

Yazılı Basında Risk Algısının Oluşturulma Süreci: Küresel Isınma Örneği

Özet

Kitle iletişim araçları ve sivil toplum örgütleri bilgi toplumuna geçiş sürecinde olan toplumlardaki bireyleri şekillendirmede önemli bir etkiye sahiptir. Söz konusu medyaların, küresel ısınma gibi dünya kamuoyunun önemli gündem konularıyla ilgili olarak da toplumu bilgilendirmesi beklenmelidir. Bu bağlamda Türkiye'de görsel ve işitsel medyanın kamuoyuna sunacağı enformasyon küresel ısınma sorunsalına yönelik bilgi açığına gidermeye önemli katkı sunacaktır. Bu çalışmanın amacı Türkiye'de kamuoyunun küresel ısınma sorunu hakkında yazılı basında kimin aracılığıyla, ne şekilde, ne ölçüde bilgilendirildiğini ve aynı zamanda kamuoyuna verilen enformasyonun hedef kitlenin sosyal ve kültürel farklılıklarına uygun kodlar içerip içermediğini ortaya çıkarmaktır. 2007 yılının üç aylık yaz mevsimi döneminde yapılan araştırma için Türkiye'de okur profili sosyo-kültürel açıdan farklılık gösteren üç büyük ulusal gazete seçilerek içerik analizi yapılmış, elde edilen temel bulgular değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler

Kitle iletişimi, bilgi açığı, küresel ısınma, gündem oluşturma.

* Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi
yetkingamze@yahoo.com

Abstract

Mass media and nongovernmental organizations have a significant impact to shape modern individual, during the transition process of information society. Those media are expected to make an outstanding contribution to agenda setting and inform public about hot topics of the world public agenda like global warming. In this context, contribution of visual and print media news have great importance to fulfill the knowledge gap of Turkish public about global warming problematic. The main goal of this study is to find out by whom, in which way and to what extent the public is informed by global warming agenda news through print media, and also to see if the codes of the information given to public are in accordance with the social and cultural differences of target audience. Three national daily newspapers each having different reader profile are chosen for this research, and the news are investigated by content analyses during three summer months of 2007. The main findings about media coverage of global warming, news sources, and content of those news are assessed in the end.

Key Words

Mass media, knowledge gap, global warming, agenda setting.

** Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi
sayimer84@yahoo.com

Giriş

Teknolojik alandaki gelişmeler, toplumsal dönüşüm ve değişim sürecinin hızına da etki etmektedir. Teknolojik gelişmelere bağlı olarak kimi toplumlar sanayileşme sürecini tamamlamış, sanayi ötesi toplum ya da bilgi toplumu olarak tanımlanan yeni toplumsal yapıya geçmişlerdir. Kimi toplumlarda ise, bu süreç daha ağır bir işleyiş içine girmiştir. Toplumsal yapıya doğrudan yada dolaylı etki etmekle birlikte teknolojinin tek başına, toplumsal yapıda dönüşüm ve değişime etki edemeyeceğini de söylemek olasıdır.

Toplumsal dönüşüm ve değişimin ivme kazanabilmesi, bazı katalizörlerin toplumsal yapı içinde etkinlik sağlaması ile de ilişkilidir. Kitle iletişim araçları, sivil toplum örgütleri, siyasi ve toplumsal aktörler (bilim adamları, köşe yazarları vb.), toplumda var olduğu öngörülen bilgi açığının eş zamanlı olarak kapatılmasına katkı sağlayarak, bilgi toplumuna geçiş sürecinin hızlanması sürecinde rol alırlar. Bilgi toplumuna geçiş sürecinde olan toplumlarda, bireylerde tutum oluşturmaya yönelik olarak, kodlanacak mesajların manipülatif olması, bilgi açığını daha kısa zamanda gidermeye neden olabilecektir (Cutlip ve Center, 1997: 261).

Bilgi toplumuna geçiş sürecinde, kitle iletişim araçlarının gündeminde yer alan konular, kamuoyu gündeminde daha hızlı yer almakta, aynı süreç içinde siyasi gündemde de yer almaları durumunda konunun işaret ettiği değişimin gerçekleşmesi sağlanabilmektedir (Cutlip ve Center, 1997). Böylece, toplumsal denetim sisteminin kurulduğu, ortak bilgi ve dil düzeyinin geliştiği, kolektif bilinç düzeyine sahip ağdaş bireylerden oluşan bilgi toplumunun oluşumu mümkün hale gelmektedir.

Yukarıda işaret edilen bilgi toplumuna

geçiş sürecinin ivme kazanabilmesine katkı sağlayacak katalizör işlevi gören dinamiklerin, eş zamanlı olarak toplumda bilgilendirme ve bilgi edinilen konu ile ilgili tutum geliştirme sürecine eşlik etmelerinde yarar bulunmaktadır. Bir diğer deyişle, yazılı, görsel, işitsel ve elektronik kitle iletişim araçlarının ve yüz yüze iletişim yöntemlerinin, kitlenin algısına yönelik olarak kodlanmasında yarar bulunmaktadır. Bu noktada özellikle de kitle iletişim araçlarının hedef kitlenin beklenti ve algılamasına yönelik mesajları kodlamasının, hedef kitlede daha hızlı tutum değişikliği yaratabileceği öngörüsü geliştirilebilir.

Çalışmanın Amacı

Gelişen ve değişen teknolojinin beraberinde getirdiği olumlu ve olumsuz değişimler; toplumların sosyo kültürel ve sosyo ekonomik yapısına bağlı olarak niteliksel ve niceliksel boyutta farklılaşmaları da beraberinde getirmektedir. Teknolojik gelişmelere bağlı olarak insanın doğa üzerinde hakimiyet kurması ve onu çıkarları uğruna tahrip etmesi, yaşamsal risklerin artmasına neden olmuştur. Dolayısıyla, bu tür risklerle ilgili olarak, toplumda ortak bilgi ve dil düzeyini oluşturmak suretiyle sorunun varlığına karşı farkındalık yaratmak ve "gerçeklik" duygusunu geliştirmek önem kazanmaktadır (Carthy,1992). Sorunun zm ile ilgili olarak ortak bilinç düzeyinin oluşturulması sürecinde kullanılacak en önemli araç ise; kitle iletişim araçları ve bazı toplumsal/siyasal katalizörlerdir. Özellikle Türkiye gibi henüz modernleşme sürecine geçiş dönemindeki toplumlarda kitle iletişim araçlarının gündeminde yer alan konuların, toplumdaki antropiyi en aza indirgeyerek, risk algısına dair ortak bilgi ve dil düzeyi oluşturabilmeleri önem kazanmaktadır.

