

TEKELLEŞME VE SOSYALİZASYON

Ahsen ARMAĞAN*

Press Concentration and Socialisation

The fundamental aim of this study titled "Press Concentration and Socialisation is to define and explain – trough the scope of empirical research- the influences of monopolist propriety structures upon the concept of medial communications and the influence of homogeneous broadcast coverage upon the social political life.

The study emphasizes that the crossing of the dependency of broadcast coverage homogeny to commercial profits with the monopolistic tendency results in the degeneration of the balance between the media and the politiacl-social life while weakening the symbiotic bondage which in turn ruselts in the function of *structuring* the public opinion rather the function *reflecting* it.

There is also emphasis on how the democratic process is damaged through limitation of rights such as but not limited to accessing information, commenting, obtaining comments upon, and joining in a debate; along with the minority rights. Also, it is mentioned how thus the majority rule is justified through conformist policies.

Medya tekelleşmesinde gündeme getirilen tartışmaların odak noktasını tekelci ekonomik yapılanmaların diğer alanlarda olduğu gibi, medyanın içeriksel performansı üzerinde de potansiyel tahribat oluşturarak tek sesli medya somutlaşmasına neden olduğu yolundadır.

Tarihi gelişim süreci içinde kitle iletişim araçları(KİT) ifade özgürlüğünün göstergesi sayıldığından demokrasinin yaşayabilme-sinin önkoşullarından birisi olarak görülmektedir. Dolayısı ile basındaki

* Öğr. Gör. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü

çoğulcu yapının kaybolması doğrudan demokrasiye yönelen tehdit olarak algılanabilir. Burada kuramsal olarak aydınlatılması gereken iki temel nokta üzerinde durulacaktır:

- (a) Tekelci mülkiyet yapısının yayın içeriğini ne kadar etkilediği,
- (b) Belli bir yöne eğilimli ya da homojen yayın içeriğinin oku-yuculara olan etkileri.

Birinci temel nokta olan, tekelcilik ve gazete içeriği arasındaki ilişki incelendiğinde bu konuda yapılan bilimsel araştırma sayısının çok yetersiz olduğu ve sonuçlarının da belirsizlik gösterdiği rahatlıkla belirtilebilir. Örneğin rekabet edebilen büyük çaplı gazetelerin daha fazla bir haber içerdiği söylenebilse dahi rekabet şansı olmayan küçük çaplı gazeteler ile aralarında haber kategorileri ve içerikleri açısından bir farklılık saptanamamıştır Nixon ve Jones (1956). Aynı yıl yapılan bir başka araştırma sonucunda Borstal (1956) rekabet edebilen ve edemeyen gazetelerde; makale, başmakale, yorum, karikatür miktarları ve içerikleri arasında büyük benzeşme görülmüştür.

Başka bazı araştırmacılar da gazetelerde yerel konulara ne kadar yer verildiğini incelemiştir. Çünkü tekelleşmeyle birlikte, pahalı olması nedeniyle yerel konuların yayın içindeki payı görece azalmaya başlar. Raick ve Hartman (1966) rekabetin olduğu ve olmadığı durumlarda da (rakip gazetenin kapanmasından sonra) aynı yönetim altında kalan tek bir gazeteyi incelemiştir. Rekabet koşulları altında, gazetenin hem genel haberlere hem de yerel konularla ilgili haberlere daha fazla ağırlık verildiğini saptamıştır. Winnipeg ve Ottawa kentlerindeki Kanada gazetelerinin yerel yönetim haberlerini inceleyen Trim, Pizaute ve Yaraskavitch (1983) adlı araştırmacılar benzer bulgular elde

Rekabetin ortadan kalkması halinde , yayın hayatına devam eden gazeteler yerel yönetimle ilgili konulara verdikleri yeri azaltmışlardır. Yerel yönetim haberlerine -sadece- gazetede verilen yer azalmamış, bu tür haberlerin konu zenginliği ve ağırlığı da azalmıştır. Ancak elde edilen bu sonuçların fazlasıyla geleneksel olduğunu söylemek gerekir. Buna ek olarak Bizzat Rarick ve Hartman yaptığı karşılaştırmalı araştırmalarında rekabet yoğunluğunu hesaba katmanın gerekli olduğunu öne sürmüşlerdir. Bir gazete güçlü bir rekabet konumuna sahip olduğunda, pazarda daha zayıf gazetelerin bulunması nedeniyle, bu gazetenin yayın içeriği hemen hemen hiç bir şekilde etkilenmemektedir. Küçük bir rakip gazetenin ortadan kalkmasından sonra güçlü gazetede görülen küçük değişiklikler, rekabet yokluğundan ziyade başka etkenlere

de bağlı olabilir. Dahası, başka bir araştırma tekelleşme ortamında yerel konularda artış olduğuna işaret etmektedir. Örneğin, Schweitzer ve Goldman (1975) ise rekabet ortamının yok olması durumunda gazetenin yerel yayın içeriğini yüzde 5 oranında artırdığını bulmuşlardır.

