

SIYASAL TOPLUMSALLAŞMADA KİTLE HABERLEŞME ARAÇLARININ ROLÜ VE ÖNEMİ

Doç. Dr. Oya TOKGÖZ

I. Siyasal Haberleşme ve Kitle Haberleşme Araçları

XX. yüzyıl kitle haberleşme araçlarının fazlasıyla etkinlik kazandığı, bir yüzyıl olarak tanımlamak hatalı olmaz. Gelişen teknoloji pek çok yeni kitle haberleşme aracının günlük yaşantıya katılmasını sağlamıştır. Yeni kitle haberleşme araçları da, eskilerine oranla daha etkin olduklarından siyasal süreç içinde daha etkin bir rol oynamaya başlamışlardır.

I. Dünya Savaşından sonra gazeteler ve dergiler yanında sözlü haberleşmeyi gerçekleştiren kitle haberleşme aracı radyo yaygınlık kazanmıştır. Radyo ve yazılı basın II. Dünya Savaşı öncesi ve sırasında Almanya'da Hitler, İtalya'da Mussolini gibi siyasal önderler tarafından yurttaşların duygularını kamçulamak için propaganda amacı ile kullanılmışlardır. Bu durum bir yandan propagandaya yeni bir görünüm kazandırırken, diğer yandan kitle haberleşme araçlarının siyasal etkilerinin neler getirebileceği çığırını açmıştır.

Toplumbilimciler, siyasal haberleşme alanında kitle haberleşme araçlarının propaganda işlevlerinin üzerinde çalışmalarını yoğunlaştırmışlardır. II. Dünya Savaşı sırasında girilen siyasal haberleşme araştırmalarında, Amerikalı siyaset bilimci Harold D. Lasswell'in "kim, kime, hangi kanaldan ne gibi etkide bulundu?" şeklinde tanımlanan çizgisel haberleşme süreci modelinden yararlanılmıştır (1) Bu araştırmalar, kitle haberleşme araçlarının propaganda işlevini

(1) Harold D. Lasswell, "The Structure and Function of Communication in Society" Wilbur Schramm (der.) **Mass Communications**, (Urbana: University of Illinois Press, 1960) s. 117-130.

hem laboratuvar (2) hem de alanda (3) araştırmağa yönelmişlerdir. Vaziyet alış değişikliği olarak kabul edilen fikir değişikliği ise, bu araştırmalarda devamlı olarak incelenmiştir.

Bugün kitle haberleşme araçları dış siyasal çevremizi görmemize, algılamamıza yararayan bir pencere olarak kabul edilmektedir. Siyasal dünya hakkındaki bilgiler, kitle haberleşme araçları yoluyla ikinci el gerçekler olarak bizlere ulaştırılmaktadır. Bu araçlar, siyasal dünyayı bize bilgi vererek tanımlamaktadırlar. Kişiler, bu araçlardan toplumda yaygınlık ölçüsünde, kişisel alışkanlıklarına göre yararlanmaktadırlar. Yararlanma kişilere göre değişen seçmeli ilgi ve seçmeli algı mekanizması ile gerçekleşmektedir.

2. *Siyasal Haberleşme Araştırmalarında Siyasal Toplumsallaşma Yaklaşımının Benimsenmesi*

Siyasal haberleşme araştırmalarında propaganda işlevi üzerinde durulması, kitle haberleşme araçlarının diğer işlevi olan bilgi vermenin (4) bir bakıma ihmal edilmesine neden olmuştur. Ayrıca, bilgi verme işlevi bakımından yapılan araştırmalar azınlıkta kalmıştır. Bununla beraber, bilgi verme işlevinin vaziyet alışlardan bağımsız olarak oluştuğu, önemli bir aracı olarak etkisi bulunduğu inkâr edilememiştir.

Bu arada, bazı araştırmacılar, bilgi verme işlevi sonucu görülen siyasal olayları anlama, algılama ve kavramayı içeren *siyasal bilişim* (political cognition) (5) üzerine eğilmeğe başlamışlardır. Bu yöne kayış, bir yandan önceki siyasal haberleşme araştırmalarının yarattığı eksikliği giderme amacını taşırken, diğer yandan haberleşmenin bilgi verme işlevinin temellerine inildiği takdirde, daha anlamlı sonuçlar alınabileceğinden söz edilmiştir. Daha öz bir deyişle Siyasal toplumsallaşma yaklaşımının benimsenmesi yolunda adımlar atılmıştır.

