

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TANITIM VE HALKLA İLİŞKİLER ANABİLİM DALI

Yüksek Lisans Tezi

GÜNDEM BELİRLEME VE ÖRNEK OLAY
ADALET BAKANLIĞI'NIN
HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARI

ŞEBNEM MELEK TOSUN

250113511

T.C. YÜKSEK ÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

İSTANBUL 2001

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TANITIM VE HALKLA İLİŞKİLER ANABİLİM DALI

Yüksek Lisans Tezi

GÜNDEM BELİRLEME VE ÖRNEK OLAY
ADALET BAKANLIĞI'NIN
HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARI

104726

ŞEBNEM MELEK TOSUN

250113511

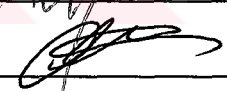
TEZ DANIŞMANI
YRD. DOÇ. DR. SEHER ER

İSTANBUL 2001

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TEZ ONAYI

TANITIM VE HALKLA İLİŞKİLER Bilim Dalında 13511 numaralı **ŞEBNEM MELEK TOSUN**'un hazırladığı “**GÜNDEM BELİRLEME VE ÖRNEK OLAY: ADALET BAKANLIĞININ HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARI**” konulu YÜKSEK LİSANS / DOKTORA-TEZİ ile ilgili **TEZ SAVUNMA SINAVI**, Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'nin 10.Maddesi uyarınca **12.02.2002 SALI** günü saat 14.00.....'de yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezininne* **OYBİRLİĞİ / OYÇOKLUĞUYLA** karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	KANAATİ(*)	İMZA
PROF.DR.EMİN DOĞAN AYDIN	Kabulü	
PROF.DR. NURDOĞAN RİGEL	Kabulü	
YRD.DOÇ.DR.BERİN TUNCEL	Kabulü	B.Tuncel
YRD.DOÇ.DR.METE ÇAMDERELİ	Kabulü	
YRD.DOÇ.DR.SEHİR ER	Kabulü	Seher Er

ÖZ

Çalışmamızda kitle iletişim araçlarının gündem belirleme işlevi, gündemde yer alan kurumun halkla ilişkiler açısından yaptığı çalışmalar incelenmiştir. Kitle iletişim araçlarının gündem belirleme işlevini ve gündem de üst sıralarda yer alan olay ve kurumu belirlemek için 18.12.2000 ve 24.12.2000 tarihleri arasında Hürriyet, Sabah, Milliyet, Yeni Bin yıl, Akşam ve Cumhuriyet Gazetelerinde yapılan tarama, biçim ve içerik analizi yöntemlerinden yararlanılmıştır. Yapılan araştırma sonucunda adaletle ilgili olayların ve Adalet Bakanlığının gündemin üst sıralarında yer aldığı belirlenmiştir. Ayrıca Adalet Bakanlığının gündemde üst sıralarda yer almasına neden olan olayların olumsuz etkilerini azaltmak için yeterli derecede halkla ilişkiler çalışması yapmadığı saptanmıştır. Sonuç olarak günümüzde gündem kitle iletişim araçları tarafından belirlenmektedir. Kitle iletişim araçları gündem belirlemeyi; haber konularının seçimiyle, haberleri sunuşlarıyla bireyleri yönlendirerek yapmaktadır.

ABSTRACT

In our study. Tools, of mass-media determines daily contents, institution indaily contents's studies with public relation has been examined. The determination of tools of mass media's daily contents and events and institution that place on high line, dates between 18.12. 2000 and 24.12.2000. The analysies, the shape and the combs of newspapers Hürriyet, Sabah, Milliyet,Yeni Bin Yıl, Akşam and Cumhuriyet has been benefited. At the end of investigations, the events with Justice and Ministry of justice has been placed in daily contents on high line. Also, to lower events of the cause of being lined at high of the Ministry of Justice's bad influences, The Ministry of Justice hasn't been done enough working and this condition has been prooved. Finally, in our life time the daily contents has been determined by the tools of mass media. Tools of mass media aim to make the daily headlines choice of daily news and reflecting the news to the community which directs the individuals.

ÖNSÖZ

“Gündem Belirleme ve Örnek Olay Adalet Bakanlığı Halkla İlişkiler Çalışmaları” izlekli çalışmamızın asal amacı; Kitle iletişim araçlarının gündem belirleme işlevini ve gündemde yer alan kurumun kurum halkla ilişkileri açısından yaptığı çalışmalarını, olaylara yaklaşımı ile kamuoyu üzerinde yarattığı etkiyi ortaya koymaktır.

18.12.2000 ve 24.12.2000 tarihleri arasında Hürriyet Gazetesi, Sabah Gazetesi, Milliyet Gazetesi, Akşam Gazetesi, Cumhuriyet Gazetesi ve Yeni Bin yıl Gazetesinde yapılan tarama yöntemiyle belirlenen 42 haberin biçim ve içerik analizi sonucunda 18.12.2000 ve 24.12.2000 tarihleri arasında gündem maddelerinin üst sıralarında adaletle ilgili olayların yer aldığı saptanmıştır. Özellikle cezaevlerinde mahkumların yaptıkları açlık grevi ve ölüm oruçları, cezaevlerine düzenlenen “Hayata Dönüş Operasyonu” ve F tipi cezaevine nakillerin başlaması ile ilgili haberler Adalet Bakanlığını gündemin ilk sırasına taşımıştır.

Yapılan çalışma sonucu ve Adalet Bakanlığını gösterilen tepkiler Bakanlığın bu dönemde yapması gereken halkla ilişkiler çalışmalarını yeterince yapmadığını ortaya koymuştur.

Çalışmamın üretim dönemimde akademik bilgi ve deneyimlerini benimle paylaşan ve bana destek veren sayın hocalarım Prof. Dr. Nüket GÜZ’e , Prof. Dr. Suat Gezgin’e, tez danışmanlığımı yapan ve çalışmam süresince özverili katkılarını saymakla dile getiremeyeceğim sayın hocam Yrd. Doç. Dr. Seher ER’ e en içten teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım.

Çalışmam boyunca gece gündüz yanımda olan aileme, tüm eğitim hayatım boyunca ve Yüksek Lisans yapmam için beni destekleyen teyzem Melahat YILDIRIM’a sonsuz teşekkürler.

Şebnem Melek TOSUN

İÇİNDEKİLER

SAYFA

GİRİŞ.....	1
------------	---

1. BÖLÜM

1.GÜNDEM VE KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ GÜNDEM BELİRLEME

İŞLEVİ.....	6
1.1. Gündem Belirleme	7
1.2. Gündem Belirleme Araştırmalarındaki Gelişmeler.....	12
1.3. Etki ve Gündem Belirleme Modelleri.....	14
1.3.1. Maxwell Mc Combs ve Donald Shaw'ın Gündem Belirleme Modeli....	15
1.3.2. Rogers ve DearingBregman'in Farka Dayalı Gündem Belirleme Modeli.....	16
1.3.3. Shannon ve Warren Weaver'in Modeli.....	17
1.3.4. Elisabeth Noelle Neumann'ın Modeli.....	18
1.3.5. Brouwer ve Mantar Modeli.....	20
1.3.6. Rogers ve Shoemaker'in Yeniliklerin Yayılması Modeli.....	21
1.3.7. Bağımlılık Modeli.....	22
1.4. Gündem Belirleme Süreci.....	23
1.5. Gündem Yapılandırma.....	25
1.6. Gündem Gerçek İlişkisi.....	26
1.7. Gündem ve Konu Yakınlığı.....	27
1.8. Gündem Belirleme ve Zaman.....	28
1.9. Gündem Kamuoyu ve Siyaset.....	29
1.10. Gündem Belirleme Toplum ve Kişiler Arası İletişim Arasındaki İlişki Modelleri.....	35
1.11. Kitle İletişim Araçlarının Gündem Belirlemesi ve Manipülasyon Etkisi.....	36
1.12. Kitle İletişim Araçlarının Gündemini Belirleyenler.....	39

2. BÖLÜM

2.ARAŞTIRMA VERİLERİNİN GÖRSEL SUNUMU.....	42
2.1. Araştırmanın Yöntemi.....	42
2.2. Birebir Dağılımlar Birebir Dağılımlar.....	44
2.2.1. İncelenen Gazetelerin Dağılımı.....	44
2.2.2. Haberlerin Tarihlerle Göre Dağılımı.....	46
2.2.3. Haberlerin Yayınladığı Sayfalara Göre Dağılımı.....	48
2.2.4. Haberlerin Sütun Sayısına Göre Dağılımı.....	51
2.2.5. Haberlerin Haber Tekniklerine Göre Dağılımı.....	53
2.2.6. Haberlerin Hazırlayanlarına Göre Dağılımı.....	56
2.2.7. Haberlerin Haber Kaynağına Göre Dağılımı.....	58
2.2.8. Haberlerin İlgili Olduğu Alanlarına Göre Dağılımı.....	60
2.2.9. Haberlerin Haber Türlerine Göre Dağılımı.....	62
2.2.10. Haberlerin Kaç Gazetede Yayınlandığının Dağılımı.....	64
2.2.11. Haberlerin Aynı Gazetede Birden Fazla Yayınlamalarının Dağılımı.....	67
2.2.12. Haberlerin Renkli Yayınlanma Dağılımı.....	71
2.2.13. Haberlerin Yakın Oldukları Gündem Belirleme Modeline Göre Dağılımı.....	73
2.2.14. Haberlerin Fotoğraflı/Fotoğrafsız Yayınlamalarının Dağılımı.....	75
2.2.15. Köşe Yazarlarının Habere Yer Verme Dağılımı.....	77
2.2.16. Haberlere Kamuoyunun Tepki Verme Dağılımı.....	80

3. BÖLÜM

3. KAMU KURULUŞLARINDA HALKLA İLİŞKİLER VE ADALET BAKANLIĞI HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARI.....	82
3.1. Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler.....	84
3.1.1. Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler Birimlerinin Düzenlenmesi	85
3.1.1.1. Halkla İlişkiler Biriminin Kuruluş Yapısı İçinde Yeri.....	86
3. 2. Kamu Kuruluşlarında Yönetmelik Etkinlik ve Halkla İlişkiler.....	87

3.2.1. Halkı Tanıma Yöntemleri.....	88
3.2.1.1. Halkla Yüz Yüze İlişkiler.....	88
3.2.1.2. Danışma.....	89
3.2.1.3. Kamuoyu Araştırmaları.....	90
3.2.1.4. Basın.....	91
3.3. Türkiye’de Halkla İlişkiler ve Yönetim.....	92
3.3.1. İdari Danışma Merkezi.....	97
3.3.2. Ombudsman.....	98
3.3.3. Kırtasiyecilikle Mücadele	100
3.4.Kriz Dönemi ve Halkla İlişkiler.....	101
3.5. Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler Uygulamalarının Sorunları.....	104
3.6. T.C .Adalet Bakanlığı ve Halkla ilişkiler	107
3.6.1. T.C. Adalet Bakanlığının Görevleri.....	108
3.6.2. T.C. Adalet Bakanlığı Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği.....	109
3.7. Gündemde Yer Alan Adalet İle İlgili Olayların Değerlendirmesi	111
3.8. Gündemde yer alan olaylarla ilgili Adalet Bakanlığının Açıklaması.....	114
3.9. Adaletle İlgili Olaylara Basının Bakışı	116
3.9.1. Adaletle İlgili Olaylara Basının Genel Bakışı.....	116
3.9.2. Adaletle İlgili Olaylara Köşe Yazarlarının Bakışı.....	118
3.10. Adalet Bakanlığına Olaylarla İlgili Gösterilen Tepkiler.....	122
 SONUÇ.....	 127
KAYNAKÇA.....	134

ŞEMA

Adalet Bakanlığının Görev Şeması.....	108
---------------------------------------	-----



KISALTMALAR

AB : Avrupa Birliği

a.e. :aynı eser

ABD : Amerika Birleşik Devletleri

bs. : baskı

C. : Cilt

Çev. : çeviren

Dr. : Doktor.

İ.T.O. : İstanbul Ticaret Odası

KAYA : Kamu Yönetimi Araştırma Projesi

M.G.K. : Milli Güvenlik Kurulu

MEHTAP : Merkezi Hükümet Teşkilatı Araştırma Projesi

OECD : Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı

Prof. : Profesör

p. : pace

s. : sayfa

S.B.F. : Sosyal Bilimler Fakültesi

TV : televizyon

T.C : Türkiye Cumhuriyeti

T.T.B. : Türk Tabipler Birliği

T.O.B.B. : Türkiye Odalar v e Borsalar Birliği

T.Z.O.B. : Türkiye Ziraat Odaları Birliği

T.E.S.K. : Türkiye Esnaf ve Sanatkarı

T.O.D.A.İ.E. : Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü

GİRİŞ

Gündem ve kitle iletişim araçları (özellikle radyo, televizyon ve gazete) birbirinden ayrı düşünülemeyen iki kavramdır. Günümüzde gündem kitle iletişim araçları tarafından belirlenmektedir.

İlkçağdan günümüze kadar büyü, din ve bilim insanları ve toplumları etkilemiş ve dönemin gündemini belirlemiştir. Büyücüler, din adamları, bilim adamları yaşadıkları dönemin önemli ve etkili kişileri olmuşlardır. Bu dönemde büyü ve büyücülük kutsal sayılmış, bu işle uğraşan kişilere toplumda büyük önem verilmiştir. Bu dönemin gündemini büyü ve büyücüler belirlemiştir. Ortaçağa baktığımızda; bu dönemde her şeyin dine uygun ve dine bağlı olarak yapıldığını görüyoruz. İnsanların ve toplumların kaderi din adamlarının elindeydi. Bunun nedeni din adamlarının elindeki dinden çıkarma anlamına gelen aforoz etme yetkisiydi. Ülke ile ilgili kararlarda, ekonomik kararlarda, savaş kararlarda Papa söz sahibi idi. Ortaçağda insanları ve toplumları din ve din adamları yönlendirmiştir.

Yeniçağda bilim ve bilim adamları insanları ve toplumları yönlendirmiş ve o çağın gündemini oluşturmuştur. Bilimin gelişmesi ve gündem belirleyicisi olmasında doğuşunda ve gelişmesinde insanın doğa güçlerini denetlemek, toplumsal yaşamı düzenlemek amacıyla yaptıkları çalışmalar ve insanın yapısında bulunan merak duygusu önemli rol oynamıştır. Yeniçağdaki önemli buluşlarından barut, pusula, telgraf, buharlı tren, buharlı vapur insanların hayatlarını kolaylaştırmış, yeni ufuklar açmıştır.

Bugüne baktığımızda kitle iletişim araçlarının böyle bir rolü olduğunu görüyoruz. Kitle iletişim araçları gündem belirlemede önemli bir etkidir. Hangimiz gazetede okuduğumuz, televizyonda seyrettiğimiz, radyoda dilediğimiz bir haberi günlük yaşamımızda bulunduğumuz ortamlarda tartışmayız ki ...

Gündem belirleme kitle iletişim araçlarının elinde bulunan önemli bir güçtür. Kitle iletişim araçları kamuoyunu belli konu ve sorunlara yönlendirmekte, insanların konu ve sorun hakkındaki düşünce ve tutumlarını etkilemektedir.

Kitle iletişim araçlarının gündem belirlemede üç işlevi vardır. Bu işlevler konuyu, sorunu belirleme, konuların önemini belirlemek ve öncelik sıralamasını yapmaktır. Kitle iletişim araçlarının birçok işlevi vardır. Bu işlevleri bilgilendirme, haber verme, toplumsal kültürel geçiş işlevi, eğitime işlevi, eğlendirme işlevi ve siyasal işlevdir. Kitle iletişim araçları eğitime işlevini çeşitli eğitsel programlarla, belgesellerle, doğrudan, dizi, sinema gibi programlarla dolaylı olarak yapar. Eğlendirme işlevini ise eğlence, magazin ve benzeri programlarla yapar. Bununla birlikte eğitimde, tıpta, savaşta, sosyal yaşamda, endüstride, ulaşım ve haberleşmede bir çok gelişmeler olmuş ve değer yargılarında değişiklikler meydana gelmiştir. Kitle iletişim araçları hayatımızın vazgeçilmez bir parçası etkin bir güç olmuştur.

Bireyler kitle iletişim araçlarını farklı nedenlerle kullanırlar. Bireyler kitle iletişim araçlarını bilgi sahibi olmak, dinlenmek, eğlenmek, sosyal prestij kazanmak, haz, estetik ve benzeri duygular, kişisel ilişkiler için ve günlük yaşamlarında bir araç olarak vb. nedenlerle kullanırlar.

Kitle iletişim araçları ve yaptığı etkilerin büyüklüğü, amacı, algılanma özellikleri iletişim kuramcılarının üzerinde çalıştığı konulardan bazılarıdır. Kitle iletişim araçları dikkatimizi belirli sorunlara ve olaylara çekmektedir. Gündem belirleme kitle iletişim araçlarının geniş halk kitleleri üzerinde etkilerinden biridir. Kitle iletişim araçlarının kamuoyu gündemini belirleme düşüncesi, kitle iletişim araçlarının haberleri sunuş tarzıyla, halkı bir konuya veya soruna yönlendirdiği, tartışacağı konuları saptadığı düşüncesine dayanmaktadır. Kitle iletişim araçları bireyleri ve toplumları yönlendirmekte ve gündemi belirlemektedir.

Kitle iletişim araçları (özellikle televizyon, gazete ve radyo) insanları yönlendirirken onları kendi doğruları ile donatır. Bireyler üzerinde televizyonda seyrettiği programların ve haberlerin ve gazetede okuduğu haberlerin etkileri tartışılmalıdır.

Çalışmamızda gündemin tanımından ve oluşumundan hareketle, 18.12.2000 ve 24.12.2000 tarihleri arasında incelenen 6 gazete incelemesi sonucunda o hafta içerisinde öncelikle Adaletle ilgili haberlere yer verilmesi nedeniyle Adalet Bakanlığının halkla ilişkiler çalışmaları incelenmiştir.

Çalışmanın problemi; Kitle iletişim araçlarının gündemi nasıl belirlediğini ve Gündeminin ilk sıralarında yer alan kurumun ya da kuruluşun olay veya sorun karşısında yaklaşımı nedir?, Kitle iletişim araçlarında yer aldıkları olay olumlu ise bunun etkisini uzun süre devam ettirmek için olumsuz ise bu olumsuzluğu gidermek için kurum halkla ilişkileri olarak nasıl bir yaklaşım sergilediklerini ortaya koymaktır.

Çalışmanın amacı; Kitle iletişim araçlarının gündem belirleme işlevini ve gündemde yer alan kurumun kurum halkla ilişkileri açısından yaptığı çalışmalar ve olaylara yaklaşımı ile kamuoyu üzerinde yarattığı etkiyi ortaya koymaktır.

Günümüzde kitle iletişim araçları gündemi belirlemektedir. İnsanların, toplumların, ilişkilerini, tercihlerini, kararlarını etkilemekte ve yönlendirmektedir. Kamuoyunu uzun süre meşgul eden olaylara ve kişilere baktığımızda kaynağında kitle iletişim araçlarını görmekteyiz. Bu da göstermektedir ki günümüzün gündem belirleyicileri kitle iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçları hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Kitle iletişim araçları gündem belirleme işlevini her zaman bilinçli ve düzenli olarak yerine getirmez, bazen de bu işlevini bilinçsiz ve farkına varmadan yerine getirmektedir.

Çalışmamızın iki temel varsayımı bulunmaktadır. Bunlar:

- Kitle iletişim araçlarının gündeminde yer alan kurum, kuruluş ya da olay kamuoyu gündeminde de yer almakta mıdır? Başka bir deyişle kitle iletişim araçlarıncı önemli olarak görülen bir olay kamuoyu içinde aynı öneme sahip midir?

- Kitle iletişim araçlarının gündeminin ilk sıralarında yer alan kurum kuruluşun olay karşısında yaklaşımı nedir?, Kitle iletişim araçlarında yer aldıkları olay olumlu ise bunun etkisinin uzun süre devam ettirmek için, olumsuz ise

olumsuzluğu gidermek için kurum halkla ilişkileri olarak nasıl bir yaklaşım sergilemişlerdir?

Çalışmada yöntem olarak amaca uygun veri toplamak ve çözümlemek için geçmişte yada varolan bir durumu olduğu gibi vermeyi amaçlayan Tarama modelleri türlerinden Genel Tarama Modellerinden yararlanılmıştır. Genel tarama modelleri çok sayıda eleman oluşan bir evrende, evren hakkında bir yargıya varmak için evrenden örnek alınarak yapılan taramalardır.

Araştırma verilerini toplarken varolan belge ve kayıtları inceleyerek veri toplama yöntemi olan Belgesel Taramanın türleri olan Genel tarama yönteminden yararlandım. Belgesel tarama çalışmanın amacına uygun olan kaynakları bulma, tarama, okuma, not alma ve değerlendirme işlevlerinden oluşmaktadır. Bu yöntemin en avantajlı yanı ekonomik ve güvenli oluşudur. Yapılan tarama sonucunda seçilen 42 haberin biçim ve İçerik çözümlemesini yaptım . Biçim çözümlemesi araştırma kapsamında incelenene haberlerin biçimsel özelliklerini ortaya koyma açısından önemlidir. İçerik çözümlemesi araştırmanın materyallerinin belirlenmesi için yapılan taramadır.

Çalışmanın evreni 18.12.2000 ve 24.12.2000 tarihleri arasında yayınlanan Hürriyet Gazetesi, Milliyet Gazetesi, Sabah Gazetesi, Cumhuriyet Gazetesi, Akşam Gazetesi, Yeni Bin yıl Gazetesi ile sınırlandırılmıştır ve araştırmanın örnekleme evreni bu tarihler arasında yayınlanan 6 gazete oluşturmuştur.

Kitle iletişim araçlarının gündemin de yer alan kurum kuruluşu ve olayları saptamak amacıyla günlük olarak yayınlanan bu altı gazeteyi 18.12.2000- 24.12.2000 tarihleri içinde incelenmiştir. İncelenen 42 haberin 20 soru kapsamında biçim ve içerik analizi yapılmıştır.

Bu çalışmanın birinci bölümünde; Gündem, gündem belirleme, kitle iletişim araçlarının etki ve gündem oluşturma hakkında modeller incelenmiş, kitle iletişim araçlarının gündem belirleme etkisi ve kitle iletişim araçlarında gündeminin kimin belirlediği anlatılmıştır.

İkinci bölümde ise; Hürriyet Gazetesi, Milliyet Gazetesi, Sabah gazetesi, Cumhuriyet Gazetesi, Yeni Bin yıl Gazetesi, Akşam Gazetesi 18.12.2000–24.12.2000 tarihleri arasında biçim ve içerik analizi yapılan haberlerin çizelge ve grafiklerle sunumu yapılmıştır.

Üçüncü bölümde; Kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler çalışmasının yapısı, özellikleri ve sorunları incelenmiş ve yapılan inceleme sonucunda elde edilen bilgiler doğrultusunda gündemde yer alan haberlerin birinci sırasında Adalet ile ilgili haberlerin yer alması nedeniyle Adalet Bakanlığının bu olaylara yaklaşımı ve olumsuzluğu gidermek için yaptığı halkla ilişkiler çalışmaları incelenmiştir.

Sonuç bölümünde ise araştırma sırasında incelenen 6 gazetede Adalet Bakanlığının gündemin ilk sırasında yer alması bu haberlere Adalet Bakanlığının yaklaşımı değerlendirilmiştir.

I. BÖLÜM

1. GÜNDEM ve KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ GÜNDEM BELİRLEME İŞLEVİ

Gündemle ilgili tanımları incelediğimizde; **Gündem:** “önemine göre sıralanmış konular dizinidir¹.” Bu bir sorun, bir olay ya da bir kişi olabilir. Gündemle ilgili tanımlar:

- “- Gündem(agenda): Zamanın belirli bir noktasında önemlilik sırasına göre dizilmiş sorunlar, konular ve olaylar listesidir.
- Olay(event): Zaman yer ile sınırlı ayrı oluşumlardır.
- Sorun veya konu(ıssue) : haber içeriklerinde yer alan çeşitli olayların ilişkili oldukları geniş kategorilerdir².”

Türk Dil kurumu sözlüğünde gündem:

“Meclis kongre gibi toplantılarda görüşülecek konuların bütünü , ruzname,

Gündeme almak: Bir kurul toplantısında görüşülecek konuların bir liste ile tespit etmek.

Gündeme getirmek: 1- Bir toplantıda bir konuyu tartışmak, görüşmek için önermek. 2- mec. Bir konuya güncellik kazandırması³”

olarak tanımlanmaktadır.

¹ Nurdoğan Rigel, *Rüya Körleşmesi*, İstanbul , Der Yayınları, 2000, s.41.

² Necdet Atabek, “Gündem Belirleme Aşamaları,” İstanbul, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi V, 1999, s.228.

³ Türkçe Sözlük, 9.bs, Ankara, Türk Dil Kurumu Yayını, C.1, s.909.

Gündem maddesinde yer alan olaylar, konular veya kişiler rastlantı sonucu gündem maddesine girmezler. Konuların, olayların gündemin üst sıralarında yer alacağını belirleyen çeşitli etkenler vardır. Bir gündem maddesiyle bireyler doğrudan ya da dolaylı olarak ilgilenirler ve çeşitli nedenlerle (çıkar sağlama, zarar görme, kar etme vb.) gündemde yer alan konuları, sorunları gündemin üst sıralarında yer almasını veya gündemden indirilmesini isterler. Gündemi belirlemek veya değiştirmek isteyen bireyler bu beklentilerini açıkça ifade etmezler. Bunun nedeni gündemi tek başına belirleyecek güçte olmamalarıdır.

“Gündem belirleme” kamuoyunun önünde gerçekleşir. Kamuoyuna yansıyan gündem siyaset, din, eğitim, sanata, spora ve medyaya ilişkindir.

Gündem de yer alan olaylara örnek olarak; Abdullah Öcalan’ın davasını, Mahkumların yaptıkları açlık grevi ve ölüm oruçlarını, 17 Ağustos depremini, Ege Bank olayını, Affi, Cezaevlerine yapılan operasyonu, Ölüm oruçlarını, A.B.D. yaşanan terör olayını, Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer ile Başbakan Bülent Ecevit arasındaki M.G.K. gerginliğini verebiliriz.

Gündem maddesine giren olay, sorun veya kişi belli bir süre gündemde kalır daha sonra başka olay, sorun ve kişiler gündemde yer alır.

1.1. Gündem Belirleme

Gündem kurma kitle iletişim araçlarının halk üzerinde etkili olabileceği olası yollardan biridir. Gündem belirleme, kitle iletişim araçlarının yayın politikalarıyla haberleri seçimiyle, sunuşuyla halkın düşündüğü, konuştuğu konuları, sorunları ve olayları belirlediği düşüncesine dayanır. Kosicki’ye göre gündem belirlemenin tanımını yapmak kitle iletişim araçlarının çeşitli etkilerini belirlemektir.

“Gündem oluşturma , medyanın haberleri sunuş yoluyla tüketiciyi manipüle etme (etkileyerek yönlendirme) yöntemlerinden biridir⁴.”

Bu tanımda gündem belirlemenin kitle iletişim araçlarının kamuoyunu etkileme yönlendirme yöntemlerinden biri olduğu vurgulanmıştır. İletişimciler kitle iletişim araçlarının gündem belirleme etkisini çeşitli yönlerden tanımlamışlardır.

Kurt Lang ve Glayds Engel Lang’a göre;

“Kitle iletişim araçları dikkati belirli konulara zorla çeker. İnsanların kamu imajlarını yaratır. Gazeteler sürekli kitle içerisindeki bireylerin ne hakkında düşünceleri, bilmeleri ve hissetmeleri gerektiğini öneren nesneler sunar⁵.”

Bu tanımda ise kitle iletişim araçlarının imaj yaratması ve bireyleri yönlendirmesi vurgulanmıştır. Norton Long yaptığı gündem oluşturma tanımında ise gazetenin gündem belirleme işlevi üzerinde durmuş, gazetelerin bireyleri yönlendirmekte güçlü bir etkiye sahip olduğunu vurgulamıştır. Norton Long gündem belirlemeyi ;

“Bir anlamda gazete, gündem sınırlarını oluşturmada birincil derece harekete geçiricidir. Gazete insanların çoğunluğunun ne hakkında konuşacağına gerçekleri ne olarak düşüneceğine ve sorunlarla mücadele etmede hangi yolu benimseyeceğine karar vermede en büyük paya sahiptir⁶. “

diye tanımlar.

⁴ Nurdoğan Rigel, *İleti Tasarımında Haber*, İstanbul, Der Yayınları., 2000, s.25.

⁵ Necdet Atabek, “Gündem Belirleme Yaklaşımı,” İstanbul , *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi VII*, 1998, s.161.

⁶ Werner J. Severin, James W. Tankard, *İletişim Kuramları: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımı*, Çev. Ali Atif Bir, Serdar Sever, Eskişehir , Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1994, s.36.

Siyaset Bilimci Bernard Cohen göre:

“Basın çoğu zaman insanlara ne düşünceleri gerektiğini anlatmada başarılı olmaya bilir. Fakat okuyucularına ne hakkında düşüncelerini gerektiğini anlatmada son derece başarılıdır⁷.”

Bu tanımda kitle iletişim araçlarının özellikle basının bireyleri yönlendirme etki vurgulanmıştır.

Mc Combs gündem belirlemeyi tanımını şöyle yapmıştır:

“Gazete ve radyo-televizyon yayıncılarının haberleri seçerken ve yayınlarken bizlerin gerçekliğimizi şekillendirmede önemli bir rol oynadıklarına ilişkin olarak bugüne kadar önemli miktarda veri elde edildi. Kitle iletişimlerinin gündem belirleme işlevi, kitle iletişim araçlarının bu etkisinin bireylerin düşüncelerini biçimlendirmek için onların algısal tahayyülünü etkileme yeteneği - nitelendirici ismi oldu. Kitle iletişimin belki de en önemli etkisi, bu araçların dünyamızı bizim için düşünsel olarak düzenlemesi ve organize etmesidir. Özetle, kitle iletişim araçlarının ne düşüneceğimizi söylemekte başarılıdır⁸.”

Gündem belirleme en geniş anlamda “gündem belirleme süreci” olarak adlandırılır ve kitle iletişim araçlarının gündemi, kamu gündemi ve siyasal gündem ile ilgilidir. Bu konuda Rogers ve Dearing Bregman çalışma yapmışlardır. Bu çalışmada “medya gündemi”, “kamu gündemi”, “siyasal gündemi” olmak üzere üç gündem türü belirlemişler ve bu gündemler arasında ilişkiyi açıklamıştır. Bu üç gündem arasındaki ilişkiyi Kitle iletişim araçlarının gündeminin kamu gündemi ve siyasal gündemini etkilediğini ve siyasal gündeminin de kitle iletişim araçlarının gündemini etkilediği şeklinde açıklarlar. Kitle iletişim araçlarının gündemi, kamu gündemi, siyasal gündemini etkileyen unsurlara kitle iletişim araçlarında çalışanlarından kaynaklanan ve çevreden kaynaklanan etkileri, meydana gelen olayları, kamuoyunun politikacılardan beklentilerini örnek olarak verebiliriz.

Kitle iletişim araçları yaptıkları yayınlarla, haberleri sunuş şekliyle olaylar ve sorunlarla ilgili algılamamızı etkiler. Bu, kamuoyunun gündem belirlemesinde önemli bir işlev görür.

⁷ Nurdoğan Rigel, *Rüya Körleşmesi*, İstanbul, Der Yayınları, 2000, s.41.

⁸ A.e., s.157.

“Kitle iletişim araçları yayın kapasitelerini de göz önünde bulundurarak toplanan haberleri önem sıralarına göre gazetelerin birinci sayfalarında ve manşetten, televizyonların haber bültenlerinde diğer haberlere göre ilk sıralarda ve daha uzun süreyi kapsayacak şekilde vermektedir.”⁹

Günümüz bilginin ve teknolojinin öne çıktığı bir dönemdir. Bu dönemde bilgi üretiminin ve akademik çalışmaların merkezi olan üniversitelerin de gündem belirlemede etkin bir rol oynaması gerekir. Ama üniversiteler çeşitli nedenlerden dolayı böyle bir işleve sahip değildir. 20-23 Mayıs 2001 tarihinde düzenlenen II. İletişim Kongresi’nde üniversitelerin gelecekte üstleneceği vizyon ve sorunlarına değinilmiştir.

“Yüksek Öğretim Kurumları’nın yarının bilgi ekonomisinin gelişiminde önemli bir rol alma kapasitesinin bulunduğu inanıyoruz. Bu ödül sadece yükseköğrenim dünyasında devrimsel ve heyecan verici nitelikte evrensel değişikliklerin meydana gelmesi sonucunda alınabilir. Geleceğin akademik kurumları bugünkünden farklı olmak zorundadır. Üniversitelerin yükseköğrenim kalitesindeki bilginin transferinde artık tekel olamayacakları kabul edilmelidir. Herkes bir veri tabanı kurabilir veya satın alabilir. Üniversitelerin hâlâ sahip oldukları şey, yani, tartışılabilir olarak, benzersiz olan şey bir akademik özgürlük etosu ve medenî bir toplumu destekleyen ve ayakta tutan kültürdür. Üniversitelerin sahip olduğu bu özel şey, bizim ve gençlerimizin geleceği için yaşamsal olduklarıdır. Bu önemli amacın yeni ve heyecan verici dünyamıza nasıl iletebileceğini bilmek son derece önemlidir¹⁰.”

Kitle iletişim araçları gündem maddesinde yer alan olay ya da sorunu çok kişiye anında ulaştırarak gündemin kısa sürede oluşmasını ve yayılmasını sağlar. (Özellikle televizyon ve gazeteler) Gündem belirlemenin etkisi bazı etmenlere bağlıdır. Bu etmenler:

- i- Gündem maddeleri arasında farklılıklar.
- ii- İzleyici bireyler arasında farklılıklar.
- iii- İnceleme konusu olan kitle iletişim aracı türüne göre (gazete, televizyon gibi) ortaya çıkan farklılıklar¹¹ dır.

⁹ Necdet Atabek, “Gündem Belirleme Yaklaşımı,” İstanbul, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi VII, 1998, s.158 .

¹⁰ Emin Doğan Aydın, II. İletişim Kongresi Kitabı, 23-25 Mayıs 2001, İstanbul, s.503.

¹¹ Necdet Atabek, “Gündem Belirleme Aşamaları,” İstanbul, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi V, s.224.

Kitle iletişim araçlarının oluşturduğu gündem bazen gerçeği kısmen yansıtmakta bazen de kitle iletişim araçlarının oluşturduğu gündemin gerçeğe ilgisi olmamaktadır. Bu durumda kitle iletişim araçlarının belirlediği “**gündem yapay bir gündem**”dir. Bazı durumlarda yapay gündem belirlediği halkın dikkatini olumsuzluklardan uzaklaştırma açısından olumlu olsa da, bazı durumlara da kitle iletişim araçlarının özellikle gazete, televizyon ve radyoların yapay gündem oluşturmaları olumsuz etkilere sebep olabilir. Yapay gündeme örnek olarak; Ekonomik krizin yaşandığı ve doların 1.000.000 TL’ nın üzerine çıktığı ilk günlerde bazı televizyonlar doların değerini 600.000 TL civarında açıklamalarını, Bir kriz yaşanırken televizyon kanallarının ve gazetelerin bir spor başarısına yayınlarda ağırlık vermesini, cezaevlerine düzenlenen operasyonlarla ilgili olaylarda operasyon sırasında cezaevlerinde insanların yanması olayına değil de cezaevlerinde bulunan silahlara ağırlık vermesini örnek olarak verebiliriz. Özellikle ülkemizde kitle iletişim araçları ve sahipleri gündem oluşturma açısından çok güçlüdür.

Bunun en önemli nedeni, yayın kuruluşlarının sahiplerinin başka sektörlerde de çalışmaları ve siyasi kişilerle olan ilişkileridir. Ülkemizde kitle iletişim araçları sahipleri ile siyasi çevrelerle olan ilişkilere örnek olarak Türkiye’nin ilk özel televizyonu Star Televizyonun Anavatan Partisi Genel Başkanı Turgut Özal’ın desteği ile Ahmet Özal ve Uzan ailesinin ortaklığı ile kurulmasını, Star Televizyonun yayınlarında iktidarı süresince Anavatan Partisini desteklemesini, Doğru Yol Partisi iktidar olunca da yayınlarında bu partiyi desteklemesini ve Doğru Yol Partisinde Genel Başkanlık Seçimlerinde Tansu Çileri desteklemelerini ve Tansu Çillerin Genel Başkanlığı dönemin de Uzan grubunun Rumeli Telekomünikasyonu kurmasını ve Türk Telekom ve Telsim cep telefonu işletmeciliği ile sözleşme yapmasını verebiliriz.

Gündem maddesinde yer alan olay veya kişi belli bir süre gündemde kalmakta daha sonra başka bir olay veya kişi gündem maddesinde yer almaktadır. Bir olay basın ve yayın organlarıncaya ele alındığı sürece gündemde kalmakta ve kamuoyunun etkisini çekmektedir. Günümüzde kitle iletişim araçlarının gündem

belirlemede ve gündem maddelerini değiştirmede büyük etkisi vardır. Kitle iletişim araçları sahipleri, çalışanları bu nedenle çalışmalarında ve yayın politikalarını düzenlerken dikkatli, objektif olmalıdır. Gündem oluşturma da bireyin ve toplumun görevi onaylamadır.

1.2. Gündem Belirleme Araştırmalarındaki Gelişmeler

Gündem belirleme konusunda Norton Long ilk çalışmaları yapmıştır Gündem belirleme hakkında ilk sistematik çalışma 1972 'de Mc Combs ve Donald Shaw tarafından gerçekleştirildi. Bu iki iletişimcinin gündem belirleme konusunda iki önemli çalışması vardır. Bu çalışmalar “Chapel Hill” ve “Charlotte” çalışmalarıdır.

Gündem belirleme konusunda bu iki önemli çalışma Maxwel Mc Combs ve Donald Shaw tarafından gerçekleştirilmiştir.

Bu iletişimciler Chapel Hill çalışmasında:

“1968 Amerikan Başkanlık kampanyasında gündem oluşturma üzerinde çalıştılar ve medyanın politik konulara karşı tutumların önemini etkileyerek her politik kampanyada gündemi oluşturdıklarını hipotez olarak ortaya attılar. Araştırmacılar çalışmalarını Chapel Hill, North Carolina'daki kararsız seçmenler üzerine yoğunlaşarak yürüttüler. Bunun nedeni “kararsızların” gündem oluşturma etkisi açısından en şüpheliler olma olasılığıydı. Araştırmacılar 100 kişilik örneklem grubu ile görüştüler ve aynı anda bu seçmenler hizmet eden medyaya içerik analizi uyguladılar. İçerik analizi beş gazete, iki haber dergisi ve iki televizyon kanalının akşam haberlerini kapsıyordu. Deneklerden ülkedeki beş ana sorunu gördükleri şekliyle belirtmeleri istendi. Alınan yanıtlar diğer tüm kampanya haberleriyle birlikte ana konuları da temsil eden 15 sınıfa ayrıldı. Haber medyasının seçimle ilgili içeriği de miktara göre bu 15 sınıfa sokuldu. Haber medyasının içeriği ayrıca “birincil” ve “ikincil” olarak ikiye bölündü. Bulgular gündem oluşturma etkisini destekledi¹².”

¹² Werner J. Severin, James W. Tankard, İletişim Kuramları: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımı, Çev. Ali Atıf Bir, Serdar Sever, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1994, s.366.

