

## ***KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE SİYASAL ANLAMDA ETKİLERİ***

Uzm. Psk. Aslı Şimşek\*

İletişim hayatımızda çok önemli bir olgudur. Gelişen teknoloji sayesinde dünyanın bir ucunda gerçekleşen herhangi bir olaydan anında haberimiz olmaktadır. Günümüzün modern insanı için kitle iletişim araçları hem bilgi kaynağı hem de eğlence kaynağıdır. Kitle iletişim araçları siyasal toplumsallaşmayı etkileyen önemli etmenlerden biridir. İnsanlar yaşadıkları toplumla ilgili haberleri, siyasal ve sosyal konuda ki bilgileri kitle iletişim araçları sayesinde öğrenmekte ve kitle iletişim araçları ile etkileşimleri sonucunda da siyasal ve sosyal konularda ki düşünceleri, tepkileri oluşmaktadır. Günlük yaşantıda bireyler yoğun olarak kitle iletişim araçlarıyla iç içe olmalarına ve her an kitle iletişim araçlarının mesaj bombardımanına uğramalarına rağmen bu durumun pek farkına varamamaktadırlar. Kitle iletişim araçlarından özellikle televizyonun okuduklarımız ve gördüklerimiz üzerinde etkisi büyüktür. Televizyon göze ve sese dayalı olarak çok geniş kitlelere ulaşabilmektedir. Bu yazıda da kitle iletişim araçları ve siyasal anlamda etkileri üzerinde durulmaktadır.

### ***KİTLE İLETİŞİMİ***

Kitle iletişimi temelde iki kişi arasında gerçekleşen iletişim sürecinin daha resmi, yoğun, hızlı, kitlesel ve kurumsal düzeyde gerçekleşmesidir. Kitle iletişim araçlarının bireyin siyasal toplumsallaşmasında büyük etkileri olmaktadır. Kitle iletişim araçlarının etkisi kişilik, psikolojik, yaş, cinsiyet, meslek, gelir, yaşanılan ortam, bölge... gibi nedenlerle bireyden bireye farklılık göstermektedir. Eğitim seviyesi yüksek olan birey ile, eğitim seviyesi düşük olan bir bireyin etkilenme süreci farklı olmaktadır. Aynı şekilde kitle iletişim araçlarının etkisi farklı özellikler gösteren toplumlar arasında da değişkenlik göstermektedir. Geleneklerin egemen olduğu bir toplum ile kapalı bir toplumda kitle iletişim araçlarının etkileme boyutu farklıdır. Kitle iletişim araçlarının siyasal toplumsallaşmayı ve toplumu yönlendirmesinde bireysel özellikler de çok önemlidir. Ancak günümüzde iletişimin psikolojik etkilerinden çok toplumsal ve kültürel etkileri üzerinde daha fazla durulmaktadır. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve enformasyonun insanlar için vazgeçilmez bir yaşam kaynağı olması, iletişimin devamlı güncel kalmasına, önem

kazanmasına neden olmaktadır.

### ***TEKYÖNLÜ- ÇİFT YÖNLÜ İLETİŞİM***

Çift yönlü iletişimde, karşıt tezin görüşünden söz edilmekte ve daha sonra bu tez çürütülmektedir. Tek yönlü iletişimde ise sadece öne sürülen görüş açıklanmakta, karşıt bir görüşe yer verilmemektedir. Karşılıklı bir iletişimde alıcı aktif konumundadır. Ancak medyanın özellikle görsel medya aracılığıyla sunduğu bilgi monolog bir şekilde olmakta ve alıcıları pasif hale getirmektedir. Yüz yüze konuşma durumunun aksine, medyada alıcının yanıt verme ya da farklı görüşte olduğunu açıklama fırsatı olmamaktadır. Platon'a göre Sokrates benzer nedenlerden ötürü yazmayı reddetmişti: Ona göre yazı yaratıcı diyalogu engellemekte ve inandırmak yerine ikna etmeye yönelik retoriksel bir baştan çıkarmaya yol açmaktaydı. Alain Etchegoyen'in açıkladığı gibi, *"konuşmacı ve dinleyicinin kendi aralarında devamlı olarak söz olarak ve tartışma sonrası kendi bakış açılarıyla belli bir noktada hem fikir oldukları iletişim yolunun aksine, medyanın sağladığı iletişimde halkı bu sürece katılması ya da herhangi bir karşı fikri savunması şansı yoktur"*. Kendini temsil etmeye yönelik gücünü kaybeden sessiz çoğunluk içinde kültür de eriyip gitmektedir. Bireylerin içinde buldukları kitle oranı arttıkça eleştiri yapma olasılıkları da o denli azalmaktadır. Bireyin içinde bulunduğu kitle örgütlenmemiş ise güçlü bir kuramsal yapı karşısında bireysel karşı çıkmalara oldukça az rastlanmaktadır.

