

YETİŞTİRME KURAMI: ANADOLU ÜNİVERSİTESİ FEN FAKÜLTESİ'NDE YAPILAN ARAŞTIRMA¹

Eren Ekin ERCAN²

Fatma Nur DEMİR³

ÖZET

Bu çalışmada, George Gerbner'in Yetiştirme Kuramı odağında, televizyonun insanların dünya algılamaları ve sosyal gerçeklik kavramsallaştırmalarına ilişkin rolü ele alınmıştır. Bu kapsamda, Kültürel Göstergeler Projesi'nin Kurumsal Süreç Çözümlemesi, Mesaj Sistem Çözümlemesi ve Yetiştirme Çözümlemesi olmak üzere üç bileşenden biri olan Yetiştirme Çözümlemesi bileşeninden yararlanılarak anket uygulanmıştır. Anadolu Üniversitesi Fen Fakültesi'nde, farklı bölümlerden 262 öğrenciyle gerçekleştirilen anket çalışması sonucunda televizyonun "Geceleri yalnız yürümek tehlikelidir" ve "Günümüzde insanlara güvenilmez" soruları bazında yetiştirme rolü ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yetiştirme Kuramı, George Gerbner, Medya, TV, Şiddet.

CULTIVATION THEORY: A RESEARCH AT ANADOLU UNIVERSITY FACULTY OF SCIENCES

ABSTRACT

In this study, the role of television on people's perceptions of the world and their conceptualizations of social reality is examined in the context of George Gerbner's Cultivation Theory. In this scope, a survey has been carried out using Cultivation Analysis, which is one of the three components of the Cultural Indicators Project along with Institutional Process Analysis and Message System Analysis. As a result of the survey carried out at Anadolu University, Faculty of Sciences with 262 students from various departments, it has been determined that the television has performed its cultivation role on the basis of "It is dangerous to walk alone at night" and "People cannot be trusted in our day".

Keywords: Cultivation Theory, George Gerbner, Media, TV, violence.

¹ Bu araştırma Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basın ve Yayın Anabilim Dalı doktora dersi olan "Medyada Şiddet Araştırmaları" kapsamında yapılmıştır. Araştırmanın başından sonuna kadar özenle yaptığı düzeltmeler ve katkılar dolayısıyla dersin öğretim üyesi Prof. Dr. Ömer Özer'e teşekkür ederiz.

² Doktora Öğrencisi. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basın ve Yayın Anabilim Dalı. eeercan@anadolu.edu.tr

³ Doktora Öğrencisi. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basın ve Yayın Anabilim Dalı. fndemir@anadolu.edu.tr

Giriş

Bir kültür, kendi imgesinden yola çıkarak, yabancılaşma ya da başkaldırı örüntüleri kadar uyumlanma örüntülerini de yetiştirir.

George Gerbner

Televizyonun insanların sosyal gerçeklik kavramlaştırmaları ve dünya algılamaları üzerindeki rolünün, başka bir deyişle yetiştirme rolünün ortaya konduğu bu çalışmada, söz konusu rol Anadolu Üniversitesi, Fen Fakültesi öğrencileri üzerinde yapılan bir anket çalışmasıyla saptanmıştır. Bu bağlamda çalışmada önce televizyona ilişkin oldukça kapsamlı bir kuram ve bakış sunan George Gerbner'in Amerika Birleşik Devletleri'nde oluşturduğu Yetiştirme Kuramı (*cultivation theory*) tanımlanmış, bileşenleri açıklanmış, televizyon ve şiddete yaklaşımı özetlenmiştir. Ardından araştırmanın yöntemi anlatılmış ve sonraki bölümde bulgular ve yorumlar sunulmuştur. Çalışma sonuç ve değerlendirme bölümüyle tamamlanmıştır.

1. Yetiştirme Kuramı Üzerine

“Kültürel Göstergeler Projesi” (*Cultural Indicators Project*) ya da öne çıkan adıyla “Yetiştirme Kuramı”, George Gerbner ve arkadaşları tarafından 1960'ların sonunda başlatılan ve 1970'lerin başında ortaya konan bir sürecin ürünüdür. Kuramın dikkat çekici özelliği, medyanın yalnızca üretim, mesaj ve tüketim boyutlarını değil; medyanın, özeldede televizyonun “bütünsel rolünü” açıklamasında yatmaktadır. Bu bağlamda Gerbner'in kuramı, genel olarak 1940'lara kadar yapılan iletişim araştırmalarının güçlü etkiler dönemi ile 1940'lardan 1960'lara kadar olan sınırlı etkiler döneminin bütünlüklü bir eleştirisi olarak da okunabilir (Özer, 2004: 1-10). Gerbner'in iletişime, kitleye, kitle kültürüne ilişkin kavramsallaştırmalarına bakmak, kuramı çok daha anlaşılır kılacaktır.

