

## **KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ KAMUOYU OLUŞUMUNDA KÜMÜLATİF ETKİSİ**

**Dr. Osman ÖZSOY**

### **Giriş**

İnsanlık bilgi çağı adı verilen yeni bir çağa girerken, hiç kuşkusuz, iletişim alanında tarih boyu ortaya koyduğu birikimin de katlanarak arttığı yeni bir dönemin eşliğine dayanmış bulunuyor. Yarının bugünkünden çok farklı olacağı, önümüzdeki yılların ise insanlığa kimbilir ne sürprizler hazırlayacağını bilemediğimiz bir çağın eşliğine dayanmış bulunuyoruz. 21. Yüzyılda hemen her şeyin şimdikinden çok farklı olacağı konusunda bilim adamları hemfikir görünmektedir.

Daha da önemlisi, insanlığı bekleyen böylesi bir küresel iletişim ağı, bilimsel araştırmaların, üretkenliğin, kültürel değişmelerin, global ticaretin, global eğitimin, global sorunların ve global kamuoyunun da ana kaynağını hazırlamaktadır.

### **1. Kamuoyunu Etkilemede Teknoloji Kullanımı**

Çağımızda hızla gelişmekte olan iletişim teknolojileri kamuoyu oluşturma faaliyetlerinin niteliğini de değiştirmektedir. Günümüzde uydu, fiber-optik, radyo-televizyon, internet ve diğer iletişim teknolojilerindeki hızlı

gelişmeler kamuoyu oluşumuyla ilgili kullanılan alışlagelmiş yöntemleri de derinden etkilemektedir.

Bu konuyla ilgili önemli çalışmalar yürütülmektedir. George Gerbner ve Pennsylvanie üniversitesindeki çalışma arkadaşları televizyonun insan hayatı üzerindeki etkileri üzerine araştırmalar yürütmüşler ve medya aygıtının insan hayatı üzerinde merkezi bir rol üstlendiği ve gerçeği oluşturmada ana kaynak haline geldiği görüşünü ortaya atmışlardır.

Artık günümüzde, dünyada nelerin meydana geldiğini, nelerin ne oranda önemli olduğunu ve nelerin doğru veya yanlış olduğunu bizlere büyük ölçüde medya tarif etmektedir. Gerbner ve arkadaşları ortaya sürdükleri görüşle ilgili dört temel dayanak ortaya sürmektedirler. Bunlardan ilki: Modern toplumlarda insanlar hayali veya dış kaynaklara bağımlı gelmektedir. Bu da, toplum bilincinin oluşumunda kitle iletişim araçlarının etkinliğini açıkça göstermektedir. İkinci olarak, izleyiciler televizyonlarda üretilen ürünlerin içerisinde gizli olan mesajları absorbe etmeye olan meyillidirler. Üçüncüsü, televizyon toplumun tüm sosyal katmanlarını etkilediği ve her yere girdiği için toplumun görüşlerini geniş biçimde aktarma imkanına sahiptir. Dördüncüsü, şiddet olgusu televizyonun kurduğu toplumsal düzende önemli rol oynamaktadır.

## **2. Televizyonun izleyici üzerindeki etkisiyle ilgili çalışmalar**

Şimdiye kadar kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkisi üzerine çeşitli araştırmalar yapılmış ve farklı bulgular elde edilmiştir. Bu bilim adamlarınca şu sorunun sorulmasına neden olmuştur. Eğer kitle iletişim araçlarının bireyleri etkileme özelliği varsa, o zaman bu araçları fazla izlemekle insan davranışları ve inanışları

üzerindeki değişime ilişkisi ne oranda kendini göstermektedir?

Gerbner ve arkadaşları görüşlerinin doğruluğunu araştırmak üzere New Jersey'de orta okul düzeyinde bir okulda araştırma yaptılar ve bu araştırmada aşırı TV izleyenlerle daha az izleyenlere ir takım sorular sordular. Bu sorular arasında, geceleyin şehrin caddesinde hiç korkmadan yürüyüp yürüyemeyecekleri, insanların yardımsever veya bencil olup olmadıklarıyla ilgili sorular da vardı.

Bu araştırma ilginç bir sonucu ortaya çıkardı. Çünkü araştırmaya göre, çok TV izleyenlerle çok kitap okuyanların diğerlerine oranla insanların şiddet olaylarına karıştığına ilişkin iddialarını oldukça abarttıkları, diğerlerine oranla geceleri caddelere çıkma konusunda daha çok korktukları ve daha çok bencil oldukları ortaya çıktı.

