

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
AVRUPA BİRLİĞİ ANABİLİM DALI
AVRUPA ÇALIŞMALARI PROGRAMI
DOKTORA TEZİ

**KAMUSAL ALANDA AVRUPA BİRLİĞİ
TARTIŞMALARI: HABER MEDYASI İNCELEMESİ**

Huriye TOKER

Danışman
Prof. Dr. Canan BALKIR

2011

DOKTORA
TEZ ONAY SAYFASI

2006800812

Üniversite : Dokuz Eylül Üniversitesi
Enstitü : Sosyal Bilimler Enstitüsü
Adı ve Soyadı : Huriye TOKER
Tez Başlığı : Kamusal Alanda Avrupa Birliği Tartışmaları: Haber Medyası İncelemesi
Savunma Tarihi : 09.06.2011
Danışmanı : Prof.Dr.Canan BALKIR

JÜRİ ÜYELERİ

<u>Ünvanı, Adı, Soyadı</u>	<u>Üniversitesi</u>
Prof.Dr.Canan BALKIR	DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
Doç.Dr. Zehra Nilüfer KARACASULU	DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
Yrd.Doç.Dr. Müge AKNUR	DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
Prof.Dr. Gülgün TOSUN	EGE ÜNİVERSİTESİ
Doç.Dr.Selda AKÇALI	EGE ÜNİVERSİTESİ

İmza

Canan Balkir
Nilüfer
Müge
Gülgün
Selda

Oybirliği (X)
Oy Çokluğu ()

Huriye TOKER tarafından hazırlanmış ve sunulmuş "**Kamusal Alanda Avrupa Birliği Tartışmaları: Haber Medyası İncelemesi**" başlıklı tezi kabul edilmiştir.

Prof.Dr. Utku UTKULU
Enstitü Müdürü

YEMİN METNİ

Doktora Tezi olarak sunduğum “Kamusal Alanda Avrupa Birliği Tartışmaları: Haber Medyası İncelemesi” adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

.../.../2011

Huriye TOKER

ÖNSÖZ

Hayatımın kırılma noktalarından birini oluşturan doktora çalışmamda destek olan pek çok insandan bazılarının ismini anmayı bir borç bilirim.

Avrupa Birliği konusundaki ilgimi uzmanlık alanı haline dönüştürmemde etkili olan, tezimi satır satır kaç kez okuduğunu benim bile sayamadığım değerli hocam ve tez danışmanın Prof. Dr. Canan Balkır'a minnettarım.

Gazetecilik eğitimimi Avrupa Birliği alanı ile keşistirmeye çalışırken her tökezlediğimde yanımda bulduğum hocam Prof. Dr. Gülgün Tosun'a, en umutsuz anımda telefonlarla bile beni yüreklendiren sevgili hocam Doç Dr. Selda Akçalı'ya ve diğer tüm hocalarıma binlerce teşekkürler.

Altı yıllık uzun çalışmamda sağ duyusunu koruyarak bana dayanan Yaşar Üniversitesi'nde iş arkadaşım Dr. Merba Tat'a ve doktora sınıf arkadaşlarıma teşekkür etmek istiyorum. Yine tez çalışmam sırasında sosyal hayatımı sürdürmemi sağlayan sevgili arkadaşlarım Senem Yılmaz, Nil Sonuç, Esra Yıldırım Dalan, Gül Huyugüzel Kışla'ya teşekkürlerimi sunuyorum.

Çalışmama başladığımda henüz birkaç aylık olan şu anda okula başlayan sevgili kızım Gün Ada ve her türlü değişken ruh halime katlanan kızım Sıla Deren'e ve benimle aynı anda doktora başlayarak süreci paylaşan sevgili eşim, annem ve babama teşekkür ediyorum.

Ve sevgili öğrencilerim... Her gün daha da keyif aldığım öğretmenlik mesleğini bana yaşattığınız, bu kadar iyi ve anlayışlı olduğunuz için sizlere sonsuz teşekkürler. İyi ki varsınız.

ÖZET

Doktora Tezi

Kamusal Alanda Avrupa Birliği Tartışmaları: Haber Medyası İncelemesi

Huriye TOKER

Dokuz Eylül Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Avrupa Birliği Anabilim Dalı

Avrupa Çalışmaları Programı

Kamusal alan, toplumun sosyal konularda ortak kullandığı forum veya arena kavramına işaret etmektedir, medya ve iletişim yoluyla halk ile devlet arasında uygun tartışma alanı yaratmaktadır. En basit işlevsel tanımıyla medya, hükümete karşı halkın fikirlerini yansıtır ve bu nedenle kamusal alanın ortaya çıktığı en uygun arena olarak tanımlanır, çünkü vatandaşların politikaya ilişkin deneyimlerinde medya, aktörlerin ve konuşmacıların kamu tartışmaları için girdi sağlamalarını mümkün kılan bir alandır. Özellikle haber medyası, politika ve sivil toplum aktörlerinin ve hatta vatandaşların fikir ve bakış açılarını görünür kılar.

Çeşitli Avrupa Birliği ülkelerindeki ulusötesileşme tartışmalarında medyanın rolü ve kamusal alanın Avrupalılaşması 1990'lardan bu yana devam eden bir tartışma alanıdır. Avrupa Birliği aday ülkesi olarak Türkiye'de ülkenin Avrupalılaşmasında medyanın rolü araştırmacılar ve medya profesyonelleri tarafından neredeyse tamamen görmezden gelinen bir konudur. Çalışma çerçevesinde Türkiye kamusal alanındaki politik aktörler, sivil toplum, ekonomik aktörler, çıkar gruplarının Avrupa Birliği konusundaki medyada temsil edilen iddiaları analiz edilmiştir. Araştırma kapsamındaki kaynaklar 1999-2005 yılları arasındaki popüler ve ciddi basından seçilen üç gazetenin–Cumhuriyet, Hürriyet, Zaman– haber sayfalarındaki iddiaların incelenmesiyle ortaya konmuştur.

Seçilen 1045 gazete nüşasının haber sayfalarında Avrupa Birliği konusunda 1228 iddia saptanmış ve belirlenen 54 değişkene göre analiz edilmiştir. Analiz sonuçları Türkiye medyasında Avrupalılaşımanın izlerini taşımaktadır. Yine araştırma, AB-Türkiye arasındaki soğuk ilişkinin tek sorumlusunun medya olmadığını göstermektedir. Medya aktörlerinin AB haberleri çerçevesindeki iddiaları hem diğer politik aktörlere göre daha Avrupalı hem de diğer aktör iddialarına göre daha pozitifdir.

Anahtar Kelimeler: kamusal alan, Avrupalılaşıma, Türkiye, Avrupa Birliği, gazeteler, iddia analizi.

ABSTRACT
Doctoral Thesis
Doctor of Philosophy (PhD)
European Union Debates in the Public Sphere: The Case of News Media
Huriye TOKER

Dokuz Eylül University
Graduate School of Social Sciences
Department of European Union
European Studies Program

Public sphere indicates a forum or an arena which it congregates the society for common social issues and through media and communication public sphere creates a proper platform for discussions between public and the state. In the simplest functional term, media reflects public opinion against the state and therefore it is defined as the most appropriate area, where public sphere emerges. According to the political experiences of citizens, media is an area which makes it possible for actors and spokesmen to provide input for public discussions. News media is an arena in which political actors, civil society and even citizens can express views and make announcements.

The role of media on transnationalisation debates in different European Union member countries and Europeanization of public sphere are the long standing discussion areas since the 1990's. The role of media in Europeanization of Turkey, as a candidate country, is almost ignored by researchers and media professionals. In the framework of this study, we analyzed the claims of political actors, civil society, economic actors, and other interest groups in Turkish public sphere through media representation.

The sources in the scope of this study are presented by analysing the three newspapers –Cumhuriyet, Hürriyet, Zaman- which were chosen among the popular and prestigious newspapers of the years between 1999 and 2005.

In the news pages of the selected 1045 newspaper copies, 1228 claims about European Union were detected and those claims were analysed with regard to 54 variables. According to the results, Turkish media has the traces of discursive Europeanization. This study also reveals that media is not the one to blame for the lukewarm relationship between EU and Turkey. The claims of media actors within the scope of the news on EU are more European than other political actors and more positive than other actors' claims.

Key Words: public sphere, Europeanization, Turkey, European Union, newspaper, claim analysis.

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI	ii
YEMİN METNİ	iii
ÖNSÖZ	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vii
İÇİNDEKİLER	ix
KISALTMALAR	xii
TABLO LİSTESİ	xiii
ŞEMA VE ŞEKİLLER LİSTESİ	xvi
EKLER LİSTESİ	xvii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

AVRUPALILAŞAN POLİTİK ALANDA POLİTİK SÖYLEM VE MEDYA

1.1. KAMUSAL ALAN KAVRAMI	14
1.1.1. Kamusal Alana Kuramsal Bakış	18
1.1.2. Avrupa Kamusal Alanının Çeşitli Tanımları ve Doğuşu	31
1.1.3. Avrupa Kamusal Alanı ve Farklı Disiplinlerin Yaklaşımları	34
1.2. KAMUSAL ALAN VE DEMOKRASİ	35
1.3. MEDYA, HABER MEDYASI VE KAMUSAL ALAN İLİŞKİSİ	43
1.4. AVRUPA KAMUSAL ALANINA İLİŞKİN ARAŞTIRMALAR	48
1.4.1. Avrupa Kamusal Alanına İlişkin Bulgular	49
1.4.2. Avrupa Kamusal Alanına İlişkin Bulgularının Değerlendirilmesi	50
1.5. MEDYANIN FİKİR OLUŞUMUNDAKİ ROLÜNE İLİŞKİN	
ARAŞTIRMALAR	54
1.5.1. Basına Yönelik Araştırmalar	57

1.5.2. Televizyon Haberlerine Yönelik Araştırmalar	60
1.5.3. İnternete İlişkin Araştırmalar	62
1.6. AVRUPA KAMUSAL ALANINDA ‘DEMOKRATİK AÇIK’ KAVRAMINA İLİŞKİN ARAŞTIRMALAR.....	63
1.7. AVRUPA KİMLİĞİ VE TÜRKİYE ALGISINA İLİŞKİN ARAŞTIRMALAR.....	64
1.8. TÜRKİYE’DE GERÇEKLEŞTİRİLEN ARAŞTIRMALAR	67

İKİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMA DİZAYNI: ANALİTİK YAKLAŞIM VE METODOLOJİ

2.1 İDDİA ANALİZİ KODLAMA REHBERİ	70
2.2 ARAŞTIRMANIN DEĞİŞKENLERİ VE İDDİA ANALİZ ŞEMASI.....	71
2.2.1 Önkabuller ve Kurallar Dizisi	78
2.3 ARAŞTIRMA SORULARI VE HİPOTEZ	81
2.4. ARAŞTIRMA DİZAYNI VE ANALİZ METODU	83
2.4.1 Araştırma Kısıtları.....	89

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA ALANI

3.1. ARAŞTIRMADA YER ALAN GAZETELERE İLİŞKİN GENEL BULGULAR	92
3.2. HABERİN KAYNAĞINA VE HABER FOTOĞRAFINA İLİŞKİN GENEL BULGULAR	105
3.3. AVRUPA BİRLİĞİ’NE İLİŞKİN HABERLERİN KONU ALANLARI VE MANŞETLERİ	111
3.4. AVRUPA BİRLİĞİ’NE İLİŞKİN AKTÖR ANALİZİ (1999-2005).....	115
3.5. AVRUPA BİRLİĞİ’NE İLİŞKİN İDDİALARIN ÇERÇEVELENMESİ	130
3.6. TÜRKİYE MEDYASINDA AVRUPALILAŞMAYA İLİŞKİN BULGULAR ...	142
3.7. AVRUPA BİRLİĞİ’NE İLİŞKİN HABERLER VE POLİTİK PARTİLER	160

3.8. ARAŞTIRMA VERİLERİ İLE EUROPUB PROJESİ'NİN KARŞILAŞTIRILMASI.....	166
3.9. DEĞERLENDİRMELER	170
SONUÇ	186
KAYNAKLAR	211
EKLER.....	233

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
ABGS	Avrupa Birliği Genel Sekreterliği
AET	Avrupa Ekonomik Topluluğu
Ed.	Editör
EUROPUB	The Transformation of Political Mobilisation and Communication in European Public Spheres (Avrupa Kamusal Alanlarındaki İletişim ve Politik Hareketliliğin Dönüşümü)
IMF	International Monetary Fund (Uluslararası Para Fonu)
İKÖ	İslam Konferansı Örgütü
KOB	Katılım Ortaklığı Belgesi
NATO	North Atlantic Treaty Organization (Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü)
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development (Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü)
s.s	Sayfa sayısı
STK	Sivil toplum kuruluşu
UP	Ulusal Program
vd.	Ve diğerleri

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Kamusal Alana İlişkin Tanımlar	33
Tablo 2: Araştırmada Yer Alan Gazetelere Göre Haber Dağılımı	93
Tablo 3: Gazete Adına Göre Haber Manşet İçeriği	94
Tablo 4: Gazete Adına Göre İlk Sayfada Yer Alan Haber İlişkisi	95
Tablo 5: AB'ye İlişkin Haberlerin Gazetede Bulunduğu Bölüm	96
Tablo 6: Haberin Gazetede Bulunduğu Bölüme Göre Manşetin İçeriği	97
Tablo 7: Gazetelerde Yer Alan AB'ye İlişkin Haberlerin Türü	99
Tablo 8: Gazete Yayın Tarihine Göre Manşet İçeriği	100
Tablo 9: Gazetelerde Yer Alan AB'ye İlişkin Haberlerin Büyüklüğü	102
Tablo 10: Gazete Adına Göre Haberin Büyüklüğü	103
Tablo 11: Haber Büyüklüğüne Göre Manşetin İçeriği	104
Tablo 12: Gazete Adına Göre Haberin Kaynağı	105
Tablo 13: Yayın Tarihine Göre Haberin Kaynağı	107
Tablo 14: AB Haberlerinde Fotoğraf Dağılımı	108
Tablo 15: AB Haberlerinin Fotoğraflarındaki Aktörler	108
Tablo 16: Haber Fotoğrafına Göre Aktörler	109
Tablo 17: Haber Fotoğrafındaki Aktöre Göre Manşetin İçeriği	110
Tablo 18: Belirlenen Konu Alanların Haberde Yer Alması	112
Tablo 19: Haberin Konu Alanlarına Göre Dağılımı	112
Tablo 20: Konu Alanlarına Göre Konuların Gazete Haberlerindeki Varlığı	113

Tablo 21: Haberdeki Ana İddianın AB İle İlgisi	114
Tablo 22: Haberdeki Yardımcı İddianın AB İle İlgisi	114
Tablo 23: Haber Manşetinin İçeriği	115
Tablo 24: Araştırma Alt Soru ve Hipotezleri	116
Tablo 25: Gazete Yayın Tarihine Göre İddiayı Destekleyen Aktörün Kapsamı	121
Tablo 26: İddianın Karşıt Aktörüne Göre İddia Sahibi Aktörler	127
Tablo 27: İddiada Geçen Konuya Göre Aktörler	129
Tablo 28: İddia Sahibinin Kapsamı	132
Tablo 29: İddianın Çerçevesine Göre Aktörün Alanı	133
Tablo 30: Ulusal Aktörlere Göre Medyanın Kurduğu Çerçeve	135
Tablo 31: AB Aktörlerine Göre Medyanın Kurduğu Çerçeve	136
Tablo 32: Avrupalı Ulusal Aktörlere Göre Medyanın Kurduğu Çerçeve	138
Tablo 33: AB Dışı Aktörlere Göre Medyanın Kurduğu Çerçeve	140
Tablo 34: Ulusüstü Aktörlere Göre Medyanın Kurduğu Çerçeve	141
Tablo 35: Gazete Yayın Tarihine Göre Aktör Sınıflaması	143
Tablo 36: İddianın Aktör Adresine Göre İddia Sahibi Aktörler	145
Tablo 37: İddanın Karşıt Aktörleri/ Destekleyen Aktörleri	146
Tablo 38: Ulusal Aktörlere Göre AB Bütünleşme Çerçevesi	149
Tablo 39: AB Aktörlerine Göre AB Bütünleşme Çerçevesi	150
Tablo 40: Avrupalı Ulusal Aktörlere Göre AB Bütünleşme Çerçevesi	152
Tablo 41: AB Dışı Aktörlere Göre AB Bütünleşme Çerçevesi	153
Tablo 42: Ulusal Aktörlere Göre İddianın Çerçevesi	155
Tablo 43: AB aktörlerine Göre İddianın Çerçevesi	156

Tablo 44: Avrupalı Ulusal Aktörlere Göre İddianın Çerçevesi	157
Tablo 45: AB Dışı Aktörlere Göre İddianın Çerçevesi	158
Tablo 46: Ulusüstü Aktörlere Göre İddianın Çerçevesi	160
Tablo 47: Politik Partilere Göre AB Çerçevesi	161
Tablo 48: Politik Partilerin AB İddialarının Medyada Çerçevenmesi	163
Tablo 49: Politika Aktörlerine Göre İddianın Tarihsel Çerçevesi	165
Tablo 50: İddia Sahibine Ait Veriler	167
Tablo 51: Aktörün Alanına Göre Konunun Refere Ettiği Ülke	168

ŞEMA VE ŞEKİLLER LİSTESİ

Şema 1: İddia Analiz Şeması: Avrupa	72
Şema 2: İddia Analiz Şeması: Türkiye	73
Şema 3: Tamamlanmamış İddialar: Avrupa	75
Şema 4: Tamamlanmamış İddialar: Türkiye	77
Şekil 1: İddiayı Destekleyen Aktörler	122
Şekil 2: İddianın Aktör Adresi	123
Şekil 3: İddianın Nesne Aktörü	124
Şekil 4: İddianın Karşıt Aktörü	125

EKLER LİSTESİ

EK: 1 KOD KİTABI.....	234
EK: 2 HABER KODLAMA ŞEMALARI (Aralık 1999 - Ocak 2006)	249
EK: 3 ÖRNEK GAZETE HABERLERİ.....	255

KAMUSAL ALANDA AVRUPA BİRLİĞİ TARTIŞMALARI:

HABER MEDYASI İNCELEMESİ

GİRİŞ

Kaçınılmaz bir olgu olan toplumsal değişim günümüzde küreselleşme, postmodernizm, bilgi toplumu, post-endüstriyel toplum gibi farklı kavramsallaştırmalarla yeniden tanımlanmaktadır. Yirminci yüzyılın belirleyicisi olan son yirmi yıl, Avrupa politik düzenine dinamik değişiklikler getirmiş, Berlin Duvarı'nın yıkılmasıyla Soğuk Savaş politikasının sona ermesi ve ardından Sovyetler Birliği'nin dağılması bize Avrupa'da yaşanan değişikliklere tanık olma fırsatı vermiş, küreselleşme ve uluslararasılaşmanın yarattığı dönüşümlerle, insanoğlunun temel kültürel ve sosyal koşulları da değişime uğramıştır.

Bu küresel değişikliklere Avrupa Birliği'nin yanıtı 1 Mayıs 2004 tarihinde on yeni üye ülkeyi içine alarak genişlemesi olmuştur. Böylece Avrupa kıtasının bütünlüğü daha da güçlendirilmiş, barış, istikrar ve güvenlik arttırılmıştır. Bununla birlikte, son genişlemeden alınan en önemli ders, ne Birliğe yeni katılmış üyelerin, ne de AB üyesi devletlerin vatandaşlarının süreç hakkında yeterli bir şekilde bilgilendirilmemiş olmalarıdır. 1992 yılında imzalanan Maastricht Antlaşması onayı sırasında Danimarka'da ilk referandum halkın 'hayır' oyu ile sonuçlanmış, ardından, 2005 yılında AB Anayasası onay sürecindeki referandumlar sırasında önce Fransız sonra Hollandalıların 'hayır' oyu kullanması, iletişim ve 'demokratik açık'¹ konusunu AB'nin

¹ 'Demokratik açık' konusu Avrupa Birliği ile ilgili özellikle iletişim, kültür ve kimlik odaklı tartışmalarda sık geçen bir kavram haline gelmiştir. Kavram, Avrupa Birliği'nin karar alma sürecinin yeterince demokratik ve meşru olmadığını ifade ettiği gibi meşruiyet tartışmalarında halkın AB karar alma sürecine katılımındaki eksik ve zaafiyetleri de içine alan bir ifade olarak kullanılmaktadır. Araştırmacılar kurumsal demokrasi açığının (AB Parlamentosu'nun karar alma konusunda diğer kurumlara göre daha zayıf kalması ile yürütmenin yasamaya baskın gelmesi) yanısıra tek tek bu kurumların kendi meşruiyetlerini de tartışmaktadırlar. Demokratik açığın diğer bir ayağı da Avrupa Birliği'nin '*demos*' olarak adlandırılan halkın siyasi süreçlere katılımının tam olarak sağlanamaması ile ilişkilendirilmektedir. Bir yandan da 'ortak bir Avrupa demosu yoktur' tezi eleştirilerek etnik temelli anlayışın karşısına vatandaşlık temelli, '*civic*' bir demos anlayışı da yerleştirilebilmekte ve anayasal vatandaşlık kavramı ile tartışılmaktadır (Habermas 2001:16; Karadağ, 2006:52-59).

gündeminde daha üst sıralara taşımıştır (Baerenreuter ve diğerleri, 2008; Eriksen ve Fossum, 2001; Karadağ, 2006:34). Avrupa Birliği Komisyonu kurumsal krize cevap olarak demokrasi, diyalog ve müzakere içerikli bir plan hazırlamış, 2006 yılında iletişim ve demokrasi konulu bir Beyaz Kitap kabul etmiş ve bu konuda girişimlere devam etmektedir.² Konuya ilişkin Beyaz Kitap'ta da belirtildiği gibi AB'nin gelecekteki genişleme ve başarısı, üye ve aday ülke toplumları arasında geliştirilecek güçlü, derin ve sürekli bir diyalog ile sağlanabilecektir (European Commission, 2006). Bu güçlendirilmiş diyalogla, bilgi eksikliği giderilebilecek, vatandaşların farklı kültürleri, siyasi ve ekonomik sistemleri daha iyi algılamasına katkıda bulunularak, daha sonraki Avrupa Birliği'ne katılımların getireceği fırsatlar ve zorluklar hakkında güçlü bir bilinç oluşması sağlanabilecektir.

Türkiye'nin Avrupa Birliği, o dönemdeki adıyla Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET) ile olan ilişkileri, 31 Temmuz 1959'da Türkiye'nin AET'ye üyelik için başvurmasıyla başlamıştır. Kamuoyuna başvurunun reddi olasılığı nedeniyle bilgi verilmek istenmese de sonunda Zafer Gazetesi'nde 7 Ağustos 1959'da yayınlanan "Müracaatımıza Dair Haber..." başlıklı haberle, başvuru Türk kamuoyuna duyurulmuştur. AET Bakanlar Konseyi 11 Eylül 1959'da aldığı kararla Türkiye'nin başvurusunu kabul etmiştir (Gaytancıoğlu, 2009:49). İlişkiler 1964 yılında yürürlüğe giren Ankara Anlaşması'nın temelini oluşturduğu ortaklık rejimi çerçevesiyle meşruluk kazanmıştır.

Türkiye ile Avrupa Birliği arasındaki ilişki yeni dönemeçlere girdikçe daha karmaşık hale gelmiş, zamanla kamusal alanın belirleyici bir dış politika konusu olmuştur. Ankara Antlaşması'ndan bu yana geçen neredeyse yarım yüzyıla ve katılım

² Avrupa Birliği 2005 yılı referandumlarındaki Fransa ve Hollanda'daki AB Anayasası'nın kabulüne ilişkin olumsuz sonuçlardan sonra 13. 10. 2005 tarihinde AB Komisyonu tarafından hazırlanan '**Plan-D for Democracy, Dialog and Debate**' başlıklı Eylem Planı, AB'nin daha demokratik, şeffaf ve etkin olması amacıyla AB kurumları ile vatandaşları arasında tartışma başlatmayı hedeflemiştir. Plan-D 'Avrupa iletişimi için bir eylem planı' sunmaktadır. Amaç, halkın karar verme sürecine katılarak Avrupa Birliği sürecini sahiplenmesidir. Plan D ile Avrupa Birliği, vatandaşları ile arasında yeni ve meşru bir konsensüsü derinleştirmek istemektedir. Bu konuda ikinci önemli belge, 01.02. 2006 yılında da Eylem Planı sonrası kabul edilen '**White Paper on European Communication Policy**' (Avrupa İletişim Politikası Üzerine Beyaz Kitap) dir. Beyaz Kitap, Avrupa Birliği'nin başlattığı iletişim farkındalığını gözler önüne sermektedir (http://europa.eu/documents/comm/white_papers/pdf/com2006_35_en.pdf) (10.12.2008).

yolunda kaydettiği ilerlemeye rağmen AB Komisyonu'nun Ekim 2004 tarihli Tavsiye Metni'nde, üye devletler ve Türkiye arasında endişe ve algılamaların samimi ve açık bir şekilde tartışılabilceği bir diyalogun geliştirilmesi önerilmiştir. Avrupa Birliği ülkelerinde yaşandığı ileri sürülen bu iletişim açığının medya aracılığıyla giderilmesi gerektiği de gerek akademisyenler (Hans-Jörg Trenz, Ruud Koopmans vb.) gerekse bürokratların (AB Komisyonu eski Başkanı Romano Prodi³ ve AB Türkiye eski Büyükelçisi H. Kretschmer⁴) konuşmalarında dile getirilmekte (Cumhuriyet Gazetesi, Mart 2005) bir anlamda medyaya Avrupa Birliği'nde yaşayan vatandaşları ortak hedefler doğrultusunda birleştirebilecek yeni bir diplomasi aracı olabilme sorumluluğu yüklenmektedir. Türkiye'deki medya temsilcileri tarafından da "AB medyası Türkiye'yi tartışırken Türk medyası oyalıyor"⁵ sözleriyle özeleştirilme yapılmakta (Önderoğlu, 2006) Türkiye-AB ilişkilerinde medyaya da bir aktör olarak ihtiyaç duyulduğu vurgulanmaktadır.

Türkiye- AB ilişkilerinde müzakere sürecindeki hazırlıkları kontrol eden bir devlet kurumu olan Avrupa Birliği genel Sekreterliği'nin ancak kuruluşunun onuncu yılında genel bir çerçeve olarak geliştirdiği AB İletişim Stratejisi'ni kamuoyuna sunabilmiştir (İKV, 2011).⁶

Bu çalışmada medyanın özellikle de haber medyasının toplumda yaşayan bireylerin dış dünyayı algılamalarında önemli bir kamusal alan olduğu ve toplumda etkin rol oynadığı gerçekliğinden yola çıkılmakta (İnal, 2005: 65), toplumu anlamak için

³ Dönemin Komisyon Başkanı R. Prodi 14 Eylül 1999'da Avrupa Parlamentosu'nda yaptığı konuşmada basın ve AB arasındaki ilişkilere değinerek "Komisyon çok daha açık olmaya niyetlidir. Burada bir Glasnost zamanı gelmiştir! Ben Avrupa'yı kapalı kapıları ardında bırakmış (...) olması gerektiği gibi aydınlık bir yapıya davet ediyorum. İnsanların benim omuzumdan bakıp, Komisyon'un nelerle meşgul olduğunu kontrol etmesini, kendilerini ilgilendiren konulardan haberdar olmasını istiyorum." diyerek yeni Komisyon'un Avrupa halklarının enformasyona erişim olanağının kapılarını açan doğru bir iletişim stratejisi için daha fazla çabalayacağını da belirtmiştir (Baisnee 2001'den aktaran Arsan, 2008:124).

⁴ "Türkiye insanı ile AB insanları arasında diyalog kurulması ciddi önem taşıyor." (AB Komisyonu Ankara eski Temsilcisi, H. Kretschmer, Cumhuriyet Gazetesi, Mart 2005).

⁵ 'Türkiye AB İlişkileri ve Medya' konulu panelde konuşan köşe yazarı ve gazeteciler tarafından dile getirilmiştir (Haziran, 2000).

⁶ Avrupa Birliği Genel Sekreterliği 2010 yılında AB-Türkiye İletişim Stratejisi (ABİS)ni uygulamaya koymuştur. ABİS'i iki yönlü bir strateji olarak tanımlayarak hem AB'ye yönelik hem de Türkiye'ye yönelik olarak kurgulayan belge 30 başlık altında Avrupa ile gerçekleştirilecek etkinliklere, 20 başlık altında ise Türkiye ile gerçekleştirilecek etkinliklere yer vermiş ve her ikisinde de medya ile ilişkiler, gazeteler, yerel basınla ilişkiler ve sürecin doğru anlatılması konusunda bu güne kadar eksik olan noktaları sıralamışlardır (http://www.abgs.gov.tr/files/13subat/ab_iletisim_stratejisi.pdf) (13.02.2010).

medyayı, medyayı anlamak için de toplumu inceleme ihtiyacından (Kejanlıoğlu, 2005:81) hareket edilmektedir.

Avrupa kamusal alanı konusunda medyanın mercek altına alınarak analizler yapılması Avrupa'da özellikle Maastricht Antlaşması'nın onay süreci ile başlayan 'referandum krizleri' sonrası başlatılmıştır. Araştırmacılar iletişimin Avrupa kamusal alanını temsil eden ana forum olduğu konusunda hemfikirdirler (Koopmans ve diğerleri, 2003). Fakat dil, kültürel heterojenlik ve ulusal medya sistemleri gibi çeşitli nedenlerle ulusötesi Avrupa medya sisteminin yaratılması realist görülmemektedir. Bu nedenle pek çok çalışma Avrupa kamusal alanı modelinde, ulusal kamusal alanların Avrupalılaşması⁷ çerçevesinde konuya yaklaşmaktadır. Buradan yola çıkan araştırma ve projelerin ilgisi de kitle iletişim araçlarına yönelmektedir. Avrupa bütünleşmesine ilişkin konu, aktör ve medya haberleştirmesi, belli bir zaman aralığı ele alınarak (Gerhards, 2000; Eilders ve Voltmer, 2004) veya diğer ülkelerle karşılaştırılarak ortaya çıkarılmaya çalışılmaktadır (Peter ve de Vreese, 2003; Kevin, 2003; Eder ve Trenz, 2000). Araştırma bulgularına göre Avrupalı konu ve aktörlerin daha görünür oldukları ölçüde ulusal kamusal alanın birer parçası olduğu ileri sürüldüğü gibi (Gerhards, 2000; Gerhards, 2002), medyanın değişik nedenlerle Avrupalılaştıran politik iletişimde ana engel olduğu da iddia edilmektedir (Koopmans ve Pfetsch, 2003). Avrupa'da ele alınan araştırmaların bir kısmı da Türkiye ile müzakerelere başlanmasını kozmopolit Avrupa toplumunun yeniden doğuşu anlamında bir dönüm noktası olarak ele alarak medyada Türkiye'nin üyeliğinin ele alınışını incelemektedir (Koenig ve diğerleri, 2006). Avrupa kamusal alanı konusunda araştırmacılar içerik analizinden (Schlesinger ve Kevin, 2000; Peter, 2003), söylem analizine (Andersen ve Weymouth, 1999; Wodak, 2006) farklı metodlarla; vatandaş ve kurumların bakış açılarından (Peter, 2003), Avrupa TV haberlerinin etkilerine kadar pek çok konuda araştırma gerçekleştirmişlerdir.

Türkiye'de ise Avrupa Birliği'ne ilişkin medya üzerinden yapılan incelemeler oldukça sınırlıdır (Kentmen, 2010). Araştırmalar günümüze daha yakın tarihte başlatılmış, gerek zaman aralığı gerekse kapsam olarak daha dar bir çerçevede ele

⁷ Avrupalılaşma kamusal alanı konu alan uluslararası çalışmalarda olduğu gibi bu çalışma kapsamında uluslararası ilişkiler literatüründe rastlanan Avrupalılaşma teorisi olarak değil gazete haberlerinde yer alan aktör ve konularının Avrupa Birliği'ne ve Avrupa'ya ilişkin olması olarak kavramsallaştırılmaktadır.

alınmış, sıklıkla AB ile Türkiye ilişkilerinin yoğun olduğu döneme ilişkin basın analizleri gerçekleştirilmiştir. Gencel-Bek (2004), Helsinki Zirve Toplantısı'na ilişkin haberlerin Hürriyet, Star ve Sabah gazetelerindeki temsili üzerine yaptığı çalışmada, AB'nin kültürel farklılıklar taşımayan homojen bir bütünlük olarak düşünüldüğünü saptamıştır. Analize göre haberlerde rastlanan kaynaklar, Türk ve yabancı politikacılar, işadamları ve AB bürokratlarıdır. Araştırmacı, medyanın sürece olumlu bir yaklaşımla, onaylayan bir bakış açısıyla ele aldığını, haberlerde ekonomik değişimlerin 'kazanç' olarak sunulurken, bunun karşısında siyasal düzenlemelerin 'dayatma ve koşul' olarak ele alındığını belirtmektedir (Gencel-Bek, 2004:247). Diğer yandan Kejanlıoğlu ve Taş'ın 2004 İlerleme Raporu ve 2004 AB Brüksel Zirve Toplantısı'nın Zaman, Hürriyet ve Radikal Gazetelerinde yer alan köşe yazıları üzerinde gerçekleştirdikleri bir diğer medya analizinde de ortaya koydukları gibi basın, haberlerde yer verdiği akredite kaynaklar aracılığıyla, söylemsel yaklaşımı ile toplumu Avrupalı olduğuna inandırma çabası içindedir. İncelenen üç gazetede kaynak olarak gösterilen, görüşlerine başvurulanan aktörler % 85 oranında Avrupalı liderler, AB bürokratları ve politikacılarıdır ve bu aktör grubunun % 75'ini hükümet temsilcileri ve bürokratlar oluşturmaktadır (Kejanlıoğlu ve Taş, 2007).

Gencel-Bek'in incelemesinde ulaştığı sonuçlarının aksine Kejanlıoğlu ve Taş'ın çalışması, AB'nin basında homojen bir bütünlük olarak temsil edilmediğini savunmaktadır. İncelenen dönem dikkate alındığında, Kejanlıoğlu'nun 2004 yılını dolayısıyla Türkiye-AB ilişkilerinde Kopenhag kriterleri ve demokratikleşmeyle ilgili tartışmaların daha yoğun olduğu dönemi analiz etmesi nedeniyle, AB söyleminin ekonomik kazanımlardan çok politik ve kültürel söylemlerin ve 'ulusal çıkar' kavramının öne çıktığı yargısına vardığı söylenebilir.

Görüldüğü gibi araştırmalarda sadece Helsinki ve Brüksel Zirvesi'nin yapıldığı dar zaman aralığı incelenmiştir. Oysa ki genel çerçeveyi ortaya çıkarmak için daha uzun dönem aralığını ele alan çalışmalara ihtiyaç vardır. Yine medya üzerinden AB-Türkiye ilişkilerine odaklanan iki kitabın yazılmış olması (Gökmen Karadağ, 2006 *AB'nin Medyası Medyanın AB'si* ve Esra Arsan, 2007 *Avrupa Birliği ve Gazetecilik*) konuya ilişkin akademik çalışmaların azlığını göstermektedir. Bu nedenle konunun daha fazla

sayıda araştırmacı tarafından ele alınması, bilimsel çalışmalar yapılması gerekmektedir. Özellikle referandumlar aracılığıyla Avrupa Birliği'ne ilişkin kararlara halkın da dahil edilmesi, halkın tutum ve davranışlarını geliştirmesi sırasında yararlandığı en önemli enformasyon kaynağı olan medyanın analiz edilmesini daha da gerekli kılmaktadır.

Halkın sürece nasıl eklemlendiğine ilişkin tutum ve algılara yönelik araştırmalarda Helsinki Zirvesi ve sonrasında halkın desteğinin 2002 yılında yapılan bir anket çalışmasında % 72 olarak ifade edilirken, diğer yandan aynı anket çalışmasında katılımcıların sadece % 2'sinin AB konusunda bilgi sahibi olması⁸ da bu çalışmanın arkaplanındaki sorulardan bir diğeridir⁹. Yurt dışı kaynaklı bazı araştırmalarda da Türklerin Avrupa Birliği algılamalarındaki negatif yöndeki tutum değişikliği açıkça ifade edilmektedir¹⁰ ve benzer bulgulara ulaşan çeşitli analizler¹¹ ve araştırmalar da mevcuttur.¹² Türk ve Avrupa halklarındaki bu tutum değişikliği akademisyenler

⁸ Yeni Asır Gazetesi 'Askerin AB Anketi' başlıklı haber (17 Haziran 2002).

⁹ Zaman Gazetesi 'Halk Avrupa Birliği'ni Sihirli Değnek Olarak Görüyor' başlıklı haber (3 Şubat 2004).

¹⁰ Alman Marshall Fonu'nun (The German Marshall Fund of the United States) Amerikalı ve Avrupalıların tutumu hakkında her yıl düzenlediği 'Transatlantik Eğilimler' başlıklı kamuoyu araştırmalarının 2008 yılına ilişkin verilerine göre, Avrupalıların % 57'si ve Türklerin de % 55'i 'Türkiye'nin çok farklı değerleri olduğunu ve bu nedenle aslında Batı'nın bir parçası olmadığını' belirtmişlerdir. Yine aynı araştırmada Avrupalıların % 60'ı ve Amerikalıların da % 48'i Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne gireceğini düşünürken bu oran, ankete katılan Türkler arasında sadece % 26 olarak tespit edilmiştir. Bu veriler de araştırma hipotezi olan 'Türklerin AB üyeliğine ilişkin 1999 yılı sonrası daha şüpheli yaklaşımları görüşünü' desteklemektedir. 2008'e ilişkin veriler ABD ile birlikte 12 Avrupa ülkesinden (Almanya, Fransa, İngiltere, İtalya, Hollanda, Polonya, Portekiz, Slovakya, İspanya, Türkiye, Bulgaristan ve Romanya) toplanmıştır. Dört bölümden oluşan araştırmanın bir bölümü Türkiye'ye ayrılarak 'çalkantılı Türkiye' başlığı ile sunulmuştur (http://www.transatlantictrends.org/trends/doc/2008_turkish_key.pdf) (10.10.2009).

¹¹ Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) 2009 yılına ilişkin *Yaşam Menüyet Araştırması 2009* başlıklı raporuna göre de Avrupa Birliği üyeliğine ilişkin referandum eğilimini gösteren Grafik 72'ye göre (TÜİK, 2009:72) AB üyeliğine ilişkin olası bir referandumda % 52.4 katılımcı üyelik yönünde görüş bildirirken, % 25.1 oranında katılımcı üyeliğe karşı olduğunu bildirmiş, % 22.5 katılımcının da henüz fikri yoktur. Fikri olmayanlar ile karşı olanlar toplandığında % 47.6'ya ulaşılması da düşündürücü bir veridir. Aynı araştırmanın 67 numaralı grafiğinde ise Türkiye'nin AB üyeliğinin bireylerin yaşamına etkisi sorulduğunda % 38.4 olumlu etkiden bahsederken % 15.4'ünün olumsuz etkisi olduğuna ilişkin yargısına karşılık % 23.2 katılımcının fikri yoktur. Bu veriler de AB konusunda bilgi eksikliğini gözler önüne sermektedir.

¹² Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurumu (USAK) adlı düşünce kuruluşunun düzenlediği Kasım 2006, 3. AB Algılama Anketinde, 17 Aralık 2004 - 2006 tarihleri arasında, Türk kamuoyunun AB'ye olan desteğinin % 75'lerden % 50'ye düşmüş olduğu açıkça görülmektedir. USAK AB Algılama Anketi, 6 Kasım 2006. (<http://www.usakgundem.com/pdfs/USAK-AB-ALGILAMA-ANKETI-3.pdf>) (10.05.2008). USAK tarafından 2005 yılında gerçekleştirilen 2. AB Algılama Anketinde tam üyelik konusunda daha kötümser bir hava bulgulanmıştır. 10-15 yıl içinde gerçekleşecek üyelik bekleyenlerde de azalma söz konusudur. Türkiye'nin hiç bir zaman üye olamayacağını düşünenlerin oranı % 30'a ulaşmıştır. 2004 yılında düzenlenen 1. AB Algılama Anketinde katılımcıların % 72'si Türkiye'nin eninde sonunda AB

tarafından da dile getirilmektedir (Barysch, 2007:2; Jimenez ve Torreblanca, 2007:1; Güreşçi, 2006:78, Arsan 2007:153). Kısa sürede kamuoyu görüşlerinde yaşanan bu hızlı değişimin arka planında pek çok değişken bulunmasına rağmen bu çalışma Avrupa Birliği hakkında 1999-2005 yılları arasında kamusal alanda yer alan haberler, haberlerde temsil edilen aktörler, haber fotoğrafları, haber manşetleri gibi değişkenleri ele alarak AB haberlerinin medya temsilini analiz etmektedir.

Kamusal alan, bilgi akışının kaynağı, enformasyon hakkında farklı bakış açılarının oluşumu, buradan varılabilecek bir sentez sonucunda bir irade veya görüş ortaya çıkmasını sağlayan geniş bir ağ olarak tanımlanmaktadır. Bu irade kamusal alanda iletişimsel eylem sonucunda üretilmektedir (Habermas, 1996a:360). Araştırmanın kuramsal altyapısı Habermas'ın kamusal alan kavramı üzerine kurulmaya çalışılmıştır. Habermas'ın kavramsallaştırdığı tanıma göre *kamusal alan, devlet ile toplum arasında kamuoyunun taşıyıcısıdır*. Kamusal alanın dönüşümü dediği olgu da, gitgide daha fazla insanın kamusal alana katılarak konu hakkında akılcı tartışmaya girmesidir ve bu durum tartışmaya katılımı ve tartışmanın kalitesini arttırmaktadır. Habermas'ın radikal demokrasiden kastı daha özgür ve daha hoşgörülü bir toplum paradigmasıdır (Timur, 2008:93). Bu anlayışa göre kültürel ve özel koşullar vatandaşların demokratik kamusal alana katılımı için olması gereken birer önkoşul değildir, kamusal alan için gerekli koşullar, demokratik kurum ve prosedürler, rasyonel sonuçlar ve iletişim olarak ifade edilmektedir. Habermas, iletişimsel eylem kuramı ile kamusal alanı filozofik bir temelle yeniden açıklamaya çalışmaktadır (Stevenson, 2002:53). Habermas'ın kamusal alan tanımlamasında da belirttiği gibi kamusal alanın ilk prensibi, 'öteki' olarak tanımlanan grup, bireyler tarafından 'öteki' olarak etiketlenmeyerek, aksine hak ve sorumlulukları olan bireyler olarak algılanıp potansiyel partner olarak kabul edilmesine yol açmasıdır (Habermas 1989'dan aktaran Koenig ve diğerleri, 2000).

üyeleri olacağına inanmaktayken 2006 anketinde bu oran % 50 seviyesinde kalmıştır. 2004 yılında ankete katılanların % 28'i hiç bir zaman üyeliğin gerçekleşmeyeceğini düşünmekteyken 2005 yılında tamamiyle olumsuz düşünen cephede oran % 30'a ulaşmıştır.

Türkiye'deki ve Avrupa'daki kamuoyunun Avrupa Birliği'ne ilişkin tutumlarını ölçen pek çok anket düzenlenmiştir ve tarihsel açıdan veri niteliğinde Güreşçi'nin (2006:79-81) çalışmasında yer almaktadır.

Yukarıda açıklanmaya çalışılan kuramsal bakışa göre *Türkiye’de Avrupa Birliği’ne ilişkin haberler medyada NASIL temsil edilmektedir ve kamusal alanın Avrupalılaşıma derecesi nasıldır? Kamusal alana ilişkin kuramlar ışığında Türkiye medyasının Avrupalılaşmasından söz edilebilir mi?* sorusu araştırmanın ana sorusunu oluşturmaktadır.

Kamusal alana ilişkin kuramsal okumaların oluşturduğu çerçeveye ideal kamusal alanı tarif etmektedir. Bu çalışma yardımıyla Türkiye medyasında Habermas’ın ileri sürdüğü iletişimsel eylem kuramı çerçevesinde ‘ideal konuşma’¹³ (*ideal speech*) durumuna zemin hazırlayan, Fraser’ın öne sürdüğü ‘karşıt kamular’ (*counterpublics*) argümanına uygun bir Avrupalılaşmış kamusal alan yaratılıp yaratılmadığı veya Taylor’un dile getirdiği ‘hayali topluluğa’ (*imagined community*) ulaşip ulaşamadığı arka planında değerlendirmeler yapılmaya çalışılmaktadır.

Ana araştırma sorusunu destekleyen çeşitli değişkenler aracılığıyla (haberde yer alan aktörlerin çeşitliliği, haberin fotoğraflarında görünen aktörler, haberin ilk sayfada yer alıp almaması, haber manşetlerinin olumlu veya olumsuz ifade içerip içermemesi, AB haberlerinin gazetede hangi bölümlerde yer aldığı vb.) haber ve aktör temsili analiz edilerek istatistiksel verilere ulaşılmaktadır. AB konulu haberlerde Habermas’ın belirttiği tüm aktörlerin kamusal alanda görünür olması, dolayısıyla farklı fikir ve bakış açılarının Türk medyasında yansıtılma sıklığından yola çıkılarak ‘ideal speech’ yani ideal konuşma durumunun görülüp görülmediği incelenmektedir. İdeal konuşma durumu Habermas’ın İletişimsel Eylem Kuramı’nda ileri sürdüğü bir kavramdır. Kavram, toplumsal konuşmaya yani fikirlerin ifade edilmesine ve diğerlerinin haberdar olmasına tüm aktörlerin eşit tartışma yetenekleri ve olanaklarıyla donatılmış olarak katılmasını ifade eder. Aktörler birbirlerinin temel toplumsal eşitliğini tanırlar, böylece konuşma ideoloji ve yanlış ön kabullerle çarpıtılmaz.

¹³ ‘İdeal Konuşma durumu’ Habermas’ın İletişimsel Eylem Kuramı’nda ileri sürdüğü bir kavramdır. Kavram, toplumsal konuşmaya yani fikirlerin ifade edilmesine ve diğerlerinin haberdar olmasına tüm aktörlerin eşit tartışma yetenekleri ve olanaklarıyla donatılmış olarak katılmasını ifade eder (Koenig ve diğerleri, 2000).

Türkiye medyasında AB haberlerinin NASIL temsil edildiği ve kamusal alanın Avrupalılaşıma derecesinin araştırıldığı ana sorusu etrafında belirlenen **8 alt araştırma sorusuyla** konu daha da derinleştirilmeye çalışılmıştır. Elde edilen veriler asıl sorumuz olan NASIL sorusuna farklı açılardan ışık tutmaktadır.

Araştırma alt sorusu 1: *Yapılan istatistiki analiz sonucunda Avrupa Birliği'ne ilişkin iddia ve haberlerde nasıl bir aktör ve konu sınıflaması görülmüştür?*

Araştırma alt sorusu 2: *Kamusal alanının bir mecrası olan medyada, Avrupa konularında yerel, bölgesel, ulusal, uluslararası ve ulusötesi aktörler ne sıklıkta ve nasıl bir bakış açısıyla yer almaktadır?*

Araştırma alt sorusu 3: *Türkiye'de medyanın şekillendirdiği kamusal alandaki haberlerde Avrupalılaşıma trendinden söz edilebilir mi?*

Araştırma alt sorusu 4: *Türkiye kamusal alanında nasıl bir Avrupalılaşıma vardır? Türü ve yapısı nasıldır? Horizontal (yatay) veya vertikal (dikey) Avrupalılaşıma¹⁴ söz konusu mudur?Haberlerde hangi aktörler sıklıkla kimleri referans göstermektedir?*

Araştırma alt sorusu 5: *Avrupalı ve/veya yerel aktörler AB ile ilgili belirlenen politika alanları çerçevesinde nasıl yer alıyor? Nasıl değerlendiriyor?*

Araştırma alt sorusu 6: *Avrupa bütünleşmesi, Türk medyasında nasıl değerlendiriliyor? Genişleme/derinleşme tartışmaları medya tarafından nasıl ele alınıyor?*

¹⁴ Horizontal (yatay) Avrupalılaşıma kavramından kasıt Avrupalı aktörlerinin haberde diğer Avrupalı aktörü referans göstermesidir. Vertikal (dikey) Avrupalılaşıma ise haberde AB aktörlerinin ulusal aktörleri veya ulusal aktörlerin AB aktörlerini referans göstermesidir. Biri dikey, yukarıdan aşağıya (vertikal) iletişimi simgelerken, diğeri eşit düzeydekiler arası (yatay) iletişimi simgeler.

Araştırma alt sorusu 7: *Medyadaki AB söyleminin Türkiye’deki politik yelpaze açısından ilişkilendirilmesi ne şekildedir?*

Araştırma alt sorusu 8: *Bu araştırmadan elde edilen sonuçlar ile Avrupa Birliği ülkelerindeki politik iletişimin düzeyini ölçen EUROPUB araştırma sonuçları arasında bir uyum var mıdır?*

Bu çalışmada Türkiye medyasının gerek habere ayırdığı yer, sayfa, aktör temsiliyeti, olumlu olumsuz haber manşeti gibi çok sayıda değişkenin araştırılması nedeniyle beklenilenden fazla veri elde edildiğinden çeşitli alt hipotezler geliştirilmiş, konuya ilişkin haberlere ve aktörlere (ulusal aktörler, Avrupalı ulusal aktörler, AB aktörleri, sivil toplum aktörleri, ekonomik aktörler, medya aktörleri vb.) ilişkin analiz sonuçlarına ulaşılmıştır.

Araştırmaya ilişkin analiz verileri Türkiye’deki medyanın temsil ettiği kamusal alanın Avrupalılaştığına ilişkin bulgular içermektedir. Bulgular saptanan Avrupalılaşmanın aktör çeşitliliğini yansıtmayan bir Avrupalılaşma olduğunu da göstermektedir. Türkiye medyasını temsilen incelenen yazılı basın çerçevesinde, 1999-2005 yılları arasında Avrupa Birliği’ne ilişkin haberlerin varlığı, temsil edilen aktörlerin sayısındaki artış, haberlerin dış politika sayfasından daha çok iç politika sayfasında yer alması, yurt dışı haber kaynaklarının artan oranda gazetelerde yer alması gibi bazı bulgular Avrupalılaşmanın izlerini göstermektedir. Diğer yandan ise aktörlerin yüksek oranda devlet ve politika aktörleri olarak temsil edilmesi, sivil toplum ve ekonomik aktörler ve sıradan vatandaşların düşük oranlarda temsil edilmesi, AB aktörlerinin sıklıkla olumsuz haberlerde yer alması ve fotoğraflarının kullanılması, yıllara göre düzenli AB konulu haber ve aktör artışına rastlanmaması, özellikle 2004 ve 2005 yıllarında olumsuz ifade içeren haber manşetlerindeki artış nedeniyle düzensiz bir Avrupalılaşma bulgusundan söz edilebilmektedir¹⁵

¹⁵ Fakat diğer yandan da aynı dönemde (01.14.2004) AB Komisyonu Başkanı Romano Prodi’nin Başbakan Recep Tayyip Erdoğan’ın davetlisi olarak Türkiye’ye geldiği ve Ankara Anlaşması’nın 1963’e imzalanmasından bu yana Türkiye’yi ziyaret eden ilk komisyon başkanı olduğu da unutulmamalıdır. AB Genişleme Komiseri Günter Verheugen gibi pek çok AB aktörünün analizin yapıldığı dönemde Türkiye’yi ziyaret ettiği ve olumlu medya temsiliinin de varlığı söz konusudur.

EUROPUB başlıklı AB projesi'nin beş yıl süren medya araştırmasında kullanılan "iddia analizi" adı verilen metodolojinin Türkiye'de ilk kez bir araştırmada uygulanması çalışmanın Avrupa'daki araştırmalara eklenmesi bakımından önemini göstermektedir. Araştırma'da EUROPUB analizine benzer kodlama kitabı kullanıldığından Avrupa'da elde edilen sonuçlarla Türkiye medyasına ilişkin bulguların karşılaştırma imkanı da elde edilmektedir. Araştırma hipotezi EUROPUB Projesi başvurusundaki (Koopmans and Statham, 2002) ana hipotezle örtüşmektedir. Sözü edilen proje, analiz edilen her ülkedeki Avrupalılaşma derecesi ve tarzının bazı ana faktörlere göre değiştiğini ileri sürmektedir. Bu araştırma çerçevesinde de Türkiye'de medyada yer alan Avrupa Birliği haberleri üzerinden okunan Avrupalılaşmanın, politika alanı, zaman ve aktör türüne göre değiştiği iddia edilmektedir. Bu araştırmada da NASIL sorusuyla benzer değişkenler kullanılarak medyanın Avrupalılaşma derecesi ölçülmeye çalışılmaktadır.

Medya diyerek kısaca ifade edilen kitle iletişim araçları kamusal alanda etkin olan araçlardır. Kamusal alan dendiğinde akla çok farklı mekanlar ve boyutlar gelmektedir, bu çalışma kapsamında kamusal alandaki fikirlerin, düşüncelerin ve söylemlerin medyadaki izdüşümü ortaya konmaya çalışıldığından, kitle iletişim araçları arasından seçilen gazetelerde yer alan haberlerin niceliksel ve niteliksel incelemesi yapılarak, ortaya konan hipotezler sınanmıştır. Yazılı basının ve özellikle gazetelerin seçilmesinin önemli bir nedeni de hem uluslararası araştırmalar çerçevesinde (Koopmans, 2004; de Vreese 2007) hem de Türkiye'deki Avrupa Birliği konusundaki politik iletişim araştırmalarında (İnal ve Durna, 2009; Gencel-Bek, 2004; Kejanlıoğlu ve Taş, 2007) AB haberlerinin ana taşıyıcısı olarak yazılı basının ele alınarak analiz edilmesidir. Bu nedenle araştırma evrenin örnekleme yazılı basın içerisinde belirlenmiş ve Türkiye'de yayınlanan ulusal ölçekte dağıtılan günlük gazeteler olarak sınırlanmıştır.¹⁶ Türk basınındaki farklı politik eğilimleri, böylece farklı toplumsal

¹⁶ Araştırma konusu Avrupa Birliği'ne ilişkin haberler olduğundan halkın gündelik deneyimlerinin sınırlı olduğu, yabancı dil gibi bir takım engellerden dolayı, yoğunlukla ulusal yayın yapan kitle iletişim araçlarını kullanarak bilgi edinilebildiği bir alandan söz edilmektedir. Bu alanda yer alan kitle iletişim araçları arasından da gazeteler ve gazetelerin dış ülke haberleri konuya daha geniş yer ayırabilmesi nedeniyle önemli bir bilgi kaynağı olmaktadır.

kesimleri temsil edebilmesi açısından araştırma- *Cumhuriyet, Hürriyet ve Zaman* - gazetelerinin 1999–2005 yılları arasındaki yayınlarını kapsamaktadır. Belirlenen gazetelerin ilk sayfalarıyla birlikte bir iç politika, bir dış politika ve bir de ekonomi sayfalarındaki Avrupa Birliği'ne ilişkin haberler analiz edilmiştir. 1999 Aralık ayından başlayarak her haftayı temsilen haftanın ilk günü (Pazartesi) seçilerek AB Türkiye ilişkilerindeki önemli gelişmelerin yaşandığı 6 yıllık zaman diliminde her üç gazetede yer alan haberler analiz edilmiştir. Toplam 1228 iddia analiz edilerek genellemeler yapabilmek için geniş bir bilimsel veri topluluğu elde edilmiştir.

Amaç, medyanın AB konusunu nasıl, hangi aktörlerle ve hangi çerçeve ifadelerle tartıştığını gösterecek bazı nicel verilere ulaşmaktır ki sayısal verilerden elde edilecek somut çıktılar konuya ilişkin tartışmalara dayanak oluşturabilsin. Araştırma, bu alanda akademik katkıyı hedeflemektedir.

Habermas ve diğer düşünürlerin kamusal alan kavramsallaştırmalarıyla temellendirilen çalışma ampirik veriler yardımıyla AB konusundaki haber ve aktör temsiliyetine ilişkin niceliksel verileri göstermektedir.

Araştırmanın hedeflediği akademik katkısının yanında kısıtlarının da olduğu bir gerçektir. Konuya ilişkin az sayıda çalışmanın varlığı bu çalışmanın kaynak kısıtına yol açabileceğinden yeteri kadar örnek çalışmanın olmaması araştırmanın dolaylı bir kısıtıdır. Medya evreninden sadece üç ulusal gazetenin seçilmiş olması diğer ulusal gazetelerin göz ardı edilmesi de diğer bir kısıtıdır. Sözü edilen kısıtı aşabilmek için seçilen örneklemin farklı ideolojik eğilimlere seslenen, farklı grupların sahiplik yapısını temsil eden gazeteler olmasına özen gösterilmiştir. Seçilen üç gazeteden Hürriyet gazetesi o dönem itibarıyla en çok okunan gazete olması yani tirajı göz önüne alınarak seçilmiş, diğer iki gazete için ise tiraj değişkeni yerine ideolojik eğilim göz önüne alınarak birbirine zıt iki toplum kesimine seslenmeleri nedeniyle araştırmaya dahil edilmiştir. Gazete tirajları göz önüne alındığında günümüzde Posta gazetesinin en yüksek tiraja sahip olmasına rağmen araştırmaya dahil edilmemesi de 2007 seçimlerinde AB haberlerinin temsiline ele alındığı bir başka çalışmada Posta gazetesi'nin AB

haberlerine çok az yer verdiğinin tespit edilmesi nedeniyledir (Balkır ve diğerleri, 2008).¹⁷

Ayrıca, benzer araştırmalarda Avrupa’da da ciddi basın incelendiğinden Türkiye’den de ciddi basın örnekleri seçilmeye çalışılmıştır. Popüler basın, televizyon ve yeni medya olarak nitelenen internette ise daha az Avrupalılaşma trendi saptanmıştır (de Vreese, 2007).

Zaman aralığının 1999-2005 yıllarını kapsaması da bir kısıt olarak görülebilir. Doktora çalışmasının zaman ve kaynak kısıtı olan tek kişilik bir araştırma projesi olması nedeniyle ilişkilerinin en yoğun olduğu dönem seçilerek bu kısıt aşılmaya çalışılmıştır.

Yukarıda sıralanan kısıtlara rağmen yazılı basında yer alan AB haberlerini analiz ederek alana niceliksel verilerle katkıyı hedefleyen çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, kamusal alan kavramına kuramsal bir bakışın ardından, Avrupa kamusal alan araştırmalarındaki tanımlar ele alınarak, kamusal alan demokrasi ve medya ilişkisi incelenmekte ve bu konuda çizilen genel çerçeve belirlenmektedir.

Araştırma dizaynı ve metodolojik yaklaşımın ele alınarak, araştırma sorularının ve hipotezlerin irdelendiği ikinci bölümde, iddia analizi başlığı altında araştırma metodu açıklanmaktadır.

Araştırmanın ampirik verilerinin yer aldığı üçüncü bölümde, gazetelere ilişkin genel bulgular ve aktör analizine ilişkin bulgular olmak üzere iki başlıkta araştırma verileri ele alınarak, değerlendirmeler ve sonuç başlıkları altında da konuya ilişkin yorumlar ve Avrupa kamusal alan araştırmaları ile karşılaştırmalar yer almıştır.

¹⁷ 2007 yılında gerçekleşen genel seçimlerde Avrupa Birliği’ne yapılan atıflara ilişkin basın analizi öncesi yapılan küçük çaplı bir araştırmada Posta, Cumhuriyet, Hürriyet ve Zaman gazetelerinin AB’ye ayırdıkları haberler bir hafta boyunca karşılaştırılmış ve Posta gazetesinin yüksek tirajına karşılık inceleme konumuzu oluşturan AB haberlerine en az oranda yer verdiği saptanmıştır (Balkır ve diğerleri, 2008).

BİRİNCİ BÖLÜM

AVRUPALILAŞAN POLİTİK ALANDA POLİTİK SÖYLEM VE MEDYA

1.1. KAMUSAL ALAN KAVRAMI

Kamusal alan terminolojisi, toplumbilim ve dilbilimci Jürgen Habermas'ın *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü* başlıklı kitabı ile yaklaşık yarım yüzyıl önce sosyal bilimler alanına dahil edilmiştir. Kamusal alan, çağımızın en kapsamlı ve iddialı kuramlarından olan İletişimsel Eylem Kuramı'nı açıklamak üzere (Timur, 2008:15) günümüz akademik çalışmalarında sıklıkla ele alınan bir kavram olmuştur. Habermas'ın başyapıtı olarak nitelenen *İletişimsel Eylem Kuramı* başlıklı kitabı 15 gün içinde tükenirken konu ile ilgili bir yılda hakkında 900 akademik nitelikli yazı yayınlanmıştır. Yazar, iletişimsel eylem kuramı ve radikal demokrasi anlayışı ile bize, 1960'lardan beri Batı rasyonalizm mirasının artık tartışmasız kabul edilemeyeceği bir duruma yaklaştığımızı anlatırken, bir anlamda postmodernizmi tasvir etmektedir (Timur, 2008:146).

Yazarın, burjuva kamusal alanını idealize ederek kavramsallaştırdığı kamusal alan; ekonomi ve aileden oluşan özel alanla, devlet ve yargı tarafından oluşturulan kamu otoriteleri alanı arasında konumlanan bir tür foruma atıf yapmaktadır (Verstraeten, 2002:339). Habermas'a göre kamusal alan, tüm toplumu etkileyen sorunları 'algılama, teşhis etme ve iyileştirme' arenasıdır, sivil toplumdaki örgütlenmeler ağı aracılığıyla kurumsallaşan iletişim evreni olup (Habermas, 1962, 1996a:359-373) çağdaş medya, siyaset çalışmaları içinde popüler terimlerden birisidir (Keane, 2002:295; İrvan 2002:293). Bu kadar merkezi bir kavram, doğal olarak tartışılan sosyal, kültürel ve tarihsel durumlarla iç içedir. Bir yandan belli bir alanda insanların aktif katılımıyla tarih içinde sosyal ve politikalarla oluşturulan ilişkidir, bir yandan da hukuk, kurum, dil ve pratikleri ile bir dizi geleneklerin paylaşımıdır. Ayrıca genel bir görüşü, düşüncüyü

anlatır ki politik konseptleri, sosyal pratikleri, tarihi kurumları ağına iyice serpiştirir (Koçan, 2008:3).

Kamusal alan fikri uzun kavramsal tarihe sahiptir. Aristo'dan bu yana filozoflar, vatandaş ile devlet arasındaki ilişkileri dikkatle tartışmışlardır. Aristo ilk kez kamu ile özeli ayıran filozoftur. Eflatun'un herkes için 'iyi' olarak kavramsallaştırdığını, kavramsal yenilikçilikle ele alarak Aristo, özel ile kamu arasındaki ontolojik farkları sorgulamıştır. Aristo'ya göre Eflatun'un gördüğünden daha karmaşık bir resim vardır. Örneğin bir şehir için iyi, o ev halkı için veya o birey için iyi anlamına gelmez. Bir ülkenin iyiliğini tasarlamak için aynı anda bir kısım vatandaşın veya çoğunluğun kendi kişisel iyiliği de söz konusu olmalıdır (Aristotle, 1992:117–121). Fakat Eflatun, şehri homojen bir birim olarak görür, herşey herkes içindir. Aristo ise özel alanı, birey, köle, kadın ve aile için bir alan olarak ayırır, kamu ise vatandaş ve *polis*'in alanıdır yani kamusal forum alanıdır. *Polis*, kamusal forum gerektirmektedir; çünkü her vatandaşın erişip, sosyal deneyimlerini ifade edip, rasyonel tartışmalarla sistematik ve eleştirel şekilde devletin politikalarını denetlemesi gerekmektedir. Aristo için “İnsan doğasıyla politik bir hayvandır” (Aristo,1992:186–189) ve “politik toplumun adeta en yüksek noktası olan iyi yaşama *polis*'de, ancak vatandaş olarak iyi yaşayarak ulaşılabilir”. Kamu yaşamı böylece *polis*in tanımlayıcı özelliğidir. Aktif vatandaşlık ve politik eylemlerle iyi yaşama ulaşılır. Böylece kavramı ilk kez tanımlayan antik çağ filozofuna göre kamusal alan, politik devletin vatandaşlarının toplumsal konuları 'iyleştirmek' için rasyonel olarak müzakere etmesini ifade eder.

Görüldüğü gibi kamusal alan, hem tarihsel hem de eleştirel bir düşüncedir. Tarihseldir, çünkü Batı'daki demokratik yaşamda halkların gelişimini ve ortaya çıkış sürecini anlatır. Aristo, 'Politika' kitabında şehir devletini ifade eden *polis*'in karşısında, özel alanı, *oikos*'u konumlandırır. Aristo kamusal alanı, '*agora*' yani 'pazaryeri', kamu yaşamında vatandaşların eşit biçimde biraraya gelip kamu yaşamı *polis* için ortak konuları tartıştıkları alan olarak belirler.

Aristo'dan başlayan kamusal alan tanımı Roma yönetiminde *publicus*'la ifade edilmiştir. Romalılara göre de *publicus*, bir grup vatandaş ve konuyu belirten alan olarak *privatus*'un karşısındaki alandır. Böylece *privatus* ile *publicus* arasındaki fark

Ortaçağ'dan bu yana gelen kral ile feodal derebeyi ayrımıdır (Koçan, 2008:7). Ortaçağ'da kamusal alan, ancak kralın kamuya temsili ile mümkün olmuştur. Kapitalist ekonomik gelişme ve burjuvanın yükselmesiyle kamusal alanın kapsam ve anlamı 17inci ve 18inci yüzyılda değişerek, kamusal alan bir kere daha, devlet ve özel yaşamdan bağımsız bir alan olarak konumlandırılmıştır.

Onsekizinci yüzyıla gelindiğinde, en önemli kamusal alan özelliği, kamu aklının iletişimsel kullanılmasıdır. Okuryazarlığın artmasıyla burjuva sınıfı, edebiyatı okumaya ve tartışmaya başlamış, salon ve kahvehaneler bu tartışmaların merkezi olmuştur. Böylece sözel alandan yani özel bir kurum olan aileden ortaya çıkan kamusal alan, sanat ve edebiyatla dönüşmüştür (Habermas, 1989: 60). Burada önemli nokta, tartışma sürecinin tarihsel süreç içinde kamu iletişimi formunu almasıdır.

Antikçağ filozoflarının tanımlamaları ardından evrilen kavramın tarihsel kullanımına bakıldığında kamusal alan, erken modern dönem terimidir¹⁸ ve geç yirminci yüzyılda kullanıldığı gözlenir. Terim, erken modern dönem olan 17inci ve 18inci yüzyılda basını özgürlüğü ve diğer kamusal özgürlükleri desteklemekte kullanılmaktaydı. Kamu, keyfi hareket ettiklerinde kral ve ailesini hedef almak anlamına da geliyordu. Diğer bir ifadeyle bu yüzyıllarda normatif kamusal alan, yurttaşların kendi kimliklerini devlet iktidarının gölgesi altında geliştirdikleri bir yaşam alanıydı (Keane, 2002:296).

Kamusal alan kelime anlamı bakımından, ilk olarak *öffentlichkeit* kelimesiyle ifade edilmiştir ve Almancada 'açıklık, açık olma' anlamına gelmektedir. Açıklık anlamının yanında, kelimedeki kamuoyu anlamı da bulunmaktadır (Langenscheidts Taschenwörterbuch, 1991). Bir başka sözlükte ise kelime *die Leute* yani halk kelimesiyle de ifade edilirken, ikinci açıklayıcı kelime de aynı anlama gelen *das Volk* kelimesidir. Yine sözlüğün verdiği eş kelimelerden, *das Publikum* ve *alle andre Menschen* (Wahrig Deutsches Wörterbuch, 1991) açıklamaları da kelimenin var olan anlamından öte, dinleyenler, seyirciler, kısacası toplumu oluşturan bireylerin bütünü

¹⁸ Erken modern dönem terimi olarak ifade edilmesinin nedeni, kamusal alan kavramının On Yedinci ve On Sekizinci Yüzyıllarda ortaya atılması ve kralın keyfi hareketlerini engellemek için halkın kendini ifade ettiği bir alan olarak kavramsallaştırılmasındandır. Terimin Yirminci Yüzyıl'ın sonlarında felsefi bakışla tekrar kullanıldığını, hatta Yirminci Yüzyıl'ın bir takım özgürlüklerini (ifade özgürlüğü, basın özgürlüğü gibi) rahatça savunabilmek için başvurulan bir kavram olduğunu görmekteyiz.

ifade etmektedir. Kelime herkese açık olma, ulaşılabilen olayları ifade eder ve en basit anlamıyla kamuda bir konuyu tartışmayı ve kamuya mal etmeyi anlatır.

Farklı bir açıdan bakıldığında kamusal alan kavramı, “**Vatandaşın birbiriyle iletişim kurdukları, politik konularda üzerinde konuştukları bir arenadır**” ortak bir alandır (de Vreese, 2007:5). Daha önce tek başlarına hareket eden iki ya da daha fazla kişi hem kendi etkileşimlerini, hem de daha geniş toplumsal ve siyasal iktidar ilişkilerini sorgulamak için biraraya geldiklerinde kamusal alan oluşmaya başlamıştır. Bu özerk oluşum aracılığıyla kamusal alanın üyeleri yaptıklarını değerlendirir, nasıl birarada yaşayacaklarını kararlaştırır, nasıl ortaklaşa hareket edeceklerini belirlerler (Keane,1984:2).

Günümüzde kamusal alan, demokratik toplumun kurulması için ideal alan olarak görölmektedir. Hükümet politikalarının gözden geçirilmesi, resmi politikaların dışına çıkıp, eleştirel bir kaynak olarak bu politikaların meşruluğuna dayanak oluşturulması, vatandaşların politik yaşama entegre olabilmesi ve bireylerin özgürlük ve eşitliğini koruma alanı olarak kavramsallaştırılan kamusal alan, geniş bir tanıma sahiptir. Belli, değişmez bir kamusal alan tanımı yoktur. Kavrama ilişkin, kuramcılarının geniş ve muğlak biçimde kullandığı, farklı değerleri yansıtan, demokratik ve sosyal işbirliğinin temel özelliklerini ifade eden birden çok tanım vardır.

Kamusal alana ilişkin yapılan tanımlarda iletişime yapılan vurgu açıktır (Bader, 2008:3) ve kamusal alan ancak iletişim aracılığıyla ölçülebilmektedir. Araştırma alanını oluşturan kamusal alanda, Avrupa Birliği’ne ilişkin konuların kamu iletişiminde yer almasına medya aracılık etmektedir (Trenz, 2002:294). Medya ile ilişkisini kurarak bir tanım yaparsak; kamusal alan televizyon, gazete, uydu, faks, telefon gibi belli iletişim araçlarıyla bağlantılı, iki veya daha çok insan arasındaki ilişki türüdür (Keane, 2002:310). Gazeteler, parlamentolar, klüpler, siyasi partiler, dernekler, klasik kamusal alanlardır (Negt ve Kluge, 1993:14).

Kamusal alan kavramını kuramsal açıdan ele alarak bu konudaki farklı yaklaşımları değerlendirmek, araştırmanın arka planı açısından önemli bir bütünlük sağlayacaktır.

1.1.1. Kamusal Alana Kuramsal Bakış

Seyla Benhabib'in yerinde bir saptamasına göre "Bir konuyu kategorilerle ifade etme sanatı her zaman zor ve risklidir; farklılaştırmalar bir konuyu aydınatabileceği gibi bulutlandırabilir de". Fakat kamusal alan ve ona ilişkin okumalarda ayrımlar ve karşılaştırmalar yapmadan konuyu anlamak zordur. Kamusal alan, **tartışmacı, liberal, söylemsel model** diye özetlenebilecek üç model ile daha aydınlatıcı açıklanabilir.

Tartışmacı modelde kamusal alan 'cumhuriyetçi ahlak' veya 'kentsel ahlak' geleneğinden gelen kavgacı bakış açısıyla değerlendirilir. Hannah Arendt'e ilişkin okumalarda daha belirgin olarak, tartışmacı kamusal alandan söz edilmektedir. İkinci bakış açısı, Kant'dan başlayan istikrarlı kamu düzeni düşüncesini temel alan liberal kamusal alan modelidir. En son kamusal alan modeli de, özellikle çalışmayı yakından ilgilendiren Habermas'ın geç kapitalist toplumların demokratik yeniden yapılanmasını ele alan, 'söylemsel kamusal alan olarak' adlandırılan, politik yaşam ile ilişkili modelidir (Benhabib, 1992:73).

Habermas ile kamusal alan kavramı adeta yeniden keşfedilmiştir. Habermas çalışmasında, burjuva kamusal alanının burjuva toplumunda tarihsel ve sosyolojik olarak doğuşunu ortaya koyar. Kamu kavramı, eşit insanların özgürce görüşlerini açıkladıkları, kulüplerde, kahve ve çay evlerinde geliştirdikleri, 18inci yüzyılda ortaya çıkan gazeteler aracılığıyla tartıştıkları (Eriksen ve Fossum, 2001:2), fikirlerini değiş tokuş ettikleri, eşit insanlar arası açık tartışmalardır. Kurama göre özgür otonom olan bu alanda, hükümet eden elitler kamusal fikirlerle yüzleşme fırsatı bulmaktadırlar. Bu alanda ekonomik olarak yükselen, politik olarak marjinalleşmiş burjuvalar önemlidir. Geniş kitleye bilgiyi ulaştıran dönemin kitle iletişim araçları olan gazeteler bulunmaktadır. Daha sonraki gelişmelerle kamusal alan, merkezileşme ve ticari çıkarlarla zaptedilip dönüştürülmüştür.

Habermas'ın görüşüne göre kamusal alan, sosyal ve ekonomik bir yapılanmadır ve kanun koymanın da ana nedenidir, bu özelliği nedeniyle herkes kamusal alana eşit biçimde katılıp fikirlerini ifade ederler. Kamusal alan, müzakereci bir forum olarak anlamların ifade edildiği, değişildiği, yayılıp, tartışılıp, entegre olduğu, iletişim süreci ile

oluşturulan kolektif bir gövdedir. Habermas bu bağlamda kamusal alanı “tüm vatandaşların fikirlerini özgürce yaydığı bir arena” olarak görür ve “bugün gazeteler, dergiler, radyo ve televizyon kamusal alanın araçlarıdır” (Habermas, 1989:136) diyerek kitle iletişim araçlarını açıkça kamusal alanın birer aracı olarak ifade eder. Habermas’ın kamusal alan kuramı betimsel realist kuram ile normatif kuramı birbirine bağlar (Koçan, 2008).

Habermas’ın çalışması ve kamusal alana ilişkin bakışı Hannah Arendt’in tartışmacı kamusal alan modeliyle de diyaloga girer. Hannah Arendt’in *Vita Activa*’sı (1960) “yurttaşların birarada yaşama arzularını tanımlamak ve dönüştürebilmek amacıyla konuşma ve etkileşim içine girme kapasiteleri” olarak gördüğü kamusal yaşamın, modern dönemde yitimine yas tutmuştur. Arendt’e göre, kamusal önemi olan sorunlar konusunda tartışma hazzı, tüketimcilik asidi tarafından yavaş yavaş yok edilmiştir. Habermas, bu kötümser tezi, erken modern Avrupa’da burjuva kamusal alanın yükselişini ve ardından kültürel sorunlar hakkında eleştirel tartışmalar yapan okur-yazar kamunun, kültür tüketicisi kitle kamusuyla yer değiştirmesini izleyerek geliştirmiş ve genişletmiştir. (Habermas,1989:168’den aktaran Keane, 2002:298). Habermas’tan farklı olarak Arendt, burjuva kamusal alanının 17inci ve 18inci yüzyılda da devlet ile kapitalizm arasındaki ilişki yoluyla oluştuğunu ileri sürer ve Yazar’a göre kamusal söylem (Habermas iletişim eylemi olarak tanımlar) devlet gücü ve pazar ekonomisinin yanında, insan yaşamının olası koordinasyon aracıdır ve oldukça önemlidir. Arendt, kamusal alan için ‘*Öffentliche Raum*’ kelimesini kullanmakta ve kamusal mekanı, “maddi ve kurumsallaşmış ortak dünyayı oluşturan, bir arada var olmayı kolaylaştıran ve kişiler arası ilişkileri düzenleyen, ortada yer alan *in-between* bir mekan” olarak tarif etmektedir (Koçan, 2008).

Hannah Arendt ‘İnsan Doğası’ (1958) adlı kitabında *Athena* şehrinden yola çıkarak kamusal alanı tanımlar. Burada prensip olarak kamusal alan ‘arena’ olarak tüm vatandaşlara açıktır. Arendt’e göre kamusal alanın ana fonksiyonu, akılcı ve eleştirel tartışmalarla ortak bir fikre ulaşmak değil, vatandaşların bir yandan fikrinsel düzeyde birbirleriyle tartışabilmesi diğer yandan eleştirel duruşlarıyla devlet politikalarını eleştirebilmesidir. Böylece ‘ortak iyiye’ rasyonel tartışmayla ulaşma fikri, rekabet eden

ıkarlar ve farklı ‘iyi’ kavramları nedeniyle, yeni argümanlar aracılığıyla sürekli canlı tutulmaktadır. Kamusal alan devingen bir yarışma gibidir (Arendt, 1998:34–41). Burada yarışma söylemsel bir mücadeledir. Bireyler farklı gelenek ve dünya görüşleriyle karşılaşmakta, tartışarak sert mücadelelerle rekabet etmektedir. Bu nedenle Arendt kamusal alanı insanlar ve kurumlar arasındaki belirsizlik, tesadüflük, çeşitlilik, farklılık kavramlarıyla açıklamaktadır (Koçan, 2008:9).

Arendt, kamusal mekanın birbiriyle ilintili iki farklı özelliğinden bahseder: ilk olarak, kamusal mekanda bireylerin birbirlerinin yanında, kendi farklı duruşlarıyla da var olma şansları olduğunu ifade ederken, ikinci özellik olarakta bu mekanın herkesin ortak dünyası olarak özel mekanlardan ayrıcalıklı olması gerektiğine değinmektedir. İlk özellik, bireyin diğerleriyle aynı ortamda bulunduğu mekan, ikinci özellik ise diğerleri ile arasında oluşan mekanı anlatmaktadır. İlki, biz artı diğerlerini; ikincisi biz ve diğerleri arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Arendt’e göre insanlar, diğer kişilerle aynı mekanda bir arada olmakla, hayatta benzer deneyimlere erişme olanağı bulmakta ve bu onları, geçmiş ve hatta gelecek nesillere bağlamaktadır. Örnek vermek gerekirse dil, kültür ve gelenekler kamusal mekanın varlığını sürdürmesini sağlamaktadır (Sadri, 2009).

Habermas ise *Öffentlichkeit* terimini kullanarak kamusal alanı tanımlamakta ve kurumsallaşmış yapısına dikkat çekerek sivil toplumun bir parçası olan kamusal alanın, vatandaşların ortaklaşa kullandığı mekanların bir araya toplanmasıyla oluştuğunu ileri sürmektedir. Bu alan, toplumun üyelerini bir araya getirip, bir yandan deneyimlerini paylaşımlarını, simgeleri ve onlara dayalı anlamları yaratmalarına destek olurken diğer yandan fikir birliği oluşturmaya ve farklılıkları keşfetmeye de yardım etmekte, bir arada var olmalarını sağlamaktadır. Bu nedenle de kamusal alan, genel siyasal tartışma ve kültürel değişimlerin gelişmesine katkı sağlarken, diğer taraftan da devletin gücünü sınırlandırmaktadır. Habermas, kamusal alanın tarihi evrimini incelerken toplumu bir araya toplayan ve onların yüz yüze tartışmalarına olanak sağlayan Antik çağdaki halkın sorunları çözmek için toplandığı Agora’lardan yola çıkarak bugünkü medyaya gelmekte, günümüzde kamusal alanın egemen kurumu olarak basını görmektedir. Kamusal alanın

önemli görevini, bir taraftan kişiyi devlet gücünden korumak diğer taraftan kişiler arası ortak karar alma ve kamuoyu yaratma zemini oluşturmak olarak açıklamaktadır.

