

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

**GENELKURMAY BAŞKANLIĞI BASIN BİLDİRİLERİNİN
ULUSAL YAZILI BASINDA HABERLEŞTİRİLMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Ercan POYRAZ

Ankara-2007

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

**GENELKURMAY BAŞKANLIĞI BASIN BİLDİRİLERİNİN
ULUSAL YAZILI BASINDA HABERLEŞTİRİLMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Ercan POYRAZ

Tez Danışmanı
Prof.Dr. Bayram KAYA

Ankara-2007

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

**GENELKURMAY BAŞKANLIĞI BASIN BİLDİRİLERİNİN
ULUSAL YAZILI BASINDA HABERLEŞTİRİLMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Tez Danışmanı : Prof.Dr. Bayram KAYA

Tez Jürisi Üyeleri

Adı ve Soyadı

Prof.Dr. Haluk GERAY

Prof.Dr. Bayram KAYA

Yard.Doç.Dr. Ülkü DOĞANAY

İmzası



Tez Sınavı Tarihi : 24 Ocak 2007

İÇİNDEKİLER

Tablolar ve Grafikler Listesi.....	IV
Giriş	1
A. Tezin Konusu	3
B. Tezin Amacı ve Önemi	3
C. Kuramsal Çerçeve	4
D. Tezin Yöntemi	7
Araştırma Soruları.....	8
Kapsam	9
Sınırlılıklar.....	10

BİRİNCİ BÖLÜM

HALKLA İLİŞKİLERDE BASINLA İLİŞKİLER

1. Basının Haber Üretim Süreci	11
1.1. Haber Nedir? Hangi Olay Haberdir?.....	12
1.2. Haber Üretim Süreci İçinde Haber Kaynakları.....	16
1.3. Haber Kaynağı Olarak İnternet.....	19
2. Halkla İlişkilerde Basına Bilgi Aktarma Yöntemleri	21
2.1. Basın Bildirileri.....	24
2.1.1. Basın Bildirisinin Önemi.....	25
2.1.2. Basın Bildirisinin Çeşitleri.....	27
2.1.3. Basın Bildirisinin Özellikleri.....	29
2.2. Basın Toplantıları.....	33
2.3. Basın Gezileri.....	35
3. Basın Bildirilerinin Aktarılmasında Kullanılan Araçlar	37

3.1	Özel Ulak/Postalama.....	38
3.2.	Telefon.....	38
3.3.	Faks.....	39
3.4.	Basınla İlişkilerde Bilgi Aktarma Aracı Olarak İnternet.....	40
3.4.1.	İnternet'in Basını Bilgilendirmek Amacıyla Kullanılması.....	43
3.4.2.	İnternet'te Basına Yönelik Sağlanabilecek Hizmetler.....	45
3.4.3.	Basın Odaları.....	49

İKİNCİ BÖLÜM

GENELKURMAY BAŞKANLIĞININ BASINLA İLİŞKİLERİ

1.	Genelkurmay Başkanlığı'nın Halkla İlişkiler ve Tanıtım Faaliyetleri	52
2.	Genelkurmay Başkanlığı'nın Basına Bilgi Aktarma Yöntemleri..	58
2.1.	Basın Bildirileri.....	60
2.1.1.	Basın Açıklamaları.....	60
2.1.2.	Bilgi Notları.....	62
2.1.3.	Basın Duyuruları.....	63
2.2.	Basın Toplantıları.....	64
2.3.	Basın Gezileri.....	66
3.	Genelkurmay Başkanlığı'nın Basınla İlişkilerinde İnternet.....	67
3.1.	Genelkurmay Başkanlığı'nın İnternet Örgütlenmesi.....	68

3.2. Genelkurmay Başkanlığı'nın İnternet Örgütlenmesinde Basın Bildirileri.....	71
---	----

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GENELKURMAY BAŞKANLIĞI BASIN BİLDİRİLERİNİN

ULUSAL YAZILI BASIN TARAFINDAN HABERLEŞTİRİLMESİ

1. Araştırmanın Yöntemi.....	76
2. Basın Açıklamalarının Haberleştirilmesi.....	87
3. Bilgi Notlarının Haberleştirilmesi.....	96
4. Basın Duyurularının Haberleştirilmesi.....	105
5. Basın Bildirilerinin Haberleştirilmesinin Değerlendirilmesi.....	119
Sonuç.....	131
Kaynakça.....	134
Ekler	140
Özet.....	143
Summary.....	144

TABLolar VE GRAFİKLER LİSTESİ

TABLolar

Tablo 1: Genelkurmay Başkanlığı 2005 Yılı Basın Açıklamaları.....	88
Tablo 2: Basın Açıklamalarının Haber Olarak Yayınlanma Durumu	89
Tablo 3: Basın Açıklamalarına İlişkin Haberlerin Gazetelere Göre Dağılımı.....	90
Tablo 4: Basın Açıklamalarına İlişkin Haberlerin Yayınlandığı Sayfa.....	92
Tablo 5: Basın Açıklamalarına İlişkin Haberlerin Gazetelerde Veriliş Biçimi.....	93
Tablo 6 : Basın Açıklamalarına İlişkin Haberlerin Yorum Durumu.....	93
Tablo 7: Basın Açıklamalarına İlişkin Haberlerde Gazetelerin Tutumu.....	94
Tablo 8: Basın Açıklamalarına İlişkin Haberlerde Gazetelerin Eğilimlerine Göre Tutumu.....	95
Tablo 9: Genelkurmay Başkanlığı 2005 Yılı Bilgi Notları.....	96
Tablo 10: Bilgi Notlarının Haber Olarak Yayınlanma Durumu.....	99
Tablo 11: Bilgi Notlarına İlişkin Haberlerin Gazetelere Göre Dağılımı.....	100
Tablo 12: Bilgi Notlarına İlişkin Haberlerin Yayınlandığı Sayfa.....	102
Tablo 13: Bilgi Notlarına İlişkin Haberlerin Gazetelerde Veriliş Biçimi.....	102
Tablo 14: Bilgi Notlarına İlişkin Haberlerin Yorum Durumu.....	103
Tablo 15: Bilgi Notlarına İlişkin Haberlerde Gazetelerin Tutumu.....	103
Tablo 16: Bilgi Notlarına İlişkin Haberlerde Gazetelerin Eğilimine Göre Tutumu.....	104
Tablo 17: Genelkurmay Başkanlığı 2005 Yılı Basın Duyuruları.....	105
Tablo 18: Basın Duyurularının Haber Olarak Yayınlanma Durumu.....	112

Tablo 19: Basın Duyurularına İlişkin Haberlerin Gazetelere Göre Dağılımı.....	114
Tablo 20: Basın Duyurularına İlişkin Haberlerin Yayımlandığı Sayfa	116
Tablo 21: Basın Duyurularına İlişkin Haberlerin Gazetelerde Veriliş Biçimi.....	116
Tablo 22: Basın Duyurularına İlişkin Haberlerin Yorum Durumu.....	117
Tablo 23: Basın Duyurularına İlişkin Haberlerde Gazetelerin Tutumu.....	117
Tablo 24: Basın Duyurularına İlişkin Haberlerde Gazetelerin Eğilimlerine Göre Tutumu.....	118
Tablo 25: Basın Bildirileri Haber Sayılarının Gazetelere Göre Dağılımı.....	120
Tablo 26: Basın Bildirilerine İlişkin Haberlerin Gazetelere Göre Dağılımı...	121
Tablo 27: Basın Bildirilerine İlişkin Haberlerin Yayımlandığı Sayfa.....	122
Tablo 28: Basın Bildirilerine İlişkin Haberlerin Yayımlandığı Sayfanın Gazeteler Göre Dağılımı.....	123
Tablo 29: Basın Bildirilerine İlişkin Haberlerin Gazetelerde Veriliş Biçimi...124	
Tablo 30: Basın Bildirilerine İlişkin Haberlerin Yorum Durumu.....	125
Tablo 31: Basın Bildirilerine İlişkin Haberlerin Yorum Durumunun Gazetelere Göre Dağılımı.....	126
Tablo 32: Basın Bildirilerine İlişkin Haberlerde Gazetelerin Tutumu.....	127
Tablo 33: Basın Bildirilerine İlişkin Haberlerde Gazetelerin Eğilimlerine Göre Tutumu.....	128
Tablo 34: Basın Bildirilerine İlişkin Haberlerde Tutum Durumunun Gazetelere Göre Dağılımı.....	129

GRAFİKLER

Grafik 1: Basın Açıklamalarına İlişkin Haberlerin Gazetelere Göre Dağılımı.91

Grafik 2: Bilgi Notlarına İlişkin Haberlerin Gazetelere Göre Dağılımı.....101

Grafik 3 : Basın Duyurularına İlişkin Haberlerin Gazetelere Göre

Dağılımı.....115

Grafik 4: Basın Bildirilerine İlişkin Haberlerin Gazetelere Göre Dağılımı...122

GİRİŞ

Halkla ilişkiler iletişim sürecinde, çoğunlukla araçlı iletişime gerek duyulmaktadır. Halkla ilişkilerde en çok yararlanılan iletişim araç ve yöntemi ise basındır. Her kuruluş yaptığı çalışmalarını, başarılarını kamuoyuna duyurarak, basında en fazla haber yaptırıp tanıtım sağlamayı ve böylece kamuoyunun güvenini kazanmayı ister.

Basının ana varoluş nedeni haber vermektir. Mesajlarını hedef kitleye aktarmak için iletişim aracına gereksinim duyan halkla ilişkiler görevlilerine karşılık, basın yayın kuruluşları da bilgi ve haber gereksinimi içindedir.

Halkla ilişkiler görevlileri, gazetecilerin bilgi alma isteklerini yerine getirmek, onları günü gününe izlemek, basın bildirimleri yayınlamak, basın gezileri ve basın toplantıları düzenlemek gibi görevleri yerine getirmek durumundadır. Bu görevlerin icra edilmesinde yazılı basının ayrı bir önemi vardır. Okuyucular, radyo ve televizyon dinleyici/izleyicilerinden daha çok enformasyona elverişlidir. Okuyan kişiler dinleyen kişilerden daha çok kendilerini konuya verirler. Onun için gazetelerde kuruluşla ilgili haber yayımlanması ayrı bir önem taşımaktadır.

Basın yayın kuruluşları haberleri verirken çoğunlukla olayın gerçeğini tam olarak vermemektedir. Çünkü herhangi bir olaya ilişkin gerçek, gazetecinin öznelliğinden geçerek haber haline getirilmekte ki, bu hiçbir zaman gerçeğin tam kendisi olmamaktadır, sadece gerçeğin temsillerinden birisi olmaktadır. Başka bir ifadeyle, haber bir kurguya dayanmaktadır.

Resmi kurumlar tarafından basın kuruluşlarına gönderilen basın bildirimleri de bu nedenle genellikle gönderildiği gibi yayımlanmamakta, yorum katılarak haber haline getirilmekte ve hatta bazen hiç yayımlanmamaktadır. Bu kapsamda araştırmanın sorunsalının bir boyutu basınla ilgilidir. Basın kuruluşlarına gönderilen basın bildirimleri türlerine göre ne derece haber yapılmaktadır? Basın bildirimlerinde belirtilen içerik olduğu gibi yayımlanmakta mıdır, yoksa yorum katılarak mı verilmektedir? Eğer yorum varsa, bu yorumların içeriği olumlu mudur, olumsuz mudur? Olumlu ise, kamuoyunun pozitif biçimlendirmesi, olumsuz ise, kamuoyunun negatif biçimlendirmesi amaçlanmış mıdır?

Türk Silahlı Kuvvetleri, Türk halkı için sadece bir savunma kurumu değildir. TSK, kurumsal bir tarihe dayanmaktadır ve Türk halkı için toplumsal bir olgudur. Yapılan çeşitli araştırmalarda, Türkiye’de “en güvenilir kurum” daima Türk Silahlı Kuvvetleri olmaktadır. Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı (TESEV) tarafından gerçekleştirilen 2004 yılı itibariyle kurumlara duyulan güvenin de ele alındığı bir araştırmada, Türk Silahlı Kuvvetleri, 10 üzerinden 8.2 puanla birinci sırada bulunmaktadır¹.

Türk Silahlı Kuvvetleri’nin ana karargahı olan Genelkurmay Başkanlığı var olan bu güven ortamının devam etmesi ve olumlu imaj oluşturulmasına katkı sağlanması amacıyla tanıtım faaliyetleri yapmaktadır. Bunlardan biri de

¹ Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı (TESEV) tarafından gerçekleştirilen "Türkiye’de Yerel ve Merkezi Yönetimlerde Hizmetlerden Tatmin, Patronaj İlişkileri ve Reform Araştırması" konulu bu araştırmanın tamamına TESEV’in <http://www.tesev.org.tr> URL adresli internet sitesinden ulaşılabilir.

basın bildirimleridir. İşte araştırmanın sorunsalının diğerk boyutu da Genelkurmay Başkanlığı basın bildirimleriyle ilgilidir. Sorunsalın bu boyutu, Genelkurmay Başkanlığı'nın basın bildirimleri yayımlamaktaki amacını, yöntemini ve basın bildirimlerinin hazırlanma sürecini içermektedir.

A. TEZİN KONUSU

Bu tezde; halkla ilişkilerde basınla ilişkiler konusu ortaya konulup bu kapsamda Genelkurmay Başkanlığı tarafından yayımlanan basın bildirimlerinin ulusal yazılı basında haberleştirilmesi konusu işlenmiştir.

B. TEZİN AMACI VE ÖNEMİ

Bu tezin amacı; Genelkurmay Başkanlığı'nın kamuoyunda kendisini tanıtarak olumlu bir imaj kazanmak ve var olan olumlu imajını sürdürmek için basın bildirimlerini kullanması, basın bildiri türlerinin oluşum sürecinin açıklanması, basın bildirimlerinde yer alan içeriğin ne oranda haberleştirildiğinin ortaya konması ve basın bildirimlerine dayanarak ulusal yazılı basında yer alan haberlerin niteliklerinin saptanmasıdır.

Bu tez, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin paydaşları açısından önemlidir. Başta basın, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin basın ve halkla ilişkiler birimlerinde çalışan personeli, halkla ilişkiler birimleri ve Türk Silahlı Kuvvetleri'nin içinden çıktığı halk için bu tezin önemi vardır.

Genelkurmay Başkanlığı basın bildirimlerinin ulusal yazılı basında haberleştirilmesi konusunu işleyen daha önce yapılmış bir çalışma

bulunmaması araştırmaya ayrı bir önem katmaktadır. Kamuoyunda en çok güvenilen kurum olarak görülen TSK'nin ulusal yazılı basında nasıl temsil edildiğinin saptanması da tezin ayrı bir önemini ortaya koymaktadır.

C. KURAMSAL ÇERÇEVE

Basınla ilişkiler, halkla ilişkilerde önemli bir yer tutar. Bir halkla ilişkiler görevlisi için basın önemli bir hedef kitledir. Halkla ilişkiler görevlisi, haber değeri yüksek olan ve kurumunun tanıtımına katkıda bulunacak konuları basın bildirileri ile gazetecilere ulaştırır.

Basın bildirileri, kurumların kendilerinde veya verdikleri hizmette bir yenilik, gelişme olduğu zaman veya kurumla ilgili ilginç bir gelişme yaşandığında basına iletilen haberlerdir. Basın bildirileri, kurumlar için basında yer alma aracı iken, gazeteciler için de önemli bir bilgi kaynağını oluşturmaktadırlar. Basın bildirisinin içerik bakımından haber niteliği taşıyabilmesi için, beş N bir K kuralına (ne, nerede, nasıl, niçin, ne zaman ve kim sorularına) cevap vermesi ve bildiriye yazan kişinin tarafsız gazetecilik kurallarına uygun olarak metni hazırlaması gerekir.

Bu tezde kullanılan "basın bildirisi" ifadesi "basın bülteni", "basın açıklaması", "basın duyurusu" ve "bilgi notu" ifadelerini kapsayacak şekilde kullanılmıştır.

Çalışmada, "Türk Silahlı Kuvvetleri", "Genelkurmay Başkanlığı" ve "Türk Ordusu" ifadeleri birbirlerinin yerine ve aynı anlamı taşıyacak şekilde kullanılmıştır.

Genelkurmay Başkanlığı basın bildirimlerini “basın açıklaması”, “bilgi notu” ve “basın duyurusu” olmak üzere üç değişik isimle basın kuruluşlarına ulaştırmaktadır. Genelkurmay Başkanlığı bu kategorileri belirlerken şu kriterlere göre ayırım yapmaktadır :

“Basın açıklaması”, Türk Silahlı Kuvvetleri ile ilgili olarak basın kuruluşlarında yer alan yanlış/gerçek dışı haber ve bilgiler konusunda kamuoyunu aydınlatmak ve doğru bilgileri vermek amacıyla yapılan bilgilendirme faaliyetidir.

“Bilgi notu”, basın kuruluşlarının Türk Silahlı Kuvvetleri ile ilgili olarak yayımladıkları haber ve yorumları daha ayrıntılı bilgilerle takviye etmek, basın kuruluşlarını Türk Silahlı Kuvvetleri’nin icra ettiği veya edeceği faaliyetler hakkında bilgilendirmek amacıyla hazırlanan bilgilendirme notudur.

“Basın duyurusu” ise, Türk Silahlı Kuvvetleri tarafından icra edilen faaliyetler hakkında, basını ve kamuoyunu bilgilendirmek amacıyla düzenlenen ve etkinliğin ne zaman, nerede, nasıl, ne amaçla ve kim tarafından yapılacağı bilgilerini de içeren basın bildirisidir.

Basın bildirimleri gazeteler tarafından haberleştirilirken çeşitli süreçlerden geçer. Basın bildirisinin haber haline getirilip getirilmemesi “eşikbekçileri” tarafından verilecek karara göre şekillenir. Bu bağlamda tezin

kuramsal çerçevesi “gündem belirleme tezi”nin² görüşüyle örtüşmektedir. Gündem belirleme tezinde de, haber okuyucunun kullandığı araca verilmeden, yani gazeteye basılmadan önce eşikbekçilerinden geçer. Eşikbekçilerinin seçme, şekillendirme, ortaya koyma, zamanlama, kısıtlama ve vermeme ile ilgili kararları enformasyon denetiminin önemli bir parçasını oluşturur. Gazetenin konuya verdiği önceliğe göre konular sıralanır. En önemli konular ilk sayfaları, başlıkları kaplar. Önemli konular ön sayfalarda büyük başlıklarla verilirken gazetenin daha az önemli gördüğü konular arka sayfalarda yer alır.

Önemli görülen basın bildirimleri tek başına ayrı bir haber olarak ve daha geniş yer kaplayacak şekilde verilirken, daha az önemli görülen basın bildirimleri başka haberlerle birleştirilerek ve daha az yer tutacak şekilde yayımlanmaktadır.

Gazeteler basın bildirimlerini haberleştirirken çoğu zaman hedef kitlesinin beklentisine uygun olarak haberlere yorum katmaktadır. Bu yorumlar olumlu veya olumsuz nitelikte olabilmektedir. Olumlu haberlerde pozitif bir kamuoyu biçimlendirilmesi amaçlanırken, olumsuz haberlerde negatif bir kamuoyu biçimlendirilmesi amacı güdülmektedir. Gazeteler böylece kamuoyunun ne hakkında düşüneceklerini belirlerken yönlendirici bir

² Gündem belirleme tezi, B.Cohen'in çalışmalarından çıkarılmış ve McComb, Shaw tarafından geliştirilmiştir. Bu tezin ana görüşüne göre, kitle iletişim araçları halkın ne düşüneceğini değil ama ne hakkında düşüneceklerini belirler, yani gündem hazırlayarak kamuoyunun oluşmasını ciddi biçimde etkiler. Bu gündem hazırlanırken eşikbekçilerinin önemli bir işlevi vardır.

etkiye sahip olmaktadır. Gazeteler benzerliklerine göre sınıflandırıldığında olumlu ve olumsuz haberlerin dağılımı farklılık göstermektedir.

D. TEZİN YÖNTEMİ

Araştırmanın amacı doğrultusunda ilk aşamada, bu konuya ilişkin daha önce yapılmış olan çalışmalar incelenmiştir. Halkla ilişkilerde basınla ilişkiler konusundaki çeşitli kaynaklara ulaşılmıştır.

İncelenen kaynaklardan elde edilen bilgiler ışığında ilk önce teorik çerçeve ortaya konmuştur. Daha sonra araştırmanın amacına uygun olarak tirajı en yüksek olan 15 adet ulusal gazete saptanmıştır. Saptanan bu ulusal gazeteler taranarak Genelkurmay Başkanlığı tarafından 01 Ocak – 31 Aralık 2005 tarihleri arasında yayımlanan basın bildirilerinin hangi gazetede haber olarak yer aldığı, ilk sayfada mı iç sayfada mı yayımlandığı, başka bir haberle birlikte mi yoksa tek başına ayrı bir haber olarak mı verildiği belirlenmiştir. Daha sonra, gazetelerde yayımlanan bu basın bildirilerine ilişkin haberler okunarak duyuru metniyle karşılaştırılmış ve haberlerde yorum olup olmadığına bakılmıştır. Araştırma kapsamında bulunan gazeteler eğilimlerine göre sınıflandırılmış ve yayımlanan haberlerin Genelkurmay Başkanlığı için olumlu, olumsuz veya tarafsız olma durumları saptanan gruplara göre örneklerle ortaya konmuştur.

Araştırmanın birinci ve ikinci bölümleri betimleyici bir çalışma olup teorik çerçeveyi ortaya koyacak niteliktedir. Üçüncü bölümde ise, içerik çözümlemesi yöntemi kullanılmıştır.

Burada çalışmanın tamamıyla ilgili yöntem belirlenirken, araştırmada verilerin nasıl bir yöntemle analiz edildiği konusu üçüncü bölümde “Araştırmanın Yöntemi” başlığı altında ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

ARAŞTIRMA SORULARI

Çalışmanın araştırma soruları şu şekildedir :

- Genelkurmay Başkanlığı neden basın bildirisi yayımlamaya ihtiyaç duymaktadır?
- Genelkurmay Başkanlığı kaç türde basın bildirisi yayımlamaktadır ve basın bildirilerinin oluşturulma süreci nasıl işlemektedir? Daha çok hangi konularda basın bildirisi yayımlanmaktadır?
- Bu basın bildirileri sadece Türk Silahlı Kuvvetleri’ni kamuya tanıtmak amacı mı güdüyor, yoksa basında yer alan eleştirel haberlere tepki olarak da basın bildirisi hazırlanıyor mu?
- Eğer tepki amaçlı basın bildirisi hazırlanıyorsa, bu basın bildirileriyle tanıtım amacıyla hazırlanan basın bildirilerinin haberleştirilmesinde yorumlanış farkı var mı?
- Genelkurmay Başkanlığı’nın basın bildirileri ulusal yazılı basın kuruluşları tarafından ne oranda haberleştirilmektedir?
- Basın bildirilerine ilişkin haberlerin gazetelere göre dağılımı nasıldır?
- Basın bildirilerine ilişkin yayımlanan haberlerin gazetelerin ilk sayfasına ve iç sayfalara göre dağılımı nasıldır?

- Basın bildirilerine ilişkin haberlerin tek başına ayrı bir haber olarak veya başka haberlerle birlikte verilme durumu nasıldır?
- Gazeteler eğilimlerine göre sınıflandırıldığı zaman hangi gruptaki gazeteler basın bildirilerini hangi oranlarda haber olarak işlemektedir?
- Basın bildirilerine ilişkin haberlerin nitelikleri nelerdir? Haberlere yorum katılmakta mıdır? Eğer yorumlu olarak verilmekte ise, bu yorum olumlu mu, yoksa olumsuz nitelikte midir? Yorumlu haberlerin gazetelere ve gazete gruplarına göre dağılımı nasıldır?

KAPSAM

“Genelkurmay Başkanlığı Basın Bildirilerinin Ulusal Yazılı Basında Haberleştirilmesi” konulu bu çalışma, halkla ilişkilerde basınla ilişkilerin değerlendirilmesi ve Genelkurmay Başkanlığı tarafından yayımlanan basın bildirilerinin ulusal yazılı basında haberleştirilmesinin içerik çözümlemesi yöntemiyle incelenmesi üzerine odaklanmıştır.

Birinci bölümde, basının haber üretim süreci, halkla ilişkilerde basına bilgi aktarma yöntemleri ve basın bildirilerinin aktarılmasında kullanılan araçlara değinilmiş ve basına bilgi aktarma aracı olarak internet konuları üzerinde durulmuştur.

İkinci bölümde ise, Genelkurmay Başkanlığı'nın halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetleri ile basına bilgi aktarma yöntemleri belirlenerek Genelkurmay Başkanlığı internet sitesinin basınla ilişkilerde kullanılması ortaya konulmuştur. Genelkurmay Başkanlığı'nın internet sitesinden halkla ilişkiler faaliyetlerinde nasıl yararlandığı ile ilgili genel bir çerçeve çizilmiştir.

Üçüncü bölümde de, Genelkurmay Başkanlığı basın bildirimlerinin ulusal yazılı basın tarafından haber olarak yayımlanması niceliksel olarak saptanmıştır. Bu bölümde, 2005 yılında Genelkurmay Başkanlığı tarafından yayımlanan basın bildirimleri 15 adet ulusal gazete taranarak ortaya konmuştur. İlk olarak basın açıklamalarının ulusal basında haber olarak yayımlanması içerik çözümlemesi yöntemiyle belirlenmiştir. Daha sonra bilgi notlarının ve basın duyurularının da ulusal yazılı basında yer alma durumları aynı yöntemle saptanmıştır. Gazetelerin basın bildirimlerine ilişkin haberleri yorumlu, yorumlu veya tarafsız olarak verme durumu belirlenmiştir. Ayrıca gazeteler eğilimlerine göre gruplandırılarak haberleri olumlu yorumlu ve olumsuz yorumlu verme durumları ortaya konmuştur.

SINIRLILIKLAR

Çalışmada; halkla ilişkilerde basınla ilişkiler bütün yönleriyle ele alınmamıştır. Basının haber üretim süreci, halkla ilişkilerde basına bilgi aktarma yöntemleri ve basın bildirimlerinin basına aktarılmasında kullanılan araçlara değinilmiştir. Genelkurmay Başkanlığı'nın basın ve halkla ilişkiler faaliyetleri ayrıntılı olarak işlenmemiş, özellikle Genelkurmay Başkanlığı'nın basına bilgi aktarma yöntemleri ele alınmıştır. Genelkurmay Başkanlığı'nın internet örgütlenmesinden bahsedildikten sonra basını bilgilendirme amacıyla internetin kullanılması ortaya konmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

HALKLA İLİŞKİLERDE BASINLA İLİŞKİLER

1. Basının Haber Üretim Süreci

Haber üretim sürecinde ilk aşama haberi toplamaktır. Haber toplamak gazetecinin veya muhabirin asli görevidir. Muhabir nerede, ne zaman haber olabilecek bilgileri bulabileceğini, neyi ve kimi göreceğini ve topladığı bilgi ve belgeleri nasıl değerlendireceğini iyi bilmelidir.

Haber toplamada kullanılan ilk yöntem haberin yerinde toplanmasıdır. Bu durumda muhabir haberin olduğu yere gider, bir konuşmayı, toplantıyı, bir seçimi veya bir olayı izleyerek, yani olay yerinde gözlem yaparak haberini yazar (Asna, 1993:156). Diğer bir yöntem ise, muhabirlerin insanlarla konuşarak, mülakat yaparak haber toplamasıdır. Gazeteler özellikle politik ve ekonomik haberleri bu yolla hazırlamaktadır. Kendi duydukları ve başkalarının tanıklığının yeterli olmaması durumunda muhabirler haber yaparken ikinci el kaynaklara başvururlar. Belgelere, raporlara, dosyalara bakılarak bunların incelenmesi hem haberin hammaddesini oluşturur hem de haberin doğruluğunun denetlenmesine yardımcı olur.

Haber üretim sürecini haber toplayarak başlatan muhabirin daha sonra ilgili haber kaynaklarından haberini doğrulaması, haber yazım kurallarına ve dilbilgisi kurallarına uygun olarak haberini yazması gerekmektedir. Haberinin doğruluğu konusunda her gazeteci ve yazı işleri müdürü önce kendisine karşı sorumludur.

Gazeteciler haber üretim sürecinde büyük bir zaman baskısı altında işlerini yapmaya çalışmakta, adeta zamanla yarışmaktadırlar. Zaman faktörünün yanında basın kuruluşunun okuyucu kitlesi, olayın somut ve net bir olay olması, önemli bir konu olması, önemli kişilerle bağlantısı olması ve olumsuzluk içermesi haber üretim sürecinde hangi enformasyonun haber olacağını etkileyen diğer hususlardır.

1.1. Haber Nedir? Hangi Olay Haberdir?

Haber kavramının ortaya çıkışının temelinde enformasyon alma ihtiyacı yatmaktadır. 18. ve 19. Yüzyıllarda sömürgeleri bulunan Avrupa ülkeleri, sömürgelerinden, daha çok ticari içerikli bilgi alma ihtiyacı duymuşlardır ve haber kavramı bu ihtiyaçtan doğmuştur.

Bu ihtiyaçtan doğan haber kavramının çok sayıda tanımı yapılmıştır. Gazetecilik konusunda yazılan kitaplar haberi genel olarak insanın ilgisini uyandıran bilgiler olarak tanımlamaktadır. Haber, genellikle bir olayın ya da olayların öyküsü veya özetidir (Asna, 1993:149). Bir başka tanıma göre, “haber, insanları ilgilendirecek, zamanlı bir olayın veya sorunun özetidir” (Peltekoğlu, 2004:190). Ancak haberleri yazan gazeteciler bunları her zaman gözlemek, izlemek olanağına sahip değildir. Genellikle olay veya olaylar olduktan sonra onlar hakkında haber yapılabilecek bilgi, belge, fotoğraf ve görüntü toplanır. Bu nedenle bazı bilim adamlarının tanımında haber bir olay değildir, olduktan sonra algılanabilen bir şeydir (Asna, 1993:149).

Bu tanımlardan da anlaşılacağı üzere, bir olaya, fikre veya soruna dayanan haberde olaylar, fikirler, sorunlar özetlenerek verilmektedir. Haber

oluşturulurken olay, fikir ve sorun hikaye edilirken, haberle gerçek arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi, haberi oluşturan hammaddenin zamana uygun olması ve iletilmesi gerekmektedir (Tokgöz, 1994:128).

Haber çeşitli açılardan ele alınırsa şu özellikleri olduğu görülür (Asna, 1993:149,150):

- Haber bir öykü, özet ya da rapordur.
- Haber gerçek olan bir şeyin özetidir.
- Haber bir düşüncenin, olayın ya da sorunun özetidir.
- Haber içinde bulunulan andır. Biraz geçmişe bakar ama genellikle geleceğe dönüktür.
- Haber insanları ilgilendiren bir şeyin özetidir.

Okuyucu en çok kendisini ilgilendiren konularla, daha sonra yakın çevresini ilgilendiren konularla ilgilenir. Bu ilgi genişleyen halkalarla devam eder. Örneğin bir memur için maaş artışlarıyla ilgili haberler ilk sırada önemliyken Türkiye ile ilgili haberler, savaş, yurt dışından haberler azalan bir ilgi ile takip edilir.

Haberler; genel haberler, basit haberler, karmaşık haberler ve özel konulu haberler olarak ayrılabilir (Asna, 1993:155). Konuları bakımından her zaman ortaya çıkabilecek haberler genel haberlerdir. Muhabirler tarafından fazlaca bir yorum yapılmadan yazılabilen konulu haberler basit haberler olarak nitelendirilir. Karmaşık haberler ise, muhabirlerin bir haberle ilgili ayrıntılı bilgi toplayarak haberde yorum yapmasını zorunlu hale getiren

haberlerdir. Spesifik bir hedef kitleye hitap eden, uzmanlık isteyen ve yorumlu olarak yazılan haberler de özel konulu haberlerdir.

Haberin önemi, ilgili gazetenin, derginin, radyonun ve televizyonun özelliğine, haberin yerine ve zamanına bağlı olarak değişkenlik gösterir. Bir küçük şehir gazetesi için önemli olan bir olay ulusal bir gazete için haber değeri taşımayabilir. Gündemin yoğun olmadığı günler gazetede yer alabilecek bir olay yüklü bir gündem varsa gazeteye haber olarak girmeyebilir. Ekonomik konulara ağırlık veren bir gazetenin verdiği bir haber politik konulara ağırlık veren bir gazetede yayımlanmayabilir. Sol eğilimli bir gazete işçilerle ilgili bir bildiriye haber yaparken sağ eğilimli bir gazetede bu bildiri yer bulamayabilir.