Türkiye'deki yazılı basının farklı okur profillerine sahip olması sebebiyle, küresel ısınma sorununu ne oranda kamuoyu gündemine taşımaya aracılık ettikleri, antropiyi gidermek amacıyla haberleri ne tür mesaj çağrışımlarıyla kodladıkları, kamuoyunda küresel ısınma ile ilgili riskin algılanmasına katkı sunarken ne oranda bilgi açığını gidermeye yönelik haberleri gündeme taşıyarak gerçeklik duygusunu yaratmaya katkı sunduklarını görmek çalışmanın temel amacıdır. Geçiş sürecindeki ülke konumunda öngörülen Türkiye'deki diğer değişim ve dönüşüm katalizörlerinin kamuoyunda konuya karşı farkındalık yaratma sürecinde ne oranda yazılı basın gündeminde yer aldıkları ve ne tür çağrışımlara yol açan haberler aracılığı ile bu sürece katkı sağladıkları/sağladıklarını görmek ve genel bir değerlendirme yapmak ise çalışmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır.

Araştırma Yöntemi ve Sınırlılıklar

Çalışmada gazete tarama yöntemi kullanılmıştır. Küresel ısınma konusuyla ilgili haberler, okur profili farklılık gösteren Türkiye'nin üç ulusal günlük gazetesi, Cumhuriyet, Sabah ve Posta gazetelerinde yapılan tarama ile sınırlandırılmıştır. Çalışma, süreç olarak 2007 yılının üç aylık yaz mevsimi dönemi olan Haziran, Temmuz ve Ağustos aylarını kapsamaktadır. Araştırma için yaz mevsiminin tercih edilmesinin en önemli nedeni, bu dönemde iklimle ilgili olarak Türkiye'de hava sıcaklığının yükselmesi ve kamuoyunda küresel ısınma çağrışımını kolaylaştırmasına bağlı olarak yazılı basının bu türden haberlere daha sık yer vereceği öngörüsüdür.

Araştırma için Cumhuriyet, Posta ve Sabah gazeteleri evreni temsil etme kabiliyeti

olan örneklemeler olarak belirlenmiştir. Gazeteler, yayın politikaları ve okur profillerinde görülebilecek kesin farklılıklar nedeniyle iradi olarak seçilmiş ve Türkiye'nin genel profiline uygun örneklemeler oldukları öngörülmüştür. Söz konusu farklılıklar aşağıda yer alan temel özellikler açısından yapılan bir saptamadır. Buna göre; Cumhuriyet gazetesi, modern dünyanın değişen beklenti ve algılamalarına uygun, değişime ve yeniliğe açık, katılımcı bir okur profiline sahip, tiraj kaygısının öncelikli olmadığı bir gazete olarak belirlenmiştir. Öte yandan Sabah gazetesinde tiraj beklentisinin öncelikli olması, toplumun bütün katmanlarına ulaşabilme gereksinimi ve beklentisi, toplumsal değişimi teknolojik yenilenmeler ile bünyesinde barındırıyor olması ve topluma aktardığı haber başlıklarında popülaritesi olan bir yaklaşımı kullanması gazetenin öne çıkan özellikleridir. Posta gazetesi ise, yeni ve melez bir okur kitlesine sahiptir. Tiraj kaygısı nedeniyle sosyo ekonomik ve sosyo kültürel açıdan farklı gruplara yönelik haberlere öncelik veren gazete, haber pazarlamasında magazinelle yaklaşımı ön plana çıkarmaktadır.

Adı geçen gazetelerde yer alan haberler niceliksel ve niteliksel içerik analizi yöntemiyle incelenmişlerdir. Buna göre gazetelerde yer alan haberlerin sayısı, haberlerin kupür/cm2 olarak kapladığı toplam yazımsal alanları, haberlerin kaynakları ve haber içeriklerinin okur üzerinde yarattığı çağrışımlar incelenmiştir. Özellikle geçiş sürecindeki toplumlarda ileti kaynağının statüsü ve gücünün, iletinin etkisine ve inanırılığına etki edeceği öngörüsünden yola çıkarak haber kaynağının konumu da araştırmanın önemli noktalarından birini teşkil etmektedir. Küresel ısınma ile ilgili haberlerin kaynakları, mesajın okur profiline bağlı olarak ortaya çıkabilecek etkinin gücünü öngörebilmek ama-

ciyla beş kategoride kodlanmıştır. Bunlar; “Gazetenin Kendisi”, “Sivil Toplum Örgütleri” (STÖ), “Siyasal/Toplumsal Aktörler”, “Bilim Adamları” ve çeşitli kişi ve kurumları içeren “Diğer” başlığı altında yer alan kategorileridir. Haberler küresel ısınma konusunda gazetelerde yer alan haberlerle birlikte okur kitlesi için kanaat önderi özelliği taşıyan tüm köşe yazıları, röportaj ve ilanları da kapsamaktadır.

Haber içeriklerinin yarattığı çağrışımlar, “Olumlu” “Olumsuz” ve “Yorumsuz” olmak üzere üç temel başlık altında toplanmış, “Olumlu” çağrışım başlığı ise kendi içinde “Bilgilendirme”, “Geleceğe Projeksiyon”, “Toplumsal Bellek” ve “Destek/Katılım” alt başlıklarına göre sınıflandırılmıştır.

Türkiye genel profiline uygun örneklemeler oldukları düşünceyiyle araştırma için seçilen gazetelerin, hitap ettikleri farklı beklenti, algı ve önceliklere sahip kendi okur katmanlarına yönelik olarak kodladıkları haber çağrışımları incelenerek, konunun topluma nasıl aktarıldığına dair bir öngörü oluşturulmaya çalışılmıştır. Ancak daha geniş zaman dilimi içinde yapılacak çalışmalarda örneklem teşkil edecek gazete ya da mecraya sayısını arttırmak, daha fazla veri elde etme konusunda yararlı olabilecektir.

Modernleşme Sürecinde Farkındalıkların Farklılaşması: Antropi Süreci ve Risk Algısı

ağın beraberinde getirdiği teknolojik değişimler, bilginin yayılımına, ulaşılabilirliğine de katkı sağlamıştır. Bu katkı aynı zamanda toplumsal dönüşüm ve değişim sürecine de etki etmiş, sanayi toplumundan modern topluma, modern toplumdaki bilgi toplumuna geçiş süreci ile birlikte bilgi toplu-

mu kavramı da güncellik kazanmıştır. Sanayileşmesini tamamlamış ya da tamamlamak üzere olan toplumlarda yeni bir toplumsal yapıya geçerken siyasal, ekonomik, teknik ve sosyo-kültürel ve toplumsal eksikliklerin ve sorunların yaşanılması kaçınılmazdır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinde oluşan bu hızlı gelişim ve değişim toplumsal yapılarda sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel değişikliklerin de yaşanmasına neden olmuştur. Bu değişimin farklı toplumsal yapılarda farklı etkilere yol açtığını öngörmek olasıdır. Ancak bir gerçeği gözden kaırmamakta yarar bulunmaktadır. Gelişen teknoloji ve iletişim araçları nedeniyle algılanan bir çok olgu, her tür toplumsal yapıya ulaşmaktadır ve bu da küreselleşmenin etkisini ortaya koyan bir sonuçtur.

