

BASIN, KAMUOYU VE ÜNİVERSİTE

Yard. Doç. Dr. A. Murat VURAL*

ÖZET

Toplumda habercilikten eğlenceye, kamuoyu oluşturmadan kültürel değerleri etkileme ve toplumun eğitimine kadar uzanan yelpaze içinde birçok işlevi yerine getiren basın, genel ya da yerel düzeyde değişmeyen bu özellikleriyle kamusal göreve sahip toplumsal bir iletişim kurumu olarak nitelendirilebilir. Kamuoyu ise, sosyal yapının farklı renkleri ve bu renklerin farklı tonlarının biraraya gelebilme ve seslerini yükseltebilmelerinden başka bir şey değildir. Basın bu renklilik içinde farklı kültürlerden, sentezlemeler yaparak yeni kültürler ortaya çıkartma sorumluluğu ile de yükümlüdür. Basının taşıdığı misyon ve işlevlerde olduğu gibi, üniversiteler de bilim, araştırma ve yükseköğretim kurumları olmalarının yanısıra aynı zamanda buldukları toplumlarda kültür üreten, toplumsal çağdaşlığa yön veren, toplumun kalkınması yönünde ve uzak-yakın çevrelerindeki kendi alanlarına giren sorunlarla ilgilenen, öneriler, yöntemler, çareler üreten ve geliştiren kurumlardır. Kamuoyunu etkileme, yönlendirme ve bilinç düzeyini yükseltmeyle de sorumludurlar. Bu çalışmada Basın (Medya) ve Üniversite kurumunun, kamuoyu özelindeki benzerlikleri ve gerçekleştirebilecekleri işbirliği üzerinde durulmuştur.

BASIN

Özgürlükçü sistemlerin kitlelere yönelik en önemli araçlarının başında, iletişim araçları gelmektedir. Günlük yaşam akışı içinde oldukça geniş yer kaplayan, hatta bir anlamda bireylerin yaşamlarını düzenleyici ve yönlendirici rol oynayan bu araçların önemli işlevleri ve sosyal sorumlulukları bulunmaktadır. Kitlesele mesajlar üreten, haber, bilgi ve kanaat edinmek için günün her saatinde bir anlamda servis hizmeti veren bu araçlar bilindiği gibi artık kısaca 'Medya', Türkçe deyimini ile Kitle İletişim Araçları olarak anılmaktadır. Aslında bu iletişim araçlarının Türkiye'deki geleneksel ifade edilış biçimi "Basın"dır.

Toplumda habercilikten eğlenceye, kamuoyu oluşturmadan kültürel değerleri etkileme ve toplumun eğitimine kadar uzanan yelpaze içinde birçok işlevi yerine getiren basın, genel ya da yerel düzeyde değişmeyen bu özellikleriyle **kamusal göreve sahip** toplumsal bir iletişim kurumu olarak nitelendirilebilir. Bu toplumsal iletişim kurumu, bir yandan bireylerin haber edinme, okuma, öğrenme, kanaat geliştirme, tercih belirleme gibi konulara ilişkin ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik

*Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi

bir etkinlik (üretim) içinde bulunurken öte yandan, bireyin sosyalleşmesindeki ve dolayısıyla sosyal yapının değişmesindeki en etkili araçlardan biri özelliğine de sahip bulunmaktadır.

Basın dört temel işleyle donatılmış bulunmaktadır. Bunlar, haber verme, denetim ve eleştiride bulunma, kamuoyunu aydınlatma ve serbest oluşumunu sağlama ile eğitime ve eğlendirme işlevleridir. Basının bu geleneksel işlevlerinin yanısıra, Türkiye gibi, önce geri kalmış ancak daha sonra hızlı bir gelişme sürecine girmiş toplumlarda tarihsel bir görev daha yüklenmektedir. Bu da az önce yukarıda da belirtildiği gibi, “sosyal yapının değişimine katılma işlevi” dir. Gevgilili (1988, s. 129) bu düşünceyi destekleyen bir yaklaşımla konuyu şöyle açıklamaktadır:

Topumlarda üretim ilişkileri ile teknoloji ve ekonomideki sıçramalar giderek kültürel ve sosyal yapıda da kendi karşılıklarını oluşturan yapısal dönüşümleri gerektirirler. Aslında, toplumlarda varolan yasalar, değerler, gelenek ve törelerle içinde bulunulan maddi yapı arasında somut ilişkiler vardır. Kalkınmak ya da ilerlemek, uygulamada, yeni teknikler ve iş biçimleri ile toplumun inanç sistemi ve kültürel değerleri arasında bir bütünlük kurmak, bunu gerçekleştirecek yeni toplumsal örgütlenişe erişmek demektir. Modernleşme ve kalkınma yolunda topluma yeni değer yargıları getirme görevi önemli ölçüde yığınsal iletişim araçları'na düşmektedir. Böylece hem daha dinamik bir kalkınma için gerekli kültürel ortam yaratılmış, hem de geniş halk yığınlarının bu ortama katılması gerçekleştirilmiş olacaktır. Basına yeni kültürün yaratılmasında düşen görev sanıldığından da büyüktür.