Genellikle haberi, eylem, savaş, karışıklıklar, politika, polisiye olaylar, seks, skandal, güzellik, macera, hayvan, mizah, spor, güzel sanatlar, ekonomi, savunma gibi elemanlar oluşturur. Yapılan araştırmalarla desteklenmiş bir takım bilimsel kriterler, hangi olayların haber haline geldiklerini ortaya koymuştur (Okay ve Okay, 2005:41-43) :

- Zamanlama : Bir olayın zaman bakımından akışı basın kuruluşunun yayınlanma periyoduna ne kadar fazla uyarsa, olayın haber olma olasılığı o oranda artmaktadır. Zamanında basın kuruluşuna iletilmeyen bir olay ne denli ilginç olursa olsun önemini yitirmiş olur (Ertekin, 1995:37).

- Eşik Faktörü : Bir basın kuruluşunun yayın işleri sorumlusu olayın okuru için ne kadar önemli olduğunu düşünürse, eşik de o oranda

alçalmaktadır. Yerel basın için önemli olan bir olayın ulusal basın için önem taşıması buna bir örnektir.

- Belirginlik : Bir olay ne kadar net, belirgin, somut ve gözlemlenebilir olursa haber olma şansı o oranda artar.

- Önem : Bir olay ne kadar çok kişiyi etkiliyorsa ve ulaştığı alan ne kadar büyükse haber değeri o oranda artmaktadır.

- Beklenti : Bir olay oluşmuş olan düşünce ve beklentilerle ne kadar uyuyorsa o kadar önce haber haline gelir.

- Sürpriz : Beklenmeyen, sürpriz ve şaşırtıcı bir olayın haber olma şansı oldukça yüksektir.

- Süreklilik : Daha önce basın tarafından haber olarak verilmiş olan bir olayda meydana gelen gelişmelerin basın tarafından daha sonra da dikkate alınma şansı vardır.

- Varyasyon : Bir haber bilinen bir konuya yeni bir nokta, yeni bir yaklaşım getiriyorsa bu durum olayın haber olma olasılığını arttırmaktadır.

- Önemli Kişilerle Bağlantı : Kamuoyu tarafından tanınmış kişilerle ilgili olan olaylar daha yüksek bir haber değerine sahiptir.

- Kişileştirme : Bir olay ne kadar çok kişileştirilirse, yani kişilerin davranış ve kaderleriyle ortaya konulursa, o kadar önce haber haline gelmektedir. Bu durum özellikle bulvar basını için geçerlidir.

- Olumsuzluk : Çatışma, yıkım veya ölüme dayanan olumsuz olaylar basın tarafından daha fazla dikkate alınmaktadır.

Bu grupta içerisine giren olaylarla ilgili haberlerin basında yer alma şansı yüksektir. Bu sınıflamadaki olayların hiçbirisine girmeyen olayların basında haber olarak yer alma şansı ise oldukça düşüktür.

1.2. Haber Üretim Süreci İçinde Haber Kaynakları

Haber üretim süreci içinde, haber kaynaklarına ulaşmak ve elde edilen bilgi ve belgelerin doğruluğunu kontrol etmek büyük önem taşımaktadır. Gazeteci veya muhabir olayı görerek, izleyerek veya ilgili kişilerle konuşarak haber toplayabileceği gibi ikinci el kaynaklar vasıtasıyla da haber toplayabilir.

Haber kaynakları; haber ajansları, birinci el haber kaynakları (muhabirin kendisi, tanıklık), ikinci el haber kaynakları (tanıktan dinleme), üçüncü el haber kaynakları (tanıktan dinleyeninin aktarımı, söylenti) şeklinde gruplandırılabilir¹.

Haberin kaynağı, aslında haberin kendisidir. Şöyle ki, gazeteci bir olaya kendi gözleriyle tanıklık etmemişse, o olayı mutlaka birilerinden dinleyerek haberini oluşturacaktır. Haber kaynağının olaya hakim ve güvenilir oluşu, haberin doğruluğunu sağlar. Gazetecilik mesleğinde alınan kıdem, kilit noktalardaki haber kaynaklarına ulaşmayı kolaylaştırır. Bir gazetecinin başarısı, önemli zamanlarda doğru haber kaynağına ulaşarak gerekli bilgiyi alabilmesiyle ölçülür.

Kurumların halkla ilişkiler görevlileri gazeteciler için bir haber kaynağıdır. Kurumların halkla ilişkiler görevlileri tarafından hazırlanan basın

¹ Görmüş, <http://www.bianet.org/diger/egitim1466.htm>

bildirileri kurumlar için basında yer alma aracı iken, basın kuruluşları için önemli bir bilgi ve haber kaynağıdır.

İyi bir haber kaynağı;

- Konusuna hakim veya uzman olmalı,
- Muhabire bilgi içeren, dikkate değer açıklamalar yapmalı,
- Kolay ulaşılabilmeli,
- Doğru bilgi vermeli,
- Kendisine sorulan sorulara sıklımadan, kasılmadan, yukarıdan

bakmadan cevap vermeli,

- Zor bir konuda bile halkın anlayabileceği basitlikte konuşabilmelidir².

Haber üretim süreci içerisinde gazeteci haber kaynağıyla olan ilişkisinde dikkatli olmak durumundadır. Çünkü haber kaynaklarının, haberi kendi çıkarları için mi yoksa kamuoyunu bilgilendirmek için mi verdiği çok önemlidir. Haber kaynağının gazeteciyi kendi çıkarları doğrultusunda kullanmasını önlemek için gazeteci, her haberi öncelikle kuşkuyla karşılamalı ve doğru olup olmadığını mutlaka değişik kaynaklardan soruşturmalıdır³.

“Haber kaynakları ile olan ilişkilerde, güveni sağlayacak bir yaklaşım izlenmelidir. İlişkileri belirli bir düzeyin üstüne çıkararak, gazetecilikle haberciliği hatır gönül işi haline düşmekten kurtarmalıdır ve en önemlisi de gazeteci, sorumluluğunun bilincinde olmalı ve evrensel bir mesleği yaptığını bilerek, mesleğini, eski deyimini ile ahlak kurallarına,

² Görmüş, <http://www.bianet.org/diger/egitim1466.htm>

³ Erinç, <http://www.byegm.gov.tr/seminerler/kt1.htm>

yeni deyim ile etik veya meslek ilkelerine uygun biçimde yapmaya çalışmalıdır. Ama bunu her zaman yapamayabilir, çünkü, haber kaynakları gazetecileri yanıltmak için de çaba sarf ederler... Bu ilişkiler içinde elbette haber kaynağı ile gazeteci arasında çekişmeler olacaktır. Ama gazeteci bunu, aleyhine yazı yazdığı kişi bile olsa, kendi çıkarı veya özel nedenlerle değil, meslek gereği yaptığını her zaman haber kaynağına anlatabilmeli, inandırabilmelidir⁴.

Öte yandan halkla ilişkiler görevlisinin de gazeteciyle olan ilişkisinde dikkatli olması gerekmektedir. Çünkü gazeteciler okuyucuya hoş gelecek, ancak kurum için olumlu olmayan bir takım olayları gazeteciliğin işlevi değil kendi çıkarları doğrultusunda kullanabilir. Bu durumda halkla ilişkiler görevlisi kendinden emin ve konusunda uzman birisi olarak gazetecinin hangi amaçla soru sorduğunu kavramalı ve hem kendisinin hem kurumunun gazeteci tarafından kullanılmasını engellemelidir.

Hem halkla ilişkiler görevlisinin gazeteciyi hem de gazetecinin halkla ilişkiler görevlisini kendi çıkarları doğrultusunda kullanmaması için karşılıklı güven ve işbirliği içerisinde olmaları gerekir.

Gazeteciler için resmi kurumlar da önemli bir haber kaynağıdır. Basın mensuplarını bilgilendirerek, halkı bilgilendiren resmi kurumların, bu görevlerinden kaçmamaları ve halk ile kendileri arasında iletişim ağını oluşturan basını en iyi şekilde bilgilendirmeleri gerekmektedir. Bilgilendirme faaliyeti ne kadar saydam ise, o kurum veya kuruluş aynı miktarda demokratik olduğunu göstermektedir. Bilgilendirme ne kadar hızlı, ne kadar

⁴ Erinç, <http://www.byegm.gov.tr/seminerler/kt1.htm>

açık ve aydınlatıcı ise, o kurum veya kuruluş da o kadar verimlidir⁵. Resmi kurum ve kuruluşların basında yer alarak tanınması kurumun bilgilendirme ve iletişim politikalarının başarısıyla doğrudan ilişkilidir.

1.3. Haber Kaynağı Olarak İnternet

21. Yüzyılın başlarında alabildiğine gelişmekte olan iletişim teknikleri sayesinde her türlü bilgi süratle çok geniş insan kitlelerine ulaştırılabilmekte, böylelikle bir anlamda da dünya küçülmektedir. Küreselleşme ile dünya insanların ortak değerler etrafında birbirlerine yaklaşma süreci hızlanmaktadır.

Tüm dünyada hemen her alanda yaşanan küreselleşmeyle birlikte artan rekabet olgusu iletişim biçimlerine oldukça yoğun bir şekilde ihtiyaç duyulmasına neden olmuştur. İletişim teknolojilerinin önemi artarak küresel düzeyde faaliyet gösteren tüm sektörlerin ilgi alanına girmiştir. “Halkla ilişkiler çalışmaları özünde daha etkili ve düzenli iletişim kurma çabasıdır. Bu nedenle iletişim teknolojisindeki tüm gelişmeler halkla ilişkiler çalışmalarının kapsamı ve niteliğini etkilemektedir” (Biber, 2000:165).

İletişim teknolojisinin hızla gelişimi, hiç kuşkusuz ki kitle iletişim araçlarından en yoğun bir biçimde faydalanma ihtiyacı içinde olan halkla ilişkiler ve basın sektörü için de önemlidir. “İletişim ve bilgisayar teknolojilerindeki gelişmeler sonucu kitle iletişimi, noktadan noktaya iletişim, veri iletişimi gibi çeşitli iletişim biçimleri giderek birbirine dönüşmekte ve

⁵ Sonumut, <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/article.php?sid=2779>

aralarındaki farklılık yok olmaktadır” (Geray, 1994:5). Kitle iletişim araçlarının hızla gelişimi iletilerin hızlı, kaliteli ve daha ilgi çekici bir biçimde aktarılmasına olanak sağlamıştır.

Geleneksel medyalarda kitle iletişiminin tek yönlü olduğu varsayılırken yeni iletişim teknolojilerinde karşılıklı etkileşim söz konusudur (Geray, 1994:6). Yeni iletişim teknolojileri giderek daha maharetli iletişim araçlarını ortaya çıkarmakta ve bu araçlar enformasyona erişimi ve enformasyonun dağıtımını kolaylaştırmaktadır (Atabek, 2001:134).

Yeni medyanın günümüzde en çarpıcı örneği ise internettir. Sayısal ağları birbirine bağlayan Internet, sayısal hale getirilen her türlü verinin bilgisayarlar veya iletişim teknolojileri arasında kişisel-yerel-ulusal veya küresel ölçekteki kişisel bilgisayarlardan ağ bilgisayarlarına kadar çok geniş bir yelpaze içerisinde alınıp verilmesini sağlayan, temelde şifrelemeye ve şifre çözmeye dayalı özel bir dil kullanan en geniş ölçekli çoklu ortamın adıdır (Törenli, 2005:115).

Basın, kurumların web sayfalarını halkla ilişkiler amaçlı olarak hazırlarken dikkate almaları gereken spesifik bir hedef grubudur. “Gazetecilerin internet sayesinde işlerinin büyük bir çoğunluğunu artık oturdukları yerden halledebildikleri düşünülecek olursa, kurumların bu hedef grubunu web sayfalarında mutlaka gözetmeleri gerekmektedir” (Okay, 2002:543).

İnternette basına yönelik servis içerisinde basın bildirimleri gazeteciler için çok sayıda bilgi kaynağından birisidir. Kurumların gazetecilere basılı

olarak gönderdikleri basın bildirimlerini web sayfaları üzerinden yayınlamaları ve bildirimlerin bulunduğu bir arşiv oluşturmaları gazetecilerin kurum hakkında bulmak istedikleri eski bilgilere ulaşmalarını kolaylaştırmaktadır.

İnternet, gazetecilerin gün boyu kesintisiz bilgi alabilecekleri iyi bir kaynaktır. "İnternet sitesi gazetecinin ayrıntılı haber yapma isteği göz önüne alınarak düzenlenmeli ve bilgiler sistematize bir şekilde yüklenmelidir" (Peltekoğlu, 2004:283).

Gazetecilerin internet sitesinde görmek istedikleri bilgiler; araştırma için arka plan bilgileri, güncel basın bildirimleri, basın çalışmasında iletişim kuracakları kişilerin listesi, basın arşivi, hizmetler hakkında bilgi, yönetici konuşmaları ve kurum gazetesidir (Okay ve Okay, 2002:123). Gazeteciler internet sitelerinde basın bildirimlerine en kısa şekilde ulaşmak istemektedir.

Kurumlar internet sitelerinin basın için iyi bir bilgi ve haber kaynağı olduğunu bilmeli ve web sayfalarında bir basın odası oluşturarak basına yönelik bütün dokümanları burada gazetecilerin bilgisine sunmalıdır.

2. Halkla İlişkilerde Basına Bilgi Aktarma Yöntemleri

Bu başlık altında halkla ilişkilerde kullanılan basına bilgi aktarma yöntemlerine geçmeden önce halkla ilişkilerde basınla ilişkilerin önemine değinilmesi yararlı olacaktır.

Halkla ilişkilerde basınla kurulacak iyi ilişkiler kurumlar için öncelikli bir yer tutar. Kurumun kendisini tanıtmayı, toplumsal sorumluluk adına yaptığı faaliyetler konusunda kamuoyunu bilgilendirmesi çoğu kez basınla işbirliği

gerektirir (Çamdereli, 2004:111). Bir kurum hiç şüphesiz yararlı ve başarılı çalışmalarını kamuoyuna tanıtmak ve onun güvenini kazanmak, bu sayede kendi yararına olumlu bir imaj oluşturmak ister. Bunun yolu da en başta basınla iyi ilişkiler kurmaktan geçer.

Basınla ilişkiler, kurumların halkla ilişkiler çalışmalarının bir parçası niteliğiyle ele alınıp düzenlenmeli ve kurumun tanıtım amaçları, üstlenmek istediği kimlik, kullanacağı halkla ilişkiler yöntem ve araçlarından bağımsız düşünülmemelidir (Acar, 1994:48). Halkla ilişkiler uygulamasında basınla ilişkilerin merkezi bir rolü vardır, çünkü basın bir sosyal sistem içerisinde kurumun diğer hedef gruplarına bilgi akışını kontrol eden bir işleve sahiptir (Okay ve Okay, 2005:23). Basında yer almak bunun için çok önemlidir.

Bir halkla ilişkiler görevlisinin basınla iyi bir ilişki kurabilmesi için, basını ve onun çalışma biçimini iyi bilmesi gerekir; daha açık bir anlatımla, basın kuruluşunun yayın politikasını, yayın periyodunu, tiraj durumunu, en son baskıya girdiği zamanı, kullandığı yayın tekniğini, hitap ettiği yayın alanını, hedef kitlesindeki okuyucu profilini, dağıtım düzeneğini iyi bilen bir halkla ilişkiler görevlisi bu basın kuruluşuyla daha olumlu bir ilişki kurabilir (Peltekoğlu, 2004:189-190).

Halkla ilişkiler görevlisi çalıştığı kurumun basında yer almasını istemesine karşılık basın kuruluşu da halkla ilişkiler sorumlusundan bilgi alma gereksinimi içindedir. İki taraflı olan bu ilişkinin ihtiyaçları karşılması için halkla ilişkiler görevlisi basına basın dosyaları, basın bildirimleri, basın toplantıları ve basın gezileri gibi çeşitli düzenlemelerle kurumu hakkında bilgiler iletmektedir. (Okay ve Okay, 2005:22). Basın da halkla ilişkiler

görevlilerinden gelen bu materyalleri kullanarak haber alma ihtiyacını karşılamış olmaktadır.

Bir halkla ilişkiler görevlisinin kurumunun basınla ilişkilerini sağlıklı yürütebilmesi için şu kurallara uyması yararına olacaktır (Günkut, 1974:30) :

- Dürüst olmak,
- İlişki kurulacak kişiyi doğru seçmek,
- Seri çalışmak ve az lafla çok iş yapmak,
- Basınla ilişkilerde yer ve zamanı iyi seçmek,
- Basına her türlü çalışma kolaylığı ve olanağı yaratmak,
- Yayın olanağı bulunmayan isteklerde bulunmamak,
- Basına ilgi çekici ve güncel haberler vermek,
- Bir halkla ilişkiler programı için basına öneride bulunulacak ise,

bunun hem kuruluş hem de kamuoyu için yararlı olmasını sağlamak,

- Basına önerilecek halkla ilişkiler programında öykünmeden kaçınmak.

Halkla ilişkiler görevlisi basına vereceği bilgileri ilgili basın kuruluşunun yapısına, tarzına ve hedef grubuna ne kadar uygun hazırlarsa, verilen bilgilerin yayınlanma şansı da o oranda artmaktadır.

Halkla ilişkiler görevlilerinin basına yönelik çalışmalarından basına sürekli olarak bedava bilgi akışını elde etmekte, gazetecinin başka türlü elde edemeyeceği bazı bilgiler bir paket şeklinde sunulmakta, gazeteci de neyin haber değeri olup olmadığına karar verebilmektedir (Okay ve Okay,

2005:30). Basınla ilişkilerini bu çerçeveye oturtan halkla ilişkiler görevlisi, basına yayınlanabilir bilgi sağlarken, bütün basın kuruluşlarına eşit davranmalı, bütün basın kuruluşlarına aynı bilgileri vermeli ve basın kuruluşları arasında bir ayırım yapmamalıdır.

Basınla iyi ilişkiler kurmanın en iyi yolu basın mensuplarının haber gereksinimlerini gereği gibi anlamak ve bilgileri zamanında vermektir. Halkla ilişkiler görevlileri “dilsiz olursa basının sağır olacağı” ve başka kaynaklara yönelerek haberi yakıştıracığı unutulmamalıdır (Tortop, 1986:128). Onun için kurumun halkla ilişkiler görevlileri basına yönelik olarak gazetecilerle yüz yüze ilişkilerle birlikte onlara düzenli bir biçimde basın bildirimleri gönderir, basın gezileri ve basın toplantıları düzenler.

Özetle, halkla ilişkiler görevlisi ilişkide bulunduğu basının konumunu iyi bilmeli ve onu iyi tanımalı ve basının gereksinimi olan bilgileri zamanında basına ulaştırmalıdır. Basına yönelik bilgi aktarmada kullanılan yöntemlerin incelenmesi halkla ilişkiler görevlilerinin basınla ilgili çalışmalarına katkıda bulunacaktır.

2.1. Basın Bildirimleri

Basın bildirimleri, kurumların kendilerinde veya verdikleri hizmette bir yenilik, gelişme olduğu zaman veya kurumla ilgili ilginç bir gelişme yaşandığında basına iletilen haberlerdir (Okay ve Okay, 2005:59). Basın bildirimleri ve basın bültenleri çoğu zaman birbirini yerine kullanılmaktadır. Bu çalışmada “basın bildirisi” ifadesi basına yönelik olarak gönderilen bildiri,

duyuru ve bültenleri kapsayacak şekilde kullanılmıştır. Ancak basın bülteninin basın bildirisinden farklı olarak, periyodik ve düzenli biçimde belli zamanlarda hazırlanarak basına gönderildiğini belirtmekte yarar vardır (Oktay, 1996:119).

Kurumla ilgili olaylar veya gelişmeler haber niteliği taşıyorsa yazıya dönüştürülerek basın bildirisine haline getirilmektedir. Basın bildirimleri, ilgili kurumun imajı ile ilgili olabileceği gibi kişiler veya yeni bir gelişme ile ilgili de basın bildirimleri düzenlenebilmektedir (Kazancı, 1997:262-263). Basın bildirimleri, basınla ilişkiler kapsamındaki yöntemler arasında en ön sırada yer alan halkla ilişkiler çalışması niteliğiyle değerlendirilebilir (Çamdereli, 2004:117-118).

2.1.1. Basın Bildirisinin Önemi

Basın bildirimleri, halkla ilişkilerin basınla ilişkilerinde en yaygın biçimde başvurduğu bilgilendirme veya iletişim yöntemidir. Kurumlar, basınla ilişkilerin sürekliliğini sağlamak ve yaptıkları çalışmalarını duyurmak için basına yönelik basın bildirimleri yayınlarlar.

Basın bildirimleri, kurumlar için basında yer alma aracı iken, gazeteciler için de önemli bir bilgi kaynağını oluşturmaktadırlar. Basın bildirimleri gazeteciler için gerekli bilgileri hazır olarak onların ellerine sunarlar. Gazeteciye düşen görev, bu bilgileri gazetenin yayın politikasına ve hedef grubunun beklentilerine uygun biçimde ifade etmektir (Okay ve Okay, 2005:60). Bir basın kuruluşunda çalışan muhabirler her habere

yetişemeyeceği için bu şekilde ellerine gelen basın bildirilerinden haberlerini hazırlayabilmektedirler.

şu konularda yazılmış olan basın bildirilerinin basında yer alma şansı daha yüksek olacaktır (Okay ve Okay, 2005:59,60) :

- Bir işletmenin kurulması,
- Yeni bir işyerinin veya şubenin açılması,
- Kurumun yönetiminde meydana gelen değişiklik,
- Yeni rnlerin ve hizmetlerin tanıtılması,
- Kuruluş yıldınlmleri,
- Kuruluşun veya çalışanların dllendirilmesi,
- Araştırma sonuçlarının kamuoyuna açıklanması,
- Yarışmalarda elde edilen iyi sonuçlar, dl kazanılması,
- Tanınmış, nl kişilerin ziyaretleri,
- Diğer kurumlarla işbirliği yapılması.

Başarılı ve gazetecilerin beklentilerine uygun bir basın bildirisinin yayınlanma şansı her zaman için vardır. Basın kuruluşlarının kısa ve öz bilgi edinmesine yardımcı olan bildirimler, basını yönlendirdiği izlenimi vermemelidir. “Başarısı yayınlanma oranı ile değerlendirilen basın bildirisinin yayınlanabilme şartı, doğru kişiye, doğru zamanda, doğru kanalla ulaştırılmasına bağlıdır” (Peltekoğlu, 2004:191).

Basın bildirimleri en fazla kullanılan basına bilgi aktarma yöntemi olmasına rağmen bunların yayınlanma oranı oldukça düşüktür. Oklahoma niversitesi profesörlerinden Bill Baxter’in araştırmasına göre, ABD’de alınan basın bildirilerinin ancak %10’u yayımlanma şansı bulmaktadır (Peltekoğlu,

2004:191). Çünkü gazeteyle bir günde yüzlerce basın bildirisi gelir. Güncellikten uzaklaşmamak ve gazetecilerin beklentilerine uygun basın bildirileri hazırlamak gerekmektedir. Basın bildirilerinin yayımlanmamasının en önemli nedeni, reklam izlenimi uyandırması, gereğinden uzun olması ve basın kuruluşlarına geç ulaşmasıdır.

2.1.2. Basın Bildirisinin Çeşitleri

Basın bildirileri, kişi veya bir olayla ilgili duyuru yapmak, herhangi bir konuda bilgi vermek veya kişi ya da kurum imajı oluşturmak amaçları için hazırlanır ve bu amaçlara göre veya eşlik ettikleri materyale göre çeşitlere ayrılır. Bunlar :

a. Klasik Basın Bildirisi : Bu bildiriler şu yedi özelliğe göre hazırlanmış basın bildirileridir (Jefkins, 1994:92-93):

- Konu (Anlatılan olay ne hakkındadır?)
- Kuruluş/kurum (Kuruluş/kurumun adı nedir?)
- Yer (Kurumun faaliyet gösterdiği yer neresidir?)
- Avantajlar (Bildiride yeni olarak ne anlatılmakta, ne gibi yararlar ortaya çıkmaktadır?)
- Uygulama (Anlatılan konunun kullanıcıları kimlerdir?)
- Ayrıntılar (Nitelik, çeşit,farklılık gibi diğer ayrıntılar nelerdir?)
- Kaynak (Haberin kaynağı habere konu olan yerden farklı mıdır?)

Bu tür klasik basın bildirilerinin en ideali kısa olanlardır. Bildiriler ne kadar kısa olursa yayımlanma oranı o oranda artacaktır.

b. Arka Plan Bilgilerinin Verildiği Basın Bildirileri : Bu bildirilerin amacı doğrudan yayınlanarak haber haline gelmek değildir. Bu basın bildirilerinin hedefi, gazeteciye belli bir konu hakkında bilgilendirmek ve ileride bu konuyu ele almak istediğinde bir fikrinin olmasını sağlamaktır (Okay ve Okay, 2005:72).

c. Teknik Konuları İçeren Basın Bildirileri : Teknik konuları içeren bu tür bildiriler genellikle klasik basın bildirilerinden daha uzun olmaktadır. Teknik ürünler iki veya üç sayfalık uzun açıklamalar gerektirdiği için, bildirinin, konunun ayrıntılarının daha sonraki paragraflarda yer aldığı kısa bir özetle başlaması gazeteciye kolaylık sağlaması bakımından bu tür bildirilerde kullanılmaktadır (Peltekoğlu, 2004:193).

d. Özetleyici Basın Bildirileri : Bir rapora veya konuşma metnine eşlik etmek üzere yazılan basın bildirileridir. Kurumların kendilerine ilişkin basına gönderdikleri rapor, katalog ve kurumlarından önemli kişilerin konuşma metinlerine eşlik eden bu tür basın bildirileri konuşmada önemli noktaları vurgulaması ve raporları özetlemesi bakımından yararlı olmaktadır.

e. Resimler Hakkında Bilgi Veren Basın Bildirileri : Bazen kurumlar ifade etmek istedikleri şeyleri bir fotoğraf aracılığıyla basına sunarlar. Ancak bazen gönderilen bu fotoğraflar bir ek bilgiye ihtiyaç duyar. Bu basın bildirilerinin amacı, resim hakkında ayrıca verilmesi gereken bilgileri vermektir (Okay ve Okay, 2005:72).

f. Kısa Duyurular : Kurumla ilgili kısa bilgileri aktarmak amacıyla hazırlanan basın bildirileridir. Bu bildirilere konu olabilecek şeyler yeni bir atama, terfi, adres değişikliği gibi bilgiler olabilir (Peltekoğlu, 2004:193). Bu bildiriler tek bir cümle veya bir paragraftan oluşur.

Kurumlar o an içerisinde buldukları duruma ve amaçlarına göre, yukarıda belirtilen basın bildirisi çeşitlerinden uygun olanı seçip kısa ve öz biçimde basına iletebilirler.

2.1.3. Basın Bildirisinin Özellikleri

Basın bildirilerinin içerik ve biçimsel yönden belli özelliklere uygun olarak hazırlanması gerekmektedir. Basın bildirisi hazırlanırken temel olarak, halkla ilişkiler mesajlarının hazırlanmasında dikkat edilecek olan noktalar burada da geçerlidir. Basın bildirilerinin içerdiği haberler, basına kolaylık sağlaması bakımından gazete haberi biçiminde ele alınırlar (Çamdereli, 2004:119). Gazetecilerin ilgisini çekmek ve konuyu ilginç kılmak için halkla ilişkiler görevlileri, kendi meslek etiklerine bağlı kalarak gazetecilerin yöntemlerine uyarlar ve yeni ve ilginç olan ne varsa bunu ilk cümlede verirler. Bir basın bildirisinde ilk sözcük mesajı iletir, ilk paragraf ise bildiriye özetler niteliktedir.

Basın bildirisinin içerik bakımından haber niteliği taşıyabilmesi için, beş N bir K kuralına (ne, nerede, nasıl, niçin, ne zaman ve kim sorularına) cevap vermesi ve bildiriye yazan kişinin tarafsız gazetecilik kurallarına uygun olarak metni hazırlaması gerekir.

Basın bildirisinde mümkün olduğunca yabancı kelimeler ve zor anlaşılır kavramların kullanımından kaçınılmalıdır. Bunun istisnası basın kuruluşunun özel bir hedef kitleye hitap etmesidir (Okay ve Okay, 2005:61). Örneğin havacılıkla ilgili bir dergide havacılığa ilişkin teknik terimler kullanılabilir, çünkü hedef kitlesi bu konuyu anlayan kişilerden oluşmaktadır.

Basın bildirileri, okuyucunun ilgisini çekecek şekilde kısa olarak düzenlenmelidir. Basın bildirileri genellikle iki sayfayı geçmemeli ve uzun cümleler ve paragraflar kullanılmamalıdır. Kısa cümleler, kısa paragraflar birbiriyle mantıksal ilişki kurmalı, akıcılığı sağlamak için açık ve yalın sözcükler seçilmelidir. “Her paragraf kendi başına tam bir haber olmalı, sonrakiler onu tamamlamalıdır. Gazeteciler böylece her paragraftan ayrı ayrı yararlanabilirler” (Tortop, 1990:62).

Basın bildirisinde bir başlık kullanılmalı ve bildiri uzunsa ara başlıklar da tercih edilmelidir. Bildiride kullanılacak başlıklar, anlaşılır ve dikkat çekici olmalıdır. İki satırı geçmeyen başlık kullanmak genel olarak uygulanmasında yarar olan bir kuraldır (Okay ve Okay, 2005:64).

Basın bildirileri hazırlanırken kullanılan tarz bilinçli ve objektif, hatta göndericiye yani yazara biraz mesafeli olmalıdır (Okay ve Okay, 2005:61). Basın bildirisi taraflı olduğu izlenimi vermemeli, pasif ve sıkıcı anlatımdan kaçınılmalı ve sanki üçüncü birisi hakkında haber verildiği izlenimi oluşturulmalıdır. Halkla ilişkiler uygulamalarında en çok kullanılan yöntem olan basın bildirisi, “yapılacak bir hatayla reklam havasına bürünerek, haber olma özelliğini ve yayınlanma şansını kolaylıkla yitirebilir” (Peltekoğlu, 2004:194).

Basın bildirisinin gereken ilgiyi ve geri bildirimini sağlayabilmesi için ayrıca; yazı ve yazım kurallarına uygun yazılması, verilen haber veya haberlerin eksik olmaması, haber kapsamında gerekiyorsa fotoğraf, resim, çizim gibi dokümanların eklenmesi, hazırlanan bildiride tarih, adres, telefon, faks, kurum adı ve gerektiğinde ayrıntılı bilgi alınabilecek kişi adının yazılması ve doğru gün ve saatte basın kuruluşuna gönderilmesi önem taşımaktadır (Gürüz, 1993:60-61). Basın bildirisinin dağıtım zamanlamasının, alıcı basın kuruluşunun veya belli bir servisinin yayına girme zamanı önceden bilinerek ve hesaplanarak yapılması bildirinin yayınlanma şansını arttıracaktır.

Basın bildirisinin konusuna ilişkin ve onu açıklayan ek bilgiler varsa ve bunların önemli olduğu düşünülüyorsa basın bildiriyle birlikte bunlarında gönderilmesinde yarar vardır. Ancak gereksiz bilgilerle basın mensuplarının vaktini almak hem zaman kaybına hem de kurumun basın kuruluşları nezdindeki itibarının zarar görmesine neden olabilir.

Basın bildirilerinin istenen oranda basında yer almasını sağlamak için dikkat edilmesi gereken biçimsel özellikler de vardır. Bunlar:

- Antetli Kağıt : Basın bildirisinin ayırt edici özelliğinin olması, parlak veya rengarenk başlık kullanılması değil, iş mektuplarından farklı olması ve gönderen kurumun kim olduğunun anlaşılması anlamını taşır (Peltekoğlu, 2004:194). Basın bildirileri, kurumun logosu ve kağıdın alt kısmında gazetecilerin ulaşabileceği adres, telefon ve faks numarası gibi ayrıntılı bilginin yer aldığı antetli kağıtlar kullanılarak hazırlanmalıdır.

- Yazım Şekli : Bilgisayar ve daktilo ile yazılmış standart yazı karakterleri kullanılmalı, el yazısı ve italik harfler tercih edilmemelidir. Basın bildirisinin sunumu çok önemli olduğu için özel “basın bildirisi” ibaresi koyu renkli yazılarak sürekli olarak bildirilerin üzerinde yer almalıdır. Haberi yazacak gazetecinin ekleyip çıkarmak istediği konular olabileceği düşüncesiyle basın bildirileri iki satır arayla yazılmalıdır (Gürüz, 1993:61).

- Haber Başlığı : Basın bildirisine haberin içeriğini açıklayan bir başlık koymak tercih edilen bir yöntemdir. Bu başlıklar anlaşılır ve dikkat çekici olmalıdır. Ancak haber başlığı konusunda ısrarlı olmak yerine gazetenin tarzı ve ayrılan sütuna uyacak biçimde düzenlenebilmesi için gazeteciye değişiklik yapma şansı tanınmalıdır (Peltekoğlu, 2004:195). Basın bildirileri uzun olarak hazırlanmış ise ara başlıklar kullanılmalıdır.