Araştırmayı yapan bilim adamları bu tablonun ortaya çıkardığı durumu şu şekilde değerlendirdiler. Aşırı düzeyde televizyon seyredenler, televizyonun sunduğu gerçekliği gerçekten toplumsal gerçeklik olarak algılama yanılığısına düşmektedirler.

Yaş grupları dikkate alınarak yapılan bu araştırmada, genç ve orta yaş grubunun ileri yaş grubuna oranla televizyonun sunduğu gerçekliğe daha çok ilgi duydukları tespit edilirken, ileri yaş grubunun ekranda izlediklerine daha temkinli yaklaştıkları görüldü. Bunun temel nedeninin de, hayat tecrübesi gerçeği olarak kendini gösterdi. Çünkü hayat tecrübesi sahibi ileri yaş grubunun izledikleri ve duydukları konusunda seçici davrandığı ve bunları hayat tecrübelerinin ışığında değerlendirdiği dikkati çekti.

### **3. Televizyonun İzleyici Üzerindeki Etkisinin ülkenin Sosyal ve Siyasal Yapısıyla İlgisi**

Gerbner ve arkadaşlarının yaptığı bu araştırmaya, araştırma sonuçlarının hemen her ülke için aynı sonuçlar vermeyeceği görüşünü ileri süren bilim adamları da olmuştur. Bu görüşteki bilim adamlarına göre, ticari televizyon işletme sisteminin olmadığı veya televizyonun devletin elinde olduğu sistemlerde aynı kanaate sahip olmanın mümkün olmadığını ileri sürmüşlerdir. Bu düşüncedeki bilim adamlarına göre, bu tür ülkelerde televizyonun sunduğu dünya iktidarda bulunan insanın ideolojik yapısını oluşturan ilkelerin bir yansıması olarak kabul edilmektedir.

Eğer bir ülkede birbirinden bağımsız alternatif kanallar varsa, bireyler bir kanala mahkum olmak zorunda değil, beğenisine uygun değil veya sevmiyorsa, kanalı uzaktan kumandasıyla değiştirme şansına sahiptir. Bu nedenle izleyici bu sistemde pasif değil, aksine canlı ve aktif konumdadır.

Birden çok kanal olduğu hake izleyicilerin aynı anda sadece iki kanala yüklenmeyip her televizyon kanalının az veya çok izleyici toplamasının en önemli nedeni, seçicilik kuramı ile ilgilidir. Yani bir insan herhangi bir hastalıktan muzdaripse, o sırada o hastalığı ile ilgili bilgilere yer veren programa ilgi göstermekte, örneğin o sırada çoğunluğun izlediği bir futbol maçına aynı oranda ilgi gösteremeyebilmektedir. Televizyon izlencesiyle ilgili bir başka gerçekte, insanların buldukları yaş gruplarıyla ve yaşam standartlarıyla orantılı olarak bazı konulara öncelik verdikleri ve bazı temel ihtiyaçlarla bunlara paralel taleplerin yadsınamayacak ölçüde insan hayatında kendini belli ettiği konusudur.

Bunun dışında televizyon dünya kültürü üzerinde tek türe indirgeyici bir etkiye sahiptir. Bu özelliğiyle belirli insan standart tipleri oluşturabilmektedir. Dünyanın pek çok ülkesindeki televizyon kanallarında birbirinin tıpatıp aynısı veya benzeri programların yayınlanması, insanları "*benzer bir şekilde yaşamaya*" götürmektedir. Bu durum televizyon tutkunlarını, bitişikteki komşunun adını bilmemekle birlikte, haritada bile çoğu defa yerini göstermekte zorlanacağı ülkelerin yüzde kaç enflasyonla mücadele etmek zorunda olduklarından ayrıntılarıyla haberdar edecek kadar ilgi çeken bir araç konumuna getirmiştir. Dünyanın pek çok yerinde yerli müzik rock ve country müziğe, yerli yemekler hamburgerlere, yerli içecekler kolaya karşı sonucunu kestirmenin zor olmadığı bir mücadele vermektedir. Pembe dizilere olan rağbet, toplumun ilgi duyduğu sosya gerçekleri gözler önüne sermesi adına televizyonun ortaya çıkardığı önemli bir gösterge olmuştur. Gece soaplarının ilk örneğini oluşturan ve modern bir masal havası içinde geçen başlıyacak *Dallas*, Hollywood film tarzında çekilmiş en görkemli ve en lüks yapımdır. Dizide yer alan masalımsı zenginlikteki Ewing ailesinin fertleri Southfork çiftliğinin verandasında kahvaltı ederek "mutsuz, büyük ve zengin bir aile imajı" içinde yaşamaktadırlar.

