

TELEVİZYON İZLEYİCİSİ*

Denic Mc QUAIL

Jay G. BLUMLER J.R. BROWN

Ass. Ali GÜROL

İster kitle iletişim araçlarının başlıca ırsal (karakteristik) niteliği, ister tipik izleyicinin güduları gözönüne alınsın, kitle iletişim araçları deneyimine ilişkin tartışmalarda, en çok ilgi çeken tek kavramın «kaçış» olduğu varsayılabilir(1). Her ne kadar televizyonun içerik ve örgütlenme açısından çok farklı ırsaları bulunsa da, sinemanın olgusal yükselişi, sevilip, tutulması kitle iletişimi genelinde de ve sonradan televizyona olan geçişte de aynı yolda düşünmeyi yüreklendirmiştir. Film deneyimini değerlemede eleştirmenlerin, film öğrencilerinin ve film izleyicilerinin de katıldığı ortak bir bakış açısı oluşmuştur. Bu bakış açısı düşsel öğeleri, sanrılamayı (hallusinasyonu), düşlemi (fantazi) ve gerçek yaşam sorunlarından uzaklaşmayı vurgulamaktır. Kracauer'ın film kuramı üzerine incelemesinde geçen bazı bölümler kaçışın film deneyiminin evrensel bir bileşeni olarak kabul edilmesi gerektiği yolundadır. Şöyle belirtmektedir: «1920'lerden günümüze dek hem tutanları

-
- (*) Denis McQuail, «Sociology of Mass Communications», Penquin 1976, s.135
(1) «Kaçış» kavramının yetkin bir tartışması için, bakınız Katz ve Foulkes (1962). Onların belirttiği gibi, «tutulan ekin yazarlarının Kitle iletişim araçlarını halk nasıl kullanmaktadır? sorusuna yanıtları, »kaçış için «biçimindedir.»

hem de karşıtları filmi bir tür uyuşturucuya benzetmişler ve onun aptallaştırıcı etkilerine dikkat çekmişlerdir (1960, s. 159).»

Daha sonra Kracauer şöyle bir saptamada bulunmaktadır: «filmler kitle eğlencesi oldukları oranda geniş yığınların sözde istem ve düşlemlerini doyurmak zorundadır (1960, s. 163).» Başka bir yazar Hollywood'u «Düş Fabrikası» olarak betimlemiş ve bu adlandırmanın uygunluğu hiç yadsınmamıştır (Powdermaker, 1950).

Bilindiği gibi, sanayileşmiş ülkelerde sinema izleyicisinin artışı yaygın işsizlik ve zorluk dönemleri, yüksek oranda nüfus devinimi, geleneksel ekinlerin çöküşü veya yok olması, savaş veya savaş çekincesi deneyimleri ile aynı zamana rastlamaktadır. Bu koşullarda çoğu filmlerin izleyiciye sunduğu imgeler, düşünüş bileşik ve biçimleri, yaygın yaşantı biçimiyle bir karşıtlıklar dizisi oluşturuyor gibiydi: güvencesizlik yerine güvence; yoksulluk yerine ödüllendirme; genellikle yalın ve yoksul ev yerine sinemanın görkemli yapısı; kısıtlanma yerine özgürlük; kesinlikle kısıtlanmış gerçek yaşantı olanakları yerine anlıkta yaratılan geniş çevren (ufuk); tedirgin ve uyumsuz bir dünya yerine ülküsel bir dünya ve çağdaş toplumun ussal, ölçülü günlük yaşantısından bir süre için kopma. Sinemanın «izleyici-iletişim aracı» ağında yarattığı imgenin çağdaş ekin yorumlamalarında oynadığı önemli role şaşırılmamak gerekir. Sinemanın büyümesine olanak sağlayıp, belirli beklenti ve bileşiklerle güçlü biçimde kendine bağlayıp çektiği kitle izleyicinin, sinemanın birçok yönden kalıtçısı sayılabilecek, televizyona benzer biçimde yönelmesine de şaşmamak gerek.

Bir iletişim aracının kaçış sağladığı veya kaçışa yol açtığı biçimde bir yorum tek başına pek bir yenilik taşımamaktadır. Lowenthal bu kavramın tarihsel gelişimini izlemiş, Pascal ve Montaigne'in yazılarında aynı özü bulgulayabilmiştir. Başka bir yerde de, XIX. y.y. İngiliz emekçi sınıfı eğlence ve ekinin kaçışa dayalı doğasına-kentdeki toplumsal koşullarla ilişkili bir olgu- yöneltile eleştiri ve yorumları betimlemektedir. Gerçi bu kavram bir yenilik getirmiyorsa da, günümüzde kazandığı yaygın önem ve çağımızın başlıca kitle iletişim araçlarından olan televizyona sık sık atfı onun yeni bir anlam kazandığını düşündürmektedir.

Kaçış kavramının televizyon incelemelerinde ne derecede bir öneme iye olduğu kolaylıkla gösterilebilir. Kaçış içerikli iletişimi incelediği yetkin bir yazıda, Klapper bu içeriğin «dünya ve yaşa-

mın gerçeklikle uyumsuz bir resmini sunan» herşeyi içerebileceğini belirtmektedir. Bu tür içerik aşağıdakileri kapsayabilmektedir: aile güldürüleri...; çeşitli müzikal radyo oyunları; televizyon ve beyazperde; radyo ve televizyonun gündüz dizileri; yalınkat yapıntıların (fiction) çoğu...; serüven öyküleri; kitle iletişim araçlarında ağır başlı tiyatro yapıtı diye sunulanların çoğunluğu (1960, s. 163). Böyle bir sıralamanın televizyonun tüm izlenince demetinin oldukça büyük bir bölümünü kapsadığı açıktır. Televizyonun çocuk yaşantısındaki yerini anlama amacıyla Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan başlıca çalışmalardan biri, çocukların televizyon izlemelerinde birincil ve anlamlı biçimde «apacak» nedeni, kaçış kavramına dayandırmaktadır:

«Eğlendirilmenin edilgen zevki, düşlemede yaşamak, coşkulu bir oyuna başkasıyla özdeşleşerek katılım, ilginç ve çekici bireylerle izleyicinin kendini özdeşleştirmesi, gerçek yaşam sorunlarından ve sıkıntılarından kopup, kaçma (Schramm, Lyle ve Parker, 1961, s. 57).»

Televizyon konusunda yazarlar şöyle bir yoruma varıyorlar:

«Televizyon toplumsal etkileşimi arttırmaya yönelmemekte; fakat bireyi kendi özel düşlemi içine çekmekte ve resim kutusuyla bireysel ve özel bir alışveriş içine sokmaktadır. Karşılaşılan yaşam sorunlarını çözmekten çok, onlardan kaçışı sağlamaktadır (s. 58).» İnceleme şu bulguya varıyor:

«Çocuklar televizyondan nasıl göndedikleri konusunda konusurlarken, düşlemsel gönenmeleri öncelikle ve çok sık saymaktadırlar. En çok sevdikleri izlenceleri saydıklarında da düşlem türünde izlenceler gerçekçi izlenceleri yirmiye bir oranda geçmektedir. (s. 69)»

Kaçış kavramının televizyon izleyicisi tartışmalarında odaklaşması, sinemanın bahsettiğimiz etkisi dışında, çeşitli etmenlerin kesişme ve bir noktada birleşmelerinden de kaynaklanabilir. Bir kez elimizde, kitle iletişim araçlarının yoğun kullanımının-özellikle televizyonun-çeşitli bireysel veya toplumsal yoksunluklarla ilişkili olduğunu gösteren bazı kanıtlar bulunmaktadır (2). Gerçi bu yo-

(2) Konuya ilişkin önemli incelemeler Katz ve Foulkes (1932) tarafından özetlenmiştir. Fakat bazı karşı kanıtlar için bakınız Sargent ve Stempel (1968).

gun kullanımının ardında yatan güdülemelere ilişkin doğrudan kanıtlar pek bulunmamaktaysa da, sürekli sorunlardan bir anlık kopturarak, rahatlamak biçimindeki sağduyuya dayalı görüş yaygın biçimde benimsenmiştir. İkincisi, içerik çözümlerininin bulguları güçlü ve dizgeli (sistematik) gerçek çarpıtmalarının varolduğunu kanıtlamaktadır; bir çarpıtma ki, izleyici birimde varsayılan beklenti, istek ve düşler yüksek statülü meslekler, yaşam biçimleri ve görkemli, coşkulandırıcı çevreler ile-normal yaşantıda görülenin ötesinde -aşırı temsil edilerek doyurulmaktadır (Jones, 1942; Smythe, 1954). Bu içerik ıralarının (karakteristik) özünün kaçış arayan izleyiciye katkısında aranması gerektiği de yine genel bir varsayımdır. Aynı doğrultuda bir üçüncü etmen de kendi başına değersiz veya iletişim özgünlüğü olmayan ekinsel yapıtların, görünürde sürekli beğenilmesi olgusudur. Belirli kalıplara uygun üretilen, hiçbir uyarda, istemde bulunmayan sabun köpüğü gibi eğlenceler, tiyatro iletişim yapıtları, izlenceler... Bu olguya en kolay hazır yanıt yine kitle iletişim araçlarının sunduğuyla, izleyicinin ondan başlıca beklediğinin: zaman doldurmak, rahatsız etmeden izleyici çekmek, hiç bir uzmanlık veya yeniden öğrenim gerektirmemek ve coşkulu, dağıntık bileşimlerle oyalamak noktalarında kesiştiğini ileri süren görüşte bulunuyor gibi gözükmektedir. Yeterince açık olmasına değin kolayca gözden kaçırılabilir bir dördüncü gözlem kitle iletişim araçlarının kullanımının tipik boş zaman kullanımına özgün bir şey olmadı, bireylerin aynı anda «sosyal rollerden sıyrıldığı zamanları» da kapladığıdır. Bir yorumda geçen sözcükler bu gerçeği sezdirmektedir: «sinema girişinde toplumsal rollerimizi denetimden geçiririz (Katz ve Foulkes, 1962)». Televizyon izlemek çalışılmayan zamanda yapılan bir eylemdir; çalışmakla kazanılan bir olanaktır. Fakat bunun yanında, diğer toplumsal rolleriyle bireyin bağlarını çözdüğü türden bir eylemdir de: ana, baba, eş, grup veya dernek üyeliği rollerinden. Kitle iletişim araçlarını ve özellikle televizyonu izlemek genellikle özgür bir bireysel seçim sorunudur; bu durumda, iletişimci veya izleyici gurup veya toplumsal gurubun öteki üyelerine karşı ya çok az, ya da hiç bir bağımlılık yüklenilmemektedir. Bu «kaçış» savını daha da güçlendirmektedir; çünkü kitle iletişim araçlarının kullanımı kısıtlamalardan oldukça uzak, görev ve bağımlılık duygularından bağımsız, toplumsal yaşamdan topluca çekilmenin sağlandığı bir davranış türünü

