

MEDYANIN KAMUOYU OLUŞTURMADAKİ ETKİSİ

E. Özgür GÖNENÇ*

L'influence des médias sur l'opinion publique

Dans notre article intitulé "L'influence des médias sur l'opinion publique", nous avons donné successivement les définitions des notions "public" et "opinion". Après avoir parlé des différents types de moyens de communication de masse, nous avons parlé des influences de ces moyens de communication sur la constitution de l'opinion publique.

Mots Clés: Médias, Opinion publique, Télévision.

.....

Medyanın kamuoyu oluşturmadaki etkisi, Türkiye için oldukça güncel bir konudur. Hatta gelişmiş batı demokrasilerinde olduğundan bile daha günceldir. Türkiye henüz gelişmiş bir demokrasi olmanın çok uzağındadır ama oyunu gelişmiş batılı ülkelerin koyduğu kural ve standartlara göre oynayan çok gelişmiş bir medyaya sahiptir. Türkiye'deki medyada da tüm dünyada olduğu gibi tekelleşme görülmektedir.

* Araş. Gör. Dr. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü.

Medyanın kamuoyu oluşturmadaki etkisinden söz etmeden önce, kamuoyu sözcüğünün anlamı ve tarihsel gelişiminden söz etmenin doğru olacağı kanısındayız.

Kamuoyu sözcüğünün kökenleri antik çağlara kadar inmektedir. Antik Yunan'da ve Roma'da düşünürler bu alanda, bugünkü siyasal anlamını taşımasa bile benzer anlama gelebilecek deyimler kullanmışlardır. Özellikle antik Yunan düşünürleri Kamu istekleri üzerinde çalışmışlar ve bunlara önem verilmesi gerektiğini vurgulamışlardır. (Bauer, :671)

İlk çağlardan Antik Yunanla ilgili pek çok bilgi günümüze ulaşmıştır. Özellikle site devleti yapısının demokrasiye uygunluğu ve bu düzen içerisinde köleler ve yabancılar dışında kalan vatandaşların oy kullanabilmesi ve böylece sınırlı da olsa bir katılım sağlanması bu kişilerin siyasal alanda önemli rol oynayan kişiler durumuna gelmesini sağlamıştır. Yunan devlet sistemleri kamu yaşamını gerçek yaşama geçirmişler ve bir kamu fikri oluşmasında katkıda bulunmuşlardır. Antik Yunan sitelerinde kamusal yaşam dinsel. Siyasal ve tecimsel yaşam gibi "agora" da oluşmaktaydı. Antik Yunan'ın kamu yaşamında derin izler bırakan temaşa sanatları kamuoyunun gelişmesinde ve kökleşmesinde önemli bir rol oynamıştır. (Abadan, 1996)

Kamuoyunun bugünkü anlamını canlı ve kolay anlaşılır biçimde yansıtan latin atasözü "Vox Populi Vox Dei" (Halkın Sesi Hakkın Sesidir) ifadesi bulunmaktadır. (Abadan, 1996)

Halkın sesi Hakkın Sesidir ama yapılan araştırmalar göstermiştir ki ne "Ses" ne de "Halk" kavramlarının ne anlama geldiği konusu hiçbir zaman açıklığa kavuşmamıştır. (Lowell Laurence, 1913:3)

1500'lü yılların başlarında, kamuoyu deyimini ilk kullanan düşünürlerden biri de Niccolo Machiavelli'dir. "Söylevleri"nde bilge bir kişinin memuriyetlerin dağıtımını konusunda kamuoyunu göz ardı etmemesi gerektiğini vurgulamaktadır. Jean-Jacques Rousseau ise 1762 yılında yönetimlerin temelde kamuoyuna dayandığını ve kamuoyu desteği olmaksızın toplumsal değişimin güç olduğunu belirtmiştir. (Milburn) Kamuoyu terimi ilk kez Osmanlı Türkçesinde "Efkar-ı Umumiye" ifadesiyle verilmiştir.(Arsev, :48) Türkçe sözlükte ise kamuoyu,bir konu üzerinde halkın düşüncesi kanısı olarak tanımlanmaktadır. (Türk Dil Kurumu Sözlüğü, 1992:775)

Kamuoyunun tanımlanmasını tam olarak yapabilmek için bu birleşik sözcüğü oluşturan "kamu" ve "oy" sözcüklerini ayrı ayrı incelemek doğru olacaktır.