Habermas'ın Eski Yunan'dan bu yana ortaklaşılın kamusal alan konusunda tarihsel bakıştan ayrıldığı nokta, Eski Yunan düşünüşündeki *oikos* diyerek tanımlanan özel alan sadece gerekliliklerle ifade edilirken, özgürlüklerin ise sadece kamu alanında yaşandığı vurgulanmaktaydı; Habermas'a göre burjuva kamusal alanı da bu durumla benzerlik içindedir. Fakat ülke sorunlarını tartışan insanları, kamu alanındaki özel kişi olarak tanımlar. Yani özel alan ile kamu alanı arasındaki keskin çizginin, diğer bir deyişle siyah ve beyazın grileştiğini görürüz. Yunan düşüncesinden farklı olarak burada kişiler sıklıkla özel alanlarındadır, aile de bu özel alana dahildir. Buna ek olarak özel alan bir özgürlük olarak devletin hakim olmasına karşı da savunulan alandır (Benhabib, 1992:74). Habermas'ın ileri sürdüğü 17inci ve 18inci yüzyıldaki farklı mekanlarda ortaya çıkan ve özel alanların da kamusal hale dönüşebileceğini gösteren burjuva kamusal alanı, Eski Yunan'daki *oikos* ve *polis*¹⁹ keskin ayrımını adeta dönüştürmekte ve bu nedenle Habermas bu değişimi yapısal bir dönüşüm anlamına gelen *transformasyon* kelimesiyle ifade etmektedir. 18inci yüzyılda İngiltere'de eğitimli kamusal alanın politik kamusal alana dönüşüp kurumsallaşmasını simgeleyen sadece Londra çevresinde 3000 'kahvehanenin' varlığı bu dönüşümün simgesi sayılabilir.²⁰

Yukarıda da açıklandığı gibi her üç kamusal alan bakışındaki²¹ ortak nokta, ekonomideki dönüşümün sivil toplumda bir değişime yol açtığıdır. Habermas'a göre burjuvanın 17inci ve 18inci yüzyıllarda 'kahvehaneler' ve benzer mekanlarda

¹⁹ Aristoteles'e göre de kamusal-özel alan ayrımının köklerini Antik Yunan'da yapılmış olan '*oikos-polis*' ayrımında bulabiliriz (Aristoteles, 1993: 26). Antik Yunan'da özgür yurttaşların kullandığı ortak alan olan 'polis' ile tek tek kişilere ait bir alan olan 'oikos' birbirinden kesin bir biçimde ayrılmaktadır. 'Oikos' insanın duyumlarını, güdülerini, itkilerini yaşadığı yerdir. 'Polis' ise insan aklının, insan aklının yansıması olan dilin sergilendiği mekandır. 'Polis' yurttaşların yönetme ve yönetilmenin erdemlerini paylaştıkları, yurttaşlar olarak eşit ve hür biçimde ortak sorunlar üzerine akıl yürüttükleri, fikirlerini müzakere ederek ortak akıl, ortak fikri, ortak sözü oluşturdıkları politik alandır.

²⁰ Kahvehaneler ve benzeri mekanlarda toplanan eğitimli kişiler, politik konularda fikir alışverişi yapmakta ve mekanı rasyonel tartışma merkezleri gibi kullanmaktadırlar. Böylece eğitimli kişilerin oluşturduğu kamusal alanın politik tartışmalar ile biçimlenip politik kamusal alana dönüştüğünü söyleyebiliriz. Belirtilen sayıdaki kahvehane de bize tartışmaların ne kadar yoğun, fikir alışverişi ve etkileşimin ne kadar çok merkezli olduğunu göstermektedir.

²¹ Kamusal alana ilişkin kuramsal anlamda karşılaştırılan üç bakış; H. Arendt, J. Habermas ve C. Taylor'un bakışıdır.

oluşturduğu rasyonel-eleştirel söylem, erken dönem kapitalist ekonomi temelinde ulus devletin de güçlenmesine neden olmuştur. Bu süreç toplumun, yöneticiden yani devletten, özel alanın da kamusal alandan ayrılmasına yol açmıştır (Calhoun,1992:7).

Arendt, (1958) kamusal alana ilişkin açıklamalarında, ekonomik süreçlerin de özel alandan çıkıp kamu meselesi haline gelmesinin öneminden bahsetmiştir ve kamusal alan tanımlamasında, ekonomik alanın özel alandan çıkıp, kamusal alana dahil edilmesinin önemine vurgu yapmıştır. Daha sonraki araştırmacılardan Nicholas Garnham, ‘Westminster Okulu’ adı altında kamusal alanı kavramsallaştırırken onu, ekonomi ve devletten bağımsız rasyonel, evrenselci bir siyasetin alanı olarak tanımlar (Garnham,1990:107) ve Arendt’ten farklı olarak ekonomik alanı kamusal alanın dışında tutar.

Habermas da Benedict Anderson’un (aktaran Calhoun, 1992:8) ‘matbaa kapitalizmi’ dediği, yazılı basının pazar ekonomisinin ilk evrelerinde, ticaret yapanların fiyat ve talep konusunda bilgi sahibi olma istekleri nedeniyle hazırlanan bültenlerin gittikçe daha fazla haber içermesiyle, okuryazarlığın artması ve yazılı basının kamuyu aydınlatma konusunda birincil kaynaklar haline gelmesini, kamusal alanın tarihsel süreci olarak adlandırır. Bu bakış açısında da ekonominin önemini görürüz. Bu yaklaşımda ‘kamu’ devletle ilgili işler anlamına gelmekte, fakat kamusal alan devletin bir aracı değil, devlet yönetimiyle ilgili tüm tartışmalar anlamına gelmektedir. Bu tartışmalara katılanlar devlet aktörleri ve özgür vatandaşlardır.

Arendt, kamusal alana ilişkin açıklamalarında farklı bir bakış açısı getirerek, kamusal alanı fikirlerin mücadele arenası olarak görür, hatta Arendt’e göre bir konuyu kamusal alana getirmek adalet için savaştır (Benhabib,1992:79). Örnekleme gerekirse, cinsiyet eşitsizliğini kamusal alana taşıyarak, konuyu çeşitli toplumsal kesimlerin tartışması sağlanarak adeta cinsiyet adaleti için savaşılmaktadır.

Tartışmacı kamusal alan modelini savunan Arendt ile karşılaştırıldığında, Habermas’ın ‘söylemsel kamusal alan modeli’ belirsizliği ve herkese açık olması ile karakterize edilir. Habermas’ın modelinde ne kamusal alana ulaşım engellenmiş, ne de toplumunun tartışma gündemi önceden belirlenmiştir (Benhabib, 1992:84). Habermas’ın kuramına göre, kamusal katılım, modernitenin savunmasında önemli bir noktadır.

Kurama göre, kamusal alan, nerede ve ne zaman sosyal ve politik normlardan etkilenenler politik tartışmaya girerse, orada ortaya çıkar. Arendt'in tartışmacı modeli, sosyolojik modernite ile aykırılık içindedir. Söylemsel model, yani Habermas'ın ileri sürdüğü model, modern toplumu ve kamusal alanı açıklamak için daha elverişlidir. Habermas'a göre burjuva kamusal alanı sadece devlet ve toplum arasında çıkar ve karşıtlığı değil, politik konularda rasyonel ve eleştirel söylem pratiğini kurumsallaştırmaktadır. Burjuva kamusal alanı özgür vatandaşların kamu olarak biraraya geldikleri alanı ifade eder (Habermas: 1989:27'den aktaran Calhoun, 1992:9). O dönemde İngiltere'de eğitilmiş kamusal alan, politik kamusal alana dönüşüp kurumsallaşmıştır. 18inci yüzyılda İngiliz işadamları, sadece Londra çevresinde üç bini aşan kahvehanede toplanıp ticareti ve haberleri tartışmaktaydılar. Daha sonra bu tartışmalar küçük fikir gazetelerine dönüşmüştür. Fransa'da evlerin salonları, aristokratlar ile burjuva arasında politik kamusal alanın doğmasına yol açmış, Almanya'da ise düzenli toplantılar akademisyenleri biraraya getirmiştir. Eğitilmiş kamusal alan eğitilmiş insanların eleştirileriyle oluşturulmuştur (Calhoun, 1992:13).

Habermas, iletişimsel eylem kuramı ile kamusal alanı filozofik bir temelle yeniden açıklamaya çalışmaktadır (Stevenson, 2002:53). Kamusal alan, bilgi akışının kaynağı, enformasyon hakkında farklı bakış açılarının oluşumu, buradan varılabilecek bir sentez sonucunda bir irade veya görüş ortaya çıkmasını sağlayan geniş bir ağ olarak tanımlanmaktadır ve bu irade kamusal alanda iletişimsel eylem sonucunda üretilmektedir (Habermas, 1996a: 360).

Felsefe ve toplumbilim işbirliği üzerine kurulmuş olan kuram, sınıf çelişkileri ve kavgalarını kontrol edebilen ileri kapitalist toplumlarda daha fazla özgürlük ve daha fazla demokrasi arayışına ışık tutmaya çalışmaktadır.

Habermas toplumsal formasyonları 'sistem' ve 'yaşam dünyası' adları altında iki dereceli bir yapı içinde ele almaktadır. Bu iki yapının farklı akıl ve rasyonalitelere dayandığını ileri sürmektedir. Bu iki kavram bir anlamda Marksist yapıdaki altyapı-üst yapı ikileminin yerine geçmektedir. Toplumsal yapıyı oluşturan bu iki sektörden ekonomi (pazar) ve devlet (bürokrasi) alt sistemlerinden oluşan sistem, bir amaca yönelik akla yani araçsal akla dayanırken, yaşam dünyası (Lebenswelt) ise iletişimsel akla

dayanır. Bu ayrım felsefenin temel teması akıldır diyen düşünürün felsefi temelini de sağlamaktadır. Araçsal akıl bize özne-nesne ilişkisinin anahtarını verirken, iletişimsel akıl da özneler arası ilişkilerin, değerlerimizi yaratan normatif dünya ile estetik dünyanın, kısaca edim ve özgürlük alanının ipuçlarını sunmaktadır. İşte Habermas'ın kuramı bu iki alan arasındaki gerginliği, araçsal akla dayanan sistemin, yaşam dünyasını köleleştirme 'kolonize etme' eğilimini ortaya koyan saptama ve gözlemlere dayanmaktadır. Akademisyen Habermas, kuramını Marks ve Weber'den başlayan dil filozoflarına uzanan yolculukta kanıtlamaya çalışırken, entellektüel Habermas, bizleri yaşam dünyasının köleşmesine direnmeye çağırmaktadır.

Böylece düşünür karşımıza iletişimsel akıl ve iletişimsel hareket militanı olarak tüm kuramcılarla diyalog halinde ama onların iletişimsel aklı göremediği yargısından hareket etmektedir (Timur, 2008:150-1).

Habermas'ın kamusal alan kavramsallaştırması araştırma için daha elverişli bulunduğundan, iletişimsel eylem kuramında kamusal alanın çerçevesini daha iyi anlamak için birkaç noktayı sıralamak gerekmektedir:

- 1. Kamusal alan olabildiğince çok sayıda insanın erişimine açıktır ve içinde çok çeşitli toplumsal deneyimler tartışılarak paylaşılabilmesi için bir forum gerekmektedir.*
- 2. Kamusal alanda 'rasyonel' siyasal tercihin mümkün olabilmesi için olabildiğince farklı sav ve görüşlerin tartışılabilmesi ve bu tartışmanın gerçekleşebilmesi için görüşlerin karşı karşıya gelmesi gerekmektedir. Böylece katılımcılara olası alternatifler arasından birini seçebilme olanağı tanınabilmektedir. Medya, alternatifleri geniş bir çerçevede sunmalıdır ki, yurttaşlar da neyi seçtiklerinin ve en önemlisi de neyi seçmediklerinin farkında olmalıdırlar (Murdock,1992:17-4). Kamusal alanda hükümet politikalarını sistemli ve eleştirel bir biçimde denetleme konusunda medyaya önemli görev düşmektedir (Verstraeten, 2002:340-41).*

Yukarıda özetlendiği gibi Habermas'ın bakışına göre burjuva kamusal alanı, söylemsel arena olarak özel alandaki insanların kamu sorunlarına katılımıdır. Kamu, birden çok anlamdadır; ülkeye ilişkin, herkesin ulaşabildiği, herkesi ilgilendiren, ortak iyi ve paylaşılan çıkar alanlarını içerir. 'Özel' olan ise pazar ekonomisinde özel mülkiyeti, özel yaşamı ifade eder (Fraser, 1992:128).

Kamusal alan kısaca sivil toplumun söylemsel fikirlerinin mobilize olmasıyla devletin karşısında denge oluşturmastır. Söylemsel kamusal alan modeli aracılığıyla, bir toplumda yaşayan ve istekli kişilerin kararlarını gölgelemeden, rasyonel, eleştirel tartışmalara girebilmelerinin sosyal koşullarını arayan Habermas, hangi toplumsal kesimlerin yaptığı tartışmaların politik eylem için bir temel oluşturabileceği sorusu etrafında ortaya attığı kamusal alan kavramı ve buna yöneltilen eleştirilerle oluşturulan yazın oldukça zengindir.

Demokratik kuram için önemli bir sorunun Habermas tarafından ortaya atıldığını vurgulayan yazarlar, Habermas'ın sosyal kuramının Hegelci, Marksist bakıştan Kantçı bakışa yöneldiğini ileri sürmektedirler (Calhoun, 1992:17). Habermas kamusal alanı kavramsallaştırırken, Hobbes'dan Locke'a, Rousseau'dan Kant'a ve oradan Hegel, Marx, Mill ve Tocqueville'ye değinerek kamouyu kavramının doğruya erişmek için nedenselleştirilebilir olup olmadığını geniş bir felsefi perspektifle tartışır. Habermas'a göre kamuoyu olumlu bir ifadedir, bir konu hakkında rasyonel eleştirel tartışmaya katılımı işaret etmektedir. Yazar'a göre Hobbes, kamuoyu ifadesine bilinç kavramını, Locke, nedensellik ve eleştiriyi katmaktadır. Rousseau ise daha da karmaşık hale getirerek kamusal alanı eleştirel aktivite yeri olarak görmekle birlikte, demokrasinin kamu tartışması olmadan, kamu uzlaşısına tartışma yerine kalpler aracılığıyla ulaşılabileceğini ileri sürmüştür. Kant, burjuva kamusal alan düşüncesini olgunlaştıran, ve liberal kamusal alan yaklaşımının temellerini atan felsefi düşünürdür. Aydınlanma, özgür kamu söyleminde daha mümkün hale gelmiştir. İletişim ve eleştiri aydınlanma düşüncesinin temelindedir. Kant'ın evrensellik kavramında da mantıklı düşünme ve iletişim, merkezi önemdedir (Calhoun, 1992:17-18). Kant'a göre yapısal dönüşümde akılcı tartışma ile fikirler kamusal alanda karara dönüşebilmektedir.

Habermas, Kant'ın tarihsel olmayan ve filozofiyi yücelten epistemolojisini reddeder. Bakış açısına göre, demokratik politika açısından kamusal alan, hem tartışmalarının kalitesi, hem de katılımın niceliksel bakımdan çok olmasına bağlıdır (Calhoun,1992:2). Habermas kamusal alanı kategorileştirirken, hem rasyonel eleştirel söylemin kalitesi, hem de niceliksel olarak kamusal alana geniş katılım derecesine göre temellendirir, fakat Yazar, kamusal alana katılan kişiler olarak Avrupa nüfusunun

eğitimli, mülk sahibi erkeklerden oluşan az bir kesimini temsil eden burjuva sınıfının toplumsal dönüşümünü inceleyerek bir değişimden bahsetmektedir. Kamusal alanın dönüşümü dediği olgu, gitgide daha fazla insanın kamusal alana katılarak konu hakkında akılcı tartışmaya girmesidir. Habermas’a göre git gide daha fazla vatandaşın tartışmalara katılımı, tartışmanın kalitesini arttırmıştır.

Bu bakışı yorumlayan Verstraeten, Habermas’ın burjuva kamusal alanından başlayarak betimlediği değişimi çöküş olarak görmesini ve bu çöküşü, kamusal alanın yeniden feodalleşmesi olarak özetlemesini eleştirirken, bu dönüşümde medyaya yeterli önemi vermediğine de değinmektedir (Verstraeten, 2002:342). Yazar’a göre kamusal alan devingendir, yaşanan döneme ve gereksinimlere göre yeniden şekillenebilmektedir. Kamusal alanın dinamikleri ancak *mikro* düzeylere bakarak anlaşılabilmektedir. Kamusal alan, somut bireylerin gündelik gerçeklik içinde yaşadıkları anlam üretme sürecinin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır ki buna ‘mikro süreçler’ denmektedir (Dahlgren, 1991:10-21). Kamusal alana asıl devingen özelliğini veren şey tam da bu yukarıdan aşağıya kurumsal düzenleme süreciyle aşağıdan yukarıya anlamlandırma süreci arasındaki çatışmadır (Verstraeten, 2002: 343). Oysa ki Habermas süreçteki bu devingenliğe yer vermeyerek kamusal alanın çöküşü veya feodalleşmesi olarak daha karamsar bir yaklaşım getirmektedir.

Habermas’ın eleştiri getiremediği diğer bir nokta da kamusal alanının çeşitliliği argümanıdır. Günümüzdeki uluslararası iletişime ve globalleşmenin getirdiği değişime bakıldığında mevcut uluslararası siyasal ortam, sadece tek bir türdeş kamusal alan yerine, içinde çeşitli kamusal alanların geliştirilebileceği forumların inşasına gereksinim olduğunu göstermektedir (Keane, 1984:29; Keane; Eley, 1992:306). Özellikle, kamusal alan ve özel alanların keşittiği noktada konumlanan medya, bu sınırın tanımlanmasında, değiştirilmesinde, kötüye kullanılmasında veya yararlanılmasında yaşamsal bir rol oynamasına rağmen (Verstraeten, 2002:345) Habermas’ın yaklaşımında medyanın toplumsal değişimdeki rolüne daha az yer verilmiştir. Oysa ki medyanın sağladığı bilgi yardımıyla daha önce tek başlarına hareket eden iki ya da daha fazla kişi hem kendi etkileşimlerini, hem de daha geniş toplumsal ve siyasal iktidar ilişkilerini sorgulamak için biraraya geldikleri anda kamusal alan oluşmaya başlamıştır. Bu özerk oluşum

aracılığıyla kamusal alana katılan üyeler, ortak kararlar alabilmektedirler (Keane,1984:2). Medya, kamusal alanın oluşmasında, farklı görüş ve düşüncelerin tüm topluma iletilmesinde Habermas'ın öngördüğünden daha etkilidir. Habermas'ın kamusal alana ilişkin kuramsal yaklaşımı:

1. Cinsiyet ve sınıf temeli ile toplumda oluşan katmanlaşmaya açıklama getirmeyerek, alternatif ve karşıt kamular²² konusuna dikkat çekmemiş, bunun yerine toplumun belli bir kesimini içeren ideal kamusal alana yoğunlaşmıştır.
2. Farklı kamusal alanlar arasında ulusal ve tarihsel farkları asgari ölçüde ele almıştır.
3. Yerel, ulusal ve ulusüstü kamusal alanlararası karmaşık geçiş görmezden gelinmiştir.
4. Kamusal alan normatif olarak ve özellikle tekil, Batılı özellikleriyle ele alınmış diğer kültür ve toplumlar görmezden gelinerek açıklama getirilmediğinden eleştirilmektedir (Garnham,1992:359-60; Salvatore, 2007:8).

Toplumdaki diğer kamusal alanları görmezden gelmesi ve cinsiyeti kavramsallaştırmanın dışında tutması nedeniyle diğer yazarlar tarafından eleştirilen, Habermas'ın yaklaşımı, burjuva kamusal alanının özgürleştirici potansiyelini abartmakla da yargılanmaktadır (Verstraeten, 2002:343). Benhabib, Fraser, Eley, ve Ryan gibi çeşitli yazarların değindiği gibi kadını dışlamış ve kimlik politikalarına yeterince yer vermemiştir (Calhoun,1992:5; Keane,1984:29; Salvatore, 2007:8). Çeşitliliği gözden kaçırmış ve en önemlisi de kamusal alanın anlaşmazlıklarla yapılandığını da göz ardı etmiştir (Eley, 1992:306).

Negt ve Kluge de (1993:Giriş) kamusal alanı Habermas'tan farklı yorumlayarak homojen bir tek kamusal alan yerine Fraser gibi farklı özellikleri üzerinde dururlar. Habermas'ın kamusal alan belirlemeleri kamusal alanın formel iletişimsel yapısı üzerinde dururken, Negt ve Kluge somut ihtiyaç, çıkar, ilgi ve güç üzerinde durular ve egemen (hegemonik) bir prensip olarak kamusal alanda sessizleştirme ve dışlama

²² Nancy Fraser'in *subaltern public spheres* ve *counter public spheres* diyerek kavramsallaştırdığı 'bastırılmış, madun (alt) ve karşıt kamusal alanlar', toplumdaki genel bakışın dışında kalan grup ve kişilerin görüş ve düşüncelerini yansıtan hakim kamusal alanın dışındaki grupların bakışını ifade eder. Habermas ise kamusal alan tanımlamasında sadece hakim kamusal alandan bahsederek, karşıt kamusal alanları dışlamaktadır.

konusuna değinirler. Taylor ile benzer görüşlere sahip olduklarından kamusal alanın politik fonksiyonunu, devlet politikalarını etkileme ve kararlaştırma gücü olarak ifade ederler. Negt ve Kluge, günümüz kamusal alanındaki karmaşık dinamikleri, onların lokal ve global parametrelerini, sosyal ve kolektif deneyimlerimizi organize etmelerini ve geleceğimize verdiği şekli anlamaya çalışmaktadırlar.

Habermas'ın kuramına yöneltilen en güçlü eleştiri olarak Fraser'ın kamusal alan kavramsallaştırmasına getirdiği *counterpublics* yani 'karşıt kamusal alanlar' açıklaması da önemlidir (Fraser,1992:123). Fraser, tek bir kapsamlı kamusal alan yerine, pek çok 'mücadele eden' kamulardan ve bunların söylemlerinin rekabetinden bahseder. Fraser'ın kamusal alan tanımlaması mücadelecî, katmanlı ve çoğulcudur. Bu yaklaşımda gücün spesifik olarak kavramsallaştırılması, farklı adaletsizlik tipleri, yanlış anlama, ekonomik sistem ve kültürel egemenliğe vurgu yapılmaktadır (Koçan, 2008:10-11). Fraser'ın bakışıyla kamusal alan, statik, kurumsal perspektiften; karmaşık ve bölünmüş, çoklu iletişim arenası olarak, otonom kamusal alanlara kaymaktadır ki Fraser'a göre kamular arası ilişkisi her zaman güç ilişkisi ve anlaşmazlık üzerine kuruludur, böylece kamusal alan, söylem ve anlaşmazlığın rekabet eden arenası konumundadır. Bir anlamda "Koordine edilmemiş sosyal grup üyelerinin, kendi karşıt görüş, yorum, kimlik, çıkar ve ilişkilerini formüle edip, karşıt söylem olarak ortaya çıkardığı paralel söylem alanlarıdır." (Fraser,1992:123). Bu nedenle Fraser'ın yaklaşımda kamusal alan, hükümet aktörleri ve onların aldığı politik kararlar için meşruluk sağlamaktan öte, rekabet eden fikirlerle, çok kültürlü demokratik toplum özelliklerini temsil eder.

Benzer biçimde 'mikro kamusal alanlar' olarak Keane de günümüzde tüm toplumsal hareketlerin vazgeçilmez bir özelliği diyerek 'alt kamusal alanlar'dan söz etmektedir (Keane, 2002:312). Fraser'ın yaklaşımına göre, toplumda baskılanan gruplar, kadınlar, işçiler, zenciler, gay ve lezbiyenler alt kamusal alanlar içinde 'alternatif kamuları' oluşturur ve sözü edilen alanlar sadece söylemsel fikir oluşturma alanı değil, sosyal kimlikleri şekillendirme arenasıdır. Bu nedenle katılım sadece fikrini ifade etmenin ötesinde, kendi sesiyle konuşmak, bu yolla kültürel kimliğini inşa etmektir. Çeşitli 'bastırılmış karşıt kamular' farklı kimliklerinden, çıkar ve gereksinimlerinden doğan karşıt söylemi oluştururken, söylemsel alanı da kendi alternatif bakışlarıyla

genişletmeye yardım ederler (Fraser,1992:123-24). rnek olarak 20inci yüzyılda ABD’li feministler, filmler, kitaplar, basımevleri, araştırma merkezleri, konferanslar, akademik program gibi çalışmalarla, sosyal gerçekliklerini kendilerinin tanımladığı terminolojisiyle, ‘karşıt kamusal alanı’ temsil etmektedirler. Yeni söylem ve kavramlarıyla gereksinim ve kimliklerine farklı bir bakış geliştirerek, resmi kamusal alandaki dezavantajlarını yoketmeseler de derecesini azaltmışlardır.

Türkiye’de özellikle muhafazakar kesimin oluşturduğu ‘alt kamu’ da konuya bir örnek teşkil etmektedir. AB, islam, laiklik konularına farklı bakış açıları, sosyal kimlikleriyle şekillendirdikleri görüşleriyle muhafazakar kesim, alt kamulardan birisidir. Yine Fraser’ın yaklaşımına göre, ideal katılım, tek bir kamu yerine çeşitli kamuların toplumsal söyleme katılımı, çoklu çıkarların temsilini gerektirir ki, bu kişilerin kendilerinin ve söylemlerinin tanınması açısından gerekliliktir. Kamusal alana ilişkin eleştirel demokratik kuramda bunun anlamı ise, ‘alt kamular’ ile ‘egemen kamunun’ rekabetçi ilişkisidir.

Fraser’a göre Habermas, geç dönem kapitalist toplumlardaki demokrasinin sınırları konusunda yeterli eleştiri getirememiştir. Kamusal alana ilişkin söyleminde burjuva kamusu idealize edilmiş diğerleri paranteze alınmıştır, oysa ki sosyal eşitsizliklerin yok edilmesi asıl amaç olmalıydı. Yine Fraser’a göre, burjuva kamusal alanı, toplumsal katılımı düşük bir ‘zayıf kamu’ oluşturarak, karar vermeyi etkileyemiyordu, fakat o dönemde daha fazla sayıda katılımcının kamusal alandaki tartışmalara dahil olarak politik görüşlerin şekillenmesine katkıda bulunmasıyla burjuva kamusunun bakışı hakim bakış haline gelmiştir. Böylece burjuva kamusuna artan sayıda kişinin katılımıyla, alternatif kamuların sesi duyulmayarak, çeşitli alt kamuların farklı bakışları yerine burjuva kamusunun bakışı, ‘devlet bakışı’ diğer bir deyişle egemen bakış haline gelerek devlete eleştirel bakış yok olabilme tehlikesiyle karşılaşmıştır (Fraser, 1993:134). Fraser’ın değindiği bu nokta pek çok kamusal alan tartışmasında eksik kalmaktadır. Kamusal alana katılımın adeta olumsuz bir yanını sergileyen Fraser, kamu bakışının devlet bakışıyla paralel hale gelmesi ve eleştirel yanını yitirmesini vurgulamaktadır. ‘Alt kamusal alanlar’ özellikle ‘karşıt kamusal alanlar’ olarak egemen görüşe eleştirel bakış getirmeleri nedeniyle çok önemlidirler.

Keane’de benzer kavramsallaştırmasını ‘mikro, makro ve orta kamusal alanlar’ adı altında Fraser’ın ‘alt kamusal alan’ tanımına yakınlaştırmaktadır. ‘*Mikro* kamusal alanlarda’ onlarca, yüzlerce ve hatta binlerce tartışmacının ulusaltı düzeyde etkileşim içine girdiğini; ‘orta kamusal alanların’ yine milyonlarca insanın etkileşim içine girdiği ulus devlet düzeyinde gerçekleştiğini; ‘*makro* kamusal alanların’ ise yüz milyonlarca ve hatta milyarlarca insanı kuşatan ulusötesi ve küresel düzeyde faaliyet gösterdiğini belirtmektedir (Keane, 2002:311). Araştırma alanı, Keane’nin ‘orta kamusal alanlar’ olarak ifade ettiği, televizyon izleyen, radyo dinleyen, kitap ve gazete okuyan milyonlarca insandan oluşan, temel olarak ulus devlet sınırları içinde varolan, iktidar için girilen mücadele mekanlarıdır ve yüksek tirajlı gazeteler de bu alandır. ‘Orta kamusal alanlar’ belli bir ulusal veya bölgesel dil kullanan medya aracılığıyla gelişirler. Bu tür medyanın sahip olduğu güçlü üretim ve dağıtım yapıları, milyonlarca insana belli türde haberin, filmin, eğlencenin aktarılmasını mümkün kılar. Bu da kamusal sorunlar hakkında belli iletişim biçimleri ve alışkanlıklarını pekiştirir. Kısacası Keane’nin, ‘orta kamusal alanlar’ şeklinde ifade ettiği kamusal alan, çalışmanın da ilgi alanı olan, medyayla ilişki halindeki toplumsal kesimi ifade etmektedir (Keane, 2002:316).

Keane, bu kamusal alanlara bütüncül bir bakış getirerek, sağlıklı bir demokratik rejimin içinde çeşitli türlerde kamusal alanların serpilebileceği, hiç birinin tek başına iktidarı sahiplenemeyeceği iddiasında da bulunmaktadır (Keane,2002:330). Toplumlarda var olan çoklu kamusal alanlara değinen John Dewey (1927:142) de “Mevcut kaynaklarımızın başedemeyeceği kadar çok kamu ve kamusal sorun var. Temel gereksinim, kamunun asıl meselesi olan tartışma, müzakere ve ikna yöntem ve koşullarına ilişkin bütünleşik bir sistemin geliştirilmesidir” diyerek çoklu kamusal alanların gerekliliğinden söz etmektedir (Keane, 2002:332).

Charles Taylor da kamusal alanı, toplum üyelerinin çeşitli medya araçları aracılığıyla (yazılı, elektronik ve yüzyüze) ortak çıkarlara dayalı konularda fikir oluşturmak amacıyla tartışmak için biraraya geldiği paylaşılan bir alan olarak tanımlar (Taylor, 2004: 83). Taylor’a göre kamusal alanda, politik toplumun tüm üyeleri ‘ortak iyi’ konusunda mantıklı tartışmalara girerler Tartışma ve eleştirilerle bir çeşit konsensüse yani genel iradeye ulaşma çabası vardır (Taylor, 1995: 268-269’den aktaran

Koçan, 2008:11). Bu çerçevede kamusal alan, politik otoriteden değil sadece sorunlardan ortaya çıkar ve özgür bireyler tarafından şekillenir. Habermas, Taylor'un aksine kamusal alan kavramsallaştırmasında, Keane'nin betimsel bir kamusal alan anlayışını temel alır ve somut, fiili, güncel durumları anlatır. Keane'ye göre kamusal alan, iki ya da daha çok insan arasında belirli mekansal ilişki tipidir ve genellikle belirli bir iletişim aracıyla bağlantılıdır (Keane, 2000:77).

Tüm farklılıklarına karşın Aristo, Hannah Arendt, Jürgen Habermas, Charles Taylor, Nancy Fraser, John Keane, kendi kuramsal bakış açılarına göre kamusal alanı, müzakereci toplumun demokratik karar verme sürecinde, farklı bakış açılarını yansıtmak biçiminde sivil toplumla ilişkilendirerek toplumsal yaşamın merkezine yerleştirmişlerdir. Kuramcılara göre, modern demokratik politik süreçte kamusal alan, vatandaşlar ve devlet arasında arabulucu mekanizma olarak kavramsallaştırılmaktadır. Medya da sözü edilen mekanizmanın manivelası konumundadır.

Kamusal alan kavramına normatif bakış açılarının incelenmesinin ardından Avrupa Birliği kapsamında kamusal alan konusuna değinen çalışmalarda tanımlamalara da yer vermek, konunun Avrupa Birliği bağlamında nasıl ele alındığını anlamak açısından oldukça önemlidir.

1.1.2. Avrupa Kamusal Alanının Çeşitli Tanımları ve Doğuşu

Avrupa kamusal alanının doğuşuna ilişkin çalışmalar hem farklılık hem de bütünlük arz eder. Bazı araştırmalara göre Avrupa kamusal alanı Avrupa toplumu ve kurumlarından bile önce ortaya çıkmış olup kökleri 17inci yüzyıla kadar uzanır. Pan Avrupa elit kamusal alanı ise 18inci yüzyılda akademi ve kilise aracılığıyla ortaya çıkıp 19uncu ve 20inci yüzyıla yayılır ve sisteme entegre olur. Bugün ise kamusal alan, bir alan olarak sosyal konularda halkın sürekli farklı fikirler çerçevesinde devam eden tartışması olarak algılanır. Bu bağlamda Avrupa bütünleşmesi temelinde ortak fikir ve görüşlerle şekillenen Avrupa kamusal alanı, AB siyasa ve politikalarının halk gözünde yasallaşmasını ifade eder (de Vreese, 2007:5).

Çalışmada ele alınan ‘Avrupa kamusal alanının’ çeşitli tanımları yapıldığı gibi bu konudaki araştırmalar da metodolojik çeşitlilik sergilemektedir. Öncelikle Avrupa kamusal alanına ilişkin temel tanımları biraraya getirerek ortak noktalardan hareket etmek daha açıklayıcı olacaktır: Kamusal alan, politik aktörler ile vatandaşların ortak ilgi alanlarındaki konuları tartıştıkları alandır (Brantner ve diğerleri, 2005). Van de Steeg’in (2002) ifadesine göre ise, aynı konu, aynı anda ve yoğunlukla ve aynı anlamı çıkaracak şekilde tartışılırsa kamusal alandan söz edilebilir. Eriksen’e göre, kamusal alan, sivil toplumun devletin güç yapısına eklemlendiği alandır (Eriksen, 2005:342). Neidhardt (1994:8), kamusal alanı, konu ve fikirlerin toplanıp, işlenip, iletildiği bir iletişim sistemi olarak tanımlar. Eriksen (2004:6) kamusal alanın dinamik, çok sesli ve hatta anarşik yapısını öne çıkarırken, Jankovski ve Van Os (2004) kamusal alanı, toplumca sosyal önemi olan ortak konuların halkın katılımıyla özgürce ve mantık çerçevesinde tartışıldığı bir iletişim söylemi arenası olarak tanımlar.

Görüldüğü gibi Avrupa Birliği’ne ilişkin araştırmalarda kamusal alan dendiğinde tek tip, ortak bir tanımlama yerine, pek çok araştırmacının farklı yönlerine vurgu yaptığı bir kavramdan söz etmekteyiz. Belki de Kluge’nin daha akılda kalıcı tanımıyla kamusal alan “mücadelenin savaş dışı yollarla karara bağlandığı alan” (Özbek, 2004:85; Negt ve Kluge, 1993:ix) olarak ifade edildiğinde asıl öz yakalanmış olacaktır. Her türlü grup, birey ve toplumsal kesimin fikirlerinin ifade edilerek kelimelerin, düşüncelerin paylaşıldığı, algılandığı adeta bir anlam pazarıdır kamusal alan.

Yukarıda sıralanan kamusal alana ilişkin tanımlamalar bir tablo aracılığı ile özetlenebilmektedir:

Tablo 1: Kamusal Alana İlişkin Tanımlar

De Vreese,	sosyal konularda halkın sürekli tartışma ve ilgisi
De Vreese,	AB siyasa ve politikalarının halk gözünde yasallaşması
Brantner,	politik aktörler ile vatandaşların ortak ilgi alanlarındaki konuları tartıştıkları alan
Van de Steeg,	aynı konunun, aynı anda aynı yoğunlukla ve aynı anlam yapısında tartışıldığı alan
Eriksen,	sivil toplumun devletin güç yapısına eklemlendiği dinamik, çok sesli ve hatta anarşik bir alan
Neidhardt,	konu ve fikirlerin toplanıp, işlenip, iletildiği bir iletişim sistemi
Jankovski ve Van Os,	toplumca sosyal önemi olan ortak konuların özgürce, halkın katılımı ile mantık çerçevesinde tartışıldığı bir iletişim söylemi arenası
Kluge,	mücadelenin savaş dışı yollarla karara bağlandığı alan
Trenz,	Avrupa politik iletişimiyle herhangi bir konuda fikir birliği veya karşı fikir birliği olarak yaşanan her türlü iletişim

Habermas'ın çalışmasında kamusal alan kavramı Avrupa ulus devletlerinin birlikte çalışması, ortaklığı üzerine yapılandırılmıştır. Kuram, Fransa ve Almanya'daki daha yerel kamusal alanlar üzerine şekillendirilmiş ve ulus devleti başlangıç noktası olarak almıştır. Daha sonraki çalışmalarında Habermas, Avrupa Birliği'nin engel ve fırsatları ile birlikte anlamlı bir kamusal alan ile ilişkili olduğunu belirtmiştir. Habermas, daha soyut olarak kavramsallaştırdığı ve 17inci ve 18inci yüzyıl Avrupa'sındaki gelişmelerden yola çıkarak anlattığı kamusal alanın, Avrupa Birliği gerçekliğinde nasıl yaşandığını ve dahası nasıl yaşanması gerektiğini çeşitli makale ve yazılarında ortaya koymuştur. Politik kamusal alanın, ancak politik olarak etkilenenler arasında oluşan iletişimle, sosyal sorunların algılanması ve tematize edilmesiyle görevini yerine getirebileceğini, bu durumun da tüm vatandaşların "kamuya adeta gönüllü asker olarak kaydedilmesi gibi algılanacağını" vurgulamıştır (Habermas, 1996a:365). Yazar

alışmasında, Avrupa Birliği ve politik kamusal alan konusunda en önemli gerekliliğin iletişim ve bunun sonucu ortaya çıkacak etkilenmişlik olduğunu ifade ederek halkın sürece katılımının vazgeçilmezliğini “gönüllü asker” benzetmesi ile dile getirmiştir.

Habermas, Avrupa kamusal alanın daha belirgin biçimde ortaya çıkmasının gerekliliğini pek çok makalesinde yinelemektedir.“ **Demokrasideki açık, ancak Avrupa kamusal alanının oluşup kuramsal sürece yerleştirilmesiyle giderilir...Pan Avrupa politik kamusal alan, Avrupalılaşma sürecinde yetersiz sosyal bütünleşme sorunlarının çözümünü getirir**” (Habermas, 2001a:65). Yazar, Avrupa kamusal alanının, tıpkı ulus devletlerin kamusal alanının bir benzeri olduğunu savunur. Böyle bir sistem, bağımsız devletlerde ortaklaşa paylaşılan mesajlar ve onlara iliştirilen anlamların kamusal alanda var olmasıyla mümkün olacaktır.

Özetle günümüzde Avrupa Birliği ve Avrupa kamusal alanı, “Avrupa politik iletişimiyle veya Avrupa yönetimi ile herhangi bir konuda fikir birliği veya karşı fikir birliği olarak yaşanan her türlü iletişimi ifade eder” (de Vreese, 2007:6). Bu bağlamda Avrupadaki araştırmacılar yaptıkları araştırma ve çalışmalarda, Avrupa kamusal alanı içinde belirli iletişimciler arasında kamu iletişimi nerede ve nasıl yaşansın ki bir Avrupa kamusal alanının doğuşundan bahsedilebilsin ortak sorusunu etrafında çalışmaktadırlar.

Sözü edilen fikir birliği ya da karşıtlığı, bu konuda en önemli bilgi kaynağı olan haber medyası aracılığıyla elde edilir. Haber medyası kamusal alanda yaşanan girdilerin hammaddesini ileten araç olarak önemlidir ve bu çalışmanın da odak noktasıdır. Bu nedenle Avrupa kamusal alanı tanımlamasına farklı disiplinlerin yaklaşımlarının ele alınması konuya hakimiyeti pekiştirecek ve haber medyasına ilişkin basın analizine ışık tutacaktır.

1.1.3. Avrupa Kamusal Alanı ve Farklı Disiplinlerin Yaklaşımları

Avrupa bütünleşmesine ilişkin makalelerde kamusal alan terimi forum, alan, arena, ağ gibi kelimelerle açıklanmaktadır. Avrupa kamusal alanına ilişkin yürütülen araştırmaların çoğunlukla Avrupa ile ilgili üzerinde fikir yürütülen, ulusal ve ulusüstü medyada tartışılan konulara odaklandığı görülmektedir. Bu konuda araştırmacılar pek

çok amprik çalışma metodundan yararlanmışlardır. Bir kısmı, içerik analizi olarak adlandırılan medya yazılarının analizleri ile araştırmalarını yürütürken, diğerleri ise söylem analizi yöntemiyle Avrupa kamusal alanını ele alan çalışmalar yapmışlardır.

Avrupa kamusal alanı konusunda pek çok disiplinin farklı açıklamalar getirdiği de görülmektedir. İletişim araştırmaları, kamuoyu fikrinin formasyonunda medya iletişimini ele alırken, politik bilimciler kurumsal ve sistematik soruları sorup, normatif perspektiften konuya yaklaşırlar. Tarih alanındaki araştırmacılar da Avrupa kamusal alanının tarih boyunca nasıl var olup dönüştüğünü ve Avrupa Birliği politikalarını nasıl etkilediğini araştırırlar. Sosyoloji, Avrupa kamusal alan araştırmalarında Avrupa toplumundaki farklı alt sistemlerinin Avrupa bütünleşmesine bakışını inceler. Bu bakışa göre politika, ekonomi, sanat, din, akademi gibi farklı kamusal arenalardan söz edilebilir. Bu alanlarda hem kurumsallaşmış hem de kurumsallaşmamış aktörler vardır. Bu bağlamda kamusal alan, iletişim; etkileşim iletişimi, organize kurum iletişimi ve medya iletişimi olarak yer alır (Tobler, 2006:110). Sosyolojik perspektife göre, Avrupa kamusal alanı, politik iletişim olarak Avrupa toplumunun yaratılmasına katkıda bulunur. Bu iletişim biçimi, kitle iletişim araçlarında yer alan iletişimdir (Trenz, 2002:16).

Kitle iletişim araçları ve politik iletişim Avrupa kamusal alanını organize eden, çıktıları taşıyan ve çıktıların politik sosyal gelişmeler olarak yaşamda anlam kazanmasını sağlayan bir sistemdir. Avrupa kamusal alanı veya herhangi bir kamusal alanın ortaya çıkabilmesi için demokratik bir toplumsal ve politik yaşam gerektiğinden kamusal alan kavramının daha iyi anlaşılabilmesi için demokrasi ile ilişkilendirilmesi araştırma açısından doğru bir çerçeve oluşturmayı sağlayacaktır.

1.2. KAMUSAL ALAN VE DEMOKRASİ

Demokrasi, siyasal süreci de içinde barındıran çeşitli toplumsal süreçlere katılan vatandaşların oluşturduğu bir kurumdur (Belsey ve Chadwick, 2002:424). Demokrasinin var olabilmesinin koşullarından biri olan sağlıklı bir kamusal alanın önemi, vatandaşların kendi aralarında ve vatandaşlar ile seçkinler arasında fikirlerin değiş tokuş yapıldığı bir forum görevi görmesinde yatmaktadır. Kamusal alan, bir yandan sistemin

demokratik kalitesini arttırmakta, diğer yandan ise gücü elinde bulunduranların faaliyetleri hakkında tartışma zemini yarattığından, meşruluk ve güvenirliliğine katkı sağlamaktadır. Meşruluk, Peters'e (2005:85) göre vatandaşların politik sisteme inançlarını gerektirirken, bu inanç sisteminin desteklenmesiyle, vatandaşlar zorunlulukları yerine getirerek kurallara göre davranmaktadırlar.

Demokrasinin bilgi ve iletişim olmadan varolamayacağı yaygın bir biçimde kabul edildiğinden demokrasi ile kamusal alan ilişkisine, kamusal alana fikir ve bilginin katılmasını sağlayan medya da dahil edilmektedir (Arsan, 2007:33). Demokratik siyasal katılımın en temel koşulu bilgilenmiş yurttaşların varlığı ve dolayısıyla medyanın önemidir (Belsey ve Chadwick, 2002:423-424; Arsan, 2007:31) ve herhangi bir demokrasinin gelişebilmesi için yurttaşların kamusal etkinliklere katılımının sağlanması bir gerekliliktir. Toplumsal katılımın gerçekleşmesi için vatandaşın medya ve diğer araçlar yardımıyla, konuya ilişkin bilgilendirilmesi ve kendilerini kamu önünde ifade edebilmesi için doğru bilgi edinebilmesi gerekmektedir. Böylece medya aracılığıyla sürdürülen iletişim ve elde edilen bilgi, siyasetin alanını genişleterek, siyasetçilerin bu alanı tek başına denetlemelerini engelleyebilmektedir (Encabo, 2002: 443-44).

Demokrasi, medyadan beklentilerinde oldukça titiz ilkelere sahiptir. Medyadan beklentiler:

1. *Toplumsal ve siyasal çevrenin gözetimi,*
2. *Günün önemli sorun ve çözümlerini saptama, gündemi belirleme,*
3. *Siyasetçi ve diğer baskı ve çıkar gruplarının görüşlerine platform sağlama,*
4. *İktidar ile kitleler arası diyalog sağlama... (Gurevitch ve Blumler 2002:265-269).*

Yukarıda belirtilen beklentileri yerine getiren kitle iletişim araçları, okurlarına fikirlerini oluşturabilmeleri, herhangi bir konuda karar verebilmeleri için malzeme sağlamaktadır. Basının rolüne ilişkin Walter Lippmann'ın belirttiği gibi medya, "Zihnimizdeki fotoğrafların inşacılarıdır." (Lippmann,1922'den aktaran Gurevitch ve

Blumler, 2002:270) ve medya zihindeki fotoğrafların oluşabilmesi için adeta gerekli hammaddeyi sağlamaktadır.

Medya ve demokrasi arasındaki bu sıkı ilişkiyi kavramsallaştırırken, diğer araştırmacıların değindiği gibi medyanın sınırlarının kamu hizmeti ile çizildiği de unutulmamalıdır.

Medyanın amacı kamuoyunu belirlemek veya yaratmak olmamalıdır. Medyanın hedefi kamuyu ilgilendiren konulara ilişkin çeşitli bilgi ve kanıların, var olan toplumsal çeşitliliğini aktarmak olmalıdır. Bu bilgiler hem yurttaşların eğitimi, kültürü üzerinde önemli etkide bulunabilecek, hem de onların insanlar ve kurumlar hakkında kendilerine ait kanılarının oluşumuna hizmet edebilecektir. Kısacası medyanın amacı, kamu otoritelerinin yerini almak veya diğer kurumların üstlendiği kamu hizmetlerini sağlamak olmamalıdır. Dolayısıyla medya, kamuoyunu temsil etmekten öte, yurttaşların kendi kanılarını oluşturmalarına ve onları ifade etmelerine yarayan araçların en önemlilerinden olsa da onlardan sadece birisidir (Encabo, 2002:454-55).

Avrupa kamusal alanına ilişkin kavramsallaştırmalarda da demokrasi ve kamusal alan ilişkisi önemli bir açıklama noktasıdır. Avrupa Birliği spesifik örneğinde yaşanan demokratik açık sorununun giderilebilmesi için kamu iletişimi öngörülmektedir. Bu varsayımın arkasında, kamusal alan kavramı bulunmakta ve vatandaşların mantıksal tartışmaya katılabilmesi yatmaktadır. Avrupalılaştan kamusal alan, bu nedenle sadece AB hakkında bilgilendirme değil, siyasal meşruluğun artırılması ve AB politikalarının daha anlaşılabilir olmasını sağlayabilecek bir mekanizma olarak görülmektedir ki bu nedenle Avrupa Birliği'nin daha demokratik ve politikalarının daha meşru bir yapıya kavuşturulması için kuramsal açıklamalar temelinde kamusal alan ve demokrasiyle ilişkilendirilmeye çalışılmaktadır.

Politik bilimlerde, Avrupa kamusal alanına yüklenen anlam, demokrasinin nasıl anlaşıldığına bağlıdır. Liberal demokrasi anlayışında demokratik meşruluk, yasal demokratik kurumlarca yerine getirilir ve kamusal alanda yönetilenin yöneten üzerinde bir denetim faaliyeti yürüttüğü söylenebilir. Bu nedenle AB'nin temel demokratik sorunu vatandaşlar ile politik karar vericiler ve kamusal alan arasında uyum, ahenk yokluğudur. Avrupa Birliği ülkelerinde bu ahenk, vatandaşın kendini yönetenleri

seçmesi, medyanın hükümetin icraatlarını ve muhalefeti rapor etmesi, böylece vatandaşların bu bilgilerle kendi kararlarını verebilmesi yoluyla mümkün olmaktadır (Gerhards, 2000). Bu noktada, Avrupa düzeyindeki demokratik açığın, üye ülkelerdeki vatandaşların politik karar verme sürecine katılımına benzer bir sürecin yaşanmaması nedeniyle ortaya çıktığını söylemek mümkündür. Eleştiriler demokrasinin nasıl anlaşıldığına odaklanır. Demokratik meşruiyet için ilk koşul, fikirlerin alışveriş edilmesi, diğer bir koşulsa demokrasinin, sosyal topluluk, medya gibi politika oluşumu öncesi bilgi veren kaynaklara sahip olmasının gerekliliğidir. Bu bağlamda, çoğulcu katılımcı demokrasi anlayışında kişilerin bir konuya ilişkin fikirlerinin gelişip kamusal alana katılımın sağlanması için müzakereci yaklaşım, iletişim yoluyla fikir ve görüşlerin tartışılmasının gerekliliğini ileri sürerek, yaşanan iletişimin sonucunda bireylerin farklı fikir ve görüşlerden etkilenecek, kolektif öğrenme sürecinin yaşanabileceğini vurgulamaktadır (Latzer ve Sauwein, 2006:13-14).

Slaata'ya (2006) göre Habermas, müzakereci demokrasi yaklaşımında; devleti, kamusal alan ve onun müzakeresi için yasal, ekonomik, sosyal bir çerçeve olarak kavramsallaştırmaktadır. Kamusal alan ile devlet arasındaki ilişki, kamusal alanda vatandaşların sürekli müzakeresi nedeniyle eleştiren, besleyen bir döngüsel ilişkidir. Kamusal alan, devlet ve ekonomi arasında bir alan olarak kişilerin bir araya gelip ortak kaygılarını tartışıp ortak kamuyu şekillendirdiği ara alandır.

Habermas'ın izinden giden akademisyenlerin, Avrupa bütünleşmesinde müzakereci demokrasinin radikal anlayışını benimsediklerini söylemek mümkündür. Habermas'ın radikal demokrasiden kastı daha özgür ve daha hoşgörülü bir toplum paradigmasıdır (Timur, 2008:93). Bu anlayışa göre kültürel ve özel koşullar vatandaşların demokratik kamusal alana katılımı için olması gereken birer önkoşul değildir, kamusal alan için gerekli koşullar, demokratik kurum ve prosedürler, rasyonel sonuçlar ve iletişim olarak ifade edilmektedir. Demokratik kurum ve prosedürleri destekleyen bir anayasa yoluyla ortaya çıkacak yasal süreç, toplum ve politik sistemi birbirine bağlayarak evrensel prensiplere ulaşılmasını mümkün kılacaktır. Kurumsallaşan demokratik sistem meşrulaşmış politikalarla, yasal olarak kurumsallaşmış karar alma ve kültürel olarak mobilize olmuş kamunun ilişkisi sonucu

demokratik yaşam sürdürülebilecektir. Sözü edilen demokratik süreçte ‘kamu çıkarı’ kavramı anahtar bir role sahiptir.

Kamusal alan demokrasi perspektifine göre, bir alan olarak vatandaşların kişisel çıkarları yerine ‘kamu çıkarı’ perspektifini edindikleri alandır. Eğer insanlar kamusal alanda bireysel kaygılar yerine ortak toplumsal kaygıları ön plana çıkararlarsa, kamusal alanda fikirlerini ifade etmek için yer almak isterler (Neidhardt, 1994:318). Bu nedenle kamusal alan, sadece tek kamu söylemi değildir. Bu alan antik Yunan demokrasisindeki gibi Atinalıların Agorası olup tüm vatandaşları içeren bir kamusal alan değil, kimi zaman farklı, kimi zamansa ortak noktalarda buluşulan ‘alternatif söylemler forası’ dır. Atinalılar Agora’da farklı fikirleri tartışıp tek bir ortak fikre ulaşmaya çalışırken, alternatif söylemler forası’ konuya ilişkin tüm fikir ve farklı düşüncelerin yer aldığı bir alandır. Bu foranın bazıları karar alma bağlamında güçlüyken (parlamentolar vb.), bazıları daha zayıftır (sivil toplum kuruluşları vb.). ‘Zayıf kamular’ karar alma konusunda doğrudan etkili olmasa da fikirlerin oluşmasında önemli baskı gücü oluşturabilmektedirler (Fraser,1992:134). Her ne kadar ‘güçlü kamu’ların karar alma konusunda yetki ve sorumluluğu varsa da, toplumsal yaşamda ‘zayıf kamu’ların ileri sürdüğü argümanlardan da etkilenmektedirler (Eriksen ve Fossum, 2001:14).

Örnek vermek gerekirse, kadın hakları konusunda anayasal bir değişiklik yapılacağında bu konuda meclisin ‘güçlü kamu’ olduğu ve anayasal değişikliği yapabilecek tek kuruluş olduğu gerçeği tartışılmayacağı gibi, o konuya ilişkin güçlerini birleştiren ‘zayıf kamu’ olarak adlandırılabilir kadın ve insan hakları konusunda faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının baskıları da demokratik toplumsal yaşamda göz ardı edilemez. ‘Zayıf kamular’, sivil toplum üzerine kuruludur, ne politik sistemin ne de ekonomik sistemin bir parçasıdır ve kendi kendine organize edilir.

Yukarıdaki açıklamalar ışığında Avrupa kamusal alanı, farklı kaygıları olan farklı kamuların, müzakereci demokrasi çerçevesinde Avrupa kamusal alanını geliştirip, Avrupa Birliği’nin çok katmanlı sistem yapısında *multi-organizasyonel* ve dinamik bir ağ yaratılmasını sağlamaktadır (Trenz, 2002:35).

Trenz, günümüz demokratik sisteminde ‘zayıf ve güçlü kamular’ ayrımına ek olarak kamusal alanda ‘uzmanlaşmış kamular’ olarak adlandırılabilir konunun

uzmanı bir elit kesimin yanında ‘genel seyirci’ diye adlandırılan, konuya ilişkin ilgi ve bilgisi sınırlı sıradan vatandaşların varlığından söz etmektedir. Kamusal alanı, ‘uzmanlaşmış kamular’ ile daha ‘genel seyirci’ arasında yaşanan iletişimle yankı yapılarının²³ gelişmesiyle meydana gelen, bir tercüme ve dönüştürme şekli olarak ifade etmek mümkündür. ‘Uzmanlaşmış kamular’, o konuya ilişkin bilgi ve fikirleriyle konuyu tartışarak kamusal alanda görünür kılarken ‘genel seyircinin’ yani konuya ilişkin ilgisi ve bilgisi sınırlı toplumsal grupların fikirlerinin şekillenmesine yardım etmektedir. Sözü edilen ‘tercüme’, konunun anlaşılabilmesini ifade etmektedir.

Örnek vermek gerekirse uzmanlaşmış bir kamu grubu olarak siyasi temsilciler her hangi bir konuyu politik anlaşmazlıklar çerçevesinde eleştirerek, politik bir sorun olarak ifade etmesiyle, konu kamusal alanda tartışmaya açılmaktadır yani aktörler konuya ilişkin fikirlerini ileri sürebilmektedirler (Trenz, 2000; Landfried, 2004:125). Örneğin AB ve Türkiye arasındaki Gümrük Birliği bağlamındaki ilişkiler konusunda ‘uzmanlaşmış kamu’ olarak adlandırabilecek kişiler dışında, ekonomi ve uluslararası ilişkiler uzmanlığını gerektiren konu, kamusal alanda geniş toplum kesimlerin tartışılabilmesi için Trenz’in öne sürdüğü gibi tercümelerinin oluşturulması, konunun toplumsal etkilerinin ele alınması ve tepkilerden yola çıkılarak yankı yapıları olarak değerlendirilebilecek farklı fikir ve bakış açılarının oluşması gerekmektedir. Konuya ilişkin daha fazla bilgisi olan ‘uzman kamuların’ açıklamalarıyla konu kamusal alanda geniş toplumsal katılımı tartışılabilen bir şekilde siyasi karar alabilmek için tüm kesimlere açık hale gelerek, ortak bir görüş oluşturulabilmekte veya farklı görüşlerin birbirlerinin argümanlarından haberdar olması sağlanabilmektedir.

Kamusal alan rasyonel konsensüse yol açabilmelidir. Katılım ve öğrenmeyle, kişilerin görüş ve perspektifini değiştirmesi, dönüştürmesi mümkündür. Bu yolla Avrupa kamusal alanı, Avrupalılaşmaya²⁴ yol açabilecek ve bu durum da Avrupa kimliğinin

²³ ‘Yankı yapısı’ diyerek anlatılmak istenen, tıpkı sesin yankısının tekrar kişiye dönmesi örneğinde olduğu gibi ‘uzmanlaşmış kamuların’ da tartışma ve argümanları, bakış açıları ‘genel seyirci’ olarak adlandırılan konuya ilgisi sınırlı gruplara ulaştığında onların da algılama ve bakış açıları çerçevesinde fikirler yankılanmakta, yeniden şekillenmektedir.

²⁴ Çalışma kapsamında Avrupalılaşma kavramı uluslararası ilişkiler kuramlarında kullanılan kuramsal yaklaşımdan farklı olarak Türkiye kamusal alanında Avrupa Birliği ile ilgili tartışmaların yer alması, medyada bu konuda haberlerin varlığı ve halkın süreç ile ilgili bilgilendirilmesini ifade etmektedir.

gelişmesine katkıda bulunabilecektir (Trenz, 2000; Baerenreuter ve diğerleri, 2008:6). Bu bakış açısıyla, Avrupa kamusal alanının normatif amacı, Avrupa’da iletişim demokrasisini mümkün kılmak, kamunun çıkarlarının farklı toplum kesimlerince müzakere edilmesini sağlayarak toplumsal hareketliliği sağlamaktır (Trenz, 2002:15-16). AB’de demokrasinin çoklu düzeyde müzakere edilmesi, Birliğin politik sisteminin, kurallar üzerine değil, sürekli değişen çoğunluk ve seçkinler topluluğu üzerine kurulmasına yol açmaktadır. Bu durum nedeniyle müzakereci demokrasi; demokratik sorumluluk; kontrol edilebilen, dengeler üzerine kurulu bir sistem; demokratik yeterlilik; açıklık ve şeffaflık olarak belirtilen dört anahtar kelimeyle açıklanabilmektedir (EIPA, 2002:5). Trenz’e göre de (2002:35) karar almanın demokratik yapısı ancak müzakereci demokrasi modelinde garanti edilebilmektedir. Temsilcilerin demokratik olarak seçilmesiyle meşrulaştığı modelde müzakerelerin ‘alt kamu’ veya ‘elit kamu’ temelinde, konu hakkında uzmanlaşmış kesimler arasında veya bazı toplumsal gruplar arasında müzakere edilip rasyonelleşmesi ve temsiliyeti ile geniş bir izleyici kitlesine aktarılabilmesi mümkündür (Eriksen ve Fossum, 2001:7).

Ne var ki bu durumun gerçekleşebilmesi için kamusal alanda, o konuyla ilgili tüm potansiyel ilgililerin yer alması gerekmektedir (Fraser, 2002: 40; Fraser, 2007: 20). Oysa ki müzakereci demokraside, temsilcilerin kendilerinin bile kitle iletişiminin nasıl gerçekleştirileceğine dair şüpheleri vardır (Wimmel, 2006:33). Çünkü kitle iletişimi ve söylemlere katılım, tüm kitleye elitlerin iletişimi kadar açık değildir. Benzer şekilde Trenz (2002:30-31) de hükümet organları, halkla ilişkiler organları, eleştirel kurumlar ve bireylerin farklı alt kamular oluşturduğu savını ileriye sürmektedir. Trenz’e göre, bir kamusal alan eğer toplum tarafından tartışma arenası oluşturulabilirse ortaya çıkabilmektedir (Trenz, 2002:36).

Müzakereci demokrasinin varlığı için kamusal alanın vazgeçilmezliği kabul edilmekteyse de, medya tartışmalarının öğretici olup vatandaşların üzerindeki etkisi tartışmalıdır. Araştırmacılar (Wimmel, 2006:36) öğrenim etkisiyle artan zihinsel rasyonelitleyle orantılı olarak, kamu söyleminin vatandaşlar üzerinde etkili olduğu savını ileri sürmektedirler. Avrupa kamusal alanının radikal demokratik anlamına göre, AB ile ilgili müzakereci düşünüş, Avrupa kamusal alanında ele alınan ortak politik söylemlerle

mümkün olabilecektir. Bu bakışa göre, politik konularda nihai uzlaşi mümkün olamayacağından, farklı söylemler mücadele ederek egemen görüşü sarsacaktır.

Kısacası, demokrasi ve kamusal alana ilişkin değerlendirmelerde kamusal alanda şekillenen kamuoyu fikrinin Avrupa bütünleşmesinde bir değişken olduğu, yeni bilgilerin vatandaşların siyasa tercih ve fikirlerini değiştirebildiği gerçeğinin (de Vreese, 2007:6) geleneksel demokrasi tartışmalarında ve müzakereci demokrasiye ilişkin açıklamalarda eleştirilse de, varlığının kabul edildiğini söylemek mümkündür. Kamusal alanın varlığı, kalitesi, yapısı, kapsamı politik sistemin meşruluğu sorunuyla ilişkilendirilmektedir. Genel prensip olarak politik sistemin meşruluğu, yönetilenlerin rızası üzerine kuruludur (Peters, 2005). Avrupa Birliği örneğinde kamu iletişimi, AB'nin demokratikleşmesini daha ileriye götürebilir ve bunun gerekli koşulu da Avrupa'yı ilgilendiren konularda verilen bilgi ve sürece katkıda bulunan etkili bir kamu iletişimidir.²⁵ Bu savın arkasında kamusal alan kavramı bulunmakta ve vatandaşların rasyonel tartışmaya katılabilmesi yatmaktadır. Avrupalılaştan kamusal alan bu nedenle sadece AB hakkında bilgilenme değil, aynı zamanda, siyasi meşruluğun artırılması ve AB politikalarının daha anlaşılabilir olması anlamına gelmektedir (de Vreese, 2007:7).

Avrupalılaştan kamusal alan, AB'de demokratik karar alma için bir gerekliliktir. Alanda, AB politikalarına destek vermenin yanı sıra AB karşıtı duygular da ifade edilebilmelidir. Bu noktada, iyi işleyen Avrupalılaştan kamusal alanların AB karşıtı duygulardan da oluşturulup hareketlendirilebileceğine dair örnekler Kuzey Avrupa

²⁵ 'Demokratik açık' kavramı özellikle Avrupa Birliği'nin 1992 Maastricht ve AB Anayasası referandumlarında çıkan red oyları ile gündeme gelmiş ve çeşitli araştırmacılar tarafından ele alınmıştır. 1990'lar sonrası AB'nin '*permissive consensus*' dediğimiz sarsılmaz uzlaşma kültürünün yıkıldığı iddia edilmektedir. Bazı araştırmacılar sorunun temelinde, zayıf popüler meşruluk '*weak popular legitimacy*' (Wallace, 1993; Scharpf, 1999; Schmitter, 2000; Weiler, 1999) kavramı ile ortaya atmakta ve giderilebilmesi için öneriler ileri sürmektedir.

ülkelerinde rastlanmak mümkündür²⁶. Varlığını bağımsız olarak sürdürebilen kamusal alan, politik aktörleri hareket halinde göstererek bir forum görevi görmekte ve onların performanslarını değerlendirmeye yardım edip, izlenebilirlik ve meşruiyet sağlamaktadır.

Avrupa kamusal alanı önerisinin altında var olan koşullara bakıldığında, halkın AB politikalarına katılımının az, politikleşmenin hemem hemen olmadığı bir tablonun varlığı görülmektedir. Kamu desteği yükseldiğinde bu durumun değişebileceği varsayımı üzerinden AB politikalarının seçmenin bir kısmını mobilize ettiği fakat büyük bir kesimin de gelişmeleri tepki vermeden izlediği söylenebilir. Diğer bir yandan unutulmamalıdır ki, tepkisiz izleme eylemi, vatandaşların yapılanları onayladıkları anlamına gelmemektedir. Konuya ilişkin verilebilecek en çarpıcı örnek, AB vatandaşlarının Avrupa Parlamentosu seçimlerine katılımlarındaki düşüklüğe rağmen gerekli olduğuna inandıklarında, AB'ye ilişkin konularda gerçekleştirilen ülke referandumlarında 'hayır' cephesini oluşturabilmeleridir.

Bu koşullarda kamusal alana ilişkin sorular, daha da önemli hale gelmektedir ve belki de konunun en can alıcı aktörü olan medyayı da ele almayı kaçınılmaz kılmaktadır.

1.3. MEDYA, HABER MEDYASI VE KAMUSAL ALAN İLİŞKİSİ

Çalışma kapsamında kamusal alana ilişkin tanımlamalardaki ortak bakış, medyanın önemli bir kamusal alan oluşturduğu yönündedir. Kamusal alan, tüm vatandaşların katılabildiği, kamuoyunun içinde şekillendiği, sosyal yaşam alanıdır. Vatandaşlar sınırlanmadan, genel ilgi duydukları konularda fikirlerini ifade edebilmeleriyle kamusal alan ortaya çıkmaktadır. Özellikle çalışmanın belkemiğini

²⁶ Danimarka, İsveç ve Norveç'te AB'ye karşıt olan grupların oluşturduğu kamusal alan oldukça güçlüdür. Bunlardan Norveçli 'nei til EU' grubunu örnek verebiliriz. 1988 yılında kurulan, 29.000 üyesi bulunan 19 bölge ve 150 aktif büroyla faaliyet gösteren bir halk hareketi olarak 1994 yılında Norveç'in AB'ye katılmaması yönünde önemli bir hareket başlatmış ve etkili olmuştur. Politik amacını 'Norveç'i AB'den uzak tutmak şeklinde' özetleyen kendini 'information group' olarak adlandırılan kuruluş, AB'yi demokrasi, çevre ve uluslararası dayanışma alanlarında eleştirmektedir. Kuruluşun internet sitesi, logosu, aktiviteleri ile görüşlerini savunduğu ve geniş toplumsal taban desteği olduğunu söyleyebiliriz. Özellikle AB'deki gelişmeler değerlendirilirken veya Norveç ve AB konusunda bir haber hazırlanırken kaynak olarak başvuruluyor olması medya açısından önemli bir aktör olduğunun göstergesidir. (<http://www.neitileu.no/english>) (11.11. 2009).

oluşturan Avrupa Birliği ile kamusal alan konusunu ele alan araştırmacılar, kitle iletişim araçlarının Avrupa kamusal alanının en öncelikli temsil alanı olduğu konusunda hemfikirdirler (Koopmans ve Pfetsch, 2006:115; Habermas, 2006: 415-16).

Kamusal alan, devlet ile toplum arasında kamuoyunun taşıyıcısıdır. Kent kültürünün büyümesi ile birlikte kamu yaşamının yerel organizasyonları -toplantı, konser, tiyatro ve opera salonları, derslikler, müzeler- artmış, sosyal iletişimin, okuyucunun artmasıyla -gazeteler, basım evleri, diğer medya araçlarının gelişmesiyle okuyan kamu çoğalmıştır (Eley, 1992:290-91). Okuyan kamunun bilgilerini iletebileceği araçlar gerektiğinden, günümüzde televizyon, gazete, dergi, radyo ve internet gibi kitle iletişim araçları, kamusal alanın iletişim araçlarıdır (Habermas, 2002:95; Eley 1992:289, Taylor, 2006:100). Haberler, katkılar, görüşler, şovlar ve filmler aracılığıyla; bilgilendirici, polemik yaratıcı, eğiten, ve eğlendiren içeriğiyle kitle iletişim araçları tarafından oluşturulan mesajlar ve iletilen fikirler (*published opinions*); politikacılar, politik partiler, lobi ve baskı grupları, sivil toplum aktörleri gibi pek çok aktörün ileri sürdüğü görüşler, medya profesyonelleri tarafından seçilerek halka iletilmektedir (Habermas, 2006: 415-16).

Kitle iletişim araçlarının temel toplumsal işlevi haber ve bilgi vermektir. Kitle iletişim araçlarının 17inci yüzyılda ortaya çıkış sebebi olan haber ve bilgi aktarmak, 21inci yüzyılda da halen temel işlevidir. Kitle iletişim araçları ülke ve dünyada meydana gelen olaylar, gelişmeler ve değişen şartlarla ilgili bilgi vererek, ülke ve dünya sorunları konusunda toplumsal görüş oluşturulmasını sağlamaktadır. Diğer işlevleri olarak sıralanabilecek eğitim, eğlendirme, toplumsallaştırma, güdüleme, kültür geliştirme, bütünleştirme fonksiyonlarının yanısıra, tartışma ortamı hazırlama diğer bir özelliğidir. Tartışma ortamı hazırlama, toplumda oluşan ortak ilke ve ideallerin tüm bireylerce benimsenebilmesi için müzakere edilebilme imkanı sağlamaktır. Bireylerin konuya ilişkin olumlu veya olumsuz tüm görüşlerden haberdar olması sağlanır (Güz, 2005:14-16). Kamusal alanda toplumsal tartışma başlatılabilmesi için toplumsal arenanın ana taşıyıcısı, şekillendiricisi kitle iletişim araçlarına ihtiyaç duyulmaktadır.

Kamusal alanın şekillendirilmesi konusunda Charles Taylor da medyayı referans noktası olarak almakta, bireylerinin yazılı, elektronik, yüzyüze iletişimi

gerçekleştirdikleri çeşitli medyalar aracılığıyla, ortak sorunları tartıştıkları, bu konularda ortak bir düşünceyi (*common mind*) şekillendiklerini ileri sürmekte (Taylor, 2004:83) ve hatta bu şekilde toplumun ortak sorunlar etrafında tek bir grupmuşcasına bir araya gelmesini ‘modern toplumsal hayali biraradılığı’ olarak adlandırarak ‘toplumsal tahayyül’ (*social imaginary*) kelimesiyle de kavramsallaştırmaktadır (Taylor,2006:31). Taylor’a göre toplumsal tahayyül, tüm toplumun ortak uygulamalarını, paylaşılan meşruiyet duygusunu mümkün kılan ortak bir paydadır. Taylor kamusal alanı, ortak bir mekan olarak ifade ederken (Taylor, 2006:31) medyayı kamusal alanın o kadar merkezine yerleştirir ki diktatörlerin bile gazete yayınlanmaması yerine kendilerinin manipüle ettiği basına razı oldukları gerçeğini ve dolayısıyla medyanın kamusalın vazgeçilmez bir şekillendiricisi olduğunu bize hatırlatır. Taylor medya ve edebiyatın sosyal bilimlerin desteği ile toplumun ilgili ilgisiz pek çok şeyi biraraya getirerek karmaşık biçimde düşünmeye alıştırdığını, bu durumun da modern kamusal alanın Ortaçağ’dan ayrılan noktası olduğunu iddia etmektedir (Taylor,2006:104).

Toplumsal yaşamda medya ve iletişim yoluyla söylem oluşturulduğundan medyanın etkileri konusu önemli bir inceleme alanıdır (İnal, 2005). Medyanın etkilerinin araştırılabilirdiği kamusal alan tartışmaları da, iletişim çalışmaları alanının ayrı bir konusu haline gelmiştir (İrvan, 2002: 293). Medya, içeriği ile kamu fikrini yansıtabilmekte ve alt grupların hareketlerine yön verebilmektedir. Medya geleneksel olarak en yetkili vekil ve kamusal alanın ifade arenası olarak görülmektedir. Medyada ele alınan konular, doğal olarak kamusal alanda tartışılan konu ve olaylardır (de Vreese, 2007:6). Ülkeyi ilgilendiren konularda, kamu tartışmalarının yer aldığı politik kamusal alandan da söz edilebilmektedir. Vatandaşlar, politik kamusal alan yoluyla kurumsal etki yaratarak, yasa yapıcı mekanizmayı, hükümeti etkileyebilmektedirler. Kişilerin günlük deneyimlerine dahil olmayan alanlarda, konu hakkında doğrudan bilgi sağlama olanaklarının daha az olduğu konularda, medya etkisi daha büyük olabilmektedir (Newton, 2006:218; Kentmen, 2009:626).

Az sayıda insanın Avrupa Birliği politikalarıyla ilgili doğrudan deneyimi olduğu düşünüldüğünde, medya, kamusal alanın manifestosunda önemli bir mecraadır (Slaatta,1999:37). Birliğin birçok siyasa alanı medyada yer almadığı sürece toplumsal

tartışma alanı için kıvılcım oluşturmayaacağından toplumsal tartışma başlatamayacaktır. Bu nedenle halkın büyük kısmı, politika alanındaki deneyim veya algılamalarına, konuşmacı ve aktörlerin kamu tartışmalarını görünür kılarak girdi sağlayan medyayı da dahil etmektedir. Örneğin Türkiye'nin Gümrük Birliği'ne girmiş olmasının veya Avrupa Birliği üyesi olmasının kişinin yaşamında sağlayacağı siyasi, sosyal, ekonomik, kültürel değişime ilişkin medyadan elde edilen bilgi gündelik insan için belirleyicidir. Daha da önemlisi medya, toplumdaki o konu hakkında farklı kamusal alanlarda oluşan fikirlerin, diğerleri tarafından öğrenilmesine ve etkileşim yaratılmasına yardım etmektedir. Kamusal alana ait veriler ancak medya dolayısıyla kurulan iletişim aracılığıyla ölçülebilmektedir. Medya aracılığı ile konuya ilişkin aktörler, olay ve konular, ulusal çerçevenin dışında tartışılabilmekte, böylece medya düzenli olarak Avrupa Birliği'ni gündemde tutabilmektedir. Medya sesi daha az duyulan ve konuya ilişkin farklı seslerin de duyulmasını, kamusal alanda tartışmaya katılmasını sağlayabilmektedir ki, bir anlamda kurumsallaşmış aktörlerle vatandaşlar arasında her iki kesimin de birbirini duymasını sağlamakta, farkında olmasına aracılık etmektedir (Trenz, 2002:294).

Medyanın kurumsallaşmış aktörlerin sesini yansıttığı konusu tartışmalı bir konudur. Gazeteciliğin dolayısıyla haber medyasının günlük pratiği içinde siyasal ve ekonomik seçkinlerin²⁷ eylem ve aktivitelerini takip ederek haber yapması da eleştirilmekte, okuyucunun yanı sıra sembolik seçkinlerin temsil ettiği çıkar merkezlerinin bakış açısıyla bilgiye ulaşabildiği öne sürülmektedir. Önerilen ise medyanın bu gelenekselleşen haber yapma pratiğini terketmesi, haber değeri, haber toplama ve yazma alışkanlıklarının yeniden tanımlanmasıdır (İnal, 2005:71).

Günümüz haber yapma pratikleri açısından eleştirilse de, haber medyası dışında, Avrupa Birliği'ne ilişkin konularda, kişilerin doğrudan bilgi sağlama olanağı yoktur. Öncelikle yabancı dil engeli ve farklı haber kaynaklarının kullanılması nedeniyle uluslararası politikaya ait konularda vatandaşlar, medyayı ve özellikle de haber

²⁷ A. İnal, siyasal ve ekonomik seçkinler için 'sembolik seçkinler' tanımlamasını kullanmaktadır (İnal, 2005:71). Medyanın haber yapma alışkanlıklarına bağlı olarak, sembolik seçkinlerin eylemlerine dayalı haber yapıldığını, dolayısıyla bu kişilerin temsil ettiği çıkar merkezlerinin tanımladığı biçim ve çerçeve ile oluşturulan haberlerin okuyucu ve izleyiciye dayatıldığını iddia etmektedir.

medyasını birincil kaynak olarak görmektedirler (Peter, 2003:1). Medyanın sağladığı yeni bilgi, Avrupa bütünleşmesinin farklı yönlerine ilişkin, kamunun destek veya karşıtlığına katkı sağlamaktadır. Kamunun Avrupa bütünleşmesine desteğinin oranı, meşruiyeti olarak görüldüğüne göre, medya bireylerin Avrupa bütünleşmesi hakkında ne düşünüp hangi konular hakkında karar vermeleri gerektiği konusunda etkili olmaktadır. Başka bir ifade ile medya, kitle iletişimini ve kamusal iletişimi, politik arenalara bağlayarak adeta “yapıştırıcı göreviyle farklı kamusal alanları birbirine yapıştırmaya yardım etmektedir ” (de Vreese, 2007:6; Erbe, 2005).

Toplumsal grupların Avrupa Birliği’ne ilişkin farklı fikirlerinin birarada bulunabileceği arena olan haber medyasının, kitle iletişim araçlarının sunduğu diğer türlerden farklılaşan özellikleri tanımlandığında, kamusal alan kavramı ile haber medyasının daha da içiçe geçmiş olduğu söylenebilir. Haber medyası, politik aktörler, sivil toplum ve hatta vatandaşlar için görüşlerini açıklama ve fikirlerini temsil etme arenasıdır. Kamusal alan ve rasyonalist söylem yaklaşımında, yazılı basın arasından ciddi basın olarak adlandırılan fikir gazetelerinde haberlerin Avrupa Birliği ile ilgili farklı görüşlere yer verdiğinden dolayı sıklıkla analiz edildiği gerçeği, bu konuda diğer popüler eğlence medyasının göz ardı edildiği eleştirisini de beraberinde getirmektedir (Garnham, 1992:373).

Haber medyasının diğer bir farklılığı, ele aldığı haberler aracılığıyla farklı perspektifleri yansıtarak bireylerin kendi toplumsal deneyimlerini yeniden yorumlamalarına ve egemen kültürün varsayımlarını ve fikirlerini sorgulamalarına olanak sağlamasında yatmaktadır. Çoğulculuk, toplumdaki bireylerin alternatif bakış açılarına ulaşma imkanı vermekte, kişilere dünya ile ilgili görüşlerini ve bu dünyadaki konumlarını tanımlama fırsatı sağlamaktadır. Medya genellemesiyle haber medyasının diğer demokratik işlevi, bir temsil aktörü olarak, değişik toplumsal grupların ve örgütlerin kendi alternatif görüş açılarını ifade edebilmelerine olanak sağlayacak biçimde düzenlenebilmesidir (Curran, 2002:232-33).

Haberler aracılığıyla medya, kamu gözcüsü, halkın temsilcisi, bilgi verici gibi bir takım toplumsal roller üstlenmiştir. Medyanın temsil aktörü olarak hareket ederek, toplumdaki çeşitli kesimlerin farklı görüşlerini ortaya koyacak biçimde yeniden

düzenlenmesi, insanoğlunun başedebileceğinden çok bilginin var olduğu günümüz koşullarında yaşamsal önemdedir. Curran'ın, medya diyerek genellediği, ama haber medyasına atfedilen bilgilendirme rolünden kastı, kamusal aklın ileriye götürülmesi, toplumun kendi geleceğini ortaklaşa belirleyebilmesine olanak tanımak için medyanın bilgi vermesi gerektiğidir (Curran, 2002: 217). Haber medyasındaki çeşitlilik yalnızca alternatiflerden haberdar olarak akılcı tartışmayı geliştirmenin yanında, farklı toplumsal grupların, kendi terimiyle, çıkarlarını tanımlama ve bunları kamusal alanda gerçekleştirmelerine destek olmakta, bu yolla toplumsal eşitliği sağlamaya da yardım etmektedir (Curran, 2002: 228).

