

ÇEVİRİMİÇİ MEDYA VE SUSKUNLUK SARMALI

R. Özgün KEHYA*

Özet

Noelle Neumann Suskunluk Sarmalı Teorisi'ni 1974 yılında özellikle kitle iletişim araçları bağlamında geliştirmiştir. Ancak 21. yüzyılda internet teknolojileri kitle iletişimiyle iç içe geçmiş ve “çevrimiçi(online) medya” kavramı insanların günlük hayatının bir parçası haline gelmiştir. Fikirleri toplum tarafından desteklenmeyen insanların konuşmaktan çekinmesi, bunun tersine görüşleri toplum tarafından kabul görenlerin daha çok konuşmak istemesi olarak özetlenebilecek “Suskunluk Sarmalı” çevrimiçi medyada kişilerin görüşlerini ifade etmelerinde ne denli geçerlidir sorusu bu çalışmanın ana sorusudur. Teoriyle ilgili bir literatür taraması, Neumann'ın öz yaşam bilgisi, kitle iletişiminde ve çevrimiçi medyada konuyla ilgili farklı ülkelerde yapılmış araştırma örnekleri makalenin kapsamını oluşturmaktadır. Makale kavramsal bir çalışmadır.

Anahtar Sözcükler: Suskunluk Sarmalı, Kitle İletişimi, Çevrimiçi Medya, Sosyal Medya, Dışlanma

ONLINE MEDIA AND SPIRAL OF SILENCE

Abstract

Noelle Neumann developed the Theory of Spiral of Silence in 1974, especially in the context of mass media. However, in the 21st century, internet technologies have been intertwined with mass communication and the concept of "online media" has become a part of people's daily life. As the theory summarizes that people whose opinions are not supported by the society are afraid to talk, conversely, those who are accepted by the society wish to speak more, how valid the Spiral of Silence in expressing views of people in online media is the main question of this work. A literature review of the theory, Neumann's autobiographical information,

*Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Görevlisi

research examples about the issue made in different countries related to the mass media and online media constitute the scope of the article. The article is a conceptual study.

Key Words: Spiral of Silence, Mass Communication, Online Media, Social Media, Exclusion

Giriş

İnsanların içinde buldukları dünyayı anlamlandırmada, ihtiyaçlarını karşılamada iletişim en gerekli sosyal unsurlardan biridir. İletişim, teknolojinin hızla ilerleyişiyle büyük değişim ve gelişmeler göstererek kitlesel bir boyut kazanmıştır. Kitle iletişimi; televizyon, gazete, radyo, internet, sinema vb. araçlarla gerçekleştirilen iletişimdir. Kitle iletişimi Sanayi Devrimi'nden sonra, özellikle okuryazarlığın artması ile gelişim göstermiş ve toplumda kanaatlerin, görüşlerin şekillenmesinde büyük bir rol oynamıştır. 21. yüzyılda internet teknolojisinin gelişmesiyle kitle iletişimi ve çevrimiçi iletişim artık insanların akıllı telefonlarıyla bile erişebilecekleri bir hale gelmiştir. Kamera, fotoğraf makinelerinin dijitalleşmesi ve bunlara ulaşımın yaygınlaşmasıyla kullanıcılar tarafından içerikler oluşturulup paylaşılmaya başlanmıştır. Bu durum kitle iletişimini tamamlamakta ve çevrimiçi medyalarda kitle iletişim ürünlerinin de kullanıcılarla etkileşimini artırmakta, yeniden ve farklı mecralarda paylaşılmasını sağlamaktadır.

Kitle iletişiminin 19. ve 20. yüzyılda giderek artan önemi nedeniyle çok sayıda kuram geliştirilmiştir. Bunlardan “Suskunluk Sarmalı” (Spiral of Silence) Alman siyaset bilimci Elisabeth Noelle-Neumann tarafından 1974 yılında ortaya atılmış bir kitle iletişim teorisidir. Neumann ve “Kültivasyon” (Yetiştirme) teorisini geliştiren George Gebner, iletişim araştırmalarının 3. dönemi olarak adlandırılan 1970'lerdeki güçlü etkiler paradigmasına geri dönüş döneminin önemli akademisyenleridir. “Her ikisi de kitle medyasının, her yerde hazır ve nâzır ve süreklilik gösteren mesaj akımına maruz kalan izleyiciler

üzerinde güçlü etki sahibi olduğunu kabul etmişlerdir” (Peter vd. aktaran: Özarslan, 2007, s. 6). Neumann'ın Suskunluk Sarmalı Kuramına kuramına göre kitle iletişim araçlarının kimi grupları susturabilmesi, kimi gruplara konuşma cesareti verebilmesi gibi önemli bir rolü vardır. Neumann'ın Suskunluk Sarmalı Kuramına göre kitle iletişim araçlarının kimi grupları susturabilmesi kimi gruplara konuşma cesareti verebilmesinde önemli bir rolü vardır. Kuram insanların azınlık duruma düştüklerinde fikirlerini, tercihlerini, beklentilerini ifade etmelerinde sessiz kalmak zorunda hissedişlerinin nedenlerini ve bunların kitle iletişimiyle ilgisini açıklamaya çalışır.

Suskunluk sarmalı tamlaması kökenine inildiğinde, “suskunluk” sözcüğünün tanımı “çok az konuşan, sessiz, sakin olan, sükûti” sıfatından türemiş duruma dair bir isim olarak; “sarmal” sözcüğünün tanımı “içinden çıkılmaz (durum) ve dolana dolana oluşmuş, birbirini izleyen” anlamında bir fizik terimi olarak yapılmıştır (Türk Dil Kurumu, s. 2006). Türk Dil Kurumu'nun sözlüğüne dayanarak suskunluğun dolana dolana oluşarak, birbirini izleyen ve içinden çıkılması zor bir duruma dönüştüğü bir sarmal olduğu çıkarımı yapılabilir.