Tekelleşmenin ABD'de gazete yayın içeriklerini önemli ölçüde etkilemediği bulgusu, hiç de şaşırtıcı olmamalıdır. Tek başına tekelleşme yayın içeriği homojenliğinin en büyük nedeni olmamaktadır. Genel olarak haber üretim ekonomisi ve haberin dağıtımı tek başına tekelleşmeden daha fazla gazeteyi homojenliğe doğru zorlayabilmektedir. Bingham (1948), marjinal olmayan daha geniş bir okur kitlesine hitap etme ihtiyacının -rakip olsun olmasın- uyum içinde yarışan ve merkezi siyasal eğilimlere sahip gazeteleri meydana getiren ana etmen olduğunu ileri sürmüştür. Aynı okuyucu kitlesine doğru yönelmelerin yanı sıra gazeteler aynı haber kaynağına ve haber toplama pratiklerine dayanmaktadırlar. Donohue ve Glasser (1978) Connecticut'ta yayımlanan 12 adet günlük gazeteyi incelediklerinde 1967'den 1976'ya kadar ajans kullanımında büyük bir artış görmüşlerdir. Bazı gazetelerde de hiç bir şekilde kendi personeli tarafından üretilen haberler kullanılmayıp sadece ajanstan alınan haberler verilmektedir. Bu nedenle Donohue ve Glasser'in vardığı sonuçlara göre haber üretimi ekonomisinin uygulanmadığı şartlarda haber homojenliği tekel yokluğuna değil, haber toplamada kullanılan kaynakların çoğulluğuna bağlı olabilmektedir.

Rekabet halinde olan veya olmayan gazetelerin büyük ölçüde farklılık göstermesi gerekmediğini gördükten sonra, analiz etmemiz gereken ikinci temel nokta yayın içeriği ve bunun okuyucu üzerindeki muhtemel etkileri arasındaki ilişkidir. Gazetelerin yayın içeriklerinin benzer olması o kadar önemli midir? şeklinde bir soru akla gelebilir.

Yayın içeriğinin okuyucu üzerine etkisi konusunu sadece gazete bazında kalarak ele almak doğru bir yaklaşım değildir. Ancak okuyucu, eline ulaşan mesajın bütününe tepki verdiği için bütün medya kontekstini ele almak gerekmektedir. Yerel gazete tekelleri ve diğer medya tekelleşme biçimleri, doğal olarak daha düşük rekabette ve alternatif haber alma kaynaklarının azaltıl-masına neden olmakta ve bu durumun izleyiciye olan etkisi de izleyici kitlesine ulaşan mesajın kapsamı, niteliği ve niceliğinin azalması şeklinde olmaktadır.

KİA'nın tekelleşmesinin mesaj üzerindeki olağan bir etkisi de yayın içeriğinin homojenliğinin artmasıdır. Araştırmalar göstermiştir ki gazete ve televizyonların çapraz mülkiyeti izleyiciye ulaşan yayın içinde yer verilen konuların ve yayın içeriğinin benzerliğini

artırmaktadır Gormley (1977). Tekelleşmenin bir başka biçimi olan gazete zinciri mülkiyeti de zincire ait gazetelerin yönetim üslupları arasındaki benzerliği arttırmakta ve bu da yönetim kalitesini düşürmektedir Wackman, Gillmor, Graziano & Dennis, (1975). zincir gazeteler, tek başına mülkiyete konu olanlara oranla, daha az soru sormakta ve daha az yerel konuları işleyen makalelere yer vermektedir Thrift, (1977).