- Paragraf Yapısı : Gazete sütunlarının dar olduğu göz önünde bulundurularak çok uzun cümleler kurulmamalıdır. Bir basın bildirisinin en uygun paragraf uzunluğu iki satırdır. Paragrafların dört satırı aşması ve içerden başlaması tercih edilmemelidir.

- Büyük Harf Kullanımı : Kurum veya hizmetin adı tamamen büyük harfle yazılmamalıdır. Büyük harf, yazım kurallarına uygun olarak ilk harflerde kullanılmalıdır. Metnin içinde daha fazla dikkat çekmek için tamamen büyük harf kullanımından kaçınılmalıdır (Okay ve Okay, 2005:64).

- Kısaltmalar : Kısaltılmış kelimelerde araya nokta konulmamalıdır. Bu hem kısa olması gereken basın bildirisinde yer sağlayacak hem de görünümü hoş olacaktır.

- Rakamlar : Genel imla kurallarına uygun olarak bir ve dokuz arasındaki rakamlar, tarih, fiyat, ölçü ve adres numaraları hariç yazıyla ifade edilmeli, ondan büyük sayısal ifadeler için rakamlar kullanılmalıdır.

- Tarih : Her basın bildirisinde mutlaka tarih bulunmalıdır. Eğer bildiri bir olayı açıklıyorsa bugün, gelecek Pazartesi, son zamanlarda gibi net olmayan ifadelerden kaçınılmalı veya tarih hiç değilse parantez içerisinde verilmelidir.

2.2. Basın Toplantıları

Basın toplantıları, halkla ilişkilerde basına bilgi aktarmada kullanılan yöntemlerden biridir. Basını bilgilendirmeye birlikte basında yer almak amacını güden basın toplantıları, kapsamlı bir çalışmayı gerektiren oldukça etkili bir halkla ilişkiler yöntemidir. Basın bildirimleriyle ifade edilemeyecek kadar önemli ve detaylı konular için basın toplantıları düzenlenir (Biber, 2004:97).

Bir basın toplantısı, özel bir durum ortaya çıktığında, önemli bir projenin veya yeni bir hizmetin açıklanması, karmaşık bir sorunun açıklığa kavuşturulması istendiği zaman yapılabilir (Orrick,1967:38). Basın toplantıları, basın davetinden, fotoğraf ve resim altı yazılarıyla hazırlanmış basın metinlerine, her şeyiyle tamamlanmış basın dosyalarına ve basın röportajlarına kadar uzanan çeşitli biçimlerde düzenlenebilir (Okay ve Okay, 2005:83). Basın toplantıları, bir yuvarlak masa toplantısı, kokteyl veya yemekli toplantı biçiminde de olabilir.

Kamuoyunu etkilemede ve kitle iletişim araçlarına haber vermede önemli bir yöntem olan basın toplantıları, resmi olmayan etkileşimlere, fikir alışverişine, yöneticilere soru sormaya ortam hazırladığı için de önemlidir (Ertekin, 1995:39). Haberin çok önemli olması, basın mensuplarının sorularının olduğunun bilinmesi ve tüm basın mensuplarına aynı anda haber verilmek istenmesi basın toplantısı düzenlemek için yeterli nedenlerdir. Ancak olay haber değeri taşımadıkça ve basın bildirileriyle haberin kolaylıkla verilebileceği durumlarda veya röportaj için haber değeri taşıyan biri bulunmadığı zaman basın toplantısı düzenlenmemesi gerekir.

Basın toplantısının başarılı olmasının ilk adımı, toplantıya çağrılacaklara yapılacak davetin başarılı olmasıdır. Kimlerin davet edileceği, davetlilerin seçimi ve davetlerin nasıl yapılacağı toplantının başarısını etkileyen unsurlardır (Tortop, 1990:66). Basın davetiyelerinde, toplantının amacı, yeri, saati ve katılacak olanlar belirtilmelidir.

“Yapılan basın toplantısının kitle iletişim araçlarında yeteri kadar yer alması, çok daha önemli ve heyecan yaratan olaylarla çakışmamasına bağlıdır” (Ertekin, 1995:40). Eğer toplantı başka bir olayla çakışırsa gelişmekte olan önemli olaylar basın mensuplarının ilgisini o alana çekeceği için toplantıya katılım istenilen oranda sağlanamaz. Ayrıca basın toplantısı için en uygun günler haftanın ortasına denk gelen günler, yani Salı, Çarşamba, Perşembe günleri öğleden öncedir (Okay ve Okay, 2005:99). Çok erken bir saatte veya çok geç bir saatte basın toplantısı yapılması uygun değildir. Basın kuruluşunun yayın zamanının bilinmesi toplantı için uygun zamanın belirlenmesinde önemli bir avantaj sağlar.

Basın toplantısının nerede gerçekleştirileceği konusu da toplantının başarısını etkileyen diğer bir faktördür. Basın toplantıları kurumun kendi toplantı salonlarında gerçekleştirilebileceği gibi bir otelin konferans salonunda da yapılabilir (Okay ve Okay, 2005:93). Toplantının yapılacağı yerin seçiminde basın mensupları açısından önemli olan kolay ulaşılabilir merkezi bir yer olmasıdır. Eğer toplantı kolaylıkla ulaşılacak bir yerde yapılmıyorsa, ulaşım olanağı sağlanmalıdır (Onal, 1997:66). Toplantı salonunun da basın mensupları için uygun genişlik ve haberleşme olanaklarına sahip olması önem taşımaktadır. Salonun havalandırması, ısıtma, ses düzeni ve ışıklandırma durumu ile teknik donanımının yeterli olması toplantının başarısını arttıracaktır.

Basın toplantılarında konuşmalar çok uzun olmamalıdır. Konuşmacılar için en uygun süre 15-30 dakika arasındadır. Asıl iletilecek mesajlar bu süre zarfında verilmeli ve soru-cevap için zaman bırakılmalıdır. Ayrıca hazırlanan konuşma metni basın mensuplarına birer nüsha verilebilir.

Basın toplantıları, yerinde ve doğru biçimde yapılır ve verilmek istenen mesaj oluşturulacak sıcak atmosferde verilirse düzenleyen kuruma saygınlık kazandırır ve kurumsal kimliğini güçlendirerek çevresiyle olumlu yönde etkileşim sağlar.

2.3. Basın Gezileri

Basın gezileri insanların duyduklarından çok gördüklerinden etkilenmesi gerçeğine dayanan önemli bir halkla ilişkiler uygulamasıdır.

Kurumun tanıtılmasında ve basına bilgi aktarılmasında kullanılan bir yöntem olan basın gezileri, uzunca bir planlama gerektiren ve kurumun bütçesine ek maliyet getiren bir faaliyettir.

Basın gezileri bireysel olarak veya grup halinde kurumun önemli hedef gruplarına ve basın mensuplarına, kurumun hizmetine ve tesislerine yönelik olarak çeşitli bilgilerin verildiği gezilerdir (Black, 1993:67). Basın gezileri, açılış, hizmetin tanıtımı, basın mensuplarıyla daha samimi ilişkilerin geliştirilmesi ve basında yer alınması için yapılmaktadır. Bu geziler; haberin bir yerle ilgili olması (o yere bağlı olması) ve olayın bir yerde cereyan etmesi halinde gerekli olmaktadır (Tortop, 1990:63-64).

Başarılı bir basın gezisi için;

- İlginç bir konunun veya olayın olması,
- Kurumun üst düzey yöneticilerinin de katılımının sağlanması,
- Kesin, net ve çok yoğun olmayan bir program yapılması,
- Haberin iletilebilmesi için teknik olanakların sağlanması gerekir

(Okay ve Okay, 2005:106,107).

Basın gezileri için davetiye veya mektup tarzında davet metinleri hazırlanabilir. Bununla birlikte basın gezisini basın mensuplarına duyurmak için basın bildirisi de hazırlanabilir.

Basın gezisinin programı, tesislerde basınla ilgilenecek kurum görevlilerinden, kullanılacak araçlara, verilecek ikramlara kadar ayrıntısıyla belirlenir basın kuruluşlarına önceden ulaştırılır (Çamdereli, 2004:127). Gezi sırasında önceden hazırlanan geziyi destekleyici fotoğraf, broşür gibi yazılı

veya görsel malzemeler basın mensuplarına dağıtılır. Her şeyi göstermek istemek yerine, basın mensuplarını ilgilendiren gerçek bilgilerin verilmesi tercih edilmelidir.

Gezi başlamadan önce sessiz, iyi düzenlenmiş bir salonda gezilecek olan yerler veya gösterilecek olan olay hakkında basın mensuplarına ön bilgiler verilebilir. Gezilecek yerler gürültülü ise, gezi başlamadan basın mensuplarının soruları yanıtlanır ve gezi bitiminde basın mensuplarına gördüklerini tamamlayıcı bilgiler vermek için bir basın toplantısı düzenlenebilir.

Basın gezileri basın mensupları için sadece zaman ayırmakla sınırlı bir faaliyet olmayıp bazen maliyette gerektirir. Bu gezilere katılımın istenilen düzeyde gerçekleşebilmesi, haber önemi taşımasıyla doğrudan ilişkilidir (Peltekoğlu, 2004:208). Sorunsuz ve keyifli bir şekilde tamamlanan bir basın gezisi basın mensuplarında kurum hakkında olumlu izlenim oluşmasına katkı sağlar.

3. Basın Bildirilerinin Aktarılmasında Kullanılan Araçlar

Bilgi ve iletişim çağının hızlı haber akışı göz önünde tutulursa, basın bildirilerinin basın kuruluşuna bir an önce ulaştırılması önem taşımaktadır. Kurumun halkla ilişkiler birimleri basın bildirilerini gelişmiş telekomünikasyon teknolojilerini kullanarak ilgili basın kuruluşuna ulaştırmaktadırlar.

Basın bildirimleri basın kuruluşlarına özel ulak/postalama, telefon, faks veya internet vasıtasıyla ulaştırılabilir. Burada önemli olan nokta, bu bildirimlerin bütün basın kuruluşlarına en kısa sürede ulaştırılmasıdır.

3.1. Özel Ulak/Postalama

Basın bildirisinin basına ulaştırılmasında kullanılan en eski uygulamadır. Bu uygulamada basın bildirimleri basın kuruluşlarına özel bir kurye tarafından elden verilir veya postayla gönderilir. Bu uygulama belli hedef grupları olan basın kuruluşlarına ve basın bildirisinin ekinde basın dosyası bulunması durumlarında kullanılmaktadır.

Basın bildirimlerinin bütün basın kuruluşlarına en hızlı şekilde ulaştırılması önemli olduğu için bu uygulamanın kullanımı çok yaygın değildir. Üstelik bu uygulamaya ancak kurum ile basın kuruluşları aynı kentte bulunduğu zaman başvurulabilir. Çünkü başka kentlere özel ulak ile basın bildirisinin ulaştırılması ekonomik olmayacağı gibi postayla göndermek de zaman kaybına neden olacaktır.

3.2. Telefon

Telefon 19. Yüzyıldan beri kullanılan, ancak geçirdiği evrim sayesinde hala çok yaygın olarak kullanım olanağına sahip bir iletişim aracıdır. Basın bildirimlerinin basın mensuplarına ulaştırılmasında bu iletişim aracından da yararlanılmaktadır. Kurumların halkla ilişkiler görevlileri basın bildirisinin içeriğini basın mensuplarına telefon aracılığıyla iletebilirler.

Basın bildirisinin bant kaydı yapılarak basın mensuplarının bu telefon numarasını arayıp bant kaydını dinlemeleri sağlanabilir. Kurum hakkında çeşitli konularda bilgi veren bant kayıtları da oluşturulabilir.

Telefon sistemlerinde meydana gelen gelişmeler sonucu kullanıma sunulan mobil telefonlar da belli bir yerde bulunma zorunluluğunu ortadan kaldırarak basın mensubuna her zaman ve her yerde ulaşma olanağı sağlamıştır. Böylece basın bildirisinin basın kuruluşunda bulunmayan gazeteciye mobil telefon aracılığıyla ulaştırılması sağlanarak mekana bağımlılık ortadan kaldırılmış olmaktadır.

Basın bildirisinin telefon aracılığıyla basın kuruluşlarına ulaştırılması çok kullanılan bir yöntem değildir. Çünkü basın bildirisi aynı zamanda fiziki varlığı olan bir materyaldir ve bunun basın mensubu tarafından görülüp okunarak haberleştirilmesi daha çok kullanılmaktadır. Telefon konuşmasıyla böyle bir olanak söz konusu değildir. Ancak basın bildirilerinin telefon hatları kullanılarak faks ve internet aracılığıyla basın kuruluşlarına ulaştırılması daha yaygın bir kullanıma sahiptir.

3.3. Faks

Faks, normal telefon hatları üzerinden resim gönderme esasına dayanan en temel ofis araçlarından biridir. Faks cihazının sinyali normal telefon hatları üzerinden iletebilmesi 1970'li yıllarda olanaklı hale gelmiş olup hem hız hem de baskı kalitesi bakımından önemli aşamalar kaydetmiştir (Atabek, 2001:69).

Faks cihazlarının programlanabilmesi ve kurum kapalıyken bile gelen faks mesajlarının alınıyor olması kurum ve kuruluşların iletişim faaliyetleri için önemli bir kolaylıktır. Halkla ilişkiler görevlileri de basın bildirisinin basın kuruluşuna ulaştırılmasında faks cihazını kullanmaktadır. Basın kuruluşlarının faks numaraları daha önceden faks cihazına programlanmakta ve basın bildirisi basın kuruluşlarına bir defada gönderilebilmektedir. Ancak bu gönderme faks cihazının her basın kuruluşunun faks numarasını sırasıyla ayrı ayrı çevirmesi ve bildiriye basın kuruluşuna ulaştırması şeklinde olmaktadır.

Kurumların vazgeçilmez iletişim araçlarından biri olan faks, halkla ilişkiler birimleri tarafından da etkin olarak kullanılmaktadır. Basın bildirisini basın kuruluşlarına ulaştırmada faks, özel ulak/postalama ve telefondan çok daha fazla kullanılmaktadır. Hatta internetin kurumlarda basını bilgilendirme amacıyla kullanılmasına kadar basın bildirisi göndermede en çok kullanılan araç olmuştur. Faks halen basın bildirisi göndermede etkin olarak kullanılmaktadır.

3.4. Basınla İlişkilerde Bilgi Aktarma Aracı Olarak İnternet

Gazeteciler, kurum veya kuruluşun halkla ilişkiler çalışmalarının kamuoyuna yansımalarını sağlayan aracı kişiler olmasından dolayı halkla ilişkiler çalışmalarında önemli bir hedef kitleyi oluşturmaktadır. Basın bildirilerinin ve kuruma ait diğer bilgilerin internet kanalıyla duyurulması,

basın mensuplarının bu bilgilere web sayfasından ulaşması hem gazeteciler için hem de kurum için önemli bir avantajdır.

Basın mensupları halkla ilişkiler faaliyetlerinde önemli bir hedef kitle olduğu için kurum ve kuruluşların internet ortamında halkla ilişkiler çalışmalarında da önemini korumaktadır. Kurum ve kuruluşlar basın bildirimlerini internet ortamında tüm kamuya açık halde sunmaktadır.

Öte yandan basın dosyalarının internet üzerinden gazetecilere gönderimi kurumlara önemli bir tasarruf sağlamaktadır. Metinlerin ve fotoğrafların internet üzerinden yetkili kişilere doğrudan gönderimi çok daha ucuza mal olmaktadır. Kurum adına metin üzerinde yapılan değişiklikler nedeniyle aynı yazının tekrar basımının ve çoğaltılmasının gerekmemesi, sadece saklanan sunucu üzerinde tüm bu değişiklikleri yapma olanağına sahip olunması bu tasarrufu sağlamaktadır.

Basın, kurumların web sayfalarını halkla ilişkiler amaçlı olarak hazırlarken dikkate almaları gereken spesifik bir hedef grubudur. “Gazetecilerin internet sayesinde işlerinin büyük bir çoğunluğunu artık oturdukları yerden halledebildikleri düşünülecek olursa, kurumların bu hedef grubunu web sayfalarında mutlaka gözetmeleri gerekmektedir” (Okay, 2002:543)

Kurum ve kuruluşların web sayfalarında önemsiz gibi görünse de, gazetecilerin çalışma kolaylığı açısından bir diğer nokta basına yönelik servislerin kurum sayfaları açıldığında belirtilmiş olması gerekliliğidir. Basın mensuplarının zamana karşı çalıştıkları düşünülürse, gazetecilerin basına

yönelik servisin nerede olduğuna yönelik bir aramaya çıkmayacakları doğaldır.

Basına yönelik servis içerisinde basın bildirimleri gazeteciler için çok sayıda bilgi kaynağından birisidir. Kurumların gazetecilere basılı olarak gönderdikleri basın bildirimlerini aynı zamanda web sayfaları üzerinden yayınlamaları ve bildirimlerin bulunduğu bir arşiv oluşturmaları gazetecilerin kurum hakkında bulmak istedikleri bilgilere ulaşmalarını kolaylaştıracaktır.

Basın çalışmalarında güncelliğin önemi tartışılmaz, üstelik internet sayesinde bilgiler anında güncellenebilme ve meydana gelen olaylar gerçek zamanında takip edilebilme özelliğine sahiptir.

İnternetle basın mensuplarına sağlanan en önemli avantaj, kolaylıkla ön araştırma yapabilme olanağıdır. Kurumlar bu avantajı göz önünde bulundurarak hazırladıkları web sayfasıyla gazetecilere kurum hakkında daha fazla haber yapma ve kurumun vereceği bilgileri değerlendirebilme olanağı sağlamalıdır. Bu zaman zaman bir yöneticinin ilginç bir özgeçmişiyse, zaman zaman da bu kişilerin yaptıkları konuşmaların web ortamında sunulması şeklinde olabilir (Okay, 2002:545).

Elektronik posta gazetecilere yönelik olarak, kurum veya kuruluşla ilgili bilgilerin, basın bildirimlerinin ve e-postayla sorulan soruların yanıtlarının gönderilmesi şeklinde kullanılmaktadır. Ancak gazeteci e-posta kullanımını tercih ediyorsa ona yönelik bilgiler bu yolla gönderilebilir. Talep edilmeden gönderilen basın bildirimlerine, büyük hacimli olup gazetecilerin e-posta hesaplarını dolduran dokümanlara gazeteciler tarafından pek olumlu

yaklaşılmamaktadır. Onun için eğer gazeteci e-postayla bir bilgi istemişse o zaman e-postayla doküman göndermek daha uygun olacaktır.

İnternet üzerinden basınla ilişkiler açısından yapılabilecek diğer bir etkinlik sanal konferanstır. Her ne kadar yüz yüze yapılan konferansların yerini tutmasa da bu konferansların en önemli yararı, çok kısa sürede organize edilebiliyor olmasında yatmaktadır. Davet edilen gazeteciler belirlenen tarih için kendilerinin katılacağını telefonla yöneticiye bildirmekte ve kendileri kurumun bilgisayarına girerek özel bir adresle tanımlanmaktadırlar. Bilgiler bir mikrofondan iletilmekte ve tüm katılımcılar eşzamanlı olarak telefon üzerinden duymaktadır. Teknik şartlardan dolayı konferansın sorular için yarıda kesilmesi söz konusu olmamakla beraber konferansın sonunda gazeteciler telefonlarındaki tuşlar aracılığıyla kendilerine bağlanmakta ve sorularını yöneltmektedirler. Soru sormak için kendilerini tanımlayanları daha önce bildirilen adresten özleştirmek mümkün olmaktadır.

3.4.1. İnternetin Basını Bilgilendirmek Amacıyla Kullanılması

Kurum ve kuruluşlar, basına yönelik çalışmalarını yaparken bunu kendileriyle ilgili bilgileri gazetecilere göndererek ya da basın toplantılarıyla açıklayabilecekleri gibi artık internet sitelerinde yayımlayarak da gerçekleştirebilmektedir. Gazeteciler, internet aracılığıyla oturduğu yerden, istediği saatte kurum veya kuruluşla ilgili bilgileri edinme ve bu bilgilere dayandırarak haberini yazma olanağında sahiptir.

Kurum ve kuruluşlar, internet ve web sayfalarının basına yönelik olarak sağladığı potansiyeli mutlaka değerlendirmelidir. Kendilerine ait bir internet sitesi olan kurum ve kuruluşların basına yönelik hizmetleri sunmaları, olmayanların da yoğun rekabet ortamında tercih edilebilmeleri için bunu en kısa zamanda gerçekleştirmeleri halkla ilişkiler açısından çağın gereklilikleri arasındadır (Okay ve Okay, 2002:119-120). Çünkü, gazetecilerin internette yapacakları bir araştırmayla haber yapma olanağı vardır.

İnternet aracılığıyla gazetecilere bilgi sunarken gazetecinin tercihi dikkate alınmalıdır. Gazeteci e-posta kullanımını tercih ediyorsa, ona yönelik bilgiler bu yolla gönderilebilir. Ancak gazeteci e-posta yoluyla bilgi istememişse o zaman böyle bilgiler gönderilmemelidir. Aksi takdirde virüs gerekçesiyle veya başka bir gerekçeyle halkla ilişkiler uzmanının gönderdiği belgeler açılmayacak ve çöpe atılacaktır. “E-posta gönderilen gazeteciden herhangi bir tepki alınamıyorsa, klasik basın çalışmasına devam edilmelidir” (Okay ve Okay, 2002:120). Bu nedenle, gazetecilere e-posta yoluyla ulaşmak ve onları bilgilendirmek için gönderilecek dokümanlar konusunda halkla ilişkiler uzmanının dikkat etmesi ve özen göstermesi gerekmektedir.

İnternet, gazetecilerin gün boyu kesintisiz bilgi alabilecekleri bir kaynaktır. “İnternet sitesi gazetecinin ayrıntılı haber yapma isteği göz önüne alınarak düzenlenmeli ve bilgiler sistematize bir şekilde yüklenmelidir” (Peltekoğlu, 2004:283). Gazeteciler için internette yararlanmanın en önemli avantajı, internette “kolaylıkla ön araştırma yapabileme olanağı” bulunması, dezavantajı ise, “nitelikli bilgilerin bulunmasında yaşanan zorluklar” olmaktadır (Okay ve Okay, 2002:122).

Gazetecilerin internet sitesinde görmek istedikleri bilgiler; araştırma için arka plan bilgileri, güncel basın bildirileri, basın çalışmasında iletişim kuracakları kişilerin listesi, basın arşivi, hizmetlere ilişkin bilgiler, yönetici konuşmaları ve kurum gazetesidir (Okay ve Okay, 2002:123). Gazeteciler internet sitelerinde basın bildirilerine en kısa şekilde, yani çok tıklama yapmadan ulaşmak istemektedir.

Kurum ve kuruluşların internet sitelerinde basına yönelik bir servis kurması ve bu hizmetin giriş sayfasında net bir biçimde görünmesi gerekmektedir.

3.4.2. İnternette Basına Yönelik Sağlanabilecek Hizmetler

İnternet ortamında basına yönelik olarak sağlanabilecek olan pek çok hizmet mevcuttur. Bu hizmetler ve basınla ilişkiler bakımından bir internet web sitesinde bulunması gereken temel özellikler şöyle sıralanabilir :

- Basın Bildirilerinin Verilmesi : Gazetecilerin rahatlıkla erişebileceği biçimde ve en sonuncu bildirden geriye gitmek suretiyle tarih sırasına göre düzenlenmesi ve sınıflandırılması gerekir. "Bu bildirilerin belli bir arşiv sistemi içerisinde verilmesi sayesinde, gazeteci daha önceki bildirilerden istediğini görebilir ve bir araştırma içerisinde olduğunda bunlara kolaylıkla ulaşabilir" (Okay ve Okay, 2002:127). Gazetecilere kolaylık sağlaması açısından bu bildirilerin site içerisinde konuya göre aranabilme olanağının da bulunması gerekmektedir.

İnternet ortamında sunulan bildirilerin klasik basın bildirilerinin özelliklerini taşıması gerekmektedir. Yani haber ters piramit kuralına göre verilmeli, 5N 1K kuralına uyulmalı ve mümkün olduğunca kısa bir biçimde her şeyin anlatılmasına dikkat edilmelidir. Bu bildirimlerde mutlaka gazetecinin arayıp bildiri hakkında soru sorabileceği ilgili, sorumlu kişilerin iletişim telefon ve adresleri verilmelidir.

- Anında Haber : Özellikle bir kriz esnasında gazeteci için önemli bir haber kaynağı haline gelen web sitesinde en önemli mesajların hemen algılanabilecek biçimde, merkeze ve giriş sayfasına yerleştirilmesine dikkat edilmelidir (Peltekoğlu, 2004:283). Basına sunulan haberlerin güncel olması çok önemlidir. Çünkü gazetecinin kurum veya kuruluşun sayfasına gelip altı ay önceki bir bildiriyle karşılaşması halinde yeniden bu sayfaya uğrama olasılığı hemen hemen yok gibidir.

- Faaliyet-Yıllık Raporların Verilmesi : Kurum veya kuruluşların faaliyet alanlarıyla ilgili hazırlanmış olduğu yıllık raporların internet sitesinde yayımlanması gazetecilerin çalışmalarını kolaylaştıracaktır. Bu raporların gazetecinin bilgisayarına yükleyebileceği bir formatta (örneğin world ya da pdf olarak) web sayfasına yüklenmesi gerekmektedir.

- İletişim Listesi : Bir muhabir ulaşmak istediği kişiye doğrudan erişebilmelidir. Bu nedenle, web sitesinde “halkla ilişkiler görevlilerinin isim, telefon numarası, e-posta adresleri ve sorumluluk alanlarının belirlenmiş olması gerekir” (Peltekoğlu, 2004:283).

- Fotoğraflar : Kurum veya kuruluşun faaliyet alanı, faaliyet yeri ve kurum veya kuruluşla ilgili diğer konuların fotoğraflarıyla yöneticilerin fotoğraflarının web sayfasında yer alması gazetecilerin yararlanması için gereklidir (Okay ve Okay, 2002:129). Fotoğrafların gazeteciler tarafından kullanılabilmesi için çözünürlüklerinin yüksek ve kaliteli fotoğraflar olması ve baskı için uygun bir formatta yüklenmesi önemlidir.

- Toplumun Duyarlı Olduğu Konulara Yaklaşım : Kurum ve kuruluşlar, çevre, tüketici hakları gibi toplumun duyarlı olabileceği konulara karşı kendi tutumları hakkında web siteleri kanalıyla bilgi aktararak hedef kitlesini ve kamuoyunu bilgilendirebilirler (Peltekoğlu, 2004:283).

- Konuşma Metinleri : Kurum ve kuruluş yöneticilerinin veya kurum ya da kuruluşu ziyaret etmiş olan önemli kişilerin yapmış oldukları konuşmaların metinleri arşivlenmiş bir biçimde basına yönelik servis içinde yer alabilir (Okay ve Okay, 2002:130). Ayrıca sitede yer alacak konuşmalar sesli dinlenebilecek bir formatta da yayımlanabilir.

- İstatistik Veriler : Kurum ve kuruluşun üretim, hizmet veya çalışanlarıyla ilgili istatistik verilerinin sitede yer alması, gazetecilerin bu konuda yapabilecekleri haberlere yardımcı olması bakımından önemlidir (Okay ve Okay, 2002:129).

- Kurum ve Yöneticiler Hakkında Bilgi : Kurum ve kuruluşların kuruluş tarihi ve yeri, kurucuları, faaliyet alanları, çalışanların sayısı gibi bilgilere yer verilmelidir (Peltekoğlu, 2004:284). Ayrıca gazeteciler yapacakları haberlerde zaman zaman yöneticilerin özgeçmişlerine ve

fotoğraflarına da ihtiyaç duyarlar. Bunların sitede yer alması gazetecilerin kurum veya kuruluşla ilgili gerçek bilgileri içeren haberleri yapmasına yardımcı olur.

- Hizmet Hakkında Bilgi : Gazeteciler diğer hedef gruplarından daha farklı bir gözle baktığı için hizmeti anlatabilmek amacıyla hizmet hakkında bilgiler sitede makale biçiminde yer almalı ve hizmet için hazırlanmış basın dosyaları da web sitesi aracılığıyla basın mensuplarının hizmetine sunulmalıdır (Peltekoğlu, 2004:284).

- Kurum veya Kuruluş Yayınına Yer Verilmesi : “Kurum veya kuruluşların kurum içi hedef kitleye ya da kurum dışı hedef kitleye yönelik olarak çıkardıkları yayınlar zaman zaman gazeteciler için haber malzemesi olabilmektedir” (Okay ve Okay, 2002:131). Bunların internet ortamında sunulması durumunda, gazeteciler kendi ilgi alanlarıyla ilgili olanları gözden geçirerek haber yapabilirler.

- Özel Olaylar ve Basın Dosyaları : Kurum veya kuruluşlar herhangi özel bir olay gerçekleştirdiği zaman onun için ayrı bir bölüm düzenleyebilir. Online olarak hazırlanan basın dosyaları daha kolay ve daha etkindir. Örneğin, yeni bir hizmetin tanıtımına ilişkin basın dosyası hazırlandığında kurumun logosu, hizmetin özelliği gibi bilgileri aktarabilecek linkler oluşturulabilir (Peltekoğlu, 2004:283-285).

- Basın Konferansının Sanal Ortamda Yapılması : Basın mensuplarına yönelik bu tip bir konferansla, gerçekte bir araya getirilemeyecek kadar çok sayıda basın mensubuna seslenilebilir. Sanal

ortamda gerçekleştirilecek bir basın konferansının gerçekleşmeden önce basın mensuplarına zamanında duyurulması büyük önem taşımaktadır.

3.4.3. Basın Odaları

Kurum veya kuruluşun internet ortamında basın tarafından bulunmasını sağlamak ilk önemli adımdır. Daha sonra basının istediği bilgiyi burada hazır bulundurmak gerekmektedir. Özellikle kurum ve kuruluşların kendilerine ait olarak kurdukları internet sitesinde bir “sanal basın odası” bulundurması gerekmektedir. Bunun için kurum ve kuruluşla ilgili bilgi arayan basın mensuplarının tıklayabilecekleri bir link olmalıdır.

“Basın odası iyi düzenlenmeli ve iyi döşenmelidir. Bir medya mensubunun öyküyü okumasını sağlayabileceğiniz ilk, hatta bazı durumlarda tek şansınız budur ve bu nedenle kendinizi olabildiğince iyi tanıtmanız gerekmektedir” (Levine, 2004:71-72).

Bu amaçla “sanal basın odası” adı verilebilecek web siteleri birçok uluslararası kurum tarafından özellikle Japonya’da kullanılmaktadır.

“Sanal basın odaları en iyi kriz zamanları için geçerlidir. Bilgi boşluğu yaratılmasını engeller. Sanal basın odaları medyaya haftada 7 gün, günde 24 saat hizmet verir. Bilgiye ulaşmama riskini azaltarak gazetecilere, kurum sözcülerine doğrudan ulaşma olanağı sağlar” (Aydede, 2004:310).

Web sitesinin kolay kullanımını sağlayacak olan bütün düzenlemeler sanal basın odası hazırlanmasında da geçerlidir.

Web sitesindeki sanal basın odası aynı zamanda elektronik ortamdaki tanıtım kampanyasının yaşamsal öneme sahip bir parçasıdır. Dikkatle tasarlanmalı ve korunmalı; habercilerden, editörlerden ve yapımcılardan gelen elektronik posta mesajları için sık sık kontrol edilmelidir. “Sanal bir basın odası, web sitesinin basına kurum ve kuruluş ile yöneticiler hakkında bilgi veren bölümüdür” (Levine, 2004:72). Hedef kitle kurum veya kuruluşta kimlerin çalıştığını ya da kuruluş tarihini bilmeye gerek duymayabilirler, ancak basın bunları bilmek isteyecektir. Basın mensupları için haberin öyküsünde geçmiş her zaman önemlidir ve bilinmek istenir.

Sanal basın odalarının dezavantajları ise, “gazetecilerin henüz bu odaları bağımsız kaynak olarak görmemesidir. Ayrıca halkla ilişkiler uzmanları da gazetecilerle sağladığı kişisel iletişimi kaybetme durumuyla karşı karşıya kalabilirler” (Aydede, 2004:310).

Levine’e göre sanal basın odasında kurum veya kuruluşun gelişimine ilişkin şu tür bilgiler yer almalıdır:

- Kurum veya kuruluşun çok kısa bir tanımı verilir. Bu tanım, çok kısa ancak kurum ya da kuruluşun işlevini açıklayan bir cümle olmalıdır.
- Eğer kurum veya kuruluşun bir misyon bildirimini varsa onun da değiştirilmeden verilmesi gerekir.
- Kurum veya kuruluş çalışanları ve eğer mümkünse elektronik posta adresleri verilmelidir.
- Kurum veya kuruluşun kısa bir tarihçesine yer verilmelidir.

