin bir biçimde, yer ve zaman göstererek, taraflılıktan kaçınarak biçimlendirmek, sonra da kitle iletişim araçlarında yayınlanmasını sağlamaktır.

B. HABERDE OBJEKTİFLİK VE TARAFİLİK

19. yüzyılda haberin meta olarak öneminin ve değerinin artması, gazetecilikte haber verme yönünden önemli değişikliklerin yaşanmasına sahne olmuştur. Getirilen en önemli yeniliklerin başında ise, subjektif haber verme yerine objektif olarak haber yayınlama ilkesinin benimsenmesidir (Tokgöz 2000:307).

Objektif anlatım biçimi, iyimser bir tanımla, gerçeğin bütün yanlarını sade bir yaklaşımla anlatan, eğilime yer vermeyen, dolambaçlı olmayan, dengeli bir anlatım biçimi olarak (Özerkan 2000:52) kitlelerin olguları en yoğun ölçüde doğru tanıma gereksinimini karşılayan bir yapıyı (Girgin 1998:24) ifade etmektedir.

Basın meslek ilkeleri çerçevesinde ortaya çıkan en önemli ilke, gazetecinin bağımsızlığı, haberin kutsallığı ve bu bağlamda haberde objektifliktir. Haberde tarafsızlık, yansızlık ya da objektiflik mesleğin en temel profesyonel normları olarak belirmektedir ki; bu kriterlere uyulmadığı takdirde haberin objektif değil, yanlı olacağı kabul edilmektedir.

Öte yandan hızlı bir tarihsel gelişim çizgisi gösteren haberde objektiflik; sadece haberin kaleme alınışında değil, aynı zamanda verilmiş tarzı ve zamanı gibi pek çok faktörün belirlenmesinde de söz konusudur (Erdoğan ve Alemdar 1990:57). Bu bakımdan Güz'e (1997:50) göre haberin yazımı sırasında objektiflik ilkesine uyulup uyulmadığını anlamak için; habere muhabirin veya baş-

ka birinin görüşünün girip girmediğine, metnin olayın tüm yönlerini anlatıp anlatmadığına, haberin kaleme alınış biçimine, ön yargıları dikkate alıp almadığına, eksik kalan yön bulunup bulunmadığına ve haberin okunmasından, dinlenmesinden veya izlenmesinden sonra kimin lehinde ya da aleyhinde kaleme alınıp alınmadığına bakılmalıdır.

Hal böyle iken yaşamları için ilan ve reklamlardan sağlanacak gelire ihtiyaç duyan kitle iletişim araçları, daha fazla reklam almak ve rakiplerinin önüne geçmek anlamında reklamveren kuruluş ya da firma lehine subjektif yayın yapabilmektedir. Reklam devreye girince, serbest piyasa, son kararı alıcının verdiği tarafsız bir düzenden çıkmakta ve reklamverenlerin seçimleri, kitle iletişim araçlarının maddi durumunu ve yaşamını etkilemektedir (Herman ve Chomsky 1998:49-50). İşte bu anlamda Ramonet'e (2000:69) göre haber, tam anlamıyla bir ticari mala dönüşmüş durumdadır ve büyük ölçüde pazar ekonomisinin yasalarına, arz- talep durumuna bağlıdır. Bu noktada ilk kez Lippmann (1945:213-216), "Kamuoyu" adlı eserinde basının ve bu araçların bir ürünü olan haber olgusunun, yaşanan gerçekliği farklı şekilde kurgulayıp, aktardığını açıklanmış ve haber ile gerçeğin aynı şey olmadığını ve birbirinden ayrılması gerektiğini belirtmiştir. Lippman' a göre okuyucuya ulaşan her gazetede öne çıkarılan haber içerikleri, çeşitli müdahalelere maruz kalmakta; pek çok seçimin sonucunda oluşturulmaktadır. Bunu destekler mahiyette Glasgow Üniversitesi'nden bir grup uzmanın yaptığı araştırmalar (1976, 1980, 1995) haberlerde nesnel gerçekliğin çarpıtılmış bir görüntüsünün yansıtıldığını ortaya çıkarmışlardır (Fiske 1996:180-182, Çebi 1998:173).

Bir başka araştırmacı Hackett (1998:60) ise, objektiflik paradigmasının medya kuruluşlarının siyasal ve ekonomik çıkarlarına hizmet ettiğini, günümüz toplumsal ve siyasal dünyasında, yansız, objektif ve mesafeli bir iletişim olasılığının bulunmadığını ifade ederken; Schiller (1993:24) de; kitle iletişim araçlarının, haberlerin oluşturulması ve yayınlanması aşamalarında yansız davrandığı varsayılmasına rağmen objektif hareket etmediklerini belirtmektedir.

Yine konumuz açısından değerlendirildiğinde özellikle seçim dönemlerinde kitle iletişim araçlarının habercilik anlayışı, parti ya da adayların seçilebilirlikleri üzerinde yoğunlaşmakta (Iyengar

1997:243); siyasal partiler açısından seçmenlere ulaşmada en etkili aracı kurum olarak görülen kitle iletişim araçları, bir takım çıkar ilişkileri nedeniyle subjektif yayın yapabilmektedirler. Bu bağlamda son dönemlerde siyasal iktidar- kitle iletişim araçları ilişkisi oldukça önemli boyutlara ulaşmış, böylece basın, seçim kampanyaları sürecinde eskiye göre çok daha önemli bir rol almıştır (Güneş 1996:804). Bir parti sürekli övülürken, rakip partiler hakkında karalama kampanyaları başlatılabilmektedir. Bir bakıma politikacı kitle iletişim araçlarının gündemi belirlediğinin ve bunu yaparken de seçmen karşısında imajlarını çizdiğinin farkındadır. Kitle iletişim araçları olayları izlerken seçici davranarak çıkar ilişkisi içindeki partilere ağırlık vermektedir. Haber ve bilgi aktaran kitle iletişim araçları, "kanı" oluşturduğu içindir ki, siyasetçiler tarafından seçmene ulaşmada kullanılmaktadır. (Şimşek 1996:745).

Bu bağlamda Gurevitch ve Blumler'in (1997:215) ifadesiyle kitle iletişim araçlarının siyasal bilgi için ana kapıları, standartlaşmış haber yapıları ve gelenekler içinde yeniden biçimlenmekte; bu yapılar ve gelenekler, gazetecilerin izleyicilere fikir aktarıran neler yapabileceklerini kontrol edip, aynı zamanda kitle iletişim araçlarının toplumsal ve siyasal sorunların değerlendirilmesinde ne kadar zaman ve yer ayırabileceklerini de belirlemektedir.

Sonuç olarak şunu söyleyebiliriz ki; haber kavramının anlamı da, aslında kitlelerin, haberi sağlayanların politik inançları ve ekonomik durumları hakkında bir şeyler bilmesi gerektiği (Postman ve Powers 1996:24) şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Çünkü haberlerdeki çoğu olaylar bir dereceye kadar sahnelenmektedir. Taşındıkları gerçeklik -ne olursa olsun- yani gerçekten vuku bulmuş da olsalar, bu gerçeklik; haber oluşumunun çeşitli safhalarından geçmeye ve süzölmeye mahkumdur (Esslin 1991:16).

İşte haber oluşumunda yukarıda da belirtildiği gibi çeşitli faktörler etkili olmaktadır. Aşağıdaki bölümde bu faktörler daha ayrıntılı incelenecektir.