Sosyal bir perspektiften baktığımızda, yayın içeriği homo-jenliği açık bir toplumun işlerliği bakımından bir tehdit oluşturmaktadır. Haber almada çoğulculuk sağlanamadığı için, siyasal süreç ve haberalmaya dayanan pek çok başka sosyal ilişki zarar görebilmektedir. Homojenliğin izleyici kitlesini nasıl etkilediği konusundaki bulgulara gelince; KIA'nın kitlesi daha az habere ulaşabilmekte, güncel olaylar konusunda daha alt seviyede bilgi sahibi olabilmekte ve KIA'ndan daha az yararlanabilmektedir Stempel, (1973)

Sosyal ve politik çevre hakkında gelişmiş toplumlarda bireyler KIA'nın verdiği haberlerden sürekli olarak kanaatler edinirler ya da kanaatlerini sağlamlaştırırlar, realiteyi yorumlarlar ve bir dünya görüşü oluştururlar.

Kitle iletişim araçları dikkatleri belli konulara doğru yönlendirmektedir. Siyasal kimlikleri çok tanınmış simalar halinde yüceltmektedir. İzleyici kitlesinin içinde yer alan bireylerin düşünebileceği, bilebileceği ya da bir şeyler hissettiği konuları bulup bu konuları sürekli olarak gündeme getirmektedir. (Lang & Lang, 1966, s.455.).

KIA'nın, izleyicilerin **semboller evrenini** oluşturan enformasyonu sürekli olarak sağlamaya devam ettiği yolunda oluşan görüşler ampirik bir desteğe sahiptirler. Zukin ve Snyder (1984), KIA bakımından zengin bir çevrede politik enformasyonunun pasif ve amaçsız bir tarzda alındığı yolunda kuvvetli deliller ortaya koymuşlardır. Enformasyonun çok kolay bir şekilde elde edilebilir oluşu öğrenmek için yeterli olmaktadır. KIA'nın çeşitli olduğu bir çevrede bulunanların, KIA'nın kıt olduğu bir çevrede yaşayanlara oranla seçime olan ilginin sabit kaldığı anlarda bile adaylar hakkında daha fazla siyasal enformasyon sahibi oldukları görülmüştür.

Eğer KIA'nın oluşturduğu **semboller evreni** homojense, bireylerin uygun kararlar verebilmesi için daha az şansa sahip olması beklenir. KIA, toplumsal düzenin sürdürülmesini gözeten değer ve

konuları öne çıkardığında homojenliğin yüksek seviyede gerçekleştiği kaydedilmektedir. Gans, (1978), Breed, (1958). Yayın homojenliğinin izleyenlerin seçme şansını sınırlaması nedeniyle insanların vereceği kararlara dayanan ve etkilenen sosyal süreçleri de olumsuz yönde etkilediği gözlemlenmiştir. Tuchman'ın da (1981) ortaya koyduğu gibi, "Haber hayatın içinden gelip, hayatı biçimlendirip, tekrar hayatın içine doğru akmaktadır."

Homojenlik ve Siyasal Bilgi

Haber homojenliğinin önemli problemlerinden biri de siyasal sistem üzerinde bırakabileceği görece olumsuz etkidir. Demokratik toplumlarda basın ve siyasal sistem arasında ortak yaşamsal (symbiotic) bir ilişki vardır. Kendi kendisini yöneten bir halkın, kararlar alabilmesi için bilgilenebilmesi ihtiyacı vardır. Bu nedenle siyasal enformasyon ve karşıt fikirler sınırsız bir açıklıkta ortaya konmadığında halkın kendini yönetme imkanları azalmakta ve demokrasinin kendisi de işlemez hale gelmektedir.

Son yıllarda yapılan araştırma sonuçları, KİA'nın siyasal fikir ve düşüncelerin yayılmasında önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. KİA'nın etkisi siyasal sosyalleşmenin önemli bir aşama olarak, ferdin çok erken yaşlarında ortaya çıkmaktadır. Çocuklar gününün önemli konularını öncelikle bu araçlardan öğrenmektedir. Anne-baba, arkadaşlar ve öğretmenler gibi, siyasal sosyalleşmenin diğer ajanları, günlük enformasyon akışı bakımından KİA'ndan daha önemsiz bir role sahiptir. KİA'ndan öğrenilen siyasal enformasyona ait başlangıç bilgileri, daha sonra okul çocuklarının siyasal bilgilenebilme seviyesinin yükselmesine neden olmaktadır. Bu konuda Chaffe, Ward ve Tipton (1970), siyasallaşma sürecinde bu araçların önemli ve bağımsız bir etmen oluşturduğunu ortaya koymuşlardır.