Gevgilili'nin de ifadesinde yerini bulduğu gibi, basının toplumları kalkındırma, modernleştirme gibi sorumluluklarının yanısıra, kültür yaratma gibi çok önemli bir misyonu daha vardır.

Basının toplumsal boyutta sahip olduğu çok önemli misyon ve işlevlere ilişkin olarak Öktem (1986, s. 242) de, basının bir eğitim mekanizması olup toplumu yönlendirerek belli tercihlere götürdüğünü, koşullandırdığı tercihlerin ve oluşturduğu kamuoyunun, kişileri çağdaş değerlere de, çağ dışı, ahlak dışı ve insanlık dışı tercihlere de yönlendirebildiğini söylemektedir. Öktem ayrıca, çağımızın tekniğe dönük yaşamının kültür olgusunu yaratan kitap ve kaynaklardan kişiyi uzaklaştırdığını, oysa kültür olgusunun bireyin ve toplumun sağlıklı tercihlere yönelmesi bakımından yaşamsal önem taşıdığını, kültürsüz birey ve toplumların gelişigüzel yollara sürüklenebildiklerini, çöşkulu atılımlarla tehlikeli kitle yapısı içine girebildiklerini ve nihayet totaliter ideolojik sapmalara çok daha yatkın hale gelebildiklerini de belirtmektedir.

Öktem'in yukarıda da belirttiği gibi, basın aracılığıyla gönderilen mesajlar, toplumun tüm bireylerinin ve kurumlarının toplumsal kişiliğinde istenilen ya da

beklenen duygu, düşünce ve davranış değişikliklerini hızla gerçekleştirebilmektedir. Bu nedenle basın aracılığıyla bu mesajları hazırlayan ve gönderen kaynaklara, onların arkasındaki güç odaklarına dikkat edilmelidir. Zira bu noktada gözden kaçabilecek kimi unsurlar, toplumsal yapıya ciddi zararlar verecektir. İşte bu noktada da medya ve üniversite gibi kurumların bildik işlevlerinin yanına, sosyal yapının kalkındırılması ve toplumsal aydınlanma çabalarına omuz vermek gibi farklı işlevler de eklenmektedir.

KAMUOYU

Basının yönlendirme, etkileme ve özgürce oluşmasına katkıda bulunma amacıyla olduğu kamuoyu ise, sosyal yapının farklı renkleri ve bu renklerin farklı tonlarının biraraya gelebilme ve seslerini yükseltebilmelerinden başka bir şey değildir. Basın bu renklilik içinde farklı kültürlerden sentezlemeler yaparak yeni kültürler ortaya çıkartma sorumluluğu ile de yükümlüdür. İşte bu anlamda bir ihtiyaç duyulan araç olarak ortaya çıkan basın, yukarıda da vurgulandığı gibi sosyal yapının değişimine katılma işlevi ile devreye girmektedir.