C. HABER İÇERİKLERİNE ETKİ EDEN UNSURLAR

Haber seçimine etki eden unsurlar, kitle iletişim araçlarının (medya) gündeminde yer alacak haberlerin hangi tür olaylar ve sorunlar hakkında o-

lacağını belirler. Haber içeriğine etki eden unsurlar ise, medya gündeminde yer alacak haberlerin olayları ve konuları hangi bakış açısıyla ele alacaklarını belirler (Atabek 1998:27). Bu bağlamda literatürde haber içeriklerini etkileyen unsurlar üzerine yapılmış, en kapsamlı çalışma ise, Shoemaker ve Reese'ye ait bulunmaktadır. Söz konusu araştırmacılar, bu unsurları etki kaynağına göre beş kategoride tanımlamışlardır (Severin ve Tankart 1994:394-395, Atabek 1998:28):

1. Kitle iletişim aracı çalışanlarından kaynaklanan etkiler: Bunlar arasında gazetecilerin kişisel özellikleri, tutumları değerleri, inançları, etnik kökenleri, mesleki birikimleri ve rollerini kapsayan özellikleri sayılabilmektedir. Basın kuruluşlarında çalışan herkesin bir dünya görüşü vardır. Aynı görüşleri birebir paylaşmasalar da, haber muhabiri patronun ya da Genel Yayın Yönetmeni'nin çizdiği çerçeveye uymak zorundadırlar (Sağnak 1996:124).

2. Kitle iletişim araçlarının çalışma düzeninden kaynaklanan etkiler: Bunlar arasında yayın periyodu, zaman kısıtlılığı, yer sınırlılığı, haber yazım kuralları, haber değeri, nesnellik ve haber kaynağına bağlılıktan doğan etkiler sayılabilmektedir.

3. Kurumsal amaçlardan kaynaklanan etkiler: Kurum amaçları, ekonomik amaçlar ve kurum içi işbölümünden doğan etkiler. Kurumsal yaklaşım içinde bu düzey medya kurumlarının hiyerarşik yapılarını, işbölümünü ve ekonomik amaçlarını konu almaktadır. Kitle iletişim araçlarının mülkiyeti, yöneten sınıfın kitle iletişim araçlarını kontrol edebilmesinin temel aracı olarak düşünülmektedir (Shoemaker ve Reese 1997:109). Böylece bu bakış açısına göre, kitle iletişim araçlarının içerikleriyle mesajlarının taşıdığı anlamlar esas olarak içinde üretildikleri (haber de dahil olmak üzere) örgütlerin ekonomik temeliyle belirlenmektedir (Curran ve ark 1982:18-19). Bu bağlamda kitle iletişim araçlarının gerçek siyasal ve ekonomik durumu maskeleymeye yönelik bir manipülasyon yaptığı ileri sürülmektedir (Tılıç 1998:48).

4. Haber içeriğine kurum dışından gelen etkiler de vardır. Bunlar arasında çıkar gruplarının bazı olay ve olguları belirli bakış açılarına uygun olarak yayınlamak veya yayınlamamak için gösterdikleri çabalar ve hükümet çevrelerinden kaynaklanan etkiler dikkat çekmektedir.

Buna ilaveten Türkiye gibi, kökeni devletin sermaye sınıfını oluşturması sürecinde yatan özgül ekonomik ve toplumsal koşulları gereği, işa-

damları baskı grubu olarak var olan örgütlerinden başka, kişisel açıklama ve görüşleriyle de haberi çerçevlendirebilen (Dursun 2001:131) kaynaklar arasında yerini almaktadır.

Aynı şekilde seçim dönemlerinde politikacıların baskıları da bu kategoride değerlendirilebilmektedir. Bu noktada politikacıların amacı, haber yönetimi ve halkla ilişkiler tekniklerini kullanarak haberin içeriğine politik bir önyargı katıp, bu sayede halkın desteğini kazanmayı istemeleridir (Bennet 2000:34).

5. İdeolojik eğilimlerin yarattığı etkiler: Kitle iletişim aracının herhangi bir ideolojiye olan yakınlığının doğurduğu etkiler biçiminde karşımıza çıkmaktadır. Eş deyişle kitle iletişim araçlarının içerikleri üzerindeki temel belirleyici olarak ideoloji, en tepeye konulmaktadır.

Haber medyası, anlamlandırdığı her olayı yapılandırırken verili ideolojik yapıları ve iktidar/güç ilişkilerini yeniden üretmektedir. Yani kitle iletişim araçlarının bir ürünü olan haber, "olayları" anlamlandırırken toplumsal sistemdeki egemen söylemden ve durum tanımlamalarından bağımsız hareket etmemektedir (Cangöz ve Gököl 2000:156, Poyraz 2002:21).

Buradan şöyle bir sonuca ulaşmak mümkündür: Basın, kendini besleyen (hem maddi hem de haber kaynağı olarak) yürürlükteki ya da iktidar olmaya yakın siyasi sistemi pekiştirmeye yönelik yayın yapmakta (Milburn 1998:238); egemen ideolojiyi yeniden üretmek adına haberler yapılandırılırken, genel yayın politikası haber içeriklerini belirlemektedir (Bennett 1982:303-305). Karşı sistemlere yönelik olarak ise cephe alınmaktadır.

II. YÖNTEM

Bu çalışmada yöntem olarak içerik çözümlemesi temel alınacaktır. İçerik çözümlemesi (muhteva tahlili- content analysis) toplumbilimsel araştırmalarda kullanılan bir gözlem tekniği olarak ön plana çıkmaktadır (Aziz 1986:42). Görgül (ampirik) olarak yapılan dolaysız, yaygın gözlem teknikleri arasında, 1960'lı yıllardan itibaren yoğun olarak kullanılan bu teknik, kitle iletişim araçlarının artması ile birlikte yaygınlaşmış ve önem kazanmıştır (Aziz 1994:117). Bu bakımdan kitle iletişim araçlarından televizyon, radyo, gazete, dergi ve sinema filmlerinde sunulan özellikle siyasal demeçler, konuşmalar gibi konularda içerik çözümlemesi hem bilimsel hem de pra-

tik amaçlı olarak yapılmaktadır.

Bu kullanım pratikleri içinde özellikle haber metinleri üzerine yapılan çalışmalarda içerik çözümlemesi tekniği uygulanarak, haber metinlerindeki "yanlılık" sergilenmeye çalışılmaktadır (İnal 1995:112).

Berelson'a (1984:18) göre "iletişimin açıklanan içeriğinin objektif, sistematik ve sayısal tanımlarını yapan bir araştırma tekniği" ve Merten'e göre de "sosyal gerçeğin belirgin (manifest) içeriklerinin özelliklerinden, içeriğin belirgin olmayan özellikleri hakkında çıkarımlar yapmak yoluyla sosyal gerçeği araştıran bir yöntem" (Gökçe 2001:25) olarak tanımlanan içerik çözümlemesi hakkında daha kapsamlı tanım Klaus Krippendorff tarafından ortaya konulmuştur:

"İçerik çözümlemesi bir mesajın içindeki verilerden 'nesnellik', 'yansızlık', 'dizgelik', 'yinelenebilirlik', 'tekrar uygulanabilirlik' ve 'sonuçta işe yaran değerli çıkarımlar yapan' bir araştırma tekniğidir". Bu tanımda üzerinde önemle durulan husus, daha önce değinilmeyen, bilimde kullanılan herhangi bir yöntemin güvenilir olmasının beklendiğidir. Yani, aynı verilere dayanarak söz konusu araştırma başka yerde, başka koşullar altında, değişik kişiler tarafından yapıldığında aynı sonuçlarının alınmasının gerektiğidir (Aziz 1994:120). Bir bakıma içerik çözümlemesi bilimsel bir nesnellik iddiasındadır (Fiske 1996:177).