yaymaktadır(3). Son olarak televizyona büyük beklentilerle yaklaşanların, TV'de büyük bir eğitimsel gizilgüç görüp, ondan kişisel-toplumsal çevreni genişletmede, bilgiyi arttırmada ve toplumsal katılım tabanını genişletmede yararlanılmasını isteyenlerin düşüncüsel kırıklığına dikkat çekebiliriz. Gerçi televizyon bir ölçüde bu tür gelişmeleri hızlandırmada yardımcı olmuş olabilir; fakat basın ve televizyonla sunulan toplumsal ve siyasal konular göstergesinde halkın çoğunluğu için bir istek ve alabilirlik sınırı var gibi gözükmektedir. Haberlerin ve gündemdeki olaylara ilişkin gerekli bilgilerin sağladığı ve büyük oranlarda da izlenildiği durumlarda bile, normal vatandaş ile karar alıcı düzenekler arasında herhangi sürekliliği bir bağın oluşturulmadığı konusunda güçlü kuşku duyulmaktadır. Gerçekten de, Merton ve Lazarsfeld tarafından ortaya atılan «uyuşturucu yozlaşma» deyimini izleyicinin toplumsal ve siyasal sorunlara doğrudan eğilip, bir şeyler yapmak yerine; kitle iletişim araçlarının onlar adına sundukları deneyimleri kabul edip, yetinme eğilimini göstermektedir (1948). Bu durumda, önceleri televizyon gibi bir aracın daha çok katılımlı bir demokrasiye katkıda bulunacağını uman kişiler bile; bu en sevilen kitle iletişim aracının sunduğu biçimde gerçeğe, kitle izleyicinin gösterdiği ilgisizlikten genellikle korkmaya başlamışlardır.

Bütün bu değinilen etmenler birlikte ele alındığında, televizyona ilişkin açıklamalarda açık (kilit) kavram olma eğilimini saptadığımız kaçış deyiminin altını koyu biçimde çizmektedirler. Fakat bu görüşlerin nitelendirilmeden öne sürüldüğü izlenimi yaratmak yanıltıcı olacaktır. Bazı ciddi yorumcular televizyonun tüm içeriğinin kaçışa dönük olmadığını tanımışlar ve çok yoğun televizyon izleyenlerin salt gerçekten kaçma isteğiyle güdülenmediklerini kabul etmişlerdir. Aynı biçimde, «kaçış» kavramının karmaşıklığı üzerinde de durulmuştur. Yukarıda aktardığımız görüşlerinde Klapper; kabul edilen anlamda, «kaçışa dönük» teriminin uygun bir deyim olmadığını söylemekte ve deyim ne bu bağlamda olağan olarak düşünülen kitle iletişim türünü, ne de varsayılan tüm etkilerini yeterince betimlemediğine dikkati çekmektedir (1960, s. 167). «Kaçış» kavramını çözümledikleri çalışmada, Katz ve Foul-

(3) Bkz. Steiner (1963). Steiner bu görüşü destekleyen kanıtları ileri sürmektedir; fakat, özellikle iyi eğitim görmüş kişilerde, bu durumdan dolayı oluşan suçluluk duygularına da dikkati çekmektedir.

kes bu kavramı doğru olarak irdelemede ikili bir ayrımın gerekliliğine dikkat çekmektedirler. Şöyle ki; burada kitle iletişim araçlarıyla toplumsal kopuş, çekilme biçimindeki «kaçış» ile bireyin başka toplumsal rollerini oynamasında olumlu yansımaları (feedback) olan kitle iletişim aracı kullanımı (gereken dinlenceyi sağlayarak) arasında bir ayrım söz konusu olmaktadır. Bu durumda bir içeriğin ayrı zamanlar ve ayrı kümeler için ayrı yansımalarının olabileceğini kabul etmemiz gerekmektedir. Çocukların resimli içerikleri kullanışlarıyla ilgili bir gönül çalışmada Bailyn, kitle iletişim araçlarının çocuklara yönelik başlıca işlevini kaçış olarak nitelendirmiştir. Ancak sorunların «daha gerçekçi ve sürekli çözümlere ulaşmasına engel olabilen» kaçış yönelimli kullanımlar ile bir açıdan kaçışa yönelik olan fakat daha doğru bir sınıflandırmayla «destekleyici» türde olanları ayırmıştır. Bailyn'e göre son deyim olumlu anlam bileşikleri bulunmakta ve çevrenin genişliği, dinlence olasılığı gibi kavramlara çağrışım yapmaktadır: Schramm, Lyle ve Parker de «gerçeğe yönelik» veya toplumsallaştırıcı kitle iletişim aracı kullanımıyla toplumda egemen olduğuna işaret ettikleri, düşünme yönelik kitle iletişim aracı kullanımını karşılaştırmaktadırlar. Ancak televizyon nesnelere-kendilerine göre-sıralarken gerçeklik alanında kalmaktadırlar. Bunlar haberler, belgeseller, görüşmeler, kamu sorunları ve olaylarına yönelik izlenceler ve eğitim televizyonu olmaktadır. Böylece bireyin gerçek dünyayı algılamasında ve anlamasında önemli katkısı olabilen fakat belirli bir kavrayış biçimine iye (sahip) olmayan, geniş bir televizyon içerik alanını sınıflamanın dışında bırakmışlardır. Ayrılıklara ve saklı tutulan düşüncelere tüm gerekli özen ve hoşgörü gösterildiğinde, kaçış varsayımının televizyon izleyicisine ilişkin tartışma ve incelemelerde yine de merkez noktayı kapladığını kabul etmemiz gerekmektedir.

Ekin ve topluma ilişkin söylem (hitabet) dağarcığında köklü yer edinmiş başka kavramlar gibi, kaçış kavramı da olağanüstü bir yaratıcılığa iye'dir. Çünkü olağan durumda bilimsel tinde (ruh) betimsel bir sav olmakla yetinecek olanı (çoğunluk izleyicinin televizyonu başlıca, çevrenin baskı yaratıcı ve hoşlanılmayan yönlerini unutmak için kullandığı varsayımı) güçlü bir kurallı (normatif) bakış açısı ile ayrıştırılamıyacak biçimde içiçe sokmaktadır. Kaçış savının bu ikinci anlamdaki yaygın kullanımı, yukarıda sözünü ettiğimiz nitelendirme ve saklı düşünceleri bile çoğunlukla

dışlayan, televizyon ile izleyici arasındaki ilişki türü hakkında bazı indirgemeci varsayımların artmasına ve süreklilik kazanmasına neden olmuştur.

Bir kez tutulup, sevilmenin (popüler olmanın) yüksek nitelik kavramıyla bağdaştırılamıyacağı görüşü vardır. Çünkü yüksek niteliğin çağrıştırdığı varsayılan eğitim ereği, eleştiride tektür ölçütlerin oluşması, değerlendirmede duyarlık, çaba gösterme ve yaratıcılık gibi kavramların herbiri kaçış kavramının bellibaşlı anlamlarıyla karşıttırılır. İkinci olarak bağdaşıklık varsayımı bulunmaktadır. Televizyon gibi bir kitle iletişim aracının içeriği asal olarak, bir izlencenin başka birinin yerine kolayca geçebileceği, tek parça (yekpare) bir meta olarak kabul edilmektedir. İzleyici seçici değildir; çünkü tüm veya çoğu izlenceler özünde aynı gönenmeyi sağlamaktadırlar ve kabaca aynı güdüyle izlenmektedirler. Bu bağlamda bir üçüncü görüş ise televizyon deneyiminin aldırılmazlığı ve dolayısıyla, yaygın bir değerler çizgesine göre, önemsizliğidir. Sığ, istemsiz ve saçma olarak kabul görmektedir. Dördüncüsü, televizyon boş zaman etkinliğinin bir artık ulamı (katogori) olarak kabul edilmektedir. Bir boş zaman doldurucudur; herhangi bir doğrudan çekicilik veya-ilgilendiğimiz-güdülemelerden çok bireyin zaman kullanımına etkiyen başka istem değişkenlerince oluşturulmaktadır. Bu görüş ayrılan zamanın olgusal niceliği açısından bazı desteklere iyedir. Bu tür görüşlerin genel dayanağı televizyon izlemeyi geniş biçimde anlamdan yoksun, ağırbaşlı ilgi ve saygıya pek değmiyen birtakım pazar koşullarının bir sonucu olarak değerlemedir. Açıklayıcı formül böylece kendi içinde kapalı kalmakta ve kendi kendini haklı kılmaktadır. Böylece televizyon izlerken geçen uzun süre, televizyonun güçlü çekiciliğine veya ona duyulan büyük gereksinime değinilmeden; bir bakış açısı boşluğunun, bir yaşam anlamsızlığının ve tekdüze bir tepkinin belirtisi olarak yorumlanmaktadır. İnsanların televizyona gerçekten oldukça bağlı oldukları ve eksikliğinde huzursuz olduklarını gösteren kanıtlar sunulduğunda; bunu televizyonun insan yaşamındaki olumlu rolüne bağlamaktan çok, onların budalalığına bağlamaktadırlar.

Bu yazının amacı kaçış kavramını kökten yeniden bir gözden geçirmek veya onun kitle iletişiminde izleyici ilgisinin önemli bir boyutuna değinmesinin doğruluğunu tartışmak değildir. Buna rağmen, olası değişik içerik alanlarına, güdülere, doyumlara ve deneyimlere yönelik her yanı saran uygulamasının doğruluğunu

güçlü biçimde sorgulayacağız. Şu var ki, kaçış varsayımının usas-sıgarlığının büyükçe bir bölümü dolaylı kanıtlardan çıkarsanmaktadır. Kaçışa yönelik özelliklerin izleyicideki egemenliğine ilişkin dolaysız sınamalar henüz bulgulanmamış veya uygulanmamıştır. Dahası, her ne kadar toplumsal yoksunluk ve yoğun kitle iletişim aracı kullanımı arasında bir ilinti sık sık ileri sürülüyorsa da, şim-uıye dek araştırmaların bulguladığı bileşmeler yön ve tür açısından oldukça kısıtlı olma eğilimi göstermekte ve birden çok yorum-a açık olmaktadır. Kaçış savının eleştirel olmayan bir benim-senişi izleyici ve kitle iletişim aracının içeriği arasındaki ilişkilerin yalın bir görüşüyle yanyana gideceğinden ve kitle izleyiciyi sürekli kılan güdülerin çeşitliliğini ve karmaşıklığını eksik kestireceğinden sakıncalı olacaktır. Ayrıca televizyonun örgütlenişine ve toplumda yerini belirleyen politikaların evrimine etkiyerek, istenmeyen sonuçlara varılmasına neden olabilir. İstenmeyen anlamı; eğer televizyon, gerçekten kaçış kuramının bugünkü batı toplumlarında ona genellikle özgülediğinden daha geniş bir toplumsal işlevler alanının edimlerinden çıkardığı oranda, kısıtlayıcı değilse ortaya çıkmaktadır.

