

TELEVİZYONUN TOPLUMSAL VE KÜLTÜREL ETKİLERİ

Doç. Dr. Naci GÜÇHAN

«Eğitim», «İletişim», «Kültür». Herbiri ayrı anlamlar yüklenip, ayrı bilim dalları haline gelmiş olsalar bile, birisini tanımlamaya çalışırken diğerinin sınırlarına girilebiliyor; ona aitmiş gibi görünen kavramlardan yararlanılabiliyor.

Kültür, insanın evren karşısındaki, doğa karşısındaki, insanlık karşısındaki davranışlarını belirleyen duygu, düşünce ve bilgilerin toplamı. Eğitim, kişilerde istenilen davranışlar yaratma süreci; ya da «kasıtlı kültürleme». İletişim ise, insanın yarattığı semboller yoluyla, bulduklarını, bildiklerini, düşündüklerini biriktirip başkalarına **aktarması**; dolayısıyla «olmazsa olmaz» bir unsur. Başka deyişle, hayatın her anında, her evresinde varolan iletişimde bulunmak, etkileme ya da etkilenmenin ta kendisi, ki buna, ele aldığımız bağlama göre eğitim, kültürleme, yönlendirme diyoruz.

Bu çerçeveden yola çıkınca, günümüzün en etkili iletişim aracı diye tanımlanan, evimizin en 'mutena' köşesine yerleştirip, karşısına huşû ile oturduğumuz televizyon ile yayınlanan her kelime, her kare, bizatihî bir etkileme, yönlendirme olgusunu da içinde taşıyor.

A.B.D.'de sanayi-ötesi önderlerden biri diye anılan ve teknoloji/toplum ilişkisi üzerine kafa yoran düşünür R.B. Fuller «Artık ebe-

veynler üçleştii: anne, baba ve televizyon; çocuk üzerinde üçüncünün etkisi ilk ikisinden fazla, eksik değil» diyor (Hopkinson; 1979, s. 178). Gerçekten, tarihte ilk kez görülen bir olayla yüzyüzeyiz. Ana-babadan daha çok şey bilen bir kuşak var karşımızda. Hani nerdeyse, psikoloji kitaplarına, oidipus ve elektra komplekslerine bir de «televizyon kompleksi» eklenecek. Öte yandan, ülkemizde yaşayan herkes bir «devlet baba»nın çocukları olduğuna göre, sözü edilen etki (eğitim ya da kültürleme) yaşa bağlı olmaktan çıkıp, tüm bireyleri kapsıyor.

İşte bu noktada bazı soru ya da sorunlar gündeme geliyor: Televizyon bir araç olarak, karakteristiklerinden dolayı, hangi amaçla kullanılırsa daha etkili olur? Hayatın içindeki diğer unsurlarla birlikte düşünöldüğünde, yönlendirme gücü oran olarak ne kadardır? Karşılıklı konuşmalarda bile duygu ve düşüncelerimizi aktarmada başarılı olduğumuz konusunda bazan kuşku duyabilirken, TV programları ile bu ne dereceye kadar başarılı olabilir? Ne yapılırsa «gerçek»e yakın davranılmış olur? Gerçek nedir? Programları hazırlayan, yani bizleri eğiten yönlendiren kişiler, bu hakkı, yeterliği ve bir ebeveynde olması gereken sorumluluğu nasıl ve nereden kazanmaktadırlar? Programların hazırlanış biçimlerinin hayatımızdaki yansımaları nelerdir? Yayınlanan şeylerle, varolan değerler (kültürler) arasında kimi çelişme ve çatışmalar olmaz mı? Televizyon hayatın üstünde değil, içinde bir olgu değil midir? Kısaca bu kitle iletişim araçları ve özelde televizyonun kıymet-i harbiyesi nedir?

Kolayca uzatılabilecek bu soru listesiyle, televizyonun toplumsal ve kültürel etkilerinden söz ederken, resimleri düzenleme tekniklerinden, yani televizyon dilinden, felsefi spekülasyonlara kadar pek geniş kapsamlı bir cevaplama ve açıklama işlemine girmek gerekiyor. Bu ise çok boyutlu, karmaşık, disiplinlerarası bir yaklaşımla ele alınması ve sürekliliği olması gereken bir çaba. Ancak bazı göstergelerden yola çıkarak ve diğer tüm iletişim ortamlarının da bu etkilerde rolü/birlikteliği olduğunu gözden uzak tutmayarak bir takım düşünceler ileriye sürülebilir.

