

SIYASAL NİTELİKLİ KAMUOYU ARAŞTIRMALARI VE 24 ARALIK 1995 GENEL SEÇİMLER ÖRNEĞİ

Murat SEZGİN*

ÖZET

21 yüzyılda ticari hayattaki pazar araştırmalarının yanı sıra aynı süre içerisinde demokratik toplumlarda kamuoyu ve kamuoyu araştırmaları literatürde yer almaya başlamıştır. Özellikle ampirik metotların gelişmesi ve bunların sonuçlarının sosyal bilimler içerisinde kullanılması, kanaat ve tutum ölçüm işlemlerinin gelişmesi kamuoyu araştırmalarının önemini bir kat daha artırmıştır. Demokrasi düsturu içinde halkın siyasal iktidara olan desteğini göstermede kamuoyu araştırmalarının yer alması, bu araştırmaları siyasal yaşamın önemli bir parçası kılmıştır. Yaşadığımız çağda kitle iletişim araçları gündemi tespit etmede, bireylerin algılamalarını şekillendirmede ve yönlendirmede önemli bir rol oynamaktadır. Kamuoyu araştırmalarının kitle iletişim araçları tarafından kullanılmalrı ve halka sunulmaları artık stratejik bir seçim çalışması olarak nitelendirilmektedir. Günümüzde kamuoyu araştırmaları, siyasal ve ekonomik alanda yerini alarak modernleşmeyle beraber toplumun kendisine tutulan bir ayna görevini üstlenmektedir. Bu bağlamda çalışmada 24 Aralık 1995 yılı genel seçimleri öncesi 4 Aralık 1995 ve 4 Ocak 1996 tarihleri arasında basında çıkan kamuoyu araştırmaları ele alınmıştır. Çıkan sonuçlar resmi sonuçlarla kıyaslanmaya çalışılmıştır.

Anahtar sözcükler:Kamuoyu araştırmaları, Siyasal iletişim, İletişim,,Basın

Giriş

Bu çalışmanın konusu 24 Aralık 1995 tarihindeki genel seçimle ilgi olarak ulusal gazetelerde yayınlanan seçim öncesi yapılan siyasal nitelikli kamuoyu araştırmaları ve bu araştırma sonuçlarının değerlendirilmesi oluşturmaktadır. Araştırma 4 Aralık 1995 - 4 Ocak 1996 tarihleri olarak sınırlandırılmıştır.

Çağdaş demokratik rejimle yönetilen toplumlarda, iktidarlar yapacakları icraatlarda kamuoyunun desteğini arkalarında görmek isterler. Gerek politik gerekse ekonomik alanda rekabetçi bir yapıyı benimsemiş toplumlarda kamuoyu

* Öğr.Grv .Selçuk Üniversitesi

yöneticileri açısından kamuoyu araştırmaları son derece önemli olup, sık sık yapılan kamuoyu araştırmalarıyla, olayları kendi lehlerine çevirmek için gerekli verilere sahip olmaya çalışır. Bura da kitle iletişim araçlarını kullanırlar. Bunlar içinde de basın ön plana çıkmaktadır. Basın burada gündem kurmada etkili bir unsurdur. Kamuoyunun gündemini belirlemede, basının etkisini ele alırken konuşamayan kitleye yönelik suskunluk sarmalını da unutmamak gerekir. Konuların daha iyi anlaşılması için gündem koyma ve suskunluk sarmalına da çalışmamızda ayrıca yer verilmiştir.

Ampirik metodların gelişmesi ve sosyal bilimlerde kullanılmaya başlaması ile beraber, 1930'lardan itibaren ABD'de, 1950'lerden itibaren de Batı ülkelerinden başlayan kanaat ve tutumların ölçümü işlemi, teknolojinin gelişmesine paralel olarak ilerleme kaydetmiş ve yaygınlık kazanmıştır. Siyasal içerikli kamuoyu araştırmalarının amacı, seçmenlerin eğilimlerini, tutum ve kanaatlerini saptamak olmuştur. Kamuoyu yoklama sonuçlarının kitlelere ulaştırılabilmesi ise ancak kitle iletişim araçlarının kullanılmasıyla mümkün olabilmektedir.

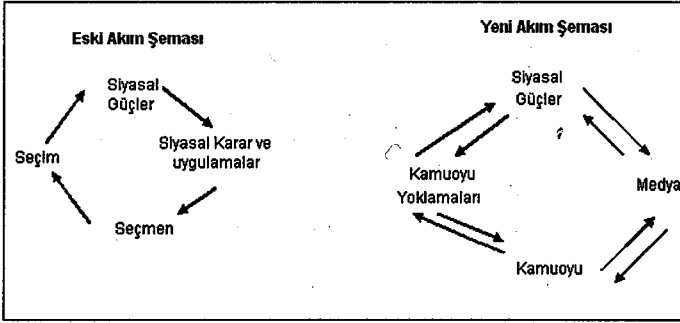
Demokratik toplumlarda halkın siyasal iktidara olan desteğini gösteren seçim, referandum gibi çeşitli kurumlar vardır. Siyasal nitelikli kamuoyu araştırmalarını da bu kurumların içinde gösterebiliriz. Seçim ve referandum makro düzeyde siyasal sorunla ilgili olarak varolan, çeşitli sayıda ve güçteki kanaatlerin dağılımını ortaya koyan bir araçtır. Kamuoyu araştırmaları da siyasal iktidarların söz konusu problemlere ilişkin izleyecekleri mikro düzeydeki politikalara halkın desteğini gösteren araçlardır. Dolayısıyla günümüzde kamuoyu araştırmaları demokratik toplumlarda siyasal yaşamın önemli bir parçası haline gelmiştir. Günümüzde yazılı basın organları ve özellikle gazeteler siyasal, toplumsal ve ekonomik konulara ilişkin kamuoyu araştırmaları yapan veya yaptıran, bunları yayınlayan kurumların başında gelmektedir İşte bizde bu çalışmamızda 24 Aralık 1995 tarihinde yapılan milletvekili Genel Seçimlerinde, Milliyet, Hürriyet, Cumhuriyet, Sabah, Türkiye, Zaman, Yeni Şafak, Akşam, Yeni Yüzyıl gazetelerinde, bu gazeteler tarafından yaptırılan veya başka kurumlar tarafından yaptırılıp bu gazetelerde yayınlanan kamuoyu araştırmalarını, yöntemlerini ve sonuçlarını değerlendirmeye yönelik çaba içerisinde olacağız.

1.Kamuoyu Araştırmaları

Ekonomik yaşamdaki Pazar araştırmalarının yanı sıra aynı dönemde kamuoyu ve kamuoyu araştırmaları da kavram olarak yaşantımıza girdi. Yönetimle vatandaş arasındaki ilişki ve bu ilişkinin siyasal boyutu konuyu önemli hale getirmiştir. Özellikle seçmen niteliği korunan toplumlarda oy verme eğilimi ve nedenlerinin araştırılması kamuoyu araştırmalarına öncü olmuştur. Medyalar sayesinde toplum "kamuoyu araştırmalarıyla tanıştı ve kamuoyu kendisini keşfetmeye başladı. İletişim faktörleri içerisinde yer alan ve seçmen tercihlerini etkileyen unsurlardan biri olan kamuoyu araştırmaları; alt bir gruba veya daha büyük bir grubu genelleştirmek için kullanılan örneklemeden veya örneklemin elde

edildiği popölasyondan sistematik, bilimsel ve tarafsız bilgi toplama işlevi" olarak tanımlanabilir (Lake ve ark 1997,s.4).

Siyaset kadar eski olduğu bilinen siyasal iletişimin, eski akım şemasından yeni bir şemaya oturması da bu olguyla karşılıklı bağıntı içindedir. Hangisinin neden, hangisinin sonuç olduğunu kestirmek zordur. Ancak medyanın ağırlıklı bir yere sahip olduğu yeni toplumsal örgütlenmelerde, kaba terimiyle halk ve siyasetçiler ya da seçmen/kamuoyu ve siyasal güçler arasındaki iletişimin de biçimi değişmiştir. Bu değişimi aşağıdaki biçimde şemalaştırmak mümkündür



Nitekim, bugün siyasal iletişim "Siyaset üzerine kamu önünde fikir belirtmeleri meşru olan üç edimcinin, yani siyasetçilerin, gazetecilerin ve nabız yoklamaları aracılığıyla kamuoyunun çelişkili söylemlerinin mübadele edildiği alan" olarak tanımlanmaktadır (Dominique 1991, s.52). Demokrasinin yaygınlaşması ve katılımcı niteliğin belirginleşmesi olarak ortaya çıkan kamusal alan da söz sahibi üç edimden biri olan kamuoyunun, bu alanda sözünü dinletmesi günümüzde büyük ölçüde kamuoyu araştırmaları aracılığıyla gerçekleşir.