Çocukların KİA'nın kullanımıyla, sosyal konulara eğilimi ve siyasal bilgilenebilme arasında tutarlı bir ilişkinin varlığına pek çok araştırmada rastlanmıştır. Örneğin Gollin ve Anderson (1980), orta öğrenim öğrencilerinin gazete okuma seviyesinin sosyal konular hakkında bilgilenebilme ile ilintili olduğunu görmüştür. Düzenli okuyucuların yüzde 22'si sosyal konularla ilgili sorulara doğru yanıtlar verirken, zaman zaman gazete okuyanların yüzde 17'si ve gazete okumayanların da ancak yüzde 10'u bu tür sorulara doğru yanıtlar verebilmişlerdir.

Yetişkinlerdeki siyasal konulardaki bilgilenebilme daha karmaşık biçimler almaktadır. Yetişkinlerin KİA'dan edindikleri siyasal bilgilenebilme günlük olaylar hakkında daha basit bir haber sahibi olmaktan,

yüksek bir siyasal bilgi birikimini gerektiren bazı davranışsal durumlara kadar değişen çeşitli siyasal örüntülerin kaynağını oluşturmaktadır.

Basit seviyelerdeki bilişsel etki KİA'nın günlük olaylar hakkında enformasyon sağlamada oynadığı rolle başlar. Haberlerin yayılması üzerine yapılan araştırmalar, halkın çoğunluğu için, KİA'nın önde gelen bilgilendirme kaynağı olduğunu ortaya koymaktadır. Deutschman ve Danielson (1960), halkın yüzde 58'inin önemli olayları, birinci kaynak olarak KİA'dan öğrenirken, halkın yüzde 50'lik bir bölümünün de bu araçlardan ek enformasyon kaynağı olarak yararlandığını ortaya koymuştur.

KİA'ından elde edilen bilginin çoğu yüzeysel, hatta sadece farkındalık seviyesinde kalmaktadır. Ne var ki, ülkenin genelinde ilgi uyandıran konular söz konusu olduğunda ve bu konular bu araçlarda yoğun bir biçimde ele alındığında bilgi sahibi olma dozu derinleşebilmektedir. Palmgren (1979).

KİA'ından öğrenilen siyasal enformasyonun, bireyin siyasal davranışını etkilediği görülmektedir. Mc. Leod, Glynn ve Mc Donald (1983), başkan adaylarının imajlarının oy verme konusunda bir önbilgilendirici olduğunu görmüşlerdir. Gazetelerden elde edilen aday imajı, erken karar verenleri etkilerken, televizyon izleyerek oluşan aday imajı kampanya ilerledikten sonra veya seçim günü yaklaşırken karar veren seçmenleri daha fazla etkilemektedir. Seçimlerin dışında, siyasal bilgi sahibi olma, siyaseti tartışma, siyasal toplantılara gitme ve kampanyalara para bağışında bulunma gibi başka bazı siyasal davranışlar üzerine etkide bulunduğu saptanmıştır Kessel, (1965).

Siyasal konularla ilgili bilişsel ilgi, araç etkilerinin gündem belirleyici perspektifi içinde yorumlanmaktadır. Belli konuları, genellikle de tartışma konularını öne çıkararak araçların bu konuları toplum üyelerine işleme, onun gündem saptama etkisini oluşturmaktadır. Böylelikle, basının siyasal konuları takip edışı, seçmenleri hangi konuların daha önemli olduğu konusunda etkilemektedir. Siyasal konular ve siyasal kimlik imajları konusundaki KİA gündemiyle halkın gündemi böylece örtüşmektedir. Elde edilen kanıtlar, gündem belirleyici etkilerin; konu uygunluğu izleyici karakteris-tikleri ve zamanlama gibi bazı "beklenmedik durumlar"a göre belirlendiğini ortaya koymaktadır.

Bununla birlikte gündem saptama konusunda yapılan araştırma, bu hipotezi fazlasıyla doğrulamıştır. Bu araştırmanın bilişsel etkileri araç yayını içeriği arasında yakın bir ilişki olduğunu ortaya koyması nedeniyle,

gündem saptama; siyasal kampanyaların araç tarafından görece daha homojen bir biçimde izlendiğini ortaya çıkarmıştır. KİA'nın gündemi kampanyanın çok başlarında belirlediği görülmekte ve bundan sonra da KİA'nın verdiği haberlerde sadece bir kaç konu ve imaj ağırlık kazanmaktadır. "Siyasal yarışın temel yapısı çok çabuk belirlenmekte ve bu; seçmenlerin çoğunun ilgisi henüz kampanya üzerine yoğunlaşmadan çok önce veya kampanya yılının başlan-gıcında ortaya çıkan çeşitli konu ve adayları düşünme ve tartışma şansına sahip olmadan olup bitmektedir." Weaver, Graber, Mc Combs & Chaim, (1981).