Erdoğan ve Alemdar 'a (1990) göre kitle iletişim araçları önceden konuyla ilgili herhangi bir görüşü olmayan bireyler üzerinde etkili olmaktadır. Yapılan laboratuvar ve alan çalışmaları, izleyicilerin önceden bir kanaat yaratmada iletişimin aşırı ölçüde etkili olduğuna işaret etmektedir. Konu ile ilgili olarak bireye "aşılama" yapılmış ise izleyicilerin kanaatlerini değiştirme konusunda daha sonra verilmek istenen iletilere karşı daha fazla direnç gösterdikleri görülmektedir. Ayrıca araştırmalar çapraz baskı altındaki kişilerin değişime alışılmamış bir şekilde duyarlı oldukları, fikir bakımından dayanıksız oldukları ve bu nedenle her an fikir değiştirebilecek yapıda oldukları bazen konuya ilgilerini tamamıyla yitirdikleri ortaya koymaktadır.

Medya insan zihinlerini etkilemekte, eylemlere egemen olmakta; insanların davranışlarını, arzularını, inançlarını, yaşam biçimlerini, yaptıkları seçimleri etkisi altına almaktadır. İnsanın ve toplumun düşünce yapısı ne şekilde ve hangi yönde oluşturulursa insan ve toplum o şekilde ve o yönde hissetmekte, heyecanlanmakta ve eyleme geçmektedir. Bireylerin büyük bir çoğunluğu kabul etmekte; ancak etkinin

ölçüsü hakkındaki görüşler farklı olmaktadır. Medyanın yaydığı mesajlar anında kabul edilmemektedir. Öncelikle alıcı tarafından bir ön elemeye tabii tutulmaktadır. Bununla beraber değişik sosyal grupların değişik algılama kalıpları vardır. Dolayısıyla medyanın insanları istediği yönde ve genişlikte etkileyebilmesi düşüncesine şüpheyle bakılmaktadır. Medyanın yaptığı etkinin asıl sonuçları kısa dönemde değil uzun dönemde ortaya çıkmaktadır. Bunun nedeni, insanların kitle iletişim araçlarına bütün ömürleri boyunca açık olmaları ve iletileri, üst üste birikmeleridir.

### **TUTUM VE DAVRANIŞ**

Toplumsallaşma sonucunda birey, içinde bulunduğu kültüre uygun tutumlar kazanmaktadır. Toplumsallaşma bir öğrenme sürecidir. Bu süreçte birey yaşadığı kültürü ve dolaylı olarak da bu kültürle bağlantılı diğer kültürleri öğrenmektedir. Tutumlar, gözlenebilecek bir davranış değil, davranışa hazırlayıcı eğilimlerdir.

İnsanlar tutumlara sahip olarak doğmamakta, tutumları sonradan öğrenmektedirler. Okullar tutum ve davranış kazandırmakta çok önemli işlevler üstlenmektedir. 6-12 yaşlar arasında ki okul çağı aynı zamanda öğrencinin gruplaşma çağıdır. Akran veya oyun gruplarından birine katılması, çocuk için bir gereksinme olduğu kadar onun toplumsallaşması için de bir zorunluluktur. Çocuk 10 yaşına geldiğinde, duygularını toplumsal grubun istekleri doğrultusunda değiştirme olanağına sahiptir. Böylelikle daha olgun bir davranış tipi gösterme yolunda ilk adımlarını atmaya başlamaktadır. Öğrencilerin siyasal tutumlarını etkileyen başka bir kaynak da müfredat programlarıdır. Her siyasal sistem, programda öğrencinin siyasal sistem için destekleyici hisler beslemesini sağlayacak anlatım ve değerlere ağırlık vermesine özen göstermektedir.

### **SİYASAL DAVRANIŞ**

İnsanların ilk önce yaşamlarını devam ettirebilmek daha sonra ise iyi bir şekilde yaşayabilmek için iş, ulaşım, yol, su, elektrik, sağlık, eğitim gibi bazı ihtiyaçları bulunmaktadır. İnsanlar çeşitli davranışlarda bulunarak hayatla bağlantı kurmakta ve onu devam ettirmektedirler. Bu davranışlar, bireysel olabildiği gibi toplumu ilgilendiren, ortak sorunlarla ilgili siyasal davranışlar da olabilmektedir. Yani siyasal davranışlar insanın vazgeçemeyeceği, onun toplumla ilgisinin oranı ölçüsünde değişen davranışlar olmaktadır.