Beck tarafından tanımlanan “risk toplumu” kavramı da bu sürecin beraberinde getirdiği bir toplumsal yapının varlığına işaret etmektedir. Beck’e göre risk toplumu, insanların bilgi ve teknolojileri yanlış ve kötü amaçlı olarak kullanmalarıyla, bütün dünyayı tehlikeye sokmaları neticesinde ortaya çıkan yapıyı ifade etmektedir (Slattery, 2007).

Bu riskin küreselleşme süreci ile birlikte dünyada daha fazla insanı etkilemeye başladığı da söylenebilir. Risk toplumunu açıklamaya aracılık edecek risk faktörlerinin arasında, toplumsal yapıya yönelik riskler, çalışmanın temel çıkış noktası açısından önem taşımaktadır. Bilgi üretiminin ve teknolojik gelişmelerin ivme kazandığı bilgi toplumunda, bu gelişmelerden kaynaklanan risklerin ortaya çıkması da kaçınılmazdır.

Toplumların gelişmişlik düzeyi ve toplumsal yapıyı oluşturan sosyal sınıfların gelişmişlik düzeylerinin ve kültürel yapılarındaki farklılığın toplumsal yapıdaki bütünleşmeye ket vuracağını da öngörmek yanlış olmayacaktır. Yeni iletişim teknolojilerinin

sunduğu olanaklar sonucunda, toplumdaki her bireyin bilgiye ulaşması ve elde edebilirliği arttırmıştır. Ancak, modernleşme sürecini tamamlamamış ve dolayısıyla bilgi toplumu olma sürecine geçememiş toplumlarda, farklı sosyo-kültürel dokuya sahip bireylerin elde ettikleri bilgiyi algılayıp, yorumlamaları ve buna paralel olarak yaşama geçirmeleri farklı olacaktır. Bu da bireylerin farkındalık geliştirdikleri konuların birbirinden farklılaşmasına ve farkındalık oranlarının değişkenlik göstermesine neden olmaktadır.

Sözü edilen farklılık süreci ise, ortak bir dil düzeyinin oluşumunun geriye düşmesine neden olabileceği gibi antropi de oluşturacaktır. Toplumsal yapı içindeki bireylerin toplum içindeki yeri ve grup ilişkileri nedeniyle oluşan antropinin varlığı (Bektaş, 2000:102-104), topluma aktarılan bilginin de, riskin de ortak bir paradigma ile yorumlanmasına engel teşkil etmektedir. Bu durum, toplumda ortak bilgi ve dil düzeyi oluşturarak kolektif bilinç yaratılmasını zorlaştırmaktadır. Bu noktada özellikle Türkiye gibi modernleşme sürecini henüz tamamlamamış toplumlarda antropinin en aza indirgenmesi ile oluşturulacak toplumsal paradigmaya katkı sunacak bazı katalizörlerin etkinliğine daha fazla gereksinim duyulmaktadır. Ancak bu katalizörlerin temel çıkış noktaları, toplumsal yapıyı oluşturan grupların özelliklerine uygun kodlar geliştirmek ve böylece toplumdaki farkındalığı, farklılaşmayı en aza indirgemek olmalıdır. Bu durum, hem kolektif bilinç yaratmaya yönelik olgularda, hem de toplumun riski algılaması ve gerektiği kadar tepki gösterebilmesi açısından üzerinde durulması gereken bir noktadır.

Sözü edilen katalizörlerin işlevselliği, kolektif bilinç yaratmaya yönelik olgularda ve toplumsal yapıyı tehdit eden risklerin algı-

lanması ve gerekli tepkinin geliştirilebilmesi süreci açısından önem taşımaktadır. Modernleşme sürecindeki Türkiye'nin toplumsal dönüşüm ve değişim sürecinde katkı sağlayarak, toplumda riskler ve değişimler açısından kolektif bilinç arttırmaya yönelik işlevler üstlenen en önemli katalizörlerin kitle iletişim araçları (KİA) ve toplumsal/ siyasi aktörler olduğunu belirtmek gerekmektedir. Kitleyi edilginleştirerek, manipüle etme olanağına sahip olan KİA, risk olarak algılanması gereken konularda bu olumsuz gibi yansıyan özelliği, olumlu noktaya taşıyarak toplumda, risk ve benzeri konularda farkındalığın sağlanması ivme kazandırabilir. (Alemdar ve Erdoğan 1990:196). Kitle iletişim araçlarının, kendi hedef kitle profillerine uygun kodlarla yaşama geçirdikleri mesajlar toplumda ortak bilgi düzeyinin oluşumuna katkı sunacak önemli bir unsurdur. Ortak bilgi düzeyinin oluşturulduğu toplumlarda kültürel boşluğun (antropi) en aza indirgenerek, birlikte hareket edebilme kabiliyetinin kazandırılması daha kısa bir sürece işaret etmektedir. İlk aşama olan ortak bilgi düzeyinin oluşturulması, kişilere ait deneyimlerin iletişim yöntemleri, araçları, kanaat önderleri aracılığı ile toplumun tüm katmanlarına aktarıldıkça paylaşılan bilgi olma özelliğini taşıyacaktır (Habermas, 1996: 201). Bilgi ise, toplumun gerçeklik duygusunun kazanılmasına katkı sunacak unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu süreçte, bilginin geniş kesimlere aktarılabilmesi ve toplumsal gerçekliğin oluşmasına katkı sunacak en önemli kanal kitle iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçları aracılığı ile, toplumda konuya ilişkin var olan bilgi açığını, medyada gündem oluşturmak ve medya gündeminde belirli aralıklarla yer alarak en aza indirgemeye çalışmak, toplumun konuya ilişkin gerçekliği daha hızlı kavramasına etki edecektir. Özellikle bilgi toplumuna ge-