Kitle iletişimi alanında yapıлып, ülkemiz için de geçerliliğini öne sürebileceğimiz řu görüş, televizyonun belki de temel etkililiğidir: Kitle iletişim araçları (özellikle televizyon), varolan değerlerin sürdürölmesine katkıda bulunur, bu değerleri pekiştirir; belli durumlarda küçük değişmeler yapar (Klapper; 1960, s. 139). İn-

sanımız, gazete seçiminden, ilgilendiği konuya duyarlık göstermesine, her davranışından belli olduğu gibi, kendinde varolan davranış ve ilgileri ile uyumlu olan mesajlara açıktır. Kendisine çekici gelmeyen mesajı reddetmeye, yanlış yorumlamaya ve yanlış hatırlamaya eğilimlidir. Örneğin iki siyasal parti temsilcisinin tartışmasını izleyen kişi, çok zaman tartışmada öne sürülenleri dikkate almaksızın, kendi tuttuğu partinin temsilcisini ağır basan taraf olarak görmektedir. Öte yandan, bir mesajı almış olsa bile, ancak istediğini hatırlamaktadır. Örneğin batı kültürüne ilişkin bir program yayınlandığında, batı yanlısı olanlar iyi yanlarını, karşıtlarının da batının kötü yanlarını hatırlama eğilimi göstermeleri gibi.

Burada ilginç ve önemli nokta, toplumumuzun beklentileri ile televizyonun verdiklerinin kesiştiği noktadır. Toplumun beklentileri ve muhtevasını da, televizyon bütünüyle değil, ancak bir dereceye kadar belirleyebilir. Televizyon, içinde bulunduğumuz kültürü üreten ve yayan kurumlardan sadece birisi. İşlevi, daha çok bütünleyicilik. Yani, işyerinden meyhaneye, eğlence yerinden meslek kuruluşuna ve aile hayatına kadar uzanan bütün hayat bölmelerinde doğrudan yaşanan münasebetleri, bir günlük yayınında, toparlayıp geri yansıtıyor; bunu yaptığı ölçüde de doğallaştırıyor, pekiştiriyor. Program yapımcısı, varolan değerlerin sürmesine katkıda bulunuyorsa, bu kasıtlı olarak bunu yaptığı için değil, kontrol ettiği aracın teknolojisi («efektleri» sağlama teknikleri v.b.) bu değerleri zaten içerdiği ve kendisi de bunu paylaştığı için (Belge; 1980). Örneğin belli bir savaş hakkında bir dizi seyrediliyor. Savaşı yönetenlerden birinin bireysel kaprisleri savaşın seyrini değiştiriyor. Çünkü diziyi yapan kişi tarihi böyle anladığı gibi, bütün sinema geleneğinde, etkili sahne yaratma tekniği de böyle belirlenmiş.

Bu perspektif içinde, örneğin yaygın bir seyirci kitlesi olan spor yayınlarına bakalım. Televizyonun iç ve dış sportif faaliyetlerden kitleleri haberdar etme, özendirme ve eğitme fonksiyonunu yerine getirdiğinden sözedilebilir. Ancak bir spor olayının kendisini aracısız izlemekle, televizyondan izlemenin değişik etkileri vardır. Spor spikerlerinin, ilgiyi artırmak için, yorumlarına hayal ürünü şeyler ilave ettikleri, dramatik süslemelerle zenginleştirdikleri araştırmalarla kanıtlanmıştır (Parente; 1977, s. 128-132). Bu süslemeler, seyircinin algılamasını değiştirebilmekte ve ondan hoşlanmasına, olayı onaylamasına yol açabilmektedir. Yani televizyon,

spor olayları vasıtasıyla bile, aykırılıkları ortaya çıkartarak, toplumsal değerleri tekrar teyit etme yoluyla normları güçlendirmekte, kısacası toplumsallaştırma fonksiyonunu yerine getirmektedir.

