

KÜTLE HABERLEŞME VASITALARI
(*Mass Communication Media*)

Doçent Dr. Nermin ABADAN

Yirminci yüzyılın en göze çarpan özelliklerden biri gerçekten kütle haberleşme devrinde yaşamakta olduğumuzdur. Basın, radyo, televizyon, film, ucuz dergi ve magazinler, cep kitapları, toplumumuzun bilgi edinmek, olayları takip etmek ve eğlenmek için başvurdukları başlıca kaynaklardır.

Kütle haberleşmesini bugünkü çapta mümkün kılan istihsal ve istihlâk alanındaki teknik devrimin menşeleri yakın bir geçmişte kökleşmiş bulunmaktadır. Bundan elli yıl önce en tesirli üç kütle haberleşme vasıtaları, yani radyo, televizyon ve film, hiç bilinmiyordu; diğerlerinden ucuz basın ise aslâ bugünkü durumuna ulaşmış sayılamaz.

Kütle haberleşme vasıtalarının süratli yükselişi, her yerde hazır ve nazır oluşları, olağanüstü nüfuzları, birçok kimseleri bu vasıtaların sosyal yaşayış ve ferdî davranış alanında oynadıkları rol üzerine düşünmeğe sevketmiştir. Bazılarına göre kütle haberleşme vasıtaları bir dereceye kadar bütün sosyal düşünce ve hareketleri tayin edecek kadar tesirlidirlere.¹ Yine bu tip kimselere göre kütle haberleşme yolu ile yapılan reklamcılık faaliyeti günlük hayatımızı yöneltten bir kudret olmuştur.

Daha başka düşünürler kütle haberleşme vasıtalarının tesir derecesini küçümsemeye taraftardır. Onlara göre mes. basın tarafından hareketle desteklenmiş olan Dewey gibi, bazı siyasî adaylar, seçimlerde halkın güvenini toplayamamışlardır. Yine bu kategoriye mensub olanlara göre haberleşme vasıtalarının yapmış oldukları birçok yorumlar ifrata kaçmaktadır.

Bu farklı görüşlere bugün olduğu kadar tarihî seyir içinde de rastlamak kabildir. Nitekim tanınmış Alman ansiklopedisi «Der Brockhaus» un beşinci baskısında (1820), BENZENBERG kadîm devirlerden farklı bir

¹ WIRTH, J. «Consensus and mass communication», *American Sociological Review*, XIII, No. 1, 1948, sh. 5 - 12

halk efkârının gelişmekte olduğunu belirtmektedir. Ona göre «Avrupa'da kâğıt, matbuat, posta servisi, gazetecilik icat edildiğinden beri bir milletin içinde en az rüşvet almağa mütemayil olan halk efkârı ilk defa gerçek bir hüviyetle âmme hayatında müessir bir rol oynamaktadır.» Yine BENZENBERG'e göre basın, rasyonel düşünen bir halk efkârının vücud bulmasında bir numaralı bir âmil olmuştur. Bu tip bir halk efkârı ise kâdîm Yunan ve Roma devirlerindeki emsalinden daha üstün unsurlar ihtiva etmektedir. Nitekim yine BENZENBERG'e göre «Hür bir basın olmasaydı, Fransız ihtilâlî patlak vermezdi!»

Oysa ki bugün bu meseleleri aynı kesinlikle karara bağlayamıyoruz. Çoktan beri hür basın, hür radyo, hür televizyonun siyasî bir rejimi ve ona bağlı bulunan âmme hürriyetlerini tek başına koruyamadıkları gerçeği anlaşılmıştır. Bu bakımdan 1933 yılında Nazi partisinin meşru yoldan iktidara gelişini hatırlamak kâfidir.² Öte yandan totaliter hüviyetde bulunan her tip siyasî rejimin iktidarını perçinlemek üzere kütle haberleşme vasıtalarını kendi kontrollerine tâbi tutma ve zihinler üzerinde fikrî bir tekel kurmak gayesile haberleşme kanallarını devlet, daha doğrusu iktidarı elinde bulunduran siyasî partinin elinde toplamağı en önemli gaye saydıkları da bilinen gerçeklerdir. Birbirine zıd gibi görünen bu farklı düşünceler karşısında herşeyden önce kütle haberleşme vasıtalarının tesirlerini ilmî şüphecilik zihniyetine yakışır şekilde metodlu ve objektif bir şekilde inceleme zorundayız. Kütle haberleşme vasıtalarının tesir derecesini inceleyebilmek için de herşeyden önce alelade haberleşme ile kütle haberleşme yolları arasındaki farkı belirtmekle işe başlayalım.

I. Haberleşme Sistemi

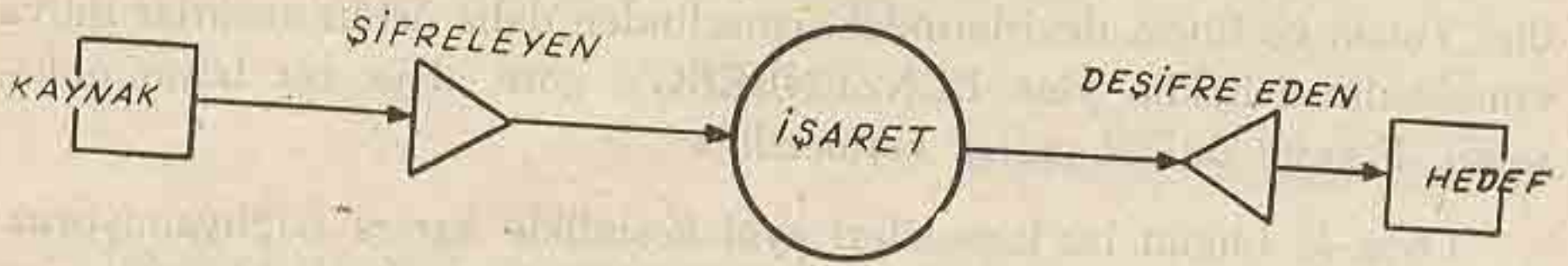
Haberleşme (communication) terimi Lâtincede «Communis = ortak» aslından gelmektedir. Haberleşince, bir kişi veya birkaç kişi ile bir «iştirak» durumu kurmağa çalışıyoruz. Başka bir deyimle, bir fikir, bilgi veya davranışı ortaklaşa paylaşıyoruz.

Haberleşme her zaman üç unsur ihtiva etmektedir: kaynak, haber ve hedef. *Kaynak*, konuşan, yazan, resim çizen, hareketler yapan bir *fert* olabildiği gibi gazete, yayın evi, radyo istasyonu, film stüdyosu gibi bir *haberleşme müessesesi* de olabilir. *Haber*, kâğıd üzerine mürekkep, havada ses dalgaları, elde bir bayrak, mânalı şekilde yorumlanabilen bir işaret olabilir. *Hedef*, dinleyen, seyreden veya okuyan bir *fert*, bir tar-

² NOELLE - NEUMANN, Elisabeth, *Mass Communication Media and Public Opinion*, Paper for International Conference for Mass Communication Research, Milan, Oct. 6 - 7, 1959, sh. 2 - 3.

tışma grubu, konferans dinleyicileri, futbol seyircileri veya kütle gibi bir grup üyeleri yahut gazete okuyucusu, televizyon seyircisi gibi özel bir grubun üyeleri de olabilir.³

Haberleşme vetiresi bu şekilde tahlil edilip unsurlara bölünebileceği gibi sema ile de gösterilebilir.



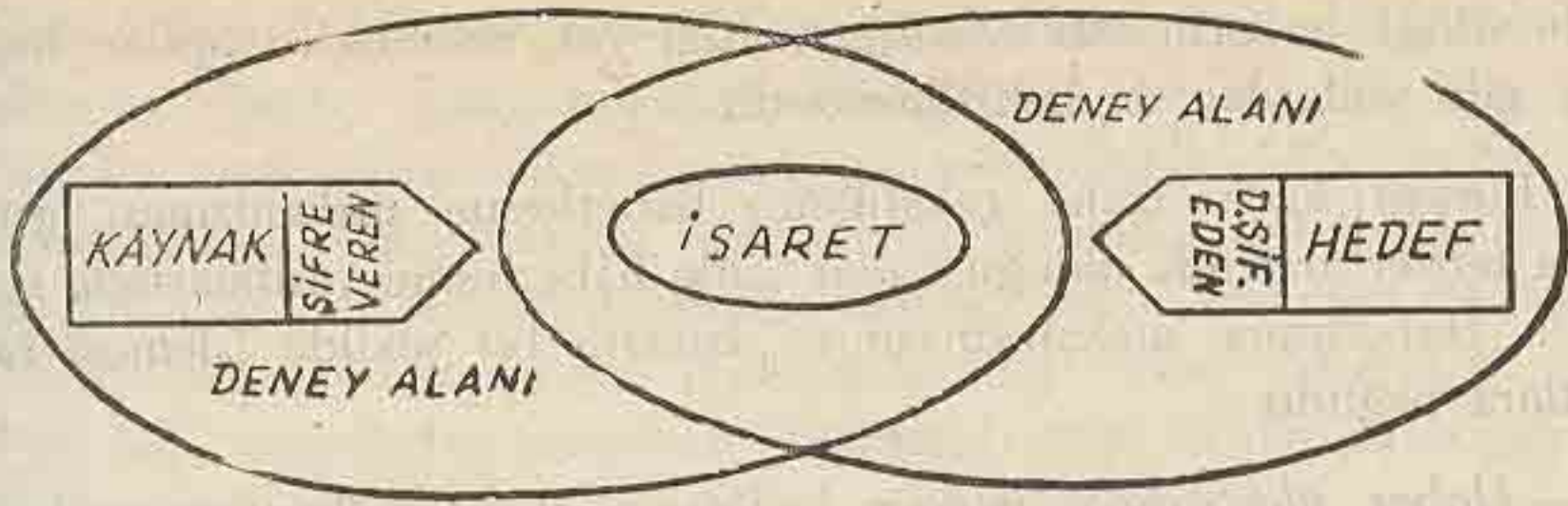
Şifreleyen yerine «mikrofon» ve deşifre edenin yerine «kulaklık» koyarsak, elektronik haberleşmeyi tarif etmiş oluruz. Buna karşılık kaynak ve şifreleyen bir kişi, deşifre edenle hedef diğer bir kişi olarak mü-talâa edip, işaret olarak konuşulan dili alırsak, beşerî haberleşmeden bahsetmiş oluruz.