İletişimin, özellikle kitle iletişimiminin, biricik “insanlaştırma” (*humanizing*) aracı olduğunu söyleyen Gerbner (1967: 41), kitle iletişimiminin bunu göstergeler ve temsiller üzerinden sağladığına dikkat çekmektedir. Dolayısıyla medyaya bakmanın kendisi, kitlesel olarak bu semboller, temsiller dolayısıyla yaşama ait gerçekliğin ne olduğunun algılanmasını ve buna göre “insanlık durumu”nun (*human condition*)

yeniden yaratıldığı bir süreci beraberinde getirmektedir. Bu “insanlık durumu” ise, kitleler tarafından eşanlı olarak seyredilen/paylaşılan değerlerin, ilişkilerin, önceliklerin neleri kapsadığının ya da neleri dışarıda bıraktığının belirlenmesinde kitle iletişim araçlarının üstlendiği işlevin ortaya konmasında saklıdır. Bu nedenle Gerbner (1985: 14-15), “kamuoyu” (*public opinion*) yerine, “kamu yaratma” (*public making*) kavramını kullanmaktadır. Çünkü ona göre kamuoyu aslında, televizyon başta olmak üzere kitle iletişim araçlarının yaygın görüş haline getirilen (*mainstreaming*) düşüncelerin insanlar tarafından paylaşımıdır. Daha açık bir şekilde ifade etmek gerekirse kamuoyu son kertede, kitlelerin televizyondan yayılan semboller üzerinden kamuoyu oluşturmalarının bir sonucudur. Yetiştirme süreci birdenbire kendisini göstermemekte, yavaşça ve katlanarak kendini ortaya koymaktadır. Öyle ki, yetiştirme gerçekleştiğinde bu, “tavuk-yumurta” sorusundaki gibi bir ikilem içinde artık, “bütünün görünümü”, yani gerçekliğin kendisi haline gelmektedir. Bu noktada televizyonun en önemli unsurunun hikâye anlatmak (*story-telling*) olduğunu dile getiren Gerbner (1963: 103) bunu anne ve babaların anlattığı hikâyelere kadar götürmektedir. Çünkü bu hikâyeler insanın kendini “Tanrı'nın kâinatı” karşısında anlamlandırma gibi temel bir gereksinimini karşılamaktadır. Bunu daha da pekiştirmek için “Televizyondan önce biz ne yapıyorduk?” sorusunu soran Gerbner (1959: 269), televizyonun sosyalleşmede, yaşamla ilgili bir şeyleri öğrenmede kapladığı başat konuma dikkat çekmektedir.⁴

Televizyondaki hikâyelerin yetiştirmedeki işlevsel boyutu ise sanılanın aksine bize “ne yapmamız” gerektiğini söylemesinde değil; “insanların çoğu ne düşünüyor/yapıyor”a ilişkin belirlenimci görüşleri kendinde içkin kılmasında saklıdır. Bu ilk bakışta bir gündem belirleme (*agenda setting*) yorumu gibi görünse de, Gerbner'in öne çıkardığı vurgu, televizyonu az veya çok seyredenler arasındaki farkta ortaya çıkmaktadır: Verilen bir mesaj herkes için aynı rolü üstlenmemektedir; yetiştirme işlevi kendini asıl olarak çok fazla televizyon seyredenlerde göstermektedir. Yani Yetiştirme Kuramı, az ve çok televizyon seyredenler arasındaki verilerin “farklılığında” ortaya çıkar. Çünkü televizyonu çok seyredenler onun “sembolik

⁴ Bununla ilişkili olarak “Gerbner'in, iletişimi a) 'doğrudan deneyimli iletişim' b) 'dolaylı deneyimli iletişim' dönemleri olarak ayırdığı belirtilebilir. Nitekim, Gerbner'a göre iletişim 'mesajlar aracılığıyla etkileşimdir'” ve “'kitle iletişimi ise 'sembolik çevrenin kitlesel üretimidir (Aktaran: Özer, 2004: 21)’”

çevre”sine (*symbolic environment*) daha çok maruz kalmaktadır ve bu “sembolik çevre” giderek gerçek önceliklerin yerini almaktadır. Sembolik çevrenin sonucunda ortaya çıkan yaygın görüş halini Gerbner, “kolektif bilinç” (*collective consciousness*) olarak tanımlamaktadır (Morgan, 1995: 106-107). Kültürel Göstergeler Grubu’ndan⁵ Michael Morgan, Gerbner’in bu kavramının oldukça önemli olduğunu belirtmekte ve bununla ilgili olarak Gerbner’in şu sözlerine yer vermektedir:

Bir mesaj (ya da mesaj sistemi) anlamlı bir şekilde kavranabilmesi için gereken kavramlarla ilgili bir bilinç yetiştirir. Benim bu "anlam"ı kabul edip etmemem, beğenip beğenmemem ya da onaylayıp onaylamamam başka bir sorundur. İlk önce onunla ilgilenmem ve neyle ilgili olduğunu kavramam gerekir. Bunun tam olarak nasıl gerçekleştiği, enformasyon parçalarının belli bilişsel çerçevelerle nasıl bütünleştirildiği ise yine başka bir sorundur. Burada benim ilgimin odağında olan şey, her ilginin ve anlayışın kendisine erişilmesini sağlayan kavramları yetiştirdiği gerçeğidir. Bu kavramlar büyük topluluklar açısından kayda değer derecede ortaklık taşıdıklarında, paylaşılan kavramların yetiştirilmesi kamusal etkileşimin temelini oluşturur. (Aktaran: Morgan, 1995: 107)

Yetiştirme Kuramına yöntemsel olarak baktığımızda, kuramın bütünselliği çok daha iyi anlaşılmaktadır. “Kitle iletişim araçlarının içerik üretimini etkileyen ve temelini oluşturan süreçler, baskılar ve kısıtlılıklar nelerdir?”, “Medya mesajlarıyla ortaya konan imajlar, mesajlar, olgular, değerler ve derslerin baskın örüntü yığınları nelerdir?”, “Bu mesajlara gösterilen ilgi ve seyircilerin sosyal gerçeklik algıları arasındaki ilişki nedir?” (Shanahan ve Morgan, 1999: 6-7) sorularından yola çıkan yetiştirme çözümlemesi üç sacayağı üzerine oturmaktadır (Özer, 2004: 29):

1) Kurumsal Süreç Çözümlemesi (*Institutional Process Analysis*):