Bu yazıda görgül araştırma kanıtlarına dayanan, hem kaçış kavramı anlayışımızı geliştirecek hem de onu, halk ile televizyon arasındaki bazı başka eş önemde yönelimler, güdüler ve ilintilerle birlikte bir konuma yerleştirmemize yardım edecek, bir izleyici gö-nenme tipolojisi geliştirmeyi amaçlamaktayız. Kaçışın kitle iletişim sürecinin doyurduğu gereksinimlerin tek veya en uygun özümse-mesini sunmadığını savunan görüşü güçlendirmek ve bu sürecin temelde ilgilendirdiği ve belirginleştirdiği bazı başka özümsemele-re dikkati çekme çabasında olacağız.

Açıklama ve destekleme amacıyla sunacağımız kanıtlar, Leeds Üniversitesi Televizyon Araştırmaları Merkezi'nin 1969 yılında baş-lattığı bir inceleme dizisinden edinilmiştir. Bu inceleme, izleyici «kullanımları ve gönenmeleri»ne ilişkin sorgulama geleneğini diz-gesel bilattığı bir inceleme dizisinden edinilmiştir. Bu inceleme izle-yici «kullanımları ve gönenmeleri»ne ilişkin sorgulama geleneğini dizgesel biçimde iletlemek amacıyla tasarlanmış olup; çoğunlukla izleyici bireylerin kitle iletişim aracı deneyimine ilişkin kendi öznel verilerine dayanarak, belirli koşullar altında belirli türde bir içeri-ğin ne gibi işlevleri yerine getirebileceğini açıklamayı öngörmekte-dir. Araştırma çizelgemizin aşağıdaki ereklere bulunmaktaydı:

1. Değişik türde televizyon içeriklerine ilişkin başlıca güdü ve doyum türlerini incelemek.

2. Başlıca izleyici gönenme türlerini kapsayacak bir dizi ulamlar saptamak.

3. Bu temel ulamlara göre televizyon izleyicilerini sınıflandırma yollarını aramak.

4. Toplumsal koşullarla, artyetişim, izleyicilerin deneyimi ve televizyonda aranan değişik türde gönenmeler arasındaki ilintileri incelemek.

5. Toplumsal artyetişim, güdüler ve gönenmeleri ölçmek ve birbirleriyle ilişkilendirmek amacıyla, sayısal (istatistiksel) çözümlenmelere ve geniş ölçekli araştırmalara elverişli görgül yöntemler geliştirmek.

6. Sonuçta televizyonla sağlanan doyum alanına ilişkin genellemelere varmak ve bunların herbirinin, demografik veya kişilik ölçütleriyle tanımlanmış, değişik kümeler için göze çarpan anlamını sergilemek.

Hernekadar bu erekler gerçekleştirilmekten oldukça uzak bulunuyorsa da, ortaya koyduğumuz soruna yakından değinen birkaç inceleme tamamlanmış bulunmaktadır. Bu sorun izleyici deneyimine ilişkin bulguları ve onlara yönelik yorumları daha etkin biçimde barındırabileceğimiz kavramsal bir çatı gereksinimi olarak betimlenebilir. Bu ana dek biriken kanıtlara dayanarak, televizyon izleyicisi tarafından aranan ve kavuşulan başlıca doyum türlerini içeren bir tipolojiyi-yalın biçimde-sunabiliriz. Bu tipoloji özünde deneme niteliğinde olup, gözden geçirilme ve bütünlemeye gereksinimi vardır; fakat bu durumunda bile, yukarıda kaba hatlarıyla çizdiğimiz, kitle izleyicisine ilişkin yaygın varsayımlar hakkında bazı görüşler getirmektedir.

Çalışmamıza kılavuzluk eden birtakım öncül varsayımları kısaca belirtelim. Temel olarak televizyon izlemenin önemli bir bölümünün erek-yönelimli olduğu ilkesini benimsemiş bulunuyoruz. Bu hernekadar kesinlikle kabul edilir bir ilke değilse de, onsuz incelememizde pek yol alamazdık; ayrıca başlangıçta belirgin bir güdü türünü de içermemektedir. İkinci olarak, televizyon izlemenin ereklerinin yalnız izleyicinin kendisinden bulgulanabileceğini ve halkın

belirli örneklere ilişkin ilgi ve güdülerini kendisinin belirtebilecek yeterlikte bir bilinç düzeyinde olduğunu veya en azından, alışkın oldukları, anlaşılır bir biçimde sunulduğunda tanıyabileceklerini varsaydık. Üçüncüsü, birbirinden ayrı ve kesişen, güdü ve gönenme kalıplarıyla karşılaşmaya önceden hazırlanmıştık; eğer bir izleyici aynı içerikten farklı biçimlerde etkileniyorsa, inceleme araçlarımızın bu gerçeği gözardı etmemesini, aksine açığa çıkarmasını istedik. Dördüncüsü, bir doyum, bir güdü, bir gönenme, bir ilgi veya bir işlev gibi çeşitli biçimlerde betimlenebilir olan bir şeyi kavramsal açıdan bağımsız bir çözümleme birimi olarak ele almaya hazırlanmıştık. Veri olarak aldığımız, bir televizyon izleyicisi kümesinde bu birimler değişik biçimlerde dağılmış bulunabilmekte ve değişik izlenim türleriyle, çeşitli derecelerde ilişkilendirilebilmekteydi.

Hernekadar apaçık olarak kanıt toplama ve çözümleme aşamasında belirginleşmişse de, yukarıda belirttiğimiz varsayımlarla aynı genelleme düzeyinde bulunduğu için, son bir yönelimden de söz etmek istiyoruz. Bu kitle iletişim aracı kullanımının en uygun ırılanmasına (karakterize) kitle iletişim aracı içeriğini, bireysel gereksinimleri, alguları, rolleri, değerleri ve bireyin içinde bulunduğu toplumsal durumu birbiriyle ilişkilendiren bir etkileşim süreci içinde yaklaşma düşüncesidir. Bu sürece ilişkin modelimiz bir açık dizge biçimindedir. Bu açık dizge içinde toplumsal deneyim bazı gereksinimlere yol açmakta; bunların bir bölümü de doyum nedeniyle kitle iletişim aracına yöneltilmektedir. Kitle iletişim aracının içeriği, izleyici bireyin kendi toplumsal durumuna ilişkin bazı gereksinimlerinin farkına varmasına da bazen yardımcı olabilmektedir. Bu ilinti zorunlu olarak karmaşıktır ve değişik biçimlerde ortaya çıkabilmektedir. Örneğin, bir yoksunma-avunma sürecini içerebilir. Böyle bir süreç içinde istenen, değer verilen, fakat görece olanaksız bir şey yerine, kitle iletişim aracı bazı doyumlar sağlayabilmektedir. Bu, bir değer pekiştirme sürecini içerebilir; başlıca değerler, inançlar ve tavırlar belirli içerik biçimlerine ilgi yöneltilerek pekiştirilebilir. Ayrıca kitle iletişim aracı nesnelere belirli rollerle birlikte oluşan bir toplumsal değişim sürecine katkıda bulunabilir. Vurgulayacağımız asıl nokta, kitle iletişim aracı kullanımının etkileşimsel olduğu inancımızdır. Başka deyişle öznesne ilişkisinin başlıca türsel özelliklerine uymamaktadır ve tek yönlü bir basınç indirgeme düzeneği olarak da değerlendirilmemelidir.

Bu tür bir model, tanıtlayacağımız gibi, izleyicinin kitle iletişim aracından edindiğini yaşantısına, etkinlik alanına yansıtışındaki çeşitli biçimleri ve tutulduğu bazı izlencelerle kurduğu yakın tanışıklıkları değerlendirmekten uzak kalacaktır.

İzleyici gönenmelerine ilişkin görgül (ampirik) kanıt derlerken, oldukça büyük bir kaygımızı niteliksel ve betimsel olandan niceliksel bir yaklaşıma ulaşmak, kitle iletişim aracına ilişkin gönenme kavramını işlemsel kılacak araç tasarımlarını geliştirmek ve istatistik (sayış) değerlendirmelere açık bir duruma sokmak oluştuyordu. Sonuç olarak, araştırma yöntemimizin ve temel bulgularının herhangi bir açıklamasını karmaşıklaştırma çekincesi taşıyan bir dizi araştırma teknikleriyle birçok deneyler yapıldı. Herşeye karşın incelemelerimiz birbirlerine az çok benzeyen bir yönde gelişti ki bunun kısa bir betimlemesinin gerekli olacağı inancındayız.

Aşılması zorunlu ilk engel, araştırmanın merkezini oluşturan, belirli içerik türlerinin seçiminde ortaya çıktı (izleyici veya doyum türlerinden değilde, içerik türlerinden başlamaya karar verdikten sonra). Seçim şu ölçütlerin kılavuzluğunda yapıldı: bu alanda daha önceden yapılmış çalışmalarla bağlantılar, içeriğin yaygın benimsenip, sevilmesi ve izleyicinin alışkanlığı veya izleyici güdülerinin toplumsal kökeni konusunda ileri süren varsayımlara yakınlığı. Şimdiye dek başlıca altı izlençe veya izlençe türü inceleme kapsamına alınmış bulunmaktadır: ev içi yaşantıya ilişkin bir radyo dizisi, The Dales; yine bir televizyon ev dizisi, Coronation Street; bazı televizyon sinema izlenceleri; televizyon haberleri ve iki TV serüven dizisi, Callan ve The Saint. Bazı değişik türde içerik nesleri incelemeleri de yapıldı; fakat yukarda sözünü ettiğimiz izlençe alanlarının birbirine, benzer bir kalıbı izleyen, yoğun incelemeler uygulandı. İlk devinim düzenli izleyici olan bireylerle yapısallaştırılmamış, küçük küme tartışmaları başlatılarak gerçekleştirildi. Bu tartışmalar banta kayıt edildi ve sonradan incelenen izlençeye yönelik değinmeleri açısından incelendi. Buna dayanarak, halkın izlençeye yönelik tavırları, izlemekteki güdüleri veya ondan sağladıkları çeşitli doyumlar hakkında kendilerinin belirttikleri tümcelerden oluşan bir sıralama düzenlendi. Toplumsal arıyetişim özelliklerini ve başka değişkenleri kapsayan bir soru paketiyle birlikte bu sıralamalar, ilgilenilen izleyici sık sık seyreden veya en çok sevdiği izlenceler arasında sayan, küçük bir izleyici örnekleme (yetmişle yüzseksen kişi arasında bir alan)

yapılaştırılmış görüşme biçiminde uygulandı. Kota denetimiyle, örneklemelerin herbirine alınan, «izlence hayranlarının» değişik yaş kümelerinden ve değişik artyetişimlerden seçilmiş olması güvencelendi.