çiř sürecindeki toplumlarda, bir konunun kişiler arası iletişim kanalları içinde yer almasını sağlayacak en önemli ortam kitle iletişim araçlarıdır (Severin ve Tankard, 1994:174). Ancak, özellikle bilgi toplumuna geçiş sürecindeki toplumlarda duygusal tetiklenmeler ile ilgiñliğin ivme kazandığı süreçlerde topluma bilgi amaçlı mesajların daha sık aktarılmasının, duygusal tetiklenme ile kısa bir süre için oluşan tetiklenmeyi sürdürmek açısından önemli olduğunu vurgulamak gerekmektedir (Kotler, 1991: 418). Örneğin, küresel ısınmanın ciddi bir sorun olduğu bu süreçte susuzluk, kıtlık, aşırı sıcakların insan yaşamını tehdit etmesi, su baskınları, seller gibi sorunlar nedeniyle kamuoyu konuyla ilgili daha yüksek oranda ilgiñlik geliştirebilecektir. İlgiñliğin yüksek olduğu süreçte toplumu, bilişsel değişimi yaratarak toplumda ortak bilgi düzeyinin oluşumuna katkı sunacak mesajlara maruz bırakmak önemlidir. Bilgi ile toplumda ortak dil düzeyinin oluşumu ivme kazanabilecek ve konuyla ilgili gerçeğliğin gelişmesi daha olası bir noktaya gelebilecektir. Melez değerlerin de korunduğu, bilgi toplumuna geçiş sürecindeki toplumsal yapılarda, mesajın geldiği kaynak kadar, kanalın özelliği ve mutlaka mesajın yapısı da önem kazanmaktadır. Toplumun oluşturduğu bireyler arasındaki bilgi farklılığı ya da önceliklerindeki ayrışımlar mesajın yaratmak istediği etkinin azalmasına ve mesajın anlam kaybının oluşumuna etki edebilir (Gürgen,1997: 74).

KİA'nın eş zamanlı olarak geniş bir hedef kitleye ulaşabilmesi nedeniyle ve teknolojik gelişmeler nedeniyle toplumun her kesiminde yaygınlık kazanması; gündem oluşturma ve toplumsal yapı içinde konu/konulara, risklere karşı farkındalık yaratması daha kısa bir sürece işaret etmektedir. Ancak sürecin amaca uygun sorgulanması açısından

bir paradoksun varlığına dikkat çekmek gerekmektedir. KİA'nın kendi hedef kitle profillerine uygun kodlar geliştirmeleri, her kitlenin kendi algısı ve paradigması bağlamında farkındalık geliştirmesine ve süreç içinde de ilgiñliğin oranlarında farklılaşmaya neden olabilecektir. Dolayısıyla, antropi bir oranda azalmış olmakla beraber, toplumda konuya ilişkin riskin algılanma oranında eşitlik sağlanmış olmayacaktır. Önemle üzerinde durulması gereken nokta ise; özellikle geçiş dönemindeki toplumlarda KİA kadar kişilerarası iletişim kanallarının da önemi düşünüldüğünde, sözü geçen aktörlerin önemi de vurgu yapılmış olacaktır (Lerner'dan aktaran,Uysal,1998: 110-112).

Bu nedenle, toplumsal yapı içinde riskin algılanmasına ilişkin konularla ilgili ortak bilgi düzeyi oluşturma sürecinde kişiler arası iletişim kanallarını etkin olarak yaşama geçirebilecek bir diğer önemli katalizör olan sivil toplum örgütlerinin (STÖ) bilinçlendirme faaliyetlerine gereksinim bulunmaktadır. STÖ'lerin de bu amaçla yaşama geçireceği projelerde kullanacağı en önemli mecralardan biri kuşkusuz medyadır. Bu bağlamda, medya hem tek başına toplumda farkındalık geliştirme işlevi ve hem de diğer katalizörlerin mesajlarını gündeme taşıma ve mesaj etkisini artırma sorumluluğu yüklenmektedir.

Furedi, diğer kurumların ve medyanın neyin risk olduğunu seçici bir biçimde belirlemesi, risk bilincinin gerisindeki dinamiğin medya olması gerektiğini vurgulamaktadır (2001:32). Toplumsal yaşamı kısa vadede yansımalı, uzun vadede ise sonuçları ile tehdit edebilecek risk faktörlerinin medya gündeminde yer alması, mesajların farklı kaynaklar tarafından da kodlanarak, toplum içindeki farkındalığın arttırılması riskin neden olabileceği olumsuz sonuçların en aza

indirgenmesine etki etmektedir. Medyada oluşturulan gündemin bir diğer önemi ise, her yayın organının kendi okur profiline uygun mesaj kodlayarak farkındalık geliştirebilmesidir.

Modernleşme Sürecindeki Toplumlarda “Tehlikenin Kaynağı Bilgi Değil, Cehalettir”

Yeni iletişim araçları ve paralelinde hız kazanan iletişim süreci, modern toplumlar açısından önemli bir etkileşim sürecine de işaret eder. İletişim sürecinin en önemli etkilerinden biri, toplum açısından algılanacak risklere dair farkındalığın artmasına aracılık etmesidir. Bu farkındalık süreci toplumsal yapının niteliksel yapısına bağlı olarak değişkenlik gösterebilmektedir. Bilgi toplumu sürecindeki toplumsal yapılarda daha önemli öncelikli riskleri geleceğe yönelik şoklar (küresel ısınma, kıtlık vb) gibi konular oluştururken, modernleşme sürecini yaşayan (kimi sanayi toplumundan geçişi yaşayan) toplumalarda, bu öncelikler işsizlik, savaş gibi daha sosyo ekonomik yapının gerçeklerini oluşturan ve içinde yaşanılan an’a ait sorunsallardır (Masuda’dan aktaran, Kocacık, 2003: 1-10). Bu sorunsalların temel özelliği gerçeği yansıtıyor olmalarındır. Diğer sorunlar ise; daha geleceğe yönelik projeksiyonu gerekli kıldığından, daha soyut kalabilmektedir. Bu bağlamda bakıldığında, modernleşme sonrasında toplumların risklerin daha fazla farkındalıklarının daha yüksek olduğu vurgusu yapılabilir (Furedi,2001:35). Durumun genel çizgisini ortaya koyan bu sonuca dair yorumu ise, Beck yapmıştır. “Tehlikenin kaynağı artık cehalet değil, bilgidir” derken, iletişim araçları aracılığı ile kitleye ulaşan bilgilerin riskin algılanmasına dair toplumsal yapıda oluşan kanaati risk toplumu olgusunun

artışı ile illiyet kurarak açıklamıştır (aktaran, Giddens, 2005). Ancak burada vurgulanması gereken nokta, Türkiye’nin modernleşme sürecini yaşayan bir toplumsal yapıyı temsil etmesidir. Bu süreç içindeki toplumun da benzer geleceğe dair kaygıları, sorunları risk olarak algılamasını, bu riski algımlarken de bilginin ön plana çıkarılmasının öneminin altını çizmekte yarar bulunmaktadır. Manheim’in gündem oluşturma (Atabek ve Dağtaş,1998:59) kuramı bağlamında da bakıldığında, medyada oluşturulan gündemin kamu gündemine düşmesi, farkındalık geliştirilerek, sorgulanır ve çözüm üretilir olması önemlidir. Dolayısıyla, medya gündeminin toplum tarafından algılanmasında yarar olan risklere dair mesajların kodlanması sürecinde kamuoyunda var olan bilgi eksikliğini giderecek ve hedef kitesinin algılamasına uygun kodlar aracılığı ile taşımasında yarar bulunmaktadır. Bu bağlamda Beck’in öngörüsünü modernleşme sürecindeki bir toplumsal yapıya sahip Türkiye için yeniden ve farklı biçimde kodlamakta yarar bulunmaktadır. Modernleşme sürecindeki toplumlar da tehlikenin kaynağı bilgi değil, cehalettir.