Basının haber verme kadar önemli bir diğer işlevi olan “kamuoyunu aydınlatma ve oluşturma işlevi” üzerinde ayrıntılı olarak durulmasında, basının toplumsal yapılanmaya ve demokrasinin gelişmesine katkıda bulunma sorumluluğu ve görevi açısından önem bulunmaktadır. Zira, basının bu işlevi kimi zaman doğrudan yine basın kuruluşlarının kendilerince, kimi zaman ise politika, ekonomi ya da magazin dünyasından kimi kişi ya da kurumlarca farklı amaçlarla kullanılabilmekte, dolayısıyla da toplum duygusal ve düşünsel anlamda sömürülebilmektedir. Kaldı ki basının kamuoyunu aydınlatma ve oluşturma işlevi çoğunlukla amacından ve anlamından saptırılmış olarak algılanmaktadır. Basın tek başına ve tek yönlü bir kamuoyu oluşturma aracı değildir. Kamuoyunu tek başına da oluşturamaz. Kamuoyunun oluşumunda daha başka önemli etkenler ve süreçler de vardır. Ancak basın, daha önce de vurgulandığı gibi, tüm bunlar içinde en etkili araçlardan biri olarak bilinmekte, dahası böyle kabul edilmektedir. **Basın kamuoyu oluşturmaz, kamuoyunun serbest oluşmasını sağlar.** Söylem biçimlerindeki bu farklılığa dikkat çekmekte yarar bulunmaktadır. Zira, tersi durumda “basın bir toplumsal kurum olarak tek başına kamuoyunu oluşturur” demek, basının tek yanlı haber ve yorum akışı ile okuyucuyu ya da izleyiciyi, onlara başka hiçbir düşünce, duygu ya da davranış şansı tanımadan gütmesi anlamına gelir ki bu da toplumsal yapıya uymayan, zorlanması durumunda da demokratik yapı için tehlikeli sonuçlar doğurabilecek bir yaklaşımdır.

Ne var ki Türkiye’de basın mesleğinde olanların çoğu zaman var olan diğer işlevlerini bir kenara bırakarak, tamamen yönetme ve yönlendirme içgüdüleri ile hareket ettikleri ve yalnızca tek işlev ve amaçlarının hem de son derece yanlış

anlaşılmiş biçimiyle, “kamuoyunu yönlendirmek ve kamuoyu yaratmak” olduğunu düşündükleri görölmektedir. Tüm medya kuruluşlarını ve çalışanlarını aynı kategori içinde değerlendirmek elbette mümkün değildir. Bugün ilkeli, mesleğin saygınlığını ve işlevlerini son derece başarıyla koruyan ve sürdüren, toplumun aydınlanması yönünde elindeki tüm çabayı kullanan, medya kuruluşları ve mensupları da bulunmaktadır. Ancak mesleğin bütününe hakim olma eğilimine girmiş kimi yanlış düşünce çerçevesindeki yapılanmalar da gözardı edilemez boyutlara ulaşmıştır. Türkiye’nin, teknolojiye, ekonomide, iletişim araçlarında, demokratik tartışma ortamlarında, eğitimde ve sanatta, 1980’li yıllarla birlikte içine girdiği hızlı değişim ve gelişim, ister istemez kültürel, bireysel ve toplumsal düşünce biçimlerinde de değişikliğe neden olmuştur. Doğal olarak medya da bu değişim rüzgarlarından etkilenmiş, çoğu zaman da bu rüzgarın içinde yer almıştır.

Bu yapılanmanın ve bir anlamda medyanın varlık nedeni olarak da görülebilen kamuoyu kavramını özetle, tartışmalı bir kamu sorunu hakkında görüşlerini duyuran, ifade eden bireylerin ve grupların kanaatleridir (Sezer, 1972, s. 24-25) biçiminde ya da belli bir toplum içinde yaşayan insanların belli bir olgu veya inanç üzerindeki ortak yargısıdır (Öktem, 1986, s. 242) biçiminde tanımlamak mümkündür. Bireyler, bu kanaat oluşturma sürecine basın yardımıyla girmekte ve yine onun yardımıyla duygu, düşünce, arzu ve tercihlerini belirlemektedirler. Bir bakıma basının, tek başına olmasa bile kamuoyunun oluşumunda en ciddi güce ve belirleyiciliğe sahip olduğu söylenebilir. Basının kamuoyu konusundaki etkinliği de iki yönlüdür. Birinci yönüyle basın kamuoyunun tepkilerini, beklentilerini, duygularını açığa çıkartırken ikinci yönüyle kamuoyunun yönlendirilmesi konusunda pusula görevi görmektedir. Bu etkinliği gerçekleştirirken elbette yalnızca en temel ürünü olan haber unsurunu kullanmamaktadır. Haberi, bu haber ya da haberlere bağlı kanaatleri, duygu ve yönelimleri daha fazla organize etmek, onları güçlendirmek, ortak bir düşüncede, eylemde ve tavırda toplamak için çeşitli içerik ve biçimsel unsurlar da kullanmaktadır. Bunlar; fotoğraflar, makaleler, söyleşiler, röportajlar, gündemi takip eden deneyimli ve gözlemci köşe yazarlarının değerlendirmeleri, okuyucu mektupları ya da makaleleri, istatistiksel grafikler, tablolar ve bunları en iyi şekilde sunmak için iyi bir görsel tasarım olarak sıralanabilir.