Berger'e (1996:104) göre ucuzluluğu, materyal sağlamadaki kolaylığı, sıkıntı verici olmaması, sayılabilir bilgilere yönelik olması ve şu anda varolan veya geçmiş olaylar ya da her ikisiyle ilgisi bakımından bir takım avantajlara sahip bulunan içerik çözümlemesi; şu amaçlar için kullanılmaktadır (Hzsia 1988:322, aktaran, Yılmaz ve Uzoğlu 1998:179):

1. Farklılık, değişim ve önemi ortaya çıkarmak,
2. Propaganda yöntemleri ve tekniklerini ortaya çıkarmak,
3. Toplumun yönelimlerini ve başarılarını tespit etmek, iletişimin anlamını vurgulamak,
4. İletişimin farklı biçimlerini, modellerini ve çeşitlerini karşılaştırmak,
5. Okunabilirliği ölçmek.

Bunlara ilaveten özellikle siyasal tarafgirliği ortaya çıkarmak için haber metinleri üzerinde uygulanan içerik çözümlemesinin temel amacı, bu

taraflılığı ortaya çıkararak gazetecileri, "nesnel" haber yazmaya davet etmek, böylece çoğulcu demokrasilerde basına atfedilen konumu pekiştirmektir (İnal 1995:112).

Çalışmada, 3 Kasım 2002 Genel Seçimleri öncesi ve sonrası yazılı basında yer alan ilgili haberlerin sunuluş şekli, basının siyasal tutumu ve siyasal partilere yaklaşımının belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Ayrıca söz konusu çalışmada içerik çözümlemesi yapılırken haberler; konum, sunum, nitelik, kaynak, taraflılık, yorum, eksik yön, önyargı ve sonuç açılarından değerlendirilmekte ve tablolar bu kriterlere göre oluşturulmaktadır. Özellikle yazılı basının siyasal partilere yönelik tutumu doğrultusunda taraflılık ve yorum kriterleri üzerinde daha fazla durulması gerekmektedir. Yine analiz sırasında kullanılacak kriterlerin açılımı şöyledir: Haberin konumu; sayfa içerisindeki yerini, sunumu; yazı, fotoğraf, karikatür, grafik veya tablo şeklinde verilip verilmediğini, taraflılık; haber okunduğunda neden ya da kimden yana olup olmadığının, eksik yön; habere esas teşkil eden olayın bütün yönlerinin ele alınıp alınmadığının, sonuç ise; habere konu teşkil eden olayın ne derece gerçekleşip gerçekleşmediğinin tespit edilmesini (McQuail 1994:191-193) ifade etmektedir.

Bunun yanı sıra seçim döneminde yayınlanan haberlerin analiziyle ilgili olarak haber kaynağı; habere esas teşkil eden bilgilerin nerelerden, neye dayandırılarak elde edildiğinin, niteliği; haberin hangi şekilde aktarıldığının, iddia, bilgilendirme, açıklama özelliklerini taşıyıp taşımadığının, ön yargı; haberi yazanın olaya belirli bir amaç doğrultusunda, sabit fikirle yaklaşıp yaklaşmadığının, yorum da; haberi yazan kişinin kişisel görüşlerini katıp katmadığının (McQuail 1994:216-218) belirlenmesini açıklamaktadır.

III. ARAŞTIRMANIN AMACI, VARSAYIMLARI, KAPSAM VE SINIRLILIKLARI

Yazılı basının kendi görüşleri doğrultusunda yaptığı yayınlarla seçim sonuçlarına etki etme çabası içinde olduğunun test edilmesini amaçlayan bu çalışmada; 3 Kasım Genel Seçimleri döneminde yazılı basının kamuoyu araştırması sonuçlarına göre önde gözüken iki partiye (Adalet ve Kalkınma Partisi ve Cumhuriyet Halk Partisi) karşı tavır ve tutumları araştırmanın başlıca

problemini oluşturmaktadır.

Bununla beraber, bilinen bir gerçek de, insanların kendi düşüncelerine ve düşünce tarzlarına en uygun düşecek siyasal gazeteleri satın almalarıdır (Duverger 2002:100). Her gazetenin haber metinlerine yansıyan yayın politikalarını incelemek, gazetenin kamuoyunu etkilemekte taşıdığı amacı aydınlatmada bir takım yararlı bilgiler sağlayacaktır. İşte söz konusu çalışmanın amacı bu anlayışı ortaya koymaktır.

Bu amaca yönelik olarak aşağıda belirtilen sorulara yanıt aranmaya çalışılacaktır:

- Basının kamuoyu oluşturma fonksiyonu doğrultusunda 3 Kasım Seçimleri öncesi ve sonrası siyasal partilere yaklaşımı nedir?
- Yazılı basın genel yayın politikası doğrultusunda hangi partilere olumlu, hangi partilere olumsuz yaklaşmaktadır?
- Örnekleme dahil edilen gazetelerde, seçim öncesi ve sonrası dönemde hangi konular ya da sorunlar ön plana çıkarılmaktadır?

3 Kasım Genel Seçimleri öncesi siyaset- basın ilişkisinin incelenmesi açısından da önem taşıyan çalışmada şu varsayımlardan hareket edilecektir:

- Kamuoyu araştırmalarına göre önde görülen parti ya da partilere yönelik olarak yapılan yayınlar, özellikle parti bağımlılığı zayıf kararsız seçmenleri etkilemede önemli olabilmektedir.
- Bir bakıma günümüzde seçim dönemlerinde habercilik anlayışı, "yarış haberciliği" haline gelmekte; basın bütün dikkatini kimin kazanacağı üzerinde yoğunlaştırmaktadır.
- Yazılı basın, yayınlarında nesnellik ilkesine aykırı hareket etmekte; genel yayın politikasının ve çıkar ilişkisinin etkisinde kalarak haberlerini yeniden oluşturmaktadır.

Genel olarak bu çalışma yazılı basının Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) ve Cumhuriyet Halk Partisi'ne (CHP) karşı yaklaşımı ve siyasal tutumu ile sınırlandırılmıştır. Kamuoyu araştırma sonuçları da bu iki partiyi önde gösterdiğinden, yazılı basının ilgisini bu partilere yöneltmesi ve söz konusu partilere yönelik haberlerin sıkça ve birinci sayfadan yayınlanması dikkat çekmektedir.

Çalışma kapsamına örnek olarak Sabah, Milliyet, Cumhuriyet ve Yeni Şafak Gazeteleri dahil edilmiştir. Gazetelerin seçiminde Sabah ve Milliyet açısından merkezde yer alma ve tiraj yüksek-

liği esas alınırken; merkezden sola doğru bir çizgiyi temsil eden Cumhuriyet ve aynı şekilde merkezden sağa doğru bir çizgiyi, daha da özel bir ifadeyle muhafazakar kesimi temsil eden Yeni Şafak gazeteleri araştırmaya dahil edilerek denge oluşturulmaya çalışılmıştır. İncelemede merkezi temsilen Sabah ve Milliyet Gazeteleri ele alınmıştır. Bunun nedenlerinden bir başkası Türkiye'de varolan medya tekellerinden birer tanesine ait olmalarıdır.