İnsanların içinde bulunduğu toplumda bir bütünlük oluşturmasını, yönetimle yakından ilgilenmesini ve söz sahibi olabilmesini sağlayan eylemler olan siyasal davranışlar, günlük hareket ve eylemlerden ziyade, siyasetle ilgilenme, siyasal konularda bilgilenme ve bu bilgilerin davranışa dönüştürülmesini içermektedir. Siyasetle ilgilenme çeşitli derecelerde ve farklı boyutlarda gerçekleşebilmektedir. Örneğin, oy verme en çok görülen siyasal davranış biçimidir. Bunun yanı sıra siyasal bir partinin rozetini taşımak, yönetim kadrolarında yer almak, propagandalara katılmak; başkalarının düşüncelerini kendi düşünceleri yönünde etkilemeye çalışmak; eylemlere katılmak vb. şekillerde de görülebilmektedir. Bireyin siyasal kültürü ve toplumsallaşması aşamasında kazandığı bilgi, tecrübe ve kanılar siyasal davranışlarını yönlendirmektedir. Siyasal davranışlar bir katılma biçimidir ve siyasal kaynakların etkisine de açık olmaktadır.

## **SİYASAL TOPLUMSALLAŞMA**

Toplumsallaşma; bireyin yaşadığı toplumda geçerli olan değer yargılarını, bilgileri, inançları, tutumları, davranış kurallarını öğrenmesi, benimsemesi ve davranışa dönüştürmesi yolu ile topluma uyum sağladığı ve yaşam boyu süren dinamik bir süreçtir.

Siyasal toplumsallaşma toplumun evrensel niteliklerini yansıtan, kişisel değer, tutum ve davranışları içermektedir. Siyasal toplumsallaşma, toplumsal-siyasal çevre ile birey arasında yaşam boyu süren dolaylı ve doğrudan etkileşim sonucunda, bireyin siyasal sistemle ilgili görüş, davranış, tutum ve değerlerinin gelişmesidir. Bir başka tanıma göre ise; "siyasal toplumsallaşma; siyasal sistem hakkında geçerli görüş ve bilgi sahibi olmaktır. Bu siyasal sistem hakkındaki görüş ve bilgiler toplumsallaşma aşamasında bireyin çevresiyle girdiği toplumsal ve siyasal ilişkilerle birlikte öğrenme sonucunda edinilmekte ve ölene kadar devam etmektedir.

Toplumsallaşma sürecini bireysel ve toplumsal etkileşim süreci olarak ele aldığımızda insanın doğumuyla birlikte başlayan bu süreçte ilk iletişimin en basit düzeyden işaretler ve sembollerle kurulduğu görülmektedir. Söz konusu işaretler ve semboller iletişimin araçları olmakla birlikte bireyin yaşamı boyunca gelişerek yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmektedir. Birer bilgi taşıyıcısı olarak ortaya çıkan işaret ve semboller, bu nedenle önemli bir toplumsallaşma kaynağı olma niteliğini kazanmaktadırlar. Tarih boyunca bilinen tüm kültürlerin, belli sembol sistemlerinden oluştuğu ve böylece bilgi taşıdıkları bilinmektedir. Bireyin siyasal tutumları, okul çağında hatta okul öncesinden itibaren var olan, tüm yaşamı boyunca devam eden, bir

toplumsallaşma kaynağı olan ve bilgi taşıyıcılığı fonksiyonunu üstlenen kitle iletişim araçlarının etkisi altındadır. Bunlar kitap, dergi, gazete gibi yazılı basın araçlarından oluşabileceği gibi, radyo, televizyon, sinema, tiyatro gibi görüntü içeren sözlü yayın araçlarından da olabilmektedir. Siyasal toplumsallaşma bir toplumda siyasal kültürün gelişmesi, toplumu oluşturan bireylerin içinde buldukları toplumsal ve siyasal çevre ile yaşadıkları sürece doğrudan ve dolaylı olarak etkileşimleri sonucu edindikleri siyasal kültürleri oranında ulusal ve öteki siyasal sistemlerle ilgili görüş, düşünce tutum ve davranışlarının bütünüdür.

Birey toplumdaki kültür değerlerini kalıtsal olarak değil, öğrenme sonucu elde etmektedir. Siyasal toplumsallaşma da siyasal kültürü öğrenme sürecine denilmektedir. Siyasal sistemin yöneticileri, siyasal toplumun, rejimin ve hükümetin sürekliliğini sağlamak amacıyla kültürün kapsamını tanımlamaya ve onu yaygınlaştırmaya çaba göstermektedirler.

