



akademia

**GÜNDEM KOYMA ve SAPTAMA YAKLAŞIMINDA  
BİR ARAŞTIRMA GELENEĞİ ve TASARIMI OLARAK ÇERÇEVELEME\***

**Özet**

Bu çalışmanın amacı, sosyal bilimler ve medya araştırmaları alanlarında çalışmalarını sürdüren bilim insanlarının; medyanın gündem koyma ve saptama rolüne odaklanan ve medyanın, kamusal tartışma olanaklarının genişlemesinde belirgin bir rol oynadığını öne süren araştırmaları ile medyanın potansiyel olarak tutumlarla ilgili güçlü etkilere sahip olduğu düşüncesine dayanan çerçeveleme yaklaşımı bağlamında gerçekleştirilen ve özellikle de haber metinleri üzerinde yapılan çalışmalarda çerçeveleme üzerine odaklanan siyasal etki araştırmalarını karşılaştırmaktır. Bu amaçla çalışmada, ilk olarak çalışmanın kuramsal tartışma alanını oluşturan gündem koyma ve saptama yaklaşımı ile çerçeveleme yaklaşımı değerlendirilmektedir. Daha sonra da, bu çalışmada ele alınan kuramsal yaklaşımlar ile ilgili yöntembilimsel değerlendirmelerin de ortaya konulabilmesi için gündem koyma ve saptama yaklaşımındaki araştırma gelenekleri ve tasarımları ile birinci aşama (geleneksel) ve ikinci aşama (çerçeveleme) araştırmaların nitelikleri açıklanmaktadır. Bununla birlikte, bu çalışmada, söz konusu yaklaşımlar ile ilgili olarak kuramsal, kavramsal ve yöntembilimsel karmaşanın önlenmesi için bu yaklaşımların ve araştırma gelenek ve tasarımlarının genel yapısı literatür taraması ile netleştirilmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Gündem Koyma ve Saptama, Çerçeveleme, Birinci Aşama (Geleneksel) Araştırmalar, İkinci Aşama (Çerçeveleme) Araştırmalar

**Framing As A Research Convention and Design  
In Agenda Setting Approach**

**Abstract**

The aim of this study is to compare the researches of scientists working in the field of social sciences and media studies which focus on the role of media in agenda setting and arguing that media plays a significant role in the extension of public discussion opportunities, and the researches on political impact which are performed with respect to the framing approach based on the idea that media potentially has powerful effects regarding approaches, and which focus especially on framing in the studies on news texts. For this purpose, this study will initially evaluate agenda setting approach and framing approach which constitute the theoretical discussion. Secondly, in order to introduce the methodological evaluations on the theoretical approaches used in this study, research conventions and designs in the agenda setting approach and the characteristics of first level (conventional) and second level (framing) researches will be described. In addition, the general structure of these approaches and research conventions and designs will be clarified by a literature survey in order to prevent the theoretical, conceptual and methodological confusion about these approaches.

**Keywords:** Agenda Setting, Framing, First Level (Conventional) Researches, Second Level (Framing) Researches

\* Bu makale Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından kabul edilen 'Türkiye'de Gündem Belirlemede Baskı Gruplarının Rolü: Avrupa Birliği Müzakere Süreci Örneğinde Siyaset-Medya-Kamuoyu İlişkisi' başlıklı doktora tezinden derlenmiştir.

## Giriş

Medya araştırmaları ve siyasal iletişim alanında, gündem koyma ve saptama (agenda setting) ile çerçeveleme (framing) yaklaşımları, kuramsal yaklaşımlardaki gelişmeler ve araştırma yöntemlerinin farklı uygulama biçimleri ile güncelliğini korumuş ve özellikle de çerçeveleme araştırmalarına yönelik ilgi önemli ölçüde artış göstermiştir. Communication Abstracts indeksinde gösterilen verilere bakıldığında, 1990'lı yılların ilk yarısından (1991-1995 yılları arasında 31 araştırma makalesi yayımlanmıştır) günümüze kadar çerçeveleme araştırmalarında çarpıcı bir artışın meydana geldiği, 1996 yılından itibaren de bu artışın önceki yıllara oranla daha büyük olduğu görölmektedir (Çerçeveleme terimini kullanan ilk araştırma makalesi 1980 yılında Journalism Quarterly dergisinde yayımlanmıştır). Bu artış, 1996-2000 yılları arasında 76, 2001-2005 yılları arasında da, 165 araştırma makalesinin yayımlanması ile hız kazanmıştır (Weaver, 2007, 143-144). Bu nedenle, çalışmada, medya araştırmaları ve siyasal iletişim alanında ortaya çıkan paradigma değişimine işaret edilmiş -1980'li yıllarda başlayan ve 1990'lı yıllar boyunca devam eden paradigma değişiminin son aşamasına gönderme yapmaktadır- ve bu bağlamda, çerçeveleme üzerine odaklanan -özellikle de haber metinleri üzerinde yapılan çalışmalarda- siyasal etki araştırmalarına - 'çerçeveleme' yaklaşımı ve ikinci aşama (çerçeveleme) araştırmalar, medyanın potansiyel olarak güçlü ve tutumlarla ilgili etkilere sahip olduğu düşüncesine dayanmaktadır- dikkat çekilmiştir.

Bu çalışmanın da vurguladığı gibi, gündem koyma ve saptama (agenda setting) ve bazı konuları öne çıkarma (priming) medyanın sahip olduğu alternatifsiz güçler değildir. Medyada, politika konuları pek çok farklı şekilde çerçvelenebilmekte ya da sunulabilmekte ve medyanın hangi çerçeveyi kullanacağına ilişkin yaptığı seçim, izleyicilerin-okurların ve siyasi seçkinlerin konu hakkındaki düşüncelerini ve politikayı destekleme düzeylerini etkileyebilmektedir (Callaghan ve Schnell, 2001, 188). Dolayısıyla, gündem koyma ve saptama, öne çıkarma ve çerçeveleme arasındaki ilişkiyi daha iyi kavrayabilmek için (a) haber metinleri nasıl üretilmektedir (haber üretimi), (b) haber metinleri nasıl işlenmektedir (haber işleme) ve (c) etkiler nasıl gerçekteşmektedir (etkinin konumu) soruları arasında bir bağlantı kurmaya ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu çalışma, yalnızca gündem koyma ve saptama ile çerçeveleme yaklaşımlarına ve söz konusu yaklaşımlar bağlamında gerçekteştirilen araştırmalara ilişkin geleneklere ve tasarımlara odaklanmaktadır. Öne çıkarma yaklaşımının ise, bir başka çalışmaya konu olabileceği düşünölmektedir.

### 1. Kuramsal Bir Yaklaşım: Gündem Koyma ve Saptama

Gündem koyma ve saptama<sup>(1)</sup> yaklaşımı, liberal-çoğulcu paradigma içinde medyanın gücünü görgöl olarak kanıtlamaya yönelik çabaların bir ürünü olarak ortaya çıkmıştır (İrvan, 2001, 69). Bu yaklaşım, medyanın; kamunun hangi konu ya da konular hakkında düşüneceğini ya da konuşacağını belirleyebilme gücüne sahip olduğunu öne süren temel bir argümana dayanmaktadır (Dearing ve Rogers, 1996, 8). Medyanın gücünü görgöl olarak kanıtlamaya çalışın bu kuramsal yaklaşıma göre, medya, haber üretim sürecinin standartları olarak kabul edilen haber sunum tekniklerini kullanarak, kamunun düşündüğu ve konuştuğu kamusal politika konularını belirlemektedir. Bu bağlamda, gündem koyma ve saptama süreci, bir başka ifadeyle, medya gündeminin kamu gündemini belirlediği süreç, yer, zaman, amaç ve etki gibi unsurların birbirleri ile bağlantılı olduğu ve aynı zamanda uzun, zor, kolektif ve dairesel bir süreçtir. Bu iki aşamalı karar verme sürecinde, ilk aşamada, medya kendi gündemini belirleyerek, bir karara varmakta, ikinci aşamada ise, kamu gündemini belirlemektedir (Armağan, 2007, 71). Bu süreçte, medya, bir konunun bir yönünü ya da iki yönünü birden sunmayı tercih ederek, kendi yorumunu ortaya koyarak, olayları ya da olguları basitleştirerek ya da sadece bir konuya diğer konudan ya da konulardan daha fazla yer ayırarak, politik temaların ve politik bilginin eşik bekçisi ve yorumlayıcısı olarak hareket etmektedir.