Sosyal psikolojinin bir yaklaşımı olan toplumsallaşmanın benimsenmesi, haberleşmenin öğrenmeyi gerçekleştiren, bilgi sistem-

(2) Carl Hovland et. al. *The Order of Presentation in Persuasion*, (New Haven: Yale University Press, 1957)

(3) Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson, Hazel Gaudet, *The People's Choice*, (New York: Columbia University Press, 1944): Bernard Berelson, Paul Lazarsfeld, William McPhee, *Voting*, (Chicago: Chicago University Press, 1954)

(4) Harold Lasswell, *op. cit.* s. 118

(5) Vaziyet alışlar nesnelere kişilerce toplu olarak değerlendirilmesidir. Bilişimler ise, bu nesnelere hakkında kişilerin önceden kazanmış olduğu bilgilerdir.

lerinin paylaşılmasını mümkün kılan belli başlı bir aracı olarak görünmesi bakımından mantıklı görülmüştür. Sosyal psikolojiden kitle haberleşme araştırmalarına giren bu yaklaşımın temel varsayımı ise :

“İnsan davranışını anlayabilmek, bu davranışın toplumsal temellerine ve süreçlerine inmek, bu süreçlerin nasıl öğrenildiğini ve korunduğunu belirlemek ile mümkündür.”

şeklinde dir. Bu varsayıma dikkat edilince, siyasal toplumsallaşmanın toplumsal yapı içinde hem öğrenme koşullarını hem de siyasal davranışın yerini belirlemeyi amaçladığı kolaylıkla görülebilmektedir.

Siyasal toplumsallaşma ile kitle haberleşme araçlarının bilgi verme işlevlerinin temelini oluşturan siyasal bilişimi araştıran çalışmalar, siyasal bilişimin nasıl gerçekleştiğini, geliştiğini, hatta değiştiğini belirlemeyi amaçlamışlardır. Daha başka deyişle, bu araştırmalar ‘dış dünya’ ile ‘kafamızdaki resimler ve görüntüler’ arasındaki bağlantıyı kavramaya yönelmişlerdir.

2.1 İlk Siyasal Toplumsallaşma Araştırmaları

Siyasal toplumsallaşma, sistematik olarak 1959’da Amerikalı toplumsal bilimci Herbert Hyman’ın yaptığı sentez yayın ile üzerinde söz edilen bir kavram olmuştur (6). Genellikle, siyasal toplumsallaşma, belli siyasal rollerin öğrenilmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Bu yönden bakılırsa, siyasal toplumsallaşma bir öğrenme sürecidir. Bir öğrenme süreci olarak, toplumun aynı zamanda bütün toplumsallaşma süreçleri içinde, siyasal kültürün niteliklerini ve öğelerini belirleyen bir süreç olmaktadır. Daha başka deyişle, siyasal toplumsallaşma toplumun evrensel niteliklerini yansıtan, kişisel değer, tutum ve davranışları içermektedir.

Toplumsal yapı ve kurumlar, kişisel değer, tutum ve davranışlardan bağımsız olarak gerçekleştirilemez. Siyasal davranış siyasal kültürün ve toplumsallaşmanın bir ifadesi olarak belirir. Bu ifadeye yanıt olarak, siyasal ve toplumsal kurumlar oluşurlar. Siyasal toplumsallaşma, siyasal kültürü oluşturur. Siyasal kültür ise sırasıyla siyasal kurumları, siyasal kurumlar, siyasal toplumsallaşmayı etkiler ve böylece siyasal kültür üzerinde değişmeler yaratır. Bütün bu etki ve tepki ilişkileri ise siyasal davranışı oluşturur (7).

(6) Herbert Hyman, *Political Socialization*, (Glencoe: The Free Press, 1959)

(7) Lucian Pye ve Sidney Verba, *Political Culture and Political Development* (Princeton: New Jersey, Princeton University Press, 1965)

Herbert Hyman, yukarıda anılan sentezinde ayrıca şu görüşü de ileri sürmüştür (8) :

“Kişiler, siyasal tutumlarını, yaşantılarının çok erken bir döneminde ve tüm olarak öğrenir. Sonradan da bu tutumlarına sadık kalırlar. Böylelikle, istisnalar dışında kalsa bile, yetişkinlerin siyasal davranışını değiştirmek olanaksızdır.”

Bu bakımdan ilk yapılan araştırmalarda, siyasal toplumsallaşma etkenleri olarak *aile* ve *okulların* önemi ve rolü üzerinde durulmuştur. Aile çevresinin bazı siyasal değişkenlerin - siyasal parti ile özdeşme, siyasal bilgi, siyasal katılma ve siyasal etkinlik duygusu geliştirilmesi bakımından önemli rol oynadığı ileri sürülürken (9), kişi birincil inceleme birimi olarak ele alınmıştır (10). Okulların, siyasal sistemin işleyişi yönünden bazı kavramları, inançların ve tutumların öğretilmesi yönünden önemli rol oynadıklarından da söz edilmiştir (11).

İlk yapılan siyasal toplumsallaşma araştırmalarında, siyasal bilişim yönünden, kitle haberleşme araçlarının doğrudan siyasal toplumsallaşma etkeni olmayacakları, ancak ikinci derecede rol oynayacakları ileri sürülmüştür. Aslında, bu araştırmacılarca, kitle haberleşme araçları doğrudan doğruya siyasal toplumsallaşma etkeni olarak da pek incelenmemişlerdir (12).