Yayın içeriğinin homojenliği açısından bakıldığında, KİA'nın çoğunlukla siyasal konular ve imajlarla ilgili gündeminin oldukça sınırlı olması yüksek derecede önem kazanmaktadır. Kaldı ki at yarışlarının verilmesi araçların ilgi gösterdiği haber konuları arasında çoğunluğu oluşturmaktadır. Siyasal konuların karmaşıklığı farklı görüşler yelpazesinin bütün bölümleri, sosyal grupların eşit dağılımla tanıtımı gibi noktalar KİA tarafından görmezden gelinmektedir. Bu gibi çoğulculuk eksikliği anlamına gelen durumlar, kamuoyunun eğilimlerin doğrultusunda gelişmektedir. Tam da halkın siyasal sisteme katkıda bulunmasının beklendiği durumlarda araçlar, gerekli enformasyonu sınırlayarak aslında kamuoyuna çok ciddi şekilde zarar vermektedir. Gözde konular, partiler ve imajlar elbette kendi kendisini doğrulayan mitoslar haline gelebilmekte, böylelikle de aslında gerçek bir alternatifin söz konusu olmadığı durumlarda KİA kamuoyunun görüş ve düşüncelerini temsil eden kurum olarak meşrulaşmaktadır.

Homojenlik ve Tutumlar

KİA'nın sahip olunan tutumları ve görüşleri şekillendirme rolü görünüşte çok sınırlıdır. Erken dönemlerde Erie County ve Elmira'da yapılan araştırmalardan bu yana, KİA'nın tutumlar üzerindeki etkisini en tanımlayan terim "en alt seviyede" (minimal) olmaktadır. Bu yargı; fikir ve düşünceleri değiştirme, yani ikna edici mesajlara açık olmanın bir sonucu olarak, bir konumdan karşıt konuma geçerek tutum değiştirme üzerindeki KİA'nın etkilerini konu alan araştırmalara dayanmaktadır.

Ne var ki, davranışsal etkiler, fikir ve düşünce değiştirme dışındaki şekillerde kendisini gösterebilmektedir. Görüşlerin biçimlenmesinde önemli bir ağırlık taşıyabilen yüksek inanılırlık belirteci KİA'nın işine gelmektedir. Topluluk üyeleri KİA'nı etki gücü yüksek kurumlar olarak değerlendirmektedirler. KİA, halkın seçkin grupları algılamasında; kilise, iş çevreleri ve üniversiteler de dahil olmak üzere diğer toplulukları (community groups) geride bırakmaktadır Smith, (1984).

Sınırlı da olsa, daha doğrudan bir etki biçimi de gazetelerin siyasal adayları desteklenmelerinde görülmektedir. Örneğin, bir baş-makalenin adayları desteklemesi özellikle yüksek makamlar için seçimler söz konusu olduğunda kararsız seçmenleri etki altında bırakmaktadır. Mc Combs, (1967). Robinson (1974), Başkanlık seçimlerinde, **KİA'nın herhangi bir adayı yansıtmamasının**, kararsız seçmenleri sürekli olarak etkilediğini belirtmiştir. Başkanlık seçimlerinde, araçların bir adaydan yana onaylayıcı tutumu, kaybeden partilerin seçmenlerini de etkilemektedir. Bir adaya oy vermedeki küçük ama öncelikli bir farklılık, başmakalelerin bir adayı desteklemesine bağlanabilir. Beş başkanlık seçimini inceleyen Robinson (1974), "Bireysel oy verme davranışıyla gazetenin bir adaya yönelik onaylayıcı tutumuna açık olma arasında yüksek derecede sürekli bir ilişki" ortaya çıkarmıştır.

KİA tarafından yapılan hararetli yorumlar seçmenlerin bir adayı değerlendirmesini de etkileyebilmektedir. Gerald Ford'un başkanlık seçimleri öncesi bir Tv tartışması sırasında Doğu Avrupa hakkında kullandığı yanlış bir ifade, -KİA konu üzerinde değerlendirme yapana kadar- seçmenlerin bu aday hakkındaki görüşlerini değiştirmemiştir. Ford'un yaptığı bu kaba ve yanlış konuşmaya -bir sonraki günün öğleden sonrasına kadar- herhangi bir olumsuz tepki gelmemiştir. Kamuoyundan gelen olumsuz değerlendirmeler olayın araçlar tarafından geniş bir biçimde ele alınmasıyla eşzamanlı olarak ortaya çıkmıştır Steeper, (1978).