Dizinin en önemli özelliklerinden birisi, sıradan insana gerçek yaşamda kapalı tutulan zengin şatoların kapısını aralaması ve bu kapının gerisinde, o insanlarca çok merak edilen bir yaşam biçimini, "*hay Allah onlar bizden de mutsuzmuş*" dedirtecek şekilde gözler önüne sermesidir. *Dallas* ve diğer soaplarda en fazla dikkat çeken konular, kadının aile ve toplumdaki konumu, cinselliği ve aile mitleri ile ilgilidir. Örneğin Sue Ellen, *Dallas*'daki rolü ile ataerkil aile anlayışının kurallarını yıkan bir kadını temsil etmektedir. Çünkü oğluna bakmayı, onu besleyip büyütmeyi reddetmekte, özel ve iş yaşamında

neyi nasıl yapması gerektiğine kendisi karar vermektedir. Yine *Dallas*'da aile kurumunun işleyiş aile kurumunun işleyiş biçimi ilginç özellikler taşımaktadır. Örneğin evlilik ve mutlu yaşam hemen tüm oyuncular tarafından sürekli arzulanmasına rağmen kalıcı evlilik ve mutluluğu pek azı gerçekleştirebilmiştir. Oysa egemen aile mitine göre, mutlu bir evlilik ve mutlu bir aile yaşamı ataerkil aile anlayışının en temel ilkelerinden biridir. *Dallas*, doğrudan kapitalizmin gerçeğini açıklamaya yaramaktadır.

Pembe dizileri olan ilginin sebeplerini araştıran bilim çevreleri, bunun sebepleri arasında, tarımsal hayatın çöküşü ve kırlardan kentlere göç, metropolitan kentlerin büyüyerek iç içe girmeleri, ev ile iş arasında uzayan mesafe, rutin bir çalışma, havanın pislik ve gürültüyle kirlenmesi, sistemin getirdiği sinir gerginliğinin artması; işte tüm bunlar kafayı başka bir şeye yorma yönünde güçlü bir ihtiyaç olmuştur. Bir ihtiyaç sigara, alkol, sinema veya popüler roman, ya da bilim dergileriyle veya benzer işlev gören radyo ve televizyon ile giderilmeye çalışılmaktadır. Büyük ilgi gören soap operaların da bu tür bir ihtiyacı karşılamadığına ilişkin değerlendirmeler bulunmaktadır.

İnsanların sosyal düzeylerine paralel olarak ihtiyaçları farklılık gösterse de, bununla birlikte bu isteklerin kendi içinde hiyerarşik bir sıralamasının bulunduğunu da ifade etilmektedir. Örneğin bu konuda Maslow'un sıralaması şu şekildedir:

- Fizyolojik ihtiyaçlar: Yeme, içme ve uyku gibi.
- Güvenlik ihtiyacı: Fiziksel, ekonomik ve sosyal güvenlik.
- Ait olma ve sevgi ihtiyacı: Bir gruba ait olma ve sevme-sevilme ihtiyacı.
- Saygı ihtiyacı: Toplumda ün ve itibar sahibi olma.
- Başarı ihtiyacı.

Maslow yaptığı bu sıralamadaki hiyerarşik yapıya büyük önem verirken, ayrıca şunu da ilave eder ve "aç olan bir insan önce karnını doyurur, sonra kıyafetine bakar" der.

Kimi bilim adamları ve bazı psikolog ve sosyologlar Maslow'un sıraladığı bu maddelere bilme ve anlama ihtiyacı gibi iki maddeyi daha eklemektedirler.

#### **4. Medyaya Olan İlginin Yoğunlaşması**

Medya alanındaki tecrübelerin ortaya çıkardığı gerçeklerden birisi de, kriz hali ve savaş durumlarında televizyonların izlenirlik, gazetelerin de tirajlarında büyük artış olduğunu göstermektedir. Bu gibi durumlarda insanlar, her türlü imkandan yoksun olma ve maddi kaynaklarını ölçülü olarak kullanma hassasiyetlerine rağmen gazete satın almayı ihmal etmemekte, hatta bu konuda daha talepkar davranmaktadırlar. Bunun en önemli nedenlerinden birisini, bu gibi kriz durumlarında, insanların enfomasyona duydukları ihtiyaç oluşturmaktadır.

