

# MEDYANIN UYUŞTURUCU ALIŞKANLIĞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ ÜZERİNE KISA BİR DEĞERLENDİRME

Bekir KOCADAŞ\*

## ÖZET

İletişim dilinde bir araç (medium), bir şeyin (sözcükler, imgeler, sesler) bir kaynaktan, genellikle bir “gönderenden”, bir başka kaynağa, genellikle bir “alıcı”ya geçişini sağlayan bir şeydir. Popülarlığı ve etkisi bakımından en önemli kitle iletişim araçları televizyon, radyo, film, kasetler, gazeteler, dergiler ve kitaplardır. Kitle iletişim araçlarının rolü konusunda uzmanlar arasında büyük oranda bir anlaşmazlık vardır: bir araç taşıdığı “mesaj”da hangi etkiye sahiptir ve hangi genel olarak kitle iletişim araçları buldukları toplum üzerinde hangi etkiye sahiptir?

**ANAHTAR KELİMELEER:** Medya, Uyuşturucu Bağımlılığı, Medya Uyuşturucu İlişkisi

## A BRIEFASSESSMENT OF THEEFFECT OF MEDIA ON DRUG ABUSE

### ABSTRACT

A medium in communication is something that allows something (words, images, sounds) to pass from one source, usually a "sender", to another source, usually a "receiver". The most important mass media in terms of popularity and influence are television, radio, film, cassettes, newspapers, magazines and books. There is a greadeal of disagreement among experts on the role of mass media: what effect does the "message" carrywith a vehicle, and what influence does it have on the society in which they have mass media in general?

**KEYWORDS:** Media, DrugAddiction, Media Drug Related

---

\*Doç. Dr., Adıyaman Üniversitesi-Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü Öğretim Üyesi,  
bkocadas@gmail.com

## GİRİŞ

Marshall McLuhan, doğrusal olan ve böyle gerçekliği teşvik eden basılı medya ile bizi çepeçevre saran (doğrusallıktan ziyade “birdenbirelik”) ve böylece mesaja duygusal tepkileri teşvik eden elektronik medya arasında bir ayrım yapar. Ona göre basılı yayın, tekdüzeliğe, devamlılığa, bireyciliğe ve milliyetçiliğe yol açar. Elektronik medya ise tam tersi yöne götürür (Berger, 2014:160-161). Medya kavramı hem kitle iletişim araçlarını ifade etmek için hem de bir aracı ifade etmek için kullanılabilir. Ama bugün medya dendiğinde aklımıza başta televizyon olmak üzere iletişim araçları gelmektedir. Televizyon örneğinde medyanın uyuşturucu ile olan ilişkisini irdeleyeceğiz.

Medyanın en önemli araçlarından olan ve “*Kültürel Çöplük*” olarak nitelenen televizyon ile Türk halkı 1970’li yıllarda, çok kanallı televizyon yayınıyla ise 1990’larda tanışmıştır. Kaplan’a göre bu niteleme son derece önemlidir; çünkü bu benzetme (kültürel çöplük), televizyonun heterojen, karmaşık, iç içe geçmiş çok metinli ve daha da önemlisi post modern yapısını çok iyi yansıtmaktadır. Bir kültürel ve sanatsal dışavurum formu olarak televizyonun kendisi hiçbir sanatsal metnin özgün olmadığını, tüm öykülerin diğer öykülerin kıyısından köşesinden, şurasından burasından esinlenerek, bir araya getirilerek oluşturulduğunu kanıtlamaktadır (Kaplan, 1991: 119). Bugün televizyon sosyal hayatın her aşamasında kendini hissettiren, bireyi yönlendiren ve etkileyebilen önemli bir iletişim aracı haline gelmiştir.

Rigel (1991:18) de televizyonu ‘çağdaş’ toplumlardaki en yaygın ve en etkin “*kültür üretme makinesi*” olarak görür. 19. yüzyılın ortalarında Batılı ülkelerin sanayileşmelerini tamamlamalarıyla birlikte kendini gösteren kitle kültürü olgusu, 21. yüzyılın eşiğine adımımızı atmakta olduğumuz bu günlere gelene dek geliştirilen çeşitli elektronik, kültürel dışavurum araçlarıyla birlikte yaşadığımız çağa damgasını vurabilecek güce erişmiş bulunmaktadır.

