

KAMUOYU KURAMLARI VE KAMUOYU OLUŞUMUNDA KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI*

Handan TEMİZEL**

Özet

Kamuoyu çağdaş politika biliminin üzerinde durduğu önemli konulardan biridir. Kamuoyu kavramı, her ne kadar yeni bir kavram olmasa da bilimsel araştırmalarda konu olarak ele alınması oldukça yenidir. Özellikle siyaset bilimciler, sosyologlar ve sosyal psikologlar bu konuyu çeşitli açılardan ve farklı araştırma teknikleri kullanarak incelemektedirler. Dünyanın gelişen teknolojiyle birlikte insanoğlunun elinin altına sığığı bir dönemde kamuoyunun varlığını ve önemini göz ardı etmek mümkün değildir.

Kamuoyu özellikle siyasi kararların alınması ve uygulanması üzerinde siyasi iktidara yaptığı baskı açısından da oldukça önemli bir yere sahiptir. Günümüzde özellikle iletişim araçları sayesinde kamuoyu etkili hale gelmiş ve gündemi etkilemeye devam etmektedir.

Modern toplumlar için kitle iletişim araçlarının rolü gün geçtikçe artmaktadır. Çünkü kitle iletişim araçları toplumların dünyada olup bitenleri öğrenmelerinde, anlamalarında en etkili araçlardır. Kitle iletişim araçları, halkın sosyalleşmesinde, siyasi ve sosyal kararlara varmasında, günlük bilgi ihtiyacını karşılamasında önemli rol oynar.

Anahtar Kelimeler: Kamu, Oy, Kamuoyu, Kitle İletişimi, Medya

Abstract

Public opinion is one of the most crucial subjects for the contemporary politics science. Although the concept of the public opinion is not a new concept, its usage in the scientific researches is relatively new. Especially the political scientists, sociologists and social psychologists interested in this subject based on the various perspectives and different research techniques. It is not possible to ignore the importance and entity of the public opinion in the period that the world is under the human being's control by the developing technologies.

* Bu makale Sosyal Bilimler Enstitüsünde 2000 yılında kabul edilen "Kamuoyu ve Kamuoyu Oluşturma Yöntemleri" başlıklı yüksek lisans tezinin güncelleştirilmiş bir özetidir.

** Arş. Gör. Dr., Selçuk üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

The public opinion is also crucial both to decide political decisions and grind down on the governing party. Today, mainly because of the development of communication media, the public opinion is effective and keeps affecting the agenda.

The role of the mass communication media grows for the modern societies by the day. The main reason for that is the fact that the mass communication media help societies to learn more about the events of the world. The mass communication media have a critical role on the socializing public body, reaching political and social decisions and satisfying the information needs.

Key Words: Public, Vote, Public Opinion, Mass Media, Media.

Giriş

Günümüzün demokratik yönetimlerinin en belirgin özelliği düşünce özgürlüğüne verdikleri önemdir. Kişiler ve gruplar düşüncelerini özgürce ifade edebildikleri bu ortam içerisinde yönetimin kararlarını kendi amaçları doğrultusunda etkileme çabası içindedirler.

Siyaset biliminin önemli bir konusu olan kamuoyu, kavram olarak yeni olmamakla birlikte, ilmi araştırmalara yakın zamanda konu olmaya başlamıştır. Özellikle batı ülkelerinde farklı sosyal bilim dallarındaki araştırmacıların kendi alanlarında yaptıkları araştırmalarını kamuoyu ile ilişkilendirmeleri onların bu konuda öncü rolü oynamalarını sağlamıştır. Bu araştırmaların arkasından kamuoyu ile ilgili bağımsız araştırmalar artmıştır. Son yıllarda yapılan araştırmaların pozitif bir temele oturtulduğu görülmektedir.

Kitle iletişim araçları, bireylerin toplum ile bütünleşmesinde, toplumun bir parçası olmalarında, toplumun kültürel değerlerini almalarında ve yeni değerler eklemelerinde, inanç, tutum ve davranışlarındaki değişimlerde rol oynamaktadır. Bu etkileşimin düzeyi, bireylerin kitle iletişim araçları ile ilgili önyargılarına, bu araçların ne sıklıkla kullandıklarına ve bu araçlar aracılığıyla kendilerine ne tür mesajlar verildiğine bağlı olarak değişmektedir.

Toplumsal yaşantı içerisinde gelişen kitle iletişimi bir çok yönden fonksiyonel olarak kullanılmaktadır. Kamuoyu oluşturmadan, toplumsal eğitim ve öğretime kadar uzanan bir yelpazede bulunmaktadır. Kitle iletişim araçları içinde İnternetin ve televizyonun birey üzerinde en etkili olduğu bilinmektedir ve bu araçlar özellikle günümüzde modern toplum yapılarının temel bilgi edinme araçlarıdır.

1. Kamuoyu Kavramı

Kamuoyu kavramı, çok sayıda araştırmacı tarafından araştırılmış ve tanımlanmaya çalışılmıştır. Bunlardan bazıları bireyin içinde sakladığı düşün-

celeri ile paylaştıkları arasında ayırım yapmışlar, bazıları da hiçbir düşüncenin hükümetin dikkatine sunulana kadar kamuoyunun düşüncesi olarak kabul edilemeyeceğini öne sürmüşlerdir. Bazıları ise düşüncelerin yalnızca ölçümü yapıldığında kamuoyunun düşüncesi olabileceğini savunmuşlardır (Örnek, 1998: 15).

Bu bağlamda kamuoyu kavramıyla ilgili çok fazla bireysel görüş vardır ve bu nedenle kamuoyunun evrensel olarak kabul edilebilir bir tanımına ulaşmak kolay değildir. Yapılan tanımlamalar ise kavrama farklı biçimlerde de olsa açıklık getirmeye çalışmaktadır.

1.1. Kamuoyunun Tanımı

Kamuoyu kavramı hakkında yapılan tanımlamaları genel olarak iki bölümde incelemek mümkündür. Bunlar;

- Politika Bilimi açısından kamuoyu tanımı
- Diğer sosyal bilimler açısından kamuoyu tanımı (Gökçe, 1996: 11)

Politika Bilimlerine göre kamuoyu, devletin yasama, yürütme ve yargı organlarının davranış biçimini belirleyen ya da kanaat önderleri tarafından belirlenen norm olarak ifade edilmektedir. Diğer sosyal bilimciler ise kamuoyunu, bireyin kanaatini ve davranışını ailesi, çalıştığı ve içinde yaşadığı yakın çevre ve bütün toplumu içeren sosyal grubun kanaati ve davranışı ile ilişkili olarak açıklamaktadırlar (Örnek, 1998: 17). Bu yüzden de bu alanda bir tanım bolluğu ile karşı karşıya kalınmıştır.

