

## Kamuoyu ve Halkla İlişkiler

Özlem Kükrer<sup>1</sup>

### Özet

**G**ünümüzde kamuoyu, özellikle seçim dönemlerinde sıklıkla karşımıza çıkan bir kavram olarak dikkat çekmektedir. Fakat kamuoyuyla ilgili ortaya konulan tanım ve tartışmaların niceliği bile kavramın seçim ya da araştırma sonuçları şeklinde basite indirgenemeyeceğinin bir göstergesidir.

Bu çalışmanın amacı, kamuoyu kavramı ile halkla ilişkiler arasındaki bağlantıyı özellikle son dönem halkla ilişkiler yazınında önemli bir yere sahip olan Jacquie L'Etang'ın düşünceleri ışığında ortaya koymaktır. Fakat bu iki disiplin arasındaki ilişkiyi ortaya koymadan önce kamuoyu kavramı çeşitli tanımlarla ele alınmıştır. Kamuoyunun halkla ilişkilerle bağlantısını vurgulamadan önce kavramı farklı tanım perspektifleriyle ele almak iki disiplin arasındaki bağlantıyı daha anlaşılır hale getirecektir.

### 1. Kamuoyuyla İlgili Kavramsal Çerçeve

Kamuoyu, Klasikçiler olarak adlandırılan Locke, Hume ve Rousseau'dan Herbst'nin tipolojisine kadar çok geniş bir tanım çerçevesinde ele alınmaktadır (L'Etang, 2004: 12). Kamuoyu çeşitli şekillerde tanımlansa da bu tanımların temelde iki kategoride toplandığı görülmektedir (L'Etang ve Pieczka, 2002: 110). Bu kategorilerden ilki, bireylerin kendi çıkarlarından ziyade diğerlerinin çıkarlarını göz önünde bulundurarak onlarla uzlaşa sağlaması çerçevesinde kamuoyunu tanımlamaktadır. Bu tanım bağlamında kamuoyu Rousseau'nun "ortak iradesi" ile açıklanmaktadır. Bir diğer tanım kategorisi ise kamuoyunu çoğunluğun kanaatleri olarak gören çoğunlukçu yaklaşımdır. Çoğunlukçu yaklaşım çerçevesinde günümüzde kamuoyunun seçim, referandum ve anket sonuçları şeklinde sınırlı bir bağlamda tanımlandığı görülmektedir (L'Etang ve Pieczka, 2006).

Kamuoyu konusunda önemli bir isim olan Herbst (1993) de kamuoyu için dört tanım yaklaşımı ortaya koymuştur. Bunlar, çoğunlukçu, herkesi kapsayan, konsensüse dayalı ve kurgusal kamuoyu yaklaşımlarıdır. Çoğunlukçu kamuoyu yaklaşımı, modern demokrasilerde olduğu gibi bireylerin kanaatlerini dikkate almaya dayalıdır. Fakat bu yaklaşımda çoğunluğun kanaatleri önemlidir ve alınacak kararlarda çoğunluğun kanaatleri dikkate alınmaktadır. Herkesi kapsayan kamuoyu yaklaşımında ise kamunun bir dizi kanaate sahip atomize bireylerden oluştuğu ve bu bireylerin sahip olduğu kanaatlerin toplamının kamuoyunu oluşturduğu belirtilmektedir. Konsensüse dayalı yaklaşım, kanaat oluşumunda müzakereye dayanan iletişime odaklanmaktadır. Bu, Habermas'ın da vurguladığı kamusal alanda kanaatlerin paylaşımı sonucunda ortaya çıkan bir kamuoyu yaklaşımını da özetlemektedir. Son kamuoyu yaklaşımı ise kamuoyunun hiçbir zaman var olmadığı ve onun kurgusal bir kavram olduğunu belirtmektedir (Herbst, 1993: 439-440). Bu tanımın da Lippmann'ın Phantom Public (1927) kitabındaki bakış açısını örneklediği görülmektedir. Lippmann, bu kitabında kamuoyu abartılı biçimde önemseyen bir demokrasi modelinden duyduğu güvensizliği dile getirmektedir. Ona göre kamu, gerçeklik duygusundan yoksundur ve bu nedenle bir konu hakkında gerçekten kanaat sahibi olamaz. Bu nedenle kamuoyu diye adlandırılan kavram aslında hiçbir şekilde var olmamaktadır.

