

MEDYA-KAMUOYU İLİŞKİSİ

* Gülelda YÜCEDOĞAN

Çağımızda, özellikle de günümüzde kitle iletişim araçlarının yani medyanın giderek artan etkisini görmemezlikten gelemeyiz. Medya içine aldığı basın organları, radyolar ve televizyonlarla toplum içinde büyük bir güce sahiptir. İşte, kitle haberleşmesini sağlayan bu araçların hepsine birden medya denilmektedir. Çok sık söylenildiği gibi o artık yasama yürütme ve yargıdan sonra 4. güç olarak kabul edilmektedir.

Latince kökenli bir sözcük olan medya halka kamuoyuna ait olan anlamında kullanılan *medium*, *mediae* sözcüğünden gelmektedir. Kamuoyu denildiğinde ise toplum içindeki insanların inanışları, kanaatleri ve çeşitli toplumsal olay ve konularla ilgili düşünceleri, bu düşünce ve kanaatlerle bireylerin toplum içinde yarattıkları etkin bir yaptırım gücü anlaşılmaktadır.

İnsan doğası gereği kendi kendine yetebilen bir varlık değildir. Bir toplum içinde yaşamak bilgi, duygu ve düşünce alışverişi yapmak zorundadır. Yüzyıllardır toplumlar çeşitli düşünce ve duygu akımlarının etkisinde kalmışlardır. Yani tek

bir görüşün tek bir düşüncenin esiri olmamışlardır. **"En büyük karar ve yargı organı halktır"** görüşünden yola çıkan Hegel kamu oyunu şöyle tanımlamaktadır: **"Bireylerin genel sorunlar üzerinde kanaat, düşünce ve önerilerini belirttikleri subjektif ve formel özgürlüğünün ifadesinin toplamı public opinion (yani kamuoyu) adını alır"**¹.

Medyanın görevi öncelikle bilgilendirmek olmalıdır. "Kitle iletişim araçları bir değer olarak bilginin yayılması için tartışmasız gerekli araçlardır"². Bu bilgilendirme haberin içeriğinin korunması ve haber aktarımının doğru ve yansız yapılmasıyla gerçekleştirilebilir. Aktarılan haber-bilgi ikilisi doğrudan okuyucuyu yani halkı etkilemektedir. Bilgilendirme aynı zamanda halkı eğitmeyi de kapsar, gözle fark edilemeyen bir eğitim sistemi oluşturarak kişinin bir ömür boyu eğitimine katkıda bulunur ya da bir başka deyişle bu görevi üstlenmelidir. Medyanın üstlenmesi gereken veya üstlendiği bir çok işlevinden söz edilebilir. Ancak toplum için en önemli işlevlerinden biri de kamuoyu oluşturmaktır.

İçinde bulunduğumuz günler ve ülkede yaşanan toplumsal olaylar medyanın bu işlevi üzerinde durulması gerekliliğini ön plana çıkarmıştır. Toplumun çok sesli bir mozaik olduğu gözönünde bulundurulursa ve yüzyıllardan beri toplumların tek bir düşünce ve kavramla yaşayamadığı, birçok akımların etkisinde kaldığı düşünülürse medya toplum içindeki etkilenmeyi gerçekleştirecek çalışmalarında çok titiz ve hassas davranmalıdır.

¹ KOLOÇLU Orhan, *İÜ İletişim Fakültesi Dergisi*, 1992-1993, İstanbul, S.35.

² CHARON Jean-Marie, *Medya Dünyası*, 1992, İstanbul, İletişim yayınları, S. 182.

"Okuma yazma oranının düşük olduğu ülkelerde söz ve görüntüye dayalı iletişim araçlarının önemi çok daha fazladır"³. Ülkemiz düşünüldüğünde bu önem daha da artmaktadır. İnsanların kitaba ve eğitime verdikleri değer ne yazık ki istenilen düzeyde değildir. Araştırmalar ve bilimsel üretim de özenilen düzeye gelememiştir. Böyle bir toplum düzeyinde Medya etkin ve bilinçli olmalıdır.