Key'e göre kamuoyu kavramı (Key, 1963: 14), hükümet dışı özel çevrelerden hükümete doğru yönelen ve hükümetçe göz önünde bulundurulması doğru bulunan kanaatlerdir. Bu tanım kamuoyunun siyasal süreç içerisindeki yerini tam olarak belirlemiştir. Kamuoyu olayının niteliklerinin incelenmesi, ancak böyle bir genel tanım ile tüm siyasal süreç içindeki yerinin tespitinden sonra bir anlam taşır. Bu tanımda, tüm siyasal süreç içerisinde kamuoyunun gerçek değeri karar verme sürecine katılma ve bu süreci denetleme olayı olarak belirmektedir. Bu demektir ki, kamuoyu bir siyasal katılma ve denetleme türü olarak görülmeli, siyasal kararı etkileme olasılığına sahip "girdi"lerden birisi olarak yaklaşılmalıdır. Siyasal sürecin karar verme aşamasındaki katkısı açısından yaklaşıldığında kamuoyunun dağılımını ya da yönünü sayılara döken araştırmalar bir değer ifade eder (Sezer, 1972: 2).

Daver'e göre geniş anlamda kamuoyu kavramı, halkı ilgilendiren belli bir mesele hakkında, belirli bir zamandaki "genel yargı" yahut ortak kanaattir. Ancak burada şu hususu unutmamak gerekir ki, belirli bir mesele hakkında herkesin aynı ortak görüşü benimsediği hiçbir zaman söylenemez. Tam tersine, söz konusu mesele ile ilgili olarak toplumda birbirine karşıt bir çok görüş ortaya çıkacaktır. Buna cevap olarak çoğu zaman kamuoyu olarak kabul gören kanaatin, çoğunluk tarafından desteklenen görüşleri içerdiğini iddia etmek mümkün ise de, aynı şekilde bu kanaatlerin birkaç kişi tarafından kuvvetlice desteklenmesi de mümkündür (Daver, 1993: 251). Kanaat (oy) genel olarak olanı veya olması gereken durumu gösterir. Başka bir deyişle, kanaat arzulan bir durumu ifade eder. Bu bakımdan politikada, belli bir mesele her zaman genel yargıya ulaşılması değil, meselenin yoğun olarak kendisini hissettirmesi önemlidir (Kapani, 1989: 146).

Dar anlamda kamuoyu ise; basın, radyo, TV gibi kitle haberleşme araçlarıyla yahut konuşarak veya fısıltı ile açıklanan ve çok defa bazı sosyal grupların (sendika, dernek vb.) ve seslerini duyuran kişilerin, siyasal otoritelere (hükümete, parlamentoya vb.) anlatmak istedikleri fikirlerin bir ortalamasıdır (Daver, 1993: 252). Ortalama fikirden kastedilen, fikirlerini açıklayanların çoğunluğu olması gerekir. Aksi takdirde kamuoyunun çoğunluğun kanaatleri olduğu anlaşılabilir.

Kamuoyu kavramı ile ilgili olarak yapılan tanımlar genel olarak üç temel özelliği kapsamaktadır. Bunlardan birincisi kamuoyu için açıklık prensibinin bir önkoşul olmasıdır. Bireysel tutumlar özel alanın karşıtı olan kamusal alanda yerlerini alacaklarsa açıkça ifade edilebilmelidir. İkinci özellik, kamuoyunun dayanışmayı gerektirmesidir. Kamuoyu düşünceleri bireyden kolektif bir ortama taşımaya yardımcı olan bireyler arasındaki ilişki ve etkileşimleri kapsamaktadır. Son özellik ise, kamuoyunun kararları kapsamasıdır. Kamuoyu, bireylerin güncel toplumsal sorunlarla ilişkili tutumları ile kamu görevlerinin aynı sorunlara ilişkin kararları arasında önemli bir bağın oluşmasına neden olur. Bu nedenle kamuoyunun oluşumu siyasal karar alma süreçleri gözardı edilerek değerlendirilmemelidir (İrvan, 1994: 58).

1.2. Kamuoyunun Unsurları

Kamuoyu kavramının iki temel unsuru vardır. Bunlardan ilki kapsam unsurlarıdır. Kapsam unsuru içerisinde kavramı oluşturan kamu ve oy unsurları yer almaktadır. Kamuoyu belli bir zaman dilimi içerisinde olduğu için diğer bir unsurda süreç unsuru olarak belirlenmiştir.

1.2.1. Kapsam Unsurları

Kamuoyu kavramını anlamak için kavramı oluşturan iki unsurun kamu ve oy unsurunun açıklanması gerekir. Bu unsurlarda kapsam unsurunu oluşturmaktadır.

1.2.1.1. Kamu Unsuru

Kamu kavramı sosyolojik bir kavramdır. Bu kavram, sosyolojik bir olgu, kanaat tutum gibi psikolojik bir taban üzerinde oluşmaktadır (Anık, 1994: 90). Sosyologlar ve siyaset bilimciler kavramı belli bir sorun ve olaylar karşısında benzer tutum ya da kanaatlere sahip olan grup anlamında kullanılmaktadırlar (Gökçe, 1996: 22).

Kamu belirli bir sorun karşısında bu sorunla ilgilenen bireylerden oluşan bir gruptur. Grup içerisinde yer alan bireyler bu sorunun çözümü için farklı görüşler ortaya atarlar ve bu görüşler etrafında birbirleriyle tartışırlar. Toplumsal yaşam ile ilgili olarak ortaya çıkan sorunlar hakkında bütün bireylerin bilgi sahibi olması mümkün değildir. Çoğu zaman toplumun büyük bir kesimi bu sorunların farkında bile olamaz. Bu nedenle toplum sorunlarının çeşitliliği doğrultusunda çeşitli konulardan söz edilebilir (Kapani, 1989: 114). Grup üyeleri arasında doğrudan doğruya fiziksel bir ilişki söz konusu değildir. Toplumsal yaşantı ile ilgili sorunlar ne kadar çeşitli ise bu sorunlara tepki gösteren konularda o kadar çeşitli olmaktadır.

Farklı ortamlar farklı sorunlara neden oldukça grubun büyüklüğünde değişiklikler olabilir. Seçmenler, öğrenciler ve diğer gruplar farklı türde kamu oluştururlar. Bununla birlikte kamu ve kamuoylarına ilişkin en büyük ilgi siyasi alanda görülmektedir. Çünkü siyasi sürece yoğun bir ilgi söz konusudur.

1.2.1.2. Oy Unsuru

Oy kavramı, psikolojik bir kavramdır. Bir başka ifadeyle sosyoloji ile psikolojinin bulunduğu bir alanda yer almaktadır (Anık, 1994: 90). Kısaca gruba hakim olan “kanaat” anlamında kullanılmaktadır. Daha geniş anlamda oy, duygu veya izlenimden daha kuvvetli, kanıtlanması daha kolay fakat tam olarak kanıtlanabilen yada pozitif olan bilgiden daha az geçerli ve kuvvetli kanaatlerdir (Young, 1954: 62).

1.2.2. Süreç Unsuru

Kamuoyu sadece gruba hakim olan kanaatlerin kapsamını ve yoğunluğunu değil, aynı zamanda bunların sürecini de ifade eder. Gruba hakim bir kanaatin alınabilmesi için belirli bir sürenin geçmesinin gerekliliği açıktır. Bu süre grup üyelerinin karşılıklı bilgi alışverişinde bulunduğu yine karşılıklı tartışma ve etkileşme içerisinde geçen bir süredir. İşte bu geçen süre kamuoyunda süreç unsurunu meydana getirir.

