

MEDYA VE SİYASET İLİŞKİLERİNİN KAMUOYU ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: KKTC ÖRNEĞİ

Mesut YILMAZ*

Öz

Medya, işlevleri ve konumu itibariyle demokratik rejimlerin gelişmesinde ve demokratik bilincin oluşmasında birinci dereceden etkili bir iletişim aracıdır. Bu yönüyle medya, var olduğu günden, günümüze kadar kamuoyu, siyaset ve siyasal kurumlarla iç içe olmuş; siyasetin ve siyasi yönelimlerin kamuoyuna aktarılmasında önemli bir konuma sahip olmuştur. Medyanın günümüzde insan ve toplum hayatındaki etkisi önemli boyutlara ulaşmıştır. Artık medya, hayatın her alanında bilgilendirici ve yönlendirici bir güç olarak yer almaktadır. Medyanın en büyük sorumluluklarından birisi de elbette tarafsızlık ilkesidir. Bu çalışmada, medya ve siyaset ilişkilerinin kamuoyu üzerindeki etkilerinin irdelenmesi temel alınmıştır. Çalışmanın amacı doğrultusunda, Kuzey Kıbrıs'ın, Lefkoşa ve Gazi Mağusa bölgelerinde, rastgele 162 kişi seçilerek medya ve siyaset ilişkilerinin kamuoyu üzerindeki etkileri irdelenmiştir.

230

Anahtar Kelimeler: Kamuoyu, Medya, Sosyal Medya, Medya ve Siyaset, KKTC

THE EFFECTS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN MEDIA AND POLITICS ON PUBLIC OPINION: THE CASE OF TRNC

Abstract

Media, due to its functions and status, is a primarily effective communication tool in the development of democratic regime sand democratic consciousness. From this aspect, media, have been intertwined with public opinion, politics and political institutions from the outset; have an important position in the transfer of public policy and political orientations to the public. The influence of the media today has reached significant proportions in

* Doktora Öğrencisi, Girne Amerikan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, mesutyilmaz_01@hotmail.com

human and social life. Now, the media is in every aspect of life as an informative and directive force. Of course, one of the major responsibilities of the media is the principle of neutrality. This study is based on examining the effects of the relations between media and politics on public opinion. For the purpose of this study, 162 people randomly selected to do research on the relations between media and politics in the Northern Cyprus, Nicosia and Famagusta region.

Keywords: Public Opinion, Media, Social Media, Media and Politics, TRNC

1. Giriş

Medya, kültürün ulusal ve uluslararası düzeyde bireylere ulaştırılması noktasında önemli bir görev üstlenmektedir. Diğer taraftan medya (yazılı basın, radyo, televizyon, internet vb. gibi), özellikle toplumsal hayatta bireylerin çeşitli sosyal ihtiyaçlarını giderebilmek maksadıyla başvurdukları önemli bir kaynaktır.

Medyanın, değiştirme etkisi bireyler ve genel anlamda toplum boyutuyla da sınırlı kalmayıp, toplumsal ve siyasal yapı içinde etkin bir konuma sahip olan, siyasi liderleri ve meşru hükümetin politikalarını da kapsayacak boyutlara ulaşabilmektedir.¹ Medyanın, geçmişi yapılandırması, bilgileri inşa edişi, toplumsal hafızayı etkileme ve kamuoyunu yönlendirme kabiliyetleri, bu makalenin temel konusunu oluşturmaktadır. Öte yandan, başta Miliband olmak üzere birçok araştırmacı “kapitalist toplumlarda medyanın en başta gelen işlevinin devleti meşrulaştırmak; hatta bununla da yetinmeyip, toplumdaki etkin güç odaklarına karşı ya da rakip olarak var olabilecek karşıt odakları ya da grupları da gayri meşru hale getirmek” olduğunu savunurlar.² Kimi televizyonların sosyo-politik olarak içeriksel temaları öne çıkarma yayın politikalarının ve

¹ W.L., Rivers, *The other Government Power and the Washington Media*, New York Universe Books, 1982.

² Barrett & Braham, *Media knowledge and Power*, Rotledge, London, 1995.

ekonomik tercihlerin piyasaya göre çalışmalarının bir yansımasıdır denilebilir. Medyanın, ekonomiden sanata kadar, toplumsal ve siyasal hayatımızda olumlu veya olumsuz pek çok etkileri bulunmaktadır. Medya, günlük hayatımızda geniş bir yer kaplamakla kalmayıp, bilgi aktaran, eğlendiren, toplumsal birliktelik oluşturan en güçlü araç olarak görülmektedir.³ Gelişen teknolojilerin kendini en fazla gösterdiği alanlardan iletişim bilimleri ve çalışmaları olduğu gözlemlenmektedir. Türkiye'de medya gündem oluşturma açısından önemli bir faktör olarak karşımıza çıktığı ve günümüz ölçütlerinde kişiler ya da toplumlar üzerinde büyük etkiye sahip olduğu herkesçe bilinen bir gerçektir. Bu makalede öncelikle, iletişimin siyasal kavramları üzerinde durulduktan sonra toplumsal yaşam için medya ve siyasi yaklaşımın önemine vurgu yapılarak, medya ve siyasal görüşlerin kamuoyu üzerindeki etkileri ortaya konmaya çalışılmıştır.

Çalışmamızda medyanın, dünyada seksen yıldır yapılan iletişim alanındaki araştırmalarında temel yaklaşımların ortaya koyduğu dünya görüşünü normalleştiren, doğallaştıran; taraf olunmayan dünya görüşünü ise yok eden ideolojik görüşleri ile medya-siyasal görüşü, kamuoyu üzerindeki etkilerini açıklayarak nasıl çalıştığını genel bir bakış açısıyla ortaya koymaya çalışacağız. Amacımız, medya ve siyaset araştırmalarındaki temel iki yaklaşımla ilgili bir takım soru işaretleri oluşturmak ve kamuoyu üzerinde daha değişik temel yaklaşımların ortaya koyulabileceğinin ipuçlarını vermektir.