Çözümlemenin bu ilk kısmında özlüce medyadaki sahiplik ilişkileri ortaya konmaktadır. Medya şirketlerinin iç yapılarının nasıl işlediği, mesajın kendisinin bu bağlamda nasıl oluştuğu, kurumda/kurumlarda çalışanların medya metinlerini ne gibi belirleyici koşullar altında ürettikleri; kısacası üretim boyutunun nasıl bir güç ilişkilerinin ürünü olduğu ve “ekonomik elitler”in buradaki rolü ortaya konmaya çalışılır (Shanahan ve Morgan, 1999: 16). Bunun için de “görüşmeler yoluyla

⁵ Gerbner ve arkadaşları “Kültürel Göstergeler Grubu” olarak da anılmaktadır.

katılımcıların gözlemleri araştırılır (Özer, 2005: 2).” Gerbner (1966a: 442) çözümlemenin bu kısmında odağa alınan başlıkları a) “müşteri ilişkileri” b) “patron/luk ilişkileri” c) “lojistik gereksinimler” d) “(konumsal) avantaj” e) “yasal/meşru gereksinimler ve normatif beklentiler” f) “yönetmelik/denetim ilişkileri” şeklinde altı kategoride toplamaktadır. Bu kapsamda ise dokuz güç rolü ya da faktörüne bakılması gerektiğini vurgular: Otoriteler, patronlar, yönetim, yardımcıları, meslektaşlar, rakipler, uzmanlar, örgütler, kamular (Aktaran: Özer, 2004: 50-52).

2) Mesaj Sistem Çözümlemesi (*Message System Analysis*):

Mesajın kendisini odağa alan bu ikinci bölümde ise, Kurumsal Süreç Çözümlemesinde ortaya konulan “ekonomik elitler”in mesajı kendi çıkarları için kodlayıp kodlamadıkları incelenmektedir. Mesajın neleri kapsayıp neleri dışarıda bıraktığı, yaygın görüş haline getirilenin ne olduğu ele alınmaktadır (Shanahan ve Morgan, 1999: 16). Bu bağlamda özellikle televizyonun en çok seyredildiği saatler ve/veya yinelenen, sabit ve amacını aşan örnekler seçilmektedir. “Daha sonra bunların ideolojik olarak ne tür bir ekme yapacağı düşünülür ve bu durumu yansıtabilecek sorular hazırlanır (Özer, 2007: 101).”

3) Yetiştirme Çözümlemesi (*Cultivation Analysis*):

“Televizyonla büyüme ve yaşamın toplam sonuçlarına” yoğunlaşan yetiştirme çözümlemesi (Aktaran: Özer, 2005: 3); “baskın ve tekrar eden olgular, değerler ile televizyon dünyasının ideolojilerinin” çözümlendiği bileşendir. Dünya/yaşam anlamlandırmasında televizyonu çok seyredenler (*heavy viewer*) ile az seyredenler (*light viewer*) arasında ortaya çıkan “sistemik farklılıklar” bu bölümde saptanmaktadır (Shanahan ve Morgan, 1999: 25-26). Eğer televizyonu çok seyredenler ile az seyredenler arasında, televizyon dünyasındaki gerçekliği yansıtan yanıtlar, iki grup arasında anlamlı bir farkı barındırıyorsa bu, televizyonun yetiştirme rolünü göstermektedir (Özer, 2005: 4).

Özölçe tüm bunlardan yola çıkarak Gerbner’in Yetiştirme Kuramının baktığı şeyi, kitle iletişim araçlarının dolaşıma sokulan mesajların yapısının/doğasının ne olduğu, neleri kapsadığı ya da dışarıda bıraktığı ile bu mesajların toplumsal değerlerle ilişkisi ölçüsünde hangi düşüncelerin yaygın görüş haline getirildiği (*mainstreaming*) olarak tanımlayabiliriz. Burada önemle üzerinde durulması gereken bir ayrım ise, bu modelin mesajın etkileri üzerine yoğunlaşmaktan çok mesajların insanların

kültürlenme sürecindeki rolüne yoğunlaşmasıdır. Başka bir ifadeyle mesaj bilindik değiştirici, dönüştürücü potansiyeliyle değil, tekrar eden “sabit ve dengeli bir gerçeklik kavramsallaştırmasındaki sürekli kılıcı” rolüyle ele alınır (Batmaz ve Aksoy, 1995: 26). Dolayısıyla Kültürel Göstergeler Modelinde “mesaj” değil “mesajlar”; mesajların toplamsal, tekrar eden ve süregiden baskın rolü/boyutu önemlidir. Mesajların bu toplamsal ve iç içe geçmiş, gündelik yaşamda işlerin nasıl yürüdüğüne ilişkin kanaat oluşturan yapısı ise hikâye anlatma potansiyeli dolayısıyla yaygın görüş haline getirmesinde yatmaktadır.