Kamuoyu araştırmalarında dikkat edilmesi gereken bir husus yayımlanan araştırmalarının bilgilendirme işleviyle kamuoyu yaratma veya etkileme/yönlendirme işlevinin ayrım noktasıdır. Belki kamuoyu araştırmalarının tartışma süreçlerinin hep seçim dönemleriyle çakışması dolayısıyla da tartışmaların kamuoyu araştırmalarından çok seçim tahminlerinin doğruluğu, sağlığıyla ilgili noktalara gelmesi bir talihsizlik olabilir.

Kamuoyu araştırmalarının seçmenler üzerine doğrudan etkilerini şöyle sıralaya biliriz;(Kalender 1998, s.94-95)

- Gözde olana yönelme Zayıf destek olma yani kamçılama etkisi
- Oyu geride görünen parti seçmeninin sandığa gitme oranının artması
- Küçük partinin varlığını fark etme ve oy verme
- Barajı geçme ihtimali olan partiyi destekleme veya desteklememe
- Kısa gözde olanı destekleme, zayıfı destekleme

Kamuoyu araştırmalarını yapan iki farklı yapı yani araştırma kuruluşları ve bilimsel çevrelerin çalışmalarındaki farklılık müşteri olgusundadır. Ticari

kuruluşların müşteri tipolojisi çoğunlukla siyasi çevreler veya basın kuruluşlarıdır. Bu müşterilerin amacı yalnızca kamuoyunun görüşlerini almak değil, dolaylı ve uzun vadeli de olsa kamuoyu yaratmak gibi işlevi de vardır. Hatta çıkan sonuçları meşrulaştırmak için araştırma kuruluşlarının siyasal bilim ve toplum bilim uzmanlarıyla işbirliği yapmaktadırlar. Champagne bu olayı “..medyalar olamasa siyasal bilimciler, yerel monografilerle uğraşmak için kaynak arayan, meçhul seçim sosyolojisi uzmanları olup çıkarlardı, bugün siyasal alanda gücü ya da egemen bir konuma sahip olmaları, medyaların ve araştırma kuruluşlarının iktisadi gereklerine (basın ve siyasal örgütlere satılabilecek ürünler önermeleri gibi) boyun eğmeyi kabul etmelerinin karşılığıdır” ifadesiyle belirtir (Champagne 1995,s.145).

2. Gündem Koyma

Kitle iletişim araçları bazı konulara ilgi duyarak ve diğerlerini göz ardı ederek kamuoyu üzerinde etki yapacağı ileri sürülmektedir. Özellikle insanlar kitle iletişim araçlarının ilgilendiği şeyleri bilmek ve değişik konulara verilen öncelik sırasını kabul etmek eğilimi gösterirler.

Gündem koyma ve saptama hipotezi bu bulguyu fikir etkileri olasılığı ile birleştirecek bir yol sunar, çünkü temelde ileri sürülen kitle iletişim aracından öğrenme işlevidir. İnsanlar burada konuların ne olduğu ve önem sırasına göre nasıl düzenlendiğini öğrenirler. Malcolm Mc Combs ve Donald Shaw “İzleyiciler kamusal ve diğer konuları kitle iletişim kanalıyla öğrenmekle kalmaz bir konuyu ne kadar önem vereceklerini kitle iletişim araçlarının bunlara verdiği önemden öğrenirler”. Örneğin, bir kampanya sırasında adayların ne dediğini yansıtırken kitle iletişim araçları açıkça önemli konuları belirler. Diğer bir deyişle kitle iletişim araçları kampanyanın gündemini belirler. Bireyler arasında bilişsel değişime etki yapabilme yeteneğine kitle iletişimin gücünün en önemli yönlerinden biridir (Mc Combs 1972 ,s.122).

Gündem kurma teorisine göre eğer seçmenler bir konunun önemli olduğuna ikna edilebilirse oylarını konu ile uğraşacak en yeterli aday veya parti olarak gösterenlere vereceklerdir.

3. Suskunluk Sarmalı

Bu kuram Elisabeth Noelle-Neumann ileri sürdüğü kamuoyu nasıl oluşur sorusuna bir cevap niteliğindedir. Kurama göre kişilerarası iletişim ve toplumdaki diğer bireylere göre kişinin kendi fikrini algılama biçimi arasındaki karşılıklı etkileşime dayandığını savunmaktadır.

Kişinin düşüncesi başkalarının ne düşündüğüne, ya da kişinin başkalarının düşüncesini nasıl algıladığına büyük ölçüde bağlıdır (Küçük Kurt 1993, s.99). Kuram bir çok insanın önemli kamusal konularda özellikle siyasal partilerin desteklenmesi gibi konularda , yalnızlıkla karşı karşıya gelmemek üzere baskın düşüncenin ne olduğu hangi görüşün güç kazandığını veya hangilerinin güçsüzleştiği hakkında ip uçları edinmek için çevresine baktığını ileri sürer. Eğer

kişi kendi kişisel görüşlerinin daha az egemen görüşler arasında olduğunu inanırsa, görüşlerini açıkça ifade etmeye az eğimli olacaktır. Aynı şekilde kişi kendi görüşlerinin baskın ve yaygın olan görüşler arasında olduğuna inanırsa görüşlerini açıklamada daha istekli olurlar.

Bireyler bu eğilimleri anlayıp görüşlerini buna göre adapte ettikçe bir grup yönetmeye, daha çok baskın hale gelir ve ötekiler bunu kabullenir. Böylece baskın görüşü savunuların daha çok konuma ve diğerlerinin daha sessiz kalma eğilimi, bir fikri yaygın bir fikre dönüştüren sarmallama sürecini başlatır (Noelle1974,s.28).

Burada sadece bireyin algılaması değil aynı zamanda günün geçerli görüşünün ne olduğu da önemlidir. Genellikle bu geçerli görüş medya tarafından belirlenir. Bu sırada kişilerin yakın çevresi de bu noktada devreye girer. Bir kişi kendi başına sessiz kaldığı sürece çevresindeki insanlar da aynı şeyi yapacaklardır ve kitle iletişim araçlarının olaylarla ilgili yapacakları tanımlamalar-saptamalar ve kişilerarası iletişimde kişinin görüşlerine başkalarının destek vermemesi sarmalı ortaya çıkaracaktır.

4. Kamuoyu Araştırmalarının Siyasal İletişimdeki Yeri

Siyasi partiler ve adaylar, seçim kampanyalarında uygulayacakları çeşitli strateji ve taktiklere temel olabilecek verileri, büyük ölçüde kamuoyu araştırmalarından elde ederler. Böylece seçmenleri cezbede bilecek mesajları ortaya çıkarırlar. Mesajların etkisinden dolayı devlet bunlara sınırlama getirmeye başlamıştır(1995 - 1999 genel seçimleri gibi). Seçmenlerin hangi siyasal tutumlara sahip olduğu, liderlerin olaylara bakış acıları, seçmenlerin propaganda ki mesajlara açık veya kapalı olması, hangi iletişim kanallarını kullandıklarını, hangilerinin etkili olduğunu kamuoyu araştırmaları ortaya çıkarır. Champagne'in belirttiği gibi, kamuoyu araştırma şirketlerinin seğkin müşterileri arasında siyasal partiler ve adaylar ilk sırayı almaktadır. Araştırma şirketleri siyasal parti ve adaylara hem strateji oluşturmak için gizli bilgiler, hem de siyasal etki yaratmak üzere yayınlamaya yönelik çeşitli veriler vermektedir.

Kamuoyu araştırmaları çift yönlü çalışmaktadır. Yukarıdaki işlevlerinin yanında aynı zamanda; Bireylerin tutum ve kanaatlerini, çeşitli siyasal konulardaki görüşlerini parti ve liderlere aktarma sebebiyle seçmenler açısından da önemli bir işlev slenmektedir. Seçmen tutumları, içinde buldukları çeşitli problemleri ve çözüm yollarını öğrenen siyaset adamları bu doğrultuda çözüm nerileri geliştirmekte ve iktidar olduklarında uygulamaya koymaktadırlar. Bu açıdan bakıldığında kamuoyu araştırmaları, siyaset adamlarıyla seçmenlerin fikirlerini uzlaştırmaya aracılık etmektedir.(Kalender 1998, s.95)