Siyasal toplumsallaşma bakımından kitle haberleşme araçlarının bağımlı değişken olarak alınmaları yanında, Hyman'ın öne sürdüğü görüş bazı yeni kavramların kullanılmasına da yol açmıştır. Pek çok araştırmacı, çocuklar bakımından *siyasal toplumsallaşma*, gençler yönünden ise yaşa göre değerlendirilen bağımlı bir değişken olarak *siyasal gelişmeden* söz edilmiştir. Hatta mikro düzeydeki bu araştırmaları makro düzeyde de uygulayabilmek bakımından Amerikalı toplumbilimciler David Easton ve Jack Dennis (13), A.B.D. de

(8) Hyman, *op. cit.*,

(9) Hyman, *op. cit.*,: Fred Greenstein, "Political Socialization" **International Encyclopedia of Social Sciences**, 1968 (vol 14), s. 551-555.

(10) Fred Greenstein, *Children and Politics*, (New Haven: Yale University Press, 1965)

(11) Robert Hess, Judith Torney, *The Development of Political Attitudes in Children*, (Chicago: Aldine, 1967).

(12) Lee Becker, Maxwell McCombs ve Jack McLeod, "The Development of Political Cognitions" Steven Chaffee (der.) *Political Communication*, (Sage Annual Reviews of Communication Research, vol IV, 1975) s. 36 ve devamı.

(13) David Easton, Jack Dennis, *Children in the Political System*, (New York: John Wiley and Sons, 1969).

çocuğun siyasal toplumsallaşması yönünden bir kuramsal model geliştirmişlerdir. Bu modele göre çocuğun siyasallaşması dört aşamada gerçekleşmektedir :

“Çocuk önce siyasal sisteme duyarlı hale gelir, yani siyasallaşır. İkinci aşamada çocuğun siyasal sistemle ilk ilişkisi siyasal otorite ile olur. Duyarlılığını artık kişileştirir. Üçüncü aşamada kişileştirilen otorite hakkında, iyilik ve kötülük gibi niteliklerden çok çocuğun nefret ve sevgi duyması gibi nitelikler kazanılır. Otorite idealleştirilir. Son aşama ise, birbirinden kopuk durumda bulunan birkaç siyasal otorite sahibi kişiyi algılama yerine bir sistem oluşturulur. Bu otoritelerin tümünü algılama şeklinde yani kurumlaşmaya dönüşür.”

2.2 Kitle Haberleşme Araçlarının Siyasal Toplumsallaşma Etkeni Olarak Kabul Edilmesi

1970'lere kadar, pek çok araştırmacı kitle haberleşme araçlarını güçlü bir siyasal toplumsallaşma etkeni olarak almamıştır. Araştırmalarında kitle haberleşme araçlarını değişken olarak kullananlar ise daha önce de belirtildiği gibi, bu araçları siyasal toplumsallaşma bakımından bağımlı değişken olarak görmüşlerdir. Bununla beraber, son yapılan çalışmalar, kitle haberleşme araçlarının siyasal toplumsallaşma bakımından önemli bir etken olacağını göstermektedir.

Araştırmalarında kitle haberleşme araçlarının siyasal toplumsallaşma yönünden güçlü bir etken olmadığını ileri sürenler pek çoktur. Bunlar, bütün dikkatlerini ise, okullar ve aile üzerinde toplamışlardır. Becker, McCombs ve McLeod 1975'te, yazdıkları makalelerinde bu araştırmaların sonuçlarını şöyle özetlemektedirler (14):

“Kitle haberleşme araçlarının siyasal bilişim yönünde bazı etkileri olduğu kabul edilebilir fakat yeterli, bilinçli delil olmadığı için üzerinde durulmağa değmez. Televizyona açık kalma insanın yaşantısının ilk yıllarında başlamakta, küçük okul çocuğunun okulu kadar zamanını almaktadır. Bu bakımdan televizyonun bir etki kaynağı olduğu açıktır. Yine de kitle haberleşme araçlarının rolü hakkında açıklama gereklidir.”

(14) Becker, McCombs, McLeod, *op. cit.*, s. 36.

Aynı yazarlar, ayrıca kitle haberleşme araçlarının siyasal içeriğine açık kalmayı, siyasal öğrenme sürecine katkıda bulunan nedensel bir etken değilse, toplumsallaşma bakımından bağımlı bir gösterge kabul edenlerin görüşlerini şöyle dile getirmektedirler (15):

“Kitle haberleşme araçlarının verdiği haberlere açık kalma ve haber alma, toplumsal sınıf farklılıklarının ortaya konduğu bir süreçtir. Aynı zamanda, bu süreç haber almama yönünde de işler. Kitle haberleşme araçlarının toplumsallaşma yönünde etkili olabilmeleri dolaysız şekilde görülebilir veya başka değişkenlerle etkileşim halinde gerçekleşebilir. Veya kitle haberleşme araçlarından yararlanma ile siyasal bilişim arasındaki bağlantı yapay olabilir. Bu şekilde, kitle haberleşme araçlarının siyasal gelişme yönündeki rolü az olur.”

