

Medya ve Siyaset Arasındaki Bağımlılık İlişkileri Bağlamında Siyaset Haberciliği Üzerine İnceleme

A Study on Political Journalism in the Context of Dependency Relationships Between
Media and Politics

Kurbani GEYİK*

Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Received: 10.11.2024 ■ Kabul Accepted: 03.09.2025

Öz

Gazeteciliğin gelişiminden bu yana, medya ve siyaset ilişkisi önemli bir tartışma konusudur. Medyanın haber kaynağı olarak siyasal kurum ya da bireylerden yararlanması, siyasal kurum ve aktörlerin ise kamuoyuna ulaşmak için basına ihtiyaç duyması iki kavram arasındaki ilişkinin önemli dinamiklerinden biridir. Siyasetçiler, web 2.0 teknolojilerinin kullanımıyla, geleneksel medyanın yanı sıra, X ve YouTube gibi platformlar aracılığıyla da kamuoyuna doğrudan erişim imkanı elde etmiştir. Gazeteciler ise söz konusu iletişim platformları üzerinden bilgiye ulaşarak haber üretebilmektedir. Siyasetçilerin geleneksel medya aracılığıyla dolaylı iletişim kurmak yerine, dijital platformlar üzerinden doğrudan kamuoyuna ulaşabilmesi, medya ile siyaset arasındaki karşılıklı bağımlılık ilişkisini dönüştürmüştür. Hem medya ve siyaset arasındaki etkileşim biçimlerini hem de haberin oluşma sürecini yeniden şekillendiren bu dönüşümün, gazetecilerin siyasetçilerle temaslarını zayıflatmış olabileceği öngörüsünden hareketle tasarlanan çalışmada, bu durumun siyaset haberciliği alanına etkilerinin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda, amaçlı örnekleme yönteminin esas alındığı çalışmada, 9 gazetecinin görüşlerine başvurulmuştur. Bulgular, medya ve siyaset arasında karşılıklı bağımlılık ilişkilerindeki değişimin siyaset haberciliğine olumludan çok olumsuz etkileri olduğunu ortaya koymuştur. Çalışmada, haber üretim sürecinde, siyasal aktörlerin yalnızca haber kaynağı olarak değil, aynı zamanda haberin içeriğini ve çerçevesini belirleyen aktörler olarak baskın hale geldikleri tespit edilmiştir. Bu durum, medya ile siyaset arasındaki karşılıklı bağımlılık ilişkisini siyasal aktörler lehine dönüştürmekte, dolayısıyla medyanın modern demokrasilerde üstlendiği kamu adına siyasal denetim işlevini zayıflatma potansiyeli taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gazetecilik, Siyaset Haberciliği, Haber, Medya, Siyaset.

ABSTRACT

Since the advent of modern journalism, the relationship between media and politics has been a persistent subject of debate. At its core is mutual dependence: journalists rely on political institutions and actors for information, while those institutions and actors rely on the press to reach the public. The rise of digital platforms (e.g., X and YouTube) has enabled politicians to circumvent traditional media and engage directly with the public. New communication environments have transformed the relationship of mutual dependence between journalists and politicians. This study examines the impact of this transformation on political journalism, with a particular focus on its potential to erode journalists' direct access to politicians. Using purposive sampling, this study draws on interviews with nine journalists. The findings revealed that the transformation in the mutual dependency relationship between media and politics had a net negative impact on political journalism. This study concludes that, in the news production process, political actors have become dominant as sources of information and agents who determine the content and framing of news. This shifts the dependency in favor of political actors, potentially weakening the media's vital function of political oversight.

Keywords: Journalism, Political Journalism, News, Media, Politics.



Giriş

Medya ve siyaset ilişkileri, karşılıklı bağımlılık üzerine karmaşık yapıya sahiptir. Medya, haber üretme sorumluluğunu yerine getirirken siyaset kurumlarına başvurma, siyasetçilerin ise medya üzerinden mesajlarını ve politikalarını yayma gereksinimi, bu ilişkinin dinamiklerinden birini oluşturmaktadır. Bu durum, medya ve siyaset kurumları arasında karşılıklı bağımlılığın temelini oluşturmaktadır (Akdağ, 2020). Karşılıklı bağımlılık ilişkisi, bir yandan medyanın kamuoyunu bilgilendirme ve siyasal aktörleri kamu adına denetleme görevini yerine getirmesine, diğer yandan siyaset kurumlarına da politikalarını tanıtmaya ve kamuoyu desteği kazanma çabalarına katkı sağlamaktadır. Bu ilişkideki denge, medyanın siyasetçileri eleştirel biçimde izleme ve değerlendirme kapasitesi ile siyasetçilerin medyayı görünürlük ve meşruiyet sağlamak amacıyla stratejik biçimde kullanma yetisi tarafından belirlenmektedir.

Medya ve siyaset ilişkisi, yeni iletişim platformlarının devreye alınmasıyla önemli ölçüde değişim ve dönüşüm geçirmiştir. Web 2.0 teknolojileri, siyaset kurumlarına, geleneksel medyanın yanı sıra, kendi kurumsal web sayfaları, X (Twitter), Facebook ve Instagram gibi platformlar aracılığıyla kamuoyuna doğrudan erişim imkanı sunmuştur. Gazeteciler de bu platformları kullanarak, haber üretebilmektedir. Gazeteciler, siyaset alanındaki gelişmelerle ilgili bilgiyi artık sadece politikacıların yüz yüze gerçekleştirdiği basın toplantıları, röportajlar, basın bültenleri veya resmi açıklamalarından değil sosyal medya paylaşımlarından da elde edebilmektedir (Hermida, 2010). Örneğin, Twitter üzerinden bir siyasetçinin paylaşımı, gazeteciler için birincil bilgi kaynağı olabilmektedir (Broersma ve Graham, 2012).

İnternet teknolojilerinin devreye alınmasıyla geleneksel medya ile siyaset arasındaki ilişkilerin zayıfladığını ortaya koyan Gurevitch, Coleman ve Blumler'in çalışması (2009), bu iki alan arasındaki ilişkilerde söz konusu değişikliğin, televizyon ve diğer kitle iletişim araçlarının izleyicilerinin düşüş eğiliminden kaynaklandığını savunmaktadır.

Gazetelerin okuyucularını ve televizyon kanallarının izleyicilerini kaybettiği, siyasi haberler için geleneksel medyaya güvenenlerin sayısına bakıldığında da anlaşılmaktadır. ABD'de 2008'deki başkanlık seçimi döneminde, seçim haberleriyle ilgili interneti kaynak olarak kullananların oranının önceki seçim dönemine göre % 23 arttığı, insanların çoğunluğunun bloglardan, komedi sitelerinden, hükümetin resmi web sitelerinden, aday sitelerinden veya alternatif sitelerden siyasi materyallere ulaşabildiği saptanmıştır. Söz konusu değişikliklerin bir yer değiştirme süreci olmasından ziyade, yeni medyanın geleneksel medyaya baskın hale gelmesiyle, ekolojik bir yeniden yapılandırmanın kanıtı olarak yorumlanabileceği, bu durumun medya ve siyaset ilişkilerindeki rolleri yeniden şekillendirebileceği vurgulanmaktadır (Gurevitch vd., 2009).

Literatüre bakıldığında, Türkiye'de de medya ve siyaset ilişkilerine dair çok sayıda çalışma bulunduğu görülmektedir. Bu çalışmalardan biri, Arıcı (2013) tarafından sosyal medya ortamlarının, siyaset tarafından kullanımına dair durum tespiti üzerine yapılmıştır. Siyasal iletişimin, yeni medya platformlarını da içerecek şekilde çeşitlenmesini, Türkiye'de siyasi partiler açısından ele alan Arıcı (2013), Türk siyasi partileri ve temsilcilerinin sosyal medya kullanımı ele alarak, bu yeni iletişim ortamlarında, geleneksel medyada yer verilmeyen özel gündemlerini aktardığını ortaya koymaktadır. İncelenen diğer bir çalışma, Fidan (2015) tarafından siyasi partilerin seçim kampanyalarında web sayfaları ve Twitter kullanımlarıyla ilgili yapılmıştır. Çalışma, geleneksel medyanın tekelindeki bilgi akışının, web sayfaları ve sosyal medya vasıtasıyla kırıldığını, siyasi partilerin bu durumu keşfetmesiyle son dönemlerdeki seçim kampanyalarında yeni iletişim ortamlarına önem verdiğini açığa çıkarmıştır.

Diğer taraftan gazetecilerin, haber üretme sorumluluğu bağlamında siyaset kurumu ve temsilcilerine bağımlılığını etkileyebilecek değişimi ortaya koyan çalışmalar da bulunmaktadır. Taşkıran'ın çalışmasında (2016), sosyal medyanın gazeteciler için artık bir haber kaynağı olarak

görüldüğü, gazetecilerin, siyasetçilerin X (Twitter) gibi platformlardan yaptığı paylaşımları değerlendirerek haber üretimi yaptıkları, ancak bu mecralardan edinilen bilgiyi teyit etmeden haber içinde kullanmadıkları belirlenmiştir. Sine ve Sarı'nın, 2018 yılında, Türkiye'de gazetecilerin görüşlerine başvurdukları bir çalışma da sosyal medyanın haber toplama sürecinde başvuru olan önemli bir kaynak olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, sosyal medyanın güvenilir kaynak olarak kabul edilmediği anlaşılmaktadır. Sine ve Sarı (2018) ile Taşkiran'ın (2016) çalışmalarında, sosyal medyanın kaynak olarak nasıl kullanıldığına ışık tutulurken, bu yeni pratiğin medya ve siyaset arasındaki bağımlılık ilişkileri ve siyaset haberciliğine etkileri değerlendirilmemiştir.

Siyaset kurumları ve temsilcilerinin, alternatif medya araçlarına sahip olmasının, ana akım medyaya bağımlılığını azaltmasına bağlı olarak, gazetecilerin siyasetçilerle ilişkilerini zayıflattığı öngörüsünden hareketle tasarlanan çalışmada, bu durumun gazetecilerin siyaset alanında haber üretimini nasıl etkilediğinin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Amaçlı örnekleme yönteminin esas alındığı çalışmada, 9 gazetecinin görüşlerine başvurulmuştur. Görüşmelerde, yeni medya öncesi ve sonrasında siyaset haberciliğinde haber üretim süreci, haber kaynaklarının rolü, haber kaynaklarıyla iletişim kurma yöntemlerine ilişkin sorular yöneltilmiş, elde edilen bulgular, medya ve siyaset arasındaki karşılıklı bağımlılık ilişkisi bağlamında tematik kodlama yöntemiyle analiz edilmiştir.

Medya ve Siyaset İlişkisine Genel Bir Bakış

Medya, toplumsal yaşamdaki merkezi rolüne ve kapsamlı etkilerine rağmen, kuramsal düzeyde ortak bir tanıma kavuşturulamamış, çok yönlü ve tartışmalı bir kavram olarak varlığını sürdürmektedir. Miconi ve Serra'ya göre (2019), kavramın tartışmalı olmasının temel nedeni, hem toplumsal deneyimin içine yerleşik olması hem de teknolojik, kültürel ve ideolojik katmanlar içermesidir. Medya çalışmalarının, temel araştırma nesnesi olan “medya kavramını” net biçimde tanımlamadan gelişmiş olması, bu alanın

karakteristik bir paradoksunu yansıtmaktadır. McLuhan (1997), medyanın bireylerin algısal ve kültürel çevresini şekillendirmesi nedeniyle onu dışarıdan gözlemleyerek nesneleştirmenin mümkün olmadığını, başka bir ifadeyle, medyanın, tam da onun içinde yaşadığımız için fark edilmesi ve tanımlanması zor bir yapı olduğunu belirtir.

Teknolojik gelişmelerle doğrudan bağlantılı olan medya kavramı, 20. yüzyılın büyük bölümünde, iletim kanallarıyla tanımlanmış, örneğin gazete, radyo, televizyon gibi araçlar belirli birer medya türü olarak kabul edilmiştir. Dijitalleşme, bu ayrımların büyük ölçüde ortadan kalkmasına, farklı medya türlerinin teknik olarak yakınsamasına neden olmuştur. Teknolojik gelişmelerle gazete, radyo ve televizyon gibi basın ve yayın araçlarının yanı sıra internet, sosyal medya platformları ve diğer dijital iletişim araçlarını da içeren medya, günümüzde bilginin üretiminden tüketimine kadar geniş bir yelpazeyi ifade etmektedir. Medya platformları iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle yeniden yapılanırken, medya kavramının kendisini de dönüşüme uğramıştır. Gazete, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçları geleneksel medya olarak sınıflandırılırken, dijitalleşmeyle ortaya çıkan yeni iletişim mecraları ise “yeni medya” olarak tanımlanmaktadır (Çakır, 2007). Bu durum, medya ve teknoloji ilişkisinin değişen doğasının doğrudan sonucudur. Medya kavramı, sabit ve teknik bir tanımın ötesine geçerek, zamanla dönüşen dinamik bir yapıya bürünmüştür. Dolayısıyla günümüzde medyayı anlamak yalnızca araçlara değil, bu araçların üretim, dağıtım ve etkileşim biçimlerine de odaklanmayı gerektirir.