Araştırmalar sonucunda kitle iletişim araçlarının önem verdiği ve ağırlıklı olarak işlediği konuların, olayların ve sorunların kamuoyu tarafından önemli olarak algılandığı ve kamuoyu tarafından da konuşulduğu, tartışıldığı ve kamuoyunun gündemine de girdiği ortaya çıkmıştır.

Maxwell Mc Combs ve Donald Shaw'ın Gündem oluşturma konusunda yaptıkları ikinci çalışma Charlotte çalışmasıdır. Mc Combs ve Donald Shaw bu çalışmada 1972 ABD Başkanlık kampanyasını incelediler ve bu araştırmada gündem belirleme konusunda önemli bulgular elde ettiler.

“Bu çalışma Kuzey Carolina eyaletindeki Charlotte eyaletinde yapıldı. Kullanılan örneklem grubu bir önceki araştırmadan daha büyüktü. Araştırma çerçevesinde katılımcılara birkaç kere görüşülen panel dizaynı oluşturuldu. Çeşitli ölçümlerin zaman içinde, birçok kez tekrar edildiği panel dizaynı nedensellik ögesinin incelenmesine olanak sağlayacaktı. Araştırmalar örneklem grubu ile Haziran kampanyaların yoğunlaştığı Ekim ve sonuçların alındığı kasım aylarında görüşmeler gerçekleştirdiler. Gündem oluşumunu inceleme açısından Haziran ve Ekim aylarında odaklaştılar. Her iki ayda da medya gündemini ölçtüler ve bu ölçümleri Charlotte Gazetesi, CBS ve NBC televizyonlarının akşam yayınlarının içerik analizine dayanarak gerçekleştirdiler. Kullanılan veriler arasındaki korelasyonlar incelenerek gündem oluşumun nedensel yönü ortaya konmaya çalışıldı¹³.”

Charlotte çalışması sonucunda kitle iletişim araçlarının kamunun gündeminin oluşmasında nedensel bir etkiye sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Bu araştırmada gündem oluşturma hipotezinin destekleyen sonuçlar elde edilmiştir.

Yale Üniversitesinden araştırmacı Shanto Iyengar ve arkadaşları kitle iletişim araçlarının kamu gündem belirlemenin nedensel yönünü açıklayan bir çalışma yapmışlardır.

¹³ Yasemin İnceoğlu, *Medya ve Toplum*, İstanbul, Der Yayınları, 1998, s.59.

“Bu araştırmada deney grupları oluşturulmuş ve bu grupların her birine; daha önce içeriklerini araştırmacıların belirlediği TV haberleri izlettirilmiştir. Bu haber gruplarının birine “ savunma ”, birine “ kirlilik ” diğerine de “enflasyon” sorunlarını öne çıkaran paketler sunulmuştur. Sonuçta farklı içerikte haber izleyen kişilerin sorunlara karşı duyarlılıklarını gösteren önem sıralamalarında büyük farklılıklar olduğu ortaya çıkmıştır¹⁴.”

Iyengar ve ekibinin yaptığı bu araştırma izleyicilerin ülkenin sorunları ile ilgili algılamalarına TV yayınlarının büyük etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Gündem belirleme ile ilgili araştırmalarının sayısal gelişimini Rogers ve Dearing Bregman incelemişlerdir. 1922 yılından 1992 yılına kadar 223 yayın yapıldığını saptamışlardır

Maxwell Mc Combs ve Donald Shaw’ın çalışmalarından sonra bu alanda yapılan çalışmalar artmıştır.

“İletişim ile ilgili yaklaşık 150 dergiden araştırma özetleri veren Communication Abstracts tarandığında 1992 ve Aralık 1995 tarihleri arasında gündem belirleme konusunda 8 kitap ve 55 makale yayınladığı görülebilir¹⁵.”

Günümüze gündem belirleme ile ilgili yapılan çalışmalar tarihsel gelişimini ve kavramsal açıklamaları içermektedir.

1.3. Etki ve Gündem Belirleme Modelleri

Kitle iletişim araçları bazı konulara ilgi duyarak ve diğerlerini göz ardı ederek kamuoyu üzerinde etki yapar. Bireyler kitle iletişim araçlarının ilgilendiği konuları bilmek ister ve kitle iletişim araçlarının öncelik verdiği konulara öncelik verir. Gündem ve kitle iletişim araçlarının gündem belirleme etkisi bir çok iletişimcinin araştırma konusu olmuştur.

¹⁴ A.e., s.60.

¹⁵ Necdet Atabek,, “Gündem Belirleme Yaklaşımı,” İstanbul, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi VII, 1998, s.162 .

1.3.1. Maxwell Mc Combs ve Donald Shaw'ın Gündem Belirleme Modeli

Maxwell Mc Combs ve Donald Shaw(1972) gündem koyma ve saptama konusunda araştırma yapmıştır. Araştırmacılar çalışmalarında A.B.D. Başkanlık seçim kampanyalarını ele almışlardır ve seçim kampanyasının seçmenler üzerinde ve seçmenlerin oy vermede etkisini incelemişlerdir.

“Modern seçim kampanyalarında belirli bir adayın imajını süregelen toplumsal sorunlarla ilgili olası çözümler ve adayın seçtiği özel konularla bağdaştırarak kurmak ortak bir strateji haline gelmiştir. Bu kurama göre eğer seçmenler bir konunun önemli olduğuna ikna edilirse adayın konu ile uğraşacak en uygun aday ve parti olarak gösterilenlere verilir.¹⁶”

Modelde seçim döneminde seçmenlerin adayın doğru ve en uygun kişi olduğuna ikna etmenin önemi vurgulanmıştır. Bu kuramın temel düşüncesi

“Belirli bir konu veya başlıklar arasında kitle iletişim araçlarınca daha ilgi görenler belli bir süre sonra kanıksanacak ve algılanarak önemleri artacak, daha az ilgi görenler ise unutulacaktır. Bu düşüncüyü kitle iletişim araçlarının içeriğinin sayısal analiz sonuçlarını belli bir zaman içinde yada daha fazla araştırma tarafından ölçülmüş kamuoyundaki değişimler ile karşılaştırarak sınamak mümkün¹⁷.”

Maxwell Mc Combs ve Donald Shaw İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde “Gündem Belirleme” başlıklı katıldıkları konferans da gündem oluşturma üzerine de önemli açıklamalarda bulunmuşlardır. Mc Combs ve Donald Shaw Gündem konuları bazen çabuk değişir, bazen de bazı konuların, olayların diğerlerine göre uzun süre gündemde kaldığını belirttiler. Konuların, sorunların veya

¹⁶ Denis McQuail, Seven Windahl, **Kitle İletişim Modelleri**, Çev. Konca Kumlu, Ankara, İmge Kitabevi, 1997, s.123.

¹⁷ A.e, s.123-124.

kişilerin gündemde uzun süre kalmasının kamuoyunun algılamasına ve ilgisine bağlı olduğunu belirtmişlerdir.

Gündem kitle iletişim araçlarının gündem belirleme etkisi bir çok iletişimcinin araştırmasına konu olmuştur. Mc Combs'a göre kitle iletişim araçlarının seçim dönemleri boyunca yaptığı yayınlar ve kamuoyuna verdiği mesajlar aynı şekilde insanların düşüncelerini yansıtmaktadır. Kitle iletişim araçlarının seçim dönemi boyunca yaptıkları yayınlarla, verdikleri mesajlarla insanların düşüncelerini, kararlarını, seçimlerini etkilemektedir. Kitle iletişim araçları kamuoyunun gündemini oluşturmakla kalmaz, konunun, sorunun ya da olayın nasıl konuşulması gerektiğini de belirler. Kitle iletişim araçları gündem belirleme işlevini bazen farkında olarak bazen de farkında olmadan yerine getirir.

Kitle iletişim araçları gündemi belirlerken zaman zaman olumlu, zaman zaman olumsuz bazen de nötr olarak yansıtıyor. Kitle iletişim araçları bize niçin ve nasıl düşüneceğimizi belirtiyor. Konferansta Donald Shaw “**Tarihin gündem belirlemede ki önemli rolü olduğunu**” belirtti ve tarihin gündem belirlemede etkisi hakkında bilgi verdi

1.3.2. Rogers ve Dearing Bregman’ın Farka Dayalı Gündem Belirleme Modeli

Rogers ve Dearing Bregmen (1987) üç farklı gündem belirlemiştir.

- Kitle iletişim araçlarının gündemi
- Kamu gündemi
- Siyasal gündemdir.

Araştırmaya göre;

“1- Kitle iletişim araçları kamu gündemini çektiği dikkat ve kitle iletişim otoritesi ile etkiler.

2- Kamu gündemi (kamuoyu) politikacılar seçmenlerin ne isteyebileceğine cevap aradıkça siyasal gündemi etkiler.

3- Kitle iletişim araçlarının gündeminin ayrıca siyasal gündeminde bağımsız doğrudan etkisi vardır, çünkü politikacılar tarafından kamuoyuna rehber olacak şekilde kullanılır.

4- Bazı konularda siyasal gündemin kitle iletişim araçları gündemi üzerinde dolaysız ve kuvvetli etkisi vardır.

5- Kitle iletişim gündemi, birçok kaynak ‘gerçek dünya olayları tarafından’ kitle iletişim araçlarının ilgisini çeken, sürecin daha önce ele alınmış biçimlerinde genelde dahil edilmeyen bir etmen olarak dolaysız olarak etkilenir¹⁸.”

Bu araştırma kitle iletişim araçları gündemi, kamu gündemi ve siyasal gündemin birbiri üzerine etkilerini ortaya koymuştur. Rogers ve Dearing Bregman modelinde kitle iletişim araçlarının gündeminin etkisini araştırmıştır. Model bu konuda yapılan araştırmaların neden sonuçsuz kaldığını ve gündem oluşturma amaçlı ya da amaçsız oluşturulabileceğinin ortaya koymuştur.

Rogers ve Dearing kitle iletişim araçlarının güvenilirlik bakımından da farklılık göstereceğini belirtmiştir. Buda kitle iletişim araçlarının etkilerinin de aynı olmayacağını ortaya koymaktadır. Bu iki iletişimcinin saptadığı önemli diğer bir nokta kitle iletişim araçlarından edinilen mesajlarla aynı olmayacağıdır. Üçüncü nokta ise, kitle iletişim araçlarının paylaşma eğilimi gösterdiği haber olaylarla ilgili olarak bir çok insanın farklı değer yargılarına sahip olduğudur.

1.3.3. Shannon ve Warren Weaver’in Modeli

Gündem oluşturmada kişiler arası iletişim büyük önem taşımaktadır. Bu konu ile ilgili görüşlerden biride matematik bilimci Shannon ve Warren Weaver’in

¹⁸ Denis McQuail, Seven Windahl, *Kitle İletişim Modelleri*, Çev. Konca Kumlu, Ankara, İmge Kitabevi, 1997, s.126.

görüştür. Shannon ve Weaver (1949) modelinin de iletişim tek yönlü düz çizgisel bir süreç olarak tanımlar.

“Süreç içinde en başta iletilecek gönderi veya gönderiler zincirini üreten enformasyon kaynağı gelir. İkinci olarak gönderi, iletili tarafından sinyallere dönüştürülür. Sinyaller alıcıya yönelen kanala uygun hale getirilmelidir. Alıcının işlevi iletilinin tam tersidir. Alıcı sinyalleri gönderi olarak tekrardan oluşturur. Alınan gönderi daha sonra hedefe ulaşır. Sinyal gürültüden etkilenebilir, örneğin aynı anda aynı kanalda birçok sinyalin olması halinde engelleme meydana gelebilir¹⁹.”

Shannon ve Weaver modelinde ileti, kaynak, kanal, hedef üzerinde ve gürültü üzerinde durmuştur.

Gürültü iletişimin sağlıklı bir şekilde gerçekleşmesini engelleyen önemli bir faktördür. Gürültü iletişimin bir parçasıdır ama iletişimin alıcı tarafından yanlış anlaşılması ve yorumlanmasına neden olur. Özellikle aynı kanalda birden fazla sinyal varsa gürültünün olumsuz etkisi daha da artmaktadır. Günümüzde gündemin oluşmasında ve gündem maddelerinin değişmesinde kitle iletişim araçlarının etkisi büyüktür. Kitle iletişim araçları ve gündem birbirinden ayrı düşünilemeyen iki kavram olmuştur.

1.3.4. Elisabeth Noelle Neumann’ın Modeli

Alman sosyolog Elisabeth Noelle Neumann’ın modelinin adı “Sessizlik Sarmalı”dır.

¹⁹ A.e., s.27.

“Sessizlik sarmalı modeli (1991) dört öge arasındaki etkileşimle etkilenir. Bu ögeler : kitle iletişimi, kişiler arası iletişim ve toplumsal ilişkiler, düşüncenin bireysel olarak açıklanması bireylerin toplumsal çevrelerinde onları çevreleyen düşünce ortamı hakkında sahip olduklar algılamadır²⁰.”

Noelle Neumann göre bireyler olaylar, konular ve sorunlar hakkında düşüncelerini ve diğer insanların tutumlarını iki yolla belirler. Bu yollarda biri diğer insanları gözlemleme, diğeri ise kitle iletişim araçlarını takip ederek. Ama doğrudan gözlemlerinin temelinde de kitle iletişim araçlarından edinilen izlenimler vardır. Bu da göstermektedir ki kitle iletişim araçları kamuoyunun gündeminin belirlenmesinde doğrudan etkilidir. Modelin temel ögeleri:

“1- Suskunluk sarmalı kavramı kamu önündeki davranışlara gönderme yapar.

2- Kuram, güçlü duygusal ögelere sahip değer yüklü konulara gönderme yapar. Yazılı olamayan yasaları ihlal eden grubun dışına itilir.

3- Kuramda medya güçlü bir etkiye sahiptir²¹.”

Noelle Neumann göre gündem belirleme kitle iletişim araçlarının etkilerinden biridir. Suskunluk sarmalı kitle iletişim araçlarının etkilerini daha da artırmıştır. Kitle iletişim araçları toplumunun nasıl düşüneceğini, nasıl bir tutum sergileyeceğinin belirler ve toplumun büyük kısmı buna uyar ve tutumunu buna göre belirler. Uymayanlar ise sessiz kalır, olay, konu, sorun hakkında bir fikir beyan etmez ve belli bir tutum sergilemezler. Birey çoğunluğun düşüncesine katılıyorsa destekler, katılmıyorsa susar.

“Bu modelin temel varsayımı, insanların doğal olarak yalnız kalmaktan korktukları ve bu nedenle kamuoyunda ya da çevresi ile ilişki de nasıl davranacağını, korkmadan neler söyleyebileceğini öğrenmek için çevresini gözetledikleridir. Dolayısıyla bu model bir bakıma gündem belirleme modelinin negatif ayna imajıdır. Zira Noelle Neumann kitle iletişim araçlarının belli konuları ve sorunları tartışmasını halkın görmesinden uzaklaştırma yetenek ve imkanları üzerinde durur²².”

²⁰ A.e., s.135.

²¹ Nurdoğan Rigel, *Rüya Körleşmesi*, İstanbul , Der Yayınları, 2000, s.43.

²² Orhan Gökçe, *İletişim Bilimine Giriş*, 2.bs., Ankara, Turhan Kitabevi, 1998, s.233.

Neumann'a göre bu eğilimleri algılayan, görüşlerini ona göre adapte eden bireyler çoğaldıkça doğrudan biri daha baskın hale gelir, ötekiler ise gözden düşer. Böylelikle birinin konuşması diğerinin sessiz kalması bir sarmal süreci başlar. Sarmal süreç bu düşüncenin egemen olması giderek artar.

1.3.5. Brouwer ve Mantar Modeli

Brouwer modelinde (1967) mantarı örnek almıştır. Mantar bitkisinin toprağın üst kısmında yer alan mantar şemsiyesi kendisinden çok daha dayanıklı, yayılgen ve toprak altında kalmış köklerinin bir uzantısıdır. Mantar şemsiyesine can veren ve büyüten bu köklerdir.

Bu modelde kitle iletişim araçlarının bir mantar şemsiyesi oluşturduğu düşünülür, mantar köklerinin ise kitle iletişim araçlarında bazen ifade edilme fırsatı bulan kişiler arası ilişki ve tartışma ağları olduğu düşünülür.

Bu görüşe göre kitle iletişimle, ifade edilen görüşler, kişiler arası iletişim ağlarının nedeni değil sonucudur. Brouwer modelin de üç varsayım öne sürmüştür.

“1- Kitle iletişiminde tüm iletişim birimleri aynı sistem içinde yer alırlar.(kitle iletişim araçları sesleri olduğu kadar bir ağdaki bireyler de)

2- Bir iletişim sisteminin uzmanlaşmış birimleri(örn. Kitle iletişim araçları) diğer birimlerin bir nedeni veya önceki koşulu olmaktan çok bir uzantısı ve sonucudur. bağlantısı kesildiğinde bir birimin yeri diğer uzman birimlerce doldurulur.

3- Uzman birimlerin (kitle iletişim araçları) özellikleri uzman olmayan birimlere daha bağlıdır.(tersi doğru değildir)²³.”

Bu model kitle iletişim araçlarının etkilerini tespit etmede özellikle kullanışlıdır. Kitle iletişim araçlarında yer almadan önce toplum tarafından bilinen haber, konu ve olaylarda bu model geçerlidir. Ancak bazı enformasyon durumları

²³ Denis McQuail, Seven Windahl, *Kitle İletişim Modelleri*, Çev. Konca Kumlu, Ankara, İmge Kitabevi, 1997, s.113.

sözkonusu. olduğunda kitle iletişim araçlarını, bir başlatıcıdan çok ifade etme sistemi olarak uygun olmayacaktır. Brouwer “**Mantar Modeli**” kitle iletişim araçlarının etkilerini belirlemede önemli rol oynamıştır.

1.3.6. Rogers ve Shoemaker’in Yeniliklerin Yayılması Modeli

Rogers ve Shoemaker modele Yeniliklerin Yayılması adını vermişlerdir. Bu model (1973) yeniliklerin yayılması sürecinin dört basamaktan oluştuğunu belirtir. Rogers ve Shoemaker yeniliklerin yayılma sürecinin dört basamaktan oluştuğunu belirtir. Bu basamaklar: Bilgi, ikna etme, karar ve onaylamadır.

“Bilgi: Birey yenilikten bir ölçüye kadar haberdardır, yeniliğin nasıl çalıştığını biraz anlamaya başlar.

İkna etme: Birey yeniliğe karşı olumlu veya olumsuz bir tutum oluşturur.

Karar : Birey yeniliği kabul etme veya ret etme seçeneklerine yol açan faaliyetlere girer.

Onaylama: Birey aldığı yenilik kararına destek arar. Ancak yenilik hakkında zıt mesajlara maruz kalırsa önceki kararını değiştirebilir²⁴.”

Modele göre tüm olayın evresi “geçmiş”, “süreç” ve “sonuçlar” olarak ayrılır. Modelde Bilgi, İkna Etme, karar, onaylamanın farklı işlevleri vurgulanmıştır. Birey yenilikle karşılaştığında tutumunu belirler ve tutumuna göre karar verir. Model farklı iletişim teknolojilerinden bahseder. Örnek: Bilgisayar, video.

Rogers ve Shoemaker’ın modelinin özellikleri şudur:

²⁴ Ae., s.89.

1- Bu model tüm olayların evresini geçmiş, süreç ve sonuçlar olarak ayırmıştır.

2- Bu modele göre bilgi, ikna etme, karar ve onaylamanın işlevleri birbirinden farklıdır ve bunların ayırt edilmesi gerekir.

3- Yeniliğin yayılmasında farklı kaynaklar(kitle iletişim araçları, reklamcılık, resmi kuruluşlar, toplumsal ilişkiler vb.) yeniliğin yayılmasının farklı dönemlerinde etkili olabilir.

4- Model bilgi basamağında yeniliğe maruz kalacak kitlede meydana gelecek değişiklikleri de gösterir.

Bu modelin temelinde kitle iletişim araçları ve diğer etmenlerin planlı değişim amacına yönelik uygulamalarından ortaya çıkan araştırmalar yer almaktadır.

1.3.7. Bağımlılık Modeli

Ball, Roech ve De Fleur tarafından 1976 yılında geliştirilen model günümüz toplumları için kitle iletişim araçlarının çok önemli olduğunu bireylerin belirli toplumsal işlevler için bu araçlara bağımlı olduğunu ortaya koymaktadır. Modele göre:

“Modern toplumlarda bireyler içinde yaşadıkları toplumda ne olup bittiğiyle ilgili bilgi sahibi olmak ve buna göre yön tayin etmek , kendi duygusal ve düşünsel yapılarını yönlendirebilmek amaçlarıyla hareket ettiklerinden kitle iletişim araçları gibi bilgi kaynaklarına bağımlı hale gelmiştir. Bu bağımlılığın derecesi ise izleyici, iletişim sistemi ve toplumsal sistem olmak üzere üç değişkenin etkileşimi sonucu ortaya çıkmaktadır²⁵.”

²⁵ Metin Işık, İletişimden Kitle İletişime, Konya, Mikro Yayınları, 2000, s.101-102.

Kitle iletişim araçlarının bireyler üzerinde zihinsel, duygusal ve davranışsal olmak üzere üç türlü etkisi vardır. Kitle iletişim araçlarının etkileri içinde bulunduğu toplumun yapısına, istikrarına veya istikrarsızlığına bağlıdır.

1.4. Gündem Belirleme Süreci

Kitle iletişim araçları özellikle televizyon ve gazeteler yayınladıkları haberlerle, haber seçimleriyle, sunuş biçimleriyle kamuoyunun dikkatini belli konulara, sorunlara ve kişilere çekerler. Kitle iletişim araçlarının kamuoyunu etkilemek için kullandığı yöntemlerden biride “gündem oluşturma” dır. Gündem oluşum sürecinin işleyiş şekli, kitle iletişimi ile uğraşan iletişimcilerin günümüzde, cevaplamaya çalıştıkları konulardan biridir. Bu konuda Manheim 1987 yılında bir araştırma yapmıştır. Ona göre kitle iletişim araçlarını gündemi, toplum ve siyasi gündemlerinin etkileşimi ile gündemi belirlemenin gerçekleştiğini öne sürer. Bu üç gündemin içerdiği üç boyut bulunmaktadır. Bu boyutlar:

“1- Medya gündemi için, bu boyutlar görünürlük (konuya verilen kapsamın büyüklüğü), izleyici önemliliği (haber kapsamında izleyicinin gereksinimleriyle olan ilgisi) ve değerlilik (konu lehine veya aleyhine ayrılan medya kapsamı.)

2- Kamu gündemi için, bu boyutlar: bilinirlik (konudan kamunun haberdar olma düzeyi), Kişisel önemlilik (Kişinin kendisinde gördüğü konuya ilişkin ilgi), lehtelik (konu üzerinde lehte ve alehte yargılar).

3- Politika gündemi için bu boyutlar: destek (konuya verilen az ya da çok lehinde eylem), eylemin olma olasılığı (bir resmi kuruluşun konu için eyleme geçme olasılığı), eylem özgürlüğü (olası hükümet eyleminin boyutu)²⁶”

olarak belirlenmiştir. Manheime üç gündemin üç boyutunu diğer gündem oluşturma kuramlarının değişkenlerine uygulamasıdır.

²⁶ Werner J. Severin, James W. Tankard, İletişim Kuramları: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımı, Çev. Ali Atıf Bir, N. Serdar Sever, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1994, s.397-398.

Örnek: Weaver'in uyum gereksinimi değişkeni Manheim'in kamu gündeminin önemlilik boyutu ile bağlantı kurulabilir. Gündemin oluşabilmesi için uyum sürecine ihtiyaç vardır. Uyum süreci gündem belirlemede önemli bir faktördür.

Gündem belirleme bütün bireyler için aynı kapsamda ve aynı şekilde gerçekleşmeye bilir. Bireylerin uyum sürecine olan gereksinimleri ölçüsünde farklılaşabilecekleri hatta bunun gündem belirlemenin olup olmayacağını da belirleyeceği de öne sürer. Manheim yaptığı araştırma genel bir **“gündem belirleme”** kavramına, düşüncesine ulaşmada önemli bir rol oynamıştır.

Gündem belirlemenin konusunda en etkili kitle iletişim aracı televizyondur. Televizyonun hem ses hem de görüntüyü beraber verebilmesi özelliği bu konuda televizyona üstünlük sağlamıştır. Televizyon bireyleri bilgilendirme önemli bir işleve sahiptir. Bireyler deneyimleyemedikleri, bizzat yaşayamadıkları olaylar ve konular hakkında televizyon sayesinde haberdar ve bilgi sahibi olmaktadır. Örnek olarak Amerika'da yaşanan terör olayını, Körfez Savaşını verebiliriz. Bu olayları bizzat yaşamadık ama olayla ilgili görüntüleri ve bilgileri saniye saniye televizyondan izledik ve öğrendik. Televizyonun **“gündem belirleme işlevi”** üzerine araştırmalar yapılmıştır.

Bu konuda Brosius ve Kepplinger tarafında 1990 yılında bir araştırma yapmışlardır.

“Araştırmacılar televizyon haberlerinin kapsamının dört konuda sorun algılamasını etkilediğini buldular. Bu konular enerji kaynakları, savunma, çevre korumacılığı ve Avrupa politikalarıydı buna karşın sorunun, sorunun farkında olma durumu da haberlerin kapsamını diğer üç konuda etkiliyordu. Bu konular ise emeklilik, kamu borçları ve kamu güvenliği idi. Araştırmacılar, televizyon yayınlarının kapsamının yoğun olduğu aniden arttığı hallerde (ayda 30 haberden fazla) kamunun haberdar olmasını şekillendirdiğini de belirttiler²⁷”

Araştırma sonuçları televizyonun gündem belirlemede ne kadar etkili olduğunu göstermiştir. Televizyonun gündem belirleme işlevi üzerine yapılan diğer

²⁷ Yasemin İnceoğlu, *Medya ve Toplum*, İstanbul, Der Yayınları., 1998, s.67.

bir araştırma M. Mark Miller ve Jan P. Quarles tarafından yapılan önce- sonra çalışmasıdır.

Çalışmalarını gündem oluşturma etkilerine göre düzenlediler ve örneklem grubu ile telefon görüşmesi yaparak gerçekleştirdiler. Çalışma da iki grup oluşturuldu. Birinci gruba Ertesi Gün (After Day) adlı televizyon programı yayınlanmadan önce diğeri ile yayınlandıktan sonra görüştüler. Bu görüşmeler sırasında deneklere nükleer savaşla ilgili sorular sordular. Araştırmanın sonuçları kitle iletişim araçlarının gündem oluşturma etkisinin doğrulamıştır.

1.5. Gündem Yapılandırma

Gündem yapılanma konusunda araştırma yapan G. Engel Lang ve Kurt Lang 1983 yılında yaptıkları araştırma sonucunda “gündem” ve “gündem belirleme” ile ilgili önemli bazı saptamalarda bulunmuşlardır. Bu saptamaları şunlardır:

- “- Basın bazı olaylar yada faaliyetleri aydınlatır ve onları ayakta tutar,
- Farklı sorunlara dikkat çekmek isteyen değişik tür ve miktarda haberin işlenmesi gerekir
- Dikkatin odaklaştığı yada faaliyetlerin sınırları çizilmiş olmalıdır veya anlaşılabilir kavramlar içerisinde verilmelidir,
- Medyanın kullandığı dil, bir konunun öneminin algılanmasını etkileyebilir, medya Politik görünümdeki yeri kolayca tanınan ikincil sembollere karşı dikkat odağı olmaya başlayan faaliyet ve olayları birbirine bağlar,
- Gündem yapılandırma; iyi tanınan ve güvenli kişiler, bu konu hakkında konuşmaya başladığında hızlandırılır,²⁸

G. Engel Lang ve Kurt Lang “gündem” ve “gündem belirleme” ile ilgili belirledikleri saptamalarda önemli noktalara dikkat çekmişlerdir. Bu noktalar basının rolü, kullanılan dil, açıklamaların yetkili kişilerden ve kurumlardan alınmasının gündem oluşturmadaki etkisidir. Gerçektende kitle iletişim araçlarında yayınlanacak

²⁸ A.e., s.65-66.

haberlerin seçimi, sunuluşu, yayın akışındaki yeri, kullanılan dil kamuoyunun dikkatinin çekmesi açısından son derece önemlidir.

Glayds Engel Lang ve Kurt Lang gündem oluşturma da zaman ve açıklama yapacak kişilerin önemini de vurgulamıştır. Bir konunun kamuoyunun gündeminde yer alması için belli bir zaman geçmeli ve konunun halkın gündeminde yer almasında kullanılan sözcüklerin ve yorum yapan kişinin tanınmış olmasının önemli bir etken olduğunu belirtmiştir. Örnek olarak 17 Ağustos depreminde Kandilli Rasathanesi Müdürü Işıkkara tarafından yapılan açıklamalar kamuoyu tarafından dikkatle takip edilmiştir. Özellikle depremin üçüncü günü Işıkkara'nın bu gece eve girmeyin uyarısı dikkatle takip edilmiştir ve uyarıya uyulmuştur.

1.6. Gündem Gerçek İlişkisi

G. Ray Funkhouser çalışmalarında 1960'lı yılları ele almıştır. Kamuoyu tarafından önemli bulunan konuların saptanmasında kullanılan Gallup yöntemini kullanmıştır. Medyanın içeriğine ilişkin verileri haftalık yayınlanan dergilerdeki makalelerden elde etmiştir. Konunun gerçekteki önemi ise ABD istatistik özetleri diğer istatistik bilgileri içeren kaynaklardan saptadı. Öğrenci hareketleri, çevre sorunları gibi, istatistik verilerin elde edilemediği konularda ise olaylarda görünen eğilimlerle yetinmiştir.

“Funkhouser kamuoyu ve medya içeriği, medya içeriği ve gerçek arasında ki ilişkiyi incelediği çalışmanın sonucunda halkın bir konuya verdiği önem ile aynı konuya medyanın verdiği önem arasında sıkı bir bağ olduğunu gösterir. Halkın önem sıralamasında üst sıralarda yer alan konular aynı zamanda medyanın önem verdiği konular olarak ortaya çıkmaktadır²⁹.”

Funhouser yaptığı bu çalışma ile kamu gündemi ile kitle iletişim araçlarının gündemi arasında paralellik olduğunu saptamıştır. Günümüzde gazete ve

²⁹ Yasemin İnceoğlu, *Medya ve Toplum*, İstanbul, Der Yayınları, 1998, s.58.

televizyonda yayınlanan haberlere, konulara ve sorunlara baktığımızda ve halkın konuştuğu ve tartıştığı konular sorunlar aynıdır.

Araştırmalar sonunda ortaya çıkan diğer model "**Kişiler Arası Farklılık Modeli**" ise gündem belirleme fonksiyonun gücünün toplumun algı grupları arasında değiştiğini söyler. Bu iki model gündemin oluşmasında iletişimin önemini gösterirken, kişiyi ve kişi iletişimini istatistik bir olgu kabul etmelerinden dolayı kitle iletişimi ve kişiler arası iletişim gündem oluştururken birbiri ile etkileşimini göz ardı etmiştir. Gündem oluşurken kişi yaptığı bir hareketle ya da yaptığı bir açıklama ile kitleyi etkileyebilir. Bunu örnek olarak;

- 17 Ağustos depreminden sonra Kandilli Rasathanesinin müdürü Prof. Dr. Ahmet Mete Işıkara gündemin baş maddesinde yer almıştır. Işıkara'nın söyledikleri ve yaptığı açıklamalar herkesi etkilemiştir. Işı karanın her açıklaması geniş kitlelere yayılmış ve takip edilmesini,

- Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer ile Başbakan Bülent Ecevit arasında Milli Güvenlik Kurulunda yaşanan kriz sonrası Başbakan Ecevit tarafından yapılan açıklama kamuoyunu ve ekonomi piyasalarını etkilemesini verebiliriz.

Bir olayın gündem maddesinde yer alabilmesi için, geniş kitleler tarafından algılanması ve dikkat çekmesi gerekmektedir. Olay geniş kitlelerin dikkatini çekmezse, gündemde uzun süre kalmaz, unutulur. Gündem oluşturmada iletişim ve algılama iki önemli noktadır.

1.7. Gündem ve Konu Yakınlığı

Kitle iletişim araçlarının gündeminin kamuoyunu ne kadar etkileyeceği gündem konularının özellikleriyle ilgilidir. Bu özellikler:

- “i- Gündemdeki konunun büyük bir öneme sahip olup olmaması.
- ii- Haber konusu olayın birden bire ortaya çıkması veya yavaş yavaş gelişmesi.

iii- Konunun izleyiciler tarafından doğrudan deneyimlenmesi (hayat pahalılığı gibi) veya kitle iletişim araçları aracılığı ile öğrenilmesi.

iv- Medya gündeminde yer alan konuların sunuldukları, somut veriler dayanıp dayanmadığı" dır³⁰.

İletişim araştırmacıları konuların, sorunların olayların gündem maddesine nasıl yükseldiği konusunda araştırma yapmışlardır. Bu konuda araştırma yapan araştırmacılardan ikisi Hilgartner ve Bosktur. Bu iki araştırmacı sosyal olayların gündeme çıkması ve gündemden düşmesi hakkında aşağıdaki saptamalarda bulunmuşlardır.

"- Sosyal konular bir süreç aracılığıyla gündeme yükselmektedirler.

- Bireyler sınırlı sayıda konuya ilgi duyabilirler.

- Sosyal konular gündem konusu olarak seçilebilmek ve gündemin üst sıralarına çıkabilmek için birbirleriyle yarış halindedirler³¹"

Konuların gündeme yükselmesi ile ilgili Zucker bir çalışma yapmıştır. Çalışmasında hayat pahalılığı, işsizlik,suç konuları ile kirlilik uyuşturucu kullanımını ve enerji krizi konularını karşılaştırmıştır. Araştırma sekiz yıl sürmüştür. Araştırma konuları Television News Index aylık dergisinden tespit edilmiştir. Zucker bu çalışmasıyla gündem belirlemenin bireyin daha önceden bilgi sahibi olmadığı konularda gerçekleştiği, daha önceden bilgi sahibi olduğu konularda gerçekleşmediğini belirtir.

1.8. Gündem Belirleme ve Zaman

Gündem belirleme konusunda yapılan araştırmalarda üzerinde durulan konulardan biri de gündem oluşturma ve zaman ilişkisidir. Bu konuda Mc. Combs ve

³⁰ Necdet Atabek, , "Gündem Belirleme Aşamaları," İstanbul, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi V, 1997, s.230.

³¹ A.e., s.231.

Gilbert araştırma yapmışlardır ve araştırma sonuçlarında zaman çerçevesi ile ilgili aşağıdaki saptamaları yapmışlardır.

i- Toplam zaman çerçevesi(the overall time frame): Araştırmada göz önünde bulundurulan toplam zaman dilimi.

ii- Zaman aralığı(time lag): Bir sorunun veya konunun medya gündeminde görülmesi (bağımlı değişken) ile kamu gündeminde görülmesi,(bağımsız değişken)arasında geçen zaman.

iii- Medya gündeminin sürekliliği(duration of the media agenda): Bir konunun medya gündeminde kalma süresi.

iv- Kamu gündeminin ölçüm süresi (the measurement duration of the public agenda): örnekleme yer alan izleyicilerin gündemlerinde yer alan konuların öğrenilmesi için geçen zaman.

v- En uygun etki aralığı (the optimal effect span): Bu konunun hem medyanın hem de kamunun gündeminde vurgulanması sırasında geçen süre³²."

1.9. Gündem, Kamuoyu ve Siyaset

Demokratik yönetimlerin en önemli özelliği kamuoyuna sahip olmalarıdır. Demokrasilerde kamuoyunun ne kadar önemli olduğu günümüzde daha iyi anlaşılmıştır. Türk Dil Kurumu yayınladığı sözlükte kamuoyu:

"Bir sorun üzerinde halkın genel düşüncesi, halkoyu, amme efkârı, efkârı umumiye. "Kanunun13üncü maddesinde yer alan genel sınırlamalar dışında, kamuoyunu serbestçe oluşmasını engelleyici kayıtlar koyamaz" Anayasa kamuoyu oluşturmak veya yaratmak bir düşüncüyü yaygınlaştırmak ve halkın dikkatini o düşünce etrafında toplamak ve yoğunlaştırmak³³,"

Kitle iletişim araçları bilginin yayılmasında önemli bir etkidir. Kitle iletişim araçları bilgilendirme işlevini yerine getirirken,haberi doğru ve tarafsız olarak vermelidir. Kamuoyu oluşturmada iki yöntem kullanılır. Bu yöntemlerde biri "yüzü yüze ilişkiler", diğeri ise "kitle iletişim araçları" en etkili ve kısa sürede kamuoyu kitle iletişim araçları tarafından oluşturulur. Kitle iletişim araçlarının demokratik rejimle yönetilen toplumlarla ve demokratik rejimlerle yönetilmeyen toplumlarda üstlendiği görev ve etkileri arasında farklar vardır.

³² A.e., s.226- 227.

³³ Türkçe Sözlük, 9.bs., Ankara, Türk Dil Kurumu Yayınları, C.2, s.1118.

Demokratik rejimle yönetilmeyen toplumlarda kitle iletişim araçlarının yönetimi devletin elinde olabilir. Ya da kitle iletişim araçlarının yayınlarına sansür ve denetim uygulanabilir. Demokratik rejimlerde ise kitle iletişim araçları hükümetlerin ve kamu kuruluşlarının görevlerini yerine getirip getirmediği konusunda bir denetleme mekanizması görevi görür. Kitle iletişim araçları kamuoyunun oluşmasına katkıda bulunur ve çeşitli konularda politikaların hayata geçirilmesini sağlar.

Günümüzde Demokratik ülkelerde kitle iletişim araçları kamuoyu gündeminin ve siyaset gündeminin belirlenmesinde çok önemli bir role ve etkiye sahiptir. Kitle iletişim araçları yaptıkları yayınlarla, yayın politikalarıyla, desteklediği veya karşı olduğu görüşleri öne çıkararak kamu gündemini ve siyasal gündemi oluşturur.

Kitle iletişim araçları her zaman ve her konuda kamuoyunu yararına ve denetim işlevini tarafsız ve objektif olarak yerine getirmeyebilir. Kitle iletişim araçları halkın geniş desteğini alarak elindeki bu gücü kendi çıkarları doğrultusunda kullanabilir. Bu etkileme tek yönlü değildir.

“Demokratik toplumlarda kamuoyu yalnızca tek bir yerden değil, bir çok merkezden güdülmekte bunun temelinde ise demokrasinin gereği olan çok seslilik olgusu yatmaktadır. Bu bağlamda kamuoyunun oluşabilmesi için birtakım temel şartların gerektiği öne sürülmektedir. Buna göre ilk olarak ortada bir anlaşmazlık, çeşitli fikirler, menfaat ve talepler olmalıdır. İkinci olarak siyasal sistem bireylere bir takım özgürlükler tanımalı, her şeyden önce iletişim ve örgütlenme özgürlüğünü sağlamalı, bu doğrultuda imkanı olan bireyler iletişim araçlarını kurabilmeli, toplantı, dernek kurma gibi özgürlüklerini kullanabilmelidir. Üçüncü olarak toplumda kamuoyu oluşturan, düzenleyen ve organize eden çeşitli merkezlerin bulunması gerekir. Son olarak ta ülkede kamuoyu karşısında parlamanto veya hükümet gibi direnç noktaları olmalıdır³⁴.”

