

İLETİŞİM KAYNAĞININ BİRTAKIM NİTELİKLERİ ÜZERİNE DÜŞÜNCELER

Yücel ERTEKİN*

Kaynak güvenilirliği, yönetim ve siyaset bilimcilerince üzerinde durulan çağdaş araştırma alanlarından biri görünümündedir. İnsanları belli konularda yönlendirmek, inandırmak (ikna etmek) ve giderek tutum ve davranışlarını değiştirmek, eskiden beri birçok araştırmacının ilgisini çekmiştir. Aronson ve Golden¹, bu konudaki araştırmaların büyük çoğunluğunun, doğrudan doğruya ve ussal bir biçimde ileti (mesaj) ile ilgili olduğunu söylemektedirler. Oysa, Aronson ve Golden'ı izleyerek hedef kitlenin algılamalarına etki eden öteki bir takım ikincil ya da ilişkisiz (irrelevant) etmenler de vardır. Bununla anlatılmak istenen, mesajı gönderen iletişim kaynağını hedefin ilk görüşünde ortaya çıkan özellikleridir. Bunlar, konuşmacının cinsiyeti, görünüşü, kilosunu ve boyu, yaşı ve ırkı gibi, ilk bakışta «inandırma» ile doğrudan doğruya ilişkili görünmeyen nitelikleridir. Bu nedenle de ilişkisiz, ikincil ve ilineksel olarak adlandırılabilir.

İnsanları inandırma, tutum ve davranışlarını etkileme ile ilgilenen birçok sosyal bilimci² bu özelliklere göre iletişim kaynağı ile alıcı arasındaki benzerlikleri ve ayrılıkları vurgulamış, bu türden değişkenlerin önemini belirtmişlerdir. Biz bu yazıda, bu ikinci türden değişkenlere, bir takım araştırmalarla birlikte, özet biçiminde değineceğiz.

Konuşmacının Cinsiyeti

Konuşmacının cinsiyeti ile konuşmanın etkisi arasındaki ilişkiyle ilk kez Cantril ve Allport ilgilenmişlerdir. Radyonun psikolojik etkisiyle ilgili bu araştırma, erkek haber sunucuların (spikerlerin) seslerinin kadınlara göre daha doğal ve daha inandırıcı bulunduğu, ayrıca erkek konuşmacıların okuduğu şeylerin daha çok ilgiyi çektiği anlaşılmıştır. Ayrıca, açık bir çelişki olarak, kadın sesi daha çekici bulunmuştur.³

* Dr. Yücel Ertekin, Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü'nde görevlidir.

1 Elliot Aronson, Burton, W. Golden, «The Effect of Irrelevant Aspects of Communicator Credibility on Opinion Change», *Journal of Personality*, 1962, 30, s. 135-146.

2 Edwin P. Bettinghaus, *Persuasive Communication*, New York: Holt, Rinehart and Winston, 1968.

Gary Gronkhite, *Persuasion: Speech and Behavioral Change*, New York: Bobbs Merrill, 1969.

3 H. Cantril, G. W. Allport, *The Psychology of Radio*, New York: Harper, 1935.

Öte yandan, Fay ve Middleton da benzer bulguları ortaya çıkarmışlardır.⁴ Bu araştırmacılar da, kadın ve erkek dinleyicilerin, erkek konuşmacıyı yeğlediklerini, kadın sunucuların ise reklâm anonlarında daha çok tutulduğunu anlamışlardır. Kadın eşyalarının reklâmında ise erkek sunucuların daha çok yeğlendiği ortaya çıkmıştır. Silverstein⁵ ise cinsiyet farklılığının etkisini, yüksek düzeyde bir gürültünün varlığında, eğitilmemiş sunucuların tam olarak duyulup anlaşılmasına göre incelemiş ve yine erkek konuşmacının yeğlendiğini görmüştür.