Modern batı toplumlarında "Kamuoyu" kavramı tarihsel süreç içerisinde irdelendiğinde kamu ve oy sözcüklerinin ne şekilde anlam değiştirdiği açıkça görülmektedir.

Kamu Antik Yunan'da ve ondan esinlenen Roma'da yalnızca özgür vatandaşları tanımlayan bir kavramdı. Ortaçağda ise kamu soylular ile eşanımlıydı. 16.yüzyıldan sonra bir anlamda Saray ile eşanımlı duruma gelmiştir. Devlet gücünün karşısında ticaret burjuvazisinin güçlenmesi bu kavramı yeniden değişikliğe uğratmıştır. Özellikle hükümdarların kişisel mülklerinin ve devlet emlakının ayrılması sonucunda Kamu, sarayı değil, yalnızca devleti belirtir duruma gelmiştir. (Palmer, 1936:230) Sözcüğün İngilizce ve Fransızcada'ki karşılığı olan "Opinion" Türkçe'de, kanaat, düşünce anlamındadır. (Türk Dil Kurumu Sözlüğü, 1992:1124)

1925 yılında Arthur Holcombe, Amerikan Siyaset Bilimi Derneği'nin toplantısında 'Public Opinion) kavramından ilk kez söz etmiştir. (Holcombe, :123)

Kamuoyunun tanımının yapılmasının ardından kamuoyu oluşturulmasına yardımcı olan kitle iletişim araçlarından örnekler vermenin doğru olacağı kanısındayız.

Kitle iletişim araçlarının en önemlilerinden birisi hiç kuşkusuz yazılı basın olarak nitelendirilen gazetelerdir. Gazetelerin haber ve olayların verilmesinde kanı ve düşüncelerin geniş halk kitlelerine ulaştırılmasında okuyucuların genel kültürlerinin artmasında önemli bir rol oynadıkları kesindir.

Günümüzde gazetenin sahibi kazanç amacına yönelik bir şirkettir. Daha çok satışa dayanan bir reklam ilişkisi gazete yayıncılığının temelini oluşturmaktadır. Düşüncelerini yaymak isteyen kişiler ancak reklamlardan yer kalırsa ve yayın politikasına uygun düşerse kendilerine yer bulabilmektedirler.

Gazeteler önemli bir eğitim ve kamuoyu oluşturma aracı sayıldığı kadar ekonomik savaşım alanında da etkili bir silah niteliği taşımaktadırlar. Gazetecilik mesleğinin hakkıyla yerine getirilebilmesi için de çok büyük ekonomik kuruluşlara gereksinim duyulmaktadır.

Gazetelerin mülkiyeti kişilerin elinde toplandıkça geniş halk kitlelerine belirli düşünceleri benimsetmeye çalışma olanağı artmaktadır. Demokratik sistemler içinde her toplumsal grup ya da baskı grupları, kendi düşünce, görüş ve çıkarları açısından halkı etkileyebilmek için gazeteleri kullanma yoluna gitmektedirler. Bu nedenle gazeteler bazen gerçeği değil çıkara uygun değiştirilmiş gerçeği ifade eden manipülatif haberler vermektedirler.

19.yüzyılın sonunda batının sanayisi gelişmiş kapitalist toplumlarında tüketimin de kamçılanmasıyla birlikte reklam, sistemin çok önemli bir parçası durumuna gelmiştir. Böylece gazetelerin en büyük gelir kaynakları olarak basın yapısını değiştirmiştir.

Kitle iletişim araçlarından bir diğeri de radyodur. Radyoyu gazetelerden ayıran başlıca özellik okuma-yazma bilmeyenleri, az kültürlü olanları ya da gazete okumayan daha geniş kitleleri etkisi altına almasıdır. Radyo diğer araçlara göre daha hızlı haber dağılımı sağlamaktadır. Radyonun verdiği haberler yolda giderken bile dinlenebilmektedir. Her yere kolayca ulaşabilmesi insanların olaylar hakkındaki ilk bilgileri radyo aracılığı ile almasını sağlamaktadır. Aslında gazete ve radyo karşılıklı rekabetten çok birbirini tamamlayarak kamuoyu oluşmasına yardımcı olmaktadır. Çünkü bir çok insan radyodan duyduğu haberin ayrıntısı öğrenmek için gazete okuma gereksinimi duymaktadır.