Amaç, Önem, Kapsam ve Hipotez

Çevrimiçi Medya ve Suskunluk Sarmalı isimli makale ile günümüzde yaygın bir iletişim mecrası haline gelmiş çevrimiçi medya daki iletişim ortamlarının Suskunluk Sarmalı Modeli ile ilişkisinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Suskunluk sarmalının oluşum sürecinde sadece kitle iletişim araçlarının değil aynı zamanda çevrimiçi medya ortamlarının da etkisi bulunmaktadır. Söz konusu nedenle önemi ve yaygınlığı giderek artan çevrimiçi medya ortamlarının bu teoriyle ilişkisinin incelenmesi önem arz etmektedir.

Çevrimiçi Medya ve Suskunluk Sarmalı makalesinin kapsamını teoriyle ilgili bir literatür taraması, Neumann'ınöz yaşam bilgisi, kitle

iletişiminde ve çevrimiçi medyada konuyla ilgili farklı ülkelerde yapılmış araştırma örnekleri oluşturmaktadır.

Çalışmanın hipotezi olarak çevrimiçi medyada suskunluk sarmalının kişilerin görüşlerini ifade etmelerinde geçerli olduğu, söz konusu modelin çevrimiçi medyalarda da gözlemlenebilir olduğu çıkarımı yapılmaktadır. Bu hipotezin doğrulanmasında konuyla ilgili olarak İsrail, Amerika Birleşik Devletleri ve İtalya gibi çeşitli ülkelerde yapılmış anket çalışması ve kamuoyu araştırması gibi araştırma yöntemleriyle elde edilmiş sonuçlardan yararlanılmıştır.

1.ElisabethNoelle-Neumann Hakkında

Suskunluk Sarmalı Teorisini geliştirmede Elisabeth Noelle-Neumann'ın yaşadıkları, gençlik yılları özellikle Nazi döneminde yetişmiş olmasının etkileri görülmektedir. Kamuoyu araştırmaları ve siyasal danışmanlıklarla ilgili deneyimlerinin Sarmalı geliştirmeye katkı sağladığı düşünülmektedir.

“Noelle- Neumann'ın en önemli özelliği uzun yıllar kamuoyu araştırmaları yapan bir uygulamacının kendi araştırmalarının sonuçlarından yola çıkarak bir kamuoyu kuramı inşa etmesidir” (İrvan, 1997, s. 1).Bu anlamda Neumann sadece üniversitelerde teoriye dayalı görev yapan bir akademisyen değil aynı zamanda eşiyile birlikte kurduğu araştırma kuruluşu ile araştırmalar yaparak bir iletişim teorisi geliştirilmiş bir bilim kadınıdır.“ElisabethNoelleNeumannardı ardına Alman liderlerinin güvenini keyifle kamuoyu araştırması ile inceleyen uluslararası düzeyde tanınmış bir öncü idi.” (Childs, 2010).

Neumann, 1916 yılında Berlin'de dünyaya geldi. Nazi Partisi'ne üye olan ve önemli bir görev alan eşi Erich Peter Neumann ile Almanya'nın ilk kamuoyu araştırma kuruluşunu kurdu (Childs, 2010).

Mearsheimer'in makalesine göre Neumannnasyonal sosyalist örgütlere üye olarak Nazi yanlısı ve Anti-Semitik olmakla eleştirilmektedir: "Neumann, Nazilere 1940'dan önce bir düşmanlığı

olmadığını kabul etti. 1940'dan sonra anti-Nazi oldu, ancak o bu yıldan sonra Nazileri eleştirdiğine dair hiçbir delil üretmedi. 1938-41 yılları arasında anti-Semitik sözler yazdı ve bu sözleri yazmasında hiçbir zorunluluk yoktu. Anti Semitik cümleleriyle ilgili olarak sorulan bir soruya hayatım boyunca doğru olduğuna inanmadığım hiçbir şeyi yazmadım” dedi.” (Mearsheimer, 1991, s. 12).

1937 yılında ABD'de Missouri Üniversitesi'nde iki yıl kamuoyu konusunda doktora yapmaya giden Neumann, 1939 yılında Almanya'ya dönerek tezini burada tamamladı. Dolayısıyla Profesör Neumann, Nazi döneminde Amerika'da çalışmalarda bulunmuş akademisyenlerden biridir.

Neumann, 1940 yılında, haftalık Nazi haber dergisi DasReich'de yazmaya başladı. Neumann'ın burada 8 Haziran 1941 tarihinde Yahudi lobisinin Amerikan medyasını yönettiğini iddia ettiği, “Amerika'yı Kim Bilgilendiriyor?” isimli makalesini yayınlandı. Burada Yahudilerin medyada yazdıklarını, medyaya sahip olduklarını, reklam ajanslarını tekellerine alıp dolayısıyla reklam gelirlerini istedikleri gibi kullandıklarını yazdı. Noelle-Neumann, 1942 yılında Frankfurter Allgemeine Zeitung gazetesine geçti, bu gazete 1943 yılında yasaklanıncaya kadar orada çalıştı. Bu yıllar Almanya'nın İkinci Dünya Savaşı'nda yenilmeye başladığı yıllardır. Hristiyan Demokrat Partisi'ne bağlı politikacı kocası Erich Peter Neumann'la birlikte 1947'te, Almanya'nın bugün de bilinen ve en prestijli kamuoyu araştırma kuruluşunu, Allensbach Institut für Demoskopie kurdu. Burası Almanya'nın ilk kamuoyu şirketidir (Childs, 2010). 1946-1998 yılları arasında üç Alman şansölyesine danışmanlık yaptı.

Siyasal İletişim Ansiklopedisi'ne göre (Kaid, Holtz-Bacha, & Petersen, 2008). Neumann, 1961-1964 yılları arasında Berlin Özgür Üniversitesi'nde öğretim görevlisi olarak çalıştı. Kendisine 1964 yılında da Mainz Üniversitesi'nde bir kürsü verildi, 1967 yılında Avrupa'nın en ünlü iletişim araştırmaları enstitüsü olan Publizistik'i kurdu. Suskunluk

Sarmalı Teorisi yanında medya etkileri araştırması, seçim araştırması ve anket araştırması metodolojisi gibi çalışmalarıyla da tanınmaktadır.