Öte yandan, kamuoyu ancak özgürlükçü demokratik sistemlerde oluşabilmekte ve bir güç olarak kendini hissettirebilmektedir. Güçlü bir kamuoyunun oluşabilmesi için özgür bir iletişim ortamına ve bu bağlamda da toplumsal bir iletişim kurumu olan basına gereksinim duyulduğu, kabul gören bir gerçektir. Kamuoyunun serbestçe oluşabildiği ve nitelikli basın kuruluşları aracılığı ile sesini duyurabildiği ülkelerin, demokrasi, kurumsallaşma, örgütlenebilme ve toplumsal bilincin yüksekliği açısından da oldukça ileri ülkeler olduğu görölmektedir.

Tüm bunlarla birlikte, kamuoyunun oluşmasında son derece önemli bir unsur da kamuoyu önderleridir. İletişim sürecinde, alıcıya gönderilmek istenen mesajların hedeflenen kitleye hızlı, güçlü, anlaşılır ve kalıcı bir etki bırakacak biçimde ulaşmasında, yüzyüze iletişim yöntemini kullanan kamuoyu önderleri, bu işlevleri ile son derece önemli bir rol oynamaktadırlar. Genellikle bu önderler karizmatik kişilikli ya da çevrelerinde sevilen, sayılan kişiler olmakla birlikte farklı sosyo-ekonomik statülere de sahip olabilirler.

VE ÜNİVERSİTE

Buraya kadar ele alınan “Basın ve Kamuoyu” kavramlarının, kurumsal ve işlevselliklerine ilişkin değerlendirmelere “Üniversite” gibi evrensel bir kurumun da eklenmesi durumunda ortaya, gelişmeye yönelik, çağdaş ve özgürlükçü demokrasi sistemini benimsemiş ülkelerin bireylerini yetiştiren, sağlıklı kamuoylarının oluşumu yönünde toplumsal yapıya harç koyan, aydınlanma sürecini hızlandıran (en azından hızlandırması beklenen), analizci anlayışı hakim kılan (kılması beklenen) en önemli kurumlar birarada ele alınmış olacaktır.

Bilindiği gibi, toplumsal kalkınma günümüzde artık yalnızca üretim araçları ve olanaklarının artması ile ya da ekonomik zenginleşme ile olmamaktadır. Kaldı ki özellikle 2000’li yıllar bilgi çağı olacaktır ve bilgi çağını yakalayabilen bir toplum olabilmek için, toplumsal kalkınmanın bilgisel, kültürel ve sosyal yaşam düzeyinde de gerçekleşmesi gerekmektedir. Bunun için, ekonominin yanı sıra, başka araç ve kurumlara da ihtiyaç bulunmaktadır. Bu kurumların en önemlilerinden biri bilimsel araştırmalar yapma, yüksek öğrenim görmüş bireyler yetiştirme misyonu ile donanmış olan üniversiteler ise diğeri de kitle iletişim araçları, güncel adlandırılış biçimi ile Medya’dır. Daha gelişmiş bir demokrasi, sosyo-kültürel anlamda daha kalkınmış bir toplum, daha duyarlı, sağduyulu ve bilgi toplumu olmak gibi unsurların temel tercih olarak belirlenmesi durumunda, en önemli işlevsel sorumluluklar da yine üniversite ve medya gibi kurumlara düşmektedir.

Bu noktada Türkiye açısından önemli üzerinde durulması gereken bir gerçek vardır ki o da Türkiye’nin bir bütün olarak 1923 yılında başlattığı kültürel ve eğitim düzeyinin yükseltilmesine yönelik aydınlanma çabasının 2000’li yıllara ulaşılmış olmakla birlikte henüz hiç bir biçimde tamamlanmamış olduğudur. Belki gazete, dergi, kitap gibi yayımların satış rakamlarının, bu araçlara olan taleplerin ve kullanım düzeyinin bir ülkenin kültürel ve bilgi düzeyi için belirleyici olmayabileceği iddia edilebilir. Ancak bu tez’e karşılık olarak ileri sürebilecek bir başka tez vardır ki o da toplumlarda, kültürlenme, bilgilenme, sosyalleşme, duyarlılaşma ve daha da ötesi bilinçli bir kamuoyu oluşturabilme unsurlarının, bu araçların kullanım oranları ile doğru orantılı olarak geliştiğidir. Kaldı ki önceki bölümlerde Öktem’in de ifade ettiği gibi, basın bir diğer deyişle sözü edilen gazete