Bu arada haber alan her fert geçirmiş olduğu deneyler ve haberin kendisine ifade ettiği değer in ışığı altında bir korumlama yapmakta ve ancak ondan sonra yeniden bir şifre vermektedir. Şuhalde ara vetiresi olarak bir yorumlama unsurunun varlığını unutmamalıyız.

Haberleşmenin gerek teknik gerek beşerî alandaki iyi işlemesi bazı şartlara bağlıdır. Kaynak tam veya sıhhatli bilgilere sahip değilse; haber tam, kesin ve tesirli bir şekilde şifrelenmezse; haberler, haber almak isteyenlere, müdahale ve rekabete rağmen, süratli ve dakik bir şekilde ulaştırılmazsa; haber şifrelenme tarzına tekabül eden bir şekilde deşifre edilmezse; nihayet hedef, haberi istenilen tepkiyi elde etmek için kullanamazsa, haberleşme sistemi verimli bir şekilde işlememektedir. Görülüyor ki, bütün bu adımlar yüksek bir tesirlilik ölçüsüne uyacak şekilde gerçekleştirilmektedir. Bu arada haberleşen fert veya müessese her zaman iki şık arasında bir tercih yapma zorundadır: a) belli bir zaman süresi içinde daha fazla bilgi ulaştırmak veya b) daha iyi anlaşılma ümidile tekrar etmek suretile daha az bilgi vermek.

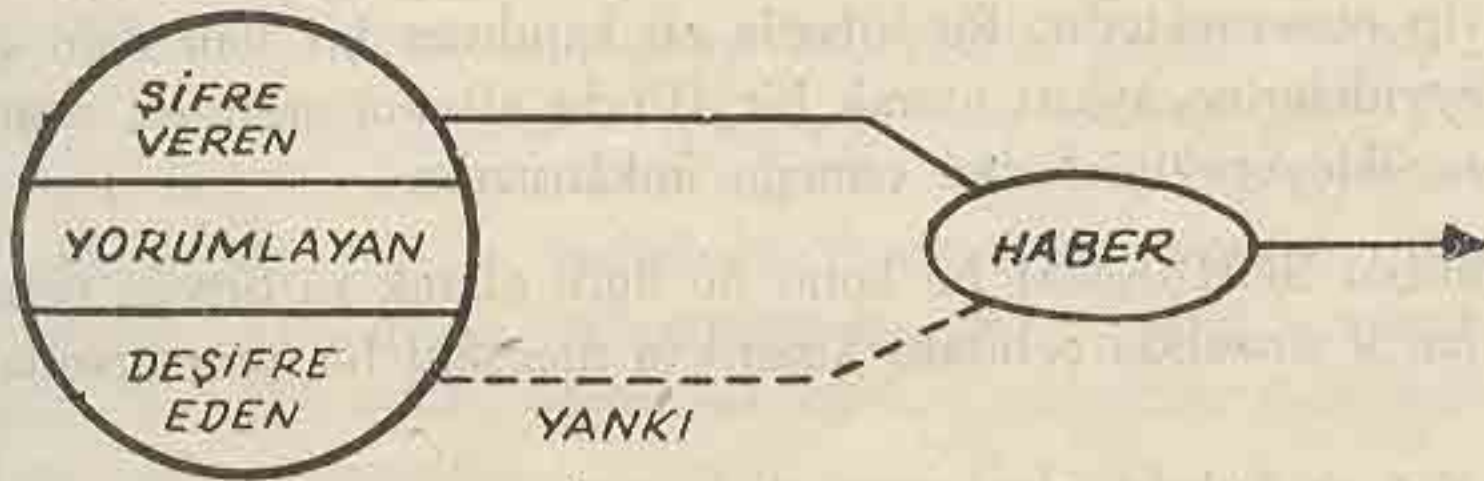
Haberleşme sisteminin tesirli bir şekilde işlemesi ayrıca haberi veren ve alan arasında bir anlaşma zemininin varlığına da bağlıdır. Bunu da yine sema yolu ile açıklayabiliriz: Haber veren ve alanın deney alanları kesişiyorsa, başka bir deyimle müşterek ise, anlaşma kolaylıkla vukuu bulacaktır.

³ SCHRAMM, Wilbur, «How Communication works» in *The Process and Effect of Mass Communication*, Ed. W. Schramm, Univ. Illinois 1955, sh. 3 - 4.



Mes. Afrika'da bir kabile mensubu ömründe bir uçak görmemişse veya duymamışsa, bir uçağı gördükten sonra onu ancak edinmiş olduğu deneylerin ışığında değerlendirebilecektir. Uçak ona belki bir gümüş kuş ve pilot, kanadlar üzerinde taşınan bir ilâh gibi görünmüş olabilir. İşte bu gibi güçlüklerle ilmî bir formasyon almamış kişilerin Einstein'î okudukları veya bizimkinden farklı bir kültüre mensup insanlarla haberleşmeğe kalkışıldığı zaman rastlamaktayız⁴.

Haberleşme vetiresi umumiyetle devamlı olup karşılıklı bir fikir alış verişi şeklinde cereyan etmektedir. Verilen veya alınan haberlerin tepkileri ise bu haberlerin *yankısı* (feedback) şeklinde tezahür etmektedir. Bu yankı son derece önemli olup verilen haberlerin nasıl yorumlandığına işaret etmektedir. Mes. bir gazetenin başmakalesini protesto eden bir okuyucu mektubu veya bir konferans dinleyicilerinin alkışları gibi. Tecrübeli bir haber verici yankıları dikkatle takip etmekte, göndereceği haberleri dinleyicilerden aldığı ilhama göre değiştirmektedir.



Nihayet herhangi bir haberleşme vetiresinde haberler tek bir kanal yolu ile gönderilmemektedir. Sözlü bir haberde ön plânda gelen ses dalgalarıdır. Fakat onun yanbaşında konuşanın yüz ifadesi, jestleri, bazı kelimelerde kullandığı ton, sesin kalitesi - titizliği; inceliği, kalınlığı veya hafifliği - söylenenlere bazı ilâve mânalar katmaktadır. Haber verme alanının daha sınırlı olduğu kütle haberleşme vasıtalarında da çeşitli kanallar bulunmaktadır. Haberler sadece kelimelerle değil, bir gazete manşe-

⁴ SCHRAMM, Wilbur, op. cit., sh. 6.

tinin iriliği, haberin sahifede işgal ettiği yer, resimlerle yapılan bağlantı, ves. gibi yollardan da belirtilmektedir.⁵

Buraya kadar izaha çalıştığımız haberleşme mekanizması, gruplar veya fertler arasında olduğu kadar kütle haberleşme vasıtalarında da aynıdır. Haberleşme mekanizmasının başarılı bir şekilde işlemesi ise şu şartlara bağlıdır :

- 1 — *Haber, ulaştırılmak istenen hedefte beklenen ilgiyi görecektir şekilde tertiplenmelidir.*
- 2 — *Verilen haber, gerek kaynak, gerekse hedef için müşterek olan deneylere dayanan işaretler taşımalıdır. Belli bir haber formüle ederken «aynı dili» konuşmağa gayret etmelidir. Mes. uçak hiç bilinmeyen, kuş ise tanınan bir kavramsa, uçağı gürültülü bir kuş olarak vasıflandırmak zarureti aşikârdır.*
- 3 — *Haber, ulaşması istenilen hedefte bazı şahsî ihtiyaçlar uyandırmalı ve bu ihtiyaçları giderecek, yolları telkin etmelidir. Mes. düşmana yöneltilen propaganda teslim, yıkma veya kaçma gibi belli bir hareket tarzına uymayı telkin etmelidir.*
- 4 — *Haber, haber alanın grub mensubiyetine uygun bir hareket tarzını uyandıracak şekilde tertiplenmelidir. Fertler gruplar halinde yaşamakta ve ilk eğitimlerini aile gibi ilksel bir gruptan; değer hükümleri ile standartlarını da aynı şekilde grup kanalı ile almaktadırlar. Hindistan kültürü ineklerin kesilmesini ve sığır etinin yemesini tasvip etmemektedir. Bu itibarla en kandırıcı bir ilân dahi grup müeyyidelerine aykırı olarak bir Hindu ailesini sığır eti satın almağa sürükleyeceğini kabul etmeğe imkânsızdır.*

Wilbur SCHRAMM bu konu ile ilgili olarak şu örneği vermektedir: Kore harbi sırasında cebinde Amerikan menşeli bir propaganda broşürü