2. Sarmal Modeli ve Kitle İletişim Araçları

Neumann, (1977), Sarmalın sürekli değişim halinde olan sosyo-psikolojik bir süreç olduğunu, kişilerin toplumdaki değişimi takip ederek bunlara uymaya çalıştıkları sonucuna ulaşmaktadır. Popülaritesini ve yaygınlığını kaybeden görüşler bırakılıp yükselişe geçen görüşe yaklaşılr. Neumann modeli dört faktörle açıklar:

1. Sosyal bir varlık olarak çoğu insan doğası gereği, çevresinden dışlanmaktan korkar. Saygı görme ve popüler olma beklentisi içindedir.

2. Dışlanma riskini önlemek, çevresi içinde popülaritesini ve saygınlığını korumak için, insanlar çevrelerini, yakından takip eder. Ne tür görüş ve tarzların yeni ve popüler olduğunu sürekli anlamaya çalışırlar. Kişiler topluma uygun bir şekilde kendilerini ifade etmeye ve davranmaya çalışırlar.

3. Görüşler ve davranışların iki grup halinde durağan olduğu ve değişime açık olduğu alanlar şeklinde bir ayırım yapılabilir. Görüşlerin görece kesin ve durağan olduğu alanlarda (örneğin gelenek), kişinin bu geleneğe uygun sözler söyleyip topluma uyumlu bir profil çizmesi ya da bu geleneğe karşı beyanlarda bulunuyorsa 'dışlanma' riskini göze almış olması gerekir. Görüşlerin değişime açık ya da tartışmalı olduğu alanlarda ise kişi, toplum tarafından dışlanma korkusu olmadan ifade edebileceği görüşleri bulmaya çalışır.

4. Kişiler, çevrelerini gözlemleyerek görüşlerinin toplumda yaygınlaşmaya başladığını fark ederse, artık toplum içinde kendilerine güvenerek, korkmadan konuşmaya başlar. Tam tersi durumda ise, kişiler, görüşlerinin toplumda geri plana düşmeye başladığını fark ettikleri anda, içlerine kapanarak konuşmaya başlar (Noelle-Neumann, 1977, s. 144).

2.1. Suskunluk Sarmalı Oluşmasına Etki Eden Faktörler ve Temel Önermeler

Neumann'ın Suskun Sarmalı ile ilgili olarak temel önermelerine bakıldığında aşağıdaki gibi maddeler halinde bir özetleme yapmak mümkündür (Suskunluk Sarmalı Kuramının Medyayı Anlamaya Etkisi, 1997, pp. 223-232).

- 1- Toplumdan dışlanma tehdidi
- 2- Toplumdan dışlanma korkusu
- 3- Fikrini özgürce söyleme isteği
- 4- Kişinin benliğinde doğuştan var olan 'genel-geçer görüşe uyum gösterme' duygusu
- 5- Bu dört varsayım bir arada ele alındığında bunlar kamuoyunun oluşmasında, sürdürülmesinde ve değişmesinde etkilidir.

“Neumann toplumsal uyumu bir tür doğa kanunu olarak evrensel bir fenomen şeklinde ampirik anlamda kamuoyu oluşumunun temelleri olarak görmektedir” (Splichal, 1999, s. 195). Neumann'a göre koro içinde uluma köpekler, kurtlar ve şempanzelerin koro halinde ulmaları gibi yaygın bir durumdur (1993, s. 98). Bir diğer ifadeyle Neumann'a göre suskunluk sarmalı içinde sesini çıkarmak adeta kurtlarla birlikte ulumaktır (Howlingwiththewolves.). Deyimde geçen şempanzelerin kurtlarla birlikte ulması güçlünün, genel-geçerin, çoğunluğun yanında olma içgüdüsünün metaforik anlamıdır. Suskunluk sarmalıyla ilişkili olarak çoğunluk görüşüne katılarak onlarla aynı görüşü ifade etme isteği anlamı çıkartılabilir.

İnsan Hakları Beyannamesi'nin 19. maddesinde belirtilen ifade özgürlüğü hakkı suskunluk sarmalı teorisine göre dünyada uygulamada pek de yer bulmamaktadır. Bu hak kanunda yer alıp hayata geçirilemeyen maddelerde olduğu gibi suskunluk sarmalı teorisi ile çelişmektedir. Kâğıt üzerinde yazan düşünce ve ifade özgürlüğünün hayat bulabilmesi için suskunluk sarmalının olmaması gerekir:

“Madde 19- Herkesin düşünce ve anlatım özgürlüğüne hakkı

vardır. Bu hak düşüncelerinden dolayı rahatsız edilmemek, ülke sınırları söz konusu İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi olmaksızın, bilgi ve düşünceleri her yoldan araştırmak, elde etmek ve yaymak hakkını gerekli kılar (İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi, 1948).”

Aşağıdaki 3 faktör suskunluk sarmalı sürecini açıklamak için dikkate alınmalıdır (Moy, 2000, s. 10-11). Bunlar toplum görüşünün ahlaki içeriği, zaman faktörü ve medyanın rolüdür. Suskunluk sarmalının oluşum sürecinde genel kabul görmüş ahlak, içinde bulunulan zaman ve baskın medya ortamlarından bağımsız bir süreç düşünemeyiz. Örneğin doğru olsun ya da olmasın içinde bulunulan zamandaki baskın görüş iklimi ve bunun gelecekteki gelişimi bireylerin görüşlerini ifade edebilmelerinde kritik faktörlerdir. Sonuçta sarmal bir görüşü baskın görüş haline getirebilmektedir (Noelle-Neumann, 1979, s. 169-203).