Siyasal toplumsallaşma, siyasal tutum ve beklentilerin oluşması, öğrenilmesi, benimsetilmesi ve değişmesi süreçlerini içermektedir. İlk aşama bireyin, küçük yaş da aile ve okul çevresinin dışında bir otorite bulunduğunun farkına vardığı politikleşme aşamasıdır. İkinci aşama otoritenin kişiselleşmesi sürecini kapsamaktadır (personalization). Çocuk, siyasal otoriteyi bir kişiyle, örneğin bir siyasal önderle özdeşleştirmektedir. Ayrıca bu dönemde çocuk, siyasal kurumların da farkına varmaktadır. Siyasal toplumsallaşmasının üçüncü aşaması ise, idealleştirmenin gerçekleştirildiği dönem (idealization) oluşturmaktadır. Bu dönemde kişiselleşmiş; siyasal otorite, herkesten daha üstün bir güç olarak kabul edilmektedir. Bu değerlendirmede sevgi ve saygı gibi duygusal motiflerin de ağırlık taşıdığı görülmektedir. Dördüncü aşamada ise birey, siyasal uyarıcıları ve nesnelere kişisel bağlantıların ötesinde kurumlaşmış (insitutionalization) bütünlükler olarak algılamaktadır. Birey bu dönemde üyesi olduğu toplumun siyasal sistemini tüm kurum ve süreçleri ile birlikte tanımaktadır.

Siyasal toplumsallaşmaya yönelik çeşitli yaklaşımlar bulunmaktadır. Bunlardan Psikanalitik Yaklaşım; çocukluk dönemi, bu dönemde kazanılan özellikler ve çocuk-aile ilişkisi üzerinde durmaktadır. Siyasal toplumsallaşma ve siyasal- toplumsal sorunların bireysel sorunlarla yakından ilişkili olduğunu savunmaktadır. Bu kuram çerçevesinde yapılan araştırmalar siyasi toplumsallaşma da ana- baba dışındaki etmenleri göz ardı ettiği ve siyasal toplumsallaşma sorunlarını çok fazla bireyselliğe indirgediği için eleştirilmektedir.

Başka bir kuram olan işlevselci yaklaşım; siyasal ve sosyal sürekliliğin ve diğer işlevsel gereksinimlerin karşılandığı yapıların ve kurumların devamlılığını sağlayabileceğini savunmaktadır. Gereksinimleri karşılama da zorluk çeken ve siyasal bunalım içinde bulunan sistemler ise devamlılığını ancak toplum tarafından sağlanan siyasal destek ile sürdürebilmektedir. Bu desteğin sağlanabilmesi için de çocukluk döneminde çocuğun siyasal toplumsallaşma ve sisteme bağlılığı geliştirilmelidir. Ancak çocukluk döneminde geliştirilen siyasal desteğin zamana ve konuya göre tutarlılık göstermemesi, siyasal toplumsallaşmanın her yaşta ve dönemde farklılık göstermesi bu yaklaşıma yöneltilen en büyük eleştiridir.

Son olarak çatışmacı yaklaşım ise işlevselci yaklaşıma getirilen eleştiriler üzerine geliştirilmiştir. Sistemde denge ve süreklilik yerine değişim üzerinde durmaktadır. Bu yaklaşıma göre bireyin yaşı ilerledikçe, siyasal düşüncelerinde daha bir olgunluk, iç tutarlılık, uzlaşıcı, çatışmadan uzak özellikler yer almaktadır.

### ***TÜRKİYE'DEKİ KENT VE KÖY AİLELERİNDE SİYASAL TOPLUMSALLAŞMA***

Kitle iletişim araçlarının toplumsallaşma üzerindeki etkisi bireylerin içinde yaşadıkları toplum hakkında daha geniş bilgi sahibi olma ve kamusal yaşamın bir parçası haline gelebilmelerine olanak sağlama yoluyla gerçekleşmektedir. Bu araçlar sayesinde çeşitli sorun ve konulardan haberdar olan bireylerin toplumsal ve siyasal tartışmaya katılma dereceleri de yüksek olmaktadır.

Ülkemizde Tokgöz tarafından 1973 seçimleri sırasında yapılan bir araştırma da eğitim düzeyi düşük bireylerin ve düşük gelirli bayanların televizyonu; yüksek eğitilmiş ve yüksek gelirli bireylerin ise öncelikle gazeteleri sonra televizyonu tercih ettikleri gözlenmiştir. Bu durum köy ve kent açısından da değerlendirildiği zaman köylerde eğitim seviyesinin düşük olması radyo ve televizyonun ilk sırada tercih edilmesinin nedenini açıklamaktadır. Oysa ki kentlerde ki bireyler yazılı basın araçlarına sıkça başvurmakla beraber, yüz yüze temas da bulunmak içinde çaba harcamaktadırlar. Bireyin toplum içinde sahip olduğu statü ve roller değiştikçe, davranışları da değişmektedir. Kişinin statü ve rolleri zamanla değişiklikler göstermektedir. Aile, okul, arkadaş grupları, dernek ve örgütler, siyasi partiler, meslek, kitle iletişim araçları vb. faktörler bireyin davranışlarının şekillenmesini sağlamaktadır. Bütün bu faktörler içinde ailenin etkisi ilk aşamada belirleyici rol oynamaktadır. Hatta ileride çocuğun seçeceği mesleğin