⁵ Söz ve kulağa hitab eden haberleşme vasıtalarının ikinci plandaki kanalları hayli zengindir. Amerika'da seçimler münasebetile çevrilen bir aktüalite filmi buna iyi bir örnek teşkil edebilir. Bu film görünüşte tamamen tarafsız bir tanıtma gayesi güdüyordu. Aday A ve B nin eşit sayıdaki taraftarlarına soru sorulmuştu. Her birine aynı sualler verildi, hepsi de farklı cepheler işlemekle beraber benzer cevaplar verdiler. Yalnız dikkate değer bir farklılık mevcuttu. Aday A nin taraftarları olaganüstü cazib veya teshir edici olmamakla beraber normal kimselerdi. Buna karşılık aday B nin taraftarlarının hepsinde aksayan bir nokta bulunuyordu. Kimisi kekeliyor, kimisinin bakışları şaşkın, kimisinin de elbiseleri ütüsüzdü. Katmak istenilen ikinci mâna ifade edilmişti! SCHRAMM, Wilbur, op. cit., sh. 10.

bulunan Kuzey Koreli bir harp esiri ile yapılan konuşma şu noktaları aydınlatmıştır : Teslim olmağı telkin eden broşür harp esirinin ilk eline geçtiği zaman, onun aksine savaş azmini kuvvetlendirmiştir. Bu yüzden teslim olma fikrine aslâ yanaşmak istemiyordu. Sonradan genel durum bozuldu. Komutan ile temasını kaybetti. Yiyeceği yoktu, cepanesi de tükenmek üzere bulunuyordu. Buna rağmen arkadaşlarının mâneviyatı yüksekti ve hiç kimse teslim olmaktan bahsetmiyordu, Vakta ki birliği bir uçak hücumuna uğradı ve arkadaşlarının hepsi dağıldı, işte o zaman aklına ceketine katlayıp sakladığı broşür geldi ve bunu karşısına ilk çıkan düşman tankına uzattı. Görülüyor ki verilen haber, durum, şahsiyet ve grup normları lehte olduğu müddetçe tesirini göstermemiştir.

II. Kütle Haberleşme Vasıtalarının Mahiyeti

Şimdi de haberleşme hakkında genel olarak söylenenlerin ışığı altında kütle haberleşmesini tahlil edelim⁶. Bu vetire de yukarı da tasvir edilenin eşi olup sadece unsurları değişmektedir :

1 — Kütle haberleşmesine *kaynak* her zaman bir *haber müessesesi* veya bir *müesseseleşmiş şahıstır*. Haber müessesesi olarak bir gazeteyi, bir radyo istasyonunu, bir film stüdyosunu, bir kitap veya dergi yayın evini kastediyoruz. Müesseseleşmiş şahıstan kasıt ise mensup olduğu müessesenin sahip olduğu itibardan faydalanmak suretile sözlerine bir ağırlık kazandıran bir kişi, mes. bir gazetenin baş yazarıdır.

Bir müessesenin içinde olup biten haberleşme de esas itibari ile şifre vermek, yorumlamak ve deşifre etmek suretile cereyan etmektedir. Bir gazetede mes. deşifre edilecek olan haberler, çeşitli ajans ve muhabirler yolu ile gelmektedir. Bunlar değerlendirilmekte, gerekirse genişletilmekte ve uygun bir başlık altına toplanmaktadır. Bu vetirenin yukarıki duruma nispetle tek farklı tarafı, işlerin bir tek kişi yerine bir grup fertler tarafından gerçekleştirilmesidir.

2 — Haberleşme müessesesi ile tek başına haberleşen fert arasındaki diğer bir önemli fark, müesseselerce alınan haberlerin (input), yaydıkları haberlere (output) nisbetle çok daha yüksek olmasıdır. Haberleşmeyi meslek edinen mes. öğretmen ve din adamları, umumiyetle daha yüksek ölçüde haber yayarlar, sükutî tabiatda olanlar ise daha çok haber almakla yetinirler. Buna karşılık haber müesseseleri aynı anda binlerce, bazen milyonlarca eş haberler yaymak-

⁶ SCHRAMM. Wilbur, *op. cit.*, sh. 18 - 19.

tadırlar. Bu gayenin gerçekleştirilmesi için çeşitli girift ve tesirli kanallara ihtiyaç vardır, mes. yüzbinlerce gazete, kitab ve dergileri basacak matbaalar, filmleri imal edecek stüdyo ve onları gösterecek sinema salonları, ses dalgalarını elektrik cereyanına kalbedecek ve onları tel ve havadan milyonlarca radyo âletine nakledecek tesisler gibi

- 3 — Kütle haberleşme vasıtalarından faydalanacak olan hedefler, yukarıda tarife çalıştığımız sayısız kişilerdir. Bunlar akşam gazetelerini okuyan, yeni bir dergiyi gözden geçiren, sinemada oturan, radyoda belli bir istasyonu arayan neviden kişilerdir. Bu durumda bulunan şahısların haber alma durumu yüz yüze karşı haberleşmeden hayli farklıdır, çünkü bu kesimde haber alanların yankıları (feedback) çok mahdut ölçüde haber verene aksetmektedir. Gerçekten kütle haberleşme vasıtalarının uyandırmış olduğu yankıları ancak dolaylı, yani vasıtalı bir şekilde belirlemektedir. Mes. belli bir gazete veya dergiyi abone olanlar sözü geçen yayını almak vazgeçerler veya muayyen bir radyo programı dinlemekten yahutda reklam edilen malı satın almaktan feragat ederler. İşte bu sebebledir ki ticarî rekabetin yüksek olduğu endüstrileşmiş memleketlerde, piyasa tahlilleri yapan araştırma enstitülerinin buluşmalarına büyük önem verilmekte ve potansiyel müşterileri yeniden elde etme gayesi ile ferdin şuuraltı âlemine dahi hitap edilmeğe çalışılmaktadır⁷. Onun gibi radyo ve televizyon yayınlarının özel teşebbüs tarafından düzenlenmiş bulunan memleketlerde, bilhassa Birleşik Amerika'da hangi radyo veya televizyon programının *kimin* tarafından, *ne zaman*, *ne kadar* müddetle dinlenildiği veya seyredildiği ön plânda ilmî metotlarla araştırılan hususlardır.

- 4 — Nihayet kütle haberleşme vasıtalarından faydalanan geniş sayıdaki seyirci, dinleyici ve okuyucular - bir konferansı takip eden küçük gruptan farklı olarak birbirile hemen hiç temasları olmayan geniş ve dağınık bir kalabalığı teşkil ederler. Mes İstanbul'da «Cumhuriyet» gazetesinin başmakalesini okuyan bir kişi ile Anadolu'nun herhangi bir bölgesinde aynı yazıyı takip eden diğer kişiler aynı gruba mensub sayılamaz. Bununla beraber her fert bir veya birkaç sosyal gruba bağlıdır: Ailesi, okul arkadaşları, meslektaşları, v. s. Kütle haberleşme vasıtaları hakkında yapılan son araştırmaların

⁷ PACKARD, Vance, *The Hidden Persuaders* PACKARD bu eserde insanların irrasyonel hareketlerine tesir eden saikler üzerinde yapılan araştırmaları, yani «Motivation Research = GÜDÜ Araştırmasına» ait pek çok örnekler vermektedir.

gösterdiği üzere, bu vasıtalar en fazla bazı fertler vasıtasile küçük gruplara bilgi ve fikir aşıladıkları nisbetde tesir ederler. Zira bazı gruplara mensubiyet yani sosyal statünün belirtilmesi, kütle haberleşme vasıtalarından bir kısmını benimseme suretile açığa vurulmaktadır. Mes. yirmi yaşından aşağı gençlerin Elvis Presley'in şarkılarını dinlemeleri veya bazı iş adamlarının Wallstreet Journal'ine abone olmaları yahut bazı aydın çevrelerin Forum, Akis ve Kim dergilerini okumaları gibi ⁸.

Birçok gruplar bir gazetenin başmakalesi veya dergide çıkan bir yorumu yahut radyoda verilen bir söylevi tartışma konusu yapıp, yeniden bir yorumlamağa tâbi tutmaktadırlar ve neticede bir *grup kanaati*, bazı hallerde ise bir grup hareketi meydana gelmektedir. Bu itibarla bir bakıma kütle haberleşme vasıtalarının fertler üzerinde ki etkisini gruplar yolu ile ikinci plânda mütalâa etmekle isabet vardır.