McQuail'e (2010) göre medya kavramı, 20. yüzyılın başlarında ortaya çıkan yeni bir toplumsal olgunun tanımlanması amacıyla geliştirilmiştir. Bu olgu, sanayileşme, kentleşme ve kitleli demokrasi süreçleriyle birlikte şekillenmiştir. Bu bağlamda medya, kısa sürede çok sayıda kişiye ulaşabilen, örgütlü ve kamusal içerik taşıyan iletişim biçimleri olarak tanımlanır. Ancak medyanın işlevi, bilgi iletmekle sınırlı değildir. McQuail (2010), toplumu ve toplumsal değişimleri şekillendiren veya yansıtan medyanın, kültürel temsillerin yayılmasında ve

siyasal karar süreçlerinin tasarlanmasında rol oynadığını vurgulamaktadır. Medya, bu yönüyle bireylerin gündelik yaşam pratiklerini etkileyen ve kamuoyunu biçimlendiren toplumsal kurum niteliğindedir. Benzer şekilde Silverstone (1999) da medyayı modern toplumlarda gündelik yaşamın örgütlenmesinde merkezi bir rol üstlenen kültürel aracı kurumlar olarak ele alır. Ona göre medya, insan deneyimini şekillendiren bir süreçtir. Yani, medya hem bireyin hem de toplumun gündelik yaşamını “metinsel” olarak yeniden üretir.

Günümüzde medya, yalnızca “hangi araçlarla iletişim kuruyoruz?” sorusu üzerinden değil, aynı zamanda “iletişim hangi yapılar tarafından, hangi bağlamda ve hangi amaçlarla düzenleniyor?” soruları eşliğinde ele alınmaktadır. Bu yaklaşım, medyayı yalnızca mesaj taşıyan bir araç değil, aynı zamanda toplumsal değerlerin, normların ve davranış kalıplarının dolaşıma girdiği karmaşık bir yapılar bütünü olarak kavramsallaştırır. Örneğin Gitelman (2006, s. 7), medyayı hem teknolojik biçimleri hem de bu biçimlerle ilişkili sosyal protokolleri içeren, kültürel olarak inşa edilmiş iletişim yapıları olarak tanımlamaktadır. Gitelman’ın yaklaşımına göre, medya belirli toplumsal pratiklerle ve kültürel normlarla birlikte işleyen yapılardır. Belirli sosyal protokollerle bütünleşerek anlam kazanan medya, iletişim süreçlerini yöneten altyapılar olmanın ötesinde, gündelik yaşamı biçimlendiren, kültürel kalıpları pekiştiren ve toplumsal düzenlemeleri taşıyan dinamik bir sistem olarak, toplumsal gerçekliğin inşasında kurucu rol oynamaktadır.

Siyaset kavramı toplumlararası ilişkilerin tasarlanması, devlet mekanizmasının nasıl işleyeceğine yönelik kararlar alınmasını, uygulanmasını düzenleyen ve toplumların yönetim biçimlerini belirleyen alanı ifade etmektedir. Siyaset genellikle güç, otorite, ideoloji ve çıkarlar etrafında şekillenen süreç olarak tanımlanabilir. Toplumun en temel kurumlarından birini oluşturan siyaset, devlet ve toplum gücünün dağılımını belirler ve toplumsal yaşamı şekillendirir (Heywood, 2013). Bu çerçevede siyaset, devletin karar alma mekanizmalarının ötesine geçerek, toplumsal düzenin inşasında ve güç ilişkilerinin

dağılımında belirleyici rol üstlenir. Dolayısıyla siyaset, hem kurumlar aracılığıyla işleyen resmi bir yapı hem de toplumsal çıkarların çatıştığı ve meşrulaştırıldığı ideolojik bir mücadele alanıdır.

Görülmektedir ki medya ve siyaset, kamusal hizmet sunan önemli kurumlardır. Kamu adına görevler üstlenen her iki kurum, faaliyetlerini işbirliği içinde yürütmektedir (Damlapınar, 2007, s. 116). Medya, siyaset için temsil edilen düşünce ve politikaların kamuoyuna aktarılmasında etkili bir araç olurken, siyaset de medya açısından önemli bir haber kaynağı işlevi görmektedir. Karşılıklı bağımlılığın olduğu bu ilişkiler, siyasi rejimden bağımsız değildir. Medya, baskıcı ve otoriter yönetimlerde, siyaset kurumunun istediği bilgi ve haberleri aktarmakta, demokratik siyasal yönetimlerde ise daha özgürlükçü yayın yapabilmektedir (Arabacı, 2004, s. 109).

Medya ile siyaset arasında çoğunlukla işbirliği, zaman zaman da çatışma söz konusudur. Her iki kurum, kamuoyunu yönlendirme ve bilgilendirme işlevinin kendi kontrolünde olmasını istemekte, anlaşma halinde bunu paylaşım, anlaşmazlık durumunda ise çeşitli baskılarla elde etmektedir (Hazar, 2008, s. 254). Medya, anlaşmazlık olduğunda siyaset kurumlarıyla ilgili olumlu haberleri yayınlamazken, siyaset kurumları da ilan ve reklam kesintisi gibi çeşitli yaptırımlarla medyaya baskı yapabilmektedir (Alver, 2010, ss. 400–401).

Medya sistemleri, yani medya kuruluşlarının mülkiyet yapıları, düzenleme biçimleri ve haber üretim pratikleri, genellikle devletlerin siyasal sistemlerine göre yapılanmıştır (Yaşın, 2013, s. 29). Bu nedenle, siyasal rejimler ve bu rejimlerde benimsenen medya sistemlerinin incelenmesi, medya-siyaset ilişkisini kavramsal düzeyde anlamlandırmak bakımından kritik öneme sahiptir. Bu bağlamda, medya sistemlerinin sınıflandırılmasına yönelik başvuru kuramsal çerçevelerden biri, Siebert ve arkadaşlarının, 1963 yılında yayımladıkları “*Basının Dört Kuramı*” adlı çalışmadır. Bu çalışmada, medya sistemleri, gazetecilik temelli dört ana kategori çerçevesinde ele alınmaktadır. İlki olan Otoriter Kuram, tüm

yetkilerin devleti yöneten otorite tarafından merkezileştirilmesi esasına dayanır. Bu yaklaşıma göre, bir medya kuruluşu, iktidardan lisans veya ruhsat almak durumundadır. Medyanın esas işlevi, iktidarın politikalarını destekleyerek siyasete hizmet etmek olarak açıklanmaktadır. Medyanın, hükümet icraatlarına ilişkin olumsuz yayın yapması mümkün değildir. Dolayısıyla, siyasi iktidarların basını kontrol altında tutması meşru kabul edilmektedir.

Normatif medya kuramlarından Özgürlükçü (Liberal) Kuram ise liberal anlayışın sosyal, felsefi, siyasi ve iktisadi birikimlerine dayanmaktadır. Liberal anlayış, medyanın yayın faaliyetlerinde özgür olması gerektiğini savunur. Bilgilendirme, eğlendirme, hakikatin ortaya çıkarılmasına katkı sağlama ve iktidarı denetleme gibi işlevleri bulunan medya, demokratik toplumun temel unsurlarından kabul edilmektedir. Otoriter sistemde “yayın ruhsatı” şartına karşılık, liberal anlayışta, herkesin yayın yapabilme özgürlüğüne sahip olması gerektiği görüşü kabul edilmiştir. Gazetecilerin, siyasete, iktidara yönelik eleştirilerinden dolayı cezaya tabi tutulmaması ya da herhangi bir konuda haber yayınlaması için baskı yapılmaması gerektiği düşüncesinin hakim olduğu liberal medya görüşünde, yayınlanacak haberlerle ilgili bilgiye erişimde kısıtlama kabul edilmemektedir (McQuail, 1994, ss. 125-126). Özgürlükçü Kuram, otoriter rejimlerdeki yayıncılık sorunları karşısında güncelliğini korusa da, medyanın her zaman kamusal yarara hizmet edeceği varsayımı nedeniyle piyasa baskıları ve sahiplik ilişkileri gibi pratik ilişkileri göz ardı etmektedir.

Medyanın sahiplik yapısı ve reklam verenlerin amaçlarına yönelik ilişkilerinin dikkate alınmadığı yönündeki eleştiriler, liberal kurama tepki olarak 20. yüzyılda ABD’de, Toplumsal-Sosyal Sorumluluk Kuramın geliştirilmesine zemin oluşturmuştur (Işık, 2007, s. 30). Bu yaklaşım, medyanın, serbest ve kamuoyuna karşı sorumlu bir tarzda faaliyette bulunması gerektiği görüşüne dayanmaktadır. Bağımsız olmakla birlikte, topluma karşı görevleri bulunan medyaya, bir bakıma kontrollü özgürlük sunulmaktadır. Siyasal iktidarın ön plana çıkmadan

medyanın kendi kendini denetleme yolunu tercih etmeye zorlaması gerektiği savunulmaktadır (Siebert vd., 1963, ss. 87-92). Bu yaklaşım, medya özgürlüğünü korurken toplumsal sorumluluğu gözetmeyi amaçlayan dengeleyici bir çerçeve sunsa da, bu dengenin farklı siyasi ve kültürel bağlamlarda nasıl sağlanacağı uygulamada çeşitli zorlukları beraberinde getirebilir. Çünkü medya sistemlerinin sahiplik yapıları, düzenleyici kurumların tarafsızlığı, basın özgürlüğünün düzeyi ve toplumsal kutuplaşma gibi etkenler, bu dengeyi kurma sürecini hem yapısal hem de pratik düzeyde sekteye uğratabilmektedir.

Sovyet-Totaliter (Sosyalist) Kuram ise temelini Marksist, Leninist ve Stalinist ideolojilerden almakta, Hegel’in felsefesi ve 19. yüzyıl Rus entelektüel geleneğinden beslenmektedir. Schramm’a göre (1963, s. 110) bu kuram, basının, sosyalist yönetim modelini esas alan Sovyet düzeninin devamını ve etkinliğini sağlamaya yönelik işlev gördüğünü öne sürmektedir. Bu çerçevede, işçi sınıfının iktidarını temsil eden partinin denetimi altında bulunan basın, sosyalist devlet yapısında, partinin ideolojik hedeflerine göre hareket eden bir araç konumunda olduğu kabul edilmektedir. Otoriter kuramda özel mülkiyetin elinde olabilen, ancak iktidarın kontrolü altında faaliyet gösteren medya, Sovyet-Totaliter Kuramında özel mülkiyete konu olması söz konusu değildir (Schramm, 1963, ss. 126-130). Bu kuram medyayı, yalnızca iktidardaki partinin ideolojik amaçları doğrultusunda devletin hizmetinde konumlandırarak ve iletişim süreçlerinin çok yönlü doğasını dışlayarak, toplumsal tartışma ve eleştiri imkanlarından yoksun, tek merkezli bir yapı haline getirmektedir.

McQuail (1994), yukarıda değinilen dört kurama ilaveten “gelişme aracı ve katılımcı demokratik medya kuramlarını” geliştirerek, normatif medya kuramları sayısını altıya çıkarmaktadır. Kalkınma sürecindeki ülkelerde ortaya çıkan medya yapılarının, klasik dört kuram çerçevesinde açıklanmasında görülen yetersizlikler ve üçüncü dünya iletişimine özgü sorunlar, gelişme aracı kuramının ortaya konmasına zemin hazırlamıştır (Yılmaz, 2015, s. 75). Siyasal, ekonomik ve

toplumsal koşulları farklılık gösteren üçüncü dünya ülkelerinde, özgün medya sistemleri gelişmiştir. Bu bağlamda, kalkınmayı öncelikli hedef olarak benimseyen Gelişmeci Kuram, medyanın ulusal hedeflere ulaşmada işlevsel bir araç olabileceğini savunur. Kurama göre, medya yapıcı yayınlarla kalkınmaya katkı sunmalı, bu amaçla devlet kontrolü ve çeşitli kısıtlamalar, hatta basın özgürlüğüne sınırlamalar getirilebilmelidir. (Işık, 2007, s. 45). Ancak bu yaklaşım, kalkınma hedeflerine koşullandırdığı medyanın eleştirel işlevini ikinci plana itmekte, medya-toplum ilişkisini çoğulculuktan çok, merkezî otoritenin öncelikleri doğrultusunda şekillendiren bir yapıya indirgemektedir.