belirleyicisi bile olabilmektedir. Ailelerin köy veya kent ailesi oluşuna dayanan farklılıklarının etkisi çocuğun siyasal toplumsallaşmasında büyük ölçüde hissedilmektedir. Aile, çocuğun ilk çevresi olması ve siyasal toplumsallaşmanın temelini burada atılmaya başlanması sebebiyle, önemli bir toplumsallaşma aracı olmaktadır. Çocuğun aile içerisinde siyasal toplumsallaşması; aile üyelerinin bazen bilerek ve isteyerek siyasal değer ve tutumları öğretmesi ile olabileceği gibi ev ortamında kendiliğinden çocuğun siyasal tutum ve değerleri öğrenmesi yoluyla da gerçekleşebilmektedir. Kitle iletişim araçlarının etkisi ancak etkilenme isteğine, sosyo-ekonomik düzeye, eğitime ve o ana kadar siyasal konularda kabul edilen bilgilere bağlı olmaktadır. Kitle iletişim araçlarının bireyler üzerindeki etkisi bu araçlarının seçiminde eğitimin, köyde ve kentte yaşamının belirleyici olması nedeniyle farklı boyutlarda olabilmektedir.

Bayanlar için en kolay bilgi alınabilecek kaynak TV'dir. Bunun sebebi ise yine bayanların siyasal toplumsallaşmaların çekingen bir yapıda gerçekleşmesi, fazla çaba harcamak istememeleri ve siyasal bilgi düzeylerinin düşük olmasıdır. Özellikle köylerde bayanlar için tek bilgi alınabilecek kaynak TV'dir. Bu nedenle bayanlar "seçime doğru" programlarının daha çok izlemektedirler. Halbuki kentteki bir bayan için bilgi alabileceği kaynaklar daha fazladır. Özellikle çalışıyorsa siyasal ilgisi buna bağlı olarak artmakta ve daha fazla bilgi almak için tüm yolları denemektedir. Kentteki birey eğitimi oranında TV, radyo, gazete, yüz yüze teması vb. bir çok kaynağa başvurma imkanını bulmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının siyasal toplumsallaştırıcı etkisi, kişiye, yerleşme yerine göre farklılıklar göstermektedir. Aile ve okul gibi siyasal toplumsallaştırıcı etkisi çok yüksek oranlarda olmasa da, bunlara bağlı bazen beraber bir etki yaptığı görülmektedir. Günümüzde değişik düzeylerde de olsa kitle iletişim araçları eğitim işlevi görmekte, çoğu kişiler toplumsal olayları, sosyal, ekonomik, siyasal gelişmeleri kitle iletişim araçlarından öğrenmektedir. Bu bağlamda, kitle iletişim araçları bireylerin dünyaya açılan penceresi durumundadır. Açılan bu pencere bireyin çevresini değişik açılardan görmesine ve farklı mesajlarla karşılaşmasına olanak sağlar. Kitle iletişim araçlarının yoğun, bilgi, haber ve yorum bombardımanı altında olduğu bir gerçektir. Bu haber, bildiri ve yorumların içeriği, bireyin toplumsallaşması sürecinde ortak toplumsal gerçekliklerin belirlenmesinde, çözümler üretebilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Kitle iletişim araçlarından verilen siyasal içerikli mesajlar bireye, kendisini çevresi dışında tutabilmesini ve böylece bireyin toplumsal ve siyasal sorunlarla daha yakından

ilgilenmesini ve bu sorunlara karşı duyarlı olmasını sağlamaktadır. Bu ise, kamuoyunun oluşumunu ve bireyin toplumsal yasama katılımını arttırmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının siyasal toplumsallaştırıcı etkisi artık günümüzde ailenin etkisi ile birlikte, hatta okuldan önce başlamaktadır. Özellikle TV, radyo gibi görsel iletişim araçlarının etkisi çocuğun gelişmesinin ve bilinçlenmesinin ilk aşamasında görülmektedir. Fakat burada önem arz eden ailenin etkisinin iletişim araçlarının etkisini belirleyici olmasıdır. Bu nedenle kitle iletişim araçlarının siyasal toplumsallaştırıcı etkisi kent ve köy ailelerinin özelliklerine göre doğal olarak farklı boyutlarda olacaktır.