- Kurum veya kuruluşla ilgili olarak yazılan veya dağıtılan yakın tarihli basın bildirileri de görülmek ve basılmak üzere haber odasında hazır bulunmalıdır (Levine, 2004:72-73).

Web sitesinde yer alan tüm basın bildirilerinin sık sık güncellenmesi gerekmektedir. Haberciler, kurum veya kuruluştan haber değeri taşıyan bir olayı anlatmasını isterler; bu onların işini kolaylaştırır. Ancak onlara gerçekten haber niteliği olmayan bir olayın dayatmaya kalkışılması yanlış bir davranış şeklidir. Halkla ilişkiler uzmanları basına karşı ne kadar dürüst davranırsa o kadar iyi bir isim yaparlar ve eşik bekçileriyle, yani topluma ulaşılmasına izin verme durumunda olan kişilerle ilişkileri o ölçüde iyi olur.

Sanal basın odalarının gelecekte halkla ilişkiler görevlileri tarafından daha yoğun kullanılması beklenmektedir. Her türlü yeniliğe ve yaşanan aksamalara rağmen “sanal basın odaları gelecekte iletişim sektöründe e-posta ve web sayfası kadar önemli bir yere sahip olacaktır” (Aydede, 2004:310).

İKİNCİ BÖLÜM

GENELKURMAY BAŞKANLIĞININ BASINLA İLİŞKİLERİ

1. Genelkurmay Başkanlığı'nın Halkla İlişkiler ve Tanıtım Faaliyetleri

Genelkurmay Başkanlığı'nın basınla ilişkileri konusuna geçmeden önce Genelkurmay Başkanlığı'nın halkla ilişkiler anlayışı, halkla ilişkilerle ilgili vizyonu, prensipleri, hedef grupları ve tanıtım faaliyetlerini ele almak gerekmektedir.

Türk Silahlı Kuvvetleri (TSK) Türk ulusu için sadece bir savunma kurumu değil, aynı zamanda ekonomik, sosyal, kültürel ve toplumsal bir olgudur. "Bu olgu Türk Silahlı Kuvvetleri'nin büyük, güçlü ve disiplinli bir ordu oluşundan, nihayet toplum kalkınmasında çok önemli roller oynamasından kaynaklanmaktadır" (Önel, 1991:3).

Toplum, yönetimin yaptıklarını ve yapmadıklarını bilmek istemektedir. Bu bağlamda bakıldığında "halkın, Türk Silahlı Kuvvetleri'ne güvenini ve desteğini sürdürmesi için planlı ve düzenli olarak halkın bilgi ihtiyaçlarının zamanında ve doğru olarak karşılanması giderek önem kazanmaktadır" (Toprak, 2002:27). Halkın TSK'nin hedeflerine ulaşmasına katkısı ve güveni ise onları bilgilendirmek, ikna etmek ve inandırmakla sağlanabilir; çünkü halkın inanmadığı, onaylamadığı ve benimsemediği eylemleri gerçekleştirmek çok zordur, hatta olanaksızdır. "Halka bir şey yaptırmak ancak onu yapılan etkinlik ve işlere inandırmakla olur. Bu da etkili ve yeterli bir halkla ilişkilerle mümkündür" (Doğan, 1997:7).

Prof.Dr.Sulhi Dönmezer'e göre;

“Askerlik mesleğinin bütün diğer meslekler gibi, amaçlarına ulaşması için özellikle demokratik toplumlarda ve rejimlerde, kamuoyuna yönelik inandırıcı çabalarda bulunması ve silahlı kuvvetlere özgü değerlerin kamuya yansıtılıp benimsetilmesi, bu husustaki çabaların güçlendirilmesi gerekmektedir” (Dönmezer, 1993:6).

Genelkurmay Başkanlığı'nın halkla ilişkilerinde bir amacı da, “savunma harcamaların boşa gitmediğine ve yurt savunmasıyla görevli ordunun güçlü olduğuna halkı inandırmaktır” (Aslan, 1990:30). Demokratik ülkelerde halkın haber alma ve bilgilenme ihtiyacının en temel ihtiyaçlardan biri olduğu düşünülürse bu bir zorunluluktur.

Bu genel çerçeve içinde bakıldığında, “milli birlik ve bütünlüğün sağlanması, güçlendirilmesi, vatandaşların bu çabalara ve hep beraber savunmaya katılımının sağlanması TSK-vatandaş ilişkisinin en geniş şekilde ve en üst düzeyde tutulması gibi çok boyutlu bir yükümlülüğün TSK'nin sorumluluğunda olduğu görülmektedir” (Şaşmaz, 1989:28).

“Barış ve savaş dönemlerinde askeri hareket hazırlıklarını ve askeri hareketi desteklemek üzere sürekli uygulanması gereken halkla ilişkilerin canlı ve devamlı tutulması ancak etkili ve yeterli halkla ilişkiler programının uygulanması ile gerçekleşebilir” (Çağırın, 2001:97). Bu durum TSK için halkla ilişkilerin önemini ve gerekliliğini ortaya koymaktadır

Genelkurmay Başkanlığı kendi basın ve halkla ilişkiler yönergesinde halkla ilişkileri, “Kamuoyunun istek ve beklentilerini karşılayarak desteğini kazanmak ve kamuoyunu TSK hakkında doğru, zamanında ve yeterli bilgi

sahibi kılmak amacıyla, halkla doğrudan ya da dolaylı iletişimin sağlandığı bir etkileşim çabası” olarak tanımlamaktadır (Toprak, 2002:27). Genelkurmay Başkanlığı'nın bu tanımlamasından hareketle halkla ilişkilere yüklediği nitelikler şunlar olabilir:

- Belirlenen hedef kitleye ya da kitlelere yönelik olarak girilen planlı bir çabadır.

- Karşılıklı iletişimi, anlamayı, kabulü ve işbirliğini sağlayıp sürdürmeyi amaçlayan bir yönetim fonksiyonudur.

- Hem iç hem de dış hedef kitleye yönelik faaliyetler toplamıdır.

Genelkurmay Başkanlığı halkla ilişkiler faaliyetlerinde dış hedef kitle ve iç hedef kitle olarak iki hedef kitle belirlemiştir.

“Dış hedef kitle;

- Yerli ve yabancı basın kuruluşları,
- Kamu kurum ve kuruluşları,
- Özel kurum ve kuruluşlar (Sendikalar, dernekler, vakıflar, kulüpler ve iş yerleri),
- Yerli ve yabancı şahıslar, araştırmacılar, ihbar ve şikayette bulunanlar ve çeşitli talep sahipleridir.

İç hedef kitle ise;

- Daimi personel (subay, astsubay, askeri öğrenci, uzman erbaş, sivil memur ve işçi),
- Geçici personel (askerlik hizmetini yapanlar ve sözleşmeli personel),

- Personelin yakın çevresidir” (Kocatepe, 2001:441-442).

Genelkurmay Başkanlığı halkla ilişkiler vizyonunu ise,

“TSK’ni her türlü iç ve dış tehdide karşı laik ve demokratik Türkiye Cumhuriyeti’nin koruyuculuğunu üstlenmiş, Atatürk ilke ve inkılaplarının savunucusu, bölgesinde barış ve istikrarı sağlayıcı bir güç olarak tanıtmak üzere ülke, bölge ve dünya çapında bir iletişim kanalı oluşturmak; Türk halkının TSK’ne olan sevgi, saygı ve güvenini devam ettirmek ve artırmak; iç ve dış kamuoyunu milli güvenlik çıkarları doğrultusunda şekillendirmek” olarak belirlemiştir (Toprak, 2002:28-29).

Genelkurmay Başkanlığının halkla ilişkilerdeki hedefleri ise şu şekilde sıralanabilir (Kocatepe, 2001:326-328):

- TSK kendisine verilen yetki ve görevleri kapsamında icra ettiği faaliyetler doğrultusunda oluşan kurumsal kimliğinin doğru ve eksiksiz olarak kamuoyuna yansıtılması için bir açıklık politikası uygulamak ve bu politika ışığında kamuoyunu aydınlatacak iletişimi sağlamak,

- TSK’nin demokratik bir ülke yapısı içerisinde yasalarla kendisine verilen görevi sadece yasal yollarla gerçekleştirdiğini şüpheye yer bırakmayacak şekilde iç ve dış kamuoyuna anlatmak,

- TSK silah araç, gereç ve teçhizatı ile personelinin her türlü iç ve dış tehdide karşı her durumda hazır ve yeterli olduğunu ve hiçbir fedakarlıktan kaçınmayacağını vurgulamak ve bu bağlamda Türk Halkı’nın güven ve huzur içinde olduğu duygusunu pekiştirecek bir iletişim faaliyeti gerçekleştirmek,

- TSK'nin sahip olduğu donanım ve personelin dünya standartları seviyesinde olduğunu göstermek ve bunu kamuoyuna anlatmak,
- Türkiye Cumhuriyeti'nin varlığını sürdürmesinde en büyük destekçi ve savunucu olduğunu, doğal afet, sosyal ve ekonomik krizlerde üstüne düşen görevleri süratle yerine getireceğini iç ve dış kamuoyuna duyuracak iletişimi kurmak,
- TSK'nin görevlerini yerine getirirken kendisine ayrılan kaynakları en yüksek verimi hedefleyerek kullandığını kamuoyunun bilgisine sunmak,
- Değişen ve gelişen dünya koşullarına göre rol ve konum olarak yeniden yapılanmaya her zaman açık olacağını bildirmek ve halkın desteğini sağlayacak şekilde iletişim kurmak,
- Türkiye Cumhuriyeti'ne yöneltilecek bir dış tehdide karşı TSK'nin en etkin ve kararlı tepkiyi göstereceğini; bu tepkiyi meşru müdafaa sınırları içerisinde tutacağını iç ve dış kamuoyunun bilincine yerleştirmek,
- Olası bir harp durumunda, TSK'nin moral ve motivasyonunu en yüksek seviyede tutmak ve kamuoyu desteğini sürdürmek için gerekli bilgi akışını, doğru ve hızlı gerçekleştirebilecek bir iletişim ağı sağlamak,
- TSK'nin bölge ve dünya barışına yaptığı katkıları iç ve dış kamuoyuna anlatacak iletişimi sağlamak,
- İç ve dış tehdit hakkında kamuoyu oluşturmak,
- Milli ve askeri değerlerin Türk toplumunda canlı tutulmasını sağlamak,

- TSK hakkında iç ve dış kamuoyunda olumlu kimlik ve kurumsal imaj yaratmaktır.

İnsanların TSK ile karşılaştıkları her yer, onunla temas ettikleri her durum TSK için bir halkla ilişkiler platformudur. Dışarıdan bakan herkes için TSK tektir ve bir bütündür. TSK yüzlerce binaya, birliğe, yüz binlerle ifade edilen personele sahip olabilir. Ancak dışarıdaki insanlar için TSK en yakınındaki birimdir. Köyündeki “Jandarma Karakolu”, mahallesindeki “Askerlik Şubesi”, askerliğini yaptığı “Orduevi” temas halindeki kimseler açısından TSK’ni temsil etmektedir. TSK mensupları halkla temas halinde olduğu her yerde Türk Ordusu’nun bir minyatürü gibi algılanmaktadır. Onun için TSK’nin tüm kurumlarının ve personelinin halk üzerinde yaratacağı izlenimi düşünme ve ona göre bir halkla ilişkiler çalışması yürütme yükümlülüğü vardır.

TSK’nin halkla ilişkiler faaliyetlerinin temel öğeleri;

“Muhtemel olumsuz propagandaları dengeleyecek, yanlış değerlendirme ve şartlanmaları ortadan kaldırıp yerine doğruları yerleştirecek, vatandaşın sevgi, saygı ve güvenini en yüksek seviyede tutacak, beklenen sonuçların eksiksiz sağlanabilmesi için birbirini karşılıklı olarak etkileyecek siyasi, ekonomik, kültürel, psikolojik ve sosyal fonksiyonları bir bütün olarak ele alacak ilkeleri ihtiva etmelidir” (Ünlütepe, 1993:88).

Genelkurmay Başkanlığı tarafından, TSK ile ilgili konularda halkı bilgi sahibi kılmak, kamuoyuna yanlış veya eksik aksettirilmiş olaylar hakkında en kısa sürede doğru bilgileri vermek ve halkı doğru yönde bilgilendirerek

TSK'nin halkla daha fazla bütünleşmesini sağlamak amacıyla planlı bir şekilde tanıtım faaliyeti yapılmaktadır.

Tanıtım faaliyetlerinin planlanmasından önce, basın inceleme birimlerinden periyodik basın değerlendirme raporları, muhtelif kamuoyu araştırmaları verileri ve halkla birebir temaslar neticesinde çıkan sonuçlar analiz edilmektedir. "Analiz sonucunda TSK'nin kamuoyundaki imajı belirlenip yararlı ve yeterli olanların nasıl bu şekilde devam ettirileceği, yanlış ve yetersiz olanların giderilmesi için neler yapılabileceği değerlendirilir" (Toprak, 2002:83). Yapılan değerlendirme sonucu devam etmesine karar verilen tanıtım faaliyetleri için kısa ve uzun vadeli planlar oluşturulur ve tanıtım faaliyetleri bu planlar çerçevesinde yürütülür.

Genelkurmay Başkanlığı yurt içinde ve yurt dışındaki tanıtımı için tüm kitle haberleşme araçlarından yararlanmaktadır. Ayrıca topluma ulaşılabilecek sinema filmlerine destek olunması, tanıtıcı videolar hazırlanması, resmi bayramlarda yapılan geçitler, törenler, sergiler gibi tanıtım mecralarından da yararlanılmaktadır. Önemli ulusal günler ve basına açık yapılan tatbikatlar Genelkurmay Başkanlığı'nın tanıtımı için en uygun zamanlar olarak görülmektedir.

2. Genelkurmay Başkanlığı'nın Basına Bilgi Aktarma Yöntemleri

TSK kurumsal kimliğini ve icra ettiği faaliyetleri hedef kitlesine duyurmak ve açıklamak için bazı araçlar ve aracılar kullanmak durumundadır. Kamuoyunun mümkün olan en geniş kesimine ulaşmak hedeflendiğinde, bu araç ve aracılar çeşitlilik göstermektedir.

Genelkurmay Başkanlığı'nın tanıtım faaliyetlerinde kullandığı en önemli araçlardan biri de basındır. Genelkurmay Başkanlığı bu nedenle basın kuruluşlarıyla ilişkilerin nasıl olması gerektiğini ayrıntılarıyla planlamıştır. Basın kuruluşlarının TSK ile ilgili çekim, röportaj ve bilgi talepleri Genelkurmay Genel Sekreterliği bünyesinde bulunan İletişim Daire Başkanlığı tarafından karşılanır.

Genelkurmay Başkanlığı basın kuruluşlarıyla doğrudan iletişim yöntemleri olan; basın toplantıları, konferans, seminer ve sempozyumlar, sergiler, basın gezileri, röportajlar, yazılı cevap gönderme, gösteri ve tatbikatların izlenmesi, birlik kurum ve karargah ziyaretleriyle ve dolaylı iletişim yöntemleri olan; basın açıklamaları, basın duyuruları, bilgi notları, internet web sayfası, televizyon ve radyo programları, fotoğraf ve filmlerle iletişim kurmaktadır.

Basınla ilişkilerde üç hareket tarzı belirlenmiştir. Bunlar; bizzat teşebbüs edilerek basın kuruluşlarına TSK ile ilgili azami ölçüde bilgi verilmesini kapsayan "aktif basın politikası", basından bilgi talebi geldiği takdirde bu isteğin yerine getirilmesine dayanan "yarı aktif basın politikası" ve yapılan faaliyetler konusunda basın kuruluşuna bilgi verilmeyen, ancak yanlış anlamayı önlemek için basın mensuplarının sorularına kısa cevaplar verilmesi şeklinde yapılan "pasif basın politikası"dır (Toprak, 2002:78).

Genelkurmay İletişim Daire Başkanlığı tarafından basınla ilişkiler kapsamında, basın kuruluşlarına basın açıklaması, basın duyurusu ve bilgi notu gönderilir. Basın mensupları basın toplantısı, basın gezisi, ziyaret ve

tatbikatlara davet edilir. Ayrıca, basın mensuplarına talep ettiği bilgiler yazılı olarak verilir ve röportaj yapma olanağı sağlanır.

2.1. Basın Bildirileri

Genelkurmay Başkanlığı tarafından basına bilgi aktarmada kullanılan en önemli yöntemlerden biri basın bildirileridir. Genelkurmay Başkanlığı basın bildirilerini icra ettiği faaliyetin niteliğine, açıklayacağı bilgiye veya duyuracağı faaliyete göre “basın açıklaması”, “bilgi notu” veya “basın duyurusu” isimlerini kullanarak basın kuruluşlarına iletmektedir. Bu basın bildirileri basın kuruluşlarına en çok internet sitesi vasıtasıyla ulaştırılmaktadır. Bütün basın açıklamaları, bilgi notları ve basın duyuruları faksla basın kuruluşlarına gönderilmezken internet sitesinde hepsi yayımlanmaktadır.

2.1.1. Basın Açıklamaları

Genelkurmay Başkanlığı TSK ile ilgili olarak basın yayın kuruluşlarında yer alan yanlış/gerçek dışı haber ve bilgiler konusunda kamuoyunu aydınlatmak ve doğru bilgileri vermek amacıyla basın açıklaması hazırlamaktadır.

Basın açıklamaları, TSK'ne yönelik basında yer alan haber ve beyanatlardaki soru, iddia ve ithamlara cevap niteliği taşımaktadır. Bunlar sadece bir basın kuruluşunda yer almışsa genellikle sadece o basın kuruluşu için hazırlanır ve mektup şeklinde gönderilir. Ancak birden fazla basın

kuruluşunda söz konusu bilgiler yer almışsa basın açıklaması hazırlanır ve Genelkurmay Başkanlığı'na akredite olan¹ basın kuruluşlarına gönderilir.

Basın açıklamasının giriş bölümünde genellikle basın kuruluşu/kuruluşları ve kişi ismi belirtilmeden genel ifadeler kullanılmaktadır. Daha sonra ileri sürülen iddia veya basında yer alan bilgi incelenmektedir. TSK'nin iddialar ve basında yer alan bilgilerle olan ilgisi mevcut kanun, yönetmelik ve emirler çerçevesinde irdelenerek yapılan veya yapılmayan uygulamalar ifade edilmektedir.

Genellikle TSK'nin hukukun üstünlüğü prensibine bağlılığının ve bütün uygulamaların yasalar çerçevesinde icra edildiğinin vurgulandığı basın açıklamalarında, yazılan her fikir ve kelimenin TSK'nin görüşü olduğu dikkate alınarak yeni soru ve iddiaların ortaya çıkmasına neden olacak ifadelerden kaçınılmaktadır.

Basın açıklamaları, antetli bir kağıda her sayfanın tek yüzü kullanılarak yazılmaktadır. Antetli kağıtta Genelkurmay Başkanlığı logosu ve "T.C. GENELKURMAY BAŞKANLIĞI GENEL SEKRETERLİĞİ" ifadesiyle birlikte "Basın Açıklaması" başlığı ve basın açıklaması numarasıyla tarihi de bulunmaktadır. Ancak konunun içeriğine yönelik bir başlık ve gazetecilerin

¹ Genelkurmay Başkanlığı, akredite olmak üzere kendisine başvuran basın kuruluşlarını her yıl inceleyerek uygun olanları akredite etmektedir. TSK çapında icra edilen faaliyetlere bu basın kuruluşları davet edilmektedir. Hazırlanan basın açıklamaları, basın duyuruları ve bilgi notları faks ile bu basın kuruluşlarına gönderilmektedir. Diğer basın kuruluşları basın bildirimlerine ancak Genelkurmay Başkanlığı internet sitesi vasıtasıyla ulaşabilmektedir.

iletişim kurabilecekleri bir irtibat noktası bulunmamaktadır. Örnek basın açıklaması Ek-1’de yer almaktadır.

Basın açıklamaları tüm kamuoyuyla ilgiliyse, faksa daha önceden kaydedilmiş olan Genelkurmay Başkanlığı nezdinde akredite basın kuruluşlarının faks numaralarına planlı standart faks programı ile gönderilmektedir. Basın açıklaması, aynı zamanda Genelkurmay Başkanlığı internet sitesinde (<http://www.tsk.mil.tr>) yayımlanarak basın kuruluşları ve kamuoyunun bilgisine sunulmaktadır. Basın açıklamalarının internet sitesinde yayımlanması hem basın kuruluşlarının açıklamalara daha hızlı ulaşmasını sağlamakta hem de akredite olmayan basın kuruluşları için önemli bir haber kaynağı olmaktadır. Hazırlanan basın açıklaması belirli bir basın kuruluşu ile ilgiliyse yalnızca bu kuruluşa mektup, faks veya e-posta ile gönderilmektedir.

2.1.2. Bilgi Notları

Genelkurmay Başkanlığı, basın kuruluşlarının TSK ile ilgili olarak yayımladıkları haber ve yorumları daha ayrıntılı bilgilerle takviye etmek, basın kuruluşlarını TSK’nin icra ettiği veya edeceği faaliyetler hakkında bilgilendirmek amacıyla bilgi notları hazırlamaktadır.

Bilgi notları hazırlanırken konunun güncel olmasına ve kamuoyunun geniş bir kesimini ilgilendirmesine dikkat edilmektedir.

Bilgi notları, antetli bir kağıda her sayfanın tek yüzü kullanılarak yazılmaktadır. Antetli kağıtta Genelkurmay Başkanlığı logosu ve “T.C. GENELKURMAY BAŞKANLIğI GENEL SEKRETERLİğİ” ifadesiyle birlikte

“Bilgi Notu” başlığı ve bilgi notu numarasıyla tarihi de bulunmaktadır. Ancak konunun içeriğine yönelik bir başlık ve gazetecilerin iletişim kurabilecekleri bir irtibat noktası bulunmamaktadır. Örnek bilgi notu Ek-2’de yer almaktadır.

Bilgi notları, faksa daha önceden kaydedilmiş olan Genelkurmay Başkanlığı nezdinde akredite basın kuruluşlarının faks numaralarına planlı standart faks programı ile gönderilmektedir. Bilgi notları, aynı zamanda Genelkurmay Başkanlığı internet sitesinde yayımlanarak basın kuruluşları ve kamuoyunun bilgisine sunulmaktadır.

2.1.3. Basın Duyuruları

Genelkurmay Başkanlığı, TSK tarafından icra edilen veya edilecek olan faaliyetler hakkında faaliyetin ne zaman, nerede, nasıl, ne amaçla ve kim tarafından yapılacağı bilgilerini basın kuruluşlarına ve kamuoyuna bildirmek amacıyla basın duyuruları hazırlamaktadır.

Basın duyuruları, TSK’nin faaliyetlerini kamuoyuna duyurarak tanıtmak amacıyla özellikle basın kuruluşlarına yönelik olarak kullanılan bir yöntemdir.

Basın duyurularının giriş bölümü duyurunun en önemli bölümü olup bu paragrafta kim, ne, nerede, niçin, ne zaman ve nasıl sorularına cevap verecek bir ifade yer almaktadır. Diğer paragraflarda genellikle girişte yazılanları açıklayan ifadeler kullanılmaktadır. Duyurunun sonunda basın mensuplarının ne zaman, nerede hazır bulunacakları belirtilerek varsa duyuruyla birlikte fotoğraf ve görüntüler de gönderilmektedir.

Basın duyuruları, antetli bir kağıda her sayfanın tek yüzü kullanılarak yazılmaktadır. Antetli kağıtta Genelkurmay Başkanlığı logosu ve “T.C. GENELKURMAY BAŞKANLIĞI GENEL SEKRETERLİĞİ” ifadesiyle birlikte “Basın Duyurusu” başlığı ve duyuru numarasıyla tarihi yer almaktadır. Ancak konunun içeriğine yönelik bir başlık ve gazetecilerin iletişim kurabilecekleri bir irtibat noktası bulunmamaktadır. Ancak faaliyete katılacak basın mensuplarının isimleri önceden alınması gerekiyorsa faks numarası verilmektedir. Örnek basın duyurusu Ek-3’te yer almaktadır.

Basın duyuruları, faksa daha önceden kaydedilmiş olan Genelkurmay Başkanlığı nezdinde akredite basın kuruluşlarının faks numaralarına planlı standart faks programı ile gönderilmektedir. Basın duyurusu, aynı zamanda Genelkurmay Başkanlığı internet sitesinde yayımlanarak basın kuruluşları ve kamuoyunun bilgisine sunulmaktadır. Basın duyurularıyla akredite basın kuruluşları faaliyete davet edilmekte, diğer basın kuruluşları ise faaliyetin ne olduğundan internet sitesinde yayımlanan basın duyurusu vasıtasıyla haberdar olmaktadır.

2.2. Basın Toplantıları

Genelkurmay Başkanlığı, önemli bir projenin veya yeni bir faaliyetin açıklanması, karmaşık bir sorunun açıklığa kavuşturulması amaçlarıyla ve aylık periyodik olarak bilgilendirme yapılmak istenildiği zaman basın toplantıları düzenlemektedir.

Genelkurmay Başkanlığı’nın basın toplantılarında;

- Kamuoyunun aydınlatılması için ihtiyaç duyulan bilgilerin zamanında doğru ve yeterli olarak verilmesi,
- TSK hakkında kamuoyunun yanlış yönlendirilmesinden ve bilgi eksikliğinden kaynaklanan yanlış ve yanlış haberlerin önlenmesi,
- Basın mensuplarıyla karşılıklı güvene dayanan ilişkilerin geliştirilmesi amaçlanmaktadır (Toprak, 2002:81).

Basın toplantılarına kimlerin davet edileceği ve davet şekli önemlidir. Basın toplantısının nerede, ne zaman, ne amaçla ve kim tarafından yapılacağı, konuşmacı veya konuşmacıların kimler olacağı genellikle basın duyurusuyla Genelkurmay Başkanlığı nezdinde akredite olan basın kuruluşlarına duyurulmaktadır. Bu duyurularda toplantıya katılmak isteyen basın mensuplarının isimlerinin önceden alınması için irtibat noktası verilmekte ve toplantıdan önce kimlerin basın toplantısına katılacağı tespit edilmektedir. Bu bilgiler toplantıyla ilgili plan yaparken gerekli olmaktadır.

Genelkurmay Başkanlığı, basın toplantılarını genellikle Ankara'da konuşlu karargahında bulunan "Şehit Gazeteci Hasan Tahsin Basın Bilgi Merkezi"nde yapmaktadır. Her hafta Perşembe günleri 10:00 – 16:00 saatleri arasında basın mensuplarının bilgi ihtiyaçlarının karşılanması fonksiyonu da bulunan bu merkezde toplantı salonu bulunmaktadır. Bu salonda basın mensuplarının haberleşme ihtiyaçları için teknik donanım da sağlanmıştır.

Aylık periyodik yapılan basın toplantılarında konuşmacı olarak genellikle Genelkurmay 2. Başkanı bulunmaktadır. Açıklanacak veya bilgi

verilecek konuların ilgili olduğu bir başkanlık varsa o dairenin başkanı da basın toplantısına katılmaktadır.

Basın toplantıları iki bölüm olarak icra edilmektedir. İlk bölümde konuşmacı veya konuşmacılar tarafından kamuoyuyla paylaşılmak istenen bilgi açıklanmaktadır. İkinci bölüm ise soru-yanıt bölümüdür. Bu bölümde basın mensuplarının açıklanan bilgileri tamamlayıcı veya gündemdeki diğer konulara ilişkin soruları yanıtlanmaktadır.

Basın toplantısına katılan basın mensuplarına konuşma metni ve konuyu destekleyici görsel dokümanlar basın dosyası olarak verilmektedir. Konuşma metni aynı zaman Genelkurmay Başkanlığı'nın internet sitesinde yayımlanmaktadır. Bu konuşma metinleri talep etmesi durumunda toplantıya katılmayan basın mensuplarına da gönderilmektedir.

2.3. Basın Gezileri

TSK'nin birlik, kurum ve karargahlarında icra edilen faaliyetlerin basın mensuplarına yerinde gösterilmesi ve faaliyetin basında yer alması sağlanarak tanıtım yapılması amaçlarıyla basın gezileri düzenlenmektedir.

Ayrıntılı bir planlama gerektiren ve TSK'ne mali yük getiren basın gezileri, Genelkurmay Başkanlığı'nın çok fazla başvurduğu bir yöntem değildir. Ancak özellikle tatbikatlarda ve bir operasyonun, olayın yerinde gösterilmesi zorunlu olduğu durumlarda basın gezileri düzenlenmektedir.

Basın gezisi için öncelikle, gezinin yeri, süresi, programı ve hangi Kuvvet Komutanlığı sorumluluğunda yapılacağı tespit edilir. İlk planlamadan

sonra basın duyurusuyla basın mensupları geziye davet edilir. Basın gezisine kimlerin katılacağı belirlendikten sonra kesin basın gezi programı yapılır.

Basın gezisine katılacak basın mensupları ve beraberinde bulunacak görevli Genelkurmay Başkanlığı personelinin gezi bölgesine intikali için araç planlanır. Bu araç gidilecek olan yerin özelliğine göre uçak, helikopter, otobüs veya gemi olabilir.

Basın gezisinin amacı, programı ve gezi güzergahına ait bilgileri içeren bir "Basın Gezi Broşürü" hazırlanır ve basın gezisine katılan basın mensuplarına dağıtılır. Ayrıca basın gezisi esnasında ziyaret edilen birlikler tarafından da kendi birliklerine ait tanıtıcı broşür ve bölgesel gezi programı hazırlanarak basın gezisine katılan basın mensuplarına verilir.

Basın gezisine katılan basın mensuplarının olay veya faaliyete ilişkin haber ve fotoğrafları kuruluşlarına göndermeleri için programda uygun zaman ayrılır ve bu amaçla kullanılmak üzere teknik donanım sağlanır.

Basın gezisi sonunda (eğer basın gezisi uzun bir zamanı kapsıyorsa gezi esnasında) gezisinin ne derece yararlı olduğunu saptamak amacıyla geziye katılan basın mensuplarının basın kuruluşlarında yayımlanan haberleri takip edilir.

3. Genelkurmay Başkanlığı'nın Basınla İlişkilerinde İnternet

Genelkurmay Başkanlığı, TSK ve faaliyetlerinin internet aracılığıyla duyurulmasına ve tanıtımına önem vermektedir. Genelkurmay Başkanlığı,

web sitesini güncel tutarak daha etkin hale getirilmesi için sürekli araştırma ve geliştirme faaliyeti içindedir.

Genelkurmay Başkanlığı ilk olarak Kasım 1996'da internet sitesini açmıştır. Bir yıl sonra Kasım 1997'de tasarımı yenilenen ve güncellenen internet sitesi Ekim 2004 tarihinde bugünkü görünümüne sahip olacak Şekilde yeniden düzenlenmiştir. Daha önce yayımlanmakta olan web sitesiyle ilgili gelen eleştiriler ve öneriler dikkate alınarak site 2004 yılı Ekim ayında güncellenmiş ve görünümü daha etkin bir hale getirilmiştir. İnternet sitesi bu görünümüne kavuştıktan sonra ziyaretçi sayısında artış olmuştur. Őimdiki haliyle siteye günde ortalama 5-6 bin ziyaretçi gelmektedir ².

3.1. Genelkurmay Başkanlığı'nın İnternet rgtlenmesi

Türk Silahlı Kuvvetleri'nin tanıtımı amacıyla hazırlanan Genelkurmay Başkanlığı internet sitesi Genelkurmay Genel Sekreterliği tarafından işletilmektedir. İnternette Genelkurmay Başkanlığı'nın sitesinin yanında, Kara, Deniz, Hava Kuvvetleri Komutanlıkları'nın³, Jandarma Genel Komutanlığı'nın⁴, Sahil Güvenlik Komutanlığı'nın⁵, Kara, Deniz, Hava Harp

² Bu bilgi Genelkurmay Başkanlığı internet sitesinde yer alan e-posta kanalıyla edinilmiştir.

³ Kara Kuvvetleri Komutanlığı URL adresi; <http://www.kkk.tsk.mil.tr>, Deniz Kuvvetleri Komutanlığı URL adresi; <http://www.dzkk.tsk.mil.tr> ve Hava Kuvvetleri Komutanlığı URL adresi; <http://www.hvkk.tsk.mil.tr>'dir.

⁴ Jandarma Genel Komutanlığı'nın URL adresi <http://www.jandarma.tsk.mil.tr>'dir.