Özetle kamusal alanı çalışırken medya sürecin çok önemli bir parçasıdır. Genel anlamda medya ve çalışmanın ilgi alanı olan haber medyası, Avrupa bütünleşmesi sürecini açıklama konusunda düşüncelerin ifade alanı, hatta, Avrupa imajı için önemli bir sergi salonudur.

1.4. AVRUPA KAMUSAL ALANINA İLİŞKİN ARAŞTIRMALAR

Avrupa Birliği'ne yönelik sosyal bilimler araştırmalarında politik söylem ile haber medyasının rolü bağlamında Avrupalılaşıma önemli bir kavrama işaret etmektedir. Bir anlamda Avrupalılaşıma medya ile politikanın geleneksel ilişkisinin tekrar sorgulanmasına yardım etmektedir. Avrupa kamusal alanı, Avrupa bütünleşme projesinin meşruluğunun tartışıldığı iletişimsel çerçeve olarak tanımlanabilir. Avrupa kamusal alanını tanımlamaya çalışan araştırmalar iki kategoriye ayrılarak normatif ve betimleyici çalışmalar olarak adlandırılmaktadır. Normatif çalışmalar, Avrupa kamusal alanına ilişkin standartları ortaya koymaya çalışırken, betimleyici çalışmalar, Avrupa kamusal alanındaki aktörleri, kurumları, iletişim süreçlerini inceleyerek gerçekte yaşanan Avrupa kamusal alanına ilişkin bulguları tartışmaktadır (Gerhards, 2000; Trenz, 2008: 1).

1.4.1. Avrupa Kamusal Alanına İlişkin Bulgular

Medya aracılığıyla AB üye ülkelerindeki kamusal alanların Avrupalılaşması konusunu inceleyen araştırmacılar, Avrupa kamusal alanının, ulusal medya aracılığıyla Avrupa Birliği'ne ilişkin haberlerin ele alış ve işlenişiyle ortaya çıkarılabileceğini ileri sürerek, üye ülke medyalarındaki Avrupalılaşma trendlerini incelemektedirler (Schlesinger, 1997; Wodak ve Wright, 2006). Slaata (2006:10) bu projeleri özetlerken, bu konudaki çalışmaların çoklukla üye ülkelerdeki haberlerde AB'nin hangi kapsamda ele alındığı, nasıl bir çeşitliliğin var olduğunu anlamaya çalıştığını (örneğin konu, tarz, biçim, çeşit, stil, hikaye, kaynak, haber önceliği ve çerçeve gibi) (Baerenreuter ve diğerleri 2008:10) ifade etmektedir. Bu araştırmalar için Avrupa Birliği'ne ilişkin Avrupa genelinde ortak tartışılan konuların üye ülke medyasında görülme sıklığı, tarzı, biçimi veya nasıl hikaye edildiği önemli bir veridir.

Medya mesajlarının incelenmesi yaklaşımı, özellikle Habermas'ın çalışması olan müzakereci demokrasi üzerine kuruludur. Habermas'ın hipotezine göre medya, vatandaşların deneyimlerini ve bakış açılarını, sivil toplum aracılığıyla özel alandan resmi politik karar verme sürecine kamusal alan yoluyla aktarır (Kohler-Koch ve diğerleri, 2006:7). Toplumda bu görevi üstlenen kurum da kitle iletişim araçlarıdır. Bu yaklaşıma göre, toplumdaki vatandaş kitlesi sadece yüzyüze iletişime güvenmez, politik müzakereye katılır ve bu sırada en çok bilgiyi medyadan elde eder (Kunelius ve Sparks, 2001; Peter, 2003). Avrupa kamusal alanını inceleyen araştırmacılar, Avrupa demokrasisinin performansını, medya üzerinden okumaktadırlar. Bu bağlamda medyanın sosyal sorumluluğu argümanından yola çıkarak, AB konusunda medyanın sağladığı bilginin niceliksel ve niteliksel analizlerini ele alan birçok çalışma gerçekleştirilmiştir (Trenz ve diğerleri, 2007: 4). Avrupa kamusal alanı konusunda araştırmacılar içerik analizinden (Schlesinger ve Kevin, 2000; Peter, 2003), söylem analizine (Andersen ve Weymouth, 1999; Wodak, 2006) farklı metodlarla; vatandaş ve kurumların bakış açılarından (Peter, 2003), Avrupa TV haberlerinin etkilerine kadar pek çok konuda araştırma gerçekleştirmişlerdir (Eurosphere Proje Başvurusu, 2003).

Kavramsallaştırmadaki farklılıklar toplumun anlayışına göre değişse de araştırmalarda ana hatlarıyla kamusal alan kavramı ‘bireyselci’, ‘grupçu’, ‘çokkültürlü’ ve ‘çoğulcu’ olarak ayrılabilir. ‘Bireyselciler’, tüm AB üye ülkelerini içeren söylemsel kamusal alanı savunurlar ve en tanınmış araştırmacı Jürgen Habermas’tır. ‘Grupçu’ ve ‘çokkültürlüler’, çoklu, ayrılmış kamusal alanları savunurlar ve en etkili temsilcilerinden Charles Taylor’a göre, tarihsel ve kültürel bir alan olarak kamusal alan, en üstte buluşulan bir bakıştır (Taylor,2006:95). ‘Çoğulcular’,orta yol perspektifiyle hem bireysel hem de grup farklılıkları olan çoklu ve çok seviyeli kamusal alanları savunurlar. Güçlü temsilcilerinden Nancy Fraser, ulusaltı-karşıt kamusal alanlar kavramıyla da bu görüşü destekler (Eurosphere Proje Başvurusu, 2003).

1.4.2. Avrupa Kamusal Alanına İlişkin Bulgularının Değerlendirilmesi

Genel hatlarıyla ayrılmış kamusal alan kavramı, medya araştırmaları kapsamında üç farklı araştırma tipini ortaya çıkarmaktadır (de Vreese, 2007:8):

- Birinci grup araştırmalar tek bir Avrupa kamusal alanına ulaşmanın önemli bir gereklilik olduğunu savunur ve **‘ütöpik yaklaşım’** olarak adlandırılabilir,
- İkinci grup araştırmalar özel olaylara ve belirli toplumsal katmanlara yoğunlaşırlar ve **‘elitist yaklaşım’** olarak adlandırılabilir,
- Üçüncü grup araştırmalar ise ulusal kamusal alanların içinde nasıl, ne kadar Avrupalılaştırmanın görüldüğüne odaklanırlar ve **‘gerçekçi yaklaşım’** olarak adlandırılabilir.

Ütöpik Yaklaşım, yazında geçen yirmi yılda ‘ağırlığı olan, tek bir pan Avrupa kamusal alanı’ fikrini ifade eden bakış açısını açıklamak için kullanılmaktadır. Ortak Avrupa’nın sesini yansıtan kitle iletişim araçlarının ortaya çıkarılamaması veya çıkarılsa da başarılı olamaması nedeniyle bu yaklaşımdan yavaş yavaş bir kayış yaşanmış ve yeni bakış; ‘ulusal kamusal alanlarının’ Avrupa politikaları konusunda bir arada varlığını sürdürmeleri görüşü olarak evrilmiştir.

Ütopik bakışa göre, tek bir Pan Avrupa kamusal alanında, ortak dil, paylaşılan kimlik ve ulusötesi bir medya sistemi gereklidir. Farklı dillerin oluşturduğu iletişim bariyerlerinden dolayı, tek bir AB kamusal alanının mümkün olamadığı savunulmakta, AB'nin bir iletişim topluluğu olmayıp, ortak hatıraları olan ve sınırlı da olsa ortak deneyimleri olan bir birlik olduğu ifade edilmektedir (aktaran de Vreese, 2007:8; Kielmannsegg,1996; Habermas, 2001b).

Son zamanlarda Habermas ve Derrida, (2003) makalelerinde AB ve ABD arası anlaşmazlıkların ve uluslararası ilişkilerdeki gelişmelerin vatandaş gösterilerine neden olduğu, bu çıkışın da 'gerçek' ulusötesi Avrupa kamusal alanın başlangıcı olup olmadığını tartışmaktadırlar. Bazı araştırmacılara göre ise halk gösterilerinin Avrupa kamusal alanı değil, global sivil toplumun olgunlaşması olduğu ileri sürülmektedir (de Vreese 2007:8; Hands, 2006). *Monolitik*, tek bir pan Avrupa kamusal alanının terkedildiğinin kanıtları olarakta, pan Avrupa medyası, the *European* gazetesi ve finansal bakımdan yüksek oranda AB desteği alan *Euronews* televizyon kanalının başarılı olamamasını göstererek, savlarını desteklemektedirler (Vreese, 2002'den aktaran de Vreese, 2007:8).

Eleştirilere göre *Euronews* televizyon kanalı hala ulusötesi Avrupa kanalı olmaktan uzaktır (Kaitatzi-Whitlock, 2007:694). Hedef kitle bakımından seyirci tanımlaması tüm Avrupa halkı değildir; kanal yüksek gelirli, işadamlarına yöneliktir ve 16 ülkedeki % 20'lik nüfus dilimindeki hanehalkına hitap etmektedir. Bu nedenlerden dolayı haberleri, küresel ekonomi ağırlıklıdır, haber anlayışı da bu bağlamda Avrupa'ya odaklanmaktan çok küresel bir bakış açısını yansıtmaktadır. Dolayısıyla AB haber ve tartışmalarına daha az yer vermektedir.

Avrupa kamusal alanını araştıran bir grup araştırmacı ise Elitist Yaklaşım sınıflaması altında bölümlenmiş, katmanlı, ulusötesi kamusal alanın varlığını ortaya koyup bu konuda, konu spesifik iletişim alanlarından, özellikle politik ve ekonomik elitlerce kullanılan bir iletişim alanından bahsetmektedirler (Eder, 2000'den aktaran de Vreese, 2007:8). Bu çerçevede ele alınan çalışmalarda iletişim, ulusal düzeydedir fakat belirli konu başlıkları, özel bir toplum kesimi ve tipik olarak elit tabakaya seslenen ciddi gazetelerde analiz edilmektedir. Bu araştırmaların önemli kısıtı,

seçilen gazetelerin, *Financial Times* gibi belirli Avrupalı okuyucuya ulaşan elitist gazeteler ve bir kaç ticari yayından oluşmasıdır. Araştırmalarda analiz edilen kitle iletişim araçlarının sınırlı sayıda insana ulaşan araçlar olmaları nedeniyle kamusal alan olarak nitelendirilmeleri zorlaşmaktadır (aktaran de Vreese 2007:8; de Vreese, 2002; Koopmans, 2007).

Bu çalışmanın da temsil edildiğı üçüncü grup araştırmalar Gerçekçi Yaklaşım sınıflaması altında yer almaktadır. Gerçekçi yaklaşım, Avrupalılaştan kamusal alan üzerinde yoğunlaşan, günümüz araştırmalarında sıklıkla ele alınan bakış açısını ifade eden bir tanımlamadır. Burada sözü edilen *monolitik*, tek bir Avrupa kamusal alanı değil, Avrupalılaştan ulusal kamusal alanlardır (Gerhards, 2000:293). Bu yaklaşım çerçevesinde iki kriter ortaya atılmıştır:

1. *Artan oranda Avrupa'ya ait tema ve aktörlerin, onlara ilişkin değerlendirmelerin üye ülke medyasında yer alması ve bu değerlendirmelerin belirli bir ülke çıkarından öte değerlendirmeler olmasıdır. Örnek vermek gerekirse Almanya'da göç konusunda ele alınan sorunlar veya yorumlar medyada ele alınırken, sadece ulusal bakış olan Almanya'nın göç sorunu olarak değil de 'tüm AB ülkelerinin ortak sorunu' şeklinde değerlendirilmesi, gerçekçi yaklaşımın iddiasına göre Avrupalılaştma belirtisidir.*
2. *İkinci kriter, gerçekçi yaklaşımın sadece üye ülke medyasına odaklandığından sınırlayıcı olmakla eleştirilmesidir (örneğin Trenz, 2004). Çünkü yaklaşımın ana iddiası Avrupalılaştmanın tek bir kamusal alanda değil, katmanlı bir anlayışla üye ülkelerin kamusal alanlarında gerçekleşebileceğı, bu nedenle de izlerinin de yine üye ülke medyasında sürülebileceğidir (de Vreese, 2007:9).*

Gerçekçi bakışı benimseyen araştırmalarda, üye ülke kamusal alanlarının Avrupalılaştması mantığından hareket edilmektedir. Sözü edilen yaklaşım kapsamında medya haberleştirmesinde, Avrupalılaştmanın farklı özellikleri ayırt edilmiştir. AB'ye ilişkin haberler (kurum, aktör) ile diğer Avrupa ülkelerine ilişkin haberler şeklinde belirtilebilecek farklılaşma, kavramsal olarak '**yatay**' (*horizontal*) ve '**dikey**' (*vertikal*)

Avrupalılařma²⁸ olarak adlandırılmaktadır. Medyada Avrupalı konu ve aktörlerin sahnede yükselmesi ‘yatay ve dikey Avrupalılaşma’ boyutunun olduğu anlamına gelmektedir.

1. Yatay (*horizontal*) Avrupalılaşma: üye ülke medyasındaki haberlerde konuların diğeri AB ülkelerine, diğeri üye ülke aktörlerine ve değeriğine ait olmasıdır. Farklı üye ülkelerdeki iletişim bağıdır. Bu bağ zayıf veya güçlü olabilir. Zayıf olanlarda medya, bir ülkedeki tartışmaları (diğeri üyeyi) ele alırken, o ele alınan konuyu kendi ülkesinin iddiasıyla bağlantılamamaktadır. Güçlü örneğinde ise aktörler açıkça diğeri ülkedeki aktör ve politikaları adres göstermektedir. Sadece dikey Avrupalılaşma yetmeyeceğinden, yatay Avrupalılaşma boyutunun ortaya konmasıyla çalışmalar ortak Avrupa alanındaki politik iletişimin daha kapsamlı analizini mümkün kılmaktadır.

2. Dikey (*vertikal*) Avrupalılaşma: üye ülkelere ait ulusal aktörlerin Avrupalı aktör ve konuları ele alması (Koopmans ve Erbe, 2003:4; de Vreese, 2007:9), AB konularının ulusal tartışmalarda yer almasıdır. Dikey Avrupalılaşma, ulusal ve Avrupa düzeyindeki iletişim bağıdır. Kavram aşağıdan yukarıya iletişim akışında, ulusal aktörlerin Avrupalı aktörleri adres göstermesini ifade ederken, aynı zamanda da yukarıdan aşağıya Avrupalılaşma tanımıyla Avrupalı aktörlerin, ulusal politika ve kamu tartışmalarına yönelen iddiasını da kapsamaktadır.

Geniş çaplı karşılaştırmalı çalışmalarla medyanın AB bütünleşmesi ve politik konuları nasıl haberleştirdiği ele alınmaktadır. Araştırmalar bu gelişimin nasıl oluşup, ne kapsamda pekiştirildiğini veya zaten ne kadar halihazırda var olduğunu ortaya çıkarmaya çalışmaktadır. Yazındaki farklılaşmalar, farklı medyaya yoğunlaşmakta olduğundan araştırma gözlemlerine göre, AB üyesi ülkelerin kamusal alanlarında değişen oranlarda Avrupalılaşmaya rastlanmaktadır. Amprik araştırmaların büyük kısmı gerçekçi yaklaşımın yukarıda sözü edilen perspektifiyle geliştirilmiştir. Araştırmalarda farklı konuların vurgulandığı, analizlerin farklı medya üzerinde gerçekleştirildiği

²⁸ ‘Yatay ve dikey Avrupalılaşma’ EUROPUB projesinde kullanılan bir kavramsallaştırmadır. Dikey Avrupalılaşma, AB aktörleri veya ulusal aktörlerin birbirlerine yönelen iddialarını ve iletişimini ifade ederken; yatay Avrupalılaşma, Avrupa ülkeleri ulusal aktörlerinin bir diğeri Avrupa ülkesi aktörüne yönelttiği iletişim ve iddialardır.

görülmektedir. Bu nedenle araştırma vurgularına göre yapılan ayrımlar temelinde araştırmalar sınıflanabilir:

1.5. MEDYANIN FİKİR OLUŞUMUNDAKİ ROLÜNE İLİŞKİN ARAŞTIRMALAR

Kitle iletişim araçlarının gelişimiyle paralel olarak Avrupa Birliği'ne ilişkin bilginin arttığı, fikir formasyonunda önemli birer dönüştürücü olduğunu ileri süren araştırma sonuçları vardır. Meyer'in (1999) bulgularına göre Brüksel'deki medyanın kaynakları artmış ve medyanın ulusötesi iletişimi etkinleştirdiğinden, bu durum medyanın gücünü perçinlemiştir.

Medyanın diğer aktörlerden çok daha etkin olduğu tartışmasında gözden kaçırılan nokta, medyanın rolünün diğer kolektif aktörlerden ayrı olamayacağıdır, çünkü kitle iletişim araçlarının haberleştirme sürecindeki girdisini diğer kolektif aktörler sağlamaktadır. Schulz'un (1989) '*Poteleman view*' (Batlamyos görüşü) perspektifinde evrenin merkezine dünyanın alındığı gibi medya var olan gerçekliğe ayna tutar²⁹. Fakat gözlemler bu belirlemeye zıt bulgular ortaya koymaktadır ki medya habere ilişkin 'yanlış' resmi de yansıtabilmektedir (Kejanlıoğlu, 2005: 81-2) ve böylece bilgi sağlama fonksiyonunu tam olarak yerine getiremeyebilmektedir. Medya gerçekliğin tam anlamıyla temsilini sağlayamamaktadır, çünkü her temsil bazı seçimleri içermekte, diğerlerinin dışarda kalmasına yol açmaktadır (Schudson, 2003:33).

Medyanın toplumsal işlevine farklı bir açıyla yaklaşan 'Kopernik bakışında' ise Schulz, (Schulz,1989'dan aktaran Koopmans ve Petsch 2003:10) medyanın, pasif bir tedarikçi veya ayna olup objektif realiteyi yansıtmayıp, aktif yapıcı olarak gerçekliğin kendince resmini yansıttığını ileri sürmektedir. Bu perspektifte de medya gerçekliğini meşru bir ürün olarak dış kaynaklardan elde ettiği bilgi ile ilişkilendirdiği ve seçme kuralı ile gazeteciliğin objektifliği çerçevesinde olay ve mesajları işlediği iddia

²⁹'Ayna' argümanı bazı medya araştırmaları tarafından gerçekliğin bire bir yansıtılması olarak görülürken, B. Kejanlıoğlu (2005:81-82) ayna metaforunu kullanırken, ayna (medya) aracılığıyla izlediğimiz dünyanın biz bakana kadar zaten birkaç yerinden kırıldığını, yani bize yansıtılırken olayın değiştirildiğini, bunun yanı sıra bizim de aynaya bakarken medyanın gösterdiğini görmek istediğimize bağlı olarak kıldığımızı öne sürmektedir.

edilmektedir. Bu bakışta medya kendisi için bir duruş belirleyen bir aktör olarak, politik söyleme kendi sesini ekleyerek kamusal alanda meşru bir aktör haline gelmektedir (Page,1996). Schulz'un belirttiği gibi bu pragmatik yaklaşım uygulanırsa medya, gerçekliği bozan olarak suçlanmayarak, ikili fonksiyonunu yerine getiren bir aktör olarak görülebilecektir. İlk fonksiyonu bilgi arabulucusu olarak, bilgiyi dış kaynaktan alıp kamuya ulaştırmaktır ve medya bu fonksiyonunda, bilgi akışını şekillendirmektedir ki bu akış ulusal ve ulusüstü politika için bilgi akışı, demokratik meşruiyet, yanıt verme, sorumluluk ve katılımın temeli anlamına gelmektedir (Koopmans ve Erbe, 2003). Diğer yandan medyanın ikinci fonksiyonu kendi çıkarları ve hakları için hareket eden bir aktör olması ve olaylar üzerinde yorum yaparak katkı sağlamasıdır.

Yukarıdaki bakış açısına göre Avrupa kamusal alanında medya, can alıcı bir fonksiyona sahiptir. Eilders ve Voltmer (2004) medyanın aktör olma durumunu iki başlıkta tartışır. İlk 'gündem oluşturma' ve 'ikincil gündem oluşturma' veya 'çerçeveleme', ikincisi de fikir formasyonudur. Burada medya hem kendi pozisyonunu, hem de gündem koyucu olarak diğer aktörlerin pozisyonunu kamu müzakeresi için aktarır (Dearing ve Rogers, 1996). Gündem koyma rolünde medya, haber aktarımı için dışarıdan gelen haber kaynağı ve akışına bağımlıdır fakat fikir ve katkı bölümlerinde o konu hakkında kendi bakış açısını dile getirerek gündem oluşturur. Aynı ikilik 'ikinci seviyede gündem koyma' fonksiyonunda da uygulanır (Koopmans ve Pfetsch, 2003:11). Bu kavram ile akademisyenler araştırmalarındaki kamu söylemini *framing* 'çerçeveleme' olarak belirtirler. Sosyal bilimlerde 'yanlılık' çerçeveleme ile ifade edilmektedir (Schudson, 2003:35). Çerçeveleme (*contextualisation*) konuyu kavramsallaştırmak demektir. Bir konu etrafında yorumlayıcı çerçeve oluşturmaktır ki, bu da toplu görüş formasyonu için temel oluşturması bakımından gerekliliktir. Medya kendi gündemiyle Avrupa konularını dikkati çekerken, diğer aktörler ulusal perspektifi savunabilmektedirler. Buradaki gerçek ve spesifik medya fonksiyonu; fikir formasyonundaki medyanın aktif rolüdür. Medya sadece diğerleri hakkında fikirlerini bildirmez, aynı zamanda o konu üzerinde meşrulaştıran pozisyonlar alarak; politik aktörler üzerine fikir ve görüşler yoluyla yorum yapabilir. Bu fonksiyonu köşe ve katkı

yazılarında kurumsallaşmıştır ve burada medya fikir oluşturunca rolünü yerine getirir (Eilders ve Voltmer, 2004).

Medyanın fikir formasyonundaki rolünü arttıran diğerk bir nokta da pek çok ÷lkede Avrupa politikalarının, geleneksel sağı-sol politik ayırımına güçlü bağlarla bağlanamaması ve ulusal ayrımların kolayca Avrupa politikalarına transfer edilememesidir. Medyanın bu nedenle politik olarak Avrupa konularında fikirleri şekillendirme konusunda daha çok manevra alanın olduğı söylenebilir. Bu şartlarda medya; politik elitin görüşlerini izlemeyi seçebilir, sivil toplum örgütlerinin çıkarlarını öne çıkarabilir veya genel halkın görüşleriyle aynı çizgide buluşabilir. Diğerk fonsiyonuyla medya, politik bir aktör olarak fikir yazılarıyla, kurumsallaşan medya formatı ile politik aktör olarak diğerk aktörleri eleştirebilir. Böylece medya, hem Avrupa bütünleşmesini desteklerken aynı zamanda Avrupalı ve ulusal aktörlerin performansı konusunda eleştirel fikirler sergileyebilir. Eğer medyanın Avrupa kamusal alandaki ikili rolü kavramsallaştırılırsa ilki dışarıdan gelen bilginin ileticisi olma rolü, ikincisi ise politik söyleme aktif katılımcı rolüdür.

Yapılan araştırmalarda medyanın rolü, bilgi kaynağının politik iletişimindeki rolü ve yeni ortaya çıkan Avrupa kamusal alanındaki rolü konusunda karışıklık mevcuttur. Karışıklığın giderilmesi için medyanın kendi sesinin, diğerk bir deyişle mesajlarının, diğerk aktörlerin haberlerindeki mesajlardan ayırt edilebilmesi gerekmektedir (Koopmans ve Erbe, 2003). Medya Avrupa'ya dikkat çektiğinde, Avrupa politikalarını ve aktörlerini ulusal çıkarlarla çatışır veya etkisiz, bürokratik veya anti-domokratik gösterebilecektir. Aynı zamanda ulusal aktörler ve politikalar daha olumlu ele alınabilecektir. Koopmans ve Erbe'nin Alman medyası üzerinde gerçekleştirdikleri araştırma bulgularına göre, Alman medyası ne özellikle Avrupalı ne de bütünleşmeye karşıdır. Diğerk kolektif aktörlerle karşılaştırıldığında medya aktör ortalaması, diğerk kolektif aktörlerin ortalamasına yakındır. Gazeteler arası fark varsa da, medyadaki karşıt pozisyon, politik aktörlerce daha yoğun şekilde ifade edilmiştir. Avrupa bütünleşmesi üzerine, kutuplaşma politik partilerde daha belirgin hale gelmiştir.

Medya haberlerinde artan oranda Avrupalı konuların görmezden gelindiğı savına karşılık, suçun sadece medyada değil kaynakların sağladığı bilgi girdisinde de aranması

gerektiği iddiası ileri sürülen argümanlardandır (Koopmans ve Pfetsch, 2003). Medyanın bir kurum olarak ulusal politik elitlerin tersine, Avrupa politikalarından edinilmiş bir çıkarı olmadığı, alternatif olarak ulusal sınırlar içinde özgür haber dolaşımını desteklediğini ileri süren Koopmans ve Pfetsch'in örneğine göre Yeşiller ile CSU, AB bütünleşmesi konusunda iki farklı ideolojik ucu simgelemektedirler. Alman medyasında Avrupa konusundaki medya iletişiminin merkezci bir güç olduğu, merkezkaç özelliğinin saptanmadığı ifade edilmiştir. Politik partilere ilişkin bulguların aksine, 2000 yılına ilişkin analizlerinde Alman medyasının daha çok ve lehte olmak üzere, dikkatini Avrupa bütünleşmesi konusuna yönelttiğini ve diğer politik konu ve aktörlerden daha sıklıkla Avrupa boyutunu öne çıkardığını saptamışlardır. Medyanın, Avrupa politik toplumu üzerinde daha çok vurgu yaptığı ve daha az araçsal ve çıkarıcı nedenlerle Avrupa bütünleşmesini desteklediği saptanmıştır.

Böylece Avrupa kamusal alanındaki medyanın günah keçisi rolünün doğruluğu sorgulanmaktadır. Medyanın rolüne ilişkin çalışmaların ve iddiaların çeşitlendirilmesi, farklı bakış açılarının ortaya atılması gerektiği üzerinde durulmaktadır. Bu konuda kitle iletişim araçlarına (yazılı basın, televizyon, internet) yönelik araştırmalar mevcuttur.

1.5.1. Basına Yönelik Araştırmalar

Araştırmalarda medyada, AB konusunda dönemsel yükselmeler veya azalmalar gözlenmiştir (aktaran de Vreese 2007:9; de Vreese, 2002; de Vreese ve diğerleri 2001). Ulusal referandumlar, AB zirveleri gibi olaylar önemli haber dönemleridir (aktaran de Vreese, 2007:9 van der Brug ve diğerleri 2007; de Vreese ve Semetko 2004; de Vreese ve Boomgarden 2006). Yapılan araştırmalarda haberlerin büyük kısmının ulusal devlet prizmasından görüldüğü saptanmıştır. Ayrıca, üye ülkelerdeki kamusal alanların ne dereceye kadar Avrupalılaştığına ilişkin bir konsensüs, paylaşılan bakış da yoktur. Sadece dış hatlarıyla Avrupa kamusal alanının çizilebileceği pek çok araştırmacı tarafından dile getirilmektedir. Var olan Avrupalılaştıran kamusal alan, kuramsal pan Avrupa kamusal alanı kriterine göre, mükemmelden uzaktır.

2005 yılında Avrupa Anayasası'na ilişkin referandumda Fransa'da halk oylamasında çıkan red sonucu araştırmacıları medyayı da incelemeye yöneltmiş, birden fazla ülkede fikir gazetelerinin referandum öncesi ve sonrası halkı yönlendirip yönlendirmediği incelenmiştir. Bulgulara göre bu dönemde Avrupalı ciddi gazetelerin yorum ve fikir yazıları ile eleştirel görevlerini yerine getirseler de, AB Anayasası projesine karşı çıkan veya destek olan grubun ateşli savunucuları olmadıkları saptanmıştır. Araştırma bulgularına göre gazeteciler, bu konuda uzmanların tavsiye ve görüşlerine sıklıkla başvurmuşlar, katkı yazılarında yine uzmanların tavsiyelerine yer vermişlerdir. Tavsiyeler; kararların ve diğer alternatiflerin ele alınıp tartışılması ve halkın konuya ilişkin bilgisinin arttırılarak eğitilmesi şeklinde iki yönlü gerçekleşmiştir. Böylece ciddi fikir gazeteleri eleştirel bir mesafede kalmış, en önemlisi de gazeteciler, köşe yazılarında halka değil, politik elite seslenen yazılar yazmayı tercih etmişlerdir. Hatta gazeteciler dördüncü kuvvet olma yerine, çıkarları yönünde hareket eden bir diğer aktör grubu olmakla da eleştirilmişlerdir (Trenz ve diğerleri, 2007:19-20).

Sözü edilen yaklaşım çerçevesinde ele alınan araştırmalardan olan *EUROPUB*³⁰ (2004) kısaltmasıyla anılan çalışma medya haberlerini inceleyerek, üye ülke kamusal alanlarındaki Avrupalılaşma derecesini analiz etmektedir. Araştırma çerçevesinde 1990-1995, 2000-2002 arası yazılı basının incelenmesiyle İsveç kamusal alanında güçlü bir Avrupalılaşma, İngiltere'de güçlü bir 'karşıt-Avrupalılaşma' saptanırken, Avrupalı konulardaki tartışmaların ulusal aktörler arasında gerçekleştiği belirtilmiş ve İtalya ile Hollanda'da düşük bir Avrupa kamusal alanı saptanmıştır (Koopmans, 2004).

Benzer bir iletişim araştırmasında, de Vreese (2007), 2000 yılına ilişkin Alman, Fransız, İngiliz, İtalyan ve İspanyol popüler yazılı basın incelemesinde, politik iletişimde

³⁰ Avrupa Birliği 5. Çerçeve fonundan yararlanılarak gerçekleştirilen **EUROPUB** (The Transformation of Political Mobilisation and Communication in European Public Spheres (Avrupa Kamusal Alanlarındaki İletişim ve Politik Hareketliliğin Dönüşümü) projesi kapsamında araştırmacılar, Avrupa bütünleşmesi sürecinde arabulucu rolü bakımından kamusal alanda kitle iletişimi ve kolektif hareketliliğin izlerini sürmekte, altı AB ve bir Avrupa ülkesindeki (Almanya, Fransa, Hollanda, İngiltere, İtalya, İspanya ve İsviçre) kamusal alanların Avrupalılaşma derecesinin karşılaştırmaktadırlar. Proje, 1980–2002 yıl aralığını seçerek AB'nin en yoğun tartışıldığı uzun bir dönemi inceleme konusu yapmaktadır. Proje, politik iddia analizi yöntemini kullanarak seçilen 7 ülkedeki gazete haberleri, editoryal yazıları, internet ağını incelemenin yanısıra, Avrupa seviyesindeki kurumsal yöneticilerle, sivil toplum kuruluşu temsilcileri, medya çalışanlarıyla da mülakatlar gerçekleştirerek kapsamlı bir çalışma ortaya koymuştur (<http://europub.wzb.eu/Default.htm>) (10.10.2007).

ulusötesi ‘titreşim’³¹ kanıtı saptamıştır. Yine aynı araştırmacı tarafından 2000 yılında, altı Avrupa ülkesindeki 11 fikir gazetesinin Avrupa Birliği haberlerinin incelenmesi sonucunda, AB konusunda iletişim açığının bulunmadığı ileri sürülmüştür. Niceliksel ifadelerle, her üç haber makalesinden birinin AB konusuna değindiği, yine her beş makaleden birinin Avrupa Birliği’ne ilişkin spesifik bir konuya odaklandığı belirtilerek, politik Avrupa iletişimin, yazılı basında görünürlüğü saptanmıştır (Trenz, 2004:311).

Stift ve diğerleri ise (2007) Alman, İngiliz, Fransız, Avusturya ve Danimarka’da ulusal ciddi basın üzerindeki incelemeleri sonucunda değişik bir tür ulusötesi durum gözlemişlerdir. Araştırmacılar, AB ve kurumlarına ilişkin haberlerde 1998-2003 yılları arasında Avrupalılaşıma saptarken, yatay bütünleşme olarak nitelenen, AB üye ülkelerine ilişkin haberlerde zaman içinde negatif bir gelişim gözlemlemişlerdir. İddiaya göre, yirmi yıl öncesine göre Avrupa medyası, Avrupalı ülkeler hakkındaki haberlere daha az yer vermektedir, Avrupalı aktörlerin birbirleri hakkındaki tartışma ve konularına ilişkin son yirmi yıldır, durağan bir haberleştirme bulgulanmıştır. Hatta bu araştırmacı gruba göre kolektif Avrupalı ‘biz’ görünürde yoktur.

Avrupa kamusal alanının varlığını ve özelliklerini araştıran bir diğer çalışma *EUROSPHERE*³² kısaltmasıyla anılan Avrupa kamusal alanının özelliklerini seçilen 4 Avrupa’ya özgü konu (genişleme, göç ve mültecilik, iç dinamikler, Avrupa konusunda vatandaşlık ve kimlik) yardımıyla açıklamaya çalışan bir araştırmadır. *Diversity* yani, ‘çeşitlilik’ kavramından yola çıkan çalışmada, sosyal politik aktör olarak, politik partiler, düşünce kuruluşları, vatandaş girişimleri ve medya ele alınır (Sıcakkan, 2008). Proje; sosyal ve politika aktörlerinin, Avrupa politika yapma ve Avrupalı kamusal alanın ne kadar geniş sayıda katılımcı aktörü olduğunu, diğer bir deyişle açıklık derecelerini ölçmeye çalışmaktadır.³³ Bakışa göre, Avrupa kamusal alanı yeni bir safhaya geçmiştir:

³¹ Oslo Üniversitesi Arena Araştırma Merkezi’nden H. J. Trenz, bu konuda ‘supranational resonans’ kelimesini kullanmaktadır ‘ulusüstü titreşim’ olarak tezin yazarı tarafından Türkçe’ye çevrilmiştir (Tenz, 2004:311).

³² EUROSPHERE projesi demokratik Avrupa kamusal alanlarına ilişkin Avrupa Birliği 6. Çerçeve Programı tarafından fonlanan 17 Avrupa üniversitesinin katıldığı ve halen devam eden bir projedir (2007-2012) (CIT4-CT-2006-028504). (<http://eurospheres.org/>) (10.10.2008).

³³ Eurosphere Projesinin bakış açısına göre, Avrupa kamusal alanının ortaya çıkışı, onun ‘Avrupa altı’ kamusal alanlar ve onların sosyal politik aktörlerinin AB ile ilişkilendirilmesi ile sağlanabilecektir ve bu durumun sağlanabilmesi için AB Parlamentosu ve diğer kurumların uzlaştırıcı müzakeresi gerekmektedir.

amprik olgunluk ve çeşitlilik içermektedir. Avrupa vatandaşlarının ulusal medyalarını tercih ettiklerini dikkate alan araştırmacılar, pan Avrupa girişimini yaratmak yerine, ulusal kamusal alanların tamamlayıcısı bir Avrupa kamusal alanının izlerini aramışlardır. Tek bir Avrupa kamusal alanın var olmadığı ve bunun beklenmemesi gerektiği ifade edilmiştir. Bunun nedeni olarak tek bir halkın, ulusun ve ortak bir dilin olmaması gösterilmektedir. Kültürel olarak homojen ulus devletlerde bile kamusal alanın farklılaşması ve bölünmüşlüğü söz konusu iken birden çok ülkenin biraradalığı ile varolan AB’de bu durumun daha da zor olduğu ifade edilmektedir (Bader, 2008:21). Bu nedenle ulusal kamusal alanlardaki elit veya uzman, politik parti, sosyal hareket, halk girişimlerinin, yazılı ve elektronik basının politik ve sosyal aktörlerinin, kamusal alanının tamamlayıcı aktörleri olarak Avrupa kamusal alanına katkısı incelenmektedir.

1.5.2. Televizyon Haberlerine Yönelik Araştırmalar

Televizyona ilişkin araştırmalar yazılı basına göre daha az ele alınmaktadır. Halbuki TV haberlerine ilişkin Avrupa kamusal alan araştırmalarında Fritz Goethues, Avrupa’da birincil medya olarak TV’nin rolü ve haber kaynağı olarak etkisinin arttığını

Bu nedenle var olan iletişimin AB seviyesinde sosyal politik ilişkisi ile bu alan gerçek bir ‘kamu’ haline gelecektir. Avrupalı transnasyonel, ulusal, ulusaltı kamusal alanların özelliklerini ortaya çıkarmak için 4 Avrupalı konuda nasıl iletişim kurulduğu araştırılmaktadır. Projede Avrupa kamusal alan aktörleri, Avrupa-altı kamusal alanlarda yer alan sosyal politik aktörler; politik partiler, düşünce kuruluşları, sosyal hareket ve vatandaş girişimleri ile medya olarak sıralanmaktadır. Vatandaş tutumları da Avrupa Sosyal Araştırmaları ve Eurobarometre verilerinden elde edilip araştırmaya eklenmektedir.

Eurosphere’in odak noktası aşağıda sıralanmaktadır:

- a. Vatandaş ve diğer sosyal/politik aktörler ‘**co others**’ tanımlamasıyla ‘**co Europeans**’ olarak kendi iletişim ve kamusal alanlarının ötesinde nasıl hareket ederek, etkili oldukları araştırılmaktadır.
- b. Vatandaşlar ‘**co others**’ olarak nasıl farklı kamusal alanlarda güçlendiği incelenmektedir.
- c. Bu iletişimsel kamusal alanların Avrupa kamusal alanına eklemlenmek için açıklık ve kapalılık özellikleri açıklanmaya çalışılmaktadır.
- d. Hangi sosyal politik aktörlerin, hangi kurumsal ve yasal çerçevede, birbirleri arasında veya AB kurumları arasında doğrudan iletişim kurdukları incelenmektedir.
- e. Sosyal politik aktörlerin kendilerini Avrupa kamusal alanının bir parçası olarak ne şekilde temsil ettiği ve ne kadar esnekliğe sahip oldukları analiz edilmektedir.
- f. Bu aktörlerin AB ile doğrudan iletişim kurabilmek için ne gibi yasal ve kurumsal çerçeveye ihtiyaç duydukları araştırılmaktadır.

Projenin ana sorusu şu şekilde formüle edilmiştir: çeşitlilik algılarında, kamusal alan ve Avrupa politikası vizyonunda, vatandaşlar ile sosyal/politik aktörler arasında nasıl bir ilişki vardır? Kamusal alanın iç dinamikleri nelerdir?

belirtmektedir.³⁴ İngiliz, Fransız ve Alman televizyon haberleri üzerinde Haziran-Temmuz 2003 tarihleri arasında yapılan araştırmada, televizyon haberlerinin açık ara öne çıkan etkisi saptamıştır. 2001 yılında gerçekleştirilen *Eurobarometre 56*, kamuoyu analizine göre yine AB konusunda bilginin yoğunlukla televizyon aracılığıyla edinildiği saptaması da Goethues'ün bulgularını desteklemektedir.³⁵ Böylece televizyon haberlerine ilişkin incelemelerden elde edilen sonuç, televizyonun bir kitle iletişim aracı olarak Avrupa'da etkisinin artmasına karşın, televizyon haberlerinde Avrupa Birliği vurgusunun popüler ve ciddi basına göre daha az gözlemlendiğidir. Ulusal televizyon haberlerinde bilginin çoğunlukla *Eurobarometre* adlı istatistiki çalışmalardan sağlandığı gözlenmiş ve Avrupa kamusal alanı yerine, belli olmayan, rastlantısal ve düşük dereceli bir Avrupalılaştırmanın gerçekleştiği bulgulanmıştır.

Yine benzer şekilde Avrupa ülkelerinde, televizyon haberlerinde Avrupa Parlamentosu (AP) seçimlerini inceleyen de Vreese de (2006) Goethues (2003) ile benzer bulgulara ulaşmış, 2004 AP seçimlerinin üye ülkelerdeki televizyon haberlerinde % 9.8'lik oranda yer bulabildiğini saptamıştır. Yunanistan, Danimarka, Slovakya, Avusturya, İrlanda'da seçimler Almanya'nın aksine haberleştirme açısından daha görünür haldedir.³⁶ Seçimler dışında AB politikasına ilişkin haberler incelenen tüm üye ülke haberlerinde 'marjinaldir' (Gerhards, 2000).

³⁴ Avrupalı'nın % 98'inin evinde televizyon vardır, 1998 yılındaki verilere göre günde 205 dakika televizyon izlenmektedir ve bu süre her yıl 6 dakika artmaktadır. Avrupa toplumunda televizyon izleme en ana bilgi ve eğlence kaynağıdır (COM 99, 657 final). Yukarıdaki rakamlar televizyonun diğer medya iletişim kanallarına göre toplum üzerindeki genel etkisini göstermektedir. Fakat bu durum ulusötesi politik iletişim konusunda da bilinenlere dayalı tahmine yol açmamakta, iletişimin çoğaltma etkisiyle gücü artsa da televizyon henüz oldukça ulusal bir medya olarak Avrupalılaşmaya yön verememektedir.

³⁵ Fritz Groethues çalışmasında televizyon haberlerinin tüm Güney Avrupa'da ve son genişleme öncesi aday ülkelerde birincil haberalma kaynağı olarak öneminin arttığına değindiği çalışmasında (Groethues, 2004), televizyon izleme oranının % 71 oranında artarken gazete okuma oranının ise % 24 azaldığına dikkat çekmektedir. Bu oranları da Eurobarometre 56 alan araştırmasından edinmiştir (Eurobarometer 56 Alan Araştırması, 2 Ekim-Kasım 2001. Şekil 7.3a-7.3b). Yine verilere baktığımızda 1994-2000 yılları arasında televizyon izleme oranı yükselirken, gazete okuma oranının düştüğü trendine vurgu yapılmaktadır. Araştırmacının vurguladığı araştırma kapsamında oldukça önemli olan diğer bir nokta ise televizyonun gazeteye göre daha güvenilir bulunduğu tek bir AB ülkesinin bulunmamasıdır (Zenith, Central and Eastern European Market and Mediafact, 1996 & 2002, Western European Market and Mediafact, 1996&2000).

³⁶ De Vreese'in (2006) Avrupa Parlamentosu seçimlerine ilişkin, seçime son iki hafta kala 25 AB ülkesinde gerçekleştirdiği analize göre yeni üyelerdeki AB haberlerinin oranı % 10.4'dür. Eski AB üyelerindeki seçime ilişkin haberlerin oranı ise % 9.2 dir. Ükelere göre dağılımda ise iki uç örneğe göre Yunanistan'daki haberleştirme % 21 iken, Almanya'da ise sadece % 3 tür. Yunanistan, Danimarka,

2000 yılının 11 ayına ilişkin televizyon haberlerinin beş Avrupa ülkesindeki analizine ilişkin Peter ve de Vreese (2003)'in bulgularına göre Danimarka dışında (% 19) Almanya, Fransa, Hollanda ve İngiltere'de % 5 oranında habere rastlanmıştır. Avrupa zirve toplantılarına ilişkin dönemlerde bu oran ancak % 10 seviyesine çıkmaktadır. Araştırmacılara göre, AB yetkilileri de medyada görünmemektedir ve Avrupa kamusal alanı yaratılamamıştır, televizyon hiç bir zaman ulus devletini terketmemiştir. Araştırmada, Avrupa kamusal alanının yaratılamamasının nedenleri şöyle sıralanmaktadır:

- 1. AB politikaları çoğunlukla idari, karmaşık ve şeffaf olmayan müzakerelerdir. Karar alma sürecinde medyanın haber değeri kapsamında yeteri kadar mesaj yaratılamamaktadır. Dahası, Avrupalı aktörler kamu meşruiyetine, Avrupalı vatandaşların desteğine bağımlı olmadığından, Avrupa seviyesinde dürtüleri de yoktur. Bu mekanizma Avrupa politikalarının medyanın kişiselleştirme fırsatlarını azaltan bir mekanizmadır.*
- 2. Medyanın tercihleri, öncelikleri ve kaynakları bakımından AB politikası genelde ihmal edilmektedir. Çünkü medya kurumları geniş izleyiciyi etkilemeye çalışmaktadırlar. Kamu katılımı olmadığına haber değeri de olmayacağı bakışıyla AB politikalarını haberleştirerek medyanın bu amaçlara ulaşamadığı iddia edilse de Euro'nun Avrupalılığı sembolize eder biçimde geniş izleyicinin günlük hayatına girmesiyle bu iddia zayıflamıştır.*
- 3. Brüksel'deki haberlere, medya organizasyonunun kısıtlı kaynak ayırması ve Brüksel'deki muhabirlerin dış haberlerin sayfasına haber gönderen diğer yabancı haber kaynaklarıyla rekabet etmesi ve muhabirin bilgi ağının sınırlı olması nedenleriyle gazetecinin ulusal çizgiye yakın bir haberleştirme izlediği savı da önemli nedenler arasında gösterilmektedir.*

1.5.3. İnternete İlişkin Araştırmalar

Araştırmalar sıklıkla yazılı veya görsel medyaya odaklansa da, yeni medyanın (İnternet) Avrupa kamusal alanını yaratma konusundaki etkisini inceleyen analizler de

Slovakya, Avusturya, İrlanda'da seçimler diğer eski üyelere göre daha görünür haldedir. 1999 yılında Avrupa Parlamentosu'nun haberlerdeki görünürlüğü % 6.6 iken, 2004'de % 9.2'ye çıkmıştır, kısaca 15 eski üyeden 10'unda yükselen görünürlük vardır ama ülkeden ülkeye değişen sonuçlar elde edilmiştir. 1999 seçimlerinde göre 2004 seçimlerinde AB aktörlerinin görünürlüğü artmıştır. Ama birbirlerinden oldukça farklı oranlarda bir artış söz konusudur.

mevcuttur (de Vreese, 2007). Konuyu ele alan *EUROPUB* araştırmacıları 7 Avrupa ülkesi ile ilgili, parasal politikalar, tarım, göç, emeklilik ve Avrupa bütünleşmesi konularında 420 internet sitesinden alınan örnekleme içerik, dil ve Avrupa'daki konumu bakımından incelemişlerdir (Koopmans ve Zimmermann, 2003:11). Bulgularına göre internet, daha az kurumsallaşmış aktörlere yer verdiğinden daha uygun bir iletişim kanalıdır.³⁷

1.6.AVRUPA KAMUSAL ALANINDA 'DEMOKRATİK AÇIK' KAVRAMINA İLİŞKİN ARAŞTIRMALAR

Avrupa kamusal alanının yaratılmasına ilişkin daha olumlu bakan araştırmalar da mevcuttur. Broz (2005) Avrupa kamusal alanı üzerinde yapılan araştırmaları inceleyerek Avrupa ulusötesi kamusal alanındaki gelişmelerin 'pozitif' olarak tanımlanabileceğini, fakat gelişmenin hızı ve temposunun çok yavaş olduğunu ileri sürmektedir. Araştırmaya göre, AB bütünleşme süreci en çok bütünleşmiş olan AB ekonomisine hapsedilmiştir. Tartışmalar, AB medya politikaları ve AB Komisyonu'nun rolü bağlamında sürmektedir. Oysa ki ihtiyaç duyulan, politik söylem yoluyla, politik iletişimin

³⁷ Çalışma, Ruud Koopmans ve Ann Zimmerman'ın 'İnternet Avrupa Politik İletişimi İçin Yeni Bir Potansiyel mi?' başlıklı çalışmasıdır ve *EUROPUB* projesinin devamıdır. Yazarlar, 7 Avrupa ülkesinin politik iletişimini; parasal politikalar, tarım, göç, emeklilik, ve Avrupa bütünleşmesi konularında 420 web sitesinden Haziran 2002- Kasım 2002 tarihleri arasında alınan örneklemin içerik, dil ve Avrupa'daki yeri bakımından karşılaştırmışlardır. Bulgularına göre internet daha uygun iletişim kanalıdır ve daha az kurumsallaşmış aktörü vardır. Çünkü geleneksel medyadaki tartışmalarda tam olarak temsil edilmeyen aktörler internette yer almaktadır. İlginç olan, internet arama motorlarının internet eşik bekçisi olarak belli bir konu hakkında belli yere kadar yönlendirici olmalarının, tıpkı geleneksel medyadaki editöryal politikaya benzetilmesidir. Bu nedenle internet açık ve kapsamlı bir araç olsa da belli sınırları vardır. İnternet araştırması sonuçlarına göre; % 35 iddia edenler seyirciye doğrudan ulaşmakta, kalan % 65'i ise aktörün kamuda görünmesine bağlı olarak seyirciye ulaşabilmektedir. Bu sonuç önemlidir, çünkü internetin siyasal-sosyal eşitlikçi iletişim alanı olması umudu, onun filtre edilmeden kolektif aktörlerce halka ulaşmasına bağlıdır ve özellikle daha az kurumsallaşmış aktörler için internet önemli bir iletişim alanıdır (Koopmans ve Zimmermann, 2003:11). Yine diğer bir araştırma bulgusuna göre, özellikle Euro alanındaki üye ülkeler iddialarının önemli kısmını mali politika alanlarında yöneltmişlerdir ki, bu alan AB politikasının birbirine en uyumlu alanıdır. Sonuç olarak politik iletişim alanında, kamusal alanda internet arama motoru incelemesinde, medya aktörlerinin internet üzerinden yürütülen politik iletişimde baskın olduğu görülmüştür. Aynı zamanda internetin kurumsallaşmamış aktörlere daha iyi fırsatlar sunarak geleneksel medyaya göre daha iyi kamusal görünürlük sağladığı belirtilmektedir (Koopmans ve Zimmermann, 2003:14). Diğer yandan ise bazı araştırma bulgularına göre, internetin henüz ulusüstülüğünden söz etmek yerine ulusal aktörlerinin daha öne çıkan iddialar olduğu belirtilmekte, seçilen arama motoru ile yapılan politik iletişimin geleneksel medya alanından daha geniş ve derin hareketlilik sağladığı savı desteklenmemektedir (Koopmans ve Zimmerman, 2003:18).

Avrupalılaşılan kamusal alanda medya aracılığıyla gelişmesidir. Bu yolla demokratik açık karşılanabilecek, Avrupa kimliği, AB vatandaşları arasında güçlendirilebilecektir.

Avrupa'nın demokratikleşmesi için kamusal iletişimin, öncelikli koşul olduğu savı, akademik tartışmaları tetiklemekte ve canlılık kazandırmaktadır. Avrupa kamusal alanına ilişkin tartışmaların bir kısmı da Avrupa kamusal alanının karakteri ve ortaya çıkış şartları üzerinedir (Neidhardt ve diğerleri, 2000). Bu konudaki amprik çalışmalar azdır. Araştırmacılar ve amprik çalışmalar, iletişimin Avrupa kamusal alanını temsil eden ana forum olduğu konusunda hemfikirdirler (Koopmans ve diğerleri, 2003). Fakat öte yandan dil, kültürel heterojenlik ve ulusal medya sistemleri gibi farklı ve çeşitli nedenlerle ulusötesi Avrupa medya sisteminin yaratılması realist görülmemektedir. Bu nedenle pek çok çalışma Avrupa kamusal alanı modelinde, ulusal kamusal alanların Avrupalılaşması çerçevesinde konuya yaklaşmaktadırlar. Buradan yola çıkan araştırma ve projelerin ilgisi de kitle iletişim araçlarına yönelmiştir. Avrupa bütünleşmesine ilişkin konu, aktör ve medya haberleşirmesi, belli bir zaman aralığında (Gerhards, 2000; Eilders ve Voltmer, 2004) veya diğer ülkelerle karşılaştırılarak ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır (Peter ve de Vreese, 2003; Kevin, 2003; Eder ve Trenz, 2000). Bazı araştırma sonuçları Avrupalı konu ve aktörlerin daha görünür oldukları ölçüde ulusal kamusal alanın birer parçası olduğunu ileri sürmektedir (Gerhards, 2000; Gerhards, 2002). Bu görüş, Avrupalılaşılan ulusal kamusal alanların AB ülkelerindeki politik ve ekonomik elitin ilgisini çektiği ve çıkarına olduğu savını paylaşmaktadır. Medyanın ise değişik nedenlerle Avrupalılaşılan politik iletişimde, ana engel olduğu ileri sürülmektedir (Koopmans ve Pfetsch, 2003).

1.7. AVRUPA KİMLİĞİ VE TÜRKİYE ALGISINA İLİŞKİN ARAŞTIRMALAR

Medyanın Avrupa Birliği'nde demokrasi açığının aşılmasında, ulus devletin oluşmasında oynadığı birlik ve beraberlik ruhunu öne çıkaran rolünü oynayabileceğini iddia eden bazı yazarlar, medyanın 'Avrupa hayali topluluğunu' (*imagined community*) inşa etmeye destek olup olamayacağını tartışmaktadırlar (Gerhards, 1992; Eder, 2000;

Kevin, 2003). Bu bakışa göre medyanın ‘Avrupa hayali topluluğunu’ oluşturabilmesi için, bir grubun dahil diğer grubun hariç olduğu ortak paylaşılan bir alan yaratması ve arabulucu faktör olarak kendisinin bu alanda yer alması gerektiği belirtilmektedir (Koenig ve diğerleri, 2000). Bu konuda öncelikle Avrupa iletişim alanının üzerine kurulabilecek, Avrupalılık kimliğini yaratabilecek kamusal alan veya ortak alan gerekmektedir. Böyle bir kolektif alan ve bu alanda oluşturulacak kimlik, Habermas’ın kamusal alan tanımlamasında da belirttiği gibi kamusal alanın olmazsa olmazı, ‘öteki’ olarak tanımlanan grup, bireyler tarafından ‘öteki’ olarak etiketlenmeyerek, aksine hak ve sorumlukları olan bireyler olarak algılanıp potansiyel partner olarak kabul edilmesine yol açacaktır (Habermas 1989’dan aktaran Koenig ve diğerleri, 2000).

Bu çerçevede, Avrupa Bakanlar Konseyi’nin Aralık 2004 tarihli kararı ile Ekim 2005 tarihi itibarıyla Türkiye ile müzakerelere başlanması kozmopolit Avrupa toplumunun yeniden doğuşu anlamında bir dönüm noktasıdır. Ortak bir kamusal alan yaratılması konusunda medyanın mercek altına alındığı araştırmalarda Türkiye’nin örnek olay olarak incelenmesi de ‘öteki’ tanımlaması açısından önemli bir araştırma alanını oluşturmaktadır. Avrupa sosyal bilimler araştırmaları dergisi Inovasyon’da 2006 tarihli Tomas Koenig ve arkadaşlarının gerçekleştirdiği bu araştırma kapsamında, Avrupa Birliği’nde kamuoyu alanının Avrupalılaşması konusunda İngiliz, Fransız, Slovak, Türk ve Amerikan yazılı basınından 1965 gazete haberi incelenmiş, Türkiye’nin AB’ye katılımı konusunda ortak bir kamusal alanın yaratılıp yaratılmadığı, ortak duruşun var olup olmadığı araştırılmıştır (Koenig ve diğerleri, 2006).

Çerçeve analizi yöntemiyle belirlenen ülkelerdeki yazılı basın haberlerinde, AB ilerleme raporunun yayınlandığı ve üyelik görüşmelerinin başladığı 2004 Aralık ve 2005 Ekim dönemi ele alınmıştır. En önemli araştırma bulgusu, Türkiye’nin üyeliğinin seçilen örnekleme ve zaman diliminde aynı yoğunlukta tartışılmamış, ulusal kamusal alanlarda, ayrı ayrı tartışılmış olmasıdır. Tartışmaların konu ve içeriklerine göre gruplanmasıyla ülke olarak Fransa ve Almanya, Türkiye ayrı bir grup, Slovenya, İngiltere, ABD ayrı bir tartışma grubunu oluşturmuştur. Araştırma, Avrupa’nın ortak bakışı tezini çürütmektedir. Paylaşılan, ortak bir kamusal alanın olmadığı bulgulanmıştır. Türkiye’nin üyeliği tartışması analiz edilen ülkelerde aynı temalar

üzerinden tartışılmamıştır (van de Steeg ve diğerleri, 2003). Liberal, çokkültürlü tartışma çerçevesinin İngiltere medyasında diğer AB ülkelerine göre çok daha yaygın kullanıldığı saptanırken, Slovenya, Almanya ve Fransa’da tartışmaların ayrıştığı gözlenmiş ve bu durumun tartışmalardaki Avrupalılık kavramını tehlikeye düşürdüğü iddia edilmiştir. Araştırma kapsamında Türk basınının da üyeliği ekonomik çıkarlar temelinde tartıştığı, finansal yardım, krediler, Türk tarımının ve hizmet sektörünün rekabet edebilirliği ve yabancı yatırımın artması, turizmin gelişimi, bankacılık sektörünün gelişimi çerçevesinde ele aldığı saptanmıştır (Gencel-Bek, 2001:132-133).

Türkiye’nin AB üyeliği örnek olayından yola çıkılarak yapılan diğer bir araştırmada da Almanya, Fransa ve İngiltere yazılı basınından belirlenen altı gazetenin, 1 Ekim- 31 Aralık 2002 tarihleri arasındaki haberleri, köşe yazıları ve başyazıları seçilip eleştirel söylem analizi kullanılarak incelenmiştir (Wimmel, 2006). Araştırma bulgularına göre, Türkiye’nin üyeliği Avrupa’nın geleceğine ilişkin anayasal düşünce ve kültürel prensipler ile ilişkilendirildiği ve Avrupa’nın geleceğine ilişkin destek veya baskı için bir araç olarak kullanıldığı iddia edilmektedir. Haber ve gazete makaleleri aracılığıyla öne sürülen fikir ve görüşlerde, gazetelerin ait olduğu ülkelerin ulusal politik görüşlerine bağımlı bakış gözlenirken, Avrupa’nın geleceğiyle Türkiye’nin AB’ye başvurusu arası ilgi kurulduğu ve bu konuda ortak bir kamusal söylem kullanıldığı saptanmıştır. Genişleme ve derinleşme çatışmaları ile kültür ve kimlik çatışması iki önemli konu olarak analiz edilen gazetelerde kullanılan ana argümentlerdir. Genişleme ve derinleşme çatışmasında, Türkiye’nin Birlik’e katılımı tartışmalarında engel olarak gösterilen ana nedenler; ülkenin bulunduğu coğrafya ve nüfus yoğunluğudur. Araştırmanın sonucunda incelenen ülkelerdeki fikir gazetelerindeki Türkiye tartışmalarında, özellikle Alman ve Fransız söylemlerinin Türkiye tartışmasını gölgelerken, İngiliz basınında ulusal bakış açılarından kaynaklanan, daha olumlu bir yaklaşımın hakim olduğu saptanmıştır. Bulgulara göre ortak duruş sergileyen Avrupalılaştırmış haberlerden çok, ulusal bakış açısının ağırlığını taşıyan haberler öne çıkmaktadır.

1.8. TÜRKİYE’DE GERÇEKLEŞTİRİLEN ARAŞTIRMALAR

Avrupalı araştırmacıların yanısıra az sayıda araştırmacı da Türkiye’deki AB haberlerini ele alan basın analizleri gerçekleştirmiştir. Gencel-Bek (2004), Helsinki Zirvesi’ne ilişkin haberlerin Hürriyet, Star ve Sabah gazetelerindeki temsili üzerine yaptığı çalışmada, AB’nin kültürel farklılıklar taşımayan homojen bir bütünlük olarak düşünüldüğünü saptamıştır. Analize göre haberlerde rastlanan kaynaklar, Türk ve yabancı politikacılar, işadamları ve AB bürokratlarıdır. Araştırmacılar medyanın sürece olumlu bir yaklaşımla, onaylayan bir bakış açısıyla ele aldığını, haberlerde ekonomik değişimlerin ‘kazanç’ olarak sunulurken, bunun karşısında siyasal düzenlemelerin ‘dayatma ve koşul’ olarak ele alındığını belirtmektedirler (Gencel-Bek, 2004:247). Ayrıca çalışmanın önemli bir bulgusu da, kültürel dönüşümlere ilişkin kimi taleplerin yumuşatılarak ve magazinsel bir dille sunulmasıdır.³⁸

Kejanlıoğlu ve Taş’ın 2004 İlerleme Raporu ve 2004 AB Brüksel Zirve toplantısının Zaman, Hürriyet ve Radikal Gazetelerinde yer alan köşe yazıları üzerinde gerçekleştirdikleri bir diğer medya analizinde de ortaya koydukları gibi basın, haberlerde yer verdiği akredite kaynaklar aracılığıyla, söylemsel yaklaşımı ile toplumu Avrupalı olduğuna inandırma çabası içindedir.

İncelenen gazeteler gerekçeleri tartışmaksızın AB üyeliğini Türk medyasında yaşanan yapısal dönüşüm sonrasında, ekonomik çıkarların öne çıkması ve halka sunulan vaatlerle meşrulaştırılması, ekonomi politik çerçeve içinden bakıldığında beklenen bir tavidir. Kültürel-siyasal alanda yapılması beklenen değişim ve dönüşümlerin ise söylemsel alan içinde yeniden tanımlanması ve ideolojik açıdan meşrulaştırılması, bir yandan medyanın temel hedefi değildir, diğer yandan da, AB’ye yönelik olumlu bakış açısını zedelememek için tartışılması pek de tercih edilmeyen konulardır (İnal ve Durna, 2009: 83).

Araştırmada yer alan üç gazete de kaynak olarak gösterilen, görüşlerine başvuru alan aktörler % 85 oranında Avrupalı liderler, AB bürokratları ve politikacılarıdır

³⁸ Yapılan haber analizinde de magazinleşme saptanmış, AB üyeliği ile birlikte artık kokoreç yenemeyeceği, turşu satılamayacağı, otomobilin bagajında oturularak seyahat edilemeyeceğine ilişkin haberlere rastlanmıştır.

ve bu aktör grubunun % 75'ini hükümet temsilcileri ve bürokratlar oluşturmaktadır. Kıbrıs sorunu, Ermeni sorunu, Yunanistan'la ilişkiler tartışılan konulardır (Kejanlıoğlu ve Taş, 2007). Gencel-Bek'in incelemesinde ulaştığı sonuçlarının aksine Kejanlıoğlu ve Taş'ın çalışması, AB'nin basında homojen bir bütünlük olarak temsil edilmediğini savunmaktadır. İncelenen dönem dikkate alındığında, Kejanlıoğlu'nun 2004 yılını dolayısıyla Türkiye-AB ilişkilerinde Kopenhag kriterleri ve demokratikleşmeyle ilgili tartışmaların daha yoğun olduğu dönemi analiz etmesi nedeniyle, AB söyleminin ekonomik kazanımlardan çok politik ve kültürel söylemlerin öne çıktığı yargısına vardığı söylenebilir.

AB'nin Türk medyasında temsiline ilişkin her çalışma, odaklandıkları dönemde medyanın kamuları bilgilendirme ve biçimlendirme işlevine ilişkin önemli veriler sağlamıştır. Ancak AB konusunun bir başka önemli boyutu da, boylamsal olarak bakıldığında, Türk basınının benimsemiş olduğu dış politika haberciliğinin yapısındaki dönüşümü çok iyi yansıtan bir konu oluşudur. 1990'ların başlarına kadar, Dışişleri Bakanlığı'nın temel haber kaynağını oluşturduğu bir habercilik, biçim değiştirmiş ve politikacıların sözünün egemen olduğu, onların tanımlarının yeniden kurulduğu bir habercilik anlayışına doğru kaymıştır (İnal ve Durna, 2009:85).

Günümüze daha yakın tarihli bir araştırma kapsamında medyanın AB konusunda halka ne oranda bilgi sağladığına ilişkin bilimsel çalışmaların azlığına dikkat çekilmekte ve 2006 Eurobarometre (65.2) sonuçları cinsiyet, yaş, eğitim, ve refah seviyesi gibi bağımsız değişkenler ve AB hakkında 'objektif ve subjektif bilgi' bağımlı değişkenler ışığında sınıflandırılarak vatandaşların AB konusunda politik farkındalıklarında televizyon, gazete ve radyonun nasıl rol oynadıkları analiz edilmiştir (Kentmen, 2010). Araştırma kapsamında iki bağımlı değişkenden ilki AB'ye ilişkin bilgi ölçen sorulara verilen doğru cevaplar ve bunlar 'objektif bilgi' verisi olarak kodlanmakta ve bireyin bilgi seviyesini ölçmektedir. Diğer bağımlı değişken 'subjektif bilgiyi' ölçmektedir. Üçüncü bağımlı değişken de ankete katılanların televizyon, gazete ve radyodan hangisini günlük ne oranda tükettiğini ve AB konusunda en yoğun bilgiyi hangi kitle iletişim aracından edindiklerini ölçmektedir. Araştırma sonuçları Türkiye'de yaşayan kişilerin

AB konusunda medyadan bilgi aldıkları bunlar ışığında AB'yi daha iyi değerlendirdikleri iddia edilmektedir. Fakat araştırma sonuçları AB konusundaki sorulardan en az birine AB üyesi ülkelerde % 13 oranında doğru yanıt verilirken Türkiye'de bu oran % 8'lere düşmektedir.

Aynı araştırma sonuçlarına göre Türkiye'de gazete okuyan kişiler AB konusunda bilgi sahibi olmaktadır fakat her gün düzenli gazete okuyan kişiler ile haftada bir kaç kez gazete okuyanlar ile arasındaki bilgi seviyesinde fark sadece % 3 oranındadır. Diğer yandan televizyonu her gün izleyen ile haftada bir kaç kez izleyen kişiler arası bilgi seviyesindeki fark ise %10 seviyesindedir. Araştırma Türkiye'de genel kanının aksine televizyon izlemenin kişilerin AB konusundaki farkındalıklarına daha büyük katkı sağladığını iddia ederken gazeteyi ikinci sıraya yerleştirmekte, radyoyu daha az etkin bir araç olarak sıralamakta, interneti ise ikincil medya olarak ifade ederken bu konuda daha fazla araştırma yapılması gerektiğini vurgulamaktadır (Kentmen, 2010: 636).

Görüldüğü gibi gerçekçi yaklaşım kapsamında Türkiye'de ve AB ülkelerinde ele alınan bazı çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalardan elde edilebilecek genel bakış, ulusal medyada AB konusunda bilgiler verilerek bir anlamda Avrupalılaşma yaşandığı gerçeğidir. Araştırmalarda eksik olan uzun dönemi ele alan bir çalışmanın eksikliğidir. Araştırmalar kısa dönem aralıkları, AB-Türkiye ilişkilerinde bazı önemli toplantı tarihlerindeki medya haberlerine odaklanmıştır. Bu çalışmadan önce 1999-2005 yıllarını kapsayan geniş bir analiz yapılmamıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMA DİZAYNI: ANALİTİK YAKLAŞIM VE METODOLOJİ

2.1 İDDİA ANALİZİ KODLAMA REHBERİ ³⁹

Çalışmanın ampirik verilerini değerlendirebilmek için iddia analizi adı verilen bir analiz yöntemi uygulanmaktadır.⁴⁰ İddia, politik bir fikrin sözel veya eylemsel olarak kamusal alanda yer almasıdır. İddia analizi, ilk olarak EUROPUB kısaltmasıyla anılan ‘Kamusal Alandaki Politik Hareketlilik ve İletişimin Analizi’ başlıklı Avrupa Birliği 5inci Çerçeve Programı tarafından fonlanan sosyal bilimler projesinde kullanılmış ve bir kodlama kitabı⁴¹ oluşturulmuştur (Koopmans, 2002). Bu metodolojiye göre iddia etme durumu, kısaca iddia, kamusal alandaki stratejik eylem birimidir. İddia etme yoluyla, politik fikir, fiziksel veya sözel eyleme dönüşmektedir. Söz konusu ifade şekli, açıklama, demeç, şiddet, baskı, karar, gösteri, mahkeme kararı v.b. olabilmektedir. Aktörler, devlet aktörleri, sosyal hareketleri temsil eden sivil toplum aktörleri, bireysel veya anonim aktörler şeklinde ayrı ayrı kodlanmaktadır.

³⁹ Kitapçık Avrupa Birliği 5. Çerçeve adlı AB fonu kapsamında gerçekleştirilen EUROPUB akronimli uluslararası medya izleme projesi kod kitabından uyarlanarak hazırlanmıştır.

⁴⁰ Politik iddia analizi olarak yazar tarafından Türkçeleştirilen “political claim analysis” kavramsallaştırmasına sosyal bilimlerde ilk olarak **EUROPUB** projesi kapsamında rastlanmaktadır. Araştırmacılar, Avrupa bütünleşmesi sürecinde arabulucu rolü bakımından kamusal alanda kitle iletişim ve kolektif hareketliliğin izlerini politik iddia etme olarak adlandırdıkları yöntemle analiz etmektedirler. Projenin arkaplanı, yönetim yapılarında artan oranda Avrupalılaşma yaşanmasına karşın, aktif bir Avrupalı vatandaşlık formunun yaratılmasının, süreci daha geriden takip etmesi nedeniyle ortaya çıkan AB’deki ‘demokratik açık’ sorunu karşısında geliştirilmiştir. Altı AB ve bir Avrupa ülkesindeki (Almanya, Fransa, Hollanda, İngiltere, İtalya, İspanya ve İsviçre) kamusal alanların Avrupalılaşma derecesinin karşılaştırıldığı çalışmada, Parasal Birlik, tarım, göç, ordu, emeklilik, eğitim ve Avrupa bütünleşmesi tartışmaları konu alanları olarak seçilmiştir. Bu alanların seçilme nedeni, bazılarının Avrupa Birliği yönetişimi çerçevesinde AB ortak politikalarınca yönlendirilirken, bazılarının ise ülkelerin milli politikaları tarafından şekillendirilen alanlar olarak Avrupalılaşma derecesinde farklılıklar bulunmasıdır. Diğer yandan proje, 1980–2002 yıl aralığını seçerek AB’nin en yoğun tartışıldığı uzun bir dönemi inceleme konusu yapmaktadır. Proje, politik iddia analizi yöntemini kullanarak seçilen 7 ülkedeki gazete haberleri, editöryal yazıları, internet ağına incelemenin yanısıra, Avrupa seviyesindeki kurumsal yöneticilerle, sivil toplum kuruluşu temsilcileri, medya çalışanlarıyla da mülakatlar gerçekleştirerek kapsamlı bir çalışma ortaya koymuştur (<http://europub.wzb.eu/Default.htm>) (10.10.2007).

⁴¹ Europub araştırmacılarından Prof. Dr. Ruud Koopmans ile iletişim kurularak EUROPUB kodlama kitabığının araştırma kapsamında kullanılacağı belirtilerek gerekli izin alınmıştır.

2.2 ARAŞTIRMANIN DEĞİŞKENLERİ VE İDDİA ANALİZ ŞEMASI

Araştırmanın metodolojik çerçevesini oluşturan iddia analiz yöntemine göre iddia, 7 ayrı ana parçaya bölünmüş ve bu unsurların her biri de alt değişkenlere ayrılmıştır. İddianın bağımlı değişkeni kamusal alandaki iddialardır. Bağımsız değişkenleri ise iddianın yeri, zamanı, ana aktörü, destek ve karşıt aktörü, gazete adı, haber fotoğrafındaki aktör, haberin manşeti, iddianın konusu, nasıl çerçvelendiğidir. İddia analizi aşağıda İddia Analiz Değişkenleri başlığı altında ele alınmakta ayrıca Ek1 Kod Kitabı başlığı altında çalışmanın ekler kısmında yer almaktadır.

İddia analiz değişkenleri:

1. İddianın yeri ve zamanı (ne zaman ve nerede söz konusu iddia gerçekleşti?)

Değişkenler: yıl, ay, gün, ülke, bölge, şehir

2. İddia sahibi: iddia sahibi aktör (iddiayı kim yaptı?)

Değişkenler: aktöre ilişkin eylem, eylem tipi, eylem alanı, ülkesi

3. Eylem türü: iddia kamusal alanda nasıl yer aldı? (iddianın biçimi)

Değişken: biçim

4. İddianın adresi: iddia kime yöneltildi?

Değişkenler: iddianın yönelme adresi, adres ülkesi

5. İddianın asıl konusu (iddia ne hakkında?)

Değişkenler: alan, konu

6. Nesne aktör: eğer iddia gerçekleşirse kim etkilenecek? (Kime karşı? Kim için?)

Değişken: nesne alanı

7. İddianın haklılaştırılması (Neden bu eylem yapılmıştır?)

Değişken: çerçeve

İddia analizini daha iyi anlayabilmek için örnek cümlelerden yola çıkılarak oluşturulan şema yardımıyla konu açıklanmaktadır.

Örnek cümleler:

- Bir grup mülteci ülkelerine geri gönderilmelerinin Cenova Konvansiyonu'na aykırı olduğunu hükümete anlatmak için açlık grevinde bulundu.
- AB Parlamentosu politik tutuklulara karşı davranışların düzeltilmesi ve geliştirilmesi konusunda Türk hükümetini eleştiren bir karar aldı.

Şema 1: İddia Analiz Şeması: Avrupa

Kim? (Özne aktör)	Nasıl? (Biçim, eylem)	Kime? (Adres)	Ne? (Konu Eylem)	Kime karşı? (Nesne aktör)	Niçin? (Çerçeve, haklılaştırma)
Bir grup mülteci	Açlık grevinde bulundu	Hükümet'e karşı yapılmıştır	Ülkelerine geri gönderilmeme konusundadır	Kendileri için (mülteci grubu) yapılmış bir eylemdir	Eylem tanımlanırken haklılığı, mültecilerin geri iadesinin Cenova Konvansiyonu'na aykırı olduğu üzerine kurulmuştur
AB parlamentosu	Resmi karar almıştır	Kararda eleştiri vardır	Politik tutuklulara karşı davranışların düzeltilmesi ve geliştirilmesi konusundadır	Politik tutuklular olaydan etkilenmektedir	Eylemin haklılığı, uygulamanın insan haklarına ve AB'nin temel değerlerine aykırı olduğu konusıyla desteklenmektedir

(Koopmans, 2002)

Türkiye mediasından örnek cümleler:

- Başbakan Recep Tayyip Erdoğan muhalefet partilerinin AB üyeliği konusunda yeterince destek vermediği ve özellikle CHP'nin engel oluşturduğunu ileri süren bir basın açıklaması yaptı.
- Türkiye Ziraat Mühendisleri Odası dün aldığı kararla hükümetin AB konusundaki tavrını eleştirerek, üyelik sürecinin CHP'nin de belirttiği gibi ulusal çıkarlarla çatıştığı, çiftçi ve tarım çalışanına büyük zarar verdiğini belirtti.

Bu cümleler Şema 2 üzerinde yerleştirilmiştir.

Şema 2: İddia Analiz Şeması: Türkiye

Kim? (Özne aktör)	Nasıl? (Biçim, eylem)	Kime? (Adres)	Ne? (Konu Eylem)	Kime karşı? (Nesne aktör)	Niçin? (Çerçeve, haklılaştırma)
Başbakan R. Tayyip Erdoğan	Basın açıklaması yaptı	Muhale fet partileri ne karşı yapıl mıştır	Türkiye'nin AB üyeliği'ne ilişkindir	CHP	Helsinki Zirve kararları kullanılır
TZMO	Resmi karar almıştır	Kararda hüküme te eleştiri vardır CHP'ye destek vardır	Türkiye'nin AB üyeliği'ne ilişkindir	Çiftçi ve tarım çalışanları etkilenmek tedir	Ulusal çıkar ile çatışmaktadır

Yukarıda da görüldüğü gibi iddia analizi; *özne—eylem—adres—eylem—nesne aktör—haklılaştırma* şeklinde kısaltılabilir. Bir aktör, kamusal alanda bir dizi eylemde bulunur ve diğer aktörlere yönelir (adres), durum bir üçüncü aktörün çıkarına veya aleyhinedir (nesne aktör). Aktör yaptığıının nedenini ve çerçevesini bir anlamda haklılığını açıklar. Pek çok iddia tipolojik olarak böyle ayrılmayabilir. Kodlama için en önemli bilgi 'biçim'dir. Biçim ile anlatılmak istenen kamusal alanda eylemin tanımlanması gerektirir.

Bunun yanında konu üzerinde bilgi verilmeli, nesne ve çerçevesi, haklılığı, ortaya konmalıdır ki bu eylemin, araştırmada belirlenen başlıktaki alanlarla ilgisinin olup olmadığı saptanabilsin.

Araştırmada aşağıda görüleceği gibi bazı iddialar haberde tam olarak ifade edilmemiş olabilir, bazı iddia elementleri yazı biriminde bulunmayabilir. Örnek cümlelerle ifade edildiğinde:

- Fransa Tarım Bakanı Fransız çiftçilerini desteklemek için et ithalatçılarına diğer AB ülkelerinden et ithalatını boykot etmeye çağırdı.
- Angela Merkel AB anayasasına ilişkin konuşma yaptı.
- Mülteci merkezi ateşe verildi.
- Bavyeradaki otoriteler bir grup Kürt kökenli mültecinin ülkeden uzaklaştırılmasını istedi.
- Bir grup İngiliz ekonomist İngiltere'nin ortak parasal alana katılmasının ekonomik büyümeyi düşüreceğini öne sürerek bir rapor yayınladı.

Şema 3: Tamamlanmamış İddialar:Avrupa

Kim (özne aktör)	Nasıl (form, Biçim)	Kime (adres)	Ne (konu)	Kimin aleyhine Kimin lehine	Niçin (haklılaştırma)
Fransa tarım bakanı	Et ithalatçıları na seslenir	Et ithalatçıl arına seslenir	Et ithalatının boykot edilmesidir	Aktör Fransız çiftçilerini desteklemek için diğer AB ülkelerine seslenir	
Angela Merkel	Konuşma yapar		AB Anayasası'na ilişkin bir konuşmadır		
	Mülteci merkezi Ateşe verilir			Mülteci merkezi aleyhinedir	
Almanya Bavyera bölge sindeki otoriteler	Bir açıklama yaparlar		Bir grup Kürt kökenli mültecinin ülkeden uzaklaştırıl m ası konu Sundadır	Bir grup Kürt kökenli mülteci aleyhinedir	
Bir grup İngiliz ekonomist	Bir rapor yayınlar				İngiltere'nin ortak parasal alana katılmasının ekonomik büyümeyi düşüre ceği iddia edilir

(Koopmans, 2002)

Yukarıdaki cümleler şema üzerine yerleştirildiğinde haklılaştırmanın sadece son cümlede vurgulandığı görülmektedir. İlk satırdaki örnek cümlede iddianın tamamlanmadığı, diğer örneklerde de, sıklıkla haklılaştırmanın belirtilmediği görülür. İkinci satırdaki örnek cümlede olduğu gibi sıklıkla iddianın adresi veya nesne aktörü belirtilmez veya gazetede yer almaz. Üçüncü örnek cümlede de vurgu, yapılan eylem üzerindedir, konuya ilişkin sözel atıf olmadığından konu eylemin fiziksel durumundan çıkarılır. Bazı iddialarda da bunlara ek olarak aktörler anonim olabilmektedir. Dördüncü

örnek cümle, devlet ve hükümet aktörleri için çok sık rastlanan bir durumdur. Bu durumda devlet ve hükümet aktörleri diğerlerinin bir şey yapması için bir iddiada bulunmaz, açıklayıcı iddialarda bulunur. Yine üçüncü örnek cümlede görüldüğü gibi eylemin nasıl olduğu söylemsel olarak belirtilmez fakat eylemin kendisinden yola çıkılarak ifade edilir. Son örnekte belirtildiği gibi bazı cümlelerin iddia analizinde açık amacı olmayan, belli bir eyleminin sonuçlarını referans gösteren çerçeve ifadelerin kullanıldığı görülebilir.