Bireyin düşüncelerini, bildiklerini, siyasal objeleri ve gelişmeleri kabul edişleri ile insan karakteristiklerini belirlemede kamuoyu araştırmaları yardımcı olmaktadır (Lake ve ark 1995,s.4-5). Bu ifadeye göre insanların neleri önemli sorun olarak gördükleri, mevcut sorunlar ve siyaset üzerine ne düşündükleri,

politikada yapmak istedikleri değişiklikler, hangi siyasal simgelerin ve grupların farkında oldukları, onlar için hangi gelişme ve araçların önemli olduğu ve olayları ne kadar bildikleri, siyasal simgeleri ve yapıları nasıl değerlendirdikleri, nasıl oy kullanacakları, hangi sosyal ve siyasal karakteristiklere sahip oldukları değişik olaylarla ilgili bilgileri nereden aldıkları gibi bilgiler, kamuoyu araştırmalarıyla öğrenilebilmektedir. Bu bilgiler seçimdeki siyasal parti ve adayların başarı şansını artıracaktır. Özellikle tutumların ölçümü doğrudan gözlem için genellikle uygun olmadığından ve ancak açığa vurulmuş sözlü ya da işarete dayalı davranışlar şeklinde görülebileceğinden kesinlikle kamuoyu araştırmalarıyla gerçekleştirilebilmektedir. Siyasal motivasyonla ilgili olarak ağırlık verecek şekilde oy kullandıkları hangi iletişim ve propaganda kanalından etkilendikleri değer ve beklentileri ortaya konulmalıdır. (Hartley ve ark 1985,s.14-15)

Kamuoyu araştırmalarından elde edilen bilgilerin ne derece doğru olduğu, bunlara ne kadar itibar edilebileceği güvenilirlik sayesinde anlaşılacaktır. Aynı ölçüm aracının aynı yapıdaki deneklere farklı zaman aralıklarıyla uygulanmasında, her zaman aynı sonuçların ortaya çıkması mümkün değildir. Arada bazı sapmaların bulunması normal karşılanmalıdır. Ancak bu standart sapma küçüldükçe, ölçmenin güvenilirliği daha da artacaktır(Uysal 1976, s.51). Kamuoyu araştırmalarının seçmenleri etkilemesi ve ikna edebilmesi için araştırmaların geçerlik ve güvenilirlik problemlerinin her düzeyde en aza indirilmesi gerekmektedir.

5. Kamuoyu Araştırmalarının Seçmen Tercihlerine Etkisi

Bir görüşe göre seçimlerden önce yapılan kamuoyu araştırmaları, seçmenler adaylar ve siyasal partiler üzerinde olumlu ya da olumsuz etkiler ortaya çıkarabilmektedir.(Sağnak 1996,s.310)Siyasal alanda yapılan kamuoyu araştırmalarının olumsuz etkilerinden kaygılanan ve genel anlamda bunların gizli bir politik amaca hizmet ettiklerini bu amaçların ortaya çıkarılması içinse özel bir gayret gerektiğini belirtenler olduğu gibi bilimsel ve güvenilirliği güçlü yönlendirme niyeti taşımayan araştırmaları kampanyanın önemli bir bölümü görerek yararlı kabul edenlerde bulunmaktadır.(Schiller 1993, s.188)

Kamuoyu araştırmalarının sonuçlarının yayınlanması seçmen tercihleri üzerinde dolaylı ve doğrudan etkileri bulunabilmektedir. Kamuoyu araştırmalarının seçmenler üzerindeki doğrudan etkilerini, gözde olana yönelme etkisi, zayıfa destek etkisi, kamçılama etkisi oyu geride görünen parti seçmeninin sandığa gitme oranının artması etkisi küçük partinin varlığını fark etme ve oy verme etkisi barajı geçme ihtimali olan partiyi destekleme veya desteklememe etkisi şeklinde sirlayan bulunmaktadır.

Çoğunlukla gözde olana yönelme ve zayıfa destek etkisi şeklinde iki grup etki üzerinde toplayabiliriz. (Kalender 1998,s.99).Gözde olana yönelme etkisi kısaca bir seçim yarışında önde görünen parti veya adayın seçmenler tarafından desteklenme eğilimini ifade etmektedir. Bunun temelinde herkesin böyle bir

davranışta bulunuyor olmasının yarattığı etki ile insanların kaybeden tarafta yer almama eğilimi bulunmaktadır. Kamuoyu araştırma sonuçları bir parti veya adayı önde gösterdiği zaman bir kısım seçmenler bu aday veya parti lehine oy kullanabilecek ve gözde olana yönelme etkisi ortaya çıkacaktır.

Zayıfa destek etkisi ise seçimlerde bir parti veya adayın önde gittiğini gösteren bir kamuoyu araştırmasının kararsız seçmenleri bu aday veya partiye muhalif olanların etrafında toplanmaya doğru itmesini belirtmektedir.(Erol 1994, s.79)Ayrıca kararsız seçmenlerin yanında araştırma sonuçları doğrultusunda önde giden parti veya adaya büyük muhalefet eden seçmenler, parti veya adayın kazanma şansını çok zayıf bulduklarında kendilerine en yakın gördükleri başka bir aday veya partiyi destekleyebilmektedir.

Kamuoyu araştırmalarının etkileri konusunda yapılan araştırmalarda bu etkilerden hangisinin ağırlık kazandığı noktasında bir belirginlik bulunmamaktadır. (Kalender 1998, s.99) Kamuoyu araştırmalarının partiler ve seçmenler üzerinde dolaylı etkileri de bulunmaktadır. Partilerin veya kendilerinin imajlarını oy oranlarını kamuoyu araştırmalarıyla tespit eden aday veya yöneticiler bu doğrultuda stratejiler geliştirecek, moral ve motivasyonları etkilenecektir. Kamuoyu araştırmaları ayrıca finans kurumları ile özel girişimcilerin davranışlarını ve siyasal gündemi yoğunlukla etkilemektedir.(Bock 1976,s.460). Finans kurumları ile girişimciler, bir seçimin içerdiği siyasal belirsizlik sebebiyle genellikle gergin olmakta ve kamuoyu araştırma sonuçları doğrultusunda bir aday veya partiyi destekleme ya da kaçınma eğilimi göstermektedir. Bu kuruluşların yapacağı çalışmalar da dolaylı olarak seçmen tercihleri üzerinde etkili olabilmektedir.

6. 24 Aralık 1995 Milletvekili Genel Seçimleri Örneği

24 Aralık 1995 seçimlerinden önce yapılan 20 Ekim 1991 genel seçimleri sonrasında DYP %27.03 ile birinci, ANAP %24.01 ile ikinci parti, SHP %20.75 ile üçüncü, RP %16.88 ile dördüncü parti, DSP % 10.75 ile beşinci parti olmuştur. Seçim sonuçlarına baktığımızda ANAP ve DYP'nin ilk iki sırayı paylaştıkları ve oluşturulacak bir koaliyon ile hükümet kurlmaları beklenmiştir. Ne var ki bu iki parti anlaşamayarak, DYP-SHP-DSP'den oluşan bir hükümet kurulmuştur. BU hükümet fazla uzun ömürlü olmamış yerine yeni hükümet kurulmuş olsa da sonunda 5 yıllık seçim süresi doldurulmadan 24 Aralık 1995 genel seçimlerine gidilmek zorunda kalınmıştır.

20 Ekim 1991 genel seçimleri öncesinde tahminde bulunan ve gazetelerde yayınlanan, kamuoyu anketleri seçim sonuçlarını hata paylarına rağmen genelde doğru çıkmıştır. Kamuoyu araştırma şirketleri, bu dönemde özellikle ANAP SHP ve RP' nin oy oranlarını ölçmede yanılığa düşmüşlerdir. Diğer partilerde ise doğruya yakın tahminlerde bulunulmuştur.

24 Aralık 1995 genel seçimlerinde kamuoyu araştırmalarının yayınlanması kanunen yasaklanmıştı. Buna rağmen bazı gazeteler seçime yaklaşırken anket

sonuçlarını gazetelerinde yayınlamışlardır. Bundan başka bazı siyasi parti liderlerinin yaptırmış oldukları anketler ve sonuçları ile gazetelerin kendileri ve yazarları aracılığıyla bazı anket sonuçları ve bu sonuçların üzerinde yorumlar yapılarak seçmen kitlesi üzerinde etkiler yaratılmaya çalışılmıştır.

Bu seçimler öncesinde yasal olmamasına rağmen yapılan kamuoyu araştırmalarının anket sonuçlarını ve bu yasağı uygulayan diğer bazı gazetelerin sütunlarında, bu seçimlerle ilgili yazılan yazılar ve yorumlar değerlendirmeye alınacaktır. Bu değerlendirmeleri yaparken, Cumhuriyet, Milliyet, Hürriyet, Türkiye, Zaman, Akşam, Yeni Şafak, Yeni Yüzyıl., Sabah gazetelerinin 4 Aralık 1995- 4 Ocak 1996 tarihleri arasındaki yayınları incelenmiştir..