Konuyla ilgili daha yeni bir takım çalışmalara göz atalım: Örneğin Addington⁶ hedef kitle tarafından algılanan konuşmacının cinsiyeti, sesin tizliği, konuşmanın hızı ve konuşmacının kişiliği arasındaki ilişkileri incelemiştir. Eğitilmiş iki erkek ve iki kadın sunucu (spiker), yedi ses türü ile üç tizlik ve hız üzerinde konuşmuşlardır. Bağımsız değişken olarak görev yapacak uzmanlardan kurulu bir panelden 252 kişilik bir örnek seçilmiştir. Iowa Üniversitesi'ndeki 400 öğrenci, konuşmacıları, algıladıkları «40 kişilik özelliğe» göre değerlendirmişlerdir. Verilerin çözümlenmesi, algılanan kişilik özellikleriyle konuşmacının cinsiyeti arasında önemli bir ilişki ve etkileşimin varlığını göstermiştir. Böylece Addington, konuşmacının cinsiyetinin, dinleyicinin algılamasına, giderek de kaynağın güvenilirliğine etkili bir etmen olduğu sonucuna varmaktadır.

Bir başka yazar⁷ ise yayınlanmamış bir tez çalışmasında şu soruya yanıt aramaktadır: Acaba siyasal konularda hangi cinsiyet daha etkili ve inandırıcı olmaktadır? Araştırmacı, erkeklerin siyasal nitelikli mesajlara daha çok yakın ve mesajların içeriğini daha iyi bildikleri için, onların daha inandırıcı olduğunu düşünerek şu varsayımı ileri sürmüştür: Siyasal nitelikli bir söylev, eğer bir kadın tarafından değil de bir erkek konuşmacı tarafından verilmişse, daha inandırıcı olmaktadır. Burada bağımsız değişken, konuşmacının cinsiyeti iken, bağımlı değişken mesajla ilgili konu hakkında yapılan testle elde edilen rakamlardır. Söylev ise bir yüksek yargıç tarafından verilmiştir ve önlemlerin artırılmasıyla adaletin daha da düzenli olarak işleyebileceği konusundadır. İki erkek ve iki kadın konuşmacı, bu söylevi iki karma gruba (erkek ve kadınlardan oluşan) sunmuşlar ve hemen arkasından da tutumları ölçmüşlerdir. Kendisine hiçbir söylev sunulmamış kontrol grubunun da tutumu ölçülmüştür. 101 öğrenci deney gruplarında, 42 öğrenci kontrol grubunda yer almıştır ve söylev sayısı da 87'dir. Tutum ölçeği 30 maddeli (sınar, item) içeriyordu ve Thurstone türünde, önceden .81 güvenilirlikte test edilmiş yedi noktalı bir ölçektir. Sonuçlar deneklerin beklenen yönde (p. 05) inandırıldığını gösterdi ve kadın konuşmacıların büyük bir inandırma ve etkileme gücü gösterdikleri de t-test (p. 10) ile kanıtlandı.

4 Paul J. Fay, Warren C. Middleton, «Indirect Measurement of Listeners' Preferences for Men and Women Commercial Announcers», *Journal of Applied Psychology*, 1941, 25, s. 558-572.

5 B. Silverstein, «The Relative Intelligibility of Male and Female Talkers», *Journal of Educational Psychology*, 1953, 44, s. 418-428.

6 David W. Addington, «The Relationship of Selected Vocal Characteristics to Personality Perception», *Speech Monographs*, 1968, 35, s. 492-503.

7 Lee Mc Gaan, *An Experimental Study of a Bio-Social Factor of Speaker Credibility*, Monmouth College, 1969. Yayınlanmamış bir çalışma.

Bostrom ve Kemp⁸ ise, konuşmacının cinsiyeti, söylevin türü, dinleyicinin cinsiyeti arasındaki ilişkileri incelemiş ve dinleyicilerin değerlendirmesinde önemli birtakım farklılıklar bulamamıştır.

