

## KÜLTÜRÜN TANIMLANMASI VE GELİŞTİRİLMESİNDE BASININ ROLÜ

Belkıs ULUSOY\*

### *The role of the Press in Definition and Development of Culture*

In this article on the basis of its effective function, the success of Turkish press which protectss Turkish culturel inheritance and transfer it to next generations is analysed.

**Key Words:** Press, culture, popular culture.

.....

Günün sosyal, siyasal, ekonomik ve kültürel koşullarını anlamada ve yaşanan güne hakim olmada rol oynayan en önemli araçlardan olan kitle iletişim araçları aynı zamanda o toplumun kültürel mirasının korunmasında ve sonraki nesillere aktarılmasında etkin rol oynamaktadır.

Günümüzde iletişimsiz bir ortam düşünmek neredeyse imkansız bir duruma gelmiştir. Yazılı, görsel, işitsel kitle iletişim araçları toplumun neredeyse tüm kesimini çevrelemiştir. Kitle

---

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

iletişim araçlarına ulaşamayan bireyler dahi, bu araçlara ulaşan diğer bireylerin, söz konusu araçlar vasıtasıyla edindikleri enformasyonu kendilerine veya ortaya aktarmaları sonucu dolaylı da olsa bu araçlardan yararlanmış olmaktadırlar ki, bu durum onların dahi kitle iletişim araçları ile çevrili olduklarına işaretler.

Bireylerin dolaylı veya dolaysız olarak günlük yaşamlarında karşılaştıkları kitle iletişim araçları ile aralarında bir etkileşim söz konusudur. Bu etkileşim karşılıklı olduğu halde, ibre gerçekte kitle iletişim araçlarından bireylere yönelik etkinin daha baskın olduğu bir durumdadır. Her an için, bir şekilde, söz konusu araçlarla çevrilmiş olan bireyler ister istemez bu araçların etkisinde kalabilmektedir.

Kitle iletişim araçları, başka bir tabirle basın, bugün dünyanın hemen her yerinde cereyan eden olayları en kısa sürede kitlelere ileten çağdaş ve etkin bir organizasyondur. "Teknolojinin hızlı devinimiyle basının bireyler, kurumlar, toplum ve kültür üzerindeki etkilerinin de önemli ölçüde artış kaydettiği, gündelik yaşam içinde belirleyici bir güce sahip olduğu kabul görmektedir." (Vural 1999: 27)

Ancak şunu da göz ardı etmemek gerekir ki, etki yalnızca kitle iletişim araçlarından topluma değil, toplumdan da kitle iletişim araçlarına doğru karşılıklı bir surette gerçekleşmektedir. Bir iletişimci olan gazeteci, verdiği mesajlarla toplumu şekillendirdiği ve yönlendirdiği gibi, toplumdan gelen tepkiler ve talepler de gazetecinin tutumuna etki yapabilmektedir.

Teknik gelişmeler sayesinde, etki alanları gittikçe genişleyen kitle iletişim araçları, olayları ve yorumları çok kısa zamanda çok

geniş kitlelere yayabildiklerinden, kitlelerin kanaatlerine yön verebilmektedirler. Bu nedenle kitle iletişim araçlarının toplumsallaştırıcı etkisinden bahsetmek mümkündür.

Haber verme, bilgilendirme, eğitime, kamuoyu oluşturma ve yönlendirme gibi işlevleri olan kitle iletişim araçları, gerek siyasi gerekse kültürel açıdan çok önemli bir etki aracı durumundadır. Kitle iletişim araçları, birey veya kitlelerin siyasi tercihlerini etkilediği gibi, belirli konulardaki kanaatlerinin veya tutumlarının değişmesine, yaşam biçimine, beğenilerine veya alışkanlıklarına da etki edebilmektedir. Bu gücünden dolayı kitle iletişim araçları ve dolayısıyla basın, genellikle kitle iletişim kuramcıları tarafından potansiyel birer eğitim ve ikna aracı olarak nitelendirilmektedirler.