Fikirler, düşünceler ve bilgiler toplum tarafından kabul edilip özüksendikçe çeşitli görüşlerin oluşması ve farklı tepkilerin ortaya çıkması olasıdır. Bu noktada Lasswell Formülü'nün gözönünde bulundurulmasında yarar vardır. Lasswell iletişimin öğelerini ve sürecini şu şekilde göstermektedir:

İletişimci— Mesaj —Araç —Hedef —Etki⁴

Ancak medyanın toplumu yanlış yönlendirerek çok sert ve olumsuz tepkilere de yol açabildiği de unutulmamalıdır. Hatta kimi zaman asla dönüşü olmayan olumsuz olaylar da yaşanmaktadır. Geçtiğimiz günlerde yaşanan ve ölümlerle sonuçlanan olay gibi...

İletişim düzeninde, medya kamuoyu oluştururken, onlara belli mesajlar verirken asla salt doğrular bunlardır dememelidir, verdiği mesajlar bilgilendirici, olumlu ve yapıcı olmalıdır. Unutulmaması gerekir ki "İletişim hedef ve verici arasındaki mesaj iletimidir"⁵. Doğru mesaj, doğru kitleler hedef

³ GÜRBÜZ Sevim, *Kitle Haberleşmesi*, 1980, İstanbul Filiz Kitapevi, S. 82.

⁴ McQUAIL and WINDAHL, *Communication Models*, New York: Longman Group, 1981, S.10.

⁵ BIGNER John R., *Mass Communication: An Introduction*, New Jersey: Prentice-Hall, 1986, S.9.

alınarak verildiğinde karşılıklı gerçek bir iletişimden söz edilebilir. Kitleler iletilerle ruh ve canlılık kazanabilmektedirler. Bu ruh ve canlılıkta toplumların devingenliğini yaratmaktadır. Medya toplumun devingenliğinin ve üreticiliğinin öncüsü olmalı ve bu bakış açısıyla kamuoyu oluşturmalıdır. Kitle Haberleşme araçlarının geniş halk kitlelerine seslenebilme olanağı vardır. Bu nedenle de gerçekten basın organları, radyolar, televizyonlar seslenen kitlelerin sınırlarını genişletmekte ve aynı zamanda halkın görüşlerinin oluşmasında, düzenlenmesinde çok etkin bir duruma gelmektedirler.

Medyanın bu etkin özellikleri kamuoyu oluşturulmasında veya oluşumunda sıkça kullanılmaktadır. Medyanın kamuoyunu yönlendirmesi gibi zaman zaman da kamuoyu medyayı yönlendirebilmektedir. Halkı bilgilendirmeye yönelik hazırlanan programlara telefon aracılığıyla katılan halk, çoğu program konusunun gündemde uzun süre kalmasını sağlamaktadır.

Medya önemli bir güçtür, olumlu şartlarda oluşmuş bir kamuoyu da en az medya kadar önemli bir güçtür. Medya-kamuoyu arasındaki ilişki oldukça hassas bir ilişkidir. Medya kamuoyu karşısında bu hassas ilişkinin bilincinde olarak kendine bir yön vermelidir. Toplumların içinde bulunduğu durumlar ve koşullar, var olan ve var olması toplumun çıkarına olan kurumlar, korunması gereken kavram ve ideolojiler zedelenmemelidir.

Hatta medya korunması gereken bazı demokratik kavram ve görüşlere her zaman sahip çıkmalıdır. Bir toplumun geleceği aydınlık ve berrak bir bakış açısına, bilim ve kültür alanındaki çalışmalarına, eğitimine, sorumluluklarının

bilincinde bir medyaya, sağlıklı koşullarda oluşmuş çağdaş ve üretken bir kamuoyuna bağlıdır. Bu nedenle de medya-kamuoyu ilişkisi başlıbaşına derinlemesine incelenmesi gereken önemli bir konudur.