³⁴ Aleaddin Asna, “Kamuoyu Oluşumunda Kitle İletişim Araçları,” Ankara, **Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı**, Yeni Türkiye Medya Hizmetleri Yayınları, Sayı: 11, 1996, s.855.

Günümüzde kitle iletişim araçları siyasi partilerin düşüncelerini yaymada ve çalışmalarını duyurmada önemli bir güçtür. Ama kitle iletişim araçlarının bilgi ve haber verme işlevini yerine getirebilmesi içinde siyasi partiler önemli bir etkenidir.

Kitle iletişim araçları ile siyasi partiler arasında gündem belirleme açısından bir mücadele vardır. Seçim dönemlerimde bu daha fazla hissedilmektedir. Siyasi Partiler ve siyaset adamları gündeminin ilk sıralarında yer alabilmek için mücadele etmektedir.

Türkiye’de kitle iletişim araçları, siyasi ve ekonomik elit bir iktidar grubuna dönüşmektedir. Kitle iletişim araçları birkaç grubun elinde ve yönetiminde toplanmıştır. Doğan Grubu, Çukurova Grubu ve Sabah Grubu, Uzan Grubu, İhlas Grubunu örnek olarak verebiliriz.

Kitle iletişim araçlarının sahipleri yayıncılığın dışında çeşitli sektörlerde iş yapmaktadır ve bu kuruluşlarının yöneticilerinin çoğu sanayi, ticaret alanındaki yöneticilerden ve banka yöneticilerinden oluşmaktadır. Kitle iletişim araçlarında yönetici konumunda görev yapanlar elindeki bu güçleri kullanarak ekonomik ve siyasi çevreler üzerinde çıkarları doğrultusunda baskı uygulayabilmektedir (muhalfeet ederek). Ülkemizde bu gruplar yayıncılığın dışında çeşitli sektörlerde iş yapmaktadır. Bu grupların sahip olduğu yayın kuruluşları ve diğer sektördeki çalışmaları şunlardır:

A- Sabah Grubu(sahibi Dinç Bilgin):

“Televizyon: ATV, Medya TV, Prima TV,

Gazeteler: Sabah Gazetesi, Yeni Asır Gazetesi, Takvim Gazetesi, Fotomaç Gazetesi, Taraftar Gazetesi,

Radyolar: Kiss FM, Şık FM, Radyo Sport,

Dergiler: Vizyon Dergisi, Home Art Dergisi, Hülya Magazin Dergisi, Cosma Girl Dergisi, Equire Dergisi, Para Dergisi, Sinema Dergisi, Top Sante Dergisi, She&He Dergisi, Power Dergisi, PC Magazin, Harpers Bazaar Dergisi, Cosmopolitan

Dergisi, Aktüel Dergisi, Borsa Market Dergisi, Oto Haber Dergisi ,Sofra Dergisi, Bebeğim ve Biz Dergisi, Gelin Dergisi³⁵”

Sabah Grubu yayıncılığın dışında Birleşik Basım A.Ş., Medya Basın Servisleri, Centron A.Ş., Bir Numara Yayıncılık, Çukurova Holding bünyesinde Pamukbank, İnterbank, yapı Toko Bank(Rusya), Bank Kreiss AG(Almanya), İnter Overseas(İzlanda) bunun yanında turizm, elektronik ve Sabah Pazarlama aracılığı ile otomobil ve konut pazarlama sektöründe de çalışmaktadır.

B- Doğan Grubu (sahibi Aydın Doğan):

“Televizyon: Kanal D, CNN Türk Televizyonu,

Radyo: Radyo D, Radyo Foreks, Hür FM,

Gazeteler: Hürriyet Gazetesi, Milliyet Gazetesi, Radikal Gazetesi, Posta Gazetesi, Gözctü Gazetesi, Hafta Sonu Gazetesi, Son Havadis Gazetesi, Fanatik Gazetesi, Finansal Forum Gazetesi,

Dergiler: Ailem ve Ben Dergisi, Art Dekor Dergisi, Elele Dergisi, Atlas Dergisi, Auto Motor Dergisi, Auto Show Dergisi, Blue Jean Dergisi, Elle Dergisi, Form Santre Dergisi, Capital Dergisi, Country Home Dergisi, Tempo Dergisi, İstanbul Life Dergisi, AD Dergisi, Klips Dergisi, Kapital Dergisi, Ekonomisi, Milliyet Sanat Dergisi, Şirinler Dergisi, Amica Dergisi, Naturel Dergisi, Capital Dergisi, Bebek ve Yaşam Dergisi, Negatif Dergisi, Focus Dergisi, Top Pop Dergisi, Yoyo Dergisi, Fenomen Dergisi, Lezzet Dergisi, Maison Française Dergisi, Hey Girl Dergisi, Options Dergisi, Paramatik Dergisi, Focus Dergisi,

Haber Ajansı: Hürriyet Haber Ajansı, Milliyet Haber Ajansı,

Dağıtım Şirketi: Yay- Sat Dağıtım Şirketi, Ad Yayıncılık, Hürriyet Ofset, Hür Basın Yayın,

Banka: Alternatif Bank, Türk Dış Ticaret Bankası³⁶”

Doğan grubu sahibi Aydın Doğan yayıncılık dışında pazarlama ve turizm şirketleri Dış Ticaret Factoring, Otokar, Doğan Otomobilcilik, Ticaret Sigorta, Doğan Finansal Kiralama, D&R Doğan Raks Satış Pazarlama, D Prodüksiyon Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi, Doğan Bilgi Teknolojileri, Zigana Elektrik, Yaratım Sağlık, Çelik Halat Tel Sanayi, ve Ray Sigorta’nın sahibidir ve Tofaş otomobillerinin

³⁵ Bu bilgiler Sabah Gazetesinin halkla ilişkiler biriminin 29.09.2001 tarihli faksından alınmıştır.

³⁶ Bu bilgiler Hürriyet Gazetesinin halkla ilişkiler biriminin i 29.09.2001 tarihli faksından alınmıştır.

temsilciliğini yapmaktadır. Doğan Grubunun sahibi Aydın Doğan bunların yanında devletin düzenlediği ihalelere katılıp kamu kuruluşlarını satın almaktadır.

C- Uzan Grubu (sahibi Cem Uzan):

“Televizyon: Star Televizyonu, Kral Televizyonu, Teleon,

Radyolar: Radyo Blue, Süper FM, Metro FM , Kral FM, Joy FM, Lokum FM,

Gazeteler: Star Gazetesi,

Dergiler: Turkish News Dergisi, Star Life Dergisi,

Bankalar: İmar Bankası, Adabank³⁷”

Star grubu sahibi Cem Uzan içinde aynı şeyler geçerlidir. Yayıncılığın dışında Rumeli Telekomünikasyonun, Şanlı Urfa, Bartın, Ladik, Gaziantep ve Trabzon da beş çimento fabrikasının, Çukurova Elektrik Anonim Şirketinin, Kepez Elektrik, Rumeli Elektirk, Standart İnşaat Yapı Ticaret, Rumeli Holding, Tunceli Pamuk İplik, İstanbul Spor Anonim Şirketi ve Adana Spor Anonim Şirketinin sahibidir. Bunun yanında Türk Telekom ve Telsimle anlaşma yaparak cep telefonu işletmeciliği yapmaktadır.

Doğan Grubu ile Star Grubu arasında şu günlerde bir medya savaşı yaşanmaktadır. Bu savaşın nedeni Cem Uzanın Telsim aracılığı ile Aydın Doğanın ve ortaklarının telefon görüşmelerinin dinlettiği iddiasıdır Her iki gruba bağlı yayın kuruluşlarında birbirini karalama kampanyaları yürütülmekte ve suç duyuruları yapılmaktadır. Bu iki grup arasındaki ana haber bültenlerine kadar taşınmıştır. Haber bültenlerinde birbirleri hakkında haksız kazanç, vergi kaçakçılığı ve daha bir çok konuda suçlamalarda bulunmaktadır.

Halbuki kitle iletişim araçlarının ve çalışanların birinci görevi tarafsız ve objektif yayın yapmak ve kamuoyunu doğru bilgilendirmektir. A.B.D. de yaşanan terör olayından sonra Afganistan’da yaşanan savaşın ve ekonomik krizin yaşandığı şu günlerde bu iki grubun sahip olduğu yayın kuruluşları tarafından bu tarz yayınlar yapılması doğru değildir.

³⁷ Bu bilgiler Star Gazetesinin halkla ilişkiler biriminin 30.09.12.2001 tarihli faksından alınmıştır.

D- Show Grubu (sahibi Mehmet Bülent Ergin):

“Televizyon: Show TV, Cine 5,

Radyolar: Show Radyo, Radyo 5,

Gazeteler: Akşam Gazetesi (% 50’si Çukurova grubunun),

Dergiler: Cine 5 Dergisi, Alo Show Dergisi, Maria Claire Dergisi,

Bankalar: İktisat Bankası, Fransa ve Amerika da 2 banka,

Dağıtım: Eksen Yayıncılık ve Dağıtım, Üniversal Yayıncılık, Uluslar arası Moda ve Yayıncılık³⁸,”

Bunun yanında AKS Filmcilik ve Reklamcılık, Avrupa ve Amerika Holding Facto Finans Alacak Alımı, İktisat Finans Kiralama, Atlas Finans Kiralama, Emek Sigorta, Emek Hayat Sigorta, Uzman Hayat Sigorta, Show-pa Televizyonla Pazarlama, Eda Tur Turizm. Şirketleri bulunmaktadır.

E- İhlas Grubu(sahibi Enver Ören):

“Televizyon: TGRT,

Gazete: Türkiye Gazetesi,

Radyo: TGRT FM,

Dergiler: İhlas Oto Dergisi, Türkiye Çocuk Dergisi,

Konfeksiyon Dergisi, Tekstil& Teknik Dergisi,

Haber Ajansı: İhlas Haber Ajansı³⁹,”

Bunun yanında İhlas Grubu İhlas Finans kurumu, İhlas Ev Aletleri, Kristal Sıvı İçecek, İhlas Tekstil, İhlas Yapı, İhlas Medikal, Haifawi Medikal, İhlas Fuarcılık, İhlas Gıda, İhlas Otomotiv, İhlas Dış Ticaret, ve İhlas İnşaat şirketlerine sahiptir.

Sonuç olarak günümüzde kitle iletişim araçlarının yayınları, yayın politikaları ticari ve politik beklentiler üzerine kurulmuştur.

³⁸ Bu bilgiler Akşam Gazetesinin halkla ilişkiler biriminin 30.09.2001 tarihli faksından alınmıştır.

³⁹ Bu bilgiler TGRT Televizyonun halkla ilişkiler biriminin 30.09.2001 tarihli faksından alınmıştır.

1.10. Gündem Belirleme Toplum ve Kişiler Arası İletişim Arasındaki İlişki Modelleri

Gündem belirleme Kişiler arası iletişim ve kişisel özellikler üzerine birçok araştırmalar yapılmıştır. Bu araştırmalar sonucunda ortaya çıkan modellerde biri **‘Rekabet Modeli’** dir. Bu model kişisel gündem oluşturmada **‘Kitle İletişimi’** ve **‘Kişiler Arası İletişimi’** rekabet eden faktörler olarak gösterir. Araştırmalar sonunda ortaya çıkan diğer bir model ise **‘Kişiler Arası Farklılık Modeli’** dir. Bu iki modelde gündem oluşturma sürecinde kitle iletişimi ve kişiler arası iletişimin birbirini etkilemesini göz ardı etmişlerdir. Gündem oluştururken kişi kitleyi etkileyebilir. Bunu örneklerle açıklayalım:

- Adaletle ilgili olayların (özellikle cezaevlerinde yapılan açlık grevi ve ölüm oruçları, F tipi cezaevleri uygulamasına geçiş sürecinde ve cezaevlerine düzenlenen **‘Hayata Dönüş Operasyon’u**) gündemde yer aldığı tarihlerde Adalet Bakanı Prof. Dr. Hikmet Sami Türk’ün açıklamaları kitle iletişim araçları ve halk tarafından dikkatle takip edilmiştir. Bakanının yaptığı açıklamaların bir kısmı halkın ve aydınların tepkisini de çekmiştir.

- Ekonomik kriz dönemlerinde Ekonomi Bakanının açıklamalarının dikkatle takip edilmesini verebiliriz.

Bir olayın gündem maddesinde yer alabilmesi için geniş kitleler tarafından algılanması ve dikkatini çekmesi gerekmektedir.

Olay geniş kitleler tarafından algılanmaz yada toplumun çok az bir kesimi tarafından algılanırsa gündemde uzun süre kalamaz kısa sürede unutulur. Gündem oluşturma kitle iletişim araçlarının en önemli işlevlerinden biridir. Günümüzde gündem kitle iletişim araçları tarafından belirlenmektedir. İletişim ve algılama gündem oluşturmada iki önemli noktadır. Kitle iletişim araçlarının verdiği iletiler kamuoyu tarafından algılanması ve etkisi ne kadar fazla olursa gündemde yer alan

olay, konu, sorun ya da kişi daha uzun süre gündemde kalır. İletişim ve algılama ne kadar uzun olursa olay gündemde o kadar uzun süre kalır.

1.11. Kitle İletişim Araçlarının Gündem Belirlemesi ve Manipülasyon Etkisi

Manipülasyon ve gündem belirleme kitle iletişim araçlarının iki önemli işlevidir. Manipülasyonun anlamı:

“Bir şeyi beceriyle ele alıp kontrol etme. Örn:1 makineye hakim olmak. Örn 2: İlkel insanlar araçlarını nasıl ‘kullanacaklarını’ çok çabuk öğrendiler. İkincil anlamı: Kontrol etmek, etki etmek, zekice kullanmak adaletsiz biçimde kullanmak. Örn 1: İnsanları etkilemek için güzelliğini ‘kullanıyor’. Örn 2: zeki bir politikacı kamuoyunun fikrini nasıl ‘manipüle’ edeceğini bilir. Manipülasyonun bir süreç olarak anlamı; güç, yetenek beceri”dir⁴⁰.

Bu anlamlarına baktığımızda manipülasyonun değişik alanlarla ilgili farklı anlamları bulunduğunu görmekteyiz. Manipülasyon, beceri, kullanma, güç, yetenek anlamına gelmektedir.

“The American Heritage Dictionary of the English Language (1976) manipülasyonu özellikle birinin kendi çıkarı için kurnaz ya da sinsî, hilekar bir yönlendirmesi olarak tanımlamaktadır⁴¹.”

Manipülasyonun günümüzdeki karşılığı eyletim kavramıdır. Manipülasyon (eyletim) kavramının tanımına baktığımızda kandırmak, sadakatsizlik, çıkarlara

⁴⁰ H. Zeynep Altan, *Reklamın Gündelik Yaşamda Eyletim İşlevi*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bilim Dalı, 2001, s.42.

⁴¹ David H. Weaver, “Medya Gündem Kurması ve Medya Manipülasyonu,” Çev. Zülfikar Damlapınar, Konya, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 2001, Sayı: 4, s.51.

uygun davranma anlamına geldiğini görmekteyiz. Bu kavramlar hem olumlu hem de olumsuz kullanmanın açık uçluğunu sunan kavramlardır.

The Collins Dictionary manipölasyonu açıklayan kavramları:

- “ - Belli bir beceriyle ele alma veya kullanma.
- Zeki bir şekilde ya da kandırma amaçlı olarak kontrol etme veya etkileme.
- Kendine çıkar sağlayacak biçimde hesapları, verileri kötü amaçlı değiştirme
- Fizyoterapide muayene etme ya da elle yoklamak⁴².”

Manipölasyonu açıklayan bu kavramlara baktığımızda; beceri, kandırma ve değiştirme anlamları karşımıza çıkmaktadır. Manipölasyon bir ikna sanatı olması nedeniyle bu kavram yönlendirme, tutumlarda değişiklik yaratma, baskı uygulama ve denetim vb. kavramların hepsini kapsar. Bu kavramın bireysel boyutta tanımını Gestalt psikolojisi yapmıştır. Gestalt psikolojisine göre manipölasyon kişinin çevresinin etkilemesidir.

Kitle iletişim araçlarının (özellikle gazete, radyo, televizyonun) gündem kurması ve manipölasyon işlevi üzerine David H. Weaver, Doris Gdaber, Maxwell Mc Combs, Chaim Eyal araştırma yapmışlardır. Çalışmalarında 1976 yılı A.B.D. Başkanlık seçimini ele almışlardır. Weaver bu çalışmanın sonuçlarını ve görüşlerini “Media Agenda- Setting and Media Manipulation” adlı makalesinde yayınlamıştır. Weaver ve ekibinin yaptıkları çalışmanın varsayımı basının pasif bir kanal olarak hizmet etmediği ya da dünyaya bir ayna vazifesi görmediğidir. Kitle iletişim araçları (özellikle gazete ve televizyonlar) belli bir konuları daha ön plana çıkarmaktadır ve kamuoyunun dikkatini bu konulara çekmektedir ve bu konuların önemli olduğu konusunda kamuoyunu yönlendirmektedir.

Araştırma verileri konuların yapısı ve seçmenlerin yönelimlerine göre değişiklik gösteren medya türlerine ortaya koymuştur.

⁴² The Collins Dictionary of English Language, Ed. by. Patrick Hanks, London and Glasgow, Collins Press, 1988, p:690.

Araştırma sonuçları kamuoyunun tartıştığı ve önemli bulduğu konuların belirlenmesinde kitle iletişim araçlarının özellikle gazetelerin önemli etkisi olduğunu ve konuları, kişileri kamuoyunun gündemine getirdiğini ortaya koymuştur.

Weaver kitle iletişim araçlarının etkisinin manipülasyonun bir şekli olup olmadığı konusunda düşüncelerine de bu makalede yer vermiştir. Kitle iletişim araçlarının etkilerinin manipülasyonun şekli olmadığına Weavere Manipülasyonun tanımı ve gazetecilerin kendi çıkarları için haber başlıkları seçtikleri konusunda kanıt olmamasını gösterir.

Weaver göre manipülasyon sadece insanların kitle iletişim etkisinden ya da böyle bir etkinin boyutu ve yapısından habersiz olduğunda gerçekleşiyorsa, o zaman gündem kurma manipülasyon şeklidir! Sorusuna hem evet hem hayır cevabını vermektedir. Kitle İletişim araçlarının fark edilmeyen gündem belirleme etkisi bireylerin deneyimleyemedikleri, konularda daha fazladır. Weaver makalesinde gündem kurma ve manipülasyon işlevini engelleyen faktörlere de değinmiştir. Bu faktörler kişisel bilgilere maruz kalma, algılama, alıkoymadır, bireylerin ihtiyaç ve ilgileridir.

Günümüzde kitle iletişim araçlarının gündem oluşturma ve manipülasyon işlevini yayın politikaları, konu, sorunları seçimiyle, yaklaşımıyla ve haberleri sunuş şekliyle bireyleri etkileyerek, yönlendirerek yerine getirmektedir.

1.12. Kitle İletişim Araçlarının Gündemi Belirleyenler

Kitle iletişim araçlarının (özelikle radyo, televizyon, gazete) etkilerini gösteren bir çok araştırma yapılmasına rağmen Kitle iletişim araçlarının gündemini kimin belirlediği sorusu cevapsız kalmıştır. Gündemi kimin belirlediği sorusunun yanıtının bir kısmı gerçek hayattadır.

Kitle iletişim araçları toplumda, dünyada meydana gelen olayları bireylere aktarır. Ancak kitle iletişim araçları aktarırken, olayları haber haline getirirken olayları gerçekten olduğundan farklı bir hale sokar.

Westley, baskı yada özel çıkar gruplarının bir konuyu medya gündemine sokabileceklerini belirlemiştir. Kitle iletişim araçlarının gündemini çıkar ve baskı gruplarının belirlediğini söyler. Funkhouser ise, gerçek olayların akışının yanı sıra bir konunun kitle iletişim araçlarının dikkatini çekmesi için taşınması gereken özellikleri beş maddede belirtmiştir. Bu maddeler:

- “1-) Medyayı olayların akışına uydurmak. Aynı olay kalıpları devam ettikçe, aynı şeylerin devamı olarak algılanıp, haberin yayını durdurulabilir.
- 2-) Genelde görülmeyen fakat önemli olayları çok fazla haber konusu yapmak.
- 3-) Haber değeri taşımayan olayların, haber değeri taşıyan açılarını haber yapılması.
- 4-) Yaratma olaylar yada haber değeri taşıyan olayların üretilmesi.
- 5-) Olay özetleri yada haber değeri olmayan olayların, haber değeri varmış gibi gösterilmesine olanak sağlayan durumlar⁴³.”

Kitle iletişim araçlarının gündemini kimin belirlediği sorusu, kitle iletişim araçlarının içeriğine nelerin etki ettiği ile ilgili daha geniş bir soruya dönüşmüştür. Kitle iletişim araçlarının içeriğine etki eden etmenlerden en önemlisi diğer kitle iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçlarının birbirinde etkilenmelerinin iki nedeni vardır.

Bu nedenlerden birincisi kitle iletişim araçları arasındaki rekabettir, ikinci neden ise kitle iletişim araçlarının Sabah Grubu, Doğan Grubu gibi gruplaşmalarıdır.

Kitle iletişim araçlarının gündemini etkileyen, belirleyen önemli bir faktör diğer kitle iletişim araçlarının içeriğidir. Daniel ve Reese bunu “**medyalar arası gündem oluşturma**” olarak tanımlamışlardır. Kitle iletişim araçlarının gündemini kimin belirlediği konusunda Daniel ve Reese 1989 yılında bir araştırma yaptılar.

⁴³ Yasemin İnceoğlu, “Medya ve Toplum”, İstanbul, Der Yayınları, 1998, s.62.

“Araştırmacılar 1985ve 1986 yılları uyuşturucu kullanımı konusunun medyada baskın olarak yer almasına, toplumda bu sorunun öneminin artmasının değil, ama medyalar arası gündem oluşturma sürecinin neden olduğunu saptadılar⁴⁴”.

Gerçekte uyuşturucu konusunda bir artış olmamış sadece kitle iletişim araçlarında uyuşturucu konusundan daha fazla bahsedilmiştir. Bu iki araştırmacı yaptıkları çalışma ile kitle iletişim araçlarının birbirinden etkilendiğini ortaya koymuştur.

Shoomaker ve Reese medyanın içeriğini etkileyen beş kategori belirlemiştir. Bu kategoriler;

“1-) Medya çalışanlarından kaynaklanan etkiler. Bu etkiler iletişim alanında çalışanların kişisel ve mesleki birikimleri kişisel tutumları ve mesleki rolleri sayılabilir.

2-) Medya tek düzeliğinden kaynaklanan etkiler. Medya kapsamına giren ne varsa, iletişimcinin günlük çalışmasından etkilenir. Bunlar zaman kısıtlılığı, yayındaki yer ihtiyacı, haber yazımının basamaksal yapısı, haber değerleri, muhabirlerin resmi kaynaklara olan bağlılıkları dahildir.

3-) İçerik üzerine örgütsel etkiler. Medya örgütlerinin amaçları vardır .Bunlardan en yaygın olanı, para kazanmaktır. Medya örgütleri para kazanma amaçları nedeniyle içerik üzerinde sayısız değişimlerle istedikleri etkiyi sağlayabilirler.

4-) İçeriğe medya örgütlerinin dışından gelen etkiler. Bu etkiler çıkar gruplarının lobi çalışmalarını, medya kapsamına girebilmek için olaylar yaratmalarını ya da iftira veya müstehcenlikle ilgili yasalarla doğrudan içeriği düzenleyen hükümleri içerir.

5-) İdeolojinin yarattığı etkiler. İdeoloji toplum seviyesinde bir olguyu tanımlar⁴⁵”.

Shoemaker ve Reese bu beş kategoriye Etkiler Hiyerarşisi olarak adlandırmıştır. İletişimcilerin yaptıkları bu çalışmalar kitle iletişim araçlarının gündemi belirlerken bir çok etkenden etkilendiğini ve olayları kamuoyuna yansıtırken kendi tutum ve düşüncelerinin de rol oynadığını göstermektedir.

⁴⁴ A.e., s.63.

⁴⁵ Nurdağın Riğel, İleti Tasarımında Haber, İstanbul, Der Yayınları, 2000, s.25-26.

Kitle iletişim araçlarının gündemine etki eden bir diğer faktörde kamu gündemidir.

Günümüze baktığımızda kitle iletişim aracı kuruluşlarının en önemli amacının para kazanmak olduğunu görüyoruz. Gazeteciliğin ilk yıllarında ve ilk gazetelerin amacı, haberi geniş kitlelere ulaştırmaktı. Gazeteler ve diğer kitle iletişim araçları kuruluşları birer ticari kuruluş haline gelmiştir. Kitle iletişim araçları gündemi belirlerken birbirinden de etkilenmektedir. Bir gazetede çıkan bir haberi, ertesi gün başka bir gazetede görmekteyiz. Bunun iki önemli nedeni vardır. Birincisi kitle iletişim araçlarında çalışanların birbirini takip etmesi, ikincisi ise bir kitle iletişim araçları sahiplerinin sadece bu sektörün bir kolu ile değil birkaç koluyla ilgilenmesi ve birbirleriyle haber alış verişi yapmalarıdır.

Bütün bunlar göstermektedir ki, kitle iletişim araçları özellikle gazete, televizyon ve radyolar gündemi oluştururken bir çok etmenden etkilenmekte ve gündemi oluştururken bazen bilinçli ve düzenli olarak bazen de bilinçsiz ve düzensiz olarak hareket etmektedir.

2. BÖLÜM

2. ARAŞTIRMA VERİLERİNİN GÖRSEL SUNUMU

Bu bölümde yapılan araştırmadan elde edilen verilerin çizelge ve grafikleri sunulmuş ve yorumlanmıştır.

2.1. Araştırma Yöntemi

Bu bölümde 18.12.2000 ve 24.12.2000 tarihleri arasında Hürriyet Gazetesi, Milliyet Gazetesi, Sabah Gazetesi, Akşam Gazetesi, Cumhuriyet Gazetesi, Yeni Bin yıl Gazetesinde yapılan tarama sonucunda seçilen 42 haberin biçim ve içerik analizinden elde edilen verilerin görsel sunumu yer almaktadır. Çalışma evreni ülkemizde yayınlanan 6 günlük gazete ile sınırlandırılmıştır. Siyaset, adalet, ekonomi, spor, magazin, sanat, iletişim, reklamcılık, sağlık, medya, havacılık, ulaşım, eğitim alanlarıyla ilgili 42 haber teknik ve içerik özellikleri açısından 20 soru kapsamında incelenmiştir. Soruların kapsamı Haberin yayın tarihi, yayınlandığı gazete, yayın sayfası, haber tekniği, haberin alanı, haber fotoğraflı mı?, Habere köşe köşelerinde yazarları yer vermiş mi?, Habere kamuoyunun tepkisi var mı? Gibi sorulardan oluşmaktadır.

Araştırmada 42 haberin 20 soru kapsamında incelenme nedeni: Kitle iletişim araçlarının gündem belirleme işlevini ortaya koymak ve çalışmanın yapıldığı bu tarihler arasında hangi olayların ve kurumun gündemde yer aldığını saptamaktır. Araştırma sonuçları grafik ve çizelge olarak sunulmuştur.

HABER İNCELEME ÖRNEĞİ

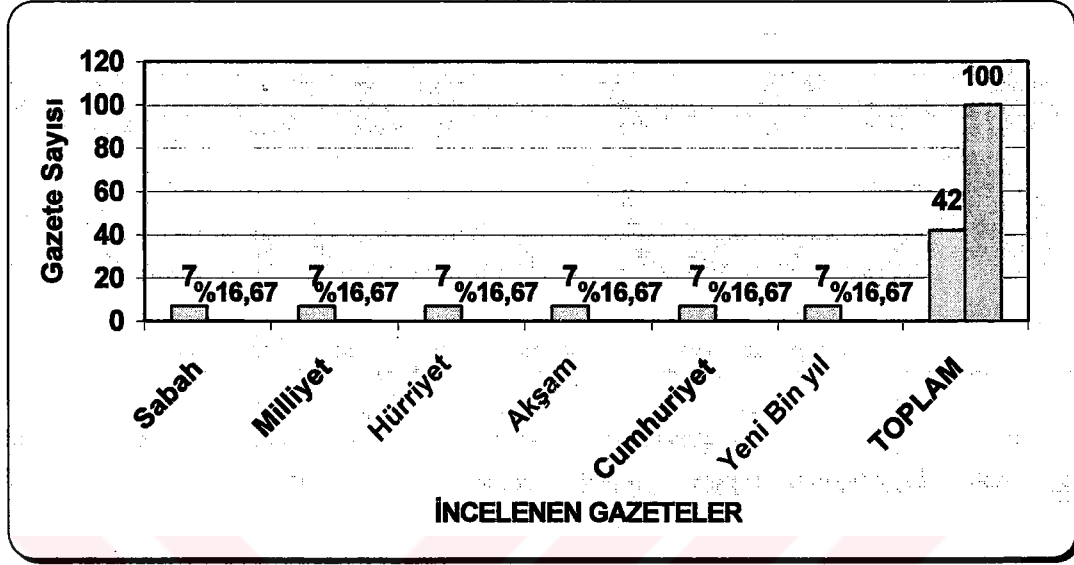
- 1- HABERİN YAYINLANDIĞI TARİH:
- 2- HABERİN YAYINLANDIĞI GAZETE:
- 3- HABERİN BAŞLIĞI:
- 4- HABERİN YAYINLANDIĞI SAYFA:
- 5- HABER KAÇ SÜTÜN:
- 6- HABER KAÇ SATIR:
- 7- HABER KAÇ KELİME:
- 8- HABERİN YAZILDIĞI TEKNİK:
- 9- HABER KONUSU:
- 10- HABER OLUĞU:
- 11- HABER KAYNAĞI:
- 12- HABERİN İLGİLİ OLDUĞU ALAN:
- 13- HABER TÜRÜ:
- 14- HABER BAŞKA GAZETELERDE YAYINLANMIŞ MI?
- 15- HABER AYNI GAZETEDEN BİRDEN FAZLA YAYINLANMIŞ MI? Hayır
- 16- HABER RENKLİ Mİ? RENKSİZ Mİ?
- 17- HABER HANGİ GÜNDEM BELİRLEME MODELİNE YAKIN?
- 18- HABER FOTOĞRAFLI MI? FOTOĞRAFSIZ MI?
- 19- HABERE HANGİ GAZETENİN KÖŞE YAZARLARI YER VERMİŞ?
- 20- HABERE KAMUOYUNUN TEPKİSİ VAR MI?

2.2. Bire Bir Dağılımları

2.2.1. İncelenen Gazetelerin Dağılımı

Gazeteler	n	%
Sabah Gazetesi	7	16,67
Milliyet Gazetesi	7	16,67
Hürriyet Gazetesi	7	16,67
Akşam Gazetesi	7	16,67
Cumhuriyet Gazetesi	7	16,67
Yeni Bin yıl Gazetesi	7	16,67
TOPLAM	42	100

ÇİZELGE 1



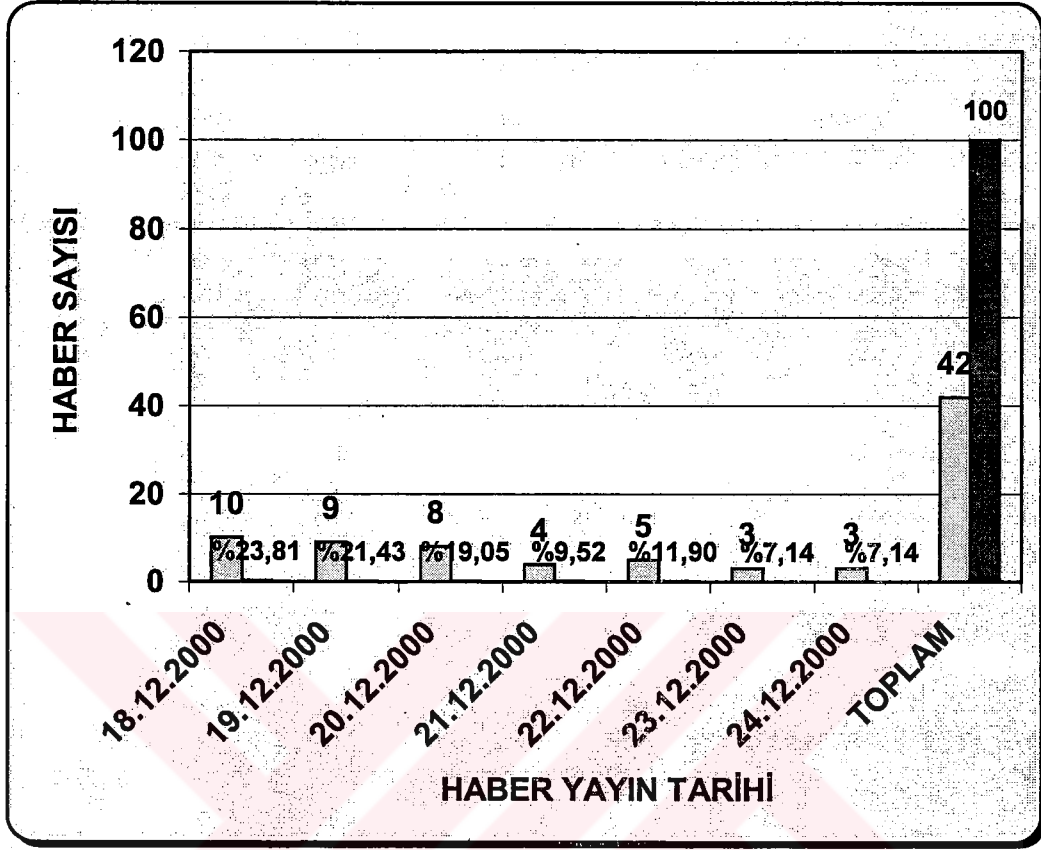
GRAFİK 1

Araştırma kapsamında 18.12.2000 – 24.12.2000 tarihleri arasında Sabah Gazetesi, Milliyet Gazetesi, Hürriyet Gazetesi, Akşam Gazetesi, Cumhuriyet Gazetesi ve Yeni Bin yıl Gazetesi olmak üzere 42 gazete incelenmiştir.

2.2.2. Haberlerin İnceleme Tarihlerine Göre Dağılımı

HABER TARİHLERİ	n	%
18.12.2000	10	23,81
19.12.2000	9	21,43
20.12.2000	8	19,05
21.12.2000	4	9,52
22.12.2000	5	11,90
23.12.2000	3	7,14
24.12.2000	3	7,14
TOPLAM	42	100

ÇİZELGE 2



GRAFİK 2

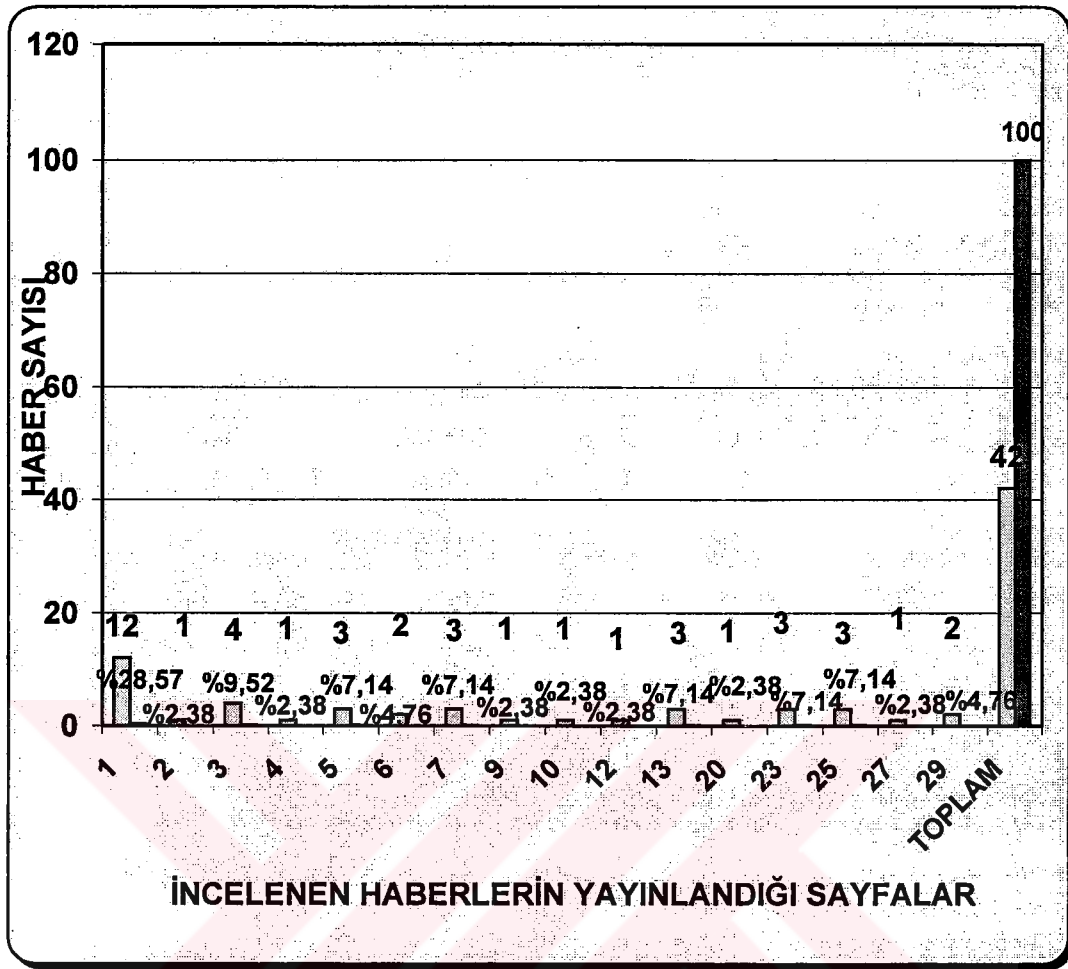
Araştırma kapsamında 6 gazetede incelenen 42 haberin % 23,81'i 18.12.2000 tarihinde yayınlanmıştır, % 21,43'ü 19.12.2000 tarihinde, % 19,05'i 20.12.2000 tarihinde, % 9,52'si 21.12.2000 tarihinde, % 11,90'nı 22.12.2000 tarihinde, % 7,14'ü 23.12.2000 tarihinde, % 7,14'ü 24.12.2000 tarihinde yayınlanmıştır.

İncelenen 42 haber adalet, siyaset, ekonomi, sağlık, magazin, medya, iletişim, ulaşım, reklamcılık, havacılık, sanat, spor ve eğitim alanlarıyla ilgilidir.

2.2.3. Haberlerin Yayınlandığı Sayfalara Göre Dağılımı

Haber Sayfası	n	%
1	12	28,57
2	1	2,38
3	4	9,52
4	1	2,38
5	3	7,14
6	2	4,76
7	3	7,14
9	1	2,38
10	1	2,38
12	1	2,38
13	3	7,14
20	1	2,38
23	3	7,14
25	3	7,14
27	1	2,38
29	2	4,76
TOPLAM	42	100

ÇİZELGE 3



GRAFİK 3

Araştırma kapsamında altı gazetede yayınlanan 42 haberin % 28,57'si 1. sayfada yayınlanmıştır. Bu haberler sayfada yayınlanan haberler adalet, siyaset, ekonomi, eğitim, medya, havacılık alanıyla ilgilidir. 2,38'si 2. sayfada yayınlanmıştır. Bu haber magazin alanıyla ilgilidir. % 9,52'si 3. sayfada yayınlanmıştır. Bu haberler sağlık, iletişim, ulaşım, siyaset alanlarıyla ilgilidir. % 2,38' si 4. sayfada yayınlanmıştır. Bu haberler sağlık alanıyla ilgilidir. % 7,14'ü 5. sayfada yayınlanmıştır. Bu haberler sağlık, magazin, adalet alanlarıyla ilgilidir. %4,76'sı 6. sayfada yayınlanmıştır. Bu haberler reklamcılık, medya alanlarıyla ilgilidir.