İzlençe gönemelerine ilişkin temel sorgulama, yanıtlayıcıya izlençeye ilişkin bir tümceler sıralaması (sayı olarak kırkbeş kadar) sunmak ve ondan bu tümceler herbirinin kendi görüşüne ne derecede uyup, uymadığını belirtmesini isteme biçiminde yapıldı. Bu sonuçların, sonradan birim-birime birbirleriyle bağıntısı kuruldu ve dipte yatan yanıt yapısını ortaya çıkarmak için, bütün korelasyon matriksi (aşağıda betimleyeceğimiz bir düzenlemeyle) bir kez daha incelendi. Herbir izlençe veya türü için, görgül olarak bileştirilen belirli izleyici gönemne türlerini biraraya toplayan bir dizi kümelenmeler ortaya çıktı. Aşağıda sunulan tipolojinin temelini oluşturan, bu verilerdir. Araştırmanın son evrelerinden biri de, yanıtlayıcının herbir kümelenişe göre durumunu gösteren derecelerin yanıtlayıcıyla ilgilendirilmesi ve başlıca doyum türlerinin herbirinin ilgili artyetişim değişkenleriyle bağıllığını kurarak, sayıssal (istatistik) bir çözümlenmeyi başlatmak olmuştur.

Bu uygulamaları ve tipolojinin çıkarıldığı kanıtların doğasını daha aydınlatmak için, televizyon sınama izlenceleriyle ilgili bir çalışmanın, bir izlençe incelemesinin, kısa özetini sunacağız. Bu bitirilen ikinci çalışmaydı ve tek izlençe yerine, bir küme izlencenin belli bir tür olarak incelendiği ilk çalışmaydı. Bu seçim sınama izlencelerinin görünüşte birbirinden değişik bileşikleriyle, televizyon içeriğinin belirgin ve tutulan bir ulamı olması gerçeğinden etkilendi. Öte yandan, önceden bir Amerikan radyosunun sınama izlencesine ilişkin, küçük bir dinleyici örneklemiyle yapılmış, ilginç bir çalışma bulunuyordu (Herzog, 1940). Bu bizim için bir karşılaştırma ve denence üretme kaynağı sağlıyordu.

Televizyon sınama izlencesini izleyenlerle önce, anında banta kaydedilen, bir dizi tartışmalar yapıldı ve böylece elde edilen verilerin çözümlenmesi sonucunda bir sormaca düzenlendi. Bu sormaca Leeds'te oturan yetmişüç kişilik bir kota örneğine uygulandı (cinsellik, yaş, konut türü ve toplumsal konum üzerinde denetim sağlanarak). Sormacanın uygulandığı tüm kişiler çeşitli sınama izlencelerinin geniş bir sıralamasında yer alan bir sınama izlencesini, en çok beğendikleri televizyon izlencelerinden biri ola-

rak belirttiler. «University Challenge», «TV Brain of Britain» ve «Aşk the Family» üç sinama izlencesini oluşturdu. Bunların tümü şansa oldukça çok yer veren, aldatmacalı, büyük ödüllü salon oyunlarına benzememekte ve gerçek bir bilgi sınavmasını içermekteydi.

Sormacanın ilgimiz açısından en önemli bölümünü, sinama izlencelerine ilişkin, kırkiki tümceden oluşan bir envanter oluşturmaktaydı. Yanıtlayıcılar dört dereceli bir ölçek üzerinden bu tümceleri onadılar. İlk bölüm beklenen doyumları belirten tümceleri kapsıyor ve şu sözcükler tümcelere eşlik ediyordu: «Bir sinama izlencesi izlemeyi düşündüğünde (tümce) çok uygundur, oldukça uygundur, pek uygun değildir, hiç uygun değildir». İkinci bölüm aşağıdaki biçimde, denenmiş doyumlara değiniyordu: «Sinama izlencesi izlerken (deneyim) çok sık olmuştur, oldukça sık olmuştur, arasıra olmuştur, hiç olmamıştır». Üçüncü bölümde yanıtlayıcılara bazı betimsel tümceler sunulmakta ve onlardan «çok uygun», pek az uyuyor» veya «hiç uymuyor» biçimlerinde, bu tümcelerin sinama izlencelerine uygunluk derecelerini belirtmeleri istenmekteydi. Birimlerin ayrımlanması hem bir gönenme veya işlev kavramının farklı anlamlarına dikkat çekmek, hem de yanıt kalıplaşması çekincelerine karşı korunma amacından ileri geliyordu. Fakat sonradan, çözümlenmelerde bu ayrımlar gözardı edildi ve birim onanmalarının bağlaşıtırılması anlamlı olarak sınırları aşan bir alana ulaştı. Yanıtlayıcının kendi başına tamamlaması üzere envanterin tümü ona bir görüşmeci tarafından verildi. Sormacanın geriye kalan bölümü başlıca genel kitle iletişim aracı kullanımına ilişkin alışkanlıkları içeren birimlerden ve bir dizi «toplumsal gösterge» ölçütlerinden-toplumsal konum ve toplumsal tutumlar açısından aydınlatıcı bilgiler toplamaya yardım amacıyla- oluştu (4).

İzleyicilerin sinama izlencelerinde aradıkları gönenme kalıpları iki aşamalı bir çözümleme sonucunda ortaya çıktı. İlk aşamada, ölçek onanmalarının birbirleriyle bağıntısını kuran 42x42'lik bir interkorelasyon matriksi düzenlendi. İkinci aşamada küme çözümlemesi aracılığıyla (McQuitty'in «elementary linkage analysis»,

(4) Uygulanan ölçekler bazı demografik değişkenlerle, öznel toplumsal statü, çalışmaya ilişkin görüş, toplumsal devinim deneyimi, bölgesel bağımlılık, toplumsallık, aile deneyimi ve eğitime yönelik tutumları içeren bir arıtyetişim özellikleri kümesini kapsadı.

1956) tümceler çeşitli alt-kümeler biçiminde yeniden düzenlendi. Bu yöntem bağlı kılınan birimleri kümelere ayırma ve kümelenen birimler arasındaki iç bağlantıyı ortalamasını doruklaştırma ve alt-kümeler arasındaki bağlantıyı azına indirgeme amacıyla tasarlanmıştır. Bu, kolaylıkla uygulanabilen, bir yaklaştırma yöntemidir ve birbirleriyle ilişkilendirilecek verilerin düzenleme sorununa tümüyle görgül bir çözüm getirmektedir. Hernekadar belirli bir tümce pekâlâ birden çok kümeye girebilir bulursa da, her birim yalnızca bir tek kümeye girmektedir.

Sınama izlencesinin kümesel çözümlemelerinin sonuçları Tablo I'de sunulmuştur. Başlıca dört birimler kümesiyle, aynı biçimde ayrımlanan bazı ikili kümelerin ortaya çıktığı görülmektedir. McKennel (1970) tarafından yapılan önerileri ve betimlenen yöntemleri izleyerek - başlıca dört küme için belirtilen kabul edilebilirlik düzeylerine erişen - bağdaşıklık (interkorelasyon)- birbirleriyle bağlantı derecesini gösteren ve güvenilebilirlik ölçütlerini ölçümledik.

Bu bulgular otuz yıl önce Herta Herzog'un öne sürdüğü, sınama izlencelerinin çok sayıda çekiciliğe iye olduğu biçimdeki yorumu desteklemektedirler: «çeşitli yönleri, değişik insan kümelerini çekmektedir» (1940). Bunun yanında belirgin biçimde açık ve yorumlanabilir bir kalıp oluşturmaktadırlar veya görece geniş dört belli başlı küme hakkında, biz böyle bir sonuca varabilmekteyiz. Hem anlamlarının çoğunun önceden içerilmiş olmasından, hem de ikili veya üçlü kümelerin güvenilebilirliğinin kaçınılmaz biçimde düşük olmasından, son altı küme sonuçlara pek az bir katkıda bulunabilmektedir.

Bu çözümlemelere göre, sınama izlencelerini izlemede başlıca dört gönenme türü karşımıza çıkmaktadır. Birincisi kendini değerlendirme çekiciliğinden kaynaklanmakta: bir sınama izlencesi seyreden izleyici, kendine ilişkin birşeyler bulmaktadır. Küme I'deki birimlerin birer birer incelenmesi, ilgili çeşitli öğelerin çevrelendiğini anıştırmaktadır. Sorulara verdiği yanıtları yarışmacılarınkilerle karşılaştırarak, kişinin kendi yeteneğini saptaması olasılığı vardır. Hangi yarışmacıların kazanacağını kestirerek, kişinin kendi yargısını sınama olasılığı vardır. İzlemede kendim bulunsaydım nasıl yapardım diyerek, izleyicinin düşleyebileceği bir yansıtma durumu vardır. Son olarak okul yıllarının anıtilma (hatırlatma) olasılığı

vardır. Herzog'un da sınama izlencelerinin kendini değerlendirme çekiciliğine dikkat çekmesi ve bileşenlerinden birini de «kişinin geçmiş okul günlerine geri götürülme» çekiciliği olarak yorumlamış olması ilginç bir noktadır.

Aynı biçimde, küme 2'nin anlamı da kesin olarak ortadadır. Sınama izlencelerinin ikinci bir büyük çekiciliği başka bireylerle bir toplumsal etkileşim tabanı öngörmesidir. Kümedeki her birim (yalnız ayrıksı bir birim dışında) bu yorumu doğrulamaktadır. Bir sınama izlencesi ailece paylaşılan bir ilgi odağı sunmaktadır; «çocukların neler kazandığını» gözlemlene olasılığı doğmaktadır; ailenin tümü yanıtlar üzerinde birlikte çalışabilmektedirler; başka bir seçenek, soruları yanıtlamaya çalışan izleyiciler birbirleriyle yarışabilmekte ve bu olanak sonradan bir konuşma konusu oluşturabilmektedir. Açıkça, sınama izlenceleri bir «değişim aracı» işlevini çok iyi yerine getirmektedirler.