Aslında doğrusu televizyon, kendi kullanımlarını dikte eden ve kullanıcılarını egemenlik altına alan kültürel bir zorba değil, insanların istekleri doğrultusunda kullandıkları kültürel bir kaynaktır; zaten böyle bir zorba olsaydı, popüler kültürümüzde muhtemelen bu denli büyük bir rol oynayamazdı (Fiske,1999:187). Kendini vazgeçilmez ve yerine başka araç konulamaz olarak nitelendiren televizyonun vazgeçilmezliğinin altında yatan gerçek, toplumların gelişmişlik düzeyleridir.

## MEDYANIN ETKİSİ ÜZERİNE

Adorno (2017:116) “televizyon, radyoyla sinemanın sentezini hedefler” der. O halde televizyon hem radyoya hem de sinemaya dair özellikleri birlikte yaşar. Bu kendini bilhassa radyo ve sinemayla paylaştığı ortak kalıplarda ve klişelerde gösterir. Fakat televizyonun etkisi radyo ve sinemanın çok ötesindedir. Televizyon bireylere adeta bir “*rüya olmayan rüya*” gördürür. Bu rüya öyle bir niteliğe sahiptir ki, bireyi gündelik yaşamdan koparıırken, gerçek olanın ekranda yansıyanlar olduğuna inandırır. Bu noktada-sinemayı aşan düzeyde-uyaranların çeşitliliğinin ve –radyonun da sahip olduğu- uzun süreli yayının, televizyonun etkisini her geçen gün daha fazla kuvvetlendirdikleri görülür. Televizyon ekran karşısında donup kalan bireyleri adeta hipnotize eder.

Artık bugün medyanın özellikle de televizyonun ve sosyal medyanın etkisi kabul edilen bir gerçektir. Bilim insanlarının üzerinde durduğu konu, toplumun hangi kesimi üzerinde ve hangi yaş grubunda televizyonun etkisinin daha fazla olduğu yönündedir. Berger (2014:168)’e göre özellikle medya günlük yaşamımızda önemli bir yer kaplar; aslında televizyon düşkün ve medya müptelası olarak tanımlanabilecek kimi insanların günlük yaşamına egemen olmuştur. Bu aşamadan sonra medyanın birey üzerinde tesiri başlamakta ve devam etmektedir.

Kısacası Kocadaş (2016:3)’a göre günümüzde, medya araçlarının sayısı sürekli olarak artmaktadır. Medya ve onun araçları toplumların yatıştırılmasında ve sakinleştirilmesinde (ya da tersi de geçerlidir) başat bir rol üstlenirler. Bu açıdan meseleye bakıldığında medyanın toplumlar üzerinde küçümsenmeyecek ya da küçümsenmemesi gereken bir etkisi olduğu rahatlıkla söylenebilir.

Başlangıçtan bu yana medyanın bu etkileme gücü pek çok toplum kesiminin dikkatini çekmiştir. Aslında bütün bu gürültü ve şamata onun kullanımında söz sahibi olmak içindir. Dolayısıyla medyanın toplumun çeşitli kesimleri üzerindeki etkisi ona karşı olan ilgiyi de kat kat artırmıştır. Örneğin medya, ürünlerini satmak isteyenler için vazgeçilmez bir yere sahiptir. Siyasetçi için seçmenini etkilemek ve seçmen kitlesinin hacmini genişletmek içinde medya önemli bir yere sahiptir. Bütün bu nüfuz etme gayeleri için kullanılan medya, çeşitli sosyal projeler için de faydalı bir biçimde kullanılamaz mı? Elbette kullanılabilir. Toplum tarafından olumsuz karşılanan davranışların doğrusunun öğretilmesinde; uyuşturucu maddelerin kullanımının önlenmesinde veya en aza düşürülmesinde toplum/bireyler üzerinde bir etki oluşturulmasında medya (özellikle de televizyon ve sosyal medya) kullanılabilir.