2.2.Kitle İletişim Araçları ve Suskunluk Sarmalı

Günümüz dünyasında kitle iletişim araçları, özellikle televizyon ve çevrimiçi medya uzak ya da yakın yerlerdeki haber ve bilgilere ulaşabildiğimiz kaynakların başında gelmektedir. Kitle iletişim araçları sadece bilgiyi vermekle kalmamakta; aynı zamanda kamuoyu oluşturmakta, insanların izledikleri bilgileri yorumlamalarını da sağlamaktadır. Söz konusu araçlar 21. yüzyılda internet, bilgisayar ve cep telefonu teknolojilerindeki hızlı ilerlemelerden nasibini alarak içeriğin niceliği ve niteliği, izleyiciyle etkileşim gibi konularda gelişme kaydetmiştir.

Kitle iletişim araçları belirli görüş ve konuları ön plana çıkararak “dillendirme” bir diğer ifadeyle gündem kurma işlevini yerine getirmektedir. Bu dillendirme ve gündemkurma işlevini Akarcalı ve Uslu'nun açıklamasıyla aşağıdaki gibi maddelemek mümkündür (Akarcalı, 1997, s. 31; Uslu, 2000, s. 26):

- Kitle iletişim araçları gündem oluşturur,
- Pek çok olay arasından seçim yapar,

- Egemen görüşe karşı kişi ve grupları dışlar,
- Yerleşik düzenin savunuculuğunu yapar.

Kitle iletişim araçlarında yer bulmayan ya da az yer bulan görüşleri, azınlık sayıda kişi destekleyip ifade edilebilmektedir. Çok yer bulan görüşler(genel geçer/toplum görüşleri), kendine gittikçe artan bir biçimde yeni destekçiler sağlamaktadır. Kişilerin, doğuştan gelen, çoğunluğun yanında yer alma içgüdüleriyle davranmalarından dolayı böyle bir durum söz konusudur.

Medya işlevlerini yerine getirirken objektif ve yansız davranmayı pekonomik anlamda seçkinleri koruyup onların çıkarlarına hizmet etmektedir. Bu bağlamda seçkinlerin çıkarlarına tehdit oluşturabilecek farklı düşünceleri dışlayarak marjinalleştirmektedir (Klaehn, 2002, s. 157-158)Böyle bir marjinalleştirme süreci suskunluk sarmalının oluşumuna hizmet etmektedir. Özellikle ana akım medyada karşıt düşüncelerin dışlanması ve marjinalleştirilmesi süreci doğal bir şekilde işlemekte, medya çalışanları haberleri nesnellik ilkesi doğrultusunda seçip yorumladıklarına kendilerini inandırmaktadırlar (Chomsky, 1999, s. 22).

Boz'un Kitle İletişim Araçları ve Suskunluk Sarmalı isimli makalesine göre (1999, s. 42)Suskunluk Sarmalı Kuramı, kişisel düşüncenin başkalarının ne düşündüğüne bağlı olduğunu ele alan temel sosyo-psikolojik düşünceden kaynaklanmaktadır. İnsanların çoğu bir görüşe sahip olduklarında konuşabilmek için başkalarınca desteklenme içgüdüüne sahiptir ya da tam tersi toplum tarafından kabul edilen görüşleri benimseme ihtimalleri artmaktadır. Mutlu ve McQuail'in varsayımlarına göre kişilerin yalnızlık korkusu, kitle iletişim araçlarını ölçüt almaları, kitle iletişim araçlarının tekelci yapısı ve suskunluğun büyümesi suskunluk sarmalına etki eden faktörlerdir (Mutlu, 1998, s. 321; McQuail, 1997, s. 135). Kitle iletişim araçlarının tekelci yapıları ile çoğunlukla aynı görüşleri paylaşmaları toplumda kişilerin bu görüşleri genel geçer şeklinde algılamalarını sağlayabilmektedir. Suskunluğun bir sarmal şeklinde büyümesinde ise yalnızlık ve dışlanma korkusu ile bireylerin susmayı tercih etmeleri, suskun kalındıkça suskun bireylerin

artması etkilidir. Suskun bireylerin artmasında kitle iletişim araçları da etkilidir.

Suskunluk Sarmalı sürecinde iletişim araçlarının rol ve etkinliğinin 3 basamağı bulunmaktadır(Noelle-Neumann, 1984; 1979).

1. Basamak: Genel geçer düşüncelerin neler olduğu yönündeki toplum üzerinde bırakılan etkileri kitle iletişim araçları şekillendirmektedir. (Şekillendirme)

2. Basamak: Yaygınlaşmakta olan düşüncelerin neler olduğuyla ilgili izlenimleri pekiştirmektedir. (Pekiştirme)

3. Basamak: Bireylerin toplum içinde hangi düşüncelerini rahatlıkla ve dışlanmadan açıklanabileceğiyle ilgili izlenimleri belirtmektedir. (Belirtme)

Yukarıda belirtilen iletişim araçlarının rol ve etkinliği günümüz dünyasında çevrimiçi medyada kitle iletişiminin uzantısı ve desteklenmesi ve çevrimiçi kullanıcıların bu uzantıları paylaşmaları, bunlarla ilgili görüş belirtmeleri açısından düşünüldüğünde söz konusu rollerin çevrimiçi ortamlara taşınıldığı varsayılabilir.

3. Çevrimiçi Medya ve Suskunluk Sarmalı

Geleneksel kitle iletişim araçlarına ilaveten çevrimiçi(online) medyanın yaygınlaşması insanların bilgiye ulaşım şeklini ve niceliğini değiştirmiştir. Kitle iletişim araçlarından farklı olarak online medyada kişilerin kendi akıllı telefonlarıyla bile oluşturabildiği fotoğraf, video gibi yeni kaynaklar, kullanıcı tarafından oluşturulan içerik sağlanabilir hale geldi. Özellikle sosyal medya platformlarında geleneksel gazetelerden online gazetelere, siyasi partilerden belediyelere tanınmış kişi ve organizasyonların hesapları ile karşılıklı etkileşimin kurulabildiği bir iletişim sağlanabilmektedir.