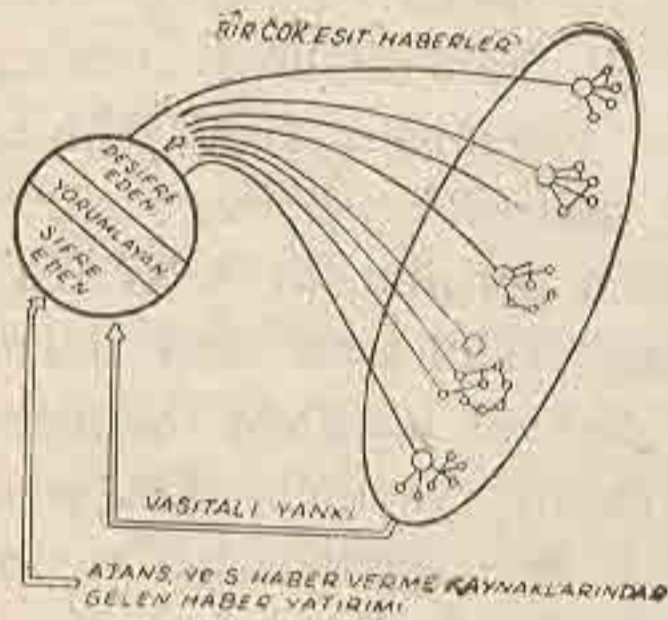
Kütle haberleşme vasıtalarının bu özelliği ilk defa Büyük Britanya'da B. B. C.'nin yetişkinler eğitim programında bir öğretim metodu olarak kullanılmış ve bu maksatla tartışma yapacak dinleyici grupları kurulmuştur. Daha sonraları Kanada ve Hindistan'da çiftçiler forumu, Fransa ve Japonya'da ise televizyon kulüpleri kurulmuş ve bunlar aynı maksatla faaliyet göstermişlerdir. Hindistan'da çiftçilere mahsus kurulan radyo forumlarında ilgi uyandıran bir deney yapılmıştır 1956 yılında Poona bölgesinin 150 köyünde radyo yayınları dinlemek ve ileri sürülen görüşleri tartışmak üzere çiftçi forumları meydana getirilmiştir. UNESCO yardımı ile tertiplenen bu programların tesir derecesini araştırmak üzere böyle bir tartışma grubunun bulunmadığı 20 *kontrol* köyünde de incelemeler yapılmıştır. Sıtmanın sivrisinek tarafından yayılmış olduğunu 238 radyo forumu dinleyicinin 107 si tarafından bilinirken, radyo yayını ve tartışmaları takiben bu gerçek 157 kişi tarafından biliniyordu ⁹. Buna

⁸ MARK Abrams, *The Mass Media and Social Class in Great Britain*, Stresa 4 th World Congress of Sociology, Stresa 1959 Büyük Britanya'da kütle haberleşme vasıtaları ile sosyal sınıflar konusunda tesadüfî örnekleme metodu vasıtasile 13.620 kişi üzerinde yapılan bir araştırma, belli vasıflara sahip seçkinlerin nüfusun diğer tabakalarına nispetle farklı bir haber istihlâk tarzına sahip olduklarını göstermiştir.» Nitekim bu etüd «The Times» ve «The Manchester Guardian» gibi günlük gazetelerle «The Sunday Times» ve «The Observer» gibi pazar gazetelerin hemen hemen istinasız bir şekilde yüksek ve orta gelirli, yüksek tahsilleri bitirmiş, 25 yaşından yukarı gibi vasıflar taşıyan okuyucular tarafından takip edildiğini göstermiştir. Bunlar ise genel nüfusun ancak % 3 nü teşkil etmektedirler.

⁹ CASSIER, Hanry R., Audience participation, *New Style, Public Opinion Quarterly*, Winter 1959 - 1960, Sh. 531.

benzer bir hareket Japonya'da yetişkinler eğitimi programını takip etmek üzere kurulmuş olan televizyon kulüplerinde müşahede edilebilir. Daha fazla geleneklere bağlı bir yaşayış ve otoriter bir karaktere sahip bulunan Japon köylerinde sözü geçen tele - kulüpleri, ilk uygulandıktan sonra Fransız'dan farklı olarak, bazı geceleri yalnız kadınlar, daha başka geceleri ise erkeklere has olarak tertiplenmekte ve köy muhitlerinde birçok yeni fikirlerin kök salmasına zemin hazırlamaktadırlar. Kütle haberleşme vasıtaları yolu ile yayılan bilgilerin bu tip mahallî gruplar yolu ile daha tesirli bir şekilde kök salması, bir yönden köylülerin psikolojisi ile de ilgilidir. Zira köylüler şehirden gelen eksperlerin mütalâalarını her yerde şüphecilikle karşılarlar. Normlar olarak onlar dışardan gelen ziyaretçilerden çok komşuların kanaatine değer verirler, başka bir deyimle, iletilen haberi kendilerince *prestij* sahibi kişiler tarafından yorumlanıp deşifre edilmesinden sonra kabul etmeğe yanaşırlar. Nitekim çiftçi forumları Hindistan'da köyün halk efkârını hazırlarlar ve köy demokrasisinin gelişiminde önemli bir rol oynarlar¹⁰

Kütle haberleşme sisteminin şeması fertler arası haberleşmeye nispetle farklı bir görünüme sahiptir.



Okuyucu, seyirci ve dinleyici kitlesi

Birçok ahize, her biri deşifre edip, yorum yapmakta yeniden şifre vermektedir.

Gruplarda verilen haberler tekrar yorumlanmaktadır.

Kütle haberleşme sistemi çok şümüllü etkiler yaratmaktadır. Birçok bakımdan toplum haberleşme görevinin yerine geçmiş bulunuyor. Basın, radyo, televizyon - serbest bir işletmeye tâbi olduğu nispetde bizim için ufukları tarassut altında bulundurmaktadır. Önderlerin âmmeyi ilgilendiren meseleler hakkında ne düşündüklerini nakletmek, eksperlerin kanaatini izah etmek, bu konularda halk efkârı huzurunda tartışmalar yapmak suretile bu meseleler hakkında kanaat edinme imkânlarını yaratmaktadırlar. Bazı hallerde ise bu vasıtalar yığınlarında panik yaratacak derecede tesirli olabilmektedir. Buna mes. Amerikan basınının Alaska'da bir altın damarının bulunduğuna dair haberleri gösterebiliriz. Basının verdiği sansasyonel başlıklar üzerine Amerika kıtasının bu ücra köşesine

¹⁰ UNESCO, The Farm Forum in India.

görülmemiş ölçüde bir akın olmuştur.

Buna benzer diğer bir örnek tanınmış film sanatçısı Orson Welles'in H. G. WELLS'in «Seyyareler arasındaki harp» adlı eserinden adapte edilmek suretile ve 30 Ekim 1938 tarihinde yayınlanan radyofonik temsil teşkil etmektedir. Bu radyo temsilinde konu icabı Merihliler kürremizi istilâ ediyorlardı. Radyoyu dinleyen pek çok kimse temsilde verilen haberleri gerçek sanıp yanık havası ortasında kaçacak, sığınacak bir yer aramışlardır. 1940 da Hadley CANTRİL tarafından bu konuda yapılan bir araştırmada radyo dinleyicilerinin tepkisinin en çok sahip oldukları tahsil derecesi ile ilgili olduğu anlaşılmıştır¹¹.

TABLO 1

Orson Welles'in radyo yayının çeşitli tahsil kademelerindeki değerlendirilmesi

Tahsil derecesi	Programı gerçek sananların % si
Üniversite mezunları	28 %
Lise mezunları (Highschool)	36 %
İlkokul mezunları	46 %

Sadece dinleyicilerin şahsî vasıflarını hesaba katmak suretile yayının uyandırmış olduğu inanç derecesi elbette ki kütle haberleşme vasıtalarının sosyal vasattaki tepkilerini izah etmeğe yetmez. Buna CANTRİL şu âmilleri de katmıştır: Temsil ikinci dünya harbinin patlak vermesinin arifesinde yayınlanmıştı. Genel olarak memleketde bir buhran atmosferi mevcuttu. İkincisi Amreikalı dinleyiciler radyoya karşı yüksek bir itimat beslemektedirler. Nihayet haber, oyun icabı ajans tarzında verilmiştir.

Görülüyor ki kütle haberleşme vasıtalarının tesir derecesi büyük ölçüde yukarıda izaha çalıştığımız başarı şartlarının gerçekleştirilmesine bağlıdır. Nitekim kütle haberleşme vasıtalarının tümü üzerinde mutlak bir tekel kurmuş olan komünist partileri haberleşmenin tesirliliğini arttırmak üzere mesaj, durum, şahsiyet ve grup olarak özetliyebileceğimiz dört unsuru tamamlanmasına büyük önem vermektedirler. Esasen komünistler bütün haberleri kontrol ediyorlar, iktidarı elinde bulunduran tek grubu sıfatıyla gıda ve ücretler dahil bütün kaynakları diledikleri şekilde kontrol etme, dolayısıyla arzu edilen şekilde bir durum ihdas etmek imkânına da sahiptirler. Grup teşkilâtları ise her fert için bir yeri

¹¹ «Handbook of Social Psychology» den naklen, Ed. Gardner LINDZEY, London, Massachusett, 1959, sh. 1086;

Hadley CANTRİL, «The Invasion from Mars», SCHRAMM, W. op. cit., sh. 419 - 421.

âdeta mecburî bir şekilde ayırmaktadır. Böylece kütle haberleşme vetiresinde rol oynayan dört unsurdan üçü üzerine son söz sahibidirler. Bu üçünün yardımı ile de haberlerin muhatabı olan kimselerin şahsiyetine tesir etmeğe çalışırlar. Belli tesirler elde etmek üzere kütle haberleşmenin teksifi kullanışı üzerinde 35 yıllık bir tecrübeleri olan komünistler bu dört unsurdan üçünü kontrol edemedikleri müddetçe, verdikleri haberlerin neticelerini önceden tahmin etmeğe yanaşmamaktadırlar.¹²

III. Kütle Haberleşme Vasıtalarının Tesirlerini Şekillendiren Başlıca Faktörler

Kütle haberleşme vasıtalarının tesirliliğini topluca meydana getiren dört ana unsuru gözden geçirdikten sonra bu tesirleri şekillendiren başlıca âmilleri inceleme zarureti doğmaktadır. Bu faktörleri SMİTH, LASSWELL ve CASEY'in klasik formülü ile şöyle özetleyebiliriz: «*Kim, neyi, hangi kanal vasıtasıyla, nasıl bir tesirle, kime söylemiştir?* Bu tarife uygun olarak sıra ile haber veren, haberler, kullanılan vasıtalar (*media*), haberleşmenin muhatapları (*audience*) ve tesirler üzerinde durmak zarureti belirmektedir.