TV sınamalarının üçüncü bir çekiciliği yarattıkları çöşkudan kaynaklanmaktadır. Küme 3'deki birimlerin çoğu bu vurguyu taşımaktadırlar. Görüldüğü gibi, sınama izlenceleri izleyicilere, sanki kendileri yarışıyormuşcasına, bir yarışma çöşkusu sunabilmektedir. Bu kimin kazanacağını kestirmeye çalışıp, bunun doğru çıkıp, çıkmayacağını izlemek ve çekişmeli bir bitişin çöşku yaratabilmesidir. Professor Quiz (1940) incelemesindeki «oyun çekiciliği» deyimiyile, Herzog'da bu gönenmeyi anıştırmak istemiş gibidir. Bu çalışmada, Küme 3'ün düzeninde en belirgin olan şey; belki de, kümelenemiş birimler arasında «kaçış» öğelerinin serpiştirilmiş olmasıdır («Kaygılarımı bir süre için unutmuş olmaktan hoşlanıyorum» ve «Kaygılarımı bütünüyle unutupuyorum»). Sanki bir sınama izlencesinin çeşitli gerilimleri onun «kaçış sağlayıcı» işlevine olanak sağlamakta ve izleyicinin günlük kaygılarını bir süre için askıda tutmasına yardım etmektedir.

Son olarak, Küme 4 sınama izlencelerinin eğitimsel çekiciliğini kapsamaktadır. Burda, yine çeşitli bileşenler ilgilendirilmektedir. Sınama izlenceleri yalnız düşüncüyü uyarmakla kalmamaktadır. («Sonradan bazı sorular üstünde düşünüyorum.») Yanısıra birimlerden ikisi bir «kişisel geliştirme» çağrışımı içermektedirler

TABLO I

Televizyon sınaama izlencelerine ilişkin tümcelerın kümesel çözümleme sonuçları :

	Bağdaşıklık Katsayısı	Güvenebilirlik
Küme I: Kendini Değerleme Çekiciliği	0.24	0.69
Kendimi uzmanlarla karşılaştırabiliyorum		
İzlencede bulunduğumu ve başarılı olduğumu düşünmekten hoşlanıyorum.		
Tuttuğum tarafın gerçekten kazanması beni hoşnut ediyor.		
İzlencede bulunduğumu ve başarılı olduğumu düşünüyorum		
Okulda bulunduğum zamanları ansıtıyor.		
Yarışmacıların yanlışlarına gülüyorum.		
İzlenmesi zor.		
Küme 2: Toplumsal Etkileşim Tabanı Olarak	0.31	0.79
İzlençe hakkında başkalarıyla konuşmak için can atıyorum.		
Birlikte izlediğim kişilerle yarışmaktan hoşlanıyorum.		
Ailemle birlikte yanıtları bulmaktan hoşlanıyorum.		
Çocukların çok şeyler kazandıklarını umut ediyorum.		

Çocuklar çok şeyler kazanıyorlar.

Aynı ilgiyi paylaşan aile bireylerini biraraya getiriyor.

Sonradan bir konuşma konusu oluyor.

Aslında benim gibi insanlar için değil.

Küme 3: Çoşkusal Çekicilik

0.34

0.78

Çekişmeli bir bitişin çöşkunluğundan hoşlanıyorum.

Kaygılarımı bir süre için unutmuş olmaktan hoşlanıyorum.

Kazananı kestirmeye çalışmaktan hoşlanıyorum.

Doğru yanıtı bulduğumda gerçekten çok seviniyorum.

Kaygılarımı bütünüyle unutuyorum.

Yarışmaya kaplıyorum.

Çoşku verici.

Küme 4: Eğitsel Çekicilik

0.30

0.68

Düşündüğümde çok bildiğimi görüyorum.

Kendimi geliştirdiğimi sanıyorum.

İzlencede yer alan kişilere saygı duyuyorum.

Sonradan bazı sorular üstünde düşünüyorum.

Eğitsel

Küme 5

Uzmanların küçük düşmesini izlemek hoş oluyor.

Bazı yarışmacıların yanlışlarını izlemek eğlendirici oluyor.

Küme 6

Hem birşeyler öğrenip, hem de eğlenmek hoşuna gidiyor.

Yeni şeyler bulmaktan hoşlanıyorum.

Küme 7

Yanıtları kestirmeye çalışmaktan zevk alıyorum.

Yanıtların bazılarını bilebileceğimi umuyorum.

Küme 8

Bildiğimi sandığım konularda bazı eksikliklerimi görüyorum.

Yeni şeyler öğreniyorum.

Zaman kaybı.

Küme 9

Eğ'enceli

Ailenin tümünü ilgilendiren bir şey.

Küme 10

Evdeki konuşma seslerinden hoşlanıyorum.

Gerçekten zeki yarışmacıların ne kadar çok bildiklerini göstermelerinden hoşlanıyorum.

(«Kendimi geliştirdiğimi sanıyorum» ve «Düşündüğümde çok bildiğimi görüyorum»); öğrenim durumlarından güvensizlik duyan kişilerin, sına izlencelerini kullanarak bilgililiklerini onaylayabile-

ceklerini anıştırmaktadır. Bu da, Küme 4'ün başka bir biçimde de yorumlanabileceğini sezdirmektedir (sınama izlencelerinin, eğitsel değerlerin yansıtma ve pekiştiriminde, anlatımsal bir işlev yüklenmesi).

Geri kalan çözümlenmeler, başlıca dört kümenin temsil ettiği çekiciliklerle, toplumsal deneyim ve tutumları temsileden değişkenler arasındaki ilişkinin sınanmasından oluşmaktadır. Bu sınanmanın sonucunda, farklı kümelerin önerdiği nedenlerle, sınama izlencelerine çekilen izleyici türlerini saptamak istiyorduk. Bulgular üzerinde derin açıklamalar yapmak bu yazının kapsamını aşmaktadır: fakat uygulamayı kısaca betimleyip, bir kaç sonuca değinebiliriz; çünkü bu, bizim gönenme ölçeklerimizin onaylanması açısından, kısmen önemlidir.

Küme çözümlenme sonuçlarını her yanıtlayıcı için derecelere dönüştürmekten oluşan ilk aşama görece yalındı. Bu dönüşüm belirli bir küme içindeki birimleri yanıtlayıcının onama derecesine göre yapıldı. Bundan sonraki aşamada, çözümlenme, başlıca amacının verilen bir ölçüt değişkenin, bir küme bağımsız değişken arasından en iyi kestirimini belirlemek olan, «özdevimsel etkileşim saptayıcısı» (Automatic Interaction Detector, AİD-Dr.A.C.McKenel tarafından bu tür çalışmalar için düzenlenmiş ve geliştirilmiştir) adlı bir bilgisayar izlencesinin uygulanmasıyla geliştirilmiştir. Çalışmamızda yanıtlayıcının toplumsal artyetişimine ilişkin değişkenler bağımsız değişkenleri ve yanıtlayıcının her kümeye ilişkin dereceleri de ölçüt değişkenimizi oluşturdu. AİD bilgisayar izlencesinin uygulanışı, her bir küme için doruk ortalama dereceleri gösteren, bağımsız değişkenlere göre tanımlanan yanıtlayıcı altkümelerinin bulgulanmasıyla sonuçlandı. Öncelikle öğrenmek istediğimiz şey, ne tür toplumsal ortamların bir izleyiciyi belirli tür bir nedenden dolayı sevmek veya beğenmek olgusuyla bağdaştırılabileceği (dolayısıyla olası bir nedenselliğin ortaya konabileceği) sorusuydu. Sonuçlar hem bazı varsayımların sınanması hem de farklı kümelerin farklılıklarının onanması açısından ilgi çekiciydi. Bulgular karmaşıktır; fakat dört sınama izlencesi kümesi için en çok ilgilendirilen alt küme veya kümeleri belirtebiliriz.

Küme—1: Kendini Değerleme Çekiciliği

Çözümlenme örnekleme giren üyelerden belediye konutlarında oturanların (yetmişüç toplam yanıtlayıcıdan otuz-

altısı) görece yüksek derecelere ulaştıklarını ayrımlamıştır. Bu aslında orta sınıf için genelde daha güçlü bir çekiciliği olan bir izlen- ce türünün işçi sınıfı kökenli hayranlarının, başka izleyicilerden daha çok, kendilerine ilişkin birşeyler öğrenme kullanımıyla ilgili- lendiklerini düşündürmektedir.

Küme—2: Toplumsal Etkileşim Tabanı Olarak

Bu kümede en güçlü bağlaşımlar toplumsal temas değişkenleriyle ilgilidir. Çözümlemede öncelikle beliren yüksek de- receli küme çevrelerinde çok geniş sayıda tanışıklarının bulundu- ğunu belirten yanıtlayıcılardan oluşmaktaydı. Örneklemeye giren diğer üyeler arasında da geniş ailelere iye bireylerin, özellikle bu kümede, yüksek derecelere ulaştıkları ilgiyle gözlemlenmiştir. Sı- nama izlencesinin bir «değişim aracı» olarak kullanımı; görünü- yor ki, bireyin yakın toplumsal çevresinde bulunan toplumsal etki- leşim olanakları sayısıyla doğrudan ilintilidir.

Küme—3: Çoşku

En yüksek dereceli küme toplumsallaşabilme gös- tergesinde düşük derecelendirilen ve geniş ailelerin son doğan ço- cukları olan işçi sınıfı kökenli izleyicilerden oluşmaktaydı. Bura- da aile artyetişiminin önemi belirgin değilse de, düşük toplumsal- laşabilmeyle olan ilintinin ivedi anlamı sinama izlenceleri izleme- nin bu güdüsüne yatkın bir kaçış veya avunma açıklamasını özen- dirir niteliktedir.

Küme—4: Eğitimsel Çekicilik

Burada en güçlü ve en belirgin bağlantı eğitimsel artyetişimle olan ilintide ortaya çıkmaktadır. Çünkü çözümlemede, Leeds doğumlu yanıtlayıcılar kente «göç etmişlerden» ayrımlan- maktada ve sonra öncekilerin eğitimlerini yasal olarak zorunlu en az yılda bırakmış olanlarında yüksek dereceler bulgulanmıştır. Böy- lece sinama izlencelerinin çekiciliği okul deneyimleri en az olan bireylerde doruklaşmaktadır.

Sinama izlencelerine ilişkin bu ve başka sonuçlar ikircimden uzak değildir ve bir çok soruyu da yanıtız bırakmaktadırlar. Fa- kat bizim çalışın bazı temel denencelerimizi destekler nitelikte-

dirler. Aynı zamanda, sinama incelemesinin yalnız bir örneğini oluşturduğu, çeşitli değişik inceleme sonuçlarını örgütlenme çabamızdan kaynaklanan izleyici gönenmeleri tipolojimizde içerilen bazı ulamların belirlenmesine yol açmışlardır.