Alman bir tarihçi olan Herman Oncken da kamuoyu konusunda pek çok tanım ve ifade ortaya

1 Araş. Gör. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi.

koymuştur (Aktaran: Lazarsfeld, 1957:42-43). Oncken, kamuoyunu “toplumun geniş ya da sınırlı bir kısmının toplumu ilgilendiren bir sorun üzerindeki benzer ifadelerinin birleşimi” şeklinde tanımlamaktadır. Bu tanımın yanında Oncken kamuoyuyla ilgili olarak “planlı bir şekilde manipüle edildiğini; dernekler, kuruluşlar ve medya çatısı altında çeşitli yollarda açıklandığını ya da her birimiz için zaman zaman dile getirilemeyen duygular olarak kalabildiğini; her ülke için farklı değerlendirilebildiğini; her zaman yönlendirilen ya da yol gösteren olduğunu; elit kesim tarafından halkın kanaatlerini içerdiği için küçümsendiğini; bir salgın gibi çok hızlı bir şekilde yayıldığını; her an değişebilir ve güvenilmez olduğunu ve büyük bir gücü içinde barındırdığını” belirtmiştir. Bu ifade ve tanımların önemi Oncken’in kamuoyu ile ilgili çalışmalar gerçekleştiren pek çok ismin çeşitli düşüncelerini özetlemesidir.

Kamuoyuyla vurgulanması gereken bir başka nokta da çeşitli iletişim modelleri ile kamuoyunun tanımlanmaya çalışılmasıdır. Kamuoyunun özellikle gündem belirleme ve sessizlik sarmalı modelleriyle açıklandığı görülmektedir (L’etang ve Pieczka, 2002). Gündem belirleme modeli, kitle iletişiminde sınırlı etkileri kabul ederken, kitle iletişim araçlarının bireylerin nasıl düşüneceğini olmasa da, ne hakkında düşüneceklerini belirlediğine vurgu yapmaktadır. Buradan kamuoyunu oluşturan bireylerin hangi konular üzerine kanaatler geliştireceğini medyanın belirlediği yargısına varılabilir. Fakat bu modele göre kanaatlerin ne yönde olacağını medya belirleyemediği için medyanın kamuoyu üzerinde sınırlı bir etkisi olduğu öne sürülmektedir. Kamuoyu ile ilişkilendirilen en önemli modellerden biri de “sessizlik sarmalı”dır. Sessizlik sarmalı çerçevesinde kamuoyu “bireylerin topluma çelişen kanaatlerini toplumdan izole olma korkusuyla açıklamamaları” bağlamında ele alınmıştır. (Noelle-Neumann, 1979: 150). Bu noktada kamuoyu yaratmada medyanın güçlü bir etkisi olduğu vurgulanmaktadır. Çünkü günümüz toplumunda bireylerin baskın kanaatleri izlediği en önemli araçlardan biri hiç şüphesiz medyadır. Böylece medya kamuoyunu manipüle ederek toplumsal kontrol mekanizması işlevi görmektedir.

Sonuç olarak, kamuoyu belirli bir zaman diliminde, halkı ilgilendiren belirli bir konu hakkında halkın sahip olduğu ortak kanaat olarak tanımlanabilir. Şüphesiz her konu üzerinde tüm bireylerin ortak bir noktada birleştiği söylenemez. Fakat bir konu hakkında gerçekleştirilen uzlaşma sonucunda ortak bir kanaat birliği sağlanabileceği ideal olarak savunulabilir. Burada önemli olan kamuoyu olarak adlandırılan ortak kanaatin yalnızca belli bir kesimin düşüncesini yansıtmamasıdır. Bu noktada toplumun tüm kesimlerindeki bireylerin herhangi bir konu üzerinde bilgi sahibi olmadığı ve dolayısıyla fikirlerini beyan edemeyecekleri ifade edilmektedir. Fakat demokrasi kuramına göre kamuoyunun oluşumu için halkın bir konu hakkında konunun uzmanları tarafından bilgilendirilmesi gerekmektedir. Bilgilendirme noktasında halkla ilişkiler önemli bir role sahiptir. Bu nedenle kamuoyu ve halkla ilişkiler kavramları sıklıkla bir arada tartışılmaktadır.