Teknoloji alanındaki gelişmeler, iletişim araçlarına da yansımış ve medya ile hızlı bir değişim dönemine girilmiştir. Günümüzde iletişim araçları alanında yaşanan hızlı gelişmelerden dolayı, iletişim 'kamuoyu kavramı' çağımızı anlatmak için çokça kullanılır olmuştur. İletişim teknolojileri insanlara, düşüncelerini ve eserlerini

³ Medialiteracy (2007). *Welcome to the Internet's major portal for media literacy education*. <http://www.medialiteracy.com>(Erişim Tarihi: 02 Mart 2013)

paylaşacakları olanaklar yaratan, paylaşım ve tartışmanın esas olduğu bir medya sunmaktadır. Diğer taraftan, iletişim alanındaki teknolojik gelişmeleri takip etmek bile artık zorlaşmıştır. Ayrıca, kitle iletişim araçları mekân farklılıklarını ve uzaklıklarını yok ederek öğrenmeyi herkes için mümkün kılan, yeni eğitim teknolojilerinin gelişmesine de yol açmıştır. Kitle iletişim araçlarının birer kültür taşıyıcısı ve aktarıcısı oldukları artık birçok araştırmacı ve bilim adamı tarafından kabul edilebilmektedir.

Araştırmalarda medya adına yapılan değerlendirmelerde 'seni en iyi ben bilirim' havası estirilmekte; medya adına değerlendirmeler yapılmakta, çözümler önerilmektedir. Araştırmadaki bu 'tepeden bakış' ve hegemonyacı davranış, birçok yanılgıyı beraberinde getirebilmektedir. Bu kapsamda çalışmamızın ana hedefi; medyanın eleştirilme ve değerlendirilme sürecinde siyasal ideolojilerin etkisini örnek olaylar üzerinden araştırmaktır. Ayrıca siyasal görüş konusu tek başına çok ayrıntılı bir incelemeyi gerektirdiğinden, makalenin sınırlarını aşmamak adına ayrı bir başlık halinde değil de, iletişim araştırmaları medyanın, toplumsal ve siyasal yaklaşımlar üzerindeki önemi, siyasal görüşün kamuoyu üzerindeki rolü gibi genel başlıklar dâhilinde ele alınacaktır.

1.1. Araştırmanın Hipotezi

Yapılan çalışma da, siyasetin, medya üzerine "yanlı" yaklaşması, siyasal görüşün medyayı yönlendirme sürecinde ve "kamuoyunu" tanımlamada etkin rol oynadığı tartışması üzerine temellendirilmiştir.

1.2. Araştırmanın Varsayımları

Çalışmanın kapsamına ve hipotezine bağlı olarak, araştırma süresince aşağıdaki varsayımların doğruluğu irdelenmiştir. Buna göre çalışma süresince;

- “Medyayı” takip edenlerin, haberle ilgili yeterli bilgiye sahip olmadıklarından medya aracılığıyla haberleri öğrenmek istedikleri;
- Medyayı takip edenlerin, haberleri güncel haberlerden ziyade, siyasilerin etkisinde kalan haberler olarak algıladıkları;
- Medya aracılığıyla haberleri öğrenebilmek isteyenlerin, siyasi gelişmeleri de öğrenmek istedikleri,
- Haberleri öğrenmek isteyenlerin, haberi herhangi bir medya aracılığı ile değil de siyasal görüşlerine yakın bir medya aracılığıyla öğrenmek istedikleri varsayılmıştır.

2. Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi

2.1. Medyanın İktisadi ve Kültürel Etkisi

İletişim, bireyler veya toplumlar arasındaki haber, eğitimsel çalışma, düşünce veya bir ifadeyle mesaj değişimi sürecidir. İletişim sürecinin değişmez öğeleri ise ‘kaynak’ ve ‘alıcı’ dır. İletişim beş duyumuzun koku alma, tatma, dokunma, görme ve işitme alanlarında kullanılan mesaj alışveriştir.

Bilgiyi kişilere ve topluluklara aktaran, eğlendirme, bilgilendirme ve eğitim gibi temel sorumluklara sahip işitsel, görsel basılı ve işitsel kitle iletişim araçlarının tümüne medya denmektedir.

Kitle iletişim araçlarının dünyada etkili olarak kullanılması yazılı basın ile başlamış diyen İlhan Biçer⁴ daha sonra 1930’lardan 1950’lere kadar radyonun etkili bir elektronik basın aracı olduğunu ve bu

⁴ İlhan Biçer, *Medyanın Kamuoyu Üzerindeki Etkileri ve Etik*, Fırat Üniversitesi, 2009.

dönemde radyonun siyasi iktidarların propaganda aracı olarak kullanıldığını ortaya koyar. 1950'lerden sonra ise radyo yerini dinlemenin yanı sıra görme fırsatı da sunan televizyona bırakmaya başlarken, günümüzde ise internet önemli bir kitle iletişim aracı konumuna gelmiştir. Medyanın, toplumsal ve siyasal güç ilişkisinden bahseden Erkan⁵, medyanın farklı yöntemleri kullanarak sunuş yoluyla halkın düşündüğü ve konuştuğu konuları belirlediğini ileri sürmektedir. Böylece oluşan kamu gündeminin de siyasal gündemi etkileyerek bir zincirleme etkinin kurulduğunu açıklamaya çalışmaktadır.

İnsanlar medyayı takip ederek neler olup bittiğini öğrenmenin yanında, medyanın haberleri sunum biçimleriyle, konuların ya da sorunların ne kadar önem taşıdıklarını da öğrenmektedirler. Buna ilaveten medyanın ortaya çıkışına duyulan ihtiyacın “insanlara, doğru neticelere varmaları için yön veren bir düşünce tarzına duyulan ihtiyaçtan” da kaynaklandığı söylenilebilir.⁶

Elbette bilimsel bilginin üretilmesinde en az mantık kadar önemli bir başka faktörden de bahsetmek mümkündür; dil. Daha sonra daha detaylı bir şekilde ele alınacağı gibi, dil aslında sadece bir iletişim aracı değil aynı zamanda bilgi üretim aracı olarak da nitelendirilebilir. Bir başka görüşe göre de bilginin iktidar ilişkileri bağlamında yeniden yapılandırılması ve bu gücün inşa edilmesini meşrulaştıran faktörlerden biri olarak da tanımlanabilmektedir. Karaçay'ın⁷ da aktardığı üzere, Godel, “dilini düşünmenin ve bilgi üretmenin de olmazsa olmaz anahtarı” olduğunu belirtmiştir.

Medya halkı etkileyebilmek için film yıldızları, sanatçılar, pop star gibi ünlü kişileri kullanarak, bazen olayları dramatize ederek,

⁵ Erkan Yüksel, *Medyanın Gündem Belirleme Gücü*, Çizgi Kitabevi, Konya, 2001.

⁶ H. Uzun, “Tarih Bilimi ve Tarihte nedensellik”, *Gazi Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi*, Cilt 7, Sayı 1. s. 189.