İncelenen haberlerin 7,14'ü 7. sayfada yayınlanmıştır. Bu haberler adalet, ekonomi, ve sağlık alanlarıyla ilgilidir. % 2,38'si 9. sayfada yayınlanmıştır. Bu haber ekonomi alanıyla ilgilidir. % 2,38'si 10. sayfada yayınlanmıştır. Bu haber siyaset alanıyla ilgilidir % 2,38'si 12. sayfada yayınlanmıştır. Bu haber siyaset alanıyla ilgilidir.

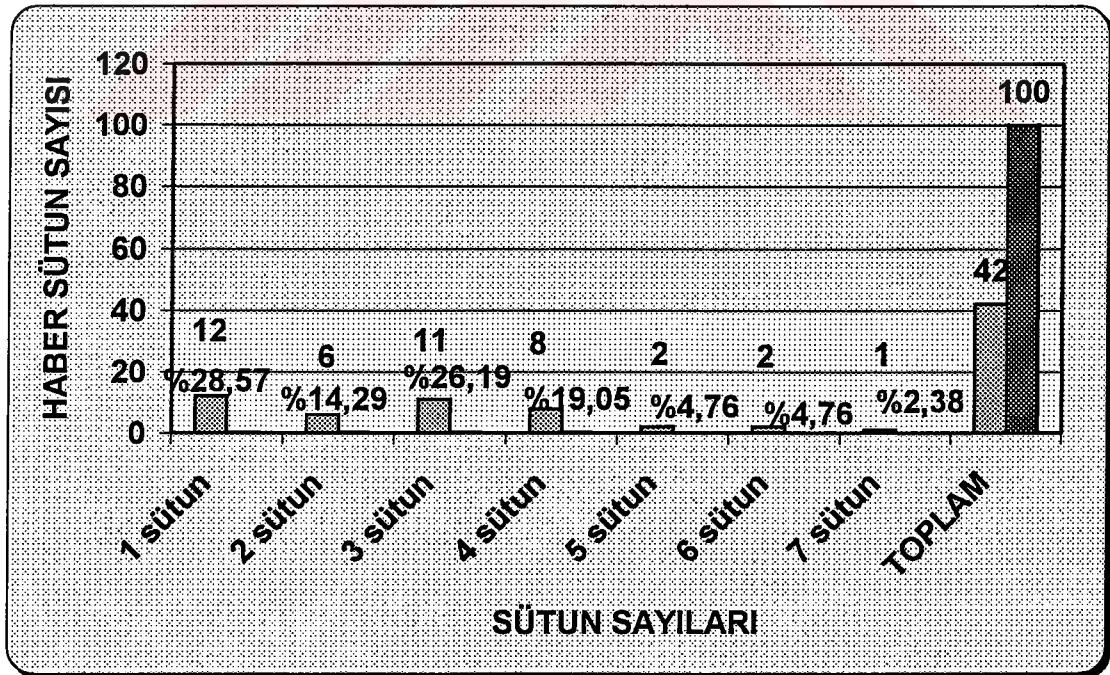
İncelenen haberlerin % 7,14'ü 13. sayfada yayınlanmıştır. Bu haber siyaset ve adalet alanıyla ilgilidir. % 2'si 20. sayfada yayınlanmıştır. Bu haber adalet alanıyla ilgilidir. % 7,14'ü 23. sayfada yayınlanmıştır. Bu haber siyaset, adalet ve spor alanıyla ilgilidir. % 7,14'ü 25. sayfada yayınlanmıştır. Bu haber adalet ve siyaset alanıyla ilgilidir. % 2,38'si 27 sayfada yayınlanmıştır. Bu adalet haber ekonomi alanıyla ilgilidir. % 4,76'sı 29. sayfada yayınlanmıştır. B haber adalet alanıyla ilgilidir.

Araştırma kapsamında incelenen 6 gazetede bir hafta boyunca Adaletle ilgili haberlere 1. sayfada manşetten olmak üzere geniş yer vermişlerdir.

2.2.4. Haberlerin Sütun Sayısı Dağılımı

Haber Sütun Sayısı	n	%
1 sütun	12	28,57
2 sütun	6	14,29
3 sütun	11	26,19
4 sütun	8	19,05
5 sütun	2	4,76
6 sütun	2	4,76
7 sütun	1	2,38
TOPLAM	42	100

ÇİZELGE 4



GRAFİK 4

Araştırma kapsamında incelenen 42 haberin % 28,57'si 1 sütun olarak yayınlanmıştır. Bu haberler spor, siyaset, sanat, adalet, havacılık, iletişim, sağlık, ulaşım alanlarıyla ilgilidir. % 14,29'u 2 sütun olarak yayınlanmıştır. Bu haberler adalet, eğitim, siyaset, magazin alanlarıyla ilgilidir. % 26,19'u 3 sütun olarak yayınlanmıştır. Bu haberler ekonomi, medya, adalet alanlarıyla ilgilidir.

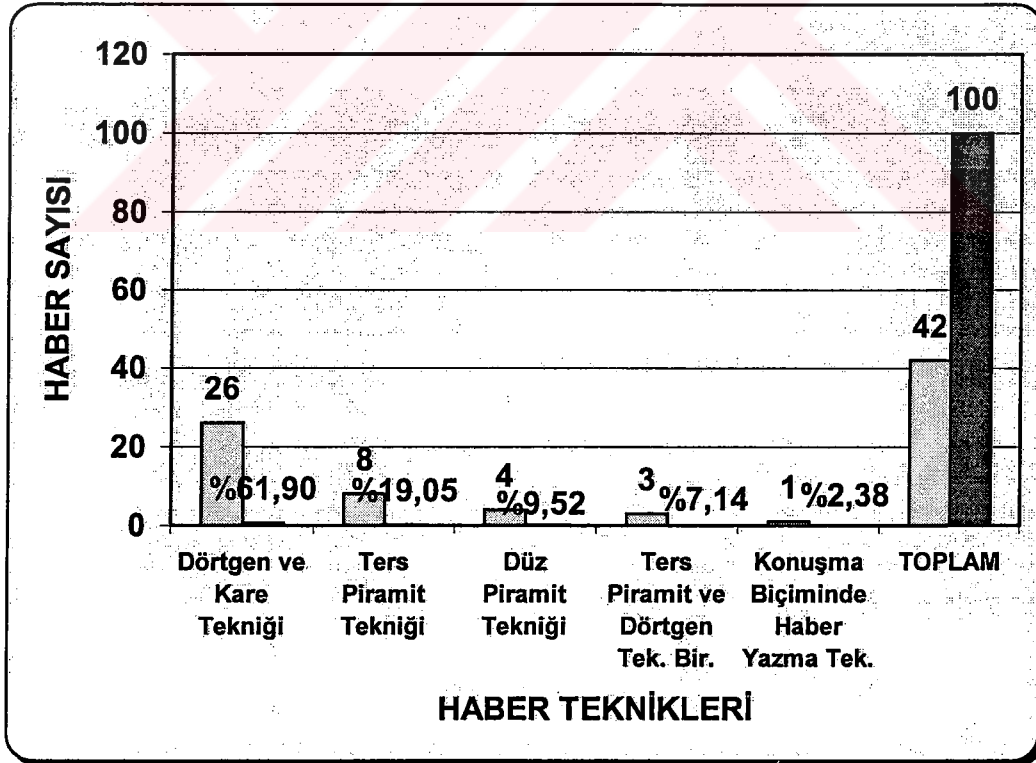
İncelenen haberlerin % 19,05'i 4 sütun olarak yayınlanmıştır. Bu haberler siyaset, adalet, ekonomi, reklamcılık, magazin, sağlık alanlarıyla ilgilidir. % 4,76'sı 5 sütun olarak yayınlanmıştır. Bu haberler siyaset, sağlık alanlarıyla ilgilidir. % 4,76'sı 6 sütun olarak yayınlanmıştır. Bu haberler adalet, alanıyla ilgilidir. % 2,38'si 7 sütun olarak yayınlanmıştır. Bu haber adalet alanıyla ilgilidir.

6 gazetede incelemenin yapıldığı dönemde haberlerin sütun olarak genişliğine bakıldığında en fazla yer verilen haberlerin adalet, siyaset ve sağlık alanlarıyla ilgilidir.

2.2.5. Haberlerin Haber Tekniklerine Göre Dağılımı

Haber Teknikleri	n	%
Dörtgen ve Kare Tekniği	26	% 61,90
Ters Piramit Tekniği	8	% 19,05
Düz Piramit Tekniği	4	% 9,52
Ters Piramit ve Dörtgen Tekniğinin Birleşimi	3	% 7,14
Konuşma Biçiminde Haber Yazma tekniği	1	% 2,38
TOPLAM	42	100

ÇİZELGE 5



GRAFİK 5

Araştırma kapsamında incelenen 42 haberin % 61,90'nı Dörtgen ve Kare Tekniği ile yazılmıştır. Bu tekniğin en belirgin özelliği haberin temelinin giriş bölümünde verilmesidir. Gövde bölümünde ise girişte verilen temel nokta açıklanır. Bu teknikle yazılan haberler “Yak Emri, Metroya kaynak arayışı, ‘Parmak’şimdi de Meclisi karıştırdı, Kendi gitti, Balalaykası kaldı yadigar, Gösteride facia, Mendilciyi dondurucuya kapatanlar serbest, MGK’da cezaevi operasyonları, Hoca yatsaydı, katil çıkamazdı. Barışı yine deneyecekler, Koalisyonunda ‘affet’ emri, HOPPALA İTO Başkanı ara rejim istedi, Af çıktı, tahliyeler başlıyor, Yatağan hasta ediyor, Kent’ten ağlatan ders, Siyasetin sol yelpazesi boş, T.T.B. İstemezlerse bir şey yapamazlar, “AB’ye efelik sökmez”, Operasyon, F tipi cezaevine nakiller başladı, Ölüm orucunda 60. Güne girildi, Sezer Savaşı uçurdu, Sık kemeri al parayı, Mahkemeye koşun, Sevinenler, üzülenler, Medya sıkıntılı ve kritik günler yaşıyor, Türkiye borçlanmada en başarılı” başlıklı haberlerdir.

İncelenen 42 haberin % 19,05’i Ters Piramit Tekniği ile yazılmıştır. Bu tekniğin en önemli özelliği haberin özünün girişte yer alması ve haber verilerinin önemliden önemsiz sıralanmasıdır. Bu teknikle yazılan haberler “Bunun sonu genel af, Floransa Terim için deli oluyor, Cep telefonu kısa vadede temiz çıktı, Bıçaklı profesör, Yahudi örgütünden Ermeni uyarısı, Telekom Arpalığı, Tüp patladı o yattı, OECD’den kara para takibi” başlıklı haberlerdir.

İncelenen 42 haberin % 9,52’si Düz piramit Tekniği ile yazılmıştır. Bu tekniğin en önemli özelliği habere ayrıntıdan başlayarak öze gitmesidir. Bu tekniklerle yazılan haberler “Tıp tarihine geçti, 20 gün 20 gece düğün, Türkiye’ye dar gelen düğün tartışılacak, İşte bu bizim hayatımız” başlıklı haberlerdir.

İncelediğimiz 42 haberin % 7,14’ü Ters Piramit ve Dörtgen Tekniklerinin birleştirilmesi ile yazılmıştır. Bu tekniğin en önemli özelliği önemli noktalar girişte verilme ve ayrıntıların sona bırakılmasıdır. Bu teknikle yazılan haberler “Güngör katili açıklasın, Yargıda kritik seçim ve Ülkü ocaklarına saldırı: 1 ölü” başlıklı haberlerdir.

İncelenen 42 haberin %2,38'si Konuşma Biçiminde Haber Yazma Tekniğı ile yazılmıştır. Bu tekniğın en önemli özelliğı haberde samimi bir ifade kullanılmasıdır. "İşte Deli dana gerçeğı" başlıklı haber bu teknikle yazılmıştır.

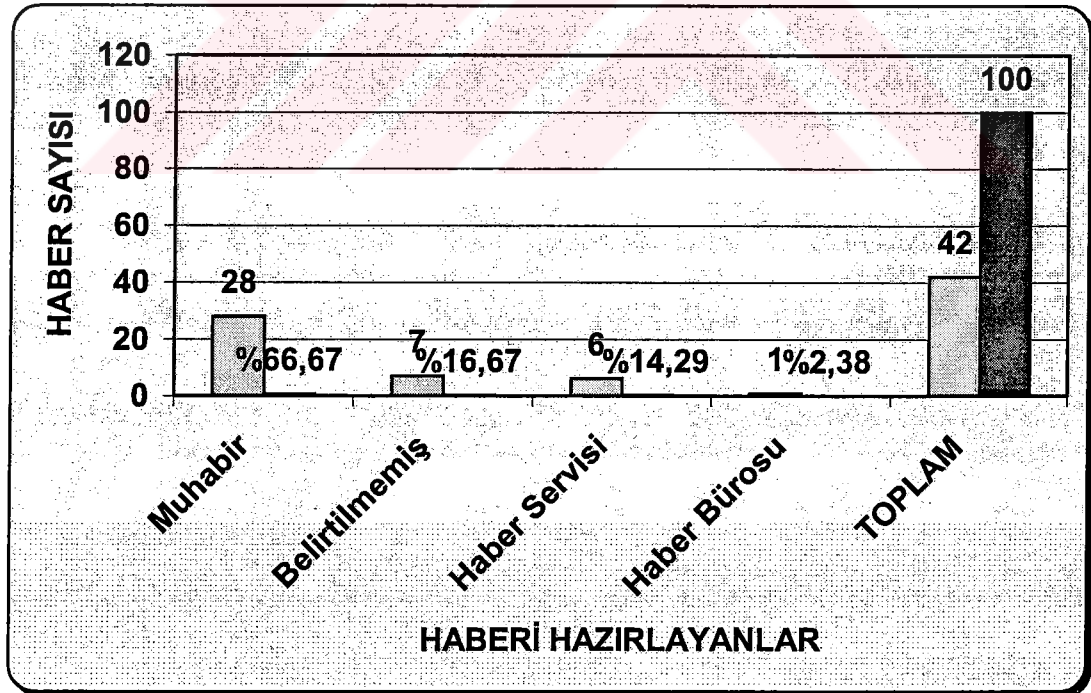
İnceleme sonucunda 6 gazetenin de haberleri yazarken en çok Dörtgen ve Kare Tekniğinin kullandığı ortaya çıkmıştır.



2.2.6. Haberlerin Hazırlayanlarına Göre Dağılımı

Haberî Hazırlayanlar	n	%
Muhabir	28	66,67
Belirtilmemiş	7	16,67
Haber Servisi	6	14,29
Haber Bürosu	1	2,38
Toplam	42	100

ÇİZELGE 6



GRAFİK 6

İncelenen 42 haberin % 66,67'si muhabir tarafından hazırlanmıştır. Muhabir; bir gazetede yayınlanacak haberin haber, yorum, fotoğraf gibi parçalarını bir araya getirip haberi oluşturan kişidir. Bu haberler “Türkiye’ye dar gelen düğün tartışılacak, Kent’ten ağlatan ders, Koalisyonunda ‘affet’ emri, Yatağan hasta ediyor, Siyasetin sol yelpazesi boş, Tıp tarihine geçti, İşte bu bizim hayatımız, Yak Emri, Mendilciyi dondurucuya kapatanlar serbest, Hoca yatsaydı, katil çıkamazdı, F tipi cezaevine nakiller başladı, Operasyon, Sezer Savaşı uçurdu, Mahkemeye koşun, Af çıktı tahliyeler başlıyor, Sevinenler Üzülenler, Hoppala İ.T.O. Başkanı ara rejim istedi, Ülkü ocaklarına kurşun: 1 ölü, Güngör katili açıklasın, Yargıda kritik seçim, Metroya kaynak arayışı, Gösteride facia, Tüp patladı, o yattı, Kendi gitti. Balalaykası kaldı yadigar, ‘Parmak’ şimdi de Meclisi karıştırdı, Bunun sonu Genel af, Yahudi örgütünde Ermeni uyarısı, Bıçaklı profesör başlıklı haberlerdir.

İncelenen 42 haberin % 16,67'sinin hazırlayanı belirtilmemiştir. Bu haberler “Türkiye borçlanmada en başarılı, Medya sıkıntılı ve kritik günler yaşıyor, ‘AB’ye efelik sökmez’, T.T.B. : İstemezlerse bir şey yapamazlar, Ölüm orucunda 60.güne girildi, Telekom Arpalığı ve Cep telefonu kısa vadede temiz çıktı” başlıklı haberlerdir.

İncelenen haberlerin % 14,29’u gazetelerin haber servisleri tarafından hazırlanmıştır. Haber servisleri gazeteye çeşitli kaynaklardan gelen haber değeri taşıyan bildirimleri ve muhabirlerin getirdikleri haber malzemelerini düzenleyerek haber haline getirirler (ekonomi servisi, spor servisi.). Bu haberler “20gün 20 gece düğün, barışı yine deneyecekler, Sık kemeri al parayı, Floransa Terim için deli oluyor, İşte Deli dana gerçeği, O.E.C.D.’den kara para takibi” başlıklı haberlerdir.

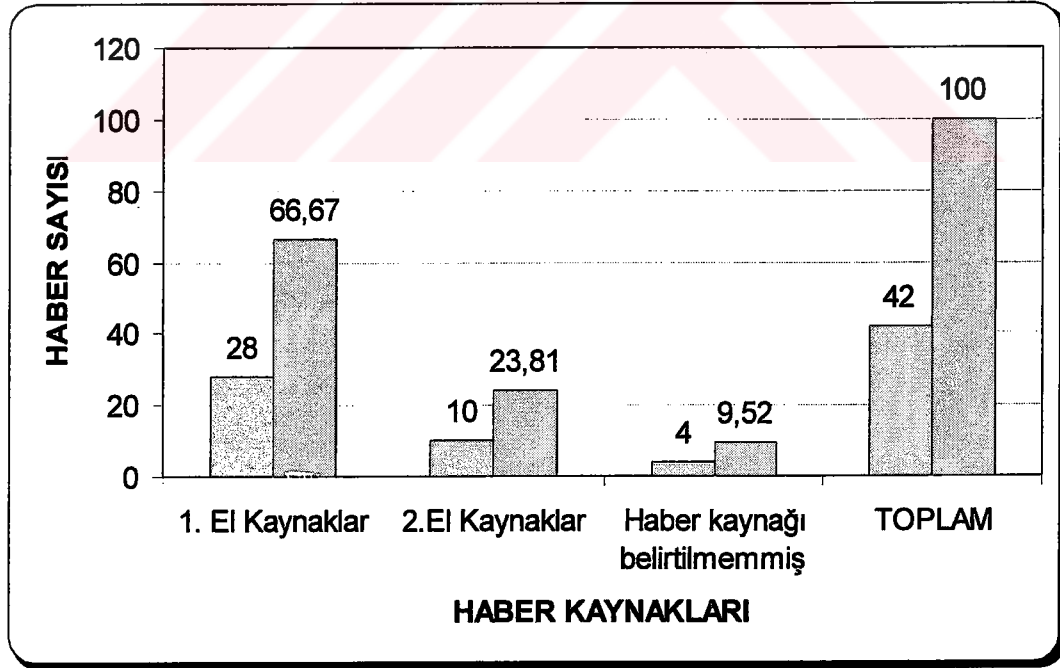
İncelenen haberlerin % 2,38’si haber bürosu tarafından hazırlanmıştır. Haber bürosu; gazetelerin çeşitli ülkelerden ve şehirlerdeki temsilciliklerine denir. Bu haber “MGK’da cezaevi operasyonları” başlıklı haberdır.

Bu grafikte görülmektedir ki 18.12.2000 –24.12.2000 tarihleri arasında 6 gazetede incelenen 42 haberin % 66,67’sinin muhabir tarafından hazırlanmıştır. Bu bulgu konuların, sorunların kamuoyunun gündemine getirilmesinde, muhabirlerin ne kadar etkili olduğunu ortaya koymaktadır.

2.2.7. Haberlerin Haber Kaynağına Göre Dağılımı

Haber Kaynakları	n	%
1.El Kaynaklar	28	66,67
2.El Kaynaklar	10	23,81
Haber Kaynağı Belirtilmemiş	4	9,52
TOPLAM	42	100

ÇİZELGE 7



GRAFİK 7

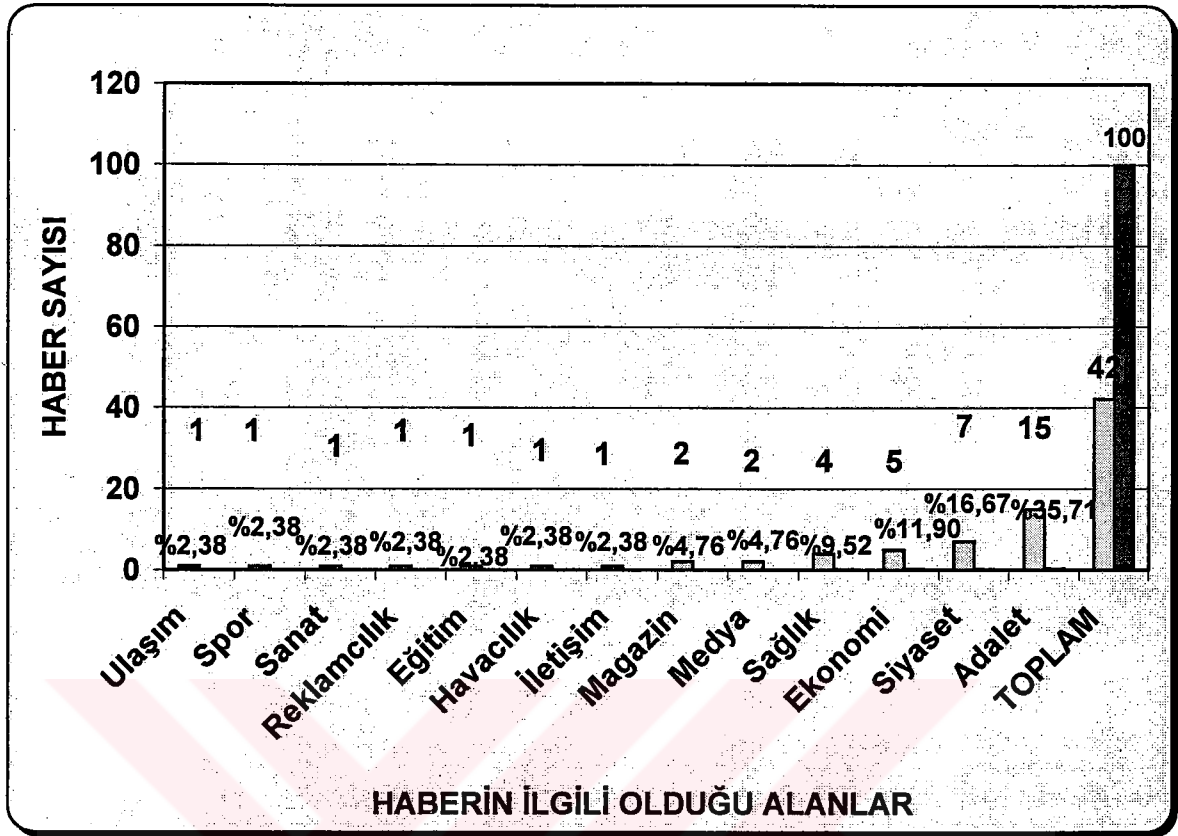
Araştırma kapsamında incelenen 42 haberin % 66,67'sinin kaynağı 1. El kaynaklardır. 1.el kaynaklar muhabirin bizzat kendi elde ettiği haber materyalleridir. Basın toplantıları, basın açıklamaları açılışlar, konferanslarda elde edilen haber materyallerini örnek olarak verebiliriz. Bu haberler Koalisyonunda affet emri, Sezer Savaş'ı uçurdu, Yak Emri, Hoppala İ.T.O Başkanı ara rejim istedi “ ‘Parmak’ şimdi de Meclisi karıştırdı, Metroya kaynak arayışı, F tipi cezaevine nakiller başladı, Mendilci kızı dondurucuya kapatanlar serbest, Tüp patladı, o yattı, Mahkemeye koşun, Bunun sonu genel af, Hoca yatsaydı katil çıkmazdı, T.T.B. : İstemezlerse bir şey yapamazlar, AB'ye efelik sökmez, Yargıda kritik seçim, kendi gitti, Balalaykası kaldı yadigar, Bıçaklı Profesör, Gösteride facia, Güngör katili açıklasın, Siyasetin sol yelpazesi boş, Kent'ten ağlatan ders, Tıp tarihine geçti, İşte bu bizim hayatımız, Türkiye'ye dar gelen düğün tartışılacak, Ülkü ocaklarına saldırı: 1ölü, M.G.K. da cezaevi operasyonları Sevinenler ,üzülenler, Mahkemeye koşun ve Af çıktı tahliyeler başlıyor. başlıklı haberlerdir

42 haberin % 23.81' nin kaynağı 2. El kaynaklardır. 2.El kaynaklı haberler muhabirlerin haber ajansı, haber servisi ve yabancı gazete ve dergi ve diğer kaynaklı haberleridir. Bu haberler Telekom Arpalığı, 20 gün 20 gece düğün Operasyon, İşte Deli Dana gerçeği(Haber Servisi), Yahudi örgütünden Ermeni uyarısı. “Cep telefonu kısa vadede temiz çıktı, OECD'den kara para takibi”(Haber Ajansı), Floransa Terim için deli oluyor ve Türkiye borçlanmada en başarılı”(Yabancı gazete ve dergi), Yatağan hasta ediyor başlıklı haberlerdir. 42 haberin % 9,52'sinin kaynağı belirtilmemiştir. Bu haberler Sık kemeri al parayı, Medya sıkıntılı ve kritik günler yaşıyor, Barışı yine deneyecekler, Ölüm orucunda 60. güne girildi ve, başlıklı haberlerdir.

2.2.8. Haberlerin İlgili Olduğu Alanlara Göre Dağılımı

Haberin İlgili Olduğu alan	n	%
Ulaşım	1	2,38
Spor	1	2,38
Sanat	1	2,38
Reklamcılık	1	2,38
Eğitim	1	2,38
Havacılık	1	2,38
İletişim	1	2,38
Magazin	2	4,76
Medya	2	4,76
Sağlık	4	9,52
Ekonomi	5	11,90
Siyaset	7	16,67
Adalet	15	35,71
TOPLAM	42	100

ÇİZELGE 8



GRAFİK 8

Araştırma kapsamında incelenen 42 haberin % 2,38'si ulaşım ile ilgilidir. % 2,38'si spor ile ilgilidir. % 2,38'si sanat ile ilgilidir. % 2,38'si eğitim ile ilgilidir. % 2,38'si havacılık ile ilgilidir. % 2,38'si reklamcılık ile ilgilidir. % 2,38'si iletişim ile ilgilidir.

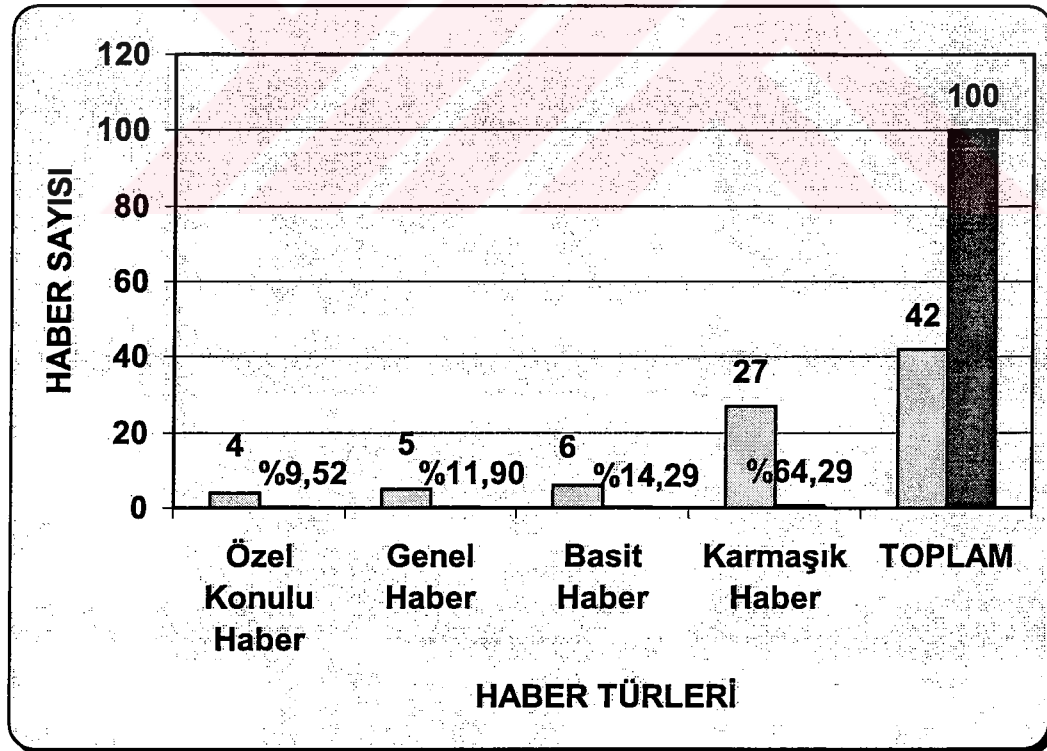
42 haberin % 4,76'si magazin ile ilgilidir. % 4,76'si medya ile ilgilidir. % 9,52'si sağlık ile ilgilidir. % 11,90'nı ekonomi ile ilgilidir. % 16,67'si siyaset ile ilgilidir. % 35,71'ri adalet alanıyla ilgilidir.

Yapılan inceleme sonucunda 18.12.2000 ve 24.12.2000 tarihleri arasında gündemde adaletle ilgili olayların yer aldığı saptanmıştır.

2.2.9. Haberlerin Haber Türlerine Göre Dağılımı

Haber Türleri	n	%
Özel Konulu Haber	4	9,52
Genel Haber	5	11,90
Basit Haber	6	14,29
Karmaşık Haber	27	64,29
TOPLAM	42	100

ÇİZELGE 9



GRAFİK 9

Araştırma kapsamında incelenen 42 haberin % 9,52'si Özel Konulu Haber türündedir. Bu haber türü belli bir konu veya kişi hakkında yazılan haberlerdir. Örnek olarak magazin haberlerini verebiliriz. İncelenen spor, reklamcılık, magazin, medya alanlarıyla ilgili haberler bu haber türüne girmektedir.

42 haberin % 11,90'nı Genel Haber türündedir. Bu haber türü günlük yaşamda çok rastlanan olayları kapsar. Kişi haberleri, toplantılar, açılışlar ilgili Genel haberdur. İncelenen sanat, eğitim, ekonomi, adalet alanlarıyla ilgili haberler bu haber türüne girmektedir

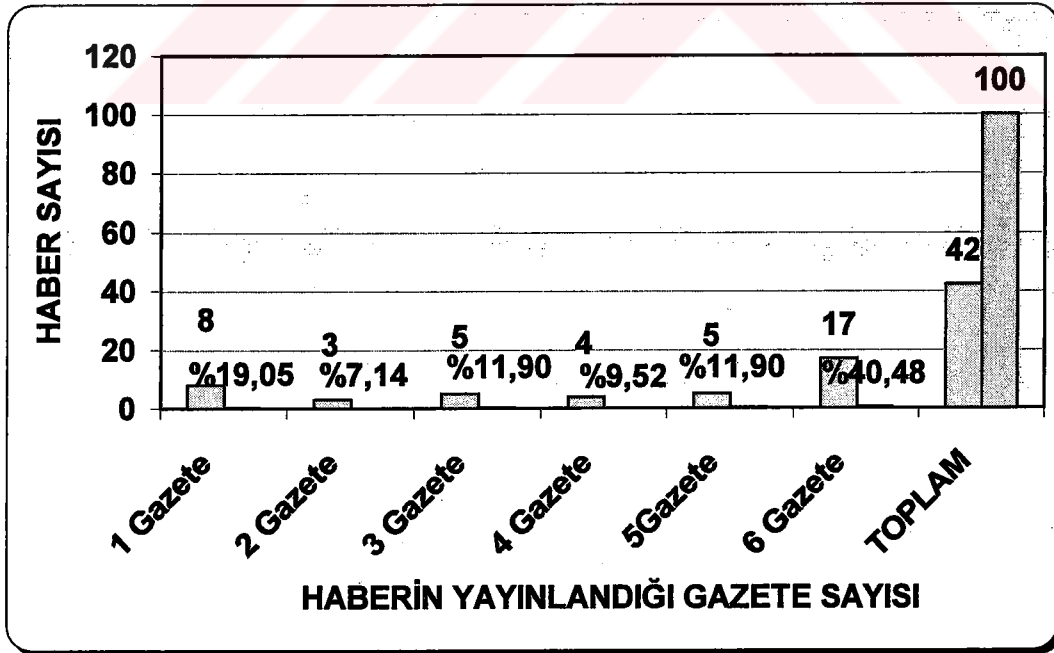
42 haberden % 14'29'u Basit Haber türündedir. Bu haber türü ölüm haberleri, cinayet haberleri, kaza ve doğal afet haberlerini bu tür haberlerdir. İncelenen sağlık, adalet, havacılık alanlarıyla ilgili haberler bu haber türüne girmektedir.

42 haberin % 64,29'u Karmaşık Haber türündedir. Mahkeme haberleri, çalışma hayatına ilişkin haberler, ekonomi haberleri, siyasi haberler bu tür haberlerdir. İncelenen haberlerden siyaset, adalet, ekonomi ile ilgili haberler bu haber türüne girmektedir.

2.2.10. Haberlerin Kaç Gazetede Yayınlandığının Dağılımı

Gazete Sayısı	n	%
1 Gazete	8	19,05
2 Gazete	3	7,14
3 Gazete	5	11,90
4 Gazete	4	9,52
5 Gazete	5	11,90
6 Gazete	13	40,48
TOPLAM	42	100

ÇİZELGE 10



GRAFİK 10

İncelenen 42 haberin % 19,05'i 1 Gazetede yayınlanmıştır. Bu haberler "Mahkemeye koşun (Sabah Gazetesi), Bunun sonu genel af (Yeni Bin yıl Gazetesi), "AB'ye efelik sökmez (Yeni Bin yıl Gazetesi), Siyasetin sol yelpazesi boş (Cumhuriyet Gazetesi), Hoca yatsaydı katil çıkmazdı (Hürriyet Gazetesi), Medya sıkıntılı ve kritik günler yaşıyor (Yeni Bin yıl Gazetesi), Sevinenler Üzülenler (Hürriyet Gazetesi), Metroya kaynak arayışı (Akşam Gazetesi)" başlıklı haberlerdir.

42 haberin % 7'14'ü 2 Gazetede yayınlanmıştır. Bu haberler "Cep telefonu kısa vadede temiz çıktı (Akşam Gazetesi, Milliyet Gazetesi), Kent'ten ağlatan ders (Milliyet Gazetesi, Yeni Bin yıl Gazetesi), İşte bu bizim hayatımız (Sabah Gazetesi, Yeni Bin yıl Gazetesi)" başlıklı haberlerdir.

42 haberin % 11,90'nı 3 Gazetede yayınlanmıştır. Bu haberler "Yahudi örgütünden Ermeni uyarısı (Milliyet Gazetesi, Yeni Bin yıl Gazetesi, Akşam Gazetesi), Telekom arpalık oldu (Sabah Gazetesi, Akşam Gazetesi, Yeni Bin yıl Gazetesi), Tıp tarihine Geçti (Milliyet Gazetesi, Hürriyet Gazetesi, Akşam Gazetesi) Yatağan hasta ediyor (Akşam Gazetesi, Yeni Bin yıl Gazetesi, Cumhuriyet Gazetesi), Floransa Terim için deli oluyor (Cumhuriyet Gazetesi, Sabah Gazetesi, Akşam Gazetesi)" başlıklı haberlerdir.

42 haberin % 9,52'si 4 Gazetede yayınlanmıştır. Bu haberler "Yargıda kritik seçim (Sabah Gazetesi, Cumhuriyet Gazetesi, Milliyet Gazetesi, Akşam Gazetesi), Türkiye'ye dar gelen düğün tartışılacak (Sabah Gazetesi, Hürriyet Gazetesi, Milliyet Gazetesi, Yeni Bin yıl Gazetesi), Türkiye borçlanmada en başarılı (Sabah Gazetesi, Akşam Gazetesi, Hürriyet Gazetesi, Yeni Bin yıl Gazetesi), Bıçaklı profesör (Sabah Gazetesi, Hürriyet Gazetesi, Akşam Gazetesi, Yeni Bin yıl Gazetesi)" başlıklı haberlerdir.

42 Haberin %11,90'nı 5 gazetede yayınlanmıştır. Bu haberler "Ölüm orucunda 60. Güne girildi (Milliyet Gazetesi, Sabah Gazetesi, Akşam Gazetesi, Cumhuriyet Gazetesi, Yeni Bin yıl Gazetesi),

OECD'den kara para takibi (Milliyet Gazetesi , Sabah Gazetesi, Hürriyet Gazetesi, Cumhuriyet Gazetesi, Yeni Bin yıl Gazetesi), Koalisyonunda “affet” emri (Sabah Gazetesi, Akşam Gazetesi, Hürriyet Gazetesi Cumhuriyet Gazetesi, Yeni Bin yıl Gazetesi) İşte Deli Dana Gerçeği, Kendi gitti Balalaykası kaldı yadigar (Sabah Gazetesi, Akşam Gazetesi, Hürriyet Gazetesi, Milliyet Gazetesi, Yeni Bin yıl Gazetesi)” başlıklı haberlerdir.