Kitle iletişim araçları kullanıcı tarafından oluşturulmuş içerikle desteklenir hale geldi. Profesyonel gazetecilikte özellikle kurumsal ilkeler nedeniyle içeriklere uygulanan filtreleme ve oto-sansür

mekanizmaları kullanıcı tarafından oluşturulmuş bireysel görüşlerde çok daha az yer almaktadır.

Neumann'ın kendisinden önce yapılmış Asch Deneyi(1950ler), Milgram Deneyi (1960'lar) ve Bilişsel Çelişki Kuramı (1957) isimli üç sosyal araştırmadan esinlenerek geliştirdiği Suskunluk Sarmalı Teorisi'nin çevrimiçi medyada analiz edilmesiyle ilgili olarak aşağıdaki gibi çıkarımlar yapmak mümkündür.

'Asch Deneyi' ile 'Suskunluk Sarmalı'nın teorisinin ortak noktası toplumdaki dışlanma korkusuna karşı kişilerin ya da grupların çevrimiçi medyada nasıl bir davranış sergilediği, bireylerin inançları ve görüşleri üzerinde ne etkide bulunduğu, söz konusu medyada çoğunluktaki gruba karşı koydukları mı yoksa boyun eğdikleri mi anlaşılabilir.

Suskunluk Sarmalı teorisi ile Milgram deneyi arasında bağlantı kurulmada otorite sahibi bir kişi ya da kurum olarak kitle iletişim ve çevrimiçi medya araçlarını benzetmek mümkündür. Zira doğruluğu ya da yanlışlığı kişilerin vicdani değerleriyle çelişse bile ana akım ve baskın çevrimiçi medyadaki görüşler çoğunluk tarafından doğru kabul edilip bunlar hakkında konuşmaya isteklilikleri daha fazladır.

Milgram'a göre, "itaatin özü, bir insanın kendisini başka bir kişinin isteklerini yerine getiren bir enstrüman olarak görmesi ve böylece kendi davranışlarından kendisini sorumlu görmemesidir. Bakış açısındaki bu kritik kayma gerçekleştiği anda, itaatın tüm önemli özellikleri bunu takip eder" (1974, s. 76-77). Suskunluk sarmalı Sarmalı teorisinde Teorisi'nde çoğunluktaki insanların görüşlerinden dolayı kendilerini sorumlu hissetmemelerini bu görüşlerin kaynağı otorite olarak çevrimiçi medya ve kitle iletişim medyasını görebiliriz. Söz konusu medyalardaki konuşulan, baskın görüşler kişilere bunları paylaşma cesareti vermekte, kendilerini çoğunluğun içinde hissetmelerini sağlamaktadır. Çevrimiçi ve kitle iletişim araçları ile oluşturulan çoğunluğu otorite olarak görmek mümkündür.

İnsanlarda her zaman tutarlı olma yönünde bir güdülenme vardır,

söz konusu bir çelişki kişilerde psikolojik gerilim yaratır, bu durum çelişkiden kurtulmaları yönünde bir güdülenmeye yol açar. Kitle iletişim araçları ve sosyal çevre insanların tutarlı olmak ve çelişkilerinin giderilmesi için başvurdukları kaynaklardır. Bu kaynakları referans alarak insanlar çoğunluk görüşünden farklı duruma düşmemek ve dışlanmamak için uyum gösterme çabasına girerler. Günümüz çevrimiçi medya ortamları da sosyal çevre ve kitle iletişim araçlarının bir uzantısı ve parçası olarak görülebilir.

Chee ve Eliders'e göre suskunluk sarmalını çevrimiçi dünyaya aktarılırken göz önüne alınması gereken medya ortamındaki önemli bir değişiklik, görüş ifade etme seçenekleriyle ilgilidir (2015, s. 144-145). İnsanlar, gerçek isimleriyle kamusal alanda konuşmak yerine, yaygın olmayan görüşlerin ortaya çıkması halinde ortaya çıkacak sosyal sonuçları göze almaktan çok görüşlerini anonim olarak ifade etmeyi tercih edebilirler. Mutz'a göre (1998, s. 197-217) anonimlik konuşma isteğini şiddetle değiştirir; insanlar anonim olduğunda başkalarının görüşlerine uyma eğilimi önemli derecede azalır.

İsrail'de çevrimiçi medyaya maruz kalma ile ilgili olarak yapılan bir araştırma ise çoğunluk tarafından desteklenen görüşlerin halk desteğini de artırdığı yönünde bir bulgu ortaya çıkarmıştır. (Tsfati, Jomini Stroud, & Chotiner, Exposure to Ideological News and Perceived Opinion Climate Testing the Media Effects Component of Spiral-of-Silence in a Fragmented Media Landscape, 2013).

Tsfiti, Stroud ve Chotiner'in (2013, s. 3-23) anketindeki bulgulara göre İsrail'de sağcı çevrimiçi medyaya maruz kalmanın, İsrail Savunma Gücü'nün Gazze Şeridi'nden çekilmesine düşük seviyeli bir destek gördüğünden, kullanıcıların algısı üzerinde etkili olduğunu gösterdi. Bununla birlikte, ayna etkisi (lookingglass) daha da güçlü oldu,: insanlara ait kişisel görüşler bu algıyı şekillendirdi. Geri çekilme stratejisini destekleyen insan sayısı ne kadar fazla olursa, geri çekilmek için yüksek düzeyde bir halk desteğini gördüler.” (Porten-Cheé & Eilders, 2015, s. 144-