⁵ Sahil Güvenlik Komutanlığı'nın URL adresi <http://www.sgk.tsk.mil.tr>'dir.

Okulu Komutanlıklarının⁶ ve Gülhane Askeri Tıp Akademisi (GATA)'nın⁷ web siteleri bulunmaktadır. Ayrıca Genelkurmay Başkanlığı sitesi içeriğinde Anıtkabir web sayfası da yer almaktadır. Kuvvet Komutanlıkları, Genelkurmay Başkanlığı tarafından onaylanan kendi web sitelerinin işletmelerini yapmaktadır.

Genelkurmay Başkanlığı internet sitesinde “Genel Konular” başlığı altında; Genelkurmay Başkanlığı'nın Tarihçesi, Genelkurmay Başkanları, TSK'nin Görevi, Savunma Politikası ve Savunma Organizasyonu, Kuvvet Yapısı, TSK Seferberlik Sistemi, Askeri Müze ve Madalyalar başlıkları yer almaktadır.

“TSK Askeralma İşlemleri” başlığı Milli Savunma Bakanlığı internet sitesine link verilmiş olup, içeriği Milli Savunma Bakanlığı tarafından hazırlanmaktadır.

“TSK Eğitim Öğretim Faaliyetleri” başlığı altında ise, TSK Eğitim Sistemi ve Kurumlar, Askeri Okullara Başvuru, TSK'nin Eğitim Projeleri, Erbaş ve Erlere Yetenek Kazandırma Kursları, TSK Askeri Eğitim İşbirliği Faaliyetleri ve Barış İçin Ortaklık Eğitim Merkezi başlıkları yer almaktadır.

“Basın Yayın Halkla İlişkiler” başlığı altında Basın Açıklamaları, Basın Duyuruları, Bilgi Notları, Törenler, Tanıtım Filmleri, TSK Radyo Televizyon

⁶ Kara Harp Okulu URL adresi; <http://www.kho.edu.tr>, Deniz Harp Okulu URL adresi; <http://www.dho.edu.tr> ve Hava Harp Okulu URL adresi; <http://www.hho.edu.tr>'dir.

⁷ Gülhane Askeri Tıp Akademisi (GATA)'nın URL adresi <http://www.gata.edu.tr>'dir.

Programları, Silahlı Kuvvetler Dergisi, Toplantılar, Konuşmalar ve Yazılı Mesajlar başlıkları yer almaktadır.

“Uluslararası İlişkiler” başlığı altında, Afganistan Uluslararası Güvenlik Yardım Kuvveti, Viyana Belgesi, Açık Semalar Antlaşması, Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı, Avrupa Konvansiyonel Kuvvetler Antlaşması, Türkiye’nin Barış Destekleme Harekatına Katkıları, Askeri Eğitim ve İşbirliği Faaliyetleri, Barış İçin Eğitim Ortaklık Merkezi, Ermeni Sorunu, Akdeniz Diyalogu, NATO Altyapı Programı, NATO’nun Genişlemesi, NATO’nun Lojistiği Kapsamında Değişen Strateji ve Konseptler, Denizden Yapılan Göçmen Kaçakçılığı, Ottawa Sözleşmesi, Ataşelikler, Uluslararası Bilimsel İşbirliği Faaliyetleri ve Güneydoğu Avrupa Savunma Bakanları İnternet Sitesi alt başlıkları bulunmaktadır.

“Diğer Konular” başlığı altında ise, Sivil Asker İşbirliği, Sürekli Tedarik Ömür Boyu Destek, Tasarruf Tedbirlerinin Uygulanması, Doğal Afetler Arama Kurtarma Timleri, Bölgesel Silahların Kontrolü, Küçük Hafif Silahlar, Kitle İmha Silahları ve TSK Bilimsel Karar Faaliyetleri alt başlıkları yer almaktadır.

“Personel” başlığı altında da, Personel Yönetim Sistemi, Personel Temini ve Temsili Askerlik Uygulaması alt başlıkları bulunmaktadır.

“Tatbikatlar” başlığı altında, Tatbikatlara İlişkin Genel Bilgiler, Tatbikat ve Gösteriler ve güncel olarak yapılması planlanan son tatbikatların isimleri ve açıklamalarının yer aldığı bir başlık bulunmaktadır.

“Faydalı Linkler” başlığı altında ise, Devlet Kuruluşları, Askeri Birimler, Uluslararası Örgütler, Vakıflar ve Dernekler alt başlıklarıyla bunlara ait sitelere linkler yer almaktadır.

“Güncel” başlığına girildiğinde, orta sayfada yer alan ve daha önce yayımlanmış bütün güncel haberlerin yer aldığı bir sayfa açılmaktadır.

“Bilgi Edinme Birimi” başlığı altında ise, Bilgi Edinme Hakkı Kanunu, Bilgi Edinme Hakkı Kanunu Yönetmeliği, Sıkça Sorulan Sorular, Başvuru Yapmadan Önce, Bilgi Edinme Başvuru Merkezleri, Genelkurmay Başkanlığı Kurum Dosya Planları ve Bilgi Edinme Başvurusu alt başlıkları yer almaktadır.

“TSK'den Görüntüler” başlığı altında da, TSK'ni tanıtıcı nitelikte olan fotoğrafların yer aldığı bir fotoğraf galerisi bulunmaktadır.

İnternet sitesinin içerik bakımından özenli ve titiz hazırlanmış bir site olduğu söylenebilir. Ziyaretçilere verilen en önemli hizmetlerden birisi sitenin içeriğini tek bakışta inceleme olanağı sunan “site haritası”dır. Site haritasında üst ve alt başlıkları görme ve ziyaretçinin istediği alana geçebilme olanağı sağlanmıştır. Bu da menüdeki başlıklara ve alt başlıklara ayrı ayrı girip arama zahmetinden kullanıcıyı kurtarmaktadır. Bu durum özellikle siteyi ilk defa ziyaret edenlere büyük bir kolaylık sağlamaktadır.

3.2. Genelkurmay Başkanlığı'nın İnternet Örgütlenmesinde Basın Bildirileri

Genelkurmay Başkanlığı'nın, internet sitesinin ana sayfa sol menüsünde basını bilgilendirmek amacıyla “Basın Yayın Halkla İlişkiler”

başığı yer almaktadır. Bu başlık altında yayımlanan bilgilerle burası bir nevi basın odası gibi faaliyet göstermektedir. Genelkurmay Başkanlığı yaptığı basın açıklamaları, basına yönelik bilgi notları ve basın duyurularını web sitesinde “Güncel” ve “Basın Yayın Halkla İlişkiler” başlıkları altında yayımlamaktadır. Bu başlıkların ana sayfada yer alması basın mensuplarının duyuru ve açıklamalara kolay ulaşmasını sağlamaktadır.

Basın açıklaması, bilgi notu ve basın duyurularının web sayfası vasıtasıyla basına ulaştırılması basın kuruluşlarına avantaj sağlamaktadır. Basın kuruluşlarının zamana karşı yarışıkları düşünülürse, bütün basın kuruluşlarının aynı anda web sayfasından bu basın bildirimlerine ulaşma olanağına sahip olması basın mensuplarına hız sağlamaktadır. Özellikle gazetelerin baskı zamanlarına yakın olan bir saatte yapılan basın bildirimleri bu hız sayesinde haber olarak yer alabilmektedir.

Basın açıklaması, basın duyurusu ve bilgi notlarının web sitesinde yayımlanmasının başka bir avantajı da Genelkurmay Başkanlığı'na akredite olmayan basın kuruluşları için söz konusudur. Çünkü faks ile gönderilen basın bildirimleri sadece Genelkurmay Başkanlığı nezdinde akredite basın kuruluşlarına ulaştırılmaktadır. Akredite olmayan basın kuruluşları web sitesinden basın bildirimlerine ulaşarak bunları haberleştirebilme olanağına sahiptir. Hatta akredite olmayan basın kuruluşlarının Genelkurmay Başkanlığı'na ilişkin tek haber kaynağı web sitesidir denilebilir.

Genelkurmay Başkanlığı internet sitesinde basına yönelik başka bir uygulama da tatbikatlara ilişkindir. Aktif basın politikası izlenen tatbikatların

tanıtımı amacıyla web sayfası hazırlanmakta ve tatbikata ilişkin yapılan ilk basın duyurusuyla birlikte kamuoyunun bilgisine sunulmaktadır.

Genelkurmay Başkanlığı internet sitesinde yer alan “Basın Yayın Halkla İlişkiler” başlığının altında yer alan bilgiler şunlardır :

- Basın Açıklamaları :

Bu başlık altında Genelkurmay Başkanlığı tarafından 2001 yılından itibaren yapılan basın açıklamaları yer almaktadır. Genelkurmay Başkanlığı tarafından yapılan 2001 yılında 24, 2002 yılında 15, 2003 yılında 24, 2004 yılında 15 ve 2005 yılında 12 adet basın açıklaması bu bölümde yayımlanmaktadır. 2006 yılının ilk dokuz ayı itibariyle sitede 25 adet basın açıklaması yer almaktadır.

- Basın Duyuruları :

Bu başlık altında da, Genelkurmay Başkanlığı tarafından 2002 yılından itibaren yapılan basın duyurularına yer verilmiştir. Genelkurmay Başkanlığı 2002 yılında 103, 2003 yılında 96, 2004 yılında 99, 2005 yılında 66 ve 2006 yılının ilk dokuz ayı itibariyle 53 adet basın duyurusu yapmış olup bu duyurular bu başlık altında yayımlanmaktadır.

- Bilgi Notları :

Bu başlık altında, 2003 yılından itibaren Genelkurmay Başkanlığı tarafından yayımlanan basına yönelik bilgi notları yer almaktadır. Genelkurmay Başkanlığı'nın yaptığı 2003 yılında 56, 2004 yılında 27, 2005 yılında 23 ve 2006 yılının ilk dokuz ayı itibariyle 8 adet bilgi notu bu bölümde yayımlanmaktadır.

- TSK Radyo ve Televizyon Programları :

Genelkurmay Başkanlığı ile TRT tarafından ortak yapılan “Savaşta Barışta Türk Ordusu” adlı televizyon programında, içinde bulunulan hafta, hangi konunun yayımlanacağı bu başlık altında duyurulmaktadır. Bu başlık ayrıca ana sayfa sağ menüde de yer almaktadır. Televizyon program konuları her hafta, radyo program konuları ise her ay güncellenmektedir.

- Tanıtım Filmleri :

Tanıtım filmleri başlığı aynı zamanda ana sayfa sağ menüde de bulunmaktadır. Bu başlık altında üç adet kısa tanıtım filmi yer almaktadır. Burada yayımlanan filmlerin süreleri şu şekildedir: Film-1: 54 saniye, Film-2: 60 saniye ve Film-3: 52 saniye.

- Ziyaretler :

Bu başlık altında 2004 ve 2005 yıllarında Genelkurmay Başkanlığı'na yapılan ziyaretler kronolojik sıraya göre duyurulmaktadır. Ziyaretlere ilişkin ayrıntılı bilgiye yer verilmemiş olup, ziyaret eden kişinin ismi ve ziyaret tarihi yayımlanmaktadır. Bu bölümde ayrıca ziyaretlere ilişkin fotoğraflar da yer almaktadır. Fotoğraflar hem düşük hem de yüksek çözünürlüklü olarak yayımlanmış olup, basın mensupları için baskıda kullanılabilecek niteliktedir.

- Törenler :

Bu başlık altında da 2004 ve 2005 yıllarında Genelkurmay Başkanlığı tarafından yapılan törenlere ilişkin duyurular yer almaktadır. Web sayfasında törenlere ilişkin kısa bilgiler bulunmaktadır. Törende çekilmiş fotoğraflar

düşük ve yüksek çözünürlüklü olarak yayımlanmaktadır. Ayrıca bu bölümde törenlerde yapılan konuşma metinleri de yer almaktadır.

- Toplantılar :

Bu başlık altında “Basın Toplantıları” ve “Toplantılar” alt başlıkları yer almaktadır. Basın toplantıları başlığının altında Genelkurmay Başkanlığı tarafından yapılan basın toplantıları en yeniden eskiye doğru sıralanmıştır. Basın toplantısı metni ve basın toplantısına ilişkin fotoğraflar bu bölümde yayımlanmaktadır. Fotoğraflar diğer bölümlerde olduğu gibi düşük ve yüksek çözünürlüklü seçeneklerle sunulmuştur.

Toplantılar alt başlığında ise, Yüksek Askeri Şura Toplantıları duyurulmaktadır. Bu toplantılara ait bilgiler ve fotoğraflar bu başlık altında yer almaktadır.

- Konuşmalar ve Yazılı Mesajlar :

Bu başlık altında da 2004 ve 2005 yıllarına ait konuşmalar ve mesajlar tarih sırasına göre yayımlanmaktadır. Konuşmalar ve mesajlar metin olarak verilmiş olup görsel destek sağlanmamıştır. Bu başlık altında yayımlanan konuşma metinlerinin ve mesajların Genelkurmay Başkanı ve Genelkurmay 2. Başkanı'na ait olduğu görülmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GENELKURMAY BAŞKANLIĞI BASIN BİLDİRİLERİNİN ULUSAL YAZILI BASIN TARAFINDAN HABERLEŞTİRİLMESİ

Araştırmanın amacı doğrultusunda literatür taraması yapılarak elde edilen bilgiler ışığında ilk iki bölümde teorik çerçeve ortaya konmuştur. Bu bölümde ise ilk olarak araştırmanın yöntemi anlatılacak, daha sonra da araştırma sonucunda elde edilen veriler yorumlanacaktır.

1. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada ilk önce Genelkurmay Başkanlığı tarafından 2005 yılı içinde yayımlanan basın bildirimleri saptanmıştır. Bu bildirilere kurumun internet web sitesi kanalıyla ulaşılmıştır. Bu basın bildirimleri Genelkurmay Başkanlığı'nın yaptığı gruplama paralelinde “basın açıklamaları”, “bilgi notları” ve “basın duyuruları” olmak üzere üç gruba ayrılmıştır. Her bir grupta yer alan basın bildirimleri kronolojik olarak sıralanmış ve sıra numarası verilmiştir. Genelkurmay Başkanlığı'nın 2005 yılı içerisinde 12 adet basın açıklaması, 23 adet bilgi notu ve 66 adet basın duyurusu yayımlandığı saptanmıştır.

Daha sonra bu basın bildirimlerinin ulusal yazılı basın kuruluşları tarafından haberleştirilmesi incelenmek üzere tirajı en yüksek olan 15 gazete belirlenmiştir. Belirlenen gazeteler; *Posta, Hürriyet, Zaman, Sabah, Milliyet, Vatan, Akşam, Türkiye, Gözcü, Yeni Şafak, Star, Cumhuriyet, Halka ve*

Olaylara Tercüman, Yeniçağ ve Radikal gazeteleridir. Bu gazeteler saptanırken Genelkurmay Başkanlığı'nın resmi bir kurum olması, faaliyet sahası itibariyle spor ve magazin türü basın bildirimleri yayımlamaması göz önünde bulundurularak tiraj sıralamasında ilk 15 gazete arasında yer almasına rağmen spor gazeteleri (*Fotomaç ve Fotospor*) ve magazin ağırlıklı yayımlanan gazeteler (*Bulvar, Şok, Güneş ve Takvim*) incelemeye dahil edilmemiştir.

Genelkurmay Başkanlığı'nın akredite listesinde yer almayan *Zaman* ve *Yeni Şafak* gazeteleri incelemeye dahil edilmiştir. Akredite listesinde yer almayan bu gazetelerin Genelkurmay Başkanlığı'nın basın bildirimlerini haber olarak yayımlamaları ayrı bir önem arz etmektedir. Çünkü bu gazetelere faksla basın bildiri gönderilmediğinden en önemli haber kaynakları Genelkurmay Başkanlığı internet sitesidir. Bu gazeteler diğer bir haber kaynağı olarak da haber ajanslarını kullanmaktadır.

İnceleme yapılırken ilk önce basın bildirisinin hangi gazetede yer aldığı saptanmıştır. Basın bildirisine ilişkin haberin gazetenin ilk sayfasında mı, iç sayfasında mı yayımlandığına bakılmıştır. Haberin ilk sayfada yayımlanması büyük önem taşımaktadır. Çünkü, günün en önemli gelişmelerinin sergilendiği ve okuyucuların gazeteyi almasında etkili olan birinci sayfa, gazetenin vitrini niteliğindedir. En çok gazete tarafından ilk sayfada yayımlanan haberlerin konularının neler olduğu belirtilmiştir.

Daha sonra haberin başka bir haberle birleştirilerek mi yoksa tek başına ayrı bir haber olarak mı verildiği belirlenmiştir. Haberin tek başına ayrı bir haber olarak verilmesi haberin daha ön plana çıkması ve dikkat

çekmesinde etkili olmaktadır. Başka bir haberle birlikte haber ailesi içinde verilen haberler daha az dikkat çekici olmaktadır.

Son olarak da belirlenen gazetelerde yayımlanan bu basın bildirimlerine ilişkin haberler okunarak basın bildiri metniyle karşılaştırılmış ve haberlerde yorum olup olmadığına bakılmıştır.

Yayımlanan haberlerde yorum olup olmadığı saptanırken “yorumlu” ve “yorumsuz” olma durumları şu kriterlere göre belirlenmiştir:

“Yorumlu” ifadesi yanlı, taraflı, çarpıtılmış anlamında kullanılmıştır. Eğer gazetecinin kaleme aldığı haber metniyle basın bildirisinde anlatılan olgular arasında paralellik yoksa, basın bildirisinde ifade edilenlerle haber metni anlam olarak birebir örtüşmüyorsa, belli bir görüşü destekleyen tartışma ve verilere yer veriliyorsa, seçimi açık olarak belli etmeksizin taraflı biçimde olgular ve görüşler kullanılıyorsa, haberde örtük biçimde de olsa bir yorum yapılıyorsa, haber metninde yer alan hususların olumlu veya olumsuz noktaları göz ardı ediliyor veya abartılıyorsa bu haberler “yorumlu” olarak kodlanmıştır. Yorumlu haberler “olumlu” ve “olumsuz” olarak kodlanmış olup bu nitelikteki haberlere örnek “olumlu” ve “olumsuz” haberlerin operasyonel tanımlarını müteakip verilmiştir.

“Yorumsuz” ifadesi tarafsız, yansız, objektif, çarpıtılmamış anlamında kullanılmıştır. Eğer gazetecinin kaleme aldığı haber metniyle basın bildirisinde anlatılan olgular farklılık içermiyorsa, basın bildirisinde ifade edilenlerle haber metni aynı anlamı veriyorsa, haber metni belli bir görüşü destekleyen tartışma ve verilere yer vermiyorsa, olgular açık ve net olarak

belirtilip örtülü bir şekilde de olsa yorum yapıldığı ve kişisel değerlendirmelerin habere katıldığı izlenimi uyandırmıyorsa, haber metniyle basın bildirisi metni birebir örtüşüyor ve bildiri metnine göndermede bulunularak alıntılara yer veriliyorsa, basın bildirisinde yer alan hususlar göz ardı edilmeden doğru ve dengeli bir biçimde haberleştiriliyorsa, haber metni olumlu veya olumsuz yönde abartılarak ve çarpıtılarak verilmiyorsa bu haberler “yorumsuz” olarak kodlanmıştır. Yorumsuz haberler aynı zamanda “tarafsız” olarak kodlanmıştır.

Basın bildirimlerine ilişkin incelemeye tabi tutulan gazetelerde yer alan haberler içerisinde “yorumsuz” / “tarafsız” haber olarak 26 Kasım 2005 tarihinde *Cumhuriyet* gazetesinde yer alan “Ziyarete Generaller Katılmadı” başlıklı haber örnek verilebilir. Bu haber, 25 Kasım 2005 tarihinde yayımlanan “Bir Gazetede Yer Alan Haber” konulu bilgi notunun haberleştirilmesidir. Bilgi notu metni şu şekildedir:

“Bugünkü (25 Kasım 2005) bir gazetede MİT Müsteşarı'nın Irak'a yaptığı bir ziyarete iki generalin de katıldığı şeklinde bir habere yer verilmiştir.

Söz konusu haber doğru olmayıp gerçeği yansıtmamaktadır.”¹

Söz konusu basın bildirisine ilişkin *Cumhuriyet* gazetesinde yer alan haberin metni şu şekildedir:

“Ziyarete Generaller Katılmadı

Genelkurmay Başkanlığı MİT Müsteşarı'nın Irak'a yaptığı ziyaretle ilgili olarak açıklama yaptı. Genelkurmay Başkanlığı'nın internet sitesinde yer alan bilgi notunda, “Bir gazetede MİT Müsteşarı'nın Irak'a yaptığı bir ziyarete iki generalin de katıldığı

¹ <http://www.tsk.mil.tr/bashalk/bilginotu/2005/bn16.htm>

şeklinde bir habere yer verilmiştir. Söz konusu haber doğru olmayıp gerçeği yansıtmamaktadır” denildi” (**Cumhuriyet**, 26 Kasım 2005).

Haber metnine bakıldığı zaman haberin basın bildirisini metniyle birebir örtüştüğü, gazetenin habere olumlu veya olumsuz yönde herhangi bir yorum katmadığı, bildiri metninden alıntılar yapıldığı ve basın bildirisinin çarpıtılmadan verildiği görülmektedir.

Yayımlanan haberlerde yorum olup olmadığı saptandıktan sonra gazetelerin yorum yaparken izlediği tutum belirlenmiştir. Yorum yapılarak yayımlanan haberlerin Genelkurmay Başkanlığı için olumlu, olumsuz veya tarafsız olma durumları tespit edilmiştir.

Yorumsuz haberler aynı zamanda tarafsız olarak değerlendirilmiştir. Yani, “yorumsuz” haberlerle “tarafsız” haberlerin sayıları birbirine eşittir. Yorumlu haberler ise, “olumlu” ve “olumsuz” olarak ayrılmış ve buna göre kullanılmıştır. Yani, olumlu ve olumsuz haber sayılarının toplamı “yorumlu” haber sayısının toplamına eşittir.

Eğer basın bildirisinde yer alan olgular Genelkurmay Başkanlığı'nın Anayasada ve 211 sayılı İç Hizmet Kanunu'nda belirtilen vazifesine ve yapması gereken faaliyetlerine uygun bir şekilde haber metnine yansıtılmışsa, basın bildirisinden beklenen amaca uygun ve yapıcı olarak haberleştirilmişse, Genelkurmay Başkanlığı'nın icra ettiği faaliyetleri pozitif yönde överek veriyorsa, basın bildirimlerini Türk Silahlı Kuvvetleri'nin tanıtımına katkıda bulunarak var olan güvenilirlik imajını destekleyici nitelikte haberleştiriyorsa ve basın bildirimlerine ilişkin haberlerde TSK lehinde bir

kamuoyu oluşmasına katkıda bulunacak ifadeler yer alıyorsa “olumlu” haber olarak kodlanmıştır.

Basın bildirimlerine ilişkin incelemeye tabi tutulan gazetelerde yer alan haberler içerisinde olumlu haber olarak 10 Nisan 2005 tarihinde *Türkiye* gazetesinde yer alan “Teşekkürler Mehmetçik” başlıklı haber örnek verilebilir. Bu haber, 8 Nisan 2005 tarihinde yayımlanan “Toplumsal Gelişime Destek Faaliyetleri” konulu bilgi notunun haberleştirilmesidir. Bilgi notu metninden bazı bölümler şu şekildedir:

“TSK, temel görevi olan yurt savunması görevinin dışında, barış ortamında da, içinden çıktığı Türk Milleti'nin sosyal, kültürel, eğitsel, ekonomik vb. sorunlarını paylaşmayı, sorunların çözümünde vatandaşlara yardımcı olmayı, ‘çağdaş uygarlık düzeyine ulaşma’ doğrultusundaki her türlü toplumsal gelişim çabasına katkı sağlamayı görev edinmiştir.

Bu kapsamda 2004 yılında icra edilen faaliyetlere ilişkin bazı bilgiler aşağıda sunulmuştur:

Başta ilköğretim okulları olmak üzere, her seviyedeki okula imkanlar nispetinde bilgisayar, kitap, kırtasiye, ansiklopedi, diğer eğitim yardımcı malzemeleri (harita, tahta, tebeşir vb.), okul onarımları (boya, badana, fayans döşeme, sıra onarımları, masa, askılık, Atatürk büstü inşası, vb.) gibi yardım sağlanmasına gayret edilmektedir.

Askeri sağlık üniteleri aracılığıyla ve il ve ilçelerdeki sağlık müdürlüklerinin katkılarıyla, sağlık hizmeti verilemeyen yörelerde vatandaşın ayağına gidilerek bu hizmetin verilmesine çalışılmaktadır. Bu çerçevede yürütülen sağlık taramaları sonucu 2004 yılı süresince 250.000'e yakın vatandaşımız muayene edilmiş, bunlardan yaklaşık 70.000'ine ücretsiz ilaç dağıtılmış ve tedavileri yapılmıştır.

Asker veteriner hekimleri aracılığıyla köylerdeki büyük ve küçükbaş hayvanların muayenesi, hayvan sağlığı ve yetiştiriciliği hakkında köylülerin bilgilendirilmesine önem verilmektedir.

Subay-astsubay ailelerinin gönüllü katkıları ve bu ailelerin hayırsever vatandaşlarla kurdukları ilişkiler sonucunda yurt çapında toplanan, 2,5 milyon YTL'ye ulaşan meblağ ile yoksul ailelere maddi destekte bulunulmuştur.

Maddi imkansızlıklar nedeniyle yuva kuramayan gençlere de imkanlar nispetinde yardımcı olunmakta, topluca düğünleri yapılarak evlendirilmektedir. Öte yandan, özellikle yoksul aile çocukları için düzenlenen sünnet şenlikleri ile 2004 yılı içerisinde 400'e yakın aileye destek olunmuştur.

TSK'nce; gerek vatani hizmetini yapan erbaş ve erlerimizi, gerekse okul çağı dışındaki vatandaşlarımızı yeni bilgi ve becerilerle donatarak onların bir meslek sahibi olmaları ve ülke ekonomisine katkı sağlamaları için İl/İlçe Milli Eğitim Müdürlükleri ile koordineli olarak çeşitli meslek edindirme ve beceri kazandırma kursları açılmaktadır."²

Söz konusu basın bildirisine ilişkin *Türkiye* gazetesinde yer alan haberin metni şu şekildedir:

“Teşekkürler Mehmetçik

TSK, 9 yılda binlerce köye hizmet götürdü, 4 milyon kişiyi sağlık taramasından geçirdi, 42 milyon YTL yardım dağıttı. TSK, 9 yılda binlerce köye hizmet götürdü, 4 milyon kişiyi sağlık taramasından geçirdi, 43 milyon YTL yardım dağıttı. Mehmetçik ayrıca, bir yılda 9 bin fidan dikti, 35 bin okulun onarım ihtiyaçlarını karşıladı ve eğitim malzemesi sağladı. Mehmetçik köy köy dolaşıp vatandaşlara sağlık hizmeti veriyor.

ANKARA - Türk Silahlı Kuvvetleri'nin (TSK) Türkiye genelinde 9 yıldır sürdürdüğü Toplumsal Gelişime Destek Faaliyetleri kapsamında, binlerce köye hizmet götürüldü, 3 milyon 777 bin 805 kişi sağlık taramasından geçirildi ve 42 milyon 960 bin YTL değerinde mal ve hizmet yardımı yapıldı.

Sistemli çalışma

² <http://www.tsk.mil.tr/bashalk/bilginotu/2005/toplumsalgelisimedestek/ana.htm>

TSK, temel görevi olan yurt savunmasının dışında, ihtiyaç duyulan bölgelere, eğitim ve sağlık başta olmak üzere vatandaşların şartlarının iyileştirilmesi, devlete ve millete güven ve bağlılığının artırılması, moralinin yükseltilmesi ve yurt sevgisi kazandırılması amacıyla 1996 yılından itibaren yurt çapında sistemli olarak başlattığı Toplumsal Gelişime Destek Faaliyetleri'ni sürdürüyor.

Köylünün can dostu

Ayrı bir bütçe ya da ödenek ayırmadan valiliklerce yapılan planlama doğrultusunda basit işgücü kullanılarak hizmetleri hızlandırıcı yönde katkıda bulunan TSK, rütbeli personelin aileleri ve yardımsever kişi ve kurumlarla birlikte kaynak oluşturulmasına da ağırlık veriyor.

Eğitim ve sağlık

Başta ilköğretim okulları olmak üzere, 34 bin 508 okula bilgisayar, kitap, kırtasiye ve ansiklopedi gibi eğitim malzemesi yardımı yapıldı ve onarım ihtiyaçları karşılandı. TSK, ayrıca 1 milyon 140 bin 993 kişiye giyecek, 731 bin 621 kişiye de ilaç yardımında bulundu. Sağlık ekipleri ise, 3 milyon 777 bin 805 kişiyi muayene ederken, 201 bin 732 kişiyi diş taramasından geçirdi, 3 milyon 672 bin 64 çocuğa aşı yaptı..."(Türkiye, 10 Nisan 2005).

Haber metninden de anlaşılacağı gibi haber tamamen Türk Silahlı Kuvvetleri'nin lehine olacak şekilde kaleme alınmıştır. Haberde "Teşekkürler Mehmetçik" başlığı kullanılarak ve haber metninde Genelkurmay Başkanlığı'nın faaliyetleri pozitif yönde övülerek TSK lehinde bir kamuoyu oluşması ve TSK'ne olan güvenin artmasına katkıda bulunulmuştur.

Eğer basın bildirisinde yer alan olgular negatif yönde çarpıtılarak veriliyorsa, Genelkurmay Başkanlığı'nın görev alanına girmeyen konulara müdahalede bulunduğu haberde vurgulanıyorsa, haberde Genelkurmay

Başkanlığı'nın siyasilere ters düştüğü, siyasete karıştığı, siyasilere cevap olarak basın bildirisini yayımladığı şeklinde yorumlar yapılıyorsa, basın bildirisinde yer almayan olgular haber içerisinde Genelkurmay Başkanlığı'nın görüşü gibi veriliyorsa, basın bildirisinin niteliğine ilişkin negatif yönde yorumlara yer veriliyorsa (sert bir açıklama, tokat gibi cevap, en sert açıklama, siyasilere yanıt vb.), basın bildirisini beklenen amaca uygun, yararlı ve yapıcı olarak haberleştirilmemişse ve basın bildirisine ilişkin haberlerde TSK aleyhinde bir kamuoyu oluşmasına zemin hazırlayacak ifadeler bulunuyorsa "olumlusuz" haber olarak kodlanmıştır.

Basın bildirisine ilişkin yayımlanan haberler içerisinde olumsuz nitelikte olan habere örnek olarak, 20 Aralık 2005 tarihinde *Yeni Şafak* gazetesinde yer alan "Dan Halutz Tank ve F-4'lerin Modernizasyonu İçin Gelecek" başlıklı haber verilebilir. Bu haber, 19 Aralık 2005 tarihinde yapılan "İsrail Genelkurmay Başkanı Korgeneral Dan HALUTZ'un Genelkurmay Başkanı Orgeneral Hilmi ÖZKÖK'ü ziyareti" konulu basın duyurusuna ilişkin haberdir. Basın duyurusu metni şu şekildedir:

- “1. İsrail Genelkurmay Başkanı Korgeneral Dan HALUTZ, Genelkurmay Başkanı Orgeneral Hilmi ÖZKÖK'ün resmi davetlisi olarak, 22-23 Aralık 2005 tarihlerinde Türkiye'de bulunacaktır.
2. Korgeneral Dan HALUTZ, 22 Aralık 2005 Perşembe günü saat 13.25'de Genelkurmay Başkanı Orgeneral Hilmi ÖZKÖK'ü, Genelkurmay Karargahı'nda ziyaret edecektir.
3. Söz konusu ziyareti izlemek isteyen Genelkurmay Başkanlığı nezdinde akredite basın-yayın kuruluşları mensuplarının, 22 Aralık

2005 Perşembe günü Saat 12.55'de, Şehit Gazeteci Hasan Tahsin Basın Bilgi Merkezi'nde hazır bulunmaları saygı ile duyurulur.”³

Söz konusu basın duyurusuna ilişkin *Yeni Şafak* gazetesinde yer alan haberin metni şu şekildedir:

“Dan Halutz, Tank ve F-4'lerin Modernizasyonu İçin Gelecek

FBI ve CIA başkanlarının ardından İsrail Genelkurmay Başkanı da Ankara'ya geliyor. Dan Halutz'un ziyaretinde M-60 ve M-48 tankları ile F-4 uçaklarının modernizasyonu görüşülecek

İsrail Genelkurmay Başkanı Dan Halutz, resmi temaslarda bulunmak üzere Perşembe günü Ankara'ya geliyor. Halutz'un Türkiye ziyaretinde M-60 ve M-48 tankları ile F-4 uçaklarının modernizasyonu projeleri ele alınacak.