Alemdar ve Kaya'ya göre de basın, "geniş kitlelerin ilgisinin çekilmesi ya da kitlelerin görüş ve davranışlarının etkilenmesinde etkin bir güce sahiptir. Basın organları; içerik ve yapılarıyla, seçilmiş faaliyet doğrultularıyla, toplumsal yaşamın pek çok alanında derin etkilerde bulunabilmektedir". (Vural 1999: 27)

Basının tanımlanması sırasında da, basının kamuoyu oluşturma ve biçimlendirmedeki etkinliği göz önünde tutulmuş ve pek çok basın tanımı bu şekilde oluşturulmuştur. İhan Bardakçı'nın, basının bu özelliğini dikkate alarak yapmış olduğu bir tanıma göre basın; "insanların haber alma, öğrenme gereksinimlerini karşılayan ve bu arada onların siyasal, sosyal, ekonomik inançlarına katkıda ve etkide bulunan bir yayın organıdır". (Vural 1999: 30) Aynı yaklaşımla yapılan bir başka tanımda ise basın, Öktem tarafından "haber sağlamak ve bu haberleri okuyucularına iletmek, önemli olayları ve hakim kanaatleri yorumlayarak değerlendirmek ve bu şekilde halka

aktarmak suretiyle kamuoyunun şekillenmesine katkıda bulunan bir araçtır” şeklinde ifade edilmektedir. Öktem’e göre; “haber verme işlevinin yanı sıra, aynı zamanda bir eğitim mekanizması olan basın, toplumları belli tercihlere götürmektedir. Bu eğitim ve onun koşullandırdığı tercihler toplumu olumlu yöne sevk edeceği gibi olumsuz yöne de sevk edebilecektir”. (Öktem 1986: 242)

Gerçekten de ortaya çıktığı ilk devirlerden itibaren günümüze gelene değin etkisi artarak devam eden kitle iletişim araçları, artık gücüyle hükümet politikalarına yön veren, pek çok uygulama ve yeni kararın alınması veya yürürlükten kalkmasına sebebiyet verebilen vb. önemli kararların alınmasına etki edebilen bir güç durumuna gelmiştir.

Kamuoyunu oluşturma ve biçimlendirmedeki bu etkin ve yadsınamaz gücü kitle iletişim araçlarının önemini son derece artırmaktadır. Kamu üzerinde bu denli etkin bir güç olan ve ulaştığı kitlelerin genişliği göz önünde tutulduğunda öneminin bir kez daha ayırımına varacağımız söz konusu araçların yanlış kullanımında ise, araçların bağlı bulunduğu toplumun ne denli olumsuz yönde bir etkilenme göstereceği de yadsınamaz bir diğer gerçektir.

Tabii, kamuoyunu yalnızca kitle iletişim araçlarının oluşturduğu ve biçimlendirdiğini iddia etmek yanlış olacaktır. Bir takım sosyal, psikolojik, doğuştan gelen kişilik özellikleri ile çevresel koşulların ve kanaat önderlerinin de kamuoyunun oluşumu ve yönlendirilmesinde son derece etkin birer unsur olduğu bilinmektedir. Ancak, özellikle etki alanının genişliği cihetinden kitle iletişiminin araçlarının bu alandaki önemi son derece büyüktür. İnsanlar arası iletişimin sürdürülmesinde başlangıcından bugüne

kullanılan iletişim araçlarının büyük bir gelişim kaydettiği görülmüştür.