6.1-Hürriyet Gazetesi

Hürriyet Gazetesi seçimlerle ilgili olarak bu konuda Strateji- Mori şirketiyle işbirliği yapmıştır. 24 Aralık 1995 seçimleri öncesinde, Hürriyet gazetesinde, 22 Aralık 1995 tarihine kadar seçim sonuçlarına dönük tahminler sadece gazetede yazarların görüşleri doğrultusunda yorumlar şeklinde görülmektedir. Örneğin gazete yazarlarından Sedat Ergin'in seçim sonucuna dönük tahmini ile ilgili yazısında, Karadeniz bölgesinde, özellikle sahilin doğu şeridinde ANAP'ın daha etkili olduğu, batısında ise ANAP ile DYP'nin dengede olduğunu ve sonuçta milletvekilliği açısından ANAP'ın 5 ile 8 milletvekili daha fazla çıkaracağını söylüyor. ANAP'ın Güneydoğu Anadolu' da DYP'ye üstünlük sağlayacağını Doğu Anadolu'da ise eşitlik olacağını tahmin ediyor. Akdeniz bölgesinde de iki partinin milletvekili sayısının birbirine eşit olacağı tahmin edilmekte, büyük kentlerde ise ANAP'ın üstünlüğünün görüldüğü ifade ediliyor(21 Aralık 1995 Hürriyet) Sonuç olarak burada ANAP'ın milletvekili sayısı DYP'nin milletvekili sayısından fazla olacaktır. Hürriyet gazetesinde bu şekilde 22 Aralık tarihine kadar çeşitli yazılar bulunmaktadır.

22 Aralık 1995 tarihinde; Hürriyet gazetesinde " İşte Gerçek" başlığı altında bu seçim döneminde çeşitli kurumlarca yaptırılan anketleri yayınlanmaktadır. Bağımsız kuruluşlarca gerçekleştirilen anketler burada yer almaktadır. On üç anketin altısında ANAP; beşinde RP birinci olurken birinde bu iki partinin alacakları oy oranları eşit olarak çıkıyor. DYP ise sadece Tansu Çiller'in yaptırdığı ankette birinci görünüyor.

Tablo 1 . Sonar'ın 1995 Genel seçimleri Tahminine Yönelik Anket Sonuçları

ANAP	RP	DSP	DYP	MHP	CHP	DİĞER
21,1	20	16,9	16	14,1	9,1	2,8

Kaynak:22 Aralık 1995,Hürriyet Gazetesi

Sonar'ın anketine göre ise ANAP %21.1 ile birinci, RP az bir farkla %20 ile ikinci, DSP %16.9 üçüncü, DYP %16 ile dördüncü, MHP %14.1 ile beşinci CHP %9.1 ile altıncı parti konumundadır

Tablo 2. Piar-Gallup'un 1995 Genel Seçimleri Tahmini Yönelik Anket Sonuçları

ANAP	RP	DSP	DYP	MHP	CHP	DİĞER
17	21	15	13	10	8	16

Kaynak:22 Aralık 1995,Hürriyet Gazetesi

Piar-Gallup'un anket sonuçlarına göre RP %21 ile birinci, ANAP %17 ile ikinci, DSP %15 ile üçüncü, DYP %13 ile dördüncü, MHP %10 ile beşinci parti konumunda olup, ülke barajını aşamayan CHP %8 ile altıncı parti oluyor. Bu ankette kararsızların oranı %16 olarak görülmektedir.

İki ankete bakılırsa seçim ANAP ile RP arasında geçmektedir.Yine aynı gazetede Hürriyetin Strateji-Mori şirketine yaptırdığı ankette ise RP ve ANAP %21 oyla eşit sıradalar.

Tablo 3. Strateji-Mori'nin 1995 Genel Seçimine Yönelik Anket Sonuçları

ANAP	RP	DSP	DYP	MHP	CHP	HADEP	DİĞER
21	21	13	16	8	11	7	3

Kaynak:22 Aralık 1995,Hürriyet Gazetesi

23 Aralık 1995 tarihli Hürriyet gazetesinde, gazetelerin favorisi ANAP başlığı altında, gazetelerin çoğunluğuna göre ANAP'ın seçimlerde birinci parti olacağı tahmin edilmektedir. Hürriyet, Zaman, Milliyet gazetelerinin nabız yoklamalarında ANAP birinci parti çıktı diye başlık atılmıştı. Sabah grubu gazetelerinden Yeni Yüzyıl 'a göre RP birinci partidir. Gazetelerin araştırmalarında CHP'nin çok az farkla DSP'nin önüne geçtiği ifade ediliyor.

Sonuç olarak Hürriyet gazetesinde yayınlanan anketlerin dışında gazetenin kendi yaptırdığı anket sonucunda ve yazarları tarafından sütunlarında belirtilen yorumlar sonucunda ANAP'ın seçimlerden birinci parti olacağı tahmin ediliyor, (Hürriyet Gazetesi ANAP'ın birinci parti olmasının istiyor)

6.2-Türkiye Gazetesi

Kamuoyu araştırmalarının yasak olduğu 24 Aralık 1995 seçimleri öncesinde Türkiye Gazetesi de diğer gazeteler gibi sütunlarında yazarları aracılığıyla seçimlerle ilgili çeşitli yazılar ve yorumlar yapmaktadırlar.

15 Aralık 1995 tarihli Türkiye gazetesinde "Mücadele ANAP' la RP Arasında" başlığı altında Sabahattin Önkibar' ın yazısında seçimlerde yarışın ANAP ile RP arasında olacağını, ANAP'ın son günlerde yarışta RP' nin önüne geçtiğini belirtiyor. ANAP'ın bu şekilde öne geçmesini parti bünyesinde bulundurduğu güçlü isimlere bağlıyor.

Yine aynı yazarın yazmış olduğu 22 Aralık 1995 tarihli " İpi Kim Göğüsleyecek " adlı yazıda, ANAP'ın zirvede olduğu, bir araştırma kurumu olan KONDA' nın seçim raporuna göre belirlendiğini ifade ediyor. ANAP'ı RP izlemekte, diğerleri de ardından gelmekte. Bütün Türkiye coğrafyasını ve binlerce kişiyi kapsayan bu ankete göre ANAP'ın birinciliği neredeyse kesindir. ANAP'ı zorlayacak parti olarak RP gösterilmekte. Aynı yazıda Sabah grubunun yaptırdığı anket sonucunda yine ANAP'ın birinci parti olduğu ve RP ile yarıştığı anlatılmaktadır. Bundan başka DYP'nin kendisinin yaptığı ankette bile birinci partinin ANAP olduğunu ifade etmektedir.

Bu gazetenin sütunlarında da ANAP'ın birinci parti olacağı ve RP ile yarışacağı konusu ön plana çıkıyor. DYP'nin bunlardan sonra geleceği açık olarak görünüyor. Burada da ANAP'ın birinci parti olacağı tahmin ediliyor ve bu yönde yorumlar yapılıyor.

6.3-Sabah Gazetesi

Sabah Gazetesi de seçimle ilgili anket yayınlamamış olup seçimlerle ilgili olarak, gazete yazarlarına ait yorumlar yayınlamıştır. Bu gazetede yazı ve yorumlara bakıldığında gazetenin büyük bir çoğunlukla ve açıkça DYP'yi desteklediği bu yönde bir tavır aldığı açıkça görülüyor.

21 Aralık 1995 tarihli sabah gazetesinde, Mehmet Barlas'ın " Sonuçlara Dönük Bazı Tahminler " adı altında yazdığı yazısında DYP lideri Tansu Çiller' in ANAP lideri Mesut Yılmaz' a göre çok daha güçlü olduğunu, seçimlerde de Tansu Çiller' in daha başarılı olacağını ısrarla vurguluyor. Sanki burada kişisel bir çatışma varmış gibi, Mesut Yılmaz' ı sürekli eleştiren bir yazı yazmıştır.

22 Aralık 1995 tarihli, " Seçime 48 Saat Kala" adlı yazıda ise Sedat Sertoğlu, açık bir şekilde ANAP 'a oy verilmemesini eğer ANAP'a oy verilirse bunun RP'nin işine geleceğini anlatmaktadır. Bu sözlerini şu şekilde ifade etmektedir.

"Çocuklarınızın, torunlarınızın nasıl bir ülkede yaşayacağını hesaplayınız. Refah 'ı iktidara taşıyacak olan Mesut Yılmaz' a oy vermeyin...."

"Türkiye'yi aydınlığa taşıyın... Siyasi ihtirası uğruna Türkiye' yi karanlığa mahkum etmeye kalkan Yılmaz' ı durdurun."

23 Aralık 1995 tarihli gazetede ise Zeynep Göğüş' ün " Son Uyan" başlıklı yazısında Refah Partisi birinci gelmesin diye Mesut Yılmaz' a oy verecek insanların bu şekilde BBP' ni meclise taşıyıp RP' ye hizmet edeceği hususunda ve dolayısıyla ANAP' a oy verilmemesi ile ilgili bir son uyandı bulunmuştur. Zeynep Göğüş yazısında bu gazetenin diğer yazarlarında olduğu gibi sürekli olarak Mesut Yılmaz' ı eleştirmiştir. Serdar Sertoğlu 23 Aralık 1995 tarihinde " Karanlıklar Prensi Mesut Yılmaz'a Niye Karşıyım?" adlı yazısında; neden Mesut Yılmaz' a karşı olduğunu ayrıntılı bir şekilde anlatıyor ve sonunda açık bir şekilde Tansu Çiller' e oy verilip Mesut Yılmaz' a oy verilmemesini salık veriyor ve şöyle devan ediyor;

"Hala kime oy verelim? Diyen kararsızlar olduğunu biliyorum. Aydınliğın, ağdaşlığın adresi bir tane... o da Tansu iller. Hep beraber Tansu iller' i iktidara taşıyalım, ondan sonra başarlı olmazsa hep birlikte hesap soralım.... Refah zihniyeti ile kol kola olan Mesut Yılmaz' ı bırakalım..."