McQuail'in (1994) basın kuramlarına eklediği Katılımcı Demokratik Kuram" da bireylerin yönetime etkin katılımını savunur ve eşitlik temelli, yatay iletişimi esas alır. Liberal kuramın uzantısı olan ve Habermas'ın "kamusal alan" kavramından etkilenen bu yaklaşım, özellikle özgür ve gelişmiş postmodern toplumlarda öne çıkar (Yılmaz, 2015, s. 75). Yatay iletişimi benimsemesi dolayısıyla Gelişmeci Kuramın bazı özelliklerini de bünyesinde barındıran Katılımcı Demokratik Kuramın merkez noktası, siyasi toplumda hedef kitlenin ihtiyaçları, beklentileri ve arzularıdır. Tek tip, merkezileştirilmiş ve iktidar güçlerinin güdümündeki medya anlayışına karşı geliştirilmiş olan bu kuram, halkın siyasal süreçlere aktif katılımını ve medya ile etkileşim kurmasını esas alırken, aynı zamanda iletişim kurumlarının yapılanmasına ve içerik üretimine yönelik müdahaleleri reddetmektedir (McQuail, 1994, s. 135). Ancak bu kuramın öngördüğü yatay ve katılımcı iletişim yapılarının hayata geçirilmesi, medya yapılarındaki ticarileşme, dijital eşitsizlik ve siyasi kutuplaşma gibi engeller nedeniyle birçok toplumda zorluklarla karşılaşmaktadır.

Günümüzde bazı araştırmacılar, söz konusu altı medya kuramı üzerinden dünya medya sisteminin açıklanabileceği düşüncesini kabul etmemektedir. Siebert ve diğerlerinin "*Basının Dört Kuramı*" çalışmasının eleştirisine dayanan Hallin ve Mancini'nin (2004) "*Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*" adlı

çalışmalarında, Batı demokrasilerindeki medya sistemleri, tarihsel ve kurumsal bağlamlarıyla karşılaştırılarak, Liberal (Kuzey Atlantik), Demokratik Korporatist (Kuzey Avrupa) ve Kutuplaşmış Çoğulcu (Akdeniz) olmak üzere üç temel ideal tip ortaya konulmaktadır. Bu modeller, siyasal paralellik, devlet müdahalesi, gazetecilik mesleğinin profesyonelleşme düzeyi ve medya piyasalarının gelişmişliği gibi belirleyici faktörler üzerinden karşılaştırmasını yaparak, medya sistemlerinin siyasal yapılarla nasıl iç içe geçtiğini analiz etmektedir.

Britanya ve Amerika gibi ülkelerde görülen medya sistemine karşılık gelen Kuzey Atlantik ya da Liberal Modelde, medya genellikle özel mülkiyete dayalı olarak devletten görece bağımsızdır ve piyasaya dayalı rekabetin şekillendirdiği yapıya sahiptir. Haber üretiminde tarafsızlık ilkesinin önem taşıdığı, ticari basının erken gelişim gösterdiği bu modelde, bilgi odaklı gazetecilik anlayışı hakimdir. Almanya, Hollanda ve Norveç gibi Kuzey ve Orta Avrupa ülkelerinde gözlemlenen Demokratik-Korporatist Modelde ise güçlü kitle basını, yüksek düzeyde gazetecilik profesyonelliği ve gelişmiş medya etiği normu söz konusudur. Modelin ayırt edici özelliği, medyanın kamusal sorumluluk anlayışıyla hareket etmesidir. Devletin medyaya doğrudan müdahalesi sınırlıyken, bunun yerine kamu hizmeti yayıncılığı gibi yapılar üzerinden düzenleyici rol üstlenir. Akdeniz ya da Kutuplaşmış-Plüralist Model de Güney Avrupa ülkelerinde görülür. Medya sistemlerinin geç geliştiği ve siyasi kamplara bağlılık gösterebildiği bu modelde, gazetecilik profesyonelliği düşüktür ve medya çoğu zaman siyasal çıkarların hizmetinde konumlanabilir (Hallin ve Mancini, 2004).

Hallin ve Mancini (2004), sundukları üç modelin ideal tipler olduğunu ve gerçek dünyada hiçbir ülkenin bu modellere bütünüyle uymadığını belirtir. Her model, karmaşık özellikler bütünü temsil ederken, mevcut sistemler bu özelliklerin çeşitli kombinasyonlarını sergiler. Tipoloji, medya sistemlerini tarihsel ve kültürel bağlamda anlamlandırmak için kuramsal çerçevesi güçlü temel sağlasa da dijitalleşme ve küreselleşmeyle birlikte modeller arası geçişkenlik ve hibrit yapıların

artmasına bağlı olarak günümüz medya ortamını analiz etmek için gelişen dinamikler doğrultusunda esnek biçimde yeniden değerlendirilmesi gerekebilir.

Türkiye’de Medya ve Siyaset İlişkilerinin Tarihsel Gelişim Süreci

Türkiye’de medya ve siyaset ilişkileri tarihine bakıldığında, gazetecilik faaliyetlerinin başladığı Osmanlı’nın son dönemlerinden bu yana farklı aktörlerin ön plana çıktığı görülmektedir. Siyasetçiler, çıkar grupları, ordu ve yargının etkisi altında şekillenen medya-siyaset ilişkileri, hakim siyasi kültür ve devlet-medya ilişkilerinin tarihi kökenlerine bağlı olarak istikrarsız yol izlemiştir (Yılmaz, 2015, s. 217). Osmanlı’da, 1831’de, Takvim-i Vekayi’nin basılmasıyla başlayan basın faaliyetleri, I. Meşrutiyet’in ilanına kadarki süreçte devlet tekelinde gerçekleştirilmiş, daha sonra kurulan Tercüman-ı Ahval gibi fikir yayıncılığının örnekleri olan gazeteler de sansür ve müeyyidelerle karşı karşıya bırakılmıştır. 1857’de matbaa nizamnamesiyle gazetelere basımdan önce sansür getirilmiş, 1858’de de ceza kanuna eklenen maddelerle bazı yayınlar, suç kapsamına alınmıştır. Yine 1864 Matbuat Nizamnamesi ile gazeteleri geçici veya sürekli kapatma yetkisi mahkeme kararı olmaksızın idareye bırakılmıştır. Bu düzenlemelerle birçok gazetenin yayın hayatına geçici veya sürekli olarak son verilmiş, yazarlar hapis cezası almış ya da sürgüne gönderilmiştir (Topuz, 2003, ss. 44-47).

Basın, Sultan Abdülaziz’in 1876’da tahttan indirilmesiyle, kısa süre özgürlük ortamında faaliyetlerini sürdürürken, sürgüne gönderilen gazeteciler ülkeye dönmüş, gazetelerde hemen hemen her türlü yazılar yayınlanabilmiştir. Sultan II. Abdülhamit’in tahta çıktığı dönemde yeniden faaliyetleri kısıtlanan basın, Kanun-i Esasi’nin ilanı ile anayasal olarak özgür ortama kavuşmuş, ancak buna rağmen baskılara maruz kalmıştır. Bu baskılar, her iktidar değişiminde de devam etmiştir. Örneğin, basına ağır sansür mekanizmasını uygulayan II. Abdülhamit’i devirip özgürlük vaadiyle iktidara gelen İttihat ve Terakki Fırkası döneminde de baskılar devam ettirilmiştir (Özgen, 2004, ss. 10-11).

Basın, Cumhuriyetin kuruluşuyla Osmanlı döneminde olduğu gibi siyasal sistemin kontrolü altında faaliyetlerini sürdürmüştür. 1931’de Matbuat Kanunu’nun yürürlüğe girmesi, 1938’de Türk Basın Birliği’nin kurulması gibi atılan adımlarla siyasi rejimin modernleşme, devrim kanunlarını topluma benimsetme faaliyetlerinin yürütülmesinde, basın bir araç olarak kullanılmıştır (Damlapınar, 2005, s. 80). Gazete ve dergilerin faaliyetlerini, Matbuat Kanununun 50. maddesi kapsamında İcra Vekilleri Heyetine durdurma yetkisi verilirken, 1938’de söz konusu kanunda yapılan değişiklikle basın faaliyetleri için ruhsat alma zorunluluğu getirilmiştir. Siyasal rejimin politikalarına uygun yayın yapmayan kuruluşların ruhsatı ise iptal edilmiştir. Türk basını, çok partili hayata geçiş dönemine kadar siyasal iktidarın baskısı altında çalışmalarını sürdürmüştür (Tılıç, 1998, s. 80). Siyasal olarak merkezi yapılanmanın etkisi, medya alanında da görülmüştür. 1950’lerden sonra medya ve siyaset ilişkilerinde önemli değişiklikler kaydedilmiştir. İlk döneminde, olumlu yansımaları görülen çok partili siyasal sistemde, bir süre sonra medyaya yönelik önceki dönemin antidemokratik uygulamalara yenileri eklenmiştir (Korkmaz, 2001, s. 201).

Siyasal düşünce akımlarının kutuplaştığı 1960’ta askeri müdahale sonrasında, medyaya baskılar bir süre devam etmiş, basın daha sonra demokratik anayasa ile özgürlük ortamına sahip olmuştur (Tılıç, 1998, s. 81). Öte yandan, 1964’te özerk kurum olarak kurulan TRT, 12 Mart 1971 Muhtırası ile iktidarların kontrolü altına alınmıştır (Damlapınar, 2005, s. 81). 26 Nisan 1971’de, 11 ilde olağanüstü hal yönetimi ilan edilmesinin ardından, 1402 sayılı Sıkıyönetim Kanunu kapsamında çıkarılan hükümet kararnamesiyle garnizon komutanlarına basını inceleme, sansür uygulama ve matbaaları kapatma yetkisi verilmiştir. Sıkı denetime giren basından çok sayıda çalışan tutuklanmış, bazı gazete ve dergilerin faaliyetleri sınırlandırılmıştır (Çebi, 1998). Basın, 1980’deki darbe döneminde de ordunun tam denetimi altında faaliyetlerini sürdürmek durumunda kalmıştır (Tılıç, 1998, s. 84). Darbe sonrası, 6 Kasım 1983 seçimlerine kadarki süreçte medya alanında Otoriter Kuramın

uygulamaları birebir gözlemlenmiştir. ANAP iktidarı ile neo-liberal politikalara yönelimin, daha sonraki iktidarlar tarafından da devam ettirilmesi, medyada değişim ve dönüşüme neden olmuştur. Büyük holdinglerin medyaya yatırım yapması, esas işi gazetecilik olanların alanda tutunmalarını zorlaştırmış, birçoğu gazetelerini satmak durumunda kalmıştır (Işık, 2007, ss. 163-164). Bunun sonucunda medyada yaşanan tekelleşme, gazetecilerin ve medya sahiplerinin politikacılarla yakın ilişkiler geliştirmesine yol açmıştır (Söylemez, 1998, s. 138). Dönemin iktidar partisi ANAP Lideri Turgut Özal'ın, gazetecilerle yakın ilişkiler kurduğu bilinmektedir. Gazeteciler açısından, hükümet üyeleriyle ikili ilişkiler kurmak övünç kaynağı olarak görülmüştür (Tılıç, 2001, s. 141). Siyasi aktörler de ikili ilişkiler üzerinden medyayı bir siyaset aracı olarak kullanma çabası içinde olmuştur. 1980 ve özellikle 1990 sonrasına bakıldığında, medya-siyaset ilişkilerinin yoğunlaştığı, medya patronlarının, yayın organlarını çıkarları doğrultusunda kullanmaya çalıştıkları anlaşılmaktadır. Medyanın, siyaseti yönlendirmeye yönelik etki ve baskılarına dair birçok örnek söz konusudur. Dönemin medya kuruluşlarından Sabah Gazetesi'nin eski genel yayın yönetmeni Ergun Babahan'ın bir röportajında, “Biz Türkiye’yi idare etmeye soyunduk ve bu çok hoşumuza gitti” şeklindeki sözleri, gazetecilerin kendilerini bir aktör olarak siyasal sistem içinde konumlandıklarını göstermektedir (akt. Alver, 2010, s. 402).

Türkiye’de gazetecilik faaliyetlerini düzenleyen ve 1950 yılında Demokrat Parti iktidarı tarafından yürürlüğe konulan 5680 sayılı Basın Kanunu, uzun yıllar yürürlükte kalmış, bu yasa 26 Haziran 2004’te, Avrupa Birliği’ne üyelik sürecine uyum kapsamında yürürlükten kaldırılmıştır. Yerine getirilen Basın Kanunu ile basın özgürlüğü yeniden vurgulanmış, ceza hükümleri hafifletilmiş ve gazetecilere yönelik bazı sınırlamalar kaldırılmıştır. Türk hükümetinin, medyayı rahatlatacak önlemleri hayata geçirmesi ilerleme olarak görülürken, diğer taraftan yeni Basın Kanunu’nun 3. maddesinde “yargı gücünün otorite ve tarafsızlığının sağlanması” adına basın özgürlüğüne sınırlamalar konulmuş olması da önemli sorunları beraberinde getirmiştir.

Basın Kanunu ile Terörle Mücadele Kanunu’nun belli hükümlerine göre yapılan yargılamalarda cezalandırılan gazeteciler olmuştur (Yılmaz, 2015, ss. 184-185).