## UYUŞTURUCU BAĞIMLILIĞI ÜZERİNE

Uyuşturucu madde bağımlılığı, başlangıç yaşı olarak, çocukluğun son döneminin başka bir deyişle ergenlik döneminin önemli risk davranışlarından biridir. Bu dönemde, fiziksel ve duygusal değişimler, aile ve diğer yetişkinlerin etkisinin azalması, arkadaş grupları tarafından kabul edilme arzusu ve merak gibi bazı etmenler çocukları bağımlılığa karşı savunmasız bırakabilmektedir. Sosyalleşme araçlarından biri olarak medyanın, bağımlılığa karşı özendirici bir araç olduğu bilinmekle birlikte özellikle son yıllarda, “korku” ve “kaygı” temalarını kullanarak, bir anlamda çocukları “*gönülsüz medyatikler*” haline getirerek özendirici değil ama bu kez de “*dışlayıcı*” bir araç haline gelmiştir. Dolayısıyla, diğer toplumsal konularda olduğu gibi, madde bağımlılığı konusunda da medya toplumu etkileme ve yönlendirmede çok güçlü bir araç olduğundan, toplumda yaratılan algının ve verilen mesajların anlamını titizlikle sorgulamalı, tirajı ve/veya reytingi artırma kaygısı yerine toplumsal amaçları gözeterek (Özgür-vd,2011:436) programlarını hazırlamalıdır.

Fakat günümüzün ekonomi anlayışında medyada yer alan içerik ve anlamlar değiştirilerek izleyicilere ulaştırılmaktadır. Bu durumdan en çok etkilenenler ise çocuk ve gençlerdir. Çocuk izleyicilerle yetişkinlerin medyayı kullanması arasındaki farklılıklar çok belirgindir. Örneğin yetişkinler televizyonu eğlenmek için izlerken, çocuklar televizyon aracılığıyla dünyayı algılamaktadır. Kitle iletişimin bize yarı farkındalıkla doğru ya da neden olmasın yaklaşımı ile dayattığı başkalaşımın çaresiz ve bilinçsiz gruplarda çoğu zaman yanlış tercihlerin başlangıcı olabilmektedir. Madde bağımlılığıyla boğuşan veya yeni tanışan çocuklara dair tüm kanuni yapılanmanın ve uygulamalarının yeni anlayışlarla değiştirilmesini zorunlu kılmaktadır(Özgür-vd, 2011:440).

Toplumsal yıkımı çok fazla olan uyuşturucu madde kullanımı, özellikle çocuklar/gençler arasında bir alt kültür oluşmasına da sebep olmaktadır. Uyuşturucu madde, alkol, sigara ve sentetik maddelerin gençlik arasında yayılmasında, medyanın olumsuz etkilerinin olduğu kabul edilen bir gerçektir (Kocadaş, Özgür ve Özbulut, 2010:34). Bunlar arasında medyada sıkça yer alan sentetik madde kullanan gençlerin görüntüleri dikkatleri üzerine toplamaktadır. Zira özellikle bunlar görsel medyanın (televizyon ve sosyal medyanın) vazgeçilmez haberleri arasında yer almaktadır.

Kısacası Özgür-vd, (2011:442)’e göre, bağımlılık yapan maddeler ve bu maddelerin kullanımına özendirilecek her türlü reklam ya da eğlence amaçlı gösterimler madde

bağımlılığıyla mücadelede bir engel olarak karşımıza çıkmaktadır. Her ne kadar sigara reklamları yasaklanmış olsa da medyada, özellikle televizyonda, özendirici olmaya devam etmektedir. Sevilen bir şarkıcının, aktörün model alınması ya da medyada bu kadar sık biçimde yer almasıyla “*normalleştirilmesi*” olarak özetlenebilecek yaklaşımlar en fazla ve kolaylıkla, en çaresiz ve etkiye açık olan ergenlik çağındaki çocuklar tarafından benimsenebilir. Bu bağlamda medyanın dışarıdan denetimle değil, içeriden “toplumsal duyarlılık ve sorumluluk” ilkesiyle hareket etmesi son derece önemlidir. Burada amaç medyayı suçlamak ya da etkinliğini kısıtlamak değil, aksine bu kadar önemli ve etkili bir güce sahip medyayı akılcı ve doğru kullanmak şeklinde olmalıdır. Dolayısıyla medya, çocuğun bedensel, zihinsel sağlığını geliştirmeye yönelik öncelikle toplumsal, ruhsal, ahlaki güvenliğini geliştirici, koruyucu bilgilendirme ve iletişim konusundaki mesleki ve ahlaki sorumluluğunu Çocuk Hakları Sözleşmesinde belirtilen temel ilkeler doğrultusunda yerine getirmelidir.