Yine Sabah'ta yazarı belli olmayan bir yazıda " Bu kez Oyumu Neden iller' e Veriyorum?" açık bir şekilde DYP lideri Tansu iller' e destek veriliyor. Çiller' in tercih edilmesi gerektiği üzerinde duruluyor.

Sonuç olarak Sabah gazetesinin yazılarında ve yorumlarında tamamen ve açık bir şekilde DYP' ye ve Tansu iller' e destek veriliyor. Halkın bu doğrultuda oy kullanması telkin ediliyor. Buna paralel olarak da ANAP' ı ve özellikle Mesut Yılmaz' ı yerden yere vuruyor, sürekli eleştiriyor.

6.4-Yeni şafak Gazetesi

Bu gazetede yasak olmasına rağmen seçim sonuçlarıyla ilgili olarak kendi yaptđı bir anketi yayınlamıştır. Yayımlanan ankete göre RP diğer partilere göre daha önde yanşı bitiriyor. Yeni şafak gazetesinin yaptırđı anket sonucunda, RP'nin ANAP' a göre yanşı çok az farkla bir adım önde bitireceği tahmin ediliyor. Bunu da yaptırđı ankette milletvekili dağılımların baz alarak RP'nin 177, ANAP'ın 171, DYP'nin 111, DSP'nin 48, CHP'nin 43 milletvekili alacağını yazıyor. MHP ve HADEP 'in ülke barajını aşması durumunda bu durumun değişebileceğini belirtiyor. Bu anketin yayınladığı sayfada, bu durumla birlikte oluşacak muhtemel hükümet senaryolarından bahsedilmektedir.

Tablo 4.Yeni şafak Gazetesinin 1995 Genel Seçimleri Tahmini

ANAP	RP	DSP	DYP	CHP	MHP	HADEP	Diğer
171	177	48	111	43			

Kaynak:22 Aralık1995, Yeni şafak (Milletvekili sayıları dikkate alınarak yapılmış bir çalışmadır)

6.5-Cumhuriyet Gazetesi

4Aralık 1995 ile 4 Ocak 1996 tarihleri arasındaki gazete taramasında kamuoyu araştırmalarına yönelik veri bulunamadı. Tabii burada 14 aralık 1995 tarihinde ki seçim yasaklarını unutmamak gerekir. Cumhuriyet gazetesi DYP ve RP karşı olumsuz tavır alırken sol partilere karşı olumlu yazılar yazmaktadırlar.

16 Aralık 1995 , 5. sayfa "Politika Günlüğü" köşesinde H. Çetinkaya "anlar Tansu Hanım için alıyor. Biraz erken ama Tansu hanım' a umut bağlıyanlar bugünlerde şu kararı verebilirler, Mesut Bey' i desteklemekte yarar var...."

19 Aralık 1995 ,8. sayfa Ekonomiye bakış köşesinde Taner Berksoy "...Kime oy verilmesi gerektiğini bana da soruyorlar. Tek bir yanıt veriyorum kendi ideolojik alanınızı en iyi savunacağını düşündüğünüz partiye oy verin diyorum. Bu parti eğer ideolojinizi gerektiği biçimde savunuyor ve oy alıyorsa, temsil sorununu

gözdüğü gibi parçalanmış ve siyasi kirlenmeyi de engeller. Refah da cürmü kadar yer yakar ekliyorum. Bilmem anlatabiliyor muyum?

17 aralık1995, 9. sayfa Öztin AKGÜÇ "Sol Yeşermeli" başlıklı yazısında "tanrı nasip ederse, gelecek hafta İstanbul 2. Bölgede, bu düşüncelerle oyumu DSP genel başkanı sayın Ecevit' e vereceğim" 20 Aralık 1995, 5.sayfa "Politika Günlüğü" köşesinde H. Çetinkaya ".....Bir kez daha yineliyorum ister oy verin ister vermeyin bu ülke insanının CHP' ye gereksinimi var"

Ayrıca gazete kararsızlar üzerinde de durulmaktadır. Burada da Baykal ön plana çıkarılmaktadır.12 Aralık 1995 Genel seçimlerde kararsız kitlesinin sayıları önemli bir yer tutmaktadır. Bu haberde de "Baykal' ın gözü kararsızlarda" diye yazılmıştır

6.6-Yeni Yüzyıl Gazetesi

Yeni Yüzyıl Gazetesi' de seçim öncesi için bir anket yayınlamadı. Gerekeç olarak ta yasakları gösterdi. Fakat köşe yazarları bu yasağı usulüne uygun olarak deldiler ve yayınladılar. Bu konuda İsmet Berkan ön plana çıkmaktadır.Özellikle 10 Aralık 1995 deki yazısıyla bunu ortaya koymuştur. 10 aralık 1995 7.sayfa, İsmet BERKAN, "devletin zirvesinde elden ele dolaşan anket: DYP 4.sırada" ".....İşte size bir anket sonucu daha Refah birinci parti oy oranı yüzde 22-23, ikinci sırada ANAP var ve Refahla arasında 1-2 puan düzeyinde. Üçüncülüğü DSP kapmış durumda. Onun oyu da yüzde 18-19 arası. Dördüncü sırada Tansu Çiller' in DYP si gözüküyor bu ankette. Yüzde 12-13, beşincilik için CHP ile MHP çekişiyor ve şu anda iki partinin de oyu yüzde 10 altında gözüküyor."

"Bir süredir özellikle asker kesimin Tansu Çiller' in bu seçimi kazanacağına dair inancını kaybettiği ve bu yüzden de kazanıp Refah' ın önünü kesmeye daha namzet görünen ANAP DSP' nin bir koalisyona destek verdiği dedikoduları yapıp duruyor"

12 Aralık 1995 , İsmet BERKAN "Dil üstünde kaydırmaca, anketle kafa karıştırmaca" adlı yazısında ".....bilinen 5-6 anket var...Bildiğimiz birkaç tane rakam. Hepsinin bir ortak özelliği var:bütün araştırmalarda Refah birinci parti.....Sonuçları elime yeni ulaşan bir araştırma daha var. Artık öğrendim ne yapan şirketin adını ne de kimin için yapıldığını burada açıklayacağım. Sonuçlar şöyle:Refah her zamanki gibi yüzde 23 le önde. Ardından yüzde 21 le DYP var. üçüncü sırada yüzde17,8 le ANAP geliyor. Dördüncülük yüzde 16 ile DSP nin. MHP yüzde 9 la barajın altında .CHP ise oldukça kötü durumda yüzde 4.

Tablo 5. İsmet BERKAN 'ın1995 Genel Seçimleri Tahmini

RP	ANAP	DSP	DYP	MHP	CHP
23	17,8	16	21	9	4

Kaynak.12 Aralık 1995, Yeni Yüzyıl Gazetesi

Karasız seçmenlere de gazetede yer verilmiştir 12 Aralık 1995 tarihli gazetede "En bilinçli Seçmenler Kararsızlar" diye haber yapılmıştır. 13 Aralık 1995, Mehmet TEZKAN "karasız seçmenin kafası iyice karıştı" yazısıyla karasızlara değinmiştir.

Anketlerin çok olduğundan seçmenin kafasının karışacağı yönündeki haberde ilginçtir. 13 Aralık 1995 tarihli gazetede İsmet BERKAN " Anketlerden sonra kafaları karıştırmaya çalışanlara" adlı yazısında ".....Seçim araştırmalarının kesin bir yönü yoktur, bir eğilimi yansıtırlar. Yansıtılan eğilimin doğru olup olmaması araştırmada kullanılan örnekleme bağıdır. Örneklememiz araştırdığımız toplumu temsil etmiyorsa ulaştığınız bütün sonuçlar yanlıştır. araştırmanın sonuçları mutlaka ve mutlaka ihtiyat paylarıyla yayımlanmalıdır. Sonuçlar şu veya bu ölçüde yönlendirici etki yapar. Artık bugüne ve Türkiye'ye gelebiliriz Türkiye'de 24 Aralık seçimi öncesinde gazete ve TV lerin seçim araştırma sonucu yayımlamaları yasaklandı." 7sayfa " Sen neymişsin be Refah?" adlı yazısıyla İlnur ÇEVİK " ANAP da DYP de Refah birinci ama biz ikinciyiz diyor. Yani Refah' ı istemiyorsanız biraz zorlayıp bizi birinci yapın demek istiyor. Bu işte ANAP başarılı olabilir. Çünkü bütün kamuoyu yoklamaları bu partiyi ikinci gösteriyor. DYP ise hiçbir araştırmada ikinci parti olamıyor ve ona verilecek oylar ancak merkez sağ oylarını bulup Refah' ın işini kolaylaştırır."