Eski çağlarda, eski yöntemlerle insanlar arasında gerçekleştirilmeye çalışılan bilgi alışverişi bugün, gelişen teknolojinin sağladığı imkanlarla kısa zamanda geniş kitlelere ulaşabilen, kullanımı kolay yazılı, görsel ve işitsel araçlara yerini bırakmıştır. Böylelikle bireyin gelişen olaylarla ilgili bilgiye ulaşabilmesi ve görüş bildiriminde bulunabilmesi çok daha hızlı ve zahmetsiz bir hale gelmiştir. (Vural 1999: 26) Tüm bunlar basının gücünün ve etkisinin de aynı oranda artmasına neden olmaktadır.

Kitle iletişim araçları içermiş oldukları haberler ve çeşitli konulardaki bilgilerle, dünyanın her yanındaki insanların gündelik yaşamlarında yer edinmişlerdir. Geniş kitlelere en kısa zamanda bilgi ve haber akışını sağlayan kitle iletişim araçları bu özelliklerinden ötürü toplumsal bir varlık olan bireylerin yaşamlarında vazgeçilmezler arasında yerini almıştır. “Çok sayıda insanın, gelişen, ekonomik, sosyal ve siyasal olaylar hakkında bilgi edinebilecekleri alternatif kaynaklar olmayışı, bu kimselerin bilgi edinmek için kitle iletişim araçlarına yönelmelerine sebep olmuştur”. (Turam 1994: 46)

Aynı şekilde yine, kültürel olaylar hakkında bilgi edinmek isteyen çok sayıda insan da başvuru kaynağı olarak genellikle basın organlarını tercih etmektedir. Bu durum, Kaya'nın iletişim için getirdiği tanımda da ortaya çıkmaktadır. Kaya iletişimi, “haber, bilginin ya da en genel anlamıyla kültürün insan dağılımı olgusu” (Kaya 1985: 1) olarak tanımlamıştır. Basının, kültürün kitlelere yayılmasındaki etkinliği UNESCO tarafından hazırlanan McBride

Raporu'nda da belirtilmektedir. Söz konusu raporda, demokratik toplumlarda basının üstlendiği işlevler, sekiz ana başlık altında sıralanmaktadır ve nitekim, bu sekiz işlevden biri de basının, 'kültürün gelişimine katkı işlevi'dir. Buna göre, basın, kültürün tanımlanması ve geliştirilmesinde, kültürel mirasın korunmasında etkin bir görev üstlenmiştir. Ancak, özellikle son dönemde basın, - basını Türk medyasıyla sınırlarsak- bu görevini ne kadar başarıyla yerine getiriyor sorgulamak gerekir.

Kongar'ın, en kısa tanımıyla, "insanın doğaya eklediği tüm maddi ve manevi varlıkların toplamı" (Kongar 2003: 1) olarak tanımladığı, daha geniş olarak ise, tarihi, toplumsal gelişme içerisinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere aktarmada kullanılan araçların bütünü olarak tanımlayabileceğimiz kültür, bir toplumun, bir milletin hayatını devam ettirebilmesinde gerekli, son derece önem arz eden bir olgudur.

Toplumsal yapı, insan ilişkileri esas olarak belli değerlere, belli kurallara ve bunların oluşturduğu belli davranış biçimlerine dayalıdır. Tüm bunlar ise bir yandan tarihe ve coğrafyaya, öte yandan içinde bulunduğu toplumun üretim biçimine ve hukuk düzenine bağlı olarak şekillenmiştir. Ancak, toplumsal yapı içindeki değerler çevreleri ile sürekli bir etkileşim halindedir ve buna bağlı olarak zaman içinde değişim göstermektedir.

Özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrası kendini gösteren sosyal, psikolojik ve ekonomik gelişimlerin sonucu olarak ortaya çıkan tüketim toplumu, beraberinde bazı değişimleri de getirmiştir. Günümüzde, Türk toplumunda değer yozlaşması durumu apaçık

bir şekilde kendini göstermektedir. Tüketim toplumunun oluşması sonrası bu süreci izleyen dönemde ortaya çıkan popüler kültür dediğimiz olgu, toplumun geleneksel alışkanlıkları üzerinde olumsuz değişimlere neden olmuştur. Bu durum da istenmeyen bazı gelişmeleri beraberinde getirmiştir. Popüler kültürün getirdiği olumsuzluklar dolaylı yoldan kendini göstermiştir. Ekonominin eskisinden fazla dışa bağımlı hale gelmesi, bunun sonucu olarak dış politikada hissedilen güvensizlik ve kararsızlık, bunların etki ettiği ülke içindeki ekonomik, sosyal ve siyasal çalkantılar dolaylı da olsa o toplumun kültürel yapısı üzerinde meydana gelen değişimler sonucu kendini göstermiştir. Bu şekilde karşılıklı bir etkileşim devam edegelmiştir. Tüketim toplumunun oluşması sonrası, toplumun değerlerinin yozlaşması, hatta bazılarının yitimi, bunların yerine yabancı toplumların değerlerinden tarafımıza bir şekilde aktarılan suni değerlerin topluma hakim duruma gelmesi yine aynı şekilde tüketim toplumu olgusunu da destekleyen bir unsur olarak ortaya çıkmıştır.

Popüler kültür adı altında, günü birlik tüketilen ve özünde, içinde barındığı toplumun geleneksel düşünce yapısına ve davranış biçimlerine yabancı kalan, daha çok özenme yoluyla oluşan bir taklitçilikle kendini gösteren bir kültür, maalesef günümüzde yaygın kültür durumundadır ve bu kültürün yayılmasında basın önemli rol oynamıştır. Halbuki, basının toplumsal bir durum değerlendirilmesi yapmasının zamanı gelmiştir.

Popüler kültürün gelişmesinde ve yayılmasında medyanın rol oynadığı yadsınamaz bir gerçektir. Özellikle 1980 sonrası ülkemiz basınında meydana gelen yapısal değişimlerin de etkisiyle popüler

kültürün basının da etkisiyle yayılması işi daha bir hız kazanmıştır. Kamusal bir nitelikten çıkarak daha çok ticari bir boyut kazanan Türk basını bu doğrultuda kâr amacı gütmekten ötürü yayın içeriklerinde bambaşka bir çizgiye kaymıştır. Bunda, daha fazla tiraj ve buna bağlı olarak da daha fazla reklam ve dolayısıyla daha fazla gelir elde edebilme isteği etkin bir unsur olmuştur.

Yazılı basında, popüler olması kaydı şartıyla, neredeyse gazetecilik dışında her meslekten kimselerin, hatta mankenlerin dahi köşe yazarlığına girişmesi, gazete sayfalarında giren haberlerin genellikle magazin yönü ağır basan haberlerden seçilmesi, görsel medyanın kalitesiz ve ucuz prodüksiyonlarla vakit doldurması, magazinelleşmenin habercilikten belgesele, dramalara kadar bütün programlara hakim olması maalesef günümüz Türk basının bir gerçeğidir.

Sergiledikleri düzeysizliklere "toplum bunu istiyor, biz de veriyoruz"dan öte bir anlam yükleyemeyen ve savunma geliştiremeyen basın kuruluşlarını, zihinlerimiz ve vicdanlarımız üzerinde hükümlanlık kurmaya aday kılan güç sadece tek tek programların mesajlarından kaynaklanmamaktadır. En az bu mesajlar kadar önemli bir başka yönlendirici boyutu vardır ki bu da, sunum özellikleridir. (Uğur 2003: 1) Meslek dışından pek çok kimsenin gazetecilik mesleğine soyunması bu sunum bozukluklarını da ister istemez beraberinde getirmektedir.