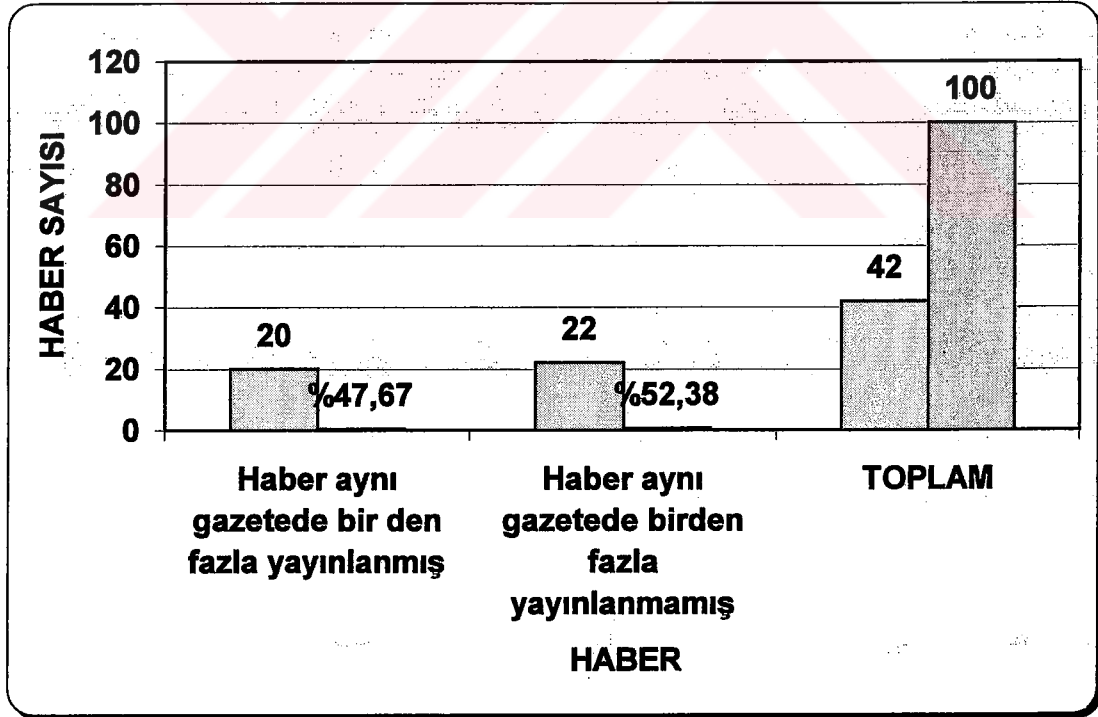
42 haberin % 40,48'i 6 Gazetede (Hürriyet Gazetesi, Sabah Gazetesi, Milliyet Gazetesi, Akşam Gazetesi, Cumhuriyet Gazetesi, Yeni Bin yıl Gazetesi) yayınlanmıştır. Bu haberler Güngör katili açıklasın, Sık kemeri al parayı, 'Parmak' Şimdi de Meclisi karıştırdı, T.T.B.: İstemezlerse bir şey yapamazlar, Gösteride Facia, Ülkü ocaklarına kurşun :1 ölü, Yak Emri, F tipi cezaevine nakiller başladı, HOPPALA İTO Başkanı ara rejim istedi, Operasyon, Sezer Savaşı uçurdu, Barışı yine deneyecekler, MGK'da cezaevi operasyonları, Mendilciyi dondurucuya kapatanlar serbest. Tüp Patladı,o yattı, Af çıktı tahliyeler başlıyor, 20 gün 20 gece düğün başlıklı haberlerdir

İncelenen 42 haberden % 40,48'inin haberin 6 gazetede, 11,90'nının 5 gazetede, yayınlanması günümüzde kitle iletişim aralarının gündem belirlediğinin ve bu haberlerin çoğunluğunun Adalet ile ilgili olması gündemde Adalet Bakanlığının yer aldığı bir kanıttır.

2.2.11. Haberlerin Aynı Gazetede Birden Fazla Yayınlanmalarının Dağılımı

Haber	n	%
Haber aynı gazetede birden fazla yayınlanmış	20	47,67
Haber aynı gazetede birden fazla yayınlanmamış	22	52,38
TOPLAM	42	100

ÇİZELGE 11



GRAFİK 11

Araştırma kapsamında incelenen 42 haberin % 47,67'si aynı gazetede birden fazla yayınlanmış. Bu haberler Yatağan hasta ediyor (Cumhuriyet Gazetesi: 18.12.2000, 20.12.2000, 21.12.2000), Af çıktı tahliyeler başlıyor (Sabah Gazetesi: 22.12.2000 s: 27, 23.12.200 s: 32, Akşam Gazetesi: 22.12.2000 s: 11, 23.12.2000 s: 11).

20 gün 20 gece düğün (Cumhuriyet Gazetesi: 21.12.2000 s: 18, 22.12.2000 s: 18, Hürriyet Gazetesi: 23.12.2000 s: 4, 24.12.2000 s: 4, Milliyet Gazetesi: 22.12.2000 s: 3, 23.12.2000 s: 3, Sabah Gazetesi: 21.12.2000 s: 2, 23.12.2000 s: 4).

Gösteride facia (Sabah Gazetesi: 18.12.2000 s: 1 devamı 12'de, Hürriyet Gazetesi : 18.12.2000 s: 3, 19.12.2000 s: 4, Yeni Bin yıl Gazetesi: 18.12.2000 s: 3, 19.12.2000 s: 3)

Tıp Tarihine geçti (Milliyet Gazetesi: 19.12.2000 s: 5, 20.12.2000 s: 8).

Kent'ten ağlatan ders (Yeni Bin yıl Gazetesi: 19.12.000 s: 6, 23.12.2000 s: 40).

T.T.B. İstemezlerse bir şey yapamazlar (Cumhuriyet Gazetesi: 20.12.2000 s: 5, 21.12.2000 s: 3, 22.12.2000 s: 19, 23.12.2000 s: 4, Milliyet Gazetesi: 20.12.2000 s: 24, 21.12.2000 s: 18).

Ülkü ocaklarına kurşun: 1 ölü(Milliyet Gazetesi: 20.12.2000 s: 23, 21.12.2000 s: 17, Akşam Gazetesi: 20.12.2000 s: 14, 21.12.2000 s:17).

Koalisyonda affet emri (Yeni Bin yıl Gazetesi: 18.12.2000 s: 13, 19.12.2000 s: 12, Milliyet Gazetesi: 18.12.2000 s: 20, 19.12.2000 s: 20, Hürriyet Gazetesi: 18.12.2000 s: 27, 19.12.2000 s: 27, Cumhuriyet Gazetesi: 19.12.2000 s: 5, 20.12.2000 s: 12).

Sezer Savaş'ı uçurdu (Milliyet Gazetesi: 19.12.2000 s: 1 devamı 17'de, 20.12.2000 s: 23, 21.12.2000 s: 17, Akşam Gazetesi: 19.12.2000 s: 12, 20.12.2000 s: 16)

Ölüm orucunda 60. Güne girildi (Milliyet Gazetesi: 19.12.2000 s: 19, 20.12.2000 s: 19, 21.12.2000 s: 18, Cumhuriyet Gazetesi: 18.12.2000 s: 1 devamı 8'de, 19.12.2000 s: 19, 21.12.2000 s: 18, 22.12.2000 s: 7, Akşam Gazetesi: 18.12.2000 s: 12, 21.12.2000 s: 12).

Telekom arpalığı (Yeni Bin yıl Gazetesi: 18.12.2000 s: 1 devamı 7'de, 23.12.2000 s: 5, Sabah Gazetesi: 18.12.2000 s: 9, 21.12.2000 s: 8).

Barışı yine deneyecekler (Cumhuriyet Gazetesi: 18.12.2000 s: 10, 19.12.2000 s: 10, Yeni Bin yıl Gazetesi: 18.12.2000 s: 15, 21.12.2000 s: 15, 22.12. 2000 s: 15).

Türkiye'ye dar gelen düğün (Hürriyet Gazetesi: 20.12.2000 s: 9, 22.12.2000 s: 9, Yeni Bin yıl Gazetesi: 18.12.2000 s: 5, 19.12.2000 s: 5).

F tipi cezaevlerine nakiller başladı (Cumhuriyet Gazetesi: 20.12.2000 s: 7, 23.12.200 s: 7, 24.12.2000 s: 7, Sabah Gazetesi: 20.12.2000 s: 26, 21.12.2000 s: 3).

Bıçaklı Profesör(Akşam Gazetesi: 19.12.2000 s: 1 devamı 10'da, 20.12.2000 s: 21).

Güngör katili açıklasın (18.12.2000 s: 20, 20.12.2000 s: 23, Sabah Gazetesi: 18.12.2000 s: 6, 20.12.2000 s: 27).

HOPPALA İTO Başkanı ara rejim istedi (Hürriyet Gazetesi: 19.12.2000 s: 1 devamı s: 8, 20.12.2000 s: 9, 21.12.2000 s: 13, Milliyet Gazetesi: 19.12.2000 s: 9,

20.12.2000 s: 9, 21.12.2000 s: 6, Cumhuriyet Gazetesi: 19.12.2000 s: 6, 20.12.2000 s: 19, Yeni Bin yıl Gazetesi: 19.12.2000 s: 7, 20.12.2000 s: 8, 21.12.2000 s: 7),

Kendi gitti, Balalaykası kaldı yadigar (Yeni Bin yıl Gazetesi: 20.12.2000 s: 18.21.12.2000 s: 18).

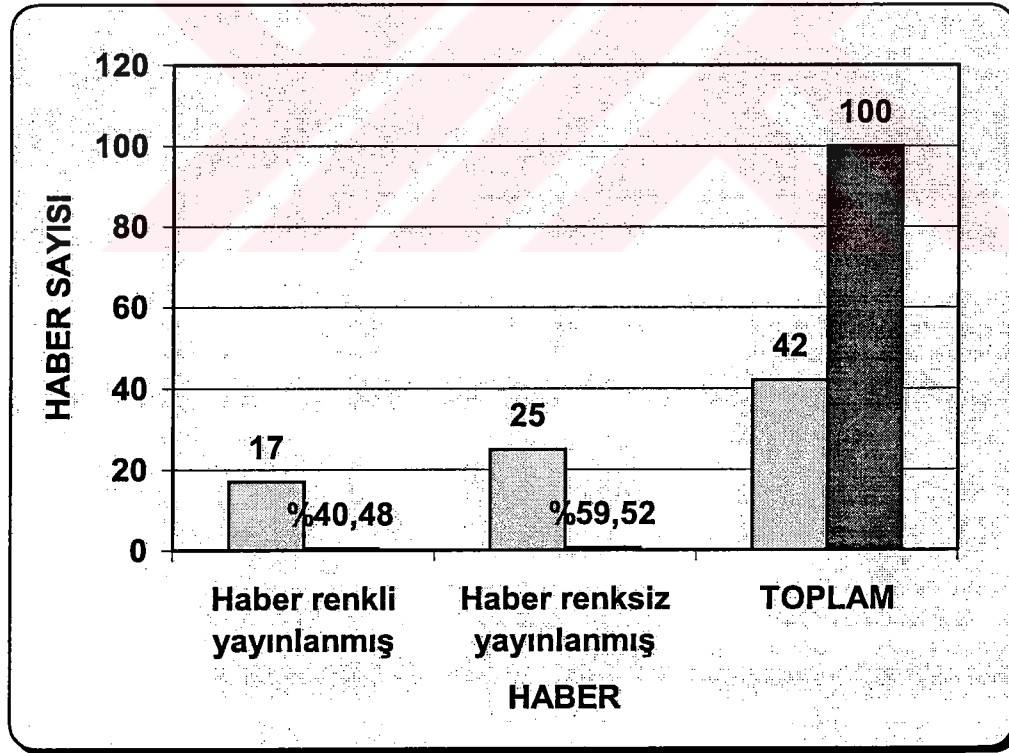
Operasyon (Cumhuriyet Gazetesi: 20.12.2000 s: 1 devamı 6'da, 21.12.2000 s: 7, 22.12.2000 s: 19, 23.12.2000 s: 19, Sabah Gazetesi: 20.12.2000 s: 2-3-4-5-18, 21.12.2000 s: 4, 22.12.2000 s: 19-200, 23.12.2000 s: 20-21-22, Hürriyet Gazetesi: 20.12.2000 s: 2-30, 21.12.12.2000 2.2000 s: 22, 22.12.2000 s: 25, 23.12.2000 s: 25 Milliyet Gazetesi: 20.12.2000 s: 20, 21.12.2000 s: 19, 22.12.2000 s: 19, 23.12.2000 s: 19, Akşam Gazetesi: 20.12.2000 s: 12-14, 21.12.2000 s: 20, 22.12.2000 s: 13, 23.12.2000 s: 12, Yeni Bin yıl Gazetesi: 20.12.2000 s: 2-34-12-13, 21.12.2000 s: 2-3-12, 22.12.2000 s: 12)

Yapılan araştırma sonucunda gazetelerde bazı konu ve olaylarla ilgili haberlerin birden fazla yayınlandığı saptanmıştır. Gazetelerde bazı haberlerin birden fazla yayınlanması habere konu olan olay ya da sorunu kamuoyu gündemine getirmek açısından önemlidir. Özellikle araştırmanın yapıldığı 18.12.2000-24.12.2000 tarihleri arasında adaletle ilgili haberler birden fazla yayınlanmış ve bu konu ile ilgili haberlere (Af yasasının çıkması, cezaevlerine düzenlenen operasyon, F tipi cezaevleri uygulamasına geçiş, Mısır çarsısında meydana gelen patlamadan sorumlu tutulan Pınar Selek'in davası, Yargıtay Baş savcı seçimi vb.) gazetelerde geniş yer verilmiştir

2.2.12. Haberlerin Renkli Yayınlanma Dağılımı

Haber	n	%
Haber renkli yayınlanmış	17	40,48
Haber renksiz yayınlanmış	25	59,52
TOPLAM	42	100

ÇİZELGE 12



GRAFİK 12

Araştırma kapsamında incelenen haberlerin % 40,48'i renkli yayınlanmıştır. Bu haberler adalet, havacılık, eēitim, saēlık, medya, spor, siyaset, iletişim, ulaşım, ekonomi alanları ile ilgilidir.

İncelenen haberlerin % 59,52'si renksiz yayınlanmıştır. Bu haberler ekonomi, siyaset, magazin, reklamcılık, saēlık, adalet sanat alanlarıyla ilgilidir.

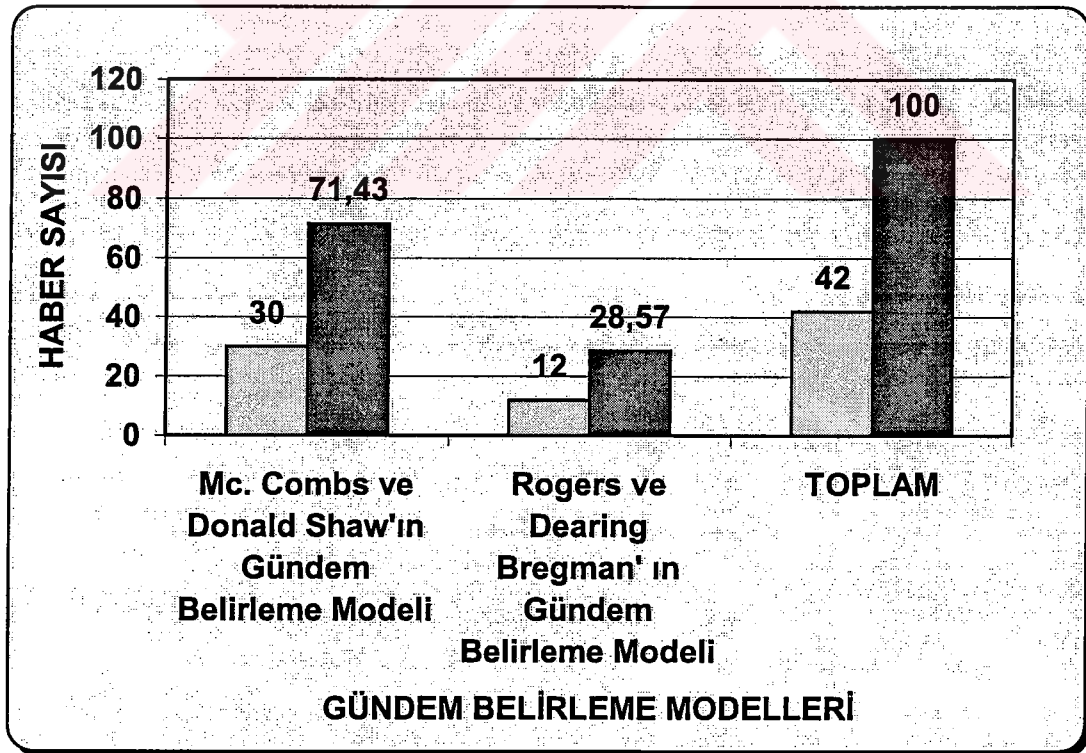
Gazete yayınlanan haberlerin renkli ya da renksiz yayınlanması haberin okuyucu tarafından dikkati çekmesi aēısından önemlidir.



2.2.13. Haberlerin Yakın Oldukları Gündem Belirleme Modellerine Göre Dağılımı

Gündem Belirleme Modeli	n	%
MC. Combs ve Donald Shaw'ın Gündem Belirleme Modeli	30	71,43
Rogers ve Dearing Gündem Belirleme Modeli	12	28,57
TOPLAM	42	100

ÇİZELGE 13



GRAFİK 13

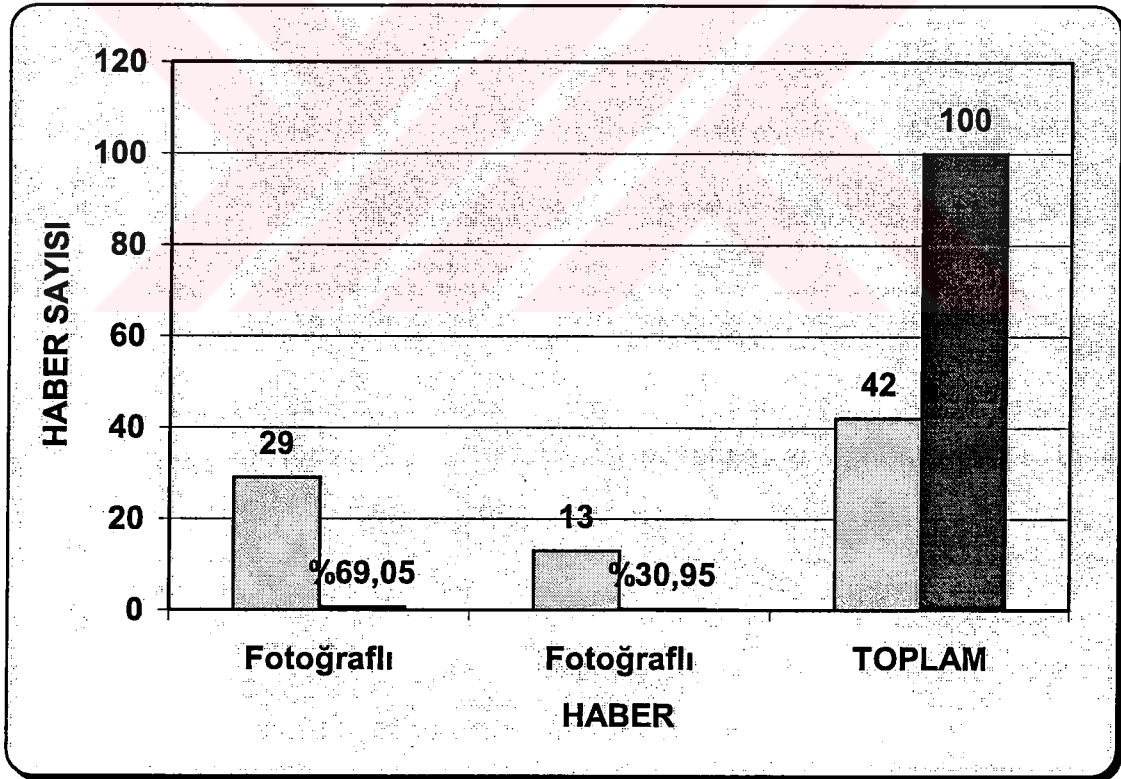
Araştırma kapsamında incelenen 42 haberin % 71,43'ü Malcolm Mc Combs ve Donald Shaw'ın Gündem Belirleme Modeline yakındır. Malcolm Mc Combs ve Donald Shaw Chapel Hill ve Charlotte çalışmaları sonucunda kitle iletişim araçlarının gündem belirleme etkisinin nedensel yönünü ortaya koymuşlardır. Gündem konularının gündemde kalma sürelerinin kamuoyunun konuyu, sorunu algılamalarına ve ilgisine bağlı olduğunu belirtmişlerdir. İncelenen haberlerden bu modele uyan haberler medya, adalet, iletişim, magazin, ekonomi, sanat, siyaset, ulaşım, havacılık, sağlık, eğitim, spor alanlarıyla ilgilidir.

Araştırma kapsamında incelenen 42 haberin % 28,57'si Rogers ve Dearing'in Farklı Dayalı Gündem Belirleme Modeline yakındır. Rogers ve Dearing medya, gündemi, kamu gündemi ve siyaset gündemi olmak üzere üç gündemden bahseder. Bu üç gündemin birbirini etkilediğini söyler. Bu model kitle iletişim araçlarının güvenilirlikleri açısından da farklılıkları olduğunu ortaya koymuştur. Bu modele yakın olan haberler adalet, reklamcılık, medya, ekonomi, siyaset alanıyla ilgilidir.

2.2.14. Haberlerin Fotoğraflı / Fotoğrfsız Yayınlanmalarının Dağılımı

Haber	n	%
Fotoğraflı	29	69,05
Fotoğrfsız	13	30,95
TOPLAM	42	100

ÇİZELGE 14



GRAFİK 14

Gazetede fotoğraf olayın, sorunun kanıtıdır. Haberi somutlaştıran bir belgedir. Gazetecilikte fotoğraf olayı, konuyu güçlendirici ve destekleyici bir belgedir. Araştırma kapsamında incelenen 42 haberin % 69,05'İ fotoğraflı olarak yayınlanmıştır. Bu haberler sağlık, ulaşım,spor,medya, magazin, adalet, siyaset, ekonomi, reklamcılık, eğitim, sanat ve havacılık alanlarıyla ilgilidir.

İncelenen 42 haberin % 30,95'i fotoğrafsız olarak yayınlanmıştır. Bu haberler adalet, siyaset, ekonomi, iletişim ve sağlık alanıyla ilgilidir.

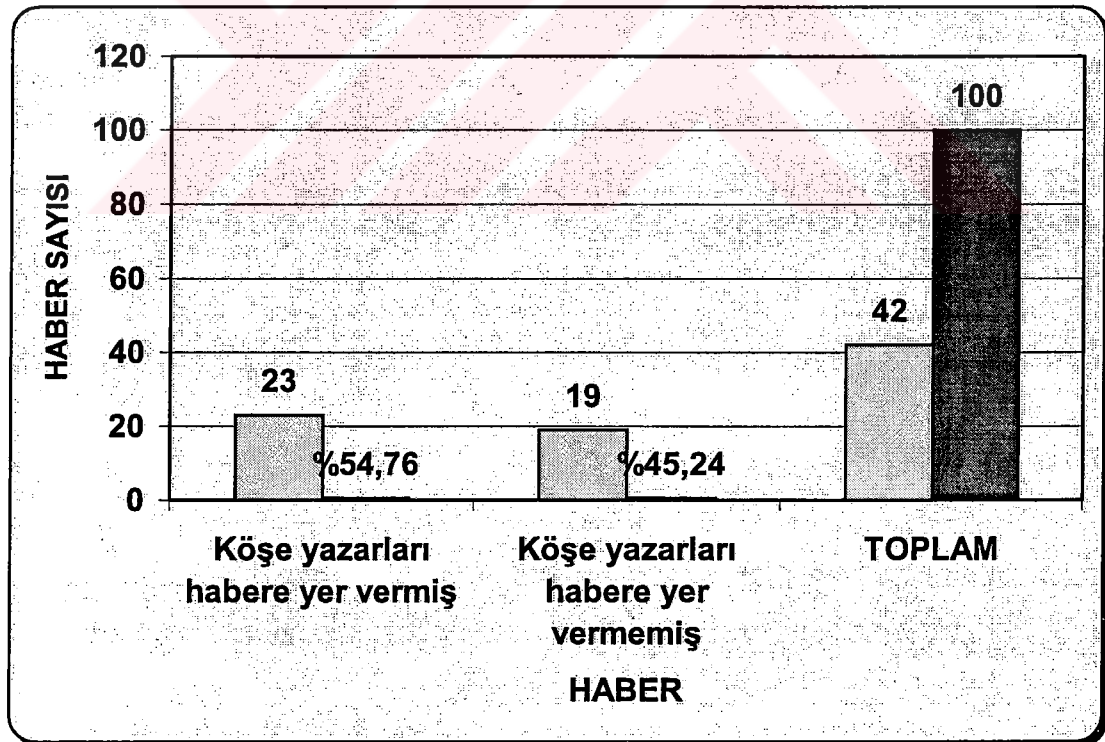
42 gazetede inceleme sonucunda haberlerin % 69,05 fotoğraflı yayınlandığı saptanmıştır. Bu bulgu incelenen haberlerin doğruluğu ve güvenilirliği açısından önemli bir saptamadır.



2.2.15. Köşe Yazarların Haberlere Yer Verme Dağılımı

Haber	n	%
Köşe yazarları yer vermiş	23	54,76
Köşe yazarları habere yer vermemiş	19	45,24
TOPLAM	42	100

ÇİZELGE 15



GRAFİK 15

Araştırma kapsamında incelenen 42 haberin % 54,76'sına köşe yazarları yer vermiştir. İncelenen haberlerin % 45,24'ne köşe yazarları köşelerinde vermediği saptanmıştır. Köşe yazarlarının köşelerinde yer verdikleri Af Yasası, F tipi cezaevi, "Hayata Dönüş Operasyonu" ile ilgili haberlerde farklı yorumlar yapmışlardır.

Şakir Süter 20.12.2000 tarihinde Akşam Gazetesinde yayınlanan yazısında cezaevlerine düzenlenen "Hayata Dönüş Operasyonu"nu eleştirmektedir. Operasyonda mahkumların ve güvenlik güçlerinin ölümünü eleştirmiştir.

Ertuğrul Özkök 20.12.2000 tarihinde Hürriyet Gazetesinde yayınlanan yazısında Adalet Bakanı Hikmet Sami Türk'ün cezaevlerindeki açlık grevi ve ölüm oruçlarının çözümü için bütün eleştirileri göze alarak yaptığı belirtmiştir.

Melih Aşık 20.12.2000 tarihinde Milliyet Gazetesinde yayınlanan yazısında F tipi cezaevleri ve Adalet Bakanı Hikmet Sami Türk'ün uzlaşma sırasında F tipi cezaevlerinin bu haliyle açılmayacağını açıklamasından sonra F tipi cezaevlerini uygulamaya açması bakanlığın güvenilirliğini sarsmıştır.

Cüneyt Ülsever 21.12.2000 tarihli Hürriyet Gazetesinde yer alan yazısında cezaevlerine düzenlenen operasyonu desteklemiştir.

Derya Sazak 21.12.2000 tarihinde yayınlanan yazısında Adalet Bakanı ve Başbakanın Cumhurbaşkanı Sezer'in "Devletin temeli adalettir" açıklamalarının tam tersi davrandığı ve af yasasını değiştirmeden Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezere geri göndermeyi düşünmelerini eleştirmiştir.

Şakir Süter 21.12.2000 tarihinde Akşam gazetesinde yayınlanan yazısında Adalet Bakanlığı Prof. Dr. Hikmet Sami Türk'ün yaptığı açıklamaların birbirini tutmadığını belirtmiş Adalet Bakanlığının bu davranışının nedeni bilinmediğinden Bakanlığa yüklenmenin doğru olmadığını belirtmiştir.

İlker Sarier 21.12.2000 tarihinde Sabah gazetesinde yayınlanan yazısında Adalet Bakanlığının F tipi cezaevlerine sevk yapılamayacak açıklamasından sonra, operasyon sonrası mahkumları F tipi cezaevlerine sevk edilmelerini eleştirmiştir.

Güneri Civaoglu 22.12.2000 tarihinde Milliyet Gazetesinde yayınlanan yazısında cezaevlerine düzenlenen “Hayata Dönüş Operasyonun” yöntemini eleştirmiştir. İnsanların hayatını kurtarmak için yapılan bir operasyonda silah kullanmalarını eleştirmiş

Tufan Türeñç 23.12.2000 tarihli Hürriyet Gazetesinde yayınlanan yazısında açlık grevleri ve ölüm orucunun sona erdirilmesi için bazı kişileri aracı yaptıktan sonra görüşmelerde anlaşma sağlanamadı diye açıklamasını ve hükümet müdahale kararı almıştır açıklamasını normal olduğunu, operasyondan sonra insanların birbirlerini suçlamaya başla malarını eleştirmiştir.

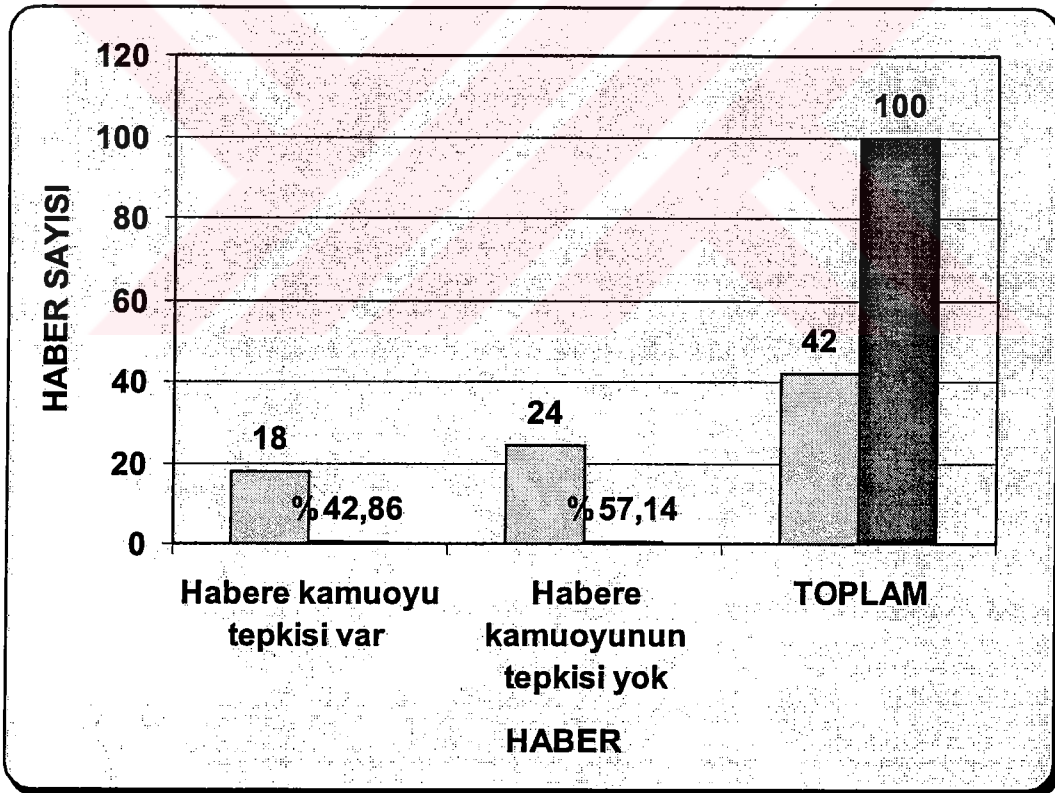
Emin Çölaşan 23.12.2000 tarihinde Hürriyet Gazetesinde yayınlanan yazısında Adalet Bakanlığını af konusunda ısrarı nedeniyle eleştirmiş ve F tipi cezaevi uygulaması konusunda Adalet Bakanlığının halkı aydınlatması gerektiğini belirtmiştir.

Köşe yazarlarının köşelerinde yer verdikleri haberler adalet, sanat, siyaset, iletişim, ekonomi, reklamcılık, magazin, medya, sağlık ve spor alanlarıyla ilgilidir. Köşe yazarlarının köşelerinde yer vermedikleri haberler ekonomi, sağlık, siyaset, havacılık, medya, magazin, eğitim ve adalet alanlarıyla ilgilidir. Köşe yazarları özellikle Af yasası, cezaevlerinde mahkumların yaptıkları açlık grevleri ve ölüm oruçları, cezaevlerine düzenlenen operasyon ve F tipi cezaevlerine nakillerin başlaması ile ilgili köşe yazılarında örneklerde de görüldüğü gibi büyük çoğunluğu Adalet Bakanlığının bu olaylara yaklaşımını eleştirmişlerdir. Adalet Bakanlığına yapılan eleştiriler basına yeterli açıklama yapmaması, yapılan açıklamaların çelişmesi, olaylarda aceleci davranması gibi ortak noktalarda toplanmıştır.

2.2.16. Haberlere Kamuoyunun Tepki Verme Dağılımı

Habere Kamuoyu Tepkisi	n	%
Habere kamuoyu tepkisi var	18	42,86
Habere kamuoyu tepkisi yok	24	57,14
TOPLAM	42	100

ÇİZELGE 16



GRAFİK 16

Araştırma kapsamında incelenen 42 haberin % 42,86'sına kamuoyu tepki göstermiştir. Özellikle Adalet Bakanlığı ile ilgili olaylarda (Af Yasası, F tipi cezaevlerine nakillerin başlaması, Operasyon, ve Ölüm oruçları ve Açlık grevlerine) kamuoyunun yoğun tepkisi vardır. Kamuoyu tepkisini televizyon ve gazeteler aracılığı ile sokak protestoları ile göstermiştir. Kent şeker reklamına ve ATV'de yayınlanan İkinci Bahar dizisine tepkilerini beğendiklerini ve etkilendiklerini dile getirerek göstermişlerdir. Yatağan Termik Santralinin çevreye zehirli gaz saçmasına eylemler, yürüyüşler düzenleyerek göstermiştir. Deli dana hastalığı ile habere tepkilerini et alırken dikkat ederek ve et tüketimini azaltarak göstermiştir.

Kamuoyunun tepki gösterdiği haberler adalet, ekonomi, sağlık, sanat, reklamcılık, medya, ve magazin alanlarıyla ilgilidir.

İncelenen 42 haberin % 54,14'üne kamuoyu tepki göstermemiştir. Bu haberler siyaset, ekonomi, sağlık, iletişim, adalet, havacılık, eğitim, spor alanlarıyla ilgili haberlere olumlu/ olumsuz tepki göstermemiştir.

3. BÖLÜM

3. KAMU KURULUŞLARINDA HALKLA İLİŞKİLER VE T.C. ADALET BAKANLIĞI HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMALARI

“Halkla ilişkiler” terimi ilk kez 1882 yılında Yale Üniversitesinde düzenlenen Halkla ilişkiler ve Hukukçular Yükümlülükleri adlı bir konferansta kullanılmıştır. Halkla ilişkilerin herkesçe geçerli olan bir tanımı yoktur. Halkla ilişkilerin bir çok tanımı yapılmış bu tanımlarda ortak özellikler vurgulanmıştır. Bu tanımlardan bazıları şunlardır.

“Halkla yönetimin eylem ve işlemlerini halka onaylatmak çabası değil, eylem ve işlemleri yönetilenlerle gerçekleştirmek ve böylece kendiliğinden onay elde etmedir¹.”

Halkla ilişkilerin bu tanımında “onay” kavramı dikkat çekiyor. Yapılan çalışmalarının halkın onayını elde etme de yöneticilerle yönetilenlerin birlikte hareket etmesi vurgulanmıştır.

“- Genellikle yönetimle ilgili olarak, belli bir davranışı benimsetmek ya da belli yönde bir hareket yaratmak için halkı inandırma (ikna etme) sanatıdır.

- Dış dünyanın sempati ve iyi niyetini sağlamak amacı ile yönetici ve girişimcilerin baş vurdukları yöntemlerin tümüdür.

- Halkla ilişkiler kamuoyunu etkileme ve ondan etkilenme sürecidir.

- Halkla ilişkiler iki grubu (Kamu örgütleri ve kamuoyu) kaynaştıran özleştiren ve bir bütünlüğe vardırın çabaların tümüdür.

- Yönetimin izlemekte olduğu politikanın halkla benimsetilmesi, çalışmaların sürekli ve tam olarak halkla duyurulması, yönetime karşı olumlu bir hava

¹ Metin Kazancı, Halkla İlişkiler, 3. bs., Ankara, Turhan Kitabevi, 1999, s.59.

yaratılması ve buna karşılık halkın da yönetim hakkında ne düşündüğünün ve yönetimden ne istediğinin bilinmesi ve halkla işbirliği sağlanması görevine halkla ilişkiler denir².”

Bu tanımlarda halkla ilişkilerin, “ikna etme”, “etkileme ve etkilenme”, “benimsetme”, “duyurma”, “işbirliği sağlama” özellikleri vurgulanmıştır.

“- Halkla ilişkiler, tanıtma görevi yapmak , kimlik yaratmak veya bir örgütle kamu arasında ilişki kurmaktır.

- Halkla ilişkiler, tanıma ve tanıtma edimidir; yönetileni aydınlatma, yönetimin eylem ve isteklerini ona açıklama, tanıtma; halkın isteklerini, şikayetlerini öğrenme, tanıma biçiminde iki temel evrede özetlenebilir³.”

Bu tanımlarda ise halkla ilişkilerin, “tanıtma”, “kimlik yaratmak”, “tanıma”, “açıklama”, özellikleri üzerinde durulmuştur.

“Halkla İlişkiler özel yada tüzel kişilerin belirtilmiş kitlelerle dürüst ve sağlam bağlar kurup geliştirerek , onları olumlu inanç ve eylemlere yöneltmesi, tepkileri değerlendirerek tutumuna yön vermesi, böylece karşılıklı yarar sağlayan ilişkileri sürdürme yolunda planlı çabaları kapsayan bir yöneticilik sanatıdır⁴.”

Bu tanımda ise, halkla ilişkilerin “yöneltme”, “değerlendirme”, “yön verme” özellikleri vurgulanmıştır. Halkla ilişkiler iki yönlü bir süreçtir ve bu süreçte iletişim önemli bir faktördür. İletişim halkla ilişkiler çalışmalarının temel öğelerinden biridir. Halkla ilişkilerin ve iletişimin ortak özelliklerinden biri etkileşimin her ikisinde de olmasıdır.

Halkla ilişkilerin temel amacı; kurum ve kuruluşların ilgili çevreleriyle olumlu ilişkiler kurmalarını sağlamak, etkin ve verimli bir iletişim ortamı sağlamak ve kamuoyunu ve yönetimi bilgilendirmektir. Halkla ilişkiler çalışmalarında kitle iletişim araçları, siyasi rejim, yönetim şekli, güven, yönetimle iş birliği önemli faktörlerdir.

² Yücel Ertekin, *Halkla İlişkiler*, 4. bs., Ankara , Yargı Yayınları, 2000, s.19.

³ Mete Çamlıdereli, *Ana Çizgileriyle Halkla İlişkiler*, Konya, Çizgi Kitabevi, 2000, s.17.

⁴ Alaeddin Asna, *Public Relations Temel Bilgiler*, İstanbul, Der Yayınları, 1993, s.13.

Kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler özel kuruluşların halkla ilişkilerinden farklıdır. Kamu kuruluşlarında en önemli nokta:

“Kamu yönetimlerinde özellik arzeden en önemli nokta, halkın çoğu zaman kamu yönetimleriyle ilişkilerini en ön kademelerindeki (en alt basamakla) görevlilerle yüz yüze gelmek suretiyle kuruyor olmalarıdır. Halkın gözünde bu görevliler devletin kendisidir. Bu görevlilerin tutum ve davranışları karşısında halkın duyguları doğrudan devlet için oluşmaktadır. Salt bu nokta bile kamu kuruluşlarının halkla ilişkilerin düzenlenmesinin önemini ortaya koyar⁵.”

3.1. Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler

“Kamu yönetiminde halkla ilişkiler, bir kamu kuruluşunun ilişkide bulunduğu toplum kesiminin güven desteğini sağlamak için giriştiği, iki yönlü iletişime dayalı, sonuçta kamuoyunda kuruluşun, kuruluştaki da toplumun istediği yönde değişikliklerin gerçekleşmesine, böylece kuruluş ile çevresi arasında olabilecek en uygun ölçekte uyum ve denge sağlamasına yönelik sistemli ve sürekli çabalarıdır⁶.”

Halkla ilişkiler iki yönlü bir iletişimdir. Bu iletişimin birinci yönü kuruluşun tanıtılması ve olumlu imaj yaratılmasıdır. İkinci yönü ise halktan kuruluşa doğru bilgi aktarımını sağlamaktır.

Kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler çalışmalarının iki önemli amacı vardır. Bu amaçlar:

“- Halkta kuruluş için destek ve güven sağlamaya yönelik olumlu görüntü yaratılması.