Kitle haberleşme araçlarının siyasal toplumsallaşma bakımından potansiyel güç olmadığı yönündeki ilk araştırmaların sonuçlarını düzeltebilmek, eksikliklerini giderebilmek için yapılan yeni araştırmalar bazı yeni bulguları da beraberinde getirmiştir. Bir kere, kitle haberleşme araçlarının çoğunlukla potansiyel bir siyasal toplumsallaşma etkeni olarak alınamayacağı görüşü değiştirilmiştir. Son yıllarda yapılan araştırmalarca, kitle haberleşme araçlarının, siyasal bilişimin oluşturulmasında katkıda bulunabileceği doğrulanmıştır. Kitle haberleşme araçlarının, artık çocuklar ve gençler için birincil siyasal bilgi alma kaynağı olabileceği de kesinlikle bilinmektedir (16).

Bu yeni görüşü destekleyen bazı araştırmaların bulgularından söz etmek yerinde olacaktır. Birinci araştırma 1968 Amerikan Cumhurbaşkanlığı Önseçimleri sırasında Wisconsin Eyaletinde bazı lise iki ve lise üçüncü sınıf öğrencileri üzerinde yapılmıştır. Bu alan araştırmasının bulgularına göre, öğrencilerin kitle haberleşme araçlarına açık kalmalarının siyasal bilgi kazanılmasına yol açtığı açıkça görülmüştür. Bu araştırmada eğitim etkeni sabit tutulmuş, diğer etkenler ise asgariye indirilmiştir (7). Chaffee ve arkadaşları yaptık-

(15) *ibid.*, s. 36

(16) Jack Lyle and Heidi Hoffman, "Children's use of television and other media" Eli Rubinstein, George Comstock and J. Murray (der.) *Television and Social Behavior: Television in Day-to-Day Life*, (Washington: U. S. Government Printing Office, 1972) s. 129-256; Robert Hawkins, Suzanne Pingree and Donald Roberts, "Watergate and Political Socialization" *American Politics Quarterly*, 3 (1975) s. 406-422.

(17) Steven Chaffee; Scott Ward and Leonard Tipton, "Mass Communication and Political Socialization" *Journalism Quarterly*, 47 (1971) s. 647-659.

larının bu araştırma ile erginlik öncesi toplumsallaşma (preadult socialization) bakımından kitle haberleşme araçlarının toplumsallaşma yönünden nedensel bir etken olmayacağına dair ilkeleri uygulamanın, pek uygun kaçmadığı vurgulanmaktadır. Ayrıca, araştırmacılar, genç insanın önyönelimlerini savunmadan çok kazanma aşamasında, olduğunu da ileri sürmektedirler (18).

İkinci önemli araştırma ise, genç erginler (pre-adolescents) üzerinde yapılmıştır. Bu araştırma ile siyasal bilgi edinme yönünden kitle haberleşme araçlarını fazlasıyla izleyen genç erginlerin 1972 yılında A.B.D.'de Watergate skandalı hakkında, ertesi bahar kitle haberleşme araçlarını daha az izleyenlere oranla daha fazla bilgi sahibi oldukları saptanmıştır (19). New York kentinde ortaokul öğrencileri üzerinde yapılan başka bir araştırmada ise kitle haberleşme araçlarının birincil bilgi alma kaynağı olduğu kanıtlanmıştır. Çocukların % 83 Amerika Başkanı, % 85 Amerikan Başkan Yardımcısı, % 59 Amerika Kongresi, % 50 Yüksek Mahkeme hakkında bilgilerini kitle haberleşme araçlarından aldıklarını belirtmişlerdir (20). Bu anılan iki araştırmada da televizyonun önemi çocuklarca açıklanmıştır.

A.B.D.'de ilkokulun ikinci devresinde okuyan çocuklar bakımından yapılan araştırmada ise, kitle haberleşme araçlarından, özellikle televizyondan çocukların siyasal önderler ve günlük kamusal nitelikli olaylar hakkında bilgi kazandıkları görülmüştür (21). Aynı nitelikte yine A.B.D.'de yapılan başka bir araştırmada, anaokulu ve ilkokul çocuklarının televizyon haberlerinden bilgi kazandıklarını, özellikle bilgi kazancının çocuğun yaşı büyüdükçe daha fazla olduğu bulunmuştur (22).

Kitle haberleşme araçlarının siyasal toplumsallaşma etkeni olarak kabulü bir yana, bu araçların araç-bilgi verme ilişkisinin, eğitim veya toplumsal sınıf farklılıklarının bir sonucu olmadığına belirlenmesidir (23). Diğer önemli bir yenilik ise, siyasal toplumsallaş-

(18) *ibid.*

(19) Robert Hawkins, Suzanne Pingree and Donald Roberts, *op. cit.*

(20) Joseph Dominick, "Television and Political Socialization" *Educational Broadcasting Review*, 6 (1972) s. 48 - 56.

(21) M. Margaret Conway, A. Jay Stevens and Robert Smith, "The relation between media use and children's civic awareness" *Journalism Quarterly*, 52 (1975) s. 531 - 538.