1980 sonrası, gazetecilik dışında faaliyet gösteren büyük sermayedarların, Türk basınına bir şekilde patron kimliğiyle katılmaları ve bu kimselerin, birden fazla basın ve yayın organına sahip duruma gelmeleri, basın organlarındaki içerik bozulmalarının



başlıca nedeni olmuştur diyebiliriz. Yeni medya patronlarının, sahip oldukları basın organlarını kullanarak, diğer sektörlerdeki sahibi oldukları şirketlerinin kârını artırmaya yönelik girişimleriyle, toplumun tüketime sevk edilmesi ve yine popüler kültür ürünlerinin sürekli göz önünde tutulması ve çekici kılınması yönünde izledikleri yayın politikaları, tüketim toplumu olgusunun ve bununla etkileşimli olarak da popüler kültür olgusunun güçlenmesine zemin hazırlamıştır.

Gerek sahip oldukları ekonomik güç, gerekse sahibi buldukları basın ve yayın organlarının çokluğu nedeniyle, fikirleri geniş kitlelere yayma ve bu sayede kamuoyunu biçimlendirmedeki olası imkanlarının genişliği dolayısıyla, siyasi iktidar üzerinde baskı unsuru olabilme imkanını ellerinde bulunduran yeni medya patronları ve dolayısıyla yeni tip Türk basını, elindeki büyük gücü kamunun yararına kullanmaktansa genellikle kendi çıkarları doğrultusunda kullanmayı tercih etmiştir ve halen de etmektedir. Bu da popüler kültürün gelişmesine olanak veren bir doğrultudur.

Peki, popüler kültürün benimsenmesi ve yaygınlaşmasına bağlı olarak toplumsal değerlerin terki, milli kültürün yitimi ve özünde Türk toplumuna yabancı yapay bir kültürün toplumumuzda yerleştirilmesi işi ne zaman son bulacak? “Halk ne isterse biz onu veriyoruz” söyleminin ardına sığınan ticari medya, toplumun azınlıkta da olsa ki, bu durum yalnızca söz konusu kesimin iddiasıdır, popüler kültürün terki ve toplumun öz kültürüne, öz benliğine, geleneksel düşünce değerlerine geri dönmek isteyen kesimin isteklerine ne zaman dikkat edecek?

Evet, basın kültürün tanımlanması ve yayılmasında etkin bir rol oynamaktadır ancak sorulması gereken bir soru vardır ki, o da, basının doğru kültürü yayıp yaymadığıdır. Kamuoyunun oluşması ve biçimlendirilmesinde etkin bir unsur olan basının, kamu görevi yaptığının ve kamunun gelişimi ve eğitiminde etkin gücünün bilincinde olarak görevini layıkıyla ve belli bir sorumluluk bilinciyle yerine getirmesi gerekmektedir. Fikrimizce, toplumun sağlıklı gelişimi ve geleceği açısından, ticari gazeteciliğin ya da televizyonculuğun terk edilerek kamu yararını üstün tutan gazeteciliğe ve televizyonculuğa dönülmesinin zamanı gelmiştir.

#### **Kaynakça**

- KAYA, Raşit: **Kitle İletişim Sistemleri**, Ankara, Teori Yayınları, 1985.
- ÖKTEM, Niyazi: "Kamuoyu Oluşturmasında Basının Eğitim İşlevi ve Kamu Yararı Ölçütü", **Genç Gazeteciler Eğitim Semineri**, İstanbul, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1986, s. 242-245.
- KONGAR, Emre: "Kültür ve Bilimsinin Sorumluluğu", [www.kongar.org/makaleler/mak-kulb.php](http://www.kongar.org/makaleler/mak-kulb.php), 6 Mayıs 2003, s. 1.
- TURAM, Emir: **Medyanın Siyasi Hayata Etkileri**, İstanbul, İrfan Yayıncılık, 1994.
- UĞUR, Aydın: "Zihinlerin Yeni Efendileri: Medyalar", [www.medyakronik.com/akademikmakaleler/makaleler23html](http://www.medyakronik.com/akademikmakaleler/makaleler23html), 8 Mayıs 2003, s. 1.
- VURAL, Ali Murat: **Yerel Basın ve Kamuoyu**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1999.