İsrail, Türkiye'deki 170 adet M-60 tanklarını modernizasyonu projesini kazanmıştı. İsrail tarafından üretilen ve Kayseri'ye getirilen M-60 tanklarının prototipine göre üretiminin başladığı belirtiliyor. M-60 tanklarının yaz testleri İsrail'de yapılırken Kayseri, Şereflikoçhisar ve Sarıkamış'ta yapılması gereken kış testlerinin hala yapılmadığı belirtiliyor. Buna rağmen M-60 tanklarının modernizasyonuna başlanması dikkat çekici bulundu.

VERİLMEMEYEBİLİR

İsrail Genelkurmay Başkanı Dan Halutz'un Türkiye ziyaretinde Türk Silahlı Kuvvetleri bünyesinde M-48 tankları ile F-4 uçaklarını modernizasyonu projeleri de bulunuyor. İsrail'in M-48 tankları ile F-4 uçaklarını modernizasyonunu öngören ve yaklaşık 1.5 milyar dolarlık pastadan pay almak istediği belirtiliyor. Ancak M-60 tanklarını modernizasyonunda yaşanan sorunlar nedeniyle bu projenin İsrail'e verilmeyeceği belirtiliyor.

ALÇAK UÇUŞ ISRARI

Refahyol Hükümeti döneminde imzalanan askeri işbirliği anlaşması çerçevesinde Türk ve İsrail uçakları Konya'da askeri amaçlı tatbikat

³ <http://www.tsk.mil.tr/bashalk/basduy/2005/bd101.htm>

yapıyor. Ancak İsrail'in bu tatbikatlarda alçak uçuşa da izin verilmesini istediği belirtiliyor. Türkiye İsrail'in alçak uçuş önerisine karşı çıkıyor. Dan Halutz'un Türkiye ziyaretinde bu konunun da gündeme gelmesi bekleniyor” (**Yeni Şafak**, 20 Aralık 2005).

Haber metninden de anlaşılacağı gibi haber tamamen yoruma dayanmaktadır. Çünkü basın duyurusu yapılmış, ancak ziyaret henüz gerçekleşmemiştir ve ziyarette ele alınacak konulara ilişkin herhangi bir açıklama yapılmamıştır. Buna rağmen söz konusu gazete yapılacak anlaşmalara ilişkin yorum yapmakta ve daha önce İsrail tarafından yapılan modernizasyon projelerinde başarısız olduğunu vurgulayarak Genelkurmay Başkanlığı hakkında olumsuz düşüncelere neden olabilecek yorumlarda bulunmaktadır.

Basın bildirimlerine ilişkin haberlerde gazetelerin tutumu saptandıktan sonra araştırma kapsamında bulunan gazeteler eğilimlerine göre sınıflandırılmış ve yorum yapılarak yayımlanan haberlerin Genelkurmay Başkanlığı için olumlu, olumsuz veya tarafsız olma durumları belirlenen gruplara göre ortaya konmuştur.

Gazeteler benzerliklerine, yayın politikalarına ve eğilimlerine göre dört gruba ayrılmıştır:

Birinci grupta yer alan gazeteler “liberal” olarak adlandırılmıştır. Bu gazeteler; *Hürriyet*, *Milliyet*, *Posta*, *Sabah*, *Vatan*, *Akşam*, *Star*, *Gözcü* ve *Halka* ve *Olaylara Tercüman* gazeteleridir. Bu gruptaki gazetelerin genel eğilimlerinin liberal sağ olduğu görülmektedir.

İkinci grupta yer alan gazeteler ise “sol eğilimli” olarak adlandırılmıştır. Bu gazeteler; *Cumhuriyet* ve *Radikal* gazeteleridir. Bu gazetelerin demokratik sol ve merkez sol eğilimli oldukları görülmektedir.

Üçüncü grupta yer alan gazeteler “sağ eğilimli” olarak adlandırılmıştır. Bu gazeteler; *Yeniçağ* ve *Türkiye* gazeteleridir. Bu gazetelerin genel eğiliminin milliyetçi muhafazakar ve merkez sağ olduğu görülmektedir.

Dördüncü grupta yer alan gazeteler ise “İslamcı” olarak adlandırılmıştır. Bu gazeteler; *Zaman* ve *Yeni Şafak* gazeteleridir. Bu gazetelerin genel yayın politikalarının İslamcı çizgide olduğu görülmektedir.

Elde edilen bütün bu veriler SPSS programına kodlanmış ve istatistiksel çalışmaları yapılmıştır. Analiz sonuçları; ilk önce basın açıklamaları, bilgi notları ve basın duyuruları ayrı ayrı, daha sonra bütün basın bildirimlerine ilişkin haberleri kapsayacak şekilde araştırmanın amaçlarına uygun olarak yorumlanmıştır.

2. Basın Açıklamalarının Haberleştirilmesi

Genelkurmay Başkanlığı 2005 yılında internet sitesinde toplam 12 adet basın açıklaması yayımlamıştır. Söz konusu basın açıklamalarının listesi aşağıda Tablo 1’de yer almaktadır.

GENELKURMAY BAŞKANLIĞI 2005 YILI BASIN AÇIKLAMALARI

NO	TARİH	KONU
12	22 Aralık 2005	İnternet Siteleri
11	8 Aralık 2005	TBMM'deki Askerlerin Mevcudiyetinden Rahatsız Olunması
10	24 Kasım 2005	Genelkurmay Başkanının Cumhurbaşkanı Olacağına İlişkin Haberler
09	23 Kasım 2005	Kara Kuvvetleri Komutanlığı Birlik Sembolü
08	11 Kasım 2005	Kara Kuvvetleri Komutanlığı Birlik Sembolü
07	10 Kasım 2005	Hakkari ili Şemdinli ilçesindeki olay hakkında.
06	11 Mayıs 2005	Haftalık bir dergide yer alan haber
05	16 Nisan 2005	Misafir olarak Yunan Kara Harp Okuluna giden Kara Harp Okulu subay ve öğrencilerinin geri çekilmesi
04	22 Mart 2005	"Türk Bayrağı" konulu haberler
03	17 Şubat 2005	"Genelkurmay İşgal Senaryosunu onayladı mı?" başlıklı haberler
02	9 Şubat 2005	Bir gazetede yer alan köşe yazısı
01	9 Şubat 2005	Bir gazetede yer alan köşe yazısı

Tablo 1: Genelkurmay Başkanlığı 2005 Yılı Basın Açıklamaları

Tablo 2'ye bakıldığı zaman 12 adet basın açıklamasından bir adedinin basında yer almadığı diğer açıklamalarla ilgili toplam 115 adet haber yayımlandığı görülmektedir. Basında yer bulamayan açıklama, "11 Mayıs 2005 tarihinde haftalık bir dergide yer alan haber" konulu 6 numaralı basın

açıklamasıdır. Bu basın açıklamasının içeriği, 11 Mayıs 2005 tarihinde haftalık bir dergide ve bazı internet sitelerinde yer alan, Genelkurmay Başkanlığı tarafından Türk Telekom'a yazıldığı ileri sürülen bir yazının bulunduğu ilişkin haberleri yalanlama hakkındadır.

Basın Açıklaması No⁴	Haber Sayısı	Haber Yüzdesi⁵	Toplam Haber Yüzdesi
1	7	6,1	6,1
2	7	6,1	12,2
3	5	4,3	16,5
4	15	13,0	29,6
5	13	11,3	40,9
7	7	6,1	47,0
8	12	10,4	57,4
9	14	12,2	69,6
10	13	11,3	80,9
11	14	12,2	93,0
12	8	7,0	100,0
Toplam	115	100,0	

Tablo 2: Basın Açıklamalarının Haber Olarak Yayımlanma Durumu

⁴ Basın Açıklaması No'ları Tablo 1'de belirtilen numaralar ile aynıdır. Tablo 1'de yer almasına rağmen Tablo 2'de bulunmayan numaralar o basın açıklamasına ilişkin incelenen gazetelerde haber yayımlanmadığını göstermektedir.

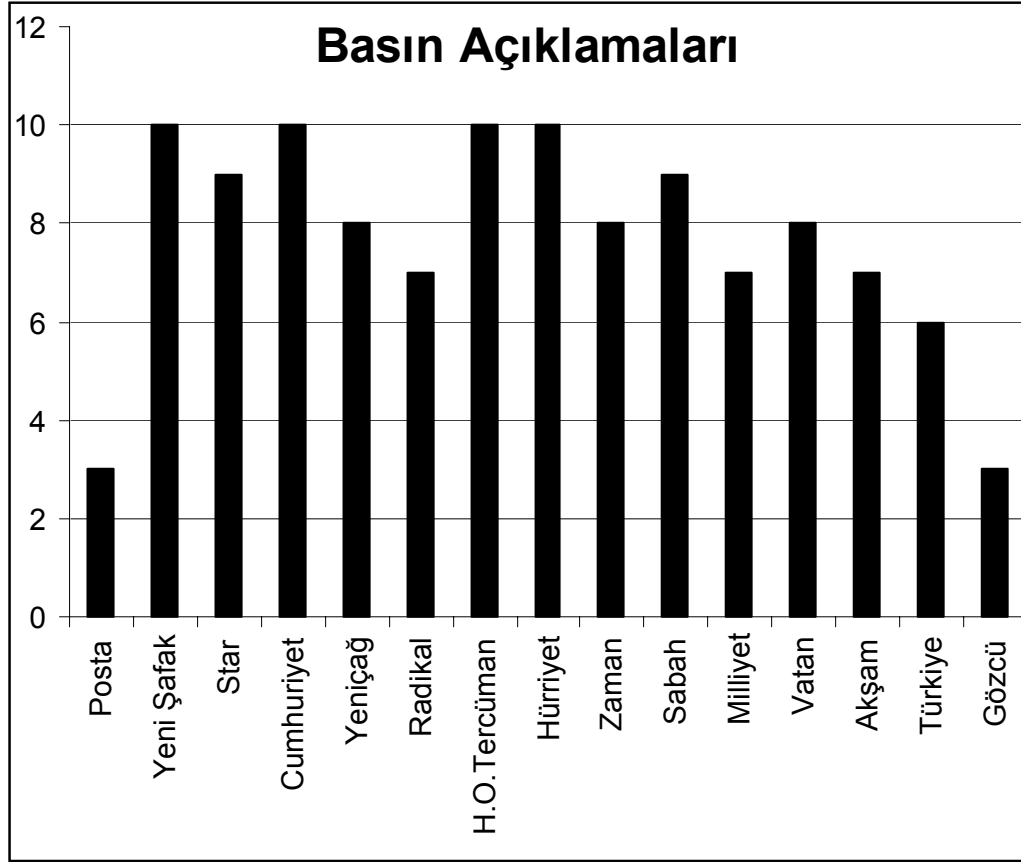
⁵ Haber Yüzdesi, ilgili basın açıklamasının gazetelerde basın açıklamalarına ilişkin yayımlanan haberler içindeki yüzdeleri göstermektedir.

Basında en fazla yer alan basın açıklaması ise, “Türk Bayrağı” konulu 4 numaralı basın açıklamasıdır. İncelemeye tabi tutulan 15 gazetenin tamamında yer alan bu basın açıklamasının içeriği ise, Nevruz kutlamaları kapsamında Mersin’de meydana gelen Türk Bayrağı yakma olayına ilişkin Genelkurmay Başkanlığı’nın tepkisi hakkındadır.

Gazeteler	Haber Sayısı	Haber Yüzdesi	Toplam Haber Yüzdesi
Posta	3	2,6	2,6
Yeni Şafak	10	8,7	11,3
Star	9	7,8	19,1
Cumhuriyet	10	8,7	27,8
Yeniçağ	8	7,0	34,8
Radikal	7	6,1	40,9
H.O.Tercüman	10	8,7	49,6
Hürriyet	10	8,7	58,3
Zaman	8	7,0	65,2
Sabah	9	7,8	73,0
Milliyet	7	6,1	79,1
Vatan	8	7,0	86,1
Akşam	7	6,1	92,2
Türkiye	6	5,2	97,4
Gözcü	3	2,6	100,0
Toplam	115	100,0	

Tablo 3: Basın Açıklamalarına İlişkin Haberlerin Gazetelere Göre Dağılımı

Tablo 3 ve Grafik 1’de basın açıklamalarına ilişkin haberlerin gazetelere göre dağılımı görülmektedir. Buna göre, Genelkurmay Başkanlığı’nın basın açıklamalarını en fazla yayımlayan gazeteler *Hürriyet*, *Halka* ve *Olaylara Tercüman*, *Cumhuriyet* ve *Yeni Şafak* gazeteleridir. Toplam 115 haberin 40 adedinin bu dört gazete tarafından yayımlandığı görülmektedir. Basın açıklamalarına en az yer veren gazeteler ise 3’er haberle *Posta* ve *Gözcü* gazeteleridir.



Grafik 1: Basın Açıklamalarına İlişkin Haberlerin Gazetelere Göre Dağılımı

Basın açıklamalarına ilişkin haberlerin incelemeye tabi tutulan gazetelerin hangi sayfasında yayımlandığı Tablo 4’te belirtilmiştir. Buna göre, yayımlanan toplam 115 haberin 67 adedi yani yüzde 58,3’ü ilk sayfada, 48 adedi yani yüzde 41,7’si iç sayfalarda yayımlanmıştır. Tabloda da görüldüğü gibi basın açıklamalarının çoğu ilk sayfada yayımlanmıştır. Bu durum; basın yayın kuruluşlarının Genelkurmay Başkanlığı’nın basın açıklamalarına önem verdiğini ve Genelkurmay Başkanlığı tarafından haber değeri yüksek olan basın açıklamaları yayımlandığını göstermektedir.

Haberin Yayımlandığı Yer	Haber Sayısı	Haber Yüzdesi	Toplam Haber Yüzdesi
İlk Sayfa	67	58,3	58,3
İç Sayfa	48	41,7	100,0
Toplam	115	100,0	

Tablo 4 : Basın Açıklamalarına İlişkin Haberlerin Yayımlandığı Sayfa

Basın açıklamalarına ilişkin olarak ilk sayfada en çok yer alan haberler; incelemeye tabi tutulan 15 gazetenin tamamında yer bulan “Türk Bayrağı” konulu 4 no’lu basın açıklaması, 13 gazete tarafından haberleştirilen “Misafir Olarak Yunan Kara Harp Okulu’na Giden Kara Harp Okulu Subay ve Öğrencilerinin Geri Çekilmesi” konulu 5 no’lu basın açıklaması ve 9 gazete tarafından haber yapılan “Genelkurmay Başkanının Cumhurbaşkanı olacağına ilişkin haberler” konulu 10 no’lu basın açıklamasıdır.

Haberin Veriliş Biçimi	Haber Sayısı	Haber Yüzdesi	Toplam Haber Yüzdesi
Ayrı Haber	104	90,4	90,4
Başka Bir Haberle Birlikte	11	9,6	100,0
Toplam	115	100,0	

Tablo 5 : Basın Açıklamalarına İlişkin Haberlerin Gazetelerde Veriliş Biçimi

Tablo 5'te basın açıklamalarına ilişkin haberlerin tek başına ayrı haber veya başka bir haberle birlikte verilme durumu görülmektedir. Buna göre, toplam 115 haberin 104 adedi yani yüzde 90,4'ü tek başına ayrı bir haber olarak yayımlanırken, çok az bir kısmı olan 11 adedi yani yüzde 9,6'sı başka bir haberle birlikte verilmiştir.

Yorum	Haber Sayısı	Haber Yüzdesi	Toplam Haber Yüzdesi
Var	82	71,3	71,3
Yok	33	28,7	100,0
Toplam	115	100,0	

Tablo 6 : Basın Açıklamalarına İlişkin Haberlerin Yorum Durumu

Basın açıklamalarına ilişkin haberlerin gazetelerde yayımlanırken yorum katılarak mı yoksa yorumsuz mu verildiği Tablo 6'da yer almaktadır. Buna göre, incelemeye tabi tutulan gazetelerde yer alan basın açıklamalarına

ilişkin haberlerin önemli bir kısmı, yani yüzde 71,3'ü (82 adet) yorumlu verilirken, yüzde 28,7'si yorumsuz olarak gazetelerde yayımlanmıştır.

Basın açıklamalarına ilişkin haberler yayımlanırken gazetelerin tutumunun olumlu, olumsuz veya tarafsız olma durumu Tablo 7'de yer almaktadır. Buna göre, incelemeye tabi tutulan gazetelerde yer alan basın açıklamalarına ilişkin haberlerin yarıya yakını yani yüzde 40'ı olumsuz niteliktedir. Haberlerin yüzde 31,3'ünü olumlu yani kurum lehine haberler oluştururken, tarafsız haberlerin oranı yüzde 28,7'dir.

Tutum	Haber Sayısı	Haber Yüzdesi	Toplam Haber Yüzdesi
Olumlu	36	31,3	31,3
Olumsuz	46	40,0	71,3
Tarafsız	33	28,7	100,0
Toplam	115	100,0	

Tablo 7 : Basın Açıklamalarına İlişkin Haberlerde Gazetelerin Tutumu

Gazete Grupları / Tutum Durumu	Liberal		Sol Eğilimli		Sağ Eğilimli		İslamcı		Toplam	
	Haber Sayısı (Adet)	Haber Yüzdesi (%)	Haber Sayısı (Adet)	Haber Yüzdesi (%)	Haber Sayısı (Adet)	Haber Yüzdesi (%)	Haber Sayısı (Adet)	Haber Yüzdesi (%)	Haber Sayısı (Adet)	Haber Yüzdesi (%)
Olumlu	20	30,3	5	29,4	5	35,7	6	33,3	36	31,3
Olumsuz	27	40,9	4	23,5	4	28,6	11	61,1	46	40,0
Tarafsız	19	28,8	8	47,1	5	35,7	1	5,6	33	28,7
Toplam	66	100	17	100	14	100	18	100	115	100

Tablo 8 : Basın Açıklamalarına İlişkin Haberlerde Gazetelerin Eğilimlerine Göre Tutumu

Basın açıklamalarına ilişkin haberler yayımlanırken gazetelerin eğilimlerine göre tutumunun ne olduğu Tablo 8’de yer almaktadır. Bu tabloya göre, en fazla olumlu haber sağ eğilimli grupta yer alan gazetelerde (yüzde 35,7), en fazla olumsuz haber İslamcı gruptaki gazetelerde (yüzde 61,1) ve en fazla tarafsız haber sol eğilimli gruptaki gazetelerde (yüzde 47,1) yer almaktadır. En az olumlu habere sol eğilimli gazetelerde (yüzde 29,4) rastlanmıştır. En az olumsuz haber yüzde 23,5 oranı ile sol eğilimli gazetelerde ve en az tarafsız haber yüzde 5,6 oranı ile İslamcı gazetelerde yer almaktadır.

3. Bilgi Notlarının Haberleştirilmesi

Genelkurmay Başkanlığı 2005 yılında internet sitesinde toplam 23 adet bilgi notu yayımlamıştır. Söz konusu bilgi notlarının listesi Tablo 9'da yer almaktadır.

GENELKURMAY BAŞKANLIĞI 2005 YILI BİLGİ NOTLARI

NO	TARİH	KONU
23	31 Aralık 2005	Genelkurmay Başkanı'nın Yeni Yıl Mesajı
22	22 Aralık 2005	Genelkurmay Başkanı'nın Şehit Kubilay'ı Anma Günü Mesajı
21	1 Aralık 2005	Yüksek Askeri Şura Olağan Toplantısı
20	25 Kasım 2005	25 Kasım 2005 tarihli bir gazetede yer alan haber
19	23 Ekim 2005	VATAN-1 Tatbikatı
18	09 Ekim 2005	Pakistan'da 8 Ekim 2005 Tarihinde Meydana Gelen Depreme Yönelik Yardım Faaliyetleri
17	03 Ekim 2005	TSK Barış İçin Ortaklık Eğitim Merkezi (BİOEM) K.ılığı, 2005-2006 Eğitim ve Öğretim Yılı açılış töreni
16	28 Eylül 2005	Türkiye Cumhuriyeti ile Kongo Cumhuriyeti arasında Askeri Eğitim İş Birliği
15	20 Temmuz 2005	18 Temmuz 2005 tarihinde bir gazetede yayımlanan "Zırhlı Tugayı Geri Çevirdi" başlıklı haber
14	19 Temmuz 2005	Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nde yaşayan Türk gençlerinden oluşan 40 kişilik bir grubun ziyareti
13	4 Temmuz 2005	TSK Barış İçin Ortaklık Eğitim Merkezi (BİOEM) Komutanlığınca Balkanlar, Kafkasya, Orta Asya ve Güneydoğu Avrupa'daki BİO Ülkelerinde Yerinde Eğitim Verilmesi

12	30 Haziran 2005	Güneydoğu Avrupa Savunma Bakanları Süreci Koordinasyon Komitesi ve Güneydoğu Avrupa Çokuluslu Barış Gücü Siyasi-Askeri Yönlendirme Komitesi Başkanlık ve Sekreterliğinin Devredilmesi
11	24 Haziran 2005	Spor, Bilim, Kültür ve Eğitim Alanlarında Başarılı olan Personel ile TSK çapında yapılan Fair Play Yarışmasında Derece Alan Personelin Ödüllendirilmesi
10	18 Mayıs 2005	"Genelkurmay Başkanı ve Kuvvet Komutanları İstanbul'da bir gösteriyi izleyecekler" haberi
09	13 Mayıs 2005	Anadolu Yıldızı Müşterek Arama Kurtarma Tatbikatı
08	04 Mayıs 2005	Fransa Genelkurmay II nci Başkanı Koramiral Alain COLDEFY'nin Türkiye ziyareti
07	26 Nisan 2005	Temsili Askerlik Uygulaması
06	19 Nisan 2005	Onuncu Askeri Tarih Sempozyumu
05	08 Nisan 2005	Erbaş ve Erlere Yetenek Kazandırma Uygulaması
04	08 Nisan 2005	Toplumsal Gelişime Destek Faaliyetleri
03	17 Mart 2005	Genelkurmay Başkanı'nın Çanakkale Zaferi'nin 90 ncü Yıldönümü Kutlama ve Şehitler Günü Mesajı
02	09 Mart 2005	Güneydoğu Avrupa Çokuluslu Barış Gücü Siyasi-Askeri Yönlendirme Komitesi ve Güneydoğu Avrupa Savunma Bakanları Süreci Koordinasyon Komitesi Toplantıları
01	04 Mart 2005	Türk Silahlı Kuvvetleri Barış İçin Ortaklık Eğitim Merkezi (BİOEM) Komutanlığınca Balkanlar, Kafkasya, Orta Asya ve Güneydoğu Avrupa'daki BİO Ülkelerinde Yerinde Eğitim Verilmesi hakkında.

Tablo 9 : Genelkurmay Başkanlığı 2005 Yılı Bilgi Notları

Bu bilgi notlarının ulusal yazılı basında yayımlanma durumu Tablo 10'da belirtilmiştir. Tablo 10'a bakıldığı zaman 23 adet bilgi notundan 10 adedinin basında yer almadığı, diğer açıklamalarla ilgili toplam 59 adet haber yayımlandığı görülmektedir. Basında yer bulamayan bilgi notları; "Türk Silahlı Kuvvetleri Barış İçin Ortaklık Eğitim Merkezi (BİOEM) Komutanlığınca Balkanlar, Kafkasya, Orta Asya ve Güneydoğu Avrupa'daki BİO Ülkelerinde Yerinde Eğitim Verilmesi", "Güneydoğu Avrupa Çokuluslu Barış Gücü Siyasi-Askeri Yönlendirme Komitesi ve Güneydoğu Avrupa Savunma Bakanları Süreci Koordinasyon Komitesi Toplantıları", "Fransa Genelkurmay II nci Başkanı Koramiral Alain COLDEFY'nin Türkiye ziyareti", "Anadolu Yıldızı Müşterek Arama Kurtarma Tatbikatı", "Genelkurmay Başkanı ve Kuvvet Komutanları İstanbul'da bir gösteriyi izleyecekler haberi", "TSK Barış İçin Ortaklık Eğitim Merkezi (BİOEM) Komutanlığınca Balkanlar, Kafkasya, Orta Asya ve Güneydoğu Avrupa'daki BİO Ülkelerinde Yerinde Eğitim Verilmesi", "Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nde yaşayan Türk gençlerinden oluşan 40 kişilik bir grubun, ziyareti", "18 Temmuz 2005 tarihinde bir gazetede yayımlanan 'Zırhlı Tugayı Geri Çevirdi' başlıklı haber" ve "TSK Barış İçin Ortaklık Eğitim Merkezi (BİOEM) K.ığı, 2005-2006 Eğitim ve Öğretim Yılı açılış töreni" konulu bilgi notlarıdır.

Basın Bilgi Notu No	Haber Sayısı	Haber Yüzdesi	Toplam Haber Yüzdesi
3	6	10,2	10,2
5	3	5,1	15,3
6	1	1,7	16,9
7	5	8,5	25,4
11	2	3,4	28,8
12	1	1,7	30,5
16	1	1,7	32,2
18	9	15,3	47,5
19	1	1,7	49,2
20	2	3,4	52,5
21	8	13,6	66,1
22	8	13,6	79,7
23	12	20,3	100,0
Toplam	59	100,0	

Tablo 10: Bilgi Notlarının Haber Olarak Yayımlanma Durumu

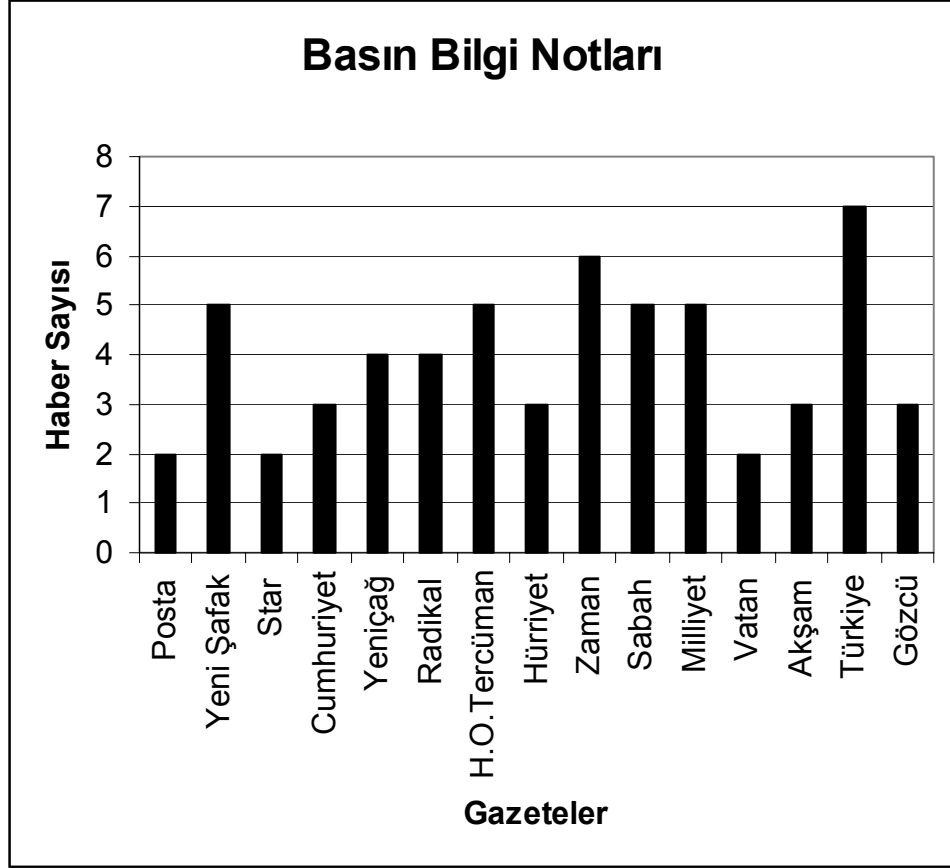
Basında en fazla yer alan bilgi notu ise, “Genelkurmay Başkanı’nın Yeni Yıl Mesajı ” konulu 23 no’lu bilgi notudur. Bu bilgi notu incelemeye tabi tutulan 15 gazetenin 12 adedinde yer almıştır. Hiç haber yayımlanmayan 10 adet bilgi notunun yanı sıra 4 adet bilgi notu da sadece birer gazetede yer almıştır. Genel olarak bakıldığı zaman bilgi notlarının gazetelerde yer alma oranının düşük olduğu görülmektedir.

Gazeteler	Haber Sayısı	Haber Yüzdesi	Toplam Haber Yüzdesi
Posta	2	3,4	3,4
Yeni Şafak	5	8,5	11,9
Star	2	3,4	15,3
Cumhuriyet	3	5,1	20,3
Yeniçağ	4	6,8	27,1
Radikal	4	6,8	33,9
H.O.Tercüman	5	8,5	42,4
Hürriyet	3	5,1	47,5
Zaman	6	10,2	57,6
Sabah	5	8,5	66,1
Milliyet	5	8,5	74,6
Vatan	2	3,4	78,0
Akşam	3	5,1	83,1
Türkiye	7	11,9	94,9
Gözcü	3	5,1	100,0
Toplam	59	100,0	

Tablo 11: Bilgi Notlarına İlişkin Haberlerin Gazetelere Göre Dağılımı

Tablo 11 ve Grafik 2’de bilgi notlarına ilişkin haberlerin gazetelere göre dağılımı görülmektedir. Buna göre, Genelkurmay Başkanlığı’nın bilgi notlarını en fazla yayımlayan gazete *Türkiye* gazetesidir. Toplam 59 haberin 7

adedinin (%11,9) bu gazete tarafından yayımlandığı görülmektedir. Bilgi notlarına en az yer veren gazeteler ise 2'şer haberle *Posta*, *Star* ve *Vatan* gazeteleridir.



Grafik 2: Bilgi Notlarına İlişkin Haberlerin Gazetelere Göre Dağılımı

Bilgi notlarına ilişkin haberlerin incelemeye tabi tutulan gazetelerin hangi sayfasında yayımlandığı Tablo 12'de belirtilmiştir. Buna göre, yayımlanan toplam 59 haberin 12 adedi yani yüzde 20,3'ü ilk sayfada, 47 adedi yani yüzde 79,7'si iç sayfalarda yayımlanmıştır. Basın bilgi notlarının genel olarak iç sayfalarda yer aldığı görülmektedir. İlk sayfada yer alan bilgi notlarından ön plana çıkan bulunmamaktadır.

Haberin Yayımlandığı Yer	Haber Sayısı	Haber Yüzdesi	Toplam Haber Yüzdesi
İlk Sayfa	12	20,3	20,3
İç Sayfa	47	79,7	100,0
Toplam	59	100,0	

Tablo 12 : Bilgi Notlarına İlişkin Haberlerin Yayımlandığı Sayfa

Tablo 13'te bilgi notlarına ilişkin haberlerin tek başına ayrı haber ya da başka bir haberle birlikte verilme durumu görülmektedir. Buna göre, toplam 59 haberin 41 adedi yani yüzde 69,5'i tek başına ayrı bir haber olarak yayımlanırken 18 adedi yani yüzde 30,5'i başka bir haberle birlikte verilmiştir.

Haberin Veriliş Biçimi	Haber Sayısı	Haber Yüzdesi	Toplam Haber Yüzdesi
Ayrı Haber	41	69,5	69,5
Başka Bir Haberle Birlikte	18	30,5	100,0
Toplam	59	100,0	

Tablo 13 : Bilgi Notlarına İlişkin Haberlerin Gazetelerde Veriliş Biçimi

Bilgi notlarına ilişkin haberlerin gazetelerde yayımlanırken yorum katılarak mı yoksa yorumsuz mu verildiği Tablo 14'te yer almaktadır. Buna göre, haberlerin önemli bir kısmı yani yüzde 71,2'si (42 adet) yorumlu

verilirken, yüzde 28,8'i (17 adet) yorumuz olarak gazetelerde yayımlanmıştır.

Yorum	Haber Sayısı	Haber Yüzdesi	Toplam Haber Yüzdesi
Var	42	71,2	71,2
Yok	17	28,8	100,0
Toplam	59	100,0	

Tablo 14 : Bilgi Notlarına İlişkin Haberlerin Yorum Durumu

Tutum	Haber Sayısı	Haber Yüzdesi	Toplam Haber Yüzdesi
Olumlu	21	35,6	35,6
Olumsuz	21	35,6	71,2
Tarafsız	17	28,8	100,0
Toplam	59	100,0	

Tablo 15 : Bilgi Notlarına İlişkin Haberlerde Gazetelerin Tutumu

Bilgi notlarına ilişkin haberler yayımlanırken gazetelerin tutumunun olumlu, olumsuz veya tarafsız olma durumları Tablo 15'te yer almaktadır. Buna göre, incelemeye tabi tutulan gazetelerde yer alan bilgi notlarına ilişkin haberlerde olumlu ve olumsuz haberlerin eşit oranda (yüzde 35,6) yer aldığı görülmektedir. Tarafsız haberlerin oranı ise yüzde 28,8'dir.