⁷ T. Karaçay, (12.10.2010). *Bilimsel Bilgi Üretimi* [orj. Metin K. Godel]. [http://www.acikders.org.tr/pluginfile.php/322/mod_resource/content/0/odevler/Bilimsel Bilgi.pdf](http://www.acikders.org.tr/pluginfile.php/322/mod_resource/content/0/odevler/Bilimsel%20Bilgi.pdf)

bazen de düşsel bir atmosfer oluşturarak izleyicilerin duygularına hitap etmek suretiyle tüketim kültürünün oluşmasına yardımcı olmaktadır.⁸ İletişimde bulunan insanlar birbirlerini şu ya da bu şekilde etkilemektedirler. Erkan⁹ da çalışmasında ifade ettiği üzere; gündem belirleme araştırmacılarına göre iletişimin bir kullanım biçimi olan kitle iletişim araçları yoluyla verilen mesajların kamu gündemini belirlediği ortaya konmuştur.

Modern demokrasinin temsil mekanizmalarından bahseden John KEANE¹⁰, devlet ile sivil toplum arasında kurumsal bir ayırım yapılmasına gerek duyulmasının bu yüzden olduğunu öne sürmüştür. Ona göre, çok katmanlı (ulus-üstü) devlet kurumları tarafından eş güdümlenen ve güvence altına alınan, çoğulcu ve kendi kendisini örgütleyen (uluslararası) bir sivil toplum kuruluşu ve siyasal partiler, yasama meclisleri iletişim medyası gibi siyaset kurumunun araçları, devlet ile sivil toplum arasındaki kanalları açık tutarak her zaman sivil topluma karşı olan sorumluluklarını yerine getirmektedirler.

İletişim sistemleri kültür endüstrisinin bir parçasıdır diyen Zülfikar¹¹ medyanın ekonomik yaşamı etkilediğinden kültürü de biçimlendirdiğini söylemektedir. Ayrıca iletişim araçlarının değişik alanlara yeniden kurguladığını gerçeklikleri günlük yaşama uyarlaması bireyleri etkilemekte olduğunu ifade etmiştir. Kapitalist ekonomik yapılanmanın hüküm sürdüğü toplumlarda medya da diğerleri gibi bir iş ve yatırım alanıdır. Dolayısıyla ticari şirket olarak örgütlenmiş medya kuruluşlarının birincil hedefi kazanç elde etmektir. Beklentiler diğer iş alanlarında olduğundan daha farklı olsa dahi, iktisatçı Friedman'ın "şirketlerin kâr etmekten başka sosyal

⁸ Zülfikar Damlapınar, *Medya ve Siyaset İlişkileri Üzerine*, Ankara, 2009, s. 83.

⁹ Erkan, age.

¹⁰ John Keane, *Medya ve Demokrasi*, Ayrıntı yayınları, İstanbul, 1999.

¹¹ Zülfikar, age.

sorumlulukları yoktur” öngörüsü büyük ölçüde medya alanı için de geçerlidir.

Televizyon insanoğlunun zaman ve mekân sınırlılıklarıyla çizili gündelik yaşam deneyiminin sınırlarını geliştiren, geliştirmekle de kalmayıp bu deneyimin nitel ve nicel görüntüsünde önemli yol açan bir teknolojik olanaktır. Kitle iletişim araçlarının gelişme aşamaları ve bireylere ulaşabilirliği göz önüne alınırsa, televizyon öncesi kitle iletişim araçlarının hiç biri televizyonun gücüne kısa zamanda erişememiştir. Bütün bu özellikleriyle televizyon çağımızın en büyük ‘ kültürel üretim ‘ aracı olmuştur. Çünkü televizyon kendisinden önceki araç ve yaşam biçimlerini köktenci bir şekilde etkilemiş ve değiştirmiştir.¹²

2.2. Medya ve siyaset ilişkileri

Medyanın siyasiler üzerindeki etkileri konusunda araştırmalar yapan Linsky'nin elde ettiği bulgular, medyanın herhangi bir konuda yaptığı olumlu ya da destekleyici yayınların o konudaki siyasi karar alma sürecini hızlandırdığını ve olumsuz yayınların ise yavaşlattığını göstermektedir. Nelson'un çocuk sorunlarına ilişkin araştırması da benzer sonuçlara ulaşmıştır. Burada da çocuklara kötü davranılması konusunda bireyler ve kurumlarca oluşturulan kamuoyunun, kitle iletişim araçlarını kullanarak siyasal gündemi etkilediği vurgulanmıştır.

Medya gündeminden bahseden Erkan, süreç içerisinde haber değerleri ya da izleyenlerin tercihleriyle fark edilen medya gündeminin, kamuoyu gündemini ve onun da siyasal ya da baskı gruplarının belirlediği siyasal gündemi etkilediği ve yine aynı şekilde medya gündeminin siyasal gündemden, siyasal gündemin de medya

¹² D. Kocadaş, *Kitle İletişim Araçları ve Siyaset Kurumuna Etkisinin Analizi*, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya, 1996.

gündeminden etkilendiği ifade etmektedir.¹³ Bernard Cohen'in 1963'te dile getirdiği 'Basın çoğu zaman insanlara ne düşüneceğini söylemede başarılı olmayabilir, ancak izleyicilerine ne hakkında düşüneceklerini söylemede fevkalade başarılıdır' sözünü temel alan gündem belirleme araştırmacıları, ikinci aşama çalışmalarla elde ettikleri bulgularla artık bundan daha da fazlasını iddia etmenin doğru olduğunu kabul etmektedirler. Medyanın konulara verdiği önem derecesi ile izleyenlerin aynı konuya verdikleri önemlilik bir paralellik olduğunu belirleyen ilk aşama gündem belirleme çalışmaları, artık bilinçsel düzeyde etkilerden tutumlar yönündeki etkilere ait bulgular uzanmaktadır. Eş deyişle, Cohen'in sözlerinden daha da fazlası iddia edilmekte ve medyanın belki de davranışları da etkilediğinin üzerinde durulmaktadır. Tartışmaların içeriği ise medyanın ne kadar güçlü olduğu sorusunu gündeme getirmektir. En özet biçimde gündem araştırmalarında ortaya konulan en önemli sonuç, medyanın yayın yoluyla kamuoyunun en önemli problem sıralamasını belirlemesi ve siyaset gündeminin de bundan etkilenmesidir. Buna göre ne siyasi liderler, ne de kanaat önderleri, medyanın konular arasında seçme etkinliğini kontrol edebilmektedir.

2.3. Siyasal görüşün medyayı yönlendirme süreci

¹³ Erkan, age.