## 2. Kamuoyu ve Halkla İlişkiler

Günümüzün demokratik toplumlarında kamuoyu önemle ele alınan bir kavramdır. Bunun nedeni, demokrasilerde özellikle siyasi partilerin ve örgütlerin kamuoyuna karşı hassas davranması ve faaliyetlerini kamuoyunun tepkisine göre ayarlaması gerekliliğidir. Bu nedenle, siyasi partiler ve örgütler seslendikleri kamuyu daha iyi tanımak için sıklıkla kamuoyu araştırmalarına başvurmaktadır. Halkla ilişkiler de kamuoyunu anlama, değerlendirme ve geliştirme gibi işlevlerini yerine getirebilmek için kamuoyu araştırmalarına sıklıkla başvurmaktadır. Halkla ilişkiler, örgüt yönetiminin kamuoyu hakkında bilgili olmasına ve kamuoyuna duyarlı olmasına yardımcı olurken örgüt yönetiminin kamusal çıkarlara hizmet etme sorumluluğunu ortaya koyar; kamuyla ilgili gelişmeleri öngörmede bir erken uyarı sistemi olarak çalışır. Halkla ilişkilerin bu işlevlerini gerçekleştirirken çeşitli iletişim tekniklerinin yanında kullandığı başlıca araç kamuoyu araştırmalarıdır (Harlow, 1976).

Kamuoyu araştırmaları, ilk olarak kamuoyunu deneysel bir sosyal bilim olarak görme eğilimdeki modern deneyciler tarafından kullanılmıştır. Modern deneyciler, kamuoyunu psikoloji, antropoloji gibi bilimlerin ışığında metodolojik olarak geliştirme çabası içine girmişlerdir. Kamuoyu araştırmaları

özellikle Lazarsfeld, Berelson, Gallup, Roper ve Crossley gibi isimlerle önem kazanmıştır (L'Etang ve Pieczka, 2002: 116). Bu isimlerin araçsalcılıkları eleştirilmesine karşın, kamuoyu araştırmalarının önemi özellikle siyasal partiler ve örgütler için giderek artmıştır. Günümüzde de kamuoyu araştırmaları halen anketler, odak grup görüşmeleri gibi çeşitli veri toplama teknikleri ile örgütlerde pazarlama araştırmaları adı altında yoğun bir şekilde yürütülmektedir (L'Etang, 2004).

Buraya kadar aktarılanlardan, örgütlerin halkla ilişkiler uygulamaları öncesinde bir konuyla ilgili olarak kamuoyunu ortaya çıkarmak ve onların çıkarları doğrultusunda hareket etmek için kamuoyu araştırmalarını kullandıkları belirtilmiştir. Fakat L'Etang halkla ilişkilerde kamuoyu araştırmalarının kullanılmasının sadece kamunun yararı için gerçekleştirildiği noktasına eleştiriler getirmektedir:

“.....Halkla ilişkiler büyük örgütlerin etkisini artırır, böylece halkın hareket alanı kısıtlanır. Halkla ilişkiler kamusal tartışmaları ve diyalogları ya da “kamusal alan” ifadelerini özgür bırakmaktan ya da kolaylaştırmaktan uzak bir şekilde uygulamaya dayalı olmasıyla tamamen araçsaldır. Ayrıca kamuoyunu ölçmek için geniş ölçüde pozitivist yöntemlerin kullanımı kamuları değil, müşterileri güçlendirir. “Kamuoyu liderleri” ya da “kamuoyunu biçimlendirenler” kavramlarının kullanımı da kamuoyu ve demokrasi kavramlarının Habermas'ın kamusal alanlarındaki gibi seçkin ve sınıf çıkarlarına bağlı olarak sınırlandırıldığı anlamına gelmektedir” (L'Etang ve Pieczka, 2002: 177).

L'Etang'ın halkla ilişkiler ve kamuoyu araştırmaları konusundaki eleştirileri özellikle halkla ilişkilerin seçkin yönüne vurgu yapması açısından değerlidir. Bunun en önemli nedeni, halkla ilişkilerin etik çerçeveye içerisinde sıklıkla vurgulanan toplumu koruyucu rolüne farklı bir bakış açısı ile yaklaşmasıdır.