Gazetede ki diğer önemli haberleri şöyle sırayabiliriz:4 Aralık 1995, İsmet BERKAN Başlık, "Boşuna Konuşmayın, Refah' ın iktidar olacağı falan yok!" , 5 Aralık,1995 İlk sayfa, " Refah ve Ecevit puan topluyor!" 13.Aralık 1995, "Derneğin sandığından ANAP çıktı. Robertlilerin seçim provası"başlıklı yazıda "117 kişinin oy kullandığı prova seçimin sonucu:ANAP 45 oy ile %38,5,DYP 27 oyla %27, DSP 24 oyla %21,4, CHP 10 oyla %8,5, YDP 5 oyla %4,3, İP 2 oyla %1,7, RP 2 oyla %1,7"

19 Aralık1995, 6 sayfa "Ünlü astrologlara seçimin sonucunu sorduk ve hepsinden aynı yanıtı aldık:DYP "Yıldızlar Çiller' den yana'

20 Aralık 1995 , 7.sayfa, İsmet BERKAN "Son araştırmalar:RP ve DSP durdu, CHP atakta, DYP-ANAP kıran kırana" yazısında "...zaten bir ara araştırmalarda yüzde 24-28 gözükten Refah bugün yüzde 22 ye kadar gelmiş durumda....", 30 Aralık, " Top Demirel' de" , 1 Ocak 1996 "Çankaya Liderlerden formül bekliyor"

3 Ocak 1996 "CHP indi BBP çıktı",

6.7-Zaman Gazetesi

Zaman Gazetesi de bir anket yayınlamadı. Genel gidişat Refah Partisinin kazanacağı yönünde haberler ön plana çıkmaktadır. 19.Aralık 1995 "Erbakan 25 Aralık' ta iktidarız" Mustafa ÇİMEN in haberi

20 Aralık1995, "Seçime 4 gün kala" Ali ÜNAL "...Partilerin şansları Seçime 4 gün kala kamuoyu yoklamaları Refah Partisini önde, ANAP'ı onun arkasında

gösteriyor. DSP ve DYP arkadan geliyor görünse de bu dört parti birbirlerine çok fark atamayabilirler", 21 Aralık1995, Satır Arkası Bölümünde Tamer KORKMAZ "Refah birinci ama tek başına iktidar olamayacak..."Gazetede ki diğer önemli haberleri şöyle sıralayabiliriz.

6Aralık 1995, CHP'de sınır yüzde 19 Ertuğrul ALASAĞ haberi Burada CHP in %19 bir oy beklentisi olduğu Karayalçın tarafından açıklanmaktadır., 12 Aralık 1995, Ertuğrul ALASAĞ " Aleviler, Baykal" ı terk etti", 25 Aralık 1995, "Hiçbiri tam beğenilmedi"

6.8-Akşam Gazetesi

Akşam gazetesi de kendi bir anket yaptırmamış ve yapılanları da yayınlamamıştır. Köşe yazarları fikirlerini köşelerinde belirtmişlerdir. Fakat gazetenin genelinde Tansu Çiller' i destekleyici haber ve köşe yazıları yer almaktadır. Gazetede ki önemli haberler şöyledir;

6 Aralık 1995 ilk sayfa Adnan AKGÜNEL" Ecevit ANASOL şartları" manşetli yazıda " DSP Genel Başkanı Bülent Ecevit seçim sonrası ANAP' la kurulması beklenen bir koalisyon hükümeti için ihtiyatlı evet dedi" diye yazmıştır.

17 Aralık1995, ilk sayfa " Patronların 96 falı" adlı haberinde Seda OĞUZ " iş dünyasının önde gelen temsilcileri, 24 aralık seçimlerinde ilk 3 parti olarak DYP.ANAP ve RP'nin çıkacağını tahmin ediyor. Tek parti iktidarını mümkün görmeyen patronlar koalisyon bekliyor."

19 Aralık 1995, ilk sayfa "3 lider kazanacak seçime 5 gün kala partiler arasındaki mücadele gerçek zemine oturdu. Merkez sağda DYP-ANAP, merkez solda CHP-DSP, muhafazakar sağda Refah-MHP yarış öne çıktı. Çiller ile Yılmaz, Baykal ile Ecevit, Erbakan ile Türkeş 3 farklı tabana yöneldi"

20 Aralık 1995, ilk sayfa "Haftaya başbakanım diyen Mesut Yılmaz 24 Aralıkta ANAP' ın iktidara geleceği görüşünü savunarak, seçimde vatandaşların kendi kaderlerini tayin edeceklerini söyledi. Yılmaz artık yarışın RP ile ANAP arasında olduğunu savunarak oylarını bölüp seçim akşamı Hoca' yı televizyona çıkarıp tavra atarmayın dedi." Yine aynı tarihli gazetede Rıza ZELYURT yazısının başlığı "Refah demek kan demek" dir. "...Hangi partiye verirsiniz verin oyunuzu...Ama sakın ha sakın kan dökmekten söz eden bu partiye vermeyin...."

21 Aralık1995, ilk sayfa " Çiller' in kozu kadınlar. Başbakan Tansu Çiller kararsız bayan seçmenlere seslenerek ANAP' a vereceğiniz oylar Erbakan'a yarar. Biz cumhuriyet kadınlarının cumhuriyete sahip çıkması lazım dedi ve seçime 3 gün kala yüzde 28-29 la tek başına iktidar hedefini açıkladı."

23 Aralık 1995 tarihli gazetede, Medyatör köşesinde Aykut Işıklar "...Benim oyum Tansu Çiller' in yani Doğru yol Partisi'ne....", 26 Aralık1995, ilk sayfa "Hoca:Kuranız ...Görevi aldığımızda Türkiye'nin özlediği hükümeti kuracağız inşallah....."

6.9-Milliyet Gazetesi

Milliyet gazetesi seçim yasağını delerek 21 Aralık1995 tarihinde yaptırdığı anketi yayınladı. Milliyet gazetesindeki genel hava refahın birinci parti olduğuna dair yazılar bulunmakla beraber ANAP öne çıkarcı haberlere yer vermektedir. Özellikle ankette ANAP ilk sırada çıkmıştır.

Şu haberler RP ilgili olarak çıkan haberler doğrulamaktadır.

9 Aralık 1995, 4.sayfa Umut TALU Dipsiz Kuyu köşesinde " Refah birinci parti olarak "kuvvetle muhtemel" diyerek gündeme damgasını vurmuştur, 18 Aralık 1995, 14 sayfa Siyaset Günlüğü köşesinde Derya SAZAK "Refah gerçeği kamuoyu araştırmaları kıl payı önde giden Erbakan seçimde birkaç puan farkla çıksa bile öteki partiler koalisyonla girmeyecekleri için iktidar ANAP-DYP kurur...."

Kamuoyunda gündem oluşturmaya yönelik diğer haberleride şöyle sıralayabiliriz , 5 Aralık 1995,11.sayfa Günlük köşesinde Yalçın DOĞAN "....DYP dördüncü parti...." diyerek söz etmektedir., 7 Aralık 1995, İlk sayfa "CHP baraja takılır DSP lideri Ecevit Mecliste ikinci bir sol partiye ihtiyaç olduğunu söyledi, ancak CHP için baraj uyarısı yaptı..."12 Aralık 1995, İlk sayfa "Solda büyük kapışma CHP ve DSP yarış hızlandı. CHP lideri Baykal' ın hedefi kararsızlar. Ecevit' in sloganı Bize güven Türkiye.." 13Aralık1995, İlk sayfa " Refah' ı yakaladılar"

18Aralık 1995,İlk sayfa "Demirel Güvenoyu arandı. En çok milletvekili çıkaran hükümeti kurmayabilirdiyor", 19 Aralık 1995, 14.sayfa "Hoca' ya yakalanmayın. Mesut Yılmaz' ın Trabzon da ki konuşmasına ilişkin bir haber..."15 sayfa Taha AKYOL Objektif adlı köşesinde "RP ve ANAP' ın merkez sağda birleşmesi isteniyor havasını vermekte."

20 Aralık 1995, ilk sayfa " ANAP öne geçti. Seçim yarışının son haftasında Anavatan Partisi dikkat çekici bir atakla Refah' ı geride bıraktı ve başa geçti..."

11.sayfa de Olaylar ve İnsanlar köşesinde Hasan PULUR "Çiller şansını berbat etti....."

21Aralık 1995 ta ki yayın anketin yayınlandığı gün olduğu için önemlidir. Özellikle tablo-10 daki partilerin oy grafiğini gösteren haber kamuoyunda yönlendirme açısından etkili olmuştur., İlk sayfa " Konda' nın anketine göre barajı 5 parti geçiyor. ANAP %21,5 le birinci. RP(19.8) iki puan arkada .DYP(17.7) üçüncü . DSP(14.8), CHP(13.2)'nin önünde MHP(8) ve HADEP(4.1) baraja takılıyor.