Yine çalışma gazetelerin ilk sayfasında çıkan haberler ve bu haberlerin devamı olan sayfalarla sınırlı tutulmuştur. Çünkü gazetelerin ilk sayfaları vitrin sayfaları olarak bilinmektedir. Bu bağlamda gazete yönetimleri gazetenin içeriği ile ilgili önemli konuları ilk sayfada vererek okuyucuların dikkatini çekmeye çalışmaktadır. Ayrıca okuyucu gazeteyi eline aldığı anda ilk sayfayı görmekte ve buradaki haber başlıklarını okumaktadır. Dikkatinin yoğunluğuna göre haberinin içeriği ile ilgilenmektedir (Güz 1996:989, İnal 1996:102). Hal böyle olunca ülkenin geleceğini etkileyecek önemdeki erken seçim haberlerinin ilk sayfada manşetten verilmesi ve okuyucunun dikkatini çekecek önemde olması olağandır.

Aslında bu tür çalışmalarda yazılı basının yanı sıra televizyon, radyo gibi kitle iletişim araçlarında yayınlanan haberlerin de incelenmesi gerekmektedir. Öyle ki; Güz (1995:128) 27 Mart 1994 Yerel Seçimlerinde Ankara il merkezinde yaptığı alan araştırmasında özellikle televizyonun vatandaşların oy verecekleri siyasal partiyi belirlemede büyük oranda etkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ancak söz konusu bu araçlarda yayınlanan haberlerin izlendik veya dinlendikten sonra kalıcılığının azalması, o anda seyredilip ya da dinlenip anlamayı gerektirmesi ve arşivlenmesinin güçlüğü, çalışmayı yazılı basınla sınırlandırmayı bir zorunluluk haline getirmektedir. Bir başka açıdan çalışma, örnekleme dahil edilen gazetelerin 24 Ekim- 8 Kasım 2002 tarihleri arasında (15 günlük süre içinde) yayınlanan nüshalarıyla sınırlı tutulmuştur. Söz konusu tarih Türkiye'de medya, siyaset ve kamu gündeminde 3 Kasım Genel Seçimleri ile ilgili konuların ağırlıklı olarak tartışılması açısından önem taşımaktadır.

IV. BULGULAR ve YORUM

İçerik çözümlemesi gerçekleştirilirken, araştırmanın örnekleme dahil edilen gazetelerde yayınlanan haberler gün gün incelenmiş ve belirti-

len kriterlere uygun olarak tablolar oluşturulmuştur.

Bu değerlendirmelerde söz konusu kriterlerin gerçekleşme oranı sayı ve yüzde ifadeleri ile belirtilmiştir. Yüzde ifadeleri verilirken tam sayı elde edilemediğinden sayısal ifadeler yüzde yüz uygun düşecek şekilde ayarlanmıştır. Sonuç kısmında ise söz konusu gazetelerin siyasi partilere yaklaşımları değerlendirme kısımlarında çıkan verilere göre belirtilmeye çalışılmıştır.

A. SABAH GAZETESİ

2002 Genel Seçimleri'nde Sabah gazetesinde söz konusu dönemde seçim öncesi 6 seçim sonrası 11 olmak üzere toplam 17 haber yayınlanmıştır.

B. MİLLİYET GAZETESİ

2002 Genel Seçimleri'nde Milliyet gazetesinde söz konusu dönemde seçim öncesi 10 seçim sonrası 16 olmak üzere toplam 26 haber yayınlan-

Tablo 1: 2002 Genel Seçimleri'nde AKP ve CHP İle İlgili Sabah Gazetesinde Çıkan Haberlerin Değerlendirilmesi

	Seçim Öncesi			Seçim Sonrası		
HABERİN KONUMU	Manşet Diğer Toplam :	Sayı: 4 Sayı: 2 %100	%66.67 %33.33	Manşet Diğer Toplam :	Sayı: 7 Sayı: 4 %100	%63.63 %36.37
HABERİN SUNUMU	Yazı-Fotoğraf Yazı Toplam :	Sayı: 5 Sayı: 1 %100	%83.34 %16.66	Yazı-Fotoğraf Yazı Yazı-Foto-Graf Toplam :	Sayı:6 Sayı: 1 Sayı:4 %100	%54.55 %9.09 %36.36
HABERİN NİTELİĞİ	İddia Bilgilendirme- Açıklama Bilgilendirme- İddia Bilgilendirme Toplam :	Sayı:1 Sayı:2 Sayı:2 Sayı: 1 %100	%16.66 %33.34 %33.34 %16.66	İddia Bilgilendirme Açıklama Bilgilendir- Açıklama Toplam :	Sayı: 1 Sayı: 7 Sayı: 1 Sayı:2 %100	%9.09 %63.64 %9.09 %18.18
HABERİN KAYNAĞI	Var Yok Toplam :	Sayı: 5 Sayı: 1 %100	%83.34 %16.66	Var Yok Toplam :	Sayı: 7 Sayı: 4 %100	%63.64 %36.36
HABERDE TARAFİLİK	Var Yok Toplam :	Sayı: 4 Sayı: 2 %100	%66.67 %33.33	Var Yok Toplam :	Sayı: 3 Sayı: 8 %100	%27.27 %72.73
HABERDE YORUM	Var Yok Toplam :	Sayı: 4 Sayı: 2 %100	%66.67 %33.33	Var Yok Toplam :	Sayı: 8 Sayı: 3 %100	%72.73 %27.27
HABERDE EKSİK YÖN	Var Yok Toplam :	Sayı: 3 Sayı: 3 %100	%50.00 %50.00	Var Yok Toplam :	Sayı: 1 Sayı: 10 %100	%9.09 %90.91
HABERDE ÖN YARGI	Var Yok Toplam :	Sayı: 2 Sayı: 4 %100	%33.33 %66.67	Var Yok Toplam :	Sayı: 1 Sayı: 10 %100	%9.09 %90.91
HABERDE SONUÇ	Var Yok Toplam :	Sayı: 3 Sayı: 3 %100	%50.00 %50.00	Var Yok Toplam :	Sayı: 10 Sayı: 1 %100	%90.91 %9.09

mıştır.

C. CUMHURİYET GAZETESİ

2002 Genel Seçimleri'nde Cumhuriyet gazetesinde söz konusu dönemde seçim öncesi 16 seçim sonrası 27 olmak üzere toplam 43 haber yayınlanmıştır.

D. YENİ ŞAFAK GAZETESİ

2002 Genel Seçimleri'nde Yeni Şafak gazetesin-

de söz konusu dönemde seçim öncesi 18 seçim sonrası 13 olmak üzere toplam 31 haber yayınlanmıştır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada, Türkiye'de 2002 seçimlerinde basın organlarının siyasi partilere yaklaşımı doğrultusunda Sabah, Milliyet, Cumhuriyet ve Yeni Şafak gazetelerinin AKP'ye ve CHP'ye yaklaşımları bu partilerle ilgili vermiş oldukları haberler incelenerek tespit edilmiştir.