Bu noktada, Başkan Ford hakkında KİA'nda yer alan yorumların çoğunlukla olumsuz olduğuna ve aynı şekilde kamuoyunun gösterdiği tepkinin buna koşut olduğuna dikkat etmek ilginç olacaktır. Haber iletişiminde tek yanlı enformasyonların egemen oluşu ve bunun da izleyicileri etkilemesi homojenliğin getirdiği tehlikeler konusunda oldukça önemli belirtilerdir. Ne var ki, benzer pek çok durumda özellikle önyargı ve görüşler sözkonusu olunca hata o kadar da net bir şekilde tesbit edilememektedir. Bu gibi durumlarda insanların verdiği kararlar üzerinde yayın içeriğinin homojenliği önemli ölçüde potansiyel bir tehlike oluşturabilmektedir.

Siyasal tutumlar konuya basit bir şekilde aşinalıktan da etkilenmektedir. KİA'nda sık sık ele alınan kampanya konuları adaylar ve imajlara karşı izleyicide bir aşinalık doğabilir. Ve bu aşinalığın bizzat kendisi halkın yaptığı değerlendirmeleri etkileyebilmektedir.

Kitle iletişim araçlarından bir adaya yönelik onaylayıcı yayına açık olma etkisinin sıklığı siyasetle düşük seviyede ilgilenme durumlarında söz konusu olabilmektedir. Ancak pek çok politik kararlar ve daha önemsiz makamlar için yapılan siyasal yarışma **siyasete az ilgili** bir kısım seçmeni uzaktan ilgilendirmektedir. **Bir adayı onaylayıcı yayına açık olma etkisinin sıklığı**, ki laboratuvar deneyleriyle de iyice desteklenir durumdadır. Siyasetle düşük seviyede ilgilenme davranışına uygulanabilir olduğu görülmüştür.

Grush, Mc Keanugh ve Ahlering (1968) seçmenlerin adaylara doğrudan açılmasının kongre ön seçim sonuçlarıyla güçlü bir şekilde ilişki olduğunu bulmuşlardır. Yüksek derecede açığa çıkma durumunda (high-exposure conditions) olan adaylar ister yüksek dereceli bir memur veya ünlü bir şahıs olmaları sonucu olsun, isterse de araçlar tarafından açığa çıkarılmış (KİA'ında yer alan reklamlara yüksek bedeller ödeyerek) olsunlar daha az göz önünde olma koşullarında bulunan adaylara oranla seçimlerde önemli ölçüde daha iyi sonuçlar almışlardır. Bu bulgular çoğu zaman orta seviyede bir homojenliğin bir etki oluşturmaya yettiğini ortaya koymaktadır. Bunun için gerekli olan, sadece belli bir parça enformasyonun diğer enformasyon parçalarından daha yüksek bir sıklıkla açığa çıkmasıdır.

Açığa çıkma fenomeninin sıklığına ait belirtiler çok farklı biçimler alabilmektedir. Politik enformasyonun çoğu da dahil, insanın sahip olduğu bilgilerin çok büyük bir bölümü az ilgilenme kategorisine girerken, KİA'nın bileşimi şekillendirme ve sonra da çıkarına uygun davranışları meydana getirebilme potansiyeli epeyce fazla olabilmektedir. Etnik gruplar, yaşam tarzları, insana ait özellikler, yabancı ülkeler vb konuların öğrenilebilmesi ve bu konularla ilgilenme, bu konular hakkındaki enformasyonu yayan araçlarının "eğilimi"nden etkilenebilmektedir.

Homojenlik ve Uyumluluk

Özellikle hiçbir karşıt fikrin var olmadığı ekstrem durumlarda, yayın içeriği homojenliği insanların davranışlarına uyumluluk etkisi yapabilmektedir. Sosyal psikoloji literatürü, homojen enformasyonun kişinin davranışlarını içinde bulunduğu gruplarla uyumlu olmaya doğru etkilediğini göstermektedir. Konuya öncülük ettiği araştırmasında Asch (1951) tek bir fikri benimseyen gruplarla karşılaşan deneklerin, kendi kişisel görüşlerine aykırı da olsa çok net bir şekilde çoğunluğun görüşlerine uyum gösterme eğiliminde olduğunu saptanmıştır. İnsanlar

çoğunluğun görüşlerine katılmamaktansa kendi görüşlerine ters düşmeyi tercih etmektedirler.