Televizyonun toplumumuza etkileri konusu açılınca, ilk elde söylenebilecek başlıklar vardır:

Basın organlarını, sinemayı, tiyatroyu, reklamcılığı, «boş zaman» değerlendirme faaliyetlerini, iç siyaseti, siyasal kişileri, okuma alışkanlığını, toplumsal ilişkileri, aile içi ilişkileri, kişisel davranışları v.b. olumlu ya da olumsuz etkilediği öne sürülebilir. Ancak bu etkileri, kısa sürede ölçülebilen ve uzun sürede duyulacak, ölçülecek etkiler diye ayırmak daha sağlıklı olabilir (Şenyapılı; 1977, s. 43). Televizyonun, örneğin basın, radyo, sinema, tiyatro gibi diğer kitle iletişim araçlarına etkileri kısa sürede görülebilen, ölçülebilen etkilerdir. Sinema salon sayılarının hızla azalması, basında görselliğe ve haber yanında yoruma daha bir önem verilmesi ilk akla gelen örnekler olabilir. Ama TV'nin, örneğin kişisel ya da toplumsal davranışlarda yol açacağı değişimler, uzun vadede görülebilecek, duyulabilecek, ölçülebilecek etkiler diye toplanabilir.

Bununla beraber, Türkiye'nin modernleşmekte olan bir ülke olarak, televizyon ve videodan ne ölçüde etkilendiğini söylemek, hele kesin yargılarda bulunmak haylice zordur (Tokgöz; 1983, s. 11). Yapılmış bulunan ampirik araştırmaların sayısı azdır; bunları tüm ülkeye genellemek pek mümkün değildir. Ancak Nermin Abadan-Unat'ın da belirttiği gibi (1983; s. 6), milyonlarca seyircinin çeşitli dizilerin başlıca karakterlerini bellemeleri ya da kendilerini onlarla özdeşleştirmeleri, ulusal özelliklerin çok basit ve yavan biçimde yorumlanmasına yol açabileceği gibi, her başarılı girişimciliğin haksız rekabet, şantaj ve şiddete dayanması gerektiği ya da normal aile hayatında dayanışma ve sadakatın artık aranan erdemler değilmiş tarzında yanlış yargılara götürebileceğine karşı da çok dikkatli olunacağı tabiidir.

Sorun özellikle ülkemiz gibi, tarihsel nedenlerle kültür alanında köklü reformlara girişmiş, eski ile yeni kültür arasında ahenkli bir sentez yaratmaya çalışan ülkeler açısından önemlidir. Kamuya aykırı gelen, gelenekleri çiğneyen, çekici bilgileri içeren yayımların, bir çeşit «boomarang» (geri tepen silah) tepkisi yaratmaması için gereken tedbirlerin alınacağı da doğaldır.

Televizyonun toplumumuza etkilerinde en çok tartışılan konulardan biri de şiddet olgusudur. Şiddetin, seçkin kültür altında, halk kültürünün (folklor) üstünde, en genel yaşama alışkanlıklarının görsel ve sözel olarak yeniden üretilmesini sağlayan bir kitle kültürü diye tanımlanan **popüler kültür** vasıtasıyla iletildiği öne sürülmektedir; sonuçları da teorik planda değişik olarak vasıflandırılmaktadır. Örneğin, doyurulamayan arzuları arıttığı, toplum dışı davranışlara yol açabilecek temel arzuları kontrol ettiğini öne süren **Katarsis Teorisi**; toplumsal bunalımlara yol açacağını öne süren **Etki Teorisi**; öğretildikten sonra bireyler tarafından uygulandığını, böylece toplumsal davranışlara yön verildiğini söyleyen **Görerek Öğrenme Teorisi** ve bunların zaten insanın temel güdülerinden olduğunu, televizyonun ancak bu güdüleri pekiştirebileceğini öne süren **Pekiştirme Teorisi** (Batmaz; 1981, s. 163). Bunlardan hangi ya da hangilerinin geçerli olduğunu kesin ifadelerle ortaya sürmek güç. Ancak televizyona yansıyan şiddet sorunu, başka kurumlarla olan ilişkileri ve bir bütün olarak toplumdaki şiddet olayları ile ilişkisi gözönünde tutularak incelenmeli; uygun toplumsal, siyasal ve ekonomik çerçeveler içine oturtulmalıdır (Halloran; 1983, s. 63). Başka birçok sorun gibi, bu da, toplumumuza niteleyen kurumların özü ve örgütlenmesi için ödemek zorunda olduğumuz bir fiyat olarak görülebilir. Bir anlamda, hak ettiğimiz sorunlarla karşılaşmaktayız. Ve o ünlü ikilemi (=dilemma) ortaya sürebiliriz: «Kitle iletişimi: Şiddetin belirtisi mi? Yoksa nedeni mi?»