Türkiye medyasından tamamlanmamış iddialara örnek cümleler:

- Başbakan Bülent Ecevit, Bakan M. Ali İrtemçelik ve Cumhurbaşkanı S. Demirel AB ülkelerinin Kıbrıs konusunda ödün verilmesini beklediklerini söyledi
- Clinton AB adaylığı konusunda Başbakan Ecevit'e kutlama mesajı gönderdi.
- OECD yayınladığı raporda Türkiye'nin çevre konusundaki başarısından söz etti.
- Tarım ve Köy İşleri Bakanı Hüsnü Gökaltap raporda tarım sektörünün güçlenmesi gerektiğine değindi.
- Yaşar Holding Başkanı Ahmet Arsan demecinde AB üyesi olabilmek için tarım ve hayvancılıkta AB ile uyumun şart olduğunu belirtti.

Şema 4: Tamamlanmamış İddialar: Türkiye

Kim (özne aktör)	Nasıl (form, Biçim)	Kime (adres)	Ne (konu)	Kimin aleyhine Kimin lehine	Niçin (haklılaştırma)
Ankara Hükümeti Başbakan Bülent Ecevit/ Bakan M. Ali İrtemçelik/ Cumhurbaşkanı S. Demirel	Açıklama yaptı	AB ülkeleri	Kıbrıs konusunda ödün veriliyor		
ABD Başk. Bill Clinton	Kutlama mesajı	B.Ecevit'e	AB adaylığı	Hükümet için	
OECD	Rapor	Türkiye	Çevre konusunda ki başarısı		Çevre standartları
Tarım ve Köy İşleri Bakanı Hüsnü Yusuf Gökalp	Rapor		Tarım sektörü güçlenmeli		
Yaşar Holding Ahmet Arsan	Demeç		Tarım ve hayvancılık ta AB uyumu		AB adaylığı

Dilin gramer yapısı ile haberin sözel yapısı kodlama açısından birbiri ile uyumlu olmayıp, örtüşmeyebilmektedir. Örneğin 'Ayşe, Ali'ye vurdu' dendiğinde 'Ayşe' özne aktör, 'Ali' nesne aktördür. Ama 'Ayşe Ali'ye kitabını verdi' derken burada hem canlı hem cansız nesne varsa da analizde nesne olarak 'Ali' kabul edilmiştir, çünkü olaydan yararlanan 'Ali'dir. Kimin özne aktör, adres, nesne aktör olduğu konusundaki örnek kalıpta; 'Ayşe Ahmet'den Ali'ye kitabını vermesini istedi' kalıbında, 'Ayşe' özne aktör, 'Ahmet' adres, 'Ali' nesne aktör, 'kitabı vermek' konu, 'istemek'de form yani biçimi ifade eder.

Aynı yapıda çözümlendiğinde aşağıdaki örnek cümlede görüldüğü gibi bir kalıp ortaya çıkmaktadır.

- Barack Obama (Ayşe) Afgan hükümetinden (Ahmet'ten) Usame Bin Ladin'i (Ali'ye) ülkeden çıkartmasını (kitabı vermesini) istedi (istedi).
- Sarkozy (Ayşe), Merkel'e (Ahmet'ten) Taliban rejimine karşı (Ali'ye) askeri destek konusunda tam güvence (kitabı vermesini) verdi (istedi).
- Sarkozy (Ayşe) Merkel'i (Ahmet'ten) AB'nin (Ali'ye) karar verme sürecini engellemekle (kitabı vermesini) suçladı (istedi).
- Obama (Ayşe) AB'den (Ahmet'ten) Türkiye'nin (Ali'ye) AB'ye alınmasını (kitabı vermesini) istedi (istedi).

2.2.1 Önkabuller ve Kurallar Dizisi

Araştırmayı yürütürken bazı önkabullerden yola çıkarak belirlenen kurallar daha sağlıklı sonuçlar almaya yönelteceğinden oldukça önemlidir:

- İddia etme durumu, iddia edenin amaçlı bir stratejik eylemi sonunda olması gerekmektedir.
- İddia etme olarak sayılabilmesi için haber makalesi kamusal alan içinde devam eden veya tamamlanmış bir fiziksel veya sözel duruma işaret etmelidir.
- Gazetede yazı biriminde Avrupa Birliği boyutu varsa çalışma kapsamında analiz etmek üzere ele alınır. Bunu belirleyebilmek için haberin ilk 250 kelimesi incelenir. Haberde geçen 250inci kelime cümle ortasına denk gelirse o cümle sonuna dek incelenir. İkinci adımda, Avrupa Birliği'ne ilişkin belirlenen 'Avrupa Birliği', 'üyelik', 'AB', 'Kopenhag Kriterleri' vb. anahtar kelimeler aranır. Bu kelimeler ve kullanım sıklığı haberin Avrupa Birliği boyutunun olup olmadığını göstermektedir. İddia analizi çerçevesinde haberin ele alınabilmesi için ilk 250 kelime incelendiğinde Avrupa Birliği boyutunun olması bir ön koşuldur.
- Haber ilk sayfa dışında diğer sayfalarda da devam ediyorsa tek haber olarak kodlanır.

- İçindekiler tarzı n sayfa materyalleri göz ardı edilir ve kodlanmaz.
- Medya aktörlerinin veya medya benzeri diğerk aktörlerin fikirleri, basit atıflarındaki iddiaların aktörü, gazeteci adı altında kodlanmaktadır. Örneğın ‘CHP’nin, lkesiz insanlara haklar verilmesi konusundaki istekleri’ veya ‘Erdoğın’ın Avrupa yanlısı politikaları son seçimlerde de oy kaybettirdi’ şeklindeki haberlerde aktör gazetecidir, iddia gazetecinin iddiası olarak kodlanır. Ama eğer bu cmler; ‘CHP Kürtlere yeni haklar verilmeli dedi’ veya ‘Erdoğın’ın bir hafta önceki konuşması oy kaybettirdi’ şeklinde haberleştirilirse, iddialar ilgili aktör adı altında kodlanabilecektir, çünkü bu durumda söz konusu aktörlerin sözel veya fiziksel davranışları referans olarak gösterilmiş olacaktır.
- Fiiller; söyledi, ifade etti, karar verdi, gösteri yaptı, eleştirdi, yayınladı, seti, yazdı, tutukladı gibi eylem ifade eden fiiller olmalıdır. Eylem ifade eden, açıklama, mektup, rapor, ülkeden sürgün, karar, engelleme gibi fiiller de iddia olarak kodlanabilmektedir.
- Biçim kategorisine uyan herhangi bir ifade iddia kabul edilmektedir. Örneğın söz konusu bir rapor ise, söz konusu fiil veya ifadelerin raporda geçmesi önkoşuldur. Sadece bakış açısını referans göstermesi veya motivasyona ilişkin ifadeler tek başına yeterli değıldir. İstemek, desteklemek, aleyhinde olmak, isteksizlik gibi durumları da barındırmalıdır.
- Bu analiz kapsamında sadece haberler ele alınmaktadır fakat haberde geçen gazeteci katkıları veya yorumlar, gazetecinin iddiası olarak kodlanmaktadır.
- İddia veya açıklama anonim ise kurumsal veya bireysel bir isim kullanılmamışsa, rneğın ‘Avrupa’nın reform yanlısı sesi eyleme çağırıyor’ veya ‘Federal Avrupa konusundaki eleştiriler’ anonim iddia olarak kabul edilmektedir ve gazeteci iddiası olarak kodlanmaktadır. Diğerk yandan ‘Avrupa Komisyonu’ndaki reform yanlısı grup’ veya ‘Federal Avrupa’ya eleştirel bakan sosyal bilimciler’ şeklinde aktörlerin açıkça belirtildiğı iddialar ise ilgili aktörlerin iddiası olarak kodlanmaktadır.
- Rastlantısal olarak haberde yer alan vatandaşın iddiası anonim kabul edilir, stratejik sayılmaz, vatandaş iddiası olarak kodlanır, rneğın ‘Japon bir ev hanımının düşüncesi’ vatandaş iddiasıdır, anonimdir.

- Anket sonuçları da katılanların iddiası değil düzenleyenlerin iddiası olarak kodlanmaktadır.
- İddialar her zaman politik olmalıdır.⁴² Politik olduğu kadar, kolektif sosyal sorunlara ve onların çözümüne yönelik olmalıdır, bireysel olmamalıdır. Örneğin bir aile çocuğunun öğrenim gördüğü ilkokuldaki müdürün davranışlarından şikayet ediyorsa, bu iddia eğitim politikası için bir iddia olarak kabul edilmez, fakat eğer bu şikayet sınıfta türban takmasıyla ilgili ise o zaman geniş tabanlı sosyal bir soruna işaret eder ve iddiadır. Yine rüşvet, yolsuzluk, suç gibi olaylar bireyselliğin ötesine geçebiliyorsa iddia olarak kabul edilmektedir.
- Aynı zaman diliminde ve aynı yerde, aktörler kolektif olarak hareket ediyor ise farklı aktörlerin açıklamaları tek bir iddia olarak kabul edilir. Bir parlamentoda aynı konudaki iddialar tek bir iddia olarak kodlanır. Bir gösteri şiddete dönüşmüşse ayrı kodlanır. Bir uzlaşma konusundaki basın toplantısındaki iki taraf tek bir iddia altında kodlanır.
- İddia etme durumu, bireysel açıklama ile aynı değildir. Örneğin bir konuşmacı basın konferansında pek çok bağımsız konuda açıklama yapmışsa da iddia etme durumuna göre, stratejik olarak kamusal alanda tek bir eylem yapılmıştır.
- İddiada birden çok aktör varsa lider, yürütücü ve sözcülerin önceliği vardır.
- İddiadaki aktif aktörlerin pasif aktöre göre önceliği vardır.
- Haberin manşetinde adı geçen aktörün de önceliği vardır. İki görevinden biri Avrupa Birliği ile ilişkili bir görev olan aktörün kodu, öncelikli olarak Avrupa Birliği'ndeki görevine göre kodlanmaktadır.

⁴² İnceleme alanı olan gazete haber yazılarında iddialar doğası gereği politiktir. Dilin kendisi politiktir. Kişiler arası iletişimde dahi devreye ideolojik bir araç olan dolayısıyla taraflı olan dil girdiğinden iletişim basit bir ileti olmaktan çıkmaktadır. Özellikle haber dili, kültürel bir üretim olduğundan, ideolojik yönelimi yansıttığından politiktir (Alankuş, 2005:88). Haber, kitle iletişiminde kültürel form olma özelliği kazandıran, onu politize eden, toplumda özel bir statü kazanması ve korumaya alınmasının en önemli unsurudur. Habere de saydığımız özellikler kazandıran onun sahip olduğu dil ve dildeki politik ifade tarzıdır ki bu kendine has ifade, haberi herhangi bir yazı biçiminden ayırır.

2.3 ARAŞTIRMA SORULARI VE HİPOTEZ

Araştırmamızın ana hipotezi EUROPUB araştırmasındaki (Koopmans ve Statham, 2002) hipotez örnek alınarak geliştirilmiştir. Sözü edilen proje, analiz edilen her ülkedeki Avrupalılaşma derecesi ve tarzının bazı ana faktörlere göre değiştiğini ileri sürmektedir. Bu araştırma çerçevesinde de Türkiye’de medyada yer alan Avrupa Birliği haberleri üzerinden okunan Avrupalılaşmanın politika alanı, zaman ve aktör türüne göre değiştiği iddia edilmektedir. Benzer değişkenler kullanılarak, *kamusal alana ilişkin kuramlar ışığında Türkiye medyasında Avrupa Birliği haberlerinin NASIL ele alındığı ve bu bağlamda Avrupalılaşmadan söz edilip edilemeyeceği ana sorusu üzerinde durulmaktadır.*

Araştırma, Avrupa Birliği ile ilişkilerin resmi olarak canlandığı 1999–2005 tarihleri arasında medyada AB’ye ilişkin haber ve bilginin görünürlüğünün artmış olmasını öngörmektedir. Yapılan çalışma ve analizler sözü edilen tarih aralığında ele almaktadır (İnal ve Durna, 2009; Gencel-Bek, 2004; Kejanlıoğlu ve Taş, 2007). Çeşitli aktörlerin Avrupa bütünleşmesine yaklaşımında farklılık olduğu düşünülmektedir. Ekonomik aktörler, politik aktörler, sivil toplum aktörleri ve medya aktörleri AB bütünleşmesinde ‘kazanan ve kaybedenler olarak’ adlandırılabilir (Koopmans and Statham, 2002: 15). Türkiye yazılı basınındaki AB haberlerinden yola çıkarak aktör temsiliyeti ve haberlerin genel özelliklerini analiz ederek araştırma sorularına cevap aranmaktadır.

Çalışmayı yönlendiren sorular EUROPUB araştırmasının sorularına benzer biçimde düzenlense de ülkeye özgü farklılıkları da barındırmaktadır:

Araştırma Ana Sorusu : *Türkiye’de medyada yer alan Avrupa Birliği’ne ilişkin haberler NASIL ele alınmıştır? Kamusal alana ilişkin kuramlar ışığında Türkiye medyasının Avrupalılaşmasından söz edilebilir mi?*

Konuya ışık tutacak alt araştırma soruları ve hipotezlerle ana araştırma sorusu derinleştirilmeye çalışılmaktadır.

Araştırma Alt Soruları:

Araştırma alt sorusu 1: *Yapılan istatistiki analiz sonucunda Avrupa Birliği'ne ilişkin iddia ve haberlerde nasıl bir aktör ve konu sınıflaması görülmüştür?*

Araştırma alt sorusu 2: *Kamusal alanının bir mecrası olan medyada Avrupa konularında yerel, bölgesel, ulusal, uluslararası ve ulusötesi aktörler ne sıklıkta ve nasıl bir bakış açısıyla yer alıyor?*

Araştırma alt sorusu 3: *Türkiye'de medyanın şekillendirdiği kamusal alandaki haberlerde Avrupalılaşma trendinden söz edilebilir mi?*

Araştırma alt sorusu 4: *Türkiye kamusal alanında nasıl bir Avrupalılaşma vardır? Türü ve yapısı nasıldır? Horizontal (yatay) veya vertikal (dikey) Avrupalılaşma⁴³ söz konusu mudur? Haberlerde hangi aktörler sıklıkla kimleri referans gösteriyor?*

Araştırma alt sorusu 5: *Avrupalı ve/veya yerel aktörler AB ile ilgili belirlenen politika alanları çerçevesinde nasıl yer alıyor? Nasıl değerlendiriyor?*

Araştırma alt sorusu 6: *Avrupa bütünleşmesi Türk medyasında nasıl değerlendiriliyor? Genişleme/derinleşme tartışmaları medya tarafından nasıl ele alınıyor?*

Araştırma alt sorusu 7: *Medyadaki AB söyleminin Türkiye'deki politik yelpaze açısından ilişkilendirilmesi ne şekildedir?*

⁴³ Horizontal (yatay)Avrupalılaşma kavramından kasıt Avrupalı aktörlerinin haberde diğer Avrupalı aktörü referans göstermesidir. Vertikal (dikey) Avrupalılaşma ise haberde AB aktörlerinin ulusal aktörleri veya ulusal aktörlerin AB aktörlerini referans göstermesidir. Biri dikey, yukarıdan aşağıya (vertikal) iletişimi simgelerken, diğeri eşit düzeydekiler arası (yatay) iletişimi simgeler.

Araştırma alt sorusu 8: *Bu araştırmadan elde edilen sonuçlar ile Avrupa Birliği ülkelerindeki politik iletişimin düzeyini ölçen EUROPUB araştırma sonuçları arasında bir uyum var mıdır?*

2.4. ARAŞTIRMA DİZAYNI VE ANALİZ METODU

İletişim evrenindeki en eski ve geleneksel kitle iletişim aracı olarak gazeteler, ulusal çıkarların hegemonik tanımlanmasında önemli bir role sahiptirler. Her ne kadar ana argümanlar kitap, demeç, konuşma üzerinden yürütülse de haber medyası ulusal veya uluslararası pek çok olay üzerinde yorum yapar ve okuyucuya iletir. Gazetenin diğer kitle iletişim araçlarından farklı olduğu gibi piyasadaki herhangi bir ürün veya hizmetten de çok çeşitli açılardan farklıdır. Siyasi etkisi, ekonomik gücü, üst yapıyı şekillendirmesi, kamuoyu yaratması ve yönlendirmesi gibi sıradan bir ürün veya hizmette olmayan özelliklere sahiptir (Duran, 1996: 26). Televizyonun yerel seyirciye uluslararası haberleri sağlama konusundaki artan etkisine karşın, gazetelerin okuyuculara ülke dışındaki olayları aktarması konusundaki sarsılmaz rolü hala çok önemlidir (Slaatta,1999:121; Kentmen, 2010:631). Genelde dış politikanın tamamı, özelde ise Avrupa Birliği konusu toplumun doğrudan deneyim alanı dışında kalan konulardır ve basının gücünün görülebileceği en belirgin alanlar arasındadır (İrvan,1997: 2). Özellikle dış ilişkiler uzman ve bürokratları için gazeteler kitle iletişim aracı olarak özel bir öneme sahip olduğu düşünüldüğünde, ülke dışında yaşanan konularda ulusal eşik bekçileri olarak nitelenebilecek bu elit kesimin yazılı basını birincil kitle iletişim aracı olarak gördüğü gerçeği de ortaya çıkmaktadır.

Gazetelerin uluslararası haberler açısından gerek politikacılar ve bürokratlar, gerekse okuyucular açısından önemini koruyan referans noktası olma özelliğinden dolayı haber medyasındaki Avrupalılaşma trendinin en doğru analiz edilebileceği mecra yazılı basın⁴⁴ olarak saptanmıştır.

⁴⁴ Yazılı basın dendiğinde Basın İlan Kurumu verilerinden edinilen bilgiye göre, Türkiye genelinde toplam gazete sayısı 821'dir. Yerel ve ulusal gazetelerin dahil olduğu bu rakam içinden Basın İlan Kurumu'nun Haziran 2005 verilerine göre 521'ini yerel, 300'ünü ulusal yayın yapan gazeteler oluşturmaktadır.

Yazılı basının kapsam ve formatı gereği habere ilişkin geniş yer ayırabilmesi, televizyon haberlerine göre genel politika haberlerine daha geniş yer vermesi ve yine televizyona göre zaman kısıtının daha esnek olması, çalışmanın yazılı basına odaklanmasına neden olmuştur. Yine bazı araştırma bulgularına göre televizyondaki AB haberlerine ayrılan sürenin kısıtlı olması da araştırmayı gazeteye yönlendiren diğer bir faktör olmuştur⁴⁵ (Toker ve diğerleri, 2009).

Diğer bir argüman da Schudson'un da ileri sürdüğü gibi televizyon haberlerinin gazete haberlerinden esinlenmiş olmasıdır. Böylece de vatandaşlar televizyondan elde ettikleri haberleri, dolaylı olarak gazetelerden edinmiş olmaktadır (Schudson, 2003:7).

Araştırma çerçevesinde, kamusal iletişimin politik işlevselliği incelendiğinden Avrupa'da 1990'lardan bu yana kamusal alan ve politik iletişim araştırmalarında ciddi basına odaklanıldığı da göz önüne alınmıştır. Fikir ve tartışma ağırlıklı ciddi basın, politik gündem belirlemede pek çok ülkede eşik bekçisi olarak görev yapmaktadır. (Koopmans ve Pfetsch, 2006: 134). İddia analizi yöntemi, televizyon haberlerine uygulanarak Avrupa Birliği'ne ilişkin haberler incelendiğinde tartışmanın ve alternatif fikrinsel ifadelerin televizyon haberlerinde çok az yer aldığı saptanmıştır. Böylece televizyon, Avrupalılaştan ulusüstü politik tartışmanın ancak ikincil taşıyıcı medyası olarak adlandırılmıştır (Schlecht, 2002'den aktaran Koopmans ve Pfetsch, 2006:134). Araştırmalar çerçevesinde Avrupa (Koopmans, 2004; de Vreese, 2007) ve Türkiye'deki Avrupa Birliği konusundaki politik iletişim araştırmalarında (İnal ve Durna, 2009; Gencel-Bek, 2004; Kejanlıoğlu ve Taş, 2007) AB haberlerinin ana taşıyıcısı olarak yazılı basın görüldüğünden araştırma evrenin örnekleme yazılı basın içerisinden belirlenmiştir.⁴⁶

Yazılı basın ile ilgili araştırma evreni Türkiye'de yayınlanan ulusal ölçekte dağıtılan günlük gazeteler olarak sınırlanmaktadır.⁴⁷ Türk basınındaki farklı politik

⁴⁵ Exeter Üniversitesi ile DEU AB Anabilimdalı'nın birlikte yürüttüğü araştırma sonucunda AB haberlerinin 2007 Türkiye seçim döneminde çok az yer tuttuğu saptanmıştır. Seçilen Hürriyet, Posta ve Zaman ve Cumhuriyet gazetelerindeki toplam 2.500 haberden sadece 53'ü AB ile ilişkilidir, bu rakam televizyon haberlerinde daha da düşüktür (Balkır, C., Banducci, S., Soyaltın D.,Toker, H., 2008).

⁴⁶ Bu konuda farklı görüşler de mevcuttur (Kentmen, 2010: 631).

⁴⁷ Araştırma konusu Avrupa Birliği'ne ilişkin haberler olduğundan halkın gündelik deneyimlerinin sınırlı olduğu, yabancı dil gibi bir takım engellerden dolayı, yoğunlukla ulusal yayın yapan kitle iletişim

eğilimleri, farklı toplumsal kesimleri temsil edebilmesi açısından araştırma, üç ulusal gazete ve bu gazetelerin 1999–2005 yılları arasındaki yayınlarını kapsamaktadır. Belirlenen gazetelerin ilk sayfalarıyla birlikte bir iç politika, bir dış politika ve bir de ekonomi sayfalarındaki Avrupa Birliği'ne ilişkin haberler analiz edilmiştir. 1999 Aralık ayından başlayarak her haftayı temsilen haftanın ilk günü Pazartesi seçilerek AB Türkiye ilişkilerindeki önemli gelişmelerin yaşandığı 6 yıllık zaman diliminde her üç gazetede yer alan haberler analiz edilmiştir.

Seçilen örneklem üzerinde 6 yıllık bir inceleme yapılmasının temel nedeni, 6 yıl gibi uzun soluklu analizlerin istatistik çalışmalarında genellemeler yapmak için tercih edilmesidir ve benzer bir çalışmanın henüz gerçekleştirilmemiş olmasıdır. Diğer yandan seçilen zaman aralığı, Türkiye AB ilişkilerinin 1959 yılından bu yana yaşanan en yoğun dönemi temsil etmesi de seçimde etkili olmuştur. 1999 yılı Türkiye'ye Helsinki Zirvesi'nde AB adaylık statüsünün verilmesi ile AB-Türkiye ilişkilerinde yeni bir dönemin başlangıcını temsil etmektedir. Ekim 2005 yılında müzakerelere başlanabilmesi için kararın alındığı 2004 yılı Brüksel Zirve toplantısı 2005 yılı ve sonrası için önemli bir dönüm noktasına işaret etmektedir. Ayrıca, her haftanın sadece bir gününe ait seçilen haber sayfaları üzerine odaklanılacağından, araştırmanın niceliksel yanı daha ön planda olduğundan, yeterli sayıda habere ulaşmak ve genellemeler yapmak için zaman diliminin AB haberleri açısından 6 en yoğun yılın incelenmesi gerekli görülmüştür.

Araştırma kapsamında 6 yılın verilerinin sağlıklı bir analiz için gerekli olduğu öngörüsünün ardından analiz edilecek gazetelerin seçimi de önemlidir. Hangi gazetenin hangi kategorik belirlemeye göre seçileceği araştırmanın amacına göre belirlenmesi gereken bir kriterdir.

Gazetelerdeki haber temsiline yönelik incelemelerde günümüz kamusal alanında gazetelerin farklı yapılarda çok katmanlı sınıflanmış okuyucuya bilgi sağladığı düşünülürse ciddi, tabloid ayrımı genel kabul gören bir sınıflamadır (Arsan, 2007:54). Ciddi gazeteler, büyük boy mizanpaja sahip, stili ve içeriği daha yoğun medya

araçlarını kullanarak bilgi edinilebildiği bu alanda kitle iletişim araçları arasından da gazeteler ve gazetelerin dış ülke haberleri konuya daha geniş yer ayrabilmesi nedeniyle önemli bir bilgi kaynağı olmaktadır. Bu nedenle araştırma evreni gazeteler olarak belirlenmiştir.

ürünleridir. Tabloid gazeteler çok satan, popüler ve mizanpaj bakımından büyük boy gazetenin yarısı kadar olan daha küçük gazetelerdir (McNair, 1999:14). Fakat bu sınıflama her ülkede aynı şekilde görülmeyebilir. Türkiye’deki ulusal gazetelerin hepsinin büyük boy basılmasından dolayı McNair’in yaptığı seçkin, orta ve popüler sınıflamasını kullanmak daha elverişlidir. Seçkin gazeteler sınıflaması, gelir ve eğitim seviyesi veya meslek gibi bazı sosyal istatistiksel göstergelerce üst sınıfın okuduğu gazeteyi belirtmek için kullanılmaktadır. Seçkin gazeteler, yazılı basının en bilgi yüklü ve politik gazeteleri olma özelliğini göstermektedirler.

Gazetelerin tarihsel gelişimine göre yapılacak sınıflamada⁴⁸ da McQuail üçe ayırarak, siyasal parti politikalarına ait bilgileri öne çıkaran ‘partizan gazeteler’, 19uncu yüzyıl dönemi gazeteler benzeri prestij gazeteleri veya ‘seçkin toplumsal kesime seslenen gazeteler’, kar ve reklamın ön planda olduğu ‘ticari gazeteler’ (Hughes, 1940; Schudson, 1978’den aktaran McQuail, 2000, 21–23) olarak sınıflamaktadır.

McNair’in İngiliz basını için yaptığı seçkin, orta ve popüler⁴⁹ sınıflamasına bağlı kalındığında, seçkin gazete sınıflamasına Türkiye’deki en yakın örnek Cumhuriyet gazetesi olduğundan araştırmaya dahil edilmiştir.⁵⁰ Hürriyet gazetesi ise yine aynı

⁴⁸ McQuail’in üçe ayırdığı gazete sınıflaması işlevden çok tarihi bir sınıflamadır. İlki, gazetelerin ilk ortaya çıkma amaçlarını ifade eden politik partiler hakkında bilgi verme amaçlı olan gazetelerdir. Partilerin kendi ekonomik olanaklarıyla basımını sağlayıp destek verdiği yayınlardır. Örnek olarak Rus Devrim hareketini başlatan siyasal eğilimli gazetelerin yanı sıra İskandinav ülkelerindeki bağımsız parti gazeteleri verilebilir. İkinci grupta ise 19uncu yüzyıldan günümüze daha yakın bir gazete olarak tanımlanabilecek, profesyonellerin ve iş çevrelerinin ortaya çıkardığı kaliteli bilgi vermeyi amaçlayan çoğunlukla devletten bağımsız olan seçkin toplum kesimine hitap eden gazetelerdir. Üçüncü gruptaki kitleye seslenen gazeteleri ise McQuail ‘ticari gazeteler’ olarak sınıflar. Ticari gazeteler, kar amaçlı, popülizmi, tüketimi ve özgür girişimi destekleyen, daha ayrıntısız, insani ilgi çeken konulara değinen, suça ve şiddete, skandallara daha sansasyonel yaklaşan, ortalamaya göre daha düşük gelirli ve daha az eğitilmiş kesimlerin yoğunlukla okuduğu gazetelerdir (McQuail, 2000, 21–23).

⁴⁹ McNair’in sınıflamasına benzer bir sınıflamayı Oya Tokgöz, Temel Gazetecilik başlıklı kitabında da yapmaktadır (Tokgöz, AÜSBF, 1981). Tokgöz, gazetelerin ülkesine göre değişen ölçüde, renkli veya renksiz baskı tekniği ile basılmakta olduğunu vurgulayarak, aynı zamanda baskı tekniğine uygun olarakta içeriğin, bol veya az haber ve resim ile düzenlendiğini belirtmektedir. Yine kullanılan bir diğer sınıflama ciddi/ fikir gazetesi veya bulvar gazetesi (tabloid gazete) sınıflamasıdır. Bulvar gazetelerinde bol fotoğraf, büyük başlıklar abartılı ifadeler yer alırken, fikir gazetelerinde ise insanı düşünmeye yönelten ayrıntılı haberlerin yer alması beklenmektedir.

⁵⁰ AB haberlerine sıklıkla yer vermesi bakımından Radikal gazetesi’nin dışlanmış olması araştırmada bir eksiklik olarak görülmektedir. 1999 yılından başlatılan incelememizde en çok okunan gazete olarak o yıllarda Hürriyet Gazetesi’nin ön planda olduğu görülmektedir. 1997 yılında yayın hayatına başlaması bakımından Radikal Gazetesi, Hürriyet ve Cumhuriyet’e göre görece daha yeni bir gazetedir. Bu nedenle 1999 yılından başlattığımız incelememiz için Radikal gazetesi seçilmemiştir.

sınıflamada yüksek tiraja sahip olması ve politikayla ilgilenen fakat konu spesifik olarak araştırma konusu olan AB haberlerine çok yer vermeyen popüler gazete türüne bir örnek olması bakımından analiz edilmektedir. Zaman gazetesi ise bu iki gazetenin de ulaşabildiğinden daha farklı bir okuyucu gruba ulaşması ve yine popüler gazetelerin ulaşabildiği yüksek tirajlara sahip bir yazılı basın örneği olması gibi nedenler göz önüne alınarak araştırmaya dahil edilmiştir.

Ulusal haber medyasından seçilen gazeteler coğrafi dağılım, satış ve dağıtım kategorileri dışında çalışmanın amacına uygun olarak hitab ettikleri okuyucuların dünya görüşü yani eğilimlerine göre sınıflandırılarak seçilmişlerdir. Türkiye'deki gazetelerin ulusal ve yerel olarak ayrıldığı ve ayrı bir bölge gazetesi geleneği olmadığı, bölge eklerinin gazetelerin bir parçası olarak gazete ile birlikte dağıtıldığı göz önüne alındığında ulusal gazetelerden örneklem alınması en sağlıklı sonucun elde edilmesini sağlayacaktır.

Araştırmanın amacı Türk yazılı basınının genel duruşunu sergileyebilmek olacağından toplumun farklı gruplarına sunulan AB haberlerine ulaşabilen farklı toplumsal katmanlara seslenen **-Cumhuriyet, Hürriyet ve Zaman gazeteleri** -örnek olarak seçilmiştir.

Gazetelerin diğer seçilme kriterlerine bakıldığında, ulusal çapta dağıtılan ve okunan gazeteler olmaları ve yüksek tiraja sahip ve ciddi denebilecek bir gazete tipolojisi sergilemeleri göze çarpan özelliklerdir.⁵¹ *Hürriyet*, ne sol ne de muhafazakar olarak kesin çizgilerle nitelenemeyecek eğilimiyle, uzun bir dönem Türkiye'de en çok okunan gazete olduğu için araştırmaya dahil edilirken, *Cumhuriyet*, kemikleşen daha sol eğilimli (Kemalist sol) okuyucusuyla (İrvan, 1997:116) toplumdaki diğer medya

⁵¹ Tirajlara (gazete satış oranı) bakıldığında Posta gazetesi 2009 yılı itibarıyla en yüksek tirajlı gazete olarak öne çıkmaktaysa da popüler bir gazete olarak araştırma kapsamına alınmamıştır. Ciddi-popüler ayrımının bu konuda uluslararası çalışmalarda göz önüne alındığı ve ciddi gazetelerin araştırmalara dahil edildiği gözlenmektedir. 2007 Türkiye genel seçimlerine ilişkin yapılan bir araştırma kapsamında elde edilen verilere göre seçim kampanyası dönemindeki haberler ele alındığında en düşük uluslararası haber % 3'lük oran ile Posta gazetesinde saptanmıştır. Bu sonuçtan yola çıkılarak tiraj yüksekliği bakımından Posta gazetesi öne çıkmaktaysa da araştırma konusunun dış politika haberleri olması ve Posta gazetesinin bu tür haberlere düşük oranda yer vermesi nedeniyle söz konusu gazete araştırma dışı bırakılmıştır (Balkır, C., Banducci, S., Soyaltın D., Toker, H., 2008:6. Tablo 2).

araçlarından farklı bir kitleye seslenebilmesi nedeniyle seçilmiş, aynı şekilde *Zaman* gazetesi de en yaygın abonelik sistemi ile muhafazakar kesimin önemli bir basın organı olarak araştırmaya dahil edilmiştir (Durna, 2002).

1999 yılı Aralık ayından itibaren Türkiye'nin AB adaylık statüsünü kazanması, AB-Türkiye ilişkilerinde yeni bir başlangıcı simgelediği kabul edilmektedir. Bu bağlamda 2005 yılı Ekim ayı da yine AB-Türkiye ilişkileri açısından resmen müzakerelerin başladığını gösteren diğer bir dönüm noktasıdır. Yukarıdaki her iki dönemsel kırılmayı içine alan bir araştırma hedeflendiğinden yazılı basına uygulanan analiz için uygun zaman aralığı belirlenmeye çalışılmış, bu nedenle araştırma iki döneme ayrılmıştır:⁵²

Birinci Dönem (Aralık 1999 - Ekim 2004): 10–11 Aralık 1999 tarihlerinde Helsinki'de yapılan AB Devlet ve Hükümet Başkanları Zirvesi'nde Avrupa Birliği'ne tam üyeliğe adaylığın tesciliyle başlayan ve müzakerelerin başlamasına ilişkin kararın alınmasına dek süren zaman aralığı (Aralık 1999- Ekim 2004) ilk dönem olarak seçilmiştir. Seçilen bu zaman aralığının Avrupa Birliği'ne adaylığın duyurulduğu zirve toplantısı, müzakerelere başlanması gibi önemli dönüm noktalarını içermesi önemlidir.

İkinci Dönem (Ekim 2004 - Aralık 2005): Araştırma konusunun dönemsel kırılma noktalarından olan müzakerelere başlanması kararının alındığı Ekim 2004 tarihinden başlayan ve tartışma ve kutuplaşmaların gözlemlendiği 2005 yılının sonuna süren dönem araştırmanın ikinci dönemi olarak incelenmektedir. Böylece müzakerelere başlanması kararı ile kamuoyunun nasıl bilgilendirildiği, olayların medya aracılığıyla nasıl halka aktarıldığı incelenmektedir.⁵³

⁵² Belirlenmeye çalışılan dönemsel ayırım Türkiye - Avrupa Birliği arasındaki ilişkilerin tüm dönemini kapsamaması nedeniyle sözü edildiği şekilde ayrılmıştır. Sürece bir bütün olarak bakıldığında 1959 yılındaki Ortaklık başvurusunun yapıldığı tarih ile 1970 yılı Katma Protokolü'nün imzalandığı süreç birinci dönem olarak adlandırılırken, 1970 ile 12 Eylül 1980 dönemi arasındaki dilimine ikinci dönem adı verilmekte, 1980 sonrası günümüze dek uzanan dönem üçüncü dönem olarak sınıflanabilmektedir (Eralp, 1997:87). Birinci dönem ilişkilerin de dolayısıyla sorunların da en az olduğu dönem olarak ele alınırken, ikinci dönem ilişkilerin uyumsuz dönemi olarak tasvir edilmekte, sorunların ağırlıklı olarak ekonomi ve Gümrük Birliği ile sınırlı olduğu belirtilmektedir. Üçüncü dönem ekonomik sorunlardan çok demokrasi ve insan hakları boyutunun öne çıktığı, siyasi sorunların ağırlık kazandığı bir dönem olarak ayrılmaktadır.

⁵³ Zaman aralığının bu şekilde dönemlere ayrılmasının iki nedeni bulunmaktadır. İlki, araştırmanın verilerini daha sağlıklı işleyip görünür kılmak, ikinci neden ise çeşitli kuruluşların düzenledikleri AB algılamasına ilişkin kamuoyu yoklamalarında 2004 yılı sonrasında negatif yönde tutum değişikliğinin

Yukarıda da belirtildiği gibi seçilen gazetelerdeki 6 yıllık AB haberleri taranacağından 6 yılı temsilen her haftanın ilk günü olan Pazartesi günü seçilerek ilk sayfası, ülke içi haberlerinin bulunduğu bir gündem sayfası, ekonomi sayfası bir de dış politika sayfası seçilerek incelenmiştir. Örneklem kapsamındaki tüm gazeteler sayfa sayfa tarandığından diğer sayfalarda da AB ile ilgili habere rastlanmıyorsa diğer sayfalar kodlamasıyla araştırmaya dahil edilmiştir.

Seçilen haberlerin AB ile ilgili olup olmadığını test edebilmek ve geçerlilik testi için de AB, Avrupa Birliği, üyelik gibi kelimeler aranmıştır. Örneklem, gazete arşivinde çalışmanın sahibi tarafından iki kez taranarak yapıldığından, geçerliliği tekrar sınanmış ve fotoğraf makinası ile de tek tek kayıt altına alınmıştır.

Araştırmada yazılı basının konuyu nasıl haberleştirdiği, hangi kaynakları kullandığı, hangi aktörlere yer verdiği ve Türk halkına süreci nasıl yansıttığı ele alınmıştır. Genel çerçeve olarak AB haberciliğinin ne demek olduğu tartışılmış ve Türkiye’de uygulandığı üzerinde durulmuştur. Kısacası Türk medyasının önemli bir kurum ve iletişim alanı olarak Avrupa kamusal alanındaki, siyasi işaret ve bilgiyi⁵⁴ nasıl işleyip veri haline getirdiği, Türk halkına nasıl yansıttığı, sorgulanmaya çalışılmıştır.

2.4.1 Araştırma Kısıtları

Medya diyerek genellenen kitle iletişim araçlarından bir sınırlamaya gidilerek yazılı basının seçilmesi ve bu örneklemde sadece üç gazetenin ele alınması, araştırmada diğer yazılı basın ürünlerinin görmezden gelinmesine yol açmaktadır. Araştırma evreninden az sayıda örneklem alınması kısıtını aşabilmek için toplumun farklı ideolojik eğilimlerine seslenen gazeteler seçilerek, olabildiğince farklı toplumsal kesimin bakış açısını yansıtan gazeteler analize dahil edilmiştir.

saptanmış olmasıdır. Türkiye’nin AB adaylığının ilanını sonrası başlayan süreç ve özellikle AB ile tam üyelik müzakerelerin başlamasıyla birlikte AB konusunda daha eleştirel bir tutum ve haberleştirme gözlenmektedir. Araştırmanın bir amacı da belirtilen dönemsel kırılmanın haber diline, aktör seçimine de yansiyip yansımadığını daha kesin verilerle belirlemeye çalışmaktır.

⁵⁴ ‘Siyasi işaret ve bilgi’ ile kastedilen herhangi bir AB zirve toplantısının, AB’nin uluslararası arenadaki etkinliğinin analiz edilmesidir. Türkiye’yi ilgilendiren konularda AB aktörlerinin sözlerinin yansıtılma biçimleri, haberleştirilme şekli anlatılmak istenmektedir.

Gazete tirajları göz önüne alındığında Posta gazetesinin en yüksek tiraja sahip olmasına rağmen araştırmaya dahil edilmemesi de söz edilmesi gereken bir kısıttır.⁵⁵ Avrupa'daki benzer araştırmalarda da yazılı basının ve yazılı basın içerisinde de ciddi ve popüler ayrımı yapıldığında ciddi basının sıklıkla inceleme alanı olarak belirlendiği çalışmalarda, ulusal kamusal alanın Avrupalılaşması daha çok ciddi basında gözlenirken, popüler basın, TV ve yeni medya olarak nitelenen internette ise daha az Avrupalılaşma trendi saptanmıştır (de Vreese, 2007). Avrupa kamusal alanını konu alan araştırmalarda, ciddi basının sayfalarında sıklıkla AB haberlerine yer vermesi nedeniyle analiz edildiği saptandığından bu çalışmada da benzer bir yol izlenmiştir.

Araştırmanın diğer bir kısıtı, televizyonun izlenme oranının çok daha yüksek olduğu pek çok veri kaynağınca doğrulanmasına karşılık sadece yazılı basının araştırmaya dahil edilmesidir.⁵⁶ İnceleme alanı Avrupa Birliği'ne ilişkin haberler olduğundan gazetelerin dış haberlere ayrılmış en az bir sayfasının bulunması, konuya daha fazla yer verebilecek nitelikteki kitle iletişim araçları olması nedeniyle gazeteler seçilmiştir. Ayrıca Türkiye'de arşivleme bakımından gazetelerin daha sağlıklı arşivlendiği ve illerdeki kent arşivleri aracılığıyla araştırmacıların hizmetine sunulduğu da göz ardı edilmemesi gereken bir gerçektir.

Araştırma kapsamında sadece 6 yılın analiz edilmesi de bir kısıt olarak görülebilir. Doktora çalışmasının tek kişilik bir araştırma projesi olduğu göz önüne alındığında, zaman ve kaynak kısıtı nedeniyle, AB ve Türkiye ilişkilerinin en yoğun olduğu dönem seçilerek bu kısıt aşılmaya çalışılmıştır.

Bu konuda Türkiye'de gerçekleştirilen çok az araştırma bulunması, incelemelerin sadece dönemsel olaylara odaklanması da yaşanan genel bir kısıttır ve araştırmayı da etkilemektedir. Avrupa Birliği konusuna ilişkin politik iletişimin medya üzerinden analizi Türkiye'de henüz yeni yeni tartışılan bir olgudur. Bu konuda medya incelemeleri

⁵⁵ Yapılan küçük çaplı bir araştırmada Posta, Cumhuriyet, Hürriyet ve Zaman gazetelerinin AB'ye ayırdıkları haberler bir hafta boyunca karşılaştırıldığında Posta gazetesinin yüksek tirajına karşılık inceleme konumuzu oluşturan AB haberlerine en az oranda yer verdiği saptanmıştır (Balkır, C., Banducci, S., Soyaltın D., Toker, H., 2008).

⁵⁶ Eurobarometre ölçümlerine göre, Avrupa konusunda halkın % 64'ü ulusal televizyon aracılığıyla bilgi edinmektedir. Araştırma verilerine göre, halkın % 64'ü tek para birimi, % 48'i genişleme konusunda televizyonu ana kaynak olarak göstermektedir. Yine ankete katılanların büyük çoğunluğu (% 65) genel AB haberlerinde televizyonu ana kaynak olarak görmektedir.

de bu nedenle dönemsel olaylara ve gelişmelere yoğunlaşmaktadır. Kamusal alana ilişkin düzenlenen EUROSPHERE projesi yaz okulunun⁵⁷ Türkiye’de bir üniversitede gerçekleşecek olması da Türkiye’deki akademik camianın konuya son dönemlerde ilgi duyduğuna işaret etmektedir.

⁵⁷ EUROSPHERE Yaz Okulu, Sabancı Üniversitesi, Tuzla, İstanbul, 18-22 Temmuz 2011. Tema: “Kamusal alan bir ulusal- devlet fenomeni mi veya ulusötesi kamusal alan gözlemlenebilir mi?” (<http://eurospheres.org/2011/05/12/eurosphere-summer-courses-phd-and-ma/>) (05.05.2011).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA ALANI

3.1. ARAŞTIRMADA YER ALAN GAZETELERE İLİŞKİN GENEL BULGULAR

Araştırma konusunu oluşturan Avrupa Birliği'ne ilişkin 1999-2005 yılları arasında belirlenen -*Cumhuriyet*, *Hürriyet*, *Zaman*- gazetelerinin Pazartesi günlerine ilişkin **1045 gazete nüshasında Avrupa Birliği konusuna ilişkin 1228 iddia**⁵⁸ saptanmıştır. Gazete haberleri tek bir iddiadan yola çıkılarak haberleştirildiğinden iddia sayısı ile haber sayısı birbiriyle örtüşmektedir. Haber makalelerinde tek bir iddiaya yer verildiği, karşıt aktör⁵⁹ isim olarak yer alsa da iddiasına aynı haber makalesi içinde yer verilmediği gözlenmiştir.

Araştırma kapsamında gazetelerin Avrupa Birliği'ne ilişkin haberlerinin genel özellikleri belirlendiği gibi farklı ideolojik eğilimleri temsil ettiği için seçilen üç gazetenin belirlenen değişkenler ışığında, birbirinden farklı bir Avrupa Birliği haber temsili ile okuyucuya seslenip seslenmediği de analiz edilmiştir.

Araştırma soruları yardımıyla kurulan hipotezlere cevap verebilmek amacıyla gerçekleştirilen istatistiki testler yoluyla verilerin hipotezleri destekleyip desteklemediği irdelenmiştir:

Araştırma Ana sorusu : *Türkiye’de medyada yer alan Avrupa Birliği’ne ilişkin haberler NASIL ele alınmıştır? Kamusal alana ilişkin kuramlar ışığında Türkiye medyasının Avrupalılaşmasından söz edilebilir mi?*

⁵⁸ Analizde ‘iddia’ haberin içinde özne aktörün, destek veya karşıt aktörün yönelttiği bir sav, ileri sürülen düşüncedir. İngilizce karşılığı ‘*claim*’ dir. EUROPUB projesi çerçevesinde gerçekleştirilen iddia analizinde haber makalelerinde birden fazla iddia kodlandığından haber sayısı ile iddia sayısı değişmektedir. Türkiye’de ise incelenen haber makalelerinde birden fazla iddiaya yer verilmediği saptanmıştır. Bu nedenle iddia sayısı ile haber sayısı birbiriyle örtüştüğünden eşit olarak yer almaktadır.

⁵⁹ Karşıt aktör olarak kodlanan aktör, haberdeki ana iddia sahibinin iddiasına karşıt iddiada bulunan aktördür. Araştırma kapsamında karşıt aktörlerin haberde daha az sıklıkla yer aldığı, öne sürdükleri karşıt iddiaya ayrıntılı olarak yer verilmediği bulgulanmıştır.

Araştırma hipotezi: Araştırmada yer alan gazetelerdeki haber dağılımı, manşetin içeriği, haberin ilk sayfada yer alması, haberin bulunduğu bölüm, büyüklüğü gibi veriler bakımından incelenerek bazı özellikler ortaya konabileceği varsayılmaktadır. Türkiye medyasının Avrupalılaşmasından söz edilebileceği savlanmaktadır. Hipotezi sınamak amacıyla çeşitli değişkenler ele alınarak AB haberlerinin Türkiye medyasındaki temsiline ilişkin özellikler ortaya konmaya çalışılmaktadır. Değişkenlere ilişkin çapraz tablolar ile sonuçlar analiz edilmektedir.

Tablo 2: Araştırmada Yer Alan Gazetelere Göre Haber Dağılımı

Gazete adı	Sayı	Yüzde
Hürriyet	320	26,1
Cumhuriyet	482	39,3
Zaman	426	34,7
Toplam	1228	100,0

İddianın ve aynı zamanda *haberlerin gazetelere göre dağılımını* gösteren Tablo 2'ye göre, AB haberlerinin en yüksek oranda Cumhuriyet Gazetesi'nde yer aldığı saptanmıştır. Araştırma kapsamında Avrupa Birliği'ne ilişkin 482 haber (% 39.3) Cumhuriyet gazetesinde yer alırken, Zaman gazetesinde 426 haber (% 34.7) saptanmıştır. En az sayıda haber Hürriyet gazetesinde yer alan 320 haber (% 26.1) dir.

Gazeteler ile manşetlerin içeriğinin olumlu veya olumsuz olarak kodlanması arasındaki ilişki incelendiğinde Ki Kare testi sonucunda anlamlı bir ilişkinin varlığından söz edilebilmektedir.

Tablo 3: Gazete Adına Göre Haber Manşet İçeriği

Manşetin içeriği	Gazete adı						Toplam	
	Hürriyet		Cumhuriyet		Zaman			
	N	%	N	%	N	%	N	%
Manşet olumlu	140	43,8	160	33,2	174	40,8	474	38,6
Manşet olumsuz	120	37,5	226	46,9	164	38,5	510	41,5
Manşet nötr	60	18,8	96	19,9	88	20,7	244	19,9
Toplam	320	100,0	482	100,0	426	100,0	1228	100,0

Ki Kare testi	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	12,265 ^a	4	,015
Likelihood Ratio	12,280	4	,015
Linear-by-Linear Association	,474	1	,491
N of Valid Cases	1228		
a. 0 cells (,0) have expected count less than 5. The minimum expected count is 63,58.			

Ho: Gazete adı ve manşetin içeriği arasında bir ilişki yoktur.

Ha: Gazete adı ve manşetin içeriği arasında bir ilişki vardır.

Yukarıdaki analiz sonucunda da görüldüğü üzere $0.015 < 0.05$ olduğundan, Ho hipotezi reddedilir. Örneklem açısından gazete adı ile manşetin içeriği arasında anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Hürriyet gazetesinde 1999-2005 yılları arasında AB haberlerinde % 43.8 olumlu, % 37.5 olumsuz haber yer alırken, Cumhuriyet gazetesinde olumsuz haber oranı % 46.9 ile daha yüksektir. Zaman gazetesinde ise olumlu (% 40.8) ve olumsuz (% 38.5) haber oranı birbirine daha yakındır. Nötr haber açısından üç gazetede de birbirine yakın oranlarda haber kodlanmıştır (Hürriyet % 18.8, Cumhuriyet % 19.9, Zaman % 20.7).

Araştırmada ele alınan bir diğer değişken de *gazetenin ilk sayfası* olarak karşımıza çıkmaktadır. Yazılı basın açısından önemli haberlerin *bulunduğu yer, kullanılan punto*, haberin önemine ilişkin bir göstergedir. Haberin gazetenin ilk sayfasında yer alması, manşetten verilmesi, sayfada ilk göze çarpan yere yerleştirilmesi, habere verilen önemin belirleyicilerindendir.

Tablo 4: Gazete Adına Göre İlk Sayfada Yer Alan Haber İlişkisi

Haber ilk sayfada mı?	Gazete adı						Toplam	
	Hürriyet		Cumhuriyet		Zaman			
	N	%	N	%	N	%	N	%
Evet	74	23,1	150	31,1	86	20,2	310	25,2
Hayır	246	76,9	332	68,9	340	79,8	918	74,8
Toplam	320	100,0	482	100,0	426	100,0	1228	100,0

İnceleme sonucunda Avrupa Birliği'ne ilişkin haberlerin 310'u ilk sayfada yer almıştır (% 25). *Haberin ilk sayfada bulunması ile seçilen gazeteler arası* anlamlı bir ilişki saptanamamış olsa da, Cumhuriyet gazetesi diğer iki gazeteye göre % 31.1 oranında AB haberlerini ilk sayfaya taşıırken, onu % 23.1 ile Hürriyet Gazetesi izlemiş ve en az ilk sayfa AB haberine % 20.2 oranıyla Zaman gazetesi yer vermiştir. AB'ye ilişkin 918 haber ise ilk sayfada yer almamıştır (% 74.8).

Haberin ilk sayfada bulunmasının yanında *gazetede bulunduğu sayfa ve bölüm* de önemli bir veridir ve araştırma değişkenlerindendir. Özellikle *Avrupa Birliği haberlerinin dış politika sayfalarında* yer bulabildiği, Türkiye'nin üye olmak için müzakerelerini sürdürdüğü Birliğe ilişkin haberleri sıklıkla dış haberler sayfasında yer verdiği genel kabul edilen varsayımlardır. *Araştırma bulguları bu genel varsayımı desteklememektedir.*

Tablo 5: AB'ye İlişkin Haberlerin Gazetede Bulunduğu Bölüm

Gazetede bulunduğu bölüm	Sayı	Yüzde
Ulusal/uluslararası karışık haber bölümü	529	43,1
Bölgesel/ yerel gündem bölümü	7	0,6
İş dünyası/ para/ ekonomi/ finans bölümü	208	16,9
Dış politika haberleri bölümü	445	36,2
AB haberleri sayfası	10	0,8
Eğitim, kültür ve diğer sayfalar	15	1,2
Dünya ve Türkiye sayfası	14	1,1
Toplam	1228	100,0

Tablo 5'te görüldüğü gibi haberlerin % 43.1'ini temsil eden 529 haber, uluslararası ve ulusal haberlerin karışık olarak yer aldığı gündem veya politika başlığı ile temsil edilen iç politika haberleri sayfasında yer almıştır. İkinci sırada yer alan dış ülke haberleri sayfalarında Avrupa Birliği'ne ilişkin 445 haber (% 36.2) yer almıştır. Üçüncü sırada, 208 haberle (%16.9) ekonomi ve finans sayfasında AB haberlerine yer verildiği saptanmıştır.

Tablo 6: Haberin Gazetede Bulunduğu Bölüme Göre Manşetin İçeriği

Gazetede bulunduğu bölüm		Manşetin içeriği			Toplam
		Manşet olumlu	Manşet olumsuz	Manşet nötr	
Ulusal/uluslararası karışık haber bölümü	N	175	256	98	529
	%	33,1	48,4	18,5	100,0
Bölgesel/ yerel gündem bölümü	N	5	2	0	7
	%	71,4	28,6	,0	100,0
İş dünyası/ para/ ekonomi/ finans bölümü	N	118	55	35	208
	%	56,7	26,4	16,8	100,0
Dış ülke haberleri bölümü	N	161	181	103	445
	%	36,2	40,7	23,1	100,0
AB haberleri sayfası	N	1	8	1	10
	%	10,0	80,0	10,0	100,0
Eğitim, kültür ve diğer sayfalar	N	7	3	5	15
	%	46,7	20,0	33,3	100,0
Dünya ve Türkiye sayfası	N	7	5	2	14
	%	50,0	35,7	14,3	100,0
Toplam	N	474	510	244	1228
	%	38,6	41,5	19,9	100,0

Diğer bir bulgu ise dönemsel olaylara bağlı olarak Dünya-Türkiye başlıklı bölümünün yanısıra AB haberleri adı altında sayfa ayrılarak gazetede AB haberlerine ayrı bir bölümde yer verilmiştir. Toplam 10 (% 0.8) AB haberi, AB haberleri sayfası olarak ayrı bir sayfada okuyucuya sunulmuştur. En az haber, yerel haberlere ilişkin sayfalarda 7 AB haberi ile temsil edilmiştir (% 0.6). Konu, değerlendirmeler başlığı

altında ele alınmaktadır. Bu analiz sonucu AB haberlerinin çok az oranda yerel haber sayfalarında yer bulabildiğini göstermektedir. AB haberleri yerelleştirilememektedir.⁶⁰

İnceleme çerçevesinde, *haberlin gazetede bulunduğu bölüm ile manşetin içeriği* arasındaki ilgiye odaklanıldığında (Tablo 6) ulusal haberlerin bulunduğu bölümdeki AB haberleri % 48.4'e yakın oranda olumsuz manşetlerle yer alırken, bu durum dış ülke haberlerine ait sayfalarda % 40.7 oranında sürmektedir. Ekonomi sayfalarında ise AB haberlerinin % 56.7 gibi yüksek oranda olumlu haber manşetleriyle yer aldığı saptanmıştır. Eğitim, kültür gibi sayfalar ile Dünya ve Türkiye bölümlerinde yüksek oranda AB haberi olumlu manşetlerle yansıtılırken, AB sayfasında % 80 oranında olumsuz habere yer verildiği saptanmıştır. Bu bulgunun diğer bir nedeni de AB haberlerine ilişkin sayfaların 2005 yılından itibaren üyelik müzakerelerine başlanmasıyla birlikte gazetelerde yer almasıdır. 2005 yılından itibaren sürecin politikleştiği de göz önüne alınırsa AB'ye ayrılan sayfalardaki yüksek orandaki olumsuz haberin bir rastlantı olmadığı anlaşılabacaktır.

Araştırma kapsamında *haberlin türü* de değişkenler arasındadır. AB haberleri, haber makalesi, arkaplan haberi veya mülakat değişkenleri altında kodlanmıştır. Araştırmanın inceleme alanı gazetelerdeki haberler olsa da haberlerin bir kısmının mülakatlar veya olayın tarihsel gelişimine yer veren arkaplan haberleri olarak da gazetelerde yer bulabildiğinden bu ayrım yapılmıştır.

⁶⁰ Yerelleşme; AB- Türkiye ilişkilerinin gazetelerin yerel haberlere ayrılan sayfalarında yer alması, çeşitli aktör grupları tarafından tartışılması, ulusal ve dış politika haber bölümlerindeki kadar yerel haberlere ayrılan sayfalarda da görünür olmasını ifade etmektedir.

Tablo 7: Gazetelerde Yer Alan AB'ye İlişkin Haberlerin Türü

Haberin türü	Haber Sayı	Yüzde
Haber makalesi	959	78,1
Arkaplan haberi (gazeteciden habere ilişkin aktarımı)	233	19,0
Mülakat	36	2,9
Toplam	1228	100,0

AB haberlerinin % 78.1 oranında (959) haber makalesi olarak gazetelerde yer aldığı saptanmıştır. İkinci sırada, gazetecilerin arkaplan haberi olarak Avrupa Birliği'ne ilişkin okuyucunun bilgisini arttırmak amacıyla % 19 oranında (233) AB haberini sayfalara taşıdığı gözlenmiştir. Mülakat, gazetelerde en az tercih edilen, % 2.9 oranında (36) temsil edilen yazı türüdür.

Avrupa Birliği ile Türkiye ilişkilerinin haber makalelerine yansıması, yıllara göre de farklılık göstermektedir. Bu nedenle *haber*in yılı da değişken olarak kodlanarak bu ilişki incelenmiştir.

Tablo 8: Gazete Yayın Tarihine Göre Manşet İçeriği

Gazete yayın tarihi	Manşetin içeriği			Toplam	
	Manşet olumlu	Manşet olumsuz	Manşet nötr		
1999	N	17	12	15	44
	%	38,6	41,5	19,9	100,0
2000	N	67	90	47	204
	%	32,8	44,1	23,0	100,0
2001	N	57	76	32	165
	%	34,5	46,1	19,4	100,0
2002	N	88	87	65	240
	%	36,7	36,3	27,1	100,0
2003	N	48	32	17	97
	%	49,5	33,0	17,5	100,0
2004	N	110	93	37	240
	%	45,8	38,8	15,4	100,0
2005	N	87	120	31	238
	%	36,6	50,4	13,0	100,0
Toplam	N	474	510	244	1228
	%	38,6	27,3	34,1	100,0

Ki Kare testi	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	40,852 ^a	12	,000
Likelihood Ratio	40,239	12	,000
Linear-by-Linear Association	,966	1	,326
N of Valid Cases	1228		
a. 0 cells (,0) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,74.			

Ho: Gazete yayın tarihi ile manşetin içeriği arasında bir ilişki yoktur.

Ha: Gazete yayın tarihi ile manşetin içeriği arasında bir ilişki vardır.

Tablo 8'e bağılı olarak: $0.000 < 0.05$ olduğundan, H_0 hipotezi reddedilir. Analiz sonucunda gazete yayın tarihi ile manşetin içeriği arasında bir ilişkinin varlığı iddia edilebilmektedir. Yıllara göre olumlu haberler 1999-2004 yılları arasında görece artarken veya aynı seviyedeysen, 2005 yılında olumsuz haberlerde ani bir artış, olumlu haberlerde azalma gözlenmektedir. Toplam haber manşetlerinde yine olumsuz habere göre olumlu haber oranının daha yüksek olduğu görülmektedir.

Elde edilen verilere göre (Tablo 8), Avrupa Birliği'ne adaylığın kabulünün gerçekleştiği AB Helsinki Zirvesi'nin düzenlendiği 1999 Aralık ayında toplam 44 habere yer verilerek, 2003 yılındaki tüm aylarda medyada yer alan haberlerin yarısı kadar konuya ilişkin haberin gazetede yer aldığı saptanmıştır. 1999 yılı Aralık ayından itibaren Avrupa Birliği haberleri yüksek oranda haberleştirilmiştir. AB haberleri açısından 2001 ve 2002 yıllarında toplam 405 haberle (% 32.9) konunun medyada artan temsiliyeti söz konusudur. 2004 ve 2005 yıllarında ise 478 haberle (% 38.9) daha yüksek oranda haber temsiliyeti gözlenmiştir. 2004 ve 2005 yılları AB-Türkiye ilişkilerinde Helsinki Zirvesi'nin ardından adaylığın kabulü ile başlayan sürecin 2004 Brüksel Zirvesi ile 3 Ekim 2005 tarihinde Türkiye ile üyelik müzakerelerine başlama kararı alınması da artan haber oranını açıklayabilecek sıcak gelişmelerdir.

Haberlerin yıllara göre temsiline yanında, **yıllara göre olumlu ve olumsuz haber dağılımını** da incelemek gerekmektedir. Tablo 8 verilerine göre; 1999 yılında haber ve iddia oranında olumsuz manşet kullanımı, analize yılın sadece yoğun son üç ayı dahil edildiğinden 2000 yılına göre daha düşüktür. Türkiye'nin adaylığın onaylanmasının ardından iddia oranında artış yaşanmaktadır. Olumsuz manşet oranı, 1999 ve 2000 yıllarında benzer oranlardadır. 2000 ve 2001 yıllarında olumsuz manşet oranlarında düzenli bir artış söz konusudur. 2002 yılında ise olumlu, olumsuz ve nötr iddiaların birbirine yakın oranda olduğu görülmektedir. 2004 yılında haberleştirilen % 45.8 olumlu manşet medyada yer alırken, 2005 yılında olumlu manşette % 10'a yakın bir azalma (% 36.6) diğer yandan olumsuz manşette % 10'un üzerinde bir artış söz konusudur (% 50.4). Yine bu bulgunun nedeni üyelik müzakerelerinin politikleşmesi ve üyeliğe ilişkin gelişmelerin ülke siyasetine karışılıyormuş izlenimi yaratmasıyla haber

dilinin daha olumsuzlaşmasıdır. Haber çatışma üzerine daha kolaylıkla kurulduğundan biz ve onlar çatışması gazeteci açısından daha kolay habere dönüşebilecek veri olmuştur.

Araştırma kapsamında incelenen değişkenlerden olan, haberin gazete sayfasında kapladığı yer, yani ölçüsü de medyanın habere verdiği önemle ilişkili bir veridir. Sütun-santim hesabı yerine daha basit bir yöntemle ölçülen haberler, ölçüm sonucuna göre kodlanmıştır.⁶¹ Haberin sayfada kapladığı yerin büyüklüğüne göre, **büyük, orta ve küçük ölçekli haber** olarak nitelendirilerek yapılan bir sınıflamadır ve haberin kapladığı yeri göstermesi bakımından tercih edilen bir yöntemdir (Toker, 2004).

Tablo 9: Gazetelerde Yer Alan AB’ye İlişkin Haberlerin Büyüklüğü

Haberin büyüklüğü	Sayı	Yüzde
Manşet- ilk sayfa- büyük	126	10,3
Manşet- iç sayfa- büyük	345	28,1
Büyük	319	26,0
Orta	341	27,8
Küçük	97	7,9
Toplam	1228	100,0

Analiz sonucunda belirlenen haber büyüklüklerine göre yapılan sınıflamada, Avrupa Birliği’ne ilişkin % 28.1 oranında haber iç sayfada ve manşetten verilmiştir, bu nedenle ‘büyük ölçekli haber’ olarak kodlanmıştır. Analize göre, ‘büyük ölçekli haberler’, iç sayfa manşet haberlerini izlemektedir ve % 26 temsille, 319 haber gazetede ‘büyük haber’ olarak kodlanmıştır. En az tercih edilen haberler, sayfada çeyrek sayfa veya daha az yer kaplayan ‘küçük ölçekli haber’ olarak kodlanan haberlerdir. ‘Küçük haberler’, 97 haberle % 7.9 oranında gazetelerde yer bulabilmektedir, medyada daha az görünür durumdadır.

⁶¹ Araştırmaya dahil edilen gazetelerdeki manşetten verilen haberler, gazete sayfasında yarım sayfa veya daha büyük yer kaplayan haberler ‘büyük ölçekli haber’; yarım sayfadan küçük haberler, ‘orta büyüklükte haber’; sayfanın dörtte üçünden küçük haberler ise ‘küçük ölçekli haber’ olarak kodlanmıştır.

Haberin büyüklüğüne ilişkin elde edilen verilerle bu haberlerin hangi gazetelerde yer aldığı da araştırmaya derinlik katacağından Tablo 10’da ele alınmıştır.

Tablo 10: Gazete Adına Göre Haberın Büyüklüğü

Haberin büyüklüğü	Gazete adı						Toplam	
	Hürriyet		Cumhuriyet		Zaman			
	N	%	N	%	N	%	N	%
Manşet- ilk sayfa- büyük	36	11,3	53	11,0	37	8,7	126	10,3
Manşet- iç sayfa- büyük	119	37,2	90	18,7	136	31,9	345	28,1
Büyük	60	18,8	158	32,8	101	23,7	319	26,0
Orta	80	25,0	144	29,9	117	27,5	341	27,8
Küçük	25	7,8	37	7,7	35	8,2	97	7,9
Toplam	320	100,0	482	100,0	426	100,0	1228	100,0

Ki Kare testi	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	46,084 ^a	8	,000
Likelihood Ratio	47,285	8	,000
Linear-by-Linear Association	1,987	1	,159
N of Valid Cases	1228		
a. 0 cells (,0) have expected count less than 5. The minimum expected count is 25,28.			

Ho: Gazete adı ile haberin büyüklüğü arasında bir ilişki yoktur.

Ha: Gazete adı ile haberin büyüklüğü arasında bir ilişki vardır.

Analize göre, Tablo 10’a ait Ki Kare testi verilerinin bulguları $0.000 < 0.05$ olduğundan, Ho hipotezi reddedilir. Böylece gazete adı ile haberin büyüklüğü arasında örneklem açısından anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Bu bağlamda, Hürriyet gazetesi hem iç sayfa hem de ilk sayfa manşetlerinde AB haberlerine daha sıklıkla yer verirken,

Cumhuriyet büyük ölçekli haberleri daha yüksek oranda sayfalarına yansıtmakta, Zaman gazetesi de yüksek oranda iç manşet sayfalarında AB haberlerine yer vermektedir. Orta ve küçük ölçekli haberlerin her üç gazete açısından da kullanımı birbirine yakındır.

Haberin büyüklüğü ile manşetin içeriğine ilişkin veri analizi (Tablo 11) daha ayrıntılı açıklama yapmayı sağlamaktadır.

Tablo 11: Haber Büyüklüğüne Göre Manşetin İçeriği

Haberin büyüklüğü		Manşetin içeriği			Toplam
		Manşet olumlu	Manşet olumsuz	Manşet nötr	
Manşet- ilk sayfa- büyük	N	43	63	20	126
	%	34,1	50,0	15,9	100,0
Manşet- iç sayfa- büyük	N	137	145	63	345
	%	39,7	42,0	18,3	100,0
Büyük	N	113	139	67	319
	%	35,4	43,6	21,0	100,0
Orta	N	143	130	68	341
	%	41,9	38,1	19,9	100,0
Küçük	N	38	33	26	97
	%	39,2	34,0	26,8	100,0
Toplam	N	474	510	244	1228
	%	38,6	41,5	19,9	100,0

Ki Kare testi	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11,394 ^a	8	,180
Likelihood Ratio	11,242	8	,188
Linear-by-Linear Association	,102	1	,750
N of Valid Cases	1228		
a. 0 cells (,0) have expected count less than 5. The minimum expected count is 19,27.			

Ho: Haberin büyüklüğü ile manşetin içeriği arasında bir ilişki yoktur.

Ha: Haberin büyüklüğü ile manşetin içeriği arasında bir ilişki vardır.

Tablo11 verilerine ilişkin Ki Kare testine göre $0.180 > 0.05$ olduğundan, H_0 hipotezi reddedilemez. Haberin büyüklüğü ile manşetin içeriği arasında anlamlı bir ilişki yoktur. Her ne kadar istatistiki veriler anlamlı bir ilişki bulamasa da olumsuz haberlerin, büyük ölçekli haberlerde, ilk sayfa ve iç sayfa manşetlerinde, olumlu habere göre daha fazla tercih edildiği saptanmıştır. Diğer yandan, orta veya küçük ölçekli haber manşetlerinde, sıklıkla olumlu haber başlığının kullanıldığı belirlenmiştir.

3.2. HABERİN KAYNAĞINA VE HABER FOTOĞRAFINA İLİŞKİN GENEL BULGULAR

Avrupa Birliği'ne ilişkin haberlerde ele alınan genel bulguları derinleştiren bir diğer değişken de ele alınan haberdeki gazeteci imzasının diğer bir deyişle gazetecinin adının bulunup bulunmamasıdır. AB'ye ilişkin *haberlerin kaynağı*, yani haberlerin sayfada gazeteci adı ile yer alıp almadığı, yabancı gazetelerden çeviriler yapılarak sıklıkla haberleştirilip haberleştirilemediği habere verilen önemin belirleyicisidir.

Tablo 12: Gazete Adına Göre Haberin Kaynağı

Haberin kaynağı	Gazete adı						Toplam	
	Hürriyet		Cumhuriyet		Zaman			
	N	%	N	%	N	%	N	%
Gazetenin kendi muhabiri kaynaklı haberler	149	46,6	108	22,4	194	45,5	451	36,7
Ulusal muhabir/editör kaynaklı haberler	5	1,6	9	1,9	1	,2	15	1,2
Ulusal haber ajansı kaynaklı haberler	13	4,1	54	11,2	62	14,6	129	10,5
AB ülkeleri haber ajansı kaynaklı haberler	3	,9	5	1,0	6	1,4	14	1,1
AB dışı diğer ulusal haber ajansı kaynaklı haberler	3	,9	3	,6	1	,2	7	,6
Diğer kaynaklar	2	,6	9	1,9	0	,0	11	,9
Dış ülke gazetelerinden çeviri yoluyla verilen haberler	49	15,3	62	12,9	39	9,2	150	12,2
Kaynak belirtilmez	96	30,0	232	48,1	123	28,9	451	36,7
Toplam	320	100,0	482	100,0	426	100,0	1228	100,0

Araştırma kapsamında yapılan analizde, toplam 451 haberde (% 36.7) gazeteci imzası bulunmaz veya haberin dayandığı kaynak belirtilmezken, aynı sayıda 451 haber, (% 36.7) ulusal bir muhabirin imzasıyla gazetede yer almaktadır. Toplam 150 haberde (%12.2) dış ülke basınından yapılan çevirilere yer verilmiştir. Özellikle Cumhuriyet gazetesinde % 48.1 oranda AB'ye ilişkin haberde kaynağın belirtilmemesi yani her iki haberden birinin kaynağa yer verilmeden okuyucuya sunulması haberin özel haber olmamasından ajanslardan alınmasından kaynaklanmakta ve diğer gazetelere göre haberin daha önemsizleştirildiğinin bir göstergesidir.

Gazetelere göre *AB haberlerinin uluslararasılaşmasına* ilişkin verileri yansıtan Tablo 12'de görüldüğü gibi, Hürriyet gazetesi AB haberlerini yansıtırken % 46.6 oranında kendi muhabiri ile haberleştirmekte, sadece % 15.3 oranındaki haberde dış ülke basınıni takip etmekte; Cumhuriyet gazetesi AB haberlerini % 22.4 oranında kendi muhabirinin imzasıyla haberleştirirken, % 12.9 oranında dış ülke basınından yapılan çevirilere yer vermektedir. Zaman gazetesi % 45.5 oranında haberde kendi muhabirlerinin imzasını tercih ederken, % 9.2 oranda dış basından alıntı yapmakta, % 14.6 oranında ulusal haber ajanslarını referans almaktadır.

Gazetelerdeki haberlerin *yayın tarihi ile gösterilen kaynak arasındaki ilişki* de inceleme açısından önem taşımaktadır. Yıllara göre haber kaynağında görülen değişim analize ışık tutacaktır.

Tablo 13: Yayın Tarihine Göre Haberin Kaynağı

Haberin kaynağı	Gazete yayın tarihi														Toplam	
	2000		2001		2002		2003		2004		2005		1999			
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Gazetenin kendi muhabiri	74	36	65	39,4	100	41	32	33,0	79	32,9	89	37,4	12	27,3	451	36,7
Ulusal muhabir/editör	0	,0	0	,0	1	,4	3	3,1	2	,8	4	1,7	5	11,4	15	1,2
Ulusal haber ajansı	2	1,0	6	3,6	22	9,2	24	24,7	33	13,8	35	14,7	7	15,9	129	10,5
AB ülkeleri haber ajansı	4	2,0	1	,6	1	,4	1	1,0	3	1,3	2	,8	2	4,5	14	1,1
AB dışı diğer ulusal haber aj.	2	1,0	0	,0	2	,8	0	,0	0	,0	1	,4	2	4,5	7	,6
Diğer kaynaklar	0	,0	0	,0	7	2,9	1	1,0	1	,4	2	,8	0	,0	11	,9
Dış ülke gazet. Çeviri	14	6,9	13	7,9	23	9,6	9	9,3	50	20,8	35	14,7	6	13,6	150	12,2
Kaynak belirtilmez	108	52,9	80	48,5	84	35,0	27	27,8	72	30,0	70	29,4	10	22,7	451	36,7
Toplam	204	100	1	65	240	100	97	100	240	100	238	100	44	100	1228	100

Tablo 13, artan oranda haberlerin dış ülke gazete kaynaklarını referans gösterdiğinin verilerini yansıtmaktadır. Özellikle 2004 (% 20.8) ve 2005 (%14.7) yıllarındaki yüksek oranda dış ülke basınından yapılan çeviri yoluyla haberleştirme araştırma sonucu açısından anlamlıdır. Yıllara göre incelendiğinde haberlerin düzenli şekilde ulusal muhabirlerin imzası ile gazetede yer verilmesi ve bu oranın en düşük % 27.3 ve en yüksek % 41 oranında temsil edilmesi, ulusal muhabirin AB haberlerindeki önemine işaret etmektedir.

Bir diğerk değişken olan *haber fotoğrafları* da haberin tamamlayıcısıdır. Gazetelerdeki haberler fotoğrafla birlikte verildiğinde haberin görünürlüğü artmakta ve ilgi çekmektedir.

Tablo 14: AB Haberlerinde Fotoğraf Dağılımı

Haber fotoğrafı	Sayı	Yüzde
Yok	743	60,5
Var	461	37,5
Fotoğraftaki aktör belirtilmez	24	2,0
Toplam	1228	100,0

AB'ye ilişkin haberlerin % 60.5'ini oluşturan 743 haberde fotoğraf bulunmadığı saptanmıştır. Diğerk yandan, 461 haber makalesini oluşturan % 37.5 haberin fotoğrafı bulunmaktadır.

Haberin fotoğrafının olup olmadığı verisinin ardından *fotoğraftaki aktör* de görünürlük açısından belirleyici bir veridir. Haberlerin sadece % 37.5'inde fotoğraf bulunduğu saptamasının ardından fotoğraflardaki aktörler daha da önem kazanmaktadır.

Tablo 15: AB Haberlerinin Fotoğraflarındaki Aktörler

Fotoğraftaki aktör	Sayı	Yüzde
Aktör belirsiz ya da yok	764	62,2
Ulusal aktör	250	20,4
AB aktörü	50	4,1
Ulusal ve AB aktörü birarada	47	3,8
Avrupalı aktörler	88	7,2
Uluslararası aktörler	29	2,4
Toplam	1228	100,0

Sadece 50 haberde AB aktörünün fotoğrafının bulunması (% 4.1) diğer 47 haberde de AB aktörü ile ulusal aktörün bir arada olması, toplamda 97 haber fotoğrafında (% 7.9) AB aktörlerinin görünürlüğüne işaret etmektedir (Tablo 15). Haberlerin % 62.2'sinde (764) fotoğraf bulunmamakta % 20.4'ünde (250) haberler ulusal aktörlerin fotoğrafları ile resmedilmektedir. Türkiye yazılı basınında, AB konusunda fotoğraflar üzerinden yapılan analizde en az görünürlük 29 haber fotoğrafıyla (% 2.4) uluslararası aktörlere aittir.

Tablo 16: Haber Fotoğrafına Göre Aktörler

Fotoğraftaki aktör	Haberin fotoğrafı						Toplam	
	Yok		Var		Belirsiz			
	N	%	N	%	N	%	N	%
Aktör belirsiz ya da yok	737	99,2	4	,9	23	95,8	764	62,2
Ulusal aktör	5	,7	244	52,9	1	4,2	250	20,4
AB aktörü	0	,0	50	10,8	0	,0	50	4,1
Ulusal ve AB aktörü bir arada	0	,0	47	10,2	0	,0	47	3,8
Avrupalı aktörler	1	,1	87	18,9	0	,0	88	7,2
Uluslararası aktörler	0	,0	29	6,3	0	,0	29	2,4
Toplam	743	100,0	461	100,0	24	100,0	1228	100,0

Analize ait Tablo 16'ya göre, fotoğraflardaki aktörlerden yarısından fazlası ulusal aktördür (% 20.4). AB aktörü ile birarada göründükleri oran da eklendiğinde % 63.2 ulusal aktör ile AB haberleri ilişkilendirilmektedir. Avrupalı aktörlerin görünürlüğü AB aktöründen % 8.1 oranında fazladır. Avrupalı aktörler ise AB'ye ilişkin konularda tek başına % 18.9'ye yakın görünürlüğe sahiptir.

Fotoğrafların tamamladığı haber manşetinin içeriği yani olumlu veya olumsuz bir iddia ile yer alıp almadığı asıl önemli noktadır. Fotoğraf karesinin hemen yanındaki manşetin olumsuz bir dille kaleme alınması okuyucu için fotoğrafın da olumsuzlanması anlamına gelecektir bu nedenle manşetinin içeriği önemli bir veridir. Haber fotoğrafı ile

manşetin içeriği arasındaki ilişki Ki Kare testi ile anlamlılık ilişkisi açısından incelenmiştir.

Tablo 17: Haber Fotoğrafındaki Aktöre Göre Manşetin İçeriği

Fotoğraftaki aktör		Manşetin içeriği			Toplam
		Manşet olumlu	Manşet olumsuz	Manşet nötr	
Aktör belirsiz yada yok	N	279	330	155	764
	%	36,5	43,2	20,3	100,0
Ulusal aktör	N	84	114	52	250
	%	33,6	45,6	20,8	100,0
AB aktörü	N	19	24	7	50
	%	38,0	48,0	14,0	100,0
Ulusal ve AB aktörü bir arada	N	22	14	11	47
	%	46,8	29,8	23,4	100,0
Avrupalı aktörler	N	51	23	14	88
	%	58,0	26,1	15,9	100,0
Uluslararası aktörler	N	19	5	5	29
	%	65,5	17,2	17,2	100,0
Toplam	N	474	510	244	1228
	%	38,6	41,5	19,9	100,0

Ki Kare testi	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	32,131 ^a	10	,000
Likelihood Ratio	32,263	10	,000
Linear-by-Linear Association	12,228	1	,000
N of Valid Cases	1228		
a. 0 cells (,0) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,76.			

Ho: Fotoğraftaki aktör ile manşetin içeriği arasında bir ilişki yoktur.

Ha: Fotoğraftaki aktör ile manşetin içeriği arasında bir ilişki vardır.

Yukarıda haber fotoğrafındaki aktör ile manşetin içeriği arasındaki ilişkiyi yansıtan çapraz tablo ve Ki Kare testi sonuçlarına göre $0.000 < 0.05$, Ho hipotezi reddedilir, fotoğraftaki aktör ile manşetin içeriği arasında anlamlı bir ilişki araştırmadaki

örneklem açısından mevcuttur. Test sonucuna göre fotoğraftaki aktör, manşetin olumlu veya olumsuz olmasının belirleyicisidir.