İktidar ve dil, yani söylem ilişkisinden bahseden Akter, Reid'in iktidarı dört şekilde incelediğinden bahseder.¹⁴ Yazara göre birinci evrede “mikro seviyesindeki sosyal etkileşimlerde, konuşmacının gücü veya güçsüzlüğü içerik veya dilin biçiminde ve dilin biçiminin grup üyelerine yansımaya aksetmekte” iken, ikinci evrede “kullanılacak olan söylem üst ve astı belirlediğinden”, dilin iktidarı yaratmakta olduğundan bahseder. Buna ilaveten, üçüncü evrede ise “dilini iktidarı depolitize ettiği sav”ının öngörüldüğünden bahseden Akter, son evrede de “dilini iktidarı “alışılmış”laştırdığı”na deyinmektedir.

Medya, iktidar, kamuoyu ve demokrasi hakkında gündem belirlemeden bahseden Erkan araştırmacılarının öngörüsü, gündem belirleme sürecinin sıklıkla medya gündeminin bir konuyu kamu gündemine yerleştirerek başlattığı ve daha sonra bunu siyasi değişikliğin izleyebildiğinden bahseder.¹⁵ Bu neden, olma rolü, medya için demokratik bir toplumda medyanın üstüne çektiğinden son evrede nihai bir rol olarak tanımlamıştır. Medya siyaset ilişkileri çerçevesinde değerlendirilmesi mümkün olmakla birlikte, ekonomik sonuçlarının önemi nedeniyle, medya ekonomi ilişkileri bağlamında ele alınabilecek bir boyut da medyaya verilen teşviklerdir. Teşvikler, siyasal iktidarların medya ile ilişki kurma biçimini simgeleyen “havuç ve sopa” söyleminin havuç boyutunu oluşturmaktadır.

Medyanın varlığı genel kabul gören gücünün belki de en sağlam dayanağı siyasetle yakın ilişkisinin ona sağladığı güçtür. Kamu adına hareket ettiği, bu yüzden özgürlüğünün her şeyin üstünde olduğu söylemi, medyanın varlığının haklı gerekçelerinden birisini oluşturmaktadır. Medya ve siyaset gibi toplumsal sistemin iki önemli

¹⁴ Akter, T. (2006). *Medya ve iktidar ilişkileri: Dilin klişeleştirdiği cinsiyet kimlikleri, Uluslararası Kadın Araştırmaları Konferansı*, http://cws.emu.edu.tr/en/conferences/2nd_int/pdf/Tutku%20Akter.pdf

¹⁵ Erkan, age.

aktöründen bahseden Zülfikar medya ve siyaseti karşılıklı ilişki içinde görmüş ve günümüzde her iki aktörün de geçirdiği yapısal dönüşüm, kendileriyle ve toplumla kurdukları ilişkilerin yapısında da önemli değişimlere yol açmasından bahsetmiştir.¹⁶

Heider'in ortaya attığı Yükleme Kuramı'na göre insanlar sağduyu psikologları gibi davranarak hem kendilerini hem de başkalarının davranışlarını açıklamaya güdülenmiş gibi davranırlar.¹⁷ Zaman ve mekâna göre durumlara atfedilen siyasal görüşlerde değişebilir. Terry Eagleton'un açıklamalarına göre ideoloji, dört anlam boyutu içinde değerlendirilebilir. 1) Baskıcı bir siyasi iktidarın ayakta kalmasına hizmet eden yanıltıcı veya toplumsal bağlantısı kopartılmış inançlar. 2) Egemen toplumsal sınıfların maddi çıkarlarını doğrudan doğruya dile getiren ve onun yönetimini desteklemeye yarayan fikirler. 3) Devrimci güçlerin doğru bilincini de içeren kuramsal formlar. 4) Meta fetişizmi olarak açıklamıştır.

2.4. Medyanın kamuoyu üzerindeki etkileri

Medya patronları, sahip oldukları bu muazzam gücü kendilerine maddi ve manevi her türlü menfaat sağlayacak şekilde gözeterek ve bu uğurda basın özgürlüğünü kötüye kullanarak, karşısındakilerin zaman zaman hak ve özgürlüklerini engelleyerek, yıldırarak veya başkalaştırmak suretiyle bir baskı aracı olarak kullanabilmektedirler. Yayıncılıkta yayıncı olarak, toplumun gereksinimlerini yok sayarsınız, böylece sadece sermaye ve güç gruplarına karşı kendinizi sorumlu hale getirirsiniz. Bu ise kaçınılmaz olarak, medyanın sermayedarlar ve güç grupları tarafından tahakküm altına alınması sonucunu doğurur ki, böylesine bir netice medyanın nesnellüğünün yok olmasıyla eşanlamlıdır. Genellikle medyaya yöneltilen eleştirilerin başında, kamuoyunu tarafsız

¹⁶ Zülfikar, age.

¹⁷ Milburn Michnel A., *Kamuoyu ve Siyaset*, Çev: Ali Dönmez ve Veli Duyan, İmge Kitabevi, Ankara, 1998, s. 123.

olarak bilgilendirmek ve haberdar etmek yerine forme ettiği gelmektedir. Haber ve bilgi aktarılması doğrudan amaçlansa da, amaçlanmasa da, ister istemez kamuoyunu biçimlendirir. Yani her gazete her televizyon kanalı, her dergi her radyo, her internet sitesi kısıtlı olarak yapsa da, yapmasa da temel görevi olan ‘ bilgi ve haber aktarma’ sırasında kamuoyunu biçimlendirme işlevine de sahiptir.¹⁸

Günlük yaşamlarında sürekli iletişim kuran insanlar için, iletişim araçları artık bağımlılık noktasına gelmiş diyen İlhan Biçer, bunun nedenlerini ise; haber alma ihtiyacı, düşüncelerin bildirilmesi, paylaşma ve karşılıklı iletişim alışverişini sağlamakta, kişilerin/ toplumun, bilme gibi zihinsel ihtiyaçlar, duygusal ihtiyaçlar, bütünleşme ihtiyaçları, eğlence ihtiyaçları, dinlenme ihtiyaçları, sosyal temas isteği ve kamu işleri hakkında bilgi ve yorum edinme şeklinde sıralamaktadır.¹⁹ Kitle iletişim araçlarının bilgilendirmek, eğlendirmek ve eğitmek gibi önemli üç özelliğini vurgulayan Biçer, bu nedenle yayıncının, izleyicinin yaşadığı toplumun her yönüyle ve tüm kriterleri ile bir parçası olduğunu algılamasını sağlamak temelinde ortak amaç belirlemesinin ve kendilerini sorgulayarak hedef koymasının gerekliliğini vurgulamıştır.