Tablo 2: 2002 Genel Seçimleri'nde AKP ve CHP İle İlgili Milliyet Gazetesi'nde Çıkan Haberlerin Değerlendirilmesi

	Seçim Öncesi			Seçim Sonrası		
HABERİN KONUMU	Manşet Diğer Toplam :	Sayı: 6 Sayı: 4 %100	%60.00 %40.00	Manşet Diğer Toplam :	Sayı: 4 Sayı: 12 %100	%25.00 %75.00
HABERİN SUNUMU	Yazı-Fotoğraf Toplam :	Sayı: 10 %100	%100	Yazı-Fotoğraf Yazı Yazı-Karikatür Yazı-Amblem Toplam :	Sayı:11 Sayı: 3 Sayı:1 Sayı:1 %100	%68.75 %18.75 %6.25 %6.25
HABERİN NİTELİĞİ	İddia Bilgilendirme- İddia Bilgilendirme Toplam :	Sayı:3 Sayı:3 Sayı: 4 %100	%30.00 %30.00 %40.00	İddia-Açıklama Bilgilendirme Açıklama Bilgilendir- Açıklama Bilgilendir-İddia Toplam :	Sayı: 1 Sayı:5 Sayı: 4 Sayı:3 Sayı:3 %100	%6.25 %31.25 %25.00 %18.75 %18.75
HABERİN KAYNAĞI	Var Yok Toplam :	Sayı: 5 Sayı: 5 %100	%50.00 %50.00	Var Yok Toplam :	Sayı: 8 Sayı: 8 %100	%50.00 %50.00
HABERDE TARAFİLİK	Var Yok Toplam :	Sayı: 5 Sayı: 5 %100	%50.00 %50.00	Var Yok Toplam :	Sayı: 1 Sayı: 15 %100	%6.25 %93.75
HABERDE YORUM	Var Yok Toplam :	Sayı: 9 Sayı: 1 %100	%90.00 %10.00	Var Yok Toplam :	Sayı: 11 Sayı: 5 %100	%68.75 %31.25
HABERDE EKSİK YÖN	Var Yok Toplam :	Sayı: 4 Sayı: 6 %100	%40.00 %60.00	Var Yok Toplam :	Sayı: 4 Sayı: 12 %100	%25.00 %75.00
HABERDE ÖN YARGI	Var Yok Toplam :	Sayı: 5 Sayı: 5 %100	%50.00 %50.00	Var Yok Toplam :	Sayı: - Sayı: 16 %100	% - %100
HABERDE SONUÇ	Var Yok Toplam :	Sayı: 8 Sayı: 2 %100	%80.00 %20.00	Var Yok Toplam :	Sayı: 12 Sayı: 4 %100	%75.00 %25.00

3 Kasım 2002 Genel Seçimleri'nde Yazılı Basının Siyasi Partilere Yaklaşımı... (20-34)

2002 Genel Seçimleri'nde Sabah gazetesinde söz konusu dönemde toplam 17 haber yayınlanmıştır. Sabah gazetesinde seçim öncesi dönemde 6

haber yayınlanmış yayınlanan bu haberlerden 4 tanesinde yorum yapıldığı, yine 4 tanesinde taraflı davranıldığı görülmüştür. Yayınlanan ha-

Tablo 3: 2002 Genel Seçimleri'nde AKP ve CHP İle İlgili Cumhuriyet Gazetesi'nde Çıkan Haberlerin Değerlendirilmesi

	Seçim Öncesi			Seçim Sonrası		
HABERİN KONUMU	Manşet Diğer Toplam :	Sayı: 3 Sayı: 13 %100	%18.75 %81.25	Manşet Diğer Toplam :	Sayı: 7 Sayı: 20 %100	%26.00 %74.00
HABERİN SUNUMU	Yazı-Fotoğraf Yazı Yazı-Amblem Yazı-Amblem-fotoğraf Toplam :	Sayı: 6 Sayı: 7 Sayı: 2 Sayı: 1 %100	%37.50 %43.75 %12.50 %6.25	Yazı-Fotoğraf Yazı Yazı-Amblem-Fotoğraf Yazı-Amblem Yazı-Karikatür Yazı-Fotoğrafik Yazı-Fotoğraf-Karikatür Toplam :	Sayı:6 Sayı: 8 Sayı: 1 Sayı:6 Sayı:3 Sayı:2 Sayı:1 %100	%22.21 %29.60 %3.70 %22.20 %11.10 %7.40 %3.70
HABERİN NİTELİĞİ	İddia Bilgilendirme-Açıklama Bilgilendirme-İddia Bilgilendirme Açıklama-İddia Açıklama Toplam :	Sayı:5 Sayı: 1 Sayı: 2 Sayı: 6 Sayı: 1 Sayı: 1 %100	%31.25 %6.25 %12.50 %37.50 %6.25 %6.25	İddia Bilgilendirme Bilgilendir-İddia Açıklama Bilgilendir-Açıklama Toplam :	Sayı 6 Sayı:7 Sayı: 2 Sayı:10 Sayı:2 %100	%22.21 %25.90 %7.40 %37.00 %7.40
HABERİN KAYNAĞI	Var Yok Toplam :	Sayı: 10 Sayı: 6 %100	%62.50 %37.50	Var Yok Toplam :	Sayı: 16 Sayı: 11 %100	%59.30 %40.70
HABERDE TARAFİLİK	Var Yok Toplam :	Sayı: 7 Sayı: 9 %100	%43.75 %56.25	Var Yok Toplam :	Sayı: 9 Sayı: 18 %100	%33.30 %66.70
HABERDE YORUM	Var Yok Toplam :	Sayı: 12 Sayı: 4 %100	%75.00 %25.00	Var Yok Toplam :	Sayı: 20 Sayı: 7 %100	%74.00 %26.00
HABERDE EKSİK YÖN	Var Yok Toplam :	Sayı: 5 Sayı: 11 %100	%31.25 %68.75	Var Yok Toplam :	Sayı: 9 Sayı: 18 %100	%33.30 %66.70
HABERDE ÖN YARGI	Var Yok Toplam :	Sayı: 6 Sayı: 10 %100	%37.50 %62.50	Var Yok Toplam :	Sayı: 12 Sayı: 15 %100	%44.40 %55.60
HABERDE SONUÇ	Var Yok Toplam :	Sayı: 7 Sayı: 9 %100	%43.75 %56.25	Var Yok Belirsiz Toplam :	Sayı: 20 Sayı: 6 Sayı:1 %100	%74.00 %22.30 %3.70

berlerden çıkan sonuçlara göre seçim öncesi dönemde AKP lehine haber yayınlanmazken, aleyhine 3 haber yayınlanmıştır. CHP lehine 1 haber yayınlanırken aleyhine haber yayınlanmamıştır. Buradan seçim öncesi dönemde Sabah gazetesinin CHP'yi net bir şekilde desteklediğini söyleyememekle birlikte, AKP'ye karşı olduğunu söy-

leyebiliriz. Sabah gazetesi seçim öncesi dönemde yayınlarını özellikle AKP Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Başbakan olamaması ve devam eden davaları üzerine kurmuş, bu unsurlar doğrultusunda yayın yapmıştır. Bu doğrultuda da haberlerinde "Hakime hastayım dedi, yemeğe gitti" ve "öncü kriz" gibi başlıklar kullan-

Tablo 4: 2002 Genel Seçimleri'nde AKP ve CHP İle İlgili Yeni Şafak Gazetesi'nde Çıkan Haberlerin Değerlendirilmesi