Sonuç olarak köydeki bir çocuğun siyasal toplumsallaşmasının kentteki yaşlılarına göre yavaş olmasının nedenlerini şöyle açıklayabiliriz;

a- Ailenin geleneksel ve geniş aile yapısı göstermesi nedeniyle katılımsız bir ortamda yetişmeleri,

b- İletişim araçlarının sadece TV ve radyo ile sınırlı olması, gazetelerin ise bazı köylere ulaşma imkanının hiç olmaması. TV ve radyodan alınan bilgilerin ise sadece köydeki bir kişinin yorumuna inanılarak değerlendirilmesi. Eğitimin iletilmek isteneni istenildiği şekilde algılayabilecek düzeyde olmaması,

c- Köydeki çocukların ve yetişkinlerin arkadaş çevrelerinin kendileriyle aynı işi yapan, bilgi ve eğitim düzeyleri aynı olan, düşünce ve görüş, açısından aynı özellikleri taşıyan bireylerden oluşması,

d- Bazı çocukların, özellikle de kent merkezine uzak köylerde bulunan çocukların kentle hiçbir bağlantısının olmaması, küçük yaşta ev işlerine yardımcı olmaya başlamaları ve arkadaş edinmeye, siyasal konuları tartışmaya, konuşmaya zaman bulamamaları ya da böyle ortamların köylerde hiç olmaması sebebiyle bu çocukların siyasal toplumsallaşması yavaş olabilmektedir. Bu kişilerin ileride sadece siyasal katılımları oy vermekle sınırlı kalmaktadır.

e- İşbölümünün sınırlı ya da hiç olmaması örgütlenmeyi ve uzmanlaşmayı engellediği için siyasal katılma, belli davranışlarla sınırlı kalabilmektedir.

## **KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ SİYASAL ANLAMDA ETKİLERİ**

Kitle iletişim araçlarının siyasal tutumlar üzerindeki etkilerini araştıran araştırmalar, kitle iletişim araçlarının seçici izleme gibi bir çok psikolojik süreç nedeniyle çok az etkili olduğunu göstermiştir. Ancak uzun süreli televizyon kampanyaları seçici izleme etkisini ortadan kaldırmakta dolayısıyla da uzun dönemde, kitle iletişim araçları bireylerin bilgi ve tutumları üzerinde oldukça etkili olmaktadır. Kitle iletişim araçlarının özellikle var olan tutumları pekiştirdiğine inanılmaktadır.

Gazete ve televizyon toplum içindeki bireylerin, siyasal alandaki olayları, tartışmaları politikacıları izlemek için en fazla kullandıkları araçlardır. Bu açıdan her toplum için kitle iletişim araçlarının bireyleri siyasal anlamda etkilemesi büyük önem taşımaktadır. Kitle iletişim araçları değişik zamanlarda, değişik insan gruplarına farklı etkileri olabileceği gibi bu etkiler her toplum yapısında aynı olmayabilmektedir. Mesela seçimlerden önce yapılan bir tartışma programının özellikle kararsız seçmenler üzerindeki etkisi yüksek olmaktadır. Kararsız seçmen kitlesinden alınacak her oy seçimin sonucunu etkilemektedir. Bu nedenle siyasiler seçim öncesi televizyonu ve genel olarak kitle iletişim araçlarını daha sık kullanmak eğilimindedirler. Hatta ülkemizde özel televizyon yayıncılığının illegal olarak devam ettiği ilk zamanlarda bazı siyasi partilerin televizyon istasyonu kurmaya çalıştıkları bile görülmüştür.

Televizyonun siyasal anlamda etkisi sadece siyasal tercihleri değiştirme şeklinde algılanmamalıdır. Yapılan araştırmalar fanatik düzeydeki seçmen kitlesinin tartışma programlarından, tercihlerini değiştirecek kadar etkilenmese de herhangi parti liderinin televizyondaki konuşmasının partili düzeydeki seçmenlerinin fanatizmini azaltabileceği gibi arttırabileceğini göstermektedir. Sonuçta bu da bir etkileşim sürecidir. Diğer bir değişle parti liderlerinin canlı yayın sırasındaki görünümü, konuşma şekli, ses tonu, telaffuzu, bakışları, yüz ve el hareketleri, herhangi bir dil sürçmesi, panikleme, tutarsızlığı, diğer kişilere yaklaşımı, sakinliği yani genel olarak fiziki ve ruh hali imajını etkilemektedir.

Turam'a (1994) göre, televizyonun var olan değerleri değiştirmekten çok, yerleşmiş bulunan değerleri pekiştirmeye, kuvvetlendirmeye yönelik etkisinin olmaktadır. Televizyonun siyasal toplumsallaşmaya etkisi, bu araçların içinde bulunduğu siyasal, toplumsal, medya sistemine ve izleyiciye göre değişmektedir. Mesela TRT dönemindeki televizyon yayınının siyasal toplumsallaşmaya etkisi ile özel televizyonlar dönemindeki yayınların siyasal toplumsallaşmaya etkileri farklı

olmaktadır. İletişim alanında yapılan araştırmalar, kişiler arası iletişimin, tutumların değiştirilmesinde; kitle iletişiminin ise bilgi aktarılmasında daha etkili olduğunu ortaya çıkarmıştır. İletişim sürecinin çift yönlü, tartışmaya dayalı, eşitleyici yapısı tek yönlü bir iletim sürecine dönmüştür. Artık sahibine yabancılaşmış, üreticisi belirgin olmayan ama toplumdaki egemen kültürel ideolojik değer yargılarına uygun iletiler kitle iletişim araçları tarafından edilgen tüketici yayınlarına aktarılmaktadır.