Medya, kamunun ne düşüneceğini kesin olarak belirleme gücüne sahip olamasa da, hangi konu hakkında düşüneceğini belirleyebilme gücüne sahip olabilmektedir. Bir başka ifadeyle,

## Gündem Koyma ve Saptama Yaklaşımında Bir Araştırma Geleneği ve Tasarımı .....

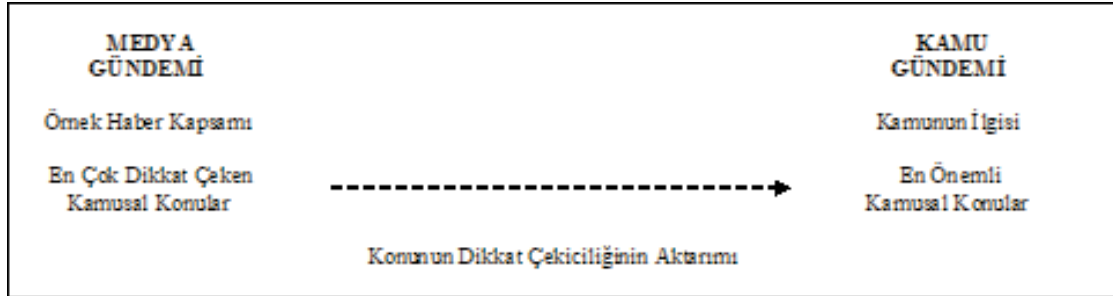
medya tarafından konunun düşünsel çerçevesi inşa edilmekte ve medyanın farkında olunmasını istediği konu ve ayrıntılar vurgulanmaktadır. Böylece, medya, önem ve öncelik verdiği konuların, kamunun da önem ve öncelik verdiği konular arasında yer almasını sağlamaya çalışmaktadır. Kamuyu oluşturan bireyler de, ne hakkında düşüneceklerini ya da konuşacaklarını medya aracılığıyla elde ettikleri iletilerden (haberlerden) öğrenmektedirler.

“Gündem koyma ve saptama, netice olarak, bir sosyal öğrenme türüdür. Bireyler, haber medyasında yer alan konulara ayrılan yerin ve zamanın miktarına bakarak, toplumdaki konuların görece önemini öğrenmektedirler. Bu nedenle, bir konuya ya da soruna daha fazla yer ve zaman ayrılınca, bireyler konuya da daha fazla ilgi göstermektedirler. Bir başka ifadeyle, bireyler, konuya ya da soruna ayrılan yerin ve zamanın miktarına bakarak, konuyla ya da sorunla ne kadar ilgilenmeleri gerektiğini öğrenmektedirler (aktaran Kiousis ve McCombs, 2004, 39)”.

Dolayısıyla, medya, kamu gündemini belirleyerek, bireylerin konular ya da sorunlar hakkındaki algılamalarını şekillendirmekte ve yönlendirmektedir. Böylece, bireylerin toplumsal gerçek hakkındaki tasavvurları yapılandırılmış ya da inşa edilmiş olmaktadır (Gökçe, 2002, 211). Ayrıca, toplumsal gerçek hakkındaki tasavvurların inşa edilmesinde ve sürdürülmesinde medyanın rolünü yalnızca medya araştırmaları incelememektedir. Siyasal ve tarihsel perspektifli araştırmalar da bu rolün altını çizmektedir. Ancak, gündem koyma ve saptama yaklaşımı, toplumsal gerçek hakkındaki tasavvurların inşa edilmesinde ve sürdürülmesinde medyanın rolünü inceleyen en önemli kuramsal yaklaşımlardan biridir.

Özetle ifade etmek gerekirse, gündem koyma ve saptama yaklaşımına göre, medya, gündem koyma ve saptama rolünü üstlenmektedir (Şekil 1). Bu bağlamda, gündem koyma ve saptama, kamunun konuların farkında olma ve konulara önem verme sırasının, haber içeriğinde yer alan nesnelere (ögelere) ya da konulara gösterilen görece ilgi tarafından etkilendiği bir süreçtir (McQuail, 2000, 426).

**Şekil 1: Medyanın Gündem Koyma ve Saptama Rolü**



**Kaynak: McCombs 2005: 5**

Bununla birlikte, gündem koyma ve saptama yaklaşımı, medya etki araştırmaları kapsamında medyanın etkilerini bilişsel-cognition düzeyde ele almakta ve medyanın ‘haberdar etme’ ya da ‘farkında olma’ ve ‘bilme’ düzeylerinde etkili olduğunu öne sürmektedir. Bu etkileri de, araştırma bulguları ile ortaya koymaktadır.

Medya iletilerine maruz kalmaktan kaynaklanan etkiler belirli bir etki zinciri içerisinde gerçekleşmektedir. Bu etki zincirinin ilk aşamasında, etki, ‘haberdar etme’ ya da ‘farkında olma’ şeklinde ortaya çıkmaktadır. İzleyiciler-okurlar medya aracılığıyla çevrelerinde olup bitenlerin farkına varmaktadır. İkinci aşamada, izleyiciler-okurlar haberdar oldukları konular hakkında daha fazla bilgi elde etme yoluna gitmekte ve böylece etki, ‘bilişsel-cognition’<sup>(2)</sup> düzeyde ortaya çıkmaktadır. Üçüncü aşamada, tutum değişikliği, son aşamada ise, davranış değişikliği söz konusu olmaktadır (İrvan, 2001, 69).

Medyanın etkilerini araştıran gündem koyma ve saptama yaklaşımı da, ‘haberdar etme’ ya da ‘farkında olma’ ve ‘bilme’ aşamalarında ortaya çıkan bilişsel etkilere yönelmektedir. Ancak, bilişsel etkilerle ilgili olarak önemli bir ayrıntıya da dikkat çekmek gerekmektedir. Medya sıklıkla

kullanıcılarına (izleyici-okur) ön bilgiye sahip olmadıkları olgular hakkında bilgi vermektedir. Bu nedenle, medyanın etkileri, tutum değişiminde değil, görece olarak bilişsel-cognition düzeyde ‘geleneksel gündem koyma ve saptama’ durumunda ortaya çıkmaktadır (Kepplinger, 2003, 52). Çünkü hiçbir tutuma sahip olmayan medya kullanıcılarının, medya iletilerini alımlamadan önce tutum değiştirebilmeleri mümkün olmamaktadır.

Ayrıca, medyanın gündem koyma ve saptama etkisi, bireylerin medya etkisinden ya da bu tür bir etkinin boyutu ve yapısından habersiz olması anlamında, ‘medya manipülasyonunun’ farklı bir şekli olarak da kabul edilmektedir<sup>(3)</sup>.

Gündem koyma ve saptama yaklaşımı kapsamında ortaya konulan bir başka bakış açısı da, kamusal tartışma süreci ile ilgilidir. Kamusal tartışma sürecinde, kamuoyunun ve siyasetçilerin siyasal olgu ya da olaylar hakkındaki görüşlerinin yönünü belirlemeyi amaçlamayan, ancak oluşumuna katkı sağlayan bilgi ya da enformasyon öncelikle medyadan gelmektedir. Kamuoyunun tartıştığı konulardan, siyasi karar alma mekanizmalarının faaliyetlerine kadar pek çok olgu ya da olay medya tarafından etkilenmekte ya da belirlenmektedir. Çünkü medya dışında, kamuoyunun ilgisini belirli bir konuya ya da soruna çekebilme, önem atfedebilme ve kamu gündemine yerleştirebilme gücü ve kapasitesine ulaşabilme imkanına sahip bir başka iletişim biçiminden söz etmek görece mümkün değildir.

Medya gündemi, kamusal tartışmayı iki şekilde etkileyebilmektedir (Waldahl, 1994, 65). Birincisi, insanlar medyada tartışılan konular hakkında ve aynı zamanda bu konuların medyada vurgulanan boyutları hakkında konuşmakta ve ileti mübadelesini gerçekleştirmektedirler. Böylece, medya; bireylerin, grupların ve örgütlerin ilgisini çeken konular hakkında bilgi aktarmakta ve hangi yönlerinin vurgulanması gerektiğini göstermektedir. İkincisi, medya, insanların toplumsal değer yargıları için ölçütler ve standartlar belirleyerek, fikirlerin gelişimine katkıda bulunmaktadır. Böylece hem siyasal konular hem de siyasal katılımcılar, farklı bakış açılarında ve farklı bağlamlarda değerlendirilebilmektedir.

Bununla birlikte, kamusal tartışma bağlamında, medya ve kamuoyu arasındaki ilişki biçiminin kavranabilmesinde; medyayı, kamuoyunun sesi, aynası, yansıtıcısı ya da kamuoyunun düzenleyicisi ve bunun da ötesinde oluşturucusu olarak değerlendiren iki ana eğilim ön plana çıkmaktadır. Ancak, bu iki ana eğilimin aksine, iç içe geçmiş bu süreçlerin kesin çizgilerle ayıramayacağı ve bu bağlamda, medyanın kamuoyunu oluşturma ve yansıtma işlevlerinin birlikte tanımlanması gerektiği de öne sürülmektedir (Atabek, 2002, 231-232). Çünkü medya, kamusal tartışmada konuların aktarımı ve kamusal ileti mübadelesini başlatma görevini üstlenerek hem kamuoyunun sesi, aynası, yansıtıcısı olma hem de fikirlerin gelişimine katkıda bulunarak kamuoyunun oluşturucusu olma işlevini yerine getirmektedir.

Kamusal tartışma sürecinde, siyasetçiler de önemli roller üstlenmektedir. Siyasetçiler kendi programlarını ve amaçlarını gerçekleştirebilmek için, medya da, ‘tiraj ya da reyting kaygısı’ ile ilginç konulara gereksinim duymakta ve bu gereksinimi karşılamak için, birçok konuyu gündeme getirebilmektedir (Waldahl, 1994, 62). Dolayısıyla, medya ve siyasetçiler tarafından gündeme getirilen konular, bu konular etrafında şekillenen tartışma ikliminin, bir başka ifadeyle, kamusal tartışma sürecinin başlangıç noktasını da oluşturmaktadır.