Yapılan bir başka araştırmada ise, konuşmacının cinsiyeti ile sesin tiz olup olmaması arasındaki ilişki incelenmiştir.⁹ Normal tizlik düzeyinde kadın ile erkek sesinin en çok güvenilir olduğu, kadın sesindeki yüksek tizlik ise en az güvenilir olarak bulunmuştur.

Konuşmacının Görünüşü

Bu konudaki araştırma azlığı dikkati çekecek düzeydedir. Yapılan bir araştırmada¹⁰ ise pek fazla bir sonuç ortaya konulamamıştır. Araştırmacılar, Mills ve Aronson şu varsayımı sınımışlardır : Eğer cezbedici bir kişi, karşısındaki kişi ve gruba onları belli bir konuda inandırmak niyetinde olduğunu söylemişse, çekici olmayan birine göre daha inandırıcı olmaktadır. Mesajın konusu genel olarak eğitime duyulan gereksinimle ilgilidir. Bu deneysel çalışmadan kesin bir bulgu çıkmamakla birlikte, çözümlenmeler şunu göstermiştir : Karşısındakini inandırmak niyetini açıklayan ve daha iyi bir görünüşe sahip olan cazip haberleşmecinin bu durumu, hedef kitleyi ikna etmede etkili olabilmektedir.

Konuşmacının Yaşı

Yaş, bazen mesaj kaynağı olan, iletişimi başlatan kişinin deneyimleriyle ilişkili kılınmaktadır. Yaşlı bir kişinin genç birine göre birçok konularda daha etkili olduğu düşünülebilir. Aslında insanlar, geleneksel olarak, kendilerinden daha yaşlı kişilerin görüşlerini almaktadırlar. Yaş konusundaki araştırmalara kısa bir bakış yararlı olabilir : Örneğin Drucker,¹¹ çocukların yiyeceklerinin seçiminde, kendilerinden biraz daha yaşlı arkadaşlarının etkili olduğunu, bunun tersinin ise pek doğru olmadığını saptamıştır. Hiç kuşkusuz bu etkilemede, yaşla birlikte grup, grupla bütünleşme ve saygınlık da önemli rol oynamıştır. Drucker'in da bu deneysel çalışmada belirttiği gibi, «etki, başlangıçtaki durumu daha da uzun ömürlü kılmaktadır. Kesin olmamakla birlikte, bizim geçici ve kısa süren araştırma koşullarımıza karşın, yiyeceğin duygusal özellikleri başkalarının etkilenebilmektedir. Gerçekten sonuç açıkça göstermektedir ki çocuk, kendinden yaşlı çocuğu taklit etmeye daha çok hazırdır»¹² Drucker, belli koşullar altında önemli miktarda bir taklitin ortaya çıktığını göstermiştir. Öte yandan, Berenda¹³ aynı tür bir ilişkiyi, çocuklar

8 Robert N. Bostrom, Alan P. Kemp, «Type of Speech, Sex of Speaker, and Sex of Subject as Factors Influencing Persuasion», *Central Speech Journal*, 1970.

9 P. Ann Mc Donald, *Voice Pitch Level, Listener Sex, and Speaker Sex as Interrelated Aspects of Source Credibility*, Ohio University, 1970. Yayımlanmamış bir çalışma.

10 Judson Mills, Eliot Aronson, «Opinion Change as a Function of the Communicator's Attractiveness and Desire to Influence», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1963, 1, s. 173-177.

11 K. Drucker, «Experimental Modification of Children's Food Preferences Through Social Suggestion», *Journal of Abnormal Social Psychology*, 1938, 33, s. 487-507.

12 a. k., s. 506.

13 Ruth W. Berenda, *The Influence of the Group on the Judgments of Children*, New York : Columbia University, King's Crown Press, 1950.

arasında, uzaklık tahmin etme deneyi ile bulmuştur. Deneyde, uzaklık tahmininde bulunan ve aynı kanıda olan sekiz çocuğun yanlış yanıtıyla bir çocuk karşı karşıya bırakılmıştır. Genç çocuğun, yaşlı olanlarca daha çabuk etkilendiği görülmüştür. Hem Drucker hem de Berenda, yetişkinlerin bu gibi durumlarla şaşılacak derecede az etkiye sahip olduklarını bulmuşlardır.