	Seçim Öncesi			Seçim Sonrası		
HABERİN KONUSU	Sür manşet Manşet Diğer Toplam :	Sayı:4 Sayı: 1 Sayı: 13 %100	%22.20 %5.55 %72.25	Sür manşet Manşet Diğer Toplam :	Sayı:3 Sayı: 2 Sayı: 8 %100	%23.08 %15.39 %61.53
HABERİN SUNUMU	Yazı-Fotoğraf Yazı Yazı-Fotoğraf- Karikatür Yazı-Amblem Toplam :	Sayı: 15 Sayı: 1 Sayı:1 Sayı:1 %100	%83.35 %5.55 %5.55 %5.55	Yazı-Fotoğraf Yazı Yazı-Fotoğraf- Grafik Toplam :	Sayı:10 Sayı: 2 Sayı:1 %100	%76.93 %15.38 % 7.69
HABERİN NİTELİĞİ	İddia İddia-Açıklama Bilgilendirme- İddia Bilgilendirme Açıklama Bilgilendir- Açıklama Toplam :	Sayı:2 Sayı: 7 Sayı: 3 Sayı: 1 Sayı:4 Sayı:1 %100	%11.10 %38.90 %16.65 %5.55 %22.25 %5.55	İddia-Açıklama Bilgilendirme Açıklama Bilgilendir- Açıklama Bilgilendir-İddia Toplam :	Sayı: 1 Sayı: 3 Sayı: 6 Sayı:1 Sayı:2 %100	%7.69 %23.07 %46.17 %7.69 %15.38
HABERİN KAYNAĞI	Var Yok Toplam :	Sayı: 17 Sayı: 1 %100	%94.45 %5.55	Var Yok Toplam :	Sayı: 11 Sayı: 2 %100	%84.62 %15.38
HABERDE TARAFİLİK	Var Yok Toplam :	Sayı: 7 Sayı: 11 %100	%38.85 %61.15	Var Yok Toplam :	Sayı: 2 Sayı: 11 %100	%15.38 %84.62
HABERDE YORUM	Var Yok Toplam :	Sayı: 8 Sayı: 10 %100	%44.40 %55.60	Var Yok Toplam :	Sayı: 8 Sayı: 5 %100	%61.55 %38.45
HABERDE EKSİK YÖN	Var Yok Toplam :	Sayı: 1 Sayı: 17 %100	%5,55 %94.45	Var Yok Toplam :	Sayı: 1 Sayı: 12 %100	%7.69 %92.31
HABERDE ÖN YARGI	Var Yok Toplam :	Sayı: 7 Sayı: 11 %100	%38.85 %61.15	Var Yok Toplam :	Sayı: 2 Sayı: 11 %100	%15.38 %84.62
HABERDE SONUÇ	Var Yok Belirsiz Toplam :	Sayı: 13 Sayı: 4 Sayı:1 %100	%72.25 %22.20 %5.55	Var Yok Toplam :	Sayı: 11 Sayı: 2 %100	%84.62 %15.38

mıştır. CHP ile ilgili olarak da "Baykal'dan cevap" ve "kutup tartışması" başlıkları kullanılmıştır. Seçim sonrası dönemde Sabah, gazetesinde 11 haber yayınlanmış bu haberlerden 8 tanesinde yorum yapıldığı, 3 haberde ise taraflı davranıldığı görülmüştür. Çıkan sonuçlara göre seçim sonrası dönemde Sabah gazetesi AKP lehine 3 haber yayınlarken, aleyhine haber yayınlamamıştır. CHP'nin ise lehine de aleyhine de haberlere yer vermemiştir. Seçim sonrası dönemde Sabah gazetesi AKP aleyhine yaptığı yayınları durdurmuş, genelde tarafsız kalmakla birlikte lehine yayınlar da yapmıştır. Bu doğrultuda "Anadolu ihtilali" ve "Çifte güvenoyu" gibi başlıklar kullanılmıştır.

2002 Genel Seçimleri'nde Milliyet gazetesinde toplam 26 haber yayınlanmıştır. Bu haberlerden 10 tanesi seçim öncesi döneme aittir. Bu döneme ait haberlerden 9 tanesinde yorum yapılmış ve 5 tanesinde de taraflı davranılmıştır. Yayınlanan haberlerden çıkan sonuçlara göre AKP lehine haber yayınlanmazken, aleyhine 5 haber yayınlanmıştır. CHP'nin ise lehine ve aleyhine haber yayınlanmamıştır. Milliyet gazetesi seçim öncesi dönemde haberlerini başbakanlık, AKP'ye açılan kapatma davası ve vaatler üzerine kurmuş bu doğrultuda "AKP üç parça", "bu dava Tayyip Bey'i hasta etti" ve "nyloncular aklanacak" gibi başlıklar kullanmıştır. CHP ile ilgili ise ortak bir haber dışında haber yayınlanmamıştır. Seçim sonrası dönemde ise Milliyet gazetesinde 16 haber yayınlanmış, bu haberlerden 11 tanesinde yorum yapılmış, 1 tanesinde ise taraflı davranılmıştır. Bu dönemde AKP lehine haber yayınlanmazken, aleyhine 1 haber yayınlanmıştır. CHP'nin ise lehine veya aleyhine haber yayınlanmamıştır. Milliyet gazetesi seçim sonrası dönemde de AKP haberlerine yer vermiş ve yayınlarını seçim sonrası gelişmelere ayırmıştır. Bu doğrultuda "Erdoğan'ın ilk işi siyasi yasak", "Atina'da ilginç Erdoğan sohbeti" ve "nereden buldun sorulmayacak" gibi başlıklar kullanılmıştır. CHP ile ilgili olarak da "önce övdü sonra uyardı" başlığı ile ortak bir haber yayınlanmıştır.

2002 Genel Seçimleri'nde Cumhuriyet gazetesinde toplam 43 haber yayınlanmıştır. Cumhuriyet gazetesinde seçim öncesi dönemde 16 haber yayınlanmış bu haberlerden 12 tanesinde yorum yapılmış ve 7 haberde taraflı davranılmıştır. Yayınlanan haberlerden çıkan sonuçlara göre AKP lehine haber yayınlanmazken, aleyhine 4 haber yayınlanmış, CHP'nin lehine 2 haber yayınlanırken aleyhine 1 haber yayınlanmıştır. Buradan

hareketle Cumhuriyet gazetesinin yayınlarını AKP aleyhtarlığı üzerine kurduğunu, CHP'yi ise kerhen desteklediğini söyleyebiliriz. Cumhuriyet gazetesi seçim öncesi dönemde yayınlarını özellikle AKP'ye açılan kapatma davası ve başbakan adayının belli olmaması üzerine kurmuş bu doğrultuda haberlerinde "AKP'nin oyları geçersiz sayılır" ve "AKP erken karıştı" gibi başlıklar kullanmıştır. CHP ile ilgili olarak ise "İstanbul'a çıkarma" gibi başlıklar kullanılmıştır. Seçim sonrası dönemde ise Cumhuriyet gazetesinde 27 haber yayınlanmış bu haberlerden 20 tanesinde yorum yapılmış, 9 haberde ise taraflı davranılmıştır. Bu dönemde yayınlanan haberlere göre AKP lehine haber yayınlanmazken, aleyhine 9 haber yayınlanmış, CHP'nin lehine ve aleyhine ise haber yayınlanmamıştır. Seçim sonrası dönemde Cumhuriyet gazetesi seçim öncesinde olduğu gibi AKP'ye yüklenmiş bir çok konuda eleştirel haberler yapmıştır. Bu haberlerde kullanılan başlıklar "AKP istikrar sağlayamaz", "islamcı iktidar" ve "Erdoğan'a ince ayar" gibidir. Bu dönemde CHP ile ilgili olarak da tarafsız haberler yayınlanmıştır.