Bunun içindir ki De Fleur ve Ballroeach kitle iletişim araçlarının içeriği ile ilgili dürtüler arasında mantıksal bir bağ bulunduğunu düşünürler. Bu düşüncenin temel dayanağı da şudur: kitle iletişim araçlarının başında bulunan kişiler belirli bir içerik seçer. Bu içerik daha önceden var olan bir bağımlılığı esas alır. Eğer seçici olmayan gündelik izleyici bir biçimde yakalabilir ve daha sonra bu kişinin dürtüleri harekete geçirilebilirse tiraj veya reyting elde edilmiş olur. Eğer kitle iletişim aracının verdiği içerik bu izleyiciyi şu veya bu biçimde tatmin etmese, o zaman bu kişi izleme sürecini bırakmış olur. Bu noktada tiraj veya reyting azalması olur.

Burada önemli olan bir başka nokta ise, eğer izleyicinin izlediği programdaki içeriğe olan ihtiyacı ne

kadar fazla ise, uyandırma da o kadar etkili olacak ve katılım daha da artacaktır. Böylece mesajın dinamik ve kümülatif etki şansı daha da artmış olacaktır.

1960 yılından sonra yapılan araştırmalar da, hedef kitlenin yanısıra mesajın içeriğinin de etki araştırmalarında ön planda tutulması gerektiği savunulmaya başlanmıştır. Hatta mesajın oluşturuluş içimi ve sıralamasının etki için önemli olduğu ve ilk sıralardaki iletilerin arka sıralardaki iletilere göre daha kolay algılandığı ve hatırlandığı yapılan araştırmalar sonunda belirlenmiştir. Son verilen haber daha çok akılda kalması gerekirken ilk sıralardaki haberlerin zihinde daha fazla yer etmesinde, hiç kuşkusuz insanların, ilk verilen haberlerin daha önemli haberler olduğu şeklindeki değerlendirmenin büyük etkisi bulunmaktadır.

Burada üzerinde durulması gereken bir başka önemli nokta da vardır. Bugüne kadar kitle iletişim araçlarının etkisi üzerine yapılan araştırmalar genel itibarıyla bunların zararları üzerine yoğunlaştı. Pozitif etkiler üzerinde yapılan araştırmaların negatif etkiler üzerindeki araştırmaların çok altında kaldığı muhakkak. Bu konularda yapılan çok sayıda çalışma, televizyon ekranlarında sergilenen prososyal ve anti sosyal tutum ve davranışlardan izleyicilerin bir şeyler öğrendiği konusunda hemfikirdir. Araştırmalara göre şiddet içeren bir programı izleyen insanlar yüzde yirmi oranında anti sosyal bir tepkide bulunurken, prososyal bir programı izleyenler ise yüzde elli nispetinde prososyal bir tepkide bulunmaktadırlar.

Bu konuda bilim adamlarının ortaya çıkardığı bir başka gerçek de, yetişkinlerin haberdeki şiddetten, küçüklerin filmlerdeki şiddetten, daha genç ve agresif çocukların ise anti sosyal içeriklerden daha kolay etkilendikleri yönündedir.



## **Sonuç:**

Kitle iletişim araçlarının kümülatif etkileri konusunda yapılan araştırmalarda bir kısım eksiklikler göze çarpsa da, genel itibarıyla bu konuda bu güne kadar yapılan çalışmaları görmezden gelmek mümkün değildir.

Fakat bu konuda en belirgin göze çarpar gerçek şudur: Medya bağımlılığı ve özellikle de kurgunun haber sunumlarında önemli yer tuttuğu sık televizyon izleme alışkanlıkları, kişileri, kendi toplumsal gerçekliği unutarak, gerçekliği televizyonun oluşturduğu ve asıl gerçeklikten farklı olan gerçeklik olarak algılamaya itmektedir. Bu ise, sorunların abartılmasına ve çözüm konusunda ümitsizliğin doğmasına neden olmaktadır.

## **KAYNAKÇA**

1. Korkmaz Alemdar-Raşit Kaya: Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar, Ankara 1983.
2. İnceoğlu, Metin: Güdüleme Yöntemleri, Ankara 1985.
3. Gökçe, Orhan: Kitle İletişim Araçlarının Etkileri ve Teori Sorunu, H.Üni. Edeb. Fak. Dergisi, c.6, Aralık 1989.
4. Gökçe, Orhan: İletişim ve Kitle İletişim Bilimlerine Giriş, Konya, 1993.
5. Aytekin, Isman: Living in the Information Age: Global Distance Education, ED Journal, volume:10#8.
6. Osborne, Richard: Crime and The Media, London, 1995.