Türkiye’de, 2000’li yıllardan sonra medyada çeşitlenme ve çoğullaşmanın yaşandığına işaret eden Mahçupyan (2011, s. 7), bu durumun zihniyet dönüşümünü kapsamadığını, gazetecilerin toplumsal manipülasyondan iradi sansürüne kadar alışkanlıklarının devam ettiğini vurgulamakta, “editör bağımsızlığının” olmadığını herkes tarafından kabul edildiğini öne sürmektedir. Uzun (2014), medyanın taraflı yayın yapmasının, medya ve siyaset ilişkilerinin doğasıyla ilgili bir olgu olduğuna vurgu yapmaktadır. Türkiye’de basın ve siyaset ilişkilerinin tarihsel gelişim sürecinde farklı adlarla savunuculuk olgusu olarak ortaya çıkan bu durumun, medyanın gazetecilik ilkeleriyle çalıştığının, çıkar sağlamak için iktidarların sözcülüğünün yapıldığının altını çizen Uzun (2014), siyasi güçlerin, her dönem ödül ve ceza verme yöntemleriyle kendilerini destekleyen bir medya yaratmaya çalıştığını vurgulamaktadır.

Tarihsel gelişim süreci, medya üzerindeki siyasi baskılar, siyasal paralellik, düşük profesyonellik ve ekonomik-siyasal bağımlılık durumu dikkate alındığında, Türkiye’nin medya sistemi büyük ölçüde Hallin ve Mancini’nin “Kutuplaşmış Çoğulcu Modeli” ile örtüşmektedir. Ancak yapısal karmaşıklığı ve dijitalleşme sonrası gelişmeler, Türkiye’nin hibrit özellikler taşımasına ve yer yer liberal ticari modele yaklaşmasına da yol açmıştır. Buna rağmen tarihsel temelleri açısından, en güçlü benzerlik Kutuplaşmış Çoğulcu Model ile kurulabilir.

Siyaset Haberciliği

Türkiye’de medya ve siyaset ilişkilerinin tarihsel gelişimine dair çizilen çerçeve, bu ilişkinin haber üretim süreçlerine, siyaset haberciliği bağlamında nasıl yansıdığını kavramak bakımından önemli zemin sunmaktadır. Siyaset haberciliği, medyanın “kutsal” alanı olarak ifade edilmektedir. Bu kutsallık, siyaset haberciliğinin siyasi güç odaklarına yakın faaliyetleri ve siyaset kurumları ile vatandaşlar

arasında arabulucu rolünden kaynaklanmaktadır (van Dalen, 2016). Hem siyasi süreçlerde arena hem de bir aktör olarak rol oynayan, vatandaşların yaşadığı çevreyi ve dolayısıyla siyasi tutum, görüş ve davranışlarını etkileyen siyaset haberciliği, kendi başına siyasi kurum olarak kavramsallaştırılmıştır (Cook, 2005; Sparrow, 1999).

Kamuoyunun, siyasetin bilgisine ihtiyacına binaen ortaya çıkan siyaset haberciliği, Avrupa'da 13. yüzyılda, haber mektuplarıyla başlamıştır. Haber mektupları, farklı ülkelerdeki savaş, iç karışıklık ve yönetici değişikliği gibi konulara dair bilgilerin aktarılması bakımından siyaset haberciliği alanının ilk örneklerini oluşturmaktadır. Modern siyaset haberciliği ise 1800'lü yılların başında, gazetecilerin İngiliz parlamentosunda politika haberi üretimi için görevlendirilmesiyle ortaya çıkmıştır. Türkiye'de de günümüzdeki anlamıyla siyaset haberciliği, 1831'de ilk Türk gazetesi olan, devletin resmi politikalarına uygun politika haberlerinin yayınlandığı Takvim-i Vekayi ile başlamıştır. 1860'lardan itibaren özel gazetelerin kurulmasıyla, farklı siyasal bakış açıları taşıyan haber içerikleri de ortaya çıkmaya başlamıştır. Özellikle II. Meşrutiyet'in ilanının ardından, siyasal çoğulculuğun ve fikir özgürlüğünün kısmen genişlemesiyle birlikte, siyaset haberciliği gelişimini sürdürmüştür (Narmanlıoğlu, 2018, ss. 185-186).

Siyaset haberciliğinin, diğer gazetecilik alanlarından net bir şekilde ayrılan sınırları yoktur. Siyaset haberciliği, çoğunlukla parlamento, hükümet, siyasi partiler gibi kurumlar ve aktörlerinin, haber değeri taşıyan faaliyetlerini takip eden gazetecilik türü olarak tanımlanmaktadır (Küçükşahin ve Kocager, 2018, s. 23). Siyaset haberciliğinde, haber kaynağı olarak birçok kurumun bulunması nedeniyle, her birinin faaliyetlerini haberleştirmek üzere alana hakim habercilere ihtiyaca bağlı olarak, uzmanlık alanları ortaya çıkmıştır. İç politika ve dış politika haberciliği şeklinde iki ayrı kategoride değerlendirilensiyaset haberciliği,yasama,yürütme ve yargı alanlarında yönetimlerin teşkilat yapısına göre tasarlanmıştır. 2017 yılına kadar Türkiye'de yürürlükte olan parlamenter sistem çerçevesinde, başkent merkezli ulusal habercilik faaliyetlerinde

en belirleyici bilgi kaynağı olarak Başbakanlık öne çıkarken, bunun yanı sıra Cumhurbaşkanlığı, Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM), iktidar, ana muhalefet ve TBMM'de temsil edilen partiler, yüksek yargı kurumları ve bakanlıklar önemli haber kaynakları arasında yer almıştır. Siyaset haberciliği, bu haber kaynaklarına göre "başbakanlık", "cumhurbaşkanlığı", "parlamento", "yüksek yargı", "siyasi parti" ve "bakanlık" alanıyla ilgili uzman muhabirlikler şeklinde ayrılarak sınıflandırılmıştır. 2017 sonrasında Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'ne geçilmesiyle başbakanlık muhabirliği uygulamadan kalkmış, Cumhurbaşkanlığı muhabirliği daha merkezi bir konuma yerleşmiştir (Geyik, 2020).

Siyaset haberciliği, başkent dışındaki illerde ise valilik, belediye, il özel idaresi, belediye meclisi, il genel meclisi ile merkezi hükümete bağlı diğer kamu kurum ve kuruluşlar, siyasi parti temsilcilikleri ile ilin milletvekillerinin faaliyetleriyle ilgili haber üretim sürecini kapsamaktadır. Yerel medya, bu kurum ve kuruluşlar ile yöneticilerini haber kaynağı olarak görürken, aynı zamanda yerel kamuoyu gündemini belirlemede rol oynamaktadır (Narmanlıoğlu, 2018, s. 186).

Siyaset Haberciliğinde Haber Üretim Pratikleri

Siyaset haberciliğinde üretim süreci, iletişim teknolojilerindeki gelişmelere göre yapılanmaktadır. Bilgiye erişim, bilgiyi haber olarak düzenleme ve dağıtım pratikleri, her yeni iletişim teknolojisiyle farklılaşmaktadır. Gazetecilik alanının ilk dönemlerinde, haber merkezine yakın bölgelerdeki gelişmelerle ilgili haberlerin üretiminde, yerinden haber toplama yöntemi kullanılırken, uzak bölgelerdeki gelişmelerle ilgili ise ikincil kaynaklar tercih edilmiştir (Sloan ve Parcell, 2002, s. 145).

19. yüzyılın sonuna doğru telgraf ve telefon teknolojilerinin icadı, siyaset haberciliğinde üretim sürecini hızlandırmıştır. Gazeteciler modern iletişim araçlarını kullanarak, uzak bölgelerdeki haber kaynaklarına ulaşarak haber yapma imkanına kavuşmuştur. Daha sonra 20. yüzyılda, radyo ve televizyonun icadıyla, yeni pratikler geliştirilmiş,

video haberler ön plana çıkmıştır. Bu dönemde siyasi liderler ve olaylar daha geniş kitlelere ulaşma fırsatı bulmuştur (Mccombs ve Shaw, 1972).

Telefon, siyaset haberciliği alanında, bilgisayar, internet ve uydu teknolojilerinin yaygınlaştığı döneme kadar, en önemli haber üretim aracı olarak kullanılmıştır. Telefon, Türkiye’de de gazetecilerin en çok başvurdukları araç olmuştur. Coşkun’un editörlüğünde yapılan “Kendi Anlatımlarıyla Duayen Gazeteciler” isim çalışmada (2004), 1950’lerde gazetecilik yapan Ercan San, siyasetçilerin seçim gezileri kapsamında illerdeki programlarını izlerken haberciliğin çok zor koşullarda yapıldığını örneklerle aktarmaktadır. Bu dönemde, siyasetçilerin programını izlemek için gerçekleştirilen seyahatlerin haftalarca sürdüğü, iletişim altyapısının yetersizliği nedeniyle haberlerin merkeze ulaştırılmasının zaman aldığı belirtilmekte, örneğin San’ın, Artvin’de bir haberini Ankara’ya iletmek için saatlerce telefon başında beklediği, bağlantı kurulamayınca haberin telgraf yoluyla gönderildiği ve bu haberin de birkaç gün sonra yayımlanabildiği ifade edilmektedir (Coşkun, 2004, ss. 139–140).

Bilgisayar, uydu ve internet teknolojilerinin icadı, siyaset haberciliğinde köklü değişim yaratmıştır. Bu süreçte medyada yaşanan dijitalleşme, gazeteciliği dönüştürmüş, alternatif habercilik yöntemlerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. YouTube ve X gibi yeni iletişim uygulamalarının, Web 2.0 teknolojisinin geliştirilmesi sonucu devreye alınmasının ardından, özellikle 2010’dan sonra akıllı telefonların da yaygınlaşmasıyla, haber üretim sürecinde yeni yöntemler geliştirilmiş, siyasetçiler için de kamuoyuna mesaj aktarmanın alternatif yöntemleri ortaya çıkmıştır. Siyasetçiler, ana akım medyanın yanı sıra, sosyal medyadan kitlelerle doğrudan etkileşim kurma olanağına sahip olmuş, gazeteciler ise bu uygulamalar üzerinden siyasetçilerin mesajlarına anlık erişim sağlama imkanı bulmuşlardır. Günümüzde siyasilerin yeni medya aracılığıyla canlı yayın yapma imkanı bulunmakta, gazeteciler ise bu paylaşımları değerlendirerek haberler üretmektedir. Daha önce, basın toplantısı gibi etkinliklere başvuran

siyasetçiler, mesajlarını artık X gibi platformlarından paylaşıırken, medya aracılığıyla duyurulmasını istedikleri mesajlarını ise gazetecilere yönelik kurdukları WhatsApp grupları üzerinden iletmektedirler. Yeni iletişim platformları, hem siyasetçiler hem gazeteciler açısından mesajın paylaşılması ve haberleştirilmesi sürecini daha pratik hale getirmiştir (Geyik, 2020).

İnsanların haber tüketiminde geleneksel medyadan çevrimiçi platformlara yönelmesi, gazetecileri ve siyasetçileri de bu alanı aktif şekilde kullanmaya sevk etmiştir. Bu durum, geleneksel medyanın tekelinin kırılmasına, yeni iletişim taşıyıcılarının ortaya çıkmasına yol açmıştır (Pew Research Center, 2007). Propaganda açısından eşsiz fırsatlar sunan yeni medya sayesinde, ABD’nin eski başkanlarından Barack Obama’nın seçimi kazanması, dünyada olduğu gibi Türkiye’deki siyasilerin dikkatini çekmiş, bu yeni platformlar propaganda faaliyetleri için önemli görülmeye başlanmıştır (Tosyalı ve Sütçü, 2019).

Siyaset haberciliği alanında sosyal medyanın öne çıkması ve geleneksel medyanın rolünün zayıflamasının sonuçlarının anlaşılması bakımından, bu alanın aktörlerinin ilişkileri, haber üretim sürecindeki rolleri ve alanla ilgili üretilen içeriklerin ele alınması da büyük önem arz etmektedir.

Çalışmanın Amacı ve Yöntemi

Siyaset ve medya arasında bağımlılık ilişkilerindeki değişimin siyaset haberciliği alanına etkileri, bu çalışmanın temel sorunsalını oluşturmaktadır. Medya ve siyaset arasındaki ilişkinin önemli dinamiklerinden biri olan karşılıklı bağımlılığın, yeni iletişim ortamlarına göre yeniden yapılanmasının, iki alanın aktörleri arasındaki ilişkileri nasıl etkilediği ve siyaset haberciliğinde haber üretimine nasıl yansıdığına ortaya konulmasının amaçlandığı çalışmada, aşağıdaki sorulara yanıt aranmaktadır:

1. Medya ve siyaset arasındaki karşılıklı bağımlılık ilişkilerindeki değişim, gazetecilerin haber kaynağı olarak siyasetçilerle ilişkilerini nasıl etkilemiştir?

2. Siyaset haberciliğinde sosyal medyanın kaynak olarak kullanılması, haberlerin içeriğine nasıl yansımıştır?

3. Gazeteci-siyasetçi ilişkilerindeki güç dengesi, yeni medya kullanımıyla nasıl değişmiştir?

4. Geleneksel medyanın yeni medya karşısında rolünün zayıflaması, siyaset haberciliğinde gazeteciler için ne gibi profesyonel zorlukları beraberinde getirmiştir?