Çoğunluğun görüşlerine uyum gösterme eğilimi aynı yargıda birleşen farklı enformasyon kaynaklarının sayısının artışıyla birlikte yükselmektedir. Wilder, (1977).

Çoğunluğa uyum gösterilmesi için hissedilen baskı, zorla-mayı yapanların fiziksel olarak varolmalarını gerektirmediği için, KİA da bu bağlamda, homojen çoğunluk görüşlerinin izleyenlere aktarıldığı bir kanal olarak çalışabilir. Kamuoyu konusunda geliştirdiği "suskunluk sarmalı" teorisinde Elizabeth Noelle-Newman, insanlarda çoğunluk görüşünün yaygınlığını öncelikle **KİA tarafından açığa çıkarılma durumuyla** ölçtüğünü belirtmiştir. Bu konuda kabul edilen egemen görüş, bireyin kendi görüşüne zıt olduğunda kişi, dışlanma kaygısıyla kendi görüşlerini açıklamakta pek istekli davranmamaktadır. "Bireye göre, kendisini dışlanmaktan korumak, kendi yargısından daha fazla önem taşımaktadır" Noelle-Newman, (1974). Aynı şekilde azınlıkta kalan bireyler kendi görüşlerini açıklamaktan çekinmektedirler. Çoğunluk içinde yer alanlar da görüşlerini açıklamakta daha istekli davranmaktadır. Bu sarmal süreç hemen hemen egemen görüşün üstün-lüğüyle sonuçlanmaktadır. Bu da karşıt görüşlerin sapkın olarak kabul edildiği çok yüksek bir homojen duruma yol açmaktadır. Noelle-Newman (1980) bu yüksek konfirme şartları altında ekseriyetle KİA tarafından açığa çıkarılmanın yan etkilerine yol açan seçici algı mekanizmalarının çalışmadığını öne sürmektedir. Sonuç, şudur ki alternatif bir enformasyon kaynağı olmadığı için de KİA'nın etkileri güçlü olacaktır.

Her ne kadar yüksek konformite (uyum) durumları pek nadir olsa da KİA homojenliğinin suskunluk sarmalı sürecini teşvik edebildiği gerçeği hala geçerlidir. Bunu yapmakla KİA uyumluluğu teşvik edebilmektedir. Böylelikle çoğunluğun ve dengenin olma-dığı durumlarda KİA kamuoyunu yansıtmaktan çok onu biçimlendirmektedir.

Sonuçlar

Bu incelemede, KİA'nın kamuoyunu pek çok biçimde etkilediği ortaya konmaktadır. Semboller evreninin şekillendirilmesi, siyasal enformasyon sağlanması, az ilgi gösterilen sorunlar hakkındaki tutumların oluşmasının kolaylaştırılması ve çoğunluk görüşlerine uyum göstermenin kolaylaştırılması gibi. Bu potansiyel etkilerin varlığı bilindikten sonra, kitle iletişim araçlarında tekelleşmeyi ve merkezileşmeyi doğru bir perspektife oturtmak olanaklıdır. Etkilere bu modlardaki KİA mülkiyeti ve işleyişi arasındaki ilişki perspektifinde ne

tekel, ne de merkezileşme tek başına demokrasiye zarar vermemekte ya da onun için bir tehdit oluşturmamaktadır. Bunun için tekel ve merkezileşmenin toplum için zararlı sonuçlar oluşturacak denli yaygın içeriğini kontrol eder hale gelmesi gerekmektedir.

Yayın içeriğinin konuyu en fazla etkileyen öge olması nede-niyle dikkatlerin en fazla, haber homojenliği etrafında yoğunlaşması gerektiği anlaşılmaktadır. Homojenliğe pek çok etken neden olmaktadır. Tekel ve mülkiyet merkezileşmesi yayın içeriğini homojenleştirmeye doğru zorlayabilir, ancak **yayın pazarının ekonomisi**, gazetecinin yönelimleri ve bürokratik habercilik pratikleri de göz önünde bulundurulmalıdır.