(22) Charles Atkin and Walter Gantz, "Television News and Political Socialization" *Public Opinion Quarterly*, 42 (1978) s. 183 - 198.

(23) Chafee, Ward, Tipton, *op. cit.*,

ma araştırmalarının kullandıkları birimler olan çocuklar, gençlerden başka erginler üzerinde de araştırmaların kaydırılmasıdır. Daha başka deyişle, siyasal toplumsallaşmanın bütün yaşam süresi boyunca devamlı olduğu kabul görmektedir. Bu yönde yapılan bir araştırmada A.B.D'de 1972 ve 1974 yıllarında Watergate skandalı geniş yankılar uyandırırken, genç seçmenler gazeteler ve televizyonun kamusal içeriğinden sık sık yararlandıysalar, bu içerikten etkilendikleri gibi, siyasal etkinlik duygularında da artış olduğu görülmüştür (24).

Kitle haberleşme araçları siyasal toplumsallaşma etkeni olarak alınmakla beraber, yapılan araştırmalar daha halâ bazı sorulara yanıt bulamamaktadır. Bunlardan bir tanesi kitle haberleşme araçlarını izleme alışkanlığının nasıl kazanıldığıdır. İkinci soru ise, erginlerde kitle haberleşme araçlarından yararlanma alışkanlıklarının nasıl sürdürüldüğüdür. Üçüncü yanıt bekleyen soru ise, kitle haberleşme araçlarının toplumsallaşma etkileri konusunda kullanılacak uygun kuramsal bir modelin halâ gerçekleştirilmemiş olmasıdır.

Alışkanlıkların kazanılması konusunda yapılmış bazı araştırmalar bulunmaktadır. Bazı araştırmacılar, çocuklarla ailelerinin kitle haberleşme araçlarından yararlanma alışkanlıkları arasında benzerlikler olduğunu ileri sürmektedir (25). Diğer bir grup ise, aile içinde eğitim düzeyinin yüksekliği ile ailenin dahil olduğu toplumsal sınıfın, kitle haberleşme araçlarından çocuğun yararlanma alışkanlığını kazanmasına yol açtığı üzerinde birleşmektedirler (26). Üçüncü grup olarak niteleyebileceğimiz araştırmacılar ise, aile içinde çocuklara fikirlerini ifade etmesi öğretildiği, ayrıca kamusal sorunlar bakımından tartışmalı konularda çocuğa kendi fikrini söylemesi yolunda telkinde bulunulduğu ölçüde, bu çocuklar gençlik çağına ulaştıklarında kitle haberleşme araçlarının kamusal nitelikli içeriğinden daha çok yararlandıklarını belirtmektedirler (27). Bu-

(24) J. M. McLeod, J. D. Brown and L. B. Becker, "Decline and Fall at the White House: A Longitudinal Analysis of communication effects" presented to the Association for Education in Journalism, 1975 Ottawa, Canada, zikreden Becker, McCombs and McLeod, *op. cit.*, s. 37.

(25) Steven Chaffee, Jack McLeod Daniel Wackman, "Family Communication Patterns and adolescent political participation" Jack Dennis (der.) *Socialization to Politics: A Reader*, (New York: John Wiley and Sons, 1973) s. 349-363.

(26) Steven Chaffee, Jack McLeod, "Individual versus social predictors of information seeking" *Journalism Quarterly*, 50 (1973) s. 237-245.

(27) Atkin and Gantz, *op. cit.*, s. 196.

nunla beraber, bu etkileşimin dinamiği halâ kesinlikle açıklığa kavuşmuş değildir.

Erginlerde kitle haberleşme araçlarını izleme alışkanlıklarının nasıl sürdürüldüğü konusunda yapılan araştırmalar pek belirgin bulgular getirmiş değildir. Becker, McCombs McLeod bu açıdan yapılmış bulunan araştırmaların sonuçlarını değerlendirirken (28), "erginlerin, gençlik yıllarında yararlandıkları kamusal içerikli kitle haberleşme araçlarının yayınlarını izlemenin ergin yaşa eriştiklerinde azalış gösterdiğini, bununla beraber, gençlikteki izleme alışkanlıklarının erginliğin ilk yıllarında meslek ve cinsiyet rolü oynama bakımından devamlı olduğunu" söylemektedirler.

Kitle haberleşme araçlarının toplumsallaşma etkileri bakımından uygun kuramsal model yönünden ise bazı araştırmalarda doğrudan etkiler olduğu savunulurken, diğerleri ise yardımcı ve olması mümkün koşulların etkinin olması için gerekli olduğunu ileri sürmektedirler. Özellikle, son 10 yıldır büyük önem kazanan *yararlanma ve ödüllendirme yaklaşımı* (uses and gratifications research) (29) haberleşmenin siyasal içeriğinden beklenen yararın, kitle haberleşme araçlarının siyasal etkilerini belirleme yönünden, bunlara açık kalma kadar önemli olduğu üzerinde durmaktadır. Kitle haberleşme araçlarından yararlanmayı güdüsel yönden inceleyen, yarar ve ödüllendirme yaklaşımı, bir yandan uyarı-tepki modeli ile incelenen kitle haberleşme araçlarının etkileri (30) diğer yandan ise kitle haberleşme araçlarının sınırlı etkileri vardır (31) şeklinde özetlenen inatçı izleyici (32) görüşü arasında yer almaktadır. Bu yakla-

(28) Becker, McCombs, McLeod, *op. cit.*, 37-38.