En başarılı dört inceleme, tözsel (cisimsel) başlıkların verilebileceği, toplam ondokuz kümelenmeyle sonuçlandı ve bunlar bir bütün olarak ele alındığında, görece küçük sayıda yinelenen ulamların varolduğu bulguları. Bu - çarpıcı ve yalnız kısmen beklenen - gönenme kümelerinin keşme oranıdır ki, başka ayrıntılı araştırmaya gereksinilmeden; televizyonun, izleyicisinin gereksinimlerini nasıl karşıladığını göstermeye çalışan genel bir çekicilikler yapısının hazırlanmasını olası kılmıştır. Bu keşme olgusunun başlıca önermesi oldukça değişik türde televizyon nesnelere izlemekten halkın özde aynı gönenmeyi edinmesi ve buna karşın da, aynı televizyon nesnesinden almaşık doyumlar edinmesi fikridir. Böylece bir «kaçış» güdüsü, The Dales (bir radyo dizisi) ve The Saint (bir televizyon haber ve sinama izlenesi) gibi birbirinden değişik yayın nesnelere izleyiciye yönelme yapısı açısından aynı biçimde etken olabilmektedir. Burada bir noktaya dikkat çekmek istiyoruz. Bu tür içerikler gerçekliğin doğru, güvenilir bir biçimde temsil edilmesi ölçeğinde birbirleriyle çok zor karşılaştırılabilir olmalarına rağmen izleyiciye - kolayca tanınabilir biçimde - aynı doyumunu sunmaktadırlar. Diğer gönenme türleri, aynı etkinlikle yukarıdakine benzer biçimde çeşitli izleme alanlarına yayılmıştır.

Gerçekten az sayıda konunun bu biçimde yinelenişi gönenme türlerinin genel bir yapısını oluşturmada başlangıç noktamız olmaktadır. Sonradan farklı izleyici yanıt ulamlarının birbirleriyle ilişkilerini düzenleme amacıyla, bazı düzenleyici ilkelerden yararlanılmıştır. Bunların ilki Schramm'ın (1949) kitle iletişim aracı içeriğinin ivedi ve geciktirilmiş ödüllendirmeleri arasında yaptığı ayrıma benzer bir ayrımı içermektedir. Bazı kümelerimizin televizyon kullanan izleyicinin çevredeki sıkıntı veya kısıtlamalardan uzaklaşma veya unutmaya güdüsünü, bazılarının da izleyicinin geniş çevresi hakkında birtakım bilgiler edinme kaygısını yansıttığı farkedilmektedir. Daha ivedi bazı doyumların ele alınması konusu ikinci bir ilgi alanını oluşturmuştur. Elden geldiğince, bunları «kaçış»tan çok «saptırım» olarak nitelendirmeye karar verdik. Bu bir bakıma ilk kavramın çoğu zaman anlam zedeleyici veya ikircimli

olan, birikmiş bileşimlerinden kaçınmak; bir bakıma da, bu ulamın kendisini de bölümleyip, görgül olarak saptadığımız anlam ayrılıklarına göre alt-türlere ayırlama amacımızdan kaynaklanmaktadır. Sınıflandırma çizelgemize etkiyen üçüncü bir genel gözlemimiz, kişinin kendine ve başkalarına yaptığı değinmeler ikilemine ilişkindir. Böylece kişinin başkalarıyla olan ilişkilerini içeren kitle iletişim aracı kullanımlarını - «başkaları» düşsel kişiler veya kitle iletişim aracı icracılara olsa bile - öncelikle bireye dönük olanlardan ayırlamak gereği ortaya çıkmaktadır.

Tipolojinin kavramsal statüsüne kısaca değinmek gerekmektedir. Sınıfladığımız şeylerin kesinlikle ne türden şeyler olduğu sorusu sorulabilir. Başka yönlerden ne denli yeterli olsa da işlevselciliğin dili o kadar yıpranmış, ikircimli ve kesinlikten uzaktır ki ondan kaçınmayı yeğlemekte ve yeni bir başlangıç denemekteyiz. Kitle iletişim aracı kullanımının yüksek bir ilgilendirme gizilgücüne iye olduğunu savunan görüşümüze uygun olarak ve sorunu iki yönlü ele alarak, tipolojide ayrımlanan yönelimleri belirtmede «iletişim aracı birey etkileşimi» deyimini kullanmayı önermekteyiz. Birim kümelerimiz, izleyici bireyin algılamalarına dayalı, iletilen içerikle kullanıcı arasında bazı ilişki türlerini ortaya çıkarıyor gibidir. Kavramda oldukça büyük bir belirsizlik payı kalmaktadır ancak bu durumsal değişebilirlikten kaynaklanmaktadır. Pek özel bir güdünün varlığı veya kesin bir «etki»nin olması biçiminde herhangi bir öznel çıkarmasada bulunmaktan kaçınma arzusundaız. İzleyici birey seyrettiği şeyle ilişkisinde süreli biçimde özel bir durum almaktadır. Bu durumu kişiliğinden, toplumsal aryetişiminden, deneyimlerinden, bulunduğu ivedi toplumsal ortamdan ve doğaldır ki, içeriğin kendisinden kaynaklanan çok sayıda etken belirlemektedir. Önceden bazı beklentileri bulunmakta, bunlara koşut tepki göstermekte ve birtakım durumsal, bilişsel ve araçlı doyumlar edinmektedir.

İletişim aracı-kışı etkileşimleri tipolojisi eğilimler ve tepkiler arasında bazı ortak kümelenmeleri ayırtetme ereğini gütmektedir. Yalnız bunu oldukça yaklaşık ve henüz varsayımsal biçimde gerçekleştirebilmektedir. Anlayışa yardımcı bir aygıt veya denenceler kaynağı olarak başlıca gücünü görgül tabanından almakta ve buna karşın başlıca zayıflığı yine bu tabanın olası sınırlı irasından kaynaklanmaktadır.

Tipolojimizin ulamlarını daha geniş biçimde açıklamadan önce bir özet biçiminde sunalım:

1. Saptırım

- a— Tekdüzeliğin kısıtlamalarından kaçış
- b— Sorunların yol açtığı dertlerden kaçış
- c— Duygusal boşalma

2. Kişisel ilişkiler

- a— Arkadaşlık
- b— Toplumsal yarar

3. Kişisel Özdeşlik

- a— Kişisel referans
- b— Gerçeklik arayışı
- c— Değer pekiştirimi

4. Gözetim

Saptırım

Bu başlık altında sıralanan üç alt-türün anlamları yukarıda değindiğimiz izlenice incelemeleri sonuçlarından yararlanılarak aydınlatılabilir. «Saptırım» olarak adlandırdığımız ulamın ilk alt-türü, The Saint izlenicesine ilişkin incelememizde beliren ilk belirgin yanıt kümelenmesinden ortaya çıktı. Bu küme aşağıdaki görgül ilintili birimler dizisini kapsamaktaydı (5) :

«Günlük yaşantının sıkıntısından kaçışa yarıyor»

«Kendinizden dışarı çıkmanızı sağlıyor.»

«Öykülerin genellikle ilginç artyetişimleri oluyor.»

«Kendinizin yapamayacağınız şeyleri başkasının yaptığını izlemek iyi oluyor.»

«The Saint beni heyecan içinde tutuyor.»

(5) Bu ve ilerki sayfalarda sergilenen birimler genellikle bütün birim kümeleri değildirler. Yalnız çıkarsanan anlamı en az ikircimli biçimde yansıtan birimler kapsamıştır.

Bu çeşit bir izlencenin sunduğu izleyicinin bir süre için kendini kaptırdığı ve kendi başına çekiciliği olan bir düşlem dünyasıdır.

İkinci alt-türü doğrulayan, biraz değişik bir ilişki, sınama izlenceleriyle ilgili kümelerin birinde ki «Kaygılarımı bütünüyle unutuyorum» birimiyle aynı düzeneğe değinen iki başka birimin ilintisinde belirlemektedir: «Çekişmeli bir bitişin coşkununluğundan hoşlanıyorum» ve «Kazanani kestirmeye çalışmaktan hoşlanıyorum». Bu tür saptırımın bir başka anlatısı aşağıdaki birimleri ilintilendiren haber-izleyiş kümelerinden birinde sezilmektedir:

«Sorunlarımdan uzaklaşmama yardımcı oluyor.»

«Güzel bir dedikodu gibi.»

«Evimde konuşma sesleri duymaktan hoşlanıyorum.»

«Duygusal boşalma» olarak adlandırdığımız üçüncü ulam (Herzog'un otuz yıl önceki radyo temsillerine ilişkin öncü çalışmasından tanıdığımız) The Dales radyo dizisi bağlamında ortaya çıktı. Yalnız ilintili iki tepki (yanıt) birimi bu anlamı taşımaktadır. «Bazen "keşke o, ben olsaydım" diye düşünüyorum» ve «Bazen bağırarak ve ağlamak isteyesim geliyor» - ve bu herhalde bazı sınırlı çeşitde kitle iletişim aracı nesnesi için yalnız azınlık bir izleyici için geçerli olabilmektedir. Bu durumda, küçük izlenceler örneklemede uygun içeriğin yeterince temsil edilememiş olması olasıdır ve The Dales izleyicilerinin özgün örneklemesinden yapılan bir iz sürme çalışmasında elde edilen kanıtlar bu çeşit yanıtın varlığını onaylamaktadır. Örneklemin ellibeş üyesiyle yeniden görüşmelerde bulunulup, doğrudan The Dales'in «duygularını boşaltmada» bir olanak sağlayıp, sağlamadığı sorulduğunda, onaltı olumlu yanıt alınmıştır. Kitaplara, filmlere ve tiyatro yapıtlarına karşı bu çeşit tepkilerin gösterildiği oldukça yakından bilinen bir gerçek olduğundan, belki de daha çok tanıtlamaya gerek yoktur. Burada önemli olan bizim bu olguyu bir «saptırım» biçimi olarak ele almamız ve onu daha çok azrulan bir düş dünyasına veya baskı yaratan bir gerçeklikten kaçmadan ayırılma isteğimizdir.

Kişisel İlişkiler

İki gönenme türü bu başlık altına yerleştirilmiştir, çünkü her ikisi de izleyicinin başka kişilerle olan ilişkilerine değinmektedir. Ya gerçek yaşantıda rastlanılan bireyler ya da kitle iletişim araç-

ları kişilikleri. «Arkadaşlık» ulamı izleyici üyenin kitle iletişim aracı kişilikleriyle (yapıntısal karakterler, eğlendiriciler veya sunucular), onlarla arkadaşcasına ve sanki onlar gerçek kişileri temsil ediyormuş gibi, onlar adına vekaleten girdiği bir ilişki sürecini içermektedir. İki duyarlı gözlemci bu eğilimi bir «para-sosyal ilişki» olarak nitelendirmişlerdir (Horton ve Wohl, 1956). Kitle iletişim aracının bu yolda kullanımının en açık örneği The Dales kümelelerinden birinde temsil edilmektedir; bu kümede en çok onanan «Yalnızken iyi arkadaşlık ediyor.» birimidir. İlgili başka bazı birimler şunlardır:

«Karakterler yakın arkadaşlarım gibi oldular.»