Medyanın, kamusal tartışmayı etkileyebilmek için kullandığı ve bu anlamda, kamuoyunu şekillendirebilmesini sağlayan etkili yöntemlerden biri de, olayların ve konuların belirli şekillerde çerçevelenmesidir (Vreese, 2005, 51). Medya gündeminin bilişsel etkileme düzeyi kadar gündemde yer alan belirli bir konuyu değerlendirme düzeyi de önem kazanmaktadır. Dolayısıyla da, medyanın seçiciliği; olaylar, olgular, konular, sorunlar ve yorumlar üzerinde odaklanmaktadır. Bu bağlamda, medya, kamuoyunun konuları kavrayabilmesi ve söz konusu konuların farklı boyutları ya da yönleri arasında ilişki kurabilmesi için bir çerçeve oluşturmaktadır. Çerçeveleme, bu çalışmada, ‘gündem koyma ve saptama yaklaşımında ikinci aşama (çerçeveleme) araştırmalar’ başlığı altında tüm detayları ile tartışılmaktadır. Medyanın gündem koyma ve saptamada, tutumlara ve davranışlara ilişkin ‘duygusal-emotional’ düzeydeki etkilerine yönelen ya da

odaklanan çalışmalar, bu araştırma alanının bir başka bölümünü kapsamaktadır. Bu çalışmalar da, second level agenda setting-ikinci aşama (çerçeveleme) gündem koyma ve saptama araştırmaları kapsamında gerçekleştirilmektedir.

## **2. Gündem Koyma ve Saptama Yaklaşımında Araştırma Gelenekleri ve Tasarımları**

Gündem koyma ve saptama araştırmaları yöntembilimsel açıdan farklı bakış açıları ile farklı biçimlerde sınıflandırılmaktadır. Bu bağlamda, gündem koyma ve saptama araştırmalarına ilişkin gelenekler ve tasarımlar, geleneksel (birinci aşama) ve ikinci aşama (çerçeveleme) araştırma gelenekleri ve tasarımları olmak üzere iki temel kategoriye ayrılmaktadır.

### **2.1.Gündem Koyma ve Saptama Yaklaşımında Birinci Aşama (Geleneksel) Araştırmalar**

Gündem koyma ve saptama araştırmaları, birinci aşama (geleneksel) araştırma geleneğinin egemen olduğu dönemin ilk zamanlarında, neden, amaç ve etkinin birbirine karıştırılması gibi pek çok kavramsal ve yöntembilimsel problemle karşı karşıya kalmıştır. Bu bağlamda, gazete okurlarının siyasal ilgileri ile gazete (içeriği) gündemi arasındaki olumlu ilişkinin, gazetelerin kamu gündemini belirlediği anlamına gelip gelmediği ya da aksine genel yayın yönetmenlerinin (ya da editörlerin) ve gazetecilerin haberlerini okurlarının siyasal ilgilerine uygun hale getirip getirmediği sorunsalı gündeme gelmiştir (Iyengar ve Simon, 1993, 367). Araştırmacılar, bu tür belirsizlikleri ortadan kaldırmak için, belirli konular ya da olaylar karşısında kamu ilgisinin yükselişini ve düşüşünü, bu konulara değinen haberlerdeki değişimlere bakarak araştırmaya başlamışlardır. Birkaç istisna dışında, bu tür uzun dönemli araştırmalar, medyanın gündem koyma ve saptama etkisi konusunda önemli bulgular elde etmişlerdir (Iyengar, 2002, 399-400).

Gündem koyma ve saptama yaklaşımında araştırma gelenekleri ve tasarımları sınıflandırmasının birinci sırasında yer alan geleneksel araştırmaları ele alan bilim insanlarından biri Maxwell McCombs'dur. Ona göre (aktaran Weaver, 1999, 141), gündem koyma ve saptama araştırmaları, kamu gündeminin belirlenmesi anlamında ya bir gruptan elde edilmiş toplam (gruplandırılmış) verileri ya da bireysel (gruplandırılmamış) verileri kullanarak gerçekleştirilebilmektedir. Medya gündeminin belirlenmesi anlamında ise, araştırmalar, tek bir konuya (ya da çeşitli konulara ayrılarak göz önüne alınan) ya da kamunun bildiği konuların görece önemlilerinin ortaya konulması üzerine odaklanabilmektedir. Bu analiz tekniklerinin kombinasyonu da, bireysel veri karşısında toplam veri, konular kümesi karşısında tek konu ile tanımlanan dört kategorili bir tipoloji oluşturmaktadır (Şekil 2).

I. tip araştırmalarda, rastgele seçilmiş bireylere ya da kamu temsilcilerine kendilerini ilgilendiren en önemli konular sorulmakta ve alınan cevaplar, belirli bir toplum ya da topluluğa ilişkin bireylerin ve dolayısıyla da grupların konu sıralamasını (bir gruptan toplanmış veri) oluşturmaktadır. II. tip araştırmalarda, bireylerin önem derecesine göre belirledikleri konuların sıralaması (bireysel veri) ile medya tarafından vurgulanan konuların sıralaması karşılaştırılmaktadır<sup>(4)</sup>. III. tip araştırmalarda, tek bir konu üzerinde ya da konuları birbirinden ayırarak (konuları tek tek analiz etmek suretiyle) kamunun ilgisini ölçmek için bir gruptan elde edilmiş toplam (gruplandırılmış) verileri kullanılırken, IV. tip araştırmalar, bir gruptan elde edilmiş toplam (gruplandırılmış) veriler yerine bireylerin önem derecesine göre belirledikleri konuların sıralamasını (bireysel veri) kullanmaktadır (aktaran Weaver, 1999, 141-143).

#### **Şekil 2: McCombs'un Araştırma Tipolojisi**

	Bir gruptan toplanmış veri	Bireysel veri
Konular kümesi	I	II
Tek konu	III	IV

**Kaynak: aktaran Terkan 2005: 101**

Gündem koyma ve saptama yaklaşımında araştırma gelenekleri ve tasarımları sınıflandırmasının birinci sırasında yer alan geleneksel araştırmaları ele alan diğer bilim insanları da, Everett Rogers ve James Dearing'dir. Onlara göre (1988, 555-594), geleneksel gündem koyma ve saptama araştırmalarının, iki tür araştırma geleneğinden yola çıkarak gerçekleştirildiğini söylemek mümkündür<sup>(5)</sup>. Bunlardan birincisi, gündem koyma ve saptama geleneğidir. Bu gelenek, medyanın, bir süreç aracılığıyla çeşitli konuların ya da olayların görece önemliliğini kamuya iletmesi ile ilgilenmektedir. İkincisi ise, gündem yapılandırma geleneğidir. Bu gelenek de, siyasetçilerin, siyaset gündeminin, bir süreç aracılığıyla medya gündeminden, kamu gündeminden ve diğer unsurlardan etkilenmesi ile ilgilenmektedir. Bir başka ifadeyle, gündem koyma ve saptama geleneği, medya gündeminin kamu gündemini nasıl etkilediği ile ilgilenirken, gündem yapılandırma geleneği, medya gündeminin, kamu gündeminin ve diğer unsurların siyaset gündemini nasıl etkilediği ile ilgilenmektedir. Bir başka ifadeyle, gündem yapılandırma geleneği, medya ve kamu gündemlerinin, siyaset gündemini nasıl etkilediğini incelerken, gündemlerarası (siyaset-medya-kamu) etkileşimi de analiz sürecine dahil etmektedir. Dolayısıyla, gündem yapılandırma geleneği, gündem kurma yaklaşımı bağlamında gerçekleştirilen araştırmaların da temelini oluşturmaktadır.

Bu bağlamda, gündem kurma (agenda building) yaklaşımının unsurlarını oluşturan üç gündem türü (siyaset, medya ve kamu) için birbirinden farklı üç ayrı araştırma geleneği ve tasarımından söz etmek mümkündür.

*Siyaset gündemi araştırmaları*<sup>(6)</sup>: Siyaset gündeminin belirlenmesi için gerçekleştirilen araştırmaların geleneksel yapısı, siyaset bilimciler, sosyologlar ve diğer disiplinlerden bilim insanları tarafından başlatılmıştır. Bu araştırmalarda, bilim insanlarının yanıt aradıkları en önemli soru 'bir sorunun ya da konunun siyaset gündemine nasıl girdiği' olmuştur (Rogers v.d., 1993, 72). Bu bağlamda, bir sorunun ya da konunun siyaset gündemine nasıl girdiği sorusunun yanıtlanabilmesi için hükümetlerin ya da diğer karar organlarının siyasal kararları nasıl aldığı ve potansiyel olarak varlık gösteren pek çok sorun ya da konu arasından yalnızca bir kısmının siyaset gündeminin üst sıralarına nasıl yerleştiğinin araştırılması gerekmiştir.

Bununla birlikte, genel olarak siyaset gündemi araştırmalarında, hükümet organları, seçilmiş kişiler (devlet başkanı, milletvekili ya da belediye başkanı gibi) ya da yasama organları tarafından ele alınan konular ile bunların medya içerikleri ya da süreçleri ile bağlantıları da incelenmektedir. Ayrıca bu tür araştırmalarda, diğer gündem koyma ve saptama araştırmalarından farklı olarak yeni bir yasanın çıkartılması, yürütmeye ait bir düzenleme, bir konu için ayrılan ödenek miktarı ya da söz konusu konu ile ilgilenmek için açılan bir daire, oluşturulan bir komisyon gibi siyasal bazı eylemler, siyaset gündemi için birer gösterge olarak kabul edilebilmektedir (Yüksel, 2004, 262). Daha genel bir değerlendirme ile siyaset gündemi, "genellikle parlamentoda yapılan günlük konuşma ve toplantılarla, hükümet programları, parti tüzükleri, siyasilerin görüşleri, herhangi bir sorunun çözümüne ayrılan ödenek ya da sorunun çözümü için yapılan girişimler gibi göstergelerle belirlenmektedir (Yüksel, 2000a, 28)".