ve dergiler bir anlamda eğitim mekanizmasının araçları olup toplumu yönlendirerek belli tercihlere götürmekte, koşullandırdığı tercihlerle ve oluşturduğu kamuoyu ile kişileri çağdaş değerlere de, çağ dışı, ahlak dışı ve insanlık dışı tercihlere de yönlendirebilmektedir. Yine Öktem (1986, s. 242)'in ifadelerinde yerini bulduğu gibi, kültür olgusunun bireyin ve toplumun sağlıklı tercihlere yönelmesi bakımından yaşamsal önem taşımakta, kültürsüz birey ve toplumlar gelişigüzel yollara sürüklenebilmekte, coşkulu atımlara, tehlikeli kitlesel oluşumlara ve nihayet totaliter ideolojik sapmalara çok daha yatkın hale gelebilmektedir. Konunun bu pencereden ele alınıp değerlendirilmesinde daha büyük yarar görülmektedir.

Gelişmemiş ekonomik yapıya rağmen hızlı nüfus artışı, coğrafyanın yarattığı fiziksel ve siyasal zorluklar, kaynakların kıtlığı ve ekonomik refaha ulaşılamadığı için toplumsal ve bireysel tercihlerin, kültürlenmeden daha öncelikli ihtiyaçlara kayması, bilgi, eğitim ve kültür kazandırıcı araçları ihtiyaçlar sıralamasında çok daha gerilere ittiği de ileri sürülebilir. Ne var ki sıralamada geri plana düşmenin bu gerekçesi de bir yere kadar kabul edilebilir doğrular içermektedir. Zira bugün bu ülkede öncelikli sosyal ihtiyaçlarını tamamlamış ya da eğitim, kültürlenme ve sosyalleşme sürecinin içinin girmiş kaydadeğer oranda bir kitle bulunmaktadır. Ülkenin büyük ve gelişmiş kent merkezlerinde yoğunlaşan nüfusu bu açıdan ele almak gerekmektedir. Kaldı ki Anadolu'nun her kentinde sefalet içinde yaşayan insanlar olabildiği gibi sefalet içinde ya da ortalama düzey içinde yaşayanlar da bulunmaktadır. Ülkenin yüzde 60-65'ini genç nüfus oluşturduğu ise gözönüne alınması gereken bir başka unsurdur. Bunların içinde belirli bir oranın ağır çalışma hayatında yer aldığı kabul edilmekle birlikte kayda değer düzeyde bir oranı da ya eğitim sürecindedir ya da bu süreci tamamlamış bulunmaktadır. Üniversitelerin sayısı ile birlikte üniversitede eğitim ve öğretim görmüş insan sayısı da küçümsenmeyecek düzeyde fazladır. Türkiye'de kabul edilmelidir ki sosyal yaşam iletişim, ulaşım ve elektronik teknolojinin sağladığı olanaklar ile oldukça kolaylaşmış, tarımdan endüstriye geçen bir toplum ortaya çıkmaya başlamıştır. Tüm bunlara rağmen eğer halen bilgiye duyulan ihtiyacın düzeyi düşükse, kitap, gazete, dergiye olan talepte artan nüfusa ve yukarıda sıraladığımız olumlu gelişmelere rağmen bir artış gözlenmiyorsa bunun nedenleri arasında kültürel erezyonun olduğu kadar, tarihsel ve geleneksel yapılanma ve alışkanlıklar ile toplumsal tercihlerin de sorgulanması gereği ortaya çıkmaktadır.

Bilgi ve birer bilgi ürünü olan gazete, dergi, kitap, kendilerine yönelik talebin düzeyi ile çoğalan ürünlerdir ve ancak belirli bir bilgi birikiminin oluşabildiği durumlarda, yeni bilgi ve bilgi ürünlerine talep oluşmaktadır. Söz konusu bilgi birikiminin oluşamamasının temellerine, ekonomik yetersizlikler ve öncelikler gibi gerekçeler koymanın hiç bir biçimde kabul edilebilir yanı bulunmamaktadır.