Tekelin etkisi üzerine şimdiye kadar yapılan araştırmalar, bunun homojenliğe yol açan güçlü bir faktör olduğunu göstermeye yetmemiştir. Geniş ve elit bir okuyucu kitlesine sahip gazeteleri besleyen reklamcılığın gazeteler arası rekabeti altüst etmesi sebebiyle, yayın pazarı ekonomisi (yani ana gelir kaynağı olarak gazetenin reklama bağımlılığı) ve homojenlik, kendiliğinden gazete tekelinin ardındaki itici güç olmaktadır.

Her ne sebepten olursa olsun, haber homojenliği halkın kendi kendini yönetmesi gibi demokratik bir ideale karşıt işlemektedir. Demokrasi, haber alabilen katılımcılar olarak yurttaşların, karar alabilmesini gerektirmektedir. Haber homojenliği, düşük bir seviyede olsa da, insanların sağlıklı kararlar geliştirebilme yetenekleri üzerinde olumsuz etkiler bırakabilen peşin hükümlü enformasyonla sonuçlanabilmektedir. En küçük istenilen bir KİA davranışının bile, çoğu durumlarda, kamuoyunda aynı yönde bir tepkinin oluşumuna yol açtığına dair deliller çok nettir.

Belli bir yöne eğilimli yayın içeriğinden daha önemlisi, politik kampanyaların yüksek derecede homojen bir biçimde haber yapılmasıdır. Bu durumda, siyasal haberlerin izlenmesinde denge-lilik eğilimi bulunması nedeniyle **belli bir yöne eğilim** sorun oluşturmayacaktır. Sorun; konuların, imajların, adayların ve KİA'ında tanımlanan seçmenlerin çoğulluktan yoksun olmasıdır. İzlenen odur ki KİA, bazı imajları ve olayları **yüksek derecede benzer bir modda haber yapma** eğilimindedir. Bu derece yüksek bir haber homojenliği, ülke yönetimine katılım katkısı sağlayabilmek için vatandaşların ihtiyaç duyduğu tam enformasyonu güçlülük sağlayabilmektedir.

Sınırlı ve yüksek derecede homojen yayın içeriğinin söz konusu olduğu bu gibi durumlarda, KİA'nın sunmadığı şey belki de sunduğu

şeyden daha önemli olabilir. Alternatif görüşler, azınlık grupları, karmaşık konular ve beğeni, çoğu zaman gözardı edilen enformasyon olmaktadır. Ne var ki böylesi bir uygulama, bireyler ve toplum için yüksek bir fiyata mal olabileceği gibi kültürün de bir parçası haline gelemeyebilir ve değeri anlaşılabilir. İhmal ettiğiniz şeyi beğenmemeye şansınız da olamaz beğenmeye şans-sınız da olamaz.

Bireyler, kişilik imajlarını, zevklerini, görüşlerini ve tercihlerini geliştirebilecekleri kendi materyal seleksiyonlarını oluşturarak seçtiklerini etkilemek isterler. Ancak ortada olma-yan bir şeyi de meydana getiremezler (Gerbuier, 1973, s.567).

Belli konuların yüksek homojenlikte sunumu sadece bireyin seçeneklerini sınırlamakla kalmaz, KİA tarafından ağırlıklı bir biçimde takdim edilen görüş, adet ve imajların aslında empoze edilmesine neden olabilir. Çoğunluğa uyum ve **suskunluk sarmalı** üzerine yapılan araştırmalar, çoğunluk hakimiyetinin konformite koşulları altında pekâla meydana gelebileceğini göstermektedir.

Demokratik bir sistemde, KİA performansının; yayın içeriği çoğulculuğu ve gerçeğin olgusu gibi yansıtılması gibi ölçütlere göre değerlendirilmesi gerekir. Tekel ve mülkiyet merkezileşmesi de dahil olmak üzere, her ne sebepten olursa olsun, KİA homojenliği demokratik bir toplum için bir organın görevini yapmaması gibi bir şeydir. Bu bölümde tanımlanan homojenliğin risklerini karşılayabilmek için, KİA kurumları tarafından yeni iletişim politikalarının belirlenmesi gereklilik haline gelmektedir; yayın içeriğinin çoğulcullaşmasını sağlayacak yeni politikalar oluşturulmalıdır. Gazeteci Robert Mc Neil'in (1985) Columbia Üniversitesi'nde yaptığı bir konuşmada söylediği gibi, "İlk düzeltmede doğruluk aranmaz, ama sanıyorum ki toplumlar bunu denemeye başladılar."