«Bana başka Dales dinleyicileriyle ortaklaşa birşeyler veriyor.»

«Evimde karakterlerin sesini duymaktan hoşlanıyorum.»

Kitle iletişim aracına ilişkin yaygın bir varsayım ve çoğu kişinin deneyimlerinde yer alan bir olgu, çok sayıda yalnız izleyici çeken bir izlencede (The Dales) bu çeşit tutumların oluştuğunun gösterilmesiyle tanımlanmaktadır. Ne var ki, bizim bu izlenceye ilişkin kanıtlarımız, arkadaşlık ögesinin genellikle varsayılandan daha güçlü olduğunu anırtmaktadır. Şöyle ki; karakterler aynı gerçek kişiler gibi varolabilmekte, tanınıp, sevilebilmektedirler. ve sesleri boş bir evin sessizliğini giderici bir çeşit huzur sağlamaktan öteye geçebilmektedir. Bu ilginç nokta, TV dizisi Coronation Street'e ilişkin bazı başka veriler sunarak örneklenebilir. Örneklem içindeki izleyicilerle görüşmeler sırasında, yanıtlayıcılara izlencede geçen bir kaza hakkında neler duyabildiklerini sorma olanağı ele geçti. Yapıntısal olayların gerçek yaşamla bütünleştirilmesinde ki kolaylığı gösteren birçok yanıt arasında, «arkadaş, dost veya tanıdıkmiş gibi davranma» düşüncesiyle ilişkin birtakım yanıtlar oldu: «Çok üzüldüm. Hepsini o kadar seviyorum ki... Minnie, Auntie'ye çok benziyor; onlarla tanışmış gibi bir duyguya kapılıyorsunuz. Sanki gerçek bir dostunuz kazaya uğramış gibi, onlar için birşeyler yapmak istiyorsunuz.» veya «yolun çöküşünü beklemiyorduk. Çok üzüldüm. İnşallah iyileşeceklerdir.» ve «Karım çok üzgün. Ben de çok kötüyüm. İyileşmelerini gönülden istiyorum.»

«Toplumsal yarar» olarak adlandırdığımız ulam değişik öğeler içermekte fakat bireyin alışkın bulunduğu ortamlarda, gerçek kişilerle toplumsal etkileşime aracılık eden kitle iletişim aracı kulla-

nımlarını kapsamaktadır. Toplumsal yarar, bu bağlamda, kitle iletişim aracı kullanımına bir konuşma nesnesi kaynağı, bir konuşma konusu, bir aile veya küme için -örneğin birlikte izleme- bir ortak etkinlik alanı veya belirli toplumsal kümelerin gerektirdiği üyelik rollerinin yerine getirilmesi açılarından değişmektedir. Araştırma, yazını, kitle iletişim araçları'nın konuşma veya başka toplumsal durumlarda bir «değişim aracı» olma işlevini belirleyen birtakım örnekler içermektedir (Riley ve Riley, 1951). Bizim kendi çalışmamızda en açık örneklerden biriye, televizyon sinema izlencelerinin ikinci küme yanıtlarında kapsanan bir çok birimde görülmektedir:

- «İzlenince hakkında başkalarıyla konuşmak için can atıyorum.»
- «Birlikte izlediğim başka kişilerle yarışmaktan hoşlanıyorum.»
- «Ailemle birlikte yanıtları bulmaktan hoşlanıyorum.»
- «Aynı ilgiyi paylaşan aile bireylerini biraraya getiriyor.»
- «Sonradan bir konuşma konusu oluyor.»

Ve televizyon haberlerini izleyişi çözümlediğimiz çalışmadan ilginç bir küme, aşağıdaki birimleri kümelendirerek, televizyonun bilgi aktarmada daha özel bir kullanımını saptamaktadır:

- «Haberleri ilk duyan olmaktan ve bunları başkalarına aktarmaktan hoşlanıyorum.»
- «Merak duygumu doyuruyor.»
- «Haberleri anında izlemiş olmak konuşma için bir sürü ortam ve konu sağlıyor.»
- «Nelerin olup bittiğini bilmekle kendimi bir bakıma daha güvenceli hissediyorum.»

Belki kitle iletişim araçları kullanımının bu ulamı bizim izleyici ve kitle iletişim aracı arasındaki ilişkinin tek yanlı olmadığı; toplumsal rol ve durumun izleyicinin seçim ve tepkisini yönlendirmede etken olabildiği biçimindeki kanımıza en iyi desteği sağlamaktadır. Aynı zamanda kitle iletişim aracı özgün içeriğinin, izleyici tepki alanlarını kestirmede görece yararsız olduğunu savunan görüşü tartışılabilir kılmakta; dolayısıyla, yüzeysel anlam temel alınarak yapılan içerik ulamlandırmaları kitle iletişimi incelemelerin-

de sınırlı bir değer taşıyabilmektedirler. İzlerken gösterilen bir davranış örneğinin «anlamı» salt içerik konusunda bilgiden veya izleyicinin sosyal-demografik evren değerlerinden (parametrelerinden) çıkarsanamamaktadır.

Kişisel Özdeşlik

Bu başlık altında sınıflandırılan gönenme türleri, izleyicinin özbenliğine yansıtma veya yaşamında önemli bir noktaya aşırı bir ilgi yoğunlaştırma amacıyla, izlenice nesnelere kullanma biçimlerini biraraya toplama çabasının sonucudur. Böyle bir oluşum-«kişisel referans» olarak adlandırdığımız bir televizyon kullanım biçimi-belki de, bulgulara araştırmasının en önemli yeniliğini sağlamaktadır; çünkü eski kullanım ve gönenme incelemelerinin pek azı buna benzer bir şeyi belirtmektedirler. Bu izleyicinin kendi durumunu, ırasını (karakterini) veya yaşantısını, geçmişini veya geleceğinin birtakım yönlerini aydınlatmada veya ıralamada izlenice içeriğinin bir tür kullanımını yansıtmaktadır. Örneğin, birinci Dales kümesinin egemen birimi şu sözcüklerden oluşmaktaydı, «İzlenice olduğumdan daha kötü olabileceğini anımsatmakta.»; ilişkili öbür birimler aşağıdakileri içermekteydi:

«İzlenicedeki kişileri tanıdığım başka kişilerle karşılaştırabilmekteyim».

«Öz yaşamında geçen bazı şeyleri anımsatıyor.»

«Bazen, önceden tanıdığım bazı kişilerin anılarını gözümün önüne getiriyor.»

Buna ek olarak, birinci sınama izlenicesi kümesi sorulan soruları yanıtlayıp, başarısını izlenicede yer alan bireylerle karşılaştıran izleyicinin; öz yeteneğini değerlemeye duyduğu ilgiyi yansıtan bir küme birimi biraraya toplamaktaydı. Bu yönelim simgesel etkileşimcilerin görüncesini (perspektifini) anımsatmakta, buna göre her bireyin dünyasındaki odak öge benliğe ilişkin bir kavrayıştır ve böyle bir kavrayış büyük oranda bireyin kendine başkalarının gözünden bakmasıyla biçim alır. Görüldüğü gibi, yalnız bireyler arası etkileşim değil fakat aynı zamanda kitle iletişimi de bazı bireylerin öz «benlik» lerine ilişkin izlenimlerini biçimlendirmekte veya güçlendirmeye yardımcı olabilmektedir.

Bireylerin kendi kişisel özdeşliklerini bulgulamada gösterdikleri bu ilginin ikinci bir çeşitlemesi, ilkinden başlıca yaratılan yansıma türünde ayrılmaktadır. «Kişisel referans) ulamı çerçevesinde özümlenen sınıflandırma ve adlandırma etkinliğine karşın, «gerçeklik arayışı» süreci izleyicinin yakın çevresinde yaşadığı veya herhangi bir anda yaşayacağı bazı sorunlara ilişkin düşüncelerini uarmaya yarayan izleni içeriği kullanımlarını içermektedir. Bu eğilimi belirtir gözükken The Dales kümesi şu tür birimleri kapsamaktaydı : «The Dales'deki kişiler bazen benimkilere benzer sorunlarla karşılaşılıyorlar» ve «Bazen kendi yaşantımı anlamama yardımcı oluyor». Benzer bir kümenin Saint çözümlemelerinde ortaya çıkışı-«Düşünmek için besin sağlıyor» egemen birimi çevresinde odaklaşan- daha şaşırtıcıydı; çünkü bu dizi birçok gözlemciye bir dizi dilek doldurucu düşlemlerden başka hiçbir şey sunmuyor izlenimini verebilmekteydi. Sonuçlar, hemen her tür yapıntısal içeriğin aşırı tutkunlarının, o içeriği kendi gerçek yaşam sorunlarına ilişkin bir uyarıcı olarak kabul ettiklerini anıştırmaktadır.

Daha az şaşırtıcı olarak, televizyon haberlerinin çekicilikleri arasında, topluca haber izleyişe başkalarının görüş, duyuş ve düşünüş açılarından yaklaşımı deneyen küçük bir yanıt birimleri kümesi saptadık. Bu küme aşağıdakileri kapsamaktaydı: «Herşeye rağmen yaşantımın pek o kadar da kötü olmadığını fark etmeme yardımcı oluyor.»; «Başka kişilerin bazı sorunlarını anlamama yardımcı oluyor.»; «Bazen hüzünlenmeme neden oluyor». Ne kadar bu tür tepkilerin «kişisel referans» ve «gerçeklik arayışı» ulamlarının arasında yeri belirsizse de, haberlerin özdeşlik kurup, sürdürme ve benlik ile geniş toplumu ilişkilendirme sürecine etkimesi noktasında çok az kuşkulabiliriz.