Bireyler kamu sorunları hakkında tavır takınıp, kanaatlerini geliştirirken çoklukla kendi yakın çevrelerinin dışında kalan kimselerin de kanaatlerini öğrenirler. “Kişisel örnekleme” denilen bu yöntemle, diğer bireylerin, grup üyelerinin veya grupların aynı konuda nasıl davranacakları hakkında birey tahminlere girişir ve kafasında bazı görüntüler oluşturur. Diğerlerinin tavırları ve davranışları hakkındaki tahminleri bireylerin kendi kanıtlarını, davranışlarını ve hatta tavırlarını etkisi altına alır. Böylece, başkalarının aynı konu hakkındaki davranışları ile ilgili tahminlerin bireyin davranışlarında ayarlamalara yol açtığı, bu ayarlamaların da, geri dönerek, tahminleri kuvvetlendirdiği bir süreç başlar (Sezer, 1972: 8). Bu süreç, yani karşılıklı etkileşim başladığında kamuoyu oluşur.

2. Kamuoyu İle İlgili Teorik Yaklaşımlar

Kamuoyu günümüzde ancak bilimsel araştırmalar yolu ile ölçülen, değerlendirilen bir konudur. Kamuoyunun bilimsel karakteri ve sistematığı çok yavaş gelişmiştir. Klasik gelenek, özellikle kamuoyu konusunda, aşırı derece uzun süre boyunca hükmünü sürdürmüştür. İki bin yıl hatta daha uzun bir zaman boyunca insanlar belirli beşeri ve sosyal güçleri sadece rasyonel yoldan çözmeye çalışmışlardır (Abadan, 1974: 14).

İlkçağlardan başlayarak XX.yüzyıla kadar kamuoyu konusunda klasik gelenek hakimdi. Klasik geleneğe bağlı olan düşünürler, daima rasyonel hareket eden halkın bir çok olay hakkında bilgi sahibi olduğunu ve bu yüzden de kendi menfaatlerine uyan davranışlarda bulunduğu tezini işlemişlerdir.

2.1. Klasik Teori

Bütün on dokuzuncu yüzyıl boyunca kamuoyu araştırmalarına hakim olan fikri akım rasyonalizmdir. İnsan varlığının en esaslı unsuru olarak akli etkeni benimseyen ekollere göre kamuoyu, rasyonel düşünen bir insan toplu-

luğunun ölçülü kanaatidir. Bu itibarla her türlü heyecan ve duygu rastlantılarından temizlenmiş bir kamuoyu ortaya çıkmıştır.

Kamuoyunu, klasik teori yardımı ile tahlil etmek isteyenler bu kavramı zihni ve soyut bir kavrama dayattırmışlardır. Böylece kamuoyu karşımıza adeta gökyüzünde dolaşan, görünmez, her şeye muktedir, realite ile ilgisi olmayan metafizik bir kudret olarak çıkmaktadır. Kamuoyunun mahiyetini rasyonel düşüncelerle kavranmasının doğurmuş olduğu diğer bir sonuçta kamuoyunun kaynağı olarak sadece aydın bir seçkinler zümresi görme arzudur (Abadan, 1974: 16).

Klasik teorinin kamuoyunun açıklanmasında dayandığı temel ilkeler şöyle sıralanabilir (Abadan, 1974: 17);

- a. Teori taraftarlarına göre, belli bir görüşü paylaşan fertler, bu görüşlerinin oluşmasına yol açan sebepler hakkında önceden tatmin edici bilgiye sahiptirler.
- b. Bu düşünürlere göre, ortak bir kanaat taşıyan fertler mantık ölçüsü ile hareket etmektedirler.
- c. Teorisyenler bir adım daha ileri giderek, fertlerin kamu işlerine aktif olarak ilgi duymalarının altında kendi menfaatlerinin yattığına inanmaktadırlar.

Klasik teorinin bu ilkelerinin, kamuoyunun oluşmasında yeterli olduğunu söylemek güçtür. Çünkü günümüz karmaşık toplumlarında fertlerin bütün olaylar hakkında tatmin edici bilgiye sahip olması mümkün değildir. Kaldı ki, özel ihtisas ve teknik bilgiyi gerektiren bir çok sorun hakkında ortalama bir vatandaşın yeterli bilgi sahibi olduğu iddia edilemez. Gene fertlerin kanaatlerini mantık ölçüsü içinde oluşturdukları da doğru değildir. Günümüz ampirik araştırmalarının gösterdiği gibi, bir çok kanaatin kaynağı psikolojik olup rasyonel bir temele dayanmaz. Aynı şekilde günümüz çoğulcu toplumunda belli bir sosyal grubun üyesi olan fertler, grup çıkarlarını kendi çıkarları üzerinde görmektedirler.

2.2. Modern Teori

Kamuoyu fikrinin, entelektüel bir ilgi alanından çıkarak ampirik araştırmalara konu olmaya başlaması Birinci Dünya Savaşının sonunda mümkün olmuştur. Birinci Dünya Savaşı sonrasında Başkan Wilson yaptığı barış antlaşmasının Amerikan toplumunda tepki yaratması ve bu sebeple antlaşmanın kongre tarafından engellenmesi Amerikalı bilim adamlarının dikkatlerini

kamuoyu üzerine çevirmelerine zemin hazırlamıştır. Bundan sonra, bütün değişkenleri göz ardı ederek sadece rasyonel perde hakim olan kanaatlere göre kamuoyunun incelenmesi terk edilmekte, insan faaliyetlerinin çevresi, bu çevre hakkındaki düşünceleri ve gösterdiği tepki dikkate alınarak ampirik araştırmalarla kamuoyunun açıklanabileceği görüşü ağır basmaya başladı (Lippmann, 1922: 256).

W. Lippmann, herhangi bir toplumun iyi işleyebilmesi için eleştirinin önemine işaret ettikten sonra, halkın her zaman menfaatlerini bilemeyeceğini çünkü kolayca aldatılabileceğine dikkati çektikten sonra kalabalığın gerçekte kamuoyunun açıklanmasına en ciddi engeli oluşturduğunu savunmaktadır (Lippmann, 1922: 257). Sıradan bir vatandaş, sadece zamanının küçük bir kısmını kamu sorunlarına ayırmaktadır. Bu ilgi, ancak vatandaşın kamu sorunları ile ilişkili bir menfaati ortaya çıktığı sürece devam etmektedir; fakat bu sorunların karmaşıklığını anlayamamaktadır. Bu sorunları daha iyi kavrayabilmesi için vatandaşın sadece bilgi alması yetmez, bundan daha fazla olarak sorunlar hakkında özel değer yargılarına ihtiyaç vardır. Sonuçta kamuoyunun halkın sesi şeklinde anlaşılması doğru olmaz. Öyleyse, kamuoyu, çevre, düşünceler ve tepki üçgeni çerçevesinde, sosyoloji, psikoloji, iktisat ve istatistik gibi disiplinler yardımı ile incelemek gerekir (Abadan, 1974: 21).

2.2.1. Etkili Çoğunluk Teorisi

Etkili çoğunluk görüşünü savunanlara göre, kamuoyunun oluşumu için sayı çoğunluğu şart değildir. Fikir birliği gerekmez. Fakat kanaat o şekilde oluşmalıdır ki, azınlık o kanaati paylaşmasa bile, korktuğundan değil, inançlarından dolayı onu kabul etmelidir (Özsoy, 1998: 24).