- Kuruluşların hizmet politikalarının halk beklentileri doğrultusunda geliştirilmesi ve bu politikalara değin uygulamaların daha verimli ve etkili duru getirilmesidir⁷.”

⁵ Güngör Onal, *Halkla İlişkiler*, İstanbul, Türkmen Kitabevi, 2000, s.85.

⁶ Selçuk Yalçındağ, “ Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler,” *Amme İdaresi Dergisi*, Ankara, Türkiye Amme İdaresi Yayınları, C. 19, Sayı: 4, Aralık, 1996, s.133.

⁷ A.e., s.135.

Kamuoyunun güvenini ve desteğini kazanmak kamu kuruluşları için önemlidir. Bu desteğin sağlanması çalışmalarının başarılı olduğunun ve görevlerinin yerine getirdiklerinin göstergesidir.

Kamu kuruluşlarının halkla ilişkiler çalışmalarında üzerinde durması gereken noktalar şunlardır:

- Halkla ilişkiler çalışmaları tüm çalışanlara anlatılmalıdır,
- Çalışanların seçiminde titizlik gösterilmeli, halkla ilişkiler konusunda eğitilmelidir,
- İşlerin zamanında ve doğru olarak yapılması sağlanmalıdır,
- Kamu kuruluşunda çalışanların güler yüzlü ve hoşgörülü olmaları sağlanmalıdır,
- İş yeri düzenli ve temiz bir yer haline getirilmelidir.

Kamu kuruluşlarında veya özel sektörde halkla ilişkiler çalışmalarının başarılı olması için iletişim, eğitim, siyasal rejim vb. noktalara dikkat edilmelidir.

3.1.1. Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler Birimlerinin

Düzenlenişi

Günümüzde halkla ilişkiler mesleği genç ve gözde olan bir meslektir. Ülkemizde halkla ilişkiler çalışmaları ilk kez kamu kuruluşlarında (1960) uygulanmıştır.

“Dışişleri Bakanlığı “ Enformasyon Genel Müdürlüğü” ve Milli Savunma Bakanlığı “Basın ve Halkla Münasebetler Daire Başkanlığı” bugün bilinen anlamıyla olmasa da, ilk örneklerdir. Devlet Planlama Teşkilatı “Yayın ve Temsil Şubesi” ve 1964 yılında kurulan Nüfus Planlaması Genel Müdürlüğü Tanıtma

Şubesi Türkiye’de çağdaş halkla ilişkiler çalışmaları yapan ilk kamu kuruluşu olarak kabul edilmektedir⁸.”

Türkiye’de kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler birimlerin düzenlenmesinde üç çalışma önemli rol oynamıştır. Bunlar; 1966 yılında yayınlanan “**Merkezi Hükümet Teşkilatı Araştırması Projesi(MEHTAP)**”, 1972 yılında yayınlanan “**İdari Danışma Kurulu Raporu**” ve 1991 yılında yayınlanan “**Kamu Yönetimi Araştırma Projesidir (KAYA)**”

Kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler birimleri çeşitli isimler altında kurulmuştur. Bu isimlere örnek olarak, “**Halkla İlişkiler ve Tanıtma**”, “**Halkla İlişkiler Şubesi**”, “**Basın Yayın ve Halkla İlişkiler**”, “**Koordinatörlük**”, verilebilir. Halkla ilişkiler birimleri kurulurken kurumda görevler ve sorumluluklar belirlenmeli ve birim en üst yetkiliye bağlı olmalıdır. Halkla ilişkiler birimlerinin çalışmalarının başarılı olmasında yönetiminin güveninin ve desteğinin sağlanması en önemli noktadır.

3.1.1.1. Halkla İlişkiler Birimlerinin Kuruluş Yapısı İçinde Yeri

Bir kurumda halkla ilişkiler birimin kuruluş teşkilatlanmasında nerede yer aldığı ve birime verilen önem, işbirliği ve kurum içinde koordinasyon sağlanması yönünden önemlidir. Kamu yönetimlerinde halkın istek ve gereksinimlerini öğrenmenin en iyi yolu halkla ilişkiler birimi kurmaktır. Kamu kuruluşları, çalışmalarını halkla tanıtmak ve halkın beklentilerini, şikayetlerini belirlemek amacıyla halkla ilişkiler çalışmaları yapmaktır. Özellikle kamu kuruluşlarında halkın beklentilerini, şikayetlerini öğrenmek halkın güvenini kazanmak açısından büyük önem taşımaktadır.

⁸ Filiz Balta Peltekoğlu, **Halkla İlişkiler Nedir**, 2.bs., Ankara, Beta Yayınları, 2001, s.98.

“Kamu yönetimlerinde başarı sağlanması öncelikle yönetimin halkla ilişkiler sonucunda elde ettiği tepkilere göre kendisi için sonuçlar çıkarabilme amacıyla olmasına bağlıdır⁹.”

Kuruluş içinde halkla ilişkiler birimi şu unsurlara göre belirlenir:

- “- Kuruluşun tarihsel gelişimi,
- Kuruluşun karşılaştığı sorunlar,
- Sorumlu personelin kişiliği,
- Diğer personelin kişilikleri.

Bunlara kuruluşun eleman sayısı, bütçe vb. bakımlardan büyüklüğü ile kurumdaki iş bölümü ve uzmanlaşma düzeyini ekleyebiliriz¹⁰.”

Kuruluşta halkla ilişkiler birimi kurulurken yukarıda belirtilen faktörler; Birimin kuruluş içinde yerini belirlemede ve birimin çalışmalarının başarıya ulaşmasında önemli rol oynar. Ayrıca bu maddeler çalışacak elemanların niteliğinin, sayısının belirlenmesinde ve birimin kurum teşkilatlanmasında yerinin saptamasında da etkilidir.

3.2. Kamu Kuruluşlarında Yönetmel Etkinlik ve Halkla İlişkiler

Halkın kamu kuruluşlarından beklentileri, dilekleri, şikayetleri iyi çalışan bir halkla ilişkiler birimi varsa kuruluş tarafından öğrenilebilir ve halkın kuruluştan beklentileri gerçekleştirilebilir. Tüm bunların gerçekleştirilmesi için halkın güveni ve desteğinin sağlanması gerekmektedir.

⁹ Metin Kazancı, *Halkla İlişkiler*, Ankara, Ankara Üniversitesi, S.B.F. Yayınları, 1980, s.80.

¹⁰ İbrahim Sarıkoç, *Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler, Başbakanlık Halkla İlişkiler DaireBaşkanlığı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, iletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bilim Dalı*, 1988, s.38.

“ Kalkınma planları, programları, yeni vergi uygulamaları gibi toplumun büyük kesimlerini ilgilendiren konulardan, belediyelerin kent-içi trafik düzenlemeleri ya da zabıta önlemleri gibi belli çevreleri ilgilendiren programlarına kadar çok sayıda yönetsel etkinlikte başarı, ilgili toplum kesimlerinin destek ve işbirliğini sağlaması oranında artıyor. Toplumun bunlara tepkisinin ters yönlü olması ise etkili hizmet yürütülmesi açısından yönetimlere türlü sorunlar yaratıyor¹¹. ”

Kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler biriminin ve çalışmalarının önemi halkın güven ve desteğinin sağlanmasıdır. Halkla ilişkiler çalışmalarının kamu kuruluşlarının amaçlarını sağlamak için iki yöntem kullanılır. Bu yöntemler tanıtma ve tanımadır.

3.2.1. Halkı Tanıma Yöntemleri

Kamu kuruluşlarında görev yapan halkla ilişkiler birimi kuruluştaki işleri olan bireyleri tanımak ve beklentilerini, dilek ve şikayetlerini öğrenmek için aşağıdaki yöntemlerden yararlanılır.

3.2.1.1. Halkla Yüz Yüze İlişki

Halkla ilişkiler çalışmalarında en yaygın olanı yönetici veya görevlilerle halkın yüz yüze ilişki kurmasıdır. Bu yöntem halkı tanımak için kolay ve etkili bir halkla ilişkiler yöntemidir. Kamu kuruluşlarında çalışan görevliler günlük işlerinde değişik nedenlerle yöneticilerle ve vatandaşlarla yüz yüze iletişim kurmaktadır. Kamu kuruluşlarında halkla yüz yüze ilişkiler genelde çalışanlarla gerçekleştirildiği gibi zaman zaman üst düzey yöneticiler tarafından da gerçekleştirilmektedir. Yüz yüze ilişkiler halkı tanımak için kolay ve etkili bir halkla ilişkiler yöntemidir.

Yüz yüze ilişkilerde amaç bireyin sorunu çözmek ya da beklentisini, isteğine cevap vermektir. Kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler açısından yüz yüze ilişkiler

¹¹ Selçuk Yalçındağ, “Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler,” *Amme İdaresi Dergisi*, Ankara, Türkiye Amme İdaresi Yayınları, C. 19, Sayı: 4, Aralık, 1996, s.152.

yönetilenlerin sorunun çözümünde, kurumun çalışmaları hakkında düşüncelerini öğrenmede önemlidir. Ayrıca kurumda alınacak karar öncesi ve sonrası yönetilenlerin düşüncelerini öğrenmede önemli bir etkidir. Bunun yanında yüz yüze ilişkiler kurumun gelecekteki çalışmalarına da yön verir.

3.2.1.2. Danışma

Danışma yönteminin çok değişik kullanım alanları vardır. Hem kurumda çalışanları çeşitli konularda bilgilendirmek hem de kurumda işi olan bireyleri bilgilendirme ve yönlendirme amacıyla kullanılabilir. Danışma kurumda çalışma düzenini sağlamak için kullanılan yöntemlerden biridir. Hakla ilişkiler açısından danışma yöntemi, yönetimin ve halkın karşılıklı olarak birbirleri hakkında, kurumun çalışmaları hakkında ve halkın kurumdaki beklentilerini öğrenmek için kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntemde amaç kurum ile halk arasında uyum sağlamaktır.

“Danışma halkı tanımak için yönetim yararlanabileceği en etkili yöntemlerden bir başkası. Halkla ilişkilerin bir yöntemi olarak danışma, yönetim ile yönetilenler arasında uyum sağlamaya yönelik bir çalışmadır. Bu amacı gerçekleştirdiği oranda yönetsel etkinliğin sağlanmasının araçlarından birisi olarak yararlı olacaktır.”¹²

Kamu kuruluşları halkın istek ve gereksinimlerini dikkate alarak çalışmalarını sürdürmelidir. Halk devlet dairesine gittiğinde sorunu ile ilgilenecek yetkili bulmakta zorluk çeker. Bu sorun devlet dairelerinde danışma büroları kurularak çözülebilir.

Danışma yöntemi kamu kuruluşlarına kuruluşa örgütsel bir nitelik kazandırır, düzen sağlar, iş yığılmalarını önler. Kuruma gelenlerin işlerini kısa biçimde halletmelerini sağlar.

Danışma yöntemi yönetimin aldığı kararlarda ve yaptığı çalışmalarda halkın olumlu ya da olumsuz tepkilerini belirlemede önemli ve etkili bir yöntemdir. Danışma yöntemini kullanan kurumlar, bu yöntemle halkın tepkilerini tespit

¹² A.e., s.153.

edebilirler ve tespitler doğrultusunda kurumun işleyişi ve çalışmaları konusunda gerekli düzenlemeleri yapma olanağı verir.

3.2.1.3. Kamuoyu Araştırmaları

Kamuoyu araştırmaları kurumların halk tarafından beklentilerini, şikayetlerini ve yapılan çalışmaların etkilerini öğrenme açısından etkili bir halkla ilişkiler yöntemidir.

“Türkiye’de ilk kamuoyu araştırmaları ilk kez 1960’larda Prof. Dr. Nermin Abadan Unat tarafından başlatılmıştır. Abadan-Unat’ın yabancı kuruluşlar için politik konularda yaptığı bu araştırma sonuçları genellikle yurt dışında yayınlanmıştır¹³.”

Halkı tanımada ve beklentilerini, isteklerini belirlemede kullanılan yöntemlerden biri de kamuoyu araştırmalarıdır. Danışmanın özel bir türüdür. Kamuoyu araştırmaları kamu kuruluşlarının halkla ilişkiler birimleri tarafından yapılabilir ya da kamuoyu araştırma şirketlerine yaptırabilirler. Kamu kuruluşları toplumun beklentilerini, dilek ve şikayetlerini öğrenmek için kamuoyu araştırmalarından yararlandığı gibi az bilgiye sahip olduğu konularda da yaptırabilir.

Kamuoyu araştırmaları yapılırken ankette, araştırmayı yaptıran kuruluş, soru listesi, yöntem ve araştırma düzeni, araştırma zamanlaması hakkında bilgiler yer almalıdır. Ayrıca araştırmadan elde edilen bilgilerin geçerli olabilmesi için istatistik bilgilere yer verilmelidir.

¹³ Necdet Atabek, Kamuoyu: Basında Kamuoyu Araştırmaları,” Ankara, Yeni Türkiye DergisiMedya Özel Sayısı, Yeni Türkiye Medya Hizmetleri, Sayı:11, 1996, s.868.

3.2.1.4. Basın

Kamu kuruluşları kamuoyuna bilgi vermek, bazı konularda bilgi sahibi olmak amacıyla yararlanabileceği diğer bir yöntem kitle iletişim araçlarında özellikle basında yer almaktır. Kamu kuruluşlarının halkın kurumdan beklentilerini öğrenmek ve çalışmalarını halka duyurmada kullandıkları etkili yöntemlerden bire basından yararlanmaktır.

Halk kamu kuruluşlarında çalışan yönetici ve memurların çalışmalarından habersizdir. Bu nedenle halk devlet dairelerinde çalışanlarından şikayet ederler. Bu düşüncenin nedeni halkın devlet dairesinde çalışanların yaptığı işlerden haberdar olmamasıdır. Kamu yönetimlerinin halka bilgi vermemesinin örgütlenme hataları, gizlilik gibi nedenleri vardır. Kamu kuruluşları genelde halkın beklentilerinden habersizdir.

Demokratik yönetimlerde halk sendikalar, basın ve çeşitli meslek kuruluşlarının yardımıyla sesini duyurmaya ve kamu kuruluşları ile ilgili düzenlemeleri ve işleri takip eder. Radyo, televizyon ve basında halkın beklentilerini, şikayetlerini içeren haberler, röportajlar, programlar yer almaktadır. Ancak bunlar kamu kuruluşları tarafından yeterince takip edilmemektedir.

Basında yer alan haberleri, röportaj, haber yazıları, okuyucu mektupları kamu kuruluşları ile toplum arasında iletişim kurmada ve halkın tepkilerini saptamada önemlidir.

Bu nedenle kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler birimleri , görevlileri kitle iletişim araçlarıyla özellikle basınla iyi ilişler kurmalı ve kitle iletişim araçlarında yer alan kuruluşla ilgili haberleri takip etmelidir.

Yüz yüze iletişim kurma, danışma, kamuoyu araştırmaları, Basınla ilişki kurma yöntemlerinde belirlenen konuları uygulama ve saptanan yanlışlıkları düzeltme yönetimin kararına bağlıdır. Yönetim isterse uygular, istemezse uygulamayabilir. Bu yöntemlerden daha etkili yöntemler de vardır. Bu yöntemler biri “katılma” dır. Katılma halkın yönetime katılmasıdır. Bu yöntemde önemli olan

toplumsal çevre, ekonomik özellikler, kültürel faktörler önemli etkenlerdir. Katılma yöntemi halkla yönetimin kaynaşmasını sağlar, sorunun kısa sürede çözümünü ve kurumda kısa sürede eksikliklerinin tespitini sağlar,. Diğer bir yöntem ise “işbirliği ve bütünleşme”dir. Bu yöntem daha çok yerel yönetim tarafından tercih edilir. Çalışmalarda birliktelikte sağlanmışsa bütünleşmede gerçekleşir. Kuruluşlar bu yöntemleri kullanarak:

- Kurumun işleyişini halka tanıtırlar.
- Yönetimsel formaliteleri açıklarlar.
- Kuruma gelen bireylerin işlerini kolaylaştırır.
- Yöneticilerin ve çalışanların işlerini kolaylaştırır.
- Kurum içinde düzen ve çalışmalarda rahatlama sağlar.
- Halkın kurumdan beklentilerini ve şikayetlerini belirler.

Kamu yönetiminin tanıtılmasında halkla ilişkilerin birimlerinin önemli rolü vardır. Halkla ilişkiler birimleri yönetim ile halk arasında köprü görevi görür ve kuruluşun çalışmalarını yönlendirir.

3.3. Türkiye’de Halkla İlişkiler ve Yönetim

Türkiye’de halkla ilişkiler çalışmaları birtakım özellikler taşımaktadır. Bu özellikler:

- Halkın yönetime katılma isteği zayıftır.
- Her türlü yeniliğe karşı tepki vardır.
- Verilen sözlerin tutulmaması güvensizlik yaratır.
- Kamu örgütlerinde yaşanan bürokratik engelledir.

- Kitle iletişim araçlarıyla iletilen mesajların anlaşılması güçtür. Mesaj önderler tarafından yayılır.

Bu özellikler kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler çalışmalarının yapılmasını ve yapılan çalışmaların başarıya ulaşmasını zorlaştırmaktadır. Bu nedenle ve varolan sistemde yaşanan sorunlar kamu kuruluşlarında yeniden düzenleme gereksinimi ortaya çıkarmıştır.

Kamu yönetiminde yapılan çalışmalara geri dönersek:

1966 yılında yayınlanan “**Merkezi Hükümet Teşkilatı Araştırma Projesi (MEHTAP)**”, 1972 yılında kamu kuruluşlarında yapılması gereği kurulan İdari danışma kurulunun yayınladığı “**Yeniden Düzenlenmesi İlkeleri ve Öneriler**” adlı bir rapor ve 1991 yılında yayınlanan “**Kamu Yönetimi Araştırma Projesi (KAYA)**” kamu kuruluşlarında yeniden yapılanma ve halkla ilişkiler birimlerinin çalışmalarını desteklemesi açısından önemlidir. Bu konuda yapılan en kapsamlı proje olan “**Kamu Yönetimi Araştırma Projesi (KAYA)**” Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü tarafından yapılmıştır. Bu rapor Türk Kamu Sistemi üzerinde yapılan en kapsamlı araştırmadır ve “**Halkla İlişkiler ve Enformasyon**” konusuna yer verilmiştir.

Bu projenin amacı, merkezi yönetimin merkez ve taşra örgütü ile yerel yönetimleri etkili, süratli, ekonomik, verimli ve nitelikli hizmet görececek bir düzeni sağlamak ve yönetimde, kaynaklarda haberleşmede ve halkla ilişkilerdeki aksaklıkları saptamak ve düzeltmektir.

Bu projenin test aşamasında kamu kuruluşları ile ilgili aşağıdaki saptamalar yapılmıştır.

“- Kamu yönetimi kapsamındaki bir kısım görevler ya hiç yapılmamakta ya da ancak sınırlı ölçülerde ve amaçtan uzak biçimde gerçekleştirilmektedir.

- Temel nitelikte kimi görevlerin yürütülmesinde, hizmette birlik ve bütünlük temel bir sorun olarak her alanda kendisini göstermektedir.

- Kimi görevler merkezi yönetim kapsamında bulunmakla birlikte, görevi gerçekleştirecek işlevsel nitelikte örgütsel düzenlemelere gidilemediğinden, eldeki yapı, gereksinimleri karşılayamamaktadır.

- Önemli orandaki merkezi yönetim görevlerinde ise, gereksiz ve amacı aşan

bir örgütsel büyüklüğe ulaşılmıştır. Bu durum görev ve yapı arasındaki ussalık dengesinin kurulmasını güçleştirmektedir.

- Merkezi yönetim görevlerindeki oransal artış, sistemin bir çok noktada tıkanmasına ve işleme bozukluklarına neden olmakta; görevlerin merkez, taşra ve yerel yönetimler arasında ussal dağılımı yeterince sağlıklı biçimde gerçekleştirilememektedir.

- Kimi kamu örgütlerinde, bunların kuruluşuna gerekçe olan görevin önemi azalmasına karşın, süreç içinde toplumsal gereksinimlerden kaynaklanan ikincil görevler, asıl görevlerin yerini almakta; bu da örgütlerde görev kaymalarına yol açmaktadır.

- Yönetimde genel bir kaynak sıkıntısı çekilirken; öncelikli olmayan kimi konularda kaynak savurganlığına yol açmakta; sınırlı kaynaklardan, daha etkili olarak yararlanma yoluna gidilmemektedir.

- Kamu kuruluşlarında, görev-yetki sorumluluk dengesinin iyi kurulmamış olması, örgütsel etkinliği olumsuz yönde etkilemektedir.

- Aynı görev için birden çok kuruluş yetkilendiğinde, görev ortada kalmakta; bu da bu da görevsel etkinliği azaltmaktadır.

- Görevlerin bölünüşünde ve düzenlenmesinde görev ve örgüt ile çevresel girdi ve değişkenlerin göz ardı edilmesi ya da bunların yeterince dikkate alınmaması¹⁴.

Kamu Yönetimi Araştırması Projesinin kamu yönetiminde halkla ilişkiler birimi ve çalışmaları hakkında saptamaları vardır. Bu saptamaları şunlardır:

- Kamu yönetiminde halkla ilişkiler uygulamaları üst kademeden alt kademeye herkesin görevidir.
- Halkla ilişkiler birimlerinin personel çözömlenmelidir.
- Kamu yönetimlerindeki halkla ilişkiler birimleri yeterli bilgi ve donanıma sahip değildir.
- Halkla ilişkiler birimleri halkın sorunlarına cevap verememekte ve sorunların çözöümü uzun zaman almaktadır ve kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler biriminin yaptığı işler halk tarafından yeterince bilinmemektedir.

Araştırmada ayrıca halkla ilişkilerle ilgili saptanan sorunlara çözöüm önerileri de getirilmiştir.

¹⁴ Kamu Yönetimi Araştırması, Genel Rapor, Ankara, TODAİE Yayını, No: 238, 1991, s.5.

Araştırmanın son bölümünde ise öneriler sunulmuştur. Bu öneriler biride Basın yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğünün Devlet enformasyon Başkanlığına dönüştürülmesi ve Bakanlıklarda Halkla İlişkiler birimlerinin kurulmasıdır. Kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler konusuna bir çok hükümetin programlarında da yer vermişlerdir. Buna örnek olarak:

“13 Aralık 1983 –21 Aralık 1987 tarihleri arasında görev yapan I. Turgut Özal Hükümeti’nin Programında “ büyük önem ve ağırlık verilmesi, gayretlerin ve kaynakların üzerinde teksif edilmesi gereken temel altı mesele” arasında “bürokrasi meseleleri”de sayılmakta, kırtasiyecilikle nasıl mücadele edileceğine dair ayrıntılı hükümler yer almaktadır¹⁵.”

Hükümet programlarında kamu kuruluşlarının yaşanan sorunların saptanması ve halkla ilişkiler çalışmalarının yapılmasını destekleyen görüşlerin yer alması olumlu bir gelişmedir.

“5.7.1991- 25.11.1991 tarihleri arasında görev yapan Mesut Yılmaz Hükümeti’nin programında İdari ve ekonomik yönetimimizin bürokratik işlemlerini azaltılması çalışmalarının sürdürüleceği, çalışanı ödüllendirmek ve korumak esasına dayanacak olan kamu personel rejimi politikası içinde vatandaşa iyi muamele edenle etmeyen,” de ayırt edecek bir yaklaşımın benimseneceği bildirilmektedir¹⁶.”

25.11.1991 tarihinde göreve gelen Türkiye Cumhuriyeti’nin 49 hükümeti(V. Koalisyon VII. Süleyman Demirel) programında halkla ilişkiler konusuna, özellikle kırtasiyecilikle mücadele konusu ve halk ve bürokrat ilişkilerine, kamu kuruluşlarındaki görevlilerin çalışma şeklindeki düzenlemelere yer verilmiştir.

Türkiye Cumhuriyetinin kurulmasından itibaren göreve gelen hükümetler programlarında halkla ilişkiler konusuna yer vermişler ve programlarında devlet halk halkla ilişkisine kırtasiyecilik ile mücadele ve kamu kuruluşlarında çalışanların tarafsızlık konusunda yapılacak çalışmalara .

¹⁵ İbrahim Sarıkoç, **Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler, Başbakanlık Halkla İlişkiler Daire Başkanlığı**, yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, iletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bilim Dalı, 1988, s.31.

¹⁶ T.C. Resmi Gazete, 06.07.1991, s: 20921, s.8-10.

Ayrıca Kalkınma Planları ve Yıllık Programlarda da halkla ilişkiler konusu ele alınmıştır. Örneğin Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda,

“Kamu kuruluşlarındaki halkla ilişkiler konusuna özel bir önem’ verileceği belirtilirken, önceki Planın ‘bürokrasinin azaltılması kamu yönetiminde etkinlik, hız ve verimin artırılması yoluyla halka ilişkilerin geliştirilebileceği” yaklaşımını benimsediği görülmektedir. “kamu kuruluşları nüfus, tapu gümrük gibi doğrudan halka hizmet konularında; gereksiz yazışmadan kurtararak hızlı, verimli, etkin çalışan birimler haline getirilecektir. Bu tür konulardaki mevzuat ve bunların uygulama düzeni basitleştirilerek halkın bilgisine sunulacaktır”¹⁷.

diye belirtilmiştir.

Halkla ilişkilerin tanıtma yönü 1983 programında daha ağırlıklıdır. Bu programda Türkiye'nin tanıtılmasına daha ağırlık verilmesi ve Türkiye hakkında olumsuz durumlara karşılık verilmesi gerektiği belirtilmiştir. 1986 Yılı Programında da halkla ilişkilerle ilgili şu düşünceye yer vermiştir.

“Devlet vatandaş ilişkilerinin sağlıklı biçimde yürütülmesini sağlamak amacıyla, bakanlıkların merkez teşkilatlarında kurulması öngörülen Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliklerinin fonksiyonlarını tam olarak yerine getirebilmesi için, bilgi vermenin yanında vatandaştan devlete aktarılması gereken bilgileri taşıyacak bir sistem oluşturulacaktır”¹⁸.

1990 Yılı Programında ise kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler birimlerinin görevlerini çeşitli nedenlerle yerine getiremediği saptanmış ve tanıtma ve stratejilerle ilgili ve devlet halk ilişkisi konusunda önlemler sıralanmıştır.

Kamu kurumlarında halkla ilişkiler konusuna yapılan planlarda, programlarda yer verilmesine karşın çeşitli nedenlerle uygulamada tam olarak başarılı olamamıştır.

¹⁷ İbrahim Sarıkoç, **Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler, Başbakanlık Halkla İlişkiler Daire Başkanlığı**, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bilim Dalı, 1988, s.31.

¹⁸ A.e., s.32.

3.3.1. İdari Danışma Merkezi

İdari Danışma Merkezi 26.01.1966 gün ve 6 /5875 sayılı Bakanlar Kurulu kararına göre kurulmuştur. İdare Danışma Merkezi halkın kamu kuruluşları ile ilgili sorun ve beklentilerine çözüm bulmak amacıyla Maliye, İçişleri, Sağlık, Turizm, Sağlık ve Sosyal Yardım, Gümrük ve Tekel, Köy İşleri, Ulaştırma, Adalet, Savunma Bakanlıklarında ve Ankara Belediyesinden görevli 15 memurdan kurulmuştur. İdari Danışma Merkezinin görevleri şunlardır:

“ - Halkın kamu kuruluşları ile ilgili sorularını cevaplandırmak, iş sahibi vatandaşların söz konusu kuruluşlarla ilgili başvurularını kolaylaştırmak , bilgileri telefonla vermek,

- İdarenin halkla ilişkilerin kolaylaştırılmasına, idari işlemlerde formalitelerin basitleştirilmesine ve bu suretle kırtasiyeciliğin azaltılmasını sağlayacak bilgilerin toplanmasına, bu bilgilerin ilgili kurumlara iletilmesine ve gerekli düzeltme tedbirlerin alınmasına aracılık etmek¹⁹.”

İdari Danışma Merkezi kendilerine bildirilen sorunları çözmeye çalışmıştır. İdare Danışma Merkezi yapılan bir araştırma sonucunda halk tarafından yeterince tanınmadığı tespit edilmesi sonucunda 1972 yılında kapatılmıştır. Bu merkez vatandaşların telefonla bildirdikleri sorunları incelemiş, ilgili kurumlara bildirmiş ve çözüm üretmeye çalışmıştır.

Günümüzde kamu kuruluşları telefonla halkı bilgilendirme ve danışma hizmeti sunmaktadır. Buna örnek olarak 155 Polis İmdat, 154 Alo Trafik, 189 Maliye, 112 Sıhhi İmdat verilebilir.

¹⁹ Yücel Ertekin, *Halkla İlişkiler*, 4. bs, Ankara, Yargı Yayınları, 2000, s.138.

3.3.2. Ombudsman

Ombudsman terimi ile anlatılmak istenen şudur:

“Çeşitli bürokratik yapılarca kendi işlerine ilişkin olarak yapılan işlemler hakkında halkın yakınmalarını götürdüğü büro ya da özel bir memur anlatılmaktadır²⁰”.

Günümüzde “**Ombudsman**” kavramı sık sık gündeme gelmektedir. Yönetimin yargı yoluyla denetlenmesi dışında bir denetim mekanizması olarak düşünülen Ombudsmanın Türkçe karşılığı kamu denetçisidir. Ombudsman her bireye yardımcı olmalı ve onların sorunlarıyla ilgilenmelidir.

Ombudsman kurumu uygulamasının ilk örneği İsveç’te 1809 yılında gerçekleşmiştir. Türkiye’den ve İslam ülkelerinden de Ombudsman kurumuna örnek olarak: “**kadil kuzat**”, “**Divan al mazalim**” ve Emeviler’de “**Yakınmalar Evi**” kurumlarını verebiliriz. İslam devletlerinde valilerin ombudsman görevi yapmışlardır, halkın sorunlarını, şikayetlerini dinlemişlerdir. Bunun yanında halkın sorun ve şikayetlerini dinleyen bir özel yargıçlık sistemi kurulmuştur.

Ombudsman kurumunun genel özelliklerini şöyle sıralayabiliriz;

- Ombudsmanın arkasında siyasi destek vardır.
- Ombudsman aldığı kararlarda bağımsız ve tarafsızdır.
- Kamu kuruluşları ile yakın işbirliği yapar.
- Ombudsman’a başvuru yapmak kolay ve ucuzdur.
- Ombudsman kitle iletişim araçları ile ilişki içindedir.
- Ombudsman kurumun tanıtılması ve benimsetilmesinin en iyi yöntemi verimliliklidir.

²⁰ Victor J. Pickl, “Ombudsman ve Yönetimde Reform,” Çev. Turgay Ergun, **Amme İdaresi Dergisi**, Ankara, Türkiye Amme İdaresi Yayını, C:19, Sayı: 4, Aralık 1996, s.37.

- Ombudsman'ın bütçe ve özlük hakları üzerinde yürütme organının hiçbir etkisi yoktur.

Ombudsman kurumu özelliklerine baktığımızda parlamanto ve kamu kuruluşları ile ve kitle iletişim araçları ile iyi ilişkiler kurması ve başvuruların kolay olması dikkat çekmektedir.

Ombudsmanın görevini yerine getirirken, şu noktalara dikkat etmelidir:

“Ombudsman herkes için hazır olmalıdır. Bu halkın genel hukuksal danışma alma hakkının olması, yakınmaları ile ilgili olarak bir ombudsmanlık olaydan kişisel olarak bilgi edinmesi ve bir yakınmayı sözlü yapabilmesi demektir²¹.”

Ombudsman kurumunun en önemli etkisi halkın sorunlarıyla ilgilenmesi ve aynı sorunların tekrar yaşanmaması için gerekli yasal düzenlemelerin yapılmasını sağlamasıdır. Ombudsman niteliğinde bazı organlar bir çok ülkede kullanılmaktadır. Bu ülkelere İsveç, İngiltere, İtalya, Avusturya, Polonya ve Finlandiya'yı örnek verebiliriz. Ombudsman kurumunun başarılı olması siyasal sistem ve hükümetler kurumun tespit ettiği aksaklıklara, beklentilere ve şikayetlere karşı duyarlı olmasına bağlıdır. Ombudsman kendisine başvuran kişilerle aynı derecede ilgilenmelidir ve aldığı kararlarda tarafsız olmalıdır.

Kamu denetçisi sisteminin halk için basit ve ucuz olması ve kısa sürede sonuç vermesi, konunun ülkemizde de ilgi çekmesinin sağlamıştır. Ancak Ombudsman kurumunun Türkiye'de de etkili olmayacağı düşünülmektedir. Bunun nedeni siyasal sistem farklılıkları ve kültürel ve coğrafi farklılıklardır. Ombudsman kurumunun Türkiye'de gerekli anayasal düzenlemeler yapıldıktan sonra oluşturulması gerektiğini düşünenlerde vardır. Gerekli düzenlemeler yapılmadan ombudsman uygulamasına geçilirse yarardan çok zarar getireceği düşünülmektedir. Eğer Anayasa da gerekli düzenlemeler yapılırsa ombudsman kurumunun ülkemizde uygulanması yarar sağlar. Kamu kuruluşları ve çalışmalarıyla ilgili şikayetler azalır.

²¹ A.e., s.43.

Ülkemizde Ombudsmanlık için ismi en çok geçen kişi 9. Cumhurbaşkanı Süleyman Demireldir. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı bakanlık uygulamalarına bağlı olası hataları önlemesini sağlamak amacıyla Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TO.B.B.), Türkiye Esnaf ve Sanatkarı Federasyonu(T.E.S.K.) ile Türkiye Ziraat odaları Birliğine (T.Z.O.B.) ombudsmanlık yetkisi tanımıştır. Bu protokol Sanayi ve Ticaret Bakanı Yalım Erez, T.O.B.B. Başkanı Fuat Miras, T:E.S.K. Başkanı Derviş Günday ile T.Z.O.B: Başkanı Faruk Yücel arasında imzalanmıştır. Bu protokol ile başkanlar Baş Ombudsmanlık, il başkanlarına ombudsmanlık yetkisi verilmiştir.

3.3.3. Kırtasiyecilikle Mücadele

Kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler çalışmalarının en önemli amacı; Halkın kamu kuruluşlarında yaşanan en önemli sorunlardan biri olan halkın kamu yönetiminin çalışmalarından yakınmalarının önüne geçmektir. Halkın kamu kuruluşlarında yaşadığı sorunların başında bürokratik uygulamalarını fazla olması ve çalışanlarının davranışlarındaki olumsuzluklar gelmektedir.

Kırtasiyecilikle mücadele kamu kuruluşundaki halkla ilişkiler birimlerinin üzerinde durduğu önemli sorunlardan biridir. Kırtasiyecilik:

“Bir anlamda bürokrasi ise bir örgütün gerçekleştirmekle görevli olduğu amacı unutup, körleşmesi, giderek artan ölçüde bir otorite ve mükemmelliğe erişmeğe çalışması kuralların formalitelerin önem kazanması demektir²²”

olarak tanımlanmaktadır. Halkın işini yapmak için gittiği kamu kuruluşlarında gereksiz bürokratik ayrıntılarla uğraşması zaman kaybına neden olmaktadır. Kırtasiyeciliğin önüne geçmek amacıyla

“26.01.1966 tarihinde toplanan Bakanlar Kurulu “Kırtasiyecilikle Savaş” hakkında 6/ 5875 sayılı kararname ile “ İdarede lüzumsuz ve uzun formaliteleri bertaraf ederek vatandaşın Devletle olan temaslarını kolaylaştırmak istemiştir²³.”

²² Yücel Ertekin, *Halkla İlişkiler*, 4. bs., Ankara, Yargı Yayınları , 2000, s.148.

²³ A.e., s.149.

Bunun yanında Başbakanlık İdareyi Geliştirme Başkanlığı da kamu kuruluşlarında halkın yaşadığı sorunları saptamak ve gerekli önlemleri almak amacıyla çalışmalar yapmıştır. Bu çalışmalar sonucunda kamu kuruluşlarında vatandaşın işlerini kolaylaştırıcı önlemler alınmıştır.

3.4. Kriz Dönemi ve Halkla İlişkiler

Kuruluşların beklenmeyen bir zamanda, istenmeyen ve acil olarak çözümlenmesi gereken bir durumla karşılaşmaları halinde kriz durumu yaşanır.

“Kriz gerek kamu gerekse özel kesimde kuruluşların beklemedikleri bir anda ve olağanüstü bir dönemde yaşayabilecekleri, kuruluş kimliği açısından kamuoyunu olumsuz yönde etkileyebilecek sıradışı ve yaralayıcı sorunlardır²⁴.”

Örgütsel anlamda kriz kamu kuruluşlarında ve özel kuruluşlarda beklemedikleri bir anda kurumun imajını olumsuz etkileyecek bir buhran döneminidir. Kriz birden bire ya da belli bir süre içinde oluşabilir. Krizin belirleyen üç önemli etmen vardır. Bu etmenler:

- Krizin beklenmeyen bir anda ortaya çıkması,
- Kriz kurumun imajını olumsuz etkiler,
- Krize sebep olan probleminin çözümü için zaman kısadır.

Krizin başladığı dönem kuruluştaki krize yol açan sorunun veya olayın ortaya çıktığı, kuruluştaki krize neden olacak sorunun veya olayın fark edildiği ve kriz

²⁴ Mete Çamlıdereli, *Ana Çizgileriyle Halkla İlişkiler*, Konya Çizgi Kitabevi, 2000, s.124.

yaşanacağını ilk belirtilerinin görüldüğü dönemdir. Kriz dönemi krizle ilgili uyarıların algılanması ile başlar. Kriz döneminin başlıca özellikleri şunlardır:

“- Kriz örgütsel amaçları ve hatta örgütün varlığını tehdit edebilir,kriz yöneticilerin ve giderek örgütün tehlikeleri ve belirsizlikleri öngörme önleme sistemleri yetersiz hale gelir.

- Örgüt zaman baskı altına girer.
- Ani ve beklenmeyen değişiklikler olur.
- Stres düzeyi yükselir.
- Tereddüt, korku ve panik artar²⁵.”

Krize neden olan etmenler, örgütten ya da çevreden kaynaklanabilir. Çevresel etmenlere örnek olarak; Ekonomik durumu, teknolojik gelişmeleri, hukuksal ve siyasal etmenleri, toplumsal etmenleri ve kültürel etmenleri verebiliriz. Örgütten kaynaklanan etmenlere ise, örgütün yapısı, yönetim niteliği ve kriz sürecini verebiliriz. Kriz döneminde kuruluşlar daha hızlı düşünmeli ve karar almalıdır. Kriz ekibi oluşturulmalı ve kriz yönetimi uygulanmalı ve kriz planı hazırlanmalıdır. İki tip kriz yönetimi vardır. Bunlardan birincisi kurumunun ürettiği ürün ya da hizmetten dolayı yaşanan kriz nedeniyle oluşturulan kriz yönetimidir. Diğeri ise tahmin edilemeyen ve beklenmeyen dış etmenler nedeniyle oluşturulan kriz yönetimidir.

“Kriz yönetimi beklenmedik bir anda ortaya çıkan ve kötü sonuçlar doğurması muhtemel bir durumda, yani kriz anında kurumun kimliğinin yara almaması, hedef kitleleriyle iletişimin zedelenmemesi için yapılan bilinçli ve programlı halkla ilişkiler çalışmalarıdır²⁶.”