Yönetimde olanların geleneksel olarak taşıdıkları korkular, yetersizlikler ve uzun yıllar süresince tercih edilmiş politik kararların ortaya çıkardığı, toplumdaki acı verici bilgi birikimsizliği ve dolayısıyla toplumun bilgi ürünlerine olan ilgisizliği, kültürel erezyon, kavramlar ve değerler boyutunda yaşanan deformasyon, ülkenin ikibinli yıllarda yansıyan yüzünde birer ağır sosyal bedel olarak karşımıza çıkmaya başlamıştır. Hızla ortaya çıkan üzücü tabloya göre toplumda, temeli oluşmamış bilgilenmeye yönelik süreç ve gerçekleşmemiş bilgi birikimi nedeniyle, bunun üzerine yeni bilgi koyma ihtiyacı da bu ihtiyacı gidermeye yönelik talep de oluşmamaktadır. Dolayısıyla var olan iletişim araçları da birer pazarlama şirketleri olmaktan öteye geçememektedir.

Kültürel erezyon ile toplumsal kavramlar ve değerlerin deformasyonu, ister istemez ortaya kaotik bir yapı çıkarmaktadır. Bu kaotik yapıya bir de geleneksel ve bir türlü giderilemeyen zaafiyetler eklenince hemen hemen tüm kurumlar düzeyinde ciddi bir işlevsellik, ilkelilik ve etiksellik sorunu ortaya çıkmaktadır. Geleneksel ve bir türlü giderilemeyen zaafiyetlerin en belirginlerinden biri kurumsallaşamama ise bir diğeri de toplumsal ihtiyaçları anlama, kapsama ve karşılamada gösterilen beceriksizliklerdir.

İşte bu noktada toplumları kalkındırma, modernleştirme, kültür yaratma, bilgi üretme, bilgi birikimini sağlamaya yönelik çabaya girme ve bilgiye talep oluşturma gibi çok önemli misyonlar üstlenmiş iki kurumun işbirliğine ihtiyaç vardır: Medya ve üniversiteler. Medya'nın taşıdığı misyon ve işlevlerde olduğu gibi, üniversiteler de bilim, araştırma ve yükseköğretim kurumları olmalarının yanısıra aynı zamanda buldukları toplumlarda kültür üreten, toplumsal çağdaşlığa yön veren, toplumun kalkınması yönünde ve uzak-yakın çevrelerindeki kendi alanlarına giren sorunlarla ilgilenen, öneriler, yöntemler, çareler üreten ve geliştiren kurumlardır. Kamuoyunu etkileme, yönlendirme ve bilinç düzeyini yükseltmeyle sorumludurlar. Tıpkı toplumsal bir iletişim kurumu olan basın gibi üniversitelerde toplumsal bir bilim kurumudur. Bilimin konusu da toplumun sorunlarıdır.

Toplumdaki etkinlikleri, işlevleri, amaçları, hedefleri ve sahip oldukları misyonları açısından üniversiteler ve medya birbirleri ile benzer özelliklere sahiptir. Üniversiteler, çağdaş eğitim-öğretim esaslarına dayanan bir düzen içinde ulusun ve ülkenin ihtiyaçlarına uygun insangücü yetiştirmek amacı ile, ortaöğretime dayalı çeşitli düzeylerde eğitim-öğretim, bilimsel araştırma, yayın ve danışmanlık yapmaktan sorumludurlar. Ülkeye ve insanlığa hizmet etmek üzere, çeşitli birimlerden oluşan kamu tüzelkişiliğine ve bilimsel özerkliğe sahiptirler. Bir toplumun gelişme, aydınlanma, kişilik ve özgüven kazanma düzeyi, o toplumun üniversitelerinin temel işlevlerinde gösterdiği başarı düzeyi ile doğru orantılıdır.

Üniversiteler yalnızca ders verilmesine, araştırma yapılmasına yönelik, zengin fiziksel ortamlara sahip olunmasının ötesinde, çok yönlü, çok işlevli bir kültür yaratıcısıdır. Buldukları kenti, bölgeyi, ülkeyi sürekli değiştirirler. Üniversite, bulunduğu yerleşim yerinin toplumsal çevre koşullarına, değer yargılarına, geleneklerine, yaşam biçimine uymaz. Çünkü üniversite sürekli değişir ve değiştirir. Bilim kurumlaştığı çevreyi ve o çevre yapısını değişim yönünde sürekli zorlar. Bu gücü bilim adamlarının devingen kişiliklerinden alır. Zira bilim adamlığı kişiliği toplumsal çevreyle her anlamda uyum sağlayan bir kişilik özelliğine sahip değildir. Bilim adamı da üniversite de toplumun önünde gitmek zorundadır. Tüm bunlar, içinde bulunulan toplumsal kültüre sırt dönmek anlamı taşımaz. Hele hele, ülkeyi, ulusu ve o ulusun kültürünü yadsımak, bir sömürge ülkesinin üniversitesi gibi yaşamak, ülkenin ortak ülkü ve değerleri ile ters düşmek anlamına hiç gelmez.