Küreselleşmenin bir sonuç olarak tüm sosyal dünya ile eş zamanlı algılanan risklerin kodlanmasında farklılıkların olması riskin gerçekliğinin anlatılması açısından da önem taşımaktadır. Dolayısıyla gerek medyanın, riskin algılanmasında öncelikli konumu düşünüldüğünde ve gerekse toplumsal dönüşüm ve değişime katkı sağlayacak sosyal/siyasal aktörlerin medya gündeminde kodlayacağı mesajlar konuya ilişkin bilgi eksikliğinin giderilmesine, farkındalığın arttırılmasına katkı sunarken, diğer yandan farklı hedef kitleye sahip KİA’nın hedef kitle profiline uygun kodlar ile topluma aktarabileceği mesajlar, antropinin belirli oranda azalmasına katkı sunabilecektir. Bilginin fark-

lı kaynaklar tarafından sinerjik bir biçimde topluma aktarılması riskin daha hızlı algılanmasına katkı sunacak bir süreçte işaret etmektedir.

Bu bağlamda sosyal dünya içinde algılanan küresel ile ilgili bu önerme bağlamında ne oranda gerçekleşeceğini görmek önem kazanmaktadır. Herhangi bir risk ile ilgili olarak antropinin azalmasına ve aynı zamanda bilinç oluşturulmak istenen konu ile ilgili (ki burada küresel ısınma riski), KİA'nın hedef kitlesinin profiline uygun kodlamayı ne oranda ve ne sıklıkta gündeme taşıdığını görmek önemlidir. Risk olarak ne oranda ve ne tür çağrışımlarla kodlanarak hedef kitleye taşındığını görmek açısından farklı okur profillerinin ve yayın politikasına sahip ya-

zalı basın örneklemelerinden yola çıkarak bu sorgulamanın gündeme taşınan bölümü ile ilgili öngörü geliştirmek olasıdır.

Temel Bulgular

Araştırmanın sonucunda elde edilen temel bulgular aşağıdaki tablolarda yer almaktadır. Buna göre küresel ısınma ile ilgili en fazla yazımsal alanın yer aldığı gazetenin Sabah gazetesi olduğu görülmektedir. Daha kitlesel bir gazete olduğu göz önünde bulundurulduğunda, Sabah'ın kendi okur profili içinde konuya ilişkin ortak bilgi düzeyinin oluşumuna katkı sunmaya aracılık ettiği ve dolaşısıyla antropiyi en aza indirgeme noktasında etkili olduğu yorumunu yapmak olasıdır.

Cumhuriyet Gazetesi ise konu ile ilgili

Gazeteler	Haber		Köşe Yazısı		İlan		TOPLAM (cm2)
	(cm2)	(%)	(cm2)	(%)	(cm2)	(%)	
Cumhuriyet	31792	37.36	3745	37.54	540	1.49	36.077
Sabah	35428	41.63	5471	54.84			40.899
Posta	17868	20.99	759	7.60			17.868
TOPLAM	85088	100	9975	100	540	1.49	94.844

Tablo – 1 Gazetelere Göre Yazımsal Alan Dağılımı

Gazeteler	Bilgilendirme		Geleceğe Projeksiyon		Toplumsal Bellek		Destek/ Katılım		TOPLAM	
	(N)	%	(N)	%	(N)	%	(N)	%	(N)	%
Cumhuriyet N=85	22	11.51	17	8.90	0	0	33	17.27	72	37.69
Sabah N=73	26	13.61	8	4.18	1	0.52	29	15.18	64	33.50
Posta N=33	9	4.71	5	2.61	3	1.57	10	5.23	26	13.61
TOPLAM N=191	57	29.84	30	15.70	4	2.09	72	37.69	162	84.80

Tablo -2 Haberlerin Olumlu Çağrışım Dağılımları

Gazeteler	Olumlu Çağrışımlar		Geleceğe Projeksiyon		Toplumsal Bellek		Destek/Katılım	
	(N)	%	(N)	%	(N)	%	(N)	%
Cumhuriyet N=7	7	28	-	-	-	-	7	28
Sabah N=17	15	60	1	4	1	4	17	68
Posta N=1	1	4	-	-	-	-	1	4
TOPLAM N=25	23	92	1	4	1	4	25	100

Tablo – 3 Köşe Yazılarının İçerik Dağılımı

yazımsal alana en fazla yer veren ikinci gazete konumundadır. Sabah gazetesine oranla daha az kitle gazetesi görünümüne sahip olan ve genelde belirli bir sosyo kültürel gruba hitap eden Cumhuriyet gazetesinin, kendi okur kitlesinde konuya dair farkındalık geliştirme ve küresel ısınma riski ile ilgili ilginliğin gelişmesine aracılık ettiğini söylemek olasıdır. Posta gazetesi ise, %17.86 oranıyla temsili örneklem olarak seçilen üç gazete arasında küresel ısınmanın teşkil ettiği risk ile ilgili en az yazımsal alana yer veren gazetedir.

Tablo 3’de görüldüğü üzere, bilgilendirme çağrışımına yol açan haberlere en fazla yer veren gazete Sabah’tır. %11.51 ile ikinci sırada Cumhuriyet bulunmaktadır. Bu durumu, iki gazetenin okur profili arasında ortak bilgi ve dil düzeyi oluşturma sürecinde etkinlik sağlama ve antropinin azalmasına katkı sunma olarak değerlendirmek olasıdır. Ancak Posta gazetesinin kendi okur kitlesini %4.71 oranıyla en düşük oranda bilgilendirmesi, hedef kitlede ortak bilgi ve dil düzeyi geliştirme noktasında geride kaldığını göstermektedir.

Geleceğe projeksiyon çağrışımı yapan haberler ile, toplumda kayęı yaratarak ko-

nuya karşı ilginliğin artmasına katkı sunan mesaj çağrışımlı haberlerin %8.90 oranıyla Cumhuriyet gazetesinde yer alması ise, Cumhuriyet okur kitlesinin konuyla ilgili ilginliğinin yükselmesine katkı sağlayacak düzeyde olduğu yorumu yapılabilir.