Fotoğraftaki ulusal aktörler gibi AB aktörleri de olumsuz haber manşetlerinde daha yüksek oranda yer almaktadır. Toplamda daha düşük görünürlüğe sahip AB aktörleri, ulusal aktörden daha yüksek oranda (% 2.4 daha fazla) olumsuz haber manşetiyle birlikte gazetelerde yer almaktadır. Avrupalı aktörler ise % 58 oranda olumlu haber manşetleriyle ilişkilendirilmektedir. Sadece AB aktörlerinin fotoğraflarının olumlu manşetlerle birarada görüldüğü haber sayısı (19 haber) ile uluslararası aktör fotoğraflarıyla verilen haber sayısı birbirine eşittir. Bulguya göre AB aktörlerinin fotoğraflarının olumlu haberler manşetleriyle bir arada verildiği haber sayısı sınırlıdır. Avrupa Birliği ile Türkiye ilişkilerinin merkezi aktörlerinden olan AB aktörlerinin fotoğraflarının olumlu haber manşetleriyle birarada bulunmasının oranının, AB konusunda olumlu açıklama yapan uluslararası aktör fotoğraflarının oranına eşit olması şaşırtıcıdır. Sürecin merkezi aktörleri ile sürecin ancak en arkadaki halkasını oluşturan aktörlerin aynı sayıda olumlu AB haberinde fotoğraflarının bulunması Avrupa Birliği'nin medyaya yönelik iletişim politikalarını gözden geçirmesi gerektiğinin bir işaretidir.

3.3. AVRUPA BİRLİĞİ'NE İLİŞKİN HABERLERİN KONU ALANLARI VE MANŞETLERİ

Gazetelerden elde edilen *haberlerin konusu* olarak önceden belirlenen-müzakere başlıkları, Kopenhag kriterleri, göç, demokratikleşme, AB üyeliği, Gümrük Birliği, Avrupa bütünleşmesi, ordu- olarak belirlenen konu alanlarına göre kodlanmıştır.

Tablo 18: Belirlenen Konu Alanların Haberde Yer Alması

Belirlenen ana konular haberde yer alıyor mu?	Sayı	Yüzde
Hayır	285	23,2
Evet	943	76,8
Toplam	1228	100,0

Belirlenen konuların % 76.8'inin haberlerde yer alıyor olmasının ardından ***konu alanlarına*** göre haberlerin dağılımını ilişkilendiren Tablo 19 daha ayrıntılı analiz olanağı sunmaktadır.

Tablo 19: Haberin Konu Alanlarına Göre Dağılımı

Haberin konu alanları	Sayı	Yüzde
Belirtilmemiş	235	19,1
Müzakereler veya müzakere başlıkları	19	1,5
Kopenhag kriterleri	11	0,9
Göç	15	1,2
Demokratikleşme	65	5,3
AB üyeliği/ KOB/ UP/İlerleme Raporları	658	53,6
Gümrük Birliği	25	2,0
Avrupa Bütünleşmesi	152	12,4
Ordu	48	3,9
Toplam	1228	100,0

Araştırma çerçevesinde belirlenen konu alanlarında 943 haber (Tablo 18) saptanmıştır. Analize göre % 76 haber, önceden belirlenen konu alanlarına ilişkin olarak gazete sayfalarında yer almıştır. Belirlenen konu alanlarından yarısından fazlasını (% 53.6) AB üyeliğini konu alan yasal prosedürlerin ve bürokratik konuların oluşturduğu gözlenmiştir. En az işlenen konu ise Kopenhag kriterleri temasıdır (Tablo 19).

Tablo 20: Konu Alanlarına Göre Konuların Gazete Haberlerindeki Varlığı

Haberin konu alanları	Belirlenen ana konular haberde var mı?					
	Hayır		Evet		Toplam	
	N	%	N	%	N	%
Belirtilmemiş	218	76,5	17	1,8	235	19,1
Müzakereler veya Müzakere başlıkları	0	,0	19	2,0	19	1,5
Kopenhag kriterleri	0	,0	11	1,2	11	,9
Göç	0	,0	15	1,6	15	1,2
Demokratikleşme	7	2,5	58	6,2	65	5,3
AB üyeliği/ KOB/ UP	37	13,0	621	65,9	658	53,6
Gümrük Birliği	2	,7	23	2,4	25	2,0
Avrupa Bütünleşmesi	18	6,3	134	14,2	152	12,4
Ordu	3	1,1	45	4,8	48	3,9
Toplam	285	100,0	943	100,0	1228	100,0

Haber makalelerinde önceden saptanan konu alanları yoğunlukla kodlanmışsa da % 76 haberin konu alanı belirtilmemiştir. Haberlerdeki konu alanı olarak Kopenhag kriterleri, demokratikleşme, müzakere başlıkları toplam olarak % 10'un altında yer almıştır. Gümrük Birliği ve bu konuya ilişkin haberler sadece % 2 oranında medyada yer almıştır.

Haberde yer alan iddia, Avrupa Birliği ile ilgili de olsa haberin AB ile ilgisi ana iddia ve yardımcı iddia kodu altında belirlenmiştir.⁶² *Ana iddia, haberin okuyucuya verdiği mesajdır, haberin temasıdır ve araştırmaya ışık tutacak değişkenlerdendir.*

⁶² Haberin ilk 150 satırı göz önüne alınarak AB konusuyla ilişkili olup olmadığı saptanırken, AB haberi olarak görülse de bazı haberlerin Avrupa Birliği konusunu ulusal haberin tamamlayıcı bir parçası olarak ele aldığı saptanmış ve bu haberlerdeki iddialar, yardımcı iddia olarak AB ile ilişkilendirilmiştir. Diğer yandan haberin bütünüyle AB'yi konu alması halinde ana iddianın AB ile ilişkisi kabul edilerek kodlanmıştır.

Tablo 21: Haberdeki Ana İddianın AB İle İlgisi

Haberdeki ana iddianın AB ile ilgisi	Sayı	Yüzde
Hayır	318	25,9
Evet	910	74,1
Toplam	1228	100,0

Haberdeki ana konu araştırma kapsamında önceden belirlenen konu alanlarında olmasa bile, 910 haberin ana iddiası AB konusuyla doğrudan ilişkilidir. Toplam 318 haberde ise AB dolaylı olarak atıfta bulunulan bir konudur.

Tablo 22: Haberdeki Yardımcı İddianın AB İle İlgisi

Haberdeki yardımcı iddianın AB ile ilgisi	Sayı	Yüzde
Yok	868	70,7
AB ile ilgili	360	29,3
Toplam	1228	100,0

Yardımcı iddia olarak kodlanan, ana iddianın yanısıra var olan ikincil iddialardan sadece 360'ı (%29) AB ile ilgilidir, fakat 868 iddiada yani % 70'inden fazla haberde yardımcı iddia bulunmaz (Tablo 22).

Habere konulan başlık- **haber**in manşeti- haberi okumadan önce fikir edinilen oldukça önemli ve görünür kısımdır, aynı zamanda analizin değişkenlerdendir.

Tablo 23: Haber Manşetinin İçeriği

Manşetin içeriği	Sayı	Yüzde
Manşet olumlu	474	38,6
Manşet olumsuz	510	41,5
Manşet nötr	244	19,9
Toplam	1228	100,0

Tablo 23 verilerine göre, olumlu kullanılan manşet ile olumsuz kullanılan manşete ilişkin haber sayısı birbirine yakınsa da gazetelerde yine de 34 olumsuz haber manşeti daha fazla yer bulmuştur. Nötr ve olumsuz manşetler bir araya getirildiğinde 754 haber makalesi, olumsuz veya nötr manşetle gazete sayfalarında yer almaktadır.

Yukarıda Avrupa Birliği’ni konu alan haberlere uygulanan iddia analiz sonuçlarının gazeteler açısından ayırt edici özellikleri ortaya çıkarılmaya, değişkenler çerçevesinde elde edilen analiz sonuçlarının ilk kısmı irdelenmeye çalışılmıştır.

Gazetelere ilişkin genel bulguların ardından ‘Avrupa Birliği’ne İlişkin Aktör Analizi’ başlığı altında, aktörler ve temsiline ilişkin bulgular ele alınarak analiz sonuçları tartışılmaktadır.

3.4. AVRUPA BİRLİĞİ’NE İLİŞKİN AKTÖR ANALİZİ (1999-2005)

Avrupa Birliği’ne ilişkin 1999-2005 yılları arasında *Hürriyet*, *Cumhuriyet* ve *Zaman* gazetelerinde saptanan 1228 haberin analizi ile elde edilen yazılı basına özgü genel verilerin ardından, **haberlerde öne çıkan aktörlere** ilişkin veriler de araştırmanın ana sorusu olan *AB haberlerinin medyada NASIL temsil edildiği ve kamusal alanın Avrupalılaşıma derecesi nasıldır? sorusuna ışık tutulacaktır. Kamusal alana ilişkin kuramlar ışığında Türkiye medyasının Avrupalılaşmasından söz edilebilir mi? sorusuna da cevap aranmaya çalışılacaktır.*

Araştırmanın ana sorusunu ışığında belirlenen ana hipotez ile gazeteler çeşitli değişkenler ışığında önceki başlıklar altında incelenmiştir. Analizin ikinci kısmı, aktörlere yönelik inceleme sonuçlarını konu almakta ve ulusal ve uluslararası karşılaştırmalara ilişkin bulguları değerlendirmektedir. Aktörlere ilişkin araştırma soru ve hipotezlerini birarada görmek bütüncül bir bakış açısı için gereklidir.

Tablo 24: Araştırma Alt Soru ve Hipotezleri

Araştırma alt sorusu 1: <i>Yapılan istatistiki analiz sonucunda Avrupa Birliği'ne ilişkin iddia ve haberlerde nasıl bir aktör ve konu sınıflaması görülmüştür?</i> Alt hipotez 1: Avrupa Birliği'ne ilişkin 1999-2005 yılları arasında destekleyen aktör sayısının, karşıt aktör sayısına göre daha yüksek oranda olduğu savlanmaktadır⁶³.
Araştırma alt sorusu 2: <i>Kamusal alanının bir mecrası olan medyada, Avrupa konularında yerel, bölgesel, ulusal, uluslararası ve ulusötesi aktörler ne sıklıkta ve nasıl bir bakış açısıyla yer almaktadır?</i> Alt hipotez 2: Kamusal alanının bir mecrası olan medyada, Avrupa Birliği'ne ilişkin konularda yerel, bölgesel, ulusal, uluslararası, ulusötesi ve AB aktörlerinin farklı çerçevelerde yer aldığı savlanmaktadır. AB-Türkiye ilişkilerinde incelenen dönem itibarıyla (1999-2005) Avrupa Birliği aktörlerinin de ulusal aktörler kadar sıklıkla medyada yer aldığı iddia edilmektedir.

⁶³ Hipotezin bu şekilde kurgulanmasının nedeni 1999-2002 yıllarında AB-Türkiye ilişkileri açısından daha olumlu hava ve beklentinin haberlere yansıtacağı öngörüsüdür. Diğer yandan özellikle 2004 ve 2005 yıllarında müzakerelere başlanması ile birlikte üyeliğin uzun bir hazırlığı gerektiren bir süreç olduğunun anlaşılması ile yaşanan hayal kırıklığının haberlere ve aktörlere yansıtacağı da gözden kaçırılmamıştır. Halkın AB'ye üye olunacağına olan inancının da kamuoyu yoklamalarında 2004 ve 2005 yıllarında düşüş göstermesinin haber temsiliyle, karşıt aktörlerin ifadelerindeki negatif tonla da beslendiği öngörülmektedir.

Araştırma alt sorusu 3: <i>Türkiye’de medyanın şekillendirdiği kamusal alandaki haberlerde Avrupalılaşma⁶⁴ trendinden söz edilebilir mi?</i> Alt hipotez 3: Türkiye AB ilişkilerinin araştırma kapsamındaki 1999-2005 yılları arasında en yoğun dönemi yaşadığı göz önüne alınırsa yıllara göre düzenli haber artışı beklenmekte, aktörlerin yönelttiği iddialarda da artış olacağı öngörülmektedir.
Araştırma alt sorusu 4: <i>Türkiye kamusal alanında nasıl bir Avrupalılaşma vardır? Türü ve yapısı nasıldır? Yatay veya dikey Avrupalılaşma⁶⁵ söz konusu mudur? Haberlerde hangi aktörler sıklıkla kimleri referans göstermektedir?</i> Alt hipotez 4: AB- Türkiye ilişkilerinin yoğunluğu bakımından araştırmaya dahil edilen 1999-2005 yılları 1963’ten bu yana yaşanan en yoğun dönemdir. Bu tarihsel dönemde medya haberlerindeki aktörlerin arttığı iddia edilmektedir. Türkiye kamusal alanında yatay ve dikey Avrupalılaşmanın yaşandığı varsayılmaktadır. Araştırma kapsamında Türkiye medyasının kamusal alanın bir parçası olarak haberleri aracılığıyla Avrupalılaştığı öne sürülmekte, 1999 yılından itibaren Avrupa Birliği’ne ilişkin haberlerde düzenli olarak artış olduğu varsayılmaktadır.
Araştırma alt sorusu 5: <i>Avrupalı ve/veya yerel aktörler AB ile ilgili belirlenen politika alanları çerçevesinde nasıl yer alıyor? Nasıl değerlendiriyor?</i>

⁶⁴ Avrupalılaşma uluslararası ilişkiler literatüründe kullanılan kuramsal bir çerçevedir. Avrupalılaşma bu araştırma kapsamında yeni bir kuramsal yaklaşım olarak değil, haberleri, aktörleri, bakış açısı ile Türkiye’deki yazılı basının Avrupa Birliği ile ilişkili konuları ele alması, haber sayfalarında yer vermesi, aktörlerini görünür hale getirmesi olarak görülmektedir. Avrupalılaşma kamusal alanda Avrupa Birliği tartışmaları için medyanın gerekli bilgiyi sağlamasıdır.

⁶⁵ Vertikal Avrupalılaşma, (dikey Avrupalılaşma) AB aktörleri veya ulusal aktörlerin haberde referans gösterilmesidir. AB aktörleri veya ulusal aktörlerin ana aktör, karşıt aktör veya destek aktör olarak yer almasıdır. Horizontal Avrupalılaşma (yatay Avrupalılaşma) ise Avrupalı aktörlerin ulusal aktörleri veya ulusal aktörlerin Avrupalı aktörleri referans göstermesi, haberde ana aktör, karşıt veya destek aktör olarak kodlanmasıdır.

Alt hipotez 5: Türkiye’deki ulusal aktörlerin (politik, ekonomik, sivil) AB ile ilişkili haberlerde belirlenen konu alanlarında etkin olarak yer alacağı varsayılmaktadır.

Araştırma alt sorusu 6: *Avrupa bütünleşmesi, Türkiye medyasında nasıl değerlendiriliyor? Genişleme/derinleşme tartışmaları medya tarafından nasıl ele alınıyor?*

Alt hipotez 6: Avrupa bütünleşmesi ve derinleşme tartışmaları Avrupa medyası ve AB ülkelerinde devam etmektedir. Türkiye, aday ülke olarak bu tartışmalardan beslenemediği varsayılmaktadır. Aktörlerin genişleme ve derinleşme tartışmalarına iddialarında yer vermediği, bu tartışmaları referans göstermediği iddia edilmektedir⁶⁶.

Araştırma alt sorusu 7: *Medyadaki AB söyleminin Türkiye’deki politik yelpaze açısından ilişkilendirilmesi ne şekildedir?*

Alt hipotez 7: Medyadaki AB söyleminin Türkiye’deki politik yelpaze açısından sıklıkla olumlu atıfta bulunulan bir konu olduğu varsayılmaktadır⁶⁷.

Araştırma alt sorusu 8: *Bu araştırmadan elde edilen sonuçlar ile Avrupa Birliği ülkelerindeki politik iletişimin düzeyini ölçen EUROPUB araştırma sonuçları arasında bir uyum var mıdır?*

Alt hipotez 8: EUROPUB projesi verileri ile Türkiye kamusal alanına ilişkin veriler arasında benzerlikler ve uyum saptanacağı öngörülmektedir.

⁶⁶ Avrupa’da yaşanan genişleme ve derinleşme tartışmalarına, Türkiye’deki akademik, politik ve ekonomik elitlerin (karar verici elitlerin) bu tartışmaların entelektüel boyutuna yeterince katılmadığı bu nedenle Türkiye’nin de bu tartışmalardan beslenemediği varsayılmaktadır.

⁶⁷ Politik yelpazeyi temsil eden siyasi partilerin çok küçük bir kesiminin (Türkiye İşçi Partisi gibi) parti tüzüklerinde açıkça Avrupa Birliği’ne karşı olduğu belirtilmektedir. Avrupa Birliği konusu sağ, sol ve muhafazakar görüşteki tüm partilerin olumlu yaklaşıtları, ülkenin Batılılaşmasının bir aracı olarak gördükleri bir konudur.

Araştırma alt soruları ve hipotezleri elde edilen veriler ışığında değerlendirilerek, hipotezler sınanacak ve bulgular, AB- Türkiye ilişkilerinin medya temsiline ilişkin sağlıklı öngörüler yapılmasına yardım edecektir.

Araştırma alt sorusu 1: *Yapılan istatistiki analiz sonucunda Avrupa Birliği'ne ilişkin iddia ve haberlerde nasıl bir aktör ve konu sınıflaması görülmüştür?*

Alt hipotez 1: Avrupa Birliği'ne ilişkin 1999-2005 yılları arasında destekleyen aktör sayısının, karşıt aktör sayısına göre daha yüksek olduğu savunmaktadır.

Bir iddianın desteklenmesi, Avrupa Birliği ve Türkiye bütünleşme sürecinde özne aktörün iddiasına olumlu atıfta bulunulmasıdır. Karşıt aktör ise bütünleşme sürecinin karşısında fikir beyan eden aktörü ve aktörün eleştirisini ifade etmektedir. İddianın 386 karşıt aktörü (Tablo 26) saptanırken, 669 nesne aktörü (Şekil 3), 357 destek aktörü saptanmıştır (Tablo 25). 994 iddia ile en yüksek oranda özne aktör yani iddiayı yönelten aktörün varlığı (Tablo 27) göze çarpmaktadır.

Hipotez doğrulanamamıştır. 1999-2005 yılları arasında yapılan analizde 386 karşıt aktöre karşılık, 357 destek aktör kodlanmıştır. Toplamda destek aktöre göre 29 tane daha fazla karşıt aktör saptanmıştır. Aktörler yüksek oranda özne aktör olmayı tercih etmişlerdir. AB ile ilişkili konularda etkilenen yani iddiadan olumlu ya da olumsuz şekilde etkilenen nesne aktörün yüksek temsili dikkat çekicidir. AB konulu iddialarda aktörler ya özne aktör olmayı seçmişlerdir ya da istekleri dışında iddianın direk nesne aktörü durumunda kodlanmışlardır.

Hipoteze göre Avrupalılaştırmanın aktör analizinde destekleyen aktör oranının karşıt aktör oranından daha yüksek olması, yani iddialara karşıt olmaktan çok desteklenmesi beklenmektedir. Tablo 25'te gazete yayın tarihine göre destekleyen aktörlere ilişkin çapraz tablodan da görüleceği Avrupalı ulusal aktörlerden gelen desteğin yıllara göre düzensiz bir yükselişi saptanmıştır. Benzer durum, düzensiz aktör

desteği iddianın destek aktörü olarak kodlanan ulusal aktörlerde de söz konusudur. Örnek olarak 2004 yılında ulusal aktörün desteği % 7.9 oranındayken 2005 yılında ani bir artışla % 16'ya sıçramıştır.

Toplam aktör desteği 2003 yılında 97 iddiada saptanırken 2004 yılında toplam aktör desteği 240'a çıkmaktadır. Bu nedenle saptanan durum yaşanan yıla ve politik gelişmelere göre **değişken aktör desteği** olarak adlandırılabilir. Yine de toplamda karşıt aktör sayısı destek aktörden daha yüksektir. Bu arada yıllara ilişkin istatistiksel bulguların tek başına yeterli açıklamalar getirmesi beklenemez. Döneme ilişkin politik gelişmelerin de göz ardı edilmemesi gerekmektedir. 2003 yılında yaşanan Irak Savaşı nedeniyle medyanın merceğini AB'den Irak Savaşı'na çevirmesi aktör desteğinin medyada daha düşük temsiline yol açabildiği gibi 2004 yılında yüksek aktör temsili Avrupa Birliği'ne alınan 10 yeni üye ile yaşanan hareketli ve tarihsel süreç ile de açıklanabilir. Yine 2004 yılında AB-Türkiye ilişkilerinin belirleyicilerinden olan Brüksel Zirvesi'de unutulmamalıdır.

Tablo 25: Gazete Yayın Tarihine Göre İddiayı Destekleyen Aktörün Kapsamı

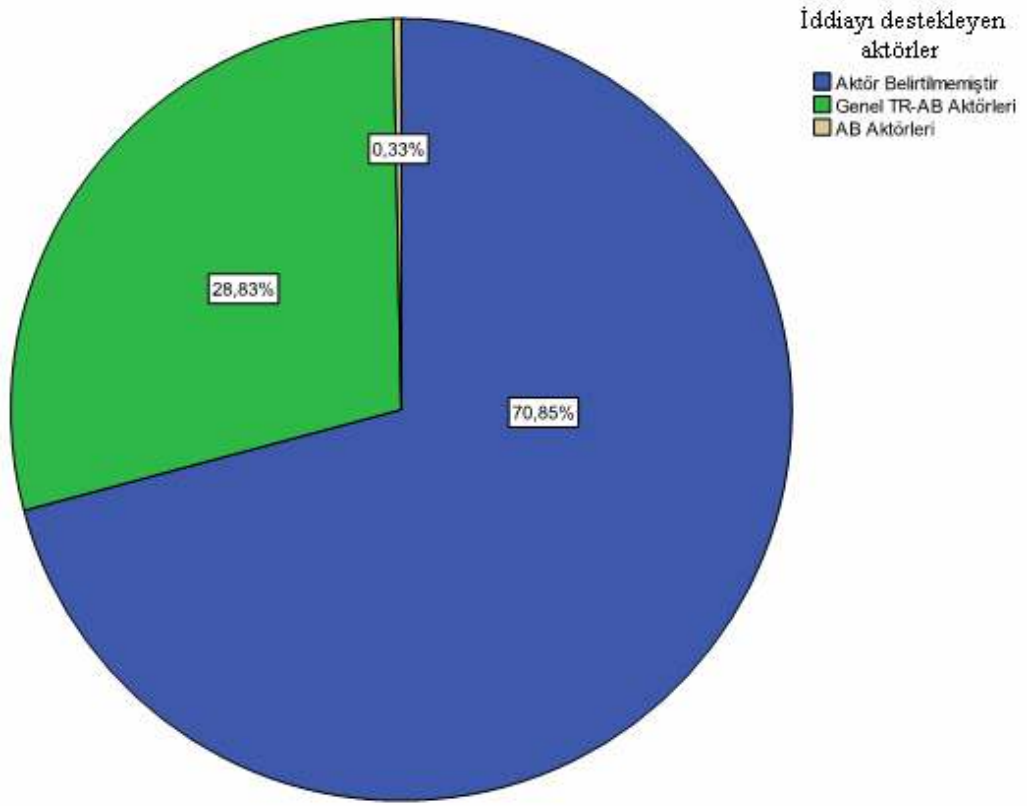
Gazete Yayın Tarihi	İddiayı destekleyen aktörün kapsamı							
	Destekleyen aktör yok	Yerel	Ulusal	Avrupalı ulusal aktörler	AB Aktörleri	AB Dışı	Ulusüstü	Toplam
2000 N	139	1	39	14	7	4	0	204
%	68,1	,5	19,1	6,9	3,4	2,0	,0	100,0
2001 N	112	1	20	13	13	6	0	165
%	67,9	,6	12,1	7,9	7,9	3,6	,0	100,0
2002 N	189	1	30	10	6	2	2	240
%	78,8	,4	12,5	4,2	2,5	,8	,8	100,0
2003 N	61	0	18	12	5	0	1	97
%	62,9	,0	18,6	12,4	5,2	,0	1,0	100,0
2004 N	179	0	19	23	14	4	1	240
%	74,6	,0	7,9	9,6	5,8	1,7	,4	100,0
2005 N	157	1	38	22	13	3	4	238
%	66,0	,4	16,0	9,2	5,5	1,3	1,7	100,0
1999 N	34	0	5	0	1	4	0	44
%	77,3	,0	11,4	,0	2,3	9,1	,0	100,0
Toplam N	871	4	169	94	59	23	8	1228
%	70,9	,3	13,8	7,7	4,8	1,9	,7	100,0

Tablo 25’te görüldüğü gibi, iddiaların % 70.9’unda destekleyen aktör yoktur, % 13.8 iddianın destekleyen aktörü de ulusal aktörlerdir. Avrupalı ulusal aktörler, % 7.7 oranında iddianın destekleyen aktörü iken AB kurumsal aktörleri, iddiaların % 4.8 oranında destekleyen aktörü durumundadırlar.

AB sürecine Türkiye yazılı basınından asıl destek, Avrupalı ulusal aktörlerden (% 7.7) ve yaklaşık iki katı da Türkiye’deki ulusal aktörlerden (% 13.8) gelmektedir. Ulusüstü (% 0.7) ve yerel aktörler (% 0.3) oldukça düşük oranlarda iddianın destekleyen aktörü olarak medyada yer almaktadır.

Yıllara göre 2003 yılında *destek aktör* oranında düşme saptansa da incelenen diğer yıllarda iddianın destekleyen aktörünün oranında artış söz konusudur ve en yüksek destekleyen aktör iddiası 2004 yılında 240 destek aktör ve onların iddialarıdır. Aktör desteğinin düzenli olarak arttığı söylenebilir.

Şekil 1: İddiayı Destekleyen Aktörler

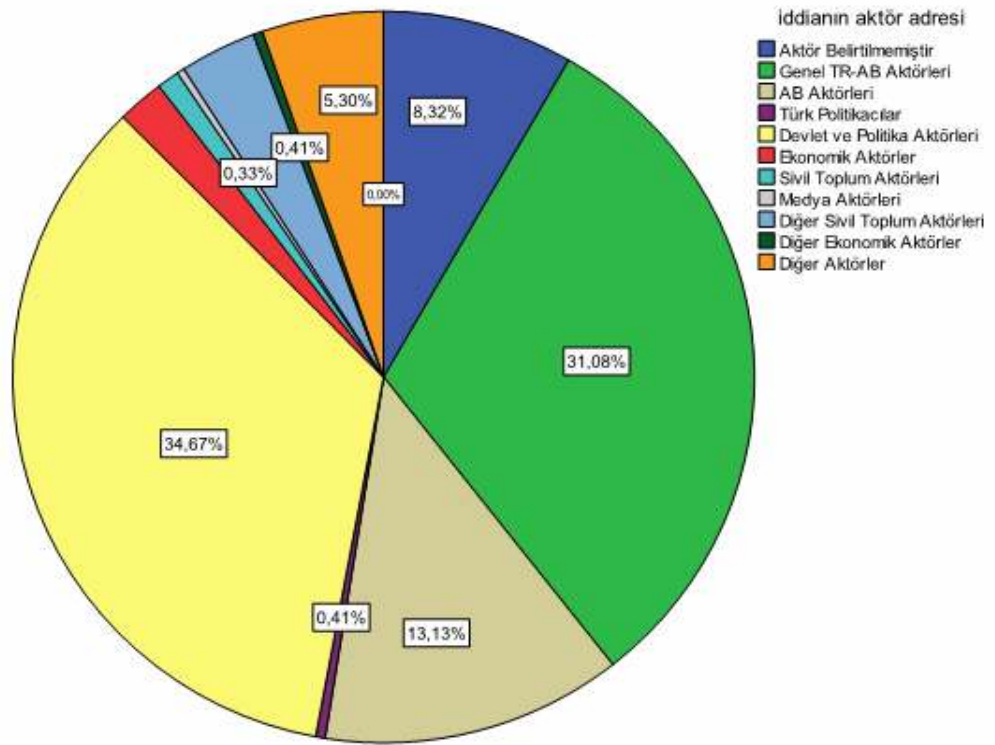


Şekil 1'deki grafikte iddianın destekleyen aktörlerinin dağılımında görüldüğü gibi en yüksek desteği Türkiye ve AB aktörleri vermektedir. Ekonomik aktörler veya sivil toplum aktörlerin desteği Türkiye ve AB aktörleri kadar görünür değildir. Ekonomik ve sivil toplum aktörleri Avrupa'daki benzer araştırmalarda da (EUROPUB) bulgulandığı gibi Türkiye- AB ilişkilerinde henüz sürecin zayıf aktörleridir. Tablo 25'in verilerine göre de iddianın destek aktörü artmışsa da destekleyen aktörler yine genel

Türkiye ve AB grubu olarak sınıflanmıştır. Sivil toplum, ekonomik aktörler gibi çeşitli aktörlerin desteği yerine genel Türkiye AB aktörünün⁶⁸ desteği daha görünür durumdadır.

İddianın aktör adresi yani özne aktörün iddiasını yönelttiği aktöre ilişkin grafik verilerinde de görüldüğü gibi aktörlerin sınırlı temsili söz konusudur.

Şekil 2: İddianın Aktör Adresi



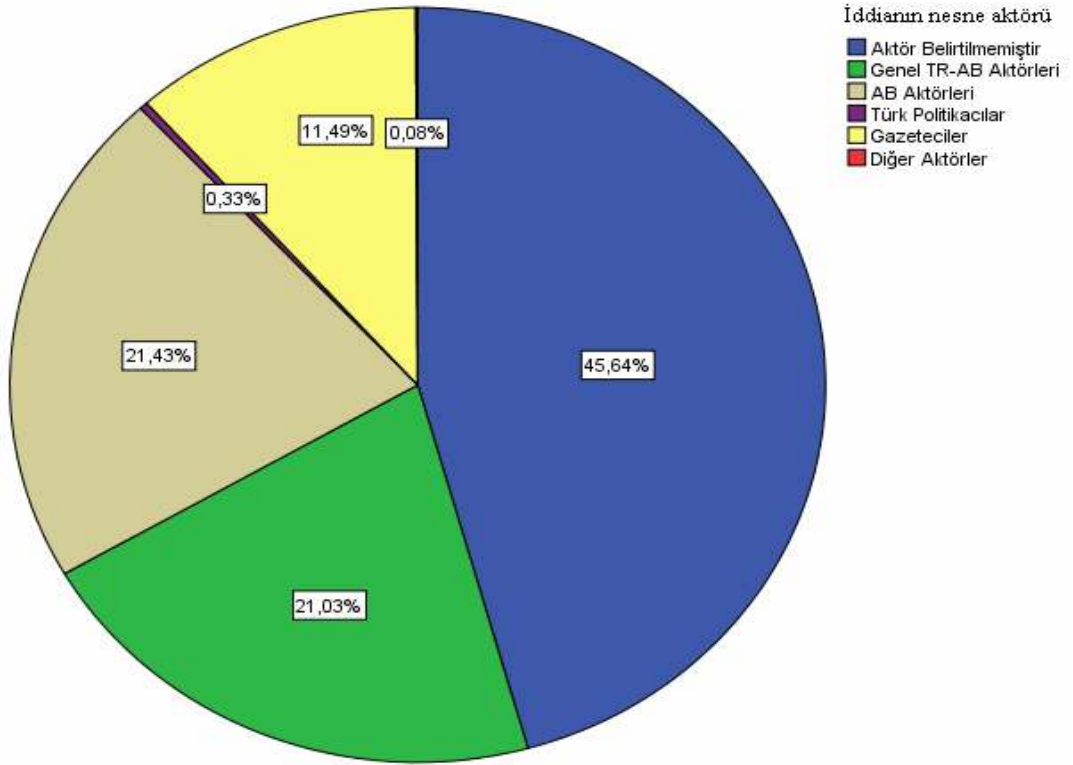
İddianın aktör adresi gruplandırıldığında Şekil 2’teki grafikte de görüldüğü gibi politika aktörleri (%34.6) ile genel Türkiye ve AB aktörleri (% 31) ağırlıklı olarak temsil edilen iki gruptur. Medya aktörleri ve gazetecilerin de görünür temsili söz konusuyken

⁶⁸ ‘Genel Türkiye- AB aktörü’ ifadesi haberde herhangi bir isim veya ünvana atıfta bulunulmadan Türkiye veya Avrupa Birliği’nden söz edildiğinde kullanılan kodlama kategorisidir. Haberlerde sıklıkla başvurulan bir yöntemdir.

(%13.1), diğer aktör grupları grafikte gösterildiği gibi oldukça düşük oranlarda iddianın yöneltildiği aktör adresi olarak temsil edilmektedir.

İddianın nesne aktörü, iddianın sonucundan etkilenen aktörü tanımlamak için kullanılmaktadır. Şekil 3'te görüldüğü gibi iddiada adı geçen nesne aktörler sınıflandığında AB aktörlerinin ağırlığı dikkat çekmektedir (% 21).

Şekil 3: İddianın Nesne Aktörü



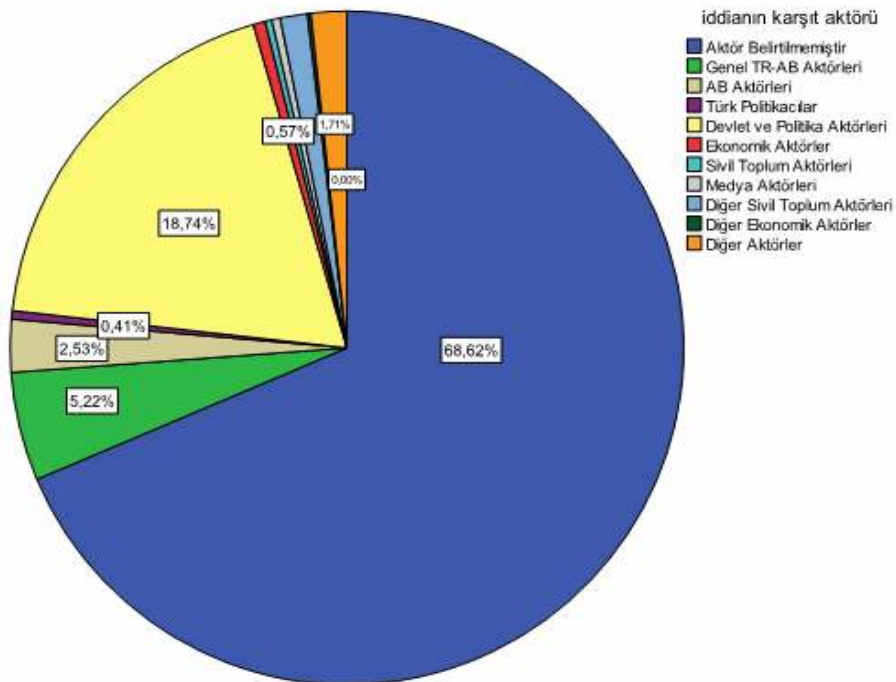
Toplam 1228 iddianın 559'unda aktör bulunmazken 669 iddianın nesne aktörü vardır. 140 iddianın nesne aktörü AB aktörü iken yine yaklaşık 140 iddianın nesne aktörü genel Türkiye-AB aktörü olarak kodlanmıştır (Şekil 3).

AB aktörlerinin dışında diğer nesne aktör gruplarından ikinci sırada yaklaşık aynı orandaki (% 21.4) genel Türkiye ve AB aktörleri temsil edilmektedir. Üçüncü önemli nesne aktörü ise (%11.4) gazetecilerdir.

İddianın nesne aktöründe AB aktörlerinin görünürlüğü diğer özne ve karşıt aktörlerinden oldukça yüksektir (%11.4). Bunun nedeni Türkiye’de AB konusunda haberlerin sıklıkla ulusal aktörler tarafından dile getirilmesi, ulusal aktörlerin sıklıkla özne aktör olarak iddiayı ortaya atan kişiler olmasıdır. Diğer ulusal politika aktörlerinin karşıt aktör olarak yer aldığı düşünüldüğünde iddiadan etkilenen yani hem özne hem de karşıt aktörlerin ve destek veren aktörlerin yöneldiği aktör nesne aktör olacaktır. Süreçten etkilenen nesne aktörler de AB aktörleri olacağından nesne aktör kategorisinde diğerlerine göre daha yüksek oranda AB aktörü görünür durumdadır. Burada medyanın ulusal aktörlerin söylemlerini sıklıkla haberleştirdikleri, aynı dili konuşmaları nedeniyle ulusal aktörlerin medya için kolay erişilebilir bir haber kaynağı olduğu da göz ardı edilmemelidir.

İddianın nesne aktörü ve destek aktörü kadar **karşıt aktörü**, yani iddiaya negatif atıfta bulunan, Avrupa Birliği-Türkiye ilişkilerinde olumlu iddianın tersi argümanı savunan aktörler de özne aktör veya destek aktör kadar önemlidir. Analiz çerçevesinde 1228 iddiadan 842’sinde karşıt aktör belirtilmezken sadece 386 iddianın karşıt aktörü bulunmaktadır.

Şekil 4: İddianın Karşıt Aktörü



Karşıt aktör grubuna ilişkin Şekil 4'teki grafiğe göre aktör sınıflamasında devlet ve politika aktörlerinin (%18.7) oranı ve temsil üstünlüğü açıkça görünmektedir. İkinci karşıt aktör grubu genel Türkiye ve AB aktörleridir (% 5.2), üçüncü grupta ise % 2.5 oranında temsille AB aktörleri karşıt aktör grubunu oluşturmaktadır.

Şekil 4'te iddialarda AB kurumsal aktörlerinin yaklaşık iki katı kadar genel TR-AB aktörlerinin yer aldığı saptanmıştır. Genel TR-AB aktörleri isim belirtilmeden AB ve Türkiye'nin genel anlamda aktör olarak belirtildiği iddiaları anlatmaktadır. AB kurumunu temsil eden AB kurumsal aktörlerinden daha sık oranda genel olarak AB ve Türkiye'yi aktör kabul eden iddialara rastlanmıştır.

Yine yukarıdaki pasta grafiklerinde yer alan ortak özellik AB konulu iddialarda aktörler destek ya da karşısında olmak yerine özne aktör olmayı tercih etmekte, iddianın direk yönlendiricisi olarak haberde yer almaktadırlar. AB konusunda medya mikrofonu ulusal aktöre uzattığından ulusal aktörlerin ağzından iddiaları haberleştirdiğinden ulusal aktörler haberin kaynağı yani özne aktör durumundadırlar.

Yukarıdaki grafikleri yorumlayan en geniş çerçeve cümle Türkiye- AB ilişkileri konusunda aktörlerin 1999'dan bu yana iddialarında destek ve karşıt aktör olarak görünmekten çok iddianın özne aktörü olmayı tercih etmesidir. AB projesi "Batılılaşma", "Modernleşme"yi simgelediğinden özellikle ulusal aktörler ve onların arasındaki en büyük grubu oluşturan devlet ve politika aktörleri Batı'daki diğer aktörler kadar rahatlıkla AB projesinin karşısında olduklarını ifade edememekte, olumsuz bir iddiada bulunacaksa da bunu özne aktör olarak kendileri dile getirmeyi tercih etmektedirler, diğer aktörlere destek vermek veya karşıt olmak yoluyla AB konusunda iddialarını ifade etmekten kaçınmaktadırlar.

Tablo 26: İddianın Karşıt Aktörüne Göre İddia Sahibi Aktörler

İddia sahibi aktörler														
İddianın karşıt aktörü	Aktör Belirli	Genel TR-AB Akt.	AB Akt.	Türk Politikacılar	Gazeteciler	Devlet ve Polit. Akt.	Ekono mik Akt.	ST K Akt.	Medy a Akt.	Diğer STK Akt.	Diğer Ekon. Akt.	Diğ er Akt.	Topla m	
Aktör belirtilmez	N	0	16	110	11	188	341	51	11	27	50	24	6	842
%		,0	1,9	13,1	1,3	22,3	40,5	6,1	1,3	3,2	5,9	2,9	,7	100,0
Genel TR-AB Akt.	N	1	2	1	5	11	30	2	0	2	5	3	1	64
%		1,6	3,1	1,6	7,8	17,2	46,9	3,1	,0	3,1	7,8	4,7	1,6	100,0
AB Akt.	N	0	1	10	0	3	13	1	0	1	2	0	0	31
%		,0	3,2	32,3	,0	9,7	41,9	3,2	,0	3,2	6,5	,0	,0	100,0
Türk Politikacılar	N	0	0	1	3	0	1	0	0	0	0	0	0	5
%		,0	,0	20,0	60,0	,0	20,0	,0	,0	,0	,0	,0	,0	100,0
Devlet ve Politika Akt.	N	0	0	28	4	21	149	5	1	8	7	4	3	230
%		,0	,0	12,2	1,7	9,1	64,8	2,2	,4	3,5	3,0	1,7	1,3	100,0
Ekonomik Akt.	N	0	0	2	0	0	2	2	0	0	0	0	0	7
%		,0	,0	28,6	,0	,0	28,6	28,6	,0	,0	,0	,0	,0	100,0
STK aktörleri	N	0	0	0	0	0	1	0	3	0	0	0	0	4
%		,0	,0	,0	,0	,0	25,0	,0	75	,0	,0	,0	,0	100,0
Medya Ak.	N	0	0	0	0	1	1	0	0	3	0	0	0	5
%		,0	,0	,0	,0	20,0	20,0	,0	,0	60	,0	,0	,0	100,0
Diğer STK Akt.	N	0	0	2	0	1	6	0	1	1	5	0	0	16
%		,0	,0	12,5	,0	6,2	37,5	,0	6,2	6,2	31,2	,0	,0	100,0
Diğer Ekon. Akt.	N	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	2
%		,0	,0	,0	,0	,0	50	,0	,0	,0	,0	50	,0	100,0
Toplam	N	1	19	162	24	227	551	61	16	43	69	34	12	1228
%		,1	1,5	13,2	2,0	18,5	44,9	5,0	1,3	3,5	5,6	2,8	1,0	100,0

Analiz çerçevesinde 1228 iddiadan 842'sinde karşıt aktör belirtilmezken sadece 386 iddianın karşıt aktörü bulunmaktadır (Tablo 26). Bunlardan **en önemli karşıt aktör grubu 236 iddia ile yine devlet ve politika aktörleridir**. İkinci önemli aktör grubu, toplam 64 iddiada atıfta bulunulan isim belirtilmeyen, **genel AB veya Türkiye aktörleridir**. Üçüncü grup karşıt aktör, 31 iddia yöneltilen **AB aktörleridir**. Dördüncü karşıt aktör grubu ise 20 aktörle **sivil toplum kuruluşlarıdır**. Ekonomik aktörler karşıt aktör olarak zayıf bir temsille 9 iddianın karşıt aktörü konumundadır. Medya aktörleri de sadece 5 iddianın karşıt aktörü durumundadırlar.

Bir görüşün karşısında olmak, karşıt argümanlar geliştirebilmek kamusal alan için oldukça önemli ve sağlıklı bir işleyişe işaret etmektedir. Karşıt aktör oranlarına bakıldığında kamusal alanda AB konusunda karşıt aktörlerin oldukça zayıf temsili söz konusudur. AB aktörleri, sivil toplum kuruluşlarından daha yüksek oranda karşıt iddiada bulunurken ekonomik aktörler oldukça düşük oranda karşıt görüş belirtmişlerdir. AB konusunda en az karşıt görüş medya aktörleri tarafından dillendirildiğinden medyanın AB sürecini desteklemediği genel savı ve medyayı günah keçisi ilan eden ön yargılı bakışla bu çalışmadan elde edilen veriler örtüşmemektedir. AB- Türkiye ilişkileri 1999 yılından sonra daha çok siyasi argümanlarla tartışıldığı savını yine aktör temsiliyeti de açıkça ortaya koymaktadır. AB-Türkiye ilişkilerinde en derinleşmiş alan olan Gümrük Birliği ve dolayısıyla ekonomik aktörler sürecin karşısında yer almamayı tercih ederken sürecin siyasallaşması, devlet ve politik aktörlerin en yüksek karşıt grubu oluşturduğu gerçeği ile örtüşmektedir.

İddia sahibi aktörler yani özne aktör ile karşıt aktörün bir arada ele alındığı çapraz tablodaki verilere daha yakından bakıldığında oran bakımından (Tablo 26) devlet ve politika aktörleri iddiaların en büyük temsilcisidir (% 44.9). İddiaların % 41.9'u AB aktörlerinin karşıt olduğu iddiaları göstermektedir. En büyük özne aktör grubu olan devlet ve politika aktörleri yine % 64.8 oranda diğer devlet ve politika aktörlerinin karşıt aktör olduğu iddialarda bulunmuşlardır. Devlet ve politika aktör iddialarının % 28.6 ekonomik aktörler, % 25 STK aktörleri karşıt iddialarda bulunmuştur.

Asıl iletişim Türkiye ve Avrupa'da devlet ve politika aktörleri arasında gerçekleşmektedir (% 64.8). Karşıt aktör grubunda en düşük oranda ikarşıt iddiayı dile

getiren medya aktörleridir (5 karşıt iddia). Medya aktörleri incelenen haberlerde görüldüğü kadarıyla karşıt aktör olmayı seçmemektedir⁶⁹. Aynı şekilde Tablo 26’da belirtildiği gibi AB haberlerinde sivil toplum ve ekonomik aktörler de karşıt aktör olmak yerine sıklıkla iddianın özne aktörleri olmayı tercih etmektedirler.

Karşıt ve destek aktörlerin yanısıra iddiayı yönelten *özne aktörün hangi konuları yoğunlukla ifade ettiği* de önemli bir veridir.

Tablo 27: İddiada Geçen Konuya Göre Aktörler

İlk konu		İddia sahibi aktörler												Toplam
		Aktör Belirsiz	Genel TR-AB Akt.	AB Akt.	Türk Politik acılar	Gazeteciler	Devlet ve Pol. Akt.	Ekonomi Akt.	STK Akt.	Medya Akt.	Diğer STK Akt.	Diğer Ekon. Akt.	Diğer Ak.	
Belirtilmemiş	N	1	9	31	3	61	86	9	3	6	15	5	3	234
	%	,4	3,8	13,2	1,3	26,1	36,8	3,8	1,3	2,6	6,4	2,1	1,3	100,0
Müzakereler	N	0	1	1	0	3	4	0	0	0	1	0	0	10
	%	,0	10,0	10,0	,0	30,0	40,0	,0	,0	,0	10,0	,0	,0	100,0
Kopenhag kriterleri	N	0	0	2	0	0	4	1	0	0	0	0	0	7
	%	,0	,0	28,6	,0	,0	57,1	14,3	,0	,0	,0	,0	,0	100,0
Göç	N	0	0	3	0	3	2	0	0	0	0	0	0	8
	%	,0	,0	37,5	,0	37,5	25,0	,0	,0	,0	,0	,0	,0	100,0
Demokratikleşme	N	0	1	12	2	4	37	1	1	5	6	1	0	70
	%	,0	1,4	17,1	2,9	5,7	52,9	1,4	1,4	7,1	8,6	1,4	,0	100,0
AB üyeliği/ KOB/ UP	N	0	4	70	16	94	318	29	11	24	28	22	5	623
	%	,0	,6	11,2	2,6	15,1	51,0	4,7	1,8	3,9	4,5	3,5	,8	100,0
Gümrük Birliği	N	0	0	1	0	5	6	8	0	0	1	1	0	24
	%	,0	,0	4,2	,0	20,8	25,0	33,3	,0	,0	4,2	4,2	,0	100,0
Avrupa Bütünleşmesi	N	0	3	35	3	47	65	13	1	8	15	5	3	201
	%	,0	1,5	17,4	1,5	23,4	32,3	6,5	,5	4,0	7,5	2,5	1,5	100,0
Ordu	N	0	1	7	0	10	29	0	0	0	3	0	1	51
	%	,0	2,0	13,7	,0	19,6	56,9	,0	,0	,0	5,9	,0	2,0	100,0
Toplam	N	1	19	162	24	227	551	61	16	43	69	34	12	1228
	%	,1	1,5	13,2	2,0	18,5	44,9	5,0	1,3	3,5	5,6	2,8	1,0	100,0

⁶⁹ Medyanın haberlerde daha objektif bir tutumla olayı yansıttığı, ancak yorum, katkı, editöryal ve köşe yazıları ile sübjektif görüşlerini açıkladığı gerçeği de göz ardı edilmemelidir. Bu çalışma sadece haberleri, haber manşetleri ve fotoğrafları aracılığıyla haber metnini ele almıştır. Medyanın ve gazetecilerin bireysel görüş ve yorumları incelenmemiştir.

Toplam iddianın 234'ünde konu alanı belirlenen başlıklarda yer almazken büyük çoğunluğu oluşturan 994 iddia belirlenen konu alanlarına dahil edilebilmiştir. İddiayı yönelten **özne aktörün iddiasının konusuna bakıldığında** toplam 1228 iddiadan 623'ü **AB üyeliği, Katılım Ortaklığı Belgesi, Ulusal Program gibi üyeliğe ilişkin koşullar**, gerekliliklere ilişkindir (Tablo 27). Sözü edilen konu alanında % 51 oranında devlet ve politika aktörleri etkindir, ikinci aktör grubu %15.1 oranındaki temsille gazetecilerdir. AB aktörleri aktör grubu olarak üçüncü sırada %11.2 oranında temsil edilen aktör grubudur.

Kopenhag kriterleri ve müzakere başlıkları, iddiaların gündemini oluşturmaz. Sadece 7 iddia bu konuya ilişkindir ve bu konu alanında da politika aktörleri etkindir.

Avrupa bütünleşmesi konusu 201 iddia ile ikinci konu alanı olarak haberleştirilir. Yine devlet ve politika aktörlerinin % 32.3 oranında temsille iddia üstünlüğü vardır, ancak bu konuda % 17.4 iddia temsiliyle AB aktörleri de etkindir. Gazeteciler, sözü edilen konu alanında da % 23.4 iddianın aktörüdür.

Demokratikleşme konusu 70 iddia ile üçüncü yoğun iddia alanı olarak diğer konu alanlarına göre devlet ve politika aktörlerin % 52.9 iddia üstünlüğünün bulunduğu bir konu alanıdır, bu konuda AB aktörlerinin % 17.1 iddiasına yer verildiği gibi, sivil toplum aktörlerinin de % 10 iddiasına yer veren tek konu alanıdır. Daha dengeli bir aktör temsili gözlenmiştir.

Gümrük Birliği konu alanı olarak 24 iddiayı içermekte, beklenildiği gibi ekonomik aktörlerin % 37'ye varan iddiası ile devlet ve politika aktörlerinin % 25 iddiasını aşan tek konu alanıdır. Gümrük Birliği, devlet ve politika aktörlerin iddia üstünlüğünü diğer aktörlere bıraktığı bir konu alanıdır. Benzer bir diğer alan ise **göç** alanıdır.

3.5. AVRUPA BİRLİĞİ'NE İLİŞKİN İDDİALARIN ÇERÇEVELENMESİ

Çerçeveleme 'framing' olarak ifade edilerek, konuların istendik yönde kamuoyunun dikkatini çekebilmek üzere bazı yönlerin seçilerek belli çağrışımlarla

birlikte sunulmasını belirtir. Tıpkı bir resmi duvardaki diğer nesnelerden ayıran resim çerçevesi gibi haberlerde de ele alınan konuların belli bir çerçeve ile ifade edilmesi, o meselenin nasıl tartışılacağını da belirler. Bu bakışa göre medyanın meseleleri sunum biçimi, kamuoyunun herhangi bir olaya ya da resme nasıl bakacağını, diğer bir deyişle konuyu nasıl görüp, değerlendirip, düşüneceğine yönelik mesaj ve bakış açılarını içeren çerçevelerden oluşmaktadır. Böylece bireylerin olayları ve bilgileri belirleme, algılama, teşhis etmesini sağlayan bir araç biçiminde ele alınan çerçeveleme, medyanın bir konunun bazı yönlerini seçerek, o konunun önemli kılınması ve dikkat çekilmesi anlamına gelmektedir. Bu tanımdan yola çıkılarak aşağıda yer alan araştırma alt sorusu ve hipotezi sınanmaktadır.

Araştırma alt sorusu 2: *Kamusal alanının bir mecrası olan medyada, Avrupa konularında yerel, bölgesel, ulusal, uluslararası ve ulusötesi aktörler ne sıklıkta ve nasıl bir bakış açısıyla yer almaktadır?*

Alt hipotez 2: Kamusal alanının bir mecrası olan medyada, Avrupa Birliği'ne ilişkin konularda yerel, bölgesel, ulusal, uluslararası, ulusötesi ve AB aktörlerinin farklı çerçevelerde yer aldığı savlanmaktadır. AB-Türkiye ilişkilerinde Avrupa Birliği aktörlerinin de ulusal aktörler kadar sıklıkla medyada yer aldığı iddia edilmektedir.

Hipotez doğrulanamamıştır. Elde edilen bulgulara göre AB aktörlerinin haberdeki temsiliyetleri ulusal aktörlerin oldukça gerisindedir.

Bu varsayımın test edilmesi için *iddianın haklılaştırılması (justification)* (haberde aktörün yönelttiği iddianın hangi haklılaştırma yoluyla okuyucuya aktarıldığı, ana argümanın ne olduğu) kavramından yola çıkarak oluşturulan çerçeveleme grupları ile aktör alanları (aktörün temsil ettiği alan) arası ilişki (ulusal, uluslararası, AB, AB dışı aktörler) incelenerek, aşağıdaki tablo ve ilgi testleri uygulanmıştır.

Tablo 28: İddia Sahibinin Kapsamı

İddia sahibi	Sayı	Yüzde
Brüksel/AB	189	15,4
AB ülkeleri	244	19,9
ABD	43	3,5
Türkiye	712	58,0
AB dışı	31	2,5
Uluslararası	9	,7
Toplam	1228	100,0

Araştırmada **özne aktörün (iddia sahibi) bulunduğu ülke % 58** oranında Türkiye’dir, iddiaların yarısından fazlası ulusal aktörlere veya Türkiye’ye gelen aktörlere aittir. **Brüksel kaynaklı iddialar** yani AB aktörlerinin yönelttiği iddialar % 15.4 oranında temsil edilmiştir. Medyada, **Avrupalı ülkelerinin yönelttiği iddialar % 19.9** oranıyla Brüksel kaynaklı iddialardan daha yüksek oranda haberleştirilmektedir. İncelenen gazetelerde, AB konusunda ulusal kaynaklı iddialar en sık rastlanan iddialardır. ABD, uluslararası (% 0.7) ve AB dışı (% 2) ülkeleri kapsayan iddialar çok az haberleştirilmektedir. Elde edilen sonuçlar AB aktörlerinin medyada daha az görünür olduğunu göstermektedir. Medya çatışma ve anlaşmazlık üzerinden haberler değerini saptadığından, Avrupalı ulusal aktörlerin çatışma eğilimli haberleri medyanın daha kolay ilgisini çekebilmekte ve kolayca haberleştirilmektedir. Öte yandan AB aktörlerinin uzlaşma eğilimli açıklamaları haber gündeminin üst sıralarına taşınamamakta ve istatistiki veriler de bunu doğrulamaktadır.

Tablo 29: İddianın Çerçevesine Göre Aktörün Alanı

İddianın çerçevesi (haklılaştırılması)		Aktörün alanı					Toplam
		AB dışı	AB	Avrupalı ulusal aktörler	Ulusal aktörler	Ulusüstü	
Genel iddialar	N	27	40	80	232	16	395
	%	6,8	10,1	20,3	58,7	4,1	100,0
Prensip, norm ve değerler	N	9	59	77	136	6	287
	%	3,1	20,6	26,8	47,4	2,1	100,0
Anayasal, kurumsal	N	15	64	53	203	2	337
	%	4,5	19,0	15,7	60,2	,6	100,0
Yönetişim	N	3	23	18	108	0	152
	%	2,0	15,1	11,8	71,1	,0	100,0
Belirtilmemiş	N	5	4	6	41	1	57
	%	8,8	7,0	10,5	71,9	1,8	100,0
Toplam	N	59	190	234	720	25	1228
	%	4,8	15,5	19,1	58,6	2,0	100,0

Ki Kare testi	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	71,162 ^a	16	,000
Likelihood Ratio	75,325	16	,000
Linear-by-Linear Association	1,019	1	,313
N of Valid Cases	1228		
a. 3 cells (12,0) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,16.			

Ho: Yapılan iddianın çerçevesi ile aktörün alanı arasında bir ilişki yoktur.

Ha: Yapılan iddianın çerçevesi ile aktörün alanı arasında bir ilişki vardır.

Tablo 29'a ilişkin analize göre Ki Kare ilişki testinin anlamlılık derecesi 0.05 olarak hesaplanmaktadır. Testin sonucu doğrultusunda test istatistiği 0.000 çıkmıştır. Test istatistiği anlamlılık derecesinden küçük olduğu için Ho hipotezi reddedilir, yapılan iddianın çerçevesi ile aktörün alanı arasında bir ilişki olduğuna dair önemli bir kanıt elde edilmiştir. Böylece ortaya çıkan sonuç, medyada yer alan AB haber çerçevesi ile bu çerçeve iddiaları yönelten aktörler arası anlamlı bir ilişki, örneklemdeki 1228 haber için kurulabilmektedir.

Tablo 29 daha ayrıntılı olarak incelendiğinde, AB konusunda medyada ulusal aktörün diğer aktörlere göre daha yüksek görünürlüğe sahip olduğu anlaşılmaktadır. Medyada yer alan, genel iddia; prensip norm, değerler; anayasal kurumsal; yönetim gibi gruplanmış dört iddia çerçevesinde de ulusal aktörler ağırlıklı olarak görünen aktör kategorisidir.

Analiz sonucuna göre, 232 haberin kodlandığı % 58.7 oranında haberleştirme ile, ulusal kimlik, ekonomik kayıp veya kazanç, modernleşme, güvenlik, İslam, Hristiyanlık, toplumun değerleri gibi **genel iddia çerçevesinde** yer alan konularda ulusal aktörlerin görünürlüğü diğer aktörlere göre daha yüksektir. Genel iddia çerçevesinde, Avrupalı ulusal aktörlerin iddiası 80 haberle, % 20.3 oranına ulaşırken, AB aktörleri % 10.1 oranında temsille ancak 40 iddiayı yöneltebilmişlerdir.

Bütünleşme, demokrasi, kamusal alana ilişkin iddiaların gruplandığı **anayasal ve kurumsal çerçevede** % 60.2'lik' temsille 203 ulusal aktör iddiası yer alırken, bürokrasi, şeffaflık, yeterlilik, meşruluk ve katılıma ilişkin iddiaların gruplandığı **yönetişim çerçevesinde** yine ulusal aktörler % 71.1 oranında görünür durumdadırlar. Bu grupta kodlanan bürokrasi iddia çerçevesi, üyelikle ilgili yerine getirilmesi gereken yasal düzenleme ve resmi uygulamaları anlatan bir çerçevedir ve bu nedenle görünürlüğü diğer iddialara göre daha yüksektir.

Ulusal aktörlerin medya görünürlüğünde en az çerçevelenen, **prensip norm ve değerler çerçeve** grubunda sosyal adalet, tolerans, kültürlerarası anlayış, dayanışma, çeşitlilik, ülkelerarası eşitlik gibi iddialar yer almaktadır. Bu çerçevedeki iddiaların görünürlüğü % 47.4'tür.

Hipotezin diğerk kısmı, *aktörlerin medyada nasıl yer aldığı, olumlu, olumsuz ya da AB’yi destekler iddialarının oranını* saptamaktır. Bu nedenle aktör gruplarının iddialarında AB konusunu olumlu veya olumsuz nasıl ifade ettikleri incelenmeye çalışılmaktadır. Bu çerçevede tek tek aktör grupları ele alındığında:

Ulusal aktörler ile medyanın haberi çerçevelemesi arasında bir ilişki olduğu varsayımı aşağıdaki Tablo 30 ve Ki Kare testi sonucuyla incelenmiştir.

Tablo 30: Ulusal Aktörlere Göre Medyanın Kurduğu Çerçeve

Çerçevenin AB ile ilişkisi	Q22-Ulusal		Toplam	
	Ulusal			
	N	%	N	%
Belirtilmez	9	1,3	12	1,0
AB bütünleşme sürecinde yapmamalı, olmamalı, yönlendirmemeli şeklindeki iddialar	23	3,2	41	3,3
Olumsuz	134	18,6	217	17,7
Tarafsız, muğlak	165	22,9	280	22,8
Olumlu	313	43,5	527	42,9
AB bütünleşme sürecinde yapmalı, desteklemeli, yönlendirmemeli şeklindeki iddialar	76	10,6	151	12,3
Toplam	720	100,0	1228	100,0

Ki Kare testi	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,730 ^a	5	,242
Likelihood Ratio	6,758	5	,239
Linear-by-Linear Association	2,902	1	,088
N of Valid Cases	1228		
a. 1 cells (8,3) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,96.			

Ho: Çerçevenin AB ile ilişkisi ve aktörün ulusal olması arasında bir ilişki yoktur.

Ha: Çerçevenin AB ile ilişkisi ve aktörün ulusal olması arasında bir ilişki vardır.

Tablo 30'a ilişkin verilerin analizinde $0.242 > 0.05$ olduğundan, H_0 hipotezi reddedilemez. Analiz sonucunda, medyanın kurduğu çerçevenin AB ile ilişkisi ve aktörün ulusal olması arasında bir ilişki bulunamamıştır. Ancak yine de Tablo 30 incelendiğinde % 42.9 iddia, Türkiye'nin AB bütünleşme sürecine olumlu yaklaşan iddialardır, % 10.6 oranında iddia ise, AB bütünleşme sürecinde Avrupa Birliği'nin aktör olarak desteklemesi, yöneltmesi gerektiğini ifade etmektedir. Olumsuz iddia % 18.6 oranında temsil edilmektedir. Tarafsız veya muğlak iddialar % 22.9 oranındadır. Olumlu iddia oranının olumsuza göre iki kat daha fazla olması dikkat çekici bir bulgudur. Ulusal aktörlerin olumsuz ve olumsuza yakın görüşleri % 21.8 oranıyla hesaplanmasına karşın, destekleyen ve olumlu görüşlerin % 54.1 gibi daha yüksek oranda temsil edildiği görülmektedir.

AB Aktörleri ile medyanın kurduğu çerçeve incelendiğinde ise Tablo 31'in verileri yol göstermektedir.

Tablo 31: AB Aktörlerine Göre Medyanın Kurduğu Çerçeve

Çerçevenin AB ile ilişkisi	Q22-AB		Toplam	
	AB			
	N	%	N	%
Belirtilmez	2	1,1	12	1,0
AB bütünleşme sürecinde yapmamalı, olmamalı, yönlendirmemeli şeklindeki iddialar	4	2,1	41	3,3
Olumsuz	32	16,8	217	17,7
Tarafsız, muğlak	55	28,9	280	22,8
Olumlu	75	39,5	527	42,9
AB bütünleşme sürecinde yapmalı, desteklemeli, yönlendirmeli şeklindeki iddialar	22	11,6	151	12,3
Toplam	190	100,0	1228	100,0

Ki Kare testi	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,563 ^a	5	,351
Likelihood Ratio	5,468	5	,361
Linear-by-Linear Association	,063	1	,801
N of Valid Cases	1228		
a. 1 cells (8,3) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,86.			

Ho: Çerçevenin AB ile ilişkisi ve aktörün AB'den olması arasında bir ilişki yoktur.

Ha: Çerçevenin AB ile ilişkisi ve aktörün AB'den olması arasında bir ilişki vardır.

Tablo 31'e ilişkin verilerin Ki Kare testi sonucu, $0,351 > 0,05$ olduğundan, Ho hipotezi reddedilemez, dolayısıyla iddia çerçevesinin AB ile ilişkisi ve aktörün AB'den olması arasında bir ilişki yoktur.

Tablo 31 daha ayrıntılı olarak incelendiğinde, % 51.1 oranında iddia çerçevesinin AB bütünleşme sürecine destek olur şekilde olumlu olarak çerçevesi, olumsuz veya karşıt çerçevenin % 18.9 oranında temsil edildiği, % 28.9 oranında çerçevenin ise AB bütünleşmesine karşı tarafsız bir iddia ile ifade edildiği saptanmıştır. AB aktörleri medya üzerinden yansıyan iddialarında % 51.1 oranında süreci desteklemektedirler.

Diğer bir aktör grubu olan *Avrupalı ulusal aktörler ile medyanın kurduğu çerçeve* arasındaki ilişkiyi Tabo 32 verileri yansıtmaktadır.

Tablo 32: Avrupalı Ulusal Aktörlere Göre Medyanın Kurduğu Çerçeve

Çerçevenin AB ile ilişkisi	Q22-Avrupalı ulusal aktörler		Toplam	
	Avrupalı ulusal aktörler			
	N	%	N	%
Belirtilmez	1	,4	12	1,0
AB bütünleşme sürecinde yapmamalı, olmamalı, şeklindeki iddialar	11	4,7	41	3,3
Olumsuz	43	18,4	217	17,7
Tarafsız, muğlak	47	20,1	280	22,8
Olumlu	93	39,7	527	42,9
AB bütünleşme sürecinde yapmalı, desteklemeli, yönlendirmeli şeklindeki iddialar	39	16,7	151	12,3
Toplam	234	100,0	1228	100,0

Ki Kare testi	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8,685 ^a	5	,122
Likelihood Ratio	8,436	5	,134
Linear-by-Linear Association	,358	1	,549
N of Valid Cases	1228		
a. 1 cells (8,3) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,29.			

Ho: Çerçevenin AB ile ilişkisi ve aktörün Avrupalı ulusal aktör olması arasında bir ilişki yoktur.

Ha: Çerçevenin AB ile ilişkisi ve aktörün Avrupalı ulusal aktör olması arasında bir ilişki vardır.

Tablo 32'ye ilişkin verilere dayanarak Ki kare testi sonuçlarına göre $0.122 > 0.05$ olduğundan, H_0 hipotezi reddedilememiştir. Çerçevenin AB ile ilişkisi ve aktörün Avrupalı ulusal aktör olması arasında örneklem açısından bir ilişki yoktur, sonucuna ulaşılmıştır. Analize göre, Avrupalı ulusal aktörlerin olumlu bakışı % 39.7 oranında temsil edildiği anlaşılmaktadır. Ayrıca, Avrupalı ulusal aktörlerin AB'nin bu süreçte yapması gerekenleri olumlu şekilde çerçeveleyen iddiaları, AB aktörlerine göre % 16.7 temsille daha yüksek orandadır. Olumlu ve destekleyen görüşler de katıldığında % 56.4 oranında AB sürecini destekleyen iddialara ulaşılmaktadır. Olumsuz ve yapılmaması gerekenlerin oranı % 23.1'tür. Tarafsız iddialar da % 20.1 oranında temsille daha az medyada yer almıştır. AB konusunda Avrupalı ulusal aktörler taraf olmayı seçmişler ve yüksek oranda da süreci desteklemişlerdir⁷⁰.

AB dışı aktörlerin de sürecin bir parçası olduğu düşünüldüğünde Tablo 33 ve istatistiki analiz söz konusu aktörler ile medyanın kurduğu çerçeve arasındaki ilişkinin niceliksel verilerini yansıtmaktadır.

⁷⁰ Araştırma 1999-2005 yılı arasındaki haber ve aktörler üzerinde gerçekleştirildiğinden o dönemdeki Avrupalı politik aktörlerin AB-Türkiye ilişkilerine olan olumlu bakışı Avrupalı aktörlerin olumlu bakışını öne çıkartmaktadır. 2005 yılı sonrasında Avrupalı aktörlerin olumsuz bakışı ve sürecin olumsuz manşetlerle medyada yer alması göz ardı edilmemelidir. 2005 yılı sonrası AB haberlerindeki olumsuz manşetlerin de artması bu savı desteklemektedir.

Tablo 33: AB Dışı Aktörlere Göre Medyanın Kurduğu Çerçeve

Çerçevenin AB ile ilişkisi	Q22-AB Dışı aktörler		Toplam	
	AB Dışı			
	N	%	N	%
Belirtilmez	0	,0	12	1,0
AB bütünleşme sürecinde yapmamalı, olmamalı şeklindeki iddialar	2	3,4	41	3,3
Olumsuz	7	11,9	217	17,7
Tarafsız, muğlak	13	22,0	280	22,8
Olumlu	29	49,2	527	42,9
AB bütünleşme sürecinde yapmalı, desteklemeli şeklindeki iddialar	8	13,6	151	12,3
Toplam	59	100,0	1228	100,0

Ki Kare testi	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,447 ^a	5	,784
Likelihood Ratio	3,145	5	,678
Linear-by-Linear Association	1,620	1	,203
N of Valid Cases	1228		

a. 2 cells (16,7) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,58.

Ho: Çerçevenin AB ile ilişkisi ile aktörün AB dışından olması arasında bir ilişki yoktur.

Ha: Çerçevenin AB ile ilişkisi ile aktörün AB dışından olması arasında bir ilişki vardır.

Diğer aktör bulgularına benzer biçimde AB dışı aktörlerle iddia çerçevesi arasındaki ilgiye bakıldığında, Ki Kare testi bulgusunda da $0.784 > 0.05$ olduğu için Ho hipotezi reddedilemez. Çerçevenin AB ile ilişkisi ve aktörün alanının AB dışından olması arasında bir ilişki olmadığı söylenebilir.

Tablo 33 incelendiğinde, % 62.8⁷¹ oranında iddia, olumlu ve destekleyici çerçevede ifade edilirken, sadece % 15.3 oranında iddia, olumsuz veya olmamalı⁷² şeklinde çerçevelenmiştir. Tarafsız olarak adlandırılan iddia çerçevesi de % 22 oranındadır.

IMF, İKÖ, BM, NATO, OECD gibi ulusüstü aktörler de ayrı bir aktör kategorisi oluşturmakta ve AB konusundaki haberlerde yer alabilmektedirler. *Ulusüstü aktörler olarak nitelenen bu aktörler ile medyanın kurduğu çerçeve* arasındaki ilişkinin niceliksel verileri Tablo 34’te yer almaktadır.

Tablo 34: Ulusüstü Aktörlere Göre Medyanın Kurduğu Çerçeve

Çerçevenin AB ile ilişkisi	Q22-Ulusüstü		Toplam	
	Ulusüstü			
	N	%	N	%
Belirtilmez	0	,0	12	1,0
AB bütünleşme sürecinde yapmamalı, olmamalı şeklindeki iddialar	1	4,0	41	3,3
Olumsuz	1	4,0	217	17,7
tarafsız, muğlak	0	,0	280	22,8
Olumlu	17	68,0	527	42,9
AB bütünleşme sürecinde yapmalı, desteklemeli şeklindeki iddialar	6	24,0	151	12,3
Toplam	25	100,0	1228	100,0

Ulusüstü aktörlere ve iddia çerçevesinin AB ile ilişkisini ele alan çapraz tablo verileri yardımıyla (Tablo 34) anlamlı test sonucu elde edilmese de Tablo 34’te görüldüğü gibi ulusüstü aktörler iddialarını % 92 oranında AB-Türkiye ilişkilerini

⁷¹ İddiaların toplam ifadeleri yer almaktadır. % 62.8 olumlu iddia hesaplanırken; % 49.2 olumlu iddia ile yapmalı, desteklemeli şeklindeki % 13.6 oranındaki olumlu içerikteki iddialar da eklenerek % 62.8 olarak toplam olumlu iddia oranına ulaşılmıştır.

⁷² Toplam olumsuz iddia yer almıştır. % 15.3 olumsuz iddia hesaplanırken; % 11.9 olumsuz iddia ile yapmamalı, desteklememeli şeklindeki % 3.4 oranındaki olumsuz içerikteki iddialar da eklenerek % 15.3 toplam olumsuz iddia oranına ulaşılmıştır.

destekler yönde olumlu olarak belirtmişlerdir. Olumsuz ve eleştirel iddiaları % 8'i geçmemekte ve araştırma örneklemine göre tarafsız iddiaları da bulunmamaktadır.

3.6. TÜRKİYE MEDYASINDA AVRUPALILAŞMAYA İLİŞKİN BULGULAR

Avrupalılaşıma uluslararası ilişkiler literatüründe kullanılan kuramsal bir çerçevedir. Bu çalışma kapsamında ise Avrupalılaşıma kamusal alanda Avrupa Birliği tartışmalarının yer almasını ifade etmektedir.

Araştırma alt sorusu 3: Türkiye’de medyanın şekillendirdiği kamusal alandaki haberlerde Avrupalılaşıma trendinden söz edilebilir mi?

Alt hipotez 3: Türkiye-AB ilişkilerinin araştırma kapsamındaki 1999-2005 yılları arasında en yoğun dönem olduğu göz önüne alınırsa yıllara göre düzenli haber artışı beklenmekte, aktörlerin yönelttiği iddialarda da artış olacağı öngörülmektedir.

Hipotez doğrulanmıştır yıllara göre aktör iddialarında artış vardır. Artan aktör sayısı aktör çeşitliliğini göstermese de Avrupalılaşımanın kanıtıdır.

Gazetelerin yayımlanma tarihleri ile özne aktörlerin iddia sayısındaki değişim incelendiğinde, devlet ve politika aktörlerinin en görünür aktör olduğu bulgulanmıştır. AB- Türkiye ilişkilerinin tarihsel dönemlerini yansıtan 1999 yılından itibaren devlet ve politika aktörlerinin arttığı görülmektedir. Toplamda AB haberleri % 46.9 oranında devlet ve politika aktörlerinin iddiaları ile medyada yer almaktadır.

AB aktörleri, 1999 yılında % 4.5 olan görünürlüğünü 2000 yılında iki katına (%10.8) çıkartarak her yıl düzenli olarak arttırmışlardır (2003 yılında Irak Savaşı’ndan dolayı düşüş yaşanmaktadır). En yüksek görünürlük 2004 yılına denk gelmektedir (%19.6). Bu yıl içinde gerçekleştirilen Brüksel Zirvesi’nde 3 Ekim 2005 yılında Türkiye

ile üyelik müzakerelerini başlatma kararının alınması sürecin en önemli belirleyici dönüm noktasıdır ve aktör zenginliğinin de nedenidir.

Tablo 35: Gazete Yayın Tarihine Göre Aktör Sınıflaması

Gazete yayın tarihi	İddia sahibi aktörler								
	Aktör Belirtilm ez	Genel TR-AB Akt.	AB Aktörleri	Politikacı lar	Ekono mi Akt.	STK Aktörleri	Medya Aktörleri	Diğer Aktörler	Toplam
1999	N 1	0	2	5	3	2	5	1	44
%	2,3	,0	4,5	11,4	6,8	4,5	11,4	2,3	100
2000	N 0	5	22	94	13	31	37	2	204
%	,0	2,5	10,8	46,1	6,3	15,2	18,2	1,0	100
2001	N 0	1	19	81	11	7	49	0	165
%	,0	,6	11,5	46,6	6,7	4,2	29,7	,0	100
2002	N 0	5	32	113	21	14	54	1	240
%	,0	2,1	13,3	47,1	8,7	5,8	22,5	,4	100
2003	N 0	1	10	49	4	5	26	1	97
%	,0	1,0	10,3	50,5	4,1	5,2	26,8	1,0	100
2004	N 0	2	47	102	19	11	50	3	240
%	,0	,8	19,6	42,5	5,9	4,6	20,8	1,2	100
2005	N 0	5	30	110	24	15	49	4	238
%	,0	2,1	12,6	46,3	10,1	6,3	20,0	1,7	100
Toplam	N 1	19	162	575	95	85	270	12	1228
%	,1	1,5	13,2	46,9	7,8	6,9	22,0	1,0	100

AB aktörleri 2000 yılında % 10.8 olan görünürlüklerini, 2004'te 19.6'ya, 2005'te de % 12'ye yükseltmişlerdir. Haberde **iddia eden aktörün gazeteci olduğu** yani gazetecinin aktör kullanmadan öne çıktığı iddia oranı ile medya aktörlerinin adları ya da kurumları ile öne çıktığı iddiaların oranı toplamı % 22'ye ulaşmakta ve önemli bir aktör temsiliyetine işaret etmektedir.

Sivil toplum aktörlerinin de ekonomik aktörlerin de toplam iddia oranı % 8'i geçmemektedir. Yıllara göre sivil toplum aktörü iddialarında ise 2000 yılına ait yükseliş dışında sıçrama görülmemektedir.

Araştırma alt sorusu 4: *Türkiye kamusal alanında nasıl bir Avrupalılaşma vardır? Türü ve yapısı nasıldır? Horizontal (yatay) veya vertikal (dikey) Avrupalılaşma⁷³ söz konusu mudur?Haberlerde hangi aktörler sıklıkla kimleri referans gösteriyor?*

Alt hipotez 4: AB- Türkiye ilişkilerinin yoğunluğu bakımından araştırmaya dahil edilen 1999-2005 yılları 1963'ten bu yana yaşanan en yoğun dönemdir. Bu tarihsel dönemde medya haberlerindeki aktörlerin arttığı iddia edilmektedir. Türkiye kamusal alanında yatay ve dikey Avrupalılaşmanın yaşandığı varsayılmaktadır. Araştırma kapsamında Türkiye medyasının kamusal alanın bir parçası olarak haberleri aracılığıyla Avrupalılaştığı öne sürülmekte, 1999 yılından itibaren Avrupa Birliği'ne ilişkin haberlerde düzenli olarak artış olduğu varsayılmaktadır.

Hipotez doğrulanamamıştır. Hipoteze ait Ki Kare testlerinden anlamlı bir sonuç çıkmasa da aktör sınıflaması açıklamalarımızı destekleyecek, savlarımızı sınamamıza yardım edecektir.

⁷³ Horizontal Avrupalılaşma kavramından kasıt, Avrupalı aktörlerinin haberde diğer Avrupalı aktörü referans göstermesidir. Vertikal Avrupalılaşma ise haberde AB aktörlerinin ulusal aktörleri veya ulusal aktörlerin AB aktörlerini referans göstermesidir. Biri dikey, yukarıdan aşağıya (vertikal) veya aşağıdan yukarıya iletişimi simgelerken, diğeri eşit düzeydekiler arası (yatay) iletişimi simgeler.