Gazete Grupları / Tutum Durumu	Liberal		Sol Eğilimli		Sağ Eğilimli		İslamcı		Toplam	
	Haber Sayısı (Adet)	Haber Yüzdesi (%)	Haber Sayısı (Adet)	Haber Yüzdesi (%)	Haber Sayısı (Adet)	Haber Yüzdesi (%)	Haber Sayısı (Adet)	Haber Yüzdesi (%)	Haber Sayısı (Adet)	Haber Yüzdesi (%)
Olumlu	12	40,0	3	42,9	4	36,4	2	18,2	21	35,6
Olumsuz	11	36,7	2	28,6	-	-	8	72,7	21	35,6
Tarafsız	7	23,3	2	28,6	7	63,6	1	9,1	17	28,8
Toplam	30	100	7	100	11	100	11	100	59	100

Tablo 16 : Bilgi Notlarına İlişkin Haberlerde Gazetelerin Eğilimlerine Göre Tutumu

Bilgi notlarına ilişkin haberler yayımlanırken gazetelerin eğilimlerine göre tutumunun ne olduğu Tablo 16'da yer almaktadır. Bu tabloya göre, en fazla olumlu haber sol eğilimli grupta yer alan gazetelerde (yüzde 42,9), en fazla olumsuz haber İslamcı gruptaki gazetelerde (yüzde 72,7) ve en fazla tarafsız haber sağ eğilimli gruptaki gazetelerde (yüzde 63,6) yer almaktadır. Sağ eğilimli gruptaki gazetelerde olumsuz habere rastlanmamıştır. En az olumlu haber yüzde 18,2 ve en az tarafsız haber yüzde 9,1 oranları ile İslamcı gruptaki gazetelerde yer almaktadır.

4. Basın Duyurularının Haberleştirilmesi

Genelkurmay Başkanlığı 2005 yılında internet sitesinde toplam 66 adet basın duyurusu yayımlamıştır. Söz konusu basın duyurularının listesi Tablo 17'de yer almaktadır.

GENELKURMAY BAŞKANLIĞI 2005 YILI BASIN DUYURULARI

NO	TARİH	KONU
66	19 Aralık 2005	İsrail Genelkurmay Başkanı Korgeneral Dan HALUTZ'un Gnkur.Bşk.'nı ziyareti
65	12 Aralık 2005	Arnavutluk Gnkur.Bşk Korgeneral Pellumb QAZIMI'nin Gnkur.Bşk.'nı ziyareti
64	25 Kasım 2005	Yüksek Askeri Şura'nın Olağan Toplantısı
63	1 Kasım 2005	Katar Gnkur.Bşk. Tümgeneral Hamad Bin Ali AL-ATTIYAH'ın Gnkur.Bşk.'nı ziyareti
62	1 Kasım 2005	KKTC Bayramı Törenleri münasebetiyle düzenlenen basın turu
61	19 Ekim 2005	Romanya Gnkur.Bşk. Org. Dr.Eugen BADALAN'nın Gnkur.Bşk.'nı ziyareti
60	14 Ekim 2005	Çin Halk Cumhuriyeti Merkez Askeri Komitesi Başkan Yardımcısı Org. XU CAIHOU'nun Gnkur.Bşk.'nı ziyareti
59	6 Ekim 2005	Gnkur.Bşk.'nin Azerbaycan ziyareti
58	3 Ekim 2005	18 nci Gnkur.Bşk. ve Milli Güvenlik Konseyi Üyesi Emekli Orgeneral Nurettin ERSİN'in vefatı
57	30 Eylül 2005	TSK Barış İçin Ortaklık Eğitim Merkezi K.İğının

		2005-2006 Eğitim ve Öğretim Yılı Açılış Töreni
56	27 Eylül 2005	Türkiye Cumhuriyeti ile Kongo Cumhuriyeti arasında yapılacak "Askeri Eğitim İş Birliği Anlaşması" imza töreni
55	26 Eylül 2005	LOYAL MIDAS (DESTINED GLORY) 2005 Tatbikatı
54	20 Eylül 2005	Hollanda Gnkur.Bşk. Orgeneral Dick L.BERLIJN'in Gnkur.Bşk.'nı ziyareti
53	7 Eylül 2005	ABD'nin Terorizmle Mücadele Mükemmeliyet Merkezi (TMMM)'ne resmi katılımı imza töreni
52	6 Eylül 2005	YILDIRIM-2005 Seferberlik Tatbikatı
51	5 Eylül 2005	Estonya Gnkur.Bşk. Koramiral Tarmo KOUTS'un Gnkur.Bşk.'nı ziyareti
50	26 Ağustos 2005	Zafer Bayramı'nın 83 üncü Yıldönümü münasebetiyle TSK Komuta Heyeti'nin Devlet Mezarlığı'nı ziyareti
49	26 Ağustos 2005	Zafer Bayramı'nın 83 üncü Yıldönümü münasebetiyle Anıtkabir'de düzenlenen tören
48	23 Ağustos 2005	Zafer Bayramı'nın 83 ncü Yıldönümü münasebetiyle Gazi Ordu Evi'nde yapılacak resepsiyon
47	22 Ağustos 2005	Türk Silahlı Kuvvetleri Şeref Madalyası ve Üstün Hizmet Madalyası Tevcih Töreni
46	4 Ağustos 2005	Afganistan'da ISAF-VII Harekatını tamamlayarak Türkiye'ye dönen birlik ve personelin karşılanması
45	3 Ağustos 2005	Yüksek Askeri Şura Kararları

44	1 Ağustos 2005	KKTC Cumhurbaşkanı Mehmet Ali TALAT'ın Gnkur.Bşk.'nı ziyareti
43	27 Temmuz 2005	Yüksek Askeri Şura Olağan Toplantısı
42	19 Temmuz 2005	ABD'nde yaşayan Türk gençlerinden oluşan 40 kişilik bir grubun Türkiye'yi ziyaretleri
41	15 Temmuz 2005	Cumhurbaşkanlığı Muhafız Alay Komutanlığı'nın 85 nci Kuruluş Yıldönümü töreni
40	11 Temmuz 2005	Ürdün Gnkur.Bşk. Org. Khaled J. AL SARAYREH'nin Gnkur.Bşk.'nı ziyareti
39	29 Haziran 2005	AB Askeri Komite Bşk. Org. Roland Mosca MOSCHINI'nin Gnkur.Bşk.'nı ziyareti
38	27 Haziran 2005	Terörizmle Mücadele Mükemmeliyet Merkezi (TMMM)'nin resmi açılış töreni
37	27 Haziran 2005	İpek Yolu-2005 General/Amiral Semineri
36	27 Haziran 2005	NATO Askeri Komite Başkanı Org. Ray HENAULT'un Gnkur.Bşk.'nı ziyareti
35	25 Haziran 2005	İtalya Gnkur.Bşk. Oramiral Giampaolo DI PAOLA'nın Gnkur.Bşk.'nı ziyareti
34	22 Haziran 2005	TSK çapında düzenlenen Fair Play afiş, amblem, karikatür ve makale yarışmasında dereceye giren eser sahibi personel ile bilim, kültür, eğitim alanında başarılı olan personelin ödül töreni
33	19 Haziran 2005	Şehit Teğmen Caner GÖNYELİ-2005 Arama Kurtarma Tatbikatı
32	13 Haziran 2005	Gnkur.Bşk.nın Kazakistan ve Moğolistan ziyareti

31	9 Haziran 2005	“Atatürk ve Kurtuluş Savaşı Müzesi”nin 3 ncü Bölümünün açılışı ve Kartal Vakfı tarafından organize edilen “Ata’ya Saygı” etkinlikleri
30	8 Haziran 2005	1999 Viyana Belgesi Kapsamında İcra Edilecek Hava Üssü ve Birlik Ziyareti
29	7 Haziran 2005	Kuveyt Gnkur.Bşk. Korgeneral Fahed Ahmad AL-AMİR'in Gnkur.Bşk.'nı ziyareti
28	2 Haziran 2005	Şehit Teğmen Caner GÖNYELİ-2005 Arama Kurtarma Tatbikatı
27	31 Mayıs 2005	Çek Cumhuriyeti Gnkur.Bşk. Korgeneral Pavel STEFKA'nın Gnkur.Bşk.'nı ziyareti
26	30 Mayıs 2005	Çin Halk Cumhuriyeti Gnkur.Bşk. Orgeneral Guanglie LIANG'ın Gnkur.Bşk.'nı ziyareti
25	28 Mayıs 2005	YILDIRIM-2005 Seferberlik Tatbikatı
24	23 Mayıs 2005	Umman Sultanlığı Gnkur.Bşk. Korgeneral Ahmed Bin Harith AL NABHANI'nin Gnkur.Bşk.'nı ziyareti
23	10 Mayıs 2005	Gnkur.Bşk.'nın 152 nci NATO Genelkurmay Başkanları Toplantısına katılması
22	10 Mayıs 2005	Gnkur.Bşk.İği tarafından organize edilen; “Bilgi Çağı ve Teknolojik Gelişmeler Işığında Toplum, Yönetim, Yönetici ve Lider Yaklaşımları” konulu sempozyum
21	9 Mayıs 2005	Türk-Afgan dostluk etkinlikleri kapsamında, başkent Kabil’de düzenlenecek basın turu
20	2 Mayıs 2005	Gnkur.Bşk.'nın Birleşik Arap Emirlikleri, Yemen ve Katar ziyareti

19	25 Nisan 2005	İsveç Gnkur.Bşk. Orgeneral Hakan SYREN 'in Gnkur.Bşk.'nı ziyareti
18	21 Nisan 2005	Yeni Zelanda Gnkur.Bşk. Hava Korgeneral Bruce FERGUSON'un Gnkur.Bşk.'nı ziyareti
17	20 Nisan 2005	Avustralya Genelkurmay Başkanı'nın Gnkur.Bşk.'nı ziyareti
16	19 Nisan 2005	Onuncu Askeri Tarih Sempozyumu
15	18 Nisan 2005	Gnkur.Bşk.'nin Harp Akademileri Komutanlığında yıllık değerlendirme konuşması
14	4 Nisan 2005	Arnavutluk Gnkur.Bşk. Korgeneral Pellumb QAZİMİ'nin Gnkur.Bşk.'nı ziyareti
13	30 Mart 2005	Gnkur.Bşk.'nin Avusturya Ziyareti
12	9 Mart 2005	Güneydoğu Avrupa Çokuluslu Barış Gücü Siyasi-Askeri Yönlendirme ve Güneydoğu Avrupa Savunma Bakanları Koordinasyon Komitesi Toplantısı
11	21 Şubat 2005	Gnkur.Bşk.'nin Mısır ziyareti
10	4 Şubat 2005	TEPSO Çalışma Grubu 2005 İlkbahar Toplantısı
09	31 Ocak 2005	İsrail Gnkur.Bşk. Korgeneral Moshe YA'ALON, Gnkur.Bşk.'nı ziyareti
08	28 Ocak 2005	Askeri Liseler ve Bando Hazırlama Okuluna Başvurular
07	28 Ocak 2005	Kabil Uluslararası Hava Alanı Devir-Teslim Töreni
06	25 Ocak 2005	CMX-05 NATO Kriz Yönetim Tatbikatı

05	25 Ocak 2005	Aylık Basını Bilgilendirme Toplantısı
04	12 Ocak 2005	Afganistan'da ISAF-VII Harekatına katılacak birlik ve personelin uğurlanma töreni
03	9 Ocak 2005	Gnkur.Bşk.nın İngiltere ziyareti
02	7 Ocak 2005	Güvenilir Denizkızı VII (Relian Mermaid VII) Deniz Arama Kurtarma Tatbikatı
01	5 Ocak 2005	NATO Avrupa Müttefik Kuvvetler Başkomutanı Org. James L.JONES'un, Gnkur.Bşk.nı ziyareti

Tablo 17 : Genelkurmay Başkanlığı 2005 Yılı Basın Duyuruları

Bu basın duyurularının gazetelerde yayımlanma durumu Tablo 18'de belirtilmiştir. Tablo 18'e bakıldığı zaman 66 adet basın duyurusundan 14 adedinin basında yer almadığı, diğer açıklamalarla ilgili toplam 294 adet haber yayımlandığı görülmektedir. Basında haber olarak yer almayan basın duyuruları; "CMX-05 NATO Kriz Yönetim Tatbikatı", "TEPSO Çalışma Grubu 2005 İlkbahar Toplantısı", "Güneydoğu Avrupa Çokuluslu Barış Gücü Siyasi-Askeri Yönlendirme ve Güneydoğu Avrupa Savunma Bakanları Koordinasyon Komitesi Toplantısı", "Onuncu Askeri Tarih Sempozyumu", "Gnkur.Bşk. Orgeneral Hilmi ÖZKÖK'ün Birleşik Arap Emirlikleri, Yemen ve Katar ziyareti", "Türk-Afgan dostluk etkinlikleri kapsamında, başkent Kabil'de düzenlenecek basın turu", "Umman Sultanlığı Gnkur.Bşk. Korgeneral Ahmed Bin Harith AL NABHANI'nin Gnkur.Bşk. Orgeneral Hilmi ÖZKÖK'ü ziyareti", "YILDIRIM-2005 Seferberlik Tatbikatı", "Çek Cumhuriyeti Gnkur.Bşk. Korgeneral Pavel STEFKA'nın Gnkur.Bşk. Org. Hilmi ÖZKÖK'ü ziyareti",

“Kuveyt Gnkur.Bşk. Korgeneral Fahed Ahmad AL-AMİR'in Gnkur.Bşk. Orgeneral Hilmi ÖZKÖK' ziyareti”, “ABD'nde yaşayan Türk gençlerinden oluşan 40 kişilik bir grubun Türkiye'yi ziyaretleri”, “LOYAL MIDAS (DESTINED GLORY) 2005 Tatbikatı”, “TSK Barış İçin Ortaklık Eğitim Merkezi K.lığının 2005-2006 Eğitim ve Öğretim Yılı Açılış Töreni” ve “Arnavutluk Gnkur.Bşk Korgeneral Pellumb QAZIMI'nin Gnkur.Bşk. Org.Hilmi ÖZKÖK'ü ziyareti” konularında yayımlanan basın duyurularıdır.

Basında en fazla yer alan basın duyuruları ise, “Genelkurmay Başkanı Orgeneral Hilmi ÖZKÖK'ün Harp Akademileri Komutanlığında Yapacakları Yıllık Değerlendirme Konuşması” konulu 15 no'lu basın duyurusu, “Yüksek Askeri Şura Olağan Toplantısı” konulu 43 no'lu basın duyurusu, “Yüksek Askeri Şura Kararları” konulu 45 no'lu basın duyurusu ve “Amerika Birleşik Devletleri'nin Terörizmle Mücadele Mükemmeliyet Merkezi (TMMM)'ne Resmi Katılımı İmza Töreni” konulu 53 no'lu basın duyurusudur. Bu basın duyuruları incelemeye tabi tutulan 15 gazetenin tamamında yer almıştır.

Basın Duyurusu No	Haber Sayısı	Haber Yüzdesi	Toplam Haber Yüzdesi
1	3	1,0	1,0
2	2	0,7	1,7
3	2	0,7	2,4
4	9	3,1	5,4
5	6	2,0	7,5
7	2	0,7	8,2
8	1	0,3	8,5
9	6	2,0	10,5
11	10	3,4	13,9
13	2	0,7	14,6
14	2	0,7	15,3
15	15	5,1	20,4
17	3	1,0	21,4
18	1	0,3	21,8
19	2	0,7	22,4
22	7	2,4	24,8
23	2	,7	25,5
26	3	1,0	26,5
28	4	1,4	27,9
30	2	0,7	28,6
31	7	2,4	31,0
32	4	1,4	32,3
33	5	1,7	34,0
34	2	0,7	34,7
35	1	0,3	35,0
36	2	0,7	35,7
37	7	2,4	38,1
38	8	2,7	40,8
39	5	1,7	42,5

40	1	0,3	42,9
41	5	1,7	44,6
43	15	5,1	49,7
44	4	1,4	51,0
45	15	5,1	56,1
46	13	4,4	60,5
47	14	4,8	65,3
48	11	3,7	69,0
49	13	4,4	73,5
50	8	2,7	76,2
51	2	0,7	76,9
52	1	0,3	77,2
53	15	5,1	82,3
54	6	2,0	84,4
56	1	0,3	84,7
58	7	2,4	87,1
59	3	1,0	88,1
60	5	1,7	89,8
61	2	0,7	90,5
62	5	1,7	92,2
63	2	0,7	92,9
64	11	3,7	96,6
66	10	3,4	100,0
Toplam	294	100,0	

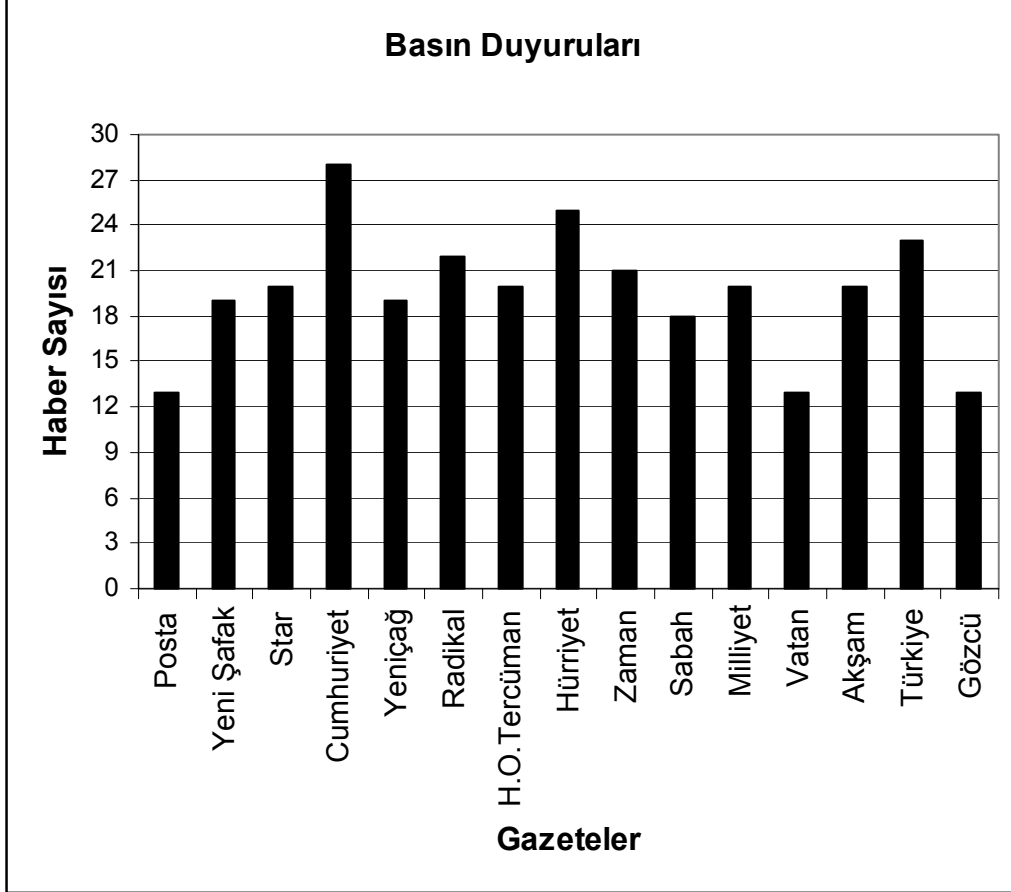
Tablo 18: Basın Duyurularının Haber Olarak Yayımlanma Durumu

Gazeteler	Haber Sayısı	Haber Yüzdesi	Toplam Haber Yüzdesi
Posta	13	4,4	4,4
Yeni Şafak	19	6,5	10,9
Star	20	6,8	17,7
Cumhuriyet	28	9,5	27,2
Yeniçağ	19	6,5	33,7
Radikal	22	7,5	41,2
H.O.Tercüman	20	6,8	48,0
Hürriyet	25	8,5	56,5
Zaman	21	7,1	63,6
Sabah	18	6,1	69,7
Milliyet	20	6,8	76,5
Vatan	13	4,4	81,0
Akşam	20	6,8	87,8
Türkiye	23	7,8	95,6
Gözcü	13	4,4	100,0
Toplam	294	100,0	

Tablo 19: Basın Duyurularına İlişkin Haberlerin Gazetelere Göre Dağılımı

Tablo 19 ve Grafik 3'te basın duyurularına ilişkin haberlerin gazetelere göre dağılımı görülmektedir. Buna göre, Genelkurmay Başkanlığı'nın basın duyurularını en fazla yayımlayan gazetenin *Cumhuriyet* gazetesi olduğu görülmektedir. Toplam 294 haberin 28 adedi (%9,5) bu gazete tarafından yayımlanmıştır. Bu gazeteyi 25 haberle *Hürriyet* gazetesi izlemektedir. Basın

duyurularına en az yer veren gazeteler ise 13'er haberle *Posta*, *Gözcü* ve *Vatan* gazeteleridir.



Grafik 3: Basın Duyurularına İlişkin Haberlerin Gazetelere Göre Dağılımı

Basın duyurularına ilişkin haberlerin incelemeye tabi tutulan gazetelerin hangi sayfasında yayımlandığı Tablo 20'de belirtilmiştir. Buna göre, yayımlanan toplam 294 haberin 84 adedi yani yüzde 28,6'sı ilk sayfada, 210 adedi yani yüzde 71,4'ü iç sayfalarda yayımlanmıştır. Genel olarak bakıldığı zaman basın duyurularının çoğunun gazetelerin iç sayfalarında yayımlandığı görülmektedir. "Genelkurmay Başkanının Harp Akademileri

Komutanlığında Yaptığı Yıllık Değerlendirme Konuşması” konulu 15 no’lu basın duyurusu ilk sayfada en çok yer bulan basın duyurusudur. Bu basın duyurusu 14 gazete tarafından ilk sayfada haberleştirilmiştir.

Haberin Yayımlandığı Yer	Haber Sayısı	Haber Yüzdesi	Toplam Haber Yüzdesi
İlk Sayfa	84	28,6	28,6
İç Sayfa	210	71,4	100,0
Toplam	294	100,0	

Tablo 20 : Basın Duyurularına İlişkin Haberlerin Yayımlandığı Sayfa

Genelkurmay Başkanlığı basın duyurularının ilk sayfada yayımlana durumuna bakıldığı zaman

Haberin Veriliş Biçimi	Haber Sayısı	Haber Yüzdesi	Toplam Haber Yüzdesi
Ayrı Haber	248	84,4	84,4
Başka Bir Haberle Birlikte	46	15,6	100,0
Toplam	294	100,0	

Tablo 21 : Basın Duyurularına İlişkin Haberlerin Gazetelerde Veriliş Biçimi

Tablo 21’de basın duyurularına ilişkin haberlerin tek başına ayrı haber ya da başka bir haberle birlikte verilme durumu görülmektedir. Buna göre,

toplam 294 haberin 248 adedi yani yüzde 84,4'ü tek başına ayrı bir haber olarak yayımlanırken 46 adedi yani yüzde 15,6'sı başka bir haberle birlikte verilmiştir.

Yorum	Haber Sayısı	Haber Yüzdesi	Toplam Haber Yüzdesi
Var	240	81,6	81,6
Yok	54	18,4	100,0
Toplam	294	100,0	

Tablo 22 : Basın Duyurularına İlişkin Haberlerin Yorum Durumu

Basın duyurularına ilişkin haberlerin gazetelerde yayımlanırken yorum katılarak mı yoksa yorumsuz mu verildiği Tablo 22'de yer almaktadır. Buna göre, haberlerin önemli bir kısmı yani yüzde 81,6'sı (240 adet) yorumlu verilirken, yüzde 18,4'ü (54 adet) yorumsuz olarak gazetelerde yayımlanmıştır.

Tutum	Haber Sayısı	Haber Yüzdesi	Toplam Haber Yüzdesi
Olumlu	104	35,4	35,4
Olumsuz	136	46,3	81,6
Tarafsız	54	18,4	100,0
Toplam	294	100,0	

Tablo 23: Basın Duyurularına İlişkin Haberlerde Gazetelerin Tutumu

Basın duyurularına ilişkin haberler yayımlanırken gazetelerin tutumunun olumlu, olumsuz veya tarafsız olma durumları Tablo 23'te yer almaktadır. Buna göre, incelemeye tabi tutulan gazetelerde yer alan basın

duyurularına ilişkin haberlerin yüzde 46,3'ü olumsuz niteliktedir. Haberlerin yüzde 35,4'ünü olumlu yani kurum lehine haberler oluştururken, tarafsız haberlerin oranı yüzde 18,4'tür.

Basın duyurularına ilişkin haberler yayımlanırken gazetelerin eğilimlerine göre tutumunun ne olduğu Tablo 24'te yer almaktadır. Bu tabloya göre, en fazla olumlu haber yüzde 54,8 oranı ile sağ eğilimli gazetelerde ve en fazla tarafsız haber yüzde 24,0 oranı ile sol eğilimli grupta yer alan gazetelerde yer almaktadır. En fazla olumsuz haber ise, yüzde 72,5 oranı ile İslamcı gruptaki gazetelerde yer almaktadır. En az olumsuz habere yüzde 21,4 oranında sağ eğilimli gruptaki gazetelerde rastlanmıştır. En az olumlu haber yüzde 15,0 oranında ve en az tarafsız haber yüzde 12,5 oranında İslamcı gruptaki gazetelerde yer almaktadır.

Gazete Grupları / Tutum Durumu	Liberal		Sol Eğilimli		Sağ Eğilimli		İslamcı		Toplam	
	Haber Sayısı (Adet)	Haber Yüzdesi (%)	Haber Sayısı (Adet)	Haber Yüzdesi (%)	Haber Sayısı (Adet)	Haber Yüzdesi (%)	Haber Sayısı (Adet)	Haber Yüzdesi (%)	Haber Sayısı (Adet)	Haber Yüzdesi (%)
Olumlu	57	35,2	18	36,0	23	54,8	6	15,0	104	35,4
Olumsuz	78	48,1	20	40,0	9	21,4	29	72,5	136	46,3
Tarafsız	27	16,7	12	24,0	10	23,8	5	12,5	54	18,4
Toplam	162	100	50	100	42	100	40	100	294	100

Tablo 24: Basın Duyurularına İlişkin Haberlerde Gazetelerin Eğilimlerine Göre Tutumu

5. Basın Bildirilerinin Haberleştirilmesinin Değerlendirilmesi

Genelkurmay Başkanlığı 2005 yılında internet sitesinde 12 adet basın açıklaması, 23 adet bilgi notu ve 66 adet basın duyurusu yayımlamıştır. Tablo 25'e bakıldığı zaman Genelkurmay Başkanlığı tarafından 2005 yılında yapılan bu basın açıklamaları, bilgi notları ve basın duyurularına ilişkin incelemeye tabi tutulan 15 gazetede toplam 468 adet haber yayımlanmış olduğu görülmektedir. Bu haberlerin 294 adedi basın duyurularına, 115 adedi basın açıklamalarına ve 59 adedi de bilgi notlarına aittir.

Başka bir deyişle yayımlanan toplam haberin yüzde 24,6'sını basın açıklamaları, yüzde 12,6'sını bilgi notları ve yüzde 62,8'ini basın duyuruları oluşturmaktadır. Ancak bildiri sayısı / yayımlanan haber oranına bakıldığı zaman gazetelerde en çok yer alan basın faaliyetinin basın açıklamaları, en az yer alan basın faaliyetinin ise bilgi notları olduğu görülmektedir. Hemen hemen bütün basın açıklamaları (yüzde 92 oranında) gazeteler tarafından haber yapılırken bilgi notlarının ancak yüzde 56,5'i haber yapılmıştır. Bu oran basın duyurularında yüzde 78,8'dir.

Gazeteler	Basın Duyurusu	Basın Açıklaması	Bilgi Notu	Toplam
Posta	13	3	2	18
Yeni Şafak	19	10	5	34
Star	20	9	2	31
Cumhuriyet	28	10	3	41
Yeniçağ	19	8	4	31
Radikal	22	7	4	33
H.O.Tercüman	20	10	5	35
Hürriyet	25	10	3	38
Zaman	21	8	6	35
Sabah	18	9	5	32
Milliyet	20	7	5	32
Vatan	13	8	2	23
Akşam	20	7	3	30
Türkiye	23	6	7	36
Gözcü	13	3	3	19
Toplam	294	115	59	468

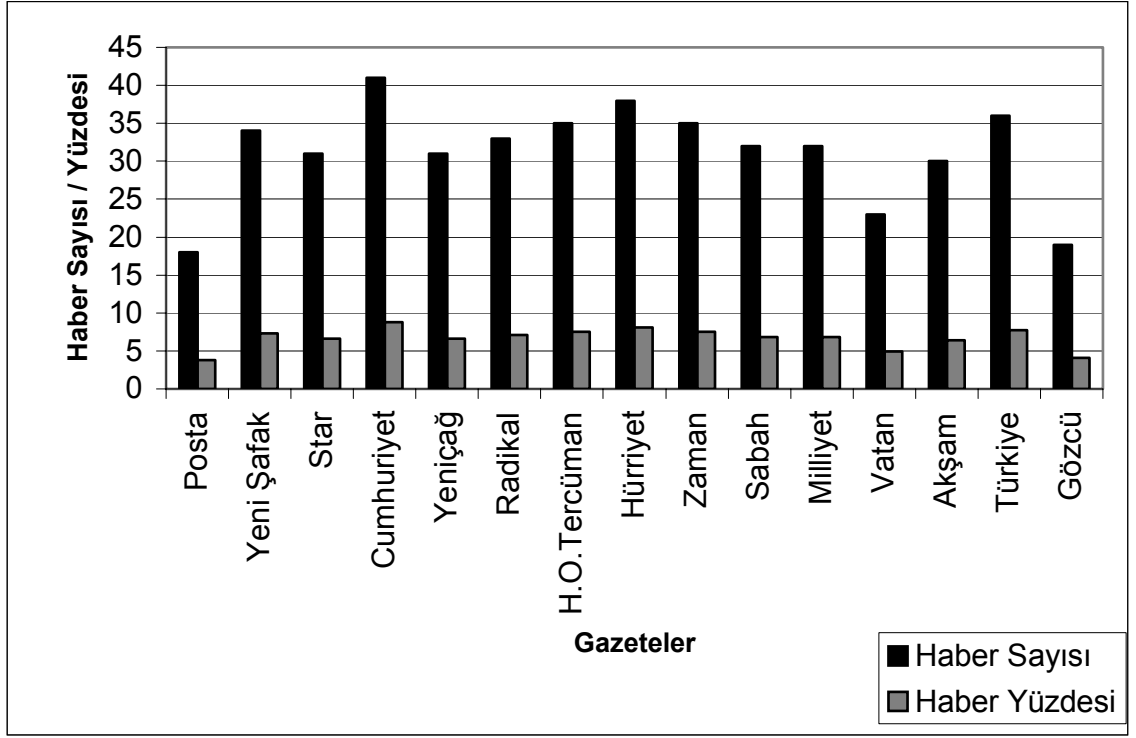
Tablo 25: Basın Bildirileri Haber Sayılarının Gazetelere Göre Dağılımı

Tablo 26 ve Grafik 4'te ise basın açıklamaları, bilgi notları ve basın duyurularına ilişkin haberlerin gazetelere göre dağılımı görülmektedir. Buna göre, Genelkurmay Başkanlığı'nın basına yönelik yaptığı açıklama, bilgi notu ve duyuruları en fazla yayımlayan gazetenin *Cumhuriyet* gazetesi olduğu görülmektedir. Toplam 468 haberin 41 adedi bu gazete tarafından

yayımlanmıştır. Bu gazeteyi sırasıyla 38 adet haberle *Hürriyet*, 36 adet haberle *Türkiye* ve 35'er adet haberle *Halka ve Olaylara Tercüman* gazetesi ile *Zaman* gazetesi takip etmektedir. Basın açıklamalarına en az yer veren gazetelerin ise 18 haberle *Posta* ve 19 haberle *Gözcü* gazeteleri olduğu görülmektedir.