Olumlu çağrışım dağılımı toplamları, Cumhuriyet gazetesinde %37.69 ve Sabah gazetesinde %33.50 olarak gerçekleşirken; Posta gazetesinde %13.61 olarak gerçekleşmiştir. Bu oranların arasındaki farklılığa göre, toplumsal yapıdaki bilgi açığının eş değerli bir biçimde giderilemediği ve dolayısıyla antropinin azalmasına katkı sunma noktasında yeterlilik gösteremediği sonucuna varmak olasıdır.

Köşe yazarlarının kanaat önderi olma ve ayrı bir profil içinde mesajını kodlayarak sunma olanağı olduğu düşünüldüğünde, Sabah gazetesinde köşe yazıları, haberlerin yazımsal alan dağılımından daha fazla oranda küresel ısınmanın risk olduğu algılamasına yol açmakta ve böylece gazetenin kendi okur profili içinde konuya karşı farkındalık yaratma çabasının devamlılığına işaret etmektedir.

Posta gazetesi okur kitlesinin hem Sabah

Gazeteler	Haber		Görsel Materyal		Köşe Yazısı		İlan	
	Görsel ve Yazımsal (cm2)	(%)	(cm2)	(%)	(cm2)	(%)	(cm2)	(%)
Cumhuriyet	31.792	37.36	7036	22.13	7036	22.13	540	1.69
Sabah	35.428	41.63	5471	15.44	5471	17.20		
Posta	17.868	20.99	4550	25.46	759	2.38		
TOPLAM	85.088	99.99	17.057	63.03	9975	31.35	540	1.69

Tablo – 4 Haberde Görsel Materyal Dağılımı

hem de Cumhuriyet gazetelerinden farklı sosyoekonomik ve sosyokültürel bir yapı içinde olduğu göz önünde bulundurulduğunda, kendi okur kitlesinde risk oluşturan küresel ısınma ile ilgili haberlerin oranının en düşük oranda gerçekleştiği görülmektedir. Bu sonucu, gazetenin genel formatı ve hedef kitlenin beklentilerine bağlı yayın politikası ile ilişkilendirmek olasıdır. Bir diğer faktör ise Posta gazetesinde gündemde yer alan küresel ısınma riski ile ilgili haberlerin daha çok magazinel boyutla kitleye aktarılmış olmasıdır.

Küresel ısınma ile ilgili haberlerde kul-

lanılan görsel materyal dağılımına bakıldığında; haberlerini en yüksek oranda görsel materyalle destekleyen gazetenin %26 oranıyla Posta gazetesi olduğu görülmektedir. Kendi yayın politikası bağlamında değerlendirildiğinde, bu durumun gazetenin genel formatına uygun olduğunu ancak, toplumsal yapı içinde küresel ısınma riski ile ilgili algılamının antropiyi önlemeye aracılık etmeyeceğini öngörmek olasıdır. Aslında bu öngörü; toplumun değişik kesimlerinin belli bir konuda farkındalık geliştirme sürecindeki farklılığa Türkiye penceresinden bakıldığında, sosyokültürel yapının heterojen ol-

Gazeteler	Bilgilendirme		Geleceğe Projeksiyon		Toplumsal Bellek		Destek/ Katılım		TOPLAM	
	(N)	(%)	(N)	(%)	(N)	(%)	(N)	(%)	(N)	(%)
Cumhuriyet (N=7)	2	6	2	6	1	4	2	6	7	28
Sabah (N=17)	6	24					9	36	15	60
Posta (N=1)			1	4					1	4
TOPLAM (N=25)	8	32	3	12	1	4	11	44	23	92

Tablo 5 – Köşe Yazılarının Olumlu Çağrışım Dağılımı

ması ile de ilişkilendirmek mümkündür.

Köşe yazılarına en fazla yer veren gazete Sabah iken, ikinci sırada Cumhuriyet gazetesinin yer aldığı görülmektedir. Sabah gazetesinin Cumhuriyet'e oranla daha fazla kitle gazetesi olduğu öngörüsünden yola çıkıldığında, toplumda bilgilendirme yoluyla farkındalık arttırma ve hedef kitlede küresel ısınma ile ilgili risk algısının yerleşmesine aracılık etmekte önemli bir işlevi yaşama geçirdiğini söylemek mümkündür.

Cumhuriyet gazetesinde ise bu oran % 28 olarak geerleşmiştir. Hedef okur kitlesini köşe yazıları aracılığı ile de bilgilendirerek risk algısının oluşumuna katkı sunan gazetenin böylece kendi okur kitlesi profili içinde, konunun önemine dair ortak bir bilgi düzeyi geliştirerek kolektif bilinç oluşumuna aracılık ettiği öngörülebilir. Köşe yazarı belirli bir kitlenin manipüle edilmesi açısından önemlidir. Gazetenin okur profili dışında kendisi ile bire bir iletişim kurma noktasına gelen okuru ile sinerji yaratabilmekte ve önemli kanaat önderleri konumunda değerlendirilmektedir. Okur kitlesi, kendi paradigmasına yakın bir yazar ya da yazarların düşünsel açıdan destekçisi ve takipçisi olabilmektedir. Bu bağ özellikle köşe yazarının gazete çizgisinin dışında da söylemlerle kitlesiyle buluşmasıyla etki alanını arttırmaktadır.

Konunun "gerçek" bir risk algısı sağlayacak çağrışımlardan biri, geleceğe projeksiyon çağrışımı yapan mesaj yaklaşımlarıdır. Ancak, her üç gazetede de bu çağrışıma yol açacak mesaj yaklaşımlı köşe yazılarının oranının minimum düzeyde geerleştiği görülmüştür. Dolayısıyla, konuyla ilgili (küresel ısınma riskinin henüz topluma yansıyan bir sorun olduğu düşünüldüğünde) kolektif bilincin varlığından söz etmek de zor olacaktır. Bu durumda, toplumda küresel ısınma riski ile ilgili gerçeklik algısı yaratılması ve ortak bir bilinç geliştirilmesi daha uzun bir sürece işaret edecektir.

Destek/katılım çağrışımına yol açan köşe yazıları her iki gazetede de azımsanmayacak oranda geerleşmiştir. Küresel ısınma riskinin toplumda farkındalık geliştirme sürecinden sonra, toplumda ortak bir dil düzeyinin ve dolayısıyla geliştirilecek önlemlere katılım sağlama noktasında önemli olduğu vurgulanabilir.