Kogan, Stevens ve Shelton¹⁴ tarafından yapılan bir başka çalışma ise doğrudan doğruya inandırma ile değil, ama yaş farklılıkları, ayırdedebilme yeteneği ve duygusal yanıtlarla birlikte güvenilirlik konusuyla ilgilidir. Yaşları 4-6 arasında olan çocuklardan 102 kişilik bir örnek seçilmiştir. Çocuklar, yaş farklılıklarını ayırdedebilme yeteneği ve türlü yaşlardaki kişileri duygusal yanıtlarla etkilemelerine göre incelenmişlerdir. Her bir çocuğun, aynı kişilere ait birtakım fotoğrafları yaş, tercih edilme ve çekici olma özelliklerine göre seçmesi istenmiştir. Erkek ve kadın olarak 9 fotoğraftan oluşan her bir bölüm fotoğraf kümesi, yetişkin bir hakem kurulu tarafından yaşlarına göre sıralanmıştır. İşte bu sıralama, çocukların sıralamasıyla karşılaştırılmak için asıl sıralama olarak kabul edilmiştir. Yaş farklılıklarını ayırdedebilme yeteneği 4-5 yaş kümesinde giderek artış gösterirken, bu artış 5-6 yaş kümesinde daha az olmaktadır. Artan yaşla birlikte duygusal yargılar, genç görünen yüzlere karşı daha olumlu yanıtlara dönüşmektedir. Yargılar, bir dereceye kadar, deneyin cinsiyeti ile de etkilenmektedir. Herbir deneyin, kadın ve erkek fotoğraflarına göre duygusal yargıları karşılaştırıldığında, kadın fotoğraflarıyla ilgili yargıların, yaşla daha fazla doğrudan ilişkili olduğu, genç kız fotoğraflarının ise, daha çok olumlu yargılarla nitelendirildiği sonucu çıkmaktadır. Kadınların yaşlarının artmasıyla birlikte olumsuz etkilerin daha çok gözlemlendiği ortaya çıkmıştır. Öte yandan, kadın deneklerin daha çok genç erkek fotoğraflarını, yaşla ilgili olarak, olumlu duygusal yanıtlarla nitelendirdikleri saptanmıştır.

Konuşmacının İrki

Kaynak güvenilirliği ve ırk konusunda da çok az araştırma yapılmıştır; ama, ırk ile çağdaş iletişim ve inandırma arasındaki ilişkilerin önemi açıktır. Aronson ve Golden¹⁵ kaynak güvenilirliğinde ırkla, uzmanlığın etkilerini araştırmışlardır. Varsayımları şu idi: Genel olarak, aynı uzmanlık düzeyinde bir beyaz, zenciye göre daha fazla inandırıcıdır. Burada bağımsız değişken olarak, kaynak kişinin ırkı, uzmanlığı ve ön yargıları ele alınmıştır. Bağımlı değişken ise, mesaj konusuna karşı gösterilen tutumdur. Tüm deneylerde mesaj hep aynıdır. Denekler 113 kişilik altıncı sınıf öğrencileridir. Mesaj ise, matematik konusundaki tutumlardır. Tutumlar, zencilere karşı olanları da içerecek biçimde önceden ölçülmüştür. Denekler, herbir deney için dört kümeye ayrılmıştır. İlk iki kümeye konuşmacı, Harvard Üniversitesi'nden bir mühendis olarak, öteki iki kümeye ise, konuşmacı bir bulaşıkçı olarak sunulmuştur. Bir mühendis ve bir bulaşıkçı beyaz, öteki ikisi ise siyahtır.

¹⁴ N. Kogan, J. W. Stevens, F. C. Shelton, «Age Differences: A Developmental Study of Discriminability and Affective Response», *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1953, 62, s. 249-260.

¹⁵ Elliot Aronson, Burton W. Golden, «The Effect of Irrelevant Aspects of Communicator Credibility on Opinion Change», *Journal of Personality*, 1962, 30, s. 135-146.

Çözümlemeler şunu göstermiştir: Yüksek uzmanlık gerektiren bir iş olarak mühendislerin katıldığı deney kümelerinde beyaz ve siyah konuşmacıların etkililiği arasında hiçbir fark görülmemiştir. Mühendisler, düşük uzmanlık gerektiren bulaşıkçılardan daha etkili iken, beyaz bulaşıkçı, siyah olandan daha inandırıcı ve etkili bulunmuştur.

Konuşmacının ırkı ve lehçesi ile inandırıcılığı arasındaki ilişkiler de birçok çalışmaya konu olmuştur.¹⁶ Ancak, bu konuda genellemelere ulaşmanın zorluğu ortadadır. Bu nedenle, birçok kültürel etmene bağlı olan böyle bir konunun türlü kültürlerde araştırılması gerekmektedir.

Konuşmacının Fiziksel Yapısı

Bu boyut üzerinde yapılan araştırmalar da pek fazla değildir. Özellikle araştırmalar, konuşmacının ağırlığı ve fiziksel görünümüyle (endomorph-kısa boylu, iri yapılı ve adaleli, mesomorph-adale ve kemikleri gelişmiş kişi, ectomorph- en çok sinirleri ve beyni gelişmiş kişi) inandırıcılığı arasındaki ilişkileri incelemiştirler. Baker ve Redding¹⁷ yaptıkları araştırmalarda, konuşmacının algılanan ağırlığı ile inandırıcı yeteneği arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Bu araştırmanın yapıldığı sırada, konuyla ilgili yeterli veri ve yayın henüz yoktu. Psikoloji ders kitaplarında desteklenmemiş birtakım savlar vardı; örneğin uzun boylu konuşmacılar kısa olanlara göre daha inandırıcıdır gibi. İşte Baker ve Redding bunu deneysel olarak incelemek istediler. Konuşmacının algılanan ağırlığını ise bağımsız değişken olarak kabul ettiler. İstatistiksel çözümler sonucunda, uzun boylu olarak algılanan kişinin daha inandırıcı olduğu anlaşıldı; ama öteki birtakım yan varsayımlarda ise herhangi bir sonuca ulaşılamadı. Öte yandan Berkowitz, Nebel ve Reitman'ın¹⁸ 1969 New York belediye seçimlerinde 276 erkek seçmen üzerinde yaptıkları araştırmalar da ilginçtir. Deneklere, kendi boyları ile belediye başkanı olarak kimi seçmek istedikleri (uzun boylu olan John Lindsay ve kısa olan Mario Procacino) sorulmuştur. Kısa boylu deneklerin seçimlerinde önemli bir fark olmamakla birlikte, uzun boylu deneklerin uzun boylu aday olan Lindsay'i seçmeleri, uzun boyluların biraz daha üstünlük sağladığını göstermiştir.

¹⁶ Joyce Buck, «The Effects of Negro and White Dialectal Variations on Attitudes of College Students», *Speech Monographs*, 1968, 35, s. 181-186.

Barry Rubin, *The Effects of Negro Dialect and Prejudice on Credibility and Attitude Change*, Ohio University, 1968.

Sidney Krauss, «Modifying Prejudice: Attitude Change as a Function of the Race of the Communicator», *Audio Visual Communication Review*, 1962, 10, s. 14-22.

¹⁷ Eldon E. Baker, Charles W. Redding, «The Effects of Perceived Tallness in Persuasive Speaking: An Experiment», *Journal of Communication*, 1962, 12, s. 51-53.

¹⁸ William R. Berkowitz, Jeffrey C. Nebel, Jonathon W. Reitman, «Height and Interpersonal Attraction: The 1969 Mayoral Election in New York City», *Proceedings of the Annual Convention of the American Psychological Association*, 1971, 6, s. 281-282.