Halkla ilişkiler çerçevesinde, kamuoyu kavramının yalnızca kamuoyu araştırmaları bağlamında ele alınması, halkla ilişkilerin ve kamuoyunun birlikteliğini ortaya koyması açısından eksiklik yaratacaktır. Kamuoyu ve halkla ilişkiler ile ilgili olarak üzerinde durulması gereken bir başka nokta da, kanaatler ve dolayısıyla kamuoyunun halkla ilişkiler tarafından yaratılıp, yapılandırılabilmesidir (L'Etang ve Pieczka, 2006). Bu düşünce, Edward Bernays (1928) geleneğini sürdüren bir yaklaşımın geçerliliğini yitirmeye başlamış bir sonucu olarak görülse de, günümüzde L'Etang gibi eleştirel halkla ilişkiler tarafından sıkça vurgulanan önemli bir noktadır. Bunun özellikle halkla ilişkilerin teorideki gelişimini uygulamaya yansıtmamış-yansıtamamış ülkeler ve örgütler için hala geçerliliğini koruduğu ifade edilebilir. Fakat günümüzde, özellikle simetrik halkla ilişkiler, halkla diyalog kurmayı, müzakereyi ve anlaşmayı önermekte (L'Etang, 2002: 75) ve halkı yanıltmadan geliştireceği ilişkiler aracılığı ile kurumun itibarını göz önünde bulundurarak manipülasyondan kaçınmaktadır. Özetle, örgütlerin toplumla gerçekleştirdiği iletişim sürecinde kamuoyunu dikkate alarak katılımcı bir anlayış geliştirmeye başlamaları açık, şeffaf bir halkla ilişkiler yaklaşımının sonucu şeklinde yorumlanabilir.

Sonuç olarak, halkla ilişkiler çerçevesinde kamuoyunun oluşum süreçlerine odaklanan en son tanım konsensüse dayalı kamuoyu yaklaşımı içinde yer almaktadır (L'Etang ve Pieczka, 2002: 123). Bu simetrik halkla ilişkilerde müzakereye dayalı bir iletişim sürecine karşılık gelmektedir. Fakat simetrik halkla ilişkilerin uygulanabilirliği tartışmalarının uzantısında konsensüse dayalı kamuoyu yaklaşımının da pratikte ne kadar uygulandığı tartışmalı bir konudur. Hala pek çok uygulamanın kamuoyunu yönlendirme amacı taşıdığı göz önünde bulundurulması gereken bir noktadır.

## Kaynakça

- Bernays, E.L. (1928). "Manipulating Public Opinion: The Why and The How." *The American Journal of Sociology*. Vol. 33, No. 6: 958-971.
- Harlow, R.G., (1976). "Building a Public Relations Definition." *Public Relations Review*. Vol. 2: 34-42.
- Herbst, S. (1993). "The Meaning of Public Opinion: Citizens' Constructions of Political Reality." *Media, Culture and Society*. Vol. 15, No. 3: 437-454.
- Lazarsfeld, P. F. (1957). "Public Opinion and The Classical Tradition." *The Public Opinion Quarterly*. Vol. 21, No. 1: 39-53.
- L'etang J. (2002). "Diplomasi Olarak Halkla İlişkiler", *Halkla İlişkilerde Eleştirel Yaklaşımlar*. L'etang Jacque ve Pieczka Magda (der.). Gülcan Işık, Derya Tellan vd. (çev.). Sema Yıldırım Becerikli (ed.). Ankara: Vadi Yayınları.
- L'etang J. (2004). *Public Relations in Britain, A History of Professional Practice on 20th Century*. London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- L'etang J. ve Picezka, M. (2006). *Public Relations and Critical Debates and Contemporaray Practices*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Lippmann, W. (1927). *The Phantom Public*, New Jersey: Transaction Publishers.
- Noelle-Neumann, E. (1979). "Public Opinion and the Classical Tradition: A Re-Evaluation." *The Public Opinion Quarterly*. Vol. 43, No. 2: 143-156.