Tablo 36: İddianın Aktör Adresine Göre İddia Sahibi Aktörler

İddianın aktör adresi	İddia sahibi aktörler												
	Aktör Belirtilmemiştir	Genel TR-AB Akt.eri	Türk Politikacılar	Gazeteciler	Devlet ve Pol. Akt.	Ekonomik STK Akt.	Medya STK Akt.	Diğer Eko. Akt.	Diğer Akt.eri	Toplam			
Aktör Belirtilmez	N 0 % ,0	3 2,9	8 7,8	5 4,9	30 29,4	38 37,3	5 4,9	2 2,0	3 2,9	6 5,9	2 2,0	0 ,0	102 100
Genel TR-AB Aktörleri	N 1 % ,3	7 1,8	47 12,3	12 3,1	45 11,8	187 49,1	26 6,8	7 1,8	9 2,4	21 5,5	11 2,9	3 ,8	381 100
AB Aktörleri	N 0 % ,0	1 ,6	34 21,1	1 ,6	41 25,5	64 39,8	5 3,1	0 ,0	6 3,7	4 2,5	2 1,2	3 1,9	161 100
Türk Politikacılar	N 0 % ,0	0 ,0	0 ,0	1 20,0	1 20,0	0 ,0	0 ,0	0 ,0	1 20,0	1 20,0	0 ,0	1 20,0	5 100
Devlet ve Politika Akt.	N 0 % ,0	3 ,7	52 12,2	4 ,9	75 17,6	218 51,3	16 3,8	1 ,2	16 3,8	22 5,2	11 2,6	3 ,7	425 100
Ekonomik Aktörler	N 0 % ,0	1 4,0	4 16,0	0 ,0	5 20,0	5 20,0	4 16,0	0 ,0	0 ,0	4 16,0	2 8,0	0 ,0	25 100
STK Akt.	N 0 % ,0	0 ,0	0 ,0	0 ,0	1 8,3	2 16,7	0 ,0	4 33,3	2 16,7	2 16,7	0 ,0	1 8,3	12 100
Medya Aktörleri	N 0 % ,0	0 ,0	1 25,0	0 ,0	2 50,0	1 25,0	0 ,0	0 ,0	0 ,0	0 ,0	0 ,0	0 ,0	4 100
Diğer STK Akt.	N 0 % ,0	2 4,9	7 17,1	0 ,0	9 22	13 31,7	0 ,0	0 ,0	2 4,9	7 17,1	1 2,4	0 ,0	41 100
Diğer Ekon. Akt.	N 0 % ,0	0 ,0	1 20	0 ,0	2 40	1 20,0	1 20,0	0 ,0	0 ,0	0 ,0	0 ,0	0 ,0	5 100
Diğer Aktörler	N 0 % ,0	2 3,1	7 10,8	1 1,5	16 24,6	22 33,8	4 6,2	2 3,1	4 6,2	2 3,1	4 6,2	1 1,5	65 100
Toplam	N 1 % ,1	19 1,5	162 13,2	24 2,0	227 18,5	551 44,9	61 5,0	16 1,3	43 3,5	69 5,6	34 2,8	12 1,0	1228 100,0

Tablo 36'ya ilişkin Ki Kare testi anlamlı sonuç vermese de AB konusunda iddiaların asıl kaynağı olarak en belirgin aktör olan devlet ve politika aktörlerinin, % 49.1 iddiasının genel olarak isim verilmeden AB veya Türkiye-AB ilişkilerine yöneldiği görülmektedir. Yine özne aktör olarak devlet ve politika aktörleri % 39.8 oranında AB aktörlerine iddialarını yöneltmektedirler. Ancak sözü edilen aktörler, iddialarını ağırlıklı olarak (% 51.3) diğer devlet ve politika aktörlerine yöneltmektedir. Bu yönelimin aktörleri arasında Avrupalı ulusal politika aktörleri de yer almaktadır.

Araştırma kapsamında yatay veya dikey Avrupalılaşmayı en iyi gösterebilecek çapraz tablo iddianın karşıt aktörleri ile iddiayı destekleyen aktörlere ilişkin verilerin birarada okunmasıdır.

Tablo 37: İddanın Karşıt Aktörleri/ Destekleyen Aktörleri

Karşıt aktörün kapsamı	İddiayı destekleyen aktörün kapsamı							
	destekley en aktör yok	Yerel	Ulusal	Avrupalı ulusal aktörler	AB	AB dışı	Ulusüst ü	Toplam
Karşıt aktör N belirtilmez	657	2	95	41	36	15	7	853
%	77,0	,2	11,1	4,8	4,2	1,8	,8	100,0
AB dışı N	6	0	3	7	2	1	0	19
%	31,6	,0	15,8	36,8	10,5	5,3	,0	100,0
AB N	42	0	13	3	2	2	0	62
%	67,7	,0	21,0	4,8	3,2	3,2	,0	100,0
Avrupalı ulusal aktörler N	53	1	12	36	10	3	0	115
%	46,1	,9	10,4	31,3	8,7	2,6	,0	100,0
Ulusal N	113	1	46	7	9	2	0	178
%	63,5	,6	25,8	3,9	5,1	1,1	,0	100,0
Ulusüstü N	0	0	0	0	0	0	1	1
%	,0	,0	,0	,0	,0	,0	100,0	100,0
Toplam N	871	4	169	94	59	23	8	1228
%	70,9	,3	13,8	7,7	4,8	1,9	,7	100,0

Tablo 37’da görüldüğü gibi, AB konularında 1228 iddianın asıl destek aktörü 178 iddia temsili ile ulusal aktörlerdir, onu 115 iddia ile Avrupalı ulusal aktörler, yine üçüncü sırada 62 iddia temsili ile AB aktörleri izlemektedir. Yatay Avrupalılaşıma (Avrupalı aktörlerin birbirlerine iddia yöneltmesi) dikey Avrupalılaşmaya göre (AB aktörlerin ulusal aktörlere veya ulusal aktörlerin AB aktörüne iddia yöneltmesi) neredeyse % 50 daha sık görülen bir durumdur. Avrupalı ulusal aktörlerin AB konusunda Türkiye’ye veya diğer Avrupa ülkelerine atıfları AB aktörlerinin atıflarından 53 iddia daha fazladır. Yine Avrupalı politik aktörlerin Türkiye-AB ilişkileri hakkındaki görüşlerinin destek ve karşıtlık gibi uç noktaları ifade edebilmesinden dolayı medya açısından haber değeri yüksek açıklama olarak görülmektedir. Oysa ki AB bürokratları ve kurumlarının açıklamaları Türkiye’nin üyeliğine ilişkin politik açıklamalar olmayıp üyelik sürecini destekleyen ve bürokratik kararlara, uygulamalara yönelik açıklamalardır. Dolayısıyla medyanın gündemi için çok da belirleyici görülmemektedir.

AB aktörlerine göre ulusal aktörler veya Avrupalı ulusal aktörler daha görünür durumdadır. Dolayısıyla AB-Türkiye ilişkilerinin de şekillendiricisi olarak yine bu aktörlerin temsiliyetleri söz konusudur. Avrupalı ulusal aktörler Avrupa Birliği’nin görünen yüzünü simgelemektedir. AB-Türkiye ilişkilerini görünür kılan haberlerde Fransa devlet başkanı AB Komisyonu başkanına göre temsiliyet üstünlüğüne sahiptir, bu nedenle ulusal aktörlerin etkinliği süreci siyasi hale getirmekte, üyeliğin çeşitli toplumsal kesimlerdeki (çiftçiler, kadınlar, çocuklar, gençler, maden çalışanları gibi) olası kazanım ve kayıplarının tartışılması yerine, ulusal arenadaki siyasi liderlerin kavramları üzerinden tartışmalar görünür kılınmakta, vatandaş sürece ilişkin gerekli bilgiyi edinememektedir.

Araştırma alt sorusuna ait 4 numaralı hipoteze ilişkin Ki Kare testinden anlamlı bir ilişki olmadığı sonucu elde edilmişse de Tablo 35’e ilişkin olarak gerçekleştirilen aktör sınıflamasının yıllara göre artışı incelendiğinde, **devlet ve politika aktörlerinin** 1228 iddiadan % 46.9’unu oluşturan 575⁷⁴ iddianın ana aktörü olduğu saptanmıştır. En

⁷⁴ 575 iddia devlet ve politik aktörler ile Türk politik aktörlerin toplam rakamını ifade etmektedir.

az 2000 yılında % 40.7 iddia olmak üzere, % 42.5'in altında temsil edildikleri bir yıl bulunamamıştır.

AB ile Türkiye ilişkilerinde ikinci önemli aktör olan **ekonomik aktörlerin** toplam görünürlükleri, 95 iddia ile % 7.8 seviyesindedir. **Sivil toplum kuruluşlarının** aktör olarak AB konusundaki medya görünürlükleri ise toplamda 85 iddia ile ancak % 6.9 oranındadır.

Medya ve gazeteciler, aktör olarak haberlerde 270 iddia ile % 22 özne aktör iddiasına sahiptirler. Yıllara göre aktör gruplarının artış veya azalışları incelendiğinde, devlet ve politika aktörlerinin iddialarındaki görünürlüklerini korudukları, ekonomik ve sivil toplum aktörlerinin ise yıllara göre düzensiz artış ve azalış trendi sergiledikleri gözlemlenmektedir (Tablo 35).

Aktör kategorileri üzerindeki derinlikli bir analize göre, politika aktörü olan CHP'nin aktör olarak 16 iddia yöneltirken, ekonomik bir aktör olan TÜSİAD'ın 22 haberdeki varlığı kodlanmıştır. Araştırma sonuçları, MHP'nin CHP'den daha yüksek sayıda iddia yönelterek, Avrupa Birliği konusunda MHP'nin kamusal alanda görünür bir aktör olduğunu kanıtlamaktadır. MHP politik aktör olarak ulusal politikaların öne çıkarılmasını savunan milliyetçi kanadı temsil ettiğinden parti programında direk olarak AB karşıtı olduğunu belirtmese de medya üzerinden siyasi iletişimde AB karşıtı iddiaları öne sürebilmektedir. Bu nedenle CHP'ye göre daha yüksek iddia oranıyla AB'ye ilişkin kamusal alanda görünür durumdadır. CHP ise AB karşıtı bir politika ileri sürmediğinden, AB konusunda keskin bir politik duruş sergilemediğinden temsiliyeti de daha düşüktür. Ekonomik aktör olan TÜSİAD'ın bile CHP'den daha yüksek orandaki iddia temsiliyeti TÜSİAD'ın konuya ilişkin kamusal alanda siyasi aktörmüşçesine varolma isteğinden kaynaklanmaktadır. AB konusunda TÜSİAD sadece ekonomik aktör olarak ele alınmamalıdır. Araştırma çerçevesinde TÜSİAD açıklamaları, başlattığı kampanyaları, sürece ilişkin kamusal alandaki etkinliği bakımından en az CHP ve MHP kadar siyasi bir aktördür, haberlerde rastlanan iddia yoğunluğu da bunun kanıtıdır.

Araştırma alt sorusu 5: *Avrupalı ve/veya yerel aktörler AB ile ilgili belirlenen politika alanları çerçevesinde nasıl yer alıyor? Nasıl değerlendiriyor?*

Alt hipotez 5: Türkiye’deki ulusal aktörlerin (politik, ekonomik, sivil) AB ile ilişkili haberlerde belirlenen konu alanlarında etkin olarak yer alacağı varsayılmaktadır.

Hipotez doğrulanmıştır. Türkiye’deki ulusal aktörler belirlenen konu alanlarında iddia yöneltmişlerdir fakat etkin olarak yer alamamışlardır. Hipoteze ilişkin veriler yine aktör grupları altında ele alınarak farklı aktör gruplarının verileri irdelenmeye çalışılmıştır.

Ulusal aktörler AB bütünleşme çerçevesinin farklı konularına değinmişlerdir ve konuya ilişkin istatistiksel analiz Tablo 38’de ele alınmaktadır.

Tablo 38: Ulusal Aktörlere Göre AB Bütünleşme Çerçevesi

AB bütünleşme çerçevesi	Q22-Ulusal aktörler		Toplam	
	Ulusal			
	N	%	N	%
AB bütünleşme çerçevesi Belirtilmez	472	65,6	767	62,5
Genişleme>kurumsal reformlar	10	1,4	21	1,7
Kurumsal reformlar>genişleme	11	1,5	28	2,3
Ortak para birimi>politik bütünleşme	0	,0	2	,2
politik bütünleşme>ortak para birimi	1	,1	2	,2
Ekonomik bütünleşme>sosyal bütünleşme	16	2,2	28	2,3
Ekonomik bütünleşme>politik bütünleşme	24	3,3	46	3,7
Politik bütünleşme>ekonomik bütünleşme	40	5,6	54	4,4
Sosyal bütünleşme>ekonomik bütünleşme	4	,6	7	,6
Avrupa kimliği/kamusal alan>kurumsal reformlar	5	,7	18	1,5
Kurumsal reformlar>Avrupa kimliği/ kamusal alan	12	1,7	35	2,9
güvenlik>politik bütünleşme	12	1,7	25	2,0
Sosyal bütünleşme>politik bütünleşme	113	15,7	195	15,9
Toplam	720	100,0	1228	100,0

Ulusal aktörlerin iddialarının % 65’inde AB genişleme ve derinleşme tartışmalarına yer vermemesi nedeniyle Ki Kare testi sonucu anlamlı olmasa da çapraz tabloya göre (Tablo 38) ulusal aktörlerin % 15.7 oranında sosyal bütünleşmenin politik bütünleşmeye evrileceğine ilişkin iddiaları söz konusudur.

Türkiye’nin kurumsallaşmış uygulaması olan Gümrük Birliği yoluyla ekonomik bütünleşmenin politik bütünleşmeye evrileceği veya tam tersi politik bütünleşmenin Gümrük Birliği’ni derinleştireceği iddiaları % 8.9 oranında temsil edilmektedir. Ekonomik bütünleşmenin sosyal bütünleşmeye evrileceği iddiasının temsiliyeti % 2.2 iken, sosyal bütünleşmenin ekonomik bütünleşmeye evrileceği iddiası % 0.6 oranında iddia çerçevesi olarak kullanılmıştır. Güvenlik konusunun politik bütünleşmeyle ilişkilendirilmesi ise % 1.7 oranı ile temsil edilmiştir.

AB aktörlerinin iddialarında atıfta bulundukları çerçeve Tablo 39’da belirtilmiştir.

Tablo 39: AB Aktörlerine Göre AB Bütünleşme Çerçevesi

AB bütünleşme çerçevesi	Q22-AB aktörleri		Toplam	
	AB			
	N	%	N	%
AB bütünleşmesi çerçevesi belirsiz	105	55,3	767	62,5
Genişleme>kurumsal reformlar	9	4,7	21	1,7
Kurumsal reformlar>genişleme	7	3,7	28	2,3
Ortak para birimi>politik bütünleşme	2	1,1	2	,2
Politik bütünleşme>ortak para birimi	1	,5	2	,2
Ekonomik bütünleşme>sosyal bütünleşme	6	3,2	28	2,3
Ekonomik bütünleşme/Ortak Pazar>politik bütünleşme	5	2,6	46	3,7
Politik bütünleşme>ekonomik bütünleşme	3	1,6	54	4,4
Sosyal bütünleşme>ekonon bütünleşme	0	,0	7	,6
Avrupa kimliği/kamusal alan>kurumsal reformlar	4	2,1	18	1,5
Kurumsal reformlar>Avrupa kimliği/kamusal alan	7	3,7	35	2,9
güvenlik>politik bütünleşme	4	2,1	25	2,0
Sosyal bütünleşme >politik bütünleşme	37	19,5	195	15,9
Toplam	190	100,0	1228	100,0

AB aktörlerinin % 55 oranındaki iddialarında AB bütünleşme çerçevesine atıfta bulunulmamıştır. En yüksek atıf % 19.5 oranında sosyal bütünleşmenin politik bütünleşmeye evrileceğine ilişkin çerçevedir. AB kurumsal aktörleri, Türkiye'nin AB üyeliği yolunda elde edeceği kazanımların politik bütünleşmeye, dolayısıyla AB üyeliğine evrileceğini sıklıkla iddia etmektedirler ve bu yolla Türkiye'nin üyeliğini desteklemektedirler. AB aktörleri, ulusal aktörlerle benzer şekilde sosyal bütünleşme çerçevesini kullanmışlardır. Ekonomik çerçeve gibi kurumsallaşmış çerçeveler daha az değinilmiştir. Türkiye'nin Avrupa Birliği ile ekonomik ilişkilerinin belirleyici eksen olan Gümrük Birliği ve kazanımları AB üyeliği bağlamında az değinilen bir çerçevedir. Bu bulgu da AB-Türkiye ilişkilerinin 1999-2005 yılları arasında ekonomik çıkarlardan çok politik gelişmelerle ele alındığını göstermektedir.

Ekonomik bütünleşme ile politik bütünleşme arasındaki ilişkiyi anlatan çerçeve toplamda % 7 oranında ifade edilmiştir. AB aktörleri % 7 oranında da genişleme ile kurumsal reformları ilişkilendirerek iddialarını çerçeveledirmişlerdir. Ulusal aktörlerde ise bu oran % 3'tür. Güvenlik iddiası % 2 oranında temsil edilen, az tercih edilen çerçeve olmuştur. Kurumsal reformlar % 3 oranında iddia edilerek AB aktörleri tarafından gündemde tutulmaya çalışılmıştır.

Avrupalı ulusal aktörlerin kullandıkları iddia çerçeveleri ve atıfta bulunma sıklıkları Tablo 40 aracılığıyla belirtilmektedir.

Tablo 40: Avrupalı Ulusal Aktörlere Göre AB Bütünleşme Çerçevesi

AB bütünleşme çerçevesi	Q22-Avrupalı ulusal aktörler		Toplam	
	Avrupalı ulusal aktörler			
	N	%	N	%
AB bütünleşme çerçevesi belirsiz	141	60,3	767	62,5
Genişleme>kurumsal reformlar	1	,4	21	1,7
Kurumsal reformlar>genişleme	8	3,4	28	2,3
ortak para birimi>politik bütünleşme	0	,0	2	,2
politik bütünleşme>ortak para birimi	0	,0	2	,2
Ekonomik bütünleşme>sosyal bütünleşme	3	1,3	28	2,3
Ekonomik bütünleşme>politik bütünleşme	9	3,8	46	3,7
Politik bütünleşme>ekonomik bütünleşme	5	2,1	54	4,4
Sosyal bütünleşme>ekonomik bütünleşme	3	1,3	7	,6
Avrupa kimliği/kamusal alan>kurumsal reformlar	9	3,8	18	1,5
Kurumsal reformlar>Avrupakimliği/kamusal alan	14	6,0	35	2,9
güvenlik>politik bütünleşme	7	3,0	25	2,0
sosyal bütünleşme>politik bütünleşme	34	14,5	195	15,9
Toplam	234	100,0	1228	100,0

Avrupalı ulusal aktörler de Tablo 40'ta görüldüğü üzere % 62.5 oranında iddialarını araştırma kapsamında önceden belirlenen çerçevelerde dile getirmemişlerdir. Avrupalı ulusal aktörler sosyal bütünleşmenin politik bütünleşmeye dönüşebileceği savına ilişkin iddialarını % 14.5 oranında dile getirmişler, ardından % 9.8 oranında kurumsal reformlar, Avrupa kimliği çerçevesine vurgu yapmışlar, ekonomik bütünleşme vurgusu % 7.2'lerde kalmıştır. Güvenlik ve kurumsal reformlara % 3 gibi benzer oranlarda iddia yöneltmişlerdir. Genişleme iddia çerçevesi % 0.3 oranında yer almıştır. Avrupalı ulusal aktörler Türkiye-AB ilişkilerine değinirken daha çok kimlik ve sosyal bütünleşmeye vurgu yaptıklarından ve Türkiye'nin Avrupalı olması, Avrupa'nın sahip

olduğu değerler sistemine ayak uydurup uyduramadığı tartışıldığından sosyal bütünleşmenin ve yaşanan değişimlerin Türkiye'nin AB üyeliğine yani politik gelişmeye yol açıp açmayacağı ana tartışma eksenidir. Genişleme 2004 yılında AB'nin 10 yeni üyeyi içine alması tartışılan bir konudur ve Avrupalı ulusal aktörler için Türkiye-AB ilişkilerinin temel belirleyici noktası değildir bu nedenle çok düşük oranda atıf yapılmıştır. Belki de sürecin henüz üyeliğe evrilmeyeceği rahatlığı aktörlerin bu çerçeveyi kullanmamasına yol açmaktadır, çünkü Türkiye'nin Birliğe üye olabileceği bir tarih henüz belirli değildir.

AB dışı aktörler ve atıfta bulundukları bütünleşme çerçevesi Tablo 41'de belirtilmektedir.

Tablo 41: AB Dışı Aktörlere Göre AB Bütünleşme Çerçevesi

AB bütünleşme çerçevesi	Q22-AB Dışı aktörler		Toplam	
	AB Dışı			
	N	%	N	%
AB bütünleşme çerçevesi belirtilmemiştir	37	62,7	767	62,5
Genişleme>kurumsal reformlar	1	1,7	21	1,7
Kurumsal reformlar>genişleme	2	3,4	28	2,3
ortak para birimi>politik bütünleşme	0	,0	2	,2
politik bütünleşme>ortak para birimi	0	,0	2	,2
Ekonomik bütünleşme>sosyal bütünleşme	0	,0	28	2,3
Ekonomik bütünleşme>politik bütünleşme	4	6,8	46	3,7
politik bütünleşme>ekonomik bütünleşme	2	3,4	54	4,4
sosyal bütünleşme>ekonomik bütünleşme	0	,0	7	,6
Avrupakimliği>kamusalalan>kurumsal reformlar	0	,0	18	1,5
Kurumsal reformlar>Avrupakimliği/kamusal alan	2	3,4	35	2,9
güvenlik>politik bütünleşme	2	3,4	25	2,0
sosyal bütünleşme>politik bütünleşme	9	15,3	195	15,9
Toplam	59	100,0	1228	100,0

AB dışı aktörler, NATO, İKO, ABD, IMF gibi ulusal aktörler dışında kalan aktörlerdir. Türkiye'nin AB'ye üyeliği konusunda bazen ekonomi temelli, bazen AB'nin çokkültürlülüğüne ilişkin açıklamalar yapmaktadırlar. Bu aktörlerin iddialarının % 62.5'inde yukarıda belirtilen çerçeveler yer almazken, % 5.1 oranında iddia, genişleme ve kurumsal reformlara vurgu yapmaktadırlar. AB dışı aktörler de sosyal bütünleşmenin politik bütünleşmeye dönüşeceği çerçevesiyle iddialarını şekillendirmektedirler. % 10.2 oranında iddia ekonomik bütünleşme ile politik bütünleşmeyi ilişkilendirmektedir. Güvenlik ve kurumsal reformlar benzer şekilde % 3 oranda iddia çerçevesiyle haberleştirilmiştir. Avrupa kimliği, doğal olarak bu gurubun bir iddia çerçevesi değildir ve hiç atıf yapılmadığı görülmektedir.

Araştırma alt sorusu 6: *Avrupa bütünleşmesi, Türkiye medyasında nasıl değerlendiriliyor? Genişleme/derinleşme tartışmaları medya tarafından nasıl ele alınıyor?*

Alt hipotez 6: Avrupa bütünleşmesi ve derinleşme tartışmaları Avrupa medyası ve AB ülkelerinde devam etmektedir. Türkiye'nin, aday ülke olarak bu tartışmalardan beslenemediği varsayılmaktadır. Türkiye henüz üye ülke olmadığından bu tartışmalarda yer alamadığı ileri sürüldüğü gibi Türkiye'deki aktörlerin AB tam üyeliğine enerjisini yönelttiği için bunun dışındaki konulara ilgi göstermediği de iddia edilmektedir. Bu nedenle hipoteze göre aktörlerin genişleme ve derinleşme tartışmalarına iddialarında yer vermediği, bu tartışmaları referans göstermediği öne sürülmektedir.

Hipotez doğrulanmıştır. Türkiye'deki ulusal aktörler genişleme ve derinleşme çerçevesine iddialarında sıklıkla yer vermemişlerdir. Ulusal aktörler haberlerde belirlenen beş iddia çerçevesine göre iddialarını yöneltmişlerdir ve Tablo 42 verileri bu oranları yansıtmaktadır.

Tablo 42: Ulusal Aktörlere Göre İddianın Çerçevesi

İddianın çerçevesi	Q22-Ulusal		Toplam	
	Ulusal			
	N	%	N	%
Genel iddia çerçevesi	232	32,2	395	32,2
Prensip, norm ve değerler	136	18,9	287	23,4
Anayasal, kurumsal	203	28,2	337	27,4
Yönetişim	108	15,0	152	12,4
Belirtilmemiş	41	5,7	57	4,6
Toplam	720	100,0	1228	100,0

Ki Kare testi	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	29,146 ^a	4	,000
Likelihood Ratio	29,497	4	,000
Linear-by-Linear Association	4,885	1	,027
N of Valid Cases	1228		
a. 0 cells (,0) have expected count less than 5. The minimum expected count is 23,58.			

Ho: İddianın çerçevesi ile aktörün Ulusal olması arasında bir ilişki yoktur.

Ha: İddianın çerçevesi ile aktörün Ulusal olması arasında bir ilişki vardır.

Ulusal aktörlere ilişkin Tablo 42 verilerine göre, $0.000 < 0.05$ olduğu için Ho hipotezi reddedilir. İddianın çerçevesi ile aktörün ulusal olması arasında bir ilişki vardır. Ki Kare testinden ve analiz sonucundan da görüldüğü gibi iddianın Avrupa bütünleşmesi ile ilişkisini gösteren çerçeve anlatımı ile ulusal aktörlerin varlığı arasında anlamlı bir ilişki örneklem açısından kurulabilmektedir.

Ulusal aktörler, iddialarını yöneltirken % 32.2 oranında genel iddia çerçevesini kullanmışlar, ‘ulusal kimlik’, toplumun değerleri, ekonomik, kayıp ve kazanç çerçevelerinde AB’yi ele almışlardır. Yine % 28.2 oranında iddialar, ‘anayasal-kurumsal’ çerçeve olarak adlandırılan, AB-Türkiye ilişkileri, bütünleşme kapsamında yapılan reformlar, demokrasi ile ilişkili konulara yoğunlaşırken, en düşük % 15 oranında ‘yönetişim’ çerçevesi altında bürokratik olarak Türkiye’nin üyelik için yaptıkları ya da yapması gerekenler, açıklık ve meşruluk konularında iddialarını yöneltmişlerdir.

AB aktörlerinin sıklıkla atıfta bulundukları iddia çerçeveleri Tablo 43’te gösterilmektedir.

Tablo 43: AB aktörlerine Göre İddianın Çerçevesi

İddianın çerçevesi	Q22-AB aktörleri		Toplam	
	AB			
	N	%	N	%
Genel	40	21,1	395	32,2
Prensip, norm ve değerler	59	31,1	287	23,4
Anayasal, kurumsal	64	33,7	337	27,4
Yönetişim	23	12,1	152	12,4
Belirtilmemiş	4	2,1	57	4,6
Toplam	190	100,0	1228	100,0

Ki Kare testi	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	20,625 ^a	4	,000
Likelihood Ratio	21,675	4	,000
Linear-by-Linear Association	2,839	1	,092
N of Valid Cases	1228		
a. 0 cells (,0) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,82.			

Ho: İddianın çerçevesi ve aktörün AB’den olması arasında bir ilişki yoktur.

Ha: İddianın çerçevesi ve aktörün AB’den olması arasında bir ilişki vardır.

Tablo 43'ten alınan verilere göre Ki Kare testinde $0.000 < 0.05$ olduğundan, H_0 hipotezi reddedilir, iddianın çerçevesi ile aktörün AB'den olması arasında bir ilişki vardır.

AB aktörleri iddialarını ulusal aktörlerden farklı olarak prensip norm ve değerler üzerine daha çok vurgu yaparak çerçevelemektedirler, genel iddialara, anayasal ve kurumsal çerçeveden bile az yer vererek, Türkiye AB ilişkilerini demokrasi ve prensipler çerçevesinde ele almaya daha çok özen göstermektedirler.

Avrupalı ulusal aktörlerin sıklıkla atıfta bulunduğu iddia çerçeveleri Tablo 44'te gösterilmektedir.

Tablo 44: Avrupalı Ulusal Aktörlere Göre İddianın Çerçevesi

İddianın çerçevesi	Q22-Avrupalı ulusal aktörler		Toplam	
	Avrupalı ulusal aktörler			
	N	%	N	%
Genel	80	34,2	395	32,2
Prensip, norm ve değerler	77	32,9	287	23,4
Anayasal, kurumsal	53	22,6	337	27,4
Yönetişim	18	7,7	152	12,4
Belirtilmemiş	6	2,6	57	4,6
Toplam	234	100,0	1228	100,0

Ki Kare testi	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	21,848 ^a	4	,000
Likelihood Ratio	22,034	4	,000
Linear-by-Linear Association	3,293	1	,070
N of Valid Cases	1228		
a. 0 cells (,0) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10,86.			

H_0 : İddianın çerçevesi ve aktörün Avrupalı ulusal aktör olması arasında bir ilişki yoktur.

H_a : İddianın çerçevesi ve aktörün Avrupalı ulusal aktör olması arasında bir ilişki vardır.

Avrupalı ulusal aktörlere ilişkin verilerden yola çıkarak Tablo 44'e göre uygulanan Ki Kare testi sonucunda $0.000 < 0.05$ olduğundan, H_0 hipotezi reddedilir. İddianın çerçevesi ile aktörün Avrupalı ulusal aktör olması arasında bir ilişki vardır. Avrupalı aktörler, Türkiye'deki ulusal aktörlere benzer bir haklılaştırma ile iddialarını dile getirirler. Türkiyeli ulusal aktörlere benzer biçimde % 34.2 oranında iddialarında kimlik, kültür, din gibi genel iddia çerçevesini kullanırlar. İkinci sırada, prensip norm ve değerler üzerinden iddialarını yönelterek; barış, sosyal adalet, tolerans çerçevelerini kullanırlar (% 32.9). Toplamda, % 22.6 oranında anayasal çerçeve ile, AB bütünleşmesine ilişkin çerçeveyi kullanarak iddialarını yöneltirken, en az kullandıkları çerçeve % 7.7 oranındaki yönetim iddia çerçevesidir.

AB dışı aktörler de iddialarını yöneltirken Tablo 45'te belirtilen çerçeveleri kullanmışlardır.

Tablo 45: AB Dışı Aktörlere Göre İddianın Çerçevesi

İddianın çerçevesi	Q22-AB dışı aktörler		Toplam	
	AB Dışı			
	N	%	N	%
Genel	27	45,8	395	32,2
Prensip, norm ve değerler	9	15,3	287	23,4
Anayasal, kurumsal	15	25,4	337	27,4
Yönetişim	3	5,1	152	12,4
Belirtilmemiş	5	8,5	57	4,6
Toplam	59	100,0	1228	100,0

Ki Kare testi	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10,026 ^a	4	,040
Likelihood Ratio	10,230	4	,037
Linear-by-Linear Association	1,738	1	,187
N of Valid Cases	1228		
a. 1 cells (10,0) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,74.			

Ho: İddianın çerçevesi ile aktörün AB dışından olması arasında bir ilişki yoktur

Ha: İddianın çerçevesi ile aktörün AB dışından olması arasında bir ilişki vardır.

AB dışı aktörlere örnek olarak İslam Konferansı Örgütü, Amerika Birleşik Devletleri gibi aktörler verilebilmektedir. AB dışı aktörlerin iddialarının çerçevesi ile aktörler arası ilişkiyi gösteren Ki Kare testinden de anlamlı bir ilişki kurulmuş, analiz bulguları, $0,04 < 0,05$ olduğu için Ho hipotezi reddedilmiştir. İddianın çerçevesi ile aktörün AB dışından olması arasında bir ilişki vardır.

AB dışı aktörler % 45.8 oranında ‘genel iddia’ kategorisi altında ulusal kimlik, ekonomik kayıp, kazanç, din, modernleşme ana çerçevelerinde iddialarını yöneltirken, ikinci sırada % 25.4 oranında anayasal kurumsal çerçevede iddiada bulunmuşlardır. Prensip, norm ve değerler konusunda % 15.3 iddia yöneltmişlerdir. En az oranda yönetim, çoğulculuk, şeffaflık kategorisinde (% 5.1) iddia yöneltmişlerdir.

Ulusüstü aktörlerin sıklıkla yönelttikleri iddia çerçevesi Tablo 46’da belirtilmektedir.

Tablo 46: Ulusüstü Aktörlere Göre İddianın Çerçevesi

İddianın çerçevesi	Q22-Ulusüstü aktörler		Toplam	
	Ulusüstü			
	N	%	N	%
Genel	16	64,0	395	32,2
Prensip, norm ve değerler	6	24,0	287	23,4
Anayasal, kurumsal	2	8,0	337	27,4
Yönetişim	0	,0	152	12,4
Belirtilmemiş	1	4,0	57	4,6
Toplam	25	100,0	1228	100,0

Ulusüstü aktörler ile haberde geçen iddianın çerçevesine ilişkin Ki Kare testi anlamlı bir sonuca ulaşmamışsa da Tablo 46 incelendiğinde ulusüstü aktörlerin iddialarının % 64'ünün genel iddia çerçevesine odaklandığı görülmektedir. Prensip, norm ve değerler çerçevesinin temsili % 24 oranındadır. Ulusüstü aktörler sadece % 8 oranında anayasal kurumsal çerçeveye atıf yapmışlar, yönetim çerçevesi onları ilgilendirmediğinden konuya ilişkin atıfları yoktur.

3.7. AVRUPA BİRLİĞİ'NE İLİŞKİN HABERLER VE POLİTİK PARTİLER

Politika ve devlet aktörlerinin Avrupa Birliği'ne ilişkin olumlu ve olumsuz iddiaları kamuoyunu yönlendirmesi bakımından önemli bir belirleyicidir ve araştırmanın da alt hipotezlerinden birini oluşturmaktadır.

Araştırma alt sorusu 7: *Medyadaki AB söyleminin Türkiye'deki politik yelpaze açısından ilişkilendirilmesi ne şekildedir?*

Alt hipotez 7: Medyadaki AB söyleminin Türkiye’deki politik yelpaze açısından sıklıkla olumlu atıfta bulunulan bir konu olduğu varsayılmaktadır.

Hipoteze göre *politika aktörlerinin iddialarındaki AB’ye ilişkin olumlu veya olumsuz iddialarının oranı* önemli bir veridir çünkü, bu sonuçtan yola çıkarak politik yelpazenin AB’ye bakışı incelenebilmektedir. Toplam politik partilerin % 42.9 olumlu iddiasına karşılık % 17.7 olumsuz atfı söz konusudur (Tablo 47). **Dolayısıyla hipotez doğrulanmaktadır.**

Tablo 47: Politik Partilere Göre AB Çerçevesi

Politik partiler		Çerçevenin AB ile ilişkisi						Toplam
		Belirtilmez	AB bütünleşme sürecinde yapmamalı	Olumsuz	Tarafsız, muğlak	Olumlu	AB bütünleşme sürecinde yapmalı, desteklemeli	
CHP	N	0	2	6	5	3	0	16
	%	,0	12,5	37,5	31,3	18,8	,0	100,0
DSP	N	0	0	3	1	1	0	5
	%	,0	,0	60,0	20,0	20,0	,0	100,0
ANAP	N	0	0	1	0	3	0	4
	%	,0	,0	25,0	,0	75,0	,0	100,0
HADEP	N	0	0	2	0	1	1	4
	%	,0	,0	50,0	,0	25,0	25,0	100,0
FP/AKP	N	0	0	1	4	6	0	11
	%	,0	,0	9,1	36,4	54,5	,0	100,0
MHP	N	0	3	12	1	1	1	18
	%	,0	16,7	66,7	5,6	5,6	5,6	100,0
DYP	N	0	0	3	5	4	1	13
	%	,0	,0	23,1	38,5	30,8	7,7	100,0
Toplam	N	12	41	217	280	527	151	1228
	%	1,0	3,3	17,7	22,8	42,9	12,3	100,0

Politik partilerin ayrıntılı atıflarında AB konusunda 18 iddia ile MHP'nin iddiaları yoğunluktadır, CHP 16 iddia ile ikinci sırada, DYP 13 iddia ile üçüncü sırada, AKP 11 iddia ile dördüncü sırada yer almaktadır. DSP'nin 5, diğer partiler olan HADEP ve ANAP'ın 4 iddia temsili söz konusudur. AB konusunda en fazla olumlu iddia AKP/FP aktörleri tarafından yöneltilmiştir. 1228 iddia içerisinde saptanan 527 olumlu iddianın 6'sı söz konusu aktöre aittir. En fazla olumsuz iddia da MHP tarafından yöneltilmiş ve toplam 217 olumsuz iddianın 12'si bu aktör tarafından medyada haberleştirilmiştir.

Politik partiler, sağ, sol ve muhafazakar eğilimleri yansıtsalar da AB üyeliği konusuna genel olarak olumlu bakmaktadırlar zaten bu savı doğrulayacak şekilde partiler 1228 iddiadan 527'sinde olumlu atıfta bulunurken sadece 217'sinde olumsuz iddiaları söz konusudur. Bir de 1999'dan bu yana AB-Türkiye ilişkilerinin en hareketli dönemlerini yansıtan 1999 Helsinki Zirvesi'nde adaylığın ilanı döneminde sağ ve sol partilerin koalisyonunun hükümet ortağı olduğu düşünüldüğünde politik partilerin süreci olumlu yönde destekledikleri daha da açık şekilde ortaya çıkmaktadır. Süreci desteklese de sağ eğilimli ve milliyetçi çizgide bir politik görüşü benimseyen MHP, AB üyeliğine prensipte olumlu baksa da sürecin hükümet tarafından doğru yürütülmediği eleştirisinden dolayı en sık olumsuz iddiayı dile getiren politik parti olmuştur.

Politik yelpazeyi temsil eden *politik partiler ve AB konusundaki iddialarının medya tarafından nasıl çerçevelendiği* de önemli bir konudur.

Tablo 48: Politik Partilerin AB İddialarının Medyada Çerçevenmesi

Medyanın pragmatik çerçevesi	Politik Partiler														Total	
	CHP		DSP		ANAP		HADEP		FP		MHP		DYP			
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Medya çerçevesi belirtilmemiştir	0	,0	0	,0	0	,0	0	,0	0	,0	0	,0	0	,0	18	1,5
AB vatandaşlar için fırsattır	0	,0	0	,0	1	25	1	25	1	9,1	0	,0	1	7,7	129	10,5
AB'nin Türkiye'de kabulü	3	18,8	1	20	1	25	1	25	1	9,1	0	,0	3	23,1	167	13,6
ulusal çıkar	7	43,8	2	40	1	25	0	,0	3	27,3	13	72,2	5	38,5	180	14,7
Demokratikleşme	0	,0	0	,0	1	25	1	25	1	9,1	0	,0	2	15,4	103	8,4
ekonomik katkı veya zarar	0	,0	0	,0	0	,0	0	,0	0	,0	0	,0	0	,0	55	4,5
Güvenlik	1	6,3	0	,0	0	,0	0	,0	0	,0	0	,0	0	,0	45	3,7
politik stabilite	0	,0	1	20	0	,0	0	,0	3	27,3	2	11,1	0	,0	35	2,9
uluslararası alanda etki	2	12,5	0	,0	0	,0	0	,0	0	,0	2	11,1	2	15	215	17,5
Ulusötesi suçlar	0	,0	0	,0	0	,0	0	,0	0	,0	0	,0	0	,0	10	,8
Ulusötesi sosyal problemlere eklemlenme	2	12,5	1	20	0	,0	1	25,0	1	9,1	1	5,6	0	,0	163	13,3
Toplam	16	100	5	100	4	100	4	100	11	100	18	100	13	100	1228	100

Politik partilerden CHP, DYP, ANAP, HADEP, FP/AKP, DSP, MHP araştırmada öne çıkan siyasi partiler olmuştur. Sözü edilen partilere ilişkin veriler ele alındığında, medyanın 'pragmatik çerçeve' olarak kavramsallaştırdığı AB'nin vatandaşların günlük yaşamlarına sağladığı katkılar **'AB'nin vatandaşlara sağladığı**

olanaklar' gibi konularda politik partilerin % 10.5 oranında iddiasına yer verildiği saptanmıştır ve bu konuda en çok ANAP ile HADEP'in iddiası mevcuttur (Tablo 48).

Çerçeve ifadeler arasında, **'AB'nin Türkiye'deki kabulü'** iddia çerçevesi % 13.6 oranında haberleştirilirken, parti olarak CHP bu iddiayı % 18.8, DSP % 20, ANAP ve HADEP % 25, AKP/RP % 9.1, DYP % 23.1 oranlarında dile getirmişlerdir.

'Ulusal çıkar' çerçevesi de genel olarak % 14.7 oranında politik partilerce dile getirilen bir iddiadır. CHP % 43.8, DSP % 40, ANAP % 25, HADEP % 0, AKP/RP % 27.3, MHP % 72.2, DYP % 38.5 oranında bu çerçeveye ilişkin iddia yöneltmişlerdir.

'Ulusötesi sosyal problemlere eklemlenme' konusunda iddialar toplamda % 13.3 oranında dile getirilirken, sırasıyla CHP % 12.5, ANAP % 20, HADEP % 25, AKP/RP % 9.1, MHP % 5.6 oranlarındaki iddiaları medyada yer bulmuştur.

'Demokratikleşme' konusu toplamda % 8.4 oranında politik partilerce iddia argumanı olarak kullanılmışsa da bunların dağılımı % 25 ANAP, % 25 HADEP, % 9.1 AKP/RP, % 15.4 DYP şeklindedir.

'Uluslararası etki' konusunda politika aktörleri tarafından toplam % 17.5 oranında iddiayla dile getirilirken, partilere göre dağılımında, CHP tarafından % 12.5, DYP tarafından % 15, MHP tarafından % 11.1 oranında iddia çerçevesi olarak kullanılmıştır.

'Güvenlik', 'politik stabilite' ve 'ekonomik katkı' iddiaları politik partiler tarafından toplamda % 3 oranlarında temsil edilmiştir.

Genel olarak bakıldığında politik partilerin Avrupa Birliği üyeliğini Türkiye'nin uluslararası alanda prestiji olarak algıladıklarından dolayı en yüksek atıf, uluslararası etki (% 17.5) çerçevesi kullanılarak yapılmaktadır. Türkiye'nin Avrupa Birliği'nin

güvenliğine yapacağı katkı en az vurgulanan (% 3) konudur. Henüz ortak güvenlik endişesi politik partilerin gündeminde yoktur. Bunun yerine ulusal çıkar yani Türkiye'nin çıkarlarının korunması en önemli kaygı noktasıdır. MHP'nin bu çerçevedeki % 72.2 oranındaki iddiası da bunun kanıtıdır. Ulusal çıkar HADEP hariç tüm partilerin yüksek oranda atıfta bulundukları bir çerçevedir. Demokratikleşme çerçevesinin ancak ulusal çıkarın nerdeyse yarısı (% 8.4) oranında atıfta konu olması politik partiler açısından sürecin ulusal çıkarlarla çatışmaya girdiğinin de bir göstergesidir. Artık politik partilerin atıflarında AB bir demokrasi manivelası olmaktan öte ulusal çıkarlarla çatışmaya girebilecek bir konudur.

Türkiye'deki *politik partilerin AB konusundaki iddialarında tarihsel çerçeveye yer verip vermediği* de AB konusundaki iddialarının tamamlayıcı bir unsurudur.

Tablo 49: Politika Aktörlerine Göre İddianın Tarihsel Çerçevesi

Politik partiler		İddianın tarihsel çerçevesi		Toplam
		Yok	Var	
CHP	N	16	0	16
	%	100,0	,0	100,0
DSP	N	5	0	5
	%	100,0	,0	100,0
ANAP	N	4	0	4
	%	100,0	,0	100,0
HADEP	N	4	0	4
	%	100,0	,0	100,0
FP	N	10	1	11
	%	90,9	9,1	100,0
MHP	N	17	1	18
	%	94,4	5,6	100,0
DYP	N	12	1	13
	%	92,3	7,7	100,0
Toplam	N	1164	64	1228
	%	94,8	5,2	100,0

Yukarıdaki tablodan (Tablo 49) da açıkça görüldüğü gibi, politik partiler iddialarını yöneltirken AB konusunda tarihsel bilgiler vererek iddiasını destekleme noktasında öne çıkan aktör, 1 iddiasında tarihsel arkaplanı dile getiren AKP/FP, yine 1 iddiasında bunu dile getiren MHP ve 1 iddia ile DYP'dir. Politik partiler AB konusunda iddialarını dile getirirken yoğun olarak geçmişe, AB-Türkiye ilişkilerine atıf yapmamaktadırlar.

3.8. ARAŞTIRMA VERİLERİ İLE EUROPUB PROJESİ'NİN KARŞILAŞTIRILMASI

Avrupa Birliği ülkelerindeki politik iletişimi medya haberleri aracılığıyla analiz eden EUROPUB projesi önemli bir veri ve ülke karşılaştırmalarına yer vermesi nedeniyle zengin bir kaynaktır.

Araştırma alt sorusu 8: *Bu araştırmadan elde edilen sonuçlar ile Avrupa Birliği ülkelerindeki politik iletişimin düzeyini ölçen EUROPUB araştırma sonuçları arasında bir uyum var mıdır?*

Alt hipotez 8: EUROPUB projesi verileri ile Türkiye kamusal alanı arasında bir benzerlik ve uyum olduğu varsayılmaktadır.

EUROPUB araştırmasıyla, yedi Avrupa Birliği ülkesinden elde edilen verilerden yola çıkılarak, AB'de güçlü bir demokrasi modeli oluşturulabilir mi sorusuna cevap aramaya çalışmaktadır. Araştırmanın ülke raporlarına bakıldığında, Fransa'da 1990-2002 arası 5 ayrı yılda 2299 haber makalesi saptanmış, bunlardan % 46'sı Avrupa Birliği ile ilişkilidir. Haberlerin üçte biri ekonomi sayfalarında, üçte ikisi de haber sayfalarında yer almakta ve AB aktörlerinin görünürlüğü düşüktür. Araştırma projesi çerçevesinde özellikle politik bütünleşme ve Avrupa'nın geleceği konusunda aktörlerde bir uyumsuzluk 'akortsuzluk' saptanmıştır. Hem ulusal AB temsilcilerinde hem de politik gruplarda bir ahenk eksikliği bulgulanmıştır. Dört aktörden sadece biri AB politik bütünleşmesinde federalizme atıfta bulunmuştur. Diğer aktörler ise

hükümetlerarası karar alma, Avrupa Parlamentosu veya seçilmiş ulusal politikacılara atıfta bulunmaktadır.

Almanya’da da AB aktörlerinin iddia aktörü olarak 1990-2002 arasında % 4’ten % 21’e sıçrama yaptığı bulgulanmıştır. Aynı trend Alman aktörlerinin % 62’den % 38’e düşüşüyle de devam etmektedir. Alman aktörler, gücün Avrupa seviyesine taşınması ile daha etkisiz hale gelmişlerdir. Fakat diğer Avrupa ülke aktörlerinin görünürlüğü 1990-2002 arasında % 20- % 21 oranıyla neredeyse aynı kalmıştır. Böylece AB bütünleşmesi ulusal aktörleri negatif etkilediği fakat, AB kurumlarını temsil eden aktöre olan bağımlılığı arttırdığı iddia edilmektedir. AB dışı aktörlerin 1990-2002 arası % 7’den % 19’a yükselen artışı, özellikle ABD aktöründeki saptanan artış kayda değer bulunmuştur.

EUROPUB araştırma verilerinin ardından Türkiye’ye ilişkin veriler de ülke aktörlerinin yüksek orandaki görünürlüğüne saptamıştır.

Tablo 50: İddia Sahibine Ait Veriler

İddia sahibi	Sayı	Yüzde
Türkiye	712	58,0
Brüksel/ AB	189	15,4
AB ülkeleri	244	19,9
AB dışı	31	2,5
ABD	43	3,5
Uluslararası	9	,7
Toplam	1228	100,0

Tablo 50’ye göre özne aktör yani iddia sahibinin bulunduğu ülke % 58 oranında Türkiye’dir (iddiaların yarısından fazlası ulusal aktörlere aittir). Brüksel kaynaklı iddialar % 15.4’tür. Medyada Avrupalı ülkelerinin yönelttiği iddialar % 19.9 ile Brüksel

kaynaklı iddialardan daha yüksek oranda haberleştirilmektedir. İncelenen gazetelerde ABD, uluslararası ve AB dışı ülkeleri kapsayan iddialar çok az haberleştirilmektedir. AB konusunda ulusal kaynaklı iddialar en sık rastlanan atıflardır. Elde edilen veriler EUROPUB araştırma verilerinin de AB aktörlerinin medyada daha az temsil edildiği verileri ile uyumludur.

Tablo 51: Aktörün Alanına Göre Konunun Refere Ettiği Ülke

Konunun refere ettiği ülke	Aktörün alanı										Toplam	
	AB dışı		AB		Avrupalı ulusal aktörler		Ulusal aktörler		Ulusüstü			
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Belirtilmemiştir	13	22,0	41	21,6	38	16,2	143	19,9	8	32,0	243	19,8
Türkiye	37	62,7	108	56,8	137	58,5	508	70,6	16	64,0	806	65,6
Brüksel	1	1,7	17	8,9	11	4,7	19	2,6	0	,0	48	3,9
Yunanistan	0	,0	0	,0	7	3,0	6	,8	0	,0	13	1,1
Almanya	0	,0	1	,5	2	,9	1	,1	0	,0	4	,3
ABD	1	1,7	2	1,1	0	,0	1	,1	0	,0	4	,3
G. Kıbrıs	0	,0	2	1,1	4	1,7	5	,7	0	,0	11	,9
İtalya	0	,0	1	,5	2	,9	1	,1	0	,0	4	,3
Balkanlar	1	1,7	0	,0	3	1,3	1	,1	1	4,0	6	,5
AB ülkeleri	1	1,7	7	3,7	11	4,7	14	1,9	0	,0	33	2,7
Avusturya	0	,0	1	,5	1	,4	0	,0	0	,0	2	,2
Fransa	0	,0	2	1,1	7	3,0	3	,4	0	,0	12	1,0
Rusya	0	,0	1	,5	0	,0	1	,1	0	,0	2	,2
Kıbrıs	1	1,7	4	2,1	1	,4	14	1,9	0	,0	20	1,6
İsviçre	1	1,7	0	,0	3	1,3	0	,0	0	,0	4	,3
Polonya	0	,0	0	,0	0	,0	1	,1	0	,0	1	,1
AB dışı	2	3,4	3	1,6	3	1,3	2	,3	0	,0	10	,8
İngiltere	0	,0	0	,0	3	1,3	0	,0	0	,0	3	,2
Yugoslavya	1	1,7	0	,0	1	,4	0	,0	0	,0	2	,2
Toplam	59	100,0	190	100,0	234	100,0	720	100,0	25	100,0	1228	100,0

İddiadaki *özne aktörün alanı ile konunun refere ettiği ülke verilerine* ilişkin çapraz tabloya göre (Tablo 51) Türkiye'ye ilişkin toplamda % 65.6 iddia medyada haberleştirilirken, Brüksel sadece % 3.9 iddianın alanıdır. Türkiye'yi referans gösteren aktörler ise, sırasıyla ulusal aktörlerin % 70.6'sı , Avrupalı ulusal aktörlerin % 58.5'i, AB aktörlerinin % 56.8'i, ulusüstü aktörlerin % 64'ü, AB dışı aktörlerin % 62.7'sidir. Avrupalı ulusal aktörlerin Brüksel referansı % 4.7, öte yandan ulusal aktörlerin Brüksel referansı % 2.6 seviyesindedir. Yani AB-Türkiye ilişkileri hakkında açıklamalar yapılırken referans olarak AB ve kurumları gösterilmemekte veya haberde bu şekilde kullanılmamaktadır. AB aktörlerinin Brüksel referansı da % 8.9 seviyesindedir. Türk kamusal alanında Avrupa Birliği konusunda iddia sahibi % 58.5 oranında ulusal aktörlerdir. Medyanın haberlerinde yer verdiği aktörün de bulunduğu ülke % 65.6 oranında Türkiye'dir. Hem ulusal aktörler hem de Türkiye'den yapılan açıklamalar gündemi belirlemektedir. Medya AB-Türkiye ilişkilerindeki gelişmeleri o sırada Türkiye'de bulunan aktörlerden öğrenmekte ve ulusal perspektife uygun haberleştirmektedir.

Türkiye medyasının haber temsiliinde sıklıkla rastlanan aktör, ulusal aktörler ve onların iddialarıdır. Kamusal alanda gündemin ulusal aktörlerce ve sıklıkla ulusal çerçeveler kullanılarak halka aktarılması ile karşılaşılın en büyük sorun, Avrupa Birliği'ne ilişkin haberler aracılığıyla kamuoyunun fikirlerinin şekillenmesi en basit anlatımıyla aktör çeşitliliği ve farklı tartışma ortamlarının yaratılamaması nedeniyle kısırlaştırılmasıdır. 1999-2005 dönemi Cumhuriyet, Hürriyet ve Zaman gazetelerinde yer alan AB'ye ilişkin haberlerin incelenmesiyle elde edilen bulgular AB-Türkiye ilişkilerinin politik sürece hapsedilmesinin hem nedenini açıklamakta hem de sonucunu gözler önüne sermektedir. Türk kamusal alanında AB konusundaki iletişim tekelinin politik aktörlerin elinde bulunması ve tartışmalarda gündelik konuların yer almaması hem siyasi olarak süreci keskinleştirmektedir hem de vatandaşların konuya ilişkin bakışlarında, fikir (bilgi) sahibi olamadan yargı veya önyargı sahibi olmalarına yol açmaktadır.

Verilerin okunmaya çalışıldığı başlığın ardından analizlerin ve hipotez sonuçlarının tekrar ele alınarak yorumlanmaya çalışılması konuyu yalınlaştırırken araştırma sonuçlarını daha da görünür kılacaktır.

3.9. DEĞERLENDİRMELER

Türkiye yazılı basın evreninden üç ulusal gazetenin (Cumhuriyet, Hürriyet ve Zaman) 1999-2005 yılları arasındaki ekonomi, politika, dış basın sayfalarındaki Avrupa Birliği'ne ilişkin haberler iddia analiz yöntemine göre incelenerek 1045 gazete nüshasında 1228 iddia analiz edilmiştir.

Araştırmanın analiz verilerine yoğunlaşmadan önce incelemenin gerçekleştirildiği 1999-2005 yıllarında yaşanan politik gelişmeler paralelinde AB haber gündeminin genel bir resmi çizilmeye çalışılarak dönemin daha iyi anlaşılması amaçlanmıştır.

1999 yılının incelenen son üç ayında yoğunlukla Türkiye'nin AB üyeliğinin tartışıldığı gözlenmiştir. 2000 ve 2001 yıllarında yine AB haberlerinin ülkede yaşanan değişimi, anayasal reform paketlerini konu aldığı görülmektedir. 1999-2001 yıllarında çok partili bir hükümetin ülkenin siyasetine yön verdiği düşünüldüğünde, daha demokratik ortamda AB sürecinin tartışıldığı, aktörlerin özgürce düşüncelerini ifade ettiği gözlenmektedir. 2003 yılı Irak savaşı, tezkere, çuval krizi, eski Irak lideri Saddam Hüseyin'in yakalanması gibi savaşın Türkiye'ye etkilerinin gazete sayfalarında daha yoğun olarak yer aldığı, savaşa bir kaç sayfanın ayrıldığı bir yıldır. Bu nedenle AB haberleri daha az yer almaktadır. 2004 yılında IMF ile antlaşmanın yenilenmesi, ekonomik program öncelikli haber konularıdır. Yerel seçimler ve seçim haberleri yoğunluktadır. 2004 yılı Nisan ayından itibaren Kıbrıs'ta iki tarafın katıldığı 24 Nisan tarihli referandum ve sonuçları gündem belirleyici haberlerdir. Aralık 2004'te 17 Aralık'ta yapılması planlanan Avrupa Birliği zirve toplantısına geniş yer ayrılarak, gün gün gelişmeler aktarılmıştır. 2005 yılından itibaren ise AB üyeliği doğrultusunda vatandaşların kazanımları haberleştirilmeye çalışılmıştır. AB projeleri, AB uyumu,⁷⁵ ekonomi konusunda olumlu gelişmeler,⁷⁶ Almanya'daki seçimler, Avrupa'daki

⁷⁵ 2005 yılı haberi, Avrupa Parlamentosu'ndan CHP kurultayına delege istenmesine ilişkin bir haber yer alır.

⁷⁶ Gazetelerin ekonomi sayfalarında yer alsa da AB haberlerinin politik ve merkez aktörlerinden TÜSİAD'ın 3 milyon Euro'luk tanıtım bütçesi ile Türkleri Avrupa'da tanıtım atağı başlatması gibi politik haberler yer almaktadır.

referandum sonuçları,⁷⁷ ulusal ve uluslararası ekonomik aktörlerin AB üyeliği konusunda olumlu bakışlarını konu alan haberlerin yanısıra, şirketlerin tam sayfa olarak verdiği ilan ve reklamların bile AB üyeliğiyle o şirketin güvenilirliği arasında bağ kurularak aktarıldığı saptanmıştır.⁷⁸ Bu arada AB haberlerinin magazinleştirildiği, her konunun biraz daha uzatıldığı AB ile ilişkilendirildiği bir dönem yaşanmıştır.⁷⁹

Çalışmaya yön veren ana araştırma sorusu: Avrupa Birliği'ne ilişkin haberler medyada NASIL temsil edilmektedir ve kamusal alanın Avrupalılaşma derecesi nasıldır? Kamusal alana ilişkin kuramlar ışığında Türkiye medyasının Avrupalılaşmasından söz edilebilir mi?

Ana hipotez: EUROPUB araştırmasında da öne sürüldüğü gibi analiz edilen her ülkedeki Avrupalılaşma derecesi ve tarzının bazı ana faktörlere göre değiştiğidir. Bu araştırma çerçevesinde de Türkiye medyasında yer alan Avrupa Birliği haberleri üzerinden okunan Avrupalılaşmanın *politika alanı, zaman ve aktör türüne göre* değiştiği iddia edilmektedir.

Elde edilen verilerle ana hipotezimiz doğrulanmıştır, medyada Avrupalılaşmadan bahsedilebilmektedir. Analiz sonuçlarına göre Türkiye medyasında yıllara göre seçilen üç gazetede de Avrupa Birliği'ne ilişkin haberlerin ve aktör sayısının analiz edilen yıllarda artış gösterdiği, aktör türüne göre çeşitlilikten uzakta olsa *Avrupalılaşmanın görüldüğü*, araştırmanın en yüksek iddia aktörü olan devlet ve politika aktörlerinin 2002, 2004, 2005 yıllarında her yıl ortalama 240 aktöre ulaştığı bulgulanmıştır. Toplamda 310 haberin gazetelerin ilk sayfasında yer aldığı ve büyük

⁷⁷ Fransa'daki Anayasal Antlaşma referandumunda verilen red oyu Türkiye gazetelerinde AB projesine darbe olarak yansımış ve altındaki fotoğrafta zafer sarhoşu görüntüsünde insanlar yer almıştır (Mayıs, 2005) Türkiye'deki politik partiler, muhalefet de dahil olmak üzere Fransa'daki referandumun olumsuz olarak sonuçlanmasını Türkiye'nin üyelik süreci ile ilişkilendirmemekte ve hatta bu bağın kurulmasına karşı çıkmaktadır.

⁷⁸ ESAG Vakfı'nın verdiği reklam metni AB'nin güvenilirliği ile kuruluşun güvenilirliği arasında bağ kurularak ele alınmıştır (Hürriyet, Ekim 2005).

⁷⁹ AB sürecinde çiftçinin yağmur duası (Hürriyet, Nisan, 2005) gibi haberlerin yanısıra, otomobil bagajında seyahat eden kişilerin görüntülenerek AB'ye bu şekilde giremeyeceğimize ilişkin haberlerin yanında, AB istemediği için kokoreç ve turşudan vazgeçmek gerektiğine ilişkin haberler de yer almaktadır.

haber olarak kodlandığı, toplam 510 olumsuz ifade kullanılan manşete karşın 718 manşetin olumlu veya nötr ifadelerle haberleştirildiği saptanmıştır. Avrupa Birliği'ne ilişkin haberlerin en yüksek oranda (% 43) dış politika sayfası yerine, gündem ve politika sayfası gibi ülkeyi ilgilendiren iç politika haberlerinin bulunduğu sayfada yer aldığı saptanmıştır. Analiz edilen gazetelerde dış basından alıntılar yapıldığı, yorum sayfalarında dış ülke basınından örnek köşe yazılarına yer verildiği saptanmıştır. Araştırma sonuçları, gazetelerin artan oranda dış ülke kaynaklarını referans gösterdiğini, özellikle araştırmanın son iki yılında bu durumun daha da arttığının verilerini yansıtmaktadır. Medya için bir anlamda referans ve kaynakların genişlemesi, farklı bakış açılarını, daha geniş bir perspektiften sunmak anlamına gelen dış basın çevirileri konunun medya için öneminin arttığının da göstergesidir.

Medyadaki Avrupalılaşmanın derecesi aktörler üzerinden okunmaya çalışıldığında, yıllara göre aktör gruplarının artış veya azalışları söz konusudur. Devlet ve politika aktörlerinin iddialarındaki görünürlüklerini korudukları, medya aktörlerinin süreçte önem kazandığı, ekonomik ve sivil toplum aktörlerinin ise yıllara göre düzensiz artış ve azalış trendi sergiledikleri gözlemlenmektedir. Bu nedenle hiç bir aktörün (politika aktörleri, sivil toplum, ekonomik aktörler, medya aktörleri, AB aktörleri) düzenli olarak artan görünürlüğünden bahsedilemese de *yıllara göre ve o yıllarda yaşanan politik, ekonomik ve sosyal gelişmelere göre artan veya azalan, iniş ve çıkışların sergilendiği bir Avrupalılaşma* görülmüştür.

Devlet ve politika aktörleri % 46.9 oranındaki temsille en büyük grubu oluştururken, medya ve gazeteciler beklenmedik şekilde % 22 oranda temsille ikinci önemli aktör grubunu oluşturmaktadır. Medyada yıllara göre aktörlerin artışı incelendiğinde yıllara göre değişse de bir Avrupalılaşmadan söz edilebilmektedir.

Daha ayrıntılı ele alınarak (Tablo 35) analiz çerçevesinde aktör sınıflamasının yıllara göre artışı incelendiğinde, **devlet ve politika aktörleri**, 1228 iddiadan % 46.9'unu oluşturan iddianın (575) ana aktörüdür ve yıllara göre azalış gösterse de genel anlamda yüksek temsili söz konusudur. En az oranla 2000 yılında temsiliyet sergileyen devlet ve politika aktörlerinin (% 40.7), ortalama % 42.5'in altında iddia ile temsil edildikleri herhangi bir yıl bulunamamıştır.

Analizde ikinci önemli aktör **medya ve gazeteciler**, haberlerde 270 iddia ile % 22 özne aktör iddiasına sahiptir. Medya ve gazeteciler haberlerde aktörlere yer vermeyerek veya medyayı öne çıkararak, bir aktör olarak oldukça etkin bir temsiliyet sergilemektedirler.

AB aktörleri medyadaki temsilde üçüncü önemli aktör grubunu oluşturmakta temsil oranları, 162 iddia ile %13.2'ye ulaşmaktadır. Diğer aktörlere göre temsil edilen görünürlükleri 2003 yılındaki düşük temsilin dışında sürekli yükselme trendi içindedir. Bu veri de dikey Avrupalılaşma göstergesi olmanın dışında hipotezimizi doğrulayan bir sonuçtur. *Medyadaki Avrupalılaşmanın en belirgin göstergesi AB aktörlerinin medyadaki artan temsilleridir.*

AB ile Türkiye ilişkilerinde dördüncü önemli aktör olan **ekonomik aktörlerin**⁸⁰ toplam görünürlükleri, 95 iddia ile % 7.8 seviyesindedir. Gümrük Birliği gibi kurumsallaşmış bir yapıya rağmen, ekonomik aktörlerin iddiaları çok cılız kalmaktadır.

Sivil toplumun kamusal alana katılımını simgeleyen **sivil toplum kuruluşlarının** aktör olarak AB konusundaki medya görünürlükleri ise toplamda 85 iddia ile ancak % 6.9 oranındadır.

Araştırma alt sorusu 1⁸¹: *Yapılan istatistiki analiz sonucunda Avrupa Birliği'ne ilişkin iddia ve haberlerde nasıl bir aktör ve konu sınıflaması görülmüştür?*

Alt hipotez 1: Avrupa Birliği'ne ilişkin 1999-2005 yılları arasında destek aktör sayısının, karşıt aktör sayısına göre daha yüksek oranda olduğu savlanmaktadır⁸².

⁸⁰ Analiz döneminde Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nin (TOBB), tıpkı TÜSİAD gibi müzakere sürecine dahil olma, yardım etme talebi siyasi içerikli bir girişim olarak haber sayfalarına yansımış fakat ekonomik aktör olduklarından ekonomi sayfalarında yer bulabilmiştir.

⁸¹ Araştırma ana sorusu ve hipotezi '3.1 Gazetelere İlişkin Genel Bulgular' başlığı altında incelenmiştir. Bu nedenle bu başlık altında alt hipotez ve araştırma sorularından başlanmıştır.

⁸² Hipotezin bu şekilde kurgulanmasının nedeni 1999-2002 yıllarında AB-Türkiye ilişkileri açısından daha olumlu hava ve beklentinin haberlere yansıtacağı öngörüsüdür. Diğer taraftan özellikle 2004 ve 2005 yıllarında müzakerelere başlanması ile birlikte üyeliğin uzun bir hazırlığı gerektiren süreç olduğunun anlaşılması ile yaşanan hayal kırıklığının haberlere ve aktörlere yansıtacağı da göz ardı edilmemektedir.

Hipotez doğrulanamamıştır, medyada iddiaların destek aktöründen daha fazla oranda (%1.4) karşıt aktörü yer almıştır. Bir iddianın desteklenmesi, Avrupa Birliği ve Türkiye bütünleşme sürecine olumlu bir iddia öne sürülmesi, karşıt aktör ise bütünleşme sürecini desteklemeyen olumsuz iddiada bulunan aktörü ifade etmektedir. Analize göre 871 iddianın destek aktörü bulunmazken, 842 iddianın da karşıt aktörünün belirtilmediği saptanmıştır. Analiz sonuçlarına göre AB konulu haberlerin % 30’unda destekleyen aktörü, diğer yandan ise % 31.4 oranında karşıt aktörü bulunmaktadır. İddianın 386 karşıt aktörü (Tablo 26) saptanırken, 669 nesne aktörü (Şekil 3), 357 destek aktörü saptanmıştır (Tablo 25). 994 iddia ile en yüksek oranda özne aktör yani iddiayı yönelten aktörün varlığı (Tablo 27) göze çarpmaktadır. Böylece hipotez doğrulanamamıştır. 1999-2005 yılları arasında yapılan analizde 386 karşıt aktöre karşılık, 357 destek aktör kodlanmıştır. **Toplamda 29 aktör daha fazla karşıt aktör saptanmıştır.** Analizin ana bulgusu iddiaların destek veya karşıt aktörü yerine özne aktörünün yani iddiayı yönelten aktörün yüksek orandaki (% 99) görünürlüğüdür.

Ana bulgu iddialarda sıklıkla özne aktörlerin, yani iddiayı yönelten aktörlerin varlığıdır. Tablo 25’te de görüldüğü gibi, iddiaların % 70.9’unda destekleyen aktör yoktur, % 13.8 oranında iddianın destekleyen aktörü de ulusal aktörlerdir. Avrupalı ulusal aktörler, % 7.7 oranında iddianın destekleyen aktörü iken AB aktörleri, iddiaların sadece % 4.8 oranında destekleyen aktörü durumundadırlar.

Yapılan medya analizinde elde edilen bulgu AB sürecinde Türkiye yazılı basınında asıl desteğin Avrupalı ulusal aktörlerden (% 7.7) ve yaklaşık iki katı da Türkiye’deki ulusal aktörlerden (% 13.8) geldiği yönündedir. Ulusüstü (% 0.7) ve yerel aktörler (% 0.3) oldukça düşük oranlarda iddianın destekleyen aktörü olarak medyada yer almaktadır.

Tablo 26’da belirtildiği gibi AB haberlerinde karşıt aktörlerden daha yüksek oranda iddiayı yönelten aktör görünür durumdadır. STK ve ekonomik aktörler, karşıt aktör olarak görünmek yerine daha yüksek oranda iddianın özne aktörleridir.

Araştırma alt sorusu 2: *Kamusal alanının bir mecrası olan medyada, Avrupa konularında yerel, bölgesel, ulusal, uluslararası ve ulusötesi aktörler ne sıklıkta ve nasıl bir bakış açısıyla yer alıyor?*

Alt hipotez 2: Kamusal alanının bir mecrası olan medyada, Avrupa Birliği'ne ilişkin konularda yerel, bölgesel, ulusal, uluslararası, ulusötesi ve AB aktörlerinin farklı çerçevelerde yer aldığı savlanmaktadır. AB-Türkiye ilişkilerinde incelenen dönem itibarıyla (1999-2005) Avrupa Birliği aktörlerinin de ulusal aktörler kadar sıklıkla medyada yer aldığı iddia edilmektedir.

Araştırma alt hipotezi doğrulanamamıştır. AB aktörleri % 15.4 oranında temsille, % 58 oranındaki ulusal aktör temsilinin oldukça gerisinde kaldığı gibi, % 19.9 oranındaki Avrupalı ulusal aktör temsiline bile ulaşamamıştır. Medyada AB kaynaklı haberlerin merkezi kabul ettiğimiz Brüksel kaynaklı iddialardan daha yüksek oranda Avrupa başkentlerinden AB ile ilgili haberler aktarılmaktadır. Elde edilen bulgular AB-Türkiye arası iletişim açığının işaret etmesi bakımından oldukça önemlidir. Avrupa Birliği ve AB aktörlerinin tarihsel kararların verildiği 1963'ten bu yana süren ilişkinin kilometre taşlarının sıralandığı 1999-2005 yılları arasında daha etkin bir iletişim stratejisi ve medya görünürlüğü ile sürecin etkin aktörü olması gerekmektedir. Bu konuda Avrupa Birliği Genel Sekreterliği'nin de 2010 yılında belirlediği Avrupa Birliği İletişim Stratejisi'de bu açığın giderilmesi yönünde önemli bir adımdır.

ABD, BM gibi uluslararası aktörlerin de düşük temsili (% 0.7) söz konusudur. AB dışı (% 2) ülkeleri kapsayan iddialar çok az haberleştirilmektedir. Diğer önemli bir bulgu da yerel aktörlerin (% 0.3) oldukça düşük oranlarda iddianın ancak destekleyen aktörü olarak medyada yer alabilmesidir. AB konusunda ulusal kaynaklı iddialar en sık rastlanan iddialardır. Bu bulgunun bir nedeni de yerel aktörlerin AB üyeliğini hala bir dış politika konusu olarak görmesi ve halkın günlük yaşamına etki edecek konuların yerel aktörlerce tartışılmamasıdır.

AB'ye ilişkin medya üzerinden okunan haberlerde yoğun temsiliyet % 58 oranda ulusal aktörlerin iddialarının varlığını göstermektedir (Tablo 28). Bu durumun en

belirgin nedenleri olarak ulusal aktörlerin daha kolay ve ulaşılabilir olmaları, ulusal medya için haber değeri daha yüksek açıklamalar yapabilmeleri, ulusal aktörlerle iletişimde gazeteciler için yabancı dil ve kültürel engellerin bulunmaması ilk akla gelenlerdir. Diğer yandan AB'nin kurumsal anlamda ulusal medyayı hedef alan bir iletişim stratejisi bulunmaması ve doğru iletişim kurabilmek ve anlaşılabilirlik kaygılarının daha arka planda bulunması da göz ardı edilmemelidir⁸³. Ulusal basının haberi Brüksel kaynakları yerine Türkiye'de bulunan aktörlere dayanarak kurgulama pratiği de oldukça önemli bir nedendir. AB'ye ilişkin haberlerin daha yüksek oranda ülke içi olaylarla bağlantılanarak haberleştirilmesi de bir diğer nedendir.

Hipotezin ikinci kısmı yani farklı aktör gruplarının nasıl bir bakış açısıyla medyada yer aldığına ilişkin hipotez ise iddia çerçevesi ile aktörün alanı arasında anlamlı bir ilişkinin saptanması ile doğrulanmıştır. Böylece ortaya çıkan sonuç, medyada yer alan AB haber çerçevesi ile bu çerçeve iddiaları yönelten aktörler arası anlamlı bir ilişkinin örneklemdaki 1228 haber için kurulabilmesidir.

AB konusunda medyada ulusal aktörün diğer aktörlere göre daha yüksek görünürlüğe sahip olduğu saptanmıştır. Medyada yer alan genel iddia; prensip norm ve değerler; anayasal kurumsal; yönetim gibi gruplanmış dört iddia çerçevesinde de ulusal aktörler ağırlıklı olarak görünen aktör kategorisidir (Tablo 29). Ulusal aktörler hiç bir iddia alanında temsiliyet üstünlüğünü diğer aktör gruplarına bırakmamışlardır. Ulusal aktörlerin medyada görünen yüzü de politikacılar olduğundan Avrupa Birliği konusu da daha çok bir dış politika konusu olarak görüldüğünden bu sonuç, var olan genel kabulle çelişmemektedir. 1999 yılı sonrası AB-Türkiye arası ilişkilerinin derinleşmesine karşın AB aktörleri bu ilişki yoğunluğunu gösteren bir temsiliyet sergileyememektedir. Bu durum da ilişkilerin hala ulusal aktörler ve onların söylemleri üzerinden anlaşılmasına yol açmakta, kamusal alanda konuya ilişkin farklı bakış ve çeşitliliğin varolamaması sonucunu doğurmaktadır.

⁸³ Avrupa Birliği'nin Türkiye ile belirli bir iletişim stratejisi dokümanı bulunmamaktadır. Türkiye'deki Avrupa Birliği ile ilgili yetkili kurumlar (ABGS) henüz iletişim stratejilerini yeni yeni oluşturmaktadır. Avrupa Birliği İletişim Stratejisi (ABİS) olarak 2010 yılında yürürlüğe koymuştur. Bu konuda ayrıntılı bilgi için (http://www.abgs.gov.tr/files/strateji/abis_tr1.pdf) (10.10.2010).

Analiz sonucuna göre, 232 haberin kodlandığı (% 58.7) iddia konusu, ulusal kimlik, ekonomik kayıp veya kazanç, modernleşme, güvenlik, İslam, Hristiyanlık, toplumun değerleri gibi **genel iddia çerçeveleri olarak adlandırdığımız konularda ulusal aktörler diğer aktörlere göre daha görünür durumdadır**. Genel iddia çerçevesinde, Avrupalı ulusal aktörlerin iddiası 80 haber ile (% 20.3) temsil edilirken, AB aktörleri (% 10.1) ancak 40 iddia yöneltebilmişlerdir.

Bütünleşme, demokrasi, kamusal alana ilişkin iddiaların gruplandığı **anayasal ve kurumsal çerçevede** 203 (% 60.2) ulusal aktör iddiası yer alırken, bürokrasi, şeffaflık, yeterlilik, meşruluk ve katılıma ilişkin iddiaların gruplandığı **yönetişim çerçevesinde** yine ulusal aktörler % 71.1 oranında görünür durumdadırlar. Bu grupta kodlanan bürokrasi iddia çerçevesi, üyelikle ilgili yerine getirilmesi gereken yasal düzenleme ve resmi uygulamaları anlatan bir çerçevedir ve bu nedenle görünürlüğü diğer iddialara göre daha yüksektir.

Ulusal aktörlerin medya görünürliğünde en az çerçevelenen, **prensip norm ve değerler çerçeve** grubunda sosyal adalet, tolerans, kültürlerarası anlayış, dayanışma, çeşitlilik, ülkelerarası eşitlik gibi iddialar yer almaktadır. Bu çerçevedeki iddialar ulusal aktörlerce en az kullanılmışsa da görünürlüğü % 47.4'tür. Ulusal aktörler üyeliğin kazanımlarına vurgu yapmayı tercih ettiğinden prensip, norm ve değerler konusu Avrupa Birliği'nin Türkiye'den beklentilerini yansıtan haberlerle ilişkilendirilmekte ve daha çok AB aktörleri tarafından veya Avrupalı ulusal aktörler tarafından iddia edilmektedir.

Araştırma alt sorusu 3: *Türkiye'de medyanın şekillendirdiği kamusal alandaki haberlerde Avrupalılaşıma⁸⁴ trendinden söz edilebilir mi?*

Alt hipotez 3: Türkiye AB ilişkilerinin araştırma kapsamındaki 1999-2005 yılları arasında en yoğun dönemi yaşadığı göz önüne alınırsa yıllara göre düzenli haber artışı beklenmekte, aktörlerin yönelttiği iddialarda da artış olacağı öngörülmektedir.

⁸⁴ Avrupalılaşıma bu araştırma kapsamında yeni bir kuramsal yaklaşım olarak değil, haberleri, aktörleri, bakış açısı ile Türkiye'deki yazılı basının Avrupa Birliği ile ilişkili konuları ele alması, haber sayfalarında yer vermesi, aktörlerini görünür hale getirmesi olarak görülmektedir.

Hipotez doğrulanmıştır, yıllara göre aktör iddialarında artış vardır fakat bu artış her yıl artan aktör sayısı ve çeşitliliğini yansıtmamaktadır. Bunun nedeni de her yıl yaşanan politik, ekonomik, sosyal olayların birbirinden farklı olmasıdır. 2003 yılında yaşanan Irak Savaşı, Türkiye'nin haber temsilini savaş haberlerine yoğunlaştırırken 2004 yılında AB-Türkiye ilişkileri açısından yaşanan gelişmeler, Kıbrıs konusu ve Brüksel Zirvesi'nde üyelik görüşmeleri için tarih belirlenmesi gibi sonuçlar analizin verilerini etkilemiştir.

Araştırma alt sorusu 4: *Türkiye kamusal alanında nasıl bir Avrupalılaşıma vardır? Türü ve yapısı nasıldır? Horizontal (yatay) veya vertikal (dikey) Avrupalılaşıma söz konusu mudur? Haberlerde hangi aktörler sıklıkla kimleri referans gösteriyor?*

Alt hipotez 4: AB- Türkiye ilişkilerinin yoğunluğu bakımından araştırmaya dahil edilen 1999-2005 yılları 1963'ten bu yana yaşanan en yoğun dönemdir. Bu tarihsel dönemde medya haberlerindeki aktörlerin arttığı iddia edilmektedir. Türkiye kamusal alanında yatay ve dikey Avrupalılaşımanın yaşandığı varsayılmaktadır. Araştırma kapsamında Türkiye medyasının kamusal alanın bir parçası olarak haberleri aracılığıyla Avrupalılaştığı öne sürülmekte, 1999 yılından itibaren Avrupa Birliği'ne ilişkin haberlerde düzenli olarak artış olduğu varsayılmaktadır.

Hipotez doğrulanamamıştır. Medyada düzenli değil **yıllara göre değişen bir Avrupalılaşıma trendi bulgulanmıştır.** Gazetelerin yayın tarihine göre AB haberlerinin sayısı incelendiğinde 2000 yılında 204 haber saptanırken, 2001 yılında 165 haber ile bir düşme, 2002 yılında 240 haberle yükselme, 2003 yılında tekrar 97 haberle düşüş trendi görülmektedir. 2004, 2005 yıllarında ise 240 ve 238'şer haberle stabil bir Avrupalılaşıma saptanmıştır.

Gazetelerin yayımlanma tarihleri ile özne aktörlerin iddia sayısındaki değişim incelendiğinde, **devlet ve politika aktörlerinin** iddia sayısında 1999 yılından itibaren görece bir düşüş yaşansa da toplamda % 46.9 oranda AB haberleri devlet ve politika aktörlerinin iddiaları ile medyada yer almaktadır. Tablo 35'e ilişkin olarak

gerçekleştirilen aktör sınıflamasının yıllara göre artışı incelendiğinde, **devlet ve politika aktörlerinin** 1228 iddiadan % 46.9'unu oluşturan 575⁸⁵ iddianın ana aktörü olduğu saptanmıştır. En az 2000 yılında % 40.7 iddia olmak üzere, % 42.5'in altında temsil edildikleri bir yıl bulunamamıştır. **AB aktörleri** 2000 yılında % 10.8 olan görünürlüklerini, 2004'te 19.6'ya ve 2005'te % 12'ye yükseltmişlerdir. Haberde **iddia eden aktörün gazeteci olduğu** yani gazetecinin aktör kullanmadan öne çıktığı iddia oranı ile medya aktörlerinin adları veya kurumları ile öne çıktığı iddiaların oranı % 22'ye ulaşmakta ve önemli bir aktör temsiliyetine işaret etmektedir. **Sivil toplum aktörlerinin** de **ekonomik aktörlerin** de iddia oranı % 8'i geçmemekte, zayıf bir temsile işaret etmektedir. Yıllara göre sivil toplum aktörü iddialarında ise 2000 yılına ait yükseliş dışında sıçrama görülmemektedir.