(29) Bu yaklaşımı kullanarak yapılan araştırmalar bakımından :

1. Jay Blumler, Denis McQuail, *Television in Politics*, (London : Faber and Faber, 1968).
2. Herbert Hyman, "Mass Media and Socialization" *American Sociological Review*, 1973 No: 4.
3. Elihu Katz, Micheal Gurevitch, H. Haas, "On the use of mass media for important things" *American Sociological Review* 38 (1973).
4. Oya Tokgöz, *Siyasal Haberleşme ve Kadın* (Ankara: Sevinç Matbaası 1979).

(30) Harold D. Lasswell, *op. cit.*,

(31) Joseph Klapper, *The Effects of Mass Communication*, (New York: The Free Press, 1960).

(32) Raymond A. Bauer, "The Obstinate Audience: The Influence Process from the point of view of social communication" *American Psychologist*, 19 (1964) s. 319-328.

şımla yapılan araştırmalarda genç ve yaşlı erginler incelenmiş, daha genç yaş kümelerine inilmemiştir (33).

Ayrıca dördüncü olarak yanıt bekleyen bir soru da bulunmaktadır. Bu soru ise hiç kuşkusuz en önemlisidir. Siyasal toplumsallaşmanın devamlı olması bakımından üzerine fazlasıyla eğilinen bu sorun, çocukluk ve gençlikte geliştirilen siyasal yönelimlerin, erginliğe ulaşıldığında seçmen olarak oy verme gibi etkili bir siyasal katılma şekline nasıl dönüştürüldüğüdür. Bu konuda yapılmış siyasal toplumsallaşma araştırması hiç yok gibidir (34). Aslında siyasal toplumsallaşma erginlikte ilk oy verme eylemi olarak son bulmalıdır. Erginlerin yaşamları boyunca, seçmen olarak siyasal eğilimlerinin aynı kalmayacağı, bir dereceye kadar değişebileceği ise mantık gereğidir. Çeşitli seçim kampanyaları sırasında geçen zaman sürelerinin yeni siyasal yönelimlere yol açacak, yeni siyasal bilişimlere yavaşta olsa yön verdiği olasıdır.

2.3 Kitle Haberleşme Araçlarının Siyasal Toplumsallaşmaya Etkileri Yönünden Kullanılan Yeni Yaklaşımlar

Son yıllarda yapılan siyasal toplumsallaşma araştırmalarında, önemli iki özellik göze çarpmaktadır: Bunlardan bir tanesi araştırmaların çocuklar gençler yanında erginlere daha çok kaymasıdır. İkincisi ise, kitle haberleşme araçlarının bilgi verme yönündeki doğrudan etkileri yerine, bilgi verici etkilerinin görülebileceği muhtemel alanları belirlemedir.

Siyasal toplumsallaşma araştırmalarının kaydığı *ara etkiler* diye sınıflandırabileceğimiz bu etkiler, iki yaklaşımla kendini duyurmaktadır. Bunlardan bir tanesi genellikle bilimsel yayımlarda "*gündem koyma ve saptama* (agenda setting hypothesis) varsayımı olarak anılmaktadır. Diğeri ise *kitle haberleşme araçlarının bilgi yerleştirme etkisi* (media effects on information holding) adını taşımaktadır.

Gündem koyma ve saptama yaklaşımının odak noktası, fikir oluşturmaktan çok, kamusal alandaki sorunlar hakkında belirli kavramların geliştirilmesinde kitle haberleşme araçlarının rolünü be-

(33) Blumler, McQuail, *op. cit.*: J. M. McLeod, L. B. Becker, "Testing the validity of gratifications measures through political effects analysis" Jay Blumler and Elihu Katz (der.) *The Uses of Mass Communications Current Perspectives on Gratification Research*, (London: Sage Publications, 1974 s. 137-166.

(34) McLeod, Brown, Becker, *op. cit.*,

lirlemedir. Bu yaklaşımı, Amerikalı Siyasal Bilimci Bernard Cohen (35), şöyle tanımlamaktadır :

"Kitle haberleşme araçları her zaman insanlara neyi düşünmeyi söylemede başarılı olmayabilirler fakat kitle haberleşme araçları şaşırtıcı bir şekilde izleyicilerine neyin üzerinde düşünüleceğini söylemede başarılıdırlar."