A — Haber Verenler (*Communicators*)

Haber verenlerin (*communicators*) taşıdıkları sosyal prestij derecesi dikkate değer bir husustur. HOVLAND ve WEİSS'in 1951'de yaptıkları bir araştırmada bu noktayı incelemiştir.¹³ Bu araştırmanın çerçevesinde mes. atom enerjisinin denizaltı gemilerinde kullanma imkânları hakkında bir makale öğrencilere kısmen Robert OPPENHEİMER kısmen de «Pravda» gazetesine atıf yapmak suretile verilmiştir. Haber, okuyucular tarafından kaynağın taşımakta olduğu güvenirlik derecesine göre karşılanmıştır. Mes. haber kaynağı yüksek derecede güven uyandıran mahiyette olunca, okuyucular % 23 nispetinde fikirlerini değiştirmişlerdir, oysa ki düşük güvenirlik derecesine sahip bir haber kaynağı aynı okurları ancak % 7 nispetinde fikir değiştirmeye muktedir olmuştur. Buna benzer sonuçlar 1953 de KELMAN + HOVLAND tarafından öğretici bir radyo programı münasebetile tespit edilmiştir.¹⁴ Burada üç misafir spiker, çocuk suçluluğu tedavi konusunda azamî ölçüde şefkat

¹² SCHRAMM Wilbur, *op. cit.*, sh. 25.

¹³ HOVLAND, C. I. + WEİSS, W., *The Influence of Source Credibility on Communication effectiveness*, *Public Opinion Quarterly* 1951, sh. 635 - 650.

¹⁴ KELMAN, H. C. + HOVLAND, C. I. «Reinstatement of the communicator in delayed measurement of opinion change», *Journal of Abnormal Social Psychology*, 1953, 48, 327 - 335.

kullanmak gerektiğini savunmuşlardır. Üç spikerin aynı konudaki konuşmaları kısaca «pozitif», «negatif» ve «nötr» olarak vasıflandırılabiliriz. Müsbet konuşma yapan spiker, kriminoloji alanında tanınmış bir otorite ve çocuk suçluluğu mahkemesi hâkimi olarak tanıtılmıştı. Aynı konuşmanın «nötr» vasfındaki spikeri, bu defa tesadüfî olarak stüdyoda bulunan dinleyicilerden seçilmişti. Şahsiyeti, adı, mesleği hakkında hiç bir bilgi verilmemişti. Aynı konuşmanın üçüncü ve «menfi» vasıftaki spiker yine stüdyoda bulunan bir dinleyici olarak takdim edilmiştir, fakat kendisinin aynı zamanda çocukluğunda uyuşturucu maddeler ticaretile ilgili bazı suçlara iştirak etmiş olduğu, mahkûm edilmiş olduğu da belirtilmişti. Bu şahıs, kanuna ve anne babaya karşı saygı göstermeyen bir kişi olarak gösterilmişti. Dinleyicilerin aynı konuda söz söyleyen üç spikere karşı gösterdikleri tepki doğrudan doğruya konuşanların sahip oldukları sosyal prestijle orantılı olarak tezahür etmiştir.

TABLO 2

Çocuk Suçluluğu Konusunda Müsbet, Menfi ve Tarafsız Kaynaklardan Alınan Bilginin Dinleyicilerin Kanaati Üzerindeki Tesiri

	Müsbet	Nötr	Menfi
Çocuk suçluluğu konusunda konuşmağa yetkili sayılanlar,	78 %	33 %	9 %
Spikerin konuyu dürüst bir şekilde tanıttığına kâni olanlar,	73 %	63 %	29 %
Spikerin kanaatine tamamen veya kısmen güvendiklerini bildirenler,	87 %	66 %	25 %

Bu alanda yapılan diğer bir araştırma da yine konuşan, daha doğrusu kanaati belirtenin taşımakta olduğu sosyal statünün önemini meydana çıkarmıştır. HAİMAN 1949 da giriştiği bir etüdde Birleşik Amerika hükûmetinde yüksek bir mevki işgal eden bir doktor, bir komünist ve bir üniversite öğrencisi tarafından mecburî sağlık sigortası konusunda tele alınmış birer konuşmanın tesir derecesini araştırmıştır.¹⁵ Bu araştırma da yukarıdaki incelemelere benzer sonuçlar vermiştir. Demek oluyor ki haber verenin mensub olduğu sosyal grupta haiz olduğu itibar, mevkii ve prestij derecesi, aslında nötr olan haber ve bilgilere duruma göre olduğundan daha yüksek veya daha düşük bir inanırlılık derecesi kazandırmaktadır.

¹⁵ HAİMAN, F. S. An experimental study of the effects of Ethos in public speaking, *Speech: Monogr.*, 1949, 16, sh. 190 - 202.

B — Haberler

Kütle haberleşme vasıtaları aynı zamanda yayınlanan haberlerin karakter ve muhteviyatına göre de farklı tesirler yaratmaktadırlar. Bu konuda hitap tarzları ile görüşmelerin takdim sırasını inceleme zarureti belirmektedir.

Hitap Tarzları

Bu konuda bilhassa «hissî» ve «rasyonel» hitap tarzlarının tesirliliği araştırmaktadır. HARTMANN'ın 1936 da Amerikan Sosyalist partisinin seçim propagandası konusunda yaptığı bir araştırma, bu konuyu canlı bir şekilde belirtmektedir. Kullanılan seçim broşürlerinden biri daha çok duygulara hitapla sosyalizmin harb, korku ve sefaletle karşı giriştiği mücadeleyi aks ettiriyordu. Rasyonel ölçüde tertiplenen broşürde ise Sosyalist partisinin dâvası daha çok bir mantık oyunu ile belirtilmişti. Deneme sırasında bir seçim bölgesine «hissî», ikincisine «rasyonel» karakterde broşürler dağıtılmıştı, üçüncü bir bölgede ise hiç propaganda yapılmıştı. Hissî yoldan yapılan propaganda daha önceki seçimlere nazaran sözü geçen bölgede Sosyalist partiye verilen oyları % 50 nisbetinde arttırmıştı, buna karşılık «mantikî» hitap bu artışı ancak % 35 nisbetinde tahrik edebilmişti¹⁶.

Dinleyicilere hitap ederken, kullanılacak korku dozajı da JANİS ve FESBACH tarafından 1953 te bir araştırma konusu olmuştur. Bu etüdde dış bakımı konusunda kuvvetli, orta ve asgarî ölçüde korkutacak mesajlar üzerinde durulmuştu. Kanaatlerde hasıl olan en büyük değişiklik asgarî korku uyandıracak şartlar altında elde edilmiştir. Bu araştırmanın gösterdiğine göre teksifî bir korku telkini aksi tesiri, yani haber verene karşı husumet uyandırabilir.¹⁷

TABLO 3

Dış bakımı tavsiyelerile olarak korku uyandıracak çeşitli telkinler

Kanaat değişme şekilleri	Kuvvetli ölçü de korku uyandıran telkin	Orta ölçü de korku uyandıran telkin	Asgarî ölçü de korku uyandıran telkin
Tavsiyelere uyma halinde artış	28 %	44 %	50 %
Tavsiyelere uyma halinde azalma	20 %	22 %	14 %
Hiç bir değişme göstermeyen haller	52 %	34 %	36 %
	100 %	100 %	100 %

¹⁶ HARTMANN, G. W., «A field experiment on the comparative effectiveness of» emotional «and» rational «political leaflets in determining election results», *Journal of abnormal Social Psychology*, 1936, 31 sh. 99 - 114.

¹⁷ JANİS, I. L. + FESBACH, S. «Effects of fear arousing communications», *Journal of abnormal Social Psychology*, 1953, 48, sh. 78 - 92.

Bu konuda ikinci bir deneme daha yapılmıştır. Aynı dinleyiciler dış bakımı ile ilgili olarak ilk tavsiyeyi nakz eden ikinci bir telkine maruz bırakılmışlardır. Burada da asgarî derecede korku uyandıran demeç en büyük rağbete mazhar olmuştur.

Görüşlerin takdiminde gözetilen sıra. Haberleşmenin yarattığı tepki aynı zamanda muhtelif görüşlerin takdiminde gözetilen sıraya göre de farklı tesirler yaratmaktadır.

Bu düzen, duruma göre can alacak noktanın (*climax*) haberin başında veya sonunda takdimi şeklinde belirlemektedir, başka bir deyimle bir meselenin izahında zirveyi teşkil eden cihet ilk başta veya sonunda açıklanabilir. HOVLAND, JANİS ve KELLY'nin 1953 bu konuda yapmış oldukları araştırma dikkat, öğrenme ve kanaatleri kabul ile ilgili psikolojik tepkileri ölçmüşlerdir¹⁸. Yürütülen faraziyeğe göre bellibaşlı noktaların en sonuna bırakılması, bilhassa ilgisiz olan bir dinleyici kütlesini âlaka-sını uyandırmaya elverişlidir. Bulgular bu noktayı doğrulamışlardır. Öğrenme alanındaki araştırmalara göre bilinmeyen bir mesele hakkındaki yayınların başlangıç ve bitiş kısımları, orta kısımlara nispetle daha kolaylıkla öğrenilmektedir. Bir kanaatin kabulü alanındaki araştırmalar ise benimsetmek istenen noktanın ilk başta ileri sürülmesinin uygun olacağını belirtmektedir.