145).Sosyal medya platformları kişilerin duygu ve düşüncelerini fotoğraflarla, videolarla ya da sözcüklerle paylaşabilmeleri için geliştirilmiştir. Ancak kişilerin toplumsal yaşantılarında gözlemlenen suskunluk sarmalı kişilerin özellikle politik konularda konuşmalarındaki isteksizliğin sosyal medyada daha fazla olduğu yönünde araştırmalar mevcuttur. Örneğin Amerika'daki PewResearch Center (Hampton & vd, 2014) isimli araştırma kuruluşunun 2014 yılında yaptığı bir araştırmanın bulgularına göre kişiler Facebook ve Twitter gibi sosyal medya platformlarında görüşlerini açıklamada eğer desteklenmeyeceğini düşündüklerinde yüz yüze olan görüşmelerinden daha az istekli sonucu çıkmıştır. Araştırmanın bulgularına göre:

- **İnsanlar sosyal medyada Snowden-NSA hikâyesini² tartışmaya daha az istekli davrandılar.** Amerikalıların % 86'sı bu konuyu yüz yüze konuşmaya istekliydi, fakat sadece %42'si Facebook ya da Twitter'da bununla ilgili bir paylaşım yapmaya istekliydi.

- **Sosyal medya, Snowden-NSA hikâyesini tartışmaya istekli olmayanlar için kimseye alternatif bir tartışma platformu sağlamadı.** Amerikalıların Snowden-NSA'nın hikâyesini yüz yüze tartışmak istemeyenlerin %14'ün sadece % 0,3'ü bunu sosyal medyada yayınlamaya hazırdı.

- **İnsanlar izleyicilerin onlarla hemfikir olduklarını düşündüklerinde hem kişisel hem de çevrimiçi çevrelerde görüşlerini paylaşmada daha istekli davrandılar.** Örneğin, İşyerinde Snowden-NSA durumu ile ilgili meslektaşlarının görüşlerini kabul edenlerin işyeri sohbetlerine katılmasının üç kat daha muhtemel olduğunu düşünüyorlardı.

- **Daha önceki 'suskunluk sarmalı' konuşma istekliliği konusunda bulguları sosyal medya kullanıcıları için de geçerlidir.** Facebook'u kullananlar, takipçilerinin onlara katıldığını düşünürse,görüşlerini paylaşmaya daha istekli davrandılar.

²Edward Snowden isimli kişi Ulusal Güvenlik Ajansından(NSA) gizli bilgileri sızdırdığı iddia edilen eski bir CIA çalışanıdır.

Bir kişi Facebook ağındaki kişilerin Snowden-NSA ile ilgili görüşlerini kabul ettiğini düşünürse, bu konuda Facebook'ta yapılan tartışmalara yaklaşık iki kat daha yakındı.

Facebook ve Twitter kullanıcılarının birçok yüz yüze görüşte görüşlerini paylaşma olasılıkları da düşüktü. Facebook arkadaşlarının veya Twitter takipçilerinin kendi bakış açısını kabul ettiklerini hissetmedikleri takdirde bu özellikle doğrudur. Örneğin, ortalama bir Facebook kullanıcısının (siteyi günde birkaç kez kullanan biri), bir restoranda arkadaşlarıyla görüş bildirmeye diğerlerinin yarısı kadar istekli olacağını belirtti. Çevrimiçi Facebook ağlarının bu konudaki görüşleri konusunda hemfikir olduklarını düşünürlerse, görüşlerini arkadaşlarıyla yüz yüze görüşme isteği daha yüksekti, ancak yine de diğer insanlar gibi düşüncelerini ifade edebilme ihtimali yalnızca 0.74 katı daha yüksekti. (Hampton & vd, 2014). (Hampton, Rainie, Lu, Dwyer, Shin, & Purcell, 2014).

Sheehan'ın (2015, s. 12) çevrimiçi *socialcapital* ismini verdiği homojen ağlarla suskunluk sarmalı ilişkisini sorguladığı araştırmasında genel olarak, insanların kendi görüşlerini paylaşan insanların bulunduğu homojen sosyal ağlarda meselelerle ilgili konuşmaya istekli olduklarını; katılımcıların yaklaşık yüzde 75'inin konudan bağımsız olarak konuşmaya biraz ya da çok istekli olduklarını belirtmektedir. Sheehan çevrimiçi *socialcapital*, çeşitli konularda ve çevrimiçi değerlerde konuşma isteğinin etkili olacağı sonucuna ulaşmıştır. Kamuoyu görüşleri sabit değil değişkendir. Akışkan bir kamuoyu, insanların yarı istatistiksel algılarına güvenmeleri ve görüşlerinin çoğunlukta veya azınlıkta olup olmadığını bilmelerinin zor olduğunu önerebilir. Aynı zamanda, insanların büyük bir yüzdesinin görüşünün, egemen görüş olduğuna inandığı bulgusuna da rastlanmıştır. Bu, bu insanların bir kısmının "filtre baloncukunda" yaşadığını, ancak yalnızca onların görüşleriyle eşleşen bilgiye eriştiğini önerebilir. Bununla birlikte Sheehan'ın araştırmasında insanlar görüşlerinin çoğunlukta mı yoksa azınlıkta mı olduğunu bilmediklerini ifade etmişlerdir.

İtalya'da 2013 yılındaki seçimlerle web'de sosyal medya ile suskunluk sarmalı ilişkisinin Malaspina (105_Malaspina, 2013) tarafından çalışıldığı araştırmada blog, forum, (haber web siteleri), forumlar (YouTube, Yahoo! vb.), sosyal ağlar (Twitter, Facebook) olmak üzere dört ana kategori üzerinden içerik analizi yapılmıştır. Mülakat tekniğine karşı kullanıcıların siyasi görüşlerini açıklamalarında isteksiz oldukları gözlemlenmiştir. Bulgular sonucu Noelle Neumann'ın suskunluk sarmalı teorisinin orijinal haline paralel olarak, bu araştırma teorisinin sosyal baskılar ve görüş iklim algısı gibi bazı belirli unsurlarının kullanıcıların sosyal medyada iletişimsel davranışlarını etkilediğini öne sürmektedir. İnternetin sağladığı anonimlik dışlanma korkusunu azaltarak kullanıcıların görüşlerini daha fazla ifade edebilmelerine olanak tanımaktadır. Malaspina'nın bu çalışması suskunluk sarmalının aracı niteliğini vurgulamıştır:

Bulguların ortaya çıkardığı algılanan güçlendirme, güçlü olumsuzluk ve saldırganlık kombinasyonu, sosyal medyanın mümkün kıldığı aşağıdan yukarıya yaklaşımı ve çevrimiçi kullanıcıların kitlesel medyanın etkisine tabi olduğu kurumlar tarafından desteklenen yukarıdan aşağıya doğru yapılara karşıt olarak tartışmalı konular hakkında konuşmaya hazır olma durumlarını yansıtmaktadır. (Malaspina, 2013).