Radyo, televizyon, gazete ve diğer kitle iletişim araçlarının işlevleri sadece bilgi aktarmakla kalmamakta, bu araçlar kişinin genel ve siyasal kültürünü de etkilemektedirler. Dil, kültür, davranış, duygu birliğinin önemli olduğu ulusal toplumların doğmasında ve gelişmesinde, kitle iletişim araçlarının büyük önemi olmaktadır. Düşük düzeyde okuma-yazma düzeyi, yazılı basın için belirli bir sınırlılık getirse de, radyo-televizyonun yaygınlaşması, büyük gruplar tarafından izlenme olanağının bulunmasını sağlamaktadır. Bu da ülkelerdeki kitle iletişim araçlarını etkili kılmaktadır. Kitle iletişim araçlarının kullanımıyla, siyasal iktidarı kullananlara, yönetilenlerin davranışlarını etkileme ve denetleme imkanı sağlamaktadır. Bazen kitle iletişim araçları, siyasal olguların geniş kitlelere duyurulmasını sağlayarak, geniş kitlelerin siyasal hayata katılımını artırmakta, iktidar tabanında değişme ve gelişmelere neden olmaktadır.

Kitle iletişim araçlarında verilen haberlerin doğruluğuna inanılması, haberlerin izleyicinin siyasal düşüncelerinin karmaşıklık düzeyi üzerinde oldukça etkili olmaktadır. Burada, kitle İletişim araçlarının gerçeği yansıttığına halkın ne ölçüde inandığı önemli olmaktadır. Ancak bireyler, kitle iletişim araçlarının yaydığı bilgi ve haberleri mevcut siyasal tutumlarının güçlendirecek biçimde seçmektedirler. Bu bağlamda da kitle iletişim araçları bireylerin siyasi yönelimlerini değiştirmekten çok, güçlendirici bir işlev yüklenmektedir. Kitle iletişim araçlarını izleyen birey bu yayınlardaki her bilgi ve haberi doğrudan almamakta, kendi değer ve inanç sistemleriyle uyumlu olan bilgi ve haberleri algılamaya, bu nitelikte olmayan haberleriyse görmezden gelmeye eğilimli olmaktadır. Kısacası bireyler kitle iletişim araçlarının yaydığı bilgi ve haberleri hali hazırda ki siyasal tutumlarının güçlendirecek biçimde seçerek algılamaktadır. Bu durum da kitle iletişim araçlarının siyasal toplumsallaşmada önemli rollere sahip olan siyasal partiler, baskı grupları, eğitim sistemi, ekonomik seçkinler, medya gibi diğer etkenlerle birlikte önemini arttırmaktadır. Kitle iletişim araçları bireye siyasal sistem ve olaylar hakkında bilgi sağlamak da, bu olaylara karşı ilgisini yoğunlaştırmak da ve dolayısıyla da siyasal sisteme olan talepleri ve siyasal yaşama katılmayı arttırmaktadır. Kitle iletişim araçlarını düzenli olarak ve sık sık izlemek bireyin beklentilerini etkilemekte ve değiştirmektedir. Bu

etkileşim birey farkına varmadan da gerçekleşebilmektedir. Ancak kitle iletişim araçlarının etkisi seçmenin eğitim düzeyine, ailesine, hangi bilgi kaynaklarının daha çok kullandığına, parti ve lidere bağlılık derecesine göre değişebilmektedir.