## SONUÇ

Medyanın, çocukların/gençlerin madde bağımlılığındaki rolü genellikle bağımlılık davranışına yaptığı “etki” bakımından incelense de özellikle son yıllarda, medyada yer alan “madde bağımlısı ”ve “tinerci” çocuk haberleri ve bu haberlerin çocukların yaşam hakkı ve toplumun bakış açısını etkilemedeki rolü de tartışılır hale gelmiştir. Aslında medya, her iki yolla da hem çocuklar hem de toplumun geneli üzerinde azımsanmayacak ve küçümsenemeyecek bir etkiye sahiptir. Ancak, medyanın haber değeri taşıyan olaylara yönelme, sınırlı maddi kaynaklarla çalışma ve tiraj ya da reyting sağlama gibi ticari kaygılarla hareket ediyor olması, toplumsal sorumluluk ya da duyarlılık gibi tutumların benimsenememesine neden olmaktadır. Oysa ulaşma ve etkileme gücü bakımından medya, madde bağımlılığı ile mücadele etmede en güçlü araçlardan biridir. Özellikle, bağımlılığın çoğunlukla başladığı bir dönem olarak ergenlik döneminde, anne-baba etkisinin ne kadar azaldığı ve ergenin dış dünyadaki bilgilere ne kadar çok güvenme gereksinimi içinde olduğu düşünülürse medyanın bu sosyalleşme unsurlarından biri olarak ne kadar önemli bir görev üstlendiği anlaşılabilir (Özgür-vd, 2011:444). Aslında medya yardımcı bir kurum olarak işlev görmeli; yani ailenin ve okulun görevlerini yerine getirmesinde onları destekleyici roller üstlenmelidir.

Meydanının bu noktada üstüne düşen görev; toplumsal bilinçlilik seviyesini arttırmak için madde bağımlılığı ve çocuk ile ilgili konularda daha duyarlı olması ve çocukları madde kullanımına teşvik etmeyen haberleri kitlelere ulaştırmasıdır. Toplumsal duyarlılığı ve

farkındalığı arttırmak amacıyla eğitim amaçlı, olumlu örnekler sunan ve yasal düzenlemeler ile ilgili haberlerin üzerinde daha fazla durulmasına önem verilmelidir (Özgür-vd, 2011:445). Özellikle program içerikleri izleyicilerin yaş ve cinsiyeti göz önüne alınarak oluşturulmalıdır.

Açıkçası “*uyuşturucu maddeler*” çağımızın vebasidir ve onunla mücadelede medya önemli bir görev üstlenmelidir. Zira medyanın en önemli görevi artık toplumsal sorunların odağı olmak değil, toplumsal sorunların çözümünde önemli bir aktör olmaktır. Medyanın toplumun faydasına olacak şekilde düzenlenmesi artık bir zorunluluktur.

## KAYNAKLAR

- Adorno, T.** (2017). Kùltür Endüstrisinin Kıskaçında Kùltür. Çev.: Önder Kulak. İthaki Yay. İstanbul.
- Berger, A. A.** (2014). Kùltür Eleştirisi. Çev.: Özgür Emir. 2. Baskı. Pinhan Yay., İstanbul.
- Fiske, J.** (1999). Popùler Kùltürü Anlamak. Çev.: Süleyman İrvan. Bilim ve Sanat Yayınları. Ankara.
- Kaplan, Y.** (1991). “Öykü Anlatma ve Mit Üretme Aracı Olarak Televizyon”, Enformasyon Devrimi Efsanesi, Rey Yay., İstanbul.
- Kocadaş, B.** (2016). Medya-Kùltür İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme. Fırsat ve Tehditleriyle Küreselleşme Olgusu. Edit. Mustafa Talas-S. Salih Bildirici. Edge Akademi Yay., Ankara.
- Kocadaş, B., Özgür, Ö. ve Özbulut, M.** (2010). Gençlik ve Şiddet. Ankara: Atatürk Kùltür Merkezi Yayını.
- Özgür, Ö.- Gökçearsan Çifci, E.-Ceyhan, M. Ş.-Kocadaş, B.-Kılıç, M.** (2011). Gönülsüz Medyatikler: Gazetelerde Yer Alan Haberler Bağlamında Medya ve Madde Bağımlısı Çocuklar”, 3. Risk Altında ve Korunması Gereken Çocuklar Uluslararası Sempozyumu, TBMM Basımevi, Ankara, 20-22 Nisan.
- Rigel, N.** (1991). Elektronik Rönesans, Der Yay., İstanbul.