Sonuç

Kitle iletişimi, Sanayi Devrimi'nden sonra, özellikle okur yazarlığın artması ve gazetelerin geniş halk kitlelerine ulaşması ile gelişim göstermiş ve televizyon ve radyonun gelişip yaygınlaşması ile toplumda kanaatlerin, görüşlerin şekillenmesinde büyük bir rol oynamıştır. Günümüzde hızlı bir biçimde gelişme göstermiş çevrimiçi medyanın geleneksel kitle iletişimiyle iç içe geçmiş haliyle toplumlar üzerinde kamuoyunda görüş oluşumunda ve bunların paylaşılmasındaki etkisi devam etmektedir. Çevrimiçi medya, kitle iletişim araçlarıyla karşılıklı bir ilişki içindedir, toplumdaki iletişim sürecinin niceliğine ve

niteliğine etki etmiş, fakat tıpkı kitlesel boyutta olduğu gibi Neumann'ın suskunluk sarmalından çevrimiçi medya kullanıcıları da etkilenmektedir.

Çalışmada çevrimiçi medya platformlarında suskunluk sarmalının varlığı ve varoluş biçimleri farklı ülkelerde konuyla ilgili yapılmış araştırmalar ışığında saptanmıştır. Çevrimiçi platformlarda anonim olmayı tercih edip gerçek kimliğini saklayabilme özelliği ve ihtiyacı bulunabilmektedir. (Mutz, 1998). Bazı kişiler anonim olduklarında gerçek görüşlerini daha rahat paylaşabilmektedirler. Ayrıca yapılan önemli bir araştırma sonucu (Hampton & vd, 2014) (Hampton, Rainie, Lu, Dwyer, Shin, & Purcell, 2014) kişilerin sosyal medyada politik konularla ilgili görüş belirtmede yüzyüze olan iletişimlerine göre daha az istekli olduğu ortaya çıkmıştır. Diğer bir araştırma sonucunda (Sheehan, 2015) kişilerin görüşlerine yakın olan homojen sosyal ağlarda görüşlerini paylaşmak konusunda daha istekli oldukları ve kendi görüşlerinin egemen görüşmüş gibi algılandığını, kendi görüşlerine yakın kaynaklardan içerik almayı tercih ederek adeta “filtre baloncuğunda” yaşadığı saptanmıştır. İtalya'da seçimlerle ilgili sosyal medyada suskunluk sarmalı etkisiyle ilgili olarak sosyal baskı ve görüş iklimlerinin, özellikle kitle iletişim araçlarının yukarıdan aşağıya yaygın görüşleri yansıtmasının sosyal medyadaki konuşma istekliliğini etkilediği ortaya çıkmıştır. (Malaspina, 2013).

Suskunluk sarmalı bütün dünyada uygulamada görüşlerin ifade edilmesi önündeki büyük bir engel, adeta sarmal kelimesinin anlamında olduğu gibi içinden çıkılmaz bir durumdur. Sarmalın en büyük nedenleri özünde ticari kaygılardır. Ekonomik gücü elinde bulunduran seçkinlerin iletişim araçlarını tekeline alması kendi otoritelerine karşı tehlike yaratabilecek azınlık kişi ve grupların görüşlerini dile getirmesine engel oluşturmaktadır. Bu durum baskın iletişim araçlarının yanlı bir yayıncılık yapmasına ve suskunluk sarmalına neden olmaktadır.

KAYNAKÇA

Akarcalı, Sezer. (1997). Türkiye'de Kamusal Radyodan Özel Radyo ve Televizyona Geçiş Süreci. Ankara: Punto Kitap.

ASCH, Solomon. (1951). Effects of Group Pressure on the Modification and Distortion of Judgments. Pittsburg: Carnegie.

Boz, Hayat. A. (1999). "Kitle İletişim Araçları Ve ve Suskunluk Sarmalı". Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 42-444, Channel,

K. (2010). Atrocity - Milgram Deneyi (Türkçe Altyazılı). https://www.youtube.com/watch?v=_e1_-UpdzZ0. Erişim tarihi: 18.09.2010.

Channel, K. (2010, Eylül 18). *Atrocity - Milgram Deneyi (Türkçe Altyazılı)*. 2016 tarihinde Youtube adresinden alındı.

Childs, David. (2010, Nisan 10). Elisabeth Noelle Neumann: Pioneer of Public-Opinion Polling and Market Research. Mayıs 30, 2016 tarihinde Independent:<http://www.independent.co.uk/news/obituaries/elisabeth-noelle-neumann-pioneer-of-public-opinion-polling-and-market-research-1940766.html>. adresinden alındı Erişim tarihi: 30 Mayıs 2016.

Chomsky, Noam ve Hermans, Edward S.Chomsky, H. E. (1999). Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir: Kitle İletişim Araçlarının Ekonomi Politikası. İstanbul: Minerva Yayınları.

Denis, Mq Quail, Denis ve Windahl S. W, Sven. (1997). İletişim Modelleri Kitle İletişim Çalışmalarında Kitle İletişim Modelleri. Ankara: İmge Kitabevi.