Kitle iletişim araçlarının en önemlisi televizyon olarak kabul edilmektedir. Kamuoyu oluşumunda radyonun oynamış olduğu önemli rolü günümüzde artık televizyon üstlenmiş durumdadır. Televizyon hem göze hem kulağa hitap etmesi açısından özellikle siyasilerin seçim propagandalarında çok önemli bir kamuoyu oluşturma aracı olarak kullanılabilir duruma gelmiştir. Politikacılar siyasi iletilerini halka ulaştırabilmek için kitle iletişim araçlarından özellikle de televizyondan yararlanmaktadır.

Yapılan araştırmalar, televizyon haberlerinin izlenme oranının gazetelerin okunma ve radyoların dinlenme oranlarından daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Televizyon, özellikle etkili bir iletişimden yoksun toplumlarda çok önemli bir iletişim aracı durumdadır. Toplumsal ve kültürel bilinçlenmeyi sağlamak, diğer kitle iletişim araçları gibi televizyonun da görevlerinden biridir.

Günümüzde televizyon, çoğuntukla, kişilerin olaylara katılmalarını sağlayacak biçimde değil ilgilerini başka yöne çekecek biçimde olayları vermektedir. Bir başka deyişle televizyon kişilerin ilgisini gerçek olaylardan çok gösterilere çekmektedir. Hatta bunun da ötesine geçerek olayları kendisi gösteriye dönüştürmektedir.

Televizyonun uzmanlar tarafından da doğrulanan üç önemli amacı bulunmaktadır: Eğitmek, Bilgi vermek, Eğlendirmek. Ancak programlara bakıldığında eğlendirici öğelerin diğer iki öğe üzerinde egemenlik kurduğu görülmektedir.

Televizyonun saptırma alışkanlığı ve olayları eğlenceye dönüştürme eğilimleri nereden kaynaklanırsa kaynaklansın insanların doğru bilgilendirme gereksinimleriyle bağdaşmamakta ve kamuoyunun sağlıklı bir biçimde oluşmasını engellemektedir.

Günümüzde televizyonun kamuoyu üzerindeki gücü yadsınamaz. Bununla birlikte yapılan araştırmalar, toplumsal ve siyasal konulara ilişkin kişilerin tutumlarında ve düşüncelerini değiştirmede sanıldığı kadar etkin olmadıkları da ortaya çıkmıştır. Tek bir program ya da dizi programların tutumlarda ya da düşüncelerde değişiklik yaratması her zaman mümkün değildir. Televizyon siyasal olarak kamuoyu oluşturmada elbette ki etkilidir bu etkinin de sınırları olduğu gerçeğinin de kabul edilmesi gerekmektedir.

Günümüzde gündemi medya belirlemektedir. Konuların seçimi medya tarafından yapılmaktadır. Konuları ortaya atanın tartışmaya açanın hep medya olduğu görülmektedir.

Konuya bu açıdan bakıldığında, medyanın bir anlamda tek yönlü iletişime yol açtığı söylenebilir. Bu durum insanın en doğal iletişim biçimine karşıdır. Bireyin medya karşısında kendini aciz hissetmesine yol açmaktadır.

Medyanın etkileri uzun süre görmezlikten gelinmiştir. Medyanın etkileri iki insan arasındaki doğal konuşma süreci gibi görülmüştür. Oysa ki medyanın etkileri çok daha farklıdır. Medya tarafından beslenen kamuoyunun gündem belirleme görevi gözler önüne serilmektedir. Nelerin acilen ele alınması gerektiğine herkesin neyi tartışıp konuşması gerektiğine medya karar vermektedir.

Günümüz toplumlarında basın ve bugün kullanılan biçimiyle medyanın iyi işlemesi her şeyden önce bu toplumların toplumsal örgütlenme derecelerine bağlıdır. Haber ve savların yansız bir biçimde sunulması ancak objektifliğin artmasıyla mümkün olacaktır.

Kaynakça

- ABADAN Nermin, (1996) “ Halk Efkari Mefhumu ve Tesir Sahaları”, SBF Yayınları, Ankara.
- BAUER William, “Public Opinion”, The International Encyclopedia of Social Sciences, New York.
- BEKTAŞ Arsev, “Kamuoyu İletişim ve Demokrasi” İstanbul Bağlam Yayınları, İstanbul.
- HOLCOMBE Arthur, “Round Table on Political Statistics”.

- LOWELL Laurence, "Public Opinion and Popular government", London, 1913.
- MILBUM A. Michel, "Sosyal Psikolojik Açıdan Kamuoyu ve Siyaset" İmge Yayınevi, Ankara.
- PALMER P.A, "The Concept of Public Opinion in Political Theory", Harvard University, 1936.
- Türk Dil Kurumu Sözlüğü, İstanbul, 1992.