Bu teoriye göre, çoğunluğun kanaati demek olan genel iradeye azınlık nasıl katılmak zorunda ise, Lowell de fertlerin inançlarını çoğunlukla isteyerek birleştirmelerini siyasi hayat için bir gereklilik saymaktadır (Qualter, 1980: 35). Bu anlayışla Lowell, kamuoyunun oluşmasında önemli rol üstlenen sosyal grupları devre dışı bırakmaktadır. Ama şu da bir gerçektir ki, bu tez günümüzde karşıt fikirlerin karar verme sürecinde belli bir ortak çizgide birleşmesini ifade eden consensus'u açıklamada elverişlidir (Abadan, 1973: 20).

2.2.2. Kuvvet Teorisi

Kamuoyunun toplumsal denge ortasındaki bağdaştırıcı rolü yerine bu sosyal gücün çeşitli siyasal süreçlerde yerini, kapsamını inceleyenlerin ba-

şında Lasswell ile Odegard'ı saymak gerekir. Bu bilim adamları Hobbes ve Machiavelli'den farklı olarak psikoloji biliminin verilerine dayanan modern bir kuvvet teorisinin ilkelerini tespit etmek istemişlerdir (Lasswell, 1958: 24).

Lasswell, siyasal iktidar ile yönetilenlerin değer yargıları arasında karmaşık bir ilişkinin olduğuna dikkatlerini çeker ve bu sebeple siyaseti de "kim, neyi, ne zaman ve nasıl alır" şeklinde tanımlar. Esas itibarıyla, her sistemde siyasal iktidar bir seçkin grubun elindedir. Fakat demokrasilerle diktatörlükler arasındaki fark, ilkinde etkilemenin iki yönlü olmasına karşılık, ikincisinde sadece devletten halka doğru, yani tek yönlüdür. İki sistemi ayıran bu temel farka rağmen Lasswell, seçkinlerin ve kanaat önderlerinin sınırlı bilgi aktarımı ve propaganda yolu ile fertlerin düşüncelerini kontrol edebildiklerini de inkar etmez. Daha açık bir söyleyişle, propaganda sadece diktatörlerin kullandığı bir yöntem olmayıp, istikrarlı bir demokraside bile kamuoyunu çoğu kez yönlendirilebilmektedir (Lasswell, 1958: 26-27).

3. Genel Olarak Kamuoyunun Oluşması

Kamuoyunun oluşmasını anlayabilmek ve açıklayabilmek için öncelikle oyların yani kanaatlerin nasıl oluştuğunun açıklığa kavuşturulması gerekir. Genellikle kanaat oluşmasında şu üç faktörün rol oynadığı kabul edilir. Birey, bireyin içinde yaşadığı çevresi, birey ve bireyin çevresi arasındaki etkileşme (Sezer, 1972: 19).

Şüphesiz bireyin bir takım kanaatler edinmesi, içinde yaşadığı sosyal çevrenin etkisiyle ve bireyin kişilik yapısı ile ilgili faktörler sonucu olmaktadır. Birey doğduğu andan itibaren içgüdülerinin etkisinde kalır, davranışlarına bu iç güdüleri yön verir. Daha sonra çocukluk döneminde çevresinde olup biten olayları gözlemleyerek doğru veya yanlış olanları benimser ve doğru olarak kabullenir. Doğru veya yanlış bu izlenimler bireyin erişkin yaşantısında, kanaatlerin oluşmasında etkili olacaktır. Bireyin kanaatleri, kişisel yapısı ve bu kişisel yapısını etkileyen çevresi ile karşılıklı etkileşme sonucunda oluşur.

Kamuoyunun oluşması ile ilgili olarak uzuncu bir süre şu görüş yaygın olmuştur; Belli bir sorunla karşılaşan insanlar, bu sorunla ilgili verileri tartarak bilinçli, rasyonel sonuçlara varırlar, böylece ulaşılan kanaatler de kamuoyunu meydana getirir. Ancak daha sonra yapılan araştırmalar, bu teorik görüşün dayandığı varsayımın geçerli sayılamayacağını, kamuoyunun kaynağında çoğu zaman bu nitelikte rasyonel bilinçli bir değerlendirmenin bu-

lunmadığını ve somut sorunlar karşısında beliren fikir ve tutumları genellikle önceden “biçimlenmiş” kanaatlerin tayin ettiğini ortaya koymuştur (Kapani, 1989: 115).

3.1. Kamuoyunun Oluşmasında Etkili Olan Psikolojik Faktörler

Kamuoyunun oluşmasında etkili olan psikolojik faktörler iki alt başlıkta incelenebilir. Bunlar tutumlar ve kanaatler olarak sayılabilir. Tutumlar ve kanaatler birbirleriyle etkileşim içindedir. Kamuoyu oluşurken önce tutumlar oluşmaktadır, buna paralel olarak kanaatler oluşur.

3.1.1. Tutumlar

Kamuoyunun oluşmasında tutumlar oldukça önemli bir role sahiptirler. Tutum, genel anlamda hal ve gidiş, duygunun dışı vurulması biçiminde tanımlansa da kavramın anlamı konusunda herhangi bir ortak görüş söz konusu değildir (Gökçe, 1993: 77). Daniel Katz’a göre tutum “bireyin sahip olduğu değerler dizisine bağlı olarak bir simgeyi, bir nesneyi, bir kişiyi veya dünyayı iyi ya da kötü, yararlı ya da zararlı yönleriyle algıladığı bir öndüşünce biçimi”dir (Katz, 1980: 41). Bu nedenle tutumun içinde olumluluk ya da olumsuzluk bulunmaktadır. Ayrıca değer yargısına bağlı iki farklı özellik de söz konusudur. Bunlardan ilki çekicilik – etkileycilik boyutu diğeri de değer yargısı içeren boyutudur.

Tutum, bireyin kendine yada çevresindeki herhangi bir toplumsal konu ya da olaya karşı deneyim ve bilgilerine dayanarak düzenlediği bilişsel, duygusal ve davranışsal bir tepkidir (Baysal, 1989: 167). Burada söz konusu olan toplumsal konu bir birey, bir ürün yada bireyin oluşturduğu bir yapıt olabilir. Herhangi bir ülkenin iktisadi durumu da toplumsal bir olaydır. Bireyin kendisi de bir sosyal konu olarak kabul edilirse bireyin kendisine yönelik geliştirdiği tutumu da söz konusu olmaktadır.

Tutumların oluşumu konusunda Allport, dört koşulun gerekli olduğunu belirtir. Bunlar (İnceoğlu, 1985: 14):

- Birinci koşul, aynı tipten olan deneyimlerin artmasıdır. Aynı konuda çeşitli deneyimlerin birikmesi sonucu insanda o konu ile ilgili tutumlar oluşur.

- İkincil koşul, bireyselleşme, farklılaşma ve ayrılmadır. Birinci koşul biriken deney böylece desteklenir. Tutum özelleşir ve belli bir tutum benzerlerinden ayrılır.
- Üçüncü koşul ise, kuvvetli bir etkileyici ve dramatik bir deneyim meydana gelmesidir. Örneğin uzun boylulardan nefret eden birisinin hayatını uzun boylu birisi kurtarmışsa kişi uzun boylulara karşı olumlu bir tutum geliştirebilir.
- Dördüncü koşul da tutumlar ana – babayı, öğretmenleri, arkadaşları ve benzerlerini taklit yolu ile yani hazır olarak elde edilir.