Küçük büyük herkesin belli bir ilgiyle izlediği reklamların, daha geniş kitlelerde tüketim talepleri yaratma ve pazarlama açısından çok önemli etkileri olduğu açık. Saniyesine bile büyük mblağlar ödenmesi, etkililiğinin somut göstergesi. Reklamların çok çekici ve çarpıcı olmaları gerektiği ve bu sektörde piyasanın en yetenekli kişilerinin çalıştığını da biliyoruz. Bir programın ilgi çekici olabilmesi için, bir dakika içindeki çarpıcı öge sayısının yüksek olması gerek. Bir araştırmaya göre bu ögelerin sayısı bir dakikalık normal bir TV programında 2-3, reklam programlarında 20-30, başarılı bir disko müziği programında ise 100-200 imiş. Biçimin kültüre etkisi konusunda Hıfzı Topuz şu ilginç yorumu getiriyor (Topuz; 1979): «Demek ki programlara ve yazılara yeni değer ölçüleri yön veriyor. Reklam programları bu açılardan çok etkili olmaya başlayınca, normal programlar da bu yollara yöneliyorlar. Bilinçli veya bilinçsiz herkesi etkiliyor bu değer ölçüleri». Bunla-

rın günlük hayatımızda da konuşmalardan, davranışlardan, giyim kuşama dek belli yansımalar gösterdiğini gözlemleyebiliriz.

Sanayileşmenin başlattığı toplumsal /kültürel değişme sürecinde ortaya çıkan hızlı kentleşmenin, çeşitlenen alt grupların, yeni ilişkilerin, yoğun meta üretim ve tüketiminin, kısacası yeni hayat biçiminin belirlediği kitle toplumunun oluşumu ve günümüze dek gelişimi ile gerçek anlamda kurumsallaşan bir kitle iletişiminden söz etmek mümkündür. Kitle iletişim araçları içinde özellikle televizyonun insana dünyayı tanımlarken, hayal ile gerçeğin birbirine karıştığı ya da birbirinin yerini aldığı mesajlarıyla da dünya görüşü üzerinde etkide bulunmaları kaçınılmazdır (Zıllıoğlu; 1986, ss. 36-39). Ancak televizyonun, «şehire yeni göçmüş, kent hayatıyla uyum kuramamış, kent ile ilişki süreci gelişmemiş nüfusun yabancılığını mümkün olduğunca giderme aracı olarak kullanıldığı; bu kitlenin televizyon vasıtasıyla kentle bütünleştiği, kentin asli üyesi olduğu hissini verdiği, dolayısıyla bir tampon mekanizma görevi yüklediği» (Şenyapılı; 1977, ss. 92-95) biçimindeki hipotezlerin de bilimsel araştırmalarla sınanması gerekliliğini belirtmek zorundayız.

Son olarak televizyonun eğitimde doğrudan işe koşulması, yani «televizyon eğitim programları» ve toplumumuza etkileri üzerinde durmak istiyorum.

Artan nüfus, demokrasinin geliştirdiği hak ve özgürlükler giderek artan eğitim talebine yol açarken, hızlı toplumsal değişimler, bilgi patlaması, teknolojik gelişimin gerektirdiği bilgili, uyumlu, becerili insan yetiştirme zorunluluğu eğitimde yeni yöntemlerin kullanımını gerekli kılmıştır. Eğitim felsefesi ve politikasındaki değişimler en etken eğitim teknolojisi uygulama yöntemlerine yol açmış, gerek örgün gerekse yaygın eğitimde kitle iletişim araçları bütün dünyada yoğun biçimde kullanılmaya başlamıştır. Eğitim teknolojisinin bilinen en yaygın uygulama alanlarından birisi uzaktan öğretim olup, ülkelerin bu sistemi işe koşmaları, kendi ihtiyaç ve zorunluluklarına göre değişiklik gösterebilmekte, ancak sistem içinde televizyonu mutlaka devreye sokma eğilimi de göze çarpmaktadır. Ülkemizde de bu sistem, bilindiği gibi, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi tarafından yürürlüğe konulmuştur.

Sistemin önemli ayaklarından biri olan televizyon programları, ulusal şebekeden yayınlandığı için, öğrenciler dışındaki kişiler ta-

rafından da seyredilebilmektedir. Türkiye gibi okuma alışkanlığının yaygın olduğunu ileri süremeyeceğimiz ülkelerde, televizyonun zaten varolmasının getirdiği cazibe ve «Türkün aklı gözündedir» özdeyişiyle dile getirilen «seyretme» olgusunun önemi düşünüldüğünde, televizyon eğitim programlarının fonksiyonunun sistemde kendisine atfedilenden daha çok önem kazanacağı söylenebilir.