Donsbach, WWolfgang. (1987). The Theory of the Spiral Silence. Tubingen: Mohr.

Hampton, Keith. N., Rainie, L., Lu, W., Dwyer, M., Shin, I., & Purcell, K.vd. (2014). *Social Media and Spiral of Silence*. Washington.

İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi. (1948). İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi. Madde 9.Fransa: Birleşmiş Milletler Genel Kurulu.

İrvan, Süleyman. (1997). “Suskunluk Sarmalı Kuramı ve Elisabeth Noelle-Neumann'ın Özgeçmişi”. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi İletişim Fakültesi Dergisi, 421.

Kağıtçıbaşı, Çiğdem. (1977). İnsan ve İnsanlar: Sosyal Psikolojiye Giriş. İstanbul: Duran Ofset.

Kaid, Lynda.Lee ve L., Holtz-Bacha, C., hristina& Petersen, T. (2008). Encyclopedia of Political Communication(Cilt 1).. California: Sage.

Klaehn, JJeffery. (2002). “A Critical Review and Assessment of Herman and Chomsky's 'Propaganda Model'”. European Journal of Communication, 147-182.

Korkmaz,Alemdar ve. & Erdoğan, İrfan. (1998). Başlangıcından Günümüze İletişim Kuram ve Araştırmaları. Ankara: Erek Yayınları.

Malaspina, CristinaC. (2013). The Spiral of Silence and Social Media: analysing Noelle-Neumann's phenomenon application on the Web during the Italian Political Elections of 2013/105_Malaspina.12.24,2016 tarihinde.

<http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/mediaWorkingPapers/MScDissertationSeries/2013/105-Malaspina.pdf>. Erişim tarihi: 24.12.2016.

adresinden alındı.

Matthes, JörgJ. (2014). “Observing the "Spiral" in the Spiral of Silence”.International Journal of Public Opinion Research,. 155-176.

Professor's Own Nazi Past Accuses Her; Apology Sought. (1991).New York Times. Mearsheimer, J. (Erişim tarihi: 16.12.1991, Aralık 16). Professor's Own Nazi Past Accuses Her; Apology Sought. New York Times.

Milgram, StanleyS. (1974, Aralık). “The Perils of Obedience”. Harper's Magazine., 76-77.

Moy, D. S. (1999). “20 Years of the Spiral of Silence”. International Journal of Public Opinion Research,12(1), 11.

Moy, D. S. (2000). Suskunluk Sarmalı'nın 25 yılı: Kavramsal Bir İnceleme ve Deneysel Bir Bakış Açısı. *International Journal of Public*

Opinion Research, 12 , 3-28.

Mutlu, E. rol(1998). İletişim Sözlüğü. Ankara: Bilim ve Sanat.

Mutz, Diana. (1998). "The social psychology of impersonal influence from collective opinion' opinion" Impersonal Influence: How perceptions of mass collectives affect political attitudes.in Diana. Mutz (ed.), Impersonal influence: How perceptions of mass collectives affect political attitudes. Cambridge: Cambridge.

Nissani, Moti. (1990). "A cognitive reinterpretation of Stanley Milgram's observations on obedience to authority". *American Psychologist* 45, 1384-1385.

Noelle-Neumann, Elisabeth, E (1998). *Kamuoyu Suskunluk Sarmalının Keşfi*. Ankara: Dost Kitabevi.

Noelle-Neumann, Elisabeth ,E. (1984). *The Spiral of Silence: Public Opinion - Our Social Skin*. Chicago: Chicago University.

Noelle-Neumann, Elisabeth, E. (1979). *The Spiral of Silence: The Evolution of Public Opinion*. Wilke: Alber Broschur.

Noelle-Neumann, ElisabethE. (1977). "Turbulences in the Climate of Opinion: Methodological Applications of the Spiral of Silence Theory.". *Public Opinion Quarterly*, 41, 143-158.

Noelle-Neumann, ElisabethE. (1991). "The Theory of Public Opinion: The Concept of the Spiral of Silence". *Communication Yearbook*. James J. Anderson (Ed.), *Communication Yearbook 14* (s. 256-287). Newbury Park: Sage.

Peter vd. aktaran: Özarslan, Hüseyin. (2007). *Çerçeveleme Yaklaşımı Açısından Haber Çerçevelerinin İzler Kitle Düşünceleri Üzerindeki Etkisi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. . Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü..

Porten-Chee, P., & Eilders, C. Porten-Chee, Pablo ve Eilders, Christiane (2015). "Spiral Of Silence Online: How Online Communication Affects Opinion Climate Perception And Opinion Expression Regarding The Climate Change Debate". *Studies in Communication Sciences*, 144-145.

Ross, ChristinaC. (2007). “Considering and Communicating More World Views: New Directions for the Spiral of Silence”. Conference Papers -- National Communication Association(s. 1). National Communication Association.

Sheehan, KimK. B. (2015). “A Change in Social Climate:Online Social Capital”. First Monday, 12.

Türk Dil Kurumu.Sözlük,T. Türk Dil Kurumu.

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GT.S.574a28a41da1b6.95771495.

Splichal, S. lavko(2015). “Legacy of Elisabeth Noelle-Neumann: The Spiral of Silence and Other Controversies”. European Journal of Communication, 30, 353-363.

Splichal, Slavko. (1999). “Public Opinion: Developments and Controversies in the Twentieth Century”. Lanham, Maryland: Rowman&Littlefield.

Tsfati, Yariv., Jomini, Stroud, N. & Chotiner, A.vd. (2013). “Exposure to Ideological News and Perceived Opinion Climate Testing the Media Effects Component of Spiral-of-Silence in a Fragmented Media Landscape”. The International Journal of Press/Politics, 3-23.

Türk Dil Kurumu. (2012).Türk Dil Kurumu.2016 tarihinde http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=SARMAL.

Uslu, Zeynep . K. (2000). Televizyon ve Kadın. İstanbul: Alfa Yayınları.