2. Yetiştirme Kuramı Bağlamında Hikâye-Anlatma, Yaygın Görüş Haline Getirme ve “Şiddet” İlişkisi

Gerbner ve Gross’a göre (Aktaran: Özer, 2007: 103-104) şiddet; “Fiziksel gücün silahlı ya da silah kullanmadan, kişinin kendisine ya da başkalarına karşı, kurbanın kendi rızası dışında, acı verecek şekilde incitilmesi, öldürülmesi ya da olayın bir parçası olarak kurban olacak derecede tehdit edilmesi unsurlarının açık bir ifadesidir.” Tehdit içeren jestler, mimikler, sözlü saldırılar şiddet olarak kodlanmazken, kaza gibi dramatik eylemler yoluyla ortaya çıkan doğal şiddet görüntüleri, şiddet olarak kodlanmaktadır. Bu bağlamda Yetiştirme Kuramının basitçe ifade ettiği şeyin “televizyonu çok fazla seyretmenin insanları korkak/ürkek yaptığını” söyleyen Morgan (1995: 103), bunun televizyonun hikâye anlatma gücünde yattığına dikkat çekmektedir. Gerbner da (1996: xi) hikâyenin insan yaşamındaki önemine dikkat çekerek, tarih boyunca hikâyelerin hep var olduğunu, çünkü hikâyelerin insanların dünyayı anlamlandırmalarında yaşamsal bir rol üstlendiklerini vurgulamaktadır. İnsanlar, hikâyeler aracılığıyla “zaman, uzam ve durum”la ilgili bilgi edinmektedirler ve bu sayede kendi yaşamlarını garanti altına alan bir uyumlanmaya gitmektedirler. Televizyonla birlikte ise hikâye anlatımı tek bir merkezde, yani televizyonda toplanmaktadır. Yaşama ilişkin bilgi, değer ve imajlar televizyonda anlatılan hikâyelerde içkinleşmiştir ve bu nedenle televizyon hem sosyalleşmenin biricik aracı hem de kitleliliği ortaya çıkarması dolayısıyla nüfusun homojenleşmesinin başat enstrümanıdır (Gerbner, 2000: 4).

Televizyondan yayılan hikâyeleri üçe ayıran Gerbner, bunları, bize bir “şeylerin nasıl işlediği” (*how things work*) hakkında fikir veren kurgusal (*fiction*) hikâyeler; bu “şeylerin ne olduğu” (*how things are*) hakkında bilgi veren haberler, haber programları gibi hikâyeler ve tüm bunlarla “bize ne yapmamız” (*what to do*) gerektiğini söyleyen, “değer ve seçim” üzerinde yoğunlaşan reklamlar olarak tanımlamaktadır. Hikâyeler ise medya endüstrilerinin yapı(lanma)sıyla ve piyasanın, dolayısıyla tüketimin sürüp gitmesini devam ettiren koşulları yaratmanın kendisiyle doğrudan ilişkilidir (Morgan, 1995: 105-106). Şöyle ki; eğer bu hikâyeler, farklı demografik özellikler ve görüşler sergileyen seyircileri, “yaygın görüş” etrafında toplayabiliyor ve farklı da olsa “görüşlerin ortaya çıkmasına yol açıyorsa” televizyonun güçlü bir rol üstlendiği ortaya çıkmaktadır. Eğer televizyon, farklılıklar sergileyen seyircilerin doğrudan bu yaygın görüş açısından bakmasını sağlamayı başarmışsa, yetiştirme gerçekleşmiş demektir (Batmaz ve Aksoy, 1995: 33). Ancak yetiştirme, tek boyutlu ve bir defada sonlanan bir pratikte kendini göstermez. “Bir kültürdeki paylaşılan değerlerin sembolik ya da temsili örüntülerinde biçimsel olarak kodlanmış” halde *bulunan* televizyon mesajı tekrar ve tekrar bu yaygın görüşün kültürlenmesini yapar. Bu nedenle Gerbner (1974) bir ironi yaparak iletişimi “toplum mesajdır” şeklinde tanımlamaktadır. Dolayısıyla yetiştirmenin kendisi, zaten toplumda popüler olan içeriklerin televizyon tarafından düzenlenerek, temsilleştirilerek sunumuyla ortaya çıkan kitlesel kültürlenmenin bir sonucu olarak sürekli benzer/benzeşen temaların, geleneklerin bir yetiştirmesidir (Gerbner, 1966b: 215). Mesaj sabit değil akışkandır; daima *eksik* ve *yarımdır*, bu nedenle sürekli olarak tekrarlanmalı, bir önceki ekmeden referans alınarak kodlanmalı, yeniden ve yeniden üretilmelidir. “Kültürel çevre” (*cultural environment*) sürekli olarak örüntülenmeli, seyirci *yetiştirilmelidir*.

Yetiştirme Kuramı, şiddeti, yalnızca herkes tarafından bilinen, ilk akla gelen tekil şiddet olayları olarak tek boyutuyla ele almamaktadır. Ancak yetiştirmede şiddet biricik konumdadır çünkü şiddetin televizyondan gösterimi, asıl olarak şiddete teşvik etmesi açısından sağladığı işlevsellik boyutuyla önemlidir. Sosyal gerçekliğe ilişkin sağlık, eğitim, arkadaşlık, aşk vb. konularda fikir edinmek için televizyon seyredenler şiddetin hemen hemen bütün içeriklerde karakterize edildiğini görürler. Program yapımcıları şiddeti kavramsal düzeyde ajite ederek içeriğe yerleştirirler ve birbirinden