Kriz planı üç aşamadan oluşmalıdır. Bu aşamalar:

²⁵ Mete Çamlıdere, *Ana Çizgileriyle Halkla İlişkiler*, Konya, Çizgi Kitabevi, 2000, s.124.

²⁶ Arzu Çekirge Paksoy, *Türkiye’de Halkla İlişkiler Uygulamaları*, İstanbul, Rota Yayınları, 1996, s.46.

- Kriz yönetimi,
- Bilgi üretimini sağlamak,
- Kriz sözcülerini belirlenmesinden oluşur.

Kriz yönetimi çalışmalarında zaman faktörüne dikkat etmelidir. Zaman faktörü krizin her aşamasında önemlidir. Kriz döneminde edilmesi gereken diğer bir nokta bilgi üretimidir. Kriz döneminde kurum bilgi üretimini sürdürebilmelidir.

Kriz yönetimi örgütün denetim merkezi oluşturma, iletişim sistemlerini yönetme, görevlileri belirleme, çalışanlarla bağlantı kurma, durum saptama ve kamuoyunu ve yönetimi bilgilendirme, kayıt tutma görevlerini yerine getirmelidir. Kriz döneminde tüm açıklamalar ve açıklamaların kimin tarafından, ne zaman yapılacağı önemlidir ve kriz ekibi tarafından belirlenmelidir.

Kriz planı hazırlanırken krizin en az zararla atlatılması hedeflenmeli ve tüm olasılıklar saptanmalıdır. Kriz planı hazırlanırken üç temel noktadan oluşur;

- Kriz komitesi,
- Bilgi üretimini harekete geçirmek,
- Kriz sözcülerini belirlemektir.

Kriz dönemleri kurum ve kuruluşlarda halkla ilişkiler çalışmalarının ön plana çıktığı dönemlerdir. Kriz döneminde yapılacak halkla ilişkiler çalışmalarında yapılan açıklamalarda kurumun olumlu yönlerinden ve çalışmalarından bahsedilmelidir. Kurumda meydana gelen değişiklikler, krizin etkileri basına açıklanmalı ve kriz atlatıldıktan sonra çalışanlara, basına ve ilgili diğer kuruluşlara gerekli açıklama yapılmalıdır. Her ülkenin farklı birimleri ve yönetim sistemleri vardır. Bu farklılıklar halkla ilişkiler çalışmalarını olumlu olumsuz etkilemektedir. Kriz durumunun yarattığı olumsuzlukların ortadan kalması için kriz yönetimi ekibi doğru ve etkili bir halkla ilişkiler çalışmaları uygulamalıdır.

Yapılan inceleme sonucunda 18-12.2000 ve 24.12.2000 tarihleri arasında Adalet Bakanlığının kriz yaşadığını saptadık. Kriz döneminde Adalet Bakanlığı yapılması gereken halkla ilişkiler çalışmalarını yeterince yerine getirmemiştir Ayrıca kamuoyunun tepkisini dikkate almamıştır.

3.5. Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler Uygulamalarının Özgün Sorunları

Kamu kuruluşlarında Halkla ilişkiler uygulamalarında yaşanan sorunları hakkında Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü tarafından yapılan ve 1991 yılında yayınlanan Kamu Yönetimleri Araştırmaları Projesi(KAYA) projesi aşağıdaki saptamaları yapmıştır.

- Kamu yönetiminde halkla ilişkiler uygulamaları ortak ilkelere bağlı olmalıdır.
- Kamu örgütlerinde halkla ilişkiler ve enformasyon konusu tam olarak anlaşılmamıştır.
- Kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler birimlerinde uzman, personel ve kadro sorunu vardır. Rapor bu soruna neden olarak kamu kuruluşlarının halkla ilişkiler hizmetlerini diğer birimlerle yapmaya çalışmasını gösteriyor.
- Kamu kuruluşlarında çalışan görevliler halkla ilişkiler konusunda yeterli bilgiye sahip değildir.
- Bakanlıklarda halkla ilişkiler birimlerinde görev yapan yöneticiler bakanlıkların örgüt yapısı ve işleyişi hakkında yeterli bilgiye sahip değildirler.
- Kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler birimleri ve görevlilerinin yaptığı görev duyurmaktır. Yönetilenlerin istek ve beklentileri önemsenmemekte, bu da

halkın kamu yönetimlerinden yakınmalarına neden olmaktadır.

- Kamu örgütlerinde halkın sorunlarının çözümü uzun zaman almaktadır.
- Halkla ilişkiler birimlerini ve çalışmalarını olumsuz olarak etkileyen diğer bir faktör kuruluşun yapısının ve yaptığı çalışmaların halk tarafından bilinmemesidir.
- Kamu örgütlerinde yönetim kuruluşun halka tanıtılmasında ve halkla ilgili alınacak kararlarda isteksizdir.
- Kamu kuruluşları etkin bir halkla ilişkiler çalışması iler toplumun güven ve desteğini sağlayabilecek güçtedir.

Günümüzde ister kamu kuruluşlarında olsun ister özel kuruluşlarında olsun halkla ilişkiler konusunda yaşanan diğer bir sorun halkla ilişkiler araştırmalarının yeterince kullanılmamasıdır. Araştırma ürün yada kurum hakkında kamuoyunun düşüncesini saptama işlemidir. Araştırmanın halkla ilişkiler çalışmalarında, sorunların saptanmasında, eksik bilgiye sahip olunan konuların belirlenmesinde önemli rol oynar. Ayrıca araştırma kamuoyunun beklentilerini ve tepkilerini belirlemede önemli bir etkidir. Halkla ilişkilerde araştırma ile ilgili sorunlar;

- Halkla ilişkiler araştırmalarının düşük düzeyde olması.
- Araştırmanın zaman alması.
- Araştırmanın zamanla değerini yitirmesi.
- Yönetimin halkla ilişkiler araştırmalarını değerlendirmede elinde yeterli verilerin olmaması.
- Araştırmada sınırlılıklardır.

Halkla ilişkilerde araştırma ile ilgili sorunları daha da çoğaltabiliriz, teknik dil kullanılması, yönetimin araştırma sonuçlarını saptırması vb.

Kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler açısından yaşanan diğer bir sorun örgütlenme ve personel sorunudur. Bir kurumda halkla ilişkiler hizmeti kurumda halkla ilişkiler birimi kurarak ya da kurum dışından halkla ilişkiler şirketlerinden alınabilir.

Halkla ilişkiler birimleri bazen kurumla birlikte kurulur. Kurum içinde halkla ilişkiler biriminin kurulmasının şu yararları vardır:

- “a-) Halkla ilişkiler görevlisi ve yönetim birbirini yakından tanır.
- b-) Halkla ilişkiler uzmanı kuruluşun çalışma alanı ve konusu hakkında ayrıntılı bilgi sahibidir.
- c-) Halkla ilişkiler uzmanı kuruluş içinde iletişim ağını kolaylıkla oluşturarak güvenilir enformasyonu en kısa zamanda elde edebilir.
- d-) Halkla ilişkiler uzmanı yerinde ve süratli hareket edebilir ve aynı zamanda acil durumlarda çabuk karar verebilir.
- e-) Halkla ilişkiler uzmanı, yönetime günlük önerilerde bulunabilecek güçlü bir konumdadır²⁷.”

Genelde yöneticiler bir sorunla karşılaştıklarında bu birimi kurarlar, bu da kimlik sorunu yaşanmasına neden olur. Örgütlenme ile ilgili diğer bir nokta bir çok kurumun halkla ilişkiler birimi kurmak yerine, Yöneticiler halkla ilişkiler uzmanlarının yaptıkları işleri herkesin yapabileceğini ve uyarıların herkes tarafından bilinen durum veya konular olduğunu düşündüklerinden halkla ilişkiler çalışmalarını başka bir birime yüklemesidir. Uygulamada ise en önemli sorun yöneticilerin halkla ilişkiler birimlerinin çalışmalarını ve uyarılarını yeterince dikkate almamalarıdır.

Bazı kuruluşlar halkla ilişkiler hizmetlerini kurum dışından halkla ilişkiler şirketlerinden alırlar Halkla ilişkiler hizmetlerinin kurum dışından alınmasının şu yararları vardır:

²⁷ Filiz Balta Peltekoğlu, **Halkla İlişkiler Nedir**, 2. Baskı, İstanbul, 1996, Beta Yayınevi, s.132.

“a-) Halkla ilişkiler firmaları, kuruluştan bağımsız oldukları için daha kolay eleştirirler.

b-) Farklı teknik kullanımı gerektiren pek çok müşteri ile çalıştıklarından geniş deneyimleri vardır.

c-) Bir kuruluş içindeki halkla ilişkiler yöneticisine oranla medya ile daha yakın ilişki içinde olma ihtimali yüksektir.

d-) Daha geniş imkanlara sahiptir. Ve basım, fotoğraf, basın bülteni, dağıtım servisi, araştırma birimi çeviri birimi gibi özel hizmetler kolaylıkla temin edilebilir.

e-) Yetenekli elemanları vardır²⁸.”

Kurumun halkla ilişkiler hizmetlerini dışardan almasının halkla ilişkiler şirketinin kurumun işleyişini ve müşterilerini takip edememesi, firma hakkında ayrıntılı bilgiye sahip olmaması gibi olumsuz yanları da vardır.

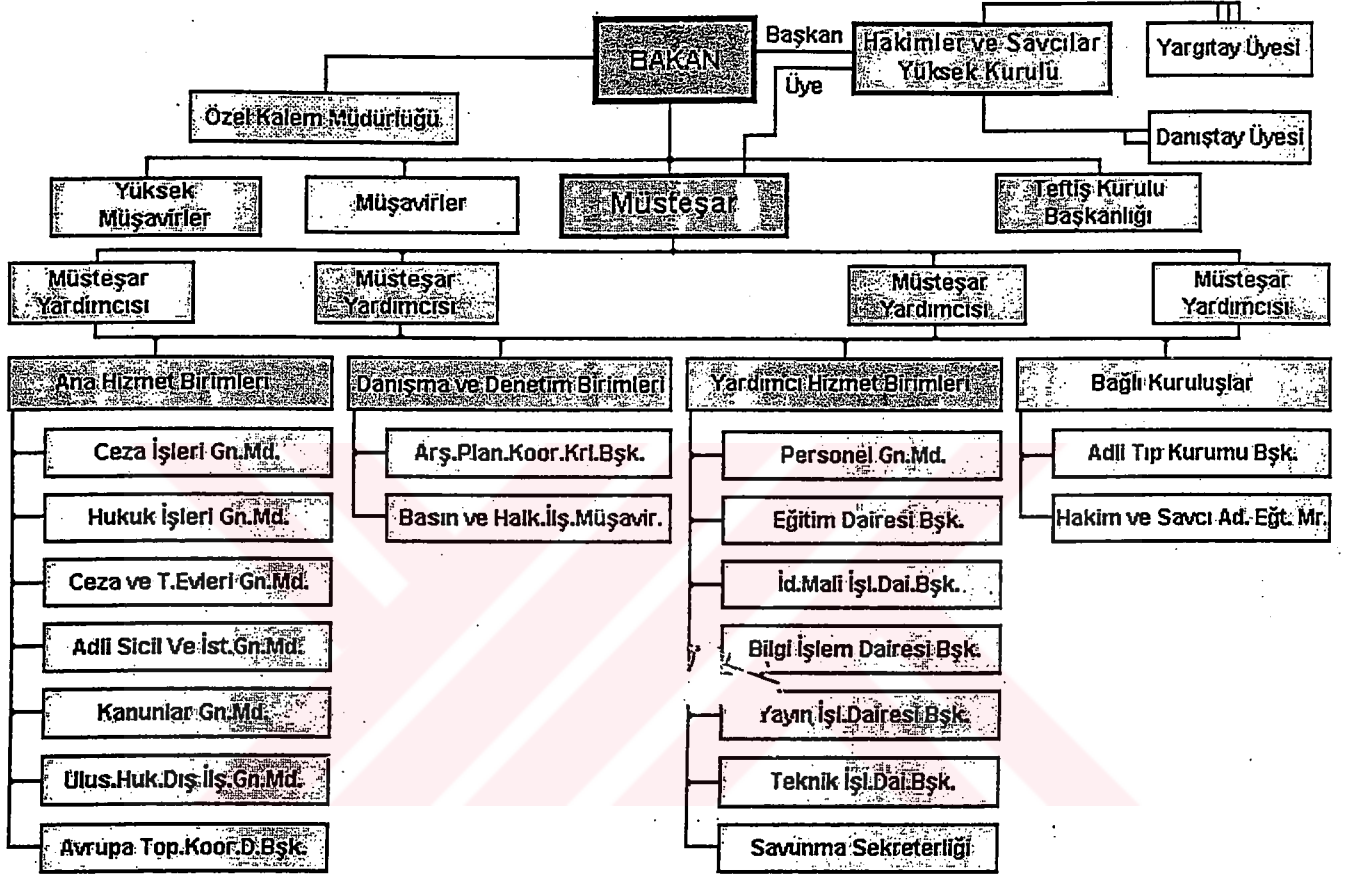
Kamu kuruluşlarında yaşanan sorunların ortadan kalkması için ve halkla ilişkiler birimlerinin daha etkin hale gelmesi için yöneticiler halkla ilişkiler birimlerini ve çalışmalarını ciddiye alınmalıdır. Yöneticiler ve halkla ilişkiler uzmanı uygulanacak stratejileri birlikte saplanmalıdır. Halkla ilişkiler çalışmalarına tüm çalışanlar katılmalıdır.

3.6. T.C. Adalet Bakanlığı ve Halkla İlişkiler

İkinci bölümde Sabah Gazetesi, Hürriyet Gazetesi, Milliyet Gazetesi, Yeni Bin yıl Gazetesi, Cumhuriyet Gazetesi ve Akşam Gazetesinde 18.12.2000 ve 24.12.2000 tarihleri yayınlanan 42 haberin biçim ve içerik çözümlemesi sonucunda Adaletle ilgili haberlerin ve Adalet Bakanlığının gündemin üst sıralarında yer aldığı saptanmıştır. Bu bölümde ise; Adalet Bakanlığının yapısı, kurumu gündemin üst sıralarına taşıyan haberlere halkla ilişkiler açısından yaklaşımı ve olaylara ve Adalet Bakanlığına karşı oluşan tepkiler incelenmiştir.

²⁸ A.e., s.136.

3.6.1. T.C. Adalet Bakanlığının Görevleri



Adalet Bakanlığının görevleri 29.03.1984 gün ve 2992 sayılı Adalet Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri hakkında Kanunun 2. maddesinde yer almaktadır

Adalet Bakanlığının görevleri:

“a-) Kanunlarda kurulması öngörülen mahkemeleri açmak ve teşkilatlandırmak , ceza infaz ve ıslah kurumları, icra ve iflas daireleri gibi her derece ve her türdeki adalet kurumlarını planlamak, kurmak ve idari görevleri yönünden gözetim ve denetimini yapmak ve geliştirmek.

b-) Bir mahkemenin kaldırılması veya yargı çevresinin değiştirilmesi konularında Hakimler ve Savcılar Yüksek Kuruluna teklifte bulunmak.

c-) Kamu davasının açılması ile ilgili olarak kanunların Adalet Bakanına verdiği yetkinin kullanılması ile ilgili çalışma ve işlemleri yapmak.

d-) Avukatlık ve Noterlik Kanunlarının Bakanlığa verdiği görevleri yapmak.

e-) Adli sicil tutulması ile ilgili hizmetleri yürütmek.

f-) Türk Ticaret Kanunun ile Ticaret Sicili Tüzüğü'nün Bakanlığa verdiği görevleri yapmak.

g-) Adalet hizmetlerine ilişkin konularda, yabancı ülkelerle ilgili işlemleri yerine getirmek.

h-) Adalet hizmetleriyle ilgili konularda, gerekli araştırmalar ve hukuki düzenlemeleri yapmak, görüş bildirmek.

i-) Bakanlıklarca hazırlanan kanun ve kanun hükmünde kararname taslaklarının Başbakanlığa gönderilmesinden önce Türk hukuk sistemine uygun ve kanun yapma tekniğine uygunluğunu incelemek.

j-) İlgili mevzuat hükümlerine göre infaz ve ıslah işlemlerini düzenlemek.

k-) İcra ve iflas daireleri vasıtasıyla, icra ve iflas işlemlerini yürütmek.

l-) Kanunlarla verilen diğer görevleri yapmak.²⁹”

3.6.2. T.C. Adalet Bakanlığı Basın ve Halkla İlişkiler

Müşavirliği

Adalet Bakanlığının örgüt şemasına baktığımızda çeşitli birimlerin görev yaptığını görmekteyiz. Hakim Savcılar Yüksek Kurulu, Özel Kalem Müdürlüğü, Teftiş Kurulu Başkanlığı, Yüksek Müşavirler ve Müşavirlerin direk Adalet Bakanın

²⁹ T.C. Adalet Bakanlığı İnternet sayfası, “Adalet Bakanlığının Görevleri,” (Çevrim içi), <http://www.Adalet.gov.tr./gorev/gorev.htm>.

bağlı birimlerdir. Hakimler ve Savcılar Yüksek Kuruluna Yargıtay Üyesi ve Danıştay Üyesi bağlıdır. Müsteşara bağlı olarak çalışan 4 Müsteşar yardımcısı bulunmaktadır. Bakanlığın Ana Hizmet Birimleri, Ceza İşleri Genel Müdürlüğü, Hukuk İşleri Genel Müdürlüğü Ceza ve Tecrit Evleri Genel Müdürlüğü, Adil Sicil ve İstanbul Genel Müdürlüğü, Kanunlar Genel Müdürlüğü, Uluslararası Hukuk Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü, Avrupa Topluluğu Koordinasyon Daire Başkanlığından oluşmaktadır. Kurumun Yardımcı Hizmet Birimleri Personel Genel Müdürlüğü, Eğitim Dairesi daire Başkanlığı , İdari Mali İşler Daire Başkanlığı, Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı, Yayın İşleri Dairesi Başkanlığı, Teknik İşler Daire Başkanlığı ve Savunma Sekreterliğidir. Adli Tıp Kurumu Başkanlığı ve Hakim Savcılar Adalet Eğitim Merkezi Bakanlığa bağlı kuruluşlardır. Bakanlığın Danışma ve Denetim Birimlerini Araştırma Planlama Koordinasyon Kurulu Başkanlığı ve Basın Halkla İlişkiler Müşavirliği oluşturmaktadır. Bunlar Bakanlığının Basın ve halkla ilişkiler çalışmaları Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği tarafından yürütülmektedir. Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliğinin başlıca görevleri:

- Basın toplantısı düzenlemek.
- Günlük basın bülteni, çıkarmak.
- Önemli haberleri sınıflandırmak, arşivlemek.
- Günlük basında çıkan haberleri izlemek.
- Bakanlıkla ilgili çıkan haberleri basına duyurmak.
- Önemli haberler hakkında Bakana veya Müsteşara bilgi vermek.
- Önemli toplantı ve konuşmaları teyple ve fotoğrafla belgelemektir.

Müşavirliğin yaptığı çalışmalar T.C. Adalet bakanlığı basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği [http:// www.adalet.gov.tr.basin/basin- index.htm](http://www.adalet.gov.tr.basin/basin-index.htm) internet sayfasında kamuoyunun bilgisine sunulmaktadır.

3.7. Gündemde Yer Alan Adalet İle İlgili Olayların

Değerlendirmesi

18.12.2000- 24.12.2000 tarihleri arasında Hürriyet Gazetesi, Milliyet Gazetesi, Sabah Gazetesi, Yeni Bin yıl Gazetesi, Cumhuriyet Gazetesi ve Akşam Gazetesinde yapılan biçim ve içerik çözümlemesi sonucunda adaletle ilgili olaylar gündem maddelerinin ilk sıralarında yer aldığı saptanmıştır. Bunlar olaylar şunlardır:

- Yargıda kritik seçim.
- Ölüm oruçları ve açlık grevleri,
- Asteğmen Dr. Necdet Güçlü cinayeti.
- Af yasası, Af yasasının kapsamı ve affin çıkması.
- Cezaevlerine düzenlenen Hayata Dönüş Operasyon.
- Ülkü ocakları Zeytinburnu şubesine yapılan silahlı saldırı.
- Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer'in aftan yararlanamayan mahkum yakınlarını mahkemeye başvurmalarını söylemesi.
- F tipi cezaevlerinin açılması ve suçluların bu cezaevlerine nakilleri.
- Beylikdüzü MC. Donald önünde mendil satan kızın dondurucuya kapatılması davası.
- Cezaevi operasyonu engellemek için bazı mahkumların kendilerini yakmaları,
- Mısır çarşısında meydana gelen patlamadan dolayı hapis yatan Pınar Selek'in davası ve suçsuz olduğunun anlaşılması, beraat etmesi.

Bu olaylar ve konular gündem maddelerinin üst sıralarında yer almıştır.

Adalet Bakanlığın gündemin üst sıralarına taşıyan olaylardan biri Af

Yasasının çıkarılmasıdır. İncelenen Af yasası ile ilgili haberler Dörtgen Kare Tekniği ve Ters Piramit Tekniği ile yazılmıştır. Bu haberler Karmaşık Haber türüne girmektedir. Bu haberlerin kaynağı 1.el kaynaklar ve 2. El kaynaklardır. Af Yasası ile ilgili incelenen haberler Rogers ve Dearing Bregman ve Mc Conbs ve Donald Shaw'ın gündem belirleme modeline yakındır. Af Yasası ile ilgili haberlere kamuoyu tepki göstermiştir. Bu haberlere gazetelerin köşe yazarları yer vermiştir

Adalet Bakanlığını gündemin üst sıralarına taşıyan olaylardan biride F tipi cezaevlerinin uygulamaya geçilmesidir. Bu olayla ilgili haber Dörtgen Kare Tekniği ile yazılmış ve haber türü olarak Karmaşık Haber türüne girmektedir. Haberin kaynağı 1.El kaynaklardır. Bu olay gündem belirleme modellerinden Rogers ve Dearing Breagman'ın modeline yakındır. Habere gazetelerin köşe yazarları yer vermiş ve kamuoyu tepki göstermiştir.

Cezaevlerine düzenlenen "Hayata Dönüş Operasyonu" ile ilgili haber Dörtgen Kare tekniği ile yazılmıştır ve haber türlerinden Karmaşık haber türüne girmektedir. Haberin kaynağı 2. El kaynaktır. Operasyonla ilgili haber gündem belirleme modellerinden Rogers ve Dearing Bregman'ın modeline yakındır. Habere köşe yazarları köşelerinde yer vermiştir. Habere kamuoyunun tepkisi vardır. Mahkumların F tipi cezaevlerine nakil edilmesi mahkum yakınlarının tepkisine neden olmuştur. Mahkum yakınları yaptıkları eylemlerle, yürüyüşlerle ve protestolarla göstermişlerdir.

Adalet ile ilgili incelenen haberlerden biride mahkumların cezaevlerine düzenlenen operasyon sırasında mahkumların kendilerini yakması ile ilgili haberdır. Bu haber Dörtgen Kare Tekniği ile yazılmıştır. Haber türü Karmaşık Haberdir. Haberin kaynağı 1. El kaynaktır. Haber gündem belirleme modellerinden Rogers ve Dearing Bregman'ın modeline yakındır ve köşe yazarları haber köşelerinde yer vermiştir.Habere Kamuoyunun tepkisi vardır.

Ölüm orucuyla ilgili haber Dörtgen Kare Tekniği ile yazılmıştır. Haber türü Karmaşık haberdır. Haberin kaynağı 2. El kaynaktır. Haber gündem belirleme modellerinden Rogers ve Dearing Bregman'ın modeline yakındır. Habere köşe yazarları köşelerinde yer vermiştir. ve kamuoyunun tepkisi vardır.

Gündemde yer alan haberlerden ikisi Yargıtay Baş Savcı seçimiyle ve Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer'in Vural Savaş'ı bu seçimlerde en fazla oy almasına rağmen seçmemesi ile ilgilidir. Bu iki haber, Karmaşık Haber türüne girmektedir. Haber teknikleri Ters Piramit ve Dörtgen Kare Tekniğinin Birleştirilmesi ve Dörtgen Kare Tekniğidir.

Her iki haberin kaynağı 1. El kaynaklardır. ve haberler gündem belirleme modellerinden Mc Combs ve Donald Shaw'ın modeline yakındır. Haberlerden Cumhurbaşkanı Necdet Sezer'in Savaş Vuralı seçmemesi ile ilgili habere köşe yazarları köşelerinde yer vermiştir. Haberlere Kamuoyunun tepkisi yoktur.

Mendilci kızın dondurucuya kapatanların serbest kalması ile ilgili haber Dörtgen Kare Tekniği ile yazılmıştır. Haber türü Karmaşık haberdur. Haberın kaynağı 1. El kaynaklardır. Haber gündem belirleme modellerinden Mc Combs ve Donald Shaw'ın modeline yakındır. Habere köşe yazarı köşesinde yer vermiştir. Kamuoyu habere tepki göstermiştir.

İncelenen bir başka haber Mısır çarısında tüp patlaması olayının şüphelisi olan Pınar Selek'in tahliye edilmesi haberidir. Bu haber Ters Piramit Tekniği ile yazılmıştır. Haber türü Karmaşık haberdur. Haberın kaynağı 1.el kaynaklardır. Haber gündem belirleme modellerinden Mc Combs ve Donald Shaw'ın modeline yakındır. Habere köşe yazarı köşesinde yer vermemiştir. Kamuoyu habere belli bir tepki göstermiştir.

İncelenen haberlerden Ülkü ocaklarına düzenlenen saldırı ile ilgili haberdur. Haber Ters Piramit ve Dörtgen Tekniğinin Birleştirilmesi Tekniği ile yazılmıştır. Haber türü Basit Haberdur. Haberın kaynağı 1. El kaynaklardır. Haber gündem belirleme modellerinden Mc Combs ve Donald Shaw'ın modeline yakındır. Habere köşe yazarı köşesinde yer vermemiştir. Kamuoyu habere tepki göstermiştir.

İncelenen haberlerden Asteğmen Dr. Necdet Güçlünün 30 yıl önce öldürülmesi ile ilgili haber Ters Piramit ve Dörtgen Tekniği ile yazılmıştır. Haber türü haberın kaynağı 1. El kaynaklardır. Haber gündem belirleme modellerinden Mc Combs ve Donald Shaw'ın modeline yakındır. Habere köşe yazarı köşesinde yer vermiştir. Kamuoyu habere tepki göstermemiştir

Bu değerlendirme sonucunda genel olarak adalet alanıyla ilgili haberlerin kaynağı 1. el kaynaklardır. Adalet ile ilgili olaylara köşe yazarları geniş yer vermiştir. Bu olaylar kamuoyunun tepkisini çekmiştir.

Bu olaylar uzun süre gündemde yer almış ve yazılı ve görsel basında geniş yer tutmuştur. Araştırma 2000 yılının son ayında yapılmasına rağmen F tipi cezaevi, Af Yasası, ölüm oruçları, Mısır arsında meydana gelen patlama olayı gőnőmőzde halen tartışılmaktadır.

3.8. Gőndemde Yer Alan Olaylarla İlgili Adalet Bakanlığının

Açıklamaları

Araştırmanın yapıldığı 18.12.2000 ve 24.12.2000 tarihleri arasında Adalet Bakanlığı gőndem maddelerinin őst sıralarında yer almıştır. Bu süre içinde kitle iletişim araçları ve kamuoyu Adalet Bakanlığından yapılan açıklamaları dikkatle takip etmiőtlerdir. Bakanlıktan yapılan açıklamalar Adalet Bakanı Prof. Dr. Hikmet Sami Tőrk tarafından yapılmıştır. Açıklamalardan bazılarının içeriği őyledir.

- Adalet Bakanı Prof. Dr. Hikmet Sami Tőrk 20.12.2000 tarihinde cezaevlerinde açlık grevleri ve ölüm oruğlarıyla ilgili yaptığı basın açıklamasında cezaevlerinde insanların őlőmőne seyirci kalamayacaklarını vurgulamıştır. Cezaevlerine yapılan operasyon hakkında bilgi vermiőt gazetecilerin operasyonla ilgili sorularını cevaplamıőtır.
- Adalet Bakanı Prof. Dr. Hikmet Sami Tőrk 21.12.2000 tarihinde Başbakan Bőlent Ecevit ile beraber dőzenledięi basın toplantısında cezaevlerine dőzenlenen operasyon ve F tipine nakledilen tutuklular hakkında bilgi vermiştir. Toplantıda Bakan operasyonun daha fazla geciktirilemeyeceğini ve her şeyi göz őnőnde bulundurarak operasyonu dőzenlediklerini

belirtmiştir.

- Adalet Bakanı Prof. Dr. Hikmet Sami Türk 21.12.2000 tarihinde yaptığı basın açıklamasında cezaevlerinde hükümlü ve tutukluların teslim olma ve direnişten vazgeçme çağrısını yenilemiştir. Mahkumların ölüm oruçları ve açlık greviyle güç topladıklarını belirtmiştir.

- Adalet Bakanı Prof. Dr. Hikmet Sami Türk 21.12.2000 tarihinde akşam üstü yaptığı ikinci toplantıda ise operasyonda son gelişmeler hakkında bilgi vermiş Ayrıca bu konuda yapılan eleştiriler cevap vermiştir. Ölüm oruçları ve açlık grevleri hakkında sesini çıkarmayan bazı kişilerin operasyondan sonra eleştirmeye hakları olmadığını vurgulamıştır. Ayrıca mahkumların güvenlik güçleri tarafından yakılması iddiasına cevap vermiştir.

- Adalet Bakanı Prof. Dr. Hikmet Sami Türk yaptığı başka bir basın açıklamasında F tipi cezaevleri ile ilgili verilen sözlerinin tutulacağını vurgulamıştır.

Basın açıklamalarının bizzat Adalet Bakanının kendisi tarafından yapılması olumludur. Ancak basın açıklamaları örneklerinde de görüldüğü gibi Bakanın yaptığı açıklamalar yeterli değildir. Ayrıca açıklamalar sadece belli konularda bilgi içermektedir, verilen bilgiler çelişmektedir. Adalet Bakanlığı yaptığı açıklamalarda aşağıdaki konulara değinmemiştir:

- Operasyonunda bulunan silahların nereden geldiğine,
- Tutuklu ve hükümlülerin işkence görüp, görmediğine
- Cezaevlerine cep telefonlarının nasıl girdiğine,

- Operasyonun ölen mahkumların ölüm nedenlerine,
- F tipi cezaevlerinin yararlarına fazla değinmemiştir.

Bu konular Adalet Bakanlığının eleştirilmesine neden olmuştur. 18.12.2000 ve 24.12.2000 tarihleri arasında Adalet bakanlığını gündem de üst sıralarda yer almasına neden olan olaylar üzerinden bir yıla yakın bir zaman geçmesine rağmen hala tartışılmaktadır.

3.9. Gündemde Yer alan Adalet ile ilgili Olaylara Basının Bakışı

Af Yasası, ölüm oruçları ve açlık grevleri, cezaevlerine düzenlenen Hayata Dönüş Operasyonu, F tipi cezaevlerine nakilleri ile ilgili haberler kamuoyunun gündeminde uzun süre yer almış ve yazılı ve görsel basında geniş yer tutmuştur.

3.9.1. Adaletle İlgili Olaylara Basının Genel bakışı

Yazılı ve görsel basında adaletle alanıyla ilgili olaylar geniş yer bulmuştur. Gazeteler özellikle Af Yasası, cezaevlerinde mahkumların yaptığı açlık grevi ve ölüm oruçları, cezaevlerine düzenlenen operasyon ve F tipi cezaevlerine nakillerin başlaması ilgili olaylara bakış açılarıyla, olayları verişleriyle uzun süre gündemde tutmuşlardır.

Araştırma kapsamında incelenen Hürriyet Gazetesi, Milliyet Gazetesi, Sabah Gazetesi, Akşam Gazetesi, Yeni Bin yıl Gazetesi ve Cumhuriyet Gazetesi adalet alanıyla ilgili haberlerin hepsine yer vermiştir. İncelenen gazeteler adalet alanıyla ilgili haberlerde “Ölüm Robotları”, “Hayat Güzeldir”, “Devletle Kimse Başa Çıkamaz” “Devlet Girdi”, “Bayram Tıraşı”, “Ümraniye’de Psikolojik Savaş”

“Terörün beyni F tipinde”, “Operasyon”, “Eylemler Bitmedi”, “Af Bayramı”, “Devlet On Yıl Sonra Girdi”, “Ümraniye’de 4 Ölü”, “ Devlet Frene Bastı”, “Cezaevlerini Kurtardık”, “Bu İşin Sonu Genel Af”, “Hizbullah’tan Beter”, “Hayata Dönüş Operasyonu”, “Müdahaleye Tepki Yağdı”, “Ortaçağ Gibi”, “Tahliye İşlemleri Hızlandırılıyor”, “İsyan F Tipi içinmiş”, “169 Affı Barışa Yetmedi”, “Sanki Cehennem” başlıklarını kullanmışlardır.

Gazetelerin bu olaylara genel yaklaşımına bakarsak:

İncelenen 6 gazetede Af Yasası, cezaevlerinde mahkumların yaptığı açlık grevi ve ölüm oruçları, cezaevlerine düzenlenen operasyon ve F tipi cezaevlerine nakillerin başlaması ile haberlerde büyük başlıklar ve fotoğraflar kullanmışlardır.

Hürriyet Gazetesi Cezaevlerine düzenlenen operasyonların, cezaevlerindeki kötü durumu gözler önüne serdiğinin vurgulamıştır. Af Yasası ile ilgili haberlerinde bazı siyasilerin ve işadamlarının sevindiğini, bazılarının ise yararlanamadıklarından dolayı üzüldüklerini belirtmiştir.

Milliyet Gazetesi “Hayata Dönüş Operasyonu” ile ilgili haberlerde Devletin kan dökülmemesi için çabalarını, görevlilerin megafondan mahkumlara “ Her şeye rağmen yaşamak güzel şey” diye seslenmelerini, Bayrampaşa cezaevinde bulunan mahkumların beyinlerinin yıkandığını vurgulamıştır. Af Yasası ile ilgili haberlerde ise Cumhurbaşkanı Necdet Sezer’in Meclis tarafından değiştirilmeden gönderilen Yasayı onayladığını belirtmişlerdir .F tipi ile ilgili haberde F tipi cezaevlerine nakil edilen mahkumların ilk geceyi rahat geçirdiklerini vurgulamışlardır.

Sabah Gazetesi bu “Hayata Dönüş Operasyonu” ilgili haberlerinde cezaevlerindeki kadın mahkumları yakan mahkumların Hizbullahtan beter olduğunu, Bayrampaşa Cezaevinden bir mahkumun Bartın Cezaevini arayarak her birimden biri kendini yaksın emrini vurgulamışlardır. F tipi cezaevlerine nakil edilen mahkumlarla ilgili haberi “Bayram tıraşı” ve “ Terörün Beyni F Tipinde” başlığı ile vermiştir. Af Yasası ile ilgili haberde Yasanın çıktığını ve tahliyelerin başladığını vurgulamıştır.

Akşam Gazetesi Af Yasası ile ilgili haberde Af Yasasının çıkmasını rüyaya

benzemiştir ve tahliyelerin başladığını vurgulamıştır. Operasyonla ilgili haberlerde Ecevit'in devletle kimse başa çıkamaz açıklamasını ve teröristlerin sonunun F tipi olduğunu vurgulamıştır.

Yeni Bin yıl Gazetesi operasyonla ilgili haberlerde devletin Çanakkale ve Ümraniye Cezaevlerinde daha temkinli davrandığını vurgulamıştır. Ölüm Orucu ile ilgili haberde ise İçişleri Bakanı Saadettin Tantın'ın cezaevlerinde ölüm orucu yapıyoruz diye kandırmışlar haberini vurgulamıştır. F tipi cezaevlerine nakillerle ilgili haberlerinde mahkumların ilk gecelerinin sakin geçtiğini belirtmişlerdir. Af Yasası ile ilgili haberde Yaşa dışında kalan mahkumların Af Yasasının kapsamının genişletilmesi için başvuracaklarının vurgulamışlardır.

Cumhuriyet Gazetesi "Hayata Dönüş Operasyonu" ile ilgili haberlerinde Avrupa Konseyinin cezaevlerinde şiddetin durdurulması isteğini vurgulamışlardır. Af Yasası ile ilgili haberlerde tahliyelerin başladığını ve 169 Affının barışa yetmediğini vurgulamışlardır. Ölüm oruçları ile ilgili haberlerde ölüm sınırının aşıldığını belirtmişlerdir.

3.9.2. Adaletle İlgili Olaylara Köşe Yazarlarının Bakışı

Gündem yer alan cezaevinde mahkumların yaptıkları açlık grevi ve ölüm oruçları, cezaevlerine düzenlenen "Hayata Dönüş Operasyonu", F tipi cezaevinin uygulamaya açılması, ilgili haberlere köşe yazarları yazdıkları yazılarda geniş yer tutmuştur .Bu olaylar ilgili yazılarında köşe yazarları şu noktaları vurgulamışlardır:

Okay Gönensin 20.12.2000 tarihinde Yeni Bin yıl Gazetesinde yayınlanan yazısında cezaevlerinde ölüm oruçlarının sonunun başından belli olduğunu belirtmiştir. Ayrıca cezaevlerinde duruma değinmiştir.

Bilal Çetin 19.12.2000 tarihinde Yeni Bin yıl Gazetesinde Af Yasasına değinmiş ve Bu af yasasının kimsenin içine sinmediğini belirtmiştir. Ayrıca Af Yasasının değiştirmeden aynen Cumhurbaşkanına iade edilmesini eleştirmiştir.

Okay Gönensin 22.12.2000 tarihinde Yeni Bin yıl Gazetesinde yayınlanan yazısında Af Yasasına değinmiştir. Bu affın genel affa doğru gittiğini belirtmiştir.

Şakir Süter 20.12.2000 tarihinde Akşam Gazetesinde yayınlanan yazısında cezaevlerine düzenlenen “Hayata Dönüş Operasyonu”nu eleştirmektedir. Operasyonda mahkumların ve güvenlik güçlerinin ölümünü eleştirmiştir.

Şakir Süter 21.12.2000 tarihinde Akşam gazetesinde yayınlanan yazısında Adalet Bakanlığı Prof. Dr. Hikmet Sami Türk’ün yaptığı açıklamaların birbirini tutmadığını belirtmiş. Adalet Bakanlığının bu davranışının nedeni bilinmediğinden Bakanlığa yüklenmenin doğru olmadığını belirtmiştir.

Mustafa Dolu 22.12.2000 tarihinde Akşam Gazetesinde yayınlanan yazısında ölüm oruçlarının nedeni olan F tipi cezaevlerine değinmiştir. Ayrıca ölüm orucunun haklı nedenleri üzerinde durmuştur.

Yalçın Pekşen 22.12.2000 tarihinde Akşam Gazetesinde yayınlanan yazısında 60 gün süren mahkumların ölüm orucuna değinmiştir. 60 gün süren ölüm orucunun dünya da bir rekor olduğunu vurgulamıştır.

Emin Çölaşan 20.12.2000 tarihinde Hürriyet Gazetesinde yayınlanan yazısında ölüm oruçlarına karşı halkın yaptığı eylemlerden ve protestolardan bahsetmiştir.

Ertuğrul Özkök 20.12.2000 tarihinde Hürriyet Gazetesinde yayınlanan yazısında Adalet Bakanı Hikmet Sami Türk’ün cezaevlerindeki açlık grevi ve ölüm oruçlarının çözümü için bütün eleştirileri göze alarak yaptığı belirtmiştir.