AB konusunda iddiaların asıl kaynağı olarak en belirgin aktör olan devlet ve politika aktörlerinin % 49.1 iddiasının genel olarak isim verilmeden AB veya Türkiye-AB ilişkilerine yöneldiği görülmektedir (Tablo 36). Yine özne aktör olarak devlet ve politika aktörleri % 39.8 oranında AB aktörlerine iddialarını yöneltmektedirler. Ancak sözü edilen aktörler, iddialarını ağırlıklı olarak (% 51.3) diğer devlet ve politika aktörlerine yöneltmektedir. Bu yönelimin aktörleri arasında Avrupalı ulusal politika aktörleri de yer almaktadır.

Araştırma kapsamında yatay veya dikey Avrupalılaşmayı en iyi gösterebilecek çapraz tablo iddianın karşıt aktörleri ile iddiayı destekleyen aktörlere ilişkin verilerin birarada okunmasıdır. AB konularında 1228 iddianın asıl destek aktörü 178 iddia temsili ile ulusal aktörlerdir, onu 115 iddia ile Avrupalı ulusal aktörler, yine üçüncü sırada 62 iddia temsili ile AB aktörleri izlemektedir. Yatay Avrupalılaşma (Avrupalı aktörlerin birbirlerine iddia yöneltmesi) dikey Avrupalılaşmaya göre (AB aktörlerin ulusal aktörlere veya ulusal aktörlerin AB aktörüne iddia yöneltmesi) neredeyse % 50 daha sık görülen bir durumdur. Avrupalı ulusal aktörlerin AB konusunda Türkiye'ye veya diğer Avrupa ülkelerine atıfları AB aktörlerinin atıflarından 53 iddia daha fazladır.

AB aktörlerine göre ulusal aktörler veya Avrupalı ulusal aktörler daha görünür durumdadır. Dolayısıyla AB-Türkiye ilişkilerinin de şekillendiricisi olarak yine bu

⁸⁵ 575 iddia devlet ve politik aktörler ile Türk politik aktörlerin toplam rakamını ifade etmektedir.

aktörlerin temsiliyetleri söz konusudur. Avrupalı ulusal aktörler Avrupa Birliği'nin görünen yüzünü simgelemektedir. AB-Türkiye ilişkilerini görünür kılan haberlerde ulusal aktörlerin etkinliği süreci siyasi hale getirmekte, üyeliğin çeşitli toplumsal kesimlerdeki (çiftçiler, kadınlar, çocuklar, gençler, maden çalışanları gibi) olası kazanım ve kayıplarının tartışılması yerine, ulusal arenadaki siyasi liderlerin kavramları üzerinden tartışmalar görünür kılınmakta, vatandaş sürece ilişkin gerekli bilgiyi edinememektedir.

Araştırma alt sorusu 5: Avrupalı ve/veya yerel aktörler AB ile ilgili belirlenen politika alanları çerçevesinde nasıl yer alıyor? Nasıl değerlendiriyor?

Alt hipotez 5: Türkiye'deki ulusal aktörlerin (politik, ekonomik, sivil) AB ile ilişkili haberlerde belirlenen konu alanlarında etkin olarak yer alacağı varsayılmaktadır.

Hipotez doğrulanmıştır. Ulusal aktörler AB ile ilgili belirlenen konu alanlarında yer almış iddia yöneltmişlerdir. Ulusal aktörler yüksek oranda (%15.7) sosyal bütünleşmenin ekonomik bütünleşmeye evrileceğini iddia etmektedirler. Türkiye'nin kurumsallaşmış uygulaması olan Gümrük Birliği yoluyla ekonomik bütünleşmenin politik bütünleşmeye evrileceği veya tam tersi politik bütünleşmenin Gümrük Birliği'ni derinleştireceği iddialarını % 8.9 oranında ileri sürmüşlerdir. Ekonomik bütünleşmenin sosyal bütünleşmeye evrileceği iddiasının temsiliyeti % 2.2 iken, sosyal bütünleşmenin ekonomik bütünleşmeye evrileceği iddiası % 0.6 oranında iddia çerçevesi olarak kullanılmıştır. Güvenlik konusunun politik bütünleşmeyle ilişkilendirilmesi ise % 1.7 oranı ile temsil edilmiştir. Ulusal aktörlerin asıl vurgusu sosyal bütünleşme yani toplumların birbirini tanıması ve sosyal konularda yakınsamanın yaşanmasıdır. Tam üyeliği simgeleyen politik bütünleşmeden öte ulusal aktörler sosyal bütünleşmeye daha sık atıfta bulunmuşlardır.

Araştırma alt sorusu 6: *Avrupa bütünleşmesi, Türkiye medyasında nasıl değerlendiriliyor? Genişleme/derinleşme tartışmaları medya tarafından nasıl ele alınıyor?*

Alt hipotez 6: Avrupa bütünleşmesi ve derinleşme tartışmaları Avrupa medyası ve AB ülkelerinde devam etmektedir. Türkiye, aday ülke olarak bu tartışmalardan beslenemediği varsayılmaktadır.

Hipotez doğrulanmıştır. Türkiye'deki ulusal aktörler genişleme ve derinleşme çerçevesine iddialarında sıklıkla yer vermemişlerdir. Ulusal aktörler haberlerde belirlenen beş iddia çerçevesine göre iddialarını yöneltmişlerdir (Tablo 37).

Ulusal aktörler belirlenen çerçevelerde birbirine yakın oranlarda iddialarda bulunmuşlar, böylece etkin olarak medyada yer almışlardır. Ulusal aktörler iddialarını yöneltirken % 32.2 oranında genel iddia çerçevesini kullanmışlar, 'ulusal kimlik', toplumun değerleri, ekonomik, kayıp ve kazanç çerçevelerinde AB'yi ele almışlardır. Yine % 28.2 oranında iddialar, 'anayasal-kurumsal' çerçeve olarak adlandırılan, AB-Türkiye ilişkileri, bütünleşme kapsamında yapılan reformlar, demokrasi ile ilişkili konulara yoğunlaşırken, en düşük % 15 oranında 'yönetişim' çerçevesi altında bürokratik olarak Türkiye'nin üyelik için yaptıkları ya da yapması gerekenler, açıklık ve meşruluk konularında iddialarını yöneltmişlerdir.

AB aktörleri (Tablo 39) ise ulusal aktörlerden farklı olarak prensip norm ve değerler üzerine daha çok vurgu yaparak iddialarını çerçevelemektedirler, genel iddialara, anayasal ve kurumsal çerçeveden bile az yer vererek, Türkiye AB ilişkilerini demokrasi ve prensipler çerçevesinde ele almaya daha çok özen göstermektedirler.

Avrupalı aktörler ise Türkiye'deki ulusal aktörlere benzer biçimde % 34.2 oranında iddialarında kimlik, kültür, din gibi genel iddia çerçevesini kullanırlar. İkinci sırada, prensip norm ve değerler üzerinden iddialarını yönelterek; barış, sosyal adalet, tolerans çerçevelerini kullanırlar. Toplamda, % 22.6 oranında anayasal çerçeve ile, AB bütünleşmesi ilişkin çerçeveyi kullanarak iddialarını yöneltirken, en az kullandıkları çerçeve % 7.7 oranındaki yönetim iddia çerçevesidir.

Bu konuda en mantıklı açıklama henüz Türkiye'nin AB üyeliğinin gerçekleşmemesidir. Diğer aday ülkelerde yaşandığı gibi ulusal aktörlerin ancak Birliğe tam üyeliğin ardından Birlik politikalarına ilişkin öngörülerde bulunması beklendiğinden konuya ilişkin tartışmalara az yer verilmiş, üyeliğe ilişkin yapılması gerekenler daha çok ele alınmış, kazanımlar tartışılmış, ulusal çıkarlar vurgulanmıştır.

Diğer önemli bir neden de gerek akademisyen gerekse politikacıların AB konusunda uzun soluklu ve Avrupa'daki tartışmalardan beslenen araştırma ve iddiaları ulusal arenaya taşımak yerine AB konusunda ulusal ve kısır tartışmaların içinde kalmayı tercih etmeleridir.

Araştırma alt sorusu 7: *Medyadaki AB söyleminin Türkiye'deki politik yelpaze açısından ilişkilendirilmesi ne şekildedir?*

Alt hipotez 7: Medyadaki AB söyleminin Türkiye'deki politik yelpaze açısından sıklıkla olumlu atıfta bulunulan bir konu olduğu varsayılmaktadır.

Hipotez doğrulanmıştır. Politik partilerin sadece olumsuz atıfları % 17.7 oranında temsil edilirken, olumlu atıfları % 42.9 oranında olduğu bulgulanmıştır (Tablo 47). Politik partilerden CHP, DYP, ANAP, HADEP, FP/AKP, DSP, MHP araştırmada öne çıkan siyasi partiler olmuştur.

İddiada geçen 'yapmamalı' şeklindeki yargılar olumsuz, 'yapmalı, desteklemeli' gibi yargılar da olumlu ifade olarak kabul edilerek kodladığında, politik partilerin toplamda % 21 olumsuz atıfına karşılık % 55.2 olumlu atıfı söz konusudur ki bu durum da hipotezi doğrulamak için yeterlidir. Türkiye'deki politik partiler AB sürecini genelde desteklemekte ve olumlu ifadelerle medyada yer almaktadır.

Politik partilerin ayrıntılı atıflarında AB konusunda 18 iddia ile MHP'nin iddiaları yoğunluktadır, CHP, 16 iddia ile ikinci sırada, DYP, 13 iddia ile üçüncü sırada, AKP, 11 iddia ile dördüncü sırada yer almaktadır. DSP'nin 5, diğer partiler olan HADEP ve ANAP'ın 4 iddia temsili söz konusudur. AB konusunda en fazla olumlu iddia, AKP/FP aktörleri tarafından yöneltilmiştir. 1228 iddia içerisinde saptanan 527

olumlu iddianın 6'sı söz konusu aktöre aittir. En fazla olumsuz iddia da MHP tarafından yöneltilmiş ve toplam 217 olumsuz iddianın 12'si bu aktör tarafından medyada haberleştirilmiştir.

Politik partilere ilişkin veriler ele alındığında, politik partilerin Türkiye'nin üyeliğinin özellikle uluslararası güç olması yönünde ele aldıkları ortaya çıkmaktadır. **'Uluslararası etki'** konusu politika aktörleri tarafından toplam % 17.5 oranında iddiayla dile getirilirken, partilere göre dağılımında, CHP tarafından % 12.5, DYP tarafından %15, MHP tarafından % 11.1 oranında iddia çerçevesi olarak kullanılmıştır. AB konusunda en az olumlu iddia yönelten MHP bile uluslararası güç olma noktasında AB üyeliğini önemsemektedir. Diğer önemli bir çerçeve iddia **'Ulusal çıkar'** çerçevesi de genel olarak % 14.7 oranında politik partilerce dile getirilen bir iddiadır. Sürecin politikleştiği ve üyeliğe ilişkin kazanımların ele alındığı 1999-2005 döneminde politik partiler özellikle bu konuya vurgu yapmaktadır. Üçüncü önemli konu, **'AB'nin Türkiye'deki kabulü'** iddia çerçevesi % 13.6 oranında haberleştirilirken, **'ulusötesi sosyal problemlere eklemlenme'** konusunda iddialar toplamda % 13.3 oranında dile getirilmiştir. AB üyeliği ile gelecekte Türkiye'nin ulusüstü problemlere dolaylı yada doğrudan dahil olması konusu politik partilerce önemsenen bir iddia çerçevesidir. Örneğin AB savunma gücüne destek gibi konular bu çerçevede ele alınmaktadır. Yine 'pragmatik çerçeve' olarak kavramsallaştırılan **'AB'nin vatandaşlara sağladığı olanaklar'** gibi konularda politik partilerin % 10.5 oranında iddiasına yer verildiği saptanmıştır ve bu konuda en çok ANAP ile HADEP'in iddiası mevcuttur (Tablo 48).

Diğer yandan daha az vurgu yapılan konular da mevcuttur. **'Demokratikleşme'** konusu toplamda % 8.4 oranında politik partilerce iddia argümanı olarak kullanılırken, **'Güvenlik'**, **'politik stabilite'** ve **'ekonomik katkı'** iddiaları politik partiler tarafından toplamda % 3 oranlarında temsil edilmiştir. Kısacası politik partiler ülkenin uluslararası arenada görünürlüğü ve etkisi anlamında AB üyeliğine ilişkin görüş bildirirken, AB üyeliğinin demokrasi çıpası olması, ekonomik katkılar sağlayacağı argümanları geçmiş dönemlere ilişkin baskın argümanlar olarak daha az vurgulanmaktadır. Gümrük Birliği'ne ilişkin kazanımlar ve ekonomik çıkar iddialarının artık modası geçti de denebilir.

Araştırma alt sorusu 8: *Bu araştırmadan elde edilen sonuçlar ile Avrupa Birliği ülkelerindeki politik iletişimin düzeyini ölçen EUROPUB araştırma sonuçları arasında bir uyum var mıdır?*

Alt hipotez 8: EUROPUB projesi verileri ile Türk kamusal alanına ilişkin veriler arasında benzerlik ve uyum saptanacağı öngörülmektedir.

Hipotez doğrulanmıştır. EUROPUB araştırmasıyla yedi Avrupa Birliği ülkesinden elde edilen verilerle ‘AB’de güçlü bir demokrasi modeli oluşturulabilir mi’ sorusuna cevap aramaya çalışan araştırmaya göre, Fransa’da 1990-2002 arası 5 ayrı yılda 2299 haber makalesi saptanmış, bunlardan % 46’sı Avrupa Birliği ile ilişkilidir. Haberlerin üçte biri ekonomi sayfalarında, üçte ikisi de haber sayfalarında yer almakta ve AB aktörlerinin görünürlüğü düşüktür. Aynı araştırmanın Almanya’ya ilişkin verilerinde de AB aktörlerinin iddia aktörü olarak 1990-2002 arasında % 4’ten % 21’e sıçrama yaptığı bulgulanmıştır. Aynı trend Alman ulusal aktörlerinin % 62’den % 38’e düşüşüyle de devam etmektedir.

1228 iddianın saptandığı eldeki çalışmada da haberlerin % 43’ü ulusal haber sayfalarında, % 16’sı ekonomi sayfasında, % 36’sı da dış haberler sayfasında yer almakta, böylece EUROPUB bulgularıyla paralel bir şekilde AB haberleri yüksek oranda haber sayfalarında, düşük oranda ekonomi sayfalarında yer almıştır.

Aynı şekilde yapılan bu çalışmada da AB aktörlerinin medyadaki temsilde üçüncü önemli aktör grubunu oluşturduğu, toplam 1228 iddia içinde 162 iddiayla ancak % 13.2 oranında temsil edildiği bulgulanmıştır. EUROPUB araştırma projesi çerçevesinde özellikle politik bütünleşme ve Avrupa’nın geleceği konusunda aktörlerde bir uyumsuzluk ‘akortsuzluk’ saptanmıştır. Hem ulusal AB temsilcilerinde hem de politik gruplarda bir ahenk eksikliği bulgulanmıştır. Dört aktörden sadece biri AB politik bütünleşmesinde federalizme atıfta bulunmuştur. Diğer aktörler ise hükümetlerarası karar alma, Avrupa Parlamentosu veya seçilmiş ulusal politikacılara atıfta bulunmaktadır.

EUROPUB araştırma verilerinin ardından Türkiye'ye ilişkin veriler de ülke aktörlerinin yüksek orandaki görünürlüğünü saptamıştır. Araştırmada özne aktör yani iddia sahibinin bulunduğu ülke % 58 oranında Türkiye'dir (iddiaların yarısından fazlası ulusal aktörlere aittir). Brüksel kaynaklı iddialar % 15.4'tür. Medyada, Avrupalı ülkelerinin yönelttiği iddialar % 19.9 ile Brüksel kaynaklı iddialardan daha yüksek oranda haberleştirilmektedir. İncelenen gazetelerde ABD, uluslararası ve AB dışı ülkeleri kapsayan iddialar çok az haberleştirilmektedir. AB konusunda ulusal kaynaklı iddialar en sık rastlanan atıflardır. Elde edilen veriler EUROPUB araştırma verilerinin de AB aktörlerinin medyada daha az temsil edildiği verileri ile uyumludur.

İddialardaki özne aktörün alanı ile konunun refere ettiği ülke verilerine ilişkin çapraz tabloya göre (Tablo 51) Türkiye'ye ilişkin toplamda % 65.6 iddia medyada haberleştirilirken, Brüksel sadece % 3.9 iddianın alanıdır. Türkiye'yi referans gösteren aktörler ise, sırasıyla ulusal aktörlerin % 70.6'sı , Avrupalı ulusal aktörlerin % 58.5'i, AB aktörlerinin % 56.8'i, ulusüstü aktörlerin % 64'ü, AB dışı aktörlerin % 62.7'sidir. Avrupalı aktörlerin Brüksel referansı % 4.7, öte yandan ulusal aktörlerin Brüksel referansı % 2.6 seviyesindedir. AB aktörlerinin Brüksel referansı ise % 8.9 seviyesindedir. Türk kamusal alanında Avrupa Birliği konusunda iddia sahibi % 70.6 oranında ulusal aktörlerdir. Aktörün alanı da % 65.6 oranında Türkiye'dir.

Eldeki araştırma verileri ile AB'nin çekirdek ülkeleri dediğimiz Fransa ve Almanya'ya ilişkin verilerin örtüşmesi, medyanın haber temsili açısından Avrupalılaştırmasının her ülkede yavaş gelişen bir süreç olduğunu doğrulamaktadır. Avrupa Birliği'nin şekillendiricisi olan bu ülkelerde de beklenen aktör zenginliğinin yaratılamadığı hakim aktörün ulusal devlet ve politika aktörleri olduğu belirlenmiş bu durum aktörler arası 'akortsuzluk', 'ahenksizlik' olarak tanımlanmıştır.

SONUÇ

Kitle iletişim araçları ülke ve dünyada meydana gelen olaylar, gelişmeler ve değişen şartlarla ilgili bilgi vererek, ülke ve dünya sorunları konusunda toplumsal görüş oluşturulmasını sağlamaktadır. 17inci yüzyıldan bu yana kitle iletişim araçlarının toplumsal işlevlerinin en temeli haber ve bilgi vermektir. Diğer işlevleri olarak sıralanabilecek eğitim, eğlendirme, toplumsallaştırma, güdüleme, kültür geliştirme, bütünleştirme fonksiyonlarının yanısıra, tartışma ortamı hazırlama can alıcı diğer bir özelliğidir. Tartışma ortamı hazırlama, toplumda oluşan ortak ilke ve ideallerin tüm bireylerce benimsenebilmesi için müzakere edilebilme imkanı sağlamaktır. Bireylerin konuya ilişkin olumlu veya olumsuz tüm görüşlerden haberdar olması sağlanır (Güz, 2005:14-16). Kamusal alanda toplumsal tartışma başlatılabilmesi için toplumsal arenanın ana taşıyıcısı, şekillendiricisi kitle iletişim araçlarına ihtiyaç duyulmaktadır. Kitle iletişim araçlarını kamusal alanın ana taşıyıcısı olarak belirleyen bu araştırma çerçevesinde Türkiye yazılı basınına yansıtan 3 ulusal gazetenin 1999-2005 yıllarına ilişkin haber analizinde Avrupa Birliği'ne ilişkin 1228 iddia kodlanarak medyanın Avrupalılaşıma derecesi ölçülmüştür.

Avrupa kamusal alan araştırma sonuçlarına benzer şekilde Türkiye kamusal alanına ilişkin gerçekleştirilen analiz ışığında *Türkiye medyasının Avrupalılaştığı fakat aktör çeşitliliğinin düşük olduğu* sonucuna varılmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre Türkiye yazılı basınında yer alan AB haberlerinde olumlu ifadeler taşıyan daha az haber manşeti yer almış, AB aktörlerinden çok ulusal aktörler konuşmuş, olumlu haberler medyada daha küçük formatta yer almış, fotoğraftaki aktörler sıklıkla ulusal aktörler olmuş, Avrupa Birliği ile ilişkili konular düşük yoğunlukla tartışılmıştır. Politika aktörleri diğer aktör gruplarına göre sürecin baskın aktörleri olarak yer almıştır. Haber, politik ve ekonomik seçkinlere ilişkin bir metin olarak yansıtılmış, asıl amaç olan okuyucuya, sıradan vatandaşa ulaşmak göz ardı edilmiştir.

İddia analizi yöntemi ile gerçekleştirilen araştırma sonuçlarına göre Türkiye yazılı basın evreninden sahiplik yapısı, okuyucu kitlesi, ciddi-popüler ayrımını temsil

eden üç gazete üzerinde yapılan analiz sonuçlarına göre her üç gazetede yıllar ve aktör temsiliyeti açısından düzensiz de olsa Avrupalılaştırmanın izlerine rastlanmıştır. Böylece ana araştırma hipotezi doğrulanarak *Türkiye medyasının Avrupalılaşmasından söz edilebilmektedir.*

Gazeteler, ciddi-popüler gazete ayrımını yansıtacak şekilde, farklı oranlarda AB haberlerini sayfalarına taşımışlardır. Cumhuriyet gazetesinde (% 39.3) en yüksek oranda, Hürriyet (% 26.1) gazetesindeyse en düşük oranda haber dağılımı saptanmıştır. Cumhuriyet (% 39.3) ve Zaman (% 34.7) gazetelerinin ciddi gazete sınıflamasıyla doğru orantılı olarak AB haberlerine daha çok yer verdiği, Hürriyet gazetesi ise diğer iki gazeteye göre daha popüler gazete olarak, daha az oranda dış politika haberlerine ve doğru orantılı olarak, daha az sayıda AB haberine yer verdiği gözlenmiştir. *Araştırma kapsamında Cumhuriyet gazetesi AB konusunda en eleştirel yaklaşıma sahipken (% 46.9 olumsuz haber dağılımı) Zaman gazetesi olumlu ve olumsuz haber sayısını dengeli şekilde dağıtmıştır.* Zaman gazetesi AB konusunda olumlu (% 40.8) ve olumsuz (% 38.5) haber oranı birbirine en yakın gazetedir. Zaman gazetesi AB konusunda keskin olmayan haber diline ve daha az eleştirel bir bakışa sahip olduğundan ve AB üyeliğini demokratikleşme, özgürlüğün tüm toplumsal kesimlerce paylaşılabilmesi süreci olarak görme eğilimi haber diline de yansımakta bu nedenle muhafazakar ve kapalı bir bakış yerine hoşgörölü ve uzlaşmacı tavır haber diline hakim olmaktadır.

İnceleme sonucunda Avrupa Birliği'ne ilişkin haberlerin 310'unun- *her dört haberden birinin- ilk sayfada yer alması gazetecilik pratiği açısından habere verilen öneme işaret etmektedir.* AB-Türkiye ilişkilerinin en yoğun olduğu dönem olarak nitelenebilecek yıllara (1999-2005) ilişkin AB haberlerinin tarandığı göz önüne alındığında, haberin gazetenin ilk sayfasında yer alabilmesinin zorluğu ve kamuoyu yaratma gücü de düşünüldüğünde, araştırma kapsamında *AB ile ilgili haberlerin yeterli sıklıkta ilk sayfada yer bulabildiği söylenebilir.* Yine Avrupalılaşma hipotezini destekleyen bir bulgudur.

Araştırma bulgularına göre, neredeyse *her üç haberden biri iç sayfada ve manşette yer almıştır* ve 'büyük haberler' olarak kodlanmıştır. Buradan yola çıkarak AB haberlerinin % 64 oranında mizampaj bakımından 'büyük haber', 'sayfa içi manşet

haberi' veya ilk sayfadan verildiğini söyleyerek, *AB haberlerinin medyada görünürlük açısından sorunu bulunmadığı iddia edilebilmektedir*. En az tercih edilen haberler, sayfada çeyrek sayfa veya daha az yer kaplayan 'küçük haberlerdir' toplamda % 8 oranında yer verilmiştir, medyada daha az görünür durumdadır. Bu durum, *AB haberlerinin mizampaj ve görünürlük açısından geçiştirilmediğinin bir verisidir; AB haberleri medyada görünür durumdadır*.

AB haberlerinin gazetelerin dış politika sayfalarında sıklıkla yer bulabildiği genel yargısı da analiz bulgularıyla çelişmektedir, alt hipotezin bir kısmı doğrulanamamıştır. Haberlerin neredeyse yarısı (% 43), diğer bir deyişle her iki haberden biri, ulusal haberlerin yer aldığı gündem, politika sayfası gibi ülkeyi ilgilendiren iç politika haberlerinin bulunduğu sayfada yer almıştır.

Analiz sonuçlarına göre, artık AB sadece dış politika alanı olarak görülmemektedir, sıklıkla ülke içi gündem sayfalarında ele alınarak içselleştirme süreci yaşanmaktadır. Dönemsel olaylara bağlı olarak AB-Türkiye başlığıyla gazetede ayrı bir bölümün yer alması da ilgi çekici bir bulgudur. AB'ye ilişkin 445 haber (% 36) dış ülke haberlerine ayrılan bölümde yer alırken, 208 AB haberinin (%16) ekonomi ve finans sayfasında yer verildiği saptanmıştır.

Diğer önemli bulgu da *yerel gündemi belirleyen sayfalarda, AB haberlerinin sadece 7 haberle temsil edilmesi, bir anlamda yerelde AB'nin sesinin duyulmamasıdır*. AB haberleri iç politika sayfalarında sıklıkla kendine yer bulabilmekte fakat yerelleştirilememektedir. Bulgulara göre uyum yasaları ile ve yaşanan politik gelişmeler ile AB-Türkiye ilişkilerinde uzun süredir beklenen bazı ilerlemeler elde edilmiştir. Bu nedenle AB haberleri, *Helsinki Zirvesi ile adaylığın ilan edilmesi sonucu uluslararası haber çerçevesinden iç politika çerçevesine alınmış, dış politika sayfalarından 'gündem' sayfasına taşınarak ulusallaştırılmış, fakat henüz yerelleştirilememiştir*. En yüksek oranda AB haberinin ulusal haberler sayfasında yer alması Avrupalılaşıma ana hipotezini destekleyen bir diğer bulgudur

Yerelleştirememe sorununun yanısıra, toplamda olumsuz manşet kullanımının daha yüksek olduğunu söylemek genel bir çerçeve çizmek adına önemlidir. Olumlu kullanılan manşet ile olumsuz kullanılan manşete ilişkin haber sayısı birbirine yakınsa

da gazetelerde yine de 34 olumsuz haber manşeti daha fazla yer bulmuştur. Nötr ve olumsuz manşetler bir araya getirildiğinde 754 haber makalesi ya olumsuz ya da nötr manşetle sayfalarda yer almaktadır.

Ana hipotez doğrulanmıştır, Türkiye medyasında Avrupalılaşma saptanmıştır. Diğer yandan saptanan Avrupalılaşmaya ilişkin aktör analizi aktör çeşitliliğinin düşük olduğunu ortaya koymaktadır. Analiz bulguları ile 2001 ve 2002 yılında vatandaşlara yöneltilen anket sonuçlarında saptanan AB üyeliğine desteğin % 70 gibi çok yüksek oranlarda olmasını (USAK AB Algılama Anketi, 2006) o yıllara ilişkin toplam 405 haberle (2001 ve 2002 yılı) (% 32) konunun medyada artan temsiliyetiyle açıklamak mümkündür. Fakat diğer yandan, 2004 ve 2005 yılında yaklaşık % 38 oranındaki yüksek haber temsiline karşılık, özellikle 2004 yılından itibaren yapılan anketlerde vatandaşların AB üyeliğine olan düşük ilgisi elde edilen verilerle açıklanamamaktadır. Olumsuz iddiaların manşete yansımada 1999-2001 yılları arasında % 40 seviyesinde bir temsiliyet söz konusu iken, 2002-2003 yılları arasında daha düşük bir temsiliyet saptanmış, 2005 yılında ise ani bir artışla % 50 seviyesinde olumsuz manşet kullanımı analiz verilerine yansımıştır. 2004 ve 2005 yıllarındaki halkın AB'ye bakışındaki olumsuz meyil ile o yıllara ait haberlerdeki olumsuz manşetler birbiriyle örtüşmektedir. Gazetelerin haber kaynağı olarak AB'ye ilişkin haber manşetlerindeki olumsuz içeriğin, 2005 yılındaki ani artışı ile kamuoyunun 2005 sonrası AB'ye karşı olumsuz bakış açısındaki paralellik, medyanın etkili bir aktör olduğunu göstermesi bakımından çarpıcı bir veridir.

Dış basından alıntılar yapması, yorum sayfalarında dış ülke basınından örnek köşe yazılarına yer vermesi, konuların ulusal çerçeveden çıkartılarak, daha global yaklaşıldığının, diğer ülkelerde yapılan yorumların önemsendiğinin ve okuyucunun dikkatine sunulduğunun bir göstergesidir. Türkiye'nin Helsinki Zirvesi sonrası AB üyeliği konusunda kaydettiği ilerlemeyle birlikte artık AB ile ilişkiler sadece politikacıların söylemleri ve yorumlarına dayandırılmayacak bir konu haline gelmiştir. Özellikle konuya farklı ülkelerin nasıl yaklaştığını okuyucuya sunabilmenin bir yolu olarak Türk medyası dış basından AB konusunda çeviriler yapmaya başlamıştır. Dış basından yapılan çeviriler de medyada Avrupalılaşmanın, bir anlamda uluslararasılaşmanın izdüşümünü yansıtmaktadır. Araştırma sonuçları, gazetelerin artan

oranda dış ülke kaynaklarını referans gösterdiğini, özellikle araştırmanın son iki yılında bu durumun daha da arttığını göstermektedir. Medya için bir anlamda referans ve kaynakların genişlemesi, farklı bakış açılarını, daha geniş bir perspektiften sunmak anlamına gelen dış basın çevirileri konunun medya için önemini arttığının da göstergesidir. Diğer yandan da unutulmamalıdır ki yine de ulusal muhabirler AB haberlerinin ana temsilcisi ve kaynağı olmaya devam etmektedirler. Yıllara göre incelendiğinde haberlerin düzenli şekilde ulusal muhabirlerin imzası ile gazetede yer verilmesi ve bu oranın en düşük % 27 ve en yüksek % 41 oranında temsil edilmesi, ulusal muhabirin AB haberlerindeki önemine işaret etmektedir.

Diğer önemli bir bulgu, haberlerin incelenen zaman aralığında sıklıkla gazetenin kendi muhabirleri tarafından ele alınırken, ikinci sırada ulusal haber ajanslarının ilettiği haberlerin basında yer almasıdır. Böylece AB konulu haberlerin gerek gazetenin kendi ulusal muhabiri, gerekse ulusal haber ajanslarının muhabirleri aracılığıyla da olsa ulusal muhabirlerin bakış açısıyla okuyucuya yansıtıldığı söylenebilir. *AB haberleri büyük oranda, gazetenin kendi muhabirlerinin veya ulusal haber ajanslarının kaleminden çıkmaktadır. Bu sonuç doğal olarak ulusal bakış açısıyla haberleştirme sorununa yol açmaktadır.*

Analiz sonuçlarına göre aktörler, AB konusunu sıklıkla ana konu olarak ele almış, başka bir konuya değinirken AB konusu ‘dolgu malzemesi’ olarak kullanmamışlardır. Her dört haberden birinin (910 haber) ana iddiası AB ile doğrudan ilişkilidir. 318 haberde ise AB dolaylı olarak atıfta bulunulan bir konudur. *Genel olarak aktörler, AB konusunda konuştuklarında sıklıkla dolaylı olarak değil doğrudan AB’yi kastetmişlerdir. AB konusu aktörlerin diğer iddialarını desteklemek için sıklıkla başvurdukları gölge bir iddia değildir.*

Haberin fotoğrafı, tasarımın gücünün daha da anlaşıldığı günümüz gazetecilik anlayışında gazete haberinin en önemli parçası, adeta haberin görünen yüzüdür. Fotoğraftaki aktörler, haberlerin görünürlüğünü destekleyen, insanların aktörleri daha yakından tanımasını sağlayan, AB haberlerini kişiselleştiren bir veridir. AB’ye ilişkin haberlerin % 60’ı fotoğrafsız olarak yer aldığından okuyucunun ilgisini çekmekte zorlanabilmektedir. Diğer yandan, 461 haber makalesini oluşturan yaklaşık % 40

haberlin fotoğrafl bulunmaktadırl, fakat sadece 50 haberde AB aktörünün fotoğraflının bulunması, diğler 50'ye yakın haberde de AB aktörü ile ulusal aktörün bir arada olması, toplamda 97 haber fotoğraflında AB aktörlerinin görünme şansı bulabildiğini göstermektedir. Helsinki sonrası AB aktörlerinin medyada görünürlüğü ve iddialarının arttığı alt hipotezi de doğrulanamamıştır. Haber fotoğraflarında ve haber içeriğinde sıklıkla görünen aktör ulusal aktördür. Haberlerin % 62'sinde (764 haber) fotoğraf bulunmaması haberleri zaten silikleştirirken, geri kalan haberlerden % 20'sinde (250 haber) haberin ulusal aktörlerin fotoğrafları ile birlikte yer alması, halkın AB haberlerinde ulusal politikacıların yüzlerini görmesi demektir. Fotoğraflardaki aktörlerden yarısından fazlası ulusal aktördür. AB aktörü ile birarada göründükleri oran da eklendiğinde her 10 haberden 7'si ulusal aktörlerin fotoğraflarıyla okuyucuya yansıtılmaktadır. Avrupalı aktörlerin görünürlüğü AB aktöründen % 8 oranında fazladır. AB aktörü tek başına 10 haberde görünürken ancak yanına ulusal aktörü de alırsa fotoğraf karesinde % 10 oranında ulusal aktörle birlikte görünme şansını yakalayabilmektedir. Diğler yandan Avrupalı aktörler ise, ulusal aktöre ihtiyaç duymadan sadece AB'ye ilişkin konularda % 20'ye yakın görünürlüğe sahiptir. AB konularında Avrupalı ulusal aktörler, AB aktörlerinden daha yüksek görünürlüğe sahiptir. Bu durum Avrupa Birliği'nin ulusüstü bir oluşum olsa da ulusal aktör ve kurumların oldukça etkili olduğu karar alma mekanizması ile de açıklanabilir.

Fotoğrafta daha az görünen AB aktörleri olumsuz haber manşetlerinde daha yüksek oranda görünmektedir. Toplamda daha düşük görünürlüğe sahip AB aktörleri, ulusal aktörden daha yüksek oranda olumsuz haber manşetiyle (% 3) birlikte gazetelerde yer almaktadır. Diğler yandan Avrupalı aktörler ise % 51 oranda olumlu haber manşetleriyle verilmekte, bu sonuç kamusal alanda Avrupalı ulusal aktörlerin görece olumlu haber manşetleriyle fakat, AB aktörlerinin ise daha olumsuz haber manşetleri ile birarada görüntülendiğini göstermektedir. Bu sonuç alt hipotez olan AB aktörlerinin artan görünürlüğü iddiasıyla çelişmektedir. AB haberlerinde artış vardır fakat AB aktör görünürlüğüne yansımayan, ulusal aktörü merkeze alan bir Avrupalılaşımdan söz edilebilmektedir. Diğler bir çarpıcı bulgu, AB aktörü fotoğrafı ile uluslararası aktör fotoğrafının bulunduğu olumlu haber manşetlerinin benzer oranda yer almasıdır. Verilere

bakıldığında, *AB aktör fotoğrafı, olumlu AB haberinde ancak uluslararası aktör fotoğrafı kadar değerli ve kullanılabilir.* Sonuç olarak, Türkiye yazılı basınında, AB haberlerinin ulusal aktör fotoğraflarıyla birlikte verilmesi AB konusunun ulusal aktörlerce tartışıldığı izlenimini vermektedir.

Araştırma kapsamında önceden belirlenen konu alanlarının % 76 oranında haberleştirildiği saptanmıştır. İddialaştırılan haberlerin yarısından fazlasını (% 53) AB üyeliğini konu alan yasal prosedürlerin, Katılım Ortaklığı Belgesi, reformlar, Ulusal Program gibi AB ile üyelik çerçevesinde alt yapı çalışmaları kapsamındaki bürokratik konuların oluşturduğu görülmektedir. *En az işlenen konu ise Kopenhag kriterleri temasıdır. Kopenhag kriterleri vurgu yapılan konu olarak saptanamamıştır.*

Analiz açısından diğer önemli bir bulgu ise, 1996 yılından bu yana tarafların tüm şartlarıyla birlikte hayata geçirdiği Gümrük Birliği ve bu konuya ilişkin haberlerin sadece % 2 oranında medyada yer almasıdır, bu oran, toplam 943 haberden 25'ini temsil etmektedir. *Gümrük Birliği'ne ilişkin olumlu veya eleştirel haberlerin gazete sayfalarına yok denecek kadar düşük oranda yer alması önemli bir bulgudur.*

Medyanın Avrupa Birliği'ni çerçevelemesinin analiz edildiği genel iddia; prensip norm, değerler; anayasal kurumsal; yönetim gibi gruplanmış dört iddia çerçevesinde de ulusal aktörler ağırlıklı olarak görünen aktör kategorisidir. Medyanın haber çerçevesine göre, iddiaların (232) yarısından fazlasını oluşturan oranı (% 58) 'genel iddia' çerçevesinde, Avrupa Birliği'nin vatandaşların yaşamlarına etkisi, ulusal kimlik, ekonomik kayıp ya da kazanç, modernleşme, güvenlik, islam, hıristiyanlık, toplumun değerleri gibi konular ele alınmış ve ulusal aktörler de iddiaların görünen yüzüdür. 'Genel iddia' çerçevesinde ise Avrupalı ulusal aktörlerin iddiası 80 haberle, % 20 oranına ulaşırken, Avrupalılaştırmanın izini sürdüğümüz AB aktörleri % 10 oranında temsille ancak 40 iddiayı yöneltebilmişlerdir. AB aktörleri, Türkiye kamusal alanında, Avrupa Birliği'nin vatandaşların yaşamlarına etkisini zayıf bir temsille iddialaştırmaktadır.

Araştırma kapsamında hiç bir çerçeveleme kategorisinde ulusal aktörler temsil üstünlüğünü ne Avrupalı ne AB aktörleri, ne de uluslararası aktörlere bırakmamışlardır. Avrupa Birliği'ne ilişkin medyanın görünen yüzü % 58 oranında

ulusal aktörlerdir. Bu oranı % 19 ile Avrupalı ulusal aktörler izlemekte, AB aktörleri % 15'lik temsille ancak üçüncü sırada görünürlüğe sahip olabilmektedir.

Basitleştirirsek, okuyucu, AB konusunda 10 haberden 6'sında ulusal aktörlerin çizdiği çerçeveye karşılığın, 2 haberde Avrupalı aktörün çerçevesini anlama fırsatı bulmakta, fakat sadece 1.5 haberde AB aktörünün iddialarını okuyabilme şansına sahip olabilmektedir. Örnekleme gerekirse, öncelikle ulusal aktörlerden Başbakan R. Tayyip Erdoğan, ardından Avrupalı ulusal aktör Fransa Cumhurbaşkanı Nicholas Sarkozy ve ancak onun ardından AB Konseyi Başkanı Herman Van Rompuy Türkiye medyasında AB konusunda aktör olarak görünebilme şansına sahiptir.

Ulusüstü aktörler, iddialarını % 92 oranında AB-Türkiye ilişkilerini destekler yönde olumlu olarak belirtmişlerdir, olumsuz ve eleştirel iddiaları % 8'i geçmemekte ve araştırma örneğine göre tarafsız iddiaları da bulunmamaktadır. *Ulusüstü aktörler taraftır ve olumlu bakışa sahiptir.* Araştırmanın ele aldığı dönem aralığı 1999 Helsinki Zirvesi'ni de kapsadığından uluslararası ve ulusüstü aktörlerin özellikle ABD'nin Türkiye'nin adaylığının olumlu sonuçlanması yönünde görüşlerin sıkça belirtildiği ve Türkiye'nin AB üyeliği sürecine ilişkin desteğin hararetle savunulduğu bir dönem olduğundan aktörlerin de olumlu bakışı analiz sonucuna yansımaktadır.

Türkiye kamusal alanının müzakereci demokrasi pratiği açısından aktör çeşitliliği, konunun farklı aktör grupları tarafından tartışılmasına yol açacağı ve demokratik uzlaşmaya ulaşma noktasında süreci destekleyeceği beklenmektedir. Medyanın da aktörleri ve konuya ilişkin fikirlerini geniş bir yelpaze yansıtabilecek biçimde kamusal alanda görünür kılması, kamusal alanı açıklayan tüm kuramlar için yaşamsal önemdedir ve özellikle müzakereci demokrasi açısından gerekli görülmektedir. *Aktör gruplarına odaklanıldığında, yazılı basında ekonomik ve sivil toplum aktörlerinin 2000, 2001, 2002 yıllarında düzenli yükselişi gözlenirken, yine de devlet ve politika aktörleri karşısında cılız bir yükseliş, görünmez bir temsildir. Habermas'ın iletişimsel eylem kuramında vurguladığı ötekinin fikirlerinin önemsenecek kamusal alanda yer alması, Türkiye medyasında yer alan AB haberlerindeki aktör zenginliği açısından henüz idealden oldukça uzaktır.*

Pek çok konuda olduğu gibi basının siyasal, ekonomik elitin ve ‘sembolik seçkinler’ denen aktör sınıflamasının eylem ve söylemlerine doğru bükülmesi, bazı yazarların ifade ettiği gibi yapısal yanlılık sorunu (İnal, 1998’den aktaran İnal ve Durna, 2009: 70) AB üyelik sürecinin haberleştirilmesinde daha da belirgin biçimde görölmektedir. Pek çok medya araştırmacısı da kasıtlı politik yanlılığın haber medyasında göröldüğünü ifade etmektedir (Schudson, 2003:34). Dünyanın pek çok yerinde olduğu gibi Türkiye’de haber değeri tanımlaması, haberin ve haber yapma pratiklerinin okullarda öğretilme biçimi sonucunda sembolik seçkinler, siyasal ve toplumsal sorunlarda başvuru, sözleri alıntılanan, manşetlerde yer verilen haber kaynağıdır. Özellikle Avrupa Birliği gibi uzmanlık alanı gerektiren, stratejik bir dış politika alanının ulusallaştırılması ve hatta yerelleştirilmesinde henüz daha gündelik insanlara, yani AB’nin yaşamını değiştireceği sıradan vatandaşa yönelik bir dil kullanılmamakta, vatandaşın fikrine de başvurulmamaktadır. Bu nedenle Türkiye kamusal alanında *AB haberleri hala elitist bir aktör temsiline sahiptir*. Analiz bulgularına göre kendini toplumsal istikrarın savunulmasına adan medyanın oluşturduğu ideolojik çerçeve ile toplumsal seçkinlerin çerçevesi uzlaşı içinde örtüşmektedir (Pazarıcı, 2005:155).

Yukarıdaki bağlamda modernleşme projesinin önemli bir çıktısı olan Avrupa Birliği ile üyelik, Batılılaşma, Avrupalılaşma’nın bir çıktısı olarak, sembolik seçkinlerce desteklendiğinden, tartışmasız uzlaşa ile 1960’lardan 2000’li yıllara dek medya tarafından hatta tüm politik partiler tarafından da desteklenmiştir. Analiz bulguları çerçevesinde 2004 yılı ve sonrasında olumsuz haber manşetlerinin artmasından da göröldüğü gibi Avrupa Birliği’ne üyelik tartışmaları yavaş yavaş ulusal çıkar ile çatışmaya girmeye başlamakta ve azınlık hakları istikrara tehdit olarak algılanmakta; medya, politik seçkinlerle Cumhuriyet’in başından bu yana sürdürdüğü uzlaşayı bozma aşamasındadır. Medya, AB projesine yavaş yavaş güvenini yitirmekte, politik seçkinler yerine daha popülist bir tavırla halkın bakış açısını yansıttığı izlenimini vermeye çalışmakta, AB projesine daha şüpheli yaklaşmaktadır. Toplumun haberler ile kendi fikirlerini oluşturması yerine yanlı tutumu ile Cumhuriyet’in kuruluşundan bu yana desteklenen Batılılaşma projesinin önemli bir simgesel göstergesi olan Avrupa Birliği’ne

üyelik sürecine daha eleştirel yaklaşmakta, süreci marjinalleştirmeye çalışmaktadır. *Medya aslında yeni bir söylemle taraf olmaya çalışmakta, ulusal çıkar kavramını geliştirerek yeni bir aktör olma çabasıdır.*

Analiz bulguları çerçevesinde % 22⁸⁶ haberde medya veya gazetecilerin ana aktör olarak kodlanması da bunun bir göstergesidir. Analiz çerçevesinde aktör sınıflamasının yıllara göre artışı incelendiğinde, **devlet ve politika aktörleri**, 1228 iddiadan % 46'sını oluşturan iddianın (575) ana aktörüdür. **Medya ve gazeteciler** aktör olarak haberlerde 270 iddia ile % 22 özne aktör olarak ikinci aktör grubunu oluşturmakta, üçüncü grubu oluşturan **ekonomik aktörlerin** toplam görünürlükleri 95 iddia ile yaklaşık % 8 seviyesindedir. Gümrük Birliği gibi kurumsallaşmış bir yapıya rağmen, ekonomik aktörlerin iddiaları çok cılız kalmaktadır. Ekonomik konuların Avrupa Birliği haberlerindeki düşük görünürlüğü benzer haber analizlerinde de saptanan bir bulgudur (Kejanlıoğlu ve diğerleri, 2008; Koenig ve diğerleri, 2006: 164). Demokratikleşmenin en önemli göstergelerinden biri olan sivil toplumun kamusal alana katılımını simgeleyen **sivil toplum kuruluşlarının** aktör olarak AB konusundaki medya görünürlükleri ise toplamda 85 iddia ile ancak % 7 oranındadır.

Aktör kategorileri daha yakından incelediğinde politik bir aktör olan CHP'nin ana aktör olarak ancak 16 iddia yönelttiğini, diğer yandan AB konusunun ekonomi sayfalarında güçlkle yer bulabilmesine karşın, TÜSİAD'ın aktör olduğu 22 haberde var olması da önemli bir bulgudur. AB konusunda ekonomik haberler medyada daha az yer almışsa da, politik aktörlerin bu konuda yarattığı boşluğun da ekonomik aktörler tarafından doldurulduğu görülmektedir. TÜSİAD politik açıklamaları ekonomi sayfalarına sıkışsa da AB konusunda en az CHP kadar politik bir aktördür. TÜSİAD her ne kadar ekonomik bir aktör olsa da AB ilişkileri bağlamında bu tartışmalarda siyasi bir aktördür ve araştırmalarda bu açıdan ele alınarak yorumlanmalıdır. AB tartışmalarında ekonomik aktörler politik aktörlerin aktör çeşitliliğini yaratamamasından dolayı TÜSİAD, ATO gibi farklı ekonomik aktörlerin çeşitlenen görüşleri ile Fraser'ın

⁸⁶ Medya veya gazetecinin aktör olması, sıklıkla yorum ve köşe yazıları için kullanılan bir argüman olsa da haberlerdeki iddia eden aktörün gazeteci olduğu diğer bir deyişle gazetecinin hiç bir aktöre atıf yapmadan kaleme aldığı, bazen de gazetecinin doğrudan ismiyle ön plana çıktığı haber ve iddialar, 'gazeteci' veya 'medya organizasyonu' değişkeni altında kodlanmıştır.

'counterpublics' olarak adlandırdığı farklı bakış açılarını yansıtan açıklamalar yapmakta fakat bu açıklamalar da ekonomi sayfalarına sıkıştığı için ekonomik haber olarak algılandığından ülke içi tartışmayı başlatamamaktadır. AB sürecinde tartışması, politikalar üretmesi beklenen politik aktörler olarak tüm partilerin toplam iddiası ancak 71'dir. Oysaki yabancı firmalar ile Türk firmalarının tek tek gündeme getirdikleri iddialar bile 31'in üzerindedir. Araştırma sonuçları, MHP'nin CHP'den yüksek sayıda iddia yönelterek, Avrupa Birliği konusunda MHP'nin kamusal alanda görünür bir aktör olduğunu göstermektedir.

Avrupa Birliği'ne ilişkin medyada haber temsilini ele alan diğer araştırmalarda da 1996 yılında Gümrük Birliği'ne ilişkin Ek Protokol'ünün imzalanmasının ardından 2004 yılından itibaren yaşanan süreçteki olumlu yöndeki değişimin zayıfladığı belirtilmektedir. ABD'nin Irak işgali sonrasında yaşanan ve Türkiye'yi de yakından ilgilendiren sorunlarla birlikte, bir yandan dış politikanın gündem değiştirdiği gözlenirken, Avrupa Birliği-Türkiye ilişkilerinin politik bir zemine çekilmesi sonucu, AB üyelik süreci aktör zenginliğini kaybederek kamusal alanda renkleri olmayan bir gökkuşağına dönüştüğü iddia edilmektedir (İnal ve Durna, 2009). Bu çalışma kapsamında da aktör zenginliğine rastlanamamıştır.

EUROPUB projesinin hipotezinde iddia ettiği ve analizleriyle bulguladığı gibi Avrupa ülkelerinde yaşanan Avrupalılaşmanın derecesi ve tarzı, *politika alanı, zaman ve aktör türüne* göre değişmektedir. Türkiye'de de medya üzerinden gerçekleştirilen analizde Avrupa Birliği ile ilişkilerinin resmi olarak da canlandığı 1999-2005 tarihleri arasında medyada da Avrupalılaşma, yani AB'ye ilişkin haber ve bilginin görünürlüğünün arttığı bulgulanarak Avrupalılaşmadan söz edilebilirse de, yıllara göre değişen düzensiz bir Avrupalılaşma saptanmıştır. Bu genel çerçeveden yola çıkarak Türk medyasında AB ile ilgili haberlere, Gaye Tuchman (1978) tarafından öne sürülen haber kategorileri arasında *continuous news* 'süren haber veya devam eden haber' olarak adlandırmak doğru bir tanımlama olacaktır. 'Devam eden haber' tıpkı gazetenin seçim dönemi haberleri gibi belli bir dönemde daha yüksek oranda görünür olan, daha sonra azalan fakat devamlılığı olan haberlerdir (İnal ve Durna, 2009:70). Devam eden haberlerde gazeteciler rutin kaynaklara başvurur, analizler doğrultusunda rutin

kaynakların da % 46 oranında devlet ve politika aktörleri olduğu saptanmıştır. Devam eden haberlerin beklentilerden farklılaştığı durumlarda ancak konuyla ilgili yabancı basın, akademisyen ve uzmanlara yer verilmekte, rutin haberleştirmede devlet ve politika aktörleri tercih edilmektedir.

Diğer yandan ise çeşitli aktörlerin Avrupa bütünleşmesine yaklaşımında farklılıklar belirginleşmektedir. Ekonomik, politik, sivil toplum ve medya aktörleri AB bütünleşmesinde ‘kazanan ve kaybedenler olarak’ adlandırılabilir. (Koopmans ve Statham 2002: 15). Bazı aktörler ülke politikalarında güçlü konumlarını sürdürseler de AB bütünleşmesinde daha zayıf etkide bulunabildikleri iddia edilmektedir. Bu durumun en iyi irdelenebileceği değişken olan, iddiada adı geçen aktörlere ilişkin yapılan incelemede görüldüğü gibi, AB haberlerinde özne aktör (iddianın merkezinde olan iddiayı yönelten aktör), nesne aktör (iddianın yöneldiği aktör), destek ve karşıt aktörler yoğunlukla devlet ve politika aktör grubu tarafından temsil edilmektedir. AB üyeliğinin politik bir irade gerektirmesi nedeniyle devlet ve politika aktörlerinin AB üyeliği konusunda doğal olarak ana kaynak olması gerektiği argümanı savunulmaya çalışılsa bile, haberlerde zayıf bile olsa sokaktaki insanın düşüncesi, endişesi ve bakış açısı temsil edilmemektedir. AB haberlerinde kaynak olarak doğrudan sokaktaki insana başvurulmadığı gibi üyelik ve ilişkili konularda çiftçi gibi meslek grupları veya bu meslek grubunu temsil eden sivil toplum kuruluşları (örn: Türkiye Ziraatçiler Odası gibi) da kaynak olarak gösterilmemektedir. *1999 - 2005 yılları arası devlet ve politika aktörlerinin temsillerinde görece bir düşme yaşanmışsa da bu düşüş, sivil toplum aktörlerinin veya ekonomik aktörlerin aynı oranda yükselişleri ile sonuçlanmamaktadır.*

EUROPUB araştırma bulgusu olarak politika aktörlerinin AB konusundaki tartışmalarında sosyal aktörleri dışladıkları, fakat bu durumun AB kurumları tarafından değil ulusal Avrupalı aktörler tarafından yoğun biçimde gerçekleştirildiği saptaması, Türkiye kamusal alanında da doğrulanmıştır. Avrupa kamusal alanında, sivil toplum aktörlerinin toplam iddia oranı % 2-5 seviyesindedir, benzer şekilde Türkiye’de de % 7 seviyesinde sivil toplum aktörünün iddiası tespit edilmiştir. *Yıllara göre sivil toplum aktörü iddialarında ise 2000 yılına ait yükseliş dışında sızrama görülmemektedir. Yazılı basında ekonomik ve sivil toplum aktörlerinin 2000, 2001, 2002 yıllarında düzenli*

yükselişi gözlenirken yine de saptanan bu oran, devlet ve politika aktörleri karşısında orantısız bir yükseliştir. Sivil toplum aktörleri en yüksek 2000 yılında % 10'lara varan bir temsile sahip olmuştur, fakat araştırmanın diğer yıllarında iddialarının temsili % 5 seviyesini aşmamaktadır.

Ekonomik aktörlerin de düşük görünürlüğü önemli bir soruna işaret etmektedir. AB'nin, üyeliğin gerçekleşebilmesi için Türkiye'den beklentileri, geniş halk yığınları için medyadan duydukları kadardır. Analiz çerçevesinde, örneğin tarım kesiminin, esnaf veya KOBİ gruplarının bu toplumsal ve ekonomik yapılaşma sürecinden nasıl etkileneceği konusunda bilgileri, neredeyse tamamıyla medyadan duydukları ile sınırlıdır, analiz çerçevesinde ise oldukça düşüktür. Dolayısıyla, üyelik sürecindeki 'yapısal reformlar'dan etkilenecek olan tarafların, bu reformların kendi yaşamlarında neleri etkileyip dönüştüreceğine ilişkin fazla bilgi sahibi olduklarını düşünmek aşırı iyimserliktir. 1995'ten bu yana medya kuruluşlarının AB'ye üyelik sürecine ilişkin oluşturdukları olumlu 'yankı' ve AB üyeliğinin Türkiye'de yaşayanların tümü için olumlu bir gelişme olacağına ilişkin yaklaşımları, bu gelişmeler hakkında çok da bilgi sahibi olamayan halkın, AB'ye bakış açısının temel eksenini belirlemiştir: olumlu ama bilgi içeriğinden yoksun bir birikim oluşturulmuştur.

1996 yılından itibaren Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği'nin kişilerin serbest dolaşımı dışında bu kadar etkin bir ekonomik kurumsallaşmanın aktörlerce tartışılmaması, *ekonomik aktörlerin sadece % 7 oranında iddia ile temsil edilmesi* düşündürücüdür. Yıllara göre dağılımına bakıldığında ekonomik aktörler sadece 2001 yılında % 6 temsile ulaşabilmiş, diğer yıllar % 2-5 oranlarında iddia yöneltmişlerdir. Görüldüğü gibi tüm kazanımlarına rağmen ekonomik bütünleşme ve bu konuya ilişkin haberler medyaya dolayısıyla kamusal alana taşınmamakta, AB-Türkiye ilişkilerinin başlangıcı ekonomik bütünleşme olarak öngörülmekle beraber, bugün öne çıkan hedef 'demokratik' kriterlerle/ Kopenhag kriterleri ile resmedilen siyasal hedeflerdir. Oysa ki AB üyelik sürecindeki en önemli dönüşüm 1995'de Gümrük Birliği'nin tam olarak yaşama geçirilmesi ile yaşanmıştır. Bu gelişmeyle birlikte, Türkiye'nin AB ile ilişkileri herhangi bir sıradan ülkeyle veya herhangi bir uluslararası kuruluşla kurulan diplomatik ilişki biçiminin çok ötesine geçmiştir ve hala Gümrük Birliği'ni gerçekleştirmiş ve

müzakerelerini sürdüren üyelik için yarım asırdır çaba gösteren tek örnek ülke Türkiye'dir.

AB-Türkiye ilişkileri 1999 yılından sonra elde edilen siyasi gelişmelerle Gümrük Birliği'ne hapsolmanın ötesine geçmiş ve haber temsiliyetinde de ekonomi ve dış politika sayfalarına sıkışmaktan kurtularak analiz verilerinden de anlaşıldığı gibi yoğunlukla iç politika sayfalarına taşınmış ve iç politika haberi olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. Bu durumun olumsuz tarafı da iç politika sayfalarında görünür oldukça AB-Türkiye ilişkileri üyelik müzakerelerinin doğası gereği Kopenhag kriterleri ve demokratik bağlamda tartışılmaya başlandığından haber manşetlerin tonu da daha keskin ve eleştirel hale gelmiştir.

AB ile ilişkili *Gümrük Birliği, adaylık, üyelik, müzakereler, Katılım Ortaklığı Belgesi, Ulusal Program, açılan fasıllar gibi AB-Türkiye arasında yaşanan her gelişme medya tarafından mitleştirilmekte, medya alanında kullanılan spesifik bir kavram olan 'event management' yöntemiyle bir 'olay' olarak ele alınmaktadır. Böylece AB üyeliği çerçevesinde her kilometre taşının AB üyeliğinin ne kadar uzun ve zor bir yol olduğunu göstermesi beklenirken bir olay olarak ele alınıp, tekrar tekrar Türkiye'nin AB üyeliği kutlamalarına dönüşmektedir. Medyadan bakıldığında, Türkiye her AB zirve kararıyla neredeyse tekrar tekrar üye olmuş belki de tek ülkedir.*

AB aktörlerinin medyada görünürlüğü de 2000 yılında % 10 iken, 2004 ve 2005'te rekor seviyede iddia ile toplamda % 13'e çıkmıştır. *Araştırmanın önemli bir bulgusu da medyanın⁸⁷ bir aktör olarak yüksek görünürlüğüdür. İddia eden aktörün gazeteci olduğu, gazetecinin hiçbir aktöre atıf yapmadan kaleme aldığı veya gazetecinin kendisinin öne çıktığı iddia oranı ile medya aktörlerinin adları veya kurumları ile öne çıktığı iddiaların oranı toplamı % 22'ye ulaşmakta ve önemli bir temsili işaret etmektedir. Gazetecilerin diğer aktörlere yer vermeyerek haberleştirdikleri iddialar, 2000 yılından itibaren düzenli olarak artmış, % 16'dan % 27'lere çıkmış, ardından % 25'lerden % 15'lere düşmüşse de genel olarak gazeteci % 18 iddianın aktörü durumundadır. Araştırmanın önemli bir bulgusu, medya organizasyonları ve*

⁸⁷ Medya veya gazetecinin doğrudan ismiyle ön plana çıktığı veya haberde hiç bir aktöre yer vermeyerek kendisine mal ettiği haber ve iddiaları kapsamaktadır.

gazetecilerin, AB haberlerinde önemli bir manevra alanına sahip olduğudur. AB aktörlerinin %13 medya temsili karşısında medya ve gazetecilerin aktörlere yer vermeyerek hazırladıkları % 22 haber temsili medyanın etkin bir aktör olduğunun önemli bir işaretidir.

AB-Türkiye ilişkilerini medya haberleri üzerinden okuyan bu çalışma, kamusal alan konusunda öne sürülen kuramsal bakıştan uzak bir aktör temsiliyeti sergilese de yarım yüzyıldır süren inişli çıkışlı ilişki, Roma’da bir toplantıda AB -Türkiye ilişkilerini tartıştığım bir İspanyol asıllı Amerikalı gazetecinin bakış açısıyla daha kolay anlaşılabilir. *AB-Türkiye ilişkileri tıpkı Antoni Gaudi’nin yapımı 1882 yılında başlayan ve bu gün hala süren ve bir cephesi UNESCO dünya mirası listesinde bulunan La Sagrada Familia Kilisesi⁸⁸ ile oldukça benzeşmektedir. Kilisenin bitirilmesinden öte bitirilmemesi onu daha anlamlı ve turistik kılmaktadır. Tıpkı AB-Türkiye ilişkilerinde de sürecin uzaması ile Türkiye’nin üyeliğinden çok adaylığının daha ilgi çekmesi ve tartışılıyor olması gibidir.*

Araştırma bulguları sonucunda medyadaki AB haberleri ve tartışmalarının ne Arendt’in açıklamalarındaki gibi tüm vatandaşların akılcı, eleştirel tartışmalarına açık, ortak iyiye ulaşma çabasının izleri sürülebilme, ne de yine kuramında açıkladığı gibi bireylerin kendi duruşlarıyla var olabildiği bir aktör çeşitliliğine rastlanmaktadır. Medyada sıklıkla ulusal devlet ve politika aktörlerinin açıklamaları üzerinden haberleştirilen AB-Türkiye ilişkileri Habermas’ın sivil toplumun bir parçası olarak tarif ettiği kamusal alan idealinden uzak, toplumun üyelerinin biraraya geldiği, deneyimlerini paylaştığı fikir birliğini ve farklılıkları keşfetmeye yardım eden bir araç olmanın çok

⁸⁸ Modern mimarinin öncülerinden Antoni Gaudi’nin en ünlü eseri, hayatını adadığı, yapımı halen süren La Sagrada Familia Bazilikası’dır. Gaudí, 1882’de Francesc de Paula Villar y Lozano tarafından yapımına başlanan bu kiliseyi tamamlama işini 1883’de üzerine almıştır. Gittikçe daha fazla zamanını bu esere ayıran Gaudí, 1908’de başka proje almayı bırakmış ve 1926’daki ölümüne kadar sadece La Sagrada Familia ile uğraşmıştır. Gaudi, tüm mimari bilgisini karmaşık semboller sistemi ve inancın gizemlerine ilişkin görsel açıklamalarla birleştirerek bir 20inci yüzyıl katedrali yaratmayı istemiştir. Sadece tüm enerjisini esere ayırmakla kalmayarak, stüdyosunu da inşaata taşımıştır. 7 Temmuz 1926’da, 74 yaşında bir trafik kazası sonucu projesini tamamlayamadan ölmüş ve La Sagrada Familia Bazilikası’na gömülmüştür. Kilisenin inşasına halkın maddi desteği ile başlanmış, daha sonra Gaudi Barselona’da yaptığı diğer eserlerden elde ettiği tüm geliri bu kilisenin yapımına aktarmıştır. Ancak hayattayken kilisenin sadece bir kulesini görebilmiştir. Gaudi öldükten sonra hem Gaudi’nin mimari tarzının anlaşılmasının güç olması hem de gün geçtikçe 1800lerin sonu 1900lerin başındaki mimari şartların bugüne uyarlanmasıyla zorlaşması nedeniyle kilisenin yapımının halen devam etmektedir.

gerisindedir. Bu nedenle de AB konusunda medya aracılığıyla oluşturulan kamusal alan, genel siyasal tartışma ve kültürel değişimlerin gelişmesine katkı sağlayamamakta, diğer taraftan da devletin gücünü sınırlandıramamaktadır.

Medya AB konusunda ortak bir zemin yaratmaktan uzaktır. *Kamusal alanda yukarıdan aşağıya yani devletten halka doğru yönelen iletişim süreci ilerlerken, halkın fikir ve bakış açıları yani aşağıdan yukarıya anlamlandırma süreci henüz medyanın haberalma kaynaklarına yansıtılmamış ve bu anlamlandırma süreci yaşanmamaktadır.* Kamusal alanın sadece bir yanı olan medya incelemesinde halkın AB konusunda Fraser'ın belirttiği alt kamular arası fikir alış verişi aktör çeşitliliğine yansıtılmamakta, söylem ve anlaşmazlığın rekabet eden mücadelesi yerine ulusal devlet ve politika aktörlerin tartışmasız hakimiyeti, alt kamuların zayıf temsili söz konusu olduğundan “koordine edilmemiş sosyal grup üyelerinin, kendi karşıt görüş, yorum, kimlik, çıkar ve ilişkilerini formüle edip, karşıt söylem olarak ortaya çıkardığı paralel söylem arenaları” (Fraser,1992:123) bulgulanmamıştır.

Haber medyasının alternatifler hakkında bilgi vererek, akılcı tartışmayı geliştirmesi gerektiğini ifade eden kuramcılar, medyanın farklı toplumsal grupların, kendi terimleriyle çıkarlarını tanımlama ve bunları kamusal alanda gerçekleştirmelerine destek olmaktadır. Bu yolla toplumsal eşitliği sağlamaya da yardım edebileceği idealini dile getirse de pratikte, çiftçiler, kadınlar gibi çeşitli toplumsal alt grupların AB konusunu tartışması analiz bulguları çerçevesinde oldukça marjinal bir durumdur.

Avrupa Birliği'nin meşruiyet ve demokrasi açığı sorununun üstesinden gelinmesi için yukarıdan aşağıya gerçekleştirilen politik ve ekonomik bütünleşmesinin bir sonraki aşaması olarak *kamusal iletişimin Avrupalılaşması* önerilmektedir. Medyanın bu konuda önemli bir mecra olduğu genel kabul görmekte, özellikle ülkelerin ulusal yayın yapan kitle iletişim araçları yoluyla, ulusal kamusal alanın Avrupalılaşması beklenmektedir. Pek çok Avrupa kamusal alan araştırması, medyanın haberlerinde yer alan aktörlerin *konu, ülke, zaman aralığı* olarak Avrupalı atıflara yer verip vermediğini analiz etmektedir

Tüm farklılıklarına karşın Aristo, Hannah Arendt, Jürgen Habermas, Charles Taylor, Nancy Fraser, John Keane, kendi kuramsal bakış açılarına göre kamusal alanı,

müzakereci toplumun demokratik karar verme sürecinde, farklı bakış açılarını yansıtacak biçimde sivil toplumla ilişkilendirerek toplumsal yaşamın merkezine yerleştirmişlerdir. Kuramcılara göre, modern demokratik politik süreçte kamusal alan, vatandaşlar ve devlet arasında arabulucu mekanizma olarak kavramsallaştırılmaktadır. Medya da sözü edilen mekanizmanın manivelası konumundadır.

Medya mesajlarının incelenmesi yaklaşımı, özellikle Habermas'ın çalışması olan müzakereci demokrasi üzerine kuruludur. Habermas'ın hipotezine göre medya, vatandaşların deneyimlerini ve bakış açılarını, sivil toplum aracılığıyla özel alandan resmi politik karar verme sürecine kamusal alan yoluyla aktarır (Kohler-Koch ve diğerleri, 2006:7). Toplumda bu görevi üstlenen kurum da kitle iletişim araçlarıdır. Bu yaklaşıma göre, toplumdaki vatandaş kitlesi, sadece yüzyüze iletişime güvenmez, politik müzakereye katılırlar ve bu sırada en çok bilgiyi medyadan elde eder (Kunelius ve Sparks, 2001; Peter, 2003).

Avrupa Birliği haberlerinin medyada temsilde benzer sonuçlara ulaşan Avrupa ülkelerindeki araştırmalarda sıklıkla rastlanan hata ise, medyanın kamusal alanın Avrupalılaşmasında bir engel oluşturup oluşturmadığı tartışmaları yerine bu konuda medyanın öncelikli olarak yargılanması ve günah keçisi olarak suçlu⁸⁹ ilan edilmesidir. Avrupa Birliği'ne ilişkin tartışmaların medyadaki düşük temsilde rol oynayan en önemli aktörün medya olduğu neredeyse tartışılmadan genel toplumsal kabullerden birini oluşturmaktadır. Analiz sonuçları da bu sonucu doğrulamaktadır. Medya ve gazeteciler haberde aktörlere yer vermeyerek, haberin aktörü gibi davranarak veya medya kurumları aracılığıyla haberlerde etkin aktör olabilmektedirler (% 22). Fakat araştırma sonuçlarına göre, medya ve gazeteciler adı altında kodlanan haberlerin diğer aktörler adı altında kodlanan haberlere göre daha sıklıkla olumsuz atıfta bulundukları

⁸⁹ Medyanın çoğunlukla olumsuz etkileri ile gündeme gelmesi konusu M. Ayşe İnal tarafından da 'medyanın sürekli hedef tahtası haline getirildiği' argümanı ile ortaya atılmış ve sorunun da temelinde medyanın gücüne olan inancın yattığı iddia edilmiştir (İnal, 2005: 67). Medyanın gücüne ilişkin tartışmalar, 19uncu yüzyılın başından günümüze kadar medyayı çoğulcu, siyasal sistemlerin ayrılmaz bir parçası olarak kabul etmektedir. Bilgilendirme ve farklı görüşleri temsil etmesi nedeniyle medya diyerek kısaltılan kitle iletişim araçları, siyasal sistem içinde yasama, yargı ve yürütmenin ardından denetimi toplum adına gerçekleştirebilecek 'dördüncü güç' olarak görülmektedir. Liberal, çoğulcu yaklaşımın bu daha olumlu görüşünün yanında medyanın olumsuz etkilerini, manipüle etme gücünü ele alan Frankfurt Okulu ve temsilcilerinin öne sürdüğü 'kültür endüstrisi' bakışı da birbiriyle çelişen görüşler olsa da iki yaklaşımın da ortak noktası medyanın gücüne olan sarsılmaz inançlarıdır.

gibi bir sonuç elde edilememiştir. *Dolayısıyla gazetecileri veya medyayı suçlayacak bir bilimsel bulgu mevcut değildir.*

Bu konuda en büyük eksiklik, Avrupa Birliği ve onu temsil eden kurumların doğru ve planlı bir iletişim stratejisinin bulunmamasıdır. Ekonomik alanda sağlanan, Parasal Birlik, Euro, Gümrük Birliği gibi görünen başarıların belirginliğine karşılık, Avrupa Birliği kurumlarının kazanımlarını kamusal alanda görünür kılmak adına bütüncül bir iletişim stratejisi oluşturamaması veya tam olarak uygulayamaması, ele alınması gereken bir sorundur (Açık Toplum Vakfı, 2010). En basit anlatımıyla AB'nin ve Türkiye'deki AB ile ilgili süreci yöneten kurumların yeterince güçlü olmayan iletişim stratejisi, AB ile ilgili haberlerde kullanılan fotoğraflarda AB temsilcilerinin çok az görünür olduğu bulgusu ile açıklanabilir bir olgudur. Aynı konuda Türkiye'de Avrupa Birliği-Türkiye ilişkileri alanında yetkili kurum ve kuruluşların da iletişim stratejilerini yeni yeni oluşturarak diğer kurumlarla eş güdülemeye çalıştığını dile getiren Avrupa Birliği Genel Sekreter Yardımcısı Dr. Burak Erdenir konunun önemini akademiye yaptığı bir konuşmada vurgulamıştır.⁹⁰ Erdenir'in dile getirdiği eş güdümdaki aksaklıklar, faaliyetlerin planlanmasında, hedef kitleye ulaşılmasında, etkinliklerin zamanlaması, değerlendirilmesi ve izlenmesinde, maddi kaynakların kullanımında verimsizliklere yol açmakta ve çalışmaların görünürlüğünü de zayıflatmaktadır.

Avrupa Birliği Genel Sekreterliği'nin kuruluşunun onuncu yılı olan 2010 yılında AB-Türkiye İletişim Stratejisi (ABİS)ni hazırlayarak kamuoyu ile paylaşması, sürecin aksayan yanının anlaşıldığını göstermektedir. ABGS, ABİS'i iki yönlü bir strateji olarak tanımlayarak hem AB'ye yönelik hem de Türkiye'ye yönelik olarak kurgulayarak, 30 başlık altında Avrupa ile gerçekleştirilecek etkinliklere, 20 başlık altında ise Türkiye ile gerçekleştirilecek etkinliklere yer vermiş ve her ikisinde de medya ile ilişkiler, gazeteler, yerel basınla ilişkiler ve sürecin doğru anlatılması konusunda yapılacaklar listesi diyebileceğimiz bu güne kadar eksik olan noktalar sıralanmıştır. En önemlisi ise Türkiye

⁹⁰ ABGS Genel Sekreter Yardımcısı Dr. Burak Erdenir, Dokuz Eylül Üniversitesi'nde "AB Genişlemesinin Kimlik Boyutu" başlıklı bir konuşma yapmış ve iletişim stratejisine, medyanın bilinçlendirilmesine duyulan ihtiyacı konuşmasında dile getirmiştir. Ayrıca iletişim stratejisinin bir uygulaması olarak beş Avrupa Birliği ülkesinin belirlendiğini, yoğunlaştırılmış iletişim çalışmaları ile bu ülke halklarına Türkiye AB ilişkilerine yönelik bilgilendirmeler yapılacağını dile getirmiştir (25.04.2011).

ve Avrupa Birliği ilişkilerinde resmi ve resmi olmayan birden çok kurumun ortak ve koordineli hareket edebilmesidir ve iletişim strateji belgesinin bunu hedeflediği belirtilmektedir.

Böylece AB-Türkiye ilişkilerinin üçüncü temel ayağı olan göz ardı edilmiş, unutulmuş iletişim konusunun stratejik önemi bir kez daha vurgulanmıştır. Türkiye Avrupa Birliği ile ilişkilerinde müzakereler ve reform süreci ne kadar önemliyse bunun nihai yararlanıcısı olan Avrupa ve Türk kamuoylarında karşılıklı önyargı ve bilgi eksikliği de o kadar önemli ve stratejik yaklaşılması gereken bir konudur.

Örnek oluşturmaları bakımından Avrupa Birliği'nin Türkiye için hazırladığı ilerleme raporlarına bakıldığında yine belirli bir iletişim stratejisinin eksikliği göze çarpmaktadır. 1999-2005 yılları arasındaki 7 AB Komisyonu İlerleme Raporunda Türkiye ile Avrupa Birliği arasındaki pek çok konu ele alınmış fakat aktörlerin sürece destek olup olmadığı, AB konusunun gündelik yaşam döngüsüne entegre edilip edilmediğine değinilmemiştir.

1999-2005 İlerleme Raporları daha çok Kopenhag kriterleri, demokrasi, temel hak ve özgürlükler, Gümrük Birliği, piyasa ekonomisi, azınlıklar ve ifade özgürlüğü konularına odaklanmıştır. Sadece 2000 yılı İlerleme Raporu Genel Sonuç kısmında olumlu bir gelişme olarak Türk toplumunda, AB'ye katılım amacıyla gerekli olan siyasal reformlar konusunda geniş çaplı bir tartışmanın başlamış olduğu vurgulanmıştır. Bu tartışmalara AB'nin katkısı veya sürecin iletişim stratejisi ile ilişkilendirilmesi yapılmamıştır. 2001 yılı İlerleme Raporu da Kopenhag kriterlerine ulaşamadığı, buna bağlı olarak, ülke çapında tüm vatandaşlar için insan hakları ve temel özgürlükler alanlarında reform sürecinin yoğunlaştırılıp hızlandırılması gerektiği vurgulamaktadır. 2002 yılı İlerleme Raporu reformlar, temel hak ve özgürlükler açısından önemli eksiklikleri sıralarken özellikle basın ve yayını da içeren ifade özgürlüğü, barışçı toplanma özgürlüğü, dernekleşme özgürlüğü, dini özgürlükler alanlarındaki önemli kısıtlamalardan söz etmektedir. Böylece ilerleme raporlarında medya veya basın sadece basın özgürlüğü ve ifade özgürlüğü kapsamında ele alınmaktadır. Basın Yasası'nın AB müktesebatına uyumsuzluğu vurgulanmıştır.

Türkiye'deki önemli değişikliklere değinen 2004 raporu ise yapılan reformları sıralamıştır. 2001 ve 2004 yılları arasında iki önemli anayasa değişikliği yapılmış ve

TBMM, Şubat 2002 ve Temmuz 2004 arasında sekiz yasa değişikliği paketini kabul etmiştir. Medeni Kanun ve Ceza Kanunu dahil olmak üzere yeni kanunlar kabul edilmiştir. Bu reformların uygulanmasına ilişkin bir çok kanun, yönetmelik, kararname ve genelge yayımlanmıştır. Yeni Basın Kanunu ve Anayasa değişiklikleri ile güçlenen basın özgürlüğüne rağmen düşünce ve ifade özgürlüğüne uygulamada getirilen kısıtlardan söz edilmiştir. Görüldüğü gibi araştırma kapsamındaki yıllara ilişkin AB'nin en güçlü iletişim aracı olan ilerleme raporlarında vatandaşlardan AB konusunun tüm toplum kesimlerince anlaşılıp tartışılmasından ve bu sürece ilişkin destekten söz edilmemektedir.

2006 İlerleme Raporu sivil toplum konusundaki gelişmelere yer verirken ve 2007 yılı İlerleme Raporu'nda Konsey'in Türkiye'nin Ankara Anlaşmasına ek olarak imzaladığı Ek Protokolü'ü bütünüyle uygulamadığı gerekçesiyle 8 fasılda müzakerelerin açılmamasına ve tarafından teyit edilene kadar hiçbir fasılın geçici olarak kapatılmamasına karar vermesi damgasını vurmuştur. Raporlarda bireysel aktörler olarak, Hırant Dink, Abdullah Öcalan, Nokta Dergisi, Yehova Şehitleri Derneği, Romanlar, engelli haklarından söz edilmiştir, ancak vatandaşların AB konusundaki sınırlı ilgi ve bilgisinden, uygulanması gereken yeni iletişim stratejilerinden yine söz edilmemektedir.

2007 İlerleme Raporu ifade özgürlüğüne ilişkin olarak (medya da dahil olmak üzere), Türk toplumu tarafından hassas karşılanan ve geniş bir alanı kapsayan birçok konunun medyada açık bir şekilde tartışıldığını belirtmiştir. Basın ve ifade özgürlüğündeki yaşanan kısıtlamalar ve uygulanan oto-sansürden söz edilmektedir.

2008 İlerleme Raporu Hükümet'in tutarlı ve kapsamlı bir siyasi ve anayasal reform programını ortaya çıkaramadığı ayrıca, başlıca siyasi partiler arasında diyalog ve uzlaşma ruhu eksikliği, siyasi kurumların düzgün işleyişi üzerinde olumsuz etkide bulunduğu belirtilmiştir. Türk toplumunda yaratılan tartışma ortamı olumlu bulunarak toplumda hassas olarak algılanan konular dahil olmak üzere, Türk basınında geniş bir yelpazede çeşitli konular hakkında özgür tartışmaların devam ettiği belirtilmiştir. İlerleme Raporu toplumun medya aracılığıyla serbestçe tartışabildiği varsayımını ileri sürmekte oysa ki araştırma bulgularımız AB konusunda toplumun sağlıklı

tartışamadığını gerekli aktör zenginliğinin ve tartışma zemininin yaratılamadığını ortaya çıkarmaktadır. Yine 2008 yılı konu ve aktörleri; Ergenekon, CHP, Yargıtay Cumhuriyet Başsavcısı, You-tube yasağı, farklı cinsiyetlerin hakları, ifade özgürlüğü ve basında çoğulculuk şeklinde özetlenebilir.

2008 yılı İlerleme Raporu iletişim eksikliği konusunu Türkiye ve “Kıbrıs Cumhuriyeti” hava trafik kontrol merkezleri arasındaki iletişim eksikliği olarak belirtmekte ve Türkiye ve Avrupalı vatandaşların önyargı ve iletişimsizliklerinden kaynaklanan sorunlar ifade edilmemektedir.