farklı içeriklerde yaşam ve kendisi hakkında bilgi edinmeye çalışan seyirciler, şiddeti uygulayanlar ve bu şiddetin kurbanları üzerinden dünyanın tehlikeli olduğunu öğrenirler. Bu da “birbiriyle ilişkili toplumsal güç odaklarının bir gösterisi olarak şiddeti” seyirci açısından sembolik anlamda işlevsel kılar (Gerbner, 1985: 19). İzleyici bu tehlikeli dünyadan korunmak için daha çok yasal yaptırımın ve hapisanelerin gerekli olduğunu düşünmeye başlar. Bu, hem “uysal tüketiciler”in ortaya çıkmasını sağlar hem de egemen/hâkim ideolojinin daha da pekişmesine, güçlenmesine ve bu durumun sürüp gitmesine neden olur (Shanahan ve Morgan, 1999: xiii). Dünyanın gerçekliğinden kopan seyirci, televizyondan yayılan fanteziyi giderek bir gerçeklik olarak algılamaya başlar (Gerbner, 1996: X). Kaldı ki, televizyondan yayılan bu fantezi/ler gerçekliklerini hikâye anlatımında bulmakta ve televizyon bunu en *gerçekçi* şekilde dramatize eden anlatısıyla sağlamaktadır. İzleyici açısından yetiştirme gerçekleştikçe, gerçek dünya ve sorunlar bir yabancılaşmaya uğrar ve böylelikle sürekli içinde yaşanan gerçekliğin kendisi bu fantezi/ler aracılığıyla seyircide kaygı uyandırmaya başlar (Gerbner, 1959: 268). Televizyonu çok seyredenlerde bu durum daha da artar ve bu sayede seyirciler giderek içinde buldukları koşullara hapsolurler. Böylelikle televizyondan anlatılan hikâyelerle ortaya konan yaygın görüş haline getirme (*mainstreaming*), bir rezonans (*resonance*) halinde mesajlarını ikiye katlayarak (*double dose*) çok daha güçlü yetiştirmeleri doğurur (Shanahan ve Morgan, 1999: 66). Bu sonsuz bir şekilde sürüp gider.

3. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmada, Kültürel Göstergeler Projesi'nin yetiştirme çözümlemesi bileşeni dikkate alınarak televizyonun yetiştirme rolü incelenmiştir. Çalışmanın sınırlılıkları nedeniyle kurumsal süreç çözümlemesi ve mesaj sistem çözümlemesi yapılamamıştır.

Türkiye’de mesaj sistem çözümlemesi ve yetiştirme çözümlemesi Özer’in 2004 yılında yayımladığı doktora tezinde ve “Yetiştirme Kuramının Eleştiriler Bağlamında Değerlendirilmesi: Televizyonun Rezonans Etkisine Dair Bir Araştırma” adlı çalışmasında (2005) yapılmıştır. Ayrıca “Medya Şiddet Toplum” kitabında Özer

(2007), televizyon haberlerinde sunulan şiddeti “Televizyon Şiddetinin İçeriği” adlı çalışmasında çözümlenmiştir.

Mesaj sistem çözümlenmesinin yapıldığı bir diğer çalışma ise Batmaz ve Aksoy (1995) tarafından gerçekleştirilmiştir. “Türkiye’de Televizyon ve Aile” adlı çalışmada mesaj sistem çözümlenmesinin yanı sıra Kültürel Göstergeler Projesinden uyarlanarak hazırlanan kodlama yönergelerine göre içerik çözümlenmesi de yapılmıştır. Dolayısıyla özgün çalışma için bu veriler kabul edilmiştir.

Bu çalışmanın saha araştırmasında ise, Aralık 2014’te Anadolu Üniversitesi Fen Fakültesi öğrencilerine anket uygulanmıştır. Katılımcı sayısı belirlenirken, fakültenin öğrenci sayısı göz önünde bulundurularak, temsil yeterliliği olduğu düşünülen %15 oranı belirlenmiştir. Bu oran çalışmanın amacına bağlı olarak yeterli görülmüş ve 262 öğrenciye anket uygulanmıştır. Katılımcılardan 170’i (%65) kadın, 92’si (%35) ise erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Katılımcıların yaş dağılımı 19-25 yaş arasındadır.

Anket uygulanırken bir noktaya dikkat edilmiştir. Katılımcıların önce anket kâğıdının ön sayfasındaki değer sorularını yanıtlamaları sağlanmış, daha sonra da arka yüzündeki soruları görmelerine izin verilmiştir. Bunun nedeni, Yetiştirme Kuramı’na göre, değer sorularının televizyon dünyasını yansıttığının bilinmemesi gerekliliğidir.

Anketlerde Gerbner’in kullandığı altı öge/bileşen ve yeni geliştirilen öge/bileşenler üzerinde durulmuş, ölçümler yapılmış ve sonuçlar çıkarılmıştır. Bu ögeler:

- a. Tehlikeli dünya sendromu: Günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız.
- b. Güven: Günümüzde insanlara güvenilemez.
- c. Fırsatçılık: Birçok insan eline fırsat geçtiğinde dürüst olmak yerine, sizden yararlanmaya çalışır.
- d. Bencillik: İnsanlar yardımcı olmak yerine kendilerini düşünürler.
- a2. Tehlikeli dünya sendromu: Geceleri yalnız yürümek tehlikelidir.
- e. Kendine güven: İnsanlar kendilerini güvende hissetmiyordur.
- f. Saldırı: İnsanlar her an bir saldırıya uğrayabilir.

g. Şiddet: Şiddet alt sınıf üyeleri arasında yaşanmaktadır.

f2: Saldırı: İnsanlar tanımadıkları insanların saldırılarına uğramaktadırlar.

Anketlerden elde edilen veriler, SPSS programında değerlendirilmiş ve ki-kare dağılımlarına bakılmıştır. Ankette “Tümüyle katılıyorum, katılıyorum, kararsızım, katılmıyorum, tümüyle katılmıyorum” şıkları yer almaktadır. Bu şıklardan televizyon dünyasını yansıtan “tümüyle katılıyorum” ve “katılıyorum” televizyon yanıtıdır. Çözümleme yapılırken bu şıklar, “Katılıyorum” şıkkı altında; tümüyle katılmıyorum ve katılmıyorum şıkları da “Katılmıyorum” şıkkı altında birleştirilmiştir. “Kararsızım” şıkkı ise sabit kalmıştır.