3. Yöntem

3.1. Araştırma dizaynı

Yapılan çalışmada, öncelikle medya ve siyaset ilişkilerinin kamuoyu üzerindeki yaklaşımın ne olduğu ile ilgili literatür taranmış, konu kapsamındaki kuram ve kavramlar açıklanmaya çalışılmıştır. Buna istinaden, Medyanın gerçek kaynağa sahip haberleri mi yoksa ticari bir meslek alanı olduğu tartışmasına yer vermeyerek, medyanın, haberciler aracılığıyla gerçeğin kamuoyuna yansıtılmış hali olduğu düşüncesi temel alınarak; söz konusu medyanın,

¹⁸ Emre Kongar, Demokrasi ve Kültür, Remzi Kitabevi, Ankara, 2009.

¹⁹ Biçer, age.

bilhassa kamuoyunu bilgilendirme sürecinde ne denli etkili olabileceği tartışması yapılandırılmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda yapılan çalışmada Kuzey Kıbrıs'ın, Lefkoşa ve Gazimağusa bölgelerinde yapılan anket sonuçlarına göre, medyayı takip edenlerden rastgele seçilecek olan örneklem gruba, medya ve siyaset ilişkilerinin kamuoyu üzerindeki etkilerini ortaya koymak adına bir anket yapılmıştır.

3. 2. Örneklem ve Durum Çalışması

Daha evvel de belirtildiği üzere Bernard Cohen'in 1963'te ortaya koyduğu, 'Medya çoğu zaman insanlara ne düşüneceğini söylemede başarılı olmayabilir, ancak izleyicilerine ne hakkında düşüneceklerini söylemede fevkalade başarılıdır' sözü üzerinde durularak medyanın, medya etik normlarına uygun ve kamuoyuna saygılı, doğru kaynaklara dayandırılarak, mümkün olan en yalın söylemle habere alınması gerektiği gerçeğine dikkat çekilmek istenmiştir. Bu çalışmada, medya ve siyaset ilişkilerinin kamuoyu üzerindeki etkilerinin irdelenmesi temel alınmıştır. Çalışmanın amacı doğrultusunda, Kuzey Kıbrıs'ın, Lefkoşa ve Gazimağusa bölgelerinde, rastgele 162 kişi seçilerek, bu kapsamda medyanın, kamuoyu üzerindeki etkisi göz önünde bulundurularak, haberi nasıl "farklı"laştırdığı irdelenmiştir.

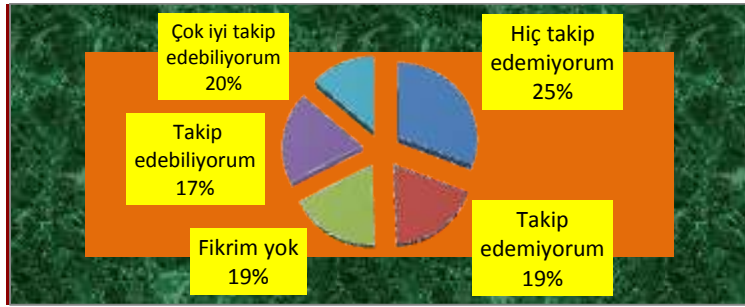
3.3. Sınırlılıklar

Yapılan çalışmada sadece Dünyayı kontrolü altına alan medyanın, Kuzey Kıbrıs'ta kamuoyu üzerindeki muhtemel etkileri üzerinde durulmuştur. Buna ilaveten 162 kişilik medya takipçisini kapsamına alan çalışmada yöntem anket çalışması ile sınırlandırılmıştır.

4. Bulgular ve değerlendirme

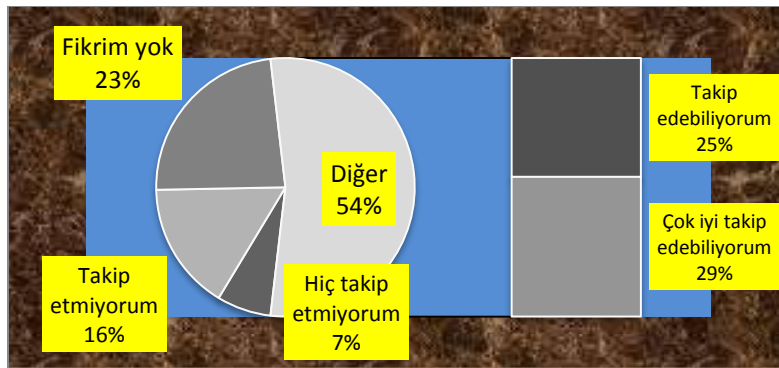
4.1. Medya ve Siyaset İlişkilerinin Kamuoyu üzerindeki Etkilerini "farklı"laştırma dışına dair algı ve bilinç dağılımları

Yapılan çalışmanın sonucunda, kamuoyuna "yeterli" ve "doğru" bilginin medya aracılığıyla sağlanamadığı, büyük çoğunlukla gözlenmiştir. Araştırma bulgularına göre rast gele seçilen 162 kişiden medyayı takip edenlerinden sadece %20'i medya ile ilgili gelişmeleri çok iyi takip edebildiğini iddia ederken, %25'i hiç bilmediğini vurgulamıştır. Konu ile ilgili olumsuz cevap verenlerin yüzdeliğinin, olumlu cevap verenlere oranına bakıldığı zaman; Medyayı takip edenlerin, toplumsal haberlere dair yeterli bilgiye sahip olmadığı görülmektedir.



Tablo 1. Medya Takip Oranı

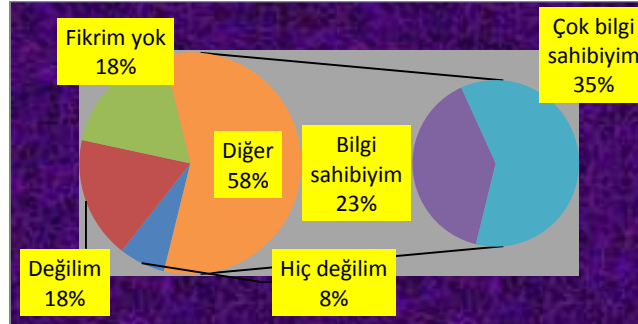
Yapılan rast gele anket çalışmasına göre, medyayı takip edenlerden büyük bir kısmının günlük haberleri tam olarak takip edemediği ve çok az bir kısmının medya haberlerini tam olarak takip edebildiği ortaya çıkmıştır.



Tablo 2. Haberleri günlük olarak takip edebiliyor musunuz?