2009 yılı İlerleme Raporu sivil toplumun iletişim yeteneklerinin arttırılmasına vurgu yapmaktadır. Belki de bu yolla her iki toplumdaki yargı ve önyargıların aşılabileceği varsayımıyla hareket etmektedir. Yine vurgulanan iletişim eksikliği konusu politik partiler arasında diyalogun ve uzlaşmacı anlayışın bulunmamasının olumsuz etkileri şeklinde ifade edilmektedir. İletişim eksikliği bir önceki rapordaki gibi Güney Kıbrıs Rum Yönetimi hava trafik kontrol merkezleri arasındaki iletişim eksikliğinin yol açtığı tehlike olarak belirtilmiştir.

2010 İlerleme Raporu’nda 2009 Raporu’na ilişkin sivil toplumun geliştirilmesi vurgulanırken Ocak ayında, Türkiye’nin AB’ye katılım müzakerelerini hızlandırmak ve katılım konusunda kamuoyunun farkındalığını ve desteğini artırmak amacıyla, Türkiye’nin Katılım Süreci İçin Avrupa Birliği Stratejisi hazırlanmıştır. Medyanın belki de eleştirildiği tek nokta, medyanın dini azınlıklara saygı konusunda bir etik davranış kodu geliştirmeye teşvik edilmesi ve medya aracılığıyla nefretin kışkırtılmasının kovuşturulması tavsiyesidir.⁹¹

AB-Türkiye üyelik müzakerelerinde 10. fasıl Bilgi Toplumu ve Medyadır ve bu konuda bazı gelişmeler sıralanmışsa da vatandaşların AB konusundaki bilgi ve iletişim açığına değinilmemiştir. TRT, Ocak 2010’dan beri 7 gün 24 saat Türkçe canlı yayın yapan *Euronews*’e hissedar olmuş ve *Euronews* Türkçe, TRT vasıtasıyla tüm Türkiye’ye yayın yapmaktadır ve tüm dağıtım ağlarında mevcuttur. 2010 yılı İlerleme Raporu Ergenekon davasından 270 kişinin suçlandığına, Adana Büyükşehir Belediye

⁹¹ Avrupa Konseyi’nin 1704 (2010) sayılı Kararı.

Başkanı'nın yolsuzluk nedeniyle tutuklandığına, vatandaş Engin Ceber'in işkence altında ölümüne, marjinal bir STK olan Lambda Derneği ve Siyah Pembe Derneği'ne, okul kitaplarındaki kadının rol ve statüsünün olumsuz temsiline, töre cinayetlerine dek hemen her konuda atıflar yapmakta fakat henüz AB konusundaki önyargılara ve bilgi eksikliğine değinmemektedir.

Yukarıda açıklamaya çalışıldığı üzere AB- Türkiye arasındaki en önemli iletişim belgeleri sayılabilecek ilerleme raporlarında ne medyada ulusal aktörlerin egemenliğinden ne de Avrupa Birliği aktörlerinin ıskaladığı iletişim eksikliğinden bahsedilmektedir. İlerleme raporları sürecin Avrupa Birliği tarafından nasıl görüldüğünü açıklamamıza yardım ederken, Türkiye'deki politik aktörlerinin de bu durumda payları olduğu unutulmamalıdır.

Ulusal aktörlerin, Avrupa Birliği konusunda tartışmaktan öte siyah ve beyaz kadar belirginleşen destek ve itirazları nedeniyle toplumun tartışması için zemin hazırlanamaması da diğer bir önemli sebeptir. Avrupa Birliği ile ilişkiler, 1995'de hız kazanmış ve zaman zaman 'tren kazaları' gibi tanımlamalar ile sarsıntıya uğramışsa da 2004'e dek yaşanan AB'ye ilişkin olumlu algılama, yerini endişelere ve büyük ölçüde 'milliyetçi hassasiyetlerin' öne çıktığı olumsuz yargılara bırakmıştır. Bu saptamanın en önemli bulgusu, 2004 yılı sonrası medyadaki olumlu haber ve iddiayı destekleyen aktör oranındaki düşüş, ayrıca karşıt aktör oranındaki yükseliştir. Araştırmanın iddiasına göre Avrupa Birliği'ne üyelik konusu, Türkiye'de ekonomik kazanımlar tartışmasından Kopenhag siyasi kriterleri ile birlikte uzaklaşarak, politikleşmeye başlamıştır. Haber analizinde Avrupa Birliği-Türkiye ilişkilerinin ana eksenini oluşturan Gümrük Birliği'ne ilişkin haberlerin oldukça düşük oranda yer alması (% 2) da yukarıdaki savı desteklemektedir.

Gözden kaçırılmaması gereken nokta, Avrupa Birliği 1960'lardan bu yana ağırlıklı olarak dış politika konusuyken, alınan politik kararlar ile birlikte ulusallaşmasıdır. Analiz sonuçlarına göre, Avrupa Birliği haberlerinin dış politika sayfasından daha yüksek oranda iç politika ve gündem sayfasında yer alması (% 43) da yine bu savı desteklemektedir. Ulusallaşma, toplumsal bütünleşmeyi de gerektirdiğinden sancılı geçmektedir, ama henüz bir sonraki aşaması olan yerelleşme, yani tüm toplumsal kesimlerce tartışılan bir konu olma durumu saptanamamıştır.

21.yüzyılın ilk çeyreğinde AB, EUROPUB araştırmacılarına göre bir kavşaktadır. Doğu genişlemesi ve ekonomik bütünleşme ile gittikçe daha yakın işbirliği içinde bir Avrupa Birliği'ne yönelik adımlar atılırken, diğer yandan kurumsal ve uygulamaya yönelik açıklar, gelecekteki bütünleşme adımlarının önüne setler çekmekte, politik bütünleşmenin olasılığı ve arzulanma derecesinin tekrar tekrar sorgulanmasına neden olmaktadır. AB meşruiyet krizindedir. Bunun için ilk önerilen yol, Anayasa ile devlet modeli biçiminde bunu aşmak, ikincisi, Avrupa kimliği ve Avrupalılığı sembolik olarak üreterek kimlik eksikliğini gidererek bu sorunun üstesinden gelmektir. Üçüncü bakış ise meşruiyet açığını demokratik açık olarak görerek; yasal ve haklı AB bütünleşme projesinin vatandaşlar açısından şeffaf ve güvenilir olmadığından demokratik açık sorunun giderilmesi gerektiğini iddia etmektedir. Bu bakış açısına göre güçlü bir demokrasi, kamusal alan ve demokratikleşme gerektirmektedir.

EUROPUB projesine benzer biçimde Türkiye'de hızlı olmasa da medya, tüm Avrupa ülkelerinde olduğu gibi, Avrupa Birliği kurumsal çerçevesine dikkat çekmektedir, fakat bazı görüşler güçlü biçimde ulusalcı çerçeveyi yansıtmaktadır ve AB genişlemesi bazı aktörler için tehdit, diğerleri için fırsat olarak algılanmaktadır. Analiz sonucunda belirlenen eksiklik, fikirler ve görüşler, özenli tartışmalarla ele alıp bunlar çerçevesinde kamuoyu oluşturulup tartışmalar yapılmamasıdır. Yine araştırma bulguları yukarıdan aşağıya uygulanan başarılı politikaların bazı politika alanlarında uygulanabildiğidir. Uzun süreçte bu şekilde yukarıdan aşağıya süren sosyo-politik yapı kurumsal olarak katı veya demokratik olarak meşru olamayacaktır.

Yine EUROPUB verilerine benzer biçimde, Türkiye medyasında yapılan araştırma sonucunda, üyelik, politik bütünleşme ve Avrupa'nın geleceği konusunda aktörlerde bir uyumsuzluk 'akortsuzluk' saptanmıştır. Ulusal aktörlerde, AB temsilcilerinde hem de politik gruplarda ahenk eksikliğine rastlanmıştır. Yapılan analiz verilerine göre, Avrupa tartışmaları, paylaşılan bir politik dile ve temsilcilerine ihtiyaç duymaktadır. Politik iletişimin Avrupalılaşması önemli bir bakıştır. Bazı araştırmacıların da değindiği gibi AB, Türk politik yaşamında adeta 'dönüştürücü' görevi görmektedir. Batılılaşma ve modernleşmeyi kuruluşundan beri destekleyen bir ülke için Kopenhag kriterlerinin anlamı, ülkede demokrasinin algılanma çerçevesi ile ilişkilidir. Bu nedenle

AB, 2004 yılından bu yana dış politika değil, iç politika alanıdır ve kamuoyunda da bu çerçevede tartışılmaktadır ve algılanmaktadır. En önemli göstergesi de AB üyeliğinin Kıbrıs sorunu, terör sorunu, ulusal bütünlük ve ulusal çıkar sorunu ile birlikte tartışılmasıdır. Politik partilerden CHP ve MHP'nin ulusalcı söylemleri ve AB'ye üyelik konusunda öne sürdükleri koşullar, AKP ve muhalefet partileri arasında ulusal çıkarların ne olduğuna ilişkin bir mücadeleyi görünür hale getirmiş, medya bu çatışmaları halkın gündemine taşımıştır. Eksiklik ise bu konuda halkın ne düşündüğünün medyada görünür olmamasıdır.

Kamusal alan kavramı ve müzakereci demokrasi kuramı ışığında Avrupa Birliği konusundaki tartışmalarda vatandaşın da fikrini ortaya koyabileceği, elit tartışmalara paralel söylem arenaları yaratılabilmesi; güçlü kamular dışında zayıf kamuların da sesini duyurabilmesi için medyanın sağladığı haberler yoluyla edinilen bilgi yaşamsal öneme sahiptir. *Yapılan aktör analizinde ise henüz medyanın bu konuda aktör çeşitliliğini yaratamadığı, Avrupa Birliği aktörleri ve politik aktörlerin Avrupa Birliği konusunu sadece Birliğe üyelik temelinde tartıştığı görülmektedir.* Kamusal alan homojen tek bir yapı değil, çoklu kamulardan oluşmaktadır, araştırma sonuçlarına göre medyada Avrupa Birliği konusunda gerek haber içerikleri, gerekse haberde yararlanılan kaynaklar bakımından tek tip haberleştirme görülmekte, dolayısıyla kamusal alanda çeşitli fikir ve bakış açılarının ortaya konup tartışılması mümkün olamamakta, bu nedenle devlet ve politika aktörlerinin, bürokratların bakışı, güçlü kamu olarak hakim görüş haline gelmektedir.

AB üyeliği 21inci yüzyılın toplum yapısını, farklılıklarımızla birarada yaşamı simgelediğinden kamusal alanda da fikirler, karşıt görüşler, birbirine taban tabana zıt bakış açıları demokrasinin fikir özgürlüğü çerçevesinde dillendirilebilmelidir. Konunun en can alıcı yanı ise AB üyeliği konusunda sokaktaki herkesin yaşamında yol açacağı olumlu veya olumsuz değişiklikleri bilmesi ve bu konuda diğerinin fikirlerini benimsemese bile tüm aktörlerin konuyu tartışabilmesi gerekmektedir. Medyanın bu toplumsal projede önemli bir arabulucu olduğunu ileri süren bu çalışma AB-Türkiye ilişkilerini gazete sayfalarındaki haberler ve aktörler aracılığıyla ele almıştır.

AB-Türkiye ilişkilerini kültür, kimlik boyutlarıyla ele alan sosyal bilimler alanında daha fazla sayıda bilimsel çalışmaya ve uzun soluklu analizlere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu analiz sonuçları politikacıları, yasa yapıcı mekanizmaları etkileyerek geleceği şekillendirmeye yardım edecektir.

Bu çalışma da gelecekteki araştırmacılara istatistiksel uzun dönem verisi sağlayarak yağmur ormanlarında patika açmaya çalışmıştır.

KAYNAKLAR

ABİS-Türkiye'nin Avrupa Birliği İletişim Stratejisi.(2010). T.C. Başbakanlık Avrupa Birliği Genel Sekreterliği. Ankara. (http://www.abgs.gov.tr/files/strateji/abis_tr1.pdf) (5.01.2010).

Alankuş, S. (2005). Demokratik Bir Medya Ortamı İçin Yerel/Sivil Medya ve Yeni İmkanlar. *Medya ve Toplum* (ss.99-132). Derleyen S. Alankuş. İstanbul:IPS İletişim Vakfı Yayınları:4.

Andersen, S.S. ve Burns, T.R. (1996). The European Union and the Erosion of Democracy: A Study of Parliamentary Governance. *Contemporary Development Analysis*. Vol.1 (2) (ss.33-65).

Andersen, P. J. ve Weymouth, A. (1999). *Insulting the Public? The British Press and the European Union*. Harlow:Longman.

Arendt, H. (1960). *Vita Activa oder Vom tatigen Leben*. Stuttgart: W.Kohlhammer Verlag.

_____ (1958). *The Human Condition*. Chicago: University of Chicago Press.

Arsan, E. (2007). *Avrupa Birliği ve Gazetecilik*. Ankara:Ütopya Yayınevi.

Avrupa Birliği ve Türkiye-AB İlişkileri Almancağı 2010 (2011). İKV Yayınları, No:244.

Baban, F., Keyman, F. (2008). Turkey and Postnational Europe: Challenges for the Cosmopolitan Political Community. *European Journal of Social Theory*.11(1):107-124.

Bader, V.(2008). *Eurospheres? Fragmented and Stratified or Integrated and Fair? A Conceptual and Pre-theoretical Mapping Exercise*. EUROSPHERE Çevrimiçi çalışma makaleleri. N:09. (<http://eurosphere.uib.no/knowledgebase/workingpapers.htm> (10.10.2009)).

Balkır, C.(2010). *Uluslararası Ekonomik Bütünleşme Kuram, Politika ve Uygulama AB ve Dünya Örnekleri*. İstanbul:İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Balkır, C., Banducci, S., Soyaltın, D. Toker, H. (2008). Expecting the Unforeseeable: The 2007 Turkish Elections in the Media. *Turkish Studies*. Sayı:9(2) (ss.197-212).

Belsey, A. ve Chadwick, R.(2002). Medyada Kalitenin Bir Aracı Olarak Etik. *Medya, Kültür, Siyaset* (423-441). Derleyen S. İrvan. İkinci basım, Ankara: Alp Yayınevi.

Benhabib, S.(1992). Models of Public Space: Hannah Arendt, the Liberal Tradition and Jürgen Habermas. *Habermas and the Public Sphere* (73-99).Derleyen C. Calhoun, Massachusetts:MIT Press.

Baerenreuter, C., Brüll M., Mokre M.,Wahl-Jorgensen, K.(2008). An Overview of Research on European Public Sphere. *Eurosphere* Çevrimiçi çalışma makalesi. No:03. (<http://eurosphere.uib.no/knowledgebase/workingpapers.htm>) (10.10.2009).

Barysch, K.(2007). What Europeans Think About Turkey And Why, *Center for European Reform (CER)*, açıklama notu. (www.cer.org.uk) (10.10.2008).

Bilgin, N.(2000). *İçerik Analizi*. İzmir:Ege Üniversitesi Edebiyet Fakültesi Yayınları.

Brantner,C.,Dietrich A.,Saurwein, F.(2005).Europeanisation of National Public Spheres. Empirical Evidence from Austria, *First European Communication Conference*, konferans bildirisi. Amsterdam. 24-26 Ekim 2005.

Broz, M. (2005). Is Europeanisation of the Public Sphere in Media Finally Emerging? Discussed in Context of the EU Media Policy and Changing Trends within the European Media Structure Research Paper. *Lund University, Department of Political Science*. Araştırma makalesi, bahar dönemi 2005.

van der Brug, W. Smetko, H. A., Valkenburg, P. M. (2007). Media Priming in a Multi Party Context: A Controlled Naturalistic Study in Political Communication. *Political Behavior*. Vol.(29)1:115-141.

Bursens, P. (2004). The Paradox of Mass Media and the Search for More Legitimacy in the European Union, *2nd ECPR SGEU Pan European Conference*. Konferans bildirisi, Bolonya, 24-26 Haziran 2004.

Calhoun, C. (1992). Introduction: Habermas and the Public Sphere. *Habermas and the Public Sphere* (1-48). Derleyen C. Calhoun. Massachusetts: MIT Press.

Can, E. B. (2008). Avrupa Birliği Tarihinde Referandum Krizleri. *İktisadi Kalkınma Vakfı*. (<http://www.ikv.org.tr/pdfs/6c4dc329.pdf>) (Ağustos 2008).

Curran, J. (2002). Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme. *Medya Kültür ve Siyaset* (181-261). Derleyen S. İrvan. İkinci basım, Ankara: Alp Yayınevi.

Dahlgren, P. (1995) *Television and the Public Sphere: Citizenship, Democracy and the Media*. London: Sage.

Dahlgren, P. ve Sparks, C. (1991). *Communication and Citizenship: Journalism and the Public Sphere in the New Media Age*. London: Routledge.

Dewey, J. (1927). *The Public and its Problems*. New York: H. Holt & Co.

Doğan, E. E. (2005). *Avrupa'yla Dansımız*. İstanbul:Emre Yayınları.

Duran, R. (1996). *Apoletli Medya*. İstanbul:Yol Yayınları.

Durna,T. (2002).*Türk Basınında Avrupa Birliği: Köşeyazılarında Adaylık Sürecinin Sunumu (3-24 Aralık 1999)*.Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Eder, K. (2000). Zur Transformation National Staatlicher Öffentlichkeit in Europa. Sprachgemeinschaft zur Issuespezifischen Kommunikationsgemeinschaft.*Berliner Journal für Soziologie*. Vol.10(2):167-184.

Eilders, C. ve Voltmer, K. (2004). Zwischen Marginalisierung und Konsens: europäische Öffentlichkeit in Deutschland. *Die Stimme der Medien. Pressekommentare und politische Öffentlichkeit in der bundesrepublik* (ss.358-385) Derleyen C. Eilders, F. Neidhardt ve B. Pfetsch. Wiesbaden: V.S.

Eley, G. (1992). Nations, Publics and Political Cultures: Placing Habermas in the Nineteenth Century. *Habermas and the Public Sphere* (ss.289-340) Derleyen C. Calhoun. MA:MIT Press.

Encabo, M. N. (2002). Gazetecilik Etiği ve Demokrasi. *Medya Kültür ve Siyaset* (ss. 443-464). Derleyen S. İrvan. İkinci basım, Ankara: Alp Yayınevi.

Eralp, A.(1997). Soğuk Savaştan Günümüze Türkiye-Avrupa Birliği İlişkileri. *Türkiye ve Avrupa* (ss.86-120) Yayına hazırlayan A. Eralp. Ankara: İmge Kitapevi.

Erbe, J. (2005). What do the Papers Say? How Press Reviews Link National Media Arenas in Europe. *Javnost-The Public*. Vol.12(2):75-92. (<http://www.javnost-the-public.org/media/datoteke/2005-2-erbe.pdf>) (Aralık 2007)

Eriksen, E. O.(2005). An Emerging European Public Sphere, *European Journal of Social Theory*. Vol. 8(3): 341-363.

Eriksen, E. O. ve Fossum, J. E. (2001). *Democracy Through Strong Publics in The European Union?* Arena çalışma makaleleri. No:16/2001. (www. arena.uio.no) (Aralık 2007).

EURONAT, European Commission Research DG (2004).Representations of Europe and the Nation in Current and Prospective Member-States: Media Elites and Civil Society. (<http://www.eui.eu/RSCAS/Research/EURONAT/Index.shtml>) (10.12.2007).

European Commision (2005). Action Plan, The Commission's contribution to the Period of Reflection and Beyond: Plan-D for Democracy, Dialogue and Debate. (http://www.cor.europa.eu/migrated_data/communication_planD_en.pdf) (13. 10.2005).

_____ (2006).White Paper on European Communication Policy. Brüksel, COM(2006) 35 final. 01.02. 2006. (http://europa.eu/documents/comm/white_papers/pdf/com2006_35_en.pdf)(10.12.2008).

European Institute of Public Administration (EIPA) (2002). Governance by Committee, The Role of Committees in European Policy-Making and Policy Implementation. Final Report,Maastricht. (http://improvingser.jrs..it/default/page.gx_?/ app.page=entity.html& app.action=entity&_entity.object=TSER0000000000001291&_entity.name=Final%20Report1) (07.12.2007).

EUROPUB Project (2004). The Transformation of Political Mobilisation and Communication in European Public Spheres. Assembling Information That Allows The Monitoring of the European Public Space. 5th Framework Programme of European Commision. (www. europub.com) (10.10.2007).

EUROPUB Projesi Final Raporu HPSE-CT-2001-00069 Temmuz 2001- Ağustos 2004. (www.europub.com) (10.10.2007).

EUROSPHERE Proje Başvurusu (2005). Diversity and the European Public Sphere: Towards a Citizens' Europe. Bergen. (<http://www.eurosphere.uib.no/about.htm>) (10.10.2007).

Fraser, N. (2007). Transnationalizing the Public Sphere: On the Legitimacy and Efficacy of Public Opinion in a Post-Westphalian World. *Theory, Culture & Society*. Vol.24(4):7-30.

_____ (1992). Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. *Habermas and the Public Sphere* (ss.109-143) Derleyen C. Calhoun. Massachusetts: The MIT Press.

Garnham, N. (1992) The Media and the Public Sphere. *Habermas and the Public Sphere* (ss.359-377). Derleyen C. Calhoun MA: MIT Press.

_____ (1990). *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information*. London: Sage

Gencel-Bek, M. (2004). Medya ve Avrupa Birliği'nin Temsili: Türkiye'nin AB Adaylığının Basındaki Sunumunun Analizi. *Haber, Hakikat ve İktidar İlişkisi* (ss.255-259). Derleyen Ç. Dursun. Ankara: Elips Yayınları.

Gerhards, J. (2000). Europaisierung von Ökonomie und Politik und die Tragheit der Entstehung Einer Europäischen Öffentlichkeit (ss.277- 305). Derleyen B. Maurizio. *Die Europaisierung Nationaler Gesellschaften. Sonderheft der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*. Oppladen: Westdeutscher Verlag.

Gaytancıoğlu, K.(2009) Türkiye'nin Avrupa Ekonomik Topluluğuna Üyelik Başvurusunun Basına Yansımaları. Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi (ATAUM) Cilt. 8 (2):47-64.

Green, S. B.,Salkind, N. J., Akey, T. M. (2000). *Using SPSS for Windows*. İkinci basım. New Jersey: Parantice Hall.

Goethues, F. (2004). Television News and the European Public Sphere: A Preliminary Investigation. CEPS çalışma makalesi. 27 Nisan 2005.
(http://ics.leeds.ac.uk/eurpolcom/exhibits/paper_6pdf) (12.02.2007).

Gurevitch, M.ve Blumler J. G. (2002). Siyasal İletişim Sistemleri ve Demokratik Değerler. *Medya, Kültür, Siyaset* (263-291). Derleyen S.İrvan, ikinci basım, Ankara: Alp Yayınevi.

Güreşçi, E. (2006). Türkiye-Avrupa Birliği (AB) İlişkileri Sürecinde Kamuoyunun Tutumu ve Değerlendirilmesi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi* 7(1). s.72-85.

Güz, N. (2005). *Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları*. Ankara: Nobel Yayınları.

Habermas, J.(2006). Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research. *Communication Theory*. Nr.16:411-426.

_____ (2004). Kamusal Alan. *Kamusal Alan* (95-102). Editör M.Özbek. İstanbul: Hil Yayınları.

_____ (2003). Toward a Cosmopolitan Europe. *Journal of Democracy*. Vol. 14(4):86-100.

_____ (2001a). Why Europe Needs a Constitution. *New Left Review*. Nr:11

_____ (26 Haziran 2001b). Warum Braucht Europa ein Verfassung? *Die Zeit Gazetesi* online servisi. (http://www.zeit.de/2001/27/200127_verfassung.xml) (12.02.2009).

_____ (1996a). *Between Facts and Norms: Contribution to a Discourse Theory of Law and Democracy*. Cambridge: MIT Press.

_____ (1996b). *İletişimsel Eylem Kuramı*. Çeviren M.Tüzel. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

_____ (1992). Further Reflections on the Public Sphere. *Habermas and the Public Sphere* (ss. 421-462). Derleyen C. Calhoun, Massachusetts:MIT Press.

_____ (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Çeviren T. Burger ve F. Lawrence. Cambridge: Polity Press.

Habermas, J.(1962). *Strukturwandel der Öffentlichkeit, Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Neuwied: Hermann Luchterhand Verlag.

Habermas, J. ve Derrida J.(31 Mayıs 2003). *Nach dem Krieg: Die Wiedergeburt Europas*. Frankfurter Allgemeine Zeitung Gazetesi.

Hands, J.(2006). Civil Society, Cosmopolitics and the Net: The Legacy of 15 February 2003. *Information, Communication & Society*. Vol. 9(2):225-243.

Hughes, H. M.(1940). *News and the Human Interest Story*. Chicago: University of Chicago Press.

Holsti, O. R.(1969). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. MA: Addison-Wesley.

IDNET (2003). Europeanisation, Collective Identities and Public Discourses (<http://www.eui.eu/DepartmentsAndCentres/RobertSchumanCentre/Research/ArchivedProjects/Idnet/Index.aspx>) (12.02.2008).

İnal, A. M. (1998). An Analysis of Turkish Daily Press: Event Selection. Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllığı 1997-1998. (ss. 31-73).

_____ (2005) Medyanın Etkisi Sorunsalına Başka Bir Bakış. *Medya veToplum*. (ss. 65-80). Der. S. Alankuş. İstanbul:IPS İletişim Vakfı Yayınları:4.

İnal, A.ve Durna, T.(2009). Avrupa Birliği'ne Üyelik Sürecinde Türk Medyası. *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*. Cilt.8(2):65-87.

İrvan, S. (2002). (Derleyen). *Medya, Kültür, Siyaset*. İkinci basım. Ankara: Alp Yayınevi.

İrvan, S. (1997). *Dış Politika ve Basın: Türk Basınındaki Dış Politika Haberlerinin Gündem Belirleme Yaklaşımı Açısından Çözümlemesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara:Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Jankovski, N. W. ve Van Os, R.(2004).The 2004 EP Election and the Internet. Contribution to a European Public Sphere? *Conference on Internet Communication in Intelligent Societies*. Düzenleyen School of Journalism & Communication, The Chinese University of Hong Kong. Konferans Bildirisi. Hong Kong. 8-10 July 2004.

Jimenez-Ruiz, A. M. ve Torreblanca, J. I. (2007). European Public Opinion and Turkey's Accession Making Sense of Arguments for and Against. *CEPS Çalışma makalesi*. No.16. Mayıs 2007. (<http://www.ceps.be> ve <http://www.epin.org>) (10.12.2008).

Kaitatzi-Whitlock, S. (2007). The Missing European Public Sphere and the Absence of Imagined European Citizenship. Democratic Deficit as a Function of a Common European Media Deficit. *European Societies*. 9(5):685-704.

Karadağ, G. (2006). *AB'nin Medyası Medyanın AB'si*. İstanbul:Güncel Yayıncılık.

Karasar, N. (2006). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler*. Ankara:Nobel Basımevi.

Keane, J. (2002). Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümleri. *Medya Kültür Siyaset* (ss.295-337). Derleyen S.İrvan. Ankara: Alp Yayınevi.

_____(2000).Structural Transformations of Public Sphere.*Digital Democracy:Issues of Theory and Practice* (ss.70-89). Editörler Hacker J. Ve Dijk, J. London: Sage.

_____(1984). *Public Life and Late Capitalism: Toward a Socialist Theory of Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.

Kejanlıoğlu, B.(2005). Medya Toplum İlişkisi ve Küreselleşmenin Yerel Medyaya Sunduğu Olanaklar. *Medya ve Toplum* (ss. 81-98). Derleyen. S. Alankuş. İstanbul:IPS İletişim Vakfı Yayınları:4.

Kejanlıoğlu, B. ve D.,Taş, O.(2007). Turkin ja EU: suhteet Turkin lehdistössä. *Turkki Euroopanrajalla?* (ss. 91-111).Editörler A. Leinonen, T. Kojo, M. Nousiainen, S.

Peltonen& L. Tainio.Helsinki:Gaudeamus Helsinki University Pres.

Kentmen, Ç. (2010). Mass media Use and Citizens' Knowledge about the EU: The Turkish Case. *Turkish Studies*. Vol.11(4):625-641.

Kevin, D. (2003). *Europe in the Media: A comparison of Reporting, Representation and Rhetoric in National Media System in Europe*. Mahwah, NJ:Lawrence Erlbaum.

Kielmannsegg, P. G.(1996). Integration und Demokratie. *Europaeische Integration* (ss.49-83). Editörler Jachtenfuchs, M., Kohler-Koch, B. Oppladen:Leske&Budrich.

Koç, T. (2004). *Türk Basınında Avrupa Birliği'ne Adaylık Süreci*. Yayınlanmamış Yüksek Lisas Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı.

Koçan, G. (2008). Models of Public Sphere in Political Philosophy, *EUROSPHERE* Çevrimiçi çalışma makaleleri.No.02. (<http://eurosphere.uib.no/knowledgebase/workingpapers.htm>.) (12.02.2009).

Koenig,T., Mihelj, S.,Downey, J.,Bek, M.(2006). Media Framings of the Issue of Turkish Accession to the EU. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*.Vol. 19(2):149-169.

Kohler-Koch, B., Humrich, C., Finke, B. (2006). Enhancing Multi-Level Democracy by Organizing Civil Society Input. *20th IPSA World Congress* bildiri makalesi. Fukuoka. 9-13 Temmuz 2006. (http://www.sowi.uni-mannheim.de/lehrstuehle/lspol2/service/dl/fukuoka2006_paper_2300.pdf. (10.12. 2007).

Koopmans, R. ve Statham P. (2002). The Transformation of Political Mobilisation on Communication in European Public Spheres: A Research Outline. *Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB)*. (<http://europub.wz-berlin.de>) (12.02.2008).

Koopmans, R. ve Erbe, J. (2003). Towards A European Public Sphere? Vertical and Horizontal Dimensions of Europeanised Political Communication Politic Mobilisation, EUROPUB Projesi çalışma makalesi. *Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB)*. (<http://europub.wz-berlin.de>) (13.02.2008).

Koopmans, R. (2007). Who Inhabits the European Public Sphere? Winners and Losers, Supporters and Opponents in Europeanised Political Debates. *European Journal of Political Research*. Vol. 46:183-210.

_____ (2004). Towards A European Public Sphere? Vertical and Horizontal Dimensions of Europeanized Political Communication. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*. Vol. 17(2):97-118.

_____ (2002). Codebook for the Analysis of Political Mobilisation and Communication in European Public Spheres. (<http://europub.wz-berlin.de>) (10.10.2007).

Koopmans, R. ve Pfetsch, B (2006). Obstacles or Motors of Europeanisation? German Media and the Transnationalization of Public Debate. *Communications*. Vol. 31(2):115-138.

_____ (2003). Towards a Europeanised Public Sphere? Comparing Political Actors and the Media in Germany. *Arena Research Center*. Çalışma makalesi 2003:23/03.

Koopmans, R. ve Zimmermann, A. (2003). Internet: A New Potential for European Political Communication. Wissenschaftszentrum Berlin Sozialforschung (WZB) Tartışma makalesi. SPIV 2003-402. (<http://skylla.wzb.eu7pdf/2003/iv03-402.pdf>) (12.02.2008).

Kretschmer, H. (Mart 2005). AB Komisyonu Eski Ankara Temsilcisi. *Cumhuriyet Gazetesi*.

Kunelius, R. ve Sparks, C. (2001). Problems with a European Public Sphere: An Introduction, *Javnost-The Public*. Vol. 8(1):5-20.

Langenscheidts Taschenwörterbuch: Der Türkischen und Deutschen Sprache (1991). K. Steuerwald. İstanbul: İnkilap Kitabevi.

Landfried, C.(2004). Das Entsteden einer europaeischen Öffentlichkeit. *Europaeische Öffentlichkeit* (ss.123-138). Editörler Franzius, C. ve Preuss U.K. Baden Baden.

Lipmann W. (1922). *Public Opinion*. New York:Harcourt Brace.

Latzer, M. ve Sauwein, F. (2006). Europaeisierung durch Medien: Ansaetze und Erkenntnisse der Medienforschung. *Europaeische Öffentlichkeit und Medialer Wandel* (ss.10-45).Derleyen W. R. Langenbucher ve M.Latzer. Wiesbaden.

McNair, B. (1999). *Journalism and Democracy: An Evaluation of the Political Public Sphere*. London:Routledge.

McQuail, D.(2000). *McQuail's Mass Communication Theories*. Dördüncü basım. London:Sage.

Murdock, G.(1992). Citizens, Consumers and Public Culture. *Media Cultures: Reappraising Transnational Media* (ss.17-41). Derleyen M. Skovmand ve K.C. Schröder. New York:Routledge.

Negrine, R., Kejanlioğlu, B, Aissaoui, R., Papathanassopoulos, S.(2008). Turkey and the European Union: An Analysis of How the Press in Four Countries Covered Turkey's Bid for Accession in 2004. *European Journal of Communication*. Vol.23(1):47-68.

Negt, O. ve Kluge, A. (1993). *Public Sphere and Experience:Toward an Aanalysis of the Bourgeois and Proletarian Public Sphere*. Çeviren P. Labanyi, J. Owen, D.Oksiloff ve A. Oksiloff. Theory and History of Literature, Vol.85.Minneapolis:University of Minnesota Press.

Neidhardt, F.(1994). Öffentlichkeit, Öffentliche Meinung, Soziale Bewegungen. Öffentlichkeit, Öffentliche Meinung, Soziale Bewegungen (ss.7-41). Derleyen F. Neidhardt. *Sonderheft 40 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*. Oppladen: Westdeutscher Verlag.

Newton, K. (2006). May The Weak Force Be With You: The Power of the Mass Media in Modern Politics. *European Journal of Political Research Vol.:45(2): 209-234*.

Norris, P.(2000).A Virtuous Circle: Political Communication in Postindustrial Societies. Cambridge:Cambridge University Press.

Önderoğlu, E.(13 Mart 2006).Türkiye ve Medyası, AB ilişkisinde Oyalanıyor. (www.bianet.org) (12.2.2009).

Özbek, M.(2004). Giriş: Kamusal Alanı Kavramsallaştırmak. *Kamusal Alan*. (ss.19-89) Editör M. Özbek.İstanbul: Hil Yayınları.

Pazarıcı, N.G.(2005). Türkiye’de Gazetecilerin Gözlükleri/ Medyanın Dönüşemeyen Kodları. *Medya ve Toplum* (ss.149-168). Derleyen S. Alankuş. İstanbul:IPS İletişim Vakfı Yayınları:4.

Page, B. (1996). The Mass Media as Political Actors. *Political Science and Politic. Vol.* 29(1): 20-25.

Peters, B.(2005). Public Discourse, Identity and the Problem of Democratic Legitimacy. *Making the European Politiy: Reflexive Integration in the EU* (ss.84-123). Editör Eriksen, E. O. London:Routledge.

Peters, B., Sifft, S., Wimmel, A., Brüggemann, M. ve Kleinen von Königsłow, K. (2005). National and Transnational Public Spheres: The Case of the EU. *Transformations of the State?* (139-160). Editörler S.Leibfried ve M. Zürn. Cambridge: Cambridge University Press.

Peter, J. ve de Vreese, C. H. (2003). In search of Europe: the European Union in National Television News. *53rd Annual Meeting of International Communication Association*, Bildiri makalesi. San Diago.

Peter, J. (2003). *Why European TV News Matters: A Cross-nationally Comparative analysis of TV news about European Union and its Effects*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Amsterdam: Amsterdam Üniversitesi.

Ratzinger, J. (2005). *Avrupa: Dayandığı Düşüncelerin Dünü ve Bugünü*. Çeviren N. Uğur Dalay. İstanbul:Gendaş Kültür Yayınları.

Rommetsch, D. ve Wessels, W. (Derleyen) (1996). *The European Union and Member States. Towards Institutional Fusion?* Manchester: Manchester University Press.

Rosengren, K. E.(1981). Mass Media and Social Change: Some Current Approaches. *Mass Media and Social Change* (ss.247-261). Editörler E. Katz. ve T. Szecskö. London:Sage.

Sadri, H. (13 Mart 2009). Nev/wru/oz ve Kamusal Mekan. *Radikal Gazetesi*.
Salvatore, A. (2007). *The Public Sphere: Liberal Modernity, Catholicism, İslam*. UK:Palgrave Macmillan.

Savaşan, Z.(2009). The Impact of European Integration Process on the Nature of Sovereignty. *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi (ATAUM)*. Cilt.8(2):.89-107.

Scharpf, F. (1999). *Governing in Europe – Effective and Democratic?* Oxford:Oxford University Press.

Schmitter, P. C. (2000). *How to Democratize the European Union*. Oxford: Rowman & Littlefield.

Schudson, M.(2003). *The Sociology of News*. New York: W. W. Norton and Company.

_____(1978). *Discovering the News*. New York: Basic Books.

Schlesinger, P. (1997).From Culture Defence to Political Culture: Media Politics and Collective Identity in the European Union. *Media Culture&Society*.Vol.19(3):369-391.

_____(1995). Europeanisation and the Media: National Identity and the Public Sphere..*ARENA Research Center* çalışma makalesi. N.7.

Schlesinger, P. ve Kevin, D.(2000). Can the European Union Become a Sphere of Publics. *Democracy in the European Union Integration through Deliberation* (ss. 206-229). Editörler Eriksen E.O ve Fossum, C. E. London/New York: Routledge.

Schlesinger, P.ve Fossum, J.(2007).*The European Union and the Public Sphere. A Communicative Space in the Making?* Oxford: Oxford Press.

Schulz, W.(1989).Massenmedien und Realitaet.Das ptolemaeische und Das kopernikanische Weltbild. *Massenkommunikation Theorien,Methoden, Befunde* (ss135-149). M. Kaase ve W. Schulz. Oppladen:Westdeutscher Verlag.

Seidendorf, S.(2003). Europeanisation of National Identity Discourses? Comparing French and German Print Media, *ECPR Conference*. Bildiri makalesi. Edinburg.28 Mart-2 Nisan 2003.

Sıcakkan, H. G.(2008). Positioning the Diversity Perspective. *EUROSPHERE* Çevrimiçi çalışma makaleleri. N.01. (<http://eurosphere.uib.no/knowledgebase/workingpapers.htm>) (12.02.2007).

Slaatta, T. (2006). Europeanisation and the News Media: Issues and Research Imperatives, *Javnost/The Public*. Vol:13(1):5-24. (www.arena.no) (13.03.2008).

_____ (2002). Med Bourdieu som Utgangspunkt: Medienes Makt. *Sosiologi I Dag*. Vol. 32(1-2): 93-126.

_____ (1999). *Europeanisation and the Norwegian News Media: Political Discourse and News Production in the Transnational Political Field*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Tarih ve Felsefe Fakültesi Medya ve İletişim Bölümü Oslo Üniversitesi. Rapor serisi 36.

Stevenson, N. (2002). *Understanding Media Cultures*. İkinci Baskı. Londra:Sage.

van de Steeg, M., Rauer, V., Rivet, S.,& Risse, T.(2003).The EU as a Political

Community: A Media Analysis of the “Haider Debate” in the European Union. Paper presented at the *Annual Meeting of the European Union Studies Association (EUSA)*. Nashville, TN. 27-30 Mart 2003.

Van de Steeg, M. (2002). Rethinking the Conditions for a Public Sphere in the European Union. *European Journal of Social Theory*. Vol.7(1): 5-25.

Stift, S., Brüggenmann, M., Königslöw, K. Kleinen-V, Peters, B., Andreas, W. (2007). Segmented Europeanisation: Exploring the Legitimacy of European Union from a Public Discourse Perspective. *Journal of Common Market Studies*. Vol. 45(1):127-155.

Taylor, C. (2006). *Modern Toplumsal Tahayyüller*. Çeviren H. Koyukan. İstanbul:Metis Yayınları.

_____(2004). *Modern Social Imaginaries*. Durham: Duke University Press.

Timur, T. (2008). *Habermas’ı Okumak*. İstanbul:Yordam Kitap.

Tobler, S. (2006). Konfliktinduzierte Transnationalisierung Nationaler und Supranationaler Öffentlichkeitsarenen. Indikatoren einer Europäischen Öffentlichkeit. *Europäische Öffentlichkeit und Medialer Wandel. Eine Transdisziplinäre Perspektive* (ss.107-131). Derleyen W. R. Langenbucher ve M. Latzer. Wiesbaden.

_____(2002). Transnationale Kommunikationsverdichtungen im Streit um die Internationale Steuerpolitik. *Berliner Debatte Initial*. Vol. 13(5/6):57-66.

Toker, H.(2004). Two Countries One Pattern: A Comparative Study of Gender Representation in the News of Norwegian and Turkish Newspapers [İki Ülke Bir Örnek: Norveç ve Türk Medyasında Cinsiyet Temsili Üzerine Karşılaştırmalı Bir Çalışma]. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Oslo: Oslo Üniversitesi Tarih ve Felsefe Fakültesi Medya ve İletişim Bölümü.

Tokgöz, O. (1981). Temel Gazetecilik. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları: 476. Ankara:Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın ve Yayın Yüksekokulu Basımevi. (<http://kitaplar.ankara.edu.tr/dosyalar/pdf/079.pdf>) (12.10.2008).

Trenz, H-J.(2008). In the search of European Public Sphere: Between Normative Overstretch and Empirical Disenchantment. *Recon* çevrimiçi çalışma makalesi. N:12. ([http// www.arena.uio.no](http://www.arena.uio.no)) (12.20.2008).

_____ (2004). Media Coverage on European Governance Exploring the European Public Sphere in National Quality Newspapers. *European Journal of Communicatio*. Vol.19(3):291-319.

_____ (2002). *Zur Konstitution Politischer Öffentlichkeit in der Europaeischen Union. Zivilgesellschaftliche Subpolitik oder Schaupolitische Inszenierung*. Baden-Baden: Nomos.

_____ (2000). Korruption und Politischer Skandal in der EU. Auf dem Weg zu einer Europeischen Politischen Öffentlichkeit? *Die Europeisierung Nationaler Gesellschaften* (ss.332-359). Derleyen Maurizio Bach. Sonderheft 40 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Trenz, H-J., Conrad, M., Rosén, G. (2007).The Interpretative Moment of European Journalism, The Impact of Newspaper Opinion Making in the Ratification Process *Recon* Çevrimiçi çalışma makalesi. N.11. ([http// www.arena.uio.no](http://www.arena.uio.no)). (10.101.2008).

Tuchman, G. (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. US:The Free Press.

TÜİK (2009). *Yaşam Memnuniyeti Araştırması*. Ankara:Türkiye İstatistik Kurumu Matbaası.

USAK (Uluslararası Stratejik Araştırma Kurumu) (2006) USAK AB Algılama Anketi, Kasım 2006. (<http://www.usakgundem.com/pdfs/USAK-AB-ALGILAMA-ANKETI3.pdf>) (10.12.2007).

Wahrig Deutsches Wörterbuch (1991). Wahrig G. Bertelsmann Lexikon Verlag: München.

Wallace, H. (1993). Deepening and Widening: Problems of Legitimacy for the EC. *European Identity and the Search for Legitimacy* (ss.95-105). Editör S. Garcia. London:Pinter Publishers.

Weiler, J. H. (1999). *The Constitution of Europe: "Do the New Clothes Have an Emperor?" and Other Essays on European Integration*. Cambridge: Cambridge University Press.

Wimmel, A.(2006).*Transnasnationale Diskurse in Europa.Der Streit um den Türkei-Beitritt in Deutshland, Frankreich und Grossbritannien*. Frankfurt/M.

_____ (2006). Beyond the Bosphorus? Comparing German, French and British Discourses on Turkey's Application to Join the European Union. *Political Science Series*: 111.Wienna.

Wodak, R. ve Wright, S. (2006). The European Union in Cyber-Space: Multilingual Democratic Participation in a Virtual Public Sphere? *Journal of Language and Politics*. Vol.5(2):251-275.

Verstraeten, H. (2002). Medya ve Kamusal Alan. *Medya, Kültür, Siyaset* (ss. 339-376). Derleyen S. İrvan. Ankara: Alp Yayınevi.

de Vreese, C. H., Peter J., Smetko, H.A.(2001). Framing Politics at the Launch of the Euro: A Cross National Comparative Study of Frames in the News. *Political Communication*. Vol. 18(2).107-122

(http://courses.essex.ac.uk/GV/GV905/IR%20Media%20201011/W25%20Readings/deVreese_Peter_%2526_Smetko_PolComm_17.pdf) (Aralık 2007).

de Vreese, C. H.(2002). *Framing Europe. Television: Television News and European Integration*. Amsterdam: Aksant Academic Publishers.

_____ (2007). EU as a Public Sphere, *CONNEX, Living Rev. Euro. Gov.*, Vol. 2(3). Çevrimiçi makale. (www.livingreviews.org/Ireg-2007-3). (10.12.2008).

de Vreese, C.H., Smetko, H.A.(2004). News Matters: Influences on the Vote in the Danish Referandum Campaign. *European Journal of Political Research*. Vol.45(5):699-722.

de Vreese, C. H., Boomgarden, H.G.(2006). Media Effects on Public Opinion about the Enlargement of the European Union. *Journal of Common Market Studies*. Vol.44(2):419-36.

Yılmaz, H. (1998). Kamu, Kamu Otoritesi ve Devlet: Habermas'ın Işığında Türkiye'yi Düşünmek. *Cogito*. No: 15:159-170.

100 Konuda Avrupa Birliği'nin Günlük Hayatımıza Etkileri (2010). Açık Toplum Vakfı.
T.C. Başbakanlık Avrupa Birliği Genel Sekreterliği Sivil Toplum, İletişim ve Kültür
Başkanlığı.İstanbul.

EKLER

EK: 1 KOD KİTABI

A. Tanımlama ve yerini belirleme (Q1-Q19)

Q1. *PAPER- gazetenin adı*

- 1= Hürriyet
- 2= Cumhuriyet
- 3= Zaman

Q2. *AYEAR- gazetenin yayın tarihi(99-09)*

Q3. *AMONTH- gazetenin yayın ayı (1-12)*

Q4. *ADAY- gazetenin yayın günü (1-31)*

Q5. *AFRONT- haber ilk sayfada mı yer alıyor?*

- 1=evet
- 2=hayır

Q6. *AID- makale sayfa no (1-30)*

Q7. *AGENRE- haberin türü*

- 1= haber makalesi
- 2= arkaplan haberi(muhabirin verdiği ek bilgilerden mi oluşur?)
- 3= mülakat

Q8. *ASIZE- haberin Büyüklüğü*

- 1=manşet ilk sayfa-büyük
- 2=manşet iç sayfa- büyük
- 3= büyük
- 4= orta
- 5= küçük

Q9. *ASECTION- Haberin gazetede bulunduğu bölüm*

- 1= ulusal/uluslararası karışık haber bölümü
- 2= bölgesel/yerel gündem bölümü
- 3= iş dünyası/ekonomi/finans bölümü
- 4= dış ülke haberleri bölümü
- 5= AB haberleri sayfası
- 6= Eğitim
- 7= Kültür/sanat
- 8= diğer
- 9=Dünya ve TR sayfası

Q10. *ASOURCE- Haberin kaynağı*

- 1= gazetenin kendi muhabiri bildirir
- 2= ulusal bir muhabir/editör tarafından bildirilir
- 3= ulusal haber ajansı (Anadolu Ajansı, CNN-Türk vb)
- 4= AB ülkeleri haber ajansı
- 5= AB dışı diğer ulusal haber ajansı
- 6= diğer kaynaklar
- 7= dış ülke gazetelerinden çeviri yapılır
- 8= kaynak belirtilmez

Q11. *APHOT-Haberin fotoğrafı var mı?*

- 0= yok
- 1= var
- 3= belirsiz

Q12. *CPHOT- Fotoğraftaki aktör?*

- 0= fotoğraf yok
- 1= ulusal aktör
- 2= AB aktörü
- 3= ulusal ve AB aktörleri birarada
- 4= Avrupalı aktörler
- 5= uluslararası aktör

Q13. *AMAINTOP- Belirlenen ana konulardan biri haberin konusu mu?*

- 0= hayır
- 1= evet

Q14. *CID- makaledeki ana iddia var mı AB ile ilgili mi?*

- 0 = yok
- 1= AB ile ilgili

Q15. *HCID- yardımcı iddia var mı AB ile ilgili mi?*

- 0 = yok
- 1= AB ile ilgili

Q16. *TITLE –Haberin manşeti (iddianın ifadesi)*

Q17. *TITLE POS-manşetin içeriği*

- 1= manşet olumlu
- 2= manşet olumsuz
- 3= manşet nötr

Q18. *COUNTRY-iddianın yapıldığı ülke*

- 0=belirsiz
- 1= TR
- 2= Brüksel
- 3= Yunanistan
- 4= Almanya
- 5= ABD
- 6= Güney Kıbrıs
- 7= İtalya
- 8= Balkan ülkeleri
- 9= AB ülkeleri
- 10= Avusturya
- 11= Fransa
- 12= Rusya
- 13= Kıbrıs
- 14= İsviçre
- 15= Polonya
- 16=Filipinler ve AB dışı
- 17= Batı Trakya
- 18=İngiltere

19= Yugoslavya

Q19. OWN-İddianın sahibi

0= belirsiz

1= Brüksel/AB

2= AB ülkeleri

3= ABD

4= Türkiye

5= AB dışı

B. İddia sahibi: özne aktör (Q20-Q26)

Q20. ACTIS: iddiayı yönelten aktör

0=aktör yok

1=AB (genel)

2=Avrupa Ülkeleri

3=Türkiye (genel)

4= AB çevreleri/AGSP/AGSK

5=J. Solana ve Avrupa Komisyonu ve temsilcileri (G.Verheugen vb)

6=Avrupa Parlamentosu temsilcileri

7=AB dönem başkanı/AB Konseyi

8=AB bürokrat ve Türkiye AB sorumlu bürokratları

9= Avrupa Merkez Bankası

10= Türk politikacılar

11=gazeteci (arkaplan haberi)

12= B. Clinton

13= T. Blair

14= Y. Papandreu

15= Simitis

16= yabancı politikacılar

20=eski ülke yöneticileri

21=yabancı eski ülke yöneticileri

30=hükümet/Ankara (genel)

31=B. Ecevit (Başbakan)

32= İ. Cem (Dışişleri Bakanı)

33= Diğer bakanlar

34= M. Ali İrtemçelik, Loğoğlu, AB'den sorumlu bakan ve bürokratlar

40=yasa koyucular(milletvekilleri)

41=Cumhurbaşkanı S. Demirel

42= R. Denktaş

43=N. Sezer

44= Yabancı milletvekilleri

50=yargı mensupları

51= Baro

52=AIHM

53= ATAD
60=polis ve güvenlik mensupları
61= Emniyet
62=Polis
63=yabancı polis ve güvenlik mensupları
70=askeriye
71= Milli Güvenlik Kurulu
72= Avrupa ülkeleri askeriye
73= NATO
80=merkez bankası/bankalar/maliye
81= Devlet Planlama Teşkilatı
82= IMF
83= Yabancı ülke maliye yetkilileri
84= Yabancı bankalar
90= sosyal güvenlik organları
100= diğer bürokratlar
101=yabancı bürokratlar
110= politik partiler (genel)
111=CHP
112=DSP
113=ANAP
114=HADEP
115=FP
116=MHP
117=DYP
118= yabancı politik partiler
119= SP
120= çalışanlar, işverenler, sendikalar
121= Türk-iş
122= Eğitim-sen
123= ILO
124=veterinerler Odası
125= sağlık-iş
126= Hak-iş
127= Memur-sen
128=DİSK
129=KESK
130= işveren organizasyonu ve firmalar
131= TÜRSAB
132=Lokmacılar Derneği
133= Microsoft
134= Beyaz Et San. Birliği
135= T. Giyim san Der.
136=Yabancı firmalar
137= Türk ihracatçılar Meclisi

140= cami, dini organizasyon ve cemaatler
141=Diyanet
142=Fener Rum Patriği
143=Din adamları, imamlar
144= Papa
145= Rum Ortodoks Kilisesi
150=medya ve gazeteciler/araştırmacılar
160=çiftçi ve tarım organizasyonları
161=TZOB
162=çiftçi
170= eğitim organizasyonları
171= MEB
172=Fransız Kültür Merkezi
180=ekonomist ve finans uzmanları
181= yabancı ekonomist ve finans uzmanları
190= diğer akademisyen, üniversite ve uzmanlar
191= yabancı akademisyen ve uzmanlar
200= AB'yi destekleyen veya aleyhinde kampanyalar ve organizasyonlar
201=Türkiye Araştırmalar Merkezi
202= İktisadi Kalkınma Vakfı
203=Arı Hareketi
204=Demokratik Birlik Vakfı
205= ADD
206=Liberal Avrupa Topluluğu
207=Türkiye Avrupa Vakfı
210=dayanışma ve insan hakları organizasyonları
211= TÜKDER(tüketici)
212=BM
213=Mazlum-Der
214= İnsan Hakları Derneği
215=İslam Konferansı Örgütü
216= Kö Kon
220= ekonomi alanındaki STK'lar
221=USİAD
222=TÜSİAD
223=OECD
224= Vergi Denetleyenler Derneği
225= Turizm yatırımcıları derneği
226= Kal-Der
230= genel halk, vatandaşlar/tüketiciler
231=tüketiciler
232= kürtler
233= aleviler
234=ermeniler
240= terörist grup ve organizasyonlar

- 241=A. Öcalan
- 242= Çeçenler
- 243=Savaş suçluları
- 250= çevre örgütleri
- 999= belirlenemeyen aktörler

Q21. *ACTNAME Aktör adı*

Q22. *ACTSCOP aktörün alanı*

- 0=belirsiz
- 1=AB dışı
- 2=AB
- 3=Avrupalı ulusal aktörler
- 4=ulusal
- 5=yerel
- 6=Ulusüstü

Q23. *AKTNUM Aktör taraflarının sayısı*

- 0= belirsiz
- 1= ikili
- 2= çoklu

Q24. *ACT1 ilk aktör*

- 0=aktör yok
- 1=AB (genel)
- 2=Avrupa Ülkeleri
- 3=Türkiye (genel)

Q25. *ACT2 ikinci aktör*

- 0=aktör yok
- 1=AB (genel)
- 2=Avrupa Ülkeleri
- 3=Türkiye (genel)

Q26. *ACT3 üçüncü aktör*

- 0=aktör yok
- 1=AB (genel)
- 2=Avrupa Ülkeleri
- 3=Türkiye (genel)

C. Eylem Türü (biçimi) (Q27)

Q27. *Eylem Türü*

Politik kararlar:

- 0=belirsiz
- 1=yasa teklifi

- 2=bürokrasi kararları/UP/KOB
- 3=siyasal parti kararları
- 4=yargı kararları
- 5=birden çok parti ortak kararları
- 6=kişisel kararlar
- 7= politik destek
- 8=raporlar

Uygulamaya yönelik eylemler

- 9=tutuklama
- 10=yönetmelik baskılar
- 11=finansal destek

Hukuki Eylemler

- 12=davalar
- 13= diğer

Sözel açıklamalar

- 14= yazılı basın bildirisi
- 15= gazete röportajı
- 16= demeç/basın açıklaması
- 17= halka açık mektup
- 18=politikacının kaleme aldığı gazete yazısı
- 19= diğer yayınlar
- 20= kamuoyu yoklamaları
- 21= reklam tarzı kampanyalar
- 22= diğer

Toplantılar

- 23= ülkeyle ilgili politik toplantılar(zirve, ülke gezisi)
- 24= parlamento oturumu
- 25= seçim kampanyası toplantıları
- 26= diğer toplantılar

Doğrudan Eylem

- 27= referandum
- 28= diğer

Dilekçe ve imza kampanyaları

- 29= dilekçe kampanyaları
- 30= mektup kampanyası
- 31= diğer

Gösteri nitelikli protestolar

- 32= halk gösterileri
- 33= yürüyüş
- 34= grev
- 35= diğer

D. İddianın adresi: adres olarak aktör (Q28-Q39)

Değişkenin ifade ettiği, aktörün iddiasını yönelttiği kişi, makamdır. İddianın pasif nesnesi adres aktör olarak kodlanır. Örneğin ‘Baykal, hükümetin Iraklı mültecileri ülkeden kovmamasını istedi’ iddiasında hükümet adrestir, fakat pasif nesne durumundadır.

Nesne aktörün bu ad altında kodlanabilmesi için iddiayı yöneltenin nesne aktörü karşıt olarak göstermesi yeterlidir. Adres, karşıt ve destek aktörler, ana aktörden bir şey ister, eleştirir veya destekler yani kamusal söylemde iddiacının yöneldiği aktörlerdir. Nesne aktör; iddianın oluşması durumunda materyal olarak etkilenendir.

Q28. ADRTIP değişkeni

0=yok

1= iddayı yönelten aktörün seslendiği, adres gösterdiği aktör

2= İddiada eleştirilen, iddianın gerçekleşmesini engeller durumdaki karşıt aktör

3=iddianın gerçekleşmesi için destek veren aktör

Q29. ADRS değişkeni: İddianın adresi

1= belirtilir

2= belirtilmez

Q30. ADREVAL: adres aktöre yönelik tavır

0=yok

1= eleştirilen aktör

2= nötr aktör

3= desteklenen aktör

Q31. ADRSCOP: adresin alanı

0=yok

1=AB dışı

2=AB

3=Avrupalı ulusal aktörler

4= ulusal

5= yerel

6= Ulusüstü

Q32. ADR: iddanın aktör adresi

0=aktör yok

1=AB (genel)

2=Avrupa Ülkeleri

3=Türkiye (genel)

Q33. OPS: iddianın karşıt aktörü

0=aktör yok

1=AB (genel)

2=Avrupa Ülkeleri
3=Türkiye (genel)

Q34. OPSCOP: karşıt aktörün kapsamı

0=yok
1=AB dışı ulusüstü
2=AB
3=Avrupalı ulusal aktörler
4= ulusal
5= yerel

Q35. AKTNUM: Aktör taraflarının sayısı

1= ikili
2= çoklu

Q36. OP: Karşıt aktör

0=aktör yok
1=AB (genel)
2=Avrupa Ülkeleri
3=Türkiye (genel)

Q37. OPCOUN: karşıt aktörün ülkesi

1= TR
2= Brüksel
3= Yunanistan
4= Almanya
5= ABD
6= Güney Kıbrıs
7= İtalya
8= Balkan ülkeleri
9= AB ülkeleri
10= Avusturya
11= Fransa
12= Rusya
13= Kıbrıs
14= isviçre
15= Polonya
16= AB dışı
17= Batı Trakya
18= İngiltere
19=Yugoslavya

Q38. SUPS: iddiayı destekleyen aktör

0=aktör yok
1=AB (genel)
2=Avrupa Ülkeleri
3=Türkiye (genel)

Q39 SUPSCOP: iddiayı destekleyen aktörün kapsamı

- 0=yok
- 1= AB dışı
- 2= AB
- 3= Avrupalı ulusal aktörler
- 4= ulusal
- 5= yerel
- 6= Ulusüstü

E. Amaçlar (Q40-Q45)

Q40. Konu alanları

- ISFIELD 1: Müzakere başlıkları
- ISFIELD 2: Kopenhag Kriterleri
- ISFIELD 3: Göç
- ISFIELD 4: Demokratikleşme
- ISFIELD 5: AB üyeliği
- ISFIELD 6: Gümrük Birliği
- ISFIELD 7: Avrupa bütünleşmesi
- ISFIELD 8: Ordu

Q41. ISSUE1: ilk konu

- 1= Müzakere başlıkları
- 2= Kopenhag Kriterleri
- 3= Göç
- 4= Demokratikleşme
- 5= AB üyeliği
- 6= Gümrük Birliği
- 7= Avrupa bütünleşmesi
- 8= Ordu

Q42. ISSUE2: ikinci konu

- 1= Müzakere başlıkları
- 2= Kopenhag Kriterleri
- 3= Göç
- 4= Demokratikleşme
- 5= AB üyeliği
- 6= Gümrük Birliği
- 7= Avrupa bütünleşmesi
- 8= Ordu

Q43. ISSUE3: üçüncü konu

- 1= Müzakere başlıkları
- 2= Kopenhag Kriterleri
- 3= Göç
- 4= Demokratikleşme
- 5= AB üyeliği

- 6= Gümrük Birliği
- 7= Avrupa bütünleşmesi
- 8= Ordu

Q44. ISSCOUN: konunun refere ettiği ülke

- 0= belirsiz
- 1= TR
- 2= Brüksel
- 3= Yunanistan
- 4= Almanya
- 5= ABD
- 6= Güney Kıbrıs
- 7= İtalya
- 8= Balkan ülkeleri
- 9= AB ülkeleri
- 10= Avusturya
- 11= Fransa
- 12= Rusya
- 13= Kıbrıs
- 14= İsviçre
- 15= Polonya
- 16= Fil ve AB dışı
- 17= batı trakya
- 18= İngiltere
- 19= Yugoslavya

Q45. ISPOS: konunun AB bütünleşmesine bakışı

- 0=belirsiz
- 1= eleştiren
- 2= nötr
- 3= destekleyen

F. Nesne Aktör (Q46-Q49)

Q46. OBJ: iddianın ilk nesne aktörü: iddia edenin iddiasıyla çıkarı etkilenen herkes

- 0=aktör yok
- 1=AB (genel)
- 2=Avrupa Ülkeleri
- 3=Türkiye (genel)

Q47. OBJVAL: iddianın nesne aktör üzerindeki etkisi

- 0=belirsiz
- 1= eleştiren
- 2= nötr
- 3= destekleyen

Q48. OBJSCOP: nesne aktörün kapsamı

- 0=belirsiz

- 1= AB dışı
- 2=AB
- 3=Avrupalı ulusal aktörler
- 4= ulusal
- 5= yerel
- 6= ulusüstü

Q49. OBJCOUN: nesne aktörün ülkesi

- 0= belirsiz
- 1= TR
- 2= Brüksel
- 3= Yunanistan
- 4= Almanya
- 5= ABD
- 6= Güney Kıbrıs
- 7= İtalya
- 8= Balkan ülkeleri
- 9= AB ülkeleri
- 10= Avusturya
- 11= Fransa
- 12= Rusya
- 13= Kıbrıs
- 14= İsviçre
- 15= Polonya
- 16= Fil ve AB dışı
- 17= Batı Trakya
- 18= İngiltere
- 19=Yugoslavya

G. Çerçeve: Avrupa bütünleşmesine ilişkin çerçevesi (iddianın haklılaştırılması)

(Q50-Q54)

Q50. AB kimliği eksenli çerçeve (AB nedir ve neyi ifade eder, bağımsızlığın yitirilişi,

Hristiyanlık, merkezîyetçi, çok kurallı, barış, eşitlikçi)

Genel

- 0=belirsiz
- 111= ulusal kimlik
- 112= toplumun değerleri
- 113= medenileşme
- 114= kozmopolitlik
- 115= milliyetçilik
- 116= ırkçılık
- 117= faşizm
- 118= komunizm
- 119= kapitalizm

- 120= neoliberalizm
- 121= sosyal demokrasi
- 122= Batı kültürü
- 123= hristiyanlık ve değerleri
- 124= islam
- 125= hümanizm
- 126= Amerikanlaşma/ABD değerleri
- 127= globalleşme
- 128= modernleşme
- 129= güvenlik
- 130= ekonomik kayıp
- 131= ekonomik kazanç
- 132= diğer

Prensip, norm ve değerler

- 140= sosyal adalet
- 142= özgürlük
- 143= tolerans
- 144= sorumluluk
- 145= sosyal adalet
- 146= kültürlerarası anlayış
- 147= bireycilik
- 148= bağımsızlık
- 149= dayanışma
- 150= barış
- 151= dil çeşitliliği
- 152= (genel) çeşitlilik
- 153= birlik
- 154= ülkeler arası/bölgelerarası eşitlik

Anayasal, kurumsal

- 161= yoğunlaşma/bütünleşme
- 162= parçalanma
- 163= hukukun üstünlüğü
- 164= insan hakları
- 165= demokrasi
- 166= diktatörlük
- 167= çoğulculuk
- 168= egemenlik
- 169= merkeziyetçilik
- 170= ikincillik/subsidiarite
- 171= sivil toplum ve aktif vatandaşlık
- 172= gücün ayrımı
- 173= kamusal alan
- 174= federalizm
- 175= diğer

Yönetişim

- 181= yeterlilik
- 182= bürokrasi/AB üyeliği ile ilgili
- 183= deregülasyon
- 184 = şeffaflık
- 185= açıklık
- 186= hesap verebilirlik
- 187=yolsuzluk
- 188=vatandaşların gözünde güvenilirlik
- 189= katılım
- 190= meşruluk
- 191= diğer

Q51. Medyanın pragmatik çerçevesi: (medya AB'yi nasıl araçsallaştırıyor? 1999 Helsinki'den itibaren Türkiye'de medyanın çizdiği çerçeve, gündem konurken nasıl framing veya priming uygulanmış)

genel

- 0=belirsiz
- 211=AB vatandaşlar için fırsattır (çalışma, eğitim, ülke dışında yaşama konularında)
- 212=AB'nin Türkiye'deki kabulü
- 213= ulusal çıkar
- 214= demokratikleşme
- 215= ekonomik katkı
- 216= ekonomik zarar
- 217= diğer

politik

- 231= güvenlik
- 232= politik stabilite
- 233= uluslararası alanda etki
- 234= ulusötesi paranın kontrolü
- 235= ulusötesi sosyal /güvenlik problemlerine eklenme
- 236= çevre koruma
- 237= sınırötesi insan kaçakçılığı vb sorunlar
- 238= diğer

ekonomik

- 251= global rekabette güçlenme
- 252= ekonomik büyüme
- 253= ekonomik stabilite
- 254= Ortak Pazar ekonomisinin büyümesi
- 255= ulus ekonomisinin büyümesi
- 256= ulusal ihracat
- 257= Avrupa'daki rekabet

- 258= giderler
- 259= vergiler
- 260= işsizlik
- 261= enflasyon
- 262= fiyatlar
- 263= sosyal standartlar ve sosyal güvenlik
- 264= kamu hizmetleri
- 265= tüketici koruma
- 266= yabancı yatırımcı
- 267= diğer

Q52. Tarihsel çerçeve (AB-Türkiye İlişkileri tarihsel çerçevesi)

0= yok

1=var

Q53. AB bütünleşme çerçevesi (genişleme ve derinleşme, kurumsal reformlar gibi AB'nin

kendi içindeki konuları ele alınır.)

0= belirsiz

401= genişleme > kurumsal reformlar

402= kurumsal reformlar > genişleme

403= ortak para birimi> politik bütünleşme

404= politik bütünleşme > ortak para birimi

405= ekonomik bütünleşme/Ortak Pazar> sosyal bütünleşme

406= ekonomik bütünleşme/Ortak Pazar > politik bütünleşme

407= politik bütünleşme > ekonomik bütünleşme

408= sosyal bütünleşme> ekonomik bütünleşme

409=Avrupa kimliği/halk/sivil toplum/kamusal alan > kurumsal reformlar

410= kurumsal reformlar > Avrupa kimliği/halk/sivil toplum/kamusal alan

411= güvenlik>politik bütünleşme

412= sosyal bütünleşme>politik bütünleşme

FRAME : çerçevenin sözel tanımı

Q54. FRAPOS: Çerçevenin AB ile ilişkisi

0=belirsiz

1= AB bütünleşme sürecinde yapmamalı, olmamalı, yöneltmemeli

2=olumsuz

3= tarafsız, muğlak

4= olumlu

5= yapmalı, desteklemeli, yöneltmeli

EK: 2 HABER KODLAMA ŞEMALARI (Aralık 1999 - Ocak 2006)

Aralık 1999

Kim? (Özne aktör)	Nasıl? (Biçim)	Kime? (Adres)	Ne? (Konu)	Kime karşı? (Nesne aktör)	Niçin? (Çerçeve)
Diplomatik kaynaklar AB Logosu taşıyor	açıklama	AB	TR'nin Adaylığı	TR	Helsinki Zirvesi
Başbakan Bülent Ecevit/ Bakan M. Ali İrtemçelik/ Cumhurbaşkanı S. Demirel	Açıklama yaptı	AB ülkeleri	Kıbrıs konusunda ödün veriliyor		
Time Dergisi	Makale	TR	AB adaylığı	Türkiye için	
ABD Başk. Bill Clinton	Kutlama mesajı	B.Ecevit'e/ P.Lipponen	AB adaylığı	Hükümet için	
OECD	Rapor	Türkiye	Çevre konusundaki başarısı		Çevre standartları
FP genel Başkanı R. Kutan/ DYP Genel Başkanı T.Çiller	Basın açıklaması	hükümete	Kıbrıs konusunda ödün		
Dış Ticaret Müsteşarlığı	Çalışma raporu		Ekonomik kriz		
T. Ziraatçiler Derneği Başkanı İbrahim Yetkin AB Logosu taşır	Basın açıklaması	AB	Tarım alanında önlemler	çiftçi	
Tarım ve Köy İşleri Bakanı Hüsnü Yusuf Gökarp	Rapor		Tarım sektörü güçlenmeli		
TÜRSAB Seyahat Acentaları Birliği Başk. Başaran Ulusoy	Basın açıklaması		AB adaylığı	vatandaşlar	

USİAD Ulusal Sanayici İşadamları Dern. Başk. Kemal Özden/ Uzman Erol Manisalı	Etkinlik	AB	Tam üyelik	Türkiye	
HADEP Genel Başk. Kemal Peköz /Ahmet Turan Demir	Basın açıklaması	TR	Demokratikleşme		
AB çevreleri	Helsinki Zirve kararı	AB	AB'nin son sınırı	Türkiye	
Gazeteciler	Anket sonuçları	Yunan halkı	TR'nin AB adaylığı	Yunan halkı	
ABD Başk. B. Clinton	Basın açıklaması	B. Ecevit	AB adaylığının Türkiye'ye faydası	AB	
Gazeteciler	Makale	AB	Adaylık sürecinde yeni standartlar	vatandaşlar	
Başbakan B. Ecevit AB logosu bulunur	Basın açıklaması		İdamın kalkması		
Gazeteciler	Makale	AB	Nükleer santral açılması	Avrupalı firmalar	
Yun. Dış Bak. Yorgo Papandreu	Açıklama	ABD	Güvence talebi	Rum yönetimine	
Time dergisi	Makale	Türkiye	TR'nin AB adaylığı	AB için/ P. Lipponen	
Gazeteciler	Makale	Hükümet	AB bakanlığı	Bakan M. Ali İrtemçelik	
Gazeteciler	Makale	Hükümet	TR'nin AB adaylığı	Yun karşı	
İtalya Başbk.M. D'alema	açıklama	Apo	TR'nin AB adaylığı	A. Öcalan	
ABD Başk.B. Clinton	açıklama	Hükümet/ B: Ecevit	TR'nin AB adaylığı	Türkiye	

Gazeteci	Makale		Ekonomi		
Almanya Dış İş. Bak.J. Fisher	Makale	Dış Bak. İ. Cem	TR'nin AB adaylığı /Kıbrıs		Helsinki toplantısı
Gazeteci	Makale	ABD	Kıbrıs konusu	Yun karşı	
Gazeteci	Makale	Rum	TR'nin AB adaylığı	Rum yön. karşı	
ABD Başk.B. Clinton	Makale	ABD	TR'nin AB adaylığı	Türkiye için	
ABD Başk.B. Clinton	Mektup	Hükümet	TR'nin AB adaylığı tebrik		
ODTÜ uzmanı Hüseyin Bağcı	açıklama		TR'nin AB adaylığı	AB uyumu	
HADEP'li Ahmet Turan Demir	açıklama		TR'nin AB adaylığı		
Partiler/FP B.Ecevit/ Yıldırım Akbulut/ D.Bahçeli	açıklama		TR'nin AB adaylığı		AB adaylığı
Partiler/MHP Sadi Somuncuoğlu	açıklama	A. Öcalan	TR'nin AB adaylığı	A. Öcalan	
Tarım Bakanı H. Y.Gökalp	Rapor	Çiftçi	Türk tarımı		
Hükümet İ. Cem AB logolu	Makale	AB	Müktesabat uyumu		
S. Demirel	açıklama	AB	TR adaylık		
Yunanistan	Makale	ABD/M. Albright	Kıbrıs konusunda yardım		
Yunan halkı	Anket	Yun halkı	Anket sonucu	K. Simitis olumlu TR'ye karşı	
MHP Gen Başk.D.Bahçeli	açıklama		TR adaylığı	AB'ye karşı	
Hükümet	açıklama		Bütçe görüş meleri		Maastricht Kriterleri

Hükümet/ B. Ecevit	açıklama	Politik partiler	Ölüm cezası	A. Öcalan	AB'ye üyelik
ABD	gazeteci	ABD	AB adaylığı	AB	
Hükümet	açıklama	Partiler	Ölüm cezası	A.Öcalan	
Bakan Y. Akbulut	açıklama	AB	Üyelik		

Ocak 2000

Kim? (Özne aktör)	Nasıl? (Biçim)	Kime? (Adres)	Ne? (Konu)	Kime karşı? (Nesne aktör)	Niçin? (Çerçeve)
Gazeteci	makale	Hükümet İ.Cem/ B.Ecevit/ S.Demirel	1999'da yaşananlar		Türkiyede değişim
Almanya'nın TR Büyükelçisi Hans- Joachim Vergau AB Logolu	Demeç mülakat	Azınlıklar	TR adaylığı	A.Öcalan İ.Cem	Azınlık hakları
Başbakan K. Simitis/ Dışişleri B.Y. Papandreu	Demeç/ya bancı gazete	Balkanlar	Helsinki Zirvesi	Balkan ülkeleri	
Yaşar Holding Ahmet Arsan	Demeç		Tarım ve hayvancılıkta AB uyumu		AB adaylığı
TÜRK-İŞ yıllık çalışması/ Prof.Oğuz Oyan/ DPT/ Zafer Yükselen	Demeç	Hükümet Cumhurbaşk anlığı	Tarımda doğrudan gelir desteği	Çiftçi Karşıt/hükümet	
CHP A.Öymen/ SDP Gerd Andres	Demeç	Dest:SDP/ Gerd Andres	AB üyeliğine sosyal demokrat desteği		AB üyeliği için bilimsel bir toplantı
Gazeteci	editoryal	FP	İslam ve laiklik	AB ve ordu	

Gazeteci	makale	İ. Cem/ AB Bürokratları J. Solana/G. Verheugen	Brüksel ziyareti		
Gazeteci	makale	İ. Cem/Y. Papandreu	Atina ziyareti	TR'nin AB üyeliğine karşı Yun dış işleri bakanı Akis Cohacopulos	İkincil konu AB işbirliği
Gazeteci	arkaplan	turist	Turizm		1999 yılı olayları turizm
Gazeteci	Arkaplan makale	MEB/hükümet/AB	Eğitimde AB'yi yakalama	Öğrenciler	Eğitimde AB projeleri
Gazeteci AB Logolu	Açıklama arkaplan	B. Ecevit	Helsinki arkaplanı	Hükümet Politikacılar M. A. İrtemçelik olumlu İ. Cem olumsuz P.Lipponen	Helsinki kararı
B. Clinton/ T. Blair	Açıklama Yabancı kaynaklar Rum rady.		Helsini zirve metni		Zirve metni/ Kıbrıs
Rum dış işleri Bak.Yannis Kasaludes	Demeç /Kathimeri ni gazt.	hükümet	Kıbrıs		TR-Rum ilişkileri
CHP A. Öymen	açıklama		Kıbrıs	AB'ye karşı	TR-Yun ilişkileri
AB Konseyi Avrupa sorumlusu F. De la Costa/ Y. Papandreu	Makale		Olağan AB toplantısı		TR-AB ilişkileri
Eğitim-Sen Sedikası Başk. Kemal Bal	Demeç	hükümet	eğitim	Öğrenciler	Eğitimde AB uyumu
Gazeteci Necef Uğurlu	arkaplan		TV programı AB bilgilendirme	Vatandaşlar Halk	AB bilgisi

Lokantacılar Odası Başk.Mehmet Özlek	Demeç	Avrupa halkı	AB damak tadı/kültür	Vatandaşlar	Kültürel bütünleşme
AB Komisyonu Gör. Eric Van den Linden/Türkiye Araştırmalar Merk Direktörü Prof. Dr. Faruk. Şen	Makale	hükümet	AB toplantılar		Müzakere KOB hazırlığı Kop. Kriterleri
M. A. İrtemçelik/ İ.Cem B. Ecevit	açıklama	hükümet	AB bakanlığı	M. A. İrtemçelik	
Eğitim-sen Sedikası Başk. Kemal Bal	Demeç	hükümet	Eğitimde AB uyumu	Öğrenciler	

EK: 3 ÖRNEK GAZETE HABERLERİ

Cumhuriyet Gazetesi

Cumhuriyet 2000. Yılın 122. Sayısı, 16.43. Kurucu: YUNUS NADİ (1924-1942) BAĞAZARI NADİR NADİ (1942-1981) 76. YIL SAYI 27088 / 250.000 TL. KURUŞU

ŞEHİR BÜTÜN DÜNYA 6. ARALIK 1909 PAZARTESİ

PLATON MEKTUPLAR Çeviren: İrfan Şahinbaş

Platon'un "Devlet" adlı yapıtında geliştirdiği devlet tasarımıyla son yapıtı olan "Yasalar" da geliştirdiği devlet tasarımı arasında bazı temel farklar vardır. Bunların başında da devlete en iyi, en bilgili kişilerin değil, yasaların egemen olması gelir. Artık devletin yöneticileri yasaların üzerinde değil, yasa onların üzerindedir.

Şeriatçı terör örgütü İBDA-C üyeleri, güvenlik güçlerine saldırdı

Cezaevinde isyan

YANIT BEKLEYEN SORULAR

- İsyancıların isyanı için ne gibi iddialar var?
- Yaklaşık 150 jandarma, 67 İBDA-C'li tarafından saldırıya uğradı. Başka bir yerde de saldırı yapıldı. Bu saldırı hakkında bir soruşturma açılıyor mu?
- İBDA-C lideri Salih Mirzabeyoğlu, bugüne kadar 4 duruşmaya da getirilmedi. Mirzabeyoğlu'na kimler "şüpheli" gösterildi? Bu iddialar hakkında bir soruşturma açılıyor mu?
- İktisatçıların iddiasına göre "çok güçlü" bir isyancılar Adana'da ve İçişleri Bakanlığı'na gönderilen raporla, Metin Cezayirli'nin İBDA-C'nin durumuna ilişkin dinlenmiş belgeleriyle bir raporla sonuna kadar bir önlem alındı mı? Alınmadysa neden?

Hayrettin Uzun'a göre kesintilerin amacı panik yaratarak kamuoyunu susturmak

'Enerjide provokasyon'

HACER GEMİCİ

Doğalgaz sıkıntısının bahane olarak büyük şehirlerde üç-dört gün kesintiyi göden hükümetin amacının provokasyon olduğunu öne süren eski BOTAŞ Genel Müdürü Hayrettin Uzun, "Tahkim, nükleer santral, özelleştirme ve BOTAŞ konusundaki projelerini alarak hayata geçirmek için panik yaratarak kamuoyunu susturmak istedikler, ancak geri teptiler. Bunun üzerine sorunu hallettik diyecek kesintilerden vazgeçtiler. Ancak tüm bunlara provokasyon oluşturmaya çalışıyorlar" dedi. Başbakan Bülent Ecevit'in geçen hafta bir anda ortaya çıkan enerji sıkıntısına çözüm olarak Mavi Akım Projesi'ni göstermesiyle ilgili olarak da "Savunma Bakanlığı'nun enerji sıkıntısını karşılamak için bir eylem içinde olduğunu, koalisyonun küçük ortası ANAP'ın ise menfaatlardan dolayı çalışmaya istekli olmadığını" söyledi.

DPT ile uygulamaya koyduğu enerji politikaları nedeniyle bir türlü uzlaşma sağlayamayan hükümet, enerji sıkıntısını karşılamak için bir eylem içinde olduğunu, koalisyonun küçük ortası ANAP'ın ise menfaatlardan dolayı çalışmaya istekli olmadığını" söyledi.

15.10.2009 09:19

seçim maratonu