Çalışmada izleme süreleri belirlenirken az, orta ve çok olarak bir kesme yapılmıştır. Gerbner ve arkadaşları az ve çok izleyici ayrımını televizyon izleme süresi üzerinden yapmakta ve az ile çok arasındaki sınıra yönelik herhangi bir süre vermemektedir. Daha öncede değinildiği üzere, yetiştirme kendini televizyonu az ve çok izleyenler arasındaki farkta ortaya koyar (Shanahan ve Morgan, 1999: 27). Bu araştırma için izleme süreleri belirlenirken ise, 1 saatin altı az, 1-2 saat arası orta, 2 saat ve üzeri çok izleme olarak ayrılmıştır.

Araştırmada, yetiştirme çözümlemesi dokuz soru üzerinden yapılmıştır. Böylece, yetiştirme ile ilgili dokuz faktörün dağılımına bakılmıştır. Test sonucunda p: 0,05 ve altı anlamlı olarak alınmıştır.

4. Bulgular: Yetiştirme Çözümlemesi

Yetiştirme çözümlemesi bulgularına geçmeden önce bazı frekans bilgilerini aktarmak yararlı olacaktır. Buna göre, en çok kullanılan kitle iletişim aracı 213 kişi ile internet olmuştur. Diğer kitle iletişim araçlarından televizyon 26, gazete 10, kitap 9, radyo 2, dergi ve sinema 1 olarak bulgulanmıştır.

Televizyonu çok izleyenlerin oranı %57,6 olarak görülürken, televizyonun evlerde açık kalma süresi ortalama 5,5 saat olarak saptanmıştır. Gerbner ve arkadaşları bu süreyi 7 saat olarak önermektedirler. Öte yandan 5,5 saat azımsanmayacak bir süredir.

Tablo 1. 1. Yetiştirme testi sonucu

			Tehlikeli			Toplam
			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	
İzleme	Az	Adet	3	4	50	57
		Yüzde	5,3%	7,0%	87,7%	100,0%
	Orta	Adet	3	4	47	54
		Yüzde	5,6%	7,4%	87,0%	100,0%
	Çok	Adet	11	13	127	151
		Yüzde	7,3%	8,6%	84,1%	100,0%
Toplam	Adet	17	21	224	262	
	Yüzde	6,5%	8,0%	85,5%	100,0%	

p: 0,9

1. *Günümüzde tehlikeli dünyada yaşamaktayız* sorusunun yetiştirme testi anlamlı çıkmamıştır. Çünkü az, orta ve çok izleyenlerden “Katılıyorum” seçeneğini işaretleyenlerin sayısı (224), “Katılmıyorum” ve “Kararsızım” seçeneklerini işaretleyenlerden çok daha fazla çıkmıştır. Bu da testin anlamsız çıkmasına neden olmuştur. Hatta dikkat edilirse “Katılıyorum” seçeneğini işaretleyen çok izleyenlerin yüzdesi (%84), az izleyenlerin yüzdesinden (%88) daha az çıkmıştır.

Tablo 2. 2. Yetiştirme testi sonucu

			Güvenilemez			Toplam
			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	
İzleme	Az	Adet	14	10	33	57
		Yüzde	24,6%	17,5%	57,9%	100,0%
	Orta	Adet	5	13	36	54
		Yüzde	9,3%	24,1%	66,7%	100,0%
	Çok	Adet	11	34	106	151
		Yüzde	7,3%	22,5%	70,2%	100,0%
Toplam	Adet	30	57	175	262	
	Yüzde	11,5%	21,8%	66,8%	100,0%	

*** p: 0,01**

2. *Günümüzde insanlara güvenilemez* test sonucu anlamlı çıkmıştır. Soruya bağlı olarak katılımcıların insanları güvenilmez bulduğunu söylemek doğru olacaktır. Çok izleyenler ile az izleyenlerin “Katılıyorum” seçeneğine verdikleri yanıtlar açısından çok izleme lehine 12,3'lük yüzde farkı “yetiştirme delili” olarak ortaya çıkmıştır.

Tablo 3. 3. Yetiştirme testi sonucu

			Dürüst			Toplam
			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	
İzleme	Az	Adet	7	10	40	57
		Yüzde	12,3%	17,5%	70,2%	100,0%
	Orta	Adet	7	6	41	54
		Yüzde	13,0%	11,1%	75,9%	100,0%
	Çok	Adet	14	22	115	151
		Yüzde	9,3%	14,6%	76,2%	100,0%
Toplam		Adet	28	38	196	262
		Yüzde	10,7%	14,5%	74,8%	100,0%

p : 0,7

3. *Birçok insan eline fırsat geçtiğinde dürüst olmak yerine, sizden yararlanmaya çalışır* test sonucu anlamsız çıkmıştır. Bunun nedeni; “Katılıyorum” yanıtını verenlerin sayısı az (40), orta (41) ve çok (115) izleyenler açısından “Katılmıyorum” ve “Kararsızım” yanıtını verenlere oranla çok daha fazla çıkmıştır. Bu da testin anlamsız çıkmasına neden olmuştur.

Tablo 4. 4. Yetiştirme testi sonucu

			Yardımcı			Toplam
			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	
İzleme	Az	Adet	8	9	40	57
		Yüzde	14,0%	15,8%	70,2%	100,0%
	Orta	Adet	5	10	39	54
		Yüzde	9,3%	18,5%	72,2%	100,0%
	Çok	Adet	13	22	116	151
		Yüzde	8,6%	14,6%	76,8%	100,0%
Toplam		Adet	26	41	195	262
		Yüzde	9,9%	15,6%	74,4%	100,0%

p : 0,7

4. *İnsanlar çoğu zaman başkalarına yardımcı olmak yerine kendilerini düşünürler* test sonucu anlamsız çıkmıştır. “Katılıyorum” seçeneğini işaretleyenlerin sayısı arasında çok izleme (%76.8) ile az (%70.2) ve orta (%72,2) izleme arasında fark olmasına karşın yüzdeleri birbirine çok yakın çıkmıştır. Öte yandan az ve orta izleyenlerin “Katılıyorum” seçeneğini işaretleyenler (az 40, orta 39 kişi) birbirine çok yakın sayıdadır. Bunlar da testin anlamsız çıkmasına neden olmuştur.