Yozgat Bozok Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu'ndan 23.10.2024 tarihli ve 18/07 No'lu kararıyla etik kurul onayı alınan bu çalışmada, araştırma sorularına ilişkin verilerin toplanması için, derinlemesine görüşme tekniğine başvurulmuştur. Katılımcıların farklı bakış açılarını, deneyimlerini, duygu, düşünce ve algılarını saptamak amacıyla kullanılan görüşme yöntemi (Yıldırım ve Şimşek, 2000, s. 20) araştırmacıya, araştırılan konuyu, katılımcıların bakış açılarından ele almayı, bu bakış açılarını oluşturan yapıyı ve süreçleri açığa çıkarma imkanı sunmaktadır (Punch, 2005, s. 166).

Araştırmanın evrenini, Türkiye'de siyaset haberciliği alanında aktif olarak görevde bulunan gazeteciler oluştururken, örneklem grubunun belirlenmesinde amaçlı örnekleme yöntemi esas alınmıştır. Nitel veri temelli çalışmalarda amaç, toplumsal olguları genelleyici bulgulara ulaşmak değildir (Patton, 2002). Dolayısıyla, bu tür çalışmalarda hareket noktası, temsili bir örneklemden ziyade, derinlemesine veri toplamaya olanak sağlayan birim ya da grup üzerinde yoğunlaşmaktır (Kümbetoğlu, 2008, ss. 96–97). Örneklem grubuna dahil edilen gazeteciler seçilirken, siyaset haberciliği alanında deneyimli olanlar arasından, 2010 yılı öncesinde mesleğe Ankara'da başlamış gazeteciler seçilmiştir. Bu kriterin esas alınmasındaki amaç, medya ve siyaset alanında karşılıklı bağımlılık ilişkisini yeniden yapılandıran sosyal medyanın 2010 yılından sonra yaygınlaşmış olması dikkate alınarak, yeni medya öncesi ve sonrasında alanda yaşanan değişimi deneyimlemiş gazetecilere ulaşmış olmaktadır. Gazetecilerin, Ankara'dan seçilmesinin nedeni ise bu ilin başkent

olmasına bağlı olarak Cumhurbaşkanlığı, TBMM, siyasi partilerin genel merkezleri ve Bakanlıklar gibi siyaset alanında önemli haber kaynaklarına ev sahipliği yapması, dolayısıyla siyaset haberciliğinin merkezi olmasıdır. Bu kriterlere göre örneklem grubuna dahil edilen 9 gazeteci ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Gazetecilerle görüşmeler öncesinde, yarı-yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Araştırmacının önceden yapılandırılmış bir görüşme formunu temel alarak süreci yürütmesine olanak sağlayan bu yöntem, veri toplamada sistematik ilerleyiş sağlamak ve benzer temalara dair verilerin tutarlı biçimde elde edilmesini kolaylaştırmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2000, s. 283). Görüşme formunda, “medya ve siyaset arasındaki karşılıklı bağımlılık ilişkileri, iki alanın önemli aktörleri arasındaki iletişim dinamikleri, alternatif iletişim olanaklarının gazeteci ve siyasetçi ilişkilerine ve siyaset haberlerinin üretimine etkisi” gibi konular çerçevesinde hazırlanan sorular bulunmaktadır. Soruların anlaşılabilirliği, amaca uygunluğu ve yönlendirici mahiyette olup olmadığının kontrolü için uzman görüşü alınmış, içerik geçerliliği sağlanmıştır. Katılımcılarla görüşmeler, çevrimiçi iletişim platformu üzerinden yapılarak, kayıt altına alınmıştır. Tüm katılımcılardan, görüşmelerin kayda alınmasına dair rızaları olduğuna ilişkin belge alınmıştır. Mülakatlarda, kayıt altına alınan görüşmelerin deşifresi yapılarak 27 sayfa veri elde edilmiştir. Verilerin analizinde, niteliksel verileri çözümleme yaklaşımlarından biri olan tematik kodlama esas alınmıştır. Verilerin analiz süreci, araştırmanın tasarım aşamasında belirlenen ve çalışmanın ilerleyişine bağlı olarak yeniden tasarlanan tematik çerçevede yürütülmüştür.

Araştırmanın Bulguları

Araştırma kapsamında, 24 Ekim-3 Kasım 2024 tarihlerinde, 9 gazeteciyle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Gazetecilerin isimleri, araştırma etiği kapsamında gizli tutularak, “G1, G2, G3,...” şeklinde kodlanmıştır. Gazetecilere ilişkin bilgilere, Tablo 1’de yer verilmiştir.

Tablo 1
Görüşülen Medya Profesyonellerinin Bilgileri

Görüşülen kişi	Çalışılan Medya Türü	Çalışma Pozisyonu
G1	Haber Ajansı	Siyasi Parti Muhabiri
G2	Ulusal Televizyon Kanalı	Parlamento Muhabiri
G3	Ulusal Televizyon Kanalı	Cumhurbaşkanlığı ve Siyasi Parti Muhabiri
G4	Ulusal Televizyon Kanalı	İçişleri Bakanlığı Muhabiri
G5	Ulusal Televizyon Kanalı	Parlamento Muhabiri
G6	Ulusal Haber Sitesi	Editör
G7	Ulusal Televizyon Kanalı	Milli Eğitim Bakanlığı Muhabiri
G8	Ulusal Gazete	Ankara Temsilcisi
G9	Ulusal Gazete	Siyasi Parti Muhabiri

Elde edilen verilere göre oluşturulan kategorik başlıklar altında, medya ve siyaset arasında karşılıklı bağımlılığın yeni iletişim ortamlarına göre yeniden yapılanmasının, siyaset haberciliğine etkileri değerlendirilmiştir. Gazeteci-siyasetçi ilişkileri, haber üretim sürecinde değişen roller, haber içeriklerine ilişkin soruların yöneltildiği gazetecilerin görüşlerinden hareketle, siyaset haberciliğinin yeni medya düzenindeki mevcut karakteristik yapısı ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Gazeteci-Siyasetçi İlişkileri

Siyaset haberciliği alanında, gazeteci-siyasetçi ilişkilerinin karakteristik özelliğini belirlemek üzere, katılımcılara, yeni medya platformlarının devreye alınmasıyla, siyasetçilerle ilişkilerinde ne gibi değişiklikler olduğuna ilişkin soru yöneltmiştir. Gazeteci ve siyasetçi arasındaki yeni iletişim pratiklerinin ele alınması, medya ve siyaset arasındaki karşılıklı bağımlılık ilişkilerindeki değişimin siyaset haberciliğine etkilerini açığa çıkarmak açısından önem arz etmektedir.

Katılımcıların tamamı, yeni medya öncesinde siyasetçilerle yüz yüze iletişim olanaklarının daha fazla olduğunu belirtmiştir. Gazeteciler, genel olarak siyasetçilere doğrudan ulaşmakta zorlandıklarına, haber üretim sürecinde daha çok basın danışmanlarıyla iletişim kurabildiklerine işaret etmektedir.

Bir haber ajansında, 20 yıldır siyasi parti muhabirliği yapan G1, Covid-19 pandemi dönemindeki kapanmaların

gazeteci-siyasetçi ilişkilerinde yeni dönemin başlamasına neden olduğunu ifade etmektedir. Siyasi partilerin, pandemi döneminde, gazetecilerle bir araya gelmelerinin olanaksızlığı karşısında basın açıklamalarını sosyal medya üzerinden yaptığını, gazetecilerin bilgi taleplerini ise WhatsApp uygulamasıyla karşıladığını belirten G1, sonraki süreçte ilişkilerin seyrinin çok değişmediğini, şöyle açıklamaktadır:

“Geçmiş dönemlerde kaynak ve muhabir arasında sıkı ilişkiler söz konusuydu. Hatta bazı kaynaklar sadece belirli gazetecilere bilgi verirdi. Şimdi artık böyle bir durum yok. Haber kaynaklarıyla iletişim çok güçlü değil. İletişim tüm basın mensuplarının bulunduğu WhatsApp grupları üzerinden gerçekleşiyor.”

Ulusal bir televizyon kanalında muhabirlik yapan G7 de yeni iletişim platformlarının gazetecilik faaliyetlerine hem olumlu hem de olumsuz etkileri olduğunu, içeriklerin toplanması, iletilmesi bakımından kolaylıklar sağladığını, ancak siyasetçilerle ilişkileri ise olumsuz etkilediğini, “Artık haberler daha çok siyasetçilerin sosyal medya üzerinden yaptığı açıklamalardan yazılıyor ya da basın toplantıları, frekans üzerinden yayınlanıyor, gazeteciler çağırılmıyor. Bu durum, haber kaynaklarıyla ilişkilerimizi olumsuz yönde etkiliyor” şeklindeki sözleriyle açıklamaktadır.

Yüz yüze iletişim yerine yeni iletişim kanallarının kullanılmasının, gazeteci-siyasetçi ilişkilerini zayıflattığını vurgulayan G2 de 2006’da mesleğe başladığı dönemde, siyasetçilerin muhabirleri birebir ismen tanıdığını, yeni dönemde bu

tanınırlığın azaldığına işaret ederek, ilişkilerdeki değişen durumu şöyle değerlendirmektedir:

"Kaynak sizi ismen, adınızla, çalıştığınız kurumla, hatta belki özel hayatınıza kadar tanıyordu. Çünkü yüz yüze görüşmeler ağırlıktaydı. Yüz yüze görüşmelerden dolayı dostluk da oluşabiliyordu. Haftada bir, hatta birkaç defa, 3-4 gün görebildiğiniz kaynakla, artık bugün çok daha az temas sağlamaya başladık. Siyasilerin, özellikle bakanlıklar düzeyinde, özel kalemi, basın müşavirleriyle daha çok iletişim halindeyiz. Siyasilere ulaşmak için arada birkaç duvar var, aşmanız gereken."

Katılımcıların yanıtlarından, basın müşavirlerinin, gazeteci-siyasetçi ilişkilerinde önemli rol oynadığı anlaşılmaktadır. Katılımcıların tamamı, özellikle hükümet üyelerinin, gazetecilerle doğrudan temas kurmadığını, bunun yerine basın müşavirleri üzerinden iletişim kurmayı tercih ettiklerini belirtmiştir. Gazetecilerden G4, İçişleri, Adalet ve Savunma bakanlıklarına bağlı birimlerin faaliyetleriyle ilgili haber üretmekle sorumlu olduğunu belirterek, kaynaklarla ilişkilerine dair, şu ifadeleri kullanmıştır:

"Eskiden bakanlarla birebir rahat iletişim kurabilirken, artık bu iletişim sürecini tamamen basın müşavirleri belirliyor. Bakanlıkların WhatsApp grupları var ve öncelikle WhatsApp üzerinden basın müşavirlikleriyle iletişim sağlanıyor. Bakanların programlarını bu yeni iletişim platformları üzerinden takip edip, haberdar oluyoruz. Doğrudan, Bakanların kendisine erişimimiz olmuyor."

Siyaset haberciliğinde, siyasetçiler ile gazeteciler arasında köprü olan WhatsApp gruplarının, haber kaynaklarının kontrolünde olduğu, bu gruplarda tüm gazetecilerin yer alabildiği, ancak parti mensuplarının kendilerine yakın gördüğü gazeteciler için özel gruplar oluşturduğuna ilişkin bulgular da bulunmaktadır. WhatsApp gruplarında tek yönlü mesaj akışı olduğuna işaret eden G6, bu durumun gazeteciler açısından ciddi sakıncaları beraberinde getirdiğini, şöyle açıklamaktadır:

"Siyasi partilerin başkan vekillerinin kendilerine yakın gazetecilerin olduğu WhatsApp grupları var, biraz daha manipülasyona yönelik. Bunlar, partilere yakın, partilerin maddi olanaklarıyla çalışan gazeteciler. Bir de tabii fon dediğimiz mesele var. Uluslararası kurumların fonladığı hem de partilerin fonladığı yayın organları var. Onlar da tamamen bu platformlar üzerinden bilgilendiriyorlar. Oradan aldıkları bilgileri haberleştirip, dijital mecralarda yayınlıyorlar."

Yeni medya öncesinde, özellikle bakanlık muhabirlerinin, mesailerini Bakanlıklara bağlı birimlerin koridorlarında geçirdiğini anlatan

G5, yeni dönemde bu şekilde haber peşinde koşan gazetecinin neredeyse kalmadığını, şöyle aktarmaktadır:

"90'lı yıllarda bakanlıkların koridorlarında fink atardık, bürokratlardan bilgi alırdık, Şimdi uzun süredir devam eden bir partinin iktidarı var. Bütün o şeyler kayboldu, haber kaynaklarına, siyasetçilere ulaşma noktasında. Bakanlıkları takip edip, oradan haber çıkarma vesaire, alan çok daraldı. Yeni nesil gazeteciler de bunun sıkıntısını yaşıyor, kaynağa ulaşma noktasında. Siyasetçilerle doğrudan iletişim kurabilmek için gazeteci arkadaşların meslekte geçmişinin olması lazım, o koridorlarda dolaşmış olması lazım. Bakanın toplantılarını, birebir gezilerini izleyebilmesi lazım. Bunları yapamayınca kaynaklara ulaşmakta zorlanıyorlar. Yani kapılar bir bir kapandı."