Bu durumda, televizyonun, yüzbinlerce öğrencinin yanında, geniş halk kitlelerinin de bilgi dağarcığını zenginleştirmek, olaylara daha sağlıklı bakabilmesini, yorumlayabilmesini sağlayacak bilgi aktarımında bulunmak, televizyonun toplumsal ve kültürel etkilerinden söz açıldığında belki de en olumlu yanını vurgulamak olacaktır. Televizyonun yetişkin eğitimindeki yeri ve önemi ise bilimsel araştırmalarla da zaten kanıtlanmıştır (Aziz; 1975).

Dinlenme, insanın daha üretken olabilmesi için belli bir süre sorumluluklarını unutmaya demek. En etkili dinlenme yolu da eğlence. Ancak günümüzde eğlencenin gerçek anlamdaki niteliği eğlendirirken eğitime olgusunu da içeriyor. Televizyon geniş kitlelerin -bazen tek- eğlence aracı olduğuna göre, bu nitelik, televizyonun eğlendirirken eğitime fonksiyonuna daha bir önem kazandırmaktadır.

Sonuç olarak, televizyonun ne «herşeyimizi bağladığımız bir kurtarıcı», ne de «insanlarımızı manipüle eden, onları istediği doğrultuda yönlendirebilen» bir olgu yönündeki görüşlere prim vermediğimizi belirtmemiz gerekir. Kaldı ki televizyonun tek başına etkilemesinden söz etmenin yanıltıcı olacağı, onu, bütün diğer iletişim ortamlarıyla birlikte düşünmek gerektiğini de vurgulamıştık. Kısacası, televizyonun «dünyayı evrensel bir köye dönüştürdüğü» ileri sürülse bile, hayat, televizyona rağmen, televizyonla birlikte yaşanacak; ülkemizde de, geçmişte olduğu gibi bugün de iyiye, doğruya, güzele gidiş sürecektir.

KAYNAKÇA

Abadan-Unat, Nermin. «Kitle İletişim ve Kültür». İletişim Teknolojisindeki Gelişmelerin Ulusal Kültürlere ve Basına Etkileri Konulu Uluslararası Seminer Bildirisi. İstanbul: 26-28 Eylül. 1983.

Aziz, Aysel. **Televizyonun Yetişkin Eğitimindeki Yeri ve Önemi**. TODAİE Yay. No. 148, Ankara: 1975.

- Batmaz, Veysel. «Popüler Kültür Üzerine Değişik Kuramsal Yaklaşımlar». **İLETİŞİM. AİTİA-GHİYO** Yay. No.: 1. Ankara: 1981.
- Belge, Murat. «Demokrasi Açısından Avrupa». Cumhuriyet, 3 Nisan 1980.
- Halloran, James. «Kitle İletişimi: Şiddetin Belirtisi mi, Yoksa Nedeni mi?» (Çev. Ruşen Keleş). **İletişim ve Toplum Sorunları**. Unesco/T. Sos. Bil. Der. Yay. Ankara: 1983.
- Hopkinson, Peter. «Film Göstermede Eski ve Yeni Yollar ile Film-TV İlişkisi» (Çev. Naci Güçhan). **Kurgu TÖEF Dergisi**. s. 2. Eskişehir: 1979.
- Klapper, Joseph. **The Effects of Mass Communication**. The Pree Press, New York: 1960.
- Parente, Donald. «The Interdependance of Sports and Television». Journal of Communication, Summer 77. Vol. 27, No. 3.
- Şenyapılı, Önder. **TV'nin Türk Toplumuna Etkileri**. Milliyet Yay. İstanbul: 1977.
- Tokgöz, Oya. «Türk Toplumunda Yabancı Televizyon Programlarının ve Videonun Etkileri». Seminer Bildirisi. İstanbul: 26-28 Eylül, 1983.
- Topuz, Hıfzı. «Hangisi Daha Etkili». Cumhuriyet, 7 Kasım 1979 s. 2.
- Zılhoğlu, Merih. «Sinemafografik Bilim-Kurgu Yayınlarının Çocukların Dünya Görüşünün Oluşumu Üzerindeki Etkileri» Ana. Üni. Açıköğretim Fak. Yay. Eskişehir: 1986.