Siyaset gündemi ile ilgili olarak, evreni temsil etme, maliyet, kontrol ve etik yargılarla hareket edildiğinde, gündeminin belirlenmesi için ilk olarak hükümetlerin iktidarları döneminde yapmayı planladıkları icraatlar ve hedeflerini ortaya koydukları 'hükümet programları ve koalisyon protokolleri' incelenabilir nitelikte görülmektedir (Yüksel, 2000a,28). Ancak, siyaset gündeminin asıl göstergesi, yasama ve yürütme güçlerinin bir çatı altında bulunduğu ve 'siyasilerin ne hakkında konuştuklarına' dair resmi kayıtların tutulduğu TBMM Genel Kurulu'dur (Yüksel, 2000a,28-29). Çünkü söz konusu kayıtlar, siyaset gündemini belirleme araştırmalarında içeriğin ölçümlenebilmesi için de önemli avantajlar sağlamaktadır.

*Medya gündemi araştırmaları*: Bu araştırmalar, medyanın türü, medya içeriğinin ölçümü ve incelenecek zaman aralığının belirlenmesi biçiminde tanımlanabilen araştırma geleneklerini takip etmektedir (Yüksel, 2000b, 100).

## Gündem Koyma ve Saptama Yaklaşımında Bir Araştırma Geleneği ve Tasarımı .....

Bu gelenekler ile bağlantılı olarak medya gündemi araştırmalarının özünü, medya içeriklerinin çözümlenmesi oluşturmaktadır. Bu çözümlenmede, incelenecek zaman aralığında, konu ya da konulara medyanın ilgisini göstermek için yöntem olarak içerik analizinden yararlanılmaktadır (McQuail, 2000, 455). Bununla birlikte, gündem koyma ve saptama araştırmalarında, medya gündeminin (medya içeriğinin) kamu gündemini ne kadar zamanda etkileyeceği, bir başka ifadeyle, bir konunun medya gündeminde yer almasından sonra söz konusu konunun kamu gündemine girebilmesi için ne kadar zamana ihtiyaç duyulduğu sorusu büyük önem taşımaktadır. Gündem koyma ve saptama yaklaşımı, kamunun, medyanın gündeme getirdiği konulara ya da sorunlara ilgi göstereceğini, medya gündemindeki önceliklerin belirli bir zaman diliminde kamunun öncelikleri haline geleceğini öne sürmektedir. Bu öncüle göre, medya gündemi ile kamu gündemi arasında zaman açısından tam bir çakışma yerine, bir ardışıklık ilişkisi söz konusu olmaktadır.

Medya gündeminin, kamu gündemini belirlemesi için belirli bir sürenin geçmiş olması gerektiği ön kabulü, gündem koyma ve saptama araştırmalarının yöntembilimsel temelini oluşturmaktadır. Medya ile kamu gündemleri arasında en yüksek düzeyde korelasyonun sağlanabilmesi için ihtiyaç duyulan zaman ya da optimum zaman aralığı da literatürde '*zaman çerçevesi (time frame)*' olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda, McCombs ve Gilbert, zaman çerçevesini belirleyen beş unsurun söz konusu olduğunu belirtmektedir (aktaran Yüksel, 2001, 68-69):

- Toplam Zaman Çerçevesi (The Overall Time Frame): Araştırmanın kapsamında ele alınan toplam zaman dilimi, toplam zaman çerçevesi olarak nitelendirilmektedir.
- Zaman Aralığı (Time Lag): Bir konunun medya gündeminde yer alması (bağımsız değişken) ile kamu gündeminde yer alması (bağımlı değişken) arasında geçen süre zaman aralığı olarak adlandırılmaktadır.
- Medya Gündeminin Sürekliliği (Duration of the Media Agenda): Bir konunun medya gündeminde kalma süresi, medya gündeminin sürekliliği olarak nitelendirilmektedir.
- Kamu Gündeminin Ölçüm Süresi (The Measurement of Duration of the Public Agenda): Kamu gündemini belirlemek için gerçekleştirilecek olan anketin (kamuoyu araştırması) uygulama süresini ifade etmektedir.
- Optimum Etki Aralığı (The Optimal Effect Span): Bir konunun hem medya gündeminde hem de kamu gündeminde 'en önemli konu' olarak algılanması arasında geçen süreye işaret etmektedir.

Gündem koyma ve saptama araştırmalarında, zaman çerçevesinin unsurlarında yapılan değişiklikler, araştırma sonucunda elde edilen bulgularda önemli farklılıklara yol açmaktadır. Dolayısıyla, zaman çerçevesinin unsurları, araştırmanın temel sorunsalı, amacı, kapsamı ve sınırlılıkları dikkate alınarak tanımlanmaktadır.

Bu bağlamda, Howard Eaton, zaman çerçevesini dikkate aldığı ve ulusal medya gündemi ile kamu gündemini karşılaştırdığı araştırmasında, hangi konuların ne kadar sürede kamu gündemine yerleştiğini incelemiştir (aktaran İrvan, 2001, 91). Elde edilen bulgular, hükümet eleştirisi, enflasyon, nükleer kaza ve savaş korkusu, yoksulluk ve bütçe sıkıntısına ilişkin haberlere gösterilen tepkinin anlık olduğu kanıtlamıştır. Buna göre, konular gündeme getirilir getirilmez kamu gündemine yerleşmektedir.

Bununla birlikte, işsizlik, suç, bütçe açığı ve ekonominin kamu gündemine yerleşmesi, iki ile dört hafta arasında gerçekleşmektedir. Doğrudan deneyim alanı dışında kalan uluslararası konuların kamu gündemine yerleşmesi için on iki haftalık bir zaman dilimine ihtiyaç duyulmaktadır. Bazı konuların medya gündeminden kamu gündemine yerleşmesi için ihtiyaç duyulan zaman aralığı ise, iki ile dört aylık bir süreyi kapsamaktadır (aktaran Erdoğan ve Alemdar, 2005, 180-181).

*Kamu gündemi araştırmaları:* Bu araştırmalar, '*karşılaştırmalı hiyerarşi çalışmaları*' ve '*derinlemesine çalışmalar*' şeklinde tanımlanan iki ana gelenek çerçevesinde



gerçekleştirilmektedir. Karşılaştırmalı hiyerarşi çalışmalarında, zamanın belirli bir anında kamu gündemindeki ana konuların hiyerarşisi ele alınarak bir karşılaştırma verisi elde edilmektedir. Bu çalışmalarda, konuların medya ve kamu gündemlerindeki önemliliklerine ilişkin hiyerarşik bir karşılaştırma yapılmaktadır. Derinlemesine çalışmalarda ise, bir ya da iki konu ele alınmakta ve daha uzun bir dönemde, söz konusu konunun ya da konuların zaman içerisinde gündemden düşüşü ve yükselişi değerlendirilmektedir. 'Doğal tarih yaklaşımı' olarak da adlandırılan bu tür çalışmalarda, ele alınan konu ya da konuların medya ve kamu gündemlerindeki yeri ve önemi genellikle aylık ölçeklerde belirlenmekte ve konu ya da konuların gündemden düşüş ve yükseliş dönemleri arasındaki ilişkiler karşılaştırılmaktadır (Yüksel, 2000b, 105-107).

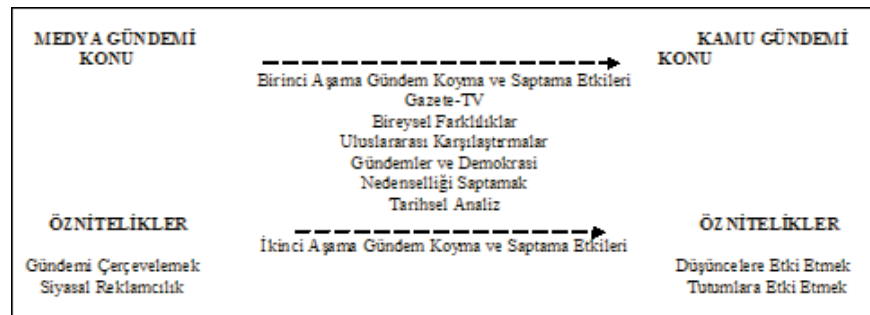
## 2.2.Gündem Koyma ve Saptama Yaklaşımında İkinci Aşama (Çerçeveleme) Araştırmalar

Geleneksel gündem koyma ve saptama araştırmaları, bir başka ifadeyle, birinci aşama gündem koyma ve saptama araştırmaları, *medya gündemini yapılandırılan süreci* dikkate almadan, medya gündemini verilen olarak ele almakta ve kamunun ne hakkında düşündüğünü ya da konuştuğunu belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu araştırmalara alternatif bir diğer araştırma geleneğini de, *çerçeveleme araştırmaları* oluşturmaktadır. İkinci aşama gündem koyma ve saptama araştırmalarının da temelini oluşturan bu araştırmalar<sup>(7)</sup>, kamu gündeminin belirlenmesine ilişkin farklı bir bakış açısı sağlamaktadır.