Üniversiteler; toplumun kalkınmasına, aydınlanmasına, uyarılmasına ilişkin çabalarını ya da düşüncelerini topluma en iyi, en etkin ve en geniş biçimiyle kitle iletişim araçları ile bir başka deyişle basın aracılığıyla duyurabilirler. Basın, toplumla üniversite arasındaki temasın sağlanmasında ve süreklilik kazanmasındaki en etkili araçlar bütünüdür. Makro düzeyde üniversite, mikro düzeyde ise bir bilim adamı, yukarıda çizilen geniş çerçevedeki özellikleriyle birlikte, yaşadığı çevrenin en önemli kanaat önderidir. Dolayısıyla toplumsal güveni ve saygınlığı sırtına alan bir bilim kurumu, başarılı bir politika ve düzenlilik gösteren sıralı etkinliklerle, içinde bulunduğu gevşek kitleyi biraz da yılmaksızın verilecek bir çaba sonucu bilinçli, tutarlı ve amaçlı bir kamuoyu haline dönüştürebilir.

Üniversiteler elbette öncelikle kendi bünyelerindeki kadrolarını, öğrencilerini eğitmek, onların sağlıklı ve çağdaş çizgiler içinde gelişimini sağlamak, düşünce üretimlerine dinamizm kazandırmak, kültürel ve bilgisel birikimlerini sürekli olarak artırmaya yönelik çabalar ve programlar içinde olmalıdırlar. Ancak, yalnızca kendi bünyesindeki öğrenci ve öğretim elemanları ile sınırlı kalmayarak, yaşadığı çevreye açılan ve bu çevrenin aydınlatılması, bilgisel, yaşamsal ve kültürel birikiminin oluşması için aralıksız çalışmalar yapan, içinde bulunduğu toplumun temel yaşamsal tercihlerinde ve yaşam biçiminde yumuşak geçişler yapmasını sağlayan, önündeki sorunları aşmasında ona yardımcı olan üniversiteler, doğal olarak kamuoyunun sağlıklı, dengeli, duyarlı oluşumuna da paha biçilmez katkılar sağlamaktadırlar.

Üniversite evrensel kültür ve bilim üreten bir kurumdur. Ancak, yerel, bölgesel ve ülke kültürüne katkı sağlayamayan bir üniversitenin de kendinden, yaşadığı çevreden ve toplumdan yola çıkarak evrensel düzeyde bilim ve kültür üretmesi, evrensel zenginliğe katkıda bulunması beklenemez. Üniversitenin, yerel, bölgesel ve ülke düzeyindeki toplumla, bu toplumun kültürü ve sosyal gerçekleri ile

temasını sağlayan basın, böylelikle bir anlamda kamuoyunun serbest oluşunu sağlarken, hem kendi işlevsel görevini yerine getirmekte hem de kamuoyu oluşumuna niversitenin ciddi katkılar sağlamasında bir köprü görevi görmektedir.

Bugün, Türkiye'deki sayıları hızla artan üniversitelerin, ğrenci merkezli etkinliklerinin yanına -gelişmekte olan ve sancılı her ülkenin ihtiyaç duyacağı gibi- toplumsal çevrelere yönelik etkinliklerine, toplumsal aydınlanmaya ve güvenin oluşmasına yönelik çabalarına da hız vermeleri gerekmektedir. Basın ve niversite gibi kurumlar, yerel ya da ülke düzeyindeki kamuoylarının karşısında birer sosyal yapı doktoru olmak ortak özelliği taşımaktadırlar ve sosyal yapının değişiminde diğerlerine göre çok daha sorumluluk sahibi kurumlardır. Yasama, yürütme ve yargıya göre sosyal yapı ile çok daha rahat temas sağlayabilen bu kurumların önce birbirleri ile teması sağlamaları, sağlıklı iletişim köprüsünü kurmaları gerekmektedir.

Basın aracılığıyla gönderilen mesajların, toplumun tüm bireylerinin ve kurumlarının toplumsal kişiliğinde istenilen ya da beklenen duygu, düşünce ve davranış değişikliklerini hızla gerçekleştirdiği bilinirken, bu mesajların kaynağında her türden çıkar gruplarının olmasındansa üniversitelerin olması çok daha kabul edilebilir bir doğrudur.