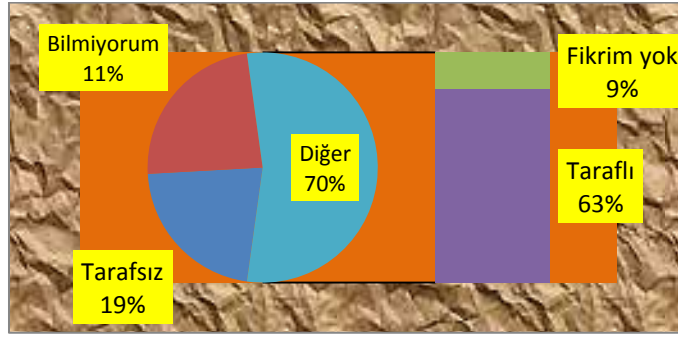
Buna ilaveten “medyayı takip eden” ergenlerden, medyayı %29'u çok iyi takip edebildiklerini ve %25'i takip edebildiklerini, %23'ünün bu konuda fikir sahibi olmadıkları belirtilmiş, %54'ü medyayı takip edebilmeye olumlu bakarken, %16'sı medya haberlerini takip etmediklerini, %7'si ise hiç takip etmiyorum yaklaşımında olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Oysa ki, medya takibi sorgulandığında, 162 katılımcının Medyanın siyasi iradeden etkilendiğini düşünüyor musunuz sorusuna %58'i siyasi iradeden etkilendiğini düşünürken, %18'sinin konu hakkında fikrinin olmadığını, %8'i konu hakkında yeterince bilgi sahibi olmadığını söylemiştir. Dolayısıyla anket sonuçlarına göre, ankete katılanların çoğunluğu medyanın siyasi iradeden etkilendiği düşüncesini paylaşmaktadır.



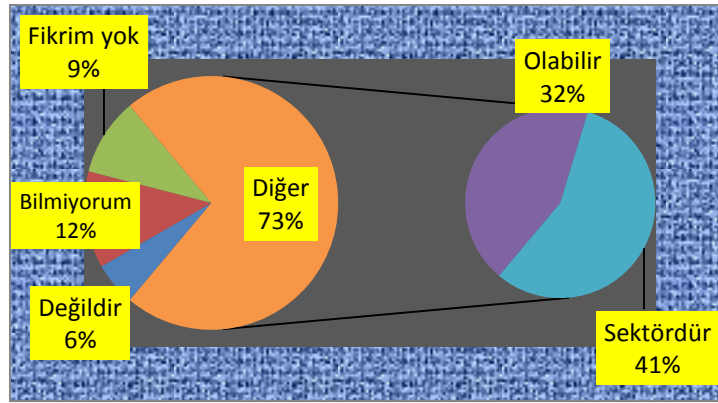
Tablo 3. Medyanın siyasi iradeden etkilendiğini düşünüyor musunuz?

Yapılan anket ve görüşme neticesinde Medyanın tarafsız olduğunu düşünür müsünüz sorusuna, %63'lük bir dilimin medyanın tarafsız olduğunu düşünenlerin oluşturduğunu, %19'unun medyanın tarafsız yaklaştığını, %11'lik bir dilimin kararsız olduğunu ve %7'sinin ise bu konu ile ilgili bir fikri olmadığı görülmektedir.



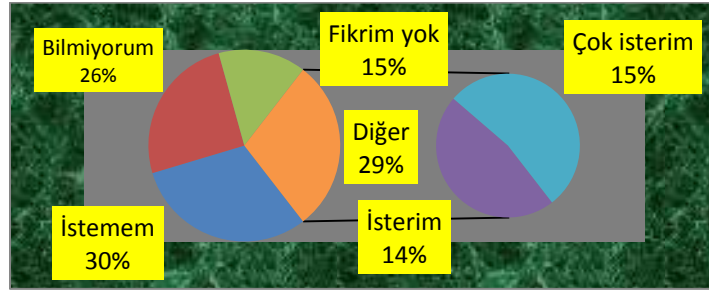
Tablo 4. Medyanın tarafsız olduğunu düşünür müsünüz?

Medyayı ekonomik bir sektör olarak görüp görmedikleri sorgulandığında ise %73'lik bir çoğunluğun ekonomik sektör olarak gördükleri, ekonomik bir sektör olarak görmeyenlerin ise sadece %18'lik bir dilimi oluşturduğu gözlemlenmiştir.



Tablo 5. Medya ekonomik bir sektör müdür?

Ancak ne var ki Medya patronu olmak isteyip istenmeyeceği sorgulandığında; katılımcıların sadece %15'lik kısmının çok istekli, %14'ünün istekli ve %30'unun ise istemediği gözlemlenmiştir. %26'lık bir dilimin bu konudaki kararsızlığı dikkat çekerken %15'lik bir grup ise bu konuda bir fikre sahip olmadıklarını dile getirmişlerdir.



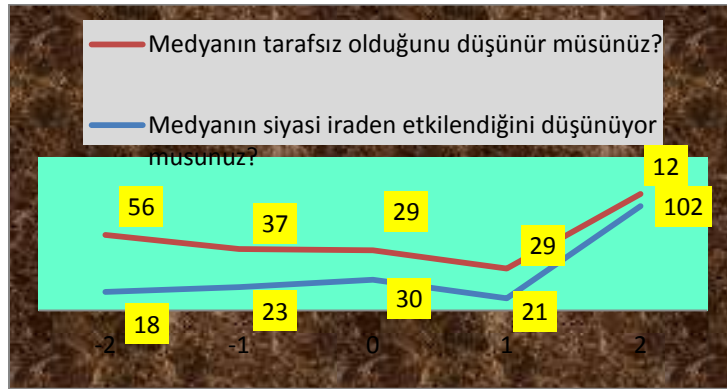
Tablo 6. Medya patronu olmak ister miydiniz?

Söz konusu bulguyu, bilinmeyen “meslek”e karşı bir savunma veya mesafe koyma hissi olarak yorumlamak mümkündür. Katılımcıların medyayı takip etme konusunda istekli oldukları ve yine aynı şekilde medya patronu olmayı tercih etmedikleri bulgusu ile de desteklemek mümkündür.

Son olarak yapılan anket çalışması bulgularına göre “medya”yı takip eden ergenlerin, medya ve siyaset arasındaki ilişkiyi taraflı olarak değerlendirdikleri saptanmıştır. Ancak “siyasi”lere karşı bir takım “önyargı”larının olması, medyayı takip eden “ergenlerin” büyük çoğunluğunun medya ile alakalı olmalarından dolayı, medyayı etkin olarak kullanmaya devam edecekleri kanısı ortaya çıkmıştır.