Bu bağlamda, Price ve Tewksbury (1997, 184), birinci aşama (geleneksel) gündem koyma ve saptama araştırmaları ile ikinci aşama (çerçeveleme) gündem koyma ve saptama araştırmaları arasındaki farka dikkat çekmektedir<sup>(8)</sup>. Onlara göre, geleneksel gündem koyma ve saptama araştırmaları, dolaylı olarak öne çıkarma (priming) aracılığıyla konunun öneminin kamusal algılamalarının bir belirleyicisi olarak haber konusunun seçilmesi üzerine odaklanmaktadır. İkinci aşama (çerçeveleme) gündem koyma ve saptama araştırmaları ise, haber medyası tarafından yer ve zaman ayırmak için seçilen konular üzerinde değil, bu konuların belirli sunum biçimleri üzerinde odaklanmaktadır. Çerçevelemenin sonuçları da, bireysel ya da toplumsal düzeyde incelenmektedir.

Şekil 3'de görüldüğü gibi, birinci aşama (geleneksel) gündem koyma ve saptama araştırmaları, medyanın konuya ya da nesneye dikkat çekerek belirli konuları kamu gündemine nasıl yerleştirdiği ile ilgilenirken, ikinci aşama (çerçeveleme) gündem koyma ve saptama araştırmaları, özniteliklere dikkat çekerek nesne ya da konu tasvirlerinin medyadan alıcıya nasıl iletildiğini incelemektedir (Takeshita, 1997, 15-27). Bir başka ifadeyle, birinci ya da geleneksel aşamada, konunun ya da konuların önemliliğinin medyadan kamu gündemine geçişi incelenirken, ikinci aşamada, haberlerin çerçevesi yoluyla konu ya da konulara eklenen sıfatların (*konuların tasvir edilme biçimini belirleyen tutumlar ya da öznitelikler*) geçişi incelenmektedir. Bu nedenle, ikinci aşama araştırmalar, geleneksel araştırmaların aksine, kamunun hangi konu ya da konular hakkında düşündüğü sorusu ile değil, konu ya da konular hakkında neyi ve nasıl düşündüğü sorusu ile ilgilenmektedir.

Şekil 3: Birinci ve İkinci Aşama Gündem Koyma ve Saptama Etkileri



Kaynak: McCombs v.d. 1997: xi

## Gündem Koyma ve Saptama Yaklaşımında Bir Araştırma Geleneği ve Tasarımı .....

İkinci aşama gündem koyma ve saptama, her gündemin nesnelere (konulardan) oluştuğunu ve her bir nesnenin de özelliklerinin (özniteliklerinin) var olduğunu varsaymaktadır. Bu bağlamda, Ghanem (1997, 4), ikinci aşama gündem koyma ve saptama araştırmalarında test edilen ve nesnelere özelliklerine ilişkin iki hipotezden söz etmektedir. Bu hipotezlerden birincisi, medyada yer ve zaman ayrılan bir konunun ya da nesnenin özelliklerinin vurgulanmasının, kamunun bu konu ya da nesne hakkındaki düşüncesini etkilediğini ifade etmektedir. Bu hipotezlerden ikincisi ise, medyada yer ve zaman ayrılan bir konunun ya da nesnenin özelliklerinin vurgulanmasının, konunun ya da nesnenin kamu gündemindeki dikkat çekiciliğini etkilediğini ifade etmektedir.

İkinci aşama gündem koyma ve saptama alanında gerçekleştirilen araştırmaların öncüllerinden biri, Yagade ve Dozier (1990, 3-10) tarafından yapılmıştır. Bu çalışma, soyut ya da somut konular gibi kavramsal yapı ya da konular üzerinde kurulmuş olan, bir başka ifadeyle, kavramsal yapı ya da konulara dayanmış olan kamu gündemini analiz etmek için gerçekleştirilmiştir. Time dergisinde yayımlanan iki somut ve iki soyut konunun içerik analizi, medyanın konunun özgüllüğü üzerinde kurulmuş olan haberleri çerçeveleme yeteneğini belirlemek için karşılaştırılmıştır. Yagade ve Dozier, çalışmalarında, medyanın, özgül haber olaylarına dayanan gündemi belirlediğini varsayımlardır. Çünkü bu olaylar üzerinde kamunun düşünebilmesi ve soyut konularla (bu konularla kamunun ilişki kurabilmesi daha zordur) karşılaştırma yapabilmesi daha kolaydır. Onlara göre, kamu gündemi, medyanın somut ya soyut bir konuyu çerçevelemek için verdiği kararların sonucunda belirlenmiştir. Medya gündemi incelendiğinde somut bir konunun yükseldiği ya da gündemde daha fazla yer aldığı görülürken, soyut bir konunun kamu gündeminde önemli bir yükselme ya da artış göstermediği görülmüş ve bu bulgular hipotezi doğrulamıştır.

Bununla birlikte, ikinci aşama gündem koyma ve saptama araştırmaları, bir kuramsal yaklaşım olan *çerçeveleme* yaklaşımına dayanmaktadır. Bu bağlamda, ikinci aşama gündem koyma ve saptama araştırmaları, *çerçeveleme sürecinin* ikinci aşamasına, yani *çerçeve belirleme* aşamasına karşılık gelmektedir. Çerçeveleme sürecini ve bu sürecin ikinci aşaması olan çerçeve belirleme ya da bir başka ifadeyle, ikinci aşama gündem koyma ve saptama aşamasını daha iyi kavrayabilmek için çerçeveleme yaklaşımını genel hatlarıyla incelemek gerekmektedir.

Çerçeveleme yaklaşımı, iki aşamalı dinamik bir süreci ifade etmektedir. Bu süreç, *çerçeve kurma-frame building* (çerçevelerin ortaya çıkışı) ve *çerçeve belirleme-frame setting* (medya çerçeveleri ve izleyici-okur eğilimleri arasındaki karşılıklı etkileşim) olmak üzere iki aşamadan oluşmaktadır. Çerçeveleme<sup>(9)</sup> sürecine yönelik kuramsal ve ampirik yaklaşımları değerlendirebilmek için öncelikle *çerçeveleme* (framing) ve *haber çerçevesi* (news frame) kavramlarına açıklık getirmek gerektiği düşünülmektedir. Bu bağlamda, literatüre bakıldığında çok sayıda çerçeveleme ve haber çerçevesi tanımlamasının var olduğu görülmektedir.

Bu tanımlamalar içerisinde en bilinen ve yaygın olan tanımlamayı Robert Entman yapmıştır. Entman'a (1993: 52) göre, çerçeveleme, algılanan bir gerçekliğin bazı yönlerini seçmek ve bir haber metninde bu yönleri ifade etmek için belirli bir problemi tanımlamak, nedensel açıklama yapmak, ahlaki değerlendirmede bulunmak ya da konuyu ele alış tarzına yönelik önermeler ortaya koymak gibi yöntemlerle haber metninde gerçekliğin bazı yönlerini daha çarpıcı hale getirmektir. McQuail'e (2005, 555) göre, çerçeveleme, iki temel anlamı içinde barındırmaktadır. Birincisi, gazeteciler tarafından tipik olarak, bazı alışılmış referans çerçeveleri dahilinde ve bazı gizli anlam yapılarına göre, haber içeriğinin şekillendirilme ve bağlam içine yerleştirilme biçimine gönderme yapmaktadır. İkincisi, kamu üzerindeki çerçeveleme etkisi ile ilgilidir. İzleyicilerin-okurların, gazeteciler tarafından sunulan referans çerçevelerini benimsedikleri ve dünyayı benzer bir biçimde gördükleri düşünülmektedir. Ayrıca, bu süreç, gündem koyma ve saptama (agenda setting) ile ilgilidir. Iyengar'a (1991, 11) göre, çerçeveleme kavramı, problemlerin ifade edilmesinde ve sunulmasında güç fark edilen ya da algılanan değişikliklere gönderme yapmaktadır. Ona göre, sorumluluk (problemin sorumlusu kimdir?) ve

çözüm (problemi kim çözebilir?), çerçevelemenin merkezinde yer almaktadır. Nelson ve diğerlerine (1997, 567) göre de, çerçeveleme, haber örgütü gibi bir iletişim kaynağı tarafından siyasal bir konuyu ya da kamusal bir tartışmayı tanımlama ve inşa etme sürecidir. Reese'e (2001, 7) göre ise, çerçeveleme, olayların ve konuların düzenlenme ve özellikle medya, medya profesyonelleri ve onların izleyicileri-okurları tarafından anlaşılma biçimine gönderme yapmaktadır. Goffman (aktaran Atabek ve Uztuğ, 1998, 99) ise, çerçeveleme ile ilgili olarak daha kapsamlı bir yaklaşım önermiştir:

“Bazı çerçeveler varlıkların, önermelerin ve kuralların bir sistemi olarak açık seçiktir, diğer büyük bir kısmı ise, bir yaklaşımın ya da bakış açısının bilgisini sağlamada yetersizdir. Bununla birlikte, yapılandırma düzeyi ne olursa olsun her çerçeve kullanıcılarına, çerçevenin sınırları içinde tanımlanan, görünüşte (gerçekte olmayan) sınırsız sayıdaki somut olayların belirlenmesi, kavranması ve adlandırılması için olanaklar sağlamaktadır”.