Tablo 6. Konda nın 1995 Genel Seçimleri Tahminine Yönelik Anket Sonuçları

ANAP	RP	DYP	DSP	CHP	MHP	HADEP	DiğER
21,5	19,8	17,7	14,8	13,2	8	4,1	0,9

Kaynak.21 Aralık1995 Milliyet Gazetesi

22 Aralık 1995 tarihindeki haberler ise 21 Aralıktaki anketin yankılandır, İlk sayfa Manşet " Anket depremi" " Milliyet' in dün yayınladığı Konda anketi tüm Türkiye'yi konuşturdu, büyük ilgi uyandırdı, gündemi belirledi. Seçmenin önünü görmesi açısından böyle araştırmalara büyük ihtiyaç olduğunu gösterdi"

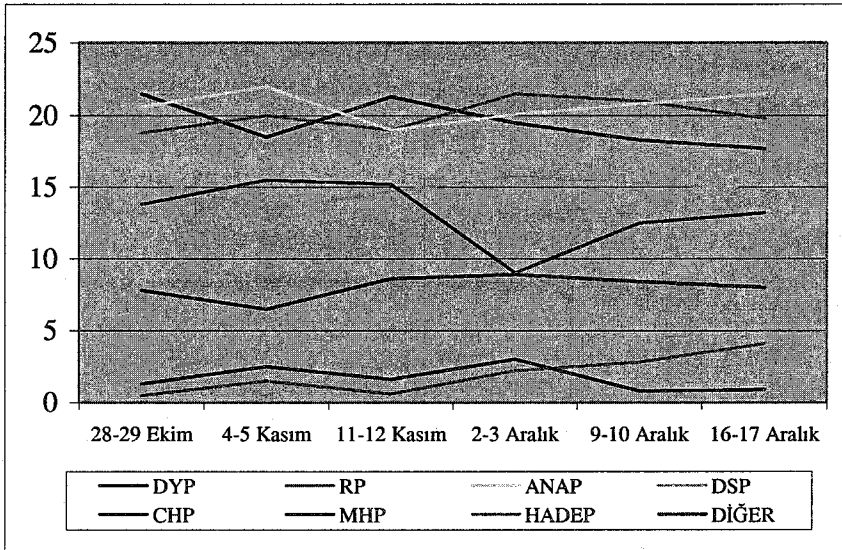
Tablo-7. Tansu Çiller'in 1995 Genel Seçimleri Yönelik Yaptırdığı Anketin Sonucu

DYP	RP	ANAP	DSP	CHP	MHP	KARARSIZLAR
23,3	16	13,6	11,3	8,9	4	20

Kaynak:22 Aralık 1995, Milliyet Gazetesi

" Çiller' in anketli basın toplantısı .Başbakan Tansu Çiller, gazetemizde yayınlanan anketi eleştirdi ve her gün düzenli yaptırdıklarını söylediği kamuoyu araştırmalarından 19 Aralık tarihisinde kendilerinin birici parti olduklarını ve ANAP la aralarında 10 puanlık bir fark bulunduğunu söyleyen Çiller' in anketinde partilerin oy oranları şöyle; DYP; 23.3, RP;16,0, ANAP; 13,6 DSP; 11,3, CHP; 8,9, MHP; 4, kararsızlar; 20

Grafik 1.Partilerin Oy Grafiği



Kaynak:21 Aralık 1995 Milliyet Gazetesi

7. SONUÇ

Siyasal nitelikli kamuoyu araştırmalarının 1980'den sonraki gelişmelerinde, siyasal partilerin ve gazetelerin desteğiyle, halkta uyanan demokratik rejime

yeniden dönme isteği etkili olmuştur. Bu dönemde bireylerin siyasi partiler ve politikaları hakkında farklı kesimlerin ne düşündüğünü merak etmeleri, gazetelerin zengin haber malzemeleri toplama isteği, siyasi partilerin imaj yenileme ve seçim kampanyalarında izlenecek stratejileri belirleme güdüleri, siyasi ve sosyal nitelikli kamuoyu araştırmalarına olan talebin artmasında etkili olmuştur. Tabii burada haber almada, televizyon ve gazetenin önemi unutulmamalıdır.

Siyasal tercihlerin belirlenmesinde, hangi kitle iletişim araçlarının ne derecede etkilendiğine bakıldığında ise TV %36, gazete %16 oranında olduğu görölmektedir(Güz 1995,s.126) . Bu gerekçeler ışığı altında ki 1995 genel seçimlerinde siyasi partiler propaganda için televizyon kanallarını çok kullanmışlardır. Özellikle Show Tv, Kanal D, ATV bu konuda siyasi parti liderlerini ekranlarına çıkararak reytinglerini yükseltirken . telefon bağlantılarıyla kamuoyu yoklaması yapıp bunları tv ve gazetelerde yayınlamaya başladılar. Bir ölçüde de kamuoyunda gündem kurdular.

Kamuoyu araştırmaları her ne kadar 24 Aralık 1995 seçimleri öncesinde yasaklansa da ülkemizde ekonomik, siyasi ve sosyal konularla ilgili olarak yapılan ve sonuçları toplumumuz tarafından ilgiyle izlenen bir kitle iletişim aracı olarak siyasi ve sosyal yaşantımızda sık sık başvuru alan araçlardan biri olmuştur.

24 Aralık 1995 seçimlerinden önce gazetelerin kamuoyu araştırma sonuçlarının yayınlanmasının yasak olmasına rağmen Milliyet, Hürriyet ve Yeni Şafak gazetelerinde seçime 2-3 gün kala bazı anketler yayınlanmıştır. Hürriyet gazetesi kendi yaptığı anketin yanında diğer bağımsız kuruluş ve kişilerin yaptırmış olduğu anketleri de yayınlamıştır. Yeni Şafak ve Milliyet gazeteleri sadece kendilerinin yaptırmış oldukları anket sonuçlarını yayınlamışlardır. Yeni Yüzyıl gazetesi ise yaptırılan anketleri İsmet Berkan köşesinde kaynak göstermeden yayınlamıştır.

Sabah, Türkiye, Akşam, Cumhuriyet, Zaman gazetelerinde ise kamuoyu araştırma şirketlerinin anket sonuçları açık bir şekilde yayınlanmamıştır. Ancak bazı yazarların yazılarında bu anketlerin sonuçlarıyla ilgili yorumlar getirilmiştir. Özellikle Sabah gazetesinde bir partiye açık bir şekilde destek verilmiş, halkın bu partiye oy vermesi yönünde telkinlerde bulunulmuştur.

Milliyet' in Konda anketinde ise ANAP az farkla %21.9 ile önde, RP %19.8 ile ikinci %17.7 ile DYP üçüncü, %14.4 ile DSP dördüncü ve %13.2 ile CHP beşinci parti durumunda görünüyor.Bu incelemede sonuçlar karşılaştırıldığı zaman +,- 2 hata payı bulunmaktadır.Bu sonuç dikkate alınırsa basının gündem kurmada etkili olduğu ve kamuoyunu yönlendirmede de etkili olduğu sonucu teyit edilmiş olur. Özellikle 34 milyon seçmenin oy kullandığı bir ortamda kararsızların sayısının % 15-20 olarak varsayıldığı bir ortamda anket sonuçlarının önemi bir kat daha da artmıştır.

Yeni Şafak gazetesinde ise bu gazete tarafından yapılan anket sonuçlarında, RP' nin az farkla da olsa yarışı ANAP'ın bir adım ötesinde bitireceği

tahmin ediliyor. Bu anket sonuçlarına göre DYP üçüncü, DSP dördüncü ve CHP beşinci parti olarak yarış tamamlayacak. Fakat bu ankete göre MHP ve HADEP' in ülke barajını aşmaları durumunda bu sıralamanın değişebileceği de ifade edilmektedir.

Hürriyet gazetesinde yayınlanan anket sonuçlarında Strateji-Mori'nin yaptığı anket sonuçlarına göre; ANAP ve RP %21 ile birinciliği paylaşıyor. DYP %16 oy alıyor. DSP %13, CHP %11 oranında oy almaktadır Hürriyet ve Türkiye gazetelerinde bulunan bazı yazı ve yorumlarda, ANAP ile RP'nin önde olduğunu, az farkla da olsa yarışı ANAP'ın kazanacağı tahmin ediliyor.

Sabah gazetesinde ise bunun tam tersi ve açık olarak DYP ve lideri Tansu Çiller destekleniyor. ANAP' a oy verilmesi halinde bunun RP' ye yarayacağı anlatılıyor ve Mesut Yılmaz eleştiriliyor.