Tablo 6'da görüldüğü üzere, olumlu çağrışıma neden olan küresel ısınma haberleri % 44.50 oranında en fazla Cumhuriyet gazetesinde yer almıştır. % 38.21 oran ile Sabah Gazetesi ikinci sırada yer alırken, Posta Gazetesi % 17.27 oranı ile son sıradadır. Küresel ısınmanın olumsuz sonuçlarına vurgu yapan ve hedef kitlede geleceğe dair endişe ve kayđı yaratmaya neden olacak ha-

Gazeteler	Olumlu ağrışımlar		Olumsuz ağrışımlar		Yorumsuz		TOPLAM	
	(N)	(%)	(N)	(%)	(N)	(%)	(N)	(%)
Cumhuriyet	72	37.69	11	5.75	2	1.04	85	44.50
Sabah	64	33.50	5	2.61	4	2.09	73	38.21
Posta	26	13.61	6	3.14	1	0.52	33	17.27
TOPLAM	162	84.80	22	11.51	7	3.66	191	99.99

Tablo – 6 Küresel Isınma Haberlerinin İçerik Dağılımı

berler % 5.75 oranı ile en fazla Cumhuriyet Gazetesinde gerçekleşmiştir. İkinci sırada % 3.14 ile Sabah gazetesi yer alırken, Posta gazetesinde bu oran % 2.09 oranındadır.

Toplam oran dağılımina bakıldığında örneklem olarak seçilen gazetelerde küresel ısınma haberlerine ilişkin alternatif çözüm önerileri yaratmaya yönelik olumlu ağırışma yol açan haberlerin, olumsuz ağırışmalı haberlere kıyasla % 73.29 oranda daha fazla yer aldıkları görülmüştür. Bu oran, toplumda konuya ilişkin risk algısı oranını yaratırken, geleceğe yönelik olarak yapılan projeksiyonla da hedef kitleye bu konuda ne yapması gerektiği işaret edilmektedir. Başka bir ifadeyle hem hedef kitlede farkındalığın ivme kazanması sağlanmakta, hem de hedef kitle, ne yapması gerektiği ile ilgili manipüle edilmektedir.

Haber kaynakları dağılımina bakıldığında, üç gazetede yer alan küresel ısınma haberlerinin haber kaynağının % 54.45 oranında gazetelerin kendisi olduğu görülmektedir. STÖ'ler ve siyasi/toplumsal aktörler tarafından kodlanan haberlere en fazla

yer veren gazete Sabah'tır. % 18 civarında gerçekleşen bu veriyi Sabah gazetesinin siyasi ve toplumsal dinamikleri önemsemişi ve bu dinamikler aracılığı ile hedef kitlede daha hızlı farkındalık yaratarak, riskin önemine vurgu yapması olarak yorumlamak mümkündür. Bu aynı zamanda Manheim'in gündem oluşturma sürecine uygun olarak da işleyen bir algının oluşmasına katkı sunacaktır. Konunun toplum gündemi ve medya gündeminden sonra siyasi gündemde de yer alması, toplumda küresel ısınma algısının tetiklenmesine ve önemsenmesine de aracılık edecektir.

Tablo 7'de öne çıkan bir diğer önemli oran ise, bilim dünyası tarafından kodlanan haberlerdir. Cumhuriyet gazetesinde % 6.83 oranında yer alan bilim dünyası kaynaklı haberler, gazetenin hedef kitlesini bilişsel mesajlar ile bilgilendirme çabası olarak değerlendirilebilir. Kendi hedef kitlesi içinde risk algısının bilişsel veriler ile oluşturulması, konunun ciddiyeti ve önemi açısından önem taşımaktadır.

Gazeteler	Gazete		STÖ		Siyasal/Toplumsal Aktörler		Bilim Adamı		Diğer (Kar Amaçlı)		TOPLAM (Adet) (%)
	(N)	(%)	(N)	(%)	(N)	(%)	(N)	(%)	(N)	(%)	
Cumhuriyet (N=85)	53	24.74	9	4.71	13	6.80	9	4.71	1	0.52	85 - 44.50
Sabah (N=73)	34	17.80	15	7.85	19	9.94	2	1.04	3	1.57	73 - 38.21
Posta (N=33)	17	8.90	7	3.66	7	3.66	1	0.52	1	0.57	33 - 17.27
TOPLAM (N=191)	104	54.45	31	16.23	39	20.41	15	6.83	5	2.61	191 - 100

Tablo – 7 Haber Kaynaklarına Göre Yazımsal Alan Dağılıımı

Sonuç ve Değerlendirme

KİA'nın en önemli işlevlerinden birisi, toplumu bilgilendirme yoluyla belli bir konuyla ilgili farkındalığın gelişimine ve ilginliğin artmasına neden olarak zaman içinde toplumsal denetim sisteminin oluşumuna aracılık edebilmesidir. Bu süreç iletişimsel eylem kuramında da değinildiği üzere (Habermas, 2001:134; Carthy, 2000:57), toplumun gerçeklik duygusunu elde etmesine ve süreç içinde var olan durumu ve olayları doğru algılayarak, sorgulama sürecinin oluşumuna katkı sağlayacaktır. Furedi'nin de vurguladığı gibi (2001), KİA toplumda risk algısının oluşumuna etki eden en önemli araçlardan biri ise; özellikle geçiş sürecindeki toplumlarda bilişsel boyutta değişim yaratarak toplumda konu ile ilgili gerçeklik duygusunun oluşumuna aracılık edebilecektir. Böylece batılı toplumların en temel özelliklerinden olan toplumsal denetim sisteminin oluşumu da ivme kazanmış olacaktır.

Toplumsal denetim sisteminin oluştuğu toplumlarda ise, anomik yapının çözülmesi, antropinin (kültürel boşluğun) minimize edilmesi, dolayısıyla da kolektif bilincin gelişmesi daha hızlı gelişim gösterebilecektir. Ancak, Beck'in modernleşme sonrası toplumlar için belirttiği "tehlikenin cehalet değil de bilgi olduğu" yönündeki vurgu, geçiş sürecindeki toplumlarda başka bir duruma işaret etmektedir. Toplumun gerçekliğini kavrayarak, bir konu ile ilgili risk algısını yaşamına geçirebilmesi için bilgilenme sürecine duyduğu gereksinimin altını çizmek gereklidir. Özellikle bu sürecin eş zamanlı bir biçimde yaşama geçmemesi, antropinin artmasına, süreç içinde gerçeklik duygusunun geriye düşmesine ve kimi zaman da yok olmasına neden olabilecektir. Bu bağlamda sürecin toplumsal yapı içinde eş zamanlı gerçekleşebilmesi için, KİA gibi bazı

katalizörlere duyulan gereksinimi de belirtmek gerekmektedir. Hedef kitlenin gündemine taşıdığı birçok haberin kendi kitlesinin algı, beklenti ve önceliklerine uygun olarak kodlanması, kültürel boşluğu eş zamanlı azaltmak ya da eritmek noktasında olduğca önemlidir. Bu nedenle, bu araştırmanın çıkış noktasını da teşkil eden yazılı basının okur profiline uygun mesaj yaklaşımları ile hedef kitlede konu ile ilgili farkındalık oluşturmak, kamu gündeminin eş zamanlı oluşumuna katkı sunacak önemli süreçlerden biridir.