Tablo 5. 5. Yetiştirme testi sonucu

			Yalnız			Toplam
			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	
İzleme	Az	Adet	13	16	27	56
		Yüzde	23,2%	28,6%	48,2%	100,0%
	Orta	Adet	19	6	29	54
		Yüzde	35,2%	11,1%	53,7%	100,0%
	Çok	Adet	28	32	91	151
		Yüzde	18,5%	21,2%	60,3%	100,0%
Toplam	Adet	60	54	147	261	
	Yüzde	23,0%	20,7%	56,3%	100,0%	

* **p : 0,04**

5. *Geceleri yalnız yürümek tehlikelidir* test sonucu anlamlı çıkmıştır. “Katılıyorum” yanıtını veren çok izleyenlerin oranı yüzde 60,3 çıkarken, az izleyenlerin oranı yüzde 48,2 çıkmıştır. Aradaki 12,1’lik yüzde farkı “yetiştirme delili”dir. Bu da televizyonun *geceleri yalnız yürümek tehlikelidir* sorusu özelinde yetiştirme rolünü ortaya koymaktadır.

Tablo 6. 6. Yetiştirme testi sonucu

			Güven			Toplam
			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	
İzleme	Az	Adet	9	15	33	57
		Yüzde	15,8%	26,3%	57,9%	100,0%
	Orta	Adet	9	15	30	54
		Yüzde	16,7%	27,8%	55,6%	100,0%
	Çok	Adet	24	35	92	151
		Yüzde	15,9%	23,2%	60,9%	100,0%
Toplam	Adet	42	65	155	262	
	Yüzde	16,0%	24,8%	59,2%	100,0%	

p : 0,9

6. *Çoğu insan kendini güvende hissetmiyor* test sonucunda az ve orta izleyenlerin “Katılmıyorum” yanıtlarının (9’ar kişi) ve “Kararsızım” yanıtlarının (15’er kişi) sayısı eşit çıkmıştır. Bu durum testin anlamsız çıkmasına neden olmuştur.

Tablo 7. 7. Yetiştirme testi sonucu

			Saldırı			Toplam
			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	
İzleme	Az	Adet	11	15	31	57
		Yüzde	19,3%	26,3%	54,4%	100,0%
	Orta	Adet	6	13	35	54
		Yüzde	11,1%	24,1%	64,8%	100,0%
	Çok	Adet	26	37	88	151
		Yüzde	17,2%	24,5%	58,3%	100,0%
Toplam		Adet	43	65	154	262
		Yüzde	16,4%	24,8%	58,8%	100,0%

p : 0,8

7. *İnsanlar her an bir saldırıya uğrayabilir* testi anlamsız çıkmıştır. Az ve orta izleyenlerin “Katılıyorum” seçeneğine verdiği yanıtların toplamı 66 iken çok izleyenlerin yanıtlarının toplamı 88 çıkmıştır. Ancak bu durum yüzdelere yansımamıştır.

Tablo 8. 8. Yetiştirme testi sonucu

			Alt sınıf			Toplam
			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	
İzleme	Az	Adet	20	13	23	56
		Yüzde	35,7%	23,2%	41,1%	100,0%
	Orta	Adet	23	10	21	54
		Yüzde	42,6%	18,5%	38,9%	100,0%
	Çok	Adet	59	39	51	149
		Yüzde	39,6%	26,2%	34,2%	100,0%
Toplam		Adet	102	62	95	259
		Yüzde	39,4%	23,9%	36,7%	100,0%

p : 0,7

8. *Şiddet alt sınıf üyeleri arasında yaşanmaktadır* testi ile ilgili olarak az ve orta izleyenlerin “Katılmıyorum” ve “Katılıyorum” yanıtlarının oranı birbirine yakın çıkmıştır. Dolayısıyla az izleyenlerin yüzdesi (%41,1) çok izleyenlerin yüzdesinden (%34,2) fazla çıkmıştır. Bu durum da testin anlamsız çıkmasına neden olmuştur.

Tablo 9. 9. Yetiştirme testi sonucu

			Tanıma			Toplam
			Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	
İzleme	Az	Adet	12	20	25	57
		Yüzde	21,1%	35,1%	43,9%	100,0%
	Orta	Adet	14	21	19	54
		Yüzde	25,9%	38,9%	35,2%	100,0%
	Çok	Adet	47	43	61	151
		Yüzde	31,1%	28,5%	40,4%	100,0%
Toplam		Adet	73	84	105	262
		Yüzde	27,9%	32,1%	40,1%	100,0%

p : 0,5

9. *İnsanlar tanımadıkları insanların saldırılarına uğramaktadırlar* test sonucu tablosuna bakıldığında çok izleyenlerin “Katılmıyorum” yanıt sayısı 47 iken “Kararsızım” yanıt sayısı 43 çıkmıştır. Bu durum yüzdelere yansıdığına test anlamsız çıkmıştır.