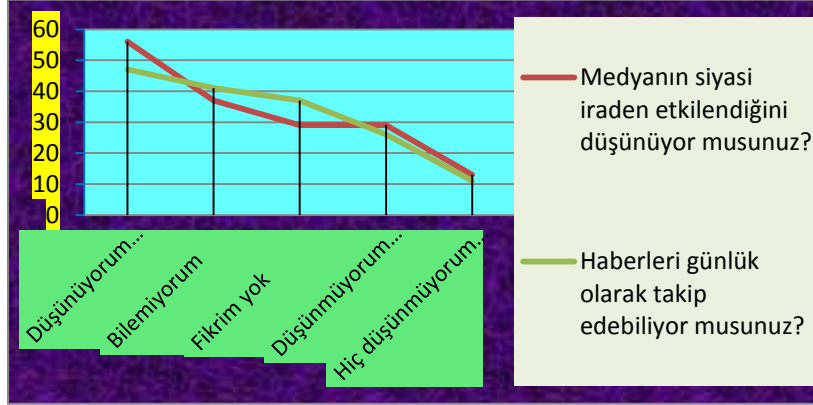
4.2. Bilgi eksikliğinin sebep olduğu muhtemel “önyargılar”

Yapılan araştırmada, medyanın siyasi iraden etkilendiğini düşünüyor olmakla, medyanın tarafsız olduğunu düşünmek arasındaki doğru orantı olduğu; “haber” ile ilgili sahip olunan bilgi farklılığının muhtemel bir ön yargı veya iletişim noksanlığına sebebiyet verebileceği gözlemlenmektedir.



Tablo 7. Medyanın siyasi iradeden etkilenmesi ile medyanın tarafsızlığı arasındaki ilişki

Buna ilaveten Kuzey Kıbrıs'ın Lefkoşa ve Mağusa bölgelerinde medyayı takip edenlerden rast gele 162 kişilik örneklem grubunun, haberleri günlük olarak takip edebilenler ile medyanın siyasi iraden etkilendiğini düşünenler bir ilişki olup olmadığı sınanmıştır. Bunun neticesinde bu iki değişkenin birbirleri ile doğru orantıda olduğu tespit edilmiştir.



Tablo 8. Medya ve siyaset ilişkisinin kamuoyu üzerindeki etkileri

Dahası, medyayı takip edenlerin, haberle ilgili yeterli bilgiye sahip olmadıklarından medya aracılığıyla haberleri öğrenmek istedikleri, medya aracılığıyla haberleri öğrenebilmek isteyenlerin, haberleri herhangi bir medya aracılığı ile değil de siyasi görüşlerine

yakın bir medya aracılığıyla öğrenmek istemeleri arasında ters orantılı bir ilişki olduğu gözlemlenmiştir. Bu ters orantı, medya ve siyasetle ilgili edinilen bilginin “haber”e karşı olumsuz bir yargı oluşmasına sebebiyet verdiği ve güven duygusunu olumsuz yönde etkilediğine gönderme yapmaktadır.

Tüm bulgular ışığında ise, “medya”yı takip eden ergenlerin siyasi gerçekleri “tanımlayacak” kadar yeterli bilgi birikimine sahip olmadığı, bu nedenle de bir takım “önyargı” veya “temkin”lere sahip olduğu ancak medyanın tarafsızlığı konusunda her hangi “olumsuz” anlamlandırma yapılmadığı dikkati çekmiştir. Kısaca özetlemek gerekirse, Kuzey Kıbrıs'ta rast gele 162 ergen üzerinde yapılan anket sonuçlarına göre, medyayı takip edenlerden büyük bir kısmının, medya ve siyasal ilişkilerinin kamuoyu üzerindeki etkileri hakkında pek fikirleri olmadığı ortaya çıkmıştır.

Elde edilen bulgulara ve yapılan incelemelere göre siyasetin, medya üzerindeki etkilerini azaltabilecek yayın ilkelerine sadık kalınmasının, kamuoyunu bilinçlendirilebilmesi anlamında zaruriyet dikkati çekmektedir. Medyanın ekonomik rolünün, sinema ve dizilerin çekilmesinde etkili olabileceğini düşünecek olursak bu dizilerin hazırlanması için tamamı ile ekonomik ve siyasal çıkar ilişkilerinden soyutlandırılmış bir ortamın önemliliği dikkati çekmektedir. Son yıllarda kitle iletişim araçlarında özellikle televizyon, radyo ve internet programlarına bakıldığında, ticari olarak reyting ölçümlerini ön plana alınan program ve yayınlar oluşturulması, yayıncılar için adeta bir zorunluluk olduğu görülmektedir. Bu durum kaliteyi etkilemekte ve bir birine benzer program yapma anlayışını getirerek izleyiciyi etkileyerek toplumun yanlış yönlendirilmesine sebebiyet vermektedir. Ülkemizde son yıllarda medyanın kamuoyunu yönlendirmedeki rolünün giderek

daha da arttığı ve medya sahiplerinin giderek artan tekelleşme eğiliminin gözlemlendiği, bu günden sonra da siyasetin, medya ve kamuoyunu etkileme felsefesinin önemli bir paydasını oluşturacağı düşünülmektedir.

5. Sonuç

Yapılan çalışmada medya ve siyaset ilişkilerinde, siyasilerin medya üzerine "yanlı" yaklaşımları ve siyasal görüşün medyayı yönlendirme sürecinde, "kamuoyu" üzerinde etkin rol oynadığı varsayımı temel alınmıştır. Bireylerin sosyalleşme süreci aile, eğitim, arkadaş grubu ile çevrede şekillenebilmektedir. Medya ise bu süreci çapraz kesen bir sürekliliğe sahiptir: yani bireyi yaşamından ölümüne kadar etkilemektedir. Bir başka deyişle bugün toplumun değer yargılarını biçimlendiren en önemli kurumların başında medya gelmektedir. Bu nedenle ailenin ve okulun önüne geçen medyaya, gerçekten çok büyük sorumluluklar düşmektedir.