Ancak bu noktada, anımsanmasında yarar olan bir nokta bulunmaktadır. Özellikle bilgi toplumuna geçiş sürecini tamamlamamış Türkiye gibi toplumlarda gündem eş zamanlı da yaratılmış olsa, mesaj yaklaşımındaki farklılıklar hedef kitlenin konuya karşı geliştirdiği farkındalığın ve dolayısıyla ilginliğin de oranını farklı biçimlerde etkileyebilmektedir. Bu durum, süreç içinde hedef kitlede oluşması hedeflenen ortak bilgi ve dil düzeyinde farklılaşmaların artmasına ve dolayısıyla toplumsal denetim sisteminin oluşumuna olumsuz anlamda ket vurmaktadır. Olumsuz olarak tanımlanan bu sürece katkı sağlayacak bir diğer katalizör ise S.T.'lerdir.

KİA tarafından gündem oluşturarak yaratılmaya çalışılan farkındalığın ilginliğe dönüşmesine aracılık edecek örgütsel yapılar S.T.'lerdir. Kitlenin algısına, önceliğine ve beklentilerine uygun olarak geliştirilerek, topluma aktarılabilecek projeler ile kamuoyunda oluşabilecek farklı anlamlandırmalar en aza indirgenerek, toplumsal denetimin oluşumuna ivme kazandırmak olasıdır.

S.T.'ler gerek kendi bünyelerinde planladıkları projeler ve gerekse kamuoyunun gündemine öncelikli giren projeler ile kitle iletişim araçlarının gündemine yer alabileceklerdir. Böylece hem KİA'nın işlevselli-

ğini arttırabilecek ve hem de kendi misyonlarını daha hızlı yaşama geçirebileceklerdir. Konuya karşı tutum geliştirme sürecinde toplumda duygusal tetiklenme yaratmak suretiyle farkındalığın yaratılması ve süreç içinde bilişsel değişimi sağlayarak ilginliğin geliştirilmesi, hem sivil örgütlenmelerin ve hem de kitle iletişim araçlarının dayanışma sonucunda ortaya çıkaracakları eylem bütünlüğü ile olasıdır. Diğer yandan, kaynağın iletişim sürecindeki etkisi göz önünde bulundurulduğunda; alanında güvenilir ve uzman kişiler tarafından kodlanan manipülatif çağrışımlı mesajların etkisi özellikle geçiş sürecindeki toplumlarda daha hızlı tutum değişikliği yaratacağından bilim adamları ve diğer sosyal /siyasal aktörler tarafından da gündeme taşınan haberlerin kitle üzerinde etkili olacağını da belirtmek gerekmektedir. Böylece, toplumda bilişsel boyutta oluşan değişim, risk ile ilgili gerçeklik algısının yerleşmesine katkı sunabilecek ve eş zamanlılık ile de toplumdaki antropi minimize edilebilecektir. Özellikle de, küresel ısınma gibi Türkiye'nin ancak "susuz kalma", "açlık çekme", "kuraklık" gibi mesajlarla gerçeklik duygusunu yaşayacağı bir konuda tutum oluşturma sürecine ivme kazandırabilecektir. Bu nedenle de toplumsal denetime gitmesi arzu edilen, eylem ve destek ile ancak çözümlenebilecek bir sorun için, KİA'nın tek başına kamu gündemine yerleşerek gerçekliği sağlayabilmesi oldukça uzun bir sürece işaret edebilir. Amaç, konu ile ilgili dönemsel tetiklenmelerin yaşadığı yaz gibi, susuzluk, sel ve benzeri sorunların yoğunlaştığı ve dolayısıyla duygusal tetiklenmelerin arttığı, duygusal tetiklenmeye bağlı ilginliğin yüksek olduğu dönemlerde, bilişsel değişimi sağlayacak mesajların toplumla daha sık buluşmasını sağlayabilir. Gerçekte bu araştırmanın dönemsel açıdan

karşılaştırmalı olarak yapılması daha fazla veri hakkında konuşabilmeyi de sağlayacaktır. Örneğin, kış döneminde yer alan küresel ısınma haberleri ile yaz dönemini kapsayan sürecin karşılaştırılması, KİA'nın bu tetiklenmelerden ne oranda yararlanabildiğini ve gündem oluşturma sürecinde neler söylediklerini görebilmek açısından çok önemli bir veri elde etmeye neden olacaktır. Ancak, zaman ve erişim sorunu araştırmanın yaz dönemi ve yalnızca üç gazete ile sınırlı tutulmasına neden olmuştur. Yeni bir araştırmada söz konusu verilerin elde edilmesi, çalışmaya bütünsellik katacak, daha fazla yorumlamaya neden olacaktır.

Kaynakça

- Alemdar, Korkmaz ve Erdoğan, İrfan (1990). İletişim ve Toplum. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Atabek, Necdet, Dağtaş, Erdal (1998). Kamuoyu ve İletişim. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Bektaş, Arsev (2000). Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Cutlip, Scott ve Center, Allen (1997). Effective Public Relations. U.K: Prentice Hall.
- Furedi, Frank (2001). Korku Kültürü. Çev., Barış Yıldırım. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Giddens, Anthony (2005). Sosyoloji. Çev., Cemal Güzel. Ankara: Ayraç Yayınları.
- Gürgen, Haluk (1997). Örgütlerde İletişim Kalitesi. İstanbul: Der.
- Habermas, Jürgen (1996). İletişimsel Eylem Kuramı. Çev., Mustafa Tüzel. İstanbul: Kabalıcı.

Işık, Metin (2000). İletişimden Kitle İletişimine. Konya : Mikro.

Işık, Metin (2002). Kitle İletişim Teorilerine Giriş. Konya : Eğitim.

Keane, John (1994). Demokrasi ve Sivil Toplum, ev., Necmi Erdoğan. İstanbul: Verso.

Kocacık, Faruk (2003). Bilgi Toplumu ve Türkiye Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Mayıs,Cilt:27, No.1:1-10.

Kotler, Philip (1991). Marketing Management in Nonprofit Sector. New Jersey: Prentice Hall.

Kongar, Emre (1983). Toplumsal Değiş-

me ve Kuralları; Türkiye Gerçeği. İstanbul: Remzi.

McCarty, Doyle (2002). Bilgi Kùltürü, Yeni Bilgi Sosyolojisi. ev., Figen Yılmaz. İstanbul: ivi Yazıları.

Severin, J.Werner ve Tankard, James W. (1994). İletişim Kuramları. ev., Ali Atıf Bir ve Serdar Sever. Eskişehir: Kibele.

Slattery, Martin (2007). Sosyolojide Temel Fikirler. Der: Ümit Tatlıcan-Gùlhan Demiriz. İstanbul:Sentez Yayınları.

Uysal, Birkan (1998). Siyaset, Yönetim, Halkla ilişkiler. Ankara:Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları.