Aynı meselenin iki cephesinin takdimi halinde değişik bir durum hasıl olmaktadır. HOVLAND, LUMDAİNE ve SHEFFİELD'in ordu mensupları arasında Avrupa'da Müttefiklerin zaferinden sonra Uzak Doğu'daki harbin alacağı istikamet konusunda geniş bir program uygulanmıştı. Programda A da harbin sona ermesi sadece tek taraflı olarak açıklanmıştır. Pasifik'teki mesafelerin uzaklığı, Japonya'nın geniş kaynakları Japon milletinin savaş azmi ves. Program B de aynı güçlükler sıralandıktan sonra madalyanın öteki yüzüne ait bilgiler de sunulmuştur. Japonların zaafı, Amerika'nın silâh üstünlüğü, Japonların gemi kayıpları, ves. Alınan sonuçlar şöyle tasnif edilebilir: 1 - Bir meselenin iki cephesini birden takdim etmek, ileri sürülen görüşe baştan itibaren *muhalif* olanları ikna için daha tesirlidir. 2 - Takdim edilen görüşü daha önce benimsemiş olanlar için problemin iki cephesinin bir bütün olarak takdimi, kanaatlerin perçinlemesine hizmet etmektedir. 3 - Tahsil derecesi daha yüksek olanlara iki taraflı takdim daha fazla tesir etmekte;

¹⁸ HOVLAND, C. I., JANİS I. L. + KELLEY, H. H. *Communication and Persuasion* New Haven: Yale University Press, 1953.

tahsil derecesi düşük olanlara sadece davayı takviye edecek unsurların takdimi daha müessir olmaktadır¹⁹.

C — Haberleşme Vasıtaları (media)

Değişik kütle haberleşme vasıtalarının tesir derecesini incelemek konusunda Joseph T. KLAPPER'in yapmış olduğu etüd aranan noktaları derli toplu bir halde sunmaktadır.²⁰ Ona göre :

1 — a) Sade ve basit materyelin belleniş bahsinde, göz ve kula birden hitab eden bir takdim tarzı, bu metodlardan birinin tek başına kullanılması haline nispetle daha iyi netice vermektedir.

b) Sade ve basit materyelin takdiminde kulağa hitab eden bir program yalnız göze hitab eden metoddan daha tesirlidir. LAZARSFELD'in gösterdiği üzere günlük hayatta yüksek bir kültür seviyede bulunan kitap ves. gibi basılı materyeli radyoya tercih ettikleri halde, lise tahsiline aşağı bir öğretim seviyesinde bulunan kimseler radyoyu «daha kolayca anlaşılır», «daha caziptir» mülâhazaları ile tercih etmektedirler. Bu itibarla televizyon hem göze hem de kulağa aynı anda hitab ettiği cihetle halen en geniş tesir alanına sahiptir. Burada da yine tahsil seviyesi yüksek olmayanların televizyon yayınlarını en fazla ve uzun sürelerle takip ettikleri görülmektedir.

c) Uzun ve girift, anlaşılması gün materyelin kavranmasında göz ve kulağa hitab eden metod hususunda birbirini nazeden sonuçlara varılmıştır. Bu konuda yazılı metinlerin üstünlüğü ileri sürülmekle beraber henüz kesin bir görüş yerleşmemiştir. Bununla beraber bu konuda birden fazla haberleşme vasıtalarından daha müsbet neticeler elde edildiği anlaşılmaktadır.

d) Yüz yüze karşı temas, sözlü nakil ve basılı kelime ile kıyaslanınca, kişilerin karşılaşma konuşmalarının ikna bakımından hepsinden üstün olduğu anlaşılmaktadır. Yüz yüze karşı temastan sonra sözlü yayım, yani radyo veya televizyon en son olarak da basın yer almaktadır.

LAZARSFELD, BERELSON ve GAUDET 1940 seçimlerinde Birleşik Amerika'nın Ohio eyaletinde Erie County şehrinde 2.400 seçmenle seçimlere takaddüm eden yedi ay zarfında 2 - 7 defa arasında mülâkatlar

¹⁹HOVLAND, C. I., LUMSDAINE, A. A. + SHEFFIELD, F. D., Effect of presenting «One side» versus «Both sides» in changing opinions on a controversial subject in SCHRAMM, Wilbur, op. cit., sh. 262; 274.

²⁰KLAPPER, J. T. The effects of mass media, New York, Columbia Univ. Bureau of Applied Social Research, 1949.

yapmışlardır. Bu seçmenler üzerinde yapılan araştırmalar herşeyden önce oy vermede şahsî nüfuz, radyo ve gazetelerin oynadığı rolü meydana çıkarmağa yönelmiştir²¹. Seçmenlere, hangi nevi seçim kampanyası vasıtalarına son maruz kaldıkları sorulunca, siyasî tartışmalar radyo veya gazeteden daha sık olarak gösterilmiştir. Ortalama bir günde seçmenlerden en aşağı % 10 fazlası bir nutuk dinlemek veya bir seçim haberini okumaktan çok aktif veya pasif olarak seçimi ilgilendiren bir tartışmaya katılmışlardır. Daha önceden kanaatlerini belirtmemiş ve kararlarında mütereddid olan seçmenlerden dörtte üçü en sonunda şahsî telkin ve nüfuz sebeble bu işe sürüklendiklerini belirtmişlerdir. Yine buna benzer şekilde seçim kampanyası sırasında fikir değiştirenler buna sebep aile dostları veya akrabalarını zikretmişlerdir.

2 — Objektif etüdlerin gösterdiği üzere film, yani beyaz perde diğer kütle haberleşme vasıtalarına nisbetle kısa süreli olmak üzere en yüksek ölçüde hafızayı desteklemektedir.

3 — Kütle haberleşme vasıtalarının her birinin kendine has özellikleri vardır. Genel olarak : a) *Basın*, okuyucuya bu vasitadan faydalanmakta olduğu vesile ve temposunu bizzat tespit etmesine elverişlidir: tekerrire imkân vermekte ve enine boyuna tetkike uydundur. Bütün haberleşme vasıtalarından *basın* en geniş ölçüde azınlık görüşlerini ifadeye kavuşmakta, bu gaye ile yayınlanmış olan eserler ise son derece müessir ikna edici ajanlar sayılmaktadırlar.

b) *Radyo* genel olarak diğer kütle haberleşme vasıtalarının erişemedikleri çok yaygın ve kalabalık, tahsil seviyesi orta ve aşağı bulunan, bu sebeble daha kolaylıkla telkine açık bir muhatap kütlisine hitap etmektedir. Radyo, dinleyiciye aktüel olaylarla vasıtalı olarak şahsen katılmağa yardım etmektedir. Böylece yüz yüze karşı temasa benzer bir durum yaratmaktadır.

c) *Film*, göze ve kulağa hitab hassası dolayısıyla bilhassa pedagojik hassalara ve üstünlüklere sahiptir. Bu hassası dolayısıyla film «hissî» bakımdan çocukları âdeta bendetmektedir. Yine bu anlayışa uygun olarak film mantikî düşüncüyü zayıflatmaktadır. Umumiyetle filmler geniş seyirci kütlelerinin gelenek ve yaşayış tarzlarına uymağa çalışmakta veya onların erişmek istedikleri hayal âlemleri tasvir etmektedir. Film propaganda gayretlerine pek elverişli olduğu cihetle çok defa geçmişle gelecek arasında sunî köprüler kurmaktadır. Mes. Sovyet Rusya, Almanya ve İtalya'daki totaliter rejimlerde olduğu gibi. Filmler geniş ölçüde stereotipler

²¹ LAZARFELD, P., BERELSON, B. + GAUDET, H., *The people's choice*, New York, suell, Sloant Pearce, 1944.

yaydıkları cihetle kasıtlı telkin ve görüşlerin taşıyıcısı haline de gelmektedir.

d) *Televizyon* resim ve sesi aynı anda nakletmekte olduğundan her eve dünya aktüalitetlerini seyircinin ayağına ulaştırabilen en müessir kütle haberleşme vasıtasıdır. Bu haberleşme vasıtasının potansyelleri âdeta sınırsız olmasına rağmen halen daha çok seyircilerinin zevk ve intibaalarının gelişimi ile geleneklerini canlandırma alanında önemli bir rol oynamaktadır. Televizyon halka en yakın teması kurabilen, bilhassa geniş kütleleri tesir alanına dahil eden son derece tesirli bir haber nakilcisidir.

D — Haberleşmenin muhatapları (*audience*)

Şahsiyetle ilgili faktörler :

Kütle haberleşme alanında yapılmış olan araştırmaların en büyük kısmı dinleyici, okuyucu ve seyircilerin mahiyet ve özelliklerine tahsis edilmiştir. Haberleşme vasıtalarının seçiminde önemli rol oynayan belli-başlı iki âmilden biri *fikrî kabiliyetler*, diğeri muhatap olanların hareketlerine tesir eden *saiklerdir*.

Hemen hemen bütün etüdlerin gösterdiği üzere haberleşme muhtevasını benimseme durumu ile fertlerin fikrî kabiliyeti arasında sıkı bir bağıntı mevcuttur. Nitekim SWANSON tarafından 1951 de yapılmış olan bir araştırma hükümet ve âmme işlerine taalluk eden haberlerin kavranmasında fikrî kabiliyetin ön planda geldiğini teyit etmiştir.²² Başka bir deyimle aktüel olaylar hakkında basın ve radyo kanalı ile alınan haberler en fazla yüksek tahsil yapmış olaganüstü fikrî kabiliyetlere sahip olanlar arasında göze dikkati çarpmaktadır. Aynı durum film yolu ile öğrenilen bilgiler konusunda da çekmektedir. Nitekim HOVLAND, LUMSDAINE ve SHEFFIELD tarafından 1949 da yapılan araştırmada «İngiltere savaşı», «Nazilerin darbesi» gibi filmlerden edinilen objektif bilgilerin hacmi fikrî kabiliyet nisbetinde yükseldiği anlaşılmıştır.