Tutumlar; bireyin toplumun diğer bireyleri ile olan ilişkilerini kolaylaştırabilirdiği gibi güç bir duruma da getirebilmektedir. Aynı tutumu paylaşan bireyler arasında bir birlik, beraberlik söz konusu olmakta, kendileri ile aynı tutumu paylaşmayan bireyleri ise dışlamaktadırlar. Sonuçta, tutumlar bireyin bir gruba ait olma duygusunu yaşayabilmeleri için ilk aşamadır.

3.1.2. Kanaatler

Kamuoyu kavramını oluşturan kavramlardan bir diğeri de kanaatlerdir. Kanaatler genellikle kamuyu kavramının ikinci ögesi olan oy kavramının karşılığında kullanılmaktadır.

Tutumlar çoğu defa kanaatlerle karıştırılırsa da ikisi arasında bazı farklılıklar söz konusudur. Kanaatler “söze dökülmüş tutumlar” biçiminde ifade edilebilir. Kanaat davranışla olan fonksiyonel ilişkisi açısından farklı özellikler taşımaktadır. Bireyler sorunlar karşısında çözüme ulaşmak için geçmiş deneyimlerine durumla ilgili tutumlarına başvurmayı tercih ederler. Ancak çözüm yolu bulabilmek için durum ve arayış biçimi dışında bu tutumlardan fazla bir fayda elde etmek mümkün değildir. Belli bir düzeyde akılcılığa dayanacak biçimde durumun tanımlanması ve bu duruma uygun gelecek bir eylemin kavramlaştırılması ele alınarak bunlar uygulanmaya çalışılabilir. Bu tanımlamalar ise pratik ve düşünsel yönden kanaat olarak kabul edilebilir. Kanaatler genellikle durumun içerisinde yer alan şüpheli öğeleri, çelişkileri, belirsizlikleri ve sorunları ele alırlar. Bu nedenle de tutumlardan daha fazla akılcı bir yapıya sahiptirler (Oskay, 1973: 16).

Kanaatler hiçbir zaman ortak bir hüküm olarak karşımıza çıkmazlar. Aksi taktirde kanaat yerine herkesçe benimsenen bir tutum var demektir. Kanaat unsurunu genel olarak kabul ettiğimiz taktirde, bu unsurda yer alan görüş, rasyonel yoldan ispatı gerekmeyen bir hükümdür (Yüksel, 1994: 23).

3.2. Kamuoyunun Oluşmasında Etkili Olan Kurumlar

Kamuoyunun oluşmasında, yalnızca kişisel faktörler rol oynamazlar. Kişisel faktörlerin dışında, bireyin kanaatlerinin oluşmasına etki eden, bireyin içinde bulunduğu çevre ve bu çevreyi meydana getiren kurumlar da mevcuttur.

3.2.1. Gruplar

Kanaatlerin biçimlenmesinde rol oynayan ortamdan gelen unsurlar arasında öncelik tanınanı birincil ve ikincil gruplardır. Birincil gruplar, öğrenme sürecinin hızlı bir faaliyet gösterdiği birey yaşantısının ilk yıllarında bireyin tavırlarını, görüşlerini, inançlarını ve kanaatlerini etkileyen ve oluşturan aile ve okul gibi gruplardır. Birincil gruplar, genellikle üyeleri arasında yüz yüze, kişisel ilişki ve etkileşme olan gruplar olarak tanımlanmaktadır (Ünsal, 1974: 176).

Ailenin kamuoyu oluşumu üzerindeki etkisi iki yönden önem taşımaktadır. Bunlardan birincisi, birey toplum içinde rol ve sorumluluklarını ve bazı davranış biçimlerini geliştirmeyi, toplum içinde birlikte hareket etmeyi ailesinden öğrenmektedir. İkinci olarak, ailenin belirli ölçülerde devletin müdahale alanı dışında kalması sayesinde birey, belirli etkilere tepki göstermeyi tutum kazanmayı ailesinden öğrenmektedir (Key, 1963: 293).

Eğitim, bireyin düşüncesini belirlemede aileden sonra gelen en etkili kurumlardandır. Bireylerin bilinçlenmesi amacıyla oluşturulan bu kurumlar kamuoyuna kaynak oluşturmaktadır. Eğitim kurumları aynı zamanda sosyal sistemler oldukları için bireyin yeni tutumlar geliştirmesine ve eski tutumunu değiştirmesine neden olmaktadır (Sezer, 1972: 20).

Üyeleri arasındaki ilişkinin kişisel ve yakın olmadığı gruplara ikincil gruplar denmektedir. ikincil gruplar “referans grupları” görevini gördükleri, yani kişinin bir grupla özdeşleşmesini sağladıkları için önemlidir. Referans grupları ve bu gruplarla özdeşleşme insanların en derin inançlarını ve duygularını etkiler; yaşantısı boyunca bir yandan kendisini kabul etmesini istediği insanları, öte yandan sosyal özdeşleşmesini, yani toplum içindeki yerini belirler (Onaran, 1984: 30).

3.2.2. Baskı Grupları

Sosyo ekonomik düzeyi ne olursa olsun tüm ülkelerin yönetim yapısında yer alan baskı gruplarının, siyasi mekanizma içindeki önemi yadsınamaz.

Baskı grupları çoğu zaman toplumun genel çıkarları anlamına da gelen kendi özel çıkarlarını, devlet yönetimini ellerinde tutanlara ileterek, kamuoyu oluşturmakta ve böylece sürekli olarak siyaset arenasında rol oynayabilmektedirler (Dinçer, 1998: 3).

Ülkelerin siyasi mekanizmalarının ayrılmaz parçaları olan baskı grupları, nasıl bir sınıflandırma yapılırsa yapılsın çok sayıda görevler üstlenmektedirler. Baskı grupları, toplumun siyasi konularda bilinçlenmesini sağlamalarının yanı sıra üyelerinin çıkarlarını yönetime karşı savunmak vb. pek çok görevi yerine getirmekle sorumludurlar. Üstlenilen bu görevlerin gerçekleştirilebilmesi için bazı güç unsurlarının varlığı gerekmektedir. Gücün çeşitli temelleri vardır. Baskı grupları sahip oldukları bu gücü çıkarlarını gerçekleştirme amacıyla yönetime karşı kullanırlarken, kendi aralarındaki rekabet ortamında etkili olabilmek ya da güçlenebilmek için işbirliğine gitme yolu ile de bu gücü arttırabilmektedirler (Akad, 1976: 64).

3.2.3. Kanaat Önderleri

Kanaat önderleri kavramı, ilk defa Lazarsfeld, Berelson ve Gaudet'in Birleşik Amerika'da 1944'de uyguladıkları önder bir seçim araştırması sırasında geliştirilmiştir. Bu kavram kısaca "daha çok bilgi, ilgilenme ve kişilikleriyle arkadaş ve tanıdıkları arasında nüfus kazanan bireyler" anlamına gelmektedir. Kanaat önderlerini nitelendiren başlıca özellik, başkalarının kendilerine siyasi mahiyette sorular yönelmeleri, siyasi bir uyanıklık taşımaları, herkesten çok siyasi olaylarla meşgul olmaları, siyasi tartışmalara girişmeleridir. Kanaat önderlerinin etkili olmalarının başlıca nedeni, kitle haberleşme araçlarını daha çok izlemeleri ve bunların gayrişahsi, soyut muhtevasını kişisel ilişkiler içerisinde çevrelerindeki kimselere iletmelerinden ileri gelmektedir (Kapani, 1989: 158).