Bekir Coşkun 20.12.2000 tarihinde Hürriyet Gazetesinde yayınlanan yazısında devletin cezaevlerine düzenlediği operasyona değinmiş. Ve operasyonla Kıbrıs’ın alınması benzetmesini yapmıştır.

Ertuğrul Özkök 21.12.2000 tarihinde Hürriyet Gazetesinde yayınlanan yazısında cezaevlerinde tutulan ölüm oruçlarını ve bazı hükümlülerin F tipi cezaevlerine yerleştirilmesine değinmiştir.

Cüneyt Ülsever 23.12.2000 tarihinde Hürriyet Gazetesinde yayınlanan yazısında Af yasasının onaylanması üzerinde durmuştur. Ayrıca Af Yasasının

Anayasa'nın eşitlik ilkesi doğrultusunda genişletilebileceğini vurgulamıştır.

Tufan Türe  23.12.2000 tarihli Hürriyet Gazetesinde yayınlanan yazısında  lık grevleri ve ölüm orucunun sona erdirilmesi için bazı kişileri aracı yaptıktan sonra görüşmelerde anla ma sağlanamadı diye açıklamasını ve hükümet müdahale kararı almıştır açıklamasını normal olduğunu, operasyondan sonra insanların birbirlerini suçlamaya ba lamalarını ele tirmi tir.

Güneri Civaog lu 20.12.2000 tarihinde Milliyet Gazetesinde yayınlanan yazısında eski  i leri ve Adalet Bakanlarının cezaevlerine operasyon düzenlemeyi önerdiğini vurgulamıştır.

Gazeteci Melih Açık 20.12.2000 tarihinde Milliyet Gazetesinde yayınlanan yazısında F tipi cezaevleri ve Adalet Bakanı Hikmet Sami Türk' n uzlaşma sırasında F tipi cezaevlerinin bu haliyle açılmayacağını açıklamasından sonra F tipi cezaevlerini uygulamaya açması bakanlığın güvenirliğini sarsmı tır.

Güneri Civaog lu 21.12.2000 tarihinde Milliyet Gazetesinde yayınlanan yazısında cezaevlerine düzenlenen operasyona ve ölüm orucu ve  lık grevi yapan mahkumlarla uzlaşma sağlanama konusuna değinmiştir.

Derya Sazak 21.12.2000 tarihinde Milliyet Gazetesinde yayınlanan yazısında Adalet Bakanı ve Başbakanın Cumhurbaşkanı Sezer'in "Devletin temeli adalettir" açıklamalarının tam tersi davrandığı ve af yasa nı değiştirmeden Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer'e geri göndermeyi düşünmelerini ele tirmi tir.

Hasan Pulur 22.12.2000 tarihinde Milliyet Gazetesinde yayınlanan yazısında Af Yasasına değinmiştir. Bu yazısında Af Yasasının kapsamına ve dengesizliğine değinmiştir.

Güneri Civaog lu 22.12.2000 tarihinde Milliyet Gazetesinde yayınlanan yazısında cezaevlerine düzenlenen Hayata Dönüş Operasyonun yöntemini ele tirmi tir. İnsanların hayatını kurtarmak için yapılan bir operasyonda silah kullanılmasını ele tirmi tir.

Necati Doğru 20.12.2000 tarihinde Sabah Gazetesinde yayınlanan yazısında Türkiye'nin yöneticilerinin ve basının yenilikleri takip edeceği yerde ölüm

oruçlarını, Af Yasasını ve Kriz ile uğraştıklarını belirtmiştir

Mehmet Tezkan 20.12.2000 tarihinde Sabah Gazetesinde yayınlanan yazısında Yaşar Kemal, Zülfü Livaneli, Orhan Pamuk, Can Dündar oluşan aydınlar grubu mahkumlarla uzlaşma sağlama için çok uğraştıklarını ve neden uzlaşma sağlanamadığı üzerinde durmuştur.

Bekir Coşkun 21.12.2000 tarihinde Sabah Gazetesinde yayınlanan yazısında F tipi cezaevlerinin uygulamaya geçilmesini ele almıştır. Ayrıca bu konuda adalet Bakanlığının açıklamalarının bu konuda tatmin edici olmadığını vurgulamıştır.

İlker Sarier 21.12.2000 tarihinde Sabah gazetesinde yayınlanan yazısında Adalet Bakanlığının F tipi cezaevlerine sevk yapılmayacak açıklamasından sonra, operasyon sonrası mahkumları F tipi cezaevlerine sevk edilmelerini eleştirmiştir.

Zülfü Livaneli 23.12.2000 tarihinde Sabah Gazetesinde yayınlanan yazısında Af Yasasının çıkması konusunu ele almıştır. Affı hak etmeyen kişilerinde Af Yasasından yararlanacaklarını vurgulamıştır.

Murat Yetkin 23.12.2000 tarihinde Sabah Gazetesinde yayınlanan yazısında cezaevlerine düzenlenen operasyona Cumhurbaşkanı Necdet Sezer'in onay vermesi konusuna değinmiştir.

Güngör Mengi 24.12.2000 tarihinde Sabah Gazetesinde yayınlanan yazısında İçişleri Bakanı Saadettin Tantın'ın operasyonla ilgili açıklamalarına yer vermiştir.

Hikmet Çetinkaya 2012.2000 tarihinde Cumhuriyet Gazetesinde yayınlanan Gazetesinde yayınlanan yazısında cezaevlerine düzenlenen operasyonu ve Adalet Bakanlığının yaklaşımın eleştirmiştir.

Hikmet Çetinkaya 22.12. 2.2000 tarihinde Cumhuriyet Gazetesinde yayınlanan yazısında cezaevlerinde düzenlenen operasyon değinmiştir. Ayrıca Adalet Bakanlığının operasyondan önce bazı, yazar, sanatçı ve milletvekillerini aracı olarak göndermesi konusuna değinmiştir.

Oral Çalışlar 23.12.2000 tarihinde Cumhuriyet Gazetesinde yayınlanan yazısında cezaevlerine düzenlenen operasyon ile ilgili görüntülere yer vermiştir.

Bu örnekler göstermektedir ki; Köşe yazarlarının gündem maddelerinin üst sıralarında yer alan adaletle ilgili olaylarda farklı görüşler sergilemiştir. Aynı gazetede çalışan köşe yazarları içinde olaylarla ilgili farklı görüşlere sahip köşe yazarları bulunmaktadır.

3.10. Adalet Bakanlığına Olaylarla İlgili Gösterilen Tepkiler

Adalet Bakanlığı gündemde yer alan olaylarla ilgili tutumu ve yaptığı açıklamalarla çeşitli kesimlerin ve kamuoyunun tepkilerini çekmiştir. Adalet Bakanlığına çeşitli kurum ve kuruluşlarda tepki göstermiştir. Bu tepkiler şunlardır:

- Adalet Bakanlığı'nın ve Bakan Prof. Dr. Hikmet Şami Türk'ün F Tipi uygulamasına gerekli düzenlemeler yapılmadan geçilmeyecek diye açıklama yapıp, 20.12.2000 tarihinde cezaevlerine operasyondan sonra mahkumları Sincan ve Edirne'deki F tipi cezaevlerine sevk etmesi kamuoyunun ve özellikle mahkum yakınlarının tepkisini çekmiştir.
- Türkiye Barolar Birliği "Hayata Dönüş Operasyonu" sırasında ölen mahkumlarının ölüm nedenlerinin açıklamada Adalet Bakanlığının gecikmesine tepkilerini yaptıkları basın açıklamasıyla dile getirmişlerdir. İzmir barosundan yedi avukatın Buca cezaevinde yaptıkları incelemede mahkumlara operasyon sırasında şiddet uygulandığına ilişkin bulgular bulunduğunu belirtmişler ve Bakanlıktan bu konu ile ilgili açıklama yapmalarını istemişlerdir.
- Adalet Bakanlığına "Hayata Dönüş Operasyonu" ile ilgili bir tepkide T.B.M.M. İnsan hakları komisyonu üyesi Mehmet Bekaroğlu'ndan gelmiştir. 21.12.2000 tarihinde yaptığı basın toplantısında cezaevlerine

yapılan müdahalenin açlık grevlerini ve ölüm oruçlarını sona erdirmek için değil de, F tipi cezaevine geçiş için yapıldığını ve İçişleri Bakanı Saadettin Tantan'ın, devlet müdahaleyi bir yıldır planladığını açıklaması ile Adalet Bakanın operasyondan bir gece önce F tipi cezaevlerine geçişin ertelendiği açıklaması birbirini tutmadığını belirtmiştir.

- F tipi cezaevlerine mahkumların nakil edilmesini engellemek için düzenlenen gösteriler ve kamuoyunun tepkisi üzerine Adalet Bakanlığı F tipi cezaevleri uygulamasını toplumsal uzlaşma sağlana kadar ertelemesinin ardından mahkum yakınlarının ve kamuoyunun tepkisini düşünmeden cezaevlerine operasyon düzenleyip mahkumları F tipi cezaevlerine nakil etmesi Adalet Bakanlığına olan güveni sarsmıştır. Ayrıca kamuoyunun tepki göstermesine neden olmuştur.
- 23.12.2000 tarihinde eski Adalet Bakanı C.H.P. Parti Meclis Üyesi Mehmet Moğultay Cumhuriyet Gazetesinde yayınlanan açıklamasında Adalet Bakanı Hikmet Sami Türk'ü cezaevlerine operasyon düzenlemede acele etmekle ve kamuoyunun güvenini sarstığını belirtmiştir.
- Emin Çölaşan 23.12.2000 tarihinde Hürriyet Gazetesinde yayınlanan yazısında Adalet Bakanlığını af konusunda ısrarı nedeniyle eleştirmiş ve F Tipi Cezaevi uygulaması konusunda Adalet Bakanlığının kamuoyunu aydınlatması gerektiğini belirtmiştir.
- Cezaevlerindeki Açlık grevi,ölüm oruçları, ve cezaevlerine düzenlenen “Hayata Dönüş Operasyonu” ve F tipi cezaevleri mahkumların başlaması dış basında da önemli yer tutmuş ve tepki görmüştür. Uluslararası haber ajansları ve yayınlarda hükümet açıklamalarına geniş yer verdi. Türk hapisanelerinde “Tüyler Ürpertici vahşet”, “Beyaz Hücreler İçin Katliam”,

“Gece Yarısı Ekspresi”, “Hayata Dönüş Operasyonu Kana Bulandı” başlıkları ile kamuoyuna duyurdular. Operasyon Avrupa’da tepkiyle karşılanmıştır. Uluslararası sivil toplum kuruluşları ve Avrupa Konseyi cezaevlerine düzenlenen operasyona tepki göstermiştir. Ölüm oruçları ve cezaevlerine düzenlenen operasyon Türkiye’nin imajını da olumsuz etkilemiştir.

Sonuç olarak; Kamu vicdanını son derece olumsuz tepki oluşturan ölüm oruçları ve mahkumların F tipi cezaevlerine nakil edilmesini engellemek için düzenlenen sokak gösterileri ve yürüyüşleri ve Edirne, Bartın, Sincan, Çanakkale, Çankırı, Buca, Uşak, Bayrampaşa, Ümraniye, Aydın, Niğde, Nevşehir, Ankara, Malatya, Nazilli, Adana, Ceyhan, Elbistan, Gebze, Bursa, Kırşehir cezaevlerine düzenlenen ve 20 Aralık 2000 tarihinde saat 05.00’te başlayan operasyon Adalet Bakanlığını sıkıntıya sokmuştur ve kamuoyunun ve çeşitli kesimlerini tepkilerini çekmiştir. Yapılan açıklamalar kamuoyunu tatmin etmemiştir.

Özellikle operasyon sırasında Adalet Bakanının 10 yıldır giremediğimiz cezaevlerine girdik açıklaması kamuoyunda büyük tepki görmüştür. Bu olaylar sırasında tepki gören bir kesimde Türk Tabipler Birliği ve doktorlardır. Ölüm orucundaki ve açlık grevindeki mahkumlara müdahale edilir mi? Edilmez mi? Tartışması tepki görmüştür.

Adalet Bakanlığı’nın Af Yasasının çıkarılmasında tutumu da tepkilere neden olmuştur. Yasanın çıkarılmasında aceleci davranılması, affın kapsamı, af konusunda mahkum yakınlarından ve madun yakınlarının tepkilerini dikkate almaması eleştirilmiştir. Adalet Bakanlığına gösterilen tepkilerin diğerleri şunlardır:

Adalet Bakanı Hikmet Sami Türk’ün Hayata Dönüş Operasyonu, yak Emri ve cep telefonu konusunda yaptığı açıklamaların yeterli olmaması ve düzenlediği Basın toplantısında bir gazetecinin Bayrampaşa ve Bartın cezaevi arasında iki mahkumun telefon görüşmesini ve Bartın cezaevinde telefon bulunmadı sorusuna ve Bartın Cezaevinde hiçbir mahkumun kendini yakmaması sorusuna yeterince açık cevap vermemesi.

Adalet Bakanı Hikmet Sami Türk 20.12.2000 tarihinde yaptığı basın açıklamasında operasyonu insanların ölümüne seyirci kalamayacakları için düzenlediklerini söylemiştir. Ama başka bir açıklamada F Tipi Cezaevlerine geçişi sağlamak için yaptıklarını söylemesi açıklamalarının birbirini tutmaması kamuoyunun tepkisi çekmiştir.

Bu olaylar sırasında Adalet Bakanlığı kamuoyunun tepkisinin çekmiştir. Halkla ilişkiler açısından yapılan basın açıklamalarının açıklamaların Adalet Bakanı Prof. Dr. Hikmet Sami Türk tarafından yapılması olumludur ama birbirini tutmamaktadır ve kamuoyunu tatmin etmemiştir. Adalet Bakanlığına ve Adalet Bakanı Prof. Dr. Hikmet Sami Türk'e yapılan eleştirileri ve tepkileri özetlersek:

- Cezaevlerine operasyon düzenleme konusunda Adalet Bakanlığı aceleci davrandı.

- Operasyon konusunda basına, televizyonlara ve kamuoyuna yeterli açıklama yapılmamıştır.

- Af Yasası konusunda, F tipi cezaevleri konusunda , açık grevleri, ölüm oruçları ve özellikle "Hayata Dönüş Operasyonu" hakkında Adalet Bakanlığının ve Adalet Bakanı Prof. Dr. Hikmet Sami Türk'ün yaptığı açıklamalar yetersiz ve birbirini tutmamaktadır. Örneğin açıklamalarda operasyon sırasında mahkumların yanması olayına, cezaevlerinde bulunan silahların cezaevlerine nasıl sokulduğu, operasyon sırasında ölen mahkumların nasıl öldüğü, cezaevine cep telefonun nasıl girdiği konusunda yapılan açıklamalar yetersiz ve birbirini tutmamaktadır.

- Kamuoyunun tepkisi üzerine F tipi cezaevi uygulamasını erteleme sözü vermesine rağmen Adalet Bakanlığı operasyon sonrasında mahkumları F Tipi cezaevlerine sevk etmesi kamuoyunun Adalet Bakanlığına ve Bakanlara olan güveni sarsmıştır.

Bu olaylar sırasında Hükümet ve Adalet Bakanlığı tam bir kriz yaşamıştır. Kriz döneminde halkla ilişkiler açısından yapılması gereken basınla diyalog halinde

olma, kamuoyunu aydınlatma gibi halkla ilişler çalışmalarını yerine getirmemiştir ve kamuoyu beklentilerine cevap vermemiş, tepkilerini dikkate almamıştır. Buda Adalet Bakanlığın ve Adalet bakanı Prof. Dr. Hikmet Sami Türkün imajını olumsuz etkilemiştir.



SONUÇ

Gündem nedir?, Gündem belirleme nedir?, Gündem hangi kurum ve kuruluş ya da kimin tarafından belirlenmektedir? Sorularının cevaplarını bulmak için bir çok iletişimci araştırma yapmıştır. Bu araştırmacıların en önemlileri Mc Combs, Donald Shaw, Mannheim, Kurt Lang, Norton Long, Noelle Neumann, Rogers ve Dearing Bregmandır. Araştırmaların sonucunda kitle iletişim araçlarının bireyler ve toplumlar üzerinde önemli etkilerinden birinin de gündem belirleme etkisi olduğu saptanmıştır.

Günümüzde “Gündem Belirleme” ve “Kitle İletişim Araçları” birbirinden ayrı düşünülmemeyen iki kavramdır. Gündem belirleme kitle iletişim araçlarının önemli bir fonksiyonudur. İlkçağ büyü ve büyücüler, Ortaçağda din ve din adamları, Yeniçağda bilim ve bilim adamları yaşadıkları dönemin gündemini belirlemişler ve toplumları yönlendirmişlerdir. Büyücüler, din adamları, bilim adamları yaşadıkları dönemin önemli ve etkili kişileri olmuşlardır ve diğer bireyler tarafından önemli kişiler olarak görülmüşlerdir.

Günümüzde gündem kitle iletişim araçları tarafından belirlenmektedir. Gündem de yer alan olaylar; Kültürel, ekonomik, siyaset, eğitim ve diğer alanlarını kapsamaktadır. Kitle iletişim araçları kendi belirlediği olayları, olguları, sorunları kendilerini, okuyan, izleyen ve dinleyen bireylere çeşitli şekillerde verir. Bireyleri belli davranış kalıbına sokarak bir konuyu, bir sorunu nasıl düşünmesi gerektiğini konusunda yönlendirir. Kitle iletişim araçları gündem belirleme işlevini yerine getirirken bazen bilinçli bazen de bilinçsiz olarak hareket etmektedirler. Gündem Belirleme kitle iletişim araçlarının geniş halk kitleleri üzerinde etkilerinden biridir. Günümüz toplumlarının ilişkileri, değerler konusundaki tercihleri, büyük ölçüde kitle iletişim araçlarına dayanır. Günümüzde toplumlarını kitle iletişim araçları

yönlendirmektedir. Gündem maddesine giren olay yada kişi belli bir süre gündem de kalır daha sonra yerini başka olay veya kişiye bırakır. Bir olayın veya bir kişinin gündemde uzun süre kalması kamuoyunun dikkatini ne kadar çektiğine ve nasıl algılandığına bağlıdır.

Çalışmanın ikinci bölümünde 18.12.2000 ve 24.12.2000 tarihleri arasında Hürriyet Gazetesi, Milliyet Gazetesi, Sabah Gazetesi, Akşam Gazetesi, Yeni Bin yıl Gazetesi, Cumhuriyet Gazetesinde yapılan tarama sonucu seçilen 42 haberin biçim ve içerik analizlerinin sonuçlarının görsel sunumu yer almaktadır. Bu çalışmanın amacı kitle iletişim araçlarının gündem belirleme işlevini ve bu tarihler gündemin üst sıralarında yer alan kuruluşu belirlemektir.

6 gazetede yapılan içerik analizi sonucunda iki önemli bulguya ulaşılmıştır. Bu bulgulardan biri günümüzde gündemin kitle iletişim araçları tarafından belirlendiğidir. İkincisi ise içerik analizi sonucunda 18.12.2000 ve 24.12.2000 tarihleri arasında Adalet ilgili olayların ve Adalet Bakanlığının gündemin üst sıralarında yer aldığıdır (%35,71).

Üçüncü bölümde halkla ilişkiler ve kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler birimleri ve çalışmaları hakkında genel bilgi verdikten sonra bir kamu kuruluşu olan Adalet Bakanlığının yapısı, görevleri ve gündemde yer olan adalet ile ilgili olaylara Adalet Bakanlığının yaklaşımı., Basının bakış açısı ve kamuoyunun tepkiler incelenmiştir. Gündemde yer alan F tipi cezaevi, Af Yasası, cezaevlerine yapılan “Hayata Dönüş Operasyonu”, Ölüm oruçları ve açlık grevleri kitle iletişim araçlarının ve kamuoyunun gündeminde uzun süre kalmış ve kamuoyunun tepkisini çekmiştir. Adalet Bakanlığına Barolar Birliği, Avrupa İnsan Hakları Komisyonu, Avrupa Konseyi, mahkum yakınları, madun yakınları, bazı gazeteciler tepki gösterilmiştir.

Kamu vicdanını son derece olumsuz tepki oluşturan ölüm oruçları ve mahkumların F tipi cezaevlerine nakil edilmesini engellemek için düzenlenen sokak gösterileri ve yürüyüşler ve 20 Aralık 2000 tarihinde saat 05.00’te başlayan operasyon Adalet Bakanlığını sıkıntıya sokmuştur ve kamuoyunun ve Bakanlık

açıklamalar kamuoyunu tatmin etmemiştir. Bu olaylarla ilgili basın açıklamalarının kurumun en yetkili kişisi olan Adalet Bakanı Prof. Dr. Hikmet Sami Türk tarafından yapılması halkla ilişkiler açısından olumludur. Ancak Bakanının açıklamalarındaki bir birini tutmayan ifadeler bu doğru uygulamayı olumsuz etkilemiştir. Yapılan açıklamalar kamuoyunu tatmin etmemiştir ve eleştirilere neden olmuştur.

Adalet Bakanlığı bu dönemde bir kriz yaşamıştır. Kriz dönemi kurum ve kuruluşlarda halkla ilişkiler biriminin ve çalışmalarının öne çıktığı bir dönemdir. Bakanlık bu dönemde yapılması gereken kamuoyunu aydınlatma, kamuoyunun beklentilerine cevap verme, kurum imajını ve güvenilirliğini korumak için yapması gereken halkla ilişkiler çalışmalarını yeterince yerine getirememiştir. Adalet Bakanlığı bu dönemde yaptığı çalışmalarda kamuoyu doğru bilgilendirmemiş ve kamuoyunun beklentilerine cevap verememiştir. Kamuoyunun yürüyüşlerle, protestolarla, basın aracılığı ile dile getirdiği tepkisini görmezden gelmiştir. Adalet Bakanlığının en çok şu konularda tepki görmüştür:

- Cezaevlerine operasyon düzenleme konusunda Adalet Bakanlığı aceleci davrandı. Bakanlık cezaevlerine düzenlenen operasyonun, F tipi cezaevlerine nakillerin başlanması ve Af Yasasının zamanlamasında daha dikkatli olabilirdi.
- Operasyon sırasında ölen mahkûmların ölüm nedenlerinin açıklanmaması. Kamuoyunun ve yazılı basının eleştirilerine neden olmuştur.
- Adalet Bakanlığının eleştirildiği bir noktada cezaevlerine düzenlenen operasyon, F tipi cezaevlerine nakillerin başlaması ve Af Yasası ile ilgili yazılı ve görsel basına ve kamuoyuna yeterli açıklama yapmamasıdır.
- Af Yasası konusunda, F tipi cezaevleri konusunda , açık grevleri, ölüm oruçları ve özellikle de “Hayata Dönüş Operasyonu” hakkında Adalet Bakanlığının ve Adalet Bakanı Prof. Dr. Hikmet Sami Türk’ün yaptığı açıklamalar yetersiz ve birbirini tutmamaktadır.

Buda yazılı ve görsel basının ve kamuoyunun tepkisini çekmiştir.

- Kamuoyunun tepkisi üzerine F Tipi Cezaevi uygulamasını erteleme sözü vermesine rağmen Adalet Bakanlığı operasyon sonrasında mahkumları F tipi cezaevlerine sevk etmesi kamuoyunun Adalet Bakanlığına ve Bakana olan güveni sarsmıştır.
- Adalet Bakanlığının Af Yasası, F tipi cezaevlerine nakillerin başlaması ve cezaevlerine düzenlenen operasyonlarla ilgili olaylarda yaklaşımı mahkum yakınlarını ve madun yakınlarını karşı karşıya getirmiştir. Kamuoyunu ikiye bölmüştür.

Bu olaylar sırasında Hükümet ve Adalet Bakanlığı beklemediği bir zamanda istenmeyen ve çözümü acillik gerektiren bir durumla karşı karşıya kalmış bir kriz yaşamıştır. Kriz dönemi halkla ilişkiler çalışmalarının ön plana çıktığı zamanlardır. Adalet Bakanlığı yaşadığı bu krize hazırlıksız yakalanmış ve halkla ilişkiler stratejileriyle ve etkinlikleriyle ilgili yeterli çalışma yapmamıştır. Kriz döneminde halkla ilişkiler açısından yapılması gereken basınla diyalog halinde olma, kamuoyunu aydınlatma gibi halkla ilişler çalışmalarını yerine getirmemiştir ve kamuoyu beklentilerine cevap vermemiş, tepkilerini dikkate almamıştır. Bu da Adalet Bakanlığın ve Adalet bakanı Prof. Dr. Hikmet Sami Türk'ün imajını olumsuz etkilemiştir. Adalet Bakanlığı yaşadığı bu kriz döneminde, aşağıda belirtilen noktaları uygulasaydı, bu dönem daha kısa sürede ve daha az tepkiyle atlatabilirdi.

- Adalet Bakanlığı yaşanması muhtemel bir krize karşı önceden tedbir almalıydı, krize karşı hazırlıklı olmalıydı. Bu olaylar Adalet Bakanlığının krize karşı ne kadar hazırlıksız olduğunu ortaya çıkarmıştır. Devletin en önemli kurumlarından biri olan Adalet Bakanlığının bu gibi durumlara karşı hazırlıksız olması düşündürücüdür.

- Adalet Bakanlığı kriz döneminde örgüt içi ve örgüt dışı iletişimi düzenli ve doğru olarak sağlamak amacıyla kullanacağı iletişim sistemlerini önceden belirlemeliydi. Burada görevli olan kişilerin amacı bilgilerin doğru olarak aktarılması olmalıydı.
- Adalet Bakanlığı kriz dönemi atlatabilmek ve önlemleri zamanında alabilmek amacıyla kriz yönetimi oluşturmalı ve kriz planı yapmalıydı. Kriz yönetimi Adalet Bakanlığının yaşadığı bu krizde yapılması gereken basınla iyi ilişkiler geliştirme, basını yönlendirme ve krize belirleyerek senaryolar geliştirme görevlerini yerine getirmeliydi.
- Adalet Bakanlığı basınla iyi ilişkiler kurmalı, yazılı ve görsel basını belirli aralıklarla bilgilendirmeliydi. Yazılı ve görsel basının kriz döneminde kendi yanlarında yer almasını sağlamalıydı. Bu Adalet Bakanlığının ve Adalet Bakanının yanlış anlaşılmasını önlerdi.
- Adalet Bakanlığı kamuoyunu ve krize neden olan olaylarla ilgili diğer kurumları doğru olarak bilgilendirmeliydi. Doğru bilgilendirme ve ilgili kurumların ve kişilerin bilgilendirilmesi kurumun güvenilirliği, ve imajı açısından önemlidir. Ayrıca kamuoyunun ve basının tepkisini değil, desteğini alırdı.
- Adalet Bakanlığı kriz döneminde kullanılmak üzere bir kriz rehberi hazırlamalıydı. Bu rehberde kriz durumunda yapılması gereken acil eylemler, ilgili kişi ve kurumların telefonları ve kriz döneminde kullanılacak sloganlar yer almalıydı.
- Kamuoyuna ve yazılı ve görsel basına verilen bilgiler doğru, açık, samimi, yapıcı ve anlaşılır olmalıydı,
- Adalet Bakanlığı bu dönemde basına ve kamuoyuna açıklama yapacak konunun uzmanı bir basın sözcüsü belirlemeliydi. Adalet Bakanlığından yapılan açıklamaların Adalet Bakanı Hikmet Sami Türk tarafından yapılması halkla ilişkiler açısından doğru bir yaklaşımdır. Ancak

kamuoyuna ve basına yapılan açıklamalar yapıcı ve samimi değildi. Bakanın açıklama yaparken sergilediği sergilediği tavır açık, dürüst, samimi ve kolay anlaşılır olması gerekirdi.

- Kriz döneminin halkla ilişkiler birimi, basın, kurum, yöneticiler ve çalışanlar arasında bir köprü görevi görmeliydi ve bilgi akışını sağlamalıydı. Birim anında krizle ilgili her gelişmeden basını, yöneticileri ve çalışanları haberdar etmeliydi.
- Adalet Bakanlığı kriz döneminde çalışanlara arasında görev dağılımı yapmalıydı ve çalışmaların koordinasyonu takip etmeliydi.
- Adalet Bakanlığı kriz döneminde kullanılacak kitle iletişim araçları ve teknikleri önceden belirlenmeliydi. Kriz anında hangi kitle iletişim araçlarını kullanmak daha yararlı olur, açıklamalar hangi kitle iletişim araçlarında yapılırsa verilen mesaj daha iyi ve doğru olarak anlaşılır bütün bunları önceden belirlemeliydi.
- Yaşanan durum abartılmamalıydı. Adalet Bakanlığı krize neden olan olaylarla ilgili yaptığı açıklamalarda olayları abartmıştır ve yazılı ve görsel basının ve kamuoyunun dikkatini başka noktalara çekmeye çalışmıştır.
- Adalet Bakanlığı kriz planı hazırlamalı ve ana hedef önceden belirlenmiş olmalıydı. Kriz planı krizden önce kriz anında yaşanacak çeşitli senaryoları göz önüne alarak yapılan hazırlıkların tümüdür. Adalet Bakanlığı, kriz planı çerçevesinde kriz komitesini oluşturmalıydı. Bilgi üretimini sağlamalıydı ve kriz sözcülerini belirlemeliydi.
- Bu çalışma sonucunda Adalet Bakanlığının halkla ilişkiler biriminin olmadığı saptanmıştır. Adalet bakanlığı kriz döneminde doğru çalışan ve işin uzmanlarından oluşan bir halkla ilişkiler birimine sahip olsaydı, bu dönemi kısa sürede ve daha az zararla atlata bilirdi.

Bu nedenle en kısa sürede adalet Bakanlığında Başbakanlık ve İçişleri bakanlığında gibi bir halkla ilişkiler birimi kurulmalıdır. Bu birimin görevler Basınla ve kamuoyuyla ile ilişkileri yürütmek, yazılı ve görsel basını takip etmek, Bakanın basın toplantılarını ve konferans metinlerini hazırlamak ve kurumu tanıtmak olmalıdır.

Sonuç olarak; Günümüzde gündem kitle iletişim araçları tarafından belirlenmektedir. Kitle iletişim araçları haber seçimleriyle, olayları ve sorunları veriştir tarzıyla kamuoyunun tutumunu ve davranışını belirlemektedir. 18.12.2000 ve 24.12.2000 tarihleri Hürriyet Gazetesi, Sabah Gazetesi, Milliyet Gazetesi, Akşam Gazetesi, Cumhuriyet Gazetesi ve Yeni Bin yıl Gazetesinde yapılan içerik ve biçim analizi sonucunda Adaletle ilgili olaylar ve Adalet Bakanlığı kamuoyunun gündeminde yoğun olarak yer almıştır. Özellikle Mahkumların F tipi cezaevine nakil edilmesi, “Hayata Dönüş Operasyonu”, cezaevlerinde mahkumların yaptığı ölüm oruçları ve açlık grevleri, Af Yasası kamuoyunun gündeminde yoğun olarak yer almış ve tepkisini çekmiştir. Adalet Bakanlığı kriz yaşadığı bu dönemde yapması gereken halkla ilişkiler çalışmalarını yapmamıştır.

KAYNAKÇA

ADALET Bakanlığı İnternet Sayfası, “T.C. Adalet Bakanlığının Görevleri,”(Çevrimiçi) [http://www.adalet.gov.tr / gorev/gorev.htm](http://www.adalet.gov.tr/gorev/gorev.htm).

ALTAN, Zeynep: **Reklamın Gündelik Yaşamdaki Eyletim İşlevi**, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bilim Dalı, 2001.

ASNA, Aleaddin: **Public Relations Temel Bilgiler**, İstanbul, Der Yayınları, 1993.

ASNA, Aleaddin: “Kamuoyu Oluşumunda Kitle İletişim Araçları,” Ankara, **Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı**, Yeni Türkiye Medya Hizmetleri, Sayı: 11, 1996, s.854-859.

ATABEK, Necdet Atabek, “Kamuoyu: Basında Kamuoyu Araştırmaları,” Ankara, **Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı**, Yeni Türkiye Medya Hizmetleri, Sayı:11, 1996, s.867- 873.

ATABEK, Necdet: “Gündem Belirleme Araştırmaları,” İstanbul, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi V**, 1997, s.155-171.

ATABEK, Necdet: “Gündem Belirleme Yaklaşımı,” İstanbul, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi VII**, 1998, s.223-247.

AYDIN, Emin Doğan, **II. İletişim Kongresi Kitabı**, 23-25 Mayıs 2001, İstanbul.

Akşam Gazetesinin halkla ilişkiler biriminin 30.09.2000 2001 tarihli faksı.

CAN, Halil: **Organizasyon ve Yönetim**, Ankara, Adım Yayınları, 1991.

COLE, Arthur H., Bigelow Karl W. Bigelow: **Tez Hazırlama El Kitabı**, Çev. Esat Tüze, İstanbul, İnkılâp Kitabevi, 1994.

ÇAMLIDERELİ, Mete: **Ana Çizgileriyle Halkla İlişkiler**. Konya, Çizgi Kitabevi, 2000.

ERTEKİN, Yücel: **Halkla İlişkiler**, 4. bs., Ankara, Yargı Yayınları, 2000.

GÖKÇE, Orhan: **İletişim Bilimine Giriş**, 2. bs., Ankara, Turhan Kitabevi, 1998.

Hürriyet Gazetesinin halkla ilişkiler biriminin 29.09.2000 2001 tarihli faksı.

İNCEOĞLU, Yasemin: **Medya ve Toplum**, İstanbul, Der Yayınları, 1998.

İşİK, Metin: “ **İletişimden Kitle İletişimine**, Konya, Mikro Yayınları, 2000.

KAZANCI, Metin: **Halkla İlişkiler**, 4. bs., Ankara, Turhan Kitabevi, 1999.

KAZANCI, Metin: **Halkla İlişkiler**, Ankara Üniversitesi SBF Yayınları. No: 59, 1980.

Kamu Yönetimi Araştırması , Genel Rapor, Ankara, T.O.D.A.İ.E. Yayını, No: 238, 1991.

KARASAR, Niyazi: Bilimsel Araştırma Yöntemi, 6. bs., Ankara, 3A Araştırma Eğitim Danışmanlık L.t.d., 1994.

Mc QUAIL, Denis, Sewen WINDAHL: Kitle İletişim Modelleri, Ankara, İmge Kitabevi, 1997.

MUTLU, Erol. İletişim Sözlüğü, Ankara, Ark Yayınları,1994.

RİGEL, Nurdoğan: İletişim Tasarımında Haber, İstanbul, Der Yayınları, 2000.

RİGEL, Nurdoğan: Rüya Körleşmesi, İstanbul, Der Yayınları, 2000.

ONAL, Güngör: Halkla İlişkiler, İstanbul, Türkmen Kitabevi, 2000.

ONARAN, Alim Şerif: Kamuoyu El Kitabı, İstanbul, Filiz Kitabevi, 1984.

PAKSOY, Arzu Çekirge: Türkiye’de Halkla İlişkiler Uygulamaları, İstanbul, Rota Yayınları, 1996.

PELTEKOĞLU, Filiz Balta: Halkla İlişkiler Nedir, 2.bs., İstanbul, Beta Yayınları, 2001.

SARIKOÇ, İbrahim: Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler ve Başbakanlık Halkla İlişkiler Daire Başkanlığı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bilim Dalı, 1988.

Sabah Gazetesinin halkla ilişkiler biriminin 29.09.2000 2001 tarihli faks

Star Gazetesinin halkla ilişkiler biriminin 30.09.2000 2001 tarihli faksı

SEVERİN, J. Werner, W. James Tankart: **İletişim Kuramları: Kökenleri, Yöntemleri, ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımları**, Çev. Ali Atıf Bir, Serdar Sever, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1994.

The Collins Consice Dictionary of Englih Language, Ed. by. Patrick Hanks, london and Glagow, Collins Press, 1988.

T.C. Resmi Gazete, 06.07.1991, s.20291.

TGRT Televizyonun halkla ilişkiler biriminin 29.09.2000 2001 tarihli faksı

Türkçe Sözlük, 9.bs, Ankara, Türk Dil Kurumu Yayınları,1998.

URAL, Armay: **Bilimsel Araştırma ve Teknikleri El Kitabı**, İstanbul, Der Yayınları, 1981.

PİCKL, Victor J.: “Ombudsman ve Yönetimde Reform,” Çev. Turgay Ergun, **Amme İdaresi Dergisi**, Ankara, Amme İdaresi Yayını, C.19, sayı.4, Aralık 1996, s.37-46.

WEAVER David H. “Medya Gündem Kurması ve Medya Manipülasyonu,” Çev. Zülfikar Damlapınar, Konya, **Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı: 4, 2001.

Akşam Gazetesi: İstanbul, 18.12.2000.

Cumhuriyet Gazetesi. İstanbul, 18.12.2000.

Hürriyet Gazetesi: İstanbul, 18.12.2000.

Milliyet Gazetesi: İstanbul, 18.12.2000.

Sabah Gazetesi. İstanbul, 18.12.2000.

Yeni Bin yıl Gazetesi: İstanbul, 18.12.2000.

Akşam Gazetesi: İstanbul, 19.12.2000.

Cumhuriyet Gazetesi: İstanbul, 19.12.2000.

Hürriyet Gazetesi: İstanbul, 19.12.2000.

Milliyet Gazetesi, İstanbul, 19.12.2000.

Sabah Gazetesi: İstanbul, 19.12.2000.

Yeni Bin yıl Gazetesi: İstanbul, 19.12.2000.

Akşam Gazetesi: İstanbul, 20.12.2000.

Cumhuriyet Gazetesi: İstanbul, 20.12.2000.

Hürriyet Gazetesi: İstanbul, 20.12.2000.

Milliyet Gazetesi: İstanbul, 20.12.2000.

Sabah Gazetesi: İstanbul, 20.12.2000.

Yeni Bin yıl Gazetesi: İstanbul, 20.12.2000

Akşam Gazetesi., İstanbul, 21.12.2000.

Cumhuriyet Gazetesi: İstanbul, 21.12.2000.

Hürriyet Gazetesi: İstanbul, 21.12.2000.

Milliyet Gazetesi, İstanbul, 21.12.2000.

Sabah Gazetesi: İstanbul, 21.12.2000.

Yeni Bin yıl Gazetesi: İstanbul, 21.12.2000.

Akşam Gazetesi: İstanbul, 22.12.2000.

Cumhuriyet Gazetesi. İstanbul, 22.12.2000.

Hürriyet Gazetesi: İstanbul, 22.12.2000

Milliyet Gazetesi: İstanbul, 22.12.2000.

Sabah Gazetesi: İstanbul, 22.12.2000.

Yeni Bin yıl Gazetesi: İstanbul, 22.12.2000.

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOĞUMANTASYON MERKEZİ

Akşam Gazetesi: İstanbul, 23.12.2000.

Cumhuriyet Gazetesi: İstanbul, 23.12.2000.

Hürriyet Gazetesi: İstanbul, 23.12.2000.

Milliyet Gazetesi: İstanbul, 23.12.2000.

Sabah Gazetesi: İstanbul, 23.12.2000.

Yeni Bin yıl Gazetesi: İstanbul, 23.12.2000.

Akşam Gazetesi. İstanbul, 24.12.2000.

Cumhuriyet Gazetesi. İstanbul, 24.12.2000.

Hürriyet Gazetesi: İstanbul, 24.12.2000.

Milliyet Gazetesi. İstanbul, 24.12.2000.

Sabah Gazetesi: İstanbul, 24.12.2000.

Yeni Bin Yıl Gazetesi: İstanbul, 24.12.2000.