Yeni Yüzyıl gazetesinde ise İsmet BERKAN kaynak ve isim belirtmeden yayınlamış olduğu iki ankette de RP birinci parti olarak çıkmıştır. İlk ankette DYP ikinci olup ANAP üçüncü olmuştur. İkinci ankette bu sefer ikinci ve üçüncü partiler yer değiştirmiştir.

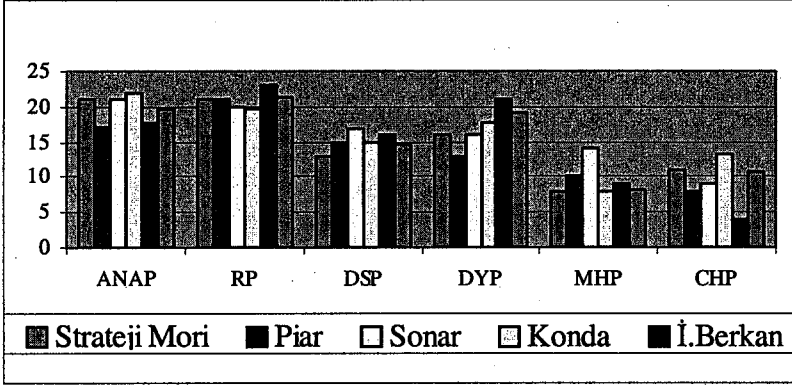
Anket yayınlamayan gazetelerin genel durumu şöyledir; Cumhuriyet gazetesi DYP ve RP 'ye karşı olumsuz yorumlar yaparken DSP ve CHP için olumlu yorumlar yapmaktadır. Zaman gazetesinde yarışın favorisi olarak RP gösterilmektedir. Akşam gazetesinde ise DYP desteklenmektedir

Gazetelerde yayınlanan kamuoyu araştırma şirketlerinin anket sonuçları ile resmi gazetede yayınlanan kesin sonuçlarla karşılaştırması tablo-8 verilmiştir.

Tablo-8.Anket Sonuçlarının Karşılaştırılması

Siyasi Partiler Kurumlar	RP %	ANAP %	DYP %	DSP %	CHP %	MHP %	Top. Hat Payı	Ort. Hata Payı
Strateji –Mori	21	21	16	13	11	8		
Hata Payı	0,4	1,4	3,2	1,6	0,3	0,2	7,1	1,18
Konda	19,5	21,9	17,7	14,4	13,2	8		
Hata Payı	1,9	2,3	1,5	0,2	2,5	0,2	8,6	1,43
Sonar	20	21,1	16	16,9	9,1	14,1		
Hata Payı	1,4	1,5	3,2	2,3	1,6	5,9	15,9	2,65
Piar – Gallup	21	17	13	15	8	10		
Hata Payı	0,4	2,6	6,2	0,4	2,7	1,8	14,1	2,35
İsmet Berkan	23	17,8	21	16	4	9		
Hata Payı	1,6	1,8	1,8	1,4	6,7	0,8	14,1	2,35
Resmi Gazete	21,4	19,6	19,2	14,6	10,7	8,2		

Grafik 2. Kamuoyu Araştırmalarının Karşılaştırılması



Grafik 2'ye baktığımızda özellikle Strateji-Mori ve Konda araştırma şirketlerinin anket sonuçlarında az hata payı ile birlikte tutarlılık vardır. Kesin sonuçlara yakın tahminde bulunmuşlardır. Sonar ve Piar-Gallup'un hata payları daha büyüktür. Anket sonuçlarında RP' nin oy oranı genellikle iyi tahmin edilmiştir. MHP' nin oy tahmininde Strateji-Mori ve Konda çok başarılı olmuştur.Özete iletişim araçları halka ne düşüneceklerini değil de ne hakkında düşüneceklerini söylemektedir. Kitle iletişim araçları önemli gördükleri hususları seçerler ve incelerler,bu konuların halk tarafından da önemli konular olarak kabul edildiği düşünülür.

Kitle iletişim araçları gündemi tespit ederek bireylerin evreni algılamalarını şekillendirmekte ve yönlendirmektedir. Kişiler kitle iletişim araçlarından gündemdeki konuların neler olduğu ve bu konuların önem sırasının ne olduğunu öğrenirler. Soruna ne kadar önem verileceğini öğrenirler. Özellikle kamuoyu araştırmalarıyla kişiler yönlendirilmektedir.

Günümüzde kamuoyu araştırmaları kendini darbelerden sıyrarak siyasal ve ekonomik düzen içindeki yerini almış, modernleşme ve gelişme yolunda toplumun kendisine tutulan bir ayna işlevi görmeye başlamıştır.

ABSTRACT

Political Kind Of Public Opinions Polls and 24 th December 1995 General Elections Sample

In the 21 st. Century, market researches in trade life began to take place in the literature at the same time as well as public opinion and public opinion polls in democratic societies. Especially the development of empirical methods and the use of their results in social sciences, the development of opinion and attitude measurement studies increased the importance of public opinion

polls once again. In democracy norm being used of public opinion polls in demonstrating of public support for political government, has made there polls an important part of political life. In this century mass communication devices have taken an important role in determining the agenda, shaping and directing the perception of the individuals. The use of public opinion polls by mass media devices and being presented to the public have been seen as a strategic election study. Nowadays public opinion polls, have been reflecting the public by modernizing and taking place in political and economical areas. In this study the public opinion polls which were published between 4 th December, 1995 and 4 th January, 1996 before 24 th December 1995 General elections was taken up. The results were tried to be compared with the official results.

Key Words: Public opinion polls, Political communication, Communication, Press

KAYNAKÇA

- Bektaş, Arsev (1996), Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi, Bağlam Yayınları, İstanbul
- Bock H.(1976) "Influence of In-State Election Poll Reports on Candidate Preference in 1972" Journalism Quarterly, Autumn
- Champagne P,(1995), Kamuoyu Yoklamaları, Oy kullanma ve Demokrasi, Hülya Tufan (çev.), Kesit Yayıncılık, İstanbul
- Dominique W.(1991), Siyasal İletişim: Bir Model Yaratmak, Hülya Tufan-Ömer Laçiner (Çev.), Birikim (30 Ekim 1991).s.50-65
- Erol, M (1994), İletişim Sözlüğü, Ark Yayınları, Ankara.
- Hartley R (1985) Eugene L, Hart C., "Tutumlar ve Kanaatler" ,Ünsal Oskay(der), AÜ.Basın Yayın Yüksekokulu Yayını, Ankara.
- Güz N (1994) Küçük Kurt M, "18-22 Yaş Grubu gençlerin kitle İletişim Araçlarının Kullanım Tercihleri Üzerine Bir araştırma", Amme İdaresi Dergisi, 117-140
- Güz N (1995), Siyasal tercihleri belirlemede Kitle İletişim araçlarının Rolü Amme İdaresi Dergisi, 114-128.
- Kalender A.(1998) Seçmen Tercihini Etkileyen propaganda ve İletişim Faktörleri: Türk Seçmen Davranışı Üzerine Bir Araştırma (Konya Örneği), Doktora Tezi, GÜ Sos.Bil.Enst., Ankara
- Küçük Kurt M.(1993) İletişim Modelleri, İmaj yayınları İstanbul

- Küçükkurt M.(1990), Kamuoyu Araştırmalarında Güvenirlik Sorunu, Varol Muharrem (ed) Kamuoyu Araştırmaları Birinci Uluslararası Sempozyumu, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yayını, Ankara s:141-149
- Lake, Celinda C. Ve Harper Pat (1997), Kamuoyu Araştırmaları, Nurettin Güz (çev) Y.E.Y.,Konya
- McCombs, M.E. and Shaw DL(1972) The Agende Setting Function on of Media, Public Opinion Quartely,176-187 Mehmet Küçükkurt(çev) İmaj Yayını
- McCombs, M.E. and Shaw DL(1976) Structuring the Unseen environment Unseen Enviroment, Joural of Communication 18-22Mehmet Küçükkurt(çev) İmaj Yayını
- Noelle N.(1974) The Sprial of silence: a theory of public opinion, Journal of Communication, 43-51
- Tanla B.(1990), Piyasa ve Kamuoyu Araştırmalarının Gelişimi, Varol Muharrem (ed), Kamuoyu Araştırmaları Birinci Uluslararası Sempozyumu, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yayını, Ankara ,s:21-23
- Tosun, G.(1989), Türkiye'de Siyasal Nitelikli Kamuoyu Araştırmaları ve 20 Ekim 1991 Seçim Örneği, Amme İdaresi Dergisi, Cilt:26, Sayı:3.s.105-124.
- Uysal Ő.(1976), "Sosyal Bilim araştırmalarında Kullanılan Araçların Geçerlilik ve Güvenirlikleri" Ruşen Keleş (der),TODAİE Yayını, Ankara
- Sağnak, M. (1996), Medya-Politik, Eti yayınları, İstanbul.
- Schiller, H.(1993),Zihin Yönlendirenler, Cevdet Cerit (çev), Pınar Yayınları,İstanbul