Sonuç ve Değerlendirme

George Gebner ve arkadaşları tarafından ortaya konan “Kültürel Göstergeler Projesi”nin, Kurumsal Süreç Çözümlemesi, Mesaj Sistem Çözümlemesi ve Yetiştirme Çözümlemesi olmak üzere üç bileşeninden biri olan Yetiştirme Çözümlemesinin uygulandığı bu çalışmada, saha araştırması yapılarak televizyonun yetiştirme rolü incelenmiş, sınırlılıklar nedeni ile Kurumsal Süreç Çözümlemesi ve Mesaj Sistem Çözümlemesi yapılamamıştır.

Çalışmada dokuz yetiştirme testinden ikisi anlamlı çıkmıştır. Bu da televizyonun yetiştirme rolü olduğunu belirtmektedir. Katılımcılar *günümüzde insanlara güvenilemeyeceğini ve geceleri yalnız yürümenin tehlikeli* olduğunu düşünmektedirler. Bu durum televizyonun soru bazında katılımcılar üzerinde yetiştirme rolü olduğunu ortaya çıkarmıştır.

Çalışmanın anlamlı çıkmayan testleri değerlendirildiğinde, *günümüzde tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız* sorusuna az, orta ve çok izleyen katılımcıların “Katılıyorum” yanıtını daha çok oranda verdiği saptanmıştır. Bu durum katılımcıların, izleme oranına bağlı kalmadan dünyayı tehlikeli olarak algıladıkları sonucunu ortaya

koymaktadır. Başka bir deyişle, insanların televizyon dünyasına bağlı olduğunu göstermektedir. Ayrıca, özellikle internet başta olmak üzere diğer kitle iletişim araçlarının bu algıya neden olduğu düşünülmektedir. Kaldı ki bunu destekleyen bir veri olarak yapılan araştırmada katılımcıların kitle iletişim araçları arasında en çok (% 81,3) interneti kullandığı ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla ileride yeni medya üzerine çalışmalar yapmak yararlı olabilir.

Öte yandan kitle iletişim araçları arasında en çok internetin tercih edilmesine karşın, araştırmada ortaya çıkan bir diğer önemli sonuç ise televizyonun evlerde ortalama 5,5 saat açık kaldığının saptanması olmuştur. Bu azımsanamayacak bir orandır. Yetiştirme Kuramı, televizyonun bebeklikten başlayarak insanları yetiştirdiği varsayımına dayanmaktadır. Dolayısıyla katılımcıların oluşturduğu 19-25 yaş aralığındaki kişilerde yetiştirme delilinin bulunup bulunmadığının araştırılması önem taşımaktadır. Ayrıca televizyon ve internetin eşanlı olarak evlerde kullanılması sonucundan yola çıkarak, bu iki kitle iletişim aracının nasıl birbirini beslediği, ne gibi kısıtlamalar ya da olanaklar dâhilinde birbirine alternatif oluşturduğu vb. bağlamlarda da çalışmaların yapılması gerektiği düşünülmektedir.

Türkiye’de yetiştirme araştırmaları artmaktadır. Bu çalışma da bu duruma katkı sağlaması açısından önemlidir. Ancak yetiştirme sürekli olduğu için, araştırmacıların farklı örneklerle, yeni ve düzenli araştırmalar yapması önemli ve gereklidir.

KAYNAKÇA

BATMAZ, Veysel; AKSOY, Asu (1995). Türkiye’de Televizyon ve Aile, Ankara: T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu.

GERBNER, George (1959). “Education and The Challenge of Mass Culture”, AV Communication Review. Vol: 7, Page: 264-278.

GERBNER, George (1963). “Communication and The Humanization of Homo Sapiens”, AAUW Journal. Vol: 56, Page: 102-104.

- GERBNER, George (1966a). An Institutional Approach to Mass Communications Research, (Editor), Lee Thayer. Communication: Theory and Research, Springfield: Charles C. Thomas, s. 429-445.
- GERBNER, George (1966b). Images Across Cultures: Teachers in Mass Media Fiction and Drama”, The School Review. Vol: 74, Page: 212-229.
- GERBNER, George (1967). Mass Media and Human Communication Theory, (Editor), Frank E. X. Dance. Human Communication Theory: Original Essays, New York: Hot, Rinehart & Winston, s. 40-60.
- GERBNER, George (1974). “Communication: Society is The Message”, Communication. Vol: 1, Page: 57-64.
- GERBNER, George (1985). Mass Media Discourse: Message System Analysis As A Component of Cultural Indicators, (Editor), Teun A. van Dijk. Discourse and Communication: New Approaches to The Analysis of Mass Media Discourse and Communication, Berlin: Walter de Guyter & Co, s. 13-25.
- GERBNER, George (1996). Foreword: Invasion of The Story Sellers, Roy F. Fox. Harvesting Minds: How TV Commercials Control Kids, Westport: Praeger, s. ix-xiii.
- GERBNER, George (2000). “Cultivation Analysis: An Overview”, Mass Communication & Society. Vol: 1, Page: 3-12.
- MORGAN, Michael (1995). The Critical Contribution of George Gerbner, (Editor), John A. Lent. A Different Road Taken, New York: Westview Press, s. 99-117.
- ÖZER, Ömer (2004). Yetiştirme Kuramı: Televizyonun Kültürel İşlevlerinin İncelenmesi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- ÖZER, Ömer (2005). “Televizyonun Yetiştirme Rolü: Ankara Çevik Kuvvet Örneği”, Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi, Bahar/Kış 2005, Sayı: 20, 1-20.
- ÖZER, Ömer (2007). Medya, Şiddet, Toplum, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

SHANAHAN, James; MORGAN, Michael (1999). Television and Its Viewers: Cultivation Theory and Research, Cambridge: Cambridge University Press.