Günümüzde ise bazı medya grupları gerek siyasi gerekse de ekonomik nedenlerle sorumluluk duygusundan uzak bilgi ve haber aktarmaya devam etmektedir. Zaman zaman yaptıkları programlar devlet-millet yararından çok magazin mantığı ve çıkar gruplarının menfaatlerine yönelik olup, böylece en temel görevleri olan doğru haber ve bilgi vermekten uzaklaşmaktadırlar. Bütün bu özellikleriyle medya, çağımızın en büyük "kültürel üretim" aracı olmuştur.²⁰ Medya kendisinden önceki iletişim ve sanat biçimlerini köktenci bir şekilde etkilemiş ve değiştirmiştir. Comstock'un belirttiği gibi, "artık hiçbir şey televizyondan önceki gibi olmayacaktır."²¹ Medyanın, kamuoyunu doğru algılamaları açısından haberin "gerçek"e en yakın biçimde, en yalın ve objektif söylemlerle hazırlanması; izleyicilerin, medyada

²⁰ Ertuğrul Özkök, *Sanat, İletişim ve İktidar*, Tan Yay., Ankara, 1982, s. 191.

²¹ George Comstock, *Television in America*, Sage Publication, 1991.

yaşananları algılamalarına katkı sağlaması bakımından büyük önem arz etmektedir.

Yapılan çalışmalar da göstermiştir ki, medya siyaset ilişkisi parçalanmış ve bütünlüğünden koparılmış, materyalist bir ahlak ile mutlaklaştırılmış idealist ama işlerliğini kaybetmiş bir ahlak arasında sıkışmıştır. Pratik kaygılar günlük siyasal mülahazalara ulaşmanın en ideal biçimlerine dönüşebilmek için, materyalist tarzda da olsa mutlak etik değerler olma yolundadır. Mevcut durum siyasetin medya üzerindeki müdahaleleri nedeni ile, medya tarafsız yayın yapamamış; bu da kamuoyu üzerinde “medya”ya karşı bir “güvensizlik” oluşumuna sebebiyet vermiştir. Siyaset tarafından bazı gerçekler göz ardı edilmiş, kamuoyu medya haberlerinin doğruluğu konusunda algılama boşluğu yaşamaya mahkûm edilmiştir. Ülkemizde medya sektörünü; kitleleri etkileme, insanları yönlendirme, insanları bilgilendirme ve yanlış düşündürme gibi fonksiyonları yerine getirdiğini söylemek mümkündür. Medya gündeminden bahseden Erkan; süreç içerisinde haber değerleri ya da izleyenlerin tercihleriyle fark edilen medya gündeminin, kamu gündemini ve onun da siyasal ya da baskı gruplarının belirlediği siyasal gündemi etkilediği ve yine aynı şekilde medya gündeminin siyasal gündemden, siyasal gündemin de medya gündeminden etkilendiği ifade etmektedir.²² Gündem belirleme yaklaşımına göre, insanlar ne hakkında düşüneceklerini ve konuşacaklarını medya aracılığıyla gelen mesajlardan öğrenmekte ve böylece oluşan gündemler siyasal gündemi şu ya da bu şekilde etkileyebilmektedir.

Günümüzde medya patronluğu oldukça cazip hale gelmiştir. Özellikle gazete veya televizyon sahibi olmak bir iş adamına büyük itibar kazandırmakta, birçok kapalı kapıyı açan anahtar niteliği

²² Erkan, age.

taşımaktadır. Diğer tüm ülkelerde olduğu gibi ülkemizdeki medya iletişim sisteminin de, siyasal, politik, ekonomik ve sosyo-kültürel sistemden etkilenerek, bu olgulara göre şekillendiği görülmektedir. Fakat medya, toplumun huzurunu ve genel ahlakını bozabilecek yalan-yanlış, lüzumsuz ve yıkıcı bilgi, haber ve yorumlarını yayınlamayarak, mümkün olduğu kadarıyla doğru ve yapıcı haberlerin öğrenilmesine katkı sağlanmalıdır. Bu bağlamda bir sonraki çalışmada, siyasetin, medya üzerindeki "yanlı" yaklaşımıyla, siyasal görüşün medyayı yönlendirme sürecini ve "kamuoyunu" tanımlama biçimlerindeki sebep ve süreçlerindeki sorunsalı netleştirebilecek, konunun etkin rol oynadığı tartışma üzerine daha fazla ışık tutabileceği düşünülmektedir.

Kaynakça

- Akter. T. (2006). *Medya ve iktidar ilişkileri: Dilin klişeleştirdiği cinsiyet kimlikleri*, Uluslararası Kadın Araştırmaları Konferansı, http://cws.emu.edu.tr/en/conferences/2nd_int/pdf/Tutku%20Akter.pdf
- Barrett & Braham, *Media knowledge and Power*, Rotledge, London, 1995.
- Biçer, İlhan, *Medyanın Kamuoyu Üzerindeki Etkileri ve Etik*, Fırat Üniversitesi, 2009.
- Comstock, George, *Television in America*, Sage Publication, 1991.
- Damlapınar, Zülfikar, *Medya ve Siyaset İlişkileri Üzerine*, Ankara, 2009.
- Ergün, M. (b.t.). *Felsefeye giriş: Bilim felsefesi*. <http://www.egitim.aku.edu.tr/bilimfelsefesi.pdf>. [28.01.2013]
- Karaçay, T. (12.10.2010). *Bilimsel Bilgi Üretimi* [orj. Metin K. Godel]. http://www.acikders.org.tr/pluginfile.php/322/mod_resource/content/0/odevler/Bilimsel_Bilgi.pdf
- Keane, John, *Medya ve Demokrasi*, Ayrıntı yayınları, İstanbul, 1999.
- Kocadaş D., *Kitle İletişim Araçları ve Siyaset Kurumuna Etkisinin Analizi*, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya, 1996.

- Kongar, Emre, *Demokrasi ve Kültür*, Remzi Kitabevi, Ankara, 2009.
- Medialiteracy (2007). *Welcome to the Internet's major portal for media literacy education*. <http://www.medialiteracy.com>(Erişim Tarihi: 02 Mart 2013)
- Milburn Michnel A., *Kamuoyu ve Siyaset* çev: Ali Dönmez ve Veli Duyan, İmge Kitabevi, Ankara, 1998.
- Özkök, Ertuğrul, *Sanat, İletişim ve İktidar*, Tan Yay., Ankara, 1982.
- Rivers W.L., *The other Government Power and the Washington Media*, New York Universe Books, 1982.
- Uzun, H., “Tarih Bilimi ve Tarihte nedensellik”, *Gazi Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi*, Cilt 7, Sayı 1. Ss. 1-13.
- Yüksel, Erkan, *Medyanın Gündem Belirleme Gücü*, Çizgi Kitabevi, Konya, 2001.

Künye:

Yılmaz, Mesut, “Medya ve Siyaset İlişkilerinin Kamuoyu Üzerindeki Etkileri: KKTC Örneği”, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi II*, (2013):230-252.