Ankara'da bir gazetenin temsilciliğini yapan G8 de siyasilerle ilişkilerde güven unsurunun önemli olduğu, yeni iletişim ortamlarının güvene dayalı ilişkilerin geliştirilmesi noktasında yetersiz kaldığı yönünde görüş belirtmiştir. Kıdemli gazetecilerin, siyasetçilerle yeni medya öncesinde başlayan tanışıklıklarından kaynaklı güçlü ilişkileri olduğunu, yeni medya öncesinde neredeyse her gün bir araya geldikleri siyasetçilerle şimdi ayda bir görüşebildiğini söyleyen G8, bu görüşmelerin çoğunlukla kendisinin talebi üzerine gerçekleştiğine dikkati çekmektedir. Siyasetçilerin kamuoyuna mesaj vermek istediğinde gazeteciye eskisi gibi ihtiyaç duymamasına karşın, gazetecilerin ise nitelikli haber üretiminde doğrudan kaynaklarla birebir görüşme gereksinimi duyduğunu vurgulayan G8, bu durumun mesleğe yeni başlayanlar için ciddi sorun yarattığını, şöyle ifade etmektedir:

"Siyasetçiler, ana akım medyada haber olmasını istedikleri konu olduğunda bunun için nadiren basın toplantısı düzenliyorlar, çoğunlukla sosyal medyadan paylaşım yapıyorlar. Biliyorlar ki her paylaşımı gazeteciler tarafından da takip ediliyor. Siyasetçi Twitter'dan paylaşım yapıyor, gazeteci de oradan takip ederek haberini hazırlıyor. Böyle olunca da mesleğe yeni başlayan arkadaşlarımızın haber kaynaklarıyla birebir tanışıklıkları olmuyor, güvene dayalı ilişkiler gelişmiyor."

Televizyon haberciliği alanında 18 yıl deneyimi bulunan G3 de G8 ile benzer görüşleri öne sürerek, kıdemli gazetecilerin sanal iletişimle güçlü ilişkilerin devam ettirilemeyeceğinin farkında olduğunu, ancak genç gazetecilerin yeni döneme daha çok aşına oldukları için bu durumu garipsemediklerini söylemektedir. G3, kendisinin yeni iletişim

platformlarından yararlandığını, ancak bununla yetinmeyip haber kaynaklarıyla yüz yüze iletişimi devam ettirmeye çalıştığının altını çizmiştir.

Diğer taraftan, mevcut siyasi koşullar nedeniyle iktidar temsilcilerinin muhalif gazetecilere, muhalefet partilerinin ise iktidara yakın gazetecilere mesafeli durduğuna yönelik bulgular da dikkat çekmektedir. Günümüzde gazetecilerin kaynaklarla ilişkilerine en çok etki eden faktörlerden birinin mevcut siyasi koşullar olduğunu öne süren G5, medya kuruluşlarının yayın çizgisine bakıldığında bu durumun daha iyi anlaşılacağını, şöyle açıklamaktadır:

"Medya kuruluşlarının yayın çizgisi, ya siyah ya beyaz. Gri tonlar kalmadı. Geçmişe göre bu durum, şu anda daha baskın. Ben 90'lı yılları yaşadım, 90'lı yıllar, koalisyon dönemi, güç dağılımı birbirine yakındı. Medya, iktidara da muhalefete de rahat rahat ulaşabiliyordu. Şimdi farklı yönetim mekanizmaları devreye girdi. Bu muhalefet partileri için de öyle. Gazetecilerle ilişkilerde farklı çemberler oluşuyor. Ya o çemberin içindesin ya da dışındasın. Böyle bir bıçak sırtında gazetecilik yapılıyor."

Sosyal medyada popüler olmanın, gazeteciler açısından siyasetçilere ulaşmada önemli rol oynadığını ortaya koyan veriler de elde edilmiştir. G3, popüler gazetecilerin, siyasetçilere daha kolay ulaştıklarını belirtmiştir. Buna benzer görüş, G6 tarafından şu ifadelerle paylaşılmıştır:

"Eskiden siyasetçiler mesajlarını gazeteciler üzerinden iletmek isterken, şimdi ise takipçi sayıları yüksekse kendi sosyal medyalarından veya sosyal medya takipçisi yüksek gazeteciler üzerinden, örneğin İsmail Saymaz gibi 4 milyon civarında takipçisi bulunan gazetecilere bilgi vererek, oradan kısaca 3 cümleyle, 4 cümleyle paylaşım yaptırarak gündem olmasını istiyorlar."

Siyaset Haberciliğinde Değişen Roller

Siyaset haberciliğinde değişen rolleri belirlemek üzere, katılımcılara, haber kaynaklarıyla ilişkilerinde yaşanan değişimin, haber üretim sürecine nasıl yansdığına dair soru yöneltilmiştir. Bu soru, haber toplama ve dağıtım süreçleri, yeni medya öncesi dönem ile kıyaslanarak yanıtlanmıştır. Görüşmecilerin tamamı, haber toplama sürecinde siyasetçilerin daha baskın olmaya başladığını belirtmiştir.

Yeni iletişim platformlarının, siyaset kurumlarına, adeta haber medyası kuruluşu gibi faaliyette

bulunma olanağı sunduğunu, medyanın da siyasetçilerin basın danışmanları tarafından servis edilen haberleri kullandığını belirten G1, haber üretim sürecinde değişen rolleri şöyle açıklamaktadır:

"Özellikle ana akım medyada yer bulamayan muhalefet partileri, sosyal medyayı çok etkin kullanmaya başladı. Bunun en güzel örneğini TBMM'de bütçe görüşmeleri sırasında yaşıyoruz. Bir bakanlığın bütçesi üzerine söz alan CHP milletvekilleri, konuşmalarını sosyal medyadan canlı yayınlıyor. Mecliste yaşanan kavgalar, TRT3 tarafından verilmemesi için genellikle milletvekillerinin canlı yayınları veya o an aldıkları video kayıtları üzerinden kamuoyuna yansıtılıyor, Sosyal medya kullanımı, siyasetçilerin ana akım medyaya bağımlılığını azaltmış durumda. Bugün bir milletvekilinin pancar üreticisinin sorunlarına dikkat çekmek için, köydeki bir tarladan canlı yayın yapması için gazeteciye ihtiyaç duyması diye bir şey artık söz konusu değil."

G1 ile benzer görüşleri paylaşan katılımcılardan G6, siyasetçilerin, haber üretim sürecinde üstlendikleri rolü açıklarken şu ifadeleri kullanmaktadır:

"Siyasetçiler, daha önce ham bilgi olarak paylaştıkları basın bültenlerini artık basın ekipleri üzerinden video, fotoğraf ve metin olarak gönderiyorlar. Dolayısıyla bu durum şöyle bir şey çıkardı ortaya; bir haber kuruluşu hiçbir yere muhabirini göndermeden, günlük yayını sürdürüyor. 'AK Parti Basın' diye bir WhatsApp grubu var ve orada 'genel başkanımız şunu dedi', 'şöyle bir görüntü var' diye yapılan paylaşımlar oluyor. O görüntüleri, 6-7 tane kendi açılarından çektikleri görsellerle paylaşıyorlar. Bu bir tür 1950'lerin, 1940'ların, 1930'ların Anadolu Ajansı gibi hükümetin verdiği metni aynen yayınlamak gibi noktaya dönüştü. Bu, gazeteci kavramını tartışmaya yol açıyor yani artık soru soran, neden böyle bir açıklama yapma gereği duydunuz ya da niye geç kaldınız gibi sorusunu soran haberci yok. Siyasilerin istemediği, onların aleyhine haber yaptığınız zaman da partinin kurulları, müşavirlikleri seni WhatsApp gibi platformlardan yavaş yavaş çıkarıyor."

Gazetecilerin, artık en önemli sorumluluğunun telefon üzerinden siyasetçilerin sosyal medya ve WhatsApp gruplarından yaptığı paylaşımlarını takip etmek olduğu anlaşılmaktadır. Birincil kaynak kullanımı ve yerinden haber toplama gibi yöntemlere eskisi gibi başvurma imkanı bulamadıklarını aktaran G2 şunları belirtmiştir:

"Eskiden bir milletvekili istifa edeceği zaman basın toplantısı düzenliyordu. Şimdi Twitter (X) üzerinden, 'ben istifa ettim' diye paylaşım yapıyor. Dolayısıyla telefon üzerinden sürekli, 7/24 haber kaynaklarının takibini yapmamız gerekiyor. Bu gazeteciler için çok büyük bir dezavantaj."

Siyasetçilerin kamuoyuna erişimi için X üzerinden bir tweet atmasının yeterli kabul edildiği,

gazetecilere eskisi gibi ihtiyaç duyulmadığına yönelik benzer görüşler, G5 dışındaki diğer tüm katılımcılar tarafından da paylaşılmıştır. Haber üretiminde siyasetçilerin baskın olmasına karşın, özellikle medyaya yansıyan rutin haberlerin perde arkasına ilişkin gelişmelerin aktarılmasında donanımlı gazetecilerin aktif rol üstlenebildiğine dair veriler de elde edilmiştir. Siyasetçilerin sosyal medya paylaşımlarının, partilerin belirledikleri çerçeveye sahip olduğunu, bu nedenle söz konusu paylaşımlarla ilgili ayrıca araştırma ihtiyacı duyduğunu söyleyen G5, ekstra bilgiyi de meslekte kıdemli gazetecilerin edinebildiğini, şöyle ifade etmektedir:

"Siyasetçi belki bugün daha baskın ama karşı cepheden bilgi almakta zorlansanız da farklı kanallardan olayların perde arkasına ulaşma şansı bulabiliyorsunuz. Siyasi partilerin yaptığı paylaşımlar, aynı partide farklı kliklerin işine gelmeyebiliyor. Deneyimli gazeteciler bunu sezinler ve farklı kliklerle temas kurmaya çalışır. Yani bir tarafın işine gelmiyorsa, oradan besleniyorsunuz."

Siyaset haberciliğinde, ana akım medyanın eskisi kadar olmasa da önemini koruduğu, özellikle farklı görüşlere yer vermeye çalışan televizyon kanallarının, tanınırlığı ve sosyal medyada yüksek takipçisi olmayan siyasetçilerin kitlelere ulaşma noktasında önemli araç olarak görülmeye devam ettiğine dair bulgular da bulunmaktadır. Bir televizyon kanalının muhabiri olan G3, bazı siyasetçilerin kamuoyuna mesajları iletmek için tweet atmayı yeterli görse de bunun doyurucu olmadığını, "Türkiye'deki seçmenin yüzde 50'den fazlası sosyal medyanın aktif kullanıcısı değil. Siyasetçiler aslında bunun farkındalar, televizyonda görüntü vermek istiyorlar" şeklindeki sözleriyle açıklamaktadır.

Sosyal medyaya yönelimin, yeni haber üretim alanları açtığına dair değerlendirmelerde bulunan G7, siyasetçilerin zaten kitlelerle paylaşmış olduğu mesajı haber formatına dönüştürüp yeniden kitlelerle paylaşmanın ötesinde farklı yol izlemeye çalıştıklarını, şu ifadelerle açıklamaktadır:

"Biz, siyasetçilerin sosyal medyadaki açıklamalarını, nedenleri ve sonuçları arasındaki ilişkileri ekranlarda değerlendiriyoruz. Yeri geliyor, o açıklamalar üzerinden birkaç bülten yayın

yapıyoruz, konuları günlerce ekranda işleyebiliyoruz."

G8 de siyaset haberciliği gündeminin çoğunlukla siyasetçiler tarafından belirlendiğini, gazetecilerin eskisi kadar özel haber üretmediğini, şöyle ifade etmektedir:

"Gazeteciler, siyasetçilerin yönlendirmeleriyle haber üretimi yapar hale geldi. WhatsApp gruplarından, sosyal medyadan yapılan paylaşımlar, siyaset haberciliğinin gündemini belirliyor. Haber kaynakları yeni dönemde haber üretim sürecinde aktif rol oynuyor."

Haber İçerikleri

Araştırma kapsamında katılımcılara, siyaset haberciliğinde üretilen içeriklerle ilgili sorular da yöneltilmiştir. Katılımcılar genel olarak, iletişim teknolojilerindeki gelişmelere karşın, gazeteci-siyasetçi ilişkilerindeki zayıflamanın, haber içeriklerinin kalitesini olumsuz etkilediğini belirtmiştir. Daha önce, siyaset haberciliğinde gündemde öne çıkan nitelikli haberler yapabildiğini, yeni dönemde ise içeriği zengin haber üretmekte zorlandığını söyleyen G1 şu ifadeleri kullanmaktadır:

"Siyasetçilerin yeni medyaya yönelimi öncesinde, gazeteciler özel haber kaynaklarına sahipti ve özel haberler üretti. Bazı kaynaklar belirli gazetecilere bilgi verir, o da atlatma haber yapardı. Muhabirler arasında 'yarın okursun' takılması da o döneme özgüydü. Yeni dönemde bilgi tüm gazetecilerin yer aldığı WhatsApp grupları üzerinden paylaşılıyor ve buradan yapılan paylaşımlar maalesef içerik olarak yeterli olmayabiliyor."