Gitlin (1980, 7), haber çerçevelerini, söylemi rutin olarak düzenleyen gazeteciler aracılığıyla, kavramanın, yorumun, sunumun, seçilmenin, vurgulamanın ve dışlamanın sürekli örnekleri olarak tanımlamıştır. Gamson ve Modigliani'e (1987, 143) göre de, haber çerçevesi, olayların ortaya çıkan bir parçasına anlam ve önem veren düzenleyici bir temel düşünce ya da olay dizisidir. Çerçeve, konunun ya da sorunun niteliği hakkındaki tartışmanın ne olduğunu ifade etmektedir.

Çerçeveleme sürecine yönelik kuramsal ve ampirik yaklaşımlar genel olarak, çerçeve kurma-frame building (çerçevelerin ortaya çıkışı) ve çerçeve belirleme-frame setting (haber çerçeveleri ve okur-izleyici eğilimleri arasındaki karşılıklı etkileşim) aşamalarını kapsayan oldukça dinamik bir sürece gönderme yapmaktadır. Bu bağlamda, haber çerçeveleri, gazeteci-haberci, metin, alıcı (izleyici-okur) ve kültürün dahil olduğu çeşitli bileşenlerin karşılıklı etkileşimi sonucunda şekillenmektedir. Bu bileşenler, farklı aşamalardan oluşan bir çerçeveleme süreci için ayrılmaz bir bütünü oluşturmaktadır (aktaran Vreese, 2005, 52-53).

Çerçeve kurma, haber çerçevelerinin yapısal niteliklerini etkileyen unsurlara işaret etmektedir. Gazeteciliğe özgü unsurlar, gazetecilerin ve haber örgütlerinin konuları nasıl çerçevelemesi gerektiğinin sınırlarını çizmektedir. Bununla birlikte, gazetecilik pratiklerinin dışında yer alan unsurlar da, gazeteciliğe özgü unsurlarla aynı derecede önemlidir. Çerçeve kurma aşaması, gazeteciler ile siyasi aktörler ve sosyo-ekonomik gündem arasındaki sürekli etkileşim içerisinde meydana gelmektedir. Çerçeve kurma aşamasının sonucunda ortaya çıkan haber çerçeveleri, haber metninde açıkça görülebilen çerçevelerdir (aktaran Vreese, 2005, 52).

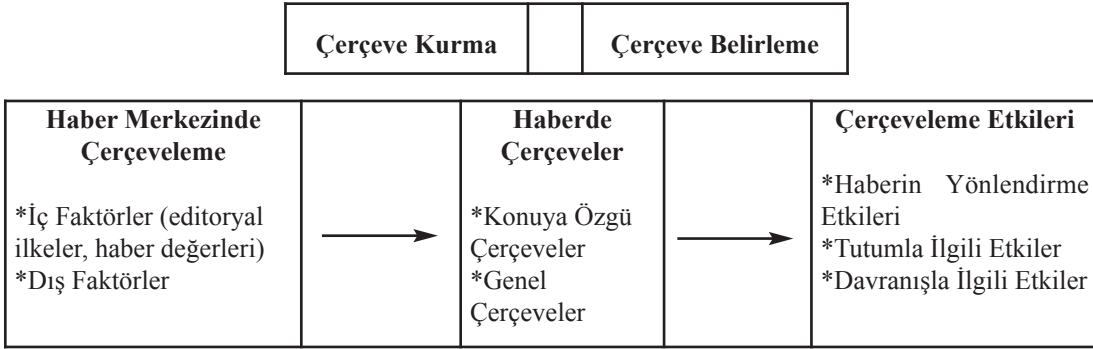
Bu bağlamda, çerçeve kurma aşamasında, haber kuruluşlarının işleyiş özellikleri, haber çerçevelerinin oluşumunu belirlemekte; bu çerçeveler de toplumsal anlamın dolaşımını sınırlandırmakta ve nihayetinde de sınırlandırılmış anlamlar toplumsal gerçekliğin inşasına yol açmaktadır (Dursun, 2004, 43). Ayrıca, habere konu olan ve ona içerik kazandıran her olayın belirli bir biçimde öykülendirilmesi sonucunda haber, bir tekrar yapısına dönüşmekte, bu tekrar da, haberi, bir bakıma değişenleri değil, değişmeyenleri gösteren bir bilgi türüne çevirmektedir (Dursun, 2005, 80-81). Dolayısıyla, çerçevelerin oluşumu medya rutinlerinin bir parçası haline gelmektedir.

*Çerçeve belirleme*<sup>(10)</sup> ise, haber çerçeveleri ile bireylerin öncelikli bilgisi ve eğilimleri arasındaki etkileşime işaret etmektedir. Haberdeki çerçeveler, öğrenmeyi, yorumu, konuların ve olayların değerlendirilmesini etkileyebilmektedir. Çerçeveleme sürecinin bu aşaması, medya araştırmaları alanında en ayrıntılı şekilde ele alınan aşamadır. Çerçevelemenin sonuçları, bireysel ya da toplumsal düzeyde tasavvur edilebilmektedir. Bireysel düzeyde, açıkça ortaya çıkan belirli çerçevelere dayanan bir konu hakkındaki tutumlar değişebilmektedir (aktaran Vreese, 2005, 52). Ayrıca, gazetecilerin ve editörlerin, okurları için çizdiği haritalar, haber sunumu modelleri ya da çerçeveler, bilişsel olarak kamu tartışmasının şekillenmesine, okurların bilgi seviyesinin etkilenmesine ve siyasi sorumluluk yüklenmesine hizmet etmektedir (Callaghan ve Schnell, 2001, 187). Haber metinlerinin temel işlevlerinden biri, okura sunduğu bilgi modeli aracılığıyla, okuru

haberdar etmektir. Bu bilgi modeli okurda oluşurken, belleğinde var olan diğer bilgilerle kurulan ilişki anlamının da temelini oluşturmaktadır (Yalçın, 2001, 139). Dolayısıyla, haber çerçeveleri, yalnızca bilişsel olarak kamu tartışmasının şekillenmesine değil, aynı zamanda okurların bilgi seviyesinin etkilenmesine ve siyasi sorumluluk yüklenerek *tutumlarının* değişmesine de neden olabilmektedir.

**Şekil 4**'de gösterilen '*Bütünleşik Çerçeveleme Süreci Modeli*'nde de görüldüğü gibi, ikinci aşama (çerçeveleme) gündem koyma ve saptama araştırmaları için haber çerçevelerinin kullanımları ve etkileri (çerçeve belirleme) ile ilgili araştırmalar ve içerikle (çerçeve kurma) ilgili olarak da, haber üretiminin özellikleri ile bağlantılı araştırmalar tasarlamak mümkün olabilmektedir.

**Şekil 4: Bütünleşik Çerçeveleme Süreci Modeli**



**Kaynak: Vreese, 2005, 52**

Bununla birlikte, çerçeveleme sürecinde, çerçeveler, hem bağımsız hem de bağımlı değişkenler olarak değerlendirilebilmektedir. Örneğin, haber çerçeveleri; örgütsel baskılar, habercilik rutinleri ve seçkin söyleminin dahil olduğu üretim sürecinin çıktıları ya da ürünleri olarak değerlendirilen bağımlı değişkenler gibi incelenebilirken, aynı zamanda izleyici-okur eğilimlerinin öncelikleri gibi bağımsız değişkenler olarak da ele alınabilmektedir.

### **Genel Değerlendirme**

Bu çalışma, medya araştırmaları ve siyasal iletişim alanında güncelliğini koruyan iki kuramsal yaklaşıma -gündem koyma ve saptama (agenda setting) ile çerçeveleme (framing)- ve bu yaklaşımlar ile ilişkili olan araştırma geleneklerine ve tasarımlarına odaklanmıştır. Gündem koyma ve saptama yaklaşımı, medyanın; kamunun hangi konu ya da konular hakkında düşünceğini ya da konuşacağını belirleyebilme gücüne sahip olduğunu öne süren temel bir argümana dayanmaktadır. Bu yaklaşıma göre, medyanın kendi önceliklerini dikkate alarak belirlediği önem sırasına uygun bir şekilde yayımlanan haberler, zaman içinde izleyiciler-okurlar tarafından da benzer bir şekilde önemli olarak algılanmaktadır. Medya ve kamu gündemleri arasındaki korelasyonun derecesi ya da şiddeti, öncelikler ve önemlilikler listesinde yer alan konu kategorilerine ya da haberlerin sayısına göre değişmektedir. Bu bağlamda, gündem koyma ve saptama yaklaşımına yöneltilen en önemli eleştirisi, bu yaklaşım çerçevesinde gerçekleştirilen araştırmaların hedefinin, yani ulaşmak istenilen sonuçların çok sınırlı oluşudur. Dolayısıyla, bu araştırmalarda, medya gündemindeki konu sıralaması ile kamu gündemindeki konu sıralamasının örtüşüp örtüşmediğinin, yani medya ve kamu gündemlerinin benzerlik gösterip göstermediğinin belirlenmeli ve gündemlerin benzerliği ya da aynılığı söz konusu ise, bunun nedenlerinin bulunması temel amaç olarak ortaya konulmalıdır. Medya ve kamu arasındaki ilişkiyi araştıran bu çalışmalarda, gündem koyma ve saptama araştırmalarının mevcut potansiyelinin ve sınırlılıklarının ortaya konulabilmesi için alternatif bakış açıları ele alınmalıdır. Bu noktada, *medya gündemini yapılandıran süreci* dikkate almadan, medya gündemini verilen olarak ele alan ve kamunun ne hakkında düşündüğünü ya da konuştuğunu belirlemeyi amaçlayan araştırmalara alternatif bir diğer araştırma geleneği -*ikinci aşama gündem koyma ve saptama araştırmalarının*