Kanaat önderleri, yüz yüze temasta buldukları için, kendi siyasal eğilimlerini diğer kişilere kabul ettirmekle daha etkili olmaktadır. Yüz yüze konuşmanın pedagoji ve ikna alanındaki etkinliğinin diğer araçların etkinliğinden çok daha fazla olduğu, sosyal bilimcilerin ve kamuoyu uzmanlarının en yaygın ortak görüşleridir. Yüz yüze temasın üstünlüğü, doğrudan doğruya kişiler arasında ve gerçeklere dayalı olması ve dolayısıyla da etkinlik gücünün artmasındadır. Kanaat önderleri buldukları toplumun aktif olan kişileridir. Bu nedenle de çevrelerini etkileri altında almak için yoğun gayret gös-

terirler. Çevreleri üzerinde egemenliklerini kurabilmelerinin en başarılı yolu olarak yüz yüze temas yolunu kullanırlar. Yüz yüze yapılan temasların ve kanaat önderlerinin faaliyetlerinin özellikle kitle haberleşme araçlarının yeter derecede yaygın olmadığı ülkelerde önemli bir yer tuttuğunu kaydetmek gerekir (Lipset, 1961: 181).

3.2.4. Kültürel Yapı

Kamuoyunun oluşmasında etkili olan bir diğer kurum da toplumun ve dolayısıyla da bireylerin sahip oldukları kültürel yapıdır. Kültür kavramı günlük dilde çok basit bir kavrammış gibi kullanılsa da aslında oldukça karmaşık bir yapı sergiler. Günlük konuşmalarımızda aydın kişiler için kullandığımız bu kavram aslında “toplumsal olarak hazırlanan ve gene toplumsal olarak başkalarına, topluma yeni gelenlere veya yeni doğanlara aşılabilen her çeşit değer, tutum ve davranışların toplamı” anlamına gelmektedir (Uygur, 1984: 18).

Kültür insan topluluklarının anlaşılabilmesinde temel olan unsurdur. Bu nedenle diğer tüm toplum bilim düşünceleri kültür kavramından kaynaklanmakta ya da ona bağlı olmak durumundadır. Kültür en geniş anlamıyla insanlığın yüzyıllar boyunca ortaya koymuş olduğu bütün bilgi değerlerinden özgürce yararlanılmasıyla elde edilmektedir. Toplumu oluşturan bireylerin kuşaklar boyunca biriktirdiği yaşam bilgisinin sonucu ortaya çıkan ve toplumsal yaşamın devam etmesine olanak sağlayan bir ürün olan kültür bireyi yaşamını etkilemekle tutum, kanaat ve davranışlarını biçimlendirmektedir (Abadan, 1974: 118).

Kültürel değerleri koruma ya da analiz etme girişimlerine bağlı olarak kültürel değerlerle ilgili farklı iletiler bireyler tarafından kamuoyu oluşumu sırasında alınabilmektedir. Belirli bir kesim, kendisine özgü bir kültür ortamı oluşturarak bunun sınırlarını dışardan gelen etkilere karşı koruyabilir. Ancak iletişim alanındaki hızlı teknolojik gelişmeler kültürel değerlerin belirli sınırlar içinde kalmasına engel olmaktadır (Güvenç, 1984: 103). Bu nedenle toplumlar yalnızca ulusal ölçekli değil, aynı zamanda uluslar arası ölçekli kamuoyu oluşumunun gerçekleştirilmesi amacıyla çeşitli kültür değerlerinin etkileriyle karşılaşmaktadır. Bunun sonucunda da bireysel kanaatlerin oluşumunda aile ve içinde yaşanılan toplumun etkisi giderek zayıflarken kitle iletişim araçlarının etkisi giderek artış göstermektedir (Ozankaya, 1979: 105).

3.2.5. Hukuki ve Siyasal Ortam

Kamuoyu, kısaca, bir konu ile ilgilenen grupların kanaat ifade etme, tartışma ve karşılıklı etkileşme süreçlerinin ürünü olduğuna göre, bireylerin ve grupların kanaatlerini ifade etmelerini ve tartışmaya girişmelerini olanaklı kılan hukuki ve siyasal ortamın varlığı bu davranış için vazgeçilmez bir ön koşuldur. Hukuki ortamı anayasa ve diğer yasalar, siyasal ortamı da yönetimi elinde tutan siyasal organın kararları ve uygulamaları sağlar (Sezer, 1972: 34).

Kamuoyunun oluşması ve belirlenmesi için her şeyden önce haberleşme kanallarının açık tutulması, başka bir deyişle, haberlerin her türlü araçlarla serbestçe alınıp verilebilmesi ve yayılabilmesi şarttır. Bu imkanın yokluğu veya eksikliği halinde halkın olaylar ve sorunlar üzerinde fikir sahibi olması bir yana çoğu zaman bunlardan haberi bile olmayacaktır. Şu halde görülüyor ki, haberleşme hürriyeti kamuoyunun oluşabilmesinin birinci şartını teşkil eder (Dönmezer, 1978: 67). Yalnızca haberleşme hürriyetinin var olması yeterli değildir. Olaylar ve sonuçları üzerinde serbestçe fikir yürütebilme, yorum ve tenkit yapabilme ve tartışabilme imkanlarının da olması gerekir. Kamuoyu, bu şekilde çeşitli fikirlerin, değişik yorumların çatışan tezlerin açıkça ortaya konulduğu ve tartışıldığı bir ortamda gelişebilir ve olgunlaşabilir. Bu da demektir ki, kamuoyunun temelinde düşünce ve düşüncenin açıklanması ifade hürriyeti yatmaktadır. Kısaca denilebilir ki, bütün hürriyetler sistemi, kamuoyunu meydana getiren düşünce akımlarının “pekişmesi ve aydınlatılması sürecinin” en esaslı şartını oluşturur (Anık, 1994: 104).

4. Kamuoyu Oluşumunda Kitle İletişim Araçlarının Rolü

1980 sonrası, iletişim teknolojisinde yaşanan büyük değişimler, bu araçların toplumları etkileme güçlerini de değiştirmiştir. O döneme kadar toplumlarda yaşanan gelişmeleri yansıtmakla sorumlu olan güçler artık kamuoyu yaratma çabalarında bulunmaya başlamışlardı. Kitle iletişim araçları haber ve bilgi değerine sahip olan içerikleriyle kamuoyunun oluşumu sürecinde önemli roller üstlenmeye başlamışlardır (Arsev, 1996: 77).

Kamuoyu ancak bilgiye dayalı olarak oluşabilir. Kamuoyunun oluşumunda, bilgi iletme işlevini yerine getiren araçlar olan kitle iletişim araçları ve bu araçları kullananların, bilgilerin alınması ve algılanması aşamasında kullandıkları yöntem ve teknikler kamuoyunu yönlendirmek isteyenler için çok önemlidir. Belli çıkarları olan birey ve gruplar kişi ve grupların düşüncelerini ve davranışlarını etkilemek amacıyla kitle iletişim araçları aracılığıyla

ikna ve telkin tekniklerini kullanarak toplumu etkilemeye çalışırlar (Gezgin, 2002: 17).