Siyasetçilerin sosyal medya paylaşımlarının, haberlerde tekdüzeliğe neden olduğuna dair görüşler dikkati çekmektedir. G2, siyaset haberciliğinde yaşanan tekdüzeliği şöyle açıklamaktadır:

"Meclis Başkanından Bakanlara kadar hepsinin medya ekibi var. Haber kaynaklarının bir basın ekibi, kameramanı, muhabiri, mikrofon tutanı, haber metni yazanı var. Siyasetçiler kendi bültenini hazırlıyor, görüntüsünü çekiyor, haberini hazırlıyor. Dolayısıyla tek bir merkezden çıkan içerikler, medyada yayınlanan haberlerde tekdüzeliğe neden oluyor."

G3 de yeni iletişim ortamlarından paylaşılan mesajın çoğunlukla yeterli bilgi içermediğini, bu nedenle nitelikli haber üretmekte zorlandıklarını belirtmektedir. 5N ve 1K kuralını uygulamaya

çalışırken, WhatsApp üzerinden paylaşılan metne karşı soru sormadıklarını vurgulayan G3, haber metinlerinde gördüğü sorunları şöyle değerlendirmektedir:

“Karşı taraf, sana ne veriyse yetinmek zorundasın. Dolayısıyla haberin tek taraflı oluşturulması sorununı doğuruyor. Haber kaynağı, WhatsApp’tan tek taraflı metin paylaşıyor ve o metne bağımlı kalmak zorunda oluyorsunuz. Metne soru sorabilmek, metni geliştirebilmek, izleyicinin merak ettiği soruları kaynağa sorabilmek ne yazık ki çok da mümkün olmuyor.”

G3 ile benzer görüşleri aktaran G4 ve G7 de özellikle bakanlıkların yeni iletişim platformlarındaki paylaşımlarının içerinin çok yüzeysel olduğunu, eksik noktaları tamamlamakta zorlandıklarını altını çizmektedir. Görüşmecilerden G8 ise siyasetçilerin alternatif araçlara sahip olmasının, haberlerin içeriğini doğrudan etkilediğini şöyle açıklamaktadır:

“Siyasetçiler, yeni medya öncesinde, gazetecilerin haberlerini oluşturma sürecinde bilgi taleplerini karşılamada istekli olurdu. Artık gazetecilere eskisi gibi ihtiyaçları kalmadığından, kendi istedikleri haberlerin yapılmasını bekliyorlar. Bu tüm partiler için geçerli.”

G9 da son dönemde haber içeriklerinde siyasilerin belirleyici olduğunu, ancak deneyimli muhabirlerin buna karşın özel kaynaklara başvurma gereksinimi duyduğunu belirterek şu ifadeleri kullanmaktadır:

“Çünkü bir cümlelik açıklamalar yeterli bilgi içermez. Gazetecilik bu aşamadan sonra başlar. Sosyal medyadan açıklama yapıldı, haber yazıldı, olay bitti değil. Genç arkadaşlar yapamıyor olabilir ama ben burada, 5N ve 1K kuralının tüm noktalarını tamamlayabilmek için haber kaynaklarımla iletişime geçiyor, eksik bilgileri tamamlamaya çalışıyorum. En azından ben bunu parlamentoda yapabiliyorum.”

Katılımcılarla görüşmelerden, medya ve siyasette yaşanan kutuplaşmaların, haberlerin içeriğine etki ettiğini gösteren bulgular da söz konusudur. Yeni üretim pratiklerinin, mevcut siyasi koşulların etkisi altında, toplumu manipülasyona daha açık hale getirdiğine dikkati çeken görüşmecilerden G6, bu durumu bazı siyasi gelişmelerle örneklenirerek şöyle açıklamaktadır:

“Siyasi partiler, WhatsApp’tan yaptığı bilgilendirmelerle, sosyal medya paylaşımlarıyla toplumu manipüle ederken, aynı zamanda dezenformasyonla da karşılaşabiliyoruz. Örneğin, Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı ve Konya

Belediye Başkanı, Cumhurbaşkanı Erdoğan ile New York’a gitti biliyorsunuz. Halk TV, bu iki Belediye Başkanını ezdi. Ben, benim mahallemde CHP muhabiri olarak, Halk TV ve Sözcü Gazetesi’nde ‘paraya da kıydı bir sürü de para harcadı’ diye okuyorum. Bunun doğrusunu açıklayanlar oldu ama bunu sadece AK Parti mahallesi gördü. Bunlar, kutuplaşmanın getirdiği sonuçlar.”

G6 da G5 ile benzer görüşler öne sürerek, WhatsApp gruplarının gazetecilerin haberlerini siyasi kurumlarının ekseninde oluşturma sıkıntısını ortaya çıkardığını vurgulamaktadır. Siyaset kurumlarının resmi raporlarında da yönlendirme amaçlı eksik bilgi, bilgi karartma durumuyla karşılaşabildiklerini savunan G5, şu ifadeleri kullanmaktadır:

“Gruplaşma devreye girdiğinde, orada tek yönlü iletişim devreye girmiş demektir. Orada verilen bilgiler teyide muhtaçtır. Örneğin Sayıştay raporları, her yıl eskiden tuğla gibi çıkan raporlar, giderek kuşa döndü, incelidi. Bu habercilikte de böyle. Haberde kullanılan enformasyon sınırlı oluyor.”

Katılımcıların görüşlerinden, gazeteci-siyasetçi ilişkilerinde giderek artan biçimde belirleyici olan tek yönlü iletişim yapılarının, haber üretiminin niteliğini olumsuz etkilediği anlaşılmaktadır. Tek yönlü iletişim sonucu ortaya çıkan sınırlı, çerçevesi çizilmiş, resmi aktarımlara dayalı içerikler, eleştirel, araştırmacı gazetecilik pratiği açısından önemli bir sorundur.

Sonuç

Medya ve siyaset arasındaki karşılıklı bağımlılık ilişkisi, iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle yeniden şekillenmektedir. Çalışmada, söz konusu dönüşümün gazeteci-siyasetçi ilişkilerine ve haber içeriklerine etkisi, gazeteciler açısından ne tür mesleki zorluklar doğurduğu ve güç dengelerinin yeni medya kullanımıyla nasıl değiştiği gibi temel sorulara yanıt aranmıştır. Bu doğrultuda, siyaset muhabirliği alanında deneyimli 9 gazetecinin görüşlerine başvurulmuştur.

Bulgular, medya ve siyaset arasındaki karşılıklı bağımlılık ilişkilerindeki değişime bağlı olarak, gazetecilerin siyasetçilerle ilişkilerini yeniden yapılandırıldığını ortaya koymaktadır. Daha önce kamuoyuna erişmek için ana akım medyaya başvuran siyasetçilerin, X gibi sosyal medya

araçlarını edinmeleriyle birlikte gazetecilerle iletişimlerini büyük ölçüde WhatsApp gibi dijital uygulamalar üzerinden yürüttüklerini göstermektedir. Yeni iletişim biçimi, yüz yüze görüşme taleplerinin geri çevrilmesine ve gazetecilerle doğrudan temasın zayıflamasına yol açmaktadır. Özellikle genç gazetecilerin siyasetçilere erişiminin sınırlı olduğu, bilgiye ulaşım ve doğrulama süreçlerinde sorunlar yaşandığı, buna karşılık kıdemli gazetecilerin geçmiş ilişkileri sayesinde nispeten daha avantajlı konumda bulunduğu anlaşılmaktadır. Kıdemli gazeteciler sanal iletişimin güçlü ilişkileri sürdürmeyeceğinin farkındayken, genç gazeteciler bu yeni durumu olağan karşılamaktadır. Bulgulardan, gazeteci-siyasetçi ilişkilerinde mesafenin arttığı, yapılan görüşmelerde kullanılan dijital araçların gazetecilerin güven ilişkisi kurmasını zorlaştırırken, haber kaynaklarına erişimi de sınırlandırdığı anlaşılmaktadır.

Gazeteci-siyasetçi ilişkilerindeki güç dengesinin de yeni medya kullanımıyla değiştiği görülmektedir. Siyasetçilerin dijital platformların artan etkisi nedeniyle, gazetecilere eskisi kadar ihtiyaç duymadığı yönünde bulgulara ulaşılmıştır. Buna göre siyasetçiler, başta X olmak üzere sosyal medya platformları üzerinden kamuoyuna doğrudan erişim olanağı bulurken, diğer taraftan televizyon ve gazetelerde yayınlanmasını uygun gördükleri mesajları ise basın müşavirleri aracılığıyla WhatsApp grupları üzerinden gazetecilerle paylaştıkları belirlenmiştir. Basın müşavirlerinin yönetici olduğu söz konusu sohbet gruplarında siyasetçiler tam kontrol sahibidir. WhatsApp gruplarının önemli kısmında mesaj paylaşımını, sadece yönetici olarak basın müşavirleri yapabilmektedir. Dolayısıyla yeni medya siyasetçilerin gazetecilere olan bağımlılığını azaltırken, gazetecilerin ise siyasetçilerin belirlediği bilgi akışına daha fazla bağımlı hâle gelmesine neden olmuştur. Bu durum toplumsal sorumluluk kuramı açısından değerlendirildiğinde, önemli sorunlara işaret etmektedir. Bulgular, medyanın kamusal sorumluluk işlevinden uzaklaşmakta olduğunu ve gazetecilerin siyasal aktörlerin beklentileri doğrultusunda haber üretmeye

zorlandığını göstermektedir. Bu tablo, medya ile siyaset arasındaki güç dengesinin siyasetçiler lehine değiştiğini ve gazetecilerin kamusal denetim işlevinin zayıfladığını ortaya koymaktadır.

Siyaset haberciliğinde sosyal medyanın kaynak olarak kullanılması, haberlerin içeriğini de olumsuz etkilediğine dair dikkat çeken bulgulara ulaşılmıştır. Siyasetçilerin sosyal medya ve WhatsApp'tan yaptıkları paylaşımların tüm gazeteciler tarafından kullanılmasının haberlerde tekdüzeliğe neden olduğuna dair görüşler dikkati çekmektedir. Siyasetçilerin paylaşımlarının çoğunlukla 5N-1K kuralına uygun olmadığı, gazetecilerin bilgi taleplerini yeterli düzeyde karşılamadığı belirlenmiştir. İçeriklerin, gazetecilerden ziyade siyasiler tarafından inşa edildiğini gösteren bulgular, Hallin ve Mancini'nin (2004) medya sistemleri kuramında yer alan politik paralellik kavramı çerçevesinde değerlendirildiğinde, haber medyasının mevcut haber üretim pratikleriyle siyasal söylemi doğrudan yansıtmaya eğilimine işaret etmektedir.

Bulgulara göre, gazeteci-siyasetçi ilişkilerinin dönüşümünde, yeni iletişim ortamlarının yanı sıra mevcut siyasal kutuplaşma da belirleyici olmaktadır. Siyasetçilerin, ideolojik konumlanmalar doğrultusunda kendilerine yakın medya temsilcileriyle iletişim kurma eğiliminde olmaları, gazetecilerin kaynaklara eşit ve tarafsız erişimini engellemektedir. Böyle bir iletişim ortamında yürütülen siyaset haberciliği, toplumsal sorumluluk kuramının doğruluk, çoğulculuk ve denge ilkeleriyle çelişmektedir. Kuram çerçevesinde medyadan beklenen, kamuya güvenilir ve doğrulanmış bilgi sunması ve bilgi ekosistemini dezenformasyona karşı korumasıdır. Ancak elde edilen bulgular, medyanın, yeni üretim pratikleriyle manipülasyona daha açık hale geldiğine işaret etmektedir. Nitekim araştırma bulgularına göre, siyasi partiler, belirli gazeteciler için özel WhatsApp grupları oluşturarak, bu gruplarda tek yönlü mesaj akışına dayalı iletişim yapısı kurabilmektedir. Bu yapıların, özellikle parti yönetimlerine yakın ve maddi olarak desteklenen gazetecilerle sınırlı

olduğu, haber üretiminde editoryal özerkliği etkileyebilecek ortam oluşturduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca, bazı yayın organlarının, gerek siyasi partiler gerekse uluslararası aktörler tarafından sağlanan fonlar doğrultusunda bu platformlardan gelen içerikleri haberleştirdiği yönündeki bulgular, medyanın ekonomik ilişkiler açısından da belirli bağımlılıklar geliştirdiğini düşündürmektedir. Bu tür ilişkilerin, editoryal bağımsızlık ve demokratik gözetim işlevi açısından sorunlar yaratabileceği değerlendirilmelidir. Çünkü tarafsız gazetecilik pratiklerinin zayıflaması, medyanın demokratik işleyiş içindeki denetleyici rolünü sınırlandırabilir.