### **Sonuç**

Kitle iletişim araçlarının etkisi etkilenmek isteğine, sosyo-ekonomik düzeye, eğitime ve o ana kadar siyasal konularda edinilen ve kabul gören bilgilere bağlı olarak değişmektedir. Kitle iletişim araçlarının siyasal toplumsallaşmayı ve toplumu yönlendirmelerinde üç temel unsur önemli olmaktadır; bireysel özellikler, toplumsal yapı ve kullanılan kitle iletişim aracı. Kitle iletişim araçlarının etkisi bireyin varolan tutumlarına, gelir düzeyine, kişiliğine, cinsiyetine, mesleğine, ideolojisine, içinde bulunduğu topluma, eğitim seviyesine, yaşına, bulunduğu coğrafi konuma (köy veya kent) gibi özelliklere bağlı olarak değişebilmektedir. Aynı şekilde kitle iletişim araçlarının etkisi farklı özellikler gösteren toplumlar arasında da değişkenlik göstermektedir. İran gibi kapalı bir toplumda kitle iletişim araçlarının etkileme düzeyi ile demokratik toplumlarda kitle iletişim araçlarının etkileme düzeyi farklı olmaktadır. Buna paralel olarak da kitle iletişim araçlarının etkisi iletişim için hangi kitle iletişim aracının kullanıldığına bağlı olarak da değişmektedir. Örneğin her ikisi de kitle iletişim aracı olan radyo ve televizyonu karşılaştıracak olursak televizyonun etkileme oranının daha fazla olduğunu görülmektedir. Kitle iletişim araçlarının kullandığı teknik, dil, seslendiği duyuların çeşitliliği, görsellik... gibi özellikler kitle iletişim aracının etkililiği üzerinde etkili olmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının değişik zamanlarda, değişik konularda, değişik insan gruplarına farklı etkileri olabilmektedir. Özellikle kararsız bireyler üzerinde ki etkisi daha fazladır. Seçim öncesi yapılan liderlerin tartışma programlarının seçimin sonuçlarını etkileyebileceğine yönelik bir çok araştırma bulgusu mevcuttur. Siyasi liderlerin sadece düşünceleri değil, konuşma şekli, sinirlilik hali, konuya hakim olma, sorulan sorulara net cevap verebilme, giyim tarzı, jest ve mimikleri, kullandığı ses tonu, el ve kol hareketleri de dikkat çekmektedir. Bu nedenle siyasiler seçim öncesi kitle iletişim araçlarını özellikle televizyonu sıkça kullanmaktadırlar. Bu tartışma programlarından fanatik düzeydeki seçmenler siyasi parti liderlerinin konuşmasından heyecanlanıp coşarken, kararsız seçmenler de siyasal tercihlerini belirlemektedir.

Türkiye’de seçim öncesi yapılan bir açık oturumun seçmeni ne denli etkilediğine ilişkin bir araştırma bulunmamaktadır. Bağımlı ve bağımsız değişkenler

ölçülememiştir. Bu nedenle seçim öncesi yapılan canlı yayın programlarının Türk halkını etkileyip-etkileyemeyeceğine dair herhangi bir şey söylenememektedir.

## KAYNAKÇA

- Alkan, T. (1979). *Siyasal Toplumsallaşma*, Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Cüceloğlu, D. (1999). *İnsan İnsana*, Remzi Kitapevi, İstanbul.
- Easton, D. (1965). *A Systems Analysis of Political Life*, New York, Wiley and Sons.
- Erdoğan, İ. , Alemdar, K. (1990). *İletişim ve Toplum Kitle İletişim Kuramları, Tutucu ve Değişimci Yaklaşımlar*, Bilgi Yayınevi, Ankara.
- Froman, L. (1970). *Learning Political Attitudes*, Glenview, Scott, Foresman.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (1990). *İnsan, Aile, Kültür*, Remzi Kitapevi, İstanbul.
- Kahraman, A. B. (2002). *Siyasal Katılıma Etki Eden Sosyolojik Faktörler (Isparta Uygulaması)*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta.
- Karavaşin, Ç. (1999). *Medyanın Değişen İşlevi Sürecinde Güvenirlilik ve İnanırlılık*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Kaya, A. R. (1985). *Kitle İletişim Sistemleri*, Teori Yayınları, Ankara.
- Michael, M. (1998). *Sosyal Psikolojik Açından Kamuoyu ve Siyaset*, (Çev. A. Dönmez, V. Duyan), İmge Kitapevi, Ankara.
- Nacaroğlu, H. (1999). *Türkiye Büyük Millet Meclisi Televizyonu'nun Siyasal Toplumsallaşma Sürecindeki Yeri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 1999.
- Öktem, M. C. (1997). *Ders Kitapları ve Siyasal Toplumsallaşma (1940-1960)*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Tokgöz, O. (1976). *Televizyonun Kadının Siyasallaşmasına Etkisi*, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, c. XXXI, no. 1-4.
- Tokgöz, O. (1978). *Siyasal Toplumsallaşmada Kitle Haberleşme Araçlarının Rolü ve Önemi*, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, c. XXXIII, no. 3-4.
- Tosun, G. (1994). *Kamuoyunun Oluşumunda Kitle İletişimin Rolü ve Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Basının Etkisi*, *Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Dergisi*, c.I, Sayı 1.
- Turam, E. (1994). *Siyaset ve Televizyon*, İrfan Yayıncılık, İstanbul.

Turan, E. (1994). *Medyanın Siyasi Hayata Etkileri*, İrfan Yayıncılık ve Ticaret, İstanbul.

Türkkahraman, M. (1998). *Türkiye’de Siyasal Sosyalleşme: Tarih ve Politika*, Cumhuriyet Özel Sayısı III, Sosyal Değerlendirme, Yeni Türkiye Medya Hizmetleri, Yıl 4, Sayı 23-24.

Varol, N. (2000). *Türkiye’nin Kent ve Köylerinde Siyasal Davranış Farklılıkları ve Nedenleri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Isparta.