Kitle iletişim araçlarına sahip olma ya da onlardan yararlanabilme durumu hem halkın kanaatlerini biçimlendirmede hem de araç sahiplerinin kanaatlerine etkide bulunmada büyük öneme sahiptir. Yeni olaylar hakkında kanaat oluşturma ya da eski kanaatleri değiştirme gücüne sahip olan iletişim araçları, kamuoyunun biçimlenmesine etkide bulunmaktadır (Erkan, 2001: 82). Kitle iletişim araçlarına sahip olma ve onlardan yararlanma bir yandan halk içinde kanaatlerin biçimlenmesinde etkin olurken diğer yandan kanaatlerin karar verici konumundaki bireylere iletilmesi ve kararı etkileme olasılığının yaratılması işlevini yerine getirmektedir.

Günümüzdeki iletişim araçları tarafından öncelik tanınan konuların kamuoyunda da önceliğe sahip olduğu görüşü geniş oranda kabul görmektedir. İletişim araçları bireylere belli konularda hangi düşüncelere sahip olmalarını söylememesine rağmen, hangi konularda düşünce sahibi olmaları gerektiğini belirtmektedir (Sezer, 1972: 47). Bu noktada iletişim araçlarında yer verilen konuların toplumsal tartışmayı iki biçimde etkilemesi söz konusudur. Öncelikle bireyler iletişim araçlarında tartışılan konular ve bu konuların boyutları hakkında konuşmaktadırlar. Böylece kitle iletişim araçları bireylerin, grupların ve örgütlerin düşüncelerini meşgul eden konular hakkında bilgi ileterek konuların hangi boyutlarının öne çıkarılması gerektiğini vurgularlar (Sezer, 1972: 49). İletişim araçlarının sorunları tartışması aynı zamanda o sorunların bireyler tarafından da tartışılması anlamına gelmektedir.

Kitle iletişim araçlarının önemi ayrıca kamuoyu oluşumunda etkili olan diğer unsurlarında bu araçları kullanmasından da kaynaklanmaktadır. Bu konuda yapılan araştırmalar da “insanların kitle iletişim araçları tarafından etki altında bırakıldığı” öne sürülmektedir.

Kitle iletişim araçları öncelikle toplumdaki çeşitli olayları, durumları kitlelere ileterek haber verme işlevini yerine getirmektedirler. Böylelikle iletişim araçları önemli toplumsal, siyasal ve ekonomik olayların konu ile ilgilenen bireylere iletilmesinde yardımcı olurlar. Bir başka ifadeyle bu araçlar haber verme işlevi sayesinde halkın dikkatini bazı noktalara çekerek kamuoyunun oluşmasına katkıda bulunmaktadır (Truman, 1951: 220). Ayrıca halkın çeşitli konulara ilişkin örgütlenmiş görüşlerine de yer vererek kamuoyunun yansıtılmasına yardımcı olur.

Bilginin toplumdaki dolaşımı, bu araçlar sayesinde iki yönlü olarak oluşmaktadır. İletişim araçları haberleri ileterek hem konuyla ilgilenen halka hem de politikacılara toplumda yaşanan olayları iletirler (Truman, 1951: 224). Diğer yandan bu araçlar kamuoyu araştırmasına benzer biçimde halkın siyasilere olan tepki ve yanıtlarını iletirler haber verme işlevi sayesinde iletişim araçları toplumsal sorunların farkına varılmasına neden olurlarken kamuoyu yansıtma işlevi sayesinde de konu ile ilgilenen halkın düşüncelerini kanaatlerini siyasilere iletirler. Böylelikle oluşmuş kamuoyunun siyasiler tarafından farkına varılmasını sağlarlar.

4.1. Gündem Belirleme Kuramı

1972 yılında Mc Combs ve Shaw tarafından ortaya atılan gündem kurma kuramı, kitle iletişim araçlarının haberleri sunuş biçimi yoluyla bazı konulara ağırlık vererek, kamuoyunun gündemini oluşturduğu görüşüne dayanmaktadır. Bu kurama göre, kitle iletişim araçları, haber ve bilgilerin önem sıralamasını belirleyerek, toplumun neyi ne kadar bilmesi gerektiğine onlar adına karar vermektedir. Kitle iletişim araçlarının gündemine alarak verdiği haberler toplum tarafından önemli olarak algılanmakta diğer konular ise önemsiz kabul edilmektedir. Kitle iletişim araçlarının gündemi belirleyebilmesinin temelinde ise; bireylerin yaşamlarında kendilerine bir dayanak aramasından kaynaklanmaktadır (Işık, 2002: 74-75). Kitle iletişim araçlarında en fazla yer alan konu, kamuoyu tarafından da en önemli konu olarak algılanmaktadır. Kitle iletişim araçları içerikleri ile insanların ne düşüneceğine değil, ne hakkında düşüneceğine etki ettiği görüşü ileri sürülmektedir (Yumlu, 1994: 93). İnsanlar, kitle iletişim araçlarında yayınlanan haberleri okuyarak ya da izleyerek dünyada neler olup bittiği konusunda bilgi sahibi olmaktadır. Hangi konuların gündemin ilk sıralarında oldukları, hangi konuların önemsiz kabul edildiğini kitle iletişim araçlarının o konulara, nerede, ne kadar ve nasıl, yer verdiği ile belirlenmektedir (Yüksel, 2001: 22-23). Yukarıda açıkladığımız durum, yüksek öğrenim görmüş kişilerde siyasal bilincin üst düzeyde olması ve daha az yönelime ihtiyaç hissetmeleri nedeniyle fazla olmamaktadır (Yumlu, 1994: 96).

Kitle iletişim araçlarının, ülke ve dünya sorunları hakkında kamuoyuna bilgi sunması, bu konuların hangisinin kamuoyunda önceliğe sahip olması gerektiği, ilgili kitle iletişim aracının yayın politikası ve belirlediği gündemden neler beklediği ile bağlantılı olmaktadır. Kitle iletişim araçlarının gün-

demine aldığı, büyük ağırlık ve yer verdiği konuların önemli olarak algılanması, gündemine alınmayan konuların ise; önemsiz olarak algılanmasının etkili olmasında, bireyin yaşamına ilişkin düzenlemeler yaparken kendisine referans ve dayanak noktası aramasından kaynaklanmaktadır.