Gündem koyma ve saptama işlevi bakımından yapılan araştırmalar temelini öncü kitle haberleşme araştırmacılarının yazılarından almaktadır. Walter Lippman daha 1922'de yazdıklarında, kitle haberleşme araçlarının kamusal sorunlar hakkındaki algılamamızı biçimlemek bakımından oynadığı role işaret etmiştir (36). Robert Park 1925 yılında, toplum içinde konuşulan konular hakkında basında çıkan haberlerin sunumunun etkilerinden söz ederken (37), Harold Lasswell, kitle haberleşme araçlarının "gözetim" işlevi üzerinde durmuştur (38). Wilbur Schramm 1957 de kitle haberleşme araçlarının, insanlara çevrelerindeki olayları tahmin edebilme bakımından yardımcı olduğuna değinmiştir. (39). Yalnız bütün bu görüşler, özellikle kitle haberleşme araçlarının propaganda işlevi yanında fazla önemsenmemiş, ancak bilişimsel etkiler üzerinde durulmağa başlanınca, yeniden gözden geçirilmeğe başlanmıştır.

Yeni düzenleme ile özellikle kitle haberleşme araçlarının dünyayı tanımlama yeteneklerine sahip olmaları ön plana geçmiştir. Aslında bu yaklaşım, bugün modern kitle haberleşmesinin tanımı olarak kullanılmaktadır. Bu bakımdan, gündem koyma ve saptama varsayımı, modern kitle haberleşmesini gayet iyi bir şekilde yansıtmaktadır. Gündem koyma ve saptama varsayımı, yaklaşım olarak, kitle haberleşme araçlarının kamu oyunu meşgul eden sorunları ortaya koyma işlevine veya bu sorunları sunduğu toplumun tartışması ve eyleme geçmesi için gündem koyma ve saptama faaliyetine işaret eden bir yaklaşımdır.

Kitle haberleşme araçları sunacakları mesajları önce kendileri değerlendirmekte, seçmekte, hazırlamakta, sunmaktadırlar. Bu bakımdan, gündem koyma ve saptama yaklaşımının siyasal bilişim yö-

(35) Bernard Cohen, *The Press - The Public and Foreign Policy*, (Princeton : New Jersey, Princeton University Press, 1963)

(36) Walter Lippmann, *Public Opinion*, (New York : MacMillan, 1922)

(37) Robert E. Park, *The City*, (Chicago : University of Chicago Press, 1925).

(38) Harold D. Lasswell, *op. cit.*,

(39) Wilbur Schramm, *Responsibility of Mass Communication*, (New York : Harper, 1957).

nünden getireceklerini, kitle haberleşme araçlarında sorunun seçimi sırasındaki çeşitli toplumsal denetim mekanizmaları olduğunu dikkate alarak değerlendirmek yerinde olacaktır. Zaten bu yaklaşımı kullanarak yapılan araştırmalarda, kitle haberleşme araçlarında sorunların seçimi, sunumu ve izleyicilerin bilişimleri arasındaki ilişkiler incelenmiştir.

Gündem koyma ve saptama yaklaşımı benimsenerek yapılan araştırmalar arasında eşik bekçileri (gate-keeping) bakımından yapılan araştırmalar ile (40), dış politika muhabirleri (41) bakımından yapılan araştırmalar bulunmaktadır. Haber seçimi bakımından yapılan bu araştırmalar yanında, özellikle gündem koyma ve saptama yaklaşımı seçim kampanyaları sırasında kullanılmıştır (42) Bununla beraber, gündem koyma ve saptama yaklaşımı kullanan araştırmalar bazı sorunlara yanıt arama yolunu açtığı gibi, gelecekte yapılacak araştırmaların yönünü de belirlemiştir. Yeni araştırma yöntemleri etkinin niteliği, etki süreçleri, içerik ve etkileri şeklinde özetlenebilir.

Kitle haberleşme araçlarının kişilerin zihinlerinde bilgi yerleştirme bakımından etkili olduklarını kullanan yaklaşım, kitle haberleşme araçlarının oldukça etkili siyasal bilgi ileticisi oldukları görüşünden hareket etmektedir. Bu yönden çeşitli girişimler yapılmıştır. A.B.D'de daha önce Columbia Üniversitesi tarafından gerçekleştirilmiş seçim araştırmalarının bulguları tekrar değerlendirilmiştir. Herbert Hyman'ın bu konuda yazdığı *Secondary Analysis of Sample Surveys* adlı kitabı incelenmeye değerdir. Yeni araştırmalar bilgi yerleştirme yaklaşımını kullanırken, yöntemsel yönelim ve yaklaşım farklılıkları göstermektedirler. Üzerinde en çok durulan ise,

(40) David Manning White, "The gatekeeper: a case study in the selection of news" *Journalism Quarterly* 27 (1950) s. 380-390.

W. Gieber, "Across the desk: a study of 16 telegraph editors" *Journalism Quarterly*, 33 (1956) s. 423-432.

D. Gold and J. L. Simmons, "News Selection patterns among Iowa dailies" *Public Opinion Quarterly*, 29 (1965) s. 425-430. R. R. Martin, G. J. Keefe and O. B. Nayman, "Opinion agreement and accuracy between editors and their readers" *Journalism Quarterly*, 49 (1972) s. 460-468.