2002 Genel Seçimleri'nde Yeni Şafak gazetesinde toplam 31 haber yayınlanmıştır. Bu haberlerden 18 tanesi seçim öncesi döneme aittir. Bu haberlerden 8 tanesinde yorum yapılmış ve 7 haberde taraflı davranılmıştır. Yayınlanan haberlerden çıkan sonuçlara göre AKP lehine 7 haber yayınlanırken, aleyhine haber yayınlanmamıştır. CHP lehine haber yayınlanmazken AKP lehine olan 2 haber aynı zamanda CHP aleyhinedir. Buradan hareketle Yeni Şafak gazetesinin seçim öncesi dönemde yayınlarını AKP taraftarlığı üzerine kurduğunu söyleyebiliriz. Gazete söz konusu ve AKP'ye açılan kapatma davası üzerine kurmuş ve bu doğrultuda "milletin başbakanı", "hangi partinin savcısı" gibi başlıklar kullanmıştır. CHP ile ilgili olarak da "Erdoğan: "CHP yokluk ve açlık demek" ve "canlı yayında Erdoğan farkı" başlıklarını kullanmıştır. Seçim sonrası dönemde ise Yeni Şafak gazetesinde 13 haber yayınlanmış, yayınlanan bu haberlerden 8 tanesinde yorum yapılmış ve 2 tanesinde taraflı davranılmıştır. Bu dönemde yayınlanan haberlere göre AKP lehine 2 haber yayınlanırken, aleyhine haber yayınlanmamıştır. CHP'nin ise lehine ve aleyhine haber yayınlanmamıştır. Yeni Şafak gazetesi seçim sonrası dönemde de öncesinde olduğu gibi genelde AKP haberlerine yer vermiş ve yayınlarını AKP'nin seçim zaferi üzerine kurmuştur. Bu doğrultuda "Milletin zaferi", Piyasa-

lara AK Parti moral verdi" ve "Başbakanlık yolu açılıyor" gibi başlıklar kullanılmıştır. CHP ile ilgili olarak da tarafsız birkaç haber yayınlanmıştır.

2002 Genel Seçimleri'nde basının siyasi partilere yaklaşımını AKP ve CHP örneğinde incelediğimiz bu çalışmada ortaya çıkan sonuçlara göre söz konusu basın kuruluşlarından hiçbirisi tarafsızlık ilkesi doğrultusunda yayın yapmamaktadır. Bu çalışmaya diğer siyasi partilerin dahil edilmesi durumunda bu durumun daha net bir şekilde ortaya çıkacağını görülmüştür. Söz konusu siyasi partiler örneğinde yapılan bu çalışmada Sabah ve Cumhuriyet gazetelerinin seçim öncesi dönemde yayınlarını özellikle AKP'nin iktidara gelmesini engellemek üzerine kurduklarını ve yayınlarında sürekli olarak AKP'ye yer verdiklerini söyleyebiliriz. Bu bağlamda CHP ile ilgili haberlerin azlığı bu gazetelerin CHP'yi desteklemediklerini kerhen bazı haberlerde CHP lehine yayın yaptıklarını söyleyebiliriz. Milliyet gazetesi de yayınlarını AKP'nin iktidara gelmesini engellemek üzerine kurmuş, yayınlarını AKP'ye ayırmıştır. Yeni Şafak gazetesi ise seçim öncesi dönemde yayınlarında sürekli olarak AKP'ye yer vermiş, CHP'ye ise AKP ile ortak birkaç haberde yer vererek aleyhine yayın yapmıştır.

Seçim sonrası döneme bakıldığında genel olarak Sabah gazetesi seçim öncesi tutumunu değiştirmiş AKP lehine yayınlar yapmıştır. Milliyet gazetesi AKP aleyhtarlığını bırakmış tarafsızlığa yönelmiştir. Seçim öncesi ve sonrası tavrında değişiklik yapmayan iki gazete ise Cumhuriyet ve Yeni Şafak gazeteleridir. Cumhuriyet gazetesi AKP aleyhtarlığına devam etmiş, Yeni Şafak gazetesi ise AKP taraftarlığına devam etmiştir. İnceleme sonucunda ortaya çıkan bir diğer sonuçta, basının özellikle bu seçim döneminde iktidar olmaya daha yakın görünen siyasi partilere yayınlarında daha fazla yer verdikleri ancak bu yer verişin gazetenin yayın politikası doğrultusunda şekillenerek lehte ve aleyhte görünüm kazandığıdır. Seçim sonuçlarına bakıldığında toplumun istek ve arzuları ile basın istek ve arzularının uyuşmadığını ve bu uyuşmazlık sonucunda kazanan tarafın her seçim döneminde olduğu gibi toplum olduğunu söyleyebiliriz.

Seçim dönemlerinde basın organlarının objektif yayıncılık ilkesine bağlı kalarak yayın yapmaları demokrasinin sağlıklı olarak gelişmesi ve toplumun çıkarına işleyebilmesi için gerekli olan te-

mel dayanaklardan biridir. Bu bağlamda kararın toplum tarafından verilmesi ve basın organlarının bu karar alma sürecine müdahaleci olarak değil, bilgi kaynağı olarak katılması gerekir.

KAYNAKLAR

- Alemdar K (1999) Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar, Afa Yayıncılık, İstanbul.
- Alemdar Z (1990) Oyunun Kuralı, Bilgi Yayınevi, Ankara.
- Atabek N (1998) Medya Gündeminin Oluşumu, Kurgu Derg, 15, 20-32.
- Aziz A (1986) Kitleleşme İletişiminde İçerik Çözümlemesi, Ankara Üniversitesi B.Y.Y.O. Yıllık, Sayı. VIII, Ankara, 39-55.
- Aziz A (1994) Araştırma Yöntemleri- Teknikleri ve İletişim, Turhan Kitabevi, Ankara.
- Bennett T (1982) Media, 'Reality', Signification, M Gurevitch ve ark (eds), Culture, Society And The Media, Routledge, London, pp 287-308.
- Bennett WL (2000) Politik İllüzyon ve Medya, Seyfi Say (çev), Nehir Yayınları, İstanbul.
- Berelson B (1984) Content Analysis in Communication Theory, Glancoe, Free Pres, New York.
- Berger AA (1996) Kitle İletişiminde Çözümleme Yöntemleri, Eğitim Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Yayınları, Eskişehir.
- Bozdağ İ (1992) Dünyada ve Türkiye'de Basın İstibdadı, Emre Yayınları, İstanbul.
- Burton G (1995) Görünenden Fazlası Medya Analizine Giriş, Nefin Dinç (çev), Alan Yayıncılık, İstanbul.
- Cangöz İ ve Gökalep E (2000) İslamcı Medya'da Gerçekliğin Kuruluşu: 17 Ağustos Depremi Örneği Olayı, Siyasal İletişim 1. Ulusal İletişim Sempozyumu Bildirileri, İletişim Dergisi Yayınları 2, Ankara, ss 155-167.
- Cumhuriyet Gazetesi (2002) 24 Ekim- 8 Kasım Tarihleri Arası Nüshaları.
- Curran J, Gurevitch M ve Woollacott J (1982) The Study of the Media: Theoretical Approaches, Culture, Society And The Media, Michael Gurevitch ve ark. (eds), Routledge, London, pp 11-29.
- Çaplı B (2002) Medya ve Etik, İmge Kitabevi, Ankara.
- Çebi MS (1998) Medya ve Gerçeklik, Türkiye Sosyal Araştırmalar Derg, 1(3), 161-183.
- Demir V (1998) Türkiye'de Medya ve Özdenetimi, İletişim Yayınları, Cep Üniversitesi, İstanbul.
- Duran R (2000) Medyamorfoz, Avesta Yayınları, İstanbul.
- Dursun Ç (2001) TV Haberlerinde İdeoloji, İm-

ge Kitabevi, Ankara.

Duverger M (2002) Sosyal Bilimlere Giriş, Ünal Oskay (çev), Bilgi Yayınevi, İstanbul.

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

Esslin M (1991) TV Beyaz Camın Arkası, Murat Çiftkaya (çev), Pınar Yayınları, İstanbul.

Fejes F (1999) Eleştirel Kitle İletişimi Araştırması ve Medya Etkileri, Mehmet Küçük (der), Medya İktidar İdeoloji, Ark Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, ss 309-329.