*da temelini oluşturan çerçeveleme araştırmaları- gündem koyma ve saptama araştırmalarına ilişkin farklı bir bakış açısı sağlamaktadır.*

### **Kaynakça**

- Armağan Ahsen (2007). Ethics İn Agenda Building Process in Press Organizations: A Behavioral Approach. *Journal Of Social Sciences Of The Turkish World: Bilig* 41: 69-87.
- Atabek Nejdet (2002). Kamuoyu Medya ve Demokrasi. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Dergisi: Kurgu* 19: 223-238.
- Atabek Nejdet ve Uztuğ Ferruh (1998). Haberlerde Çerçeveleme ve Öne Çıkarma. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Dergisi: Kurgu* 15: 96-105.
- Callaghan Karen And Schnell Frauke (2001). Assessing The Democratic Debate: How The News Media Frame Elite Policy Discourse. *Political Communication* 18: 183-212.
- Craft Stephanie And Wanta Wayne (2004). U.S. Public Concerns in The Aftermath of 9-11: A Test of Second Level Agenda Setting. *International Journal Of Public Opinion Research* 16 (4): 456-463
- Dearing James W And Rogers Everett M (1996). *Communication Concepts: 6 Agenda-Setting*, Thousand Oaks, Sage.
- Dursun Çiler (2004). Haberde ‘Gerçekliğin İnşa Edilmesi’ Ne Demektir. Ç. Dursun (Der.), Haber Hakikat ve İktidar İlişkisi, Ankara: Elips Kitap, 37-65.
- Dursun Çiler (2005). Haber Ve Habercilik-Gazetecilik Üzerine Düşünmek, S. Alankuş (Der.), Habercinin El Kitabı Dizisi: Gazetecilik ve Habercilik, İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 69-90.
- Entman Robert (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal Of Communication* 43 (4): 51-58.
- Entman Robert (2007) Framing Bias: Media in The Distribution Of Power. *Journal Of Communication* 57 (1): 163-173.
- Erdoğan İrfan ve Alemdar Korkmaz (2005). Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuram Ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi, Ankara: Erk Yayınları.
- Gamson William A and Modigliani A (1987). The Changing Culture Of Affirmative Action. *Research İn Political Sociology* 3: 137-177.
- Ghanem Salma (1997). Filling İn The Tapestry: The Second Level of Agenda Setting. Maxwell Mccombs Et Al (Eds.), *Communication And Democracy: Exploring The Intellectual Frontiers İn Agenda-Setting Theory*, Mahwah, Nj: Lawrence Erlbaum, 3-14.
- Gitlin Todd (1980). *The Whole World is Watching*. Berkeley: University of California Pres.
- Gökçe Orhan (2002). *İletişim Bilimine Giriş*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Güz Nurettin (1996). Türk Basınında Gündem Oluşturma. *Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı (II)* 12: 982-997
- Hazar Murat Ç (2002). Medyanın Sosyolojik İşlevlerinden Gündem Kurma. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi: İletişim* 16: 47-69.
- Iyengar Shanto (1991). *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago: University of Chicago Pres.
- Iyengar Shanto and Simon Adam (1993). News Coverage Of The Gulf Crisis And Public Opinion: A Study Of Agenda-Setting, Priming And Framing. *Communication Research* 20 (3): 365-38

## Gündem Koyma ve Saptama Yaklaşımında Bir Araştırma Geleneği ve Tasarımı .....

- Iyengar Shanto (2002). Siyasette Erişim Yanlılığı: Televizyon Haberleri ve Kamuoyu. Süleyman İrvan (Der.), Medya Kültür Siyaset, Ankara, Alp Yayınevi, 393-41
- İrvan Süleyman (2001). Gündem Belirleme Yaklaşımının Genel Bir Değerlendirmesi. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi: İletişim 9: 69-10
- Kepplinger Hans M (2003). İletişim Araştırmalarında Paradigma Değişmesi. Murat Sadullah Çebi (Der. ve Çev.), Medya Etki Araştırmaları. Ankara: Alternatif Yayınları, 39-6
- Kiousis Spiro And Mccombs Max (2004). Agenda-Setting Effects And Attitude Strength: Political Figures During The 1996 Presidential Election. Communication Research 31 (1): 36-57
- Mccombs Maxwell (2005). Setting The Agenda: The Mass Media And Public Opinion. Cambridge, UK: Polity Press-Madlen, USA: Blackwell Publication
- Mccombs Maxwell Et Al (1997). Prologue: The Game İs Afoot. Maxwell Mccombs Et Al (Eds.), Communication And Democracy: Exploring The Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory, Mahwah, Nj: Lawrence Erlbaum, IX-XIII
- Mccombs Maxwell Et Al (1997). Candidate Images in Spanish Elections: Second Level Agenda Setting Effects”, Journalism And Mass Communication Quarterly 74 (4): 703-71
- Mcquail Denis (2000). Mass Communication Theory. London: Sage Publications.
- Mcquail Denis (2005). Mass Communication Theory. London: Sage Publications.
- Milburn Michael A (1998). Sosyal Psikolojik Açından Kamuoyu ve Siyaset. Çev. Ali Dönmez ve Veli Uyan, Ankara: İmge Kitabevi
- Nelson Thomas E Et Al (1997). Media Framing of A Civil Liberties Conflict and its Effect On Tolerance”, American Political Science Review 91 (3): 567-58
- Price Vincent and Tewksbury David (1997). News Values And Public Opinion: A Theoretical Account of Media Priming And Framing. George A Barnett And Franklin J Boster (Eds.), Progress in Communication Sciences: Advances in Persuasion, Greenwich, Ct: Ablex, 173-21
- Reese Stephen D (2001). Prologue-Framing Public Life: A Bridging Model For Media Research. Stephen D Reese Et Al (Eds.), Framing Public Life: Perspectives On Media And Our Understanding Of The Social World, Mahwah, Nj: Lawrence Erlbaum, 7-3
- Rogers Everett M and Dearing James W (1988). Agenda Setting Research: Where Has It Been, Where Is It Going?. J A Anderson (Ed.), Communication Yearbook, 11, Newbury Park, Ca: Sage, 555-594
- Rogers Everett M Et Al (1993). The Anatomy Of Agenda Setting Research. Journal Of Communication 43 (2): 68-84
- Scheufele Dietram A and Tewksbury David (2007). Framing Agenda Setting and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. Journal Of Communication 57 (1): 9-2
- Severin Werner J ve Tankard James W (1994). İletişim Kuramları: Kökenleri Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımları. Çev. Ali Atıf Bir ve N. Serdar Sever, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Kibele Sanat Merkezi Yayını
- Takeshita Toshio (1997). Exploring The Media’s Roles in Defining Reality: From Issue-Agenda Setting to Attribute-Agenda Setting”. Maxwell Mccombs Et Al (Eds.). Communication And Democracy: Exploring The Intellectual Frontiers İn Agenda-Setting Theory, Mahwah, Nj: Lawrence Erlbaum, 15-2
- Terkan Banu (2005). Gündem Belirleme-Medya ve Siyasal Gündem Üzerine Bir Çalışma. Konya:

Tablet Basım Yayın.

- Waldahl Ragnar (1994). Siyasal Tutumlar ve Kamuoyu. Çev. Süleyman İrvan, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi: İletişim 1-2: 57-82.
- Weaver David H (1999). Medya Gündem Kurması ve Kamuoyu: Bir Bağlantı Var Mı?”, Çev. Zülfikar Damlapınar, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi: Selçuk İletişim 1 (1): 140-147.
- Weaver David H (2001). Medya Gündem Kurması ve Medya Manipülasyonu. Çev. Zülfikar Damlapınar, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi: Selçuk İletişim 1 (4): 44-56.
- Weaver David H (2007). Thoughts On Agenda Setting, Framing And Priming. Journal Of Communication 57 (1): 142-147.
- Vreese Claes H De (2005). News Framing: Theory And Typology. Information Design Journal+Document Design 13 (1): 51-62.
- Yalçın Güler Ü (2001). Türk Basınında Haber Metinlerinin Yapısı. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi: İletişim 9: 137-148.
- Yagade Aileen And Dozier David M (1990). The Media Agenda Setting Effects of Concrete Versus Abstract Issues. Journalism Quarterly 67: 3-10.
- Yüksel Erkan (2000a). Basın ve Siyaset Gündeminde Özelleştirme: Özelleştirme Konusu Üzerine Bir Gündem Belirleme Araştırması, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Yüksel Erkan (2000b). Medyanın Gücü ve Gündem Belirleme Araştırmaları. Medya ve Kültür, 1. Ulusal İletişim Sempozyumu Bildirileri, İletişim Dergisi Yayınları, 97-122.
- Yüksel Erkan (2001). Medyanın Gündem Belirleme Gücü. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Yüksel Erkan (2004). Medya Güvenlik Kurulu. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

### Son Notlar

(1) İngilizce karşılığı ‘agenda setting’ olan ‘gündem koyma ve saptama’ kavramı, Türkçe literatürde yaygın bir kullanım alanı bulurken, bazı çalışmalarda, gündem oluşturma, gündem kurma ve gündem belirleme gibi farklı kavramların da kullanıldığı görülmektedir [Bakınız. GÜZ Nurettin (1996), “Türk Basınında Gündem Oluşturma”, Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı (II) 12: 982-997, Bakınız. HAZAR Murat Ç (2002), “Medyanın Sosyolojik İşlevlerinden Gündem Kurma”, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi: İletişim 16: 47-69, Bakınız. YÜKSEL Erkan (2001), Medyanın Gündem Belirleme Gücü, Konya, Çizgi Kitabevi Yayınları].