Tavır, kanaat ve inançlarda değişme. Fikrî kabiliyetler ile tavır ve inançlar arasında münasebet daha girifttir. Genel olarak denilebilir ki daha zeki olanların ikna edilmesi daha güç ve propagandayı kabullenme hususunda daha az elverişlidir. Fertlere haberleşme yolu ile tesir etme, bir bakıma, sosyal tecavüzkârlıkla da ilgilidir. BARRY'nin 1931 de yapmış olduğu bir araştırma haberleşme yolu ile kanaatlerini değiştirmeyen-

²² SWANSON, C. E. Predicting who learns factual information from the mass media, GUETZKOW, H. Ed. *Group, leadership and men*. Pittsburgh Carnegie Press 1951.

lerin, tahrik edilebilen, kolayca canları sıkılan kişiler olduğunu göstermiştir²³ Buna benzer bulgular 1943 de NEWCOMB'un Bennington kolejinde yapmış olduğu araştırmaya doğrulamıştır. Bu etüde göre her çeşit değişikliğe karşı kesin bir mukavemet gösteren öğrencilerin sosyal münasebetler kurmağa isteksiz, kısmen tecavüzkâr unsurlar olduğunu göstermiştir.²⁴

Sosyal ve kültürel farklılıklar. Haberleşme vasıtalarına karşı farklı davranışlar grupların değer hükümlerile de ilgilidir. RİLEY + RİLEY 1951 de akranlarını gözeterek hareketlerini düzenleyen bir gruba mensub olan ve olmayan çocuklar üzerinde kütle haberleşme vasıtalarının tesirlerini araştırmışlardır. Buna göre davranışlarını birbirlerini gözetmek suretile tâyin eden çocuklar (peer group) için kütle haberleşme vasıtaları *sosyal bir fayda* temsil etmektedir. Onlar grup yaşayışlarını kolaylaştıracak kütle haberleşme vasıtalarını takip etmektedirler. Birbirini gözetmeyen çocukların aileleri ise evlâdlarına belli değer hükümler telkin etmektedir, yani bunlar evde yardım etmek mecburiyetinde, okulda çalışkan olmak zorunda, faydalı bir yetişkin olarak hazırlanmakla mükelleftirler. Bu standartlara ulaşamıyan çocuklar ise isyan duygularını kütle haberleşme vasıtalarından mes. radyo ve televizyonda şiddet, tecavüz macera gibi hususları konu alan programları seçmek suretile ifadeye kavuşturmaktadır. Böylece akranları gözetten sosyal grupta, haberleşme vasıtaları bir nevi öğretmen görevi, akranlarını gözetmeyen çocuklarda ise ruhî bir tatmin vazifesi görmektedir²⁵.

Grup dayanışması da haberleşme telkinlerine karşı koymayı kolaylaştırmaktadır. KELLEY ve VOLKART'ın 1952 de yapmış oldukları bir araştırmada oniki izciye ağaç yontma ve kamp faaliyetleri hakkında bir soru kâğıdı verilmişti. İlk teması takiben bu izcilere büyük şehir hayatının araştırılmasının daha faydalı olacağını belirten bir konferans verilmişti. Konferanstan sonra yapılan bir yoklama izcilerin kanaatlerinin ancak çok cüzzî bir şekilde değiştikleri görülmüştür. Demek oluyor ki bir gruba mensubiyet, ferdin kanaat değiştirme arzusunu hafifletmektedir.

E — Tesirler

Kütle haberleşme vasıtalarının tesirleri herşeyden evvel uzun ve kısa vadeli olmak üzere tefrik edilebilir. Bazı düşünörlere göre bu tesirler

²³ BARRY, H. A. «A test for negativism and compliance». *Journal of abnormal Social Psychology*. 1931. 25. 373 - 381.

²⁴ NEWCOMB, T. M. *Personality and social change*, New York Dryden Press, 1943.

²⁵ RİLEY, M. N. + RİLEY, J. W. A.» A sociological approach to communications research». *Public Opinion Quarterly*, 1951. 15. 445 - 460.

«kastî» ve «beklenilmeyen sonuçlar» olmak üzere yine iki ayrı kategori halinde mütalâa edilebilir. Mes. bir radyo programının maksadı «eğlendirme» olmakla beraber, bu programı finanse eden ilân sahibi için sözü geçen yayın herşeyden önce dinleyicilerin dikkatini uyandırmak ve onlara mamullerini satmak için faaliyet gösteren bir mekanizmadır. Buna benzer şekilde kütle haberleşme vasıtaları dolayısıyla oy verme davranışlarına tesir etmektedir. Yukarda bahsi geçen LAZARFELD, BERELSON ve GAUDET tarafından yapılan etüd, kütle haberleşme vasıtalarının siyasî davranış alanında birbirinden farklı üç çeşit hareket tarzına yol açtıklarını göstermiştir :

1 — Kütle haberleşme vasıtalarına maruz kalma bazı hallerde mevcut temayülleri tahrik suretile kanaatlerin tebellür etmesine faal hale gelmesine âmil olmuştur. (*Activation*)

2 — Başka hallerde seçim propogandası yani kütle haberleşme vasıtaları ile yapılan telkinler yeni kararların alınmasına vesile teşkil edeceği yerde, eski kararlara sadık kalmağı, onların takviye edilmesine hizmet etmektedir. (*Reinforcement*)

3 — Nihayet bazı şartlar altında seçim propogandası yayan kütle haberleşme vasıtaları mahdud ölçüde ikna yolu ile farklı kanaatlerin benimsemesine yol açmışlardır. (*Conversion*)²⁶.

Nihayet kütle haberleşme vasıtalarının tesirleri psikolojik, siyasî, ekonomik ve sosyolojik olmak üzere faydalanılan sosyal ilimlere göre de tasnif edilebilir. Biz burada kütle haberleşme vasıtalarının tesirlerini ferdî temayüller. Biz burada kütle haberleşme vasıtalarının tesirlerini ferdî temayüller ve davranış tarzları bakımından incelemeğı uygun gördük.

Tercih ve zevkler. Genel olarak yaygın bir kanaate göre sanat, edebiyat ve müzik alanındaki zevkler, kütle haberleşme vasıtaları sebebiyle daha düşük bir hale gelmiştir. KLAPPER'in kütle haberleşme vasıtalarının âmmenin zevkleri konusunda 1949 da yaptığı etüdünde bu vasıtaların mevcut zevki düşürmeyip, aksine yerleşmiş olan zevkleri tatmine çalıştığını belirtmiştir. «Bunlar daha iyi materyel arayanlara daha iyisini, daha az kaliteli arayana ikinci nevi kaliteyi ayağına getirirler. Dolayısıyla kütle haberleşme vasıtaları mevcut zevkleri değıştirmeden ziyade müesses olanı kuvvetlendirmektedirler.» Bununla beraber bazı şartlar altında kütle haberleşme vasıtaları ciddi ilgi ve yüksek zevkleri de aşılamaaktadırlar. 1941 de SUCHMAN tarafından yapılan bir araştırmaya göre radyoda klasik müzik dinleyenler, bu alandaki ilgilerini yine radyo yolu ile geliştirmişlerdir. Ancak bu tip dinleyiciler SUCHMAN'a göre klasik mü-

²⁶ LAZARFELD. BERELSON + GAUDET, op. cit., sh. 73 - 75 : 87, 94 - 95.

zik konusunda daha az bir anlayış ve bilgi taşırlar. Onlar bu tip müziği, müziğin gelişim vetiresi içinde veya mesler arasındaki armoniyi araştırmaksızın, sırf romantik bir dinlenme veya heyecan veren bir kaynak kulağı ile dinlemektedirler.²⁷

Peşin hükümler. Azınlık gruplarını ilgilendiren ve derin bir sosyal mâna taşıyan diğer bir konu da peşin hükümlerle ilgili tavırlardır. (Attitude) Bu alanda yapılmış olan etraflı araştırma Arnold ROSE'un «Studies in Reduction of Prejudice» adlı etüdüdür. Diğer araştırmaların da teyit ettiği üzere müsait şartlar altında konferanslar, kitab ve filmler çeşitli ırk ve milletlere mensup azınlıkların değer hükümlerinde bazı değişiklikler meydana getirebilmektedir.

Stereotip - fikir kalıpları. Birçok peşin hükümler ilgili bir grubun özellikleri hakkında hatâlı genellemeler şeklinde beliren fikir klişelere dayanmaktadır. «Milletler birbirlerini nasıl görüyor» konusu UNESCO tarafından son derece etraflı bir araştırma çerçevesinde işlenmiştir.²⁸ Bu konudaki kanaatlerin değişimine yüz yüze karşı temasın tesirliliği MARROW ve FRANCK'in 1954 de yaptıkları bir etüdde tesbit edilmişti. Kütle haberleşme vasıtalarından en çok film, stereotiplerin yayılmasına hizmet etmektedir. Ancak bunların mukayeseli tesir derece henüz araştırılmış değildir.

Kütle haberleşme vasıtalarının ferdî davranışları ile ilgili tesirleri bilhassa satın alma ve oy verme faaliyetleriyle münasebet halindedir. Ancak bu konulara yukarıda başka vesilelerle temas edildiği cihetle, burada ayrıca ele alınmayacaktır.

IV — Türkiye ve diğer memleketlerde kütle haberleşme vasıtalarının dağılışı

Kütle haberleşme vasıtalarından faydalanma alanları mukayeseli bir şekilde ele alındığı zaman, halk etkârının dinamik bir karakter kazanabilmesi bakımından hayli ilgi çeken noktalar meydana çıkmaktadır.