Fiske J (1996) İletişim Çalışmalarına Giriş, Süleyman İrvan (çev), Ark Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.

Girgin A (1998) Haber Yazma Teknikleri (Haberci Adayının El Kitabı), İnkılap Kitabevi, İstanbul.

Gökçe O (2001) İçerik Çözümlemesi, Selçuk Üniversitesi Yaşatma ve Geliştirme Vakfı Yayınları, Konya.

Gurevitch M ve Blumler JG (1997) Siyasal İletişim Sistemleri ve Demokratik Değerler, Süleyman İrvan (der), Medya Kültür Siyaset, Ark Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, ss 199-219.

Güneş S (1996) Medya ve Siyasal Bilgilenme, Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı, 2 (11), Ankara, 803-825.

Güz N (1995) Siyasal Tercihleri Belirlemede Kitle İletişim Araçlarının Rolü (Mart 1994 Yerel Seçimleri Ankara Örneği), Amme İdaresi Derg, 28 (1), 113-128.

Güz N (1996) Türk Basınında Gündem Oluşturma, Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı, 2 (12), Ankara, 982-997.

Güz N (1997) Türk Basınında Kamuoyu Araştırmalarının Yönlendirme Aracı Olarak Kullanılması, Türkiye Sosyal Araştırmalar Derg, 1(1), 45-73.

Hackett RA (1998) Bir Paradigmanın Önemi Yitirisi: Haber Medyası Çalışmalarında Yanlılık ve Nesnellik, Ayşe İnal (çev), A.Ü. İletişim Fakültesi Yıllık (1997-1998), Ankara, 31-68.

Herman ES ve Chomsky N (1998) Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir, Berfu Akyoldaş ve ark. (çev), Minerva Yayınları, İstanbul.

Işık G ve Özer Ö (2000) İşçi ve Memur Toplu İş Brakma Eylemlerinin Türk Basınında Sunumu, Selçuk İletişim, 1(3), 68-81.

Iyengar S (1997) Siyasette Erişim Yanlılığı: Televizyon Haberleri ve Kamuoyu, Süleyman İrvan (der), Medya Kültür Siyaset, Ark Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, ss. 233-252.

İnal MA (1994) Haber Metinlerine Eleştirel Bakış: Temel Sorunlar ve Örnek Çalışmalar, A.Ü. İletişim Fakültesi Yıllık, Ankara, 135-163.

İnal MA (1995) Yazılı Basın Haberlerinde 'Yapısal' Yanlılık Sorunu, Toplum ve Bilim, 67, 111-135.

İnal MA (1996) Haberi Okumak, Temuçin Yayınları, İstanbul.

Lippmann W (1945) Public Opinion, The Macmillan Company, New York.

McCombs ME ve Shaw DL (1972) The Agenda-Setting Function Of The Mass Media, Puclic Opinion Quarterly, 36, 176-187.

McNair B (2002) Politikada Temsil ve Temsiline Politikası, Sema Yıldırım Becerikli (çev), Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar, Jacquie L'Etang ve Magda Pieczka (der), Vadi Yayınları, Ankara, ss. 79-108.

McQuail D (1994) Kitle İletişim Kuramı, Ahmet Haluk Yüksel (çev), Kibele Sanat Merkezi Yayını, Eskişehir.

Milburn MA (1998) Sosyal Psikolojik Açından Kamuoyu ve Siyaset, Ali Dönmez- Veli Duyan (çev), İmge Kitabevi, Ankara.

Milliyet Gazetesi (2002) 24 Ekim- 8 Kasım Tarihleri Arası Nüshaları.

Negrine R (1989) Politics and Mass Media in Britain, Sage Publications, London.

Oktay M (2000) İletişimciler İçin Davranış Bilimlerine Giriş, Der Yayınları, İstanbul.

Özerkan Ş (2000) Haberde Objektiflik, İletişim Fakültesi Derg, 10, İstanbul, 47-56.

Postman N ve Powers S (1996) Televizyon Haberlerini İzlemek, Aslı Tunç (çev), Kavram Yayınları, İstanbul.

Poyraz B (2002) Haber ve Haber Programlarında İdeoloji ve Gerçeklik, Ütopya Yayınları, Ankara.

Ramonet I (2000) Medyanın Zorbalığı, Aykut Derman (çev), Om Yayınevi, İstanbul.

Rigel N (2000) İletişim Tasarımında Haber, Der Yayınları, İstanbul.

Sabah Gazetesi (2002) 24 Ekim- 8 Kasım Tarihleri Arası Nüshaları.

Sağnak M (1996) Medya-Politik (1983-1993 Yılları Arasında Medya-Politikacı İlişkileri), Eti Kitapları, İstanbul.

Schiller H (1993) Zihin Yönlendirenler, Cevdet Cerit (çev), Pınar Yayınları, İstanbul.

Schneider W ve Raue PJ (2000) Gazetecinin El Kitabı, Işık Aygün (çev), Konrad Adenauer Vakfı Yayını, Ankara.

Semelin J (1992) Gerçek Dışı Bilgi Verme Ya Da Yalanı Gerçek Gibi Gösterme Sanatı, Oya Tatlıpınar (çev), Medya Dünyası, Jean -Marie Charon (der), İletişim Yayınları, İstanbul, ss. 33-35.

Severin WJ ve Tankard JW (1994) İletişim Ku-

ramları: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımları, Ali Atıf Bir ve N. Serdar Sever (çev), Kibele Sanat Merkezi Yayınları, Eskişehir.

Shoemaker P ve Reese SD (1997) İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi, Süleyman İrvan (der), Medya Kültür Siyaset, Ark Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, ss. 99-136.

Sholle DJ (1999) Eleştirel Çalışmalar: İdeoloji Teorisinden İktidar/ Bilgiye, Mehmet Küçük (der), Medya İktidar İdeoloji, Ark Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, ss. 267-307.

Şimşek MC (1996) İletişim, Halkla İlişkiler ve Siyasal Kültür, Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı, 2 (11) Ankara, 740-755.

Taşdemir E (2002) Basının Kamuoyu Oluşturma Fonksiyonu Doğrultusunda Siyasi Partilere Yaklaşımı (1995 ve 1999 Genel Seçimleri Örneği), Selçuk İletişim, 2 (3), 79-95.

Tılıç DL (1998) Utanıyorum Ama Gazeteciyim (Türkiye ve Yunanistan'da Gazetecilik), İletişim Yayınları, İstanbul.

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

Tokgöz O (2000) Temel Gazetecilik, İmge Kitabevi, Ankara.

Tuchman G (1978) Making News, The Free Press, New York.

van Dijk TA (2000) New(s) Racism: A Discourse Analytical Approach., <http://www.hum.uva.nl:80/teun/racpress.htm>.

Vural S (1994) Kitle İletişiminde Denetim Stratejileri, Özışık Matbaacılık, Ankara.

Yalçın GÜ (2001) Türk Basınında Haber Metinlerinin Yapısı, İletişim 9, Ankara, 137-148.

Yeni Şafak Gazetesi (2002) 24 Ekim- 8 Kasım Tarihleri Arası Nüshaları.

Yılmaz RA ve Uzoğlu S (1998) 4 Haziran 1995 Yerel Seçimlerinde Yazılı Basında Yer Alan Haber ve Köşe Yazılarının İçerik Bakımından Çözümlemesi, Kurgu Derg, 15, 175-191.

Yüksel AH (1990) İletişimin Toplumsal Boyutu Olarak Kitle İletişimi, Kurgu Derg, 7, 9-38. ■