(41) Bernard Cohen, *op. cit.*: T. Crouse, *The Boys on the Bus*, (New York: Random House, 1972)

(42) M. E. McCombs, and D. L. Shaw, "The agenda-setting function of the media" *Public Opinion Quarterly*, 36 (1972) s. 176-187.: L. P. Tipton, R. D. Haney and J. R. Baseheart, "Media agenda-setting in city and state campaigns" *Journalism Quarterly*, Spring 1975, s. 15-22.

kişilerin zihinlerinde depoladığı bilgilerde, kitle haberleşme araçlarının gücünü belirlemez (43).

Kitle haberleşme araçları izleyicilere birdenbire ortaya çıkan olaylar hakkında haberleri verme bakımından oldukça başarılı olmaktadır (44). Kişilerin seçim sorunları bakımından bilgi düzeyleri üzerinde kitle haberleşme araçlarının etkili oldukları İngiltere'de yapılmış bulunan iki araştırma ile kanıtlanmıştır (45). Bu genel sonuçlar dışında, özellikle bilgi yerleştirme bakımından üzerinde en çok durulan, soruna araştırmacının görüş açısından değil de (46), bilginin ders kitaplarına göre tanımları ile kişilerin bilgileri zihinleri yerleştirmesi yönünden daha özel belirleyicilere dayanma açısından yaklaşmaktadır.

Bilginin ders kitapları tanımına göre kişilerin zihinlerine yerleştirilmesi bakımından yapılan araştırmalarda, özellikle doğruluğu kolaylıkla ispatlanabilecek sorular sorulmaktadır. Kitle haberleşme araçlarının bu soruların yanıtlarına kesinlik sağlamak bakımından etkileri olduğu saptanmıştır (47). Kısacası, ders kitabı tanımları hangi konuların sorulacağı ve ne tür yanıtların bekleneceğini belirleme bakımından sınırlıdır. Özel belirleyiciler bakımından yapılan araştırmalarda, soru sorulacak alanlar önceden belirlenmekte, fakat yanıt olark beklenen bilgi türleri bakımından sınır konulmamaktadır (48).

3. Değerlendirme

Kitle haberleşmesi araştırmalarında, kitle haberleşme araçlarının siyasal etkileri bakımından ortaya çıkan çapraşık görüntüyü

(43) Becker, McCombs, McLeod, *op. cit.* s. 53.

(44) P. J. Deutschmann and W. A. Danielson, "Diffusion of knowledge of the major news study" *Journalism Quarterly*, 37 (1960) s. 345-355; B. S. Greenberg, "Diffusion of news of the Kennedy assassination" *Public Opinion Quarterly* 28 (1964) s. 225-232. J. P. Robinson, "Mass communication and information diffusion", F. G. Kline and P. J. Tichenor (der.) *Current Perspectives in Mass Communication Research*, (London: Sage Publications, 1972) s. 71-93.

(45) Joseph Treneman, Denis McQuail, *Television and the Political Image*, (London: Methuen, 1961); Jay Blumler, Denis McQuail, *Television in Politics: Its Uses and Influence*, (London: Faber and Faber, 1968).

(46) P. Clarke, F. G. Kline, "Media effects' reconsidered" *Communication Research*, 1 (1974) s. 224-240.

(47) J. P. Robinson, J. G. Rusk and K. B. Head, *Measures of Political Attitudes* (Institute for Social Research: University of Michigan Ann Arbor, 1968)

(48) P. J. Tichenor, J. M. Rodenkirchen, C. N. Olien, G. A. Donahue, "Community issues, conflict, and public affairs knowledge" P. Clarke (der.) *New Models for Mass Communication Research*, (London: Sage Publications, 1973) s. 45-79.

düzeltebilmek için, kitle haberleşmesi araştırmalarında siyasal toplumsallaşma yaklaşımından yararlanılmıştır. Bu yönden, çeşitli yaklaşımlar kullanılmıştır.

Kitle haberleşme araçlarının vaziyet alışlardan bağımsız olarak oluşan bilgi verme işlevlerinin temelini ve nedenlerine inebilmek için, kitle haberleşme araçları siyasal toplumsallaşma kaynağı ve etkeni olarak incelenmişlerdir. Haberleşmenin, siyasal içeriğinin siyasal toplumsallaşma etkisi üzerinde de durulmuştur. Etkilenin yaşı, yaşam süresini içine alan çocukluk, gençlik ve erginlik çağları, toplumsal sınıf farklılıkları ve öğrenme süreçleri değişkenler olarak kullanılarak, kitle haberleşme araçlarının siyasal bilgi verme işlevi sonucu olarak görülen siyasal bilişimin oluşumu belirlenmek istenmiştir.

Kitle haberleşme araçlarının siyasal toplumsallaşma etkeni olabileceği kanıtlanmakla beraber, siyasal toplumsallaşma konusundaki araştırmalar bilgi verici etkilerinin görülebileceği, muhtemel alanları belirleme yönünde yoğunlaşmaktadır. Özellikle, gündem koyma ve saptama bilgi yerleştirme yaklaşımları ile ortaya atılan yeni sorunlara çözüm aranmaktadır.