(2) Gündem koyma ve saptama araştırmaları, bireylerin konu ya da konulara vermiş oldukları önemi ve bu öneme nasıl ulaştıklarını araştırdığı için bilişsel psikoloji ile benzeşmektedir. Bilişsel psikoloji, bireyleri koşullanma ya da yönlendirme nesnelere olarak değil, aktif bilgi arayıcıları ve sorun çözümleri olarak görmektedir (Severin ve Tankard 1994: 368-369).

(3) Medyanın gündem koyma ve saptama etkisi, bireylerin bu tür bir etkiden tam olarak haberdar olmaksızın medyadan etkilenmesi anlamında, ‘medya manipülasyonunun potansiyeli’ni ortaya koymaktadır. Ancak bu potansiyele karşın, medyanın gündem koyma ve saptama etkisini, bu etkiye karşı işleyen ‘aracı faktörler’in de var olması nedeniyle, tam anlamıyla medya manipülasyonunun bir şekli olarak kabul etmek de mümkün değildir. Medya manipülasyonunun potansiyeli anlamında, gündem koyma ve saptama araştırmalarında elde edilen bulgular, ‘medya vurgulaması’nın zaman içinde belirli toplumsal grupların en çok ilgileneceği konunun ya da konuların ne ya da neler olacağını etkileyebileceğini göstermektedir. Medya manipülasyonunun bir diğer potansiyeli de, izleyicilerin-okurların, ‘dolaylı öğrenilen konular-unobstrusive issues’ (dış politika gibi) hakkında enformasyon elde etmek ve bunlardan haberdar olmak için haber medyasına bağımlı olmasından kaynaklanmaktadır. Görece çok sayıda bireyin haber tüketim alışkanlıkları günlük gazete ya da televizyon haberleri ile sınırlıdır. Dolayısıyla bu durum,

## Gündem Koyma ve Saptama Yaklaşımında Bir Araştırma Geleneği ve Tasarımı .....

medya manipülasyonunun potansiyelini artırmaktadır. Medyanın gündem koyma ve saptama etkisi ve manipülasyon potansiyeli üzerindeki en açık engel, bir başka ifadeyle, aracı faktör ise, 'kişisel bilgi'dir. Kişisel bilgi, bir konunun öneminin belirlenmesinde, medyadan görece daha güçlü olabilmektedir. Bir diğer aracı faktör de, 'kişisel tecrübe'dir. Kişiler arasında çeşitli konuların tartışılma oranı arttığında, olası medya manipülasyonunun potansiyeli azalmaktadır. Medyanın gündem koyma ve saptama etkisi ve manipülasyon potansiyeline karşı işleyen diğer aracı faktörler de, 'seçici süreçler (maruz kalma, algılama ve alıkoyma)'dir. Bunlara ek olarak, bireylerin 'ihtiyaçları ve ilgileri'nden kaynaklanan bir motivasyonun meydana gelmesi, medya manipülasyonuna karşı işleyen bir süreç olarak değerlendirilebilmektedir. Çünkü bireylerin ihtiyaçları ve ilgileri, görece daha eğitilmiş ve yüksek statüye sahip kişilerin gazete ve televizyonun dışında başka kaynaklardan enformasyon elde etmesine ya da en azından bu tür bir girişimde bulunmasına neden olabilmektedir. Ayrıca, gazete ve televizyondan enformasyon arama ve elde etme motivasyonu, olası medya etkisinin bir miktar farkında olduğuna da işaret etmektedir. Bir başka ifadeyle, aktif olarak medyadan enformasyon elde etmeye çalışan birey, genellikle ilgi duyduğu konuların, medya vurgulamasının bir sonucu olduğunun farkında olabilmektedir (Weaver 2001: 52-54).

(4) Bu tip araştırmalarda, tesadüfi olarak seçilmiş bireylere kendilerini en çok ilgilendiren konular hakkında sorular sorulmaktadır. Bu bireylerden genellikle bir ya da iki konudan ya da sorundan bahseden cevaplar alınmaktadır. Bireylerden alınan bu cevaplar, bir grupta ya da gruplar arasında, bireylerin yansıttığı konuların bir sıralaması içinde bir araya getirilmektedir. Bu nedenle, hemen hemen bütün gündem koyma ve saptama araştırmalarında, medyanın bireylerin gündemini etkilediğini değil, ancak, daha çok medyanın bireyleri temsil eden gruplar arasında en önemli konuların dağılımını etkilediğini söylemek mümkün olmaktadır (Weaver 2001: 50).

(5) Everett Rogers ve James Dearing, 1988 yılında yayımladıkları çalışmalarında, iki tür araştırma geleneğinden söz etmişlerdir: 'Gündem koyma ve saptama' ve 'gündem yapılandırma' (Bakınız: Rogers ve Dearing 1988: 555-594). Ancak, daha sonra bu bilim insanları, 1996 yılında yayımlanan çalışmalarında bu iki araştırma geleneğini, 'Gündem koyma ve saptama' adı altında birleştirmişlerdir (Bakınız: Dearing ve Rogers 1996: 5-6 ve 16-17). Dolayısıyla, söz konusu araştırma gelenekleri bir çatı altında toplanmıştır. Ancak, bu çalışmada, söz konusu gelenekler ve izledikleri yöntem ya da teknikler ayrı ayrı ele alınmaktadır.

(6) Siyasa gündemi araştırmaları, yasama ve yürütme güçlerini ellerinde bulduran siyasetçilerin medyadan (medya gündeminden) etkilendiğini varsaymaktadır. Ancak, bu araştırmalar yalnızca bu varsayım etrafında gerçekleştirilen araştırmalar olarak nitelendirilmemektedir. Siyasa gündemi araştırmalarında, başka sorulara da yanıt aranmaya çalışılmaktadır. Medya iletilerinin siyasal olarak yanlı olup olmadığı, siyasal yanlılık söz konusu ise, bu yanlılığın yönünün ve kaynağının ne olduğu, toplumsal ve ekonomik bağlamın siyasal olayları ne ölçüde etkilediği, medyada siyasal olaylara ayrılan yerin ya da zamanın bireylerin siyasal düşünce ve tutumlarını nasıl etkilediği gibi sorulara da yanıt aranmaktadır (Bakınız: Milburn 1998: 23-31).

(7) McCombs ve arkadaşlarının, 1997 yılında yayımlanan araştırmalarında, İspanyol seçmenlerin adaylara yönelik imajları ile medya haberleri ve reklamları arasında tutum transferini gösteren anlamlı bir ilişki (pozitif) bulunmuştur. Bu bağlamda, medyanın insanların nasıl düşüneceklerini belirleme gücüne de sahip olduğu öne sürülmüştür. Bu duruma da, 'İkinci Aşama Gündem Koyma ve Saptama-Second Level Agenda Setting' adı verilmiştir (McCombs v.d. 1997: 703-717).

(8) Geleneksel gündem koyma ve saptama, medya içeriğinin, insanların ne hakkında düşüneceklerini etkilediğini öne sürerken, ikinci aşama gündem koyma ve saptama, medya içeriğinin, insanların nasıl düşünceleri gerektiğini ya da düşündükleri konuları çerçeveleme biçimlerini etkilediğini öne sürmektedir (Craft ve Wanta 2004: 456).

(9) 1970'li yıllarda gerçekleşen dikkat çekici bir paradigma değişimi sonucunda, Noelle-Neumann ile George Gerbner, medyanın, izleyici-okur kitlesi üzerinde güçlü ve uzun süreli etkilere sahip olduğunu varsaymıştır. Siyasal iletişim alanında, bu varsayımın bir uzantısı olan gündem koyma ve saptama araştırmaları ortaya çıkmıştır. McCombs ve Shaw'ın dönüm noktası olarak kabul edilen çalışması, araştırmacıların ilgisinin etki konusu üzerinde yoğunlaşmasını sağlamıştır. Gündem koyma ve saptamada algısal bir süreç olarak çerçeveleme (framing) araştırmaları ise, siyasal iletişim alanında son zamanlarda ortaya çıkan bir başka paradigma değişimine işaret etmiştir. Sonuç olarak, 1980'ler ve 1990'ların başında, siyasal etki araştırmalarının en son aşamasına gelinmiştir (Scheufele ve Tewksbury 2007: 10-11).

(10) Gündem koyma ve saptama, başarılı bir şekilde, hem kamunun hem de hükümetin dikkatini çeken problemleri tanımlama işlevini yerine getirdiği için çerçevelemenin bir başka şekli olarak da görülmektedir (Entman 2007: 164).