Sonuç olarak, medya-siyaset ilişkilerinde değişen dengenin, siyaset haberciliğine çok boyutlu etkileri olduğu görülmektedir. Siyaset haberciliğinde, siyasetçilerin çok daha baskın hale geldiği sonucuna ulaşılmıştır. Karşılıklı bağımlılık ilişkilerindeki değişimin, haberin üretim ve içerik yapısını dönüştürürken, gazetecilik mesleğinin temel ilkeleri açısından çeşitli riskleri beraberinde getirdiği, özellikle kaynaklara erişim, editoryal özerklik ve bilgi çeşitliliği gibi alanlarda sınırlamalar ortaya çıkardığı anlaşılmaktadır. Bu durum, hem mesleki sürdürülebilirlik hem de medyanın demokratik işlevleri açısından yapısal ve mesleki önlemleri zorunlu kılmaktadır. Siyaset haberciliğindeki sorunların kısa vadede tümüyle giderilmesi güç olsa da, özellikle genç gazetecilerin sahaya erişim becerilerinin meslek içi deneyim aktarımıyla geliştirilmesi, medya kurumlarında kaynak çeşitliliğine yönelik editoryal duyarlılığın artırılması, mevcut etkileri hafifletebilir. Bu bağlamda, ayrıca içeriklerin, sorgulayıcı ve eleştirel bir yaklaşımla ele alınması, bireylerin ve toplulukların bu alanda bilinçli tüketim alışkanlığı geliştirmesi önemli bir gereklilik olarak görülmelidir.

Kaynaklar

Akdağ, M. (2020). Medya siyaset etkileşimi bağlamında Türkiye'de siyasetin medya alanındaki düzenlemeleri üzerine bir inceleme. Erciyes İletişim Dergisi, 7(2), 1173-1197. <https://doi.org/10.17680/ERCIYESILETISIM.724441>

Alver, F. (2010). *Gazetecilik bilimi ve kuramları* (1. basım). Kalkedon.

Arabacı, C. (2004). Medya ve siyaset üzerine. İçinde M. Işık (Editör). *Medyada yeni yaklaşımlar* (ss. 105-128). Eğitim Yayınları.

Arıcı, A. (2013). *Siyasi partiler ve siyasi liderler çerçevesinde Türk siyasetinde sosyal medya* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Broersma, M. ve Graham, T. (2012). Social media as beat. *Journalism Practice*, 6(3), 403-419. <https://doi.org/10.1080/17512786.2012.663626>

Cook, T. E. (2005). *Governing with the news: The news media as a political institution* (2. basım). University of Chicago Press.

Coşkun, S. (2004). *Kendi anlatımlarıyla duayen gazeteciler*. 2. Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları ve Uygulama Merkezi.

Çebi, M. S. (1998). Türkiye'de siyasal sistem ve medya ilişkilerinin tarihi boyutu. *Yeni Türkiye Dergisi Cumhuriyet Özel Sayısı*, IV(23-24), 2746-2751.

Damlapınar, Z. (2005). *Medya ve siyaset ilişkileri üzerine*. Turhan Kitapevi.

Damlapınar, Z. (2007). *Medya ve siyaset ilişkilerinde temel yaklaşımlar, ilköğretim medya okuryazarlığı dersi öğretmen el kitabı*. RTÜK Araştırma Geliştirme Daire Başkanlığı.

Çakır, H. (2007). Geleneksel gazetecilik karşısında internet gazeteciliği. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(22), 123-149.

Fidan, Z. (2015). *Siyasal iletişim kampanyalarında yeni iletişim teknolojilerinin kullanımı: 2015 genel seçimleri dönemi web sayfaları ve sosyal medya kullanımları* [Yayınlanmamış doktora tezi]. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Geyik, K. (2020). *Mobil iletişim teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak muhabirlik mesleğinde yaşanan dönüşüm* [Doktora tezi]. Gazi Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Gitelman, L. (2006). *Always already new: Media, history and the data of culture*. MIT Press.
- Gurevitch, M., Coleman, S. ve Blumler, J. G. (2009). Political communication-old and new media relationships. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 625, 164-181. <https://doi.org/10.1177/0002716209339345>
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2009). Comparing media systems: Three models of media and politics (7. print). Cambridge Univ. Press.
- Hazar, Ç. M. (2008). Medya ve siyaset sistemin kaos yorumu. İçinde Z. Damlapınar (Editör.), *Medya ve Siyaset* (ss. 245-259). Eğitim Yayınları.
- Hermida, A. (2010). From TV to Twitter: how ambient news became ambient journalism. *M/C Journal*, 13(2).
- Heywood, A. (2013). *Siyaset* (B. B. Özipek, B. Seçilmişoğlu, A. Yayla ve H. Y. Başdemir, Çev.). Adres Yayınları.
- Işık, M. (2007). *Dünya ve Türkiye bağlamında kitle iletişim sistemleri*. (2. basım). Eğitim Kitabevi.
- Korkmaz, A. (2001). *İletişim ve tarih*. Ümit Yayıncılık.
- Küçükşahin, Ş. ve Kocager, U. (2018). *Siyaset muhabirliği*. İmge Kitabevi.
- Kümbetoğlu, B. (2008). *Sosyolojide ve antropolojide niteliksel yöntem ve araştırma*. Bağlam.
- Mahçupyan, E. (2011). *TESEV Sunuşu, iletişimsel demokrasi-demokratik iletişim, Türkiye'de medya: mevzuat, politikalar, aktörler. TESEV Demokratikleşme Programı Medya Raporları Serisi-1*.
- Mccombs, M. E. ve Shaw, D. L. (1972). American association for public opinion research the agenda-setting function of mass media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- McLuhan, M. (1997). *Media research: Technology, art, communication ; essays* (M. A. Moos, Ed.). G & B Arts.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6. ed). SAGE.
- McQuail, D. (1994). *Kitle iletişim kuramı* (Giriş) (A. H. Yüksel, Çev.). Kibele Sanat Merkezi.
- Miconi, A., & Serra, M. (2019). *On the concept of medium: An empirical study*. 3444-3461. <https://hdl.handle.net/10016/35548>
- Narmanlıoğlu, H. (2018). Gazeteciliğin uzmanlık alanları. İçinde H. Temiztürk (Editör), *Gazeteciliğe giriş* (ss. 1-15). Atatürk Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.
- Özgen, M. (2004). *Türkiye'de basının gelişimi ve sorunları* (2. bs). İstanbul Üniversitesi.
- Silverstone, R. (1999). *Why Study the Media?* SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446219461>
- Topuz, H. (2003). *II. Mahmut'tan holdinglere Türk basın tarihi* (2. bs). Remzi kitabevi.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods*. Sage.
- Pew Research Center. (2007). *Public knowledge of current affairs little changed by news and information revolutions*. <https://www.pewresearch.org/politics/2007/04/15/public-knowledge-of-current-affairs-little-changed-by-news-and-information-revolutions/>
- Punch, K. F. (2005). Sosyal araştırmalara Giriş. (D. Bayrak, H. B. Arslan ve Z. Akyüz, Çev.) Siyasal Kitabevi.

- Siebert, F., Peterson, T. ve Schramm, W. (1963). *Four theories of the press*. Illinois Press.
- Sine, R. ve Sarı, G. (2018). Profesyonel gazetecilerin gözünden sosyal medya ve habercilik ilişkisi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 30, 364-384. <https://doi.org/10.31123/AKIL.460921>
- Sloan, W. David. ve Parcell, L. M. (2002). *American journalism : history, principles, practices*. McFarland & Co.
- Söylemez, A. (1998). *Medya ekonomisi ve Türkiye örneği*. Haberal Eğitim Vakfı.
- Sparrow, B. H. (1999). *Uncertain guardians: the news media as a political institution*. Johns Hopkins University Press.
- Taşkıran, İ. (2016). *Gazetecilerin sosyal medyayı haber kaynağı olarak kullanımı: medya profesyonellerinin bakış açılarını tespit etmeye yönelik bir araştırma* [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tılıç, L. D. (1998). *Utaniyorum ama Gazeteciyim*. İletişim.
- Tılıç, L. D. (2001). *2000'ler Türkiye'sinde gazetecilik ve medyayı anlama*. Su Yayınları.
- Topuz, H. (2003). *II. Mahmut'tan holdinglere Türk basın tarihi* (2. bs). Remzi kitabevi.
- Tosyalı, H. ve Sütçü, C. S. (2019). Türkiye'de sosyal medya üzerinden siyasal propaganda yapmak: 2018 cumhurbaşkanı seçimi örneği. *Öneri Dergisi*, 14(51), 61-89. <https://doi.org/10.14783/MARUONERI.VI.522165>
- Uzun, R. (2014). Medya-siyaset ilişkileri: Türkiye'de savunucu gazetecilik olgusunun incelenmesi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 39, 129-147.
- van Dalen, A. (2016). Journalism, political. içinde G. Mazzoleni (Editör), *The international encyclopedia of political communication* (ss. 1-10). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118541555.WBIEPC058>
- Yaşın, C. (2013). *Medya ve siyaset*. İçinde Ö. Özer (Editör). Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2000). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma*. Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, Y. (2015). *Türkiye'de gazetecilik mesleği*. Nobel.

Extended Abstract

The traditional relationship between media and politics is determined by interdependence. The media, in fulfilling its role as news production, relies on political institutions for information, while politicians, in turn, need the media to disseminate their messages and policies to the public. Interdependence enables the media to inform and monitor the public, while allowing political institutions to promote their policies and build support. Two factors shape this balance: the media's power to scrutinize and oversee politicians, and politicians' ability to leverage the media's supportive and promotional capacity. Emerging communication platforms has substantially transformed this relationship.

This study examines how the reconfiguration of media-politics interdependence in new communication environments shapes political news production. To explore this research problem, the in-depth interview method was employed. The research universe consists of journalists actively working in the field of political journalism in Türkiye, and the sample group was determined using purposeful sampling. The journalists selected for this study were chosen from among experienced professionals in political journalism, with an emphasis on including those who began their careers in Ankara before 2010. This criterion

ensured the inclusion of journalists with experience both before and after the proliferation of social media, which has reshaped the interdependence of media and politics. Ankara was chosen as the location for participant selection due to its status as the capital of Türkiye and as the center of political journalism, hosting key political institutions, such as the Presidency, the Grand National Assembly of Türkiye, the headquarters of political parties, and various ministries. Based on these criteria, in-depth interviews were conducted with nine journalists. A semi-structured interview form was prepared for the interviews, and the recorded conversations were transcribed. The data were analyzed under three thematic categories: "journalist-politician relations," "changing roles in the news production process," and "news content."

The research findings revealed that the change in the interdependence between media and politics had more negative than positive impact on political journalism. It was determined that there had been weakening the relations between journalists and politicians in the production process of political news compared to the pre-new media period. Politicians preferred to apply to new platforms, such as X and WhatsApp, through press consultants instead of events, such as press conferences to convey their messages to the public, and therefore they rarely meet with journalists. It is understood that the decrease in the opportunities for face-to-face meetings between journalists and politicians weakened the effectiveness of political journalism.

It was determined that politicians inform journalists to produce news within the framework they determined through WhatsApp groups where all journalists were present, and also create special groups for journalists they considered close to them. Participants reported that, there are a one-way message flow in the majority of institutional WhatsApp groups. According to participant G6, these new communication platforms were used for manipulation.

There are findings that political journalism is increasingly shaped by information flow that is controlled by a single center. According to journalists, another important factor affecting relations with politicians in news production was the polarization experienced due to current political conditions. Members of the ruling party kept their distance from opposition journalists, while opposition parties kept their distance from journalists close to the government. Another finding obtained in this study showed that politicians now attach more importance to relations with journalists who were popular on social media. According to this view, being popular on social media is now considered crucial for journalists in political journalism.

Within the scope of this research, was revealed that the change in media and political relations also negatively affected the quality of the news content. It is noteworthy that the use of politicians' social media posts by all journalists causes uniformity. The fact that politicians' press information is mostly not in accordance with the 5W and 1H rule is also shown as another reason for the content problem.

As a result, it was seen that the changing balance in the interdependence relations between the media and politics had multidimensional effects on political journalism. It has been concluded that politicians became increasingly dominant in determining the content of political news and, therefore, the political agenda, which may weaken the role of the media in monitoring politics in modern democracies. Indeed, as can be understood from the research findings, the problems of information asymmetries and misinformation/incomplete information in new communication environments increase the complexity and risks of interdependence between politics and the media. Therefore, it should be viewed as a much more pressing necessity that the content produced in today's political journalism be approached with a questioning and critical mindset, and that individuals and communities develop a conscious consumption habit in this area.

Yazar Bilgileri

Author details

*(Sorumlu Yazar Corresponding Author) Dr. Öğr. Üyesi, Yozgat

Bozok Üniversitesi, İletişim Fakültesi, kurbanigeyik1@gmail.com

Orcid: 0000-0001-7154-5743

Destekleyen Kurum/Kuruluşlar

Supporting-Sponsor Institutions or Organizations:

Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır. None

Çıkar Çatışması

Conflict of Interest

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır. None

Kaynak Göstermek İçin

To Cite This Article

Geyik, K. (2025). Medya ve siyaset arasındaki bağımlılık ilişkileri bağlamında siyaset haberciliği üzerine inceleme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (71), 1- 22. <https://doi.org/10.47998/ikad.1582672>