«Kişisel özdeşlik» ulamının altında, «değer pekiştirimi» diye adlandırdığımız tipolojinin üçüncü ulamı az çok kendi kendini açıklayıcı özelliktedir. İzleyicinin kendisinin de inandığı değerlerin, bir izlenide yansıtılmasından dolayı doğan çekiciliğe dokunmaktadır. Bu tür kitle iletişim aracı -birey etkileşimi en açık biçimde egemen biriminin şu sözcüklerden oluştuğu bir Dales kümesinde sergilenmekte, «Dales gibi ailelerin bugün varolduğunu bilmek sevindirici bir şey» ve başka iki birimle ilintilenmektedir. «Bana aile bağlarının önemini anımsatıyor», «Aile yaşantısının nasıl olması gerektiğini sergiliyor». Yayım nesnelere değer pekiştirim ilişki-

sini içeren iki başka örneğe de ilgi çekilebilir. Bunlardan biri sına- ma incelemesinde, kendi kendini yetiştirme ve genel eğitimsel de- ğerlere ilişkin olumlu tutumları yansıtan bir dizi birimin çözüm- leme sonucu saptanmasıyla belirginlik kazanmıştır. İkincisi yine Dales incelemesinde bulunmuştur ve dizinin kadınlar için bir izlen- ce olduğu değerlemesini içermektedir. Bu kanı, aynı zamanda, dizi- nin cinsellik ve şiddeti vurgulayan kitle iletişim aracı içeriklerine karşıt, duyarlılık ve aktöresel (ahlâki) saygınlığından duyulan bir kıvancı da belirtmekteydi.

Gözetim

Her ne kadar gelecek araştırmalar zorunlu kılabilirlerse de, Lasswell'in kitle iletişim aracı işlevlerine ilişkin sınıflandırmasına uygun biçimde adlandırdığımız (1948), bu ulamı daha alt bölümlere ayırmamızı doğrulayacak görgül bir tabanımız bulunmamaktadır. Beklenilebileceği gibi, bizim çalışmamız haber izleme tutumlarında bu ulamın önemli biryeri olduğunu göstermektedir. Büyük bir küme aşağıdaki birimleri kapsamaktaydı:

«Düşünmek için besin sağlıyor.»

«Günün başlıca olaylarını anlatıyor.»

«Önemli konuların nasıl sonuçlanacağını izlemekten hoşlanıyorum.»

«Fiyat artışı ve benzeri durumlarla apansız karşılaşmamak için haberleri izliyorum.»

«Haberleri izlemek yetki sahibi kişilerin yanlışlarını gözetleme yardımcı oluyor.»

«Televizyon haberlerini izlemek çeşitli konularda karar alma yardımcı oluyor.»

Her ne kadar bu kümenin anlamı «gerçeklik arayışı» ulamına benzer görünmekteyse de, başlıca ivmesi başka yerden kaynaklanmaktadır - yakından duyulan bir dizi kişisel sorunlara yansıtılacak bir uyarımdan çok, geniş toplumsal çevredeki olaylara ilişkin bazı bilgi ve görüşler edinmeye yönelim. Gerçekte bu ayırım çözümleme korunmuştur, çünkü haberlere ilişkin başka bir tutumlar kümesi bu tür bir kişisel vurguyu taşımaktadır.

Sonuçlar

Amacımız gönenme verilerinin dizgesel düzenlenişini sağlayacak bir çerçeve taslağı çizmek ve (bu evrede) izleyici ilgilerini -görece oluş sıklığına veya izleyici üyelere özgün özel anlamlarına bağlı kılmadan -kendi anlamlarına göre sınıflandıracak bir temel oluşturmaktı. Bu tipolojinin ilginçliği bizce, önermesel özelliği bir yana, karşılaştırılabilir televizyon izleyicisi örneklemelerinden, benzer yöntemlerle toplanan görgül kanıt tabanından gelmektedir. Zaman, yer ekin, iletişim aracı, inceleme yöntemi ve incelenen nüfusun ırsal ayrımlarından dolayı, önceden bildirilen çok sayıda izleyici gönenme incelemeleri, kolaylıkla bir tipoloji için kaynak nesnesi olarak değerlendirilmemektedir. Buna rağmen bütünü değilse bile, geçmiş bilgilerin çoğu, bu veya daha genişletilmiş bir tipolojide barındırılabilir.

Bu biçimiyle, tipolojinin bazı belirgin zayıflıkları bulunmaktadır. Tamamlanmamış olduğu ileri sürülebilir; çünkü oldukça küçük yanıtlayıcı örneklemelerine uygulanan, sınırlı sayıda izlenec türlerinin incelenmesine dayanmaktadır. İlerdeki kanıtların tipolojinin alanını genişletmesi ve ileri alt-sınıflandırmaların eklemesini gerektirmesi düşünülebilir. Hem aynı ulamlara verilen anlam, hem de ulam sınırları arasında çizilen ayrılıklar açısından oldukça çok onanmaya gereksinim vardır. Her durumda, görgül tabana dayalı, tümüyle onanmış bir kitle iletişim aracında bireysel etkileşim yapısı kurmak olanaksız gibi görünmektedir. Çünkü sorgulanan olgu izleyici deneyim ve algılamasındaki değişikliklere, iletişim içeriğindeki değişikliklere ve toplumsal ortamdaki değişikliklere göre bazı oranlarda değişebilmektedir. Fakat, belirtilen doğrultularda yapılacak ileri araştırmalarla, kesinliğin arttırılmaması için hiç bir neden bulunmamaktadır. Dahası, eğer daha geniş sorgulamalar, bizim kullandığımız yöntemleri kullanarak, saptadığımız ve betimlediğimiz örüntünün temelden bir yeniden gözden geçirilmesini gerektirirse, buna oldukça şaşırırız.

Bu yazının başında ele alınan sorunlara ilişkin araştırmalar da oldukça açıktır. Eğer tipolojinin olayların gerçek durumunu yaklaşık olarak belirttiği kabul edilirse; televizyon izleme deneyimine yaygın olarak yöneltilen kaçış formülünün yetersizliği açıkça ortadadır. Bir kez «kaçış» deyiminin uygulandığı güdü ve doyumlar tüm izleyici yönelimlerini kapsamaktan çok uzaktırlar. Her

ne kadar, biz önemli bir dizi etkileşimi tipolojimizde «saptırım» başlığı altında kümelendirdiysek de, çoğu kişide bunların-aynı biçimde çok önemli-bazı başka beklenti ve görüş türleriy aynı anda var oldukları açıktır. (Herşeye rağmen, yayımda salt «saptırım» arayan, tek boyutlu bir anlık yapısına iye izleyici türü varsa, aynı anlık yapısını paylaştığı kümenin sayısal büyüklük veya küçüklüğü ve hangi ruhbilimsel ve toplumsal güçlerce dürtüldüğü; doğaldır ki, bu ana dek Leeds'te yapılanlardan daha geniş ölçekte incelemeler için birer araştırma konusu oluşturmaktadırlar.)

İkincisi, içerik ulamları ve izleyici gereksinimleri arasındaki ilişki çoğu yorumcunun sandığından daha düzensiz ve karmaşıktır. Bu yalnız tutulan izlencelerin çoğunun çok yönlü çekiciliklerinin bulunmasından dolayı değildir. Aynı zamanda verilen bir içerik ulamına güvenle bir değer iliştirebileceğimiz tek ölçütün olmamasından ileri gelmektedir. Yayın aracından yayımlanan nesnelere bağdaşık olmadığı kabul edildiğinde, yalnız kiminin eti kiminin zehiri olmamakta, aynı zamanda birisinin gerçek dünyadan kaçma kaynağı başka birinin gerçek dünyaya demir atma noktasını oluşturmaktadır - benliğinin belirli yönlerini, günlük yaşantıda karşılaştığı sorunları ve bağlı olduğu değerleri tanımlayarak veya vurgulayarak. Ne iletişim içeriğiyle izleyici güdellenmesi arasında, ne de izlenme nesnesinin biçilen varsayımsal ekinsele değeriyle (yaygın güzelduyu ölçütlerine göre yargılanan) çoğu ilgili izleyicinin ondan olası edineceği anlam derinlikleri arasında birebir bir çakışma yoktur.

Üçüncü olarak, sevilen televizyon izleme deneyimine yönelik her türlü yadsımacı tutumun dayanakları, egemen kaçış yorumuna başarıyla karşı çıkıldığı oranda çökmektedir. Kuşkusuz kitle iletişim araştırmaları henüz televizyon izlenirken harcanan zamanın uzun süreli katkıları konusunu pek aydınlatamamışlardır fakat en azından araştırmaların aradıkları artık kaçış görüngesinin (perspektif) ışığında görüldüğü kadar değersiz değildir.

Fakat neden önceki sayfalarda kaba taslak belirttiğimiz, televizyon izleyicisine ilişkin genel varsayımların çoğu kanıtlara karşı niteliktedirler? Birkaç açıklama olası gibi gözüküyor. Apacık bir açıklama, geçmişte eleştirmen ve yorumcuları görüşlerinde daha bilgili kılacak türden verilerin azlığıdır. Buna ek olarak, çoğu sözlü yorumcular televizyon gibi kitlece tutulan bir kitle iletişim ara-

cına, ekinsel açıdan, küçümseyici bir tutumla yaklaşma eğiliminde olmuşlardır. Bu, belki de, yazın, sanat, uzmanlaşmış basın ve iyi öğrenim görmüş bireylerle ilişkilerin sağladığı iletişimin zenginlik ve çeşitliliğinden yoksun kitlenin; yalın biçimde, bütünüyle yoksunlaşmış olması gerektiği varsayımından kaynaklanmaktadır. Gerçekteyse, çeşitli türden iletişim ortamlarına-herhangi bir nedenden dolayı - ulaşamayan bireyler işlevsel açıdan, televizyon kullanımında daha az belirgin bir amaç taşımakta; bunlar için TV, içinden birçok kitle iletişim aracı eleştirmenleri veya öğrencilerinin çıkma eğilimi olan nüfus kümelerine oranla daha çok tüm amaçlı bir iletişim aracı olmaktadır. Son olarak, yüzeyde kaçış ve saptırım sağlayıcı görünen ve sunucuları tarafından da çoğunlukla, daha çok izleyici çekeceği düşünülerek, kaçış imgesini çağrıştıran biçimde sunulan izlenec nesnelere, televizyon içeriğindeki ege-menliğine ilgi çekmek istemekteyiz. Eğer içeriğin yüzeysel ulamıyla uyardığı tepki türü arasında bire bir ilişki varsayılmakta ve eğer yine kitle iletişim aracında, kanıtların ve kuramın öngördüğünün ötesinde, izleyici tepkilerini biçimlendiren belirleyici bir güç varsayılmaktaysa, o zaman kuşkusuz kaçış yorumu kaçınılmaz olmaktadır. Aslında burada, kitle izleyicisine ilişkin yaygın imgelerde güçlü bir kendi kendini onama ögesini belirttiğimiz, önceki görüşümüzü yinelemiş olmaktadır. Betimlediğimiz araştırma kitle iletişimine ilişkin kapalı düşünüş biçimlerine karşı bir çağrı olmalıdır. Ortaya çıkan tipoloji izleyici bireylerin yaşantılarında televizyonun yerine ilişkin gelecek incelemelere bir uyarı olarak değerlendirilmelidir.