Faydalanma kolaylığı. Tahmin edileceği üzere kütle haberleşme vasıtalarının en çok temerküz ettikleri memleketler, şahıs başına millî gelirin yüksek ve endüstrileşmenin fazla gelişmiş olduğu memleketlerdir. Nitekim radyo cihazların % 85 i, günlük gazetelerin % 80 i, sinema koltuklarının % 70 i, televizyon cihazlarının % 85 i Avrupa ve Kuzey Amerika'da bulunmaktadır. Daha fazla tafsilâta inersek, dünyadaki radyo alıcı âletlerin yarısının günlük gazetelerin dörtte birinin, televizyon âletlerinin

²⁷ SUCHAN, E. A., Invitation to music, LAZARFELD + STANTON Ed. Radio research, E. A. New York, Duell, Sloan and Pearce. sh. 140 - 188.

²⁸ BUCHANAN, W. + CANTRİL, Hadley, «How nations See Each Other». Univ. of Illinois, 1953.

dörtte beşinin ve sinema koltuklarının üçte birinin Birleşik Amerika'da olduğu görülmektedir.

TABLO : 4²⁹

Gazete, radyo ve filmde faydalanma imkânları gösterir mukayeseli tablo

Memleket	Bin kişiye düşen gazete	Radyo cihazı sayısı	Bin kişiye düşen radyo cihazı	Sinema sayısı	Bin kişiye düşen sinema koltuğu
Birleşik Amerika	350	110	620	17.000	78
Sosyet Rusya	161	13	67	15.200	31
Büyük Britanya	596	12,9	244	4.595	86
Fransa	259	8	179	5.385	64
İtalya	98	4,2	55	9.502	87
Çekoslovakya	193	2,5	188	2.268	56
Hindistan	6	0,667	2	2.060	4
Japonya	224	10,3	120	3.637	15
Mısır	17	0,234	11	226	10
TÜRKİYE	32	1,167	22	613	—

Son yılların en süratli gelişen kütle haberleşme vasıtası olan televizyon geniş piyasaya çıktığı 1948 yılından beri dev adımlarla gelişmiştir. 1957 yılındaki durumu beş kıta üzerinde şu manzarayı arz etmektedir :

TABLO : 5³⁰

Televizyon cihazlarının dağılışı

	Televizyon kullanan memleketler	Tevizyon seyircileri	Yayın yapan istasyonlar
Batı Avrupa	18	11.118.000	297
Doğu Avrupa	8	3.330.000	53
Kuzey Amerika	4	55.000.000	571
Merkezî Amerika	8	850.000	48
Güney Amerika	5	810.000	29
Asya	8	1.134.000	25
Afrika	2	8.000	2
Avustralya	3	350.000	14
	56	72.600.000	1039

²⁹ Bu istatistikler UNESCO tarafından yayınlanan çeşitli istatistik elkitablarına istinaden ALBİG. William Modern Public Opinion 1956, sh. 66 - 67 ve Wilbur SCHRAMM, The Process and effects of mass communication, 1955 adlı eserlerinde mevcut genel tablolardan alınmıştır. Türkiye'ye ait sayılar en son İstatistik umum müdürlüğü tarafından çıkarılan yayınlar ve Basın Yayın Umum Müdürlüğü tarafından verilen sayılara dayanarak konulmuştur. Türkiye hariç diğer memleketlerin durumu 1954 yılındaki durumu aksettirmektedir. Türkiyeye ait sinema ve radyo sayıları Aralık 1958 yılını esas tutmaktadır.

³⁰ Neue Züricher Zeitung, 23 Ocak 1958, sh. 8.

Televizyonun geniş kütlelerin düşünüş, vaziyet alış ve değer hükümleri üzerindeki rekabetsiz mevkiî son zamanlarda bütün demirperde memleketlerini kucaklayacak olan şümüllü bir televizyon şebekesinin ihdasına sebep olmuştur. 1960 Mart ayında Budapeşte'de temelleri atılan «Intervision» Doğu Avrupa televizyon şubesi, böylece komünist bloğunun eline yeni bir kütle haberleşme vasıtası sağlamış oldu.

Çekoslovakya, Doğu Almanya, Polonya ve Macaristan tarafından kurulan «Intervision» a çok geçmeden Sovyetler Birliği, Bulgaristan, Romanya hattâ ilerde Çin'in katılacağı bildirilmektedir. Yapılan projelere göre 1965 yılında bütün Doğu Avrupa bolukunun televizyon programlarını ayarlamak mümkün olacaktır.

Batı Avrupa'da halen uygulanmakta olan «Eurovision» un karşı teşekkülü sayılan bu son teşebbüs, batıdaki benzer müessese ile sadece spor ve müzik alanında mücadele yapmak kararındadır. Demirperde gerisi memleketlerindeki televizyon cihazlarının dağılışı aşağıdaki tabloda görünmektedir :

TABLO : 6³¹

Memleket	Televizyon cihazlarının sayısı	Nüfus
Sovyetler Birliği	3.000.000	208 Milyon
Çekoslovakya	530.000	13.6 »
Polonya	250.000	30 »
Bulgaristan	1.000	7.7 »
Romanya	12.000	18 »

Demirperde gerisi memleketlerinde parti propagandası televizyonun eğlendirme görevini arka plâna atmış bulunmaktadır. Moskova'da yapılan bir parti toplantısında radyo ve televizyonun ana gayesinin eğlendirme olmayıp, işçilerin «komünist çalışma zihniyeti, verimliliğin arttırılması ve plânların gerçekleştirilmesi dâvaları uğruna seferber edilmesi» olduğu belirtilmişti.

Haberleşme vasıtalarının karakter farklılığı

Kütle haberleşme vasıtalarının tesir derecesi bir bakıma da gazetele- rin haber, bilgi ve aktüalite ile ilânlara ayırdıkları yeri tahlil yolu da ölçülebilir. Bu konuya ait bir araştırma bize hayli ışık veren rakkamlar sunmaktadır. Aşağıdaki tabloda yer alan gazetelerin hepsi, son dört tane hariç 5-11.Mart.1951 yılında bu maksatla taranmışlardır. Son dört gazete ise 11 Ocak 1952 yılında taranmıştır. Ancak yüzdelerin değerlendirilmesinde şurası unutulmamalıdır ki, ilânları gösteren yüzdeler gaze-

³¹ Die Welt gazetesi, 22 Mart 1960

tenin bütün hacmine nazaran işgal ettiği yeri, diğer sayılar ise geri kalan alanın dağılışı göstermektedir. Mes. New York Times dış haberlere % 16 nisbetinde bir yer ayırdığını göstermekle beraber, gerçek halde bu kategoriye % 51 yer ayıran İzvestia'ya nazaran daha geniş ölçüde milletlerarası olaylara önem ve yer vermektedir.

TABLO : 7³²
Gazetelerde ilân ve haberlerin dağılışı

Gazetenin adı	İlân	Dış haberler	Kaza cinayet	Spor	İktisadi, sosyal, hab.
Borba (Yugoslavya)	0 %	22 %	0 %	8 %	19 %
La Nacion (Arjantin)	54 %	12 %	5 %	5 %	5 %
El Mısri (Mısır)	23 %	24 %	6 %	1 %	4 %
Corriera della Sera (İtalya)	33 %	16 %	13 %	4 %	2 %
Dagens Nyneter (İsviçre)	36 %	8 %	7 %	8 %	7 %
London Times	29 %	25 %	7 %	8 %	7 %
İzvestia (Sovyet)	0 %	51 %	0 %	0 %	27 %
Pravda (Sovyet)	1 %	30 %	0 %	1 %	32 %
New York Times	46 %	16 %	9 %	10 %	41 %
Le Monde (Fransa)	23 %	50 %	0 %	1 %	23 %
Hürriyet - Türkiye	31 %	22 %	2 %	4 %	1 %

Bu tabloda resimlere ayrılan yer ayrıca hesap edilmediğinden yüzdeleri tamamlayan nisbetin resim, fotoğraf veya karikatüre bırakılmış yeri işaret etmektedir.

SONUÇ :

Bu mukayeseli araştırmaları gözden geçirirken kütle haberleşme vasıtalarının dünyada mevcut çeşitli kültür ve toplumlar ortasında geniş sayıda bulunan yığınlara hiç bir surette hitab edemediğini unutmamak lâzımdır. Bugün dahi Arab memleketlerin üçte biri haberlerini *ağızdan*, yani rivayet ve söylenti şeklinde yüz yüze karşı temas yolu ile almaktadırlar. Bu nispet hiç şüphesiz ki Hindistan ve diğer Asya memleketleri için daha yüksektir. Bu itibarla Arab memleketlerle Türkiyedeki *kahvehaneler*, Asya'daki *kapalı çarşılar*, pazar yerlerindeki *kanaat liderleri*, *seyyahlar*, hikâye ve *masal anlatanlar* haberleşme zincirinin son derece

³² KAYSERS, Jacque, One Week's News, Paris, 1954; SCHRAMM, Wilbur, op, cit., sh. 78 naklen.

önemli birer halkasını teşkil etmektedirler. Bunların tesir alanları hakkında ise henüz sonrede mahdut araştırmalar mevcuttur. Kırk bini aşkın, dağınık ve kısmen ücra köylere sahip olan Türkiye'de haberleşme ve tîresinin cereyan tarzını lâyıkile kavrayabilmek için kütle haberleşme vasıtalarımızın dağılışı tarzının yanı başında, bu sosyal realitelerin araştırılması memleketimizin dâvalarının anlaşılması için ön plânda gelen bir zurettir.