4.2. Suskunluk Sarmalı Kuramı

Suskunluk sarmalı kuramı 1974 yılında Elisabeth Noelle-Neumann tarafından ortaya atılmıştır. Bu kurama göre; insanlar, toplumun çoğunluğu tarafından dışlanmak korkusu ile fikirlerini açığa vurmaktan çekinirler. Bu nedenle oybirliğine ulaşmada toplumun temel enformasyon kaynağı kitle iletişim araçlarından yararlanmaktadır. Kitle iletişim araçlarında yer alan görüşler ne kadar baskınsa, bireysel karşıt görüşlerini açıklamakta o kadar sessiz kalmaktadırlar. Bunun nedeni toplumsal dışlanma korkusu ve yönelim gereksinimidir (Yumlu, 1994: 102-103). Bu kurama göre, toplumun baskısından uzaklaşmak için bireyin, toplumla ve diğer bireylerle bütünleşmek ihtiyacı hissetmesi, diğerlerine benzemesine ve benzer şekilde davranmaya çalışmasına neden olmaktadır (Işık, 2002: 92). Birey, toplumda hangi görüşlerin kabul göreceğini kitle iletişim araçlarının gündemine aldığı haberler yoluyla öğrenmektedir. Kitle iletişim araçlarında az yer alan görüşler, daha az kişi tarafından kabul görmekte, çok yer bulan fikir ve görüşler, kişilerin çoğunluğun yanında yer almaları ihtiyacı ile hareket etmeleri sonucunda daha fazla kabul görmekte ve yeni taraftarlar kazandırmaktadır. Bireyler suskun kaldıklarından, bu görüşler, giderek daha az yaygın ve geçerli görüleceği için giderek bir suskunluk sarmalı oluşmaktadır. Bu nedenle, toplumda yaygın görüşe sahip olan kişilerin görüşlerinin dışında görüşe sahip olan bireyler giderek suskunlaşmakta ve kitle iletişim araçları tarafından ifade edilen görüşler baskın ve doğru görüş olarak kabul edilmektedir.

Sonuç

Kamuoyu belli amaca uygun olarak yönlendirmeye çalışmanın tarihi çok eskilere dayanmasına rağmen, gelişen teknoloji ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasına paralel olarak önemi her geçen gün daha da artmakta ve günlük yaşantımızın bir parçası olmaya devam etmektedir.

Kamuoyunun günümüzde kullanılmadığı alan kalmamış gibidir. Dünyanın internet aracılığıyla ve bilgisayarın tuşları vasıtasıyla insanoğlunun

elinin altına sığıdığı bir dönemde kamuoyunun varlığını göz ardı etmek ve kayıtsız kalmak mümkün değildir.

Kamuoyunun esas varlık sebebi, karar organlarının karar verme sürecine katılarak alınacak kararları kendi yönlerinde etkilemektir. Burada kanaatlerin şekillenmesinde, duyurulmasında, yayılmasında ve sonuçta kamuoyu olarak belirlenmesinde iki önemli unsur rol oynar. Bunlardan biri, bu kanaatlerin örgütlenme yeteneği diğeri ise kitle iletişim araçlarını kullanmada sahip oldukları üstünlüktür. Açıklanamayan kanaatler kamuoyu olarak nitelendirilemeyeceğine göre örgütlenme ve kitle iletişim araçlarının kullanılması, kanaatlerin kamuoyu olarak ifade edilmesinde son derece önemli unsurlardır.

Sonuç olarak kamuoyu özellikle siyasi kararların alınması ve uygulanması üzerinde siyasi iktidara yaptığı baskı açısından oldukça önemli bir yere sahiptir. Günümüzde özellikle iletişim araçları sayesinde kamuoyu etkili hale gelmiş ve gündemi etkilemeye devam etmektedir.

Kaynakça

- Abadan, Nermin, (1974); **Kamuoyu Ders Notları**, Ankara, Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın ve Yayın Yüksek Okulu
- Akad, Mehmet, (1976); **Baskı Gruplarının Siyasal İktidarla İlişkileri**, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Yayınları, No: 2138
- Arsev, Bektaş, (1996); **Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi**, Bağlam Yayınları
- Baysal, A.Can, (1989); **Tutumlar**, İstanbul, Sosyal Psikoloji, Filiz Kitabevi
- Cengiz, Anık, (1994), “Kamuoyunu Oluşturan Araçlar”, Ankara, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı: 1-2
- Daver, Bülent, (1993); **Siyaset Bilimine Giriş**, Ankara, Siyasal Kitabevi, 5. Baskı
- Gezgin, Suat (2002), “Medyanın Toplumsal İşlevi ve Kamuoyu Oluşumu”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Cilt 1.
- Gökçe, Orhan, (1993); **İletişim Bilimine Giriş**, Ankara, Turhan Kitabevi
- Gökçe, Orhan, (1996); “Kamuoyu Kavramının Anlam ve Kapsamı”, Eskişehir, **Kurgu Dergisi**, Anadolu Üniversitesi A.Ö.F. Yayınları, Sayı: 14
- Güvenç, Bozkurt, (1984); **İnsan ve Kültür**, İstanbul, Remzi Kitabevi
- HD., Lasswell (1958); “Politics: Who Gets, What, When, How” New York, Meridian Books
- Işık, Metin (2002); **Kitle İletişim Teorilerine Giriş**, Eğitim Kitabevi Yayınları
- İnceoğlu, Metin, (1985); **Güdüleme Yöntemleri**, Ankara, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları: 4

- İrvan, Süleyman, (1994); “Siyasi Tutumlar ve Kamuoyu”, Ankara, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Sayı: 1-2
- Kapani, Münci, (1989); **Politika Bilimine Giriş**, Ankara, Bilgi Yayınevi, Beşinci Baskı
- Katz, Daniel, (1971); “The Functional Approach to the Study of Attitudes”, **Reader in Public Opinion and Mass Communication**, The Free Press A Division of Mac Millian Publishing Co. Inc., New York, USA
- Ker Dinçer, Müjde, (1998); **Lobicilik**, İzmir, Alfa Yayınları
- Lippmann, Walter (1922); **Public Opinion**, London, Allen and Unwin
- Lipset, Seymour Martin, (2002); **Siyasi İnsan**, Türk Siyasi İlimleri Dergisi Yayınları, Çev: Mete Onaran, Alim Şerif, (1984); **Kamuoyu El Kitabı**, İstanbul, Filiz Kitabevi
- Oskay, Ünsal (1973); **Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş**, Ankara, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, No: 281
- Oskay, Ünsal (1974); “Kitle Haberleşmeleri Açısından Sosyal Algılama ve Tutumları Dinamiği”, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, Cilt: XXIX, No: 1-2, Mart – Haziran
- Ozankaya, Özer, (1979); **Toplum Bilimine Giriş**, Ankara, Ankara Üniversitesi Yayınları
- Örnek, Aynur, (1998); “1990 – 1992 ve 1996 Yıllarında Türk Basınında Alman İmajı: Karşılaştırmalı Bir İçerik Analizi”, Eskişehir, **Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**
- Özsoy, Osman, (1998); Geçmişten Günümüze Yöntem ve Uygulamalarıyla Ppaganda ve Kamuoyu Oluşturma, İstanbul, Alfa Basın Yayın Dağıtım
- Sezer, Duygu, (1972); **Kamuoyu ve Dış Politika**, Ankara, Sevinç Matbaası
- Truman, David, (1951); New York, **The Government Process**, Alfred A. Knopf
- Uygur, Nermin, (1984); **Kültür Kuramı**, İstanbul, Remzi Kitabevi
- V.O., Key, Jr. (1963); **Public Opinion and American Democracy**, New York, Alfred A.Knopf
- Young, Kimball, (1954); “Comments on the Nature Of Public And Public Opinion”, New York, The Dyden Press
- Yumlu, Konca, (1994); **Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları**, İzmir
- Yüksel, A. Haluk, (1994); **İkna Edici İletişim**, Eskişehir, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları, No: 94
- Yüksel, Erkan, (2001); Medyanın Gündem Belirleme Gücü, Çizgi Kitabevi