Gazeteler	Haber Sayısı	Haber Yüzdesi	Toplam Haber Yüzdesi
Posta	18	3,8	3,8
Yeni Şafak	34	7,3	11,1
Star	31	6,6	17,7
Cumhuriyet	41	8,8	26,5
Yeniçağ	31	6,6	33,1
Radikal	33	7,1	40,2
H.O.Tercüman	35	7,5	47,6
Hürriyet	38	8,1	55,8
Zaman	35	7,5	63,2
Sabah	32	6,8	70,1
Milliyet	32	6,8	76,9
Vatan	23	4,9	81,8
Akşam	30	6,4	88,2
Türkiye	36	7,7	95,9
Gözcü	19	4,1	100,0
Toplam	468	100,0	

Tablo 26: Basın Bildirilerine İlişkin Haberlerin Gazetelere Göre Dağılımı



Grafik 4: Basın Bildirilerine İlişkin Haberlerin Gazetelere Göre Dağılımı

Haberin Yayımlandığı Yer	Haber Sayısı	Haber Yüzdesi	Toplam Haber Yüzdesi
İlk Sayfa	163	34,8	34,8
İç Sayfa	305	76,2	100,0
Toplam	468	100,0	

Tablo 27 : Basın Bildirilerine İlişkin Haberlerin Yayımlandığı Sayfa

Basın açıklamaları, bilgi notları ve basın duyurularına ilişkin haberlerin incelemeye tabi tutulan gazetelerin hangi sayfasında yayımlandığı Tablo 27'de ve gazetelere göre dağılımı Tablo 28'de belirtilmiştir. Buna göre, yayımlanan toplam 468 haberin 163 adedi yani yüzde 34,8'i ilk sayfada,

305 adedi yani yüzde 76,2'si iç sayfalarda yayımlanmıştır. İlk sayfada yayımlanan haberlere bakıldığı zaman en yüksek oran %58,3'le basın açıklamalarına aittir. Basın bilgi notlarının ilk sayfada yer alma oranı %20,3 olurken, basın duyuruları %28,6 oranında ilk sayfada yer almıştır.

Gazete	İlk Sayfa	İç Sayfa	Toplam
Posta	6	12	18
Yeni Şafak	16	18	34
Star	7	24	31
Cumhuriyet	15	26	41
Yeniçağ	11	20	31
Radikal	7	26	33
H.O.Tercüman	13	22	35
Hürriyet	14	24	38
Zaman	8	27	35
Sabah	8	24	32
Milliyet	15	17	32
Vatan	10	13	23
Akşam	9	21	30
Türkiye	17	19	36
Gözcü	7	12	19
Toplam	163	305	468

Tablo 28 : Basın Bildirilerine İlişkin Haberlerin Yayımlandığı Sayfanın
Gazeteler Göre Dağılımı

Buna göre basın açıklamalarının yarısından fazlasının gazeteler tarafından ilk sayfada haber yapıldığı, bilgi notlarının ise ancak 1/5'inin ilk sayfada haber olarak yayımlandığı söylenebilir.

Yayımlanan haberlerin gazetelerin hangi sayfasında yer aldığına incelemeye tabi tutulan gazetelere göre dağılımına bakıldığı zaman, ilk sayfada en fazla haber yayımlayan gazetenin 17 haberle *Türkiye* gazetesi olduğu, bu gazeteyi 15'er haberle *Cumhuriyet* ve *Milliyet* takip ettiği görülmektedir. En az haber yayımlayan gazete ise, 6 haberle *Posta* gazetesidir.

Haberin Veriliş Biçimi	Haber Sayısı	Haber Yüzdesi	Toplam Haber Yüzdesi
Ayrı Haber	393	84,0	84,0
Başka Bir Haberle Birlikte	75	16,0	100,0
Toplam	468	100,0	

Tablo 29 : Basın Bildirilerine İlişkin Haberlerin Gazetelerde Veriliş Biçimi

Tablo 29'da basın açıklamaları, bilgi notları ve basın duyurularına ilişkin haberlerin tek başına ayrı haber ya da başka bir haberle birlikte verilme durumu görülmektedir. Buna göre, toplam 468 haberin 393 adedi yani yüzde 84'ü tek başına ayrı bir haber olarak yayımlanırken çok az bir kısmı olan 75 adedi yani yüzde 16'sı başka bir haberle birlikte verilmiştir. Haberlerin ayrı bir haber ya da başka bir haberle birlikte verilme durumuna bakıldığı zaman

basın açıklamalarının yüzde 90,4'ünün ayrı bir haber olarak yayımlandığı görülmektedir. Basın duyurularının yüzde 84,4'ü, bilgi notlarının ise yüzde 69,5'i ayrı bir haber olarak yayımlanmıştır. Buna göre, Genelkurmay Başkanlığı tarafından yayımlanan basın bildirilerinin genellikle tek başına ayrı haber olarak verildiği söylenebilir.

Yorum	Haber Sayısı	Haber Yüzdesi	Toplam Haber Yüzdesi
Var	364	77,8	77,8
Yok	104	22,2	100,0
Toplam	468	100,0	

Tablo 30 : Basın Bildirilerine İlişkin Haberlerin Yorum Durumu

Basın açıklamaları, basın bilgi notları ve basın duyurularına ilişkin haberlerin gazetelerde yayımlanırken yorum katılarak mı yoksa yorumsuz mu verildiği Tablo 30'da yer almaktadır. Buna göre, haberlerin önemli bir kısmı yani yüzde 77,8'i (364 adet) yorumlu verilirken, yüzde 22,2'si (104 adet) yorumsuz olarak gazetelerde yayımlanmıştır. En fazla yorum yüzde 81,6 oranında basın duyurularında ilişkin haberlerde yapılırken, basın açıklamalarına ilişkin haberlerde yüzde 71,3 ve bilgi notlarına ilişkin haberlerde yüzde 71,2 oranlarında yorum katılarak haberler yayımlanmıştır.

Gazete	Yorum Var	Yorum Yok	Toplam
Posta	17	1	18
Yeni Şafak	33	1	34
Star	20	11	31
Cumhuriyet	26	15	41
Yeniçağ	26	5	31
Radikal	26	7	33
H.O.Tercüman	22	13	35
Hürriyet	32	6	38
Zaman	29	6	35
Sabah	27	5	32
Milliyet	29	3	32
Vatan	20	3	23
Akşam	28	2	30
Türkiye	19	17	36
Gözcü	10	9	19
Toplam	364	104	468

Tablo 31 : Basın Bildirilerine İlişkin Haberlerin Yorum Durumunun Gazetelere Göre Dağılımı

Basın açıklamaları, bilgi notları ve basın duyurularına ilişkin haberler yayımlanırken hangi oranda yorum katılarak verildiğinin gazetelere göre dağılımı Tablo 31’de yer almaktadır. Elde edilen sonuçlara göre, *Yeni Şafak*

gazetesi yayımladığı haberlere en fazla yorum katan gazete olarak görülmektedir. Bu gazetede yayımlanan 34 haberin 33 adedi yorumlu olarak verilmiştir. Aynı şekilde *Posta* gazetesinde yer alan 18 haberin 17'sinin yorumlu verildiği görülmektedir. Verdiği haberlere en az yorum katan gazete ise, *Türkiye* gazetesidir. Bu gazetede yayımlanan 36 haberin 17 adedi yorum katılmadan verilirken 19 adedi yorumlu verilmiştir. Bu gazeteyi 41 haberin 15'ini yorumsuz olarak yayımlayan *Cumhuriyet* gazetesi takip etmektedir.

Buna göre, Genelkurmay Başkanlığı tarafından internet sitesi kanalıyla yayımlanan basın bildirimlerine ilişkin haberlerin incelemeye tabi tutulan gazeteler tarafından genellikle yorum katılarak verildiği söylenebilir.

Tutum	Haber Sayısı	Haber Yüzdesi	Toplam Haber Yüzdesi
Olumlu	161	34,4	34,4
Olumsuz	203	43,4	77,8
Tarafsız	104	22,2	100,0
Toplam	468	100,0	

Tablo 32 : Basın Bildirimlerine İlişkin Haberlerde Gazetelerin Tutumu

Basın bildirimlerine ilişkin haberler yayımlanırken gazetelerin tutumunun olumlu, olumsuz veya tarafsız olma durumları Tablo 32'de yer almaktadır. Buna göre, incelemeye tabi tutulan gazetelerde yer alan basın bildirimlerine ilişkin haberlerin yüzde 43,4'ü olumsuz niteliktedir. Haberlerin yüzde 34,4'ünü

olumlu, yani kurum lehine haberler oluştururken, tarafsız haberlerin oranı yüzde 22,2'dir.

Gazete Grupları / Tutum Durumu	Liberal		Sol Eğilimli		Sağ Eğilimli		İslamcı		Toplam	
	Haber Sayısı (Adet)	Haber Yüzdesi (%)	Haber Sayısı (Adet)	Haber Yüzdesi (%)	Haber Sayısı (Adet)	Haber Yüzdesi (%)	Haber Sayısı (Adet)	Haber Yüzdesi (%)	Haber Sayısı (Adet)	Haber Yüzdesi (%)
Olumlu	89	34,5	26	35,1	32	47,8	14	20,3	161	34,4
Olumsuz	116	45,0	26	35,1	13	19,4	48	69,6	203	43,4
Tarafsız	53	20,5	22	29,8	22	32,8	7	10,1	104	22,2
Toplam	258	100	74	100	67	100	69	100	468	100

Tablo 33 : Basın Bildirilerine İlişkin Haberlerde Gazetelerin Eğilimlerine Göre Tutumu

Basın bildirilerine ilişkin haberler yayımlanırken gazetelerin eğilimlerine göre tutumunun ne olduğu Tablo 33'te yer almaktadır. Bu tabloya göre, en fazla olumlu haber yüzde 47,8 oranında ve en fazla tarafsız haber yüzde 32,8 oranında sağ eğilimli gazetelerde, en fazla olumsuz haber yüzde 69,6 oranında İslamcı gruptaki gazetelerde yer almaktadır. En az olumsuz habere yüzde 19,4 oranında sağ eğilimli gruptaki gazetelerde rastlanmıştır. En az olumlu haber yüzde 20,3 oranında ve en az tarafsız haber yüzde 10,1 oranında İslamcı gruptaki gazetelerde yer almaktadır.

Gazeteler		Tutum			Toplam
		Olumlu	Olumsuz	Tarafsız	
Posta	Haber Sayısı	8	9	1	18
	Haber Yüzdesi	44,4	50,0	5,6	100
Yeni Şafak	Haber Sayısı	9	24	1	34
	Haber Yüzdesi	26,5	70,6	2,9	100
Star	Haber Sayısı	12	8	11	31
	Haber Yüzdesi	38,7	25,8	35,5	100
Cumhuriyet	Haber Sayısı	15	11	15	41
	Haber Yüzdesi	36,6	26,8	36,6	100
Yeniçağ	Haber Sayısı	16	10	5	31
	Haber Yüzdesi	51,6	32,3	16,1	100
Radikal	Haber Sayısı	11	15	7	33
	Haber Yüzdesi	33,3	45,5	21,2	100
H.O.Tercüman	Haber Sayısı	14	8	13	35
	Haber Yüzdesi	40,0	22,9	37,1	100
Hürriyet	Haber Sayısı	11	21	6	38
	Haber Yüzdesi	28,9	55,3	15,8	100
Zaman	Haber Sayısı	5	24	6	35
	Haber Yüzdesi	14,3	68,6	17,1	100
Sabah	Haber Sayısı	10	17	5	32
	Haber Yüzdesi	31,3	53,1	15,6	100
Milliyet	Haber Sayısı	10	19	3	32
	Haber Yüzdesi	31,3	59,4	9,4	100
Vatan	Haber Sayısı	6	14	3	23
	Haber Yüzdesi	26,1	60,9	13,0	100
Akşam	Haber Sayısı	13	15	2	30
	Haber Yüzdesi	43,3	50,0	6,7	100
Türkiye	Haber Sayısı	16	3	17	36
	Haber Yüzdesi	44,3	8,3	47,4	100
Gözcü	Haber Sayısı	5	5	9	19
	Haber Yüzdesi	26,3	26,3	47,4	100
Toplam	Haber Sayısı	161	203	104	468
	Haber Yüzdesi	34,4	43,4	22,2	100

Tablo 34 : Basın Bildirilerine İlişkin Haberlerde Gazetelerin Tutum Durumunun Gazetelere Göre Dağılımı

Basın bildirilerine ilişkin haberlerde tutum durumunun gazetelere göre dağılımı Tablo 34'te yer almaktadır. Bu tabloya göre, en fazla olumlu haber yayımlayan gazete yüzde 51,6 oranı ile *Yeniçağ* gazetesidir. Bu gazeteyi yüzde 44,4 oranı ile *Posta* ve yüzde 44,3 oranı ile *Türkiye* gazeteleri takip etmektedir. En fazla olumsuz haber yayımlayan gazete ise, yüzde 70,6 oranı ile *Yeni Şafak* gazetesidir. Bu gazeteyi yüzde 68,6 oranı ile *Zaman* ve yüzde 60,9 oranı ile *Vatan* gazeteleri izlemektedir. En fazla tarafsız nitelikte haber yayımlayan gazeteler yüzde 47,4 oranı ile *Türkiye* ve *Gözcü* gazeteleridir. Bu gazeteleri yüzde 37,1 oranı ile *Halka* ve *Olaylara Tercüman* ve yüzde 36,6 oranı ile *Cumhuriyet* gazeteleri takip etmektedir.

SONUÇ

Basınla ilişkilerin halkla ilişkiler uygulamasında merkezi bir rolü vardır. Çünkü basın, kendisi en önemli hedef kitle olmasının yanında diğer hedef gruplara bilgi akışını kontrol eden bir işleve sahiptir. Basınla ilişkiler görevi de halkla ilişkiler birimlerinin en önemli görevlerinden birisidir.

Basın, halkla ilişkiler birimlerinden bilgi ve haber alma ihtiyacını karşılamak, halkla ilişkiler birimleri de kurumlarının tanıtımı amacıyla basında yer almak istemektedir. İki taraflı olan bu ilişkinin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla, halkla ilişkiler birimleri basın bildirimleri yayımlayarak, basın toplantıları yaparak ve basın gezileri düzenleyerek kurumları hakkında basına bilgiler iletmektedir. Basın kuruluşları da daha fazla gazeteci çalıştırmak yerine halkla ilişkiler birimlerinden gelen bu materyalleri kullanarak bilgi ve haber alma ihtiyaçlarını karşılamaktadır.

Halkla ilişkiler birimlerinin basınla iyi bir ilişki kurabilmesi için, karşılıklı güven ve saygı esasına dayalı, doğru, dürüst ve haber niteliği taşıyan bilgilerin basın kuruluşlarına iletilmesi gerekmektedir. Halkla ilişkiler birimleri, basına yönelik gerçekleştirdiği bilgilendirme faaliyetleri, hazırladığı materyalleri ne kadar profesyonel bir biçimde ve basının isteğine uygun düzenlerse basında yer alma olasılığı o oranda artmaktadır.

Basına yönelik klasik bilgilendirici çalışmaların yanı sıra halkla ilişkiler birimlerinin internetin basına yönelik olarak ne şekilde kullanılacağını bilmeleri büyük önem taşımaktadır. Kurumlar, gazetecilerin interneti bir araştırma aracı olarak kullanmalarını ve araştırmaları için somut konuları

aramalarını, kendileri için bir avantaj olarak görmeli ve internet sitelerini de gazetecilerin isteklerine ve ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde hazırlamalıdır. Gerçek anlamda etkileşimli olarak hazırlanan bir internet sitesi kurumların basında yer alabilme olanaklarını arttıracaktır.

TSK'nin kurumsal kimliğini ve icra ettiği faaliyetleri hedef kitlesine duyurmak ve açıklamak için kullandığı en önemli araçlardan biri de basındır. Genelkurmay Başkanlığı, basın kuruluşlarına yönelik olarak basın açıklaması, basın duyurusu ve bilgi notu yayımlamaktır. Bunlardan basın açıklaması, basın kuruluşlarında yer alan yanlış/gerçek dışı haberlere tepki olarak, bilgi notları, basın kuruluşlarını TSK'nin faaliyetleri hakkında bilgilendirmek ve basın duyuruları da TSK'nin icra ettiği bir faaliyete basın mensuplarını davet etmek amacıyla hazırlanmaktadır.

Genelkurmay Başkanlığı internet sitesini oluştururken basınla ilişkiler konusunu da dikkate almış ve internet sitesini basını bilgilendirmede kullanacak şekilde düzenlemiştir. Bu amaçla internet sitesinin ana sayfa sol menüsünde "Basın Yayın Halkla İlişkiler" başlığı yer almakta ve burası basına yönelik çeşitli materyallerle basın odası gibi faaliyet göstermektedir.

Genelkurmay Başkanlığı tarafından 2005 yılı içinde yayımlanan 101 adet basın bildirisinin tirajı en yüksek 15 ulusal gazete tarafından haberleştirilmesine bakıldığında 468 adet haber yayımlandığı görülmektedir. Yayımlanan basın açıklamaları yüzde 92 oranında, bilgi notları yüzde 56,5 oranında ve basın duyuruları yüzde 78,8 oranında haberleştirilmiştir. Buna bakılarak Genelkurmay Başkanlığı tarafından yayımlanan basın bildirilerinin haberleştirilme oranının yüksek olduğu söylenebilir.

Genelkurmay Başkanlığı basın bildirimlerini en fazla yayımlayan gazetenin 41 adet haberle *Cumhuriyet* gazetesi olduğu saptanmıştır.

İncelemeye tabi tutulan gazetelerde yayımlanan toplam 468 haberin 163 adeti yani yüzde 34,8'i ilk sayfada, 305 adeti yani yüzde 76,2'si iç sayfalarda yayımlanmıştır. İlk sayfada en fazla haber yayımlayan gazete 17 haberle *Türkiye* gazetesidir.

Genelkurmay Başkanlığı tarafından yayımlanan basın bildirimlerine ilişkin haberlerin yüzde 43,4'ü olumsuz nitelikteyken olumlu olan haberlerin oranı yüzde 34,4'tür. Yayımlanan haberlerin yüzde 22,2'si ise tarafsız niteliktedir. Genelkurmay Başkanlığı'nın basın bildirimlerine ilişkin olarak en fazla olumlu haber yayımlayan gazete yüzde 51,6 oranı ile *Yeniçağ* gazetesidir. En fazla olumsuz haber yayımlayan gazete ise yüzde 70,6 oranı ile *Yeni Şafak* gazetesidir. En fazla tarafsız haber yayımlayan gazeteler de yüzde 47,4 oranı ile *Türkiye* ve *Gözcü* gazeteleridir.

Basın bildirimlerine ilişkin haberler eğilimlerine göre sınıflandırılan gazete gruplarına göre değerlendirildiğinde en fazla olumlu haberin yüzde 47,8 oranı ile sağ eğilimli gazetelerde, en fazla olumsuz haberin yüzde 69,6 oranında İslamcı gruptaki gazetelerde ve en fazla tarafsız haberin yüzde 32,8 oranında sağ eğilimli gazetelerde yer aldığı görülmektedir. En az olumsuz haber yüzde 19,4 oranında sağ eğilimli gazetelerde yayımlanırken, en az olumlu haber yüzde 20,3 oranında ve en az tarafsız haber yüzde 10,1 oranında İslamcı gruptaki gazetelerde yer almaktadır.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR VE MAKALELER

Acar, Muhittin (1994). **Türk Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Araştırması**, Devlet Planlama Teşkilatı Yayınları, Ankara.

Alemdar, Korkmaz ve Erdoğan, İrfan (2002). **Öteki Kuram**, Erk Yayınları, Ankara.

Aslan, Mehmet Nizar (1990). **Türk Silahlı Kuvvetlerinde Halkla İlişkiler**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Asna, Alaaddin (1993). **Public Relation Temel Bilgiler**, Der Yayınları, İstanbul.

Atabek, Ümit (2001). **İletişim ve Teknoloji**, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Aydede, Ceyda (2003). **Teorik ve Uygulamalı Halkla İlişkiler Kampanyaları**, MediaCat Kitapları, İstanbul.

Aydede, Ceyda (2004), "İletişimde Yeni Trend E-Pr.", **Platin Dergisi**, Ekim 2004, s.310.

Black, Sam (1993). **The Essentials of Public Relations**, Kogan Page, London.

Biber, Ayhan (2004). **Halkla İlişkilerde Teorik Bir Çerçeve**, Vadi Yayınları, Ankara.

Biber, Ayhan (2000), "Küresel Dünyada Gelişen İnternet ve Değişen Halkla İlişkiler", **G.Ü.İletişim Dergisi**, C.2000/8, s.165.

Çağırın, İbrahim (2001). **Türk Silahlı Kuvvetleri Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Türk Silahlı Kuvvetlerinin Kurumsal Kimlik ve Kurumsal İmajına Etkisi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Çamdereli, Mete (2005). **Ana Çizgileriyle Halkla İlişkiler**, Salyangoz Yayınları, İstanbul.

Doğan, Aziz (1997). **Türk Silahlı Kuvvetlerinde Halkla İlişkiler ve Türk Silahlı Kuvvetlerinin Yurt Dışında Kullanılmasının Tanıtım ve Halkla İlişkiler Açısından Önemi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Dönmezer, Sulhi (1993), "Silahlı Kuvvetler, Toplum ve Demokrasi", **İstanbul Üniversitesi SBF Dergisi**, Yıl:3, s.6.

Ertekin, Yücel (1995). **Halkla İlişkiler**, TODAİE Yayınları, Ankara.

Geray, Haluk (1994). **Yeni İletişim Teknolojileri**, Kılıçaslan Matbaası, Ankara.

Güncüt, Necdet (1974), "Halkla İlişkiler Açısından Basınla İlişkiler", **Sevk ve İdare Dergisi**, S.66, s.30.

Gürüz, Demet (1993). **Halkla İlişkiler Teknikleri**, Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir.

Jefkins, Frank (1994). **Public Relations Techniques**, Second Edition, Oxford:Butterworth-Heinemann Ltd., London.

Kazancı, Metin (1997). **Kamuda ve Özel Sektörde Halkla İlişkiler**, Turhan Kitabevi, Ankara.

Kocatepe, Atalay (2001). **Türk Silahlı Kuvvetlerinde Basın-Yayın-Halkla İlişkiler ve Tanıtım Faaliyetleri**, Cilt:1, Harp Akademileri Yayınları, İstanbul.

Levine, Michael (2004). **Halkla İlişkiler: Bir Gerilla Savaşı**, Çev.Günhan Günay, Rota Yayınları, İstanbul.

Okay, Aydemir ve Okay, Ayla (2002). **Halkla İlişkiler ve Medya**, Mediacat Kitapları, İstanbul.

Okay, Aydemir ve Okay, Ayla (2005). **Halkla İlişkiler ve Medya**, Mediacat Kitapları, İstanbul.

Okay, Ayla (2002), "Halkla İlişkiler ve İnternet", **İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi**, C.2, s.535-547.

Oktay, Mahmut (1996). **Halkla İlişkiler Mesleğinin İletişim Yöntem ve Araçları**, Der Yayınları, İstanbul.

Onal, Güngör (1997). **Halkla İlişkiler**, Türkmen Kitabevi, İstanbul.

Orrick, James B. (1967). **Halkla İlişkiler Ders Notları**, Çev.Oğuz Onaran, A.Ü.B.Y.Y.O. Yayınları, Ankara.

Önel, Uğur (1991). **Basın ve Halkla İlişkiler Ders Notu**, Harp Akademileri Basım Evi, İstanbul.

Peltekoğlu, Filiz Balta (1998). **Halkla İlişkiler Nedir**, Beta Basım Yayım, İstanbul.

Peltekoğlu, Filiz Balta (2004). **Halkla İlişkiler Nedir**, Beta Basım A.Ş., İstanbul.

Şaşmaz, M. Emin (1989). **Basın Halkla İlişkiler**, Harp Akademileri Yayınları, İstanbul.

Tokgöz, Oya (1994). **Temel Gazetecilik**, İmge Yayınları, Ankara.

Toprak, Özden (2002). **Türk Ordusu'nun Halkla İlişkiler Faaliyetleri**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Tortop, Nuri (1990). **Halkla İlişkiler**, Gazi Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Matbaası, Ankara.

Tortop, Nuri (1986). Halkla İlişkilerde Kamu Kuruluşları ve Basının Sorumluluğu, **Amme İdaresi Dergisi**, C.19, S.1, s.128.

Törenli, Nurcan (2005). **Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı**, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.

Ünlütepe, M. Şerif (1993). **Silahlı Kuvvetlerde Halkla İlişkiler ve Türk Silahlı Kuvvetlerinde Şeffaflaşma**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, İstanbul.

GAZETELER

Akşam, 01 Ocak-31 Aralık 2005

Cumhuriyet, 01 Ocak-31 Aralık 2005

Gözcü, 01 Ocak-31 Aralık 2005

Halka ve Olaylara Tercüman, 01 Ocak-31 Aralık 2005

Hürriyet, 01 Ocak-31 Aralık 2005

Milliyet, 01 Ocak-31 Aralık 2005

Milliyet, 04 Ekim 2006

Sabah, 01 Ocak-31 Aralık 2005

Star, 01 Ocak-31 Aralık 2005

Posta, 01 Ocak-31 Aralık 2005

Radikal, 01 Ocak-31 Aralık 2005

Türkiye, 01 Ocak-31 Aralık 2005

Vatan, 01 Ocak-31 Aralık 2005

Yeniçağ, 01 Ocak-31 Aralık 2005

Yeni Şafak, 01 Ocak-31 Aralık 2005

Zaman, 01 Ocak-31 Aralık 2005

İNTERNET SİTELERİ

Erinç, Orhan (2005). “Gazeteci Haber Kaynağı İlişkileri”,
<http://www.byegm.gov.tr/seminerler/kt1.htm>

Görmüş, Alper (2001). “Haber ve Habercilik”,
<http://www.bianet.org/diger/egitim1466.htm>

<http://www.tesev.org.tr>

<http://www.tsk.mil.tr>

Sonumut, Güldener (2003). “Medya Mensupları ile Kurumsal İlişkilerin Temeli”, <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/article.php?sid=2779>



T. C.
GENELKURMAY BAŞKANLIĞI
GENEL SEKRETERLİĞI

TARİH : 23 Kasım 2005

NO : BA-09/05

BASIN AÇIKLAMASI

Bilindiği üzere Türk Silahlı Kuvvetlerindeki Birlik Sembollerinin standardizasyonu kapsamında yapılan bir çalışma sonucu Kara Kuvvetleri Komutanlığı sembolü deĐiŐtirilmiŐ ve yenisi 29 Ekim 2005 tarihinden itibaren kullanılmaya baŐlanmıŐtır.

Yeni Kara Kuvvetleri Komutanlığı Birlik Sembolü'nün kamuoyuna yansması ile birlikte yurt içi ve yurt dışındaki vatandaşlarımızın her kesiminden Genelkurmay BaŐkanlıĐına çok sayıda gürüŐ, öneri ve tenkitler intikal etmiŐtir.

11 Kasım 2005 tarihinde yapılan resmi açıklamada konunun teknik boyutu izah edilmiş olmasına rağmen devam eden ve bundan sonra da devam edeceği anlaŐılan bu yansmalar tarafımızdan büyük Türk Milletinin Ulu Atamıza duyduğu sevginin bir tezahürü olarak değerlendirilmiştir.

Milletinin yargılarına her zaman değer veren Türk Silahlı Kuvvetleri, kafasında, ruhunda ve kalbinde taŐıdıĐı büyük ATATÜRK'ün milletçe bu kadar çok sevilmesinden duyduğu memnuniyetle kamuoyunun dilek, temenni ve beklentilerine cevap vermek üzere konuyu yeniden incelemeye karar vermiŐtir.

Halkımızın gönüllü katkılarını ve hassasiyetini dikkate alarak bir çalışma yapılacak ve sonucu kamuoyu ile paylaŐılacaktır.

Saygı ile duyurulur.



T. C.
GENELKURMAY BAŞKANLIĞI
GENEL SEKRETERLİĞI

TARİH : 01 Aralık 2005

NO : BN-21/05

BİLGİ NOTU

1. Yüksek Askeri Şura Olağan Toplantısı 01 Aralık 2005 tarihinde, BaŐbakan Recep Tayyip ERDOĞAN başkanlığında, Genelkurmay Başkanlığı Karargahında icra edilmiştir.

2. Toplantıda;

Türk Silahlı Kuvvetlerinin Harbe Hazırlık Durum Değerlendirmesi yapılarak Silahlı Kuvvetlerin caydırıcılık vasfını devam ettirecek önemli modernizasyon projeleri ile kaynak durumu deĐerlendirilmiŐ,

Orta Doğu'daki son gelişmeler ile Irak'taki mevcut durum ve olası gelişmelerin TŒrkiye'ye etkileri gŒrŒŐlmŒŐ,

BŒlŒcŒlŒk ve irtica ile mŒcadelenin değerlendirilmesi yapılmış ve bŒlŒcŒ terŒrle mŒcadelenin etkin ve devletin tŒm olanakları ile birlikte sŒrdŒrŒlmesi gerektiği vurgulanmıŐ, laik cumhuriyete karşı irticai kesimlerin son dŒnemdeki faaliyetleri değerlendirilmiştir.

Ayrıca, disiplinsizlikleri nedeniyle durumları değerlendirilen 4 personelin TŒrk Silahlı Kuvvetlerinden uzaklaŐtırılmasına karar verilmiştir.

Saygıyla duyurulur.



T. C.
GENELKURMAY BAŞKANLIĞI
GENEL SEKRETERLİĞI

TARİH : 22 Haziran 2005
NO : BD-34/05

B A S I N D U Y U R U S U

1. Türk Silahlı Kuvvetleri adına takım halinde veya ferdi olarak 2003 ve 2004 yıllarında katıldıkları CISM (Uluslararası Askeri Sporlar Konseyi) Dünya, Avrupa, Bölgesel ve Balkan Şampiyonaları ile Türk Silahlı Kuvvetleri Milli Takımlarının iştirak ettiği diğer uluslararası Őampiyonalarda başarılı olan sporcu ve antrenörler, Türk Silahlı Kuvvetleri çapında bu yıl ilk kez düzenlenen sporda centilmenlik ve hakkaniyete uyma (Fair Play) afiş, amblem, karikatür ve makale yarışmasında ilk üçe giren eser sahibi personel ile bilim, kültür, eğitim alanında başarılı olan personel, 24 Haziran 2005 tarihinde, saat 10.00'da, Genelkurmay Başkanlığı Karargahında yapılacak bir törenle ödüllendirilecektir.
2. Söz konusu ödöl törenini izlemek isteyen Genelkurmay Başkanlığı nezdinde akredite basın-yayın kuruluşları mensuplarının isimlerinin, 23 Haziran 2005 Perşembe günü saat 16.00'ya kadar 0.312.419 99 21 numaralı faksa bildirilmesi gerekmektedir.
3. İsimleri bildirilen basın-yayın kuruluşları mensuplarının 24 Haziran 2005 Cuma günü saat 09.15'de, Şehit Gazeteci Hasan Tahsin Basın Bilgi Merkezi'nde hazır bulunmaları saygı ile duyurulur.

ÖZET

Toplam üç bölümden oluşan bu tez çalışmasının birinci bölümünde, halkla ilişkilerde basınla ilişkiler konusu; basının haber üretim süreci, halkla ilişkilerde basına bilgi aktarma yöntem ve araçları başlıkları altında teorik olarak ortaya konulmaya çalışılmıştır. Basın bildirilerinin önemi ve çeşitlerinin neler olduğunun da belirtildiği bu bölümde, basına bilgi aktarma araçlarından en yenisi ve en gelişmiş olan internetin basınla ilişkilerde nasıl kullanıldığı konusu açıklanmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde, Genelkurmay Başkanlığı'nın basınla ilişkiler konusuna değinilmiştir. Öncelikle Genelkurmay Başkanlığı'nın halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetlerinden bahsedilmiştir. Genelkurmay Başkanlığı'nın basına bilgi aktarma yöntemleri belirlendikten sonra, Genelkurmay Başkanlığı'nın basınla ilişkilerinde internetten nasıl yararlandığı ve internet örgütlenmesinin nasıl olduğu konularıyla ilgili genel bir çerçeve çizilmiştir.

Üçüncü bölümde ise, Genelkurmay Başkanlığı tarafından 2005 yılında yayımlanan basın bildirileri kurumun internet sitesi kanalıyla elde edilmiş ve bu basın bildirilerinin tirajı en yüksek 15 ulusal gazetede hangi oranlarda haberleştirildiği saptanmıştır. Ayrıca bu bölümde, söz konusu basın bildirilerine ilişkin olarak yayımlanan haberlerin niteliklerinin nasıl olduğu içerik çözümlemesi yöntemi kullanılarak ortaya konulmuştur.

SUMMARY

In the first section of this three sectioned thesis, relations with the press in PR issue is tried to be explained theoretically under the following topics; the news production process of the press and the means and methods of transferring information to the press. The importance and kinds of press notes and how they are used is also explained in this section.

In the second part of the study, the relations of Turkish General Staff (TGS) with the press are handled. At first, the PR activities of TGS are explained. After identifying the methods of TGS of transferring information to the press, a general outline is drawn about its internet organization and how TGS uses internet in its PR operations.

In the third section, 2005 press release of TGS is obtained from its official website and the news percentages of these press release in the first 15 national newspapers which have the most circulation were determined. Also in this section the characteristics of this news were determined by using the content analysis method.