Kamuoyu'nun oluşması ve yönlendirilmesindeki en önemli birkaç araç ve ortam bilindiği gibi, demokratik kitle örgütleri, meclis, niversiteler, siyasi partiler, mahalli toplantılar ve medyadır. Ne var ki daha önce de belirtildiği gibi, Türkiye'de bu araçlar içinde medyanın etkisinin diğerlerine göre daha fazla olduğu gözlenmektedir. Kaldı ki bu da belirli bir düzeyde doğaldır. Medya, yalnız bu ülkede değil hemen hemen tüm dünyada artık çağın en etkili, en belirleyici araçları haline gelmiştir.

Üniversiteler de bu gerçekten hareketle artık bir anlamda kendileri ile benzeşik sosyal sorumluluk ve işlevlerle yükümlü olan medya'ya açılmak, topluma ulaşmada medya kanalını her zamankinden daha fazla kullanmak durumundadır. Türkiye'nin bugün tüm şiddeti ile yaşadığı, yukarıda da dile getirilen toplumsal düzeydeki kültürel erezyon, kavramlar ve değerler deformasyonu, ortaya çıkan kaotik yapı ve geleneksel olarak giderilemeyen kurumsallaşamama ile toplumsal ihtiyaçları anlama, kapsama ve karşılamada gösterilen beceriksizliklere ilişkin zaafiyetler, bize göre ancak medya ve niversitenin yoğun işbirliği ile giderilebilir bir özellik arzetmektedir. Üniversitelerin medya ile birlikte devreye girmesi ve sorunların bir kez daha tüm çıplaklığı ile ele alınıp bu yönde ciddi çalışmalar yapılması, kurum ve kuruluşların yapısında aksayan noktaların saptanması durumunda, tüm kurumlar ve kavramlar düzeyinde yaşanan işlevsellik, ilkelilik ve etikselliğin nispeten çözüm bulması mümkün grlmektedir.

Medya'nın özellikle son yıllarda sahip olduğu 'her konunun bir magazin yanı bulunabilir' bakış açısının kimi zaman üniversite kökenli haberlere uygulandığı da görölmektedir. Örneğin, 1999 Ağustos ve Kasım aylarında yaşanan depresyon sonra özellikle televizyon kanalları, toplumun karşısına, bilgisine başvurulmak üzere alanında uzman pek çok bilim adamını çıkarmıştır. Ancak son derece yararlı ve işlevsel programların gerçekleştirilmesinin yanısıra pek çok program ciddi düzeyde magazinleştirildiği, popüler tartışma ya da sohbet programları haline dönüştürüldüğü görölmüştür. Dolayısıyla son derece yaşamsal önem taşıyan konular hem kamuoyunun kafasında karışmış, hem ciddiyetini yitirmiş hem de var olan kanaatlerin içi boşaltılmıştır.

Bunun gibi yüzlerce örnek vermek mümkündür. Bu nedenle öncelikle medya'nın kurum olarak kendi işlevsellik, ilkelilik ve etiksel düzey ve boyutlarını tümüyle ve üniversitelerle birlikte elden geçirmesi gerekmektedir. Bize göre, ilk sorgulanması ve yapısına yönelik tedavi edici müdahalelerin yapılması gereken kurumların başında medya gelmektedir. Bu kurumun, ciddi sarsıntı geçirmiş saygınlığını onarmak için gereklilik arz etmektedir. Daha sonra topluma yönelik misyon ve işlevlerinde de ülkenin gecikmiş olan toplumsal kalkınma ve aydınlanma sürecine katkıda bulunmak için, toplum ile üniversiteler arasında üstlenecekleri köprü görevini tam ve gerçekçi olarak yerine getirmesi gerekmektedir.

Üniversiteler artık, yerel ya da ulusal düzeydeki medya için, kampüsünde bir etkinlik gerçekleştirdiği zaman verilen yüzeysel bir haber olmaktan çıkmalıdır. Ancak üniversitelerin de ülkenin koşullarını bir kez daha gözönüne alarak kendi kampüslerinin dışına çıkmaları gerekmektedir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- Gevgilili, A. (1988). Dünya'da ve Türkiye'de çağdaş basının gelişimi ve sorunları. Basın Yayın Yıllığı, 1, 3.
- Öktem, N. (1986). Kamuoyu oluşturmasında basının eğitim işlevi ve kamu yararı ölçütü, genç gazeteciler eğitim semineri. İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yay.
- Sezer, D. (1972). Kamu oyu ve dış politika. Ankara: Ankara Üniversitesi SBF Yay.