

**T.C.  
Mersin Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Sosyoloji  
Anabilim Dalı**

**TÜRKİYE'DE ÖZEL TELEVİZYON KANALLARININ ANA HABER  
BÜLTENLERİNDE ŞİDDET OLGUSU**

**M. Tahir KARABOĞA**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Mersin, 2007**

**T.C.**  
**Mersin Üniversitesi**  
**Sosyal Bilimler Enstitüsü**  
**Sosyoloji**  
**Anabilim Dalı**

**TÜRKİYE'DE ÖZEL TELEVİZYON KANALLARININ ANA HABER  
BÜLTENLERİNDE ŞİDDET OLGUSU**

**M. Tahir KARABOĞA**

**Danışman: Doç. Dr. Yaşar ERJEM**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Mersin, 2007**

Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Bu çalışma, jürimiz tarafından Sosyoloji Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

.....  
Doç. Dr. Yaşar Erjem  
(Danışman)  
(Başkan)

.....  
Doç. Dr. Hikmet Tan  
(Üye)

.....  
Yrd. Doç.Dr. D. Ali Arslan  
(Üye)

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduklarını onaylarım.

...../...../2007

Prof.Dr. A.Nükhet ADIYEKE  
Enstitü Müdürü

## **TÜRKİYE’DE ÖZEL TELEVİZYON KANALLARININ ANA HABER BÜLTENLERİNDE ŞİDDET OLGUSU**

### **ÖZET**

Bu çalışma, Türkiye’de özel televizyon kanallarında yayımlanan ana haber bültenlerinde şiddetin ne sıklıkta yer aldığını ve şiddet içeren haberlerin nasıl sunulduğunu ortaya koymaya çalışmaktadır.

Bu araştırmanın verileri Türkiye’deki özel televizyon kanallarından, Kanal D, Star, Show ve Flash televizyonlarında 4 Eylül 2005 ile 30 Aralık 2005 tarihleri arasında yayınlanan akşam ana haber bültenlerinin video kayıtlarından oluşmaktadır. Her bir televizyon kanalı için 7 günlük haber bülteni tesadüfi olarak seçilmiştir. Böylece, dört kanaldan toplam olarak 28 haber bülteni ve 479 haberden oluşan bir örnekleme ulaşılmıştır. Bu örnekleme Kanal D 127, Flash TV 106, Show TV 127 ve Star TV 119 haber ile yer almıştır.

Çalışma temel olarak betimsel bir çalışmadır. Haber metinlerinin analizi televizyon kanalı, haberin türü, haberin şiddet içerip içermemesi, haberlerdeki şiddet türleri ve şiddet öğeleri değişkenleri üzerinden yürütülmüştür. Bu değişkenlerin işe vuruk tanımlamalarından yola çıkılarak her haber kodlanmış ve veriler SPSS (Statistical Package for Social Sciences) ortamında, araştırma sorularını yanıtlamak üzere betimsel analize tabi tutulmuştur. Ayrıca seçilen 28 örnek haber üzerinden, televizyon haberlerindeki şiddetin sunumu haber başlıkları, görüntü özellikleri ve dil özellikleri açısından incelenmiştir.

Bulgular özel televizyon kanallarının ana haber bültenlerinin birçok haber türünde yüksek oranda fiziksel, sözel ve görsel şiddet içerdiğini göstermiştir. Sadece kriminal haberler değil diğer haber türlerinde de, (örneğin, siyaset, magazin, sağlık ve dini

haber türlerinde) şiddet içeriğine rastlanmıştır. Haber bültenlerinde en çok tekrarlanan haber türü kriminal haber olarak belirlenmiştir. Üç şiddet türü içinde görsel şiddetin ilk sırada yer aldığı gözlemlenmiştir.

Araştırmanın bulguları, haberlerin yüksek oranda şiddet içermesinin kamu yararı açısından ne gibi olumsuz sonuçlar getirebileceği, haberlerin sunum biçimi ile şiddetin toplumsal alanda yaygınlaşabileceği boyutlarında tartışılmaktadır. Araştırma bulguları bilgi merkezli haber anlayışından izleyicilerin duygularını hedefleyen görsel şov ve eğlence (eğlenceli-şiddet) merkezli bir anlayışa doğru bir değişim yaşanmakta olduğunu göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** kitle iletişimi, televizyon, televizyon haberciliği, şiddet, televizyon haberlerinde şiddet.

**VIOLENCE IN TURKISH PRIVATE TELEVISION CHANNELS’  
PRIME TIME NEWS**

**ABSTRACT**

This study explores the frequencies and presentation of violence in prime time news on private television channels in Turkey.

Data have been gathered from prime time news on the four of private television channels in Turkey called Kanal D, Star, Show and Flash TV between 4th of September and 30th of December in 2005. For each television channel 7 days of prime time news have been selected randomly. As a result, a sample of 479 news has been achieved including 28 prime time news programs of four television channels. In this sample television channels have been represented as following: Kanal D with 127, Flash TV with 106, Show TV with 127 and Star TV with 119 news.

Present study is a descriptive study. Content of television news has been analyzed through the variables called name of television channel, type of the news, violence inclusion, type of the violence and violence elements included. Data have been coded with the help of operational definitions of the variables and analyzed at SPSS (Statistical Package for Social Sciences) by following the research questions. In addition, on a sample of 28 news, presentation of violence in news has been analyzed through heads of the news, picture and language features of these news.

Findings have showed that various types of television news included high rates of physical, oral and visual violence. It is founded that not only in criminal news but also in other types of news such as political, magazine, health and religious news include some kind of violence. The criminal news has appeared as mainly repeated type of news. Visual violence has appeared largely among the other types of violence.

The findings of the study have been discussed through the effects of high rates of violence in news on public interest and reproduction of violence in society. It was detected that broadcasting conception of television has been changing from information centered broadcasting to happy violence broadcasting.

**Key words:** mass communication, television, television news, violence, violence in television news.

## İÇİNDEKİLER

<b>ÖZET</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iii</b>
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	<b>v</b>
<b>TABLO VE ÇİZİMLER ÇİZELGESİ</b> .....	<b>viii</b>
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
<b>1. BÖLÜM: KURAMSAL ÇERÇEVE</b> .....	<b>7</b>
1.1. Medya'ya İlişkin Kuramsal Yaklaşımlar.....	7
1.1.1. Liberal Çoğulcu Yaklaşım .....	7
1.1.2. Marksist Medya Kuramı .....	10
1.1.3. Frankfurt Okulu (Eleştirel Kuram).....	16
1.1.4. Kültürel Yaklaşım Kuramı.....	18
1.1.5. Kültürel Göstergeler ve Ekme Modeli.....	21
<b>2. BÖLÜM: KAVRAMLAR</b> .....	<b>27</b>
2.1. Kitle İletişimi .....	27
2.2. Televizyon .....	38
2.2.1. İletişim Aracı Olarak Televizyon .....	40
2.2.2. Televizyonun Gücü .....	43
2.3. Televizyon Haberciliği .....	47
2.3.1. Kamu Yararını Gözetmeyen Televizyon Haberciliği .....	51
2.3.2. Televizyonlardaki Haber İçeriğini Etkileyen İdeolojik Etmenler .....	55
2.3.3. Reklamların Haberlerle İlişkisi .....	59



2.4. Şiddet.....	60
2.4.1. Televizyon Haberleri ve Şiddet.....	63
2.4.1.1. Televizyon Haberlerinin Şiddetle İlişkisi .....	63
2.4.1.2. Televizyonda Görselliğe Dayalı Şiddet .....	70
2.4.1.3. Televizyondaki Şiddetin Sonuçları.....	72
2.5. Türkiye’de Televizyon Haberlerine İlişkin Yapılmış Araştırmalar .....	80
<b>3. BÖLÜM: PROBLEM VE YÖNTEM.....</b>	<b>88</b>
3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi .....	88
3.2. Problem.....	89
3.3. Varsayımlar .....	89
3.4. Alt Problemler.....	90
3.5. Yöntem .....	90
3.5.1. Örneklem, Veri Toplama Araçları ve Verilerin Toplanması .....	91
3.6. Verilerin Analizi.....	92
3.7. Değişkenlerin tanımları .....	94
3.8. Sınırlılıklar .....	98
<b>4. BÖLÜM: BULGULAR.....</b>	<b>99</b>
4.1. Ana Haber Bültenlerinde Yer Alan Haber Türleri Nasıl Bir Dağılım Göstermektedir?.....	99
4.2. Özel Televizyon Kanallarının Ana Haber Bültenlerinde Şiddet Ne Sıklıkla Yer Almaktadır? .....	103
4.3. Farklı Haber Türlerinde Şiddet Ne Sıklıkta ve Ne Kadar Süre İle Yer Almaktadır? .	105

4.4. Özel Televizyon Kanallarında Yayınlanan Ana Haber Bültenlerinde Fiziksel Şiddet, Sözel Şiddet ve Görsel Şiddet Ne Sıklıkta Yer Almaktadır? .....	114
4.5. Özel Televizyon Kanallarının Ana Haber Bültenlerinde Yer Alan Çeşitli Haberlerde Fiziksel Şiddet, Sözel Şiddet ve Görsel Şiddet Ne Sıklıkta Yer Almaktadır? .....	118
4.6. Haber Bültenlerinde Fiziksel Şiddet, Sözel Şiddet ve Görsel Şiddet Öğeleri Ne Sıklıkta Yer Almaktadır?.....	122
4.7. Nicel Analizlerin Sonuçları .....	131
4.8. Ana Haber Bültenlerinde Haberlerin Sunum Biçimi .....	134
<b>5. BÖLÜM: TARTIŞMA VE SONUÇ .....</b>	<b>164</b>
5.1. Televizyon Ana Haber Bültenlerinin Önemi .....	164
5.2. Özel Televizyon Kanallarının Ana Haber Bültenlerinde Şiddet.....	166
5.3. Haber Türleri ve Farklı Haber Türlerinde Şiddetin Yer Alma Sıklığı .....	171
5.4. Ana Haber Bültenlerinde Fiziksel Şiddet, Sözel Şiddet ve Görsel Şiddet .....	180
5.5. Haberlerde Yer Alan ve Sunulan Şiddetin İzleyici Kitle Açısından Sonuçları .....	187
5.6. Öneriler.....	189
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>191</b>

## TABLO VE ÇİZİMLER ÇİZELGESİ

Tablo 1 Haberlerin Türlerine Göre Dağılımları (%)	101
Tablo 2 Özel Televizyon Kanallarının Ana Haber Bültenlerinde Şiddetin Yer alma Sıklığı (%) .....	103
Tablo 3 Dört Kanalda Haber Türlerine Göre Şiddet İçerikli Haberlerin Süre Olarak Dağılımı (%).....	107
Tablo 4 Kanal D’de Haber Türlerine Göre Şiddet İçerikli Haberlerin Süre Olarak Dağılımı	109
Tablo 5 Flash TV’de Haber Türlerine Göre Şiddet İçerikli Haberlerin Süre Olarak Dağılımı (%) .....	111
Tablo 6 Show TV’de Haber Türlerine Göre Şiddet İçerikli Haberlerin Süre Olarak Dağılımı (%).....	112
Tablo 7 Star TV’de Haber Türlerine Göre Şiddet İçerikli Haberlerin Süre Olarak Dağılımı (%) .....	113
Tablo 8 Tüm Kanallarda Fiziksel, Sözel ve Görsel Şiddet (%) .....	114
Tablo 9 Fiziksel Şiddet Öğelerinin Kanallara Göre Dağılımı (%) .....	115
Tablo 10 Sözel Şiddet Öğelerinin Kanallara Göre Dağılımı (%).....	116
Tablo 11 Görsel Şiddet Öğelerinin Kanallara Göre Dağılımı (%) .....	117
Tablo 12 Kanal D, Flash, Show, Star TV Kanallarında Fiziksel Şiddetin Haber Türlerine Göre Dağılımı (%) .....	118
Tablo 13 Kanal D, Flash, Show, Star TV Kanallarında Sözel Şiddetin Haber Türlerine Göre Dağılımı (%) .....	119
Tablo 14 Kanal D, Flash, Show, Star TV Kanallarında Görsel Şiddetin Haber Türlerine Göre Dağılımı (%) .....	120

Tablo 15 Tüm Kanallarda Fiziksel, Görsel ve Sözel Şiddet Öğelerinin Dağılımı (%) .....	122
Tablo 16 Kanal D’de Fiziksel, Görsel ve Sözel Şiddet Öğelerinin Dağılımı (%).....	124
Tablo 17 Flash TV’de Fiziksel, Görsel ve Sözel Şiddet Öğelerinin Dağılımı (%) .....	126
Tablo 18 Show TV’de Fiziksel, Görsel ve Sözel Şiddet Öğelerinin Dağılımı (%).....	128
Tablo 19 Star TV’de Fiziksel, Görsel ve Sözel Şiddet Öğelerinin Dağılımı (%) .....	129

## GİRİŞ

Günümüzde toplumlarının modern sonrası toplum, enformasyon toplumu, bilgi toplumu gibi farklı tanımlarla nitelenen yeni bir dönemle karşı karşıya bulunduğu bir süreç yaşanmaktadır. Politik koşullar ile teknoloji alanında yaşanan gelişme ve değişimler toplumları ekonomik, politik, kültürel alanlarda yeniden yapılanma sürecine sokmuştur. Bu yapılanma sürecinde medya, merkezde yer alan en büyük toplumsal güçlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yeni dönemde enformasyon teknolojisi, iletişim araçları ve medyanın, toplumsal yaşam üzerinde büyük ve derin etkilere sahip olduğu birçok araştırmacı ve düşünür tarafından kabul gören bir fikirdir (Burton, 1995; Bourdieu, 1997; Avcı, 1999; Ramonet, 2000).

Medyanın merkezde yer aldığı bu dönemde, geleneksel kurumlardan eğitim, aile, din gibi kurumların işlevlerinde değişimler yaşanmakta ve kurumlar işlevlerinin bir kısmını kitle iletişim araçları dediğimiz teknolojik araçlara devretmektedir. “Televizyon, endüstriyel kitle toplumlarında geleneksel toplumsallaştırma kurumları olan din, aile ve yerel toplumu gölgede bırakan büyük bir hikaye anlatıcısı olarak görülmüştür” (McQuail ve Windhall, 1997;117). Medyaya bu anlamda enformasyon, eğlence, kültürel, toplumsal, politik, eğitim gibi bir çok işlevler yüklenmektedir. Burton özellikle medyanın kültürel işlevi ile ilgili olarak “Medya izleyiciye dünya hakkındaki bilgileri sağlar... Medya kültürümüzü yansıtan materyalleri sağlar ve onun bir parçası haline gelir. Bu materyal kültürümüzü sürdürür ve yansıtır. Bu materyal kitle kültürünü geliştirir” (Burton, 1995; 83-84) demektedir.

Medya, aynı zamanda, toplumsal grupların ve kurumların da üzerinde, bireylerin bilgi, duygu, düşünce, inanç, tutum ve davranışlarını etkileyen bir güce de sahip

olabilmektedir. “Medya kamuoyunu yönlendirme yetisine sahiptir... Bu yolla politik olaylar ve konular hakkındaki düşünceleri şekillendirme yetisine sahiptir” (Burton, 1995;.85). Bu gücün kimi zaman, bireylerin tutum ve davranışlarını değiştirip onlara yön verebilecek boyutlara ulaştığı görülebilmektedir. Kitle iletişim kuramları üzerine çalışan McQuail ve Windhall, “Kitle iletişim araçları, sadece bireyler üzerinde doğrudan etkide bulunmaz, aynı zamanda kültürü, bilgi birikimini, bir toplumun norm ve değer yargılarını da etkiler. İzleyicilerin kendi davranış biçimlerini belirlerken kullanabilecekleri bir dizi imaj, düşünce ve değerlendirmeler sunar” (McQuail ve Windhall, 1997; 115) demektedir.

Yeni sosyal değerler, farklı davranış-düşünüş kalıpları ve yeni algılayış biçimleri aracılığıyla yeni bir birey ve toplum inşa edilmektedir. Enformasyon teknolojisi, sadece çevremizi denetlemekle kalmamakta, bütün sosyal ilişkilerimizi ve dünyaya bakış tarzımızı temelden etkilemektedir.

Bu konuda Burton’un “Medyanın esas gücü, dünya görüşümüzü şekillendirebilmesi, düşünce ve fikirlerimizin temel kaynağı olabilmesi gerçeği yatmaktadır. Medya, düşünce ve davranış biçimimize etki edebilmektedir” (Burton, 1995; 14) sözleri dikkat çekicidir.

Medya deyince ilk olarak akla televizyon gelmektedir. Televizyon, günümüzün en önemli kitle iletişim aracı olarak kabul edilir. Televizyonu diğer medya araçlarından farklı kılan özelliği, program türlerinin çeşitliliği, program yapılarında barındırdığı müzik, ses ve hareketli görüntü öğelerini bir arada bulundurması nedenleri ile toplumu ve bireyleri etkileyebilme gücü açısından farklılık göstermesidir.

Medyanın önemli bir unsurunu oluşturan televizyon ve programları çok sayıda izleyici kitlesini televizyon başına çekmektir. Yani reyting-izlenme oranlarını yükseltmek, böylelikle bir çok şirketin ürünlerinin reklamlar aracılığıyla pazarlamasını ve satışını

sağlamaktır. Ne kadar çok izleyici olursa, o kadar çok şirketin reklamlarının yayınlanması karşılığında kar (para) elde etmek demektir. Bu amaç doğrultusunda medya kuruluşları farklı türden televizyon programlarını hazırlarlar. Bu program türleri arasında haberler, müzik programları, spor, yarışma programları, magazin programları, dizi filmler, sinema filmleri, çizgi filmler gibi birçok program yer alır.

Sosyal hayata ilişkin birçok konuyu kendisine malzeme edinen televizyon, yayınladığı programlarla yoğun bir şekilde kitlelerin ilgisini çekmektedir. İş ve sosyal hayatın baskısı ve verdiği yoğun stres, gerilim ve yoğunluk insanları televizyona yönlendirmeye yetmektedir. Televizyon, hazırladığı programlarla insanlara yeni davranış modelleri sunmakta, ağlayıp güldürmekte, kısa ve uzun vadede toplumsal hayatı derinden etkileyebilmektedir.

Televizyon programları içerisinde özellikle haber programları, izleyici kitlesinin çeşitliliği, her yaştan ve sınıftan insanlara hitap etmesi, izlenme oranının yüksek olması ve haberlerin diğer tüm program türlerinin öğelerini yapısında barındırması ve kapsamı açısından önem arz etmektedir.

Programların hazırlanmasında bu işin uzmanı kişiler, psikolojik sosyal ve kültüre ilişkin öğeleri dikkate alırlar. Bu uzmanlar, televizyon haber programlarını, kitlenin duygularına hitap ederek aşırı heyecan, şok, korku, tehlike, panik, patlama, gibi heyecan uyandıran duygu durumlarından yararlanarak, kitleler üzerinde dikkat uyandıracak şekilde hazırlarlar. Bu durumu Radford haber programları üzerinden “medya duygu sömürsünden ibaret manşetler aracılığıyla korku çığırkanlığı yaparak para kazanır. Başka hiçbir şey, izleyicilere haber programı seyrettirmek için bu kadar etkili olamaz; savaş korkusu, hastalık korkusu, ölüm korkusu, sevdiğin kişilere bir zarar gelmesi korkusu” (Radford, 2003; 80) biçiminde betimlemektedir.

3984 sayılı kanuna göre RTÜK yayın ilkeleri gereğince “gençlerin ve çocukların, fiziksel, zihinsel ve ahlaki gelişimini zedeleyecek türden programlar, korunması gereken izleyici kitlenin seyredebileceği zaman ve saatlerde yayınlanmamalıdır. Yayınlarda ilgi çeken kişi veya karakterler çocuk ve genç izleyicileri özendirerek, onların duygusal, ahlaki ve sosyal gelişimlerini olumsuz yönde etkileyebilecek biçimde gösterilmemelidir. Tür ve içerik gereği; cinsellik, şiddet ve olumsuz örnek alınabilecek davranışlar (kumar, alkol, uyuşturucu kullanımı, kötü dil, intihar ve benzeri) içeren yayınlar, saat 23:00 ile 05:00 arasında, farklı yaş grupları gözetilerek, sesli-yazılı uyarılar yapılmak suretiyle yayımlanmalıdır. Bu tür programların tanıtım duyurularında, şiddet, cinsellik vb. içeren bölümler kullanılmamalı ve bu duyurular saat 21:30 dan sonra yapılmalıdır” (RTÜK, 2004; 10).

Son yıllarda televizyon programlarında ve özellikle haberlerde artan dozda şiddetin konu edilmesi ve sunulmasına tanık oluyoruz. Şiddet tüm program türlerinin merkezinde yer almaya başladı. Televizyon haberlerinde cinayetler, silahlı saldırı, kapkaç, hırsızlık, kavga, tecavüz, dolandırıcılık, trafik kazası, yangın, felaket, terör gibi konularla çok yoğun bir şekilde karşılaşılıyor.. Televizyonlar şiddet konusuna öylesine çok odaklanmışlar ki olayın kendisinden çok, bir haber olaydaki, birkaç saniyelik görüntüyü seçip tekrar tekrar gösterip sunmaktadırlar. Bu noktada “izleyici şiddet sever” mantığıyla hareket edildiği dikkat çekmektedir. Toplumdaki bireylerin eğitilmesi, bilgilendirmesi, toplumsallaştırması gibi işlevler yüklediğimiz medya kuruluşlarının artık bu işlevlerinde bir değişim gözlemlenmektedir. Kamu yararının gözetilmesi, toplumsal değerler ve bireysel hakların korunması konuları tekrar tekrar tartışmaya açılmaktadır.

Medya ile birlikte tartışılan şiddet, günümüzün önemli sosyolojik sorunlarından birini oluşturmaktadır. Şiddet, gerek bireysel gerekse de toplumsal boyutta



gündelik hayatta son dönemlerde daha fazla karşımıza çıkan bir problemdir. Cinayet, intihar, trafik kazaları, kapkaç, silahlı saldırı, hırsızlık, tecavüz, kavga gibi örneklerle her toplumda farklı derecelerdeki şiddet türleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak şiddetin, önemli bir sosyalleşme kurumu haline gelmekte olan medya tarafından, belirli amaçlar için, bir araç olarak kullanılması, toplumsal bir problem olarak şiddetin araştırılması için bir alan oluşturmaktadır. Televizyon çeşitli programları diziler, çizgi filmler, sinema filmleri ve haber programları şiddeti hem bir konu olarak içermekte hem de şiddeti yeniden tanımlamaktadır.

Son yıllarda tüm dünyada ve Türkiye’de siyasi, ekonomik ve kültürel nedenlerle şiddetin toplumsal bir problem olarak yükselişini görüyoruz.

Emniyet Genel Müdürlüğü Ocak 2006 yılına ait suç istatistiklerini yayınladı. Emniyet Genel Müdürlüğü çarpıcı boyutlardaki rakamlarına göre 2006 yılında asayiş suçları yüzde 61, şahsa karşı işlenen suçlar yüzde 62, mala karşı işlenen suçlar yüzde 60 arttı. Başka bir deyişle; her 40 saniyede bir birilerinin canına ya da malına kastedildi. Hırsızlık (463 bin 834), soygun, kapkaç (12 bin), trafik kazası (3 bin 393 ölü), cinayet (2 bin 66), intihar (bin 647), intihara teşebbüs (18 bin 527), bıçaklanma-yaralanma (40 bin), tecavüz (bin 300), fuhuş (bin 932) (Emniyet Müdürlüğü, 2007).

Toplumda var olan şiddetin ardındaki nedenler tümüyle medyaya bağlanmasa da medyanın şiddet olaylarındaki katkısı, tetikleyicisi, var olan şiddeti daha da artırarak ileri bir boyuta taşıdığı yadsınamaz bir gerçektir.

Özellikle yakın dönemde Irak’ın ABD tarafından işgal edilmesiyle Irakta meydana gelen iç çatışmalar ve bunun sonucunda her gün yüzlerce insanın ölmesi, 11 eylül olayları, Avrupa’daki bombalama olayları bu yakın dönemde şiddet olaylarının uluslar arası görünümüne örnek gösterilebilir. Türkiye’de ise şiddet, cinayetler, silahlı saldırı,

kapkaç, hırsızlık, kavga, tecavüz, dolandırıcılık, trafik kazası, yangın, felaket, terör gibi olaylar ise çeşitli televizyon programlarında, özellikle de haber programlarında, gündelik yaşamın bir parçası gibi işlenmektedir.

Medya tüm dünyada ve Türkiye’de toplumda cereyan eden şiddet olaylarıyla gündemini belirlerken, şiddet haberlerinin sunum şekilleri ve haberin işleniş biçimi (şiddetin eğlence unsurlarıyla iç içe geçirilerek verilmesi gibi) bir şiddet kültürünün de oluşumuna zemin oluşturmaktadır. Haberlerdeki aşırı şiddet vurgusu, bireylerin sosyal yaşamında bir dizi başka sorunu beraberinde getirmektedir. İnsanların şiddeti kanıksaması, şiddetin meşrulaşması, şiddete yönelimin baş göstermesi, sorumluluk ve ahlak bilincinin zayıflaması gibi etmenler bu konudaki çeşitli araştırmaların da konusu olmuştur (Poyraz, 2002; Köse, 2004; Esslin, 2001).

Bu çalışmadaki hedef medyanın bütünsel bir perspektiften analizini yapmak, medyayı değerlendirirken somut göstergeler üzerinden kültür oluşturma, tutum ve davranış üretme gibi fonksiyonlarını incelemektir. Bu doğrultuda araştırmanın amacı, özel televizyon kanallarında (Kanal D, Show TV, Star, Flash TV) 4 Eylül 2005 ile 15 Aralık 2005 tarihleri arasında yayımlanan ana haber bültenlerinin, farklı şiddet türleri açısından bir profilini ortaya çıkarmak ve haber sunumlarında şiddet kavramının nasıl yeniden üretildiğini anlamaya çalışmaktır.

## **1. BÖLÜM: KURAMSAL ÇERÇEVE**

Bu bölümde önce medya kavramına yönelik yaklaşımlar ele alınmaktadır. Ardından kitle iletişimi, televizyon, televizyon haberciliği, şiddet ve televizyon haberlerinde şiddet kavramları açıklanmıştır. Son olarak da televizyon haberciliği ve televizyon haberciliğinde şiddet konusunda yapılan araştırmalara yer verilmiştir.

### **1.1. Medya'ya İlişkin Kuramsal Yaklaşımlar**

Medya kuramları medya araştırmaları için geniş bir temel oluşturur. Haberler ve kitle iletişim alanında yapılan çalışmalar iki farklı dünya görüşü üzerinde temellenmektedir. Bunlardan biri liberal çoğulcu yaklaşım, diğeri ise Marksist medya kuramıdır (Poyraz, 2002, 60). Diğeri yaklaşımlar da bu temellerden hareket eden veya bu teorileri eleştiren yaklaşımlardır.

#### **1.1.1. Liberal Çoğulcu Yaklaşım**

Bu yaklaşım haberleri gerçeğe eşdeğer tutar. Gazeteci ise bu gerçeğe ulaşma yetisine ve donanımına sahip olan profesyoneller olarak tanımlanır. “Basını 4. güç olarak görme eğiliminde olan liberal çoğulcu yaklaşım, ifade ve basın özgürlüğü gibi kavramlarla 4. güç olma konumunu gerekçelendirmektedir. Bu yaklaşıma göre tıpkı pozitivist yaklaşım içerisinde olduğu gibi nasıl araştırmacı toplumsal “gerçeklik” karşısında değerlerden arınarak nesnel bir tavır takınıyorsa gazetecinin de toplumsal olaylar karşısında nesnel olmaları mümkün ve gereklidir” (Poyraz, 2002; 60).

Kılıç (2001) liberal çoğulcu yaklaşımların, toplumu farklı çıkar gruplarının oluşturduğu çoğulcu bir bütün olarak gördüklerini belirtmektedir. Bu yaklaşım göre bu grupların, “medyadan kendi çıkarları doğrultusunda ve eşit olarak yararlanabileceğini”

iddia eder. Medya bu yaklaşıma göre hem tarafsız bir araçtır hem de kitlelere ulaşan mesajlar bir ayna gibi her şeyi aynen yansıtmalıdır. Aynı şekilde mesajların içeriklerine müdahale edilmemeli ve tam bir serbest pazar prensiplerine dayalı olarak talepler dikkate alınmalıdır.

Bu yaklaşım, “özgün bir enformasyon ortamında haberin olgusal nesnel, dengeli ve tarafsız olabileceğini savunur. Bu yaklaşım nesnelliğin mümkün olabileceğini iddia eder. Bu yaklaşım haberleri “özgür-serbest haber akışı” olarak değerlendirir” (Poyraz, 2002; 61).

Toplumla ilişkileri açısından kitle iletişim araçları kuramlarından Görgül-davranışçı Paradigmada, izleyici temelde yer alır. Temellerini liberal öğretilerden alan bu yaklaşım,

Kitle iletişimini bir dizi özgül, yalıtık toplumsal fenomenler olarak değerlendirir... [Bu yaklaşım] uzlaşma dayalı katılımın, demokratik pratik olarak görülmesine ve siyasal ve ekonomik iktidarın uygulanmasının halkın ilerlemesi yolunda yapılmış ilerici müdahaleler olarak kavranmasına dayanmaktadır... Toplumsal gerçeğe ulaşmada herhangi bir engelle karşılaşmadıklarından, düşüncenin özgürce oluşturulması ve ifade edilmesi konusunda da herhangi bir engel söz konusu değildir. Bu bağlamda kitle iletişim araçları yasama, yürütme ve yargıda sonra dördüncü güç olarak toplumda işlev görmektedirler (Poyraz, 2002; 12,13).

Özgür Basın Kuramı; medyanın örgütlü olduğunu düşündüğünden, herkes her şeyi her zaman dile getirebilir der. Bu kurama göre bütün bu bakış açıları zaman içinde birbirini dengeleyecektir (Burton, 1995; 44).

Toplumsal Sorumluluk Kuramı; medyanın tarafsızlık idealine göre çalıştığını ve bir bütün olarak topluma karşı ödevleri olduğu düşüncesine göre hareket ettiğini söyler. Bu sistem içerisinde medya değişik bakış açıları sunabilir, ancak aynı zamanda, örneğin şiddet ya da suçun teşvik edilmediği bir sınır çizilmiştir (Burton, 1995; 44).

Gelişmeci Medya Kuramı; medyayı ulusal dil ve kültürün geliştirilmesinin bir aracı olarak görür. Ayrıca bu kurama göre medya, ulusal politikalar çerçevesinde toplumsal ve eğitimle ilgili konuların geliştirilmesinde bazı ödevler yüklenmelidir. Medyanın nasıl olması ve çalışması gerektiği, ekonomilerini büyütme ve gelişmiş ülkelerin kültürel tesirine karşı koymaya çalışan üçüncü dünya ülkelerinde neler olduğuna ve olması gerektiğine bakılarak oluşturulmuştur (Burton, 1995; 45).

Demokratik Katılımcı Kuramına göre medya çok çeşitli tipte medya kuruluşları aracılığıyla çalışmaktadır. Bu kuram, medya üzerinde merkezileşmiş bürokratik bir denetim olmaması gerektiğini söyler medya, azınlık ve bireylerin, medyaya ulaşma ve onu kullanma haklarını özendirerek biçimde düzenlenmelidir (Burton, 1995, 45).

Bireyleri etkileme açısından geliştirilen kitle iletişim kuramlarından Mermi Kuramı modeli yaklaşımına göre, göndericinin gönderdiği mesaj alıcı konumundaki bireylerin davranışlarını etkiler. Bu yaklaşıma göre, elitlerin kitle iletişim araçlarını kullanarak kitlelere gönderdikleri mesajların onlar üzerinde deri altına enjeksiyon yapan bir şırınga yada sihirli bir mermi gibi doğrudan ve anında bir etkide bulunduğu düşünülmektedir. (Yaylagül, 2006; 46).

Mermi Kuramı sanayileşmenin ve iletişim araçlarının gelişme sürecinde, 20.yüzyılın ilk yarısında, kent yaşamının heterojen yapısı içerisinde yalnızlaşmış ve izole durumundaki “atomize” bireylerin her türlü etkilere açık ve zayıf durumda buldukları; dolayısıyla iletişim araçlarının iletilerine de yoğun biçimde maruz kaldıkları ve bundan etkilendikleri belirtilmekteydi. Buna göre iletişim araçları ve mesajları o kadar güçlüdür ki, hedef alınan kitleleri bir mermi gibi vurarak, bu savunmasız insanları etkileri altına almaktadırlar (Oktay, 1995; 50).

### 1.1.2. Marksist Medya Kuramı

Bu kuram, haberlerin oluşturulma ve verilme tarzlarının kurumsal ve sistematik olarak egemen sınıfların çıkarları doğrultusunda oluşturulduğunu, bu nedenle haberlerin yanlı ve tek boyutlu olarak sunulduklarını varsaymaktadır.

Bu kuram temelinde Karl Marks'ın topluma ilişkin fikirlerinden hareket eder. Marks'a göre, "insanlar var oluşlarının sosyal üretimi sırasında kaçınılmaz olarak, kendi dilekleri dışında, belli ilişkilere girer. Bu ilişkiler insanların yaşamlarını üretim ilişkileridir. Bu üretim ilişkilerinin bütünü toplumun ekonomik yapısını oluşturur. Ekonomik yapı toplumun asıl temelidir. Bu temel üzerinde yasal ve siyasal üst yapılar yükselir. Bu temele uygun belli sosyal bilinç biçimleri vardır. İnsanların varlığını belirleyen bilinci değil, insanın sosyal varlığı bilinci belirler" (Erdoğan ve Alemdar, 2005; 326), şeklindedir.

Marksist medya çözümlenmeleri, genel olarak sermaye ve devlet arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmaya medya mesajlarının içeriklerini analiz etmeye çalışırlar. Bu yaklaşıma göre "iletişim sorunu, üretim, dağıtım, dolaşım ve tüketimin doğası ve ilişkileri ve ideoloji, bilinç yönetimi, egemenlik ve mücadele bağlamında ele alınmaktadır" (Erdoğan ve Alemdar, 2005; 260).

İletişim, Marksist kuramda, gönderen-mesaj çizgisel modelinden farklı olarak, etki konusu egemenlik ve mücadele, ideoloji, ekonomik çıkarı ve düzeni gerçekleştirme bağlamında ele alınmaktadır. Mesaj konusu "mesaj hazırlama, etkili mesaj, içerik analizi ve sunum sırası gibi konular yerine, Marksizm'de ürün olarak; kültürel incelemelerde metin olarak ele alınır. Malların üretimi, dağıtımı, dolaşımı ve Pazar ilişkileri iletişimin alanına girer. Düşüncelerin üretimi dağıtımı ve dolaşımı iletişim kavramının içine girer" (Erdoğan ve Alemdar, 2005; 232).

Yapısal Marksistlerden Althusser, medyayı “devletin ideolojik aygıtları” bağlamında ele alır. “Devletin ideolojik aygıtlardaki yeniden üretim, ideoloji aracılığıyla gerçekleşir. İdeolojinin hakimiyeti altındaki medyanın etkinliği ise, yukarıdan dayatılan bir yanlış bilinçlilikle ya da değiştirilen tutumlarla değil, fakat koşulların temsil edilmesi ve tecrübe edilmesini sağlayan bilinç dışı kategorilerde yatar... üretim tarzının önceliği Althusser için ideolojik teorisinin köşe taşıdır” (aktaran Poyraz, 2002; 14).

Althusser’e göre “üretimin nihai koşulu üretimin koşullarının yeniden üretimidir. Bu yeniden üretim, üretim güçlerinin yeniden üretimi ve varolan üretim ilişkilerinin yeniden üretimi yoluyla olur. Üretim güçlerinin yeniden üretimi temel olarak iş gücünün yeniden üretimidir. Bu da emek gücüne kendini yeniden- üretmesi (dinlenmesi, yemesi, içmesi, çocuk yapması ve yetiştirmesi, eğitilmesi vb) için materyal olanaklar(ücret verilmesiyle sağlanır. Üretim ilişkilerinin yeniden üretilmesi ise devletin ideolojik aygıtları yoluyla sağlanır” (aktaran Erdoğan ve Alemdar, 2005; 317).

Çağdaş Çatışmacı Kuramı öncülerinden Charles Wright Mills’tir. Amerikalı sosyolog Mills’in üzerinde önemle durduğu kavramlardan birisi “*Kitle Toplumu*” ve “*Kamu Toplumu*” kavramlarıdır. Mills, kamunun kitle iletişim araçları tarafından biçimlendirildiğini iddia eder.

Kamunun kitle iletişim araçlarından nasıl etkilendiğini vurgulayan Mills, “Başkalarının fikir, düşünce ve kanaatlerini dinleyenler pek çok, buna karşılık kendi fikir düşünce ve kanatlarını bildiren pek az; ayrıca tamamen bir soyutlama ve aslında toplama bireyler yığını durumuna indirgenen kamu, kitle iletişim araçlarıncı etkilenip biçimlendirilmektedir” demektedir (aktaran Kızılcelik, 1994; 457).

Kitle iletişim araçlarının etkisine ve işlevlerine ilişkin Mills şunları söyler; “kitle haberleşme araçlarının toplumda ne işlemler yükledikleri, ne işler yapabildikleri, ne

etkilerde bulunabildikleri, bu araçların yayılğan ve kolayca elde tutulması olanaksız bir etkileme şekilleri oldukları için, bugün bilinen toplumsal araştırma yöntemleriyle tam olarak saptanıp ortaya konabilmiş değildir. Kitle haberleşme araçları bizlere sadece bilgi ve haber vermekle kalmayıp aynı zamanda yaşam biçimimizi de yön vermektedir”(aktaran Kızılcelik, 1994; 459).

Mills’e göre kitle haberleşme araçları aynı zamanda bireylere yeni bir “öz-kişilik” vermektedir. Kişilere nasıl ve ne olmaları gerektiği konusunda telkinlerde bulunmakta ve bu yönde isteklilik uyandırmaktadır. “Kitle haberleşme araçları insanların bu benimsedikleri yeni kişiliklere sahip olmak için neler yapmaları gerektiğini öğretmektedir” (aktaran Kızılcelik, 1994; 460).

Mills’e göre kitle iletişim araçları, özellikle de televizyon aracılığıyla “küçük tartışma topluluklarının oluşmasını da engellemekte, boş zamanlarda insanların birbirileriyle oturup önemli konularda ciddi bir şeyler konuşmalarına; aralarında fikir ve kanaat alışverişinde bulunmalarına olanak bırakmamaktadırlar. En son değerlendirmede kişinin temel haklarından olan “özel hayat” kesimi de kitle haberleşme araçları yüzünden ortadan kalkmaya başlamıştır” (aktaran Kızılcelik, 1994; 460).

Medya Emperyalizmi Tezi savunucularından Body Barrett Marksist siyasal ekonomik temelden hareket eder. Ona göre; uluslar arası tek yönlü medya akışı vardır. Bu akış Amerika’dan diğer ülkelere doğru tek yönlü bir egemenlik akışı biçimindedir (Erdoğan ve Alemdar, 2005; 395).

Body Barrett’e göre medya emperyalizmi, herhangi bir ülkedeki medya sahipliği, yapısı, dağıtım ve içeriğinin tek başına veya birlikte diğer ülke veya ülkelerin medya çıkarlarının önemli miktarda dış baskısına maruz kalması sürecidir. Bu durum uluslararası medya faaliyetlerinin incelenmesini ve bunda uluslar arası ekonomik ve siyasal



ortam ve tarih içinde yapılması gerekliliğini ortaya çıkarır (aktaran Erdoğan ve Alemdar, 2005; 395).

Kültür Emperyalizmi tezi savunucularından Herbert Schiller, batının teknolojik ürünleriyle birlikte kitle iletişim araçları, yapıları ve ürünlerinin (iletişim sistemlerinin) az gelişmiş ülkelere sunulmasını, “kültürel alışveriş” gibi çerçeveler dışında ve uluslar arası ekonomik ve siyasal bağlam içinde sistemli olarak ele alır (Erdoğan ve Alemdar, 2005; 396).

Schiller, Amerikan politika plancılarının Amerikan imparatorluğunun genişlemesi ve yayılmasına hizmet etmek için uluslar arası iletişim sistemlerinin gelişmesini teşvik ettiklerini belirtir. Schiller, siyasal, ekonomik ve askeri yapılar, uluslar arası şirketler, kitle iletişimini hem üretim biçimi ve ilişkileri hem de kültürel ve ideolojik bağlamlarda ele alıp inceler (Erdoğan ve Alemdar, 2005; 397)

Schiller (1993) Amerika medyasının işleyişini “Amerika’da medya menajerleri imajların ve haberlerin yaratılması, işlenmesi, rafine edilmesi ve bunlara riayet edilmesi; dolayısıyla inançlarımızı ve tutumlarımızı, sonuç itibari ile davranışlarımızı belirleme işini kendilerine iş edinmişlerdir ... [medya] Toplumun hakimiyetini elinde bulunduran seçkinlerin, kitleleri kendi amaçları doğrultusunda biçimlendirmesinin vasıtalarından biridir” (Schiller, 1993; 9) biçiminde açıklamaktadır.

Çok Uluslu Şirketler ve Emperyalizm Tezi savunucularından Mattelart, uluslar arası şirketlerin ve uluslar arası teknolojik politikaları, emperyalizmin kültür, eğitim ve boş zaman faaliyetleri üzerindeki etkilerini, kültür politikalarını ele almıştır (Erdoğan ve Alemdar, 2005; 396).

Mattelart’ın üzerinde durduğu konular şunlardır: “kültürel üretimde ve çok uluslu şirketlerin egemenliği altında dünya kültür pazarında ekonomik ve tekniksel

saptayıcıların önemi; kültürel ifadelerin (örneğin tv programlarının, uydu ile iletişimin ) ideolojik-siyasal önemi ve bunların denetim mekanizmaları olarak artan bir şekilde kullanılmaları; Sembolsel ve hayal gücüne dayanan ürünlerin ideoloji ve ekonomi içinde çöktürilemeyeceğini gibi konulardır” (Erdoğan ve Alemdar, 2005; 401).

Amerikalı dilbilimci Chomsky, Marksist yaklaşım içinde yer alan bir kuramcı olarak, medyanın kasıtlı propaganda aracı olarak kullanılması ve içte egemenlik, dışta emperyalizmi desteklediği görüşünü vurgulaması açısından önemlidir (Erdoğan ve Alemdar, 2005). Chomsky 1970lere medya etkisi konusuna eğilerek kitle iletişimi ile propaganda arasındaki ilişkiye yoğunlaşır bağ konusuna eğilir. Geliştirdiği propaganda modeli güç ve zenginlik eşitsizliği, medya çıkarları ve medyanın etkileri üzerinde durur.

“Propaganda modeline göre haberler birbiriyle ilişkili beş süzgeçten geçer:1 egemen medya firmalarının kar amacı, tekelci sahiplik ve firma büyüklüğü; 2 reklamın medya için en önde gelen gelir kaynağı olarak kullanılması; 3 medyanın devlet organları, iş çevresi ve uzmanlara enformasyon kaynağı olarak başvurması; 4 medyayı disipline sokma aracı olarak “aşırı saldırının” kullanılması. İşlenmemiş haberler bu filtreden geçer ve “uygun” olanlar yayın içinde kalır” (Erdoğan ve Alemdar, 2005; 294).

Kitle iletişim araçlarının etkisinden şu şekilde bahseder; “Her birimiz kitle iletişim araçlarının geniş bir saldırısına maruz kalmanın insanları bir duygusuzluk ve bulantı içinde nasıl donuklaştırdığını görebiliriz” (Chomsky, 1995; 7). Kamusal çıkarlar açısından ise “Medya, kamunun çıkarlarına değil, devletin ve diğer şirketlerin çıkarlarına hizmet eder. Medyanın saldırı ve ayartma ekranı, olası en büyük halk kesimini tutsak almak ve hipnotize etmek üzere düzenlenmiştir” (Chomsky, 1995; 8).

Medyanın etkileme sürecinin işleyişinin günlük yaşama kadar indiğini belirten Chomsky’e göre “Medya birimleri, hedef kitlenin günlük ev içi, kültürel ve ruhsal

yaşamlarıyla derin duygusal çağrışımları olan kültürel simgeler belirler. Daha sonra bu simgeleri, halkın bilinç dışına baskınlar düzenlemekte kullanır... Bilinçaltıyla algılanan propaganda ve önceden seçilmiş sözcük çağrışımlarının yan yana konmasıyla uygulanır... Medya denetimi taktikleri, haber kisvesi altında bilinçaltı ve bilgisizlendirici emirler verir” (Chomsky, 1995; 13).

Chomsky, Amerikan medyasında haber üretiminin ekonomi politikasını incelemiştir. Chomsky’e göre, kapitalist toplumlarda bütün iş alanları gibi iletişim, medya ve kültür alanı da diğer endüstri dalları gibi kapitalizmin yasalarına göre örgütlenmiştir. Bu alanların her biri kapitalistlerin denetiminde ve kontrolündedir. Çünkü bu alanda faaliyet göstermek çok büyük sermayeye mal olmaktadır. Onun için kapitalist toplumda herkes bu alanlara girip buralarda istediği gibi faaliyette bulunamaz. Kapitalist toplumlarda bilinçle ilgili tüm etkinlik alanları birer endüstriye dönüşmüştür (Yaylagül, 2006; 150).

Chomsky, medyanın profesyonel çalışanlar aracılığıyla insanların kültürel ortamının nasıl şekillendirildiğine ilişkin olarak şunları söyler: “İnsanların gündelik yaşamlarını sürdürdükleri ortamın kültür iklimini oluşturur. İletişim ve kültür endüstrileri insanların neyi göreceğine ve duyacağına ve ne hakkında konuşacağına bu endüstrilerin sahiplik ve mülkiyet yapısı ve bunların kiraladıkları ücretli profesyonel çalışanlar tarafından karar verilir” (Yaylagül, 2006; 151).

Chomsky’e göre; kitle medyasının ya da popüler medyanın yanında bir de elit medya vardır. Bu medya toplumun gündemini kurar. Çünkü bunlar büyük kaynaklara sahiptir. Ve insanların içinde hareket edecekleri entelektüel çerçeveyi çizerler (Yaylagül, 2006; 151).

“Kitle medyasının amacı insanların dikkatini ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel konulardan başka alanlara çekmektir. Bunlar insanların profesyonel sporla, seks

skandallarıyla veya ünlü kişilerin hayat hikayeleriyle ilgilenmelerini sağlamaktır...Büyük medyalar genel ekonomik ve politik sistemin birer parçasıdır” (Yaylagül, 2006; 152).

### Chomsky’e göre

Kapitalist ülkelerdeki medyanın amacı halka 24 saat propaganda yaparak egemen değerleri topluma aşılmasıdır. Çünkü var olan düzenin kendini yeniden üretmesinde ve sürdürmesinde medyanın amacı geniş kitlelerin rızasını üretmektir. Totaliter bir rejim için sopa neyse, demokrasi için de propaganda odur...Televizyonun önünde oturup yaşamdaki tek değerlerin daha fazla eşyaya sahip olmak ya da seyrettiğimiz zengin orta sınıf ailesi gibi yaşamak ve uyum ve amerikancılık gibi hoş değerlere sahip olmak olduğunu söyleyen mesajlarla kafalarını doldurmak gerekir (aktaran Yaylagül, 2006; 153).

Medya adeta gerçeği gizleme işlevini görür. Bunu ise halka yani izleyicilere mesajlar ve imgeler üreterek yapar. “Amacı izleyicileri toplumun kurumsal yapısıyla bütünleştirecek değerleri inançları ve davranış biçimlerini onlara aşılmasıdır” (Yaylagül, 2006; 154).

### 1.1.3. Frankfurt Okulu (Eleştirel Kuram)

Frankfurt Okulu (1923-1968) temsilcileri, Marks’ın fikirlerinden büyük ölçüde yararlanırken Marks’ın ekonomik indirgemecilik anlayışını eleştirerek araştırmalarını inşa ederler. Frankfurt Okulunun önde gelen temsilcileri (Max Horkheimer, Herbert Marcuse, Adorno, W. Benjamin) toplum analizlerinde “Kitle Toplumu” ve “Kitle Kültürü” ne ilişkin teorilerini geliştirirler. Bu teoriye göre; kitle iletişim araçları, kitle toplumu ve kitle kültürünün oluşumunda önemli bir rol oynamaktadır.

Frankfurt okulunun temsilcilerine göre; kültürel alan, 19. yüzyılın ikinci yarısındaki kapitalist gelişmenin belli bir aşamasında kitlelerin tercihleri ile değil tam da kapitalizmin ve kapitalist kültür üreticilerinin ihtiyaçları doğrultusunda şekillendirmeye başlanmıştır. Okul üyeleri, ‘popüler kültür’ ya da ‘kitle kültürü’ kavramlarının yerine ‘kültür endüstrisi’ kavramını kullanmışlardır. Frankfurt Okulu temsilcilerine göre kitle

kültürünün kaynağı halk ya da kitleler değil, toplumsal bir denetim aracı olan endüstriyel bir dayatma sürecidir. Kültür endüstrisinde üretilen kültür, insanileştirmek ya da özgürleştirmekten uzak ideolojik bir tahakküm biçimi olarak işlev görmektedir (Çelenk, 2005; 40).

“Eleştirel kuramda kitle iletişimi kültür üretiminde özel bir anlam taşır. Kitle iletişimi sembolsele malların kurumsallaşmış üretimi ve genelleştirilmiş dağıtımıdır” (Erdoğan ve Alemdar, 2005; 327).

Frankfurt Okulu, tekeli kapitalizmdeki kültürün kitleleri nasıl kandırdığını, nasıl denetlediğini şu şekilde açıklamaya çalışır: “Dilin yorumlayıcı çemberi içinde insanlar bağımlı kültürün tutsağıdır. Kitle iletişim araçları ve kitle eğlence endüstrisi, kitlelerin bilincini o denli kolonileştirdi ki, kitleler artık direnmeyi bile düşünemez hale geldiler. Bu yapıda sermaye savunucuları popüler kültür öğelerini denetlemekle kalmaz popüler düş kurma üzerinde de egemenlik kurar” (Erdoğan ve Alemdar, 2005; 327).

Adorno ve Horkheimer’e göre, “kültür tekelleri ve imalat sektörünün çok uluslu holdinglerin bağımlılığı altına alınarak endüstrileştirmiştir. Burada amaç, kültürü metalaştırmak, bireyleri kitle kültürünün (eğlence) ürünleri aracılığıyla ait oldukları statü (gelir) gruplarına uygun tüketim biçimlerine güdülemek ve varolan ekonomik yapıyı haklılaştırmaktır” (aktaran Atiker, 1998; 52).

Horkheimer’e göre, “kapitalist sistem içerisinde toplumsal kültürün üretimi ve yapılanması konusunda; günümüzde halk hala kendi bireysel kararlarıyla hareket ettiğini sanır. Aslında, davranışları sosyal mekanizmalar tarafından biçimlendirilir. Gelecekleri bağımsız bireylerin rekabetiyle saptanmaz., onun yerine yönetici klikler ve ekonomik sistem arasındaki ulusal ve uluslar arası çatışmalarla belirlenir. Artık hiç kimse kendine özgü fikirlere sahip değildir. Halkoyu deneyen şey egemen özel ve kamoyu bürokrasilerin bir

ürünüdür. Günümüzdeki insanlık durumu, kar/çıkarcı üretimine dayanan toplumun temel yapısının sonuçlarıdır” (aktaran Erdoğan ve Alemdar, 2005; 327).

“Kültür endüstrisi varolan gerçeğin yeniden üretilmesinden öteye geçemez ve bu şekilde yalnızca toplumdaki eşitsizlikleri onaylar... bu yüzden kültür endüstrisi ürünleri, işgören-tüketiciye özel yaşamında yada iş yaşamındaki eşitsizlik ilişkilerini yeniden yaşatır. Dolayısıyla kitle kültürü, kişileri yalnızca tüketime güdülendirmeyip düzeni haklılaştırıcı işlevler görmektedir” (Atiker, 1998; 54).

Bu teoriye göre;

Kapitalizm giderek merkezileşirken, toplumsal yapı adım adım atomlaştı. Merkezileşmiş bir ekonomi ve yönetimin gelmesiyle kamusal alan küçüldü, bireysel değerleri güvence altına alan kurumlar zayıfladı. Özerk bireyin yok edilmesinde bilim önemli aracı rol oynadı. Burjuva biliminin bilimci, anti-hümanist ilkeleri topluma hakim olmasıyla, teknolojiye ve bürokraside yeni bir tahakküm tarzına zemin hazırlamıştır. Bilinç ve kültür, insan eylemleri, değerleri alanından çıktı. Bireyler arasındaki, ilişki giderek şeyler arasındaki bir ilişkiye dönüştü (Swingewood, 1998; 334).

Bu kuramın temsilcilerinden Habermas kitle iletişimi ve medya konusunda çarpık iletişim ve bilgiye dayalı çıkar kavramlarını kullanır. “Medya bir anlam üretme ve anlamlandırma pratiğidir. Medya ile verilen mesajların, açık anlamları bazında değil ideolojik yapılanışı bazında analiz edilmelidir. Çünkü mesajların yaptığı tamamen ideolojik bir biçimlendirmedir” (aktaran Poyraz, 2002; 17).

“Habermas iletişimsel davranış üzerinde durur. İletişimi kültürün tanımlanmasının merkezine koyar. Kişinin sembolik faaliyeti ile sembolik çevresi arasındaki ilişkiye dikkat çeker” (Erdoğan ve Alemdar, 2005; 337).

#### **1.1.4. Kültürel Yaklaşım Kuramı**

Kültürel yaklaşım kuramcılarının Marksizm, Frankfurt okulu ve göstergebilim yaklaşımlarından etkilendiğini söylemek mümkündür.

Kültürel yaklaşım kuramının temel varsayımları: “kültürel olarak (dilden ve söylemden geçerek) inşa edilmiş bir dünyada yaşıyoruz. Sosyal gerçeklik iletişim yoluyla inşa edilir. Güç ve egemenlik ilişkileri toplumun inşasının bir parçasıdır. Ekonomik ve siyasal güçler, anlam çevresinin temel özelliklerini kontrolden veya onlar üzerinde kurduğu egemenlikten geçerek gerçeğin inşasını da büyük ölçüde etkiler. Kitle iletişimi çoğunlukla egemen kültürel semboller ve ilişkileri üretmeyi amaçlar” (Erdoğan ve Alemdar, 2005; 353).

Bu kuramın araştırmacıları genelde medya özelde televizyonun etkilerini ve içeriğini ele alırlar. Televizyonun gönderdiği iletiler izleyicinin kişisel deneyimlerinin yerine geçtiğini, bireylerin sorgulama ve yaratıcılık özelliklerini yanılttığını ifade etmektedirler. Kamuoyunun biçimlendirilmesinde televizyonun uzun süreli bir etkisi olduğunu, televizyonun sunduğu dünyanın gerçek dünya ile ilgisinin olmadığını göstermeye çalışmışlardır.

Kültürel yaklaşım kuramının önde gelen temsilcilerinden Stuart Hall, medyanın yapılanması ve ideolojik işlevinin etkisi konularını ele alır.

Hall’a göre “Yirminci yüzyılda medya, toplumsal bilginin, kültürün oluşturulması, yeniden üretilmesi ve sınıflandırma kavramlarına dayanarak açıklamaktadır. Medya kendisini ve başkalarını tanılama çerçevesi sunarken, aynı zamanda çerçeveyi oluşturan yargılayıcı ve seçici yapılanmaları verir. İdeolojik işlevinin asıl etkisini modern toplumun karmaşıklığında ve çeşitliliğinde oluşturur” (aktaran Poyraz, 2002; 15).

Hall’a göre “modern iletişim araçları, asla toplumsal yapılar ve pratikler alanı dışında kavramsallaştırılmazlar; çünkü giderek artan oranda, bu alanın bir parçası haline gelmektedirler” (aktaran Poyraz, 2002; 14).

İngiliz kültürel incelemeler geleneğinde yer alan araştırmacılar, medya incelemelerinde medyaya egemen sınıfın görüş ve düşüncelerini topluma yayan ideolojik aygıtlar olarak görür. Bunu yaparken de Althusser'in devletin ideolojik aygıtları ve devletin baskı aygıtları Gramsci'nin hegemonya ve tahakküm kavramsallaştırmalarına başvururlar. Böylece medya egemen bakış açısının topluma yayarak işçi sınıfı ve alt kültürler arasında eleştirel bir bakış açısını ve düşüncenin gelişmesini engeller. Çünkü medya var olan gerçeği olduğu gibi göstermez onu yanlış bir şekilde sunarak var olan eşitsizlikleri ve iktidar yapılarını doğallaştırır ve meşrulaştırır. Medya içeriği bir şeyler anlatırken bu anlatının sadece düz bir anlamı yoktur. Her metinde ilk bakışta göze çarpmayan gizli anlamlar ve ideolojilerde yer alır (Yaylagül, 2006; 112).

Stuart Hall, Althusser'i takip ederek medyanın gerçeği inşa etmesine rağmen gerçeği yansıtmış gibi yaptığını belirtir. Hall'a göre, medya egemen sınıfın çıkarlarına hizmet eden yorumları yeniden üretme eğilimindedir (Yaylagül, 2006; 115).

Kültürel incelemeler geleneği içerisinde kültür kavramı siyasal bir yaklaşımla ele alınır. Burada kültür gündelik yaşama konu olan içerik ve pratikleri kapsar. Dolayısıyla kapitalist toplumlarda medya içeriklerinin tüketimi gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçasıdır. Gündelik yaşam bir eşitsizlikler ve tahakküm alanıdır ve medya da bu eşitsizlikleri ve egemen sınıfın hegemonyasını yeniden üretmek için çalışır. Alt kültüre dahil olan insanlar ve bağımlı sınıflar, egemen sınıfın kültürü tarafından belirlenen toplumsal ilişkileri nasıl anlamlandırılacaklarını gösteren toplumsal pratiklerin neler olduğunu görürler. Stuart Hall çalışmasında kültürel yaklaşımı sunar. Buna göre medya kamunun bilincini biçimlendiren ve ona etki eden güçlü bir araç olarak görür (Yaylagül, 2006; 116).



Bu kuramın bir diğerk öncüsü olan Raymond Williams, “ideoloji terimini duygu yapısına ve hegemonya terimleri içine değerlendirir. Hegemonya kavramını Gramsci’nin kullandığı anlamda, yani yöneten sınıfların, yönetilen sınıflar üzerinde zor kullanarak değil; bu sınıflar üzerinde bütünlüklü bir otoritenin kurulması anlamında kullanmaktadır. Williams’ın duygu yapısı terimi, ideoloji teriminin anlam ve düşünce üretiminin genel sürecine göndermede bulunmaktadır” (Poyraz, 2002; 14).

### **1.1.5. Kültürel Göstergeler ve Ekme Modeli**

Ekme modeli araştırmalarını temel hareket noktalarından biri televizyon ve şiddet ilişkisidir. Televizyonda gösterilen şiddetin izleyici davranışları üzerinde şiddet eğilimlerini artırıp artırmadığını incelemeye çalışmışlardır.

Bu kuram, Pennsylvania Üniversitesi iletişim okulu eski dekanlarından Profesör George Gerbner ve arkadaşları tarafından geliştirildi. Bu kuramın temsilcileri, televizyon izlemenin izleyicilerin gündelik yaşam hakkındaki düşüncelerini etkileyip etkilemediğini etkiliyorsa bunun nasıl yaptığını araştırmak oldu (Yaylagül, 2006; 64).

Gerbner, kültürel göstergeler, ekme-yetiştirme kuramı yaklaşımı, 1960’larda geliştirilmiştir. Ekme kavramı, belli bir şeyi (psikoloji, kültür ve ideolojiyi)belli bir yere, (izleyici bilincine) yerleştirme ve besleyip yetiştirmek için yapılan amaçlı girişim anlamındadır. Bu yaklaşım, “etki sorunu” ekseninden hareket eder. Ekme tezi içerik analiziyle televizyonda egemen imajlar olarak seçilen televizyon dünyasının kültürel göstergeler değişkenlerini belirler ve bu imajların izleyicilere etkisini alan araştırması yoluyla inceler (Erdoğan, 1998; 2).

Kültürel göstergeler projesi birbirini tamamlayan ileti sistemi ve “ekme” çözümlemelerini içeren iki araştırmadan oluşur. İleti sistemi çözümlemesi için televizyon programlarının örnekleri kaydedilir ve içerik çözümlenmesine tabi tutulur. Bu özellikler

televizyon dünyasının izleyicilere verdiği potansiyel dersler (ekme) olarak kabul edilir (Erdoğan, 1998; 3).

Ekme kuramcılarına göre, televizyonun etkisi uzun dönemlidir. Bu etki azar azar, derece derece, dolaylı fakat zamanla birikerek olur. Bu araştırmalarda vurgu, televizyon izlemenin etkisinin izleyicilerin davranışlarından çok tutumları üzerine olduğundandır. Çok fazla televizyon izlemenin gerçek hayattan çok televizyon programlarındaki dünya ile tutarlı tutumları ektiği düşünülür. Televizyon izlemek doğrudan şiddet davranışına sebep olmaksızın dünyadaki şiddet hakkında insan zihnini biçimlendirebilir (Yaylagül, 2006; 64).

Gerbner ve arkadaşlarının yürüttüğü çalışmalarda “en popüler kitle iletişim aracı olan televizyon, kurulu sanayi toplumunun kültürel kolu olarak nitelendirilmektedir. Bu araştırmalarda, insanları birbirine bağlayan, ortak bilinci oluşturan popüler kültür, televizyon tarafından oluşturulmaktadır. Televizyon toplumun bütün kurumlarına girerek, tekrarlanan ve yaygın kalıplar yoluyla belli bir dünya görüşünü oluşturur” (aktaran Poyraz, 2002; 23).

Gerbner, çalışmalarında, televizyon ve onun toplumu şiddet içeren imgeleriyle nasıl uzun dönemde bilinçleri şekillendirebildiğini göstermeye çalışmıştır. Medyadaki şiddetin sonuçlarını tamamıyla anlamadan önce, televizyonun kültürel çevremizi modern bir hikaye anlatıcısı olarak nasıl biçimlendirdiğini anlamamız gerekmektedir, demektedir. (aktaran ığ, 2006; 22).

Televizyon, Gerbner tarafından insanların sembolik çevrelerini egemenlik altına alan araç olarak görülür. Ekme yaklaşımı, televizyonun, gerçekliği yansıtın bir araç olarak değil ayrı bir dünya olarak görür. Gerbner’e göre, televizyonda şiddetin aşır

sunumu izleyicilere daha çok saldırgan davranışlarından ziyade kanun ve düzen hakkında simgesel mesajlar iletir (Yaylagül, 2006; 65).

Televizyonun biçimlendirme ve etkileme gücüne ilişkin olarak Gerbner “Televizyon genel olarak siyasal süreci biçimlendiren, ayrı yönelimleri emerek içine çeken ve kendine özgü bir akım oluşturan araçtır ... Televizyon merkezileşmiş bir öykü anlatma sistemidir. Drama, reklam haberler ve diğer bütün program türleriyle her eve ortak bir imaj ve iletiler dünyası getirir. Diğer bir boyutu ile günümüz insanı, televizyonun simgesel dünyası içinde doğar; ve televizyonun tekrarlanan pratiği ile yaşar. Televizyon tutum ve davranışları eker” demektedir (aktaran Poyraz, 2002; 23).

Ekme analizi, Kültürel Göstergeler Projesi adlı halen süren uzun soluklu bir projenin öğelerden biridir ve ekme kuramının deneysel ayağını oluşturur. Analiz iki adımdan oluşur. İlk olarak, “mesaj sistemi analizi” gelir. Televizyon içeriğindeki ortak ve yinelenen imajların miktarı belirlenir ve taranır. İkinci olarak, ekme analizi, izleyicilerin sosyal gerçekliği algılamasını televizyonun etkileyip etkilemediği, etkiliyorsa ne kadar olduğu belirlenmeye çalışılır (Çığ, 2006; 33).

Ekme analizi, genellikle televizyondaki egemen imajları ortaya koyan bir içerik analizini verilerinin korelasyonu ile bu tip imajların izleyicilerin tutumları üzerindeki etkilerini değerlendirmek için izleyici araştırmalarını verilerinden oluşur. İçerik analizi, ekme kuramcıları tarafından televizyon dünyasını tanıtmak için kullanılır televizyon dünyasından gündelik yaşamıkinden daha fazla şiddet vardır. Kültürel göstergeler yaklaşımı televizyonu, endüstri devrimi öncesindeki dönemde dinin yaptığı gibi güçlü bir kültürel bağlantı aracı olarak görür. (Yaylagül, 2006; 66,67).

Gerbner’in görüşleri şu önemli bulguları içermektedir: Çağdaş toplumda halk artan bir şekilde, gerçek sosyal ilişkiler yerine televizyonla ilişkiye girip doyum sağlamak anlamına gelen “vekaletsel” deneyim kaynaklarına dayanmaktadır. Kişileri birbirine

bağlayan ve ortak bilinci kuran popüler kültürün dokusu, şimdi kitle iletişiminden çıkan işlenmiş üründür. Ticari televizyon halkın elinden etkili bir şekilde soyutlanmıştır. Halkın yönetiminden korunmuş özel şirketlerin yönetimine bağlanmıştır. Doğrudan tüketici, Pazar yeri, sinema gişesi ve oy sandığı yollarıyla halkın katılmasından uzaklaştırılmıştır (Erdoğan ve Alemdar, 2005; 173,174).

Gerbner televizyonu oldukça görevsel olarak sunuyor. Gerçekte de, televizyon modern cehaletin ekicisi ve teşvikçisi olarak oldukça görevsel bir araçtır. Televizyon Amerika'da ve diğer ülkelerdeki resmi okullar gibi, kapitalist sistem için fonksiyonel açıdan "dinleyen, seyreden, ezberleyip-öğrenen ve taklit ederek" tüketen çokbilmiş cahiller üretir. Televizyonla, halka neye gereksinimleri olduğu ve nasıl tüketeceği öğretilir. Fakat bu halk, tüketimlerinin doğası ile ilgili en küçük bir gerçeğin farkında olmasına olanak verilmeyecek kadar cahilleştirilir. Modern dünyanın tüketim bilgiçleri yaratılır.... Bu tüketim, kullanım gösteri ve teşhir kültürü bilgiçleri üretim ilişkileri konusunda kendilerini özgür ve değerli sanırlar. Elbette televizyon seyretmek için okur yazar olmaya gerek yoktur, çünkü televizyon bu engeli görüntü ve söz yoluyla aşar (Erdoğan ve Alemdar, 2005; 175).

"Gerbner'in çalışmalarına yön veren temel hipotezi, kültürel imgeleme yoğun olarak maruz kalmanın, izleyicilerin gerçeklik kavrayışına etki edeceği yönündedir... onun çalışması, televizyon dünyasının en fazla çarpıtıldığı noktalarda, çok televizyon seyredenlerin televizyonun gösterdiği şekliyle dünyayı tanıdıkları ve bu dünyanın, gerçek dünyadan farklı olduğunu belirtir" (Çığ, 2006; 34).

"Televizyon uzun dönemli" etkilere sahiptir; bu etkiler küçüktür; dolaylıdır; fakat artan bir şekildedir; üst üste birikir ve anlamlıdır. Gerbner ekme analizini Kültürel Göstergeler Projesi için veri tabanı oluşturmada bir araç olarak kullanır. Kültürel Göstergeler Projesi birbirini tamamlayan içerik ve ekme çözümlerini içeren iki araştırmadan oluşur. İletişim sisteminin çözümlenmesi için televizyon programlarının örnekleri kaydedilir ve içerik çözümlenmesine tabi tutulur. İçerik analizi ekme kuramcılarını

tarafından, “televizyon dünyası”nda yer alan olağan “konu” ve “karakterleri” tespit ve karakterize etme amacıyla kullanılır”(aktaran Çığ, 2006; 35).

“Ekme farkı kavramı, Gerbner’in 1979 yılında yaptığı bir araştırma sonrası tanımladığı “çok televizyon seyredenlerin televizyonun sunduğu toplum portresini (örneğin aşırı şiddetli) az seyredenlere oranla daha kabul etmeye meyilli olduğu” yargısında temelini bulan, medyayı az ve çok kullananların davranış farklarına işaret eder... ekme analizi, televizyonun küçük ve aşamalı bir etkiye sahip olduğu fakat uzun dönemler sonrası etkilerin gözle görülür ve kümülatif bir yapıya kavuştuklarını belirtir” (aktaran Çığ, 2006; 40).

“Gerbner’in “ekme” terimini kullanmasının altında yatan niyetin, “medya mesajlarına uzun süre maruz kalmakla şekillenen algı üzerindeki yaygın etki” üzerine ilgisini tanımlamak olduğunu belirtir. “ekme”, uzun dönemde ortaya çıkan etkiden ziyade, sürekli eğitim, maruz kalma, ve kitle iletişim kanalları vasıtasıyla şekillenen tutarlı tecrübeler üzerine vurguyu öne çıkarır” (aktaran: Çığ, 2006; 41).

İzleyiciler televizyon dünyasının kültürel dokusunda yatan anlamları emmeye eğilimlidirler; çünkü televizyonu genellikle tercihe bağlı olmayan bir şekilde ve programa göre değil, saate göre kullanırlar. ..Televizyonun toplumsal düzeni anlatmada “şiddet” önemli bir rol oynar. Örneğin akşam programlarında gösterilen cinayet, gerçek hayatta olandan on kat daha fazladır. Fiziksel tecavüzü pek ender acil ve tıbbi yardım izler. Simgesel tecavüz gücü gösterir, sadece saldırıyı değil, kurban etmeyi, tedaviyi değil, incitmeyi, kime karşı kimin neyle savuşabileceğini gösterir. Verilen ders, yakalanmadığın sürece usulüne uygun, yapılan çalma, hırsızlık değildir, fakat özel girişimdi, beceridir. Bu “savuşabilme “ oyununun iyi oynanmasına bağlıdır (Erdoğan ve Alemdar, 2005; 176).

Ekme incelemeleri, seyretmenin tehlike algısını yükselttiğini ve abartılmış bir güvensizlik duygusu verdiğini göstermiştir. Televizyonun kötü ve tehlikeli dünyayı, baskıcı tutumları ve basit belalı ve sert görünüşleri ve çözümleri işleyeceği umulabilir. Çok izleyenlerde büyük tehlikeler ve güvensizliklerin olduğu, “kötü dünyada” yaşadıkları

duygusunun az izleyenlerden daha keskin olduğu bulunmuştur (Erdoğan ve Alemdar, 2005; 177).

Televizyonun gündelik yaşamımızın özel bir unsuru haline gelmesi sonucu, televizyondaki “simgesel dünyanın” ya da “televizyon dünyasının” televizyon karşısında saatlerini, günlerini geçiren izleyicilerin dünyayı anlamlandırmaları üzerinde uzun-dönemli etkilerinin bulunması beklenebilir (Çelenk, 2005; 39).

## 2. BÖLÜM: KAVRAMLAR

### 2.1. Kitle İletişimi

Kitle iletişim araçları ya da medya\* kavramının pek çok tanımı vardır. Kitle iletişimi temelindeki açıklamaların yanında medyanın siyasi, ekonomik, kültürel fonksiyonları üzerinde duran tanımlamalar da söz konusudur. Bu çalışmanın medyayı ele alış biçimi aşağıdaki tanımda özetlenmiştir.

Toplumsal gruplar ve bireyler üzerinde kısa ve uzun vadede etkileri bulunan; toplumsal bilincinin ve kültürün oluşturulmasında, yeniden üretilmesinde ve varolan değerlerin aktarılmasında önemli bir belirleyiciliği olan, bireylerin sosyalleşmesinde, kimlik ve kişiliğin oluşmasında, belirli tutum ve davranışların benimsenmesinde önemli rol oynayan, gündelik hayatın önemli bir parçası haline gelen, yazılı görsel teknolojik araç ve gereçlerin bütünüdür.

İletişimin gerçekleşmesini sağlayan her türlü araç (ses söz, yazı, beden dili, jestler mimikler, giyim kuşam, hatta koku, davranış vb.) iletişim aracıdır. Ancak yüz yüze karşılıklı olmayı gerektirmeden anında iletişim kurmayı sağlayan ve bunu kitlesel düzeyde gerçekleştiren araçlara kitle iletişim araçları denmektedir. Genellikle, gazeteler, dergiler, sinema, radyo, televizyon, reklamlar, popüler kitaplar ve popüler müzik, kitle iletişimi sağlayan araçlar olarak kabul edilir (Türkoğlu, 2004; 68).

McQuail'e (1997) göre, kitle iletişim araçları; toplumda etki, denetim ve yeniliklerin potansiyel araçları olarak güç kaynağı; çoğu toplumsal kurumun çalışması için gerekli bilgilerin kaynağı ve aktarım aracıdır.

Bir başka tanımlamaya göre "Kitle iletişim araçları kitle iletişimi olgusunu gerçekleştiren teknolojik araçlarıdır... Kitle iletişim araçları denilince öncelikle basın

---

\* Bu metinde kitle iletişim araçları tanımlaması ile medya eşanlamda kullanılmaktadır.

(gazete, dergi, magazine, kitap) radyo televizyon ve sinema yoluyla iletişimin gerçekleştirildiği araçlar akla gelir” (Erdoğan ve Alemdar, 2005; 17).

Erdoğan’a göre (1997) iletişim kavramı, içeriğinde enformasyonun, bilginin, kültürün ve ideolojinin aktarılması anlamlarını taşır. Her ileten ve alıcı bir amaç güder. İletişim güç ilişkilerine bağlı olarak biçimlenir. Kitle iletişim araçlarındaki iletişim belli amaçlı bir ilişkidir. Bu amaçlar birçok içeriği barındırır. Kitle iletişim araçları iletişimin bir aracıdır.

İletişim belli bir zamanda, belli bir yerde, belli bir amaçla hazırlanmış, belli bir iletinin, belli bir iletenler tarafından, belirli veya birden fazla araçla, belli bir alıcıya (alıcılara) iletilmesidir. İletişim ne etkiye ne de bilginin veya enformasyonun iletilmesine indirgenmelidir. Okulda sınıfta, öğretmen öğrenci ilişkilerinde bile enformasyonun, bilginin, kültürün ve ideolojinin aktarılması karakteri taşımasına rağmen, her şeyden önce insanlar arası bir ilişkidir. Kitle araçlarının haberlerinde de benzer şekilde, insanlar arası ilişki aracılanmış bir ilişki olarak ortaya çıkar. Kitle iletişiminin mesaj, bilgi, enformasyon, dedikodu iletilmesi soyut semboller alışverişinde çok somut ilişkilerle ilgilidir. İletişim belli amaçlı ilişkidir. Bu amaç arkadaşlık kurma ve sürdürme, dayanışma, rekabet, çekişme, kavga, bir şey verme, veya alma, sömürme, sevme, barış veya savaş gibi sayısız ilişki biçimleriyle ilgilidir (Erdoğan, 1997; 65).

Kitle iletişim araçlarının temel işlevi en genel tanımlamayla haber verme işlevini yerine getirmektir. Bu konudaki literatür incelendiğinde genellikle 5 işlev alanı ile karşılaşmak mümkündür.

*Medyanın enformasyon işlevi:* Medya izleyiciye dünya hakkındaki gerçeklikle ilgili bilgileri sağlar. Bu işlevle dünyanın coğrafi, toplumsal ve politik haritasını çıkarmamıza yardım eder. *Kültürel işlevi:* Medya içinde bulunduğu kültürü yansıtan materyalleri sağlar ve onun bir parçası haline gelir. Bu materyal kültürel sürekliliği sağlar ve kitle kültürünü geliştirir. *Toplumsal işlevi:* Medya toplumsal grupların çatışmasından örnekler sunar. Toplumun üyelerini inançlar ve ilişkiler yoluyla toplumsallaştırır. *Politik işlevi:* Medya politik olaylar, konular ve çalışmalara tanıklık eder. Bu tanıklık toplumdaki



politikacıların çalışmalarını anlamamızı, bu politik süreçte daha yapıcı bir şekilde çalışmamızı sağlar. *Eğlence işlevi*: Medya izleyiciyi eğlendirir ve oylar. İzleyiciye sağlıklı bir eğlence ve zevk sunar (Burton,1995; 83, 84, 85).

Günümüzde medyanın yukarıda saydığımız işlevlerine ilişkin büyük değişimler yaşandığını bu noktada büyük eleştirilere maruz kaldığını görmekteyiz. Medyanın tarihsel gelişimi içinde, toplumsal sorunların çözümü, toplumun eğitilmesi ve bilgilendirilmesi, kültürün geliştirilmesi, bireyler arasında sağlıklı iletişimin kurulması, toplumda huzur ve daha insani bir düzenin sağlanması gibi işlevlerle ortaya çıkmasına rağmen, günümüzde bir çok sorumluluğu ve ahlaksal ilkeleri yerine getirmediği, tam tersine bir çok toplumsal soruna kaynaklık ettiği görülmektedir. Bugün, medyanın kendisinin, toplumsal sorunların çözümüne katkıda bulunmaktan çok, temel bir toplumsal sorun haline geldiğini söyleyebiliriz. Medya çalışmaları bu noktada sosyal bilimlerde çeşitli konularda önemli bir araştırma alanını oluşturmaktadır.

Medyaya eleştirel gözle bakan Burton'a (1995) göre, kitle iletişim araçları bu işlevleri yerine getirirken aynı zamanda dünyaya ilişkin belli bir bakış açısı oluşturarak, izleyiciyi edilgin kıldığını ifade etmektedir. Böylece, toplumda tek yönlü bir bakış açısının oluşabilmesi nedeniyle medyanın değişimi de engelleyebileceğini belirtmektedir. Burton (1995) kitle iletişiminin politik otoriteyi desteklemek ve kamuoyunu yönlendirmek ve dikkati önemli toplumsal konulardan uzaklaştırmak gibi sonuçları olabileceğini belirtmektedir.

Medya büyük bir güçtür. Toplumun ekonomik, siyasal ve kültürel alanlarda bilgi ve enformasyon vermesi gereken medya, istendiğinde farklı çıkar ve amaçlar doğrultusunda kullanılabilmekte, insanlar üzerinde tahakküm kurma, insanların ne

hakkında dūřünecekleri konusunda gūndem oluřturarak insanları belli bir yōne kanalize edebilmektedir.

Burton'un deęindięi bu yōnlendirme sūrecini, Turan (2004) toplumsal kontrolū elinde bulunduran kiři ya da grupların haber ve iletileri istekleri çerçevesinde deforme ederek yapabileceklerini sōylemektedir. Ayrıca "medya, kūltūrel sōmūrū ve kūltūr asimilasyonu amacıyla kullanılabilir. Bunun da ōtesinde medya kimi gūçler tarafından, ulusal kimlięi kōreltmek, ulusal birlik beraberlik duygularını zayıflatmak, toplumsal huzur ve barıř ortamını bozup, toplumu kaos ve kargařa içine sūrūkleme amacıyla kullanılma potansiyeline de sahiptir" (Turan, 2004; 2).

Kitle iletiřim araçlarının sōmūrū sisteminin bir aracı olduęunu ifade ederek eleřtirel bir açıdan ele alan Erdoęan'a gōre ōrneęin televizyon izleyicisi "sadece tepeden ařaęı bir iletiřim akımının alıcısı deęil, aynı zamanda, bu iletiřimle gelen niceliksel amaçlar çokluęunun arasından kendi sōmūrūsünü seęen durumundadır: siyasal, kūltūrel, ekonomik, "modaları" izleyen ve kendi yařamını bu modalar peřinde kurma amaçlarına katılmasıyla dūzenlemesi istenendir" (Erdoęan,1997; 66).

Frankfurt okulunun ōnde gelen dūřūnūrlerinden Adorno, kitle iletiřim kavramına deęinirken, bu araçların kitlelere yanlıř bilinç ařılmaktan ōteye, kitlelerin kendilerini uygulanan manipūlasyonun gōnūllū katılımcıları haline getirdięini ileri sūrmektedir. Adorno'ya gōre, gūnūmūzde iletiřim kitle iletiřim aęı içinde realiteyi çarpıtarak vererek, ampirik realiteyi yansıtma yerine, tatlımsı ve hayali olguların ōrūlmūř bir iletiřim aracılıęıyla kitleleri hem bir yandan hayatları ūzerinde bilmedikleri, denetleyemedikleri bir takım sosyal, siyasal ve ekonomik gūçlerini kontrol kurmuř bulunduęuna inandırmakta onları pasifize etmekte; hem de, dięer yandan onları varolan

üretim ilişkilerine, tüketim ilişkilerine alabildiğine katılmaya yönelmektedir (Uğur, Aktaran Bayhan, 1997; 87).

Marcuse'a göre, medyanın sunduğu kültürleşme tek taraflı bir oluşumdur, insana çok seçenekli kültürel bir dünya sunulmaktadır, ancak güdümlü ve tek boyutlu yapılmış seçeneklerdir. Bu anlamda sunulmuş seçenekler de irreeldir, kurgulanmıştır ve taklittir. 21. Yüzyıla doğru yapılan enformatik kültür kitle kültürünü aşan reel kültür değildir. İnsanlar yine arabalara binmekte, aynı binalarda yaşamaktadırlar, fakat hayatlarına anlam veren imajlar, değerler başka kaynaktan gelmektedir (Uğur, Aktaran Bayhan, 1997; 87)

Çetinkaya (2004), dünyanın neresinde olursa olsun tüm insanların “medya tekeli”ni ellerinde bulunduran birinci sınıf kapitalist ülke iktidarının hedef kitleleri olmak” (s.144) durumunda kaldıklarını belirtmektedir. Medya karşısında bireyin “kitle iletişim araçları tarafından çok sınırlı ve çevresi iktidarlar tarafından kuşatılmış bir alanın içinde yakın markaja alındığını görebiliriz” (Çetinkaya, 2004; 144).

“Baudrillard kitle iletişim araçları ve reklamın, bulunmadığı, yalnızca kitlelerin var olduğu, bir evrende anlamsız ya da iddia edilen anlamda etkili değil etkisiz, hoş ve boş, eğlence yanı ağırlıklı (yoksa güdülmeyici olan yanı değil) bir işleve sahip olduklarını söylemektedir” (Baudrillard, 2003; 8 [Adanır (çevirmen) önsözden]). Baudrillard'a göre, “kitleyi kitle iletişim araçları dışında bir yerde aramak boşunadır... kitleler hiçbir seçim ve ayırım yapmadıkları gibi aldırmazlık/duyarsızlıktan başka bir şey üretmemektedirler- aracın büyüleme gücü mesajın eleştirel boyutuna tercih etmektedirler” (Baudrillard 2003; 36).

İçinde yaşadığımız ve algıladığımızı sandığımız dünya bir simülasyon dünyasıdır. Çağdaş dünya; yani batı illizyonlar dönemini yaşamaktadır. Çağdaş hayatta hiçbir şeyin aslı yok, her şey simülasyon özetle bir gibiler dünyasında yaşıyoruz ve medya bu

aldatmacada başrol oynuyor. Dünyamızın dolaysız algılanmasını imkansız kılıyor, nesnelere sadece görüntüde varolan, dönüşen haberciliğin yüzünden nötralize olup, haberin içeriğine karşı, duyarsızlığı ve tepkisizliği seçiyorlar. Baudrillard'a göre medyalar haberlerin ahlaksız aşamasıdır. Medyalar olmasaydı terörizm olmazdı. Modernist dünyada haber oranı arttığı ölçüde anlam oranı azalmaktadır. Kitleler onların yerine medyaların sunduğu gösteriyi seyretmektedir (Bayhan, 1991; 60–61).

Kitle iletişim araçlarının, tarihinin hiçbir döneminde görülmediği kadar yaşamımızın etkin ve belirgin bir parçası haline geldiğini belirten Kaplan'a göre;

Modern yaşam medyasız düşünülmecek bir niteliğe bürünmüştür. Çünkü modern yaşamın çarkları medyalar tarafından döndürülmektedir... Toplumdaki, kültürel ekonomik, toplumsal vb. yenilikler, değişiklikler ve olaylar, kitle iletişim araçları aracılığıyla gündeme getirilmekte yine kitle iletişim araçları tarafından gündeme düşürülmektedir. ...böylelikle günlük yaşamımızın akışı, medyalar tarafından biçimlendirilmekte ve yönlendirilmektedir. Kısacası yaşamımızı, medyalara bağımlı olarak sürdürebilmekteyiz (Kaplan, 1997; 1)

“Enformasyon devrimi Efsanesi” adlı kitabında Kaplan (1997), kitle iletişim alanında yaşanan gelişmelerin, insanların hayatlarında bir iyileşmeyi getirmediğini, insanların okuma yazma oranlarını artırmadığını, yanlış bilgilendirmelerle insanların bilinçlerini üzerinde egemenlik kurduğunu ve yönlendirdiğini ifade etmektedir. Çok uluslu kuruluşların elindeki bu bilinçli yönlendirmeyi “gizli şiddet” (Kaplan, 1997; 5) olarak tanımlamakta ve enformasyon devriminin daha fazla bilgilenmek anlamına gelmediğini ifade etmektedir.

Medyanın insanların kültürü, kişiliği ve duyguları üzerinde etkilerine ilişkin Radford, medyanın kişiliğimizin oluşumunda ve kültürün üzerinde bir belirleyiciliği olduğunu bildirmektedir. Medyanın insanların korkularından ve değer yargılarından beslenen bir yönünün de olduğunu ekleyen Radford'a göre (2004) “Medyanın işlediği konuların büyük bir kısmı, henüz kanıtlanmamış varsayımlar ve mitlerden oluşur. Bu

mitler, kültürün genel görünümünü belirleyen hikayeler, temalar ve fikirlerdir. Politikacılar, reklamcılar, aktivistler, gazeteciler ve diğerleri, düşünüş tarzımızı, değer yargılarımızı ve korkularımızı manipüle eden mitler yaratırlar” (Radford, 2004; 11).

Kitle iletişim araçlarının kapitalist sistemin gelişim dinamikleri içerisindeki önemi üzerinde duran Yaylagül’e göre (2006) “Kitle iletişim araçları belirli tarihsel ve toplumsal koşulların ürünüdür. Bu araçlar toplumu oluşturan herkesin yararına değildir ve onlar için kullanılamaz. Kitle iletişim araçları da mülkiyet ilişkilerinin bir parçasıdır. Bunların kullanılması belli bir yasal düzenlemelere tabidir” (Yaylagül, 2006; 13). Araştırmacı medya ve kültür endüstrileri ile kapitalizm ilişkisini, kitle iletişim araçlarının bilinç yönetimi ve ideolojik yönlendirme gibi fonksiyonları çerçevesinde açıklamaktadır.

Kitle iletişim kurumları şirket ya da kamu kurumu şeklinde örgütlenmiş yapılardır. Bu kurumların amacı örgütlenme biçimine göre, para kazanmak, kitleleri belirli düşünce ve davranış kalıplarına yöneltmek ya da bunların hepsi bir arada olabilir. Bu kurumlar, hem bu araçlar vasıtasıyla mesajları ve görüntüleri kitlesel hale getirip bunların dağıtımını gerçekleştirirler hem de bu mesajları kitle denilen kalabalık insan yığınlarına iletirler (Yaylagül, 2006; 11–12).

Yine toplumdaki egemenlik ilişkileri ile kitle iletişim araçları arasındaki ilişkiye vurgu yapan Erdoğan ve Alemdar (2005) göndericiyle alıcı arasındaki ilişkiyi “politikacıyla seçmen”, “tüccarla müşteri”, “iş adamı ile işçi” arasındaki ilişkiye benzetmektedir. Böylelikle “Televizyon radyo ve gazete gibi iletişim araçları belli bir siyasal ekonomik ve kültürel yapının, egemen grup, sınıf ve çıkarların egemenlik altındaki insanları yönetim araçları oldukları için zaman ve yerde egemen ile egemenlik altında olan... ilişki bu araçlarla aracılanmaktadır” (Erdoğan ve Alemdar, 2005; 20).

Erdoğan (1997), kitle iletişimini gerçek anlamda kitleler arasında bir iletişim olmadığını, kitleleri kontrol eden bir araç olduğunu, bu kontrolün arkasında siyasal ve

ekonomik güçlerin egemenlik anlayışları yattığını, aynı şekilde bu araçların kitlelerin bilincini yönetme araçları olduğunu açıklar.

Kitle iletişimi, kesinlikle kitlelerin kitlelerle iletişimi olarak anlaşılmalıdır. Çünkü kitle iletişimiyle siyasal ve ekonomik güç sahipleri kitlelerle karşılıklı iletişimde bulunmaz. Kitlelere paketlenmiş enformasyonla yönetici amaçlarını iletirler. Egemen güçler kitle iletişimini “söylemek” için kullanırlar, “dinlemek” için değil... Kısaca, kitle iletişimi yönetici sınıfların veya egemen güçlerin tek yönlü olarak, yukarıdan aşağı, kitleye doğru yaptıkları iletişimidir. Başka bir deyimle, kitle iletişimi belli bir siyasal ve ekonomik sistemin pazarlaması ve satışlarıdır. Bu satış enformasyon, eğlence, spor, film, açikoturum, çocuk programları gibi çeşitli anlamlandırmalar örtüsüyle birlikte veya bu örtü altında verilir (Erdoğan,1997; 242).

Burton (1995), medya kuruluşlarının karakteristik özellikleri, medyanın muazzam gücü ve bu gücü nasıl elde ettiklerini, medyanın nasıl bir işleyişi olduğunu, nasıl bir sistemi destekledikleri hakkında şunları söylemektedir:

Medya kuruluşlarının tekelci bir eğilimleri olduğunu söyleyebiliriz. Bu kurumların çoğu birer holdingdir, çok büyüktür, ciroları çok yüksektir... Bu kurumlar ticaretin diğer dallarına da yatırım yaparlar... Bu kurumlar birbirinden ayrı olsalar bile karlarını en üst düzeye çıkarmak için işbirliği yaparlar. Bu kurumlar çok ulusludurlar. Bu kurumlar ürünün kaynağını, üretim ve dağıtım araçlarını ve ürünleri için gereken pazarı mümkün olduğunca kontrol altında tutmaya çalışırlar... Nerede, ne zaman, neyi göreceğimize karar vermede egemen bir konumdalar. Karlılık açısından güvenli bir durumdalar... Bu kuruluşlar, tamamen kapitalist bir toplumsal sisteme ve ideolojiye değer verir... Bu da sistemi ve onun değerlerini taraf tutucu bir şekilde işleme eğiliminde olacakları anlamına gelir. bu sistemi devam ettirmek yararlarıdır (Burton, 1995; 49, 52, 53, 54, 55).

Hakim sınıfın çıkarları doğrultusunda yayınlar yapan medya kuruluşları, gelişen olayları yorumlama tarzlarıyla yönlendirerek, gündelik toplumsal, politik, diplomatik kaygılarla oluşturulmuş yapay haberlerle kitleleri etkilemektedir. Çünkü medya organlarının yeryüzünü bir ahtapot gibi sarmış olan global kapitalizmin uzantıları olduğunu söylememiz mümkündür. Bugün haber iletim sistemlerinin teknik olarak nasıl geliştiği, bir o kadar da nasıl kirlendiğini ortaya koymak gerekmektedir.

Medyanın bilgi ile ilişkilerine ve rekabet ortamında bilginin güvenilirliği konusuna değinen Ramonet'e göre (2000) ise "İletişim grupları arasındaki köprüler, dallanmalar ve birleşmeler acımasız bir rekabet ortamında günden güne çoğalırken bir medyanın bize ulaştırdığı bilginin, doğrudan ya da dolaylı olarak, yurttaşın çıkarı yerine üyesi olduğu büyük grubun çıkarlarını savunmayı amaçlamadığından nasıl emin olabileceğiz" (Ramonet, 2000; 153).

Burton (1995) medya endüstrisi ve medyanın büyük parasal ve yönetsel bir güce dayandığını ve gücüne ilişkin olarak, büyük medya endüstrilerindeki çıktının ideolojik olduğunu, bunun da görece az sayıda kurumun kontrolü altında olduğunu belirtmektedir.

Yani genel olarak her alanda izlenme verilerini, bu endüstrilerdeki satış miktarını ve pazar payını, %50 ile %90 arasında değişen oranlarda, beş büyük şirket kontrol eder. Zengin rakipleri hariç, diğerlerini dışarıda tutma güçleri vardır. Sonuçta, ürünü şekillendirme ve böylece dünya görüşümüzü belirleme gücüne sahiptirler. Medyanın gücü, genel olarak paraya, yasal güçlere ve yönetsel güçlere dayanır. Bu güç daha sonra ürünü şekillendirme gücü haline gelir. Böylece bu ürün de ideoloji, değer ve fikirleri iletme gücüne sahip olur (Burton, 1995; 70,72).

Medyanın gücünü, bireyin dünya görüşünü şekillendirebilmesi, düşünce ve fikirlerinin temel kaynağı olabilmesi sürecinde de değerlendiren Burton (1995) medyanın insan zihninde hayati anlamların yaratılmasında etkili olduğunu belirtmektedir.

Benzer bir şekilde iletişim teknolojisinin bireyler üzerindeki etkilerine değinen Erdoğan ve Alemdar'a göre (2005) kitle iletişim araçları, kişilerin sadece ne düşüneceğini değil, nasıl düşüneceğini de belirler.

Kitle iletişimin istisnasız her aracı ya devletin doğrudan ideolojik propaganda aygıtı ya da özel teşebbüsün mal ve bilinç yönetimi satışından kar sağladığı ticari ve ideolojik aygıt olmuştur. Kitle iletişim örgütlenmeleri kapitalist veya benzeri ülkelerde temel olarak özel

teşebbüs veya devlet kurumu biçiminde olmuştur... İletişim araçları, kişilere duyularla ilgili (duygularla değil) belli ilişkileri yerleştirir, sabitleştirir ve böylece toplumun dünya görüşünü belirler. Dolayısıyla bilginin biçimini algının yapısını ve gerçeği almaya ayarlanmış duyu araçları belirlenir. İletişim araçları bizi sadece dünyaya yöneltmez, aynı zamanda kullandığımız duyu organını değiştirerek karakterimizi değiştirir (Erdoğan ve Alemdar, 2005; 147).

Kitle iletişimde bazı duyu durumları önemli rol oynarken, kullanılan bu duyu durumları bir sömürü aracı olarak ta kullanılabilir. Duyguların ticari ve siyasal sömürsünden de bahsetmemiz mümkündür.

“Kin nefret, sevgi, kıskançlık, öfke, korku ve hırs iletişimde oldukça önemli rol oynar. Amaçlı iletişim hem duygularla harekete getirilmiş iletişim olabilir hem de duyguları ezme ve sömürme aracı taşıyabilir... Vatan, millet, özgürlük, insanlık, eşitlik, demokrasi kavramlarını bayrak gibi taşıyan, iletişimlerde de, insanların yaratılmış ortak duyarlılıklarına seslenme duyguların siyasal sömürsü vardır” (Erdoğan, 1997; 100).

Kitle iletişim aracının iletisi eğlence, eğitim, haber, spor, söyleşi, film, tartışma ve yarışma biçimlerinde olabilir. Hangi biçimde sunulmuş olursa olsun, ileti dikkatle hazırlanmış bir amacın paketlenmesidir. Bu amaç a) herhangi bir ürünün tanıtımını, b) belli tutum, görüş, davranış, alışkanlık, zevk ve tüketim biçimini teşvikini, c) ekonomik sömürünün ekonomik kalkınma olarak yutturulmasını, e) kendi TV kanalına mümkün olduğu kadar çok izleyici çekerek reklam gelirlerini artırmayı içerebilir (Erdoğan, 1997; 249).

Haber medyasının en sık başvurduğu taktiklerden biriside insanların korkularından para kazanmaktır. Her gün cinayet, tecavüz, hastalık ve ölümle ilgili mesajlar veren haber medyası insanları panik ve korkuya sevk ederek güvende olmadıkları, dikkat! tehlikeyesiniz mesajlarını verir... Korku, cüzdamları ve para çantalarını açar ve daha çok reklam, insanları, sağlıklarında bir sorun olduğuna, kendilerini veya sevdiklerinin tehlikede olduğuna ikna eder, bazıları daha fazla para kazanır (Radford;2004; 45-65).



Kitle iletişim araçlarının toplumsal işlevlerindeki değişmeden yola çıkarak eleştiride bulunan Mills toplumsal ilişki ve etkileşim kitle iletişim araçların etkisiyle olumsuz yönde etkilemiştir. Mills, bu araçların insanların sorunlarını çözmekten öte oyaladığını ve kandırdığını ifade eder. Aynı şekilde bireylerin kendi sorunlarına çözüm bulunmalarını engellerken hiçbir şeyi kafaya takmamak gerektiğini telkin ettiğini ifade eder.

Kitle iletişim araçları, bireyler arası ilişki ve etkileşimi son derece azaltmış ve zayıflatmıştır. Özellikle televizyon, bireylerin boş zamanlarında birbirleriyle iletişim kurmalarına ve fikir alışverişinde bulunmalarına olanak bırakmaz. Ayrıca, kitle iletişim araçlarının iyi bir eğitim aracı olmadığı, bireye özel sorunları karşısında umutlu ve umutsuz olduğu alanlarda yol gösterici olmak yerine, aldatıcı, kandırıcı, oyalayıcı bir mekanizma durumuna geldiği vurgulanır. Bireyin kendi sorunlarına ilişkin çözümler bulmasını engeller. Böylece kitle iletişim araçları bireye hiçbir zaman elde edemeyeceği ölçüde ayrıntılı bilgi ve haber verir. Fakat, bu ayrıntılı haber ve bilgiler verilirken, bunlar arasında gerçek bir bağlantının bulunup bulunmadığı hakkında açıklamalar getirmez. Bireylerin bunalım ve gerilimleri karşısında rasyonel bir bakış açısı da sunmaz. Aksine, bu gibi sunumlarda bireye ya şiddet ya da hiçbir şeyi ciddiye almaması telkin edilir veya önerilir (aktaran Baran 1997; 99–100).

Bugün medya kısa ve uzun vadede etkilerde bulunmakta, bireylerin zihinlerini eğlence ve şiddet unsurlarını kullanarak şekillendirmekte, insanların düşünebilme becerilerini köreltmekte, sosyal alandaki gerçekliği kullanarak kendisine ait yeni bir toplumsal gerçekliği inşa etmektedir.

Modern toplumlarda kitle iletişim araçları bir anlamda toplumsallaşma aracı olarak da işlev görürler. Bu son derece önemli görevi yerine getirirken vermiş oldukları haberlerin, sundukları rol modellerinin, kazandırdıkları yaşantıların ve örnekledikleri değer yargılarının diğer toplumsallaşma araçlarını (aile, eğitim, arkadaş grupları) zayıflatmaları nedeniyle, toplumsal yapı ile uyumsuzluk gösterebildikleri izlenmektedir. Kitle iletişim araçları insanların dünya görüşlerini, tutum ve davranışlarını etkilemekte ve geri bildirimler ile yeni tutumlar ve davranışlar, yeni rol modelleri oluşturmaktadır. Bu noktada bu durumdan en çok etkilenenlerin de çocuklar ve gençler olduğu görülmektedir (RTÜK, 2007)

Erdoğan'ın da (1997), belirttiği gibi kitle iletişim araçları ekonomik yapı ve kültürel alanla yani toplumsal süreçle içe içedir ve bu alanlardan soyutlanamaz. Her mesajın bir pazar değeri vardır ve oldukça da pahalı bir değişim değeri taşır. Erdoğan'a göre kitle iletişim araçlarının kapitalist pazar ilişkileri çerçevesinde kar (para) getiren önemli yatırım araçlarıdır. Para aracılığıyla ekonomik, kültürel ve politik alan üzerinde egemenlik kurulur.

Kitle iletişim araçları ile ilgili yukarıda yapılan pek çok açıklama doğrultusunda şöyle bir sonuç ortaya çıkmaktadır: Modern yaşam medyasız düşünülmecek bir niteliğe bürünmüştür. Çünkü modern yaşamın çarkları medyalar tarafından döndürülmektedir. Günümüzde medyanın toplumsallaştırma, kültürü geliştirme, bilgilendirme işlevlerine ilişkin büyük değişimler yaşanmıştır. Medya, farklı çıkar ve amaçlar doğrultusunda kullanılmakta, siyasal ve ekonomik güç sahibi egemen grup ve sınıfların çıkarına hizmet eden bir araca dönüşmüştür. Geniş toplumsal kitlelerin çıkarını gözetmeyen, insanların kültürü, bilinci, kişiliği ve duyguları üzerinde etkilerde bulunan medya, kültürel sömürü amacı olarak kullanılmakta, politik otoriteyi desteklemekte, insanlar üzerinde tahakküm kurarak izleyiciyi edilgin kılmaktadır. Aynı şekilde, kamuoyunu yönlendirmekte ve dikkati önemli toplumsal konulardan uzaklaştırmakta, kitlelere bunalım ve gerilimleri karşısında rasyonel bir bakış açısı sunmamakta ve de bireyler arası ilişki ve etkileşimi zayıflatmaktadır.

## **2.2. Televizyon**

Medyayı oluşturan araçlar içerisinde en popüler olanı televizyondur. Televizyonu diğer medya araçlarından farklı kılan özelliği, program türlerinin çeşitliliği, program yapılarında barındırdığı müzik, ses ve hareketli görüntü öğelerini bir arada

bulundurması nedenleri ile toplumu ve bireyleri etkileyebilme gücü açısından farklılık göstermesidir.

Televizyon günümüz kitle iletişim araçları içerisinde insanların en çok ilgisini çeken, hayatlarının vazgeçilmez bir parçası haline gelen bir ayardır. Televizyon sunduğu program çeşitleriyle, gündelik hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. “Televizyon, seyircisine sesleniş biçimi diğer kitle iletişim araçlarından oldukça farklıdır. Televizyonun görüntü olayı, seyirci açısından anımsal ve canlılık televizyonun seyircisiyle samimi bir ilişki kurmasını sağlar. Bir olayın, seyirciye, farklı açılardan hem görüntü hem de ses olarak ulaşması seyircide ordaysmış izlenimi uyandırır” (Alptekinöglü, 2004; 49).

Bir kitle iletişim aracı olarak televizyon diğer toplumsal kurumların işlevlerinin değişmesinde rol oynadığı gibi bazı işlevleri de kendi üzerinde toplayabilmektedir. “İnsanların en çok kullandığı kitle iletişim aracı olarak seçilen televizyon, toplumların kültürünü, geleneklerini, örf ve adetlerini değiştirebilmektedir (Uğurlu ve Öztürk, 2006; 39).

Televizyon modern toplumu yeniden kabileleştirir ve yeni kültürdeki eğitimin rolünü değiştirir... Kolay anlaşılır, çabuk tüketilebilen anlamın satış şansı büyüktür. Pazar ekonomisi, televizyonun içeriklerini belirlediği gibi, standart imgeleri de belirler. Tek elden toplanan medyalar, bu imgeleri üretir ve sıkça yararlanır. Ancak imge bir kez kabullendi mi, salgın bir hastalık gibi diğer medyalara da yayılır ve anlamın merkezileşmesi, mülkiyetin sınırlarını aşar (Gerbner aktaran, Çığ, 2006; 61).

Televizyon iletişimi düzenleyen kültürel bir güç olarak karşımıza çıkmaktadır. Din tarihte sosyal gruplara hitap edebilen mesajlar iletebilmiş, sosyal hayatı organize edebilmiş, kültürel bir güç oluşturabilmiştir. Televizyon da bugün dinin başardığını başarabilmiş, kültürel bir güç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Televizyon, şimdiye değin tarihte sadece din tarafından organize edilebilmiş, kültürel bir güç durumuna gelmiştir. Sadece din, her tipten sosyal gruba gerçeklik hakkında ortak mesajlar iletebilen bir güce sahipti ve dolayısıyla ortak bir kültür oluşturabilmişti... Televizyonu sadece seyrederek.”televizyonu aç, ne varsa bak!” bu böyledir. Çünkü televizyonu tercihe bağlı olmayan bir şekilde ve programa göre değil, saate göre kullanırız. Bu da izleyicilerin televizyon dünyasının kültürel dokusunda yatan anlamları emmeye eğilimli olmalarına yol açar (Gerbner aktaran Çığ, 2006; 29).

“Televizyon günümüzde kilisenin, tanrının, destanların ve destan anlatıcılarının, büyücülerin, palyaçonun, bin bir ürün satan gezgin tüccarın ve ekmek ve sirk politikalarındaki sirkin yerini almıştır” (Erdoğan ve Alemdar, 2001; 3).

Kaplan (1991), kitle iletişim araçlarından televizyonun kendisine özgü kodlar üreterek kültürel alana müdahalesini ve şekillendirmesinden bahseder. “Kitle iletişim araçları özellikle de televizyon, ekonomik, toplumsal, bölgesel ve dini farklılıkları aşarak ortak denetimler yaratmaktadır. Öte yandansa böylesi bir yapı, akortlar ses vermeye başladığında insanların standartlaşmış tepkilerde bulunmasına yol açan kültürel kodlar üretmekte ve bunları toplumda egemen kılmaktadır. Aynı anda farklı programlar yayınlanmasına karşın, bu programların tümü belli kodların yani anlam üreten ve insanları eylem yapmaya iten gizli yapıları pekiştirmektedir” (Kaplan, 1991; 42).

Baudrillard batılı-postmodern toplumlarda televizyonun rolü ile teröristin eylemi arasında ilginç benzerlikler bulunduğundan söz eder. Arthur Asa Berger televizyonu, bir “terör aygıtı” olarak nitelemektedir (Kaplan, 1991; 7).

### **2.2.1. İletişim Aracı Olarak Televizyon**

Televizyon, pek çok düşünür tarafından bir iletişim aracı olarak nitelendirilir. Fakat günümüzde televizyonun insanlar arasındaki iletişimsizliği arttırdığı da görülmektedir. İnsanlar kalabalıkların içerisinde yalnızlığı yaşamakta sosyal gerçeklikten

soyutlanmış bir şekilde yaşamaktadır. Televizyonun bugünkü kullanım biçimi ve yayın politikaları uzakları yakınlaştırırken, yakınımızı bizden uzaklaştırmaktadır. Yalnızlaştırılmış insanlar yalnızlıklarını fark edemeyecekleri bir aldanmayı yaşamaktadırlar.

McQuail (1997), kitle iletişim araçları olarak nitelendirilen aygıtların gerçek anlamda bir iletişim işlevi yerine getirmediği, aynı şekilde bu araçların, başka hedeflerinin olduğu konusunda şu ifadelerde bulunur:

Kitle iletim araçlarının birincil amacı çoğu kez ne belirli bir enformasyon iletmek ne de kamuoyunu bir kültür, inanç veya değer yargısının ifadesinde birleştirmektir. Amaç çok basit olarak izleyicinin görsel veya işitsel olarak ilgisini çekmek ve bunu sürdürmektir. Bunu yaparken kitle iletişimin dolaysız tek bir ekonomik amacı vardır: bu da izleyicisinden kar kazanmaktır. Bir de dolaylı amaç vardır, o da izleyicisinin ilgisini reklamcılara satmaktır. Elliot'un belirttiği gibi kitle iletişimi düzenlenmiş anlamın transferi bağlamında çoğu kez iletişim bile değildir. Kitle iletişim daha çok izleyiciliktir ve kitle iletişim izleyicisi katılımcıdan veya enformasyon alıcısı olmaktan çok bir grup izleyicidir (McQuail, 1997; 70).

Televizyonun tarafsız olmadığı, insanların bilgisini artırmadığı, tam tersine arka arkaya birbirinden kopuk iletilerin, insanlar tarafından olayların öneminin yitirilmesini ve analitik düşünme yeteneğini ortadan kaldırmasını Ramonet (2000), şu cümlelerle ifade etmektedir: “Televizyon yanlılık gerektiren bir medya aracıdır; dolayısıyla, yapılan her aşırı bilgilendirme, neredeyse otomatik olarak o konuda bilgi yoksunluğunu da getirir. ‘Anında’ aktarılan ve bir çağlayan gibi boşalan –çoğu kez içi boş- haberler, televizyon izleyicisini aşırı uyarır, onda haber aldığı, bilgilendiği duygusu uyandırır. Ne var ki araya mesafe konduğunda, bunun pratikte bir aldanma olduğu her defasında ortaya çıkar” (Ramonet, 2000; 133).

Televizyon iletişim ortamımızı başka hiçbir iletişim aracının gücünün yetmeyeceği tarzda, bizim adımıza düzenler. Televizyonda izlediklerimizin gerçekliğinden kuşku duymayız ve televizyonun sunduğu bakış açısının özelliğini pek fark etmeyiz. Televizyonu bizi nasıl etkilediği sorusunu düşünmeyiz bile. “Televizyonun hakikat, bilgi ve gerçeklik tanımlamalarını o kadar gözü kapalı bir şekilde kabul etmekteyiz ki, ilgisizlik bize anlamlı görünmekte, tutarsızlık ise özellikle akıllıca davranmak gibi gelmektedir... Televizyon okuma yazma kültürünü genişletmez ve pekiştirmez, tam tersine okuma yazma kültürüne saldırır” (Postman,1994; 90)

Televizyon, Türkiye gibi ülkelerde ise ABD'nin ekonomik sömürü ve siyasal denetim gereksinimleri ve içteki egemen güçlerin bilinçli veya bilinçsiz olarak emperyalizme sarılışıyla beyin yönetimi gereksinimine bağlı olarak kurulmuş ve geliştirilmiştir. Televizyon toplumdaki geniş kitlelerin kendi ekonomik, kültürel ve siyasal gereksinimlerini karşılamak için icat ettiği bir araç değildir; aksine geniş kitleler üzerindeki egemenliğin sürdürülmesinin aracıdır (Erdoğan ve Alemdar, 2001; 4).

Türkiye’de televizyon, ekonomik eğitimsel kültüre özgü kısıtlılıklar nedeniyle adeta hayatın kendisini ikame etmektedir. 1980 sonrasında bireyciliğin kutsanmasıyla nitelenen ortak yaşam dünyasında, muteber bir birey kimliği gerçekleştirmenin fiziki koşullarına sahip olmayan geniş toplum kesimleri için, televizyon, cinsellik ve erotizmden başlayarak aidiyet ilişkileri ve kimlik kurgularına kadar pek çok şeyi ikame eden bir araç görünümünü çizmektedir (Çelenk, 2005; 16).

Türkiye’de 1990’a kadar kamu kuruluşu biçiminde örgütlenen televizyona, ABD’nin özelleştirme fırtınası altında özel televizyon örgütlenmesi eklenerek egemen olmaya başladı. Televizyon sisteminin örgütlenişi böylece devlet tekeli ve özel teşebbüs

çıkartı çerçevesleri içinde olmuştur. Dolayısıyla, televizyon sisteminin penceresi özgürlüğün, demokrasinin, barışın, anlayışın, insanlığın değil, devlet ve özel teşebbüs çıkarlarının örgütlediği bir penceredir. Bu pencerenin sahipliği böylece teknolojiyi kullanma veya teknolojiden yararlanmada, toplumda egemen güçlerin elindedir. Televizyonun dünyaya açılan penceresi bu güçlerin açtığı, açılmasına izin verdiği bir penceredir (Erdoğan ve Alemdar, 2001; 6).

Televizyon, günümüzde bireysel pasifliği teşvik eden araçların en etkin olanıdır. Türkiye’de milyonlarca insan saatlerini akıl almaz bir tembellik içerisinde ticari televizyonlarının karşısında geçirmektedirler. Milyonlarca insanın fiziksel ve ruhsal açıdan açıdan bu araç sayesinde pasifliğe itilmektedirler. Televizyon, insanlarda zihinsel faaliyeti gerilemekte, kültürel seviyenin düşük olduğu ve insanı aptallaştıran saçma sapan programlarla dolup taşmaktadır. Aynı şekilde bu aygıt, izleyenlerin zekasını ve insani duyarlılıklarını köreltmektedir. İnsanlar etraflarına sorgulayıcı, eleştirel bir gözle bakmamakta, toplumsal alanda yaşanan kaosa bilinçlerini kapatarak yaşananları aklarının uçlarından bile geçirmemektedir.

Televizyonun yarattığı kültüre ilişkin olarak Gerbner “Pek çok insan programa göre değil ama saate göre izler. Televizyon bir yaşam biçimine yerleşir. Dünya çapında, pek çok insan uzun zaman zarfında televizyon izlemektedir... Pek çok insan bu kültür içinde yetişir ve televizyon kültürüne katılır” demektedir (Gerbner, Aktaran Çığ, 2006; 28).

### **2.2.2. Televizyonun Gücü**

Neil Postman (1994), televizyonun gündelik hayatımızdaki yeri ve etki gücüne ilişkin şu açıklamalarda bulunur: “elektronik medya sembolik ortamımızın niteliğini kesinkes ve geri dönüşümü olmayan biçimde değiştirdiğine göre eminim biz de kritik bir

büyükliğe ulaşmış durumdayız. Şu anda enformasyonları, fikirleri ve epistemolojisi basılı sözlerle değil, televizyonla şekillenen bir kültürüz” (Postman, 1994; 38).

Televizyon hazırladığı program türleri ile insanların algılayışları ve gerçekliği kavrayışları üzerinde etkide bulunur. “İnsanlar televizyona programlar topluluğu olarak bakmaktadır, fakat o bundan çok daha fazladır; Televizyon bir mitolojidir- organik olarak bağlanmış, her gün tekrar ederek tüm haber ve programcılık sürecinin içinden dolaşır ve gerçeklik kavrayışımız üstünde çok büyük bir “ekme” etkisi yapar (Gerbner aktaran Çığ, 2006; 23).

Okul, kilise, devlet gibi toplumsal kurumların ötesinde bir güç olarak Televizyon gelecekteki tercihleri ve tutumları eker. “Okuryazarlığın ve hareketliliğin tarihsel engellerin ötesine geçen televizyon, nüfusun günlük kültürünün öncü ortak kaynağı olmuştur artık... İnsanlık tarihinde ilk kez hikayeler bir ebeveyn tarafından, okul, kilise, topluluk hatta pek çok yerde devlet tarafından değil de, dertleri bir şeyler satmak isteyen, görece küçük bir grup şirketler topluluğu tarafından anlatılmaktadır” (Gerbner aktaran Çığ, 2006; 30,31).

Bourdieu televizyonun toplum üzerindeki tahakkümünden bahsederken, McQuail televizyonun iletişim ve ekonomik boyutu üzerinde durur. “Televizyon, nüfusunun çok büyük bir bölümünün beyinlerinin oluşturulmasında bir tür fiili tekele sahiptir” (Bourdieu,1997; 23). Televizyonda insanlar birbirleriyle iletişimde bulunmazlar. İletimin olabilmesi için, birbirinden haberdar olan, karşılıklı tarafların olması gerekir. Televizyonda ise izleyicinin dinlemesine dayalı, tek taraflı bir iletim vardır. McQuail, kitle iletişim araçları olarak nitelendirilen aygıtların gerçek anlamda bir iletişim işlevi yerine getirmediği, aynı şekilde bu araçların, başka hedeflerinin olduğu konusunda şu ifadelerde bulunur:



Kitle iletim araçlarının birincil amacı çoğu kez ne belirli bir enformasyon iletmek ne de kamuoyunu bir kültür, inanç veya değer yargısının ifadesinde birleştirmektir. Amaç çok basit olarak izleyicinin görsel veya işitsel olarak ilgisini çekmek ve bunu sürdürmektir. Bunu yaparken kitle iletişimin dolaysız tek bir ekonomik amacı vardır: bu da izleyicisinden kar kazanmaktır. Bir de dolaylı amaç vardır, o da izleyicisinin ilgisini reklamcılara satmaktır. Elliot'un belirttiği gibi kitle iletişimi düzenlenmiş anlamın transferi bağlamında çoğu kez iletişim bile değildir. Kitle iletişim daha çok izleyiciliktir ve kitle iletişim izleyicisi katılımcıdan veya enformasyon alıcısı olmaktan çok bir grup izleyicidir (McQuail, 1997; 70).

Postman ise televizyonun iletişim dünyamızı nasıl etkilediğini bilme ve gerçeklik algımız üzerindeki etkilerine değinerek yanıtlamaktadır “Televizyon, dünyaya ilişkin bilgimizi değil, aynı zamanda bilme yollarına ilişkin bilgimizi de yönlendiren bir araç statüsüne yükselmiştir. Televizyonun hakikat, bilgi ve gerçeklik tanımlarını o kadar gözü kapalı kabul etmekteyiz ki ilgisizlik bize anlamlı görünmekte, tutarsızlık ise özellikle akıllıca davranmak gibi gelmektedir” ( Postman, 1994; 90, 91).

Postman'a göre (1994) televizyon kanallarındaki bir çekimin ortalama uzunluğu 3,5 saniyeyi geçmez, bunun için daima görece yeni bir görüntüyle karşı karşıya kalan gözün dinlenmesi mümkün değildir. Dahası televizyon izleyicilere çok çeşitli temalar sunar, bunları kavramak için asgari bir yetenek gerektirir ve büyük oranda, insanları duygusal bakımdan hoşnut etmek amaçlanır. Televizyonda neyin gösterildiğinin ya da hangi bakış açısının yansıtıldığının hiçbir önemi yoktur; her şeyin üstünde tutulan varsayım, hepsinin bizim eğlenmemiz ve haz almamız gözetilerek sunulmasıdır.

“Düşünmek televizyonda etkili olmaz. Düşünmenin görülecek yanı pek yoktur. Kuşkusuz televizyonda izlenen “günün haberlerinde” ve şimdi de... şeklindeki söylem tarzının kullanımı, parça parça haberler değil, aynı zamanda bağlamsız, sonuçsuz, yani sırf eğlence niyetine aktarılan haberleri çağrıştırmaktadır” (Postman,1994; 103).

Televizyon izleme bir bağımlılık sürecine dönüşebilmektedir. Zaman zaman günlük dayatmalardan kurtulmak, kaçmak ya da başkalarının yaşam deneyimlerini izlemek, hayaller dünyasını tanımak gibi amaçlarla televizyon izlediğimizi belirten Kaplan (2004) televizyon programlarının, bir taraftan bir ferahlama, günlük sorunlardan uzaklaşma, kaçma olanağı sağlarken, diğer taraftan programlarda yaratılan karakterler ve onlara özenme durumunun psikolojik sorunlarla da karşılaşmamıza neden olabileceğini belirtmektedir.

Arthur Asa Berger de bağımlılık temasına vurgu yapmakta ve “televizyonun yumuşaklığı (artık yaşamımızın önemli bir parçası haline gelen) parlaklığı, göz kamaştırıcılığı, hemen her şeye nüfuz ediciliği, onun gücünü görmezden gelmemize neden olmaktadır” diyor ve “televizyonun, bir an önce yenmek için yığınla çaba sarfettiğimiz bağımlılıklar yarattığını, dolayısıyla televizyon mahkûmları olduğumuzu” belirtiyor. “İnsanların bu mahkûmiyeti de, onların daha kolay idare edilebilir ve yönlendirilebilir hale gelmesine yol açıyor” (Aktaran, Çetinkaya, 2004; 143).

Televizyonun, insanların gündelik yaşamlarında ve dünyayı anlamlandırmada büyük etkisi bulunduğunu Kaplan şu cümlelerle ifade etmektedir:

Televizyon, tamamlanmamış bir dünya sunmaktadır önümüze ve bu bizi sürekli olarak dünyayı yeniden inşa etmeye zorlamaktadır. Günlük yaşamda gördüğümüz imgeler-şeyler, nesnelere, görüntüler- bir bütün ve sabittir; günlük yaşamda karşılaştığımız imgeler bizim için durmaktadır, orada öylece... Ne kadar çok televizyon seyrederek o kadar çok günlük toplumsal yaşamdan kopmaktayız. Böylelikle daha bir “soyut” yaratıklar haline dönüşmekte ve yığınla enformasyona sahip olabilmemize rağmen yönümüzü şaşırırmaktayız (Kaplan,1991; 37,44).

Televizyon günümüzde insanların yaşayış şekli üzerinde güçlü bir belirleyiciliğe sahiptir. Televizyon, insanların gündelik hayatta neyi sorun edinmeleri gerektiğini, olaylara bakış açılarını, hatta neyi konuşmaları gerektiğini bile belirlemektedir.

Tüm yaşam alanlarımıza sızmış olan televizyon kültürü, toplumsal hayatın içinde neredeyse hiç ‘dışarı’ bırakmamıştır.

Televizyon, olasılık duygumuzu tahrip etmekte ve terör yaratmaktadır. Televizyon, ortak fantazyalar – düşler ve gününbirlik kuruntular- üretmektedir. Yığınsal olarak üretilen bu fantazyaların özel yaşamımızdaki fantazyalara dönüşme eğilimi vardır. Özgür ve bağımsız insanlar olduğumuza ilişkin kimi yanılsamalarla avutulmamıza rağmen televizyon, bizim mantıksallığımıza saldırmakta, bizi geçici isteklerle ve içtepillerle dolu yaratıklar haline dönüştürmekte ve bireyselliğimizi yerle bir edecek şekilde günlük deneyimlerimizi standartlaştırmaktadır. Sonuçta televizyon gerçeklik duygumuzu çarpıtarak yok etmektedir. Mutluluğumuzu sonsuz tüketim arzusuyla ve hırsıyla yanıp tutuşmakta bulan, istekleri zaman toplumsal konularından soyutlayıverebilen fantazyalara sahip olan ve çekingenlikleri sürekli içe kapanmalarına yol açan orta sınıf insanların dünyasını yansıtmaktadır televizyon (Kaplan, 2004; 55).

Televizyonu görselliğinden dolayı diğer medya araçlarında farklı kılan büyük bir etki gücü bulunmaktadır. Gündelik hayatın içinde 24 saat yayın yapması, pek çok program türünü yapısında barındırması bakımından da etki gücünü artırmaktadır. Televizyon mesaj ve iletiler sistemiyle toplumsal kültürün yapılanmasında büyük bir güç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Televizyon Erdoğan ve Alemdar’ın (2001) belirttiği gibi insanları eğlendirmek ya da hoş vakit geçirildiği duygusunu yaratmak yani oyalamak için vardır. Televizyonun “Gücü de büyük ölçüde insanlarda gerçekten böyle bir duygu yaratabilmesinden gelmektedir. Televizyon önünde vakit öldüren insan kendisine dayatılan yaşam koşullarını sorgulamak yerine sunulan seçenekler arasından biri ile gerçekten iyi zaman geçirdiğine inanabilmektedir” (Erdoğan ve Alemdar, 2001; 3).

### **2.3. Televizyon Haberciliği**

Televizyon kitlelere değişik tür ve amaçlarla hazırlanmış programlar aracılığıyla sürekli mesajlar iletir. Bu amaçlar temelde haber verme, eğitme ve eğlendirme başlıklarında toplanabilir (Uğurlu ve Öztürk, 2006).

Haber kavramı ise şu şekilde tanımlanabilmektedir: Zeytinli'nin tanımlamasına göre “Haber gazeteciliği meslek edinmiş kişilerin, haber konusu olarak seçtikleri, konularda topladıkları ve kuralına göre formatladıkları, yine gazeteciliği meslek edinmiş kitle iletişim araçlarının sorumluları tarafında seçilerek yazılı, sesli yada görüntülü mesajlar şeklinde okuyucu, dinleyici ya da izleyiciye ulaştırılan bilgilerdir” (aktaran Aslan, 2002, s. 118). Seçim'in ifadesi ile haber; “Haber ölçütlerine göre hazırlanmış, okur yada izleyici için önemli olan... Toplumun büyük kesiminin ilgi, çıkar ve yaşam alanı içinde var olan en kısa sürede verilen olaylar” biçimde tanımlanabilmektedir (aktaran, Ergül, 2000; 78).

Haberler profesyonel gazetecilik standartlarına göre değil, pazarın koşullarına göre hazırlandığında ise haberin kurgusal bir sunumu söz konusu olabilmektedir. Bu zaman zaman suni bir gündem oluşturmaya kadar varabilir. Güler'e göre “Medya sürekli bir konuyu işleyerek, o konunun çok önemli olduğunu izlenimini vurgulayarak suni gündem yaratır. Bunu toplumda heyecan uyandırarak yapar. Özellikle televizyon haberciliği görüntüyü aşırı biçimde kullanarak haberin içeriğini boşaltır (Aktaran Uğurlu ve Öztürk, 2006; 39).

Yukarıda televizyon iletileri belli iktidar ilişkileri çerçevesinde şekillenmekte ve hakim medya kuruluşunun politik ve parasal çıkarları doğrultusunda yayınlar yaptığını belirttik. Bu doğrultuda pek çok medya kuruluşu televizyon programları hazırlayarak kitlelerin tüketimine sunulur. Diziler, sinema filmleri, yarışma programları, reklamlar, kadın programları, çizgi filmler, müzik eğlence programları, futbol vb. televizyon kuruluşlarını en fazla önem verdikleri programların başında haber programları gelmektedir. Çünkü haber programları tüm insanları ilgilendiren gündelik hayatın içinden pek çok

konuyu kendisine malzeme edinir. Bu anlamda televizyonlarda en fazla izlenen ve dikkat çeken programları başında haber programları (özelikle ana haber bültenleri) gelmektedir.

Televizyon haberlerinde olumsuz olanın ön plana çıkarılması, felaketler, kazazedelerle ve yakınlarıyla yapılan röportajlar alışıldık durumlara haline gelmektedir. Burada “olayın gerçekler açısından değil, ilgili insanlar açısından ele alınması” (Burton,1995; 139) söz konusudur. Ergül’ün de yorumladığı gibi “güncelliğin öne çıkarılması, sürekliliği olan konuların seçilmesi, popüler olguların tercih edilmesi, her türlü konunun basite indirgenerek aktarılması ve konunun olabildiğince kişilere dayandırılması gibi öğelerin önemsendiği gözlenmektedir” (Ergül, 2000; 101).

Postman’a göre (1994) bir haberin doğruluğunun kriteri olarak bugün ele alınan esas spikerin benimsenip benimsenmemesidir. Böylece televizyon yeni bir gerçeklik tanımı sunar. “Bir önermenin doğruluğunun nihai ölçütü anlatıcının güvenilirliğidir. Buradaki “güvenirlilik” sözcüğü ile anlatılan, anlatıcının gerçekliği sınavan katı ölçütleri başarıyla kullanması, aktörün, muhabirin uyandırdığı içtenlik, sahicilik, hassaslık ya da çekicilik izlenimidir” (Postman, 1994; 114).

Haber ekonomi-politik yapı içerisindeki endüstriyel ilişkilerle de açıklanabilmektedir. “Haber, doğrudan doğruya gerçekliğin kendisinden ortaya çıkan doğal bir olgu değil, bir üründür. Haber bir endüstri tarafından üretilir; bu endüstrinin ekonomik ve bürokratik yapısı ile medyanın diğer endüstrilerle arasındaki tarafından biçimlendirilir. Bu ilişkilerin en önemlisi ise haber endüstrisinin hükümetle ve diğer politik örgütlerle arasındaki ilişkidir” (Fowler aktaran, Ergül, 2000; 78).

Televizyon haberciliği önemini tüm dünyada korumakta, hatta giderek artmaktadır. İnsanların haber alma isteklerindeki artış, onları televizyona yöneltmektedir haberler izlenirliliği en yüksek olan programlardır (Uğurlu ve Öztürk, 2006).

Son yıllarda televizyon habercilik anlayışı yoğun eleştirilere maruz kalmakta, bu konuda Ramonet (2000) şunları söylemektedir:

Haberlerin sunumunda doğruluğun, güvenilirliğin ne derecede olduğu artık ortadadır. Bir haberin doğruluğu bundan böyle, nesnel kesin ölçütlere uygunluğu ve kaynağından aktarılmasıyla değil, öteki medyanın da aynı bilgileri tekrarlayıp onu “doğrulamasıyla” doğruluk kazanıyor... Tekrarlama kanıtlamanın yerini almış durumda. Haberin yerini doğrulama aldı. Televizyon (ajanstan gelen bir mesajı ya da görüntüyü temel alarak) bir haber sunuyor, aynı haberi basın, ardından da radyo verirse bu, o haberin doğruluğunun bir kanıtı sayılıyor (s.159)...Bir bilgi toplumunda yaşadığımı sanıyordum, oysa bilgi, bizi gerçek olandan kaçınılmaz olarak uzaklaştıran ayartma taktikleriyle biçimlendiriyor. Gazeteciler birbirini tekrarlıyor, taklit ediyor, kopya çekiyor, birbirlerine karşılık cevap veriyor ve birbiriyle o kadar benzeşiyor ki, tüm medya tek bir iletişim sistemi oluşturdukları izlenimini bırakıyor; tek başına ele alınan bir medyanın ötekilerle arasındaki farkları ayırt etmek giderek çok daha zor hale geliyor” (Ramonet, 2000; 160).

Haberleri izlemekle bilgilenmek arasında bir fark olduğu, aynı şeyler olmadığı konusunda Avcı (1999) çağımızı bilgi çağı diye adlandırmanın, kitle iletişim araçlarının gelişmesi ve yaygınlaşması ve gittikçe daha çok sayıda insanın daha çok şeyden haberdar olması şeklinde algılandığını ancak haberdar olmakla, bir şeyleri bilmenin aynı şey olmadığını belirtmektedir. Avcı’ya göre “bu dünya, bizim yaşadığımız dünya değil, haberdar olduğumuz bir dünya” (Avcı, 1999; 85).

Tam da bu noktada izleyici, gerçek dünya ve haber ilişkilerini ele alarak sağlıklı ve demokratik yaşama bilinçli olarak katılabilecek bir izleyici olmak için Ramonet (2000) şunları dile getiriyor:

Salonundaki koltuğuna rahat biçimde yerleşip, ekranda kendisine sunulan, çoğu etkili, şiddet içeren insanın yüreğini ağzına getiren imgelerden oluşmuş olaylar çağlayanını izleyen vatandaşların çoğu, dış dünyada olup bitenlerin kendisine ciddi biçimde aktarıldığını düşünüyor. Bu bütünüyle yanlış. Bu yanlışımın üç nedeni vardır: bunlardan ilki, kurgu olarak hazırlanan televizyon haber programlarının insanlara haber sunmak için değil, onları eğlendirmek için yapılmış olması. İkincisi, kısa ve parçalar halinde sunulan haberlerin (her haber programında yirmi dolayında haber yer alır ) birbiri ardından hızla geçişi, iki yönlü, yani aşırı ölçüde bilgilendirirken insanı bilgiden yoksun kılan olumsuz etki yaratması (gereğinden

çok haber sunulurken, her birini üzerinde yeteri kadar durulmaz). Üçüncü olarak, da, hiçbir çaba harcamadan bilgi edinmeyi düşünmenin, uygarlık yolunda seferber olmaktan çok, basının yarattığı mitteden kaynaklanan bir yanılğı olması. Bilgi edinmek yorucu bir iştir; vatandaş ancak bu yorucu çabayı gösterdiğinde demokratik yaşama bilinçli olarak katılma hakkını elde eder (Ramonet, 2000; 162).

### **2.3.1. Kamu Yararını Gözetmeyen Televizyon Haberciliğı**

Ticari televizyon kanallarının ana haber bültenlerinde yoğun şiddet içermesi izledikleri yayıncılık anlayışını ortaya çıkarmaktadır: kamu yararı gözetmeyen, duyguları hedefleyen bir habercilik anlayışı, izleyiciyi bilgisel ve dolayısıyla eleştirel açıdan köreltme, izleyiciyi siyaset dışılaştırma, dünyadaki yaşamı öykümsüye ve dedikoduya indirgeme, izleyicileri eleştirel ve sorgulayıcı düşünsel yapıdan uzaklaştırma, haberi eğlence ve görsel şova dönüştürme, izleyicinin kültür düzeyini, bilgisini yükseltmeyen, olayların nedenlerini değil uzun uzun sonuçlarını gösterme gibi bir haber anlayışıyla karşı karşıya olduğumuzu göstermektedir.

Toplumsal hayatı çok yönlü etkileyen özel televizyon kanallarının habercilik yayın anlayışlarında “kamu yararı”nın gözetilmediğı bir yayın olgusuyla karşı karşıyayız. Bugün medya Türkiye’de elindeki gücünü kötüye kullanmakta, kamu yararı ve kamu düzenine zarar vermekte, demokrasiyi olumsuz yönde etkilemektedir. Reklam temelli ticari televizyon kanalları topluma karşı sorumluluklarını yerine getirmemektedir.

Son dönemlerde haberlere reyting mühendisleri müdahale etmekte, haberciler habercilik kaygısıyla izleyiciyi ekran başına çekmek, reyting kaygısıyla yoğun şiddet, cinsellik ve magazin konularına yer vererek kamu hizmeti anlayışından uzaklaşmaktadırlar. Radyo Televizyon Üst Kurulunun, bir haber araştırmasında televizyon haberlerinde kamu yararı gözetilip gözetilmediğı konusunda izleyicilerin olumsuz görüşlere sahip olduğu belirtilmektedir. Haberlerde kamu yararı gözetildiğini düşünen

izleyici oranı ise sadece %30,6 olarak bulunmuştur. Çalışmada insanların zaaflarının istismar edildiği ve onları ekran başında tutmak için televizyon kuruluşları arasında adaletsiz bir yarışın söz konusu olduğu bildirilmektedir. Ayrıca haberlerin %8'inin ancak pozitif bir takım şeyleri içeren haberlerden oluştuğu ifade edilmektedir (RTÜK,2007).

2007 de RTÜK, haberlerin izleyiciler üzerindeki etkilerini araştırdığı araştırmada, haberlerin insanların ruh sağlığını olumsuz yönde etkilediğini düşünen izleyicilerin oranını %74,5 civarında olduğunu tespit etmiştir. Bu çalışmanın raporunda Türkiye'deki televizyon kuruluşlarının habercilik şu şekilde eleştirilmektedir.

Medya sahip, yapımçı ve yöneticileri eğer kamunun çıkarını ve yararını gözetemeyen bir habercilik anlayışı benimsemiş olunsaydı, bu kadar şiddet ile iç içe bir haber bülteni anlayışı benimsemezlerdi. Haber genel müdürleri halkın talepleri doğrultusunda, halk bunu istediği için, insanlar ne istiyorlarsa onu verdiklerini söylerler. Bu doğru bir yaklaşım değildir. Yapılan araştırmalarda şiddet içermeyen programların da reyting aldığı tespit edilmiştir. Bu noktada, medya sahip, yapımçı ve yöneticileri olmak üzere, tüm medya çalışanlarının üzerlerine düşen kamu yararını benimseyen sorumlulukları acilen yerine getirmeleri gerekmektedir (RTÜK, 2007).

Türkiye'deki ticari televizyon kanallarının habercilik anlayışlarında önemli sorunlar bulunmaktadır. Haberciler polislerle birlikte operasyonlara katılıp olay konusu olan insanları 'izleyici' karşısında aşağılayıp, yargılayabilmektedir İnsanlara suçlu olup olmadıkları kesinleşmeden, görüntüleri teşhir edilmekte suçlu damgası vurulmaktadır. Haber konusu edilen olayların olduğu yerde, kameralar olay öncesinden hazır bulunmakta, olayın konusu edilen insanların özel hayatları işgal edilmekte ve özel hakları ihlal edilmektedir. Televizyon habercilerinin mağdurları, bu pervasızlık karşısında 'özel'in ve 'genel'in daha insani bir tanımlamasının hukuksal yetersizliğiyle haklarını alamamaktadırlar.

Haber programlarında, insanların yaşadıkları olayları müzik ve diğer tekniklerle dramatize etme, gözyaşları içeren görüntülerin sıkça kullanılması, acıma



duygusu verme, bunu dışlaştırma özellikle bilinçli bir planlamanın sonucudur. Gözyaşları içinde çırpınan insanların feryatları, çığlıkları televizyon haberleri için vazgeçilmez görüntülerin başında gelmektedir Trafik kazalarında araca sıkışmış ve her tarafı kan içindeki insan görüntüleri, parçalanmış arabaların tekrar tekrar görüntüleri; aynı şekilde gecekonduların yıkımlarında zabıtalara ev sahipleri arasındaki kovalamacalar, kavga, ağlama çığlıkları ve feryatları; bir yangında evi yanan insanların bilinçsiz ve çaresizce koşuşturma hareketlerinin görüntüleri; mahkeme salonlarında insanların birbirlerini nasıl dövüp bıçakladıklarını, öldürdüklerini; cinayet ve intihar olaylarının görüntüleri; gösteri ve eylemlerde insanların polislerce kovalanmaları ve dayak yeme sahneleri, izleyicileri heyecan ve etki altında tutmak için habercilerin başvurdukları görüntülerin en çekicilerini oluşturmaktadır.

Postman'a göre, "bir TV haber programının bir kamu hizmeti ve bir hizmet kurumu olduğunu sanabilirsiniz. Fakat bunun ötesinde, TV haber programı inanılmaz derecede başarılı bir iş yatırımdır ve bu değer taşımadığı anlamına da gelmez. İlk anlam, 'haber sadece reklamcılara satılacak izleyiciyi bir araya getirmek için kullanılan bir meta olduğudur (aktaran, Ergül, 2000; 101).

Allen'e göre ise;

Televizyonda ürün program değildir. Ürün izleyicidir ve tüketicisi de reklamcıdır. Reklamcı haber programını satın almaz. O izleyiciyi satın alır. Her türlü haber programının değeri verimliliği artırıp artırmayacağına göre ölçülür; bu nedenle en iyi haber programları en çok izleyici tarafından izlenen programlardır... Tecimsel bir araç olan televizyon, bir bütün olarak ele alındığında, reklam gelirlerini en üst düzeye, çıkarmaya çalışan modern endüstriyel yaklaşımın kurallarına bağlı bir işletmedir. Dolayısıyla televizyon yalnızca "izleyiciye sunduğu metin, reklamlar tarafından sürekli kesilen bir araç" değil izleyicilerin bir mal olarak reklam verenlere satıldıkları tecimsel bir kurumdur (aktaran, Ergül, 2000; 78).

Postman (1994) televizyon haberlerinin bizi eğlendirdiği, ama bilgilendirmediğini söyleyerek, bizim gerçek enformasyondan yoksun kalmamızdan çok daha ciddi bir duruma işaret eder.

İyi bilgileri yansıtan verileri artık ayırt edemediğimizi söylüyorum. Cehalet daima düzeltilebilir bir durumdur, ancak cehaleti bilgi olarak kabul ettiğimiz zaman ne yapabiliriz? ... Haber dünyasına olayların ayrı ayrı sunulduğu, geçmişle gelecekle ya da diğer olaylarla bütün bağlarının koparıldığı parça parça bir dünya o kadar eksiksiz bir şekilde uyum sağlamış durumdayız ki tutarlı olmayı gerektiren varsayımların hiçbir temeli kalmamıştır. Eğlenceli olabilecek tek şey, muhabirlerin halkın kayıtsızlığı karşısında bocalamalarıdır. Dünyayı parçalara ayırmış grubun, o parçaları tekrar bir araya getirmeye çalışırken, buna kimsenin aldırış etmemesine şaşırması başlı başına bir ironidir (Postman, 1994; 120,123).

Haber spikerlerinin görüntülere eşlik eden konuşmalarıyla ilgili olarak Postman (1994) “Gerçekten pek çok haber spikeri okudukları haberin anlamını kavramaktan uzak görünmekte, depremleri, toplu katliamları ve diğer felaketleri aktarırken sevinçli bir coşkuyla dolu yüz ifadelerini hiç değiştirmemektedirler. Spikerlerin herhangi bir şekilde kaygılı ya da dehşete kapılma görünmeleri izleyicileri de endişelendirir” (Postman, 1994; 116) demektedir.

“Bir haber programındaki her şey (iyi görüntüler ve program ekibinin sevimliliği, hoş esprileri, programın açılış kapanışındaki müzik, canlı yayınlar); izlediğimiz görüntülerde bize ağlanacak bir şey olmadığını düşündürür... haber programı bir eğitim, düşünme değil, bir eğlenme çerçevesi sunar. Televizyon habercileri bir anlamda bakılacak haberleri ekrana getirmektedirler” (Postman,1994; 99).

Televizyon haberlerinde “olumsuz haberin yüceltilmesi, güncelliğin öne çıkarılması, sürekliliği olabilecek revaçta konuların seçilmesi, popüler olguların tercih edilmesi, basitçe açıklanabilecek olayların seçilmesi ve konuların olabildiğince toplumda

tanınmış kişilere yer verilmesi” (Burton, 1995; 138) gibi değerlerin önemsendiği gözlemlenmektedir.

### **2.3.2. Televizyonlardaki Haber İçeriğini Etkileyen İdeolojik Etmenler**

Kitle iletişim araçlarının mülkiyet yapısı, uluslararası şirketlerin beklentileri, büyük medya kuruluşu şirketlerin haber medyasına sahip olmaları haber bültenlerinin içeriğini etkileyebilmektedir. Şirket yöneticileri, haberlerin içeriğinde ekonomik ve siyasal çıkarları için kendi bakış açılarını empoze edebilmektedir. Medyanın özel şirketlerin çıkarlarını göz önünde bulundurarak geniş kitlelerin aleyhine yayınlar yapmasını, tekelleşmesi siyasi boyutta demokratik yapı için olumsuz etkileri olacaktır.

Öncelikle kitle iletişim araçlarının mülkiyet yapısı, haber ve bilgilerin içeriğini önemli ölçüde etkilemektedir. Yazılı basında ve özellikle televizyonlarda bize sunulan haberler çeşitli kaynaklardan, çeşitli kademelerde süzülerek gelmektedir. Bu süreçte, devletlerin menfaatleri, uluslararası şirketlerin beklentileri ve kişisel bakış tarzları haberlerin sunumunu etkilemektedir. Dünya çapında servis yapan haber ajansları sınırlı sayıdadır. Bu ajanslardan, Reuter, AP, AFP gibi 4-5 ajans dünyadaki haber servisinin %90'ını ellerinde tutmaktadırlar. Bu ajansların tümü Batı kaynaklıdır. Öncelikle bütün haberler Batının bakış tarzıyla ele alınmaktadır. Ayrıca ABD gibi dünya düzeninin sağlama iddiasındaki ülkelerin bu haberlerin içeriğinin oluşması üzerindeki etkisi çok önemlidir. Uluslararası şirketler de kendi çıkarları doğrultusunda haberleri gerek bizzat medyaya sahip olarak, gerekse reklam veren olarak elinde bulundurduğu reklam gücüyle etkileyebilmektedirler (Özdemir, 2002, par. 26)

Chomsky'ye göre; “yeni medya düzeninde, medya, haberlerin ve çözümlerinin çatısını, yerleşik imtiyazları destekleyen bir çerçevede kurarak ve bu doğrultuda her türlü tartışmayı sınırlayarak, birbiriyle sıkı sıkıya kaynaşmış olan devletlerin ve şirketlerin menfaatlerine hizmet etmektedir” (aktaran Özdemir, 2002, par. 28)

Erdoğan ve Alemdar (2001) günümüzdeki egemen ekonomik ve siyasal güçlerin çıkarlarının gerçekleşmesi için haberlerin özel teşebbüs tarafından düzenlenerek izleyiciye sunulduğunu söylemektedir.

Gerbner, medyanın tekelleşmesi ve özel şirketlerin çıkarlarını göz önünde bulundurarak geniş kitlelerin aleyhine yayınlar yapmasının demokrasi için bir tehdit oluşturduğunu bunun anti demokratik yapının zeminini hazırladığını dile getirir. Gerbner, üretilmiş bir kültürel çevrenin varlığından söz ederken sansürün de uygulayıcılarının özel şirketler olduğunu eklemektedir. “Sansürün uygulayıcıları bizzat özel şirketlerdir... Pazar bir demokrasi değil, aksine bir plütokrasidir. Medya monopolisi (1996 yılında ABC, CBC ve NBC televizyon pazarının yaklaşık %70’ini elinde tutuyordu) televizyon programcılığının içeriklerini standartlaştırarak insan deneyiminin çeşitliliğini birkaç basit formüle indirger” (aktaran Çığ, 2006; 62, 63).

Gerbner demokratik toplum olmakla haber dili arasında kurduğu ilişkiye yönelik olarak “Eğer bütün hikayeler –dramatik hikayelerin yanında haberler dahil olmak üzere ki bunlar sözel hikayelerdir- tek bir perspektiften kaynaklanıyorsa, nasıl demokratik bir ülkeye sahip olabiliriz? pek çok insan, bu çeşit bir sistemin nasıl benzersi, alışılmadık, temel olarak anti-demokratik olduğundan habersiz durumdadır” (aktaran Çığ, 2006; 63) demektedir.

Haber bültenlerinin içeriği üzerinde medya kuruluşu sahiplerinin etkisi ortadadır. Haberlerde olaylar olduğu gibi aktarılmaz, konular ayıklanarak ve belli bir süzgeçten geçirildikten sonra önümüze getirilir. Haber içerikleri şirket yöneticilerinin sahip olduğu medya kuruluşlarının çıkarlarından bağımsız düşünülemez.

Bu konuda Radford (2004) büyük şirketlerin haber medyasına sahip olmasının, çıkar çatışmalarını ve belli konuların göz ardı edilmesine de neden olabileceğini

söylemektedir. “Üstü kapalı ya da açıkça, haberin mutfağındakiler, hangi konuların patronlarını etkileyeceğinin ve kızdıracığının, farkındalar. İleride, haberlerin içeriğini ve bakış açısını haber editörlerinin değil, şirket yöneticisi ve avukatlarının belirlediği birçok vaka göreceğiz” (Radford, 2004;15).

“Bir şirket veya özel ilgi grubu, halka kendi bakış açısını empoze etmek istediğinde, basın çok kullanışlı bir alettir. Bazı halkla ilişkiler firmaları, basın ilanlarını, ilk bakışta haber gibi görünecek şekilde yayınlarlar” (Radford, 2004; 48).

Haberlerin sunuma hazırlanması esnasında haber muhabirlerinin çalıştığı yerin müdürlerinin beğenisine göre haber peşinde koşabildiklerini belirten Tılıç (2001) medya kuruluşlarında yer alan iç hiyerarşinin muhabirlerin karar verme sürecini etkileyebildiğini söylemektedir. Buna göre “haberlerin gazeteye veya bültene girebilmesinin tek yolunu kurumla “uyum-uzlaşıcı” bir ilişkide görmektedir. Bu yapı yüzünden de, kurumlarına haber taşıyan muhabirler gerçeğin ve doğrunun peşinden koşmaktan çok, çalıştıkları yerde yayınlanabilecek, haber müdürlerinin beğeneceği nitelikte haberler aramaya başlıyorlar (Tılıç,2001; 39).

Tılıç’a göre (2001) ayrıca her ülkenin sosyo politik yapısı, içinde iletişim sürecinin yer aldığı ve iletişimcilerin yaşadığı, medya atmosferini oluşturmaktadır.

Medya atmosferi ile kastedilen, bir ülkenin sosyo-politik yapısını şekillendiren her şey; o ülkenin özgür kültürü, ekonomisi, gelişmişlik düzeyi ve benzeri özelliklerdir” Bu düzeyin hemen bir altında yer alan medya sahipliği yapısı da iletişim sürecinin bütünü üzerinde son derece belirleyici bir etkiye sahip. Üçüncü düzey olarak gördüğümüz medya kurumları, kendi şekillenmelerini medya atmosferi ve medya sahipliği yapısına bağlı olarak gerçekleştirirken, iç işleriyle ve kuralları ile gazetecinin davranışlarını yönlendirip sınırlayabilmektedir. Gazeteci bu modelde, dördüncü düzey olarak yer alıyor. Gazetecilerin çalışmaları; medya atmosferi, medya sahibi ve medya kurumundan doğrudan etkilenmekte, dahası onlar tarafından belirlenmektedir. Beşinci düzey olan izleyiciler ise, bu hegemonik yapının en altında iletişim sürecini en az etkileyen, hatta onun kurbanına dönüşen kitleler durumundadır (Tılıç, 2001; 41,44).

Medya alanında uluslar arası boyutlara ekonomik alanda sermaye ve güç savaşları söz konusudur. Bilgi ve haber iletileri bundan büyük ölçüde etkilenir. Schiller'e göre "Yeni dünya düzeni' içerisinde özellikle medya alanındaki uluslar arası boyutlara varan sermaye ve güç ilişkileri göz önüne alındığında bilgi, haber ve kültürel ürünlerin sunulduğu pazar ortamında yaşanan savaşimler, medyanın ekonomik boyutunu açıkça ortaya koymaktadır" (aktaran Ergül;2000; 115).

Medya yönünden en büyük tehlikelerin başında belki de tekelleşme geliyor. "Medya patronluğu ve tekelleşme" konusunda İnal, sahiplik konusunda tekelleşmeye karşı yeni düzenlemelerin yapılması gerektiğini vurguladı. Medyanın, finans sektörü başta olmak üzere, diğer bütün sektörlerle bütünleşmesinin, ekonomik yapı içinde medyanın konumlanışının sorun yarattığını" (aktaran Arslan, 2004, par. 6) söylemektedir.

Ticari televizyon halkın elinden etkili bir şekilde soyutlanmıştır. Televizyon halkın doğrudan katılmasından uzaklaştırılmıştır. Halkın yönetiminden korunmuş ve özel şirketlerin yönetimine bağlanmıştır... Gerbner anti demokratik yapının altını ısrarla çizerken, şiddet içerikli yayıncılığın siyasal görevini de ortaya koyar. Şiddeti yoğun olarak vermek ve bunun alternatifsiz bir şekilde bütün televizyon kanallarına hakim olması, büyük politik sonuçları yaratır. Korku, halkı ele geçirir. Politikacılar bunu sömürür ve bu sömürünün devamı için tek tip yayına daha fazla izin verilir. Bir medya monopolü, siyaset ve korku döngüsü yaratılır" (Çığ, 2006; 64).

Erdoğan'a göre (1997), medya ve mülkiyet ilişkileri temelinde iletişim profesyonelinin konumu "paketin yapımcısı değildir, paketi paketin kabul ettiği biçimde doldurucusu" (s.60) olmaktır. "O zaman iletişim profesyonelleri göndericilikten çok bir çeşit 'tezgahtarlık' yapmaktalar: İletişimin iletilmesinde önemli bir konuma yerleşmiş/yerleştirilmiş "hazırlayıcı alıcılar" geriye ne kaldı? Bir iletişim örgütü, onun gerisinde, bu örgütü biçimlendiren egemen bir yapı ve yapının ideolojisi, bunların temelinde mülkiyet ilişkileri..." (Erdoğan, 1997; 60).

“Medyanın sermaye ile bütünleşmesi ve daha fazla okuyucuyu çekme ve kar etme kaygıları habercilik anlayışının popülerleşmesini de beraberinde getirdi diyebiliriz. Özel televizyon kanalları ise bu eğilimi iyice hızlandırdılar ve kendi haber değerlerini yerleştirdiler” (İnal, 2001, par.3).

Sağnak’a göre (1996) medya mensupları (muhabirler, şefler, editörler, yapımcılar genel yayın yönetmenleri ve patronlar), içinde doğdukları sosyo-ekonomik ve siyasal, ideolojik ortamın özelliklerini taşımaktadırlar. Bu sebeple haberin tüketicisi medya kuruluşu, yöneticisi ve muhabirinin haber olarak seçtiği konularla ve yorumlarıyla karşı karşıyadır. Sağnak’a göre medya gündemi belirler ve yönlendirme yapar.

Medya artık günümüzde büyük işletmeler haline gelmiştir. Ticari televizyon yayın politikalarının, sahiplerine ve ticari ilişkide bulunduğu kişi ve gruplara göre belirlendiği gerçeğini göz ardı etmemek gerekir.

### **2.3.3. Reklamların Haberlerle İlişkisi**

Haberlerin reklamlarla doğrudan bir ilişkisinin olduğunu söylememiz mümkündür. Bizlere bilgi vermesi gereken haberlerin formatında gözle görülür değişimler belirmektedir. Reklam ve eğlence haberlerde genişçe yer almaya başladı. Her televizyonun kendi kanalında yayınlanan dizilerin reklam tanıtımları, şarkıcıların, futbolcuların, mankenlerin tanıtımları açıkça olmasa da örtük bir reklam içermektedir. Tanıtımları yapılan kişiler daha sonra ürünlerin satışında ve tanıtımında kullanılabilirler. Haberlerde açıkça reklam yapılan konulara da rastlanabilmektedir. Fuarlara araba tanıtımları ev ve villa tanıtımları, tatil yerlerinin tanıtımı gibi...

Son yıllarda reklam, haber ve eğlence arasındaki sınırlar giderek bulanıklaşıyor.

Biz haber medyasından doğruluk ve inandırıcılık beklerken, onlar bu beklentiyi, reklamların doğru ve önemli görünmesi için kullanıyorlar. Haber ve reklamın birbirlerinden ayrılması

zorlaştıkça kaybeden, toplum oluyor...Genelde, kötü haberlere, küçük risklere ve korkulara vurgu yapılarak, bize gerçeği çarpıtılmış bir görünümü sunuluyor. Bu içerik ve bilgi yanılsaması tehlikeli, çünkü insanlar öyle olmadığı halde bilgilendirildiklerini sanıyorlar... Haber medyası, trajedileri, sorumlu gazetecilikten kaçış için bir fırsat olarak kullanıyor, sansasyon ve abartıya boğuluyor. Bir hikayeye duygusallık katmak kolayken, gerçeği ortaya çıkartmak zor (Radford, 2004; 15, 16).

Haber formatlarında yaşanan değişmeler bilgi merkezli habercilik anlayışından eğlence merkezli haber anlayışına kaydığını göstermektedir. Çoğu durumda eğlence ve reklam haber iç içe karışmıştır.

Toplumunun zihnini bulandırmak yönündeki en büyük buluşlardan biri, eğer bir şey haber gibi görünüyorsa insanların onu haber olarak algılandıklarının anlaşılmasıdır. Şimdi sunucular, danışmanlarla görüşüyorlar... ve bütün habercilik teknikleri, sahip oldukları güvenilirlik, uydurma televizyon röportajları, haberlerdeki reklamlar ve gündelik eğlence şovlarının lehine kullanılıyor. Bir yerde, eğlence ve haber karışmıştır...Haber programı gibi görünen reklamlarımız, eğlence programı gibi görünen reklamlarımız, haber gibi görünen eğlence programlarımız var ve bu tür permutasyonlar farklı kuvvet ve bileşimlerle birbirilerinin içini boşaltıyorlar (Radford;2004; 57-74).

## 2.4. Şiddet

Bireylerin ya da grupların bir başka birey ya da gruplara güç ve baskı uygulayarak doğrudan ya da dolaylı olarak fiziksel ve ruhsal açıdan zarar veren olumsuz tutum ve davranışlar bütünüdür.

Şiddet kavramı içinde korku, gerginlik, kaygı, acı, panik, tehdit, nefret, intikam, kızgınlık ve kin duygularını içerir. Yine aynı şekilde bireylerin ya da grupların bir başka grup ya da bireylerin kültürüne, değerlerine sözlü ya da dolaylı olarak saldırmak, tahrik etmek, gerginlik yaratmak davranışlarını da içerir.



Bir sosyolojik olgu olarak şiddet günümüzün önemli toplumsal sorunlarından birisidir. Şiddet, gerek bireysel gerek toplumsal boyutta gündelik hayatta karşımıza çıkan bir olgudur. Cinayet, intihar, trafik kazaları, kapkaç, silahlı saldırı, hırsızlık, tecavüz, kavga gibi örneklerle her toplumda farklı derecelerdeki şiddet türleriyle karşılaşmaktayız.

Şiddet kavramı, “sertlik, sert ve katı davranış, kaba kuvvet kullanma” (Ünsal,1996) olarak tanımlanmaktadır. Şiddet olayları ise insanları sindirmek, korkutmak için yaratılan olay ya da girişimler olarak tanımlanır.

Şiddet, genel anlamda gücü aşmakta; başkasını öldürme, sakat bırakma ya da yaralama yoluyla zarar verilmesini içermektedir. Bu tür eylemlerin başkasına karşı tehdit oluşturması ve insana fiziksel ve ruhsal anlamda zarar vermesi davranışı şiddet olarak değerlendirmemize neden olur (Ünsal,1996).

Michaud’a (1994) göre, şiddet kelimesinin sözcük anlamı sertlik, sert ve katı davranış anlamındadır. Şiddet karşı tutumda, görüşte olanlara kaba kuvvet kullanma, sert davranma, sertlik anlamlarını içermektedir. Şiddet olayları ise insanları sindirmek, korkutmak için yaratılan olay ya da girişimler olarak tanımlanır. Şiddet bir kişiye güç veya baskı uygulayarak isteği dışında bir şey yapmak ya da yaptırmak; şiddet uygulama eylemi, zorlama, saldırı, kaba kuvvet, bedensel ya da psikolojik acı çektirme ya da işkence, vurma ve yaralama olarak tanımlanır. Şiddet genel anlamda başkasını öldürme, sakat bırakma ya da yaralama yoluyla zarar verilmesini içerdiği için bu tür eylemlerin başkasına karşı tehdit oluşturması kısacası insana fiziksel ve ruhsal zarar veren her edimi şiddet olarak değerlendirebiliriz. Şiddet; cinayet, işkence, vurma ve etkili eylem, savaş, baskı, suçluluk, terörizm v.b. demektir (Michaud, 1994; 29,30).

Şiddet kavramının özünde, bir şeye karşı kullanıldığında şiddet olgusunu yaratan doğal güçtür. Bu güç, bir canlıda veya bir eşyada, da olsa değer ne olduğunu

bilmez. Belirli ölçüleri aştığı veya bir düzeni bozduğu zaman da “şiddet” olarak algılanır. Şiddetin gündelik kullanımında ise; çekirdek kavramı güçtür. Bu nedenle şiddet denildiği zaman öncelikle anlaşılan bir “bedensel davranışlar ve eylemler” dizisi olmaktadır (Michaud, 1991; 8).

Şiddet durumlarını, şiddet eylemlerini açıklayan bir tanım vermeye çalışırsak; “karşılıklı ilişkiler ortamında taraflardan biri veya birkaçı doğrudan veya dolaylı, toplu veya dağınık olarak, diğerlerinin bir veya bir kaçını bedensel bütünlüğüne veya töresel (ahlaki/moral/manevi) bütünlüğüne veya mallarına veya simgesel,sembolik ve kültürel değerlerine, oranı ne olursa olsun zarar verecek şekilde davranırsa şiddet vardır (Michaud, 1991; 11).

Şiddet edimseldir. Bir metnin veya bir deyimmin edimsel olması demek, onun oluşması ile (yazılması-söylenmesi) bir eylemin gerçekleşmesi demektir. Herhangi bir şeyi -hakaret, davranış, tutum- şiddet olarak nitelemek, onu ciddiye alıp harekete geçmek demektir. Şiddet kavramı, başkaldırı kavramına bağlı olduğu için, söz konusu başkaldırıya karşı beslenen olumlu veya olumsuz duyguları da yüklenir. Onun yardımıyla bir tehdit canlı tutulabilir veya bir felaket önlenir (Michaud, 1991; 13).

Ünsal (1996), dar anlamda şiddet türlerini şu şekilde sıralamaktadır:

*Özel şiddet:* ölümlerle sonuçlanan cinayetler, suikastler, zehirlenmeler, idamlar, cinsel ırza geçme, intihar, araba kazaları..

*Kolektif şiddet:* terör, grev ve ihtilaller, devlet terörü, savaş gibi şiddet türlerini içerir. Bu şiddet türü, insanların bedensel bütünlüğüne karşı dışarıdan yöneltilen, sert ve acı verici bir edimdir.

Ünsal (1996) geniş anlamda şiddeti ise, insan üzerinde fiziksel ve ruhsal etkileri açıkça ölçülemeyen, dolaylı ve somut bir biçimde hissedilen çeşitli baskılar olarak

tanımlamakta ve bunlara ek olarak ekonomik şiddet, medya terörü, enflasyon, işsizlik, doğa ve çevrenin tahrip edilmesini örnek vermektedir.

Şiddetin sözlü şiddet, fiziksel şiddet, görsel şiddet gibi türleri vardır. Ünsal (1996) geniş anlamda şiddeti, insan üzerinde fiziksel ve ruhsal etkileri açıkça ölçülemeyen, dolaylı ve somut bir biçimde hissedilen çeşitli baskılar olarak tanımlamaktadır.

Bourdieu'nun (1997) medya analizlerinde kullandığı önemli kavramlarından birisi sembolik şiddet kavramıdır. Bourdieu bu kavramla hem toplumsal şiddeti ele almakta hem de şiddetin, iletişimdeki simgesel yöntemler aracılığıyla nasıl yeniden üretildiğini açıklamaya çalışmaktadır.

#### **2.4.1. Televizyon Haberleri ve Şiddet**

##### **2.4.1.1 Televizyon Haberlerinin Şiddetle İlişkisi**

Televizyonda şiddet içeren programlar her geçen gün artmaktadır. Bu programlar arasında şiddetin en fazla göze çarptığı program türlerinden biri haberlerdir. Televizyon haberleri siyasi, ekonomik, magazin gibi çeşitli haber türlerini içerir. Ancak haber türlerinin hepsinde farklı şiddet türleriyle karşılaşmak mümkündür. Şiddet, haber bültenlerinin olmazsa olmaz koşullarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Şiddeti dramatik ve eğlence unsurlarıyla iç içe geçirerek sunan haber programlarının editörlerinin şiddeti merkezi bir yere koydukları gözlemlenmektedir.

Haber programları konularını politika, (politikacıların gündem için söyledikleri sözler, politikacıların nereye gittikleri ne yedikleri) magazin, eğlence, (mankenlerin, şarkıcıların, futbolcuların özel hayatları, bu kişilerin ne giydikleri ne yedikleri ne söyledikleri, sosyetenin nasıl yaşadığı, kimin kiminle çıktığı,) moda, defile, skandal,

yolsuzluk, dolandırıcılık, cinsel taciz, savaş, cinayet, intihar, trafik kazaları, katliam, ölüm, hırsızlık, yangın, sel, deprem, silahlı saldırı, kavga, hayvanlar gibi olaylardan seçer

Tarihsel süreç içerisinde bireysel ve toplumsal boyutta şiddet hep var olagelmıştır. Fakat bugün farklı bir şiddet türüyle karşı karşıya bulunmaktayız.. Bu da televizyonun ürettiği şiddettir. (Erdoğan, 1998; 2)

Benzer bir şekilde Çığ (2006) kitle iletişim araçlarında özellikle de televizyonda üretilen yeni bir tür şiddetin varlığını vurgulamaktadır. “Şiddetin çeşitli biçimleriyle yoğun olarak varolduğu bir dünyada yaşıyoruz. Kişiler arası kavga ile-içi şiddet, adi suçlar, sokak çatışmaları... savaş... Şimdilerde ise gelişimin bir parçası olan şiddetin yanında, söz konusu gelişimin ürünü olan bir kitle iletişim aracının, televizyonun ürettiği bir şiddet ile karşı karşıyayız”( Çığ, 2006; 11).

Haber programlarında, insanların yaşadıkları olayları müzik ve diğer tekniklerle dramatize etme, gözyaşları içeren görüntülerin sıkça kullanılması, acıma duygusu verme, bunu dışlaştırma özellikle bilinçli bir planlamanın sonucudur. Gözyaşları içinde çırpınan insanların feryatları, çığlıkları televizyon haberleri için vazgeçilmez görüntülerdendir. Trafik kazalarında araca sıkışmış ve her tarafı kan içindeki insan görüntüleri, parçalanmış arabaların tekrar tekrar görüntüleri; aynı şekilde gecekondu yıkımlarında zabıtalara ev sahipleri arasındaki kovalamacalar, kavga, ağlama çığlıkları ve feryatları; bir yangında evi yanan insanların bilinçsiz ve çaresizce koşuşturma hareketlerinin görüntüleri; mahkeme salonlarında insanların birbirlerini nasıl dövüp bıçakladıklarını, öldürdüklerini; cinayet ve intihar olaylarının görüntüleri; gösteri ve eylemlerde insanların polislerce kovalanmaları ve dayak yeme sahneleri, izleyicileri heyecan ve etki altında tutmak için habercilerin başvurdukları görüntülerin en çekicilerini oluşturmaktadır.

Ramonet de (2000) “televizyonun sapkınlık ölçüsündeki bu ceset-severliğini her alanda, özellikle de tv haber programlarında görmek mümkündür: Televizyon haber programları günümüzde kanla, şiddetle ve ölümlle beslenmektedir” (Ramonet, 2000; 121) diyerek, medya ve şiddet ilişkisi konusunda televizyon haber programlarının veri olarak seçilmesine yönelik bir dayanak oluşturmaktadır.

Şiddet eyleminin, geniş kitleler arasında içselleştirilmesinde medyanın ve özelde televizyonun bu aygınlaştırıcı tutumunun etkili olduğu söylenebilir. Çünkü kaba güç ve şiddetin olumsuz içeriğinin bireysel olarak doğrudan doğruya açığa vurulmasının aksine; “geniş halk desteği sağlandığında, toplumsal denetim ve ikna açısından daha başarılı tekniklere dönüşebilme...” (Arendt, 1997, aktaran Köse, 2004; 59) olasılığı yüksektir.

Birçok bilim adamının, genelde medya, özelde televizyon haberlerinde şiddette ilişkin hem fikir oldukları nokta, televizyonda şiddet sunumunun giderek arttığı, medyanın şiddetle iç içe olduğu, bu programların belirli çıkar ve amaçlar doğrultusunda yapıldığıdır.

Şiddet televizyon haberlerinin çok önemli gıdalarından birisidir. Şiddet akşam haber bültenlerinin olmazsa olmaz şartlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Başarılı bir haber yayını azami heyecan, yoğun duygu ve eğlence içeren bir yayın olmalıdır. Ne var ki heyecan konusunda azalan verim kanunu işlemektedir: İzleyiciler şiddete alıştıkça, şiddetin etki uyandırabilmesi için daha şiddetli olması gerekir. Bu durum ana yayın kuşağındaki dramatik diziler için olduğu kadar, haberler için de geçerlidir... şiddet hangi haber programında olursa olsun merkezi bir yere koyulmaktadır (Esslin, 2001; 75).

Şiddet içerikli haberlerde amaç, olayın kendisinden ziyade olayın içindeki dramatikleştirilmiş arka arkaya tekrarlanan birkaç saniyelik görsel şovun sunulması olabilmektedir. “Televizyon bütün dramalar gibi, şiddet sahneleri de dahil, en büyük görsel ve duygusal etkiye sahip önemli sahnelerle faaliyetini yoğunlaştırır ve pekiştirir... Örneğin

saatlerce sürmüş bir siyasi gösteride, polis coplarının bir grup öğrencinin üstüne indiği otuz saniye büyük ihtimalle büyük olayın televizyona çıkarılan tek kısmı olacaktır” (Esslin, 2001; 71).

Günümüzde televizyonun asıl amacının bireyleri eğitmek olmadığı ancak şiddet içerikli haberlerin ne kadar değerli olduğunu Radford şöyle dile getirmektedir:

Televizyon izleyicileri, bir polis dedektifinden daha çok cinayet, bir çekici kamyon sürücüsünün tank olduğundan daha ciddi trafik kazaları, bir kaza müfettişinden daha çok uçak kazası görür. J. Angotti'nin çalışmasına göre suç haberlerine ayrılan süre... Yayın süresinin neredeyse yüzde 30'unun suç, mahkeme ve polis haberlerine harcandığını tespit etti. Örneğin eğitim ana haber yayınlarında yayın süresinin sadece yüzde 2'lik kısmını kaplıyor (Radford, 2004; 85).

Suç ögesi içermeyen eğitim içerikli haberler daha az sürelerle televizyon haberlerinde yer almaktadır. Bu durumun nedenlerine ilişkin Radford (2004) Lissit'in şu açıklamasına yer verir “suç haberlerinin çok yer kaplaması, söz konusu haberler önemli olduğundan değil, hazırlanmaları kolay olduğundan... Suç ögesi içermeyen politika ve eğitim gibi konuları ekrana taşımak, daha geniş bir arka plan ve çaba gerektirir ve genellikle bu denli, paketlenmiş bir şekilde sunulamaz” (aktaran Radford, 2004; 86).

Kötü haberleri yayınlayan haber yönetmenlerinin, eylemlerine meşru geçerlilik kazandırmak için, şiddet haberlerinde, halk bunu istiyor, demokratik taleptir, şeklindeki ifadelerine Radford (2004) şu şekilde cevap vermektedir: “Pazar-güdümlü haberler izleyicilere, onların istediğini düşündüğü şeyi veriyor. Bazıları bunu, temsiliyet ilkesine dayanan demokrasinin işbaşında olduğuna dair bir kanıt gibi görebilir: İzleyicilere istediklerini vermekten daha demokratik ne olabilir? ... Cevabım şudur: Bundan daha sorumsuzca, daha kinik ve bu denli kökten yanlış ne olabilir” (Radford, 2004; 86).

“Genellikle, iyi haberlere ayrılan yayın süresi, kötü haberlere ayrılan haber süresinin yanına bile yaklaşamaz: “kan çıkmazsa, para yok” deyimini en çok haberler için

geçerlidir. Varoşlardaki kargaşa hakkındaki haberler uyuşturucudan uzaklaşan ve burs kazanan çocuklar haberini daima sollar” (Radford, 2004; 93).

Medyanın şiddetle beslendiğini bunun da beraberinde yeni çatışmalar ürettiğini Yalsızuçanlar (1997) şu şekilde açıklamaktadır; “Televizyon dramatik bir dile sahip olmak dolayısıyla toplumdaki çatışma alanlarından sızan kan ve irinle besleniyor. Yarayı iyileştirmekten çok kangrenleştiriyor. Yeni çatışma alanları oluşturuyor. Medya toplumun aynası filan değil Türkiye’de. Böyle olsaydı olumsuzlukların yanı sıra olumlu ve umutlu haberler de bulurduk onlarda” (Yalsızuçanlar, 1997; 117).

Şiddet ve televizyonun ürettiği popüler kültürle ilişkisi konusunda Fiske (1991), günümüzde popüler kültürün şiddete dayandığını, saldırganlık kavramının insan doğasına ait bir güdü olduğunu, kitle iletişim araçlarının bu güdüye seslendiğini söyler. Fiske (1991) toplumdaki şiddetin, sınıfların çıkar çatışmasının bir sonucu olduğunu ileri sürer. Gelir dağılımının eşitsizliği sonucu ortaya çıkan çıkar çatışmalarını, televizyon olduğu gibi yansıtır.

Günümüz popüler kültürü şiddete dayalıdır... İnsan doğası özünde saldırgan olduğundan kitle iletişim araçlarının popüler olmak için yalnızca insanın en alt düzey içgüdülerine seslenmesinin yeterli olacağı savunulması iki gerçeği göz ardı ediyor... Şiddet insanın en alt düzey içgüdülerine seslendiğinden dolayı popülerdir. Yansıtılmış şiddet (toplumsal şiddetin aksine) popülerdir, çünkü iktidarın ve kaynakların eşitsiz bir biçimde dağıtıldığı, çatışan çıkar hatları çevresinde yapılandırıldığı toplumlarda yaşayan insanlara ilinti noktaları sunar. Televizyondaki şiddet toplumdaki sınıf çatışmasının somut bir temsilidir (Fiske,1991; 165).

Fiskeye göre (1991), toplumsal sistemden kaynaklı bir şiddet vardır. “Şiddeti popüler yapan, yurttaşların “yapı taşı” değil toplumsal sistemdir: Şiddetin kökenleri bireysel ahlakta değil, toplumda aranmalıdır. Şiddet, toplumsal egemenlik altına almanın

ve tabiliğin somut bir temsili olduğundan, dolayısıyla da bu egemenlik altına alınmaya direnişi temsil ettiğinden dolayı popülerdir” (Fiske, 1991; 166-167).

Toplumda var olan şiddetin sosyal nedenler ve televizyonun ürettiği tüketim kültürüyle ilişkili olarak Atabek (2003), “Yoksunluk şiddetin önemli kaynaklarından birisidir. İsteddiği şeylerden sürekli olarak yoksun kalan insanlar, başka bir çareleri kalmadığından şiddet kullanmayı bir yol olarak görürler. Temelinde engellenme ve yoksunluk bulunan umutsuzluk şiddete başvurmanın bir nedeni olur. İnsanlar kendilerini başka türlü açıklamaktan umutlarını kestiği zaman şiddete başvurmaya hazır duruma gelirler” (Atabek, 2003; 154) demektedir.

Şiddet öğrenilebilirdir, özellikle de bireyin çevresinde yoğun bir şekilde yer alıyorsa. “Toplumdaki şiddet modelleri öğreticidir. Küçük çocuklar hem evlerinde ve çevrelerinde şiddet sahnelerini görüp yaşadıkları zaman, hem de toplumda şiddet kullanmanın üstünlük sağladığını örnekleriyle gördükleri zaman, şiddet kullanmaya hazır bir duruma gelirler” (Atabek, 2003, s.155). Televizyon da şiddet modellerinin çoğalması olanağını artırmaktadır.

Dündar (1996), genel olarak televizyonda ve haberlerdeki şiddetin yaygınlaşmasına ilişkin,

Televizyon ekranları, kan ve dehşete boğulmuş bilim kurgu ve korku filmleri, karate klasikleri, şiddet yüklü çizgi filmler, vahşi video klipler ile dolup taşsa da bu şiddet gösterisinin asıl can alıcı bölümü hiç kuşkusuz haberler ve haber programları... Sonunda televizyon haberleri, şiddetin en vahşisinin at oynattığı bir dehşet gösterisine döndü. İzleyiciler, şiddet dolu haberleri peş peşe izledikçe bir “anormal olaylar dünyasında” yaşadıkları fikrine saplanmaya başladılar (Dündar, 1996; 385) diyerek şiddetin izleyiciler üzerindeki etkilerini betimlemektedir.

“Şiddet haberlerinin gördüğü ilgi ve “iyi haberi haberden saymayan” anlayış haber spikerlerini giderek birer felaket tellalına dönüştürdü. Üstelik haber bültenleri, bunca



felaketi, birbirinden bağımsız ve çözümü imkansız karabasanlar olarak verdiğiinden, korunmasız seyirci dünyayı, şiddetin kucağında hızla felakete giden bir gezegen olarak algılamaya başladı” (Dündar,1996; 387).

Burton (1995), haber üretimi ve iyi haber kötü haber karşılaştırması yaparken aynı zamanda haberlerin işlenişi ve sunumu ile ilgili bilgiler vermektedir.

Haber makinesi genel olarak kötü haberlerin dramatik etkisine değer verir. Kötü haber iyi haberdır. Borsada hızlı bir düşüşün yaşanması ya da ölümlerin olduğu bir kaza gibi olaylar oturmuş bir piyasadan mükemmel güvenlik verilerinden daha değerlidir ...Depremler ya da savaşlar gibi konularla ilgilenmek çekicidir, çünkü sonuçta bu devam eden bir dram haline gelecektir. Görüntü öyküleri değerlidir. Öykülerin ele alış biçimi olarak dramatize edilmesi değerlidir, çatışma değerlidir (Burton,1995; 138,139).

Televizyon dünyasının, -ülkemizde de- şiddet yoğun bir dünya olduğunu söylemek mümkündür. Haberlerde, neredeyse her türlü fiziksel şiddet görüntüsü yer almaktadır. Bu, insanlara, onların tehlikeli bir dünyada yaşadıkları mesajını vermektedir. Türkiye’de, televizyonlarda şiddet sunumuna bakıldığında, araştırma sonuçları paralelinde, şiddete aşırı derecede yer verildiğini söylemek mümkündür. Şiddet sunumu, en çok izlenen zamanda, ana haberlerden başlayarak, neredeyse izleyen tüm programlarda yapılmaktadır. (RTÜK, 2007).

Özer’e göre, “Türkiye’de televizyonlarda şiddet sunumuna bakıldığında araştırma sonuçları paralelinde şiddete aşırı derecede yer verildiğini söylemek mümkündür. Şiddet sunumu en çok izlenen zamanda ana haberlerden başlayarak neredeyse izleyen tüm programlarda yapılmaktadır... Televizyonlarda sunulan şiddetin önemli bir yönü de, “iyi”yi temsil edenlerin uyguladıkları şiddetin “meşru” olarak sunulmasıdır” (RTÜK, 2007; 24).

### 2.4.1.2. Televizyonda Görselliğe Dayalı Şiddet

Bourdieu'nun medya analizlerinde en çok başvurduğu kavramlardan birisi olan simgesel şiddet kavramını “kendi kurbanları için bile görünmez olan, bilgi ve iletişimin salt simgesel yöntemleri aracılığıyla - ya da daha açık bir deyişle, duygusal, sınırsız ya da tanıma ve tanınma yoluyla - işleyen duyarsızlaştırıcı ve yumuşak bir şiddet türü” (aktaran Köse, 2004, s.57) olarak tanımlamaktadır. “Bu kavram bir başka açıdan medyanın güç ve hakim eylem eleştirisinin de bir uzantısıdır. Simgesel şiddet, güç ilişkilerini dağıtarak onları meşrulaştıran anlamları dayatmaya yaramaktadır” (aktaran Köse, 2004; 57).

Şiddet olgusuna yönelik ayırımlardan birisi de göstergesel şiddet (sembolik) şiddet kavramıdır. Göstergesel şiddet “anlamın gerçekliğini göstergeler” yoluyla başkalarının kendilerini bu anlamda özdeşleştirmelerini sağlayacak denli etkili kılma gücüdür. Göstergesel şiddet, göstergelerin maddiliğiyle bağlantılıdır ve açık şiddetin olanaksız olduğu yerde şiddetin büründüğü kibar, gizli biçimdir. Fiziksel şiddetteki nitelik ve kesinlik, görsel şiddette çoğu zaman yoktur ve tartışmaya açıktır (Gezgin,1996; 558).

Bourdieu'nun bu kavram ile ilgili görüşlerini Köse (2004) şöyle yorumlamaktadır;

Simgesel şiddet simgesel bir egemenlik biçimidir. Ancak salt bir egemenlikten çok, egemenlik ve boyun eğme ilişkilerinin gitgide sevgi ve Bourdieu'nun deyişi ile “kabul-minnet” ilişkilerine dönüşmesi şeklinde kendini ortaya koyan bir egemenlik türüdür. Ama asıl yıkıcı etkisi de burada yatmaktadır. Çünkü medyadaki meşru konumlarını da arkalarına alarak bu şiddeti uygulayan sunucular ve medya düşünürleri kabul edilebilir meşru bir kamusal düzenin sözcüleri olarak, izleyicilerin kendilerine minnettarlık duyacağı kişiler olarak konuşmaktadırlar. Dolayısıyla, hiç kimsenin onların böyle bir şiddet uygulamayı düşüneceğini aklına getirmemesi gerekmektedir (Köse, 2004; 59).

Bourdieu'ya göre “Simgesel şiddetin bir başka önemli niteliği de gerçek şiddetten farklı olarak, daha ziyade tinsel (spirituelle) bir şiddet olmasıdır... Gerçek şiddeti

hissedebilir somutlaştırabiliriz; oysa simgesel şiddet ve dolayısıyla simgesel egemenlik, medyada söylemsel düzenin içine kazanmıştır; her ikisi de ispatlanamazdır ve son derece yıkıcı bir etkiye sahiptir (aktaran Köse, 2004; 58).

Televizyon ve simgesel şiddet ilişkisini Bourdieu (1997) şöyle açıklar: “Televizyonun simgesel şiddetin özellikle zararlı bir biçimini uygulamasına yol açan bir dizi mekanizmayı açığa çıkarmak isterim. Simgesel şiddet, onu maruz kalanların ve aynı zamanda da, çoğu kez, onu uygulayanların sessiz suç ortaklarıyla ve her iki tarafın da suç ortaklığıyla onu uyguladıkları ya da ona maruz kaldıklarının bilincinde olmadıkları ölçüde uygulanan bir şiddettir” (Bourdieu, 1997; 21).

“Özünde gizli bir şiddet türü olan simgesel şiddetin televizyon haber söylemi düzleminde yapılandırılışının başlıca örneklerinden biri olarak söz hakkına getirilen süre kısıtlamasını ve sunucuların otoriter ve keyfi tutumunu gören Bourdieu, bu açıdan medya söylemi analizinin deontolojik bir takım kaygılara da açıklama getirdiğine inanmaktadır” (Köse, 2004; 70).

Simgesel şiddet, tv de bir tür gözetleme ve denetim kurma, dolayısıyla da egemenlik uygulama aracı olarak cisimleşmektedir. Medya söyleminin simgesel şiddet yoluyla hegemonik yapılandırması ile ilişkilidir (Köse, 2004; 71).

Bu çalışmanın da temel varsayımlarından birisi olan “medyanın şiddet olgusunu etik ve eleştirel bir bakış açısı geliştirmekteki yetersizliği bir yana, genel kanıya göre, çoğunlukla şiddet üretimini yaygınlaştırdığı ...” Bourdieu’nun medya ve şiddet üretimi üzerindeki görüşlerindedir (aktaran Köse, 2004; 59).

### 2.4.1.3. Televizyondaki Şiddetin Sonuçları

Bilimsel araştırmalar insanın şiddet gösterimine maruz kalmasının toplumsal ve bireysel açıdan getirdiği olumsuz sonuçları bulunduğunu ortaya koymuştur. Bunları şöyle ifade edebiliriz:

1- Bireylerin şiddet davranışlarına yönelim göstermeyi ve şiddeti bir davranış biçimi olarak benimsemeye başlaması.

2- Şiddetin bireyler tarafından kanıksanması, sıradanlaşması, meşrulaşması.

3- Toplumda hoşgörünün azalması, panik ve korkunun yaygınlaştırması.

4- Kuşkuculuğun artması, güvensizlik ortamının oluşması, insanlar arası dayanışmanın azalması.

5- Toplumun adalete olan güvenin sarsılması, hak ve hukuk arama adına bireylerin yasa dışı yollara başvurması.

6- Demokrasinin tehlikeye girmesi, gibi toplum ve bireyler açısından ciddi olumsuz sonuçlar beraberinde getirmektedir. (Gerbner, aktaran, Çığ, 2006; 62,66)

Gerbner, televizyonda şiddete maruz kalmanın bireylerin dünyayı algılama biçimlerini nasıl değiştirdiğini, insanların şiddeti nasıl davranışları haline dönüştürdüğünü, bunun demokrasi için büyük bir tehlike olduğunu vurgulamaya çalışır (aktaran Çığ, 2006).

Gerbner'e göre;

Televizyondaki şiddet gösterimini nicel çokluğu saldırgan davranışın normal olduğu düşüncesini destekler. İzleyiciler uyuşturulur. Bunun dışında zihin, "militarize" olur. Bu da, insanı "acımasız dünya sendromu" dediği Şeye götürür... Acımasız dünya sendromu, çok televizyon izleyen izleyiciler üzerinde, dünyanın olduğundan çok daha kötü bir yer olarak algılanması sonucuna yol açar. Televizyon dünyayı olduğundan daha kötü sunduğu için, daha tedirgin ve kaygılı hale gelir ve kişiler otoritelere kapalı topluluklara ve diğer polis-devleti uygulamalarına destek vermelerine gönüllü hale gelirler. Şiddet yüklü bir kültür içinde

büyüme, bazen belirli tipte bir saldırganlığı çoğunluklarda yalıtım, güvensizlik korumasızlık ve kızgınlığı ortaya çıkarır (aktaran Çığ, 2006; 49, 50, 51).

Medyadaki şiddete daha fazla maruz kalan bireyler, dünyayı daha karanlık ve kötülük dolu bir yer olarak görmeye, gerçekte olduğundan daha fazla şiddet dolu olarak algılamaya, yaygın bir korku ikliminde yaşamaya başlamakta ve şiddete karşı katı ve hissiz olabilmektedir. Artan saldırganlığa ek olarak, sayısız denecek kadar çok çalışma göstermiştir ki, şiddet sahnelerine maruz kalma, şiddete karşı duyarsızlaşmaya neden olmaktadır ve şiddete kurban gidileceğine dair bir korku iklimi yaratmaktadır (RTÜK, 2007).

Gerbner, insanlarda korku arttıkça, daha fazla eve kapanıp televizyon seyrettiklerini, daha fazla televizyon seyretmekle daha fazla kötümser, daha fazla insanlara karşı güvensiz olduğunu ve dünya hakkında daha umutsuz duygular beslendiğini söyler (aktaran Çığ, 2006; 54).

Televizyondaki şiddetin politik boyutlarına değinen Gerbner, televizyondaki şiddete en fazla alt gelir sınıfındaki insanların maruz kaldığını, bunun askeri bir toplum yapısını beslediğini, sonuçta bu işin gittiği noktanın neo-faşizm olduğunu belirtir.

Televizyon izleyenlerin bir çoğu özellikle alt gelir ve eğitim sınıfına ait,yani toplumun en az destek görmüş sınıflarından çıkmaktadır. Ve bu kişiler, kendi kaderlerini, şimdiki hallerinin daha kötüye gitmesine sebep olacak sürekli gelişen askeri devlet yapısına teslim etmektedirler. Politikacılar bu şiddetle ekilmiş izleyiciyi duyarlılığını, en iddali politikalarını saldırgan ve askeri terimlerle ifade ederek sömürmektedirler... Gerbner, insanların çok eğlenceli ve komik bir giysi içinde, hızlı bir şekilde artan neo-faşizme doğru yönlendirildiklerini düşünür. Ona göre televizyonun aciz hissetirici bir etkisi vardır. Gerbner, Nazilerin de buna benzer bir otorite ve güçsüzlük durumunda ortaya çıktıklarını belirterek böyle bir şeyin her an hazırda beklediğini söyler” (Gerbner, aktaran, Çığ; 65).

Haberlerde şiddetin yoğun olarak gösterimi, merkezi bir yere konulması beraberinde şiddetin yaygınlaşmasını tetikler. Bilinen bir gerçek şu ki, şiddetin şiddeti doğurduğudur.

Televizyon haberlerinde şiddetin gösterilerek sunulmasının beraberinde şiddeti doğurduğunu söyleyen Esslin, “Şiddet ‘iyi’ televizyon üretir... Şiddet hangi haber programında olursa olsun merkezi bir yere koyulmaktadır. Terörizm, bombalamalar, suikastler, adam kaçırmalar, rehine almalarındaki artışın televizyonun mahiyetiyle ve onun dünyadaki birincil bilgi kaynağı konumuna yükselmesiyle yakından ve organik bağlantısı olduğu çok açık geliyor” (Esslin, 2001; 75) demektedir.

Dündar, şiddet haberlerinin yoğun gösterimine maruz kalan insanları umutsuzluğa ve yılgınlığa götürdüğünü, bununda insanları otorite anlayışına ve faşizme götürdüğünü, ifade etmektedir. Dündar, “aşırı şiddete maruz kalmanın insanları zamanla şiddete alıştırdıkları ve duyarsızlaştırdığını dile getirmektedir... Seyirci tepkilerini gözlemlediğimizde bu algılamanın iki türlü davranışa yol açtığını görüyoruz: ilki, tehlikeli bir umutsuzluk dalgasıdır. Her şey kötüye gidiyor, çare de görünmüyor yılgınlığı içerisinde insanlar bu gidişe dur diyebilecek bir üst otorite arayışına giderler. Faşizmin en sevdiği iklim bu arayış ortamıdır. İkincisi, apati yani duyarsızlık yaratır. Seyirci, izleyici, okuyucu zamanla bu şiddet gösterilerine alışmakta, bu “kanıksama” zamanla bir adım daha öteye sıçrayıp” daha fazla şiddet” çağrısına da dönüşebilmektedir” (Dündar, 1996; 389).

Medya tarafından insanların her gün özeline taşınan felaket, cinayet, toplu ölüm haberleri şiddetin sıradanlaşmasına, bu da insanların duyarlılıklarını yitirmesine, insanın insana karşı yabancılaşmasına neden olmaktadır.

Medyadaki şiddetin yarattığı şiddete karşı duyarsızlaşma olgusuyla ilgili sonuçlara göre: Çocuklar, şiddet içeren filmler izledikçe gerçek dünyadaki şiddete daha az

tepki vermekte, başkalarının yaşadığı acı ve sorunlara karşı ilgisiz kalmakta, empati duymamakta ve toplumda giderek artan şiddet olaylarına daha fazla hoşgörü göstermektedir.

İnsanların gündelik hayatta karşılaştıkları şiddet olaylarından kat kat fazlasını televizyon ekranında görmesi, gerçek hayata bakış açılarında olumsuzluğa neden olabilmektedir. Birey toplumsal hayatta başına her an kötü bir olay gelecekmış kaygısıyla yaşamak durumunda kalabilmektedir.

Şiddet içeren haberlerin, izleyici kitlesi üzerinde de çok önemli olumsuz etkileri bulunmaktadır. Şiddet içeren davranışların sıklığı, model alınarak öğrenildiğinden hızla artmaktadır. Şiddet, adeta "olağan, sıradan, hayatın bir parçası" olarak gösterilmektedir. Bu da bir süre sonra, toplumların şiddete karşı duyarsız kalmalarına ve şiddet içeren olayların sıklığının giderek artmasına neden olmaktadır (RTÜK, 2007; 48).

Canlı ve hazırlıklı şiddet sunumunun ve gösteriminin model alma açısından etkili olabileceği, çocuk ve gençlerin bundan fazlasıyla etkilenebileceği, Toplumumuzda ve özellikle okullarda şiddet olaylarının artmasında, çocuk ve gençlerin televizyon ekranlarından model aldıkları şiddet sahnelerinin oldukça etkili olabileceği, Çocuk ve gençlere olumsuz rol modelleri sunulduğu ve sonuç olarak; Bu tür programların çocuk ve gençlerin bütün yönleriyle gelişimlerini ve özellikle de kimlik gelişimlerini olumsuz etkileyebileceği değerlendirilmiştir (RTÜK, 2007; 50).

Haberlerde şiddet içeren olaylar, görüntüler ve sahneler ne sıklıkta yer alırsa zararlı etkileri o oranda artar. Şiddet sahnelerinin ayrıntıları artıkça tekrarlamalar ve canlandırmalar pekiştirildikçe etkinin boyutu daha da tehlikeli bir hal alır.

“Yapılan araştırmalar medyada yayınlanan özellikle de televizyonda yer alan şiddet olaylarının, toplum genelinde saldırganlık oranları üzerinde istatistiksel olarak

anlamalı düzeyde bir artışı tetiklediğini ortaya koymaktadır. Bu olumsuz etki özellikle işsizlik, ekonomik kriz ve politik belirsizliklerin olduğu az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde daha belirgindir” (Alptekin, 2007, par.1).

İnsanlar tarafından televizyon izleme etkinliğinin çeşitli, sosyal yaşamdan kaynaklanan bazı nedenleri bulunmaktadır. Düşünceden kaçmak, hayallere sığınmak, rahatlamak gibi ve benzeri pek çok neden kaynaklı televizyon izleme faaliyeti gerçekleşir.

İzleyiciler şiddete karşı duyarsızlaşmakta, saldırganlarla ve saldırganların çeşitli sorunlar karşısındaki çözümleriyle özdeşleşmektedir. Böylece şiddet içerikli davranışlar ve tutumlar kodlanmakta, kişisel tüm durumlarda saldırganlık en olası yaklaşım haline gelmektedir (RTÜK, 2007).

Klaper, kitle iletişim araçlarında cinayet ve şiddet olaylarının yer almasının şu etkilerinin olduğunu söylemektedir: “Belli olarak açıklanmayan bir yönde zararlı olması; doğrudan taklitçi davranış uyandırması; suç işlemede eğitim okulu işlevi görmesi; gerginlik durumlarında insanlar arasında şiddete veya cinayete yönelen davranışı uyandırma gücü olması; izleyicinin insan hayatına verdiği değeri azaltması; psikolojik ve toplumsal bakımdan saldırganlığı istenir yapması” (akataran Erdoğan ve Alemdar, 2005; 124).

RTÜK’ün televizyondaki şiddet içeriğinin izleyicileri üzerinde yaptığı bir araştırmada; şiddet sahneleriyle defalarca karşılaşan bireylerin zaman içinde bu tür olaylara alışacakları ve duyarsızlaşacakları varsayılmaktadır. Böylece şiddete karşı duyarsızlaşarak olumsuz duygusal tepki göstermeyen bir kişi, şiddet hakkında düşünürken rahatsızlık duymayacak, hatta şiddet içeren planlar kurmaya yatkın olacaktır

Medyadaki şiddete daha fazla maruz kalan bireyler, dünyayı daha karanlık ve kötülük dolu bir yer olarak görmeye, gerçekte olduğundan daha fazla şiddet dolu olarak algılamaya, yaygın bir korku ikliminde yaşamaya başlamakta ve şiddete karşı katı ve hissiz olabilmektedir. Artan saldırganlığa ek olarak, sayısız denecek kadar çok çalışma göstermiştir



ki, şiddet sahnelerine maruz kalma, şiddete karşı duyarsızlaşmaya neden olmakta ve şiddete kurban gidileceğine dair bir korku iklimi yaratmaktadır... ABD'nin Ulusal Ruh Sağlığı Enstitüsü, "Televizyonda şiddete maruz kalmanın, ölçülen diğer davranışsal değişkenlerde olduğu gibi, saldırgan davranışlarla güçlü bir ilişki gösterdiğini" bildirmiştir... Televizyondaki şiddet içeriğinin, küçük çocuklarda korkulu ve saldırgan davranışların olasılığını artıran uyarılmışlık hali, düşünce ve duygular üzerinde önemli kısa vadeli etkilerinin bulunduğu ve bu etkilerin, özellikle erkek çocuklarda daha belirgin olduğu sonucuna varılmıştır. Saldırganlığın birçok faktörle ilişkili olması ve bu konunun araştırılmasında karşılaşılan yöntem güçlükleri nedeniyle, bu ilişkinin daha büyük çocuk ve ergenlerde ve uzun vadede gözlenmesini güçleştirmektedir (Dağ vd. 2007; 13)

1979 yılında yapılan bir araştırmada da yoğun şiddet gösterimine tabi tutulan televizyon izleyicilerde dünyanın gerçeğinden çok daha kötü olduğunu algısına yol açtığı saptanmıştır (Gerbner aktaran Çığ, 2006; 40). Bu anlamda televizyon ana haber bültenlerinin de yoğun şiddet içermesi bireylerde güvende olmadıkları algısına neden olabilmektedir. Aynı şekilde Gerbner, televizyondaki şiddetin ülkeyi parçalayan, kızgınlık ve güvensizlik duyguları eken duyguları alevlendirdiğini söylemektedir (aktaran Çığ, 2006, s.64, 66). Şiddet gösteriminde "Kim kime ne yapar ve yanında kar kalır" mesajı iletilerek adalete olan güvenin azalmasına neden olabilmektedir. Televizyondaki şiddete fazla maruz kalmanın diğer bir sonucu da şiddetin normal ve problem çözmede etkili bir yol olduğu insanlara aşılır. İnsanlar problemleri şiddet yoluyla çözmeyi televizyondan öğrenebilmektedirler (aktaran Çığ, 2006; 51).

Yaşadığımız bu toplumsal süreçte medyanın görsel gerçekliğinin toplumsal gerçekliğin yerini aldığını söylemek mümkündür. Gerbner izleyicilerin televizyonun imgelerine yoğun bir şekilde maruz kalmasının kavrayışlarını etkilediğini söylemektedir. Aynı şekilde televizyonun insanların yargılarının oluşmasını sağlayan genel bilinci ektiğinden bahsetmektedir (aktaran Çığ, 2006).

Televizyondaki şiddet ve izleyiciler üzerindeki etkisine ilişkin yapılan başka bir araştırmada, televizyonun sunduğu şiddet içerikli toplum portresinde, aşırı şiddete maruz kalan izleyicilerin şiddeti kabul etmeye meyilli olduğu yargısına varılmıştır. Bu etkinin izleyiciler üzerinde uzun dönem sonrasında gözle görülür kümülatif bir yapıya kavuştuğu belirtilir (Gerbner aktaran Çıg, 2006; 40).

“Türkiye’de televizyonlarda şiddet sunumuna bakıldığında araştırma sonuçları paralelinde şiddete aşırı derecede yer verildiğini söylemek mümkündür. Şiddet sunumu en çok izlenen zamanda ana haberlerden başlayarak neredeyse izleyen tüm programlarda yapılmaktadır. Televizyonlarda sunulan şiddetin önemli bir yönü de, “iyi”yi temsil edenlerin uyguladıkları şiddetin “meşru” olarak sunulmasıdır” (RTÜK, 2007).

Ülkemizde televizyon yayıncılığına ilişkin 3984 sayılı Radyo Televizyon Kuruluş ve Yayınları Hakkında kanun ile şiddet konusunda düzenlemeler getirmektedir. Buna göre, Kanunun “Yayın İlkeleri” ni düzenleyen 4 üncü maddesinin b,u, v, ve z bendleri, şiddete ilişkin konuları düzenler. Adı geçen bendlerin hükümleri şöyledir:

b) Toplum şiddete teröre etnik ayrımcılığa sevk eden veya halkı sınıf, ırk, dil, din, mezhep ve bölge farkı gözeterek, kin ve düşmanlığa tahrik eden veya toplumda nefret duyguları oluşturan yayınlara imkân verilmemesi. u ) kadına, güçsüzlere ve küçüklere karşı şiddetin ve ayrımcılığın teşvik edilmemesi.

v) yayınların şiddet kullanımını özendirici veya ırkçı nefret duygularını kışkırtıcı nitelikte olmaması. Haber, haber program veya güncel programlarda, şiddet unsuru taşıyan görüntüler, flulaştırma veya benzeri tekniklerle, sadece olayın gerektiği ölçüde, aşırıya kaçmadan kullanılmalıdır. Şiddet unsuru ağırlıklı dramatik yayımlar, çocuk ve gençlerin olumsuz etkilenmemeleri için, önceden sesli/yazılı uyarılarda bulunması kaydıyla, ancak saat 23.00 ile 05.00 arasında yayınlanmalıdır.

z) gençlerin ve çocukların fiziksel, zihinsel ve ahlaki gelişimini zedeleyecek türden programların, bunların seyredileceği zaman ve saatlerde yayınlanmaması (RTÜK,2004; 8–9)

Şiddet hiç gündemden düşmeyen bir konu, belirli dönem ve aralıklarla gündem olmayı başarmaktadır. Şiddet ile ilgili yapılmış pek çok araştırma bulunmasına karşın, şiddet hiçbir şekilde onaylanmamasına rağmen nasıl oluyor da her zaman gündem olabilmektedir? Toplumda cereyan eden bir olay şiddet içeriyorsa haberciler için haber değeri ve niteliği taşımış olmaktadır. Televizyondaki şiddet gösterimi ve sunumunda izleyici kitle açısından son derece olumsuz sonuçları bulunmasına rağmen şiddetin denetlenmesine yönelik ciddi bir çalışma olmadığı ortaya çıkmaktadır. Son dönemlerde RTÜK tarafından batıdan alınarak uygulamaya konulan akıllı semboller uygulaması da pek etkileyici olamayacak gibi görünmektedir. Çünkü bu “akıllı işaretler” şiddet içeren programların hemen başında birkaç saniye kaldıktan sonra kaybolmaktadır. Ayrıca da bu “akıllı işaretler” televizyonların en fazla izlendiği ve her türlü şiddetin yoğun olarak sergilendiği akşam ana haber bültenleri için geçerli olmamaktadır.

Televizyondaki şiddete denetim getirilmesi RTÜK tarafından pek uygulanmamakta belirli dönemlerde özel medya kuruluşlarına küçük ihtarlar şeklinde geçirilmektedir. Haberciler şiddetin denetlenmesine ilişkin kuruluşlarına bir müdahalede bulunulduğunda bunu “sansür” olarak nitelendirmekte, “ifade özgürlüğüne” aykırı teşkil eder gerekçesinin altına sığınmaktadırlar. Basına sansür uygulanamaz, ifade özgürlüğü kısıtlanamaz adı altında ana haberlerde şiddetin en uç noktasında yoğun örneklerle karşılaşılabilmektedir. Televizyondaki şiddetin gösterimine karşı hukuki düzenlemeler bulunmasına rağmen bunların fiilen pek uygulamalara konulmadığı açıkça ortadadır.

Televizyonun insanların dünya görüşlerini, tutum ve davranışlarını, hayat tarzlarını, kültürlerini, alışkanlıklarını ve zevkleri üzerinde büyük etkiler yaptığını göz önünde bulundurursak, Televizyon haberlerindeki şiddet, ünlülerin magazin haberleri ve gece kulüplerindeki, defilelerdeki erotik şov görüntüleri, uyuşturucu, cinayet, hırsızlık ve tüketimi körükleyici nitelikteki haberler izleyicilerin kişilikleri üzerinde derin tahribatlara yol açacağı bir gerçektir. Bu noktada bu durumdan en çok etkilenenlerin de çocuklar ve gençler olduğu görülmektedir.

## **2.5. Türkiye’de Televizyon Haberlerine İlişkin Yapılmış Araştırmalar**

Türkiye’de televizyon haberlerine ilişkin yapılan pek çok araştırma, yüksek lisans ve doktora tez çalışmaları bulunmaktadır. Genellikle haberlerin magazinleşmesi, haberlerde gündem oluşturma süreçleri, kamu ve özel televizyon haberciliğinin habercilik değerleri açısından karşılaştırılması, haberlerde dilin kullanımı, haberlerde ideoloji ve kamuoyu oluşturma, haber spikerliğinde etik, haberlerde gizli kamera kullanımı ve etik, haberlerde terörizm, haberlerde manipülasyon ve gerçeklik, haberlerde söylem oluşturma süreçleri gibi konular ele alınıp incelenmiştir.

“Televizyonda Haberin Magazinleşmesi” adlı çalışmasında Ergül (2000), medyanın ekonomik ve ideolojik boyutu üzerinde durmuştur. Türkiye On-on beş yıllık gibi bir dönemde haber ve magazinleşme ilişkisiyle tanışmıştır. Türkiye’de son on beş yıl içerisinde neo-liberal ekonomi politikalarıyla özel sermaye grupları kitle iletişim araçları alanında önemli yer edinmiştir. Birer işletmeye dönen medya kuruluşlarında haber, değişim değeri taşıyan bir metaya dönüştürülmüştür. Ergül’e göre, Türkiye’de haber bültenlerin magazinleşmeye başlaması ve haberlerin genelinde %40 oranında yer tutması, 1980 sonrasında ekonomi ve politik boyutta özelleştirme sürecinin başlatılmasından sonra

gerçekleştirilmiştir. Ergül, haberlerin magazinleşmesi, izleyicileri gerçeklikten uzaklaştırdığı bilgi merkezli habercilik anlayışının terk edildiği, bu durum bireyi yaşadığı dünyaya daha da yabancılaştırdığını ifade etmektedir.

Uğurlu ve Öztürk (2006) “Türkiye’de Televizyon Haberciliği” adlı çalışmalarında 1990’lı yıllarda başlayan özel televizyon yayıncılığının Türk haberciliğine getirdiği olumlu ve olumsuz sonuçlarını değerlendirilerek habercilik anlayışlarını irdelemişlerdir. Bu noktada TRT, NTV ve Show TV televizyonlarını karşılaştırarak içerik analizi yöntemiyle haber türleri ve süreleri, haber bantları, haber spotlarını incelemişlerdir. Özel televizyon yayıncılığının getirdiği olumlu etkileri; protokol haberciliğinin terk edilmesi, canlı perfore yapılmaya başlanması, stüdyoda konuk olma yöntemi ortaya çıkması, haberlere daha ayrıntılı şekilde yer verilmeye başlanması, canlı yayın sistemi geliştirilmesi ve insanlara sunulan tercih seçenekleri çoğalması olarak gösterilmektedir. Olumsuz etkiler ise şu şekilde sıralanmakta; spikerler Türkçe’yi hatalı kullanmakta, haberlere yorum katılmakta, ekranda yazı unsuru çok yer verilmekte, şiddet ve pornografik görüntüler mozaiklenmeden görüntülenmekte, haberler magazinleştirilmekte, haberlerde müzik kullanılmakta ve olaylar reyting uğruna abartılı bir şekilde sunulmakta şeklinde sıralanmaktadır.

Cordan (2001) “Ulusal Televizyon Kanallarının Haber Bültenlerinde Şiddetin temsili” adlı çalışmasında toplumsal şiddetin haber medyasında nasıl temsil edildiğini göstermeye çalışmıştır. Öne sürdüğü varsayımlarından biri, olumsuz nitelik taşıyan haberlerin, diğerlerine oranla daha çok haber değeri taşıdığı, diğer varsayımı ise, egemen söylemlere karşıt olarak geliştirilen düşünce ve eylemlerde bulunan kişi veya kurumların medya tarafından “sapkın” olarak nitelenmesi olumsuz nitelikli haberlerin önemli bir bölümünü oluşturduğudur. Ayrıca haber medyasında şiddetin temsilinin, toplumsal

ilişkilerdeki eşitsizliklerin bir uzantısı olarak kabul edilmektedir. Haber medyası, toplumdaki eşitsiz ilişkileri hergün yeniden kurduğunu ifade etmektedir.

Cordan (2001), araştırmasında kamu yayıncılık hizmeti veren TRT 1 televizyon kanalı ile özel televizyon kanallarından kanal D ve NTV televizyon kanallarının 15 günlük haber bültenlerinden toplam 823 haberin kayıtlarını içerik analizine tabi tutarak incelemeye çalışmıştır. Elde ettiği sonuçlarda, şiddet içerikli haberlerin arka plan bilgisine, olayların nedenlerine ve olay öncesi görüntülere yeterince yer vermediğini; böylece şiddet davranışının kişiselleştirilerek toplumsal bağlamından kopartılmış bir çerçevede sunulduğunu ortaya koymaktadır.

Cordan (2001) çalışmasında şiddet türlerini üç kategoride; sözel, fiziksel ve silahlı saldırı olarak ele almaktadır. sözlü münakaşa ile bağırıp/çağırarak sözel saldırı kategorisine, fiziksel saldırı kategorisine ise tartaklama, dayak, tekme, tokat, döverek yaralama, döverek öldürme, yanan insan görüntüsü, işkence görüntüsünü dahil etmektedir.

Cordan (2001) incelediği 3 televizyon kanalındaki haber türlerindeki şiddet oranlarını şu şekilde bulmuştur: kanal D televizyonunda şiddet içeren iç politika haberleri %19, şiddet içeren dış politika haberleri % 6, şiddet içeren polis adliye haberleri % 4, şiddet içeren magazin haberler % 1, şiddet içeren spor haberleri % 2, şiddet içeren kültür-sanat ve ekonomi haberleri % 0 olarak bulmuştur.

Araştırmada TRT 1 televizyon kanalında ise şiddet içeren iç politika haberleri %21, şiddet içeren dış politika haberleri %8, şiddet içeren polis adliye haberleri % 2 şiddet içeren magazin haberleri % 0 şiddet içeren spor haberleri % 1, şiddet içeren kültür sanat haberi % 0, şiddet içeren ekonomi haberi %0 olarak bulmuştur. NTV televizyon kanalında şiddet içeren iç politika haberleri %10, şiddet içeren dış politika haberleri % 9, şiddet

içeren polis adliye haberleri %1, şiddet içeren spor haberleri %1, şiddet içeren kültür sanat haberi % 0, şiddet içeren magazin haberi % 0 olarak bulmuştur (Cordan,2001).

Kara, (2002) “ Medya Terörünün Televizyondaki Yeri ve Alınması Gereken Önlemler” adlı yüksek lisans tezinde literatür taramasına dayalı kuramsal bir çalışma yapmıştır. Kara, çalışmasında haberleri, reality Showları, çizgi filmleri ve sinema filmlerini literatürü tarayarak incelemiştir. Medya kurumlarının şiddet aracılığıyla önemli miktarlarda rant sağlandığını iddia etmektedir. Kara çalışmasında televizyonun ve şiddetin ne olduğunu, bu konudaki kuramsal yaklaşımları, haber, haber programı, reality show ve çizgi filmlerde şiddetin nasıl işlendiğini incelemeye çalışmıştır.

Kebabçı'nın (2001) tarihinde “Televizyonların Ana Haber Bültenlerinde Şiddet Olgusu” adlı kuramsal yüksek lisans tez çalışmasının ilk bölümünde şiddet, saldırganlığın kaynağına ilişkin kuramlar ve televizyon ve şiddet ilişkisi kuramlarını ele almıştır. İkinci bölümde televizyonun çocuklar ve gençler üzerindeki etkisine değinen Kebabçı, üçüncü ve dördüncü bölümlerde televizyon haberlerinin gerçeği ne kadar yansıttığı ve televizyon haberciliği ve şiddet ilişkisi değerlendirilmektedir. Çalışmasının beşinci ve altıncı bölümlerinde haberlerdeki etik ihlallere ve televizyon haberlerin reklamlarla ilişkisi analiz edilmektedir. Kebabçı, ana haber bültenlerinin şiddete yoğun yer verdiğini ifade etmektedir. Haberin diğer televizyon programlarıyla bir bütünlük oluşturduğunu, haberlerin reality şovlardan, televizyon dizilerinden, sinema filmlerinden, magazin eğlence programlarından bir farkı kalmadığını vurgulamaktadır. Çalışmasında bir çok televizyon kanalının sansasyona, magazinleşmeye, aşırı şiddete yer vermesi ve yorum içermesi konusunda benzerlikler içerdiğini, bu noktada özel televizyon kanallarındaki artışın bir farklılığı getirmediğini dile getirmektedir.

RTÜK, Kamuoyu ve Yayın Araştırmaları Dairesi Başkanlığı'nca 31 Ocak 1998 Cumartesi-1 Şubat 1998 Pazar günleri ulusal düzeyde yayın yapan 12 TV kanalının ana haber yayınlarıyla ilgili olarak 2 günlük bir dönemi kapsayan; “Ulusal Televizyonların Anahaber Bültenleri İçerik Analizi” yapılmış ve bu araştırmada ilginç sonuçlara ulaşılmıştır. Ulusal düzeyde yayın yapan 12 televizyon kanalının (11'i özel ve TRT'nin Birinci kanalı) toplam ana haber bülteni süresi 31 Ocak 1998 Cumartesi günü 8 saat 15 dakika 8 saniye olup, bu sürede; 14 Sözel saldırı, 266 bedensel saldırı, 514 devam eden şiddet görüntüsü, 128 ses ile şiddet (silah sesi, ağlama, patlama), 24 hayvanlara yönelik şiddet, 12 işyerinde şiddet, 85 kaza olmak üzere toplam 1.043 adet şiddet unsuru, 1 Şubat 1998 Pazar günü ise 8 saat 39 dakika 25 saniye olup, bu sürede; 5 Sözel saldırı, 232 bedensel saldırı, 722 devam eden şiddet görüntüsü, 149 ses ile şiddet (silah sesi, ağlama, patlama), 8 hayvanlara yönelik şiddet, 6 işyerinde şiddet, 64 kaza olmak üzere toplam 1.186 adet şiddet unsurunun görsel ve işitsel olarak izleyiciye iletildiği belirlenmiştir. Bir anlamda Ana haberlerin izleyicisi terör ve şiddet haberlerinden kaçamamaktadır.

RTÜK'ün bir başka araştırmasında, çocukların şiddet içeren görüntülerden fazla etkilendiği belirten ebeveynlerin yüzdesi 91.8'dir. Özetle yayınlarda; suç ve toplumsal kurallara aykırı, insanların ıstırapları, acıları, yaşadıkları felaketler, ölüm anları ve benzeri durumlar duygu sömürüsüne yol açacak, korku yaratacak veya izleyicileri dehşete düşürecek şekilde verilmemeli, halkın ruh sağlığını bozacak yayın yapılmamalıdır (Özdiker, 2007)

RTÜK başkanı Akman'ın (2007) yaptığı açıklamalara göre, toplumun yaklaşık %85'i her gün haber bülteni izlemektedir. Özellikle ana haber bültenleri her gün takip edilmekte insanlar Türkiye ve dünya hakkında bilgi sahibi olmak istemektedirler. RTÜK'e



göre, özel televizyon kanallarının ana haber bültenlerindeki haber anlayışı kamuoyu tarafından rahatsızlık duyulmakta, benimsenmemekte ve bu önemli bir sorun olarak görülmektedir. RTÜK televizyon haberlerinin kamusal çıkar gözetmediğinden bahsetmektedir. Bu durum karşısında tüm televizyonların haber yöneticileri bu gerçekler karşısında daha duyarlı olmaya davet edilmektedir.

Genç, (2003) tarihinde “Televizyon Haberlerinde Görsel Metin Etiği” adlı doktora tez çalışmasında görsel metinler aracılığıyla gerçekleştirilen etik ilke ihlallerinin, toplumda ne gibi etkiler oluşturduğunu, televizyon ana haber bültenlerinde yer alan bir örnek olayın içerik çözümlemesi ile aynı haberin bireyler üzerindeki algılamalarını belirlemeye yönelik anket çalışması yaparak bulmaya çalışmıştır. Genç çalışmasında örnek olayı, Fazilet Partisinin Anayasa Mahkemesi tarafından kapatılmasına ilişkin haberleri TRT, Show TV, ve Kanal 7 Televizyonlarını ele alarak incelemiş çalışmasında içerik analizi yöntemi yanında alan araştırması yapmıştır. Alan araştırması için Devlet İstatistik Enstitüsü verilerinden yararlanmıştır. Çalışmasının sonucunda televizyon haberlerinde sözsözsel metinlerin yanında görsel metinlerde de etik ihlaller olduğunu, görsel metinlere yorum katılmakta, sunulan haber yayın kuruluşunun sahibine ve ilişkide bulunduğu ticari kuruluş ve kişilere göre görsel metinlerin belirlendiğinin, haberin yayınladığı kanalın ideolojisine göre biçimlendiğini ortaya koymaya çalışmıştır.

Öztürk, (1996) “Televizyon Haberciliği ve Türkiye’deki Uygulamaları (kamu televizyonu ve özel televizyonlarda akşam ana haber bültenlerinin incelenmesi)” adlı doktora tez çalışmasında televizyon haberciliğini, genel habercilik ilkeleri doğrultusunda kamu televizyonu olan TRT ile özel televizyon kanallarından ATV, Show tv ve Kanal D televizyonlarını karşılaştırmalı olarak incelemeye çalışmıştır. Öztürk habercilik ilkelerine hangi ölçüde uyulduğunu, haberlerin işlevlerini ne kadar yerine getirildiğini ortaya

koymaya çalışmıştır. Araştırmasında içerik analizi yöntemi kullanmış, ayrıca araştırma dört kanalın haber bültenlerini 7gün boyunca video kayıtlarından oluşturmuştur. Araştırma sonucunda özel televizyon kanallarının sansasyona, magazine yoğun yer verdiği, tarafsızlık ilkelerini çiğneyerek yorumlar yaptığını ortaya koymuştur. TRT nin daha ilkeli bir yayıncılık yaptığını, TRT ile özel televizyon kanallarının haberi verilişlerinde dili düzgün kullanma bakımından farklılıklar olduğunu ortaya koymuştur.

Savaş (2001) tarihinde “Medyadaki Şiddetin Çocuklar Üzerindeki Etki ve Sonuçlarının Medya Etiğinin de Ele Alınarak Değerlendirilmesi” yüksek lisans tez çalışmasında medyanın etik değerleri bir tarafa bırakıp ticari kaygılarla kendisi için hayati önem taşıyan şiddeti yaygın bir şekilde konu edindiğini açıklamaya çalışmıştır. Televizyondaki şiddet gösteriminin çocuklar üzerinde etkilerini 85 çocuk üzerinde uyguladığı “Çocuk-Şiddet-Aile ve Televizyon Bağlamında Çocukların Şiddetten Etkilenme Dereceleri” adlı ankette araştırmaya çalışmıştır. Çalışma sonucunda televizyon programlarında şiddetin gittikçe artış gösterdiğini, çocukların programların içerdiği dil, davranış şekilleri ve kültürel kalıplarını taklit ettiğini ortaya koymuştur. Çözüm noktasında aile eğitiminin büyük önem taşıdığını, eğitilmiş insanlar yetiştirmekle sorunun çözümünde önemli ölçüde ilerleme kaydedileceğini belirtmektedir.

Cinli Şengürbüz (2001) “Biçim ve İçerik Açısından Televizyon Haberleri” adlı yüksek lisans tez çalışmasında ana haber bültenlerini TRT, CNN Türk, BTR, Kanal D ve Show TV televizyon kanallarını ele alarak, haberciliğin nasıl algılandığını ve haberlerin nasıl yapıldığını sorgulamaya çalışmıştır. Araştırmacı, ana haber bültenlerinin biçim ve içeriğini beş günlük süre içerisinde ele alıp değerlendirmiş sonra da televizyon kanallarının yönetmenleriyle haber ilkeleri, biçim ve içeriği nasıl oluşturduklarına ilişkin görüşme yapmıştır. Haberlerle ilgili biçim ve içerik açısından elde ettiği sonuçlar ile kendi gözlem

ve değerlendirmelerinde, haber yöneticilerinin kendi kanalları ile söyledikleri yayıncılık anlayışının pek uyuşmadığını ortaya koymuştur. Araştırma sonucunda TRT ile diğer özel televizyon kanalları arasında evrensel ölülerde bir yayıncılık anlayışı konusunda bir fark olduğunu belirtmiştir. Özel kanalların reyting kaygısıyla haber içeriğinin magazinleşmesini, şiddeti, cinsel sömürüyü yoğun vermekle haber sunum biçimleriyle ieriksizleştiği noktasında evrensel ölülerde bir yayıncılık yapmadıklarını ifade etmiştir.

### **3. BÖLÜM: PROBLEM VE YÖNTEM**

#### **3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi**

Bu çalışma temelde günümüz toplumunun iki önemli ögesinin ilişkilerini incelemeyi hedeflemektedir. Bunlardan ilki medya kurumunun en önemli araçlarından biri olan televizyon diğeri ise yine televizyonun da araçsal bir işlev yüklediği günümüzün önemli toplumsal problemlerinden biri olan ve toplumsal yaşamın her alanında yayılma eğilimi gösteren şiddet olgusudur.

Medyanın merkezde yer aldığı günümüz toplumunda, geleneksel kurumlardan eğitim, aile, din gibi kurumların işlevlerinde değişimler yaşanmakta ve işlevlerinin bir kısmını kitle iletişim araçları dediğimiz teknolojik araçlara devretmektedir.

Bu denli önemli bir toplumsal güce sahip olan medya konusunda birçok bilim adamının, genelde medya, özelde televizyon haberlerinde şiddette ilişkin hem fikir oldukları nokta, televizyonda şiddet sunumunun giderek arttığı, medyanın şiddetle iç içe olduğu, bu programların belirli çıkar ve amaçlar doğrultusunda yapıldığıdır.

Bilgisayarlar, internet, gazete, radyo ve televizyon temel medya araçlarındandır. Televizyon ise, günümüzün en önemli kitle iletişim aracı olarak kabul edilir. Televizyonu diğer medya araçlarından farklı kılan özelliği, program türlerinin çeşitliliği, program yapılarında barındırdığı müzik, ses ve hareketli görüntü öğelerini bir arada bulundurması nedenleri ile toplumu ve bireyleri etkileyebilme gücü açısından farklılık göstermesidir.

Televizyon programları içinde özellikle haber programları, izleyici kitlesinin çeşitliliği, her yaştan ve sınıftan insanlara hitap etmesi, izlenme oranının yüksek olması ve

haberlerin diğer tüm program türlerinin öğelerini yapısında barındırması ve kapsaması açısından önem arz etmektedir.

Medya tüm dünyada ve Türkiye’de toplumda cereyan eden şiddet olaylarıyla gündemini belirlerken, şiddet haberlerinin sunum şekilleri ve haberin işleniş biçimi (şiddetin eğlence unsurlarıyla iç içe geçirilerek verilmesi gibi) bir şiddet kültürünün de oluşumuna zemin oluşturmaktadır. Haberlerdeki aşırı şiddet vurgusu, bireylerin sosyal yaşamında bir dizi başka sorunu beraberinde getirmektedir. İnsanların şiddeti kanıksaması, şiddetin meşrulaşması, şiddete yönelimin baş göstermesi, sorumluluk ve ahlak bilincinin zayıflaması gibi etmenler bu konudaki çeşitli araştırmaların da konusu olmuştur (Poyraz, 2002; Köse, 2004; Esslin, 2001; Radford, 2004; Yalsızuçanlar,1997).

### **3.2. Problem**

Bu araştırmanın temel problemi şöyle ifade edilebilir: Özel televizyon kanallarında yayımlanan ana haber bültenlerinin farklı haber türlerinde şiddet ne sıklıkta ve ne kadar süre ile yer almakta ve nasıl sunulmaktadır?

### **3.3. Varsayımlar**

1-Medyanın, şiddet üretimini yaygınlaştıran program içeriklerine sahip olduğu, en önemli aracı televizyondur.

2-Televizyon haberleri içerik ve sunum açısından şiddet kavramını yeniden üretmektedir.

### 3.4. Alt Problemler

- 1- Ana haber bültenlerinde yer alan haber türleri nasıl bir dağılım göstermektedir?
- 2- Özel televizyon kanallarının ana haber bültenlerinde şiddet ne sıklıkla yer almaktadır?
- 3-Farklı haber türlerinde şiddet ne sıklıkta ve ne kadar süre ile yer almaktadır?
- 4-Özel televizyon kanallarında yayınlanan ana haber bültenlerinde fiziksel şiddet, sözel şiddet ve görsel şiddet ne sıklıkta yer almaktadır?
- 5-Özel televizyon kanallarının ana haber bültenlerinde yer alan çeşitli haberlerde fiziksel şiddet, sözel şiddet ve görsel şiddet ne sıklıkta ve ne kadar süre ile yer almaktadır?
- 6-Haber bültenlerinde fiziksel şiddet, sözel şiddet ve görsel şiddet öğeleri ne sıklıkta yer almaktadır?

### 3.5. Yöntem

Çalışma temel olarak betimsel bir çalışmadır. Haber programlarının metinleri temel veri kaynağını oluşturmaktadır. Bu metinlerin analizi televizyon kanalı, haberin türü, haberin şiddet içerip içermemesi, haberlerdeki şiddet türleri ve şiddet öğeleri değişkenleri üzerinden yürütülmüştür.

İçerik çözümlemesi, sosyal gerçeğin, yazılı/açık içeriklerinin özelliklerinden içeriğin yazılı/ açık olmayan içeriğin özellikleri hakkında çıkarımlar yapmak yoluyla sosyal gerçeği araştıran bir yöntemdir (Metren, Aktaran, Uğurlu ve Öztürk,2006; 125)

İçerik çözümlemesi, bazı şeylerin miktarını, bazı iletişim biçimi örnekleminde ölçmeye dayanan araştırma tekniğidir... içerik çözümlemesinin en ayırıcı yönü sayısallaştırmadır. Sayısallaştırma kavramı, ölçme işlemini içermektedir. Bilgileri yoğunlaştırmak ve böylece karşılaştırılabilirliğin sağlanması bakımından düzenleyici bir işleve sahiptir (Gökçe, Aktaran, Uğurlu ve Öztürk,2006; 125-126)

Haber içerikleri analiz edilmek üzere biçimlendirilirken, fiziksel birimlendirme yapılarak uzunluğu, süresi, sahneleri ölçümlenebildiği gibi anlambilimsel, konusal, sözdizimsel bilgilendirmelere de girebilir. Haber bültenleri,ulusal ve uluslararası siyasi, politik, ekonomik haberler, aktüel, günlük olaylar, askeri, adli, terör, çevre,dini mali,spor, hava durumu haberleri olarak incelenebilir (Parsa , Aktaran, Uğurlu ve Öztürk,2006; 128)

### **3.5.1. Örneklem, Veri Toplama Araçları ve Verilerin Toplanması**

Bu araştırmanın verileri Türkiye’deki özel televizyon kanallarından, Kanal D, Star, Show, Flash televizyonlarında 4 Eylül 2005 ile 30 Aralık 2005 tarihleri arasında yayınlanan akşam ana haber bültenlerinin video kayıtlarından oluşmaktadır. Bu televizyon kanalların seçilmesi hem şiddet içeren haberleri yaygın olarak ele almaları hem de izlenme oranlarının yüksek olmasıdır.

Geray’a (2004) göre “iletişim araştırmalarında geçmişte yapılmış içerik çözümlemelerinden hareketle örneklem konusunda bazı rehber ilkeler oluşturulmuş durumdadır. Araştırmacılar buna karar verebilmek için özel çalışmalar da yapmışlardır. Örneğin önce tek bir konu kategorisinde bütün bir yıldaki dağılımla, 48 sayının (günün), 24 sayının, 12 sayının ve 6 sayının içindeki dağılım karşılaştırılmıştır. Sonuç olarak örneklemelerin tamamının başarılı olduğu ve 12 sayıdan fazla örneklemelerin başarımı fazla artırmadığı sonucuna varılmıştır” (Geray, 2004; 141). Bu görüşten hareket ederek yukarıda

sözü edilen tarih aralıklarında her bir televizyon kanalı için 7 günlük haber bülteni tesadüfi olarak seçilmiştir. Böylece, dört kanaldan toplam olarak 28 haber bülteni ve 479 haberden oluşan bir örnekleme ulaşılmıştır. Bu örneklemede Kanal D 127, Flash tv 106, Show tv 127 ve Star tv 119 haber ile yer almıştır.

#### **Ana Haber Bültenlerinden seçilen kayıt tarihleri:**

Kanal D: 26 Kasım 2005, 12 Eylül 2005, 27 Aralık 2005, 15 Ekim 2005, 29 Ekim 2005, 9 Kasım 2005, 16 Aralık 2005

Flash: 5 Kasım 2005, 10 Kasım 2005, 12 Aralık 2005, 22 Ekim 2005, 10 Ekim 2005, 4 Eylül 2005, 22 Eylül 2005

Show: 25 Aralık 2005 , 1 Aralık 2005, 24 Ekim 2005, 31 Ekim 2005, 18 Eylül 2005, 16 Kasım 2005, 6 Kasım 2005

Star: 7 Kasım 2005, 9 Eylül 2005, 25 Ekim 2005, 22 Aralık 2005, 8 Ekim 2005, 15 Kasım 2005, 8 Aralık 2005

Toplam 479 haberden oluşan örneklem üzerinde betimleyici istatistiksel analizler yürütülmüştür.

### **3.6. Verilerin Analizi**

Bu veriler araştırmanın problemi ve alt problemleri doğrultusunda haber metinlerinin içerik analizi (Yıldırım ve Şimşek, 2006; Geray, 2004) ve bu içerik analizi sonucunda elde edilen kodlar üzerinden, SPSS paket programı yardımı ile frekans, yüzde ve ki-kare istatistiksel teknikleri kullanılarak analiz edilmiştir.



İçerik çözümlemesi iletişim içeriğinin, genellikle önceden belirlenmiş sınıflamalar (kategoriler) çerçevesinde sistematik olarak gerçekleştirilmesini sağlayan bir araştırma tekniğidir. İçerik, gazete haberleri veya yazıları olabileceği gibi televizyon haberleri, filmleri, radyo programları, sinema filmleri kısaca her türlü içerik olabilir... içerik çözümlemesi, toplumsal bilim araştırma teknikleri 'kitle iletişim araçlarındaki' içeriğe yönelik kullanılan bir yöntem olarak ortaya çıkmıştır (Geray, 2004; 133).

İçerik çözümlemesinin amacı, metnin içindeki mesajlardan çıkarımlar yaparak onları yorumlamaktır. İçerik çözümlemesi, bazı şeylerin miktarını, bazı iletişim biçimi örnekleminde ölçmeye dayanan araştırma tekniğidir. İçerik çözümlemesindeki temel varsayım, iletilerin araştırılması ve iletişimin bu iletileri alan insanları aydınlatmasıdır (Parsa aktaran Uğurlu ve Öztürk,2006; 125).

Televizyon haberlerinde haber metinleri, analiz edilmek üzere birimlendirilirken, fiziksel birimlendirme yapılarak uzunluğu, süresi, sahneleri ölçümlenebildiği gibi anlambilimsel, konusal, sözdizimsel bilgilendirmelere de gidilebilir. Aynı haberin farklı televizyon kurumlarında nasıl ele alındığı da karşılaştırılabilir. Haber bültenleri ulusal ve uluslar arası siyasi, ekonomik haberler, aktüel, günlük olaylar, askeri, adli, terör, çevre, dini, mali, spor, hava durumu haberleri olarak incelenebilir (Parsa aktaran Uğurlu ve Öztürk, 2006; 125).

Seçilen haberler üzerinde yapılan kodlamalar araştırmanın değişkenlerinin operasyonel tanımlarına dayalı olarak yapılmış ve elde edilen veriler SPSS programı aracılığıyla bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Haberler araştırmanın problemi ve alt problemleri çerçevesinde analiz edilmiştir.

### 3.7. Değişkenlerin Tanımları

Bu araştırmanın değişkenleri televizyon kanalı, haberin türü, şiddet öğelerinin tür ve dağılımı olarak sıralanabilir.

**Televizyon kanalı:** Televizyon medyayı oluşturan araçlar içerisinde en popüler olanıdır. Televizyonu diğer medya araçlarından farklı kılan özelliği, program türlerinin çeşitliliği, program yapılarında barındırdığı müzik, ses ve hareketli görüntü öğelerini bir arada bulundurması nedenleri ile toplumu ve bireyleri etkileyebilme gücü açısından farklılık göstermesidir.

Televizyon sunduğu program çeşitleriyle, gündelik hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Televizyon kavramı bu kavramsal zemin içinde çalışmada Türkiye'deki özel televizyonculuk ve haber programları temelinde ele alınmaktadır.

Bu araştırma kapsamında Türkiye'deki özel ticari televizyon kanallarından Kanal D, Show TV, Flash ve Star televizyon kanalları incelemeye alınmaktadır. Bu kanalların ana haber bültenlerinde yer alan şiddet araştırmanın konusunu oluşturmaktadır.

**Haberin Türü:** İlgili alan yazın ve örneklemedeki çeşitli haber örnekleri incelenerek haberler türlere ayrılmıştır. Aşağıdaki haber türlerine ulaşılmıştır:

Siyaset, Ekonomi, Magazin, Kriminal, Futbol, Trafik, Hava durumu, Yangın, Afet, Gözyaşı Sağlık ve Dini haberler.

*Siyaset haberleri*, hükümet ve muhalefet partilerinin demeçleri, siyasi parti başkanlarının sözlü sürtüşme ve hakaretleri, sendika başkanlarının demeçleri, büyük şirket yöneticilerinin siyasi demeçleri, TÜSİAD'ın açıklamalarından oluşmaktadır. Aynı zamanda siyasetle bağlantılı borsa haberleri, yabancı devlet bakanlarının demeçleri, farklı

ülkeler arasındaki diplomatik görüşmeler, Avrupa Birliği haberleri, Cumhurbaşkanlığı ve Genel Kurmay Başkanlığının çeşitli açıklamaları gibi içeriklerden oluşmaktadır.

*Magazin haberleri*, yerli ve yabancı popüler şarkıcılar, sinema oyuncularını, futbolcular, mankenler, politikacılar, din adamlarının özel hayatları ile ilgili dedikodular, kavgalar, evlilikler, gece kulüplerindeki eğlence hayatları, evlilikler, boşanmalar, aşk ilişkileri, giyimleri ve sözlerinde oluşan haberler. Moda ve defile haberleri, sirk haberleri, yemek tarifleri haberleri, sinema ve dizi film tanıtımları bu haber türünün içeriğini oluşturmaktadır.

*Kriminal haberler*, Gösteri- Eylem haberleri Terör Cinayet-bıçaklama-yaralama, Çete-Mafya Silahlı saldırı Kavga Hırsızlık Tecavüz-Cinsel taciz Fuhuş Skandal Uyuşturucu Ölüm haber türlerinden oluşmaktadır.

Gösteri- Eylem haberleri: Şehit ailelerin cenaze törenleri, öğrenci protesto gösterileri, sendikal eylemler, yabancı ülkelerdeki kitlesel gösterilerdeki çatışmalar, gece konu yıkımları.

Terör: Ortadoğu ve Iraktaki savaşla ilgili bombalama ve intihar saldırıları ile ilgili haberler, Doğu ve güneydoğudaki güvenlik güçleri ve PKK arasındaki çatışmalara ilişkin haberler, Yabancı ülkelerde terör eylemlerine ilişkin haberler

Skandal haberleri, devlet kurumları çerçevesinde eğitim, sağlık gibi konularda yaşanan skandallar.

Ölüm haberleri, ünlü kişilerin ölüm haberleri ve trajik bir şekilde ölen insanların haberleri oluşturmaktadır.

*Sağlık Haberleri*, kanser, kalp krizi, felç, şeker hastalığı, kuş gribi gibi hastalık haberlerinden oluşmaktadır. Yangın haberleri, yangın olaylarını içermektedir. Trafik haberleri, trafikte yaşanan kazaları içermektedir. Gözyaşı haberleri ise, tümör, kanser, kalp

krizi vb hastalılardan ölen insanların yakınlarının yaşadıkları trajedilerini konu edinmektedir.

*Trafik haberleri*, trafikte yaşanan kazaları içermektedir. Afet haberleri, sel, deprem ve kasırga gibi doğa olaylarını içermektedir.

*Dini haberler*, dini bayramlar, dini konularda uzman kişilerin görüşleri konularını içermektedir.

*Hava durumu haberleri*, gündelik veya mevsimlik iklim olayları ile ilgili haberleri içermektedir.

*Ekonomi haberleri*, ekonomi ile ilgi haberleri içermektedir.

**Şiddet Türleri:** Şiddetin sözlü şiddet, fiziksel şiddet, görsel şiddet gibi türleri vardır. Ünsal (1996) geniş anlamda şiddeti, insan üzerinde fiziksel ve ruhsal etkileri açıkça ölçülemeyen, dolaylı ve somut bir biçimde hissedilen çeşitli baskılar olarak tanımlamaktadır.

Alan yazının taranması ve örnek haberlerin içeriklerinin incelenmesi sonucu araştırmanın bu değişkeni için aşağıdaki kategorilere ulaşılmıştır.

*Fiziksel şiddet öğeleri:* Dayak, işkence, kavga, yumruklama, tartaklama, tekmeleme, arbede, kırma, taşlama, tokat, ateş etme

*Sözel şiddet öğeleri:* Hakaret, küfür, bağırışma, şiddet sözcükleri, sert münakaşa, çılgılık

*Görsel şiddet öğeleri:* Gözyaşı, sert müzik, panik, kan, patlama, yanma, yaralanma, gerilim, enkaz, cop, sopa, silah-bıçak, ambulans, polis otosu, göz yaşartıcı bomba, tabut, ceset.

**Haberlerin şiddet öğeleri açısından incelenmesi için kullanılan kodlamalar:**

*Dayak:* bir insanın başka bir insanı fiziksel kaba kuvvet kullanarak sopayla yumrukla yada başka sert bir cisimle dövmesi anlamında kullanılmıştır.

*İşkence:* Bir kimsenin başka bir kimseye maddi veya manevi olarak yapılan aşırı eziyet, Aşırı gerginlik, sıkıntılı durum anlamında kullanılmıştır.

*Kavga:* Düşmanca davranış ve sözlerle ortaya çıkan çekişme veya dövüş.  
Yumruklama: yumruklamak işi anlamında kullanılmıştır.

*Tartaklama:* çekerek veya iterek hırpalamak anlamında kullanılmıştır.

*Gerilim:* gerginlik, yüksek tansiyon anlamında kullanılmıştır.

*Tekmeleme:* ayaklarla vurarak şiddet uygulamak.

*Arbede:* kavga, gürültü, patırtı anlamında kullanılmıştır.

*Kırma:* Kırma işi anlamında kullanılmıştır.

*Taşlama:* taşlamak işi anlamında kullanılmıştır.

*Tokat:* birisinin başka birisine avuç içiyle vurması anlamında kullanılmıştır.

*Ateş etme:* silahla ateş etme eylemi.

*Hakaret:* Bir insanın başka bir insana onur kırarak, onuruna dokunacak, küçültücü söz veya davranışta bulunması.

*Küfür:* sövmek için söylenen söz, sövgü anlamında kullanılmıştır.

*Bağırışma:* bağırışmak işi.

*Münakaşa:* Tartışma.

*Çığlık:* Acı acı veya ince ve keskin bağırma, feryat, figan.

*Gözyaşı:* Acı verici ve dramatik olaylar sonucunda fiziksel tepki içeren (ağlama) davranışların, dışarıya yansıyan duygu durumları anlamında kullanılmıştır.

*Panik:* Topluluğu kaplayan anî dehşet duygusu, büyük korku, ürkü anlamında kullanılmıştır.

*Patlama:* patlama işi.

*Yanma:* alev alarak yanma işi.

*Yaralanma:* yaralanma işi.

*Şiddet sözcükleri:* “Bombardımana tuttu”, “ortalık savaş alanına döndü”, “bomba gibi düştü”, “saldırı”, “sapık”, “tecavüz”, “kavga etti”, “ortalığı birbirine kattı”, “saldırganlaştı”, “gençleri biçti”, “çatıştı”, “bacağı paramparça oldu”, “etrafa cesetler saçıldı”, “dehşet saçtı”, “can pazarı yaşandı”, “birbirine düştüler”, “silahlar çekildi”, “demir sopalar konuştu”, “taşlar havada uçtu”, “derin acı yaşandı”, “cinnet geçirdi”, “çığlık çığlığa ölüm”, “kanlı operasyon”, “yüreklere ateş düştü”, “kan gövdeyi götürdü”, “çatışma kale kuşatmasına döndü”, “araçlar paramparça oldu”, “yerle bir oldu”, “içler acısı manzara yaşandı”, “şok”, “rezalet” şeklinde olmaktadır.

### **3.8. Sınırlılıklar**

1- Araştırma Türkiye’deki özel televizyon kanallarından, Kanal D, Star, Show, Flash televizyonlarının haber programlarını ele almaktadır.

2- Araştırmanın verileri 4 Eylül 2005 ile 30 Aralık 2005 tarihleri arasında yayınlanan akşam ana haber bültenlerinin video kayıtlarından oluşmaktadır.

## 4. BÖLÜM: BULGULAR

Bu çalışmanın verileri 4 Eylül 2005 ile 30 Aralık 2005 tarihleri arasında yayınlanan akşam ana haber bültenlerinin video kayıtlarından oluşmaktadır. Bu zaman aralığı içinde dört özel televizyon kanalından kaydedilmiş ana haber bültenlerinin 28'i tesadüfi bir şekilde seçilmiştir. Seçilen haberler araştırmanın değişkenlerinin operasyonel tanımlarına dayalı olarak SPSS programı aracılığıyla bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Haberler araştırmanın problemi ve alt problemleri çerçevesinde analiz edilmiştir. Toplam 479 haberden oluşan örneklem üzerinde betimleyici istatistiksel analizler yürütülmüştür.

### 4.1. Ana Haber Bültenlerinde Yer Alan Haber Türleri Nasıl Bir Dağılım Göstermektedir?

Araştırmanın yöntem bölümünde de açıklandığı gibi haber türü değişkeni için haber bültenlerinin video kayıtları üzerinde içerik analizleri yürütülmüş ve toplam 12 haber türüne ulaşılmıştır. Bunlar siyaset, ekonomi, magazin, kriminal, futbol, trafik, hava durumu, yangın, afet, gözyaşı, sağlık, dini haberler olarak isimlendirilmiştir. Bu haber türlerinin gözlemlenen haberler ve televizyon kanallarına göre dağılımı Tablo 1.de verilmiştir.

Siyaset haberleri, hükümet ve muhalefet partilerinin demeçleri, siyasi parti başkanlarının sözlü sürtüşme ve hakaretleri, sendika başkanlarının demeçleri, büyük şirket yöneticilerinin siyasi demeçleri, TÜSİAD'ın açıklamaları, siyasetle bağlantılı borsa haberleri, yabancı devlet bakanlarının demeçleri, farklı ülkeler arasındaki diplomatik görüşmeler, Avrupa Birliği haberleri, Cumhurbaşkanlığı ve Genel Kurmay Başkanlığının çeşitli açıklamaları.

Kriminal haberler, gösteri- eylem haberleri, terör, cinayet-bıçaklama-yaralama, çete-mafya, silahlı saldırı, kavga, hırsızlık, tecavüz-cinsel taciz, fuhuş, skandal uyuşturucu ve ölüm haber türlerinden oluşmaktadır. Gösteri- Eylem haberleri: güneydoğudaki çatışmalarda şehit olan askerlerin ailelerin cenaze törenlerindeki gösteriler, öğrencilerin gerçekleştirdiği protesto gösterileri, sendikal eylemler, yabancı ülkelerdeki kitlesel gösterilerdeki çatışmalar, gece konu yıkımlarına karşı yapılan eylemler olarak sınıflayabiliriz. Terör haberleri ise, Ortadoğu ve Iraktaki savaşla ilgili bombalama ve intihar saldırılarını kapsayan haberleri içermektedir. Aynı şekilde, doğu ve güneydoğudaki güvenlik güçleri ve PKK arasındaki çatışmalara ilişkin haberler, yabancı ülkelerde terör eylemlerine ilişkin haberler terör haberlerinin içeriğini oluşturmaktadır. Cinayet haberleri cinayet olaylarını konu edinmektedir. Bıçaklama-yaralama haberleri, bu eylemlere ilişkin haberleri içermektedir. Skandal haberleri, devlet kurumları çerçevesinde eğitim, sağlık gibi konularda yaşanan skandalları işlenmektedir. Ölüm haberleri, ünlü kişilerin ya da trajik bir şekilde ölen insanların haberlerinden oluşmaktadır.

Magazin haberleri, yerli ve yabancı popüler şarkıcılar, sinema oyuncularını, futbolcular, mankenler, politikacılar, din adamlarının özel hayatları ile ilgili dedikodular, kavgalar, evlilikler, gece kulüplerindeki eğlence hayatları, evlilikler, boşanmalar, aşk ilişkileri, giyimleri ve sözlerinde oluşan haberler. Moda ve defile haberleri, sirk haberleri, yemek tarifleri haberleri, sinema ve dizi film tanıtımları bu haber türünün içeriğini oluşturmaktadır.

Gözyaşı haberlerinin konusu genellikle, yoksulluk veya hastalıktan dolayı insanların yaşadığı trajedilerden oluşmaktadır. Gözyaşı ve dramatik müzik eşliğinde verilen bu haber türü, habere konu olan insanlar acı çektiklerinden dolayı haber süresi boyunca ağlama görüntüleri yer almaktadır. Bu haber türünün konusu, tümör, kanser, kalp



krizi vb hastalılardan ölen insanların yakınlarının yaşadıkları trajedileri ve duyguları üzerinde yoğunlaşır. Genelde hastalığa yakalan, ölen kişiler çocuklar veya bebeklerdir.

Sağlık haberlerinde, genellikle, devletin sağlık kurumundaki politikaları, kuş gribi, kanser, şeker hastalığı, kalp krizi, kısırlık, zayıflama, kilo verme, bebek ve doğum gibi konularına yer verilmektedir. Sağlık haberlerini genelde hastalık haberleri, bebek haberleri ve zayıflama haberleri olarak kategorilere ayırmak mümkündür.

Trafik haberleri, trafikte yaşanan kazaları içermektedir. Afet haberleri, sel, deprem ve kasırga gibi doğa olaylarını içermektedir. Dini haberler, dini bayramlar, dini konularda uzman kişilerin görüşleri konularını içermektedir. Hava durumu haberleri, gündelik veya mevsimlik iklim olayları ile ilgili haberleri içermektedir.

**Tablo 1 Haberlerin Türlerine Göre Dağılımları (%)**

Haber Türü	Kanal D haber		Flash TV Haber		Show TV Haber		Star TV Haber		Toplam	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Siyaset	20	15,70	9	8,5	10	7,9	13	10,9	52	10,9
Ekonomi	9	7,1	0	0	3	2,4	2	1,7	14	2,9
Magazin	30	23,6	21	19,8	39	30,7	28	24,4	119	24,8
Kriminal	39	30,7	45	42,5	49	38,6	31	26,1	164	34,2
Futbol	3	2,4	2	1,9	2	1,6	9	7,6	16	3,3
Trafik	7	5,5	10	9,4	8	6,3	8	6,7	33	6,9
Hava durumu	3	2,4	4	3,8	3	2,4	1	0,8	11	2,3
Yangın	1	0,8	3	2,8	1	0,8	2	1,7	7	1,5
Afet	1	0,8	3	2,8	4	3,1	3	2,5	11	2,3
Gözyaşı	3	2,4	3	2,8	1	0,8	5	4,2	12	2,5
Sağlık	5	3,9	2	1,9	6	4,7	11	9,2	24	5,00
Dini	6	4,7	4	3,8	1	0,8	5	4,2	16	3,3
Toplam	127	100	106	100	127	100	119	100	479	100

Tablo 1, Özel televizyon kanallarının ana haber bültenlerinde yer alan haberlerin türlerine göre dağılımını göstermektedir. Toplam haber sayıları incelendiğinde ilk sıralarda yer alan kriminal, magazin ve siyaset haberleri incelenen dört özel televizyon kanallının da ilk sıralarda yer alan haber türleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Tabloya bakıldığında tüm kanallarda haber türleri içerisinde kriminal haber türünün en fazla yer aldığı görülmektedir. Flash TV'nin % 42,5'lik oranla en fazla kriminal haberlere yer verdiği görülmektedir. Bunun ardından, kriminal haberler sırasıyla Show TV %38,6 sayı ve oranında, Kanal D %30,7 sayı ve oranında ve Star TV kanalında %26,1 sayı ve oranında yer almıştır. Haber türü olarak en fazla yer verilen ikinci haber türü magazin haberleridir. Magazin haberleri de tüm kanallarda yüksek oranlarda yer almaktadır. Sırasıyla, Show TV'nin % 30,7, Star TV'nin %24,4, Kanal D'nin % 23,6 ve Flash TV'nin % 19,8 oranında magazin haberlerine yer verdiği görülmektedir. Daha sonra, üçüncü olarak, en fazla yer verilen haber türü olarak siyaset haberi karşımıza çıkmaktadır. Kanal D, %15,70 ile tüm kanallar içinde siyaset haberlerine en fazla yer veren kanal olmuştur. Star TV'nin % 10,9, Show TV'nin %7,9 ve Flash TV'nin %8,5 oranlarında siyaset haberlerine yer verildiği gözlemlenmiştir.

Toplamda en fazla yer verilen haber türü olarak kriminal haber %32,2'lik bir oranla karşımıza çıkmakta, arkasından magazin haberleri %24,8 gelmekte, bunu %10,9 oranında siyaset haberleri izlemektedir. Tablo incelendiğinde futbol (%7,6) ve sağlık haberlerinin (%9,2) en fazla Star TV'de yer aldığı görülmektedir. En fazla dini habere ise Kanal D (%4,7) de trafik haberleri ise en fazla Flash TV (%9,4) yer almaktadır.

Tablodan çıkarılacak en önemli sonucu şu şekilde ifade edebiliriz: kanallara göre farklılaşmakla birlikte tüm kanallar yüksek oranlarda kriminal ve magazin haberlerine

yer vermektedir. Bunu sırasıyla siyaset, trafik, sağlık, futbol, dini, ekonomi, gözyaşı, afet, hava durumu ve yangın haberleri izlemektedir.

#### 4.2. Özel Televizyon Kanallarının Ana Haber Bültenlerinde Şiddet Ne Sıklıkla Yer Almaktadır?

Bu alt soru ile şiddet içeren haberlerin toplam haber sayısının içindeki yeri ve kanallara göre dağılımını tespit etmeye yönelik olarak sorulmuştur. Tablo 1 şiddet içerip içermemesine göre özel televizyon kanallarındaki şiddetin yer alma sıklığı gösterilmektedir.

**Tablo 2 Özel Televizyon Kanallarının Ana Haber Bültenlerinde Şiddetin Yer Alma Sıklığı (%)**

Kanallar	Şiddet var		Şiddet yok		Toplam Haber sayısı	
	f	%	f	%	f	%
Kanal D	55	43,3	72	56,7	127	100
Flash	72	67,9	34	32,1	106	100
Show	68	53,5	59	46,5	127	100
Star	67	56,3	52	43,7	119	100
Tüm Kanallar	262	54,7	217	45,3	479	100

Tablo 2 örnekleme dahilindeki özel televizyon kanallarında, incelenen zaman diliminde, ana haber bültenlerinde şiddetin yer alma sıklığını göstermektedir. Özel televizyon kanallarında ana haber bültenlerinde yayımlanan toplam 479 haber incelenmiştir. Tabloya bakıldığında öncelikle, tüm kanallarda şiddetin yer aldığı görülmektedir. Tüm kanallarda şiddet içeren haberlerin oranı %54,7 dir, şiddet içermeyen

haberlerin oranı ise %45,3 tür. Tablo analiz edildiğinde ortaya çıkan diğer önemli bir sonuç, şiddet içeren haberlerin kanallara göre farklılaştığıdır. İncelenen özel kanallar içerisinde Flash TV %67,9'luk oranla şiddet içeren haberleri en fazla yayınlamaktadır. Flash televizyon kanalından incelenen toplam 106 haberden 72'si şiddet içerirken, 34 haber şiddet içermemektedir. Show TV (%56,3) ve Star TV'nin (%53,5) şiddet içeren haber oranları yakınlık göstermektedir. Show TV'de toplam 127 haberden 68'i şiddet içerirken 59'unun da şiddet içermediği görülmektedir. Star TV'de ise 119 haberden 67'si şiddet içerirken 52 haberin şiddet içermediği tespit edilmiştir.

Kanal D ise diğer kanallara göre şiddet içeren haberlere en az yer veren kanaldır. Bu kanalda izlenen haberler içinde şiddet içermesi oranı %43,3 tür. Kanal D televizyon kanalında toplam 127 haberden 55'i haber şiddet içerirken, 72 haber şiddet içermemektedir. Ancak tüm oranlar dikkate alındığında şiddet içermesi oranlarının oldukça yüksek olduğu söylenebilir. Ana haber bültenleri gibi, izlenme oranları yüksek ve sorumluluk niteliği ağır basan bir programda şiddetin bu derecede varlığı düşündürücüdür. Dizi ve filmlerde varlığına aşina olduğumuz şiddetin, haber programlarında da bu denli yer alması medyada şiddet olgusunun boyutlarını göstermesi açısından anlamlıdır.

Tablodan çıkan en önemli bulgu, tüm kanalların ana haber bültenlerinde şiddet içeren haberlerin sayısının (% 54,7) şiddet içermeyen haberlerin sayısından (% 45,3) fazla olduğu sonucudur.

### **4.3. Farklı Haber Türlerinde Şiddet Ne Sıklıkta ve Ne Kadar Süre ile Yer Almaktadır?**

Tablo 3, 4, 5, 6 ve 7'de, tüm kanallarda ve tek tek kanallarda olmak üzere haber türlerinde şiddetin ne oranda ve sürede yer aldığına ilişkin bilgiler verilmektedir. Tablolara geçmeden önce haber türlerinde nasıl bir şiddetin içerildiğine bir göz atalım:

Siyaset haberlerindeki şiddet, mecliste siyasi partiler arasındaki geçen tartışma ve kavgalar, küfürleşmeler; başbakanın, iktidar partisi milletvekilleri ya da ilgili bakanlıkların orta doğudaki çatışmalarla ilgili görüşlerini sunduğu haberler, terörle ilgili haberler, gösteri ve eylem haberleri ile devletin bazı kurumlarında yaşanan sorunlara ilişkin demeçlere eşlik eden şiddet sahneleri ve sunumunu içermektedir.

Magazin haberlerinde, şiddet içerikli dizi filmlerin çeşitli sahnelerinden oluşan fragmanlar, dizi ve oyuncular hakkında bilgi verilirken kullanılan benzeri görüntüler, popüler sinema oyuncular ve şarkıcıların eğlence mekanlarında kendi aralarında ve kameramanlarla yaşadıkları tartışma, kavga ve gerilimler, fiziksel, sözel ve görsel şiddet içeren haberler oluşturmaktadır.

Futbol haberlerindeki şiddet; stadyumlarda futbol taraftarları, oyuncular veya basın demeci veren teknik direktörlerle gazeteciler arasındaki kavga, çatışma görüntülerini ve sunumunu içermektedir.

Trafik haberlerindeki şiddet; trafikte kaza geçiren arabaların içine sıkışmış ölü, yaralı veya baygın insanların görüntüleri, insanların acı içinde kıvranımlarını, insanların kaza yerindeki koşuşturmalarını, tartışmalarını, amatör kameralarla çekilmiş canlı kaza görüntülerini, kaza geçiren alkollü şoförlerin görüntülerini ve bu haberlerin şiddet içerikli sunumunu kapsamaktadır.

Sağlık haberlerindeki şiddet; kuş gribi ile ilgili, kümes hayvanlarına yapılan işkence, hayvanların canlı canlı yakılması, çırpınışları ve bu hayvanların toplu halde cesetlerini ve kuş gribi ile ilgili haberlerin şiddet içerikli sunumunu içermektedir. Bunun yanında bazı ölümcül hastalıklardan (kanser vb.) yakınlarını kaybeden insanların acıları, çığlıkları ve çaresizliklerini konu edinilen şiddet görüntüleri ve sunumunu içermektedir.

Afet haberlerindeki şiddet; sel, deprem ve kasırga gibi doğal afetlerin sonucunda ölen ve yaralanan insanların çırpınışlarının, ağlamalarının, acılarının görüntüleri, bu doğa olaylarının çevrede insanların yaşadığı mekanlardaki yarattığı tahribat, yıkıntı görüntüleri ve sunum biçimini içermektedir.

Terör haberlerindeki şiddet; Ortadoğu ve Irak'taki savaşla ilgili amatör kameralarla çekilmiş bombalama ve intihar saldırı anları, doğu ve güneydoğu Anadolu'daki güvenlik güçleri ve PKK arasındaki çatışmaları ve yabancı ülkelerde terör olaylarında yaşanan şiddeti içermektedir.

Gözyaşı haberlerindeki şiddet; fiziksel şiddete maruz kalmanın sonucunda bazı insanların yaşadığı olaylar ve görüntülerinin trajedisini duygusal bir müzik ve şiirsel bir sunumunu içermektedir. Ayrıca yakınlarını (özellikle çocuk veya bebek ) kanser, kalp krizi, tümör vb. hastalıklardan dolayı kaybeden insanların yaşadığı acıları, gözyaşları ve çaresizlik içinde çırpınan insanları içermektedir.

**Tablo 3 Dört Kanalda Haber Türlerine Göre Şiddet İçerikli Haberlerin Süre Olarak Dağılımı (%)**

HABER TÜRÜ	Haber sayısı	Şiddet var				Şiddet yok				Toplam süre (dk)
				SÜRE				SÜRE		
		f	%	dk.	%	f	%	dk.	%	
Siyaset	52	17	6,5	39,15	6,59	35	16,1	68	14,71	107,15
Ekonomi	14	0	0	0	0	14	6,5	28,55	6,17	28,55
Magazin	119	18	6,5	51,15	8,61	101	46,5	226,11	48,92	275,46
Kriminal	164	155	59,2	349,33	58,82	9	4,1	19,8	4,28	369,13
Futbol	16	11	4,2	23,35	3,93	5	2,3	11,56	2,5	34,91
Trafik	33	27	10,3	54,00	9,09	6	2,8	11	2,38	64,6
Hava durumu	11	1	0,4	1,30	0,21	10	4,6	17,2	3,72	18,1
Yangın	7	7	2,7	17,10	2,88	0	0	0	0	17,10
Afet	11	10	3,8	20,20	3,4	1	0,5	1,2	0,25	21,40
Gözyaşı	12	10	3,8	21,17	3,56	2	0,9	2,3	0,49	23,07
Sağlık	24	5	1,9	16,25	2,73	19	8,8	41,3	8,94	57,15
Dini	16	1	0,4	2,40	0,4	15	6,9	37,3	8,07	39,7
Toplam	479	262	100	593,8	56,21	217	100	462,12	43,75	1056,32

Tablo 3, şiddet içeren haberlerin haber türü ve süre açısından dağılımını göstermektedir. Toplam 479 haberden 262 haber şiddet içermektedir. Şiddet içeren 262 haberin içinde ilk sırayı kriminal haberler (%59,2) almaktadır. Toplam 164 kriminal haberden 155'i şiddet içermektedir. İkinci sırada trafik haberlerinin (%10,3) yer aldığı görülmektedir. Toplam 33 trafik haberinin 27'si şiddet içermektedir. Şiddet içeren haberler daha sonra sırasıyla, magazin (%6,5), siyaset (%6,5), futbol (%4,2), gözyaşı (%3,8), afet (%3,8) haberleri olarak sıralanmaktadır. Ayrıca toplam 16 futbol haberinin 11'i, toplam 11 afet haberinin 10'u da şiddet içermektedir. Yangın haberlerinin tümü (% 2,7) şiddet içermektedir. Dini haberler (% 0,4) ve hava durumu haberlerinin (% 0,4) en az şiddet içeren haberler oldukları görülmektedir.

Toplam 479 haberden 217'si ise haber şiddet içermemektedir. 217 şiddet içermeyen haberden 101 magazin haberi şiddet içermemekte, bu da % 46,5'lik bir orana denk gelmektedir. 217 haber içinden 35 siyaset haberi şiddet içermemekte, bu %16,1'lik bir dilimi kapsamaktadır. Şiddet içermeyen 9 kriminal haber ve tümüyle şiddet içermeyen ekonomi haberleri ilgi çekicidir.

Tabloda yer alan haber türlerini süre açısından incelediğimizde 479 haberin toplam 1056 dakika 32 saniyelik bir süreyi kapladığı görülmektedir. Tüm haberlere ayrılan toplam 1056 dakika 32 saniye süre içerisinde kriminal haberlere 369 dakika 13 saniye ile en fazla yer verildiği göze çarpmaktadır. Arkasından magazin haberlerine 275 dakika 46 saniye ile yer almakta, magazin haberlerini 107 dakika 15 saniye ile siyaset haberleri takip etmektedir.

Toplam 479 haberden 262'si şiddet içerirken, şiddet içeren haberlere yer verilen süre 593 dakika 8 saniyedir. Toplam 479 haberden 217'sinin şiddet içermediği ve bu haberlere ayrılan sürenin de 462 dakika 12 saniye olduğu görülmektedir.

Şiddet içeren 155 kriminal habere toplam 349 dk. 33 sn. zaman ayrılmıştır. Bu oran yüzdelik dağılımda %58,82 bir oran teşkil etmektedir. Şiddet içeren 27 trafik haberine % 9,09, magazin haberine % 8,61, siyaset haberine % 6,59 oranlarda yer verildiği görülmüştür. Tüm haber türleri içinde şiddet içermeyen ekonomi haberleridir. Bunun dışındaki 11 haber türünde farklı sürelerde şiddet içeriğine rastlanılmıştır.

Bu bulgulara göre şiddet içeren haberlerin daha çok kriminal haberlere yoğunlaşmış olması bu haber türünün niteliğine aykırı görünmezken trafik, magazin siyaset gibi haber türlerinde de hem frekans olarak hem de süre olarak yer verilmiş olması dikkat çekmektedir.



Araştırmada, konuyu ayrıntılı ve karşılaştırmalı olarak analiz etmek için şiddet içerikli haberlerin farklı türdeki haberler içinde ne yoğunlukta yer aldığı incelenen özel televizyon kanallarında ayrı ayrı ele alınmıştır. Tablo 4,5,6 ve 7 bu çerçevede oluşturulmuştur.

**Tablo 4 Kanal D’de Haber Türlerine Göre Şiddet İçerikli Haberlerin Süre Olarak Dağılımı**

HABER TÜRÜ	Haber sayısı	Şiddet var				Şiddet yok				Toplam süre (dk)
		SÜRE		SÜRE		SÜRE		SÜRE		
		f	%	dk.	%	f	%	dk.	%	
Siyaset	20	6	30	15,65	13,13	14	70	27,35	17,20	43,00
Ekonomi	9	0	0	0	0	9	100	18,80	11,82	19,20
Magazin	30	2	6,7	7,50	6,29	28	93,3	68,91	43,34	76,41
Kriminal	39	33	84,6	65,72	55,13	6	15,4	13,45	8,46	79,17
Futbol	3	1	33,3	2,10	1,76	2	66,7	4,40	2,77	6,50
Trafik	7	7	100	15,55	13,04	0	0	0	0,00	15,55
Hava durumu	3	0	0	0	0	3	100	4,25	2,67	4,25
Yangın	1	1	100	3,00	2,52	0	0	0	0	3,00
Afet	1	1	100	3,00	2,51	0	0	0	0	3,00
Gözyaşı	3	3	100	4,87	4,08	0	0	0	0	4,87
Sağlık	5	1	20	1,40	1,17	4	80	8,45	5,31	10,26
Dini	6	0	0	0	0	6	100	13,40	8,43	13,40
Toplam	127	55	43,3	119,19	42,84	72	56,7	159,01	57,14	278,21

Tablo 4, Kanal D’de haber türlerine göre şiddet içerikli haberlerin süre olarak dağılımını göstermektedir. Kanal D’de incelenen toplam 127 haber 278 dakika 21 saniyelik bir süreyi kapsamaktadır. 127 haberden 55 haber şiddet içermekte bu da %43 gibi bir orana denk gelmektedir. 127 haberden 72 haber ise şiddet içermemekte bu da %56,7’lik bir orana

denk gelmektedir. Şiddet içeren haberlerin kapsadığı süre 119 dakika 19 saniye iken, şiddet içermeyen haberlerin kapsadığı süre 159 dakikadır.

Kriminal haberler toplam 278 dakika 21 saniyelik süre içinde 79 dk. 17 sn. yer kaplamıştır. Magazin haberlerin kapladığı süre 76 dk. 41 sn.'dir. Siyaset haberlerine ayrılan süre ise 43 dakikadır. Kanal D'de süre açısından en fazla yer verilen haber türleri kriminal haber türünden sonra sırasıyla ekonomi 19 dk 20 sn, trafik 15 dk 55 sn ve din 13 dk 40 sn ile sıralanmaktadır.

Kanal D'de şiddet içeren 119 dakikalık haber süresi içinde kriminal haberler %55,13 oranıyla ilk sırada, siyaset haberleri ise %13,3 oranıyla ikinci sırada yer almaktadır. Şiddet içeren 119 dakikalık süre içinde trafik haberleri %13,04 oranında yer almakta, magazin haberlerinin süresi ise % 6,29 oranındadır. Tablo 4 incelendiğinde haber türü sayısı ile yer verilen süre arsasında bir paralellik görülmektedir. Süre olarak en fazla yer kaplayan haber türü kriminal haberdur.

**Tablo 5 Flash TV’de Haber Türlerine Göre Şiddet İçerikli Haberlerin Süre Olarak Dağılımı (%)**

HABER TÜRÜ	Haber sayısı	Şiddet var				Şiddet yok				Toplam süre (dk)
				SÜRE				SÜRE		
		f	%	dk.	%	f	%	dk.	%	
Siyaset	9	3	33,3	5,70	3,51	6	66,7	12,75	20,40	18,45
Ekonomi	0	0	0	0	0,00	0	0	0	0,00	0
Magazin	21	3	14,3	8,80	5,42	18	85,7	28,65	45,84	37,45
Kriminal	45	45	100	101,10	62,22	0	0	0	0,00	101,10
Futbol	2	2	100	3,55	2,18	0	0	0	0,00	3,55
Trafik	10	9	90	16,65	10,25	1	10	2,00	3,20	19,05
Hava durumu	4	0	0	0	0,00	4	100	7,35	11,76	7,35
Yangın	3	3	100	8,60	5,29	0	0	0	0,00	9,00
Afet	3	3	100	5,40	3,32	0	0	0	0,00	5,40
Gözyaşı	3	2	66,7	2,60	1,60	1	33,3	1,00	1,60	4,00
Sağlık	2	2	100	10,10	6,22	0	0	0	0,00	10,10
Dini	4	0	0	0	0,00	4	100	11,85	18,96	12,25
Toplam	106	72	67,9	162,50	71,87	34	32,1	65,20	28,84	226,1

Tablo 5 incelediğinde Flash TV’de toplam 106 haber 226 dakikalık bir sürede yayınlanmıştır. 106 haberin 72’si (%67,9) farklı haber türlerinde olmak üzere şiddet içeren haberlerdir. 106 haberden 34 haber (%32,1) şiddet içermemektedir. Toplam 226,1 dakikalık haber süresinin %71,87’si şiddet içeren haberlere ayrılmıştır. Süre açısından incelenen haber türleri göstermiştir ki haberlerin frekanslarıyla süreleri arasında bir paralellik bulunmaktadır. Örneğin, 45 haberle ilk sırada yer alan kriminal haberler toplam sürenin içinde 101,10 dakika ile yine ilk sırada yer almaktadır. İkinci sırada 21 haberle magazin haberleri gelmektedir. Süre olarak bu haber türü 37,45 dakika ile ikinci sırada yer almaktadır.

Haberlerin süreleri şiddet içerip içermemesine göre ayrıştırıldığında ilk sırada kriminal haberler (101,10 dakika), ikinci sırada trafik (16,65 dakika), daha sonra sağlık (10,10 dakika) ve magazin (8,80 dakika) haberleri yer almaktadır. Haber sayısı ile süreler arasında paralellik olmasına rağmen haber süreleri şiddet içerip içermemelerine göre karşılaştırıldığında bu paralellik yerini kriminal haberler dışında farklı haber türlerinde de önemli bir miktarda şiddetin yer aldığı tespitine bırakmaktadır.

**Tablo 6 Show TV’de Haber Türlerine Göre Şiddet İçerikli Haberlerin Süre Olarak Dağılımı (%)**

HABER TÜRÜ	Haber sayısı	Şiddet var				Şiddet yok				Toplam süre (dk)
				SÜRE				SÜRE		
		f	%	dk.	%	f	%	dk.	%	
Siyaset	10	2	20	2.70	6,33	8	80	14,20	12,17	16,9
Ekonomi	3	0	0	0	2,15	3	100	5,75	4,93	5,75
Magazin	39	8	20,5	20.80	33,31	31	79,5	68,10	58,38	88,9
Kriminal	49	47	95,9	102,71	40,08	2	4,0	4,25	3,64	106,96
Futbol	2	1	50	1.40	1,41	1	50,0	2,35	2,01	3,75
Trafik	8	4	50	7.35	4,80	4	50,0	5,45	4,67	12,8
Hava durumu	3	0	0	0	1,95	3	100	5,20	4,46	5,20
Yangın	1	1	100	1.00	0,37	0	0	0	0,00	1,00
Afet	4	3	75	6.75	2,98	1	25,0	1,20	1,03	7,95
Gözyaşı	1	1	100	5.10	1,91	0	0	0	0,00	5,10
Sağlık	6	0	0	0	3,80	6	100	10,15	8,70	10,15
Dini	1	1	100	2.40	0,90	0	0	0	0,00	2,40
Toplam	127	68	53,5	150,26	56,30	59	46,5	116,65	43,71	266,86

Tablo 6, Show TV’de haber türlerine göre şiddet içerikli haberlerin süre olarak dağılımını göstermektedir. Show TV’nin toplam 266,86 dakikalık haber süresinin 150,26 dakika ile %56,30 oranında şiddet içerirken, 116,65 dakikalık, %43,71’lik bölümünde ise şiddet yer almamaktadır. Show TV’de şiddet içeren 150,25 dakikanın içinden kriminal

haberlerin kapladığı süre %40,08 oranındadır. Şiddet içeren 150,25 dakikanın içinde magazin haberleri %33,31 oranında şiddette yer vermektedir. Daha sonra sırasıyla şiddet içeren süre, %6,33 oranında siyaset haberleri, %4,80 oranında trafik haberleri, %3,80 oranında sağlık haberleri, %2,98 oranında afet haberleri, %2,15 oranında ekonomi haberleri, % 1,95 oranında hava durumu haberleri ve %1,91 oranında gözyaşı haberleri tarafından paylaşılmaktadır.

**Tablo 7 Star TV’de Haber Türlerine Göre Şiddet İçerikli Haberlerin Süre Olarak Dağılımı (%)**

HABER TÜRÜ	Haber sayısı	Şiddet var				Şiddet yok				Toplam süre (dk)
				SÜRE				SÜRE		
		f	%	dk.	%	f	%	dk.	%	
Siyaset	13	6	46,2	15,10	9,31	7	53,8	13,70	11,15	28,8
Ekonomi	2	0	0	0	0,00	2	100	4,00	3,26	4,00
Magazin	28	5	17,2	13,65	8,41	24	82,8	59,05	48,07	72,7
Kriminal	31	30	96,7	79,80	49,18	1	3,2	2,10	1,71	81,9
Futbol	9	7	77,8	16,30	10,05	2	22,2	4,80	3,91	21,10
Trafik	8	7	87,5	14,45	8,91	1	12,5	3,15	2,56	17,6
Hava durumu	1	1	100	1,30	0,80	0	0	0	0,00	1,30
Yangın	2	2	100	4,10	2,53	0	0	0	0,00	4,10
Afet	3	3	100	5,05	3,11	0	0	0	0,00	5,05
Gözyaşı	5	4	80	8,15	5,02	1	20	1,30	1,06	9,45
Sağlık	11	2	18,2	4,35	2,68	9	81,8	22,70	18,48	27,05
Dini	5	0	0	0	0,00	5	100	12,05	9,81	12,05
Toplam	119	67	56,3	162,25	56,91	52	43,7	122,85	43,09	285,09

Tablo 7, Star TV’de haber türlerine göre şiddet içerikli haberlerin süre olarak dağılımını göstermektedir. Star TV’nin toplam 285,09 dakikalık haber süresinin 162,25 dakika, %56,91 oranında şiddet içerirken, 122,85 dakikasında ise (%43,09) şiddet içermemektedir. Star TV’de şiddet içeren 162,25 dakikanın içinden kriminal haberlerin

kapladığı süre %49,18 oranındadır. Şiddet içeren 162,25 dakikanın içinden futbol haberleri %10,05 oranında şiddette yer vermektedir. Daha sonra sırasıyla şiddet içeren süre, %9,31 oranında siyaset haberlerinde, %8,91 oranında trafik haberlerinde, %8,41 oranında magazin haberlerinde, %5,02 oranında gözyaşı haberlerinde, %3,11 oranında afet haberlerinde, %2,68 oranında sağlık haberlerinde, %2,53 oranında yangın haberlerinde yer almaktadır. Star TV'de yer alan 5 dini haber şiddet içermemektedir.

Tablo 3,4,5,6,7 burada şunu göstermektedir: Dört kanalın ana haber bültenleri; ekonomi haberleri dışında kriminal, siyaset, magazin, futbol, trafik, yangın, afet, sağlık, dini ve hava durumu haberlerinde farklı ve yüksek oranlarda şiddet içermektedir.

#### 4.4. Özel Televizyon Kanallarında Yayınlanan Ana Haber Bültenlerinde Fiziksel Şiddet, Sözel Şiddet ve Görsel Şiddet Ne Sıklıkta Yer Almaktadır?

Ele alınan haberler içerdikleri şiddetin türüne göre de kodlanmış bu bağlamda görsel, sözel ve fiziksel şiddet türlerinin haber yayını içindeki dağılımı incelenmiştir.

**Tablo 8 Tüm Kanallarda Fiziksel, Sözel ve Görsel Şiddet (%)**

Kanal D, Flash Show, Star	Görsel şiddet		Sözel şiddet		Fiziksel şiddet	
	f	%	f	%	f	%
Şiddet var	312	65,1	301	62,8	200	41,8
Şiddet yok	167	34,9	178	37,2	279	58,2

Tablo 8, özel televizyon kanallarındaki şiddeti görsel şiddet, sözel şiddet, fiziksel kategorileri dağılımını göstermektedir. Tabloda görülen her üç şiddet kategorisi de televizyon kanallarında yer almaktadır. Dağılımda en çok görsel şiddet (%65,1), daha sonra sözel şiddet (%62,8) ve fiziksel şiddet (41,8) yer almaktadır. Görsel şiddet, oran olarak fiziksel ve sözel şiddetten görece daha fazladır. Ancak, %41,8'lik oranla fiziksel şiddet konu bütün olarak ele alındığında oldukça yüksek bir orandır.

**Tablo 9 Fiziksel Şiddet Öğelerinin Kanallara Göre Dağılımı (%)**

TV kanalı	Fiziksel şiddet yok		Fiziksel şiddet var	
	f	%	f	%
Kanal D	82	64,6	45	35,4
Flash	43	40,6	63	59,4
Show	79	62,2	48	37,8
Star	75	63	44	37
Toplam	279	58,2	200	41,8

Tablo 9, fiziksel şiddet öğelerinin kanallara göre dağılımını göstermektedir. Tabloya baktığımızda tüm kanallarda fiziksel şiddeti içerme oranı %41,8, fiziksel şiddet içermeme oranı ise %58,2'dir. Toplam 479 haber sayısı içinde 200 haber fiziksel şiddet içerirken 279 haber fiziksel şiddet içermemektedir.

Fiziksel şiddetin kanallara göre dağılımına baktığımızda Flash TV %59,4 oranında fiziksel şiddet içerme bakımından ilk sırada yer almaktadır. Flash TV'deki 106 haberden 63 haber fiziksel şiddet içerirken, 43 haber fiziksel şiddet içermemektedir. İkinci olarak %37,8 oranında Show TV arkasından %37 oranında Star TV'nin fiziksel şiddet içerdiği görülmektedir. Show TV'deki 127 haberden 48 haber fiziksel şiddet içerirken 79 haber fiziksel şiddet içermemektedir. Star TV'de ise toplam 119 haberin 44'ü fiziksel

şiddet içerirken 75 haber fiziksel şiddet içermemektedir. Kanal D’de ise %35,4 oranında fiziksel şiddetin içerildiği görülmektedir. Kanal D’deki 127 haberden 45 haber fiziksel şiddet içerirken 82 haber fiziksel şiddet içermemektedir.

Bu tabloya göre Flash TV’nin ana haberlerinde fiziksel şiddet içerme bakımından ilk sırada yer aldığı arkasından oranları birbirine yakın olan Show TV ve Star TV’nin geldiği, bunu Kanal D haberlerinin izlediği görülmektedir.

**Tablo 10 Sözel Şiddet Öğelerinin Kanallara Göre Dağılımı (%)**

TV kanalı	Sözel şiddet yok		Sözel şiddet var	
	f	%	f	%
Kanal d	55	43,3	72	56,7
Flash	22	20,8	84	78,3
Show	54	42,5	73	57,5
Star	47	42	72	58
Toplam	184	37,2	295	62,8

Tablo 10, Sözel şiddet öğelerinin kanallara göre dağılımını göstermektedir. Tabloya baktığımızda tüm kanallarda sözel şiddet içerme oranı %62,8, sözel şiddet içermeme oranı ise %37,2’dir. Toplam 479 haberde 295 haber sözel şiddet içerirken 184 haber sözel şiddet içermemektedir.

Sözel şiddetin kanallara göre dağılımına baktığımızda Flash TV’nin %78,3’lük oranla sözel şiddet içerme bakımından ilk sırada yer almaktadır. Flash TV’deki 106 haberden 84’ü sözel şiddet içerirken, 22 haber sözel şiddet içermemektedir. İkinci olarak %58 oranında sözel şiddet içeriği ile Star TV, arkasından %57,5 ile Show TV gelmektedir. Show TV’deki 127 haberden 73’ü sözel şiddet içerirken, 54 haber sözel şiddet içermemektedir. Star TV’de ise toplam 119 haberin 72 haberi sözel şiddet içerirken 47



haber sözel şiddet içermemektedir. Kanal D’de ise % 56,7 oranında sözel şiddetin içerildiği görülmektedir. Kanal D’nin 127 haberinden 72’si sözel şiddet içerirken 55 haber sözel şiddet içermemektedir.

**Tablo 11 Görsel Şiddet Öğelerinin Kanallara Göre Dağılımı (%)**

TV kanalı	Görsel şiddet yok		Görsel şiddet var	
	f	%	f	%
Kanal D	51	40,2	76	66,9
Flash	21	19,8	85	88,7
Show	51	40,2	76	59,8
Star	44	37	75	63
Toplam	167	34,9	312	65,1

Tablo 11, haberlerdeki görsel şiddet öğelerinin kanallara göre dağılımını göstermektedir. Tabloya baktığımızda tüm kanallarda görsel şiddet içirme oranı %65,1, görsel şiddet içermeme oranı ise %34,9 dur. Toplam 479 haberden 312 haber görsel şiddet içerirken 167 haber görsel şiddet içermemektedir.

Tablo 9,10,11’i birlikte ele alıp fiziksel, sözel ve görsel şiddet öğelerinin kanallara göre dağılımını değerlendirdiğimizde, Flash TV’nin her üç şiddet öğesi bakımından ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Flash TV’de fiziksel şiddet % 9,4, sözel şiddet % 78,3, görsel şiddet %88,7 gibi yüksek oranlarda karşımıza çıkmaktadır. Diğer üç kanalın haberlerindeki şiddet öğelerinin dağılımı, oran olarak değişmektedir. Fiziksel şiddet içermesi bakımından diğer kanallar yaklaşık olarak %35 ile %37 gibi birbirine yakın görünmektedir. Kanal D görsel şiddet içirme bakımından Flash TV den sonra ikinci sırada yer almaktadır. Show TV ise sözel şiddet içermesi açısından Flash TV den sonra ikinci sırada yer almaktadır.

#### 4.5. Özel Televizyon Kanallarının Ana Haber Bültenlerinde Yer Alan Çeşitli Haberlerde Fiziksel Şiddet, Sözel Şiddet ve Görsel Şiddet Ne Sıklıkta Yer almaktadır?

Fiziksel, görsel ve sözel şiddetin incelenen haberlerdeki dağılımı genel olarak ve kanallara göre incelenmiş ardından bu şiddet öğelerinin farklı haber türlerindeki yeri anlaşılmaya çalışılmıştır.

**Tablo 12 Kanal D, Flash, Show, Star TV Kanallarında Fiziksel Şiddetin Haber Türlerine Göre Dağılımı (%)**

Haber türü	Fiziksel şiddet yok		Fiziksel şiddet var		Toplam haber
	f	%	f	%	
Siyaset	32	59,6	20	40,4	52
Ekonomi	14	100	0	0	14
Magazin	97	81,5	22	18,5	119
Kriminal	48	29,3	116	70,7	164
Futbol	5	31,3	11	68,8	16
Trafik	21	63,6	12	36,4	33
Hava durumu	11	100	0	0	11
Yangın	1	14,3	6	85,7	7
Afet	5	45,5	6	54,5	11
Gözyaşı	11	91,7	1	8,3	12
Sağlık	22	91,7	2	8,3	24
Dini	12	75	4	25	16
Toplam	279	58,2	200	41,8	479

Tablo tüm kanallardaki fiziksel şiddetin haber türlerine göre dağılımını göstermektedir. Tüm kanallarda fiziksel şiddet içeren haberlerin oranı %41,8, fiziksel şiddet içermeyen haberlerin oranı ise %58,2'dir.

Fiziksel şiddetin en fazla görüldüğü haber türü yangın haberleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Yangın haberleri %85,7 oranında fiziksel şiddet içermektedir. Kriminal haberlerde ise %70,7 oranında fiziksel şiddet görülmektedir. Daha sonra sırasıyla

futbol haberlerinde %68,8, afet haberlerinde %54,5, siyaset haberlerinde %40,4, trafik haberlerinde %36,4 dini haberlerde %25, magazin haberlerinde %18, gözyaşı ve sağlık haberlerinde %8,3 oranlarında fiziksel şiddetin yer aldığı gözlemlenmiştir. Hava durumu haberlerinin fiziksel şiddet içermediği görülmüştür.

Tablo 12'ye göre tüm kanallarda, hava durumu dışındaki, tüm haber türlerinde fiziksel şiddet içeriği görülmektedir. Ayrıca siyaset haberlerinin %40 magazin haberlerinin %18,5 ve futbol haberlerinin de % 68,8 oranında şiddet içermesi dikkat çekici bir noktadır.

**Tablo 13 Kanal D, Flash, Show, Star TV Kanallarında Sözel Şiddetin Haber Türlerine Göre Dağılımı (%)**

Haber türü	Sözel şiddet yok		Sözel şiddet var		Toplam haber
	f	%	f	%	
Siyaset	20	38,5	32	61,5	52
Ekonomi	12	85,7	2	14,3	14
Magazin	78	65,5	41	34,5	119
Kriminal	13	7,9	151	92,1	164
Futbol	4	25	12	75	16
Trafik	6	18,2	27	81,8	33
Hava durumu	9	81,8	2	18,2	11
Yangın	0	0	7	100	7
Afet	0	0	11	100	11
Gözyaşı	8	66,7	4	33,3	12
Sağlık	18	75	6	25	24
Dini	10	62,5	6	37,5	16
Toplam	178	37,2	301	62,8	479

Tablo 13, kanallardaki sözel şiddetin haber türlerine göre dağılımını göstermektedir. Tüm kanallarda sözel şiddet içeren haberlerin oranı %62,8, sözel şiddet içermeyen haberlerin oranı ise %37,2'dir.

Sözel şiddetin en fazla görüldüğü haber türü yangın ve afet haberleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Yangın ve afet haberleri %100 oranında sözel şiddet içermektedir. Kriminal haberlerde ise %92,1 oranında sözel şiddet görülmektedir. Daha sonra sırasıyla trafik haberleri (%81,8), siyaset haberleri (%61,5) ve dini haberler (%37,5) gelmektedir.

Tablo 13'e göre, tüm kanallarda hava durumu dışındaki tüm haber türlerinin sözel şiddet içerdiğini göstermektedir. Ayrıca siyaset haberlerinde %61,5, magazin haberlerinde %34,5 ve futbol haberlerinde %75 oranlarında sözel şiddet içerilmesi dikkat çekici bir noktadır. Ayrıca gözyaşı haberlerinin %33,3, sağlık haberlerinin % 25, ekonomi haberlerinin de %14,3 oranlarında sözel şiddet içerdiği görülmektedir.

Bu tabloya göre, tüm haber türlerinde yüksek oranlarda sözel şiddetle karşılaşmaktadır. Ayrıca yangın ve afet haberlerinin tamamının sözel şiddet içermesi ise ilgi çekici başka bir noktadır.

**Tablo 14 Kanal D, Flash, Show, Star TV Kanallarında Görsel Şiddetin Haber Türlerine Göre Dağılımı (%)**

Haber türü	Görsel şiddet yok		Görsel şiddet var		Toplam haber
	f	%	f	%	
Siyaset	17	32,7	35	67,3	52
Ekonomi	13	92,9	1	21,4	14
Magazin	81	68,1	38	58,8	119
Kriminal	9	5,5	155	94,5	164
Futbol	4	25	12	75	16
Trafik	2	6,1	31	93,9	33
Hava durumu	9	81,8	2	18,2	11
Yangın	0	0	7	100	7
Afet	1	9,1	10	90,9	11
Gözyaşı	2	16,7	10	83,3	12
Sağlık	18	75	6	25	24
Dini	11	68,8	5	31,3	16
Toplam	167	34,9	312	65,1	479

Tablo 14, tüm kanallardaki görsel şiddetin haber türlerine göre dağılımını göstermektedir. Tüm kanallarda görsel şiddet içeren haberlerin oranı %65,1, görsel şiddet içermeyen haberlerin oranı ise %34,9'dur.

Görsel şiddetin en fazla görüldüğü haber türü yangın haberleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Yangın haberleri %100 oranında görsel şiddet içermektedir. Kriminal haberlerde ise %94,5 oranında görsel şiddet görülmektedir. Daha sonra sırasıyla trafik haberlerinde %93,9, afet haberlerinde %90,9, gözyaşı haberlerinde %83,3, futbol haberlerinde %75, siyaset haberleri %67,3, magazin haberlerinde %58,8, dini haberlerde %31,3, sağlık haberlerinde %25, ekonomi haberlerinde %21,4 oranlarında görsel şiddet içeriği bulgulanmıştır.

Bu tablo tüm haber türlerinin yüksek oranlarda görsel şiddet içerdiğini göstermektedir. Ayrıca siyaset haberlerinin %67,3 magazin haberlerinin % 58,8 ve ekonomi haberlerinin % 21,4 oranlarında görsel şiddet içermesi dikkat çekici bir noktadır.

Tablo 8,9,10,11 de şiddeti kategorilere göre ele aldığımızda, tüm kanallarda fiziksel şiddet (dayak, işkence kavga, yumruklama tartaklama, tekmeleme, arbede, kırma, taşlama, tokat, ateş etme) oranı (% 41,8), sözel şiddet (hakaret, küfür, bağırma, şiddet sözcükleri, münakaşa, çığlık) oranı (% 62,8), görsel şiddet (gözyaşı sert müzik, panik, kan patlama, yangın, yaralanma, gerilim, enkaz cop sopa, silah, bıçak, ambulans, polis otosu, göz yaşartıcı bomba, tabut, ceset) oranı ise (% 65,1) dir.

Tek tek kanallara göre; kanal D ana haberlerinde % 35,4 oranında fiziksel şiddet,% 56,7 oranında sözel şiddet, % 66,9 oranında görsel şiddet unsurlarını içermektedir. Flash TV % 59,4 oranında fiziksel şiddet, % 78,3 oranında sözel şiddet, % 88,7 oranında görsel şiddet unsurları içermektedir. Show TV % 37,8 oranında fiziksel şiddet, % 57,5 oranında sözel şiddet, % 59,8 oranında görsel şiddet unsurları içermektedir. Star TV % 37 oranında fiziksel, % 58 oranında sözel, % 63 oranında görsel şiddet içermektedir.

Tablolar gösteriyor ki incelenen televizyon kanallarındaki ana haber bültenlerinde şiddetin görsel boyutuna büyük önem verilmektedir. İncelenen dört kanalda da oran olarak en fazla görsel şiddet unsurunun yer aldığı görülmektedir. Bu anlamda haberlerin bir görsel gösteriye dönüştürüldüğü fikrini edinmekteyiz.

#### 4.6. Haber Bültenlerinde Fiziksel Şiddet, Sözel Şiddet ve Görsel Şiddet

##### Öğeleri Ne Sıklıkta Yer Almaktadır?

Fiziksel şiddet, sözel şiddet ve görsel şiddet içerikleri kullanılarak bu öğelerin tüm kanallardaki dağılımı tablolaştırılmıştır.

**Tablo 15 Tüm Kanallarda Fiziksel, Görsel ve Sözel Şiddet Öğelerinin Dağılımı (%)**

Fiziksel şiddet öğeleri	Tüm Kanallar		Sözel şiddet öğeleri	Tüm Kanallar		Görsel şiddet öğeleri	Tüm Kanallar	
	f	%		f	%		f	%
Dayak	43	9	Hakaret	47	9,8	Gözyaşı	83	17,3
İşkence	30	6,3	Küfür	57	11,9	Sert Müzik	152	31,7
Kavga	56	11,7	Bağırışma	150	31,3	Panik	118	24,6
Yumruklama	27	5,6	Şiddet sözcükleri	270	56,4	Kan	51	10,6
Tartaklama	87	18,2	Sert Münakaşa	97	20,3	Patlama	48	10
Tekmeleme	44	9,2	Çığlık	125	26,1	Yangın	46	9,6
Arbede	151	31,5				Yaralanma	84	17,5
Kırma	40	8,4				Gerilim	181	37,8
Taşlama	32	6,7				Enkaz	63	13,2
Tokat	28	5,8				Cop	23	4,8
Ateş etme	53	11,1				Sopa	56	5,4
						Silah-Bıçak	89	18,6
						Ambulans	44	9,2
						Polis otosu	59	12,3
						Göz y.bomba	17	3,5
						Tabut	11	2,3
						Ceset	41	8,6

Tablo15, tüm kanallarda fiziksel, görsel ve sözel şiddet öğelerinin dağılımını göstermektedir. Tablo incelendiğinde tüm kanallarda en fazla tekrarlanan fiziksel şiddet öğesinin arbede olduğu görülmektedir. Arbede fiziksel şiddet öğesi ile toplam 479 haberden 115'inde karşılaşılmıştır. Aynı şekilde arbede tüm haberlerde %31,5 oranında yer almaktadır. Tartaklamaya 479 haberden 87'sinde rastlanılmıştır. Tüm haberlerin içerisinde tartaklama fiziksel şiddet öğesi %18,2 oranında yer almaktadır. 479 haber içinden 56 haber kavga içermektedir bunun oranı ise %11,7'dir. Daha sonra sırasıyla ateş etme %11,1 oranında, tekmeleme %9,2 oranında, dayak %9 oranında, kırma 58,4 oranında, taşlama %6,7 oranında, tokat %5,8 oranında ve en son yumruklama % 5,6 oranlarında yer almaktadır.

Tüm kanallarda sözel şiddet öğelerini incelediğimizde en fazla, %56,4 ile, şiddet sözcükleri karşımıza çıkmaktadır. Toplam 479 haberden 270 haber şiddet sözcükleri içermektedir. Tüm kanallarda bağırma sözel şiddet öğesi %31,3, çığlık %26,1, münakaşa %20,3, küfür %11,9, hakaret %9,8 oranlarında yer almıştır.

Tabloyu incelediğimizde, tüm kanallarda en fazla yer alan görsel şiddet öğesi olarak %37,8 oranında gerilim yer almaktadır. İkinci olarak, toplam 479 haberden 152 haberin sert müzik içerdiği tespit edilmiştir. Aynı şekilde tüm haberler %31,7 oranında sert müzik içermektedir. 479 haberin %24,6 oranında panik, %18,6 oranında silah-bıçak, %17,5 oranında yaralanma, %17,3 oranında gözyaşı, %13,2 oranında enkaz, %12,3 oranında polis otosu, %10,6 oranında kan, %10 oranında patlama, %9,6 oranında yangın, %9,2 oranında ambulans, %8,6 oranında ceset, %3,5 oranında göz yaşartıcı bomba ve %2,3 oranında tabut gibi görsel şiddet öğeleri içerdiği görülmüştür.

Çeşitli şiddet türlerindeki şiddet öğeleri ayrıca kanallar arası farklılıkları görmek üzere de ayrı ayrı incelenmiştir.

**Tablo 16 Kanal D’de Fiziksel, Görsel ve Sözel Şiddet Öğelerinin Dağılımı (%)**

Fiziksel şiddet öğeleri	Kanal D		Sözel şiddet öğeleri	Kanal D		Görsel şiddet öğeleri	Kanal D	
	f	%		f	%		f	%
Dayak	12	9,4	Hakaret	13	10,2	Gözyaşı	21	16,5
İşkence	7	5,5	Küfür	17	13,4	Sert Müzik	25	19,7
Kavga	18	14,2	Bağırışma	34	26,8	Panik	25	19,7
Yumruklama	11	8,7	Şiddet sözcükleri	68	53,5	Kan	11	8,7
Tartaklama	23	18,1	Sert Münakaşa	34	26,8	Patlama	11	8,7
Tekmeleme	12	9,4	Çığlık	29	22,8	Yangın	9	7,1
Arbede	35	27,6				Yaralanma	18	14,2
Kırma	14	11				Gerilim	45	35,4
Taşlama	8	6,3				Enkaz	13	10,2
Tokat	10	7,9				Cop	12	9,4
Ateş etme	10	7,9				Sopa	7	5,5
						Silah-Bıçak	24	18,9
						Ambulans	13	10,2
						Polis otosu	20	15,7
						Göz y.bomba	3	2,4
						Tabut	4	3,1
						Ceset	8	6,3

Tablo16, Kanal D’de fiziksel, görsel ve sözel şiddet öğelerinin dağılımını göstermektedir. Tablo incelendiğinde, Kanal D televizyonunda en fazla tekrarlanan fiziksel şiddet öğesi arbede olarak görülmektedir. Arbede fiziksel şiddet öğesine toplam 127 haberden 35 haberde rastlanılmıştır. Aynı şekilde arbede tüm haberlerde %27,6 oranında yer kaplamıştır. Tartaklama fiziksel şiddet öğesine ise 127 haberden 23 haberde rastlanmaktadır. Bu da %9,4’lük bir orana denk gelmektedir. Kanal D’de 127 haber içinden 18 haber kavga içermektedir. Bunun oranı ise %14,2’dir. Daha sonra sırasıyla kırma %11 oranında, tekmeleme %9,4 oranında, dayak %9,4 oranında, yumruklama % 8,7 oranında, tokat ve ateş etme %7,9 oranında taşlama %6,3, işkence % 5,5 oranında fiziksel şiddet öğeleri olarak yer almıştır.



Kanal D’de sözel şiddet öğelerini incelediğimizde en fazla, %53,5 oranında, şiddet sözcükleri karşımıza çıkmaktadır. Toplam 127 haberden 68 haber şiddet sözcükleri içermektedir. Bağırışma ve münakaşa Kanal D’de %26,8 oranında, çığlık %22,8 oranında, küfür %13,4 oranında, hakaret %10,2 oranlarda yer almıştır.

Tabloyu incelediğimizde, Kanal D’de en fazla yer alan görsel şiddet öğesi olarak, %35,4 oranında, gerilim karşımıza çıkmaktadır. İkinci olarak, toplam 127 haberden 25 haberin, %19,7 oranında, sert müzik içerdiği tespit edilmiştir. 127 haberde %19,7 oranında panik, % 18,9 oranında silah-bıçak, %15,7 oranında polis otosu, %14,2 oranında yaralanma, %10,2 oranında enkaz, %10,2 oranında ambulans, %8,7 oranında kan, %8,7 oranında patlama, %9,6 oranında cop, %7,1 oranında yangın, %6,3 oranında ceset, %3,1 oranında tabut ve %2,4 oranında göz yaşartıcı bomba gibi görsel şiddet öğeleri içerdiği görülmektedir.

**Tablo 17 Flash TV’de Fiziksel, Görsel ve Sözel Şiddet Ögelerinin Dağılımı (%)**

Fiziksel şiddet ögeleri	Flash		Sözel şiddet ögeleri	Flash		Görsel şiddet ögeleri	Flash	
	f	%		f	%		f	%
Dayak	15	14,2	Hakaret	19	17,9	Gözyaşı	23	21,7
İşkence	14	13,2	Küfür	20	18,9	Sert Müzik	66	62,3
Kavga	15	14,2	Bağırışma	55	51,9	Panik	47	44,3
Yumruklama	7	6,6	Şiddet sözcükleri	80	75,5	Kan	16	15,1
Tartaklama	23	21,7	Sert Münakaşa	30	28,3	Patlama	16	15,1
Tekmeleme	12	11,3	Çılgılık	51	48,1	Yangın	15	14,2
Arbede	50	47,2				Yaralanma	27	25,5
Kırma	12	11,3				Gerilim	60	56,6
Taşlama	10	9,4				Enkaz	20	18,9
Tokat	4	3,8				Cop	2	1,9
Ateş etme	17	16				Sopa	7	6,6
						Silah-Bıçak	23	21,7
						Ambulans	10	9,4
						Polis otosu	19	17,9
						Göz y.bomba	4	3,8
						Tabut	3	2,8
						Ceset	11	10,4

Tablo17, Flash TV’de fiziksel, görsel ve sözel şiddet ögelerinin dağılımını göstermektedir. Tablo incelendiğinde Flash TV televizyonunda en fazla tekrarlanan fiziksel şiddet ögesi arbede olarak görülmektedir. Arbede fiziksel şiddet ögesinin toplam 106 haberden 50’sinde yer aldığı görülmüştür. Aynı şekilde arbede tüm Flash TV haberlerinde %47,2 oranında yer kaplamıştır. Tartaklama fiziksel şiddet ögesine ise 106 haberden 23 haberde rastlanmaktadır. Bu da %21,7’lik bir orana denk gelmektedir. Flash TV’de 106 haber içinden 17 haber ateş etme içermektedir. Bunun oranı ise %16’dır. Daha sonra sırasıyla kavga %14,2 oranında, dayak %14,2 oranında, işkence %13,2 oranında,

kırma %11,3 oranında, taşlama %9,4 oranında yumruklama %6,6 oranında, taşlama %6,3 oranında, tokat %3,8 oranında fiziksel şiddet öğeleri olarak sıralanmaktadır.

Flash TV'de sözel şiddet öğelerini incelediğimizde en fazla, % 75,5 oranında, şiddet sözcükleri karşımıza çıkmaktadır. Toplam 106 haberden 80 haber şiddet sözcükleri içermektedir. Flash TV'de bağırma %51,9 oranında, çığlık %48,1 oranında, münakaşa %28,3 oranında, küfür %18,9 oranında, hakaretin ise % 17,9 oranında yer aldığı görülmektedir.

Tabloyu incelediğimizde, Flash TV'de en fazla yer alan görsel şiddet öğesi olarak, %62,3 oranında, sert müzik yer almaktadır. İkinci olarak, % 56,6 oranında şiddet sözcükleri gelmektedir. Toplam 106 haberin %44,3 oranında panik, %25,5 oranında yaralanma, %21,7 oranında silah-bıçak, %14,2 oranında yaralanma, %18,9 oranında enkaz, %17,9 oranında polis otosu, % 15,1 oranında kan, % 15,1 oranında patlama, % 14,2 oranında yangın, % 10,4 oranında ceset, %3,8 oranında göz yaşartıcı bomba ve % 2,8 oranında tabut gibi görsel şiddet öğelerini içerdiği görülmüştür.

**Tablo 18 Show TV’de Fiziksel, Görsel ve Sözel Şiddet Öğelerinin Dağılımı (%)**

Fiziksel şiddet öğeleri	Show		Sözel şiddet öğeleri	Show		Görsel şiddet öğeleri	Show	
	f	%		f	%		f	%
Dayak	7	5,5	Hakaret	13	10,2	Gözyaşı	19	15
İşkence	5	3,9	Küfür	12	9,4	Sert Müzik	33	26
Kavga	10	7,9	Bağırışma	31	24,4	Panik	22	17,3
Yumruklama	4	3,1	Şiddet sözcükleri	62	48,8	Kan	12	9,4
Tartaklama	20	15,7	Sert Münakaşa	18	14,2	Patlama	15	11,8
Tekmeleme	9	7,1	Çığlık	23	18,1	Yangın	11	8,7
Arbede	30	23,6				Yaralanma	17	13,4
Kırma	8	6,3				Gerilim	35	27,6
Taşlama	7	5,5				Enkaz	15	11,8
Tokat	11	8,7				Cop	3	2,4
Ateş etme	12	9,4				Sopa	5	3,9
						Silah-Bıçak	19	15
						Ambulans	8	6,3
						Polis otosu	14	11
						Göz y.bomba	3	2,4
						Tabut	3	2,4
						Ceset	13	10,2

Tablo18, Show TV’de fiziksel, görsel ve sözel şiddet öğelerinin dağılımını göstermektedir. Tablo incelendiğinde Show TV televizyonunda en fazla tekrarlanan fiziksel şiddet öğesinin arbede olduğu görülmektedir. Arbede fiziksel şiddet öğesinin toplam 127 haberden 30 haberde yer aldığı görülmüştür. Arbede Show TV’de %23,6 oranında yer kaplamıştır. Tartaklama fiziksel şiddet öğesine ise 127 haberden 20 haberde rastlanmaktadır. Bu da %15,7’lik bir orana denk gelmektedir. Show TV’de 127 haber içinden 12 haber ateş etme içermektedir. Bunun oranı ise %9,4’tür. Daha sonra sırasıyla tokat %8,7, kavga %7,9, kırma %6,3, dayak %5,5, taşlama %5,5, işkence %3,9, yumruklama %3,1, fiziksel şiddet öğeleri olarak yer almıştır. Show TV’de sözel şiddet

öğelerini incelediğimizde en fazla, %48,8 oranında, şiddet sözcükleri karşımıza çıkmaktadır. Toplam 127 haberden 62 haber şiddet sözcükleri içermektedir. Show TV’de bağrışma % 24,4 oranında, çığlık % 18,1 oranında, münakaşa %14,2 oranında, hakaret %10,2 oranında, küfür ise %9,4 oranında yer almaktadır.

Tabloyu incelediğimizde, Show TV’de en fazla yer alan görsel şiddet ögesi olarak, %27,6 oranında, gerilim yer almaktadır. İkinci olarak, %26 oranında sert müzik gelmektedir. Toplam 127 haberin %17,3 oranında panik, %15 oranında silah-bıçak, %13,4 oranında yaralanma, %11,8 oranında enkaz, %11,8 oranında patlama, %11 oranında polis otosu, %10,2 oranında ceset, %9,4 oranında kan, %8,7 oranında yangın, %2,4 oranında göz yaşartıcı bomba ve %2,4 oranında tabut gibi görsel şiddet ögeleri içerdiği görülmüştür.

**Tablo 19 Star TV’de Fiziksel, Görsel ve Sözel Şiddet Öğelerinin Dağılımı (%)**

Fiziksel şiddet öğeleri	Star		Sözel şiddet öğeleri	Star		Görsel şiddet öğeleri	Star	
	f	%		f	%		f	%
Dayak	9	7,6	Hakaret	2	1,7	Gözyaşı	20	16,8
İşkence	4	3,4	Küfür	8	6,7	Sert Müzik	28	23,5
Kavga	13	10,9	Bağrışma	30	25,2	Panik	24	20,4
Yumruklama	5	4,2	Şiddet sözcükleri	60	50,4	Kan	12	10,1
Tartaklama	21	17,6	Sert Münakaşa	15	12,6	Patlama	6	5
Tekmeleme	11	9,2	Çığlık	22	18,5	Yangın	11	9,2
Arbede	36	30,3				Yaralanma	22	18,5
Kırma	6	5				Gerilim	41	34,5
Taşlama	7	5,9				Enkaz	15	12,6
Tokat	3	2,5				Cop	6	5
Ateş etme	14	11,8				Sopa	7	5,9
						Silah-Bıçak	23	19,3
						Ambulans	13	10,9
						Polis otosu	6	5
						Göz y.bomba	7	5,9
						Tabut	1	0,8
						Ceset	9	7,6

Tablo19, Star TV’de fiziksel, görsel ve sözel şiddet öğelerinin dağılımını göstermektedir. Tablo incelendiğinde Star TV televizyonunda en fazla tekrarlanan fiziksel şiddet ögesi arbede olarak görülmektedir. Arbede fiziksel şiddet ögesine toplam 119 haberden 36 haberde (%30,3) rastlanılmıştır. Tartaklama fiziksel şiddet ögesine ise 119 haberden 21 haberde rastlanmaktadır. Bu da %17,6’lık bir orana denk gelmektedir. Star TV’de 119 haber içinden 14 haber ateş etme içermektedir. Bunun oranı ise %11,8’dir. Daha sonra sırasıyla kavga %10,9, dayak %7,6, taşlama %5,9, kırma %5, yumruklama %4,2, işkence %3,4, tokat %2,5 gelmektedir.

Star TV’de sözel şiddet öğelerini incelediğimizde en fazla % 50,4 oranı ile şiddet sözcükleri karşımıza çıkmaktadır. Toplam 119 haberden 60 haber şiddet sözcükleri içermektedir. Star TV’de bağırışma %25,2 oranında, çığlık %18,5 oranında, münakaşa %12,6 oranında, küfür %6,7 oranında, hakaret % ,7 oranlarda yer aldığı görülmektedir.

Tabloyu incelediğimizde, Star TV’de en fazla yer alan görsel şiddet ögesi olarak, %34,5 oranında, gerilim yer almaktadır. İkinci olarak, %23,5 oranında sert müzik gelmektedir. Toplam 119 haberin %20,4 oranında panik, %19,3 oranında silah-bıçak, %18,5 oranında yaralanma %12,6 oranında enkaz, %10,1 oranında kan, %9,2 oranında yangın, %7,6 oranında ceset, %5,9 oranında göz yaşartıcı bomba %5 oranında patlama, %5 oranında polis otosu ve %0,8 oranında tabut gibi görsel şiddet öğeleri içerdiği görülmüştür.

Dört kanal için fiziksel şiddet, sözel şiddet ve görsel şiddet içerikleri şu şekilde dağılmaktadır:

Fiziksel şiddet ögesi olarak; dayak (%9), işkence (%6,3), kavga (% 11,7), yumruklama (% 5,6), tartaklama (%18,2), tekmeleme(%9,2), arbede (%31,5), kırma (%8,4), taşlama(%6,7), tokat (%5,8), ateş etme (%11,1) oranlarda yer almıştır.

Sözel şiddet ögesi olarak; şiddet sözcükleri (%31,3) çığlık %26,1), münakaşa (%20,3), küfür %11,9, hakaret %9,8 oranlarında yer almıştır.

Görsel şiddet ögesi olarak; gerilim (%37,8) sert müzik (%31,7) panik (%24,6), silah-bıçak (%18,6), yaralanma (%17,5), gözyaşı (% 17,3), enkaz (%13,2), polis otosu (%12,3), kan (%10,6), yaralanma (%17,5), gözyaşı (%17,3), enkaz (%13,2), polis otosu (%12,3), kan (%10,6), patlama (%10), yangın (%9,6), ambulans (%9,2), ceset (%8,6), göz yaşartıcı bomba (%3,5) tabut (%2,3) oranında gibi görsel şiddet öğeleri içerdiği görülmüştür.

Ana haber bültenlerinde en sık karşımıza çıkan şiddet unsurları, gerilim (%37,8), şiddet sözcükleri (%31,3), çığlık %26,1), münakaşa (%20,3), panik (%24,6) olarak karşımıza çıkmaktadır.

#### **4.7. Nicel Analizlerin Sonuçları**

Araştırmanın bulgularına göre; örnekleme yer alan haberlerin %54,7'si şiddet içermektedir. Örneklemedeki Kanal D haberleri %43, Flash TV haberleri %67,9, Show TV haberleri %53,5, Star TV haberleri %56,3 oranlarında şiddet içermektedir.

12 kategoride ele alınan haber türlerinde kriminal haber türü, tüm kanallarda en fazla yer verilen haber türüdür. Bu haber türüne Kanal D %30,7, Flash TV %42,5, Show TV %38,6, Star TV %26,1 oranlarında yer verilmektedir.

Kanalların ana haber bültenleri haber türlerinin şiddet içermesi açısından ele alındığında, kriminal haber dışındaki siyaset, magazin, futbol, trafik, yangın, afet, sağlık, dini, hava durumu, ekonomi gibi haber türlerinin de farklı oranlarda şiddet içerdiği görülmüştür.

Kanal D'de siyaset haberleri (%30), ekonomi haberleri (%0), magazin haberleri (%6,7), kriminal haberler (%84,6) futbol haberleri (%33,3), trafik haberleri (%100), hava durumu haberleri (%0,4 ), yangın haberleri (%100), afet haberleri (%100) gözyaşı haberleri (%100), sağlık haberleri (%20), dini haberler (%0) oranlarında şiddet içermektedir.

Flash TV'de siyaset haberleri (%33,3), ekonomi haberleri (%0), magazin haberleri (%14,3), kriminal haberler (%100), futbol haberleri (% 100), trafik haberleri (%90), hava durumu haberleri (% 0 ), yangın haberleri (%100), afet haberleri (%100) gözyaşı haberleri (%66,7), sağlık haberleri (%100), dini haberler (%0) oranlarında şiddet içermektedir.

Show TV'de siyaset haberleri (%20), ekonomi haberleri (%0), magazin haberleri (%20,5), kriminal haberler (%95,9), futbol haberleri (%50),trafik haberleri (%50), hava durumu haberleri (%0),yangın haberleri (%100),afet haberleri (% 75)gözyaşı haberleri (%100),sağlık haberleri (%100),dini haberler (%100) oranlarında şiddet içermektedir.

Star TV'de siyaset haberleri (%46,2), ekonomi haberleri (%17,2), magazin haberleri (%17,2), kriminal haberler (%96,7), futbol haberleri (%77,8), trafik haberleri (%87,5), hava durumu haberleri (%100),yangın haberleri (%100),afet haberleri (%75)gözyaşı haberleri (%80), sağlık haberleri (%18,2), dini haberler (%100) oranlarında şiddet içermektedir.

Kanallarda şiddet içeren haberlerin süresi açısından ele alındığında; Kanal D haber de toplam 278,21 dakikalık haber süresinin 119,19 (%42,84) dakikası şiddet içermektedir.



Flash TV’de toplam 226,1 dakikalık haber süresinin 162,50 (%71,87) dakikası şiddet içermektedir. Show TV toplam 266,86 dakikalık haber süresinin 150,26 (%56,30) dakikası şiddet içermektedir. Star TV toplam 285,09 dakikalık haber süresinin 162,25 (%56,91) oranında şiddet içerdiği görülmüştür.

Şiddeti kategorilere göre ele aldığımızda Kanal D ana haberleri %35,4 oranında fiziksel şiddet, %56,7 oranında sözel şiddet, %66,9 oranında görsel şiddet unsurlarını içermektedir. Flash TV haberleri %59,4 oranında fiziksel şiddet, %78,3 oranında sözel şiddet, %88,7 oranında görsel şiddet unsurları içermektedir. Show TV %37,8 oranında fiziksel şiddet, % 57,5 oranında sözel şiddet, %59,8 oranında görsel şiddet unsurları içermektedir. Star TV %37 oranında fiziksel, %58 oranında sözel, %63 oranında görsel şiddet içermektedir.

Dört kanal için, fiziksel şiddet ögesi olarak; dayak (%9), işkence (%6,3), kavga (%11,7), yumruklama (%5,6), tartaklama (%18,2), tekmeleme(%9,2), arbede (%31,5), kırma (%8,4), taşlama (%6,7), tokat (%5,8), ateş etme (%11,1) farklı oranlarda yer almıştır.

Sözel şiddet ögesi olarak; şiddet sözcükleri (%31,) çılgılık %26,1, münakaşa %20,3, küfür %11,9, hakaret %9,8 oranlarında yer almıştır.

Görsel şiddet ögesi olarak; gerilim (%37,8) sert müzik (%31,7) panik (%24,6), silah-bıçak (%18,6), yaralanma (%17,5), gözyaşı (% 17,3), enkaz (%13,2), polis otosu (%12,3), kan (%10,6), yaralanma (%17,5), gözyaşı (%17,3), enkaz (%13,2), polis otosu (%12,3), kan (%10,6), patlama (%10), yangın (%9,6), ambulans (%9,2), ceset (%8,6), göz yaşartıcı bomba (%3,5) tabut (%2,3) gibi unsurları içermektedir.

#### 4.8. Ana Haber Bültenlerinde Haberlerin Sunum Biçimi

Haberlerin sunum biçimine ilişkin bu bölümde çeşitli haber türlerinden seçilmiş örnekler üç farklı kategori içerisinde değerlendirilecektir. Bu haberler, haber başlıkları, görüntü özellikleri (görüntü tekrarları, duygusallık içinde dramatize etme, canlandırma, sunucunun jest ve mimikleri kullanması), haberde kullanılan dilin özellikleri (kullanılan şiddet sözcükleri, sözcüklerde vurgu, müziğin kullanılması, yorum yapma) boyutlarında ele alınıp incelenecektir.

Haber bülteni sunucularının başvurduğu bazı tekniklerin (sözcük seçimleri, şiddet vurgusu, şiddet sahnelerinin aşırı tekrarı, mimiklerin kullanımı, vb.) izleyicileri şiddete yönlendirebileceği gerçeğini bilmek gerekmektedir. Ana haber bültenlerinin sunum biçimiyle de şiddeti ön plana çıkardığı, şiddete vurgu yaptığı ve kullandığı dil ile şiddeti bir model olarak sunduğu görülmektedir. Haberlerde aşırı tekrarlar, oklar, çemberler gibi grafik işaretleri kullanılarak izleyiciye şiddet dersleri verilmektedir.

Köknel, şiddet içeren iletilerinin (ses tonu, şiddetli sözcük vurgusu) insanları öldürmeye kadar götüren sözsüz ve sözlü şiddet davranışlarına götürdüğünü vurgular. “Saldırı ve şiddet içeren iletiler; öfke dolu mimikten adam öldürmeye kadar giden, geniş bir yelpaze içinde yer alan sözsüz ve sözlü davranışlara yol açar..ses tonunun keskinliği, sertliği, bağırarak konuşmak, cümlelerin anlamını değiştirir” (Köknel, 1996; 141).

Saldırı ve şiddet içeren iletiler, öfke dolu mimikten adam öldürmeye kadar giden, geniş bir yelpaze içinde yer alan sözsüz ve sözlü davranışlara yol açar...Konuşma dilinde ses değişiklikleri anlatımı değiştirir. Kaygı, kırgınlık, öfke, şiddet iletilerine dönüşebilir. Bir heceyi yada sözcüğü diğerlerinden daha kuvvetli, üstüne basa basa vurgu yaparak söylemek kırgınlık,öfke, şiddet iletisini verebilir... ses tonu, insanın duygu durumunu, coşkularını, kırgınlığını, öfkesini, kinini, nefretini sözcüklere ve cümlelere yansıtır. Genel olarak cümle içinde vurgulanan sözcük dikkat çeker, önem kazanır. Ses tonunun keskinliği, sertliği, bağırarak konuşmak, cümlelerin anlamını değiştirir (Köknel,1996; 138-140)

Kriminal haberler, gösteri- eylem haberleri, terör, cinayet-bıçaklama-yaralama, çete-mafya, silahlı saldırı, kavga, hırsızlık, tecavüz-cinsel taciz, fuhuş, skandal, uyuşturucu ve ölüm haber türlerinden oluşmaktadır. Gösteri-Eylem haberleri ise şehitlerin cenaze törenleri, öğrenci protesto gösterileri, sendikal eylemler, yabancı ülkelerdeki kitlesel gösterilerdeki çatışmalar, gece kondu yıkımları konularındaki haberleri içermektedir. Terör haberleri Ortadoğu ve Iraktaki savaşla ilgili bombalama ve intihar saldırıları ile ilgili haberler, doğu ve güneydoğudaki güvenlik güçleri ve PKK arasındaki çatışmalara ilişkin haberler, yabancı ülkelerde terör eylemlerine ilişkin haberlerdir. Skandal haberleri, devlet kurumları çerçevesinde eğitim, sağlık gibi konularda yaşanan skandalları; ölüm haberleri ise ünlü kişilerin ölüm haberleri, trajik bir şekilde ölen insanların haberlerini içermektedir.

## **HABER 1**

Kanal: Flash TV

Tarih: 4 Eylül 2005

Haber türü: Kriminal

Haberin süresi:11 dakika

**Haberde kullanılan ana başlık:** “Gaziosmanpaşa’da Türk bayrağı taşıyana saldırdılar”,

**Yan başlıklar:** “Bayrağa linç”, “İmralı provokasyonu”, “İ.E.T.T otobüsü yakıldı”, “Gaziosmanpaşa mahallesinde saldırı dakikalarca sürdü”, “Savaş alanına çevirdiler”, “Taksimde polis merkezine molotoflu saldırı”, “Bu ne cüret, böylesi ilk kez görülüyor”, “Türk bayrağı taşıyana saldırdılar”, “Korku saçtılar”, “Türk bayrağını almak istediler”, “Savaş alanına çevirdiler”.

Yukarıda belirtildiği gibi haberler çarpıcı başlıklarla verilerek etki uyandırılmaya çalışılmaktadır. Haber başlıları çoğunlukla şiddet içeren sözcüklerden oluşmaktadır. Bu haberde başlıklar genellikle, sansasyonel, yalın ve dikkat çekici bir şekilde verilmekte ve birden fazla haber başlığı kullanılmaktadır. Haber başlıları ekranda çemberler ve ok işaretleri ile belirtilerek tüm ekranı kaplayacak büyük puntolarla verilmektedir.

**Haberin görüntü özellikleri:** Haberi görüntü özellikleri açısından ele alacak olursak; spiker haber olayı sunmaya başlarken, hızlı ve gergin ses tonuyla ellerini ve mimiklerini kullanarak habere giriş yapmaktadır. Haberde kamera açıları, uzun ve hareketli bir çekim söz konusudur. Gerçeklik duygusunu artırmak ve izleyiciyi olaya dahil etmek için kamera açısı göstericilerin içinde hareket halindedir. “Molotofkokteyli atma”, “kavga”, “tekme atma”, “otobüs yakma”, “göz yaşartıcı bomba kullanma”, “silah sıkma”, “taş atma” gibi şiddet eylemi görüntüleri olayda geniş yer almakta ve tekrarlarla verilmektedir. Görüntüler üzerinde şu hareketli yazı başlıları belirmektedir: “Tecride hayır kampanyası”, “Korku saçtılar” ,“Türk bayrağına linç girişimi”, “Bayraklı tepki”, “Türk bayrağını almak istediler”, “Polis otosunu yakmak istediler”, “Savaş alanına çevirdiler”, “ İstanbul’da PKK terörü”, “PKK lı teröristler”, “PKK otobüs kaçırdı” ,“İstanbul’da PKK bayrağı” “Otobüsü rehin aldılar”, “Şoförü zorla indirdiler”, “Otobüsü yaktılar”, “ Tecrit maskesiyle terör”, “Emniyet müdürlüğüne saldırdılar”, “PKK sempatizanları karakola saldırdılar”, “Polise de saldırdılar” ,“ İmralı’ya gitmek istiyorlar”, “Polis izin vermedi” “ Polis havaya ateş açtı”.

**Haberin dil özellikleri:** Haber olayda şiddete ilişkin kelimeler ve cümlelere sıklıkla yer verilmekte ve vurgular yapılmaktadır. “Ortalığı savaş alanına çevirdiler”, “iki kişinin öldüğü söyleniyor”, “linç etmek istediler”, “taş atıldı”, “kana kan diş diş”,

“otobüsünü kaçırarak yaktılar”, “otobüsü taşıdılar”, “otobüsü molotofkokteylleriyle yaktılar”, “göz yaşartıcı bombalarla müdahale etti”, “binayı yakmaya kalktılar”, “terör estirdiler”, “kana kan dişe diş sloganları atan”, “polisle dakikalarca çatıştılar” gibi şiddet içerikli cümleler tekrarlanmakta ve ses tonlarıyla vurgu yapılmaktadır.

## **HABER 2**

Kanal: Star TV

Tarih: 22 Aralık 2005

Haber türü: Kriminal

Haberin süresi:3 dakika 30 saniye

**Haberde kullanılan ana başlık:** “İşte intihar saldırısı”

**Haberin görüntü özellikleri:** Haber yoğun görsel ve sözel şiddet unsurlarını içermektedir. Bu haberde şiddetli ve gerilimli müzik eşliğinde Bir askerin kafasından vurularak öldürülmesi görüntüleri grafikler kullanılarak ve 20 kez tekrarlanarak verilmektedir. Aynı haber başlığında başka bir olayda 3 askerin bombalı saldırı sonucunda ölmesi görüntüleri 10 kez tekrarlanarak verilmektedir. Toplam bir haberde 30 kez saldırı anı tekrarlanarak vermektedir. Bu durum haber ile bilgi vermekten ziyade haberde şiddet sahnesinin görsel şov niteliğinde ön plana çıkarıldığını göstermektedir.

**Haberin dil özellikleri:** Haberde kullanılan şiddet sözcükleri şu şekildedir: “Irakta şiddet ve kan”, “direnişçiler”, “intihar saldırısı”, “kıl payı ölümden döndü”, “işte saldırı anı”, “silahların susmadığı”, “sokaklarda ölümün kol gezdiği”, “Iraktan gelen görüntüler insanın kanını donduracak cinsten”, “Amerikan askerini hedef almış ve dikkatle onu izliyor”, Amerikan askeri menzile girince tetiği çekiyor”, “dört Amerikan askeri işte böyle öldürülüyor”, “Irakta dehşet görüntüleri”, “ intihar saldırısı işte böyle görüntülendi”,

tam 25 araç hurdaya döndü”, “saldırı noktası”, “az kalsın canlarıyla ödüyorlardı”, “büyük bir gürültü”, “şarapnel parçaları”, “patlamanın şiddetiyle savruluyor”.

### **HABER 3:**

Kanal: Show TV

Tarih: 1 Kasım 2005

Haber türü: Kriminal

Haberin süresi: 3 dakika 30 saniye

**Haberde kullanılan ana başlık:** “Sevgilisini 37 yerinden bıçaklayıp öldürdü, Bu vahşetin yanında testere filmi masum kaldı”

**Haberin görüntü özellikleri şu şekildedir:** Haberde spiker girişe başlarken kamera yakın çekime girmekte, spiker jest ve mimiklerini kullanarak olayın trajikliğini artırmaya çalışmaktadır. Haberde canlandırma kullanılmakta, haberin fonunda değişik efektlerde bir yandan duygusal bir yandan korkutucu sert müzik kullanılmaktadır. Ayrıca Haberde kanlı görüntülere yer verilmektedir. Öte yandan haberde olayın konu edinilen kişilerin gözyaşları duygusallık içinde dramatize edilerek verilmektedir. Haberde bir yandan bir törenden halay görüntüleri, bir yandan korku filminden görüntüler, bir yandan da olayın kanlı görüntülerine yer verilmektedir.

**Haberi dil özellikleri** açısından incelediğimizde, haberin içerdiği yoğun şiddet sözcükleri şu şekildedir: “Sevgilisi onu tam 37 yerinden bıçaklayıp öldürdü”, “korkunç plan yaptı”, “onu dövüp 37 yerinden bıçakladıktan sonra, boğazını kesti”, “cesedi restorandaki derin dondurucuya sakladı”, “elbiseler kan içindeydi”, “boğazını kesilmiş olarak gördüm”, “kan kaybından gitti”, “kızının katili” vb. Haberde yapılan yorumlar ise

“kıskançlık krizine giren sevgilisi”, “liseli funda işte böyle mutluydu”, “soğukkanlılıkla cesedi sakladı”, “hala büyük bir acı vardı” şeklinde olmaktadır. Haber hikaye anlatır gibi sunulmakta, “henüz 16 yaşındaydı”, “korkunç bir plan yaptı” vb. Haberde olayın taraflarına ilişkin sıfatlar kullanılmakta, “kıskanç sevgili”, “liseli Funda”, “acılı anne” vb.

#### **HABER 4**

Kanal: Kanal D

Tarih: 27Aralık 2005

Haber türü: Kriminal

Haberin süresi: 1 dakika 20 saniye

**Haberde kullanılan ana başlık:** “Cinnet anı, Alacağını tahsil edemeyince dehşet saçtı”

**Haberin görüntü özellikleri:** Haberde elinde silahlı bir adamın görüntülerine yer verilmektedir. Haberde kargaşa, çılgınlık, bağırışmalar bir birine karışmaktadır. Olay haberde olaya konu edilen kişinin elindeki silahla etrafındaki insanları tehdit etme görüntülerine yer verilmektedir. Görüntülerde zanlı silahı kafasına dayamakta ve kendisini öldürme tehdidinde bulunmaktadır.

**Haberin dil özellikleri:** Haberde sürekli bir ölüm vurgusu ve olayın dehşet boyutuna vurgu yapılmaktadır. “alacağını alamayınca çılgına döndü”, “önce arkadaşını vurdu”, “silahını çekip”, “emekli mübaşir dehşet saçtı”, “ruhsatsız tabancasını çıkarıp arkadaşına ateş etti”, “öldü zannettiği yaralı”, “silahını kafasına dayadı”, “silahlı adam”, “mahalle muhtarı ölümden döndü” gibi şiddet sözcükleriyle vurgu yapılmaktadır.

**HABER 5**

Kanal: Show TV

Tarih: 16 Kasım 2005

Haber türü: Kriminal

Haberin süresi: 2 dakika 15 saniye

Haberde kullanılan ana başlık: “Sıradan dayak, Öğretmen öğrencileri nasıl cezalandırdı”

**Haberin görüntü özellikleri:** Haberde bir öğretmenin bir grup öğrenciye dayak atma görüntülerini 15 kez tekrarlanarak verilmektedir.

**Haberin dil özellikleri:** Haber içerdiği şiddet sözcükleri: “tokat atmıştı”, “gözüme gelmişti”, “öğretmen öğrencilerine sıra dayağı atıyor”, “dayak başladı”, “tokatlar sınıfta yankılanıyor” vb. Haberde yer alan yorumlar ise: “Bakın bir lise öğretmeni öğrencilerine nasıl dayak atıyor”, “lisede sıradan bir gündü”, “öğretmen için mazeret yoktu”, “öğretmen o kadar sert vuruyor ki”, “beli ki öğrenciler için sıradan bir dayak”.

**HABER 6**

Kanal: Flash TV

Tarih: 12 Aralık 2005

Haber türü: Kriminal

Haberin süresi: 3 dakika 10 saniye

**Haberde kullanılan ana başlık:** “Üniversitenin uyuşturucu bayisi”,

Haberde televizyon ekranında yazılı olarak beliren birden fazla sansasyonel, çarpıcı başlık kullanılmaktadır. Kullanılan başlıklar: “öğrencileri zehirliyorlardı”, “uyuşturucu satıcıları”, “polis kamerası”, “baskın anı”, “öğrenciler kullanıyor”, “üniversite



öğrencisi”, “ekmek arası esrar”, “torbada esrar var”, “uyuşturucuyu büfeye götürüyor”, “uyuşturucu teslim ediliyor”, “şifre mi”, “ekmek yerine esrar satıyorlardı”, “11 kilo 700 gram esrar”, “uyuşturucu tacirlerine suçüstü”, “şebeke cezaevinde”.

**Haberin görüntü özellikleri:** Görüntülerde polislerle birlikte kameramanlar operasyona katılıp baskın anını görüntülemektedir. Baskın anı 4 kez tekrarlanmaktadır. Görüntülerde gizli kamera kullanılmakta, tartaklama ve bağrışma anları yer almakta, gergin bir müzik kullanılmaktadır.

**Haberin dil özellikleri:** Haberde hem şiddet içeren sözcükler kullanılmakta hem de yorumlar yapılmaktadır. “zehir tacirleri”, “soluk kesen operasyon”, “uyuşturucu satışı üniversitenin kapısına kadar dayandı”, “uyuşturucu sevkıyatı”, “pusuya yatan polis”, “operasyona başlıyor”, “uyuşturucu tuzağı”, “üniversite kapısında uyuşturucu satılıyor”, “ekmek satar gibi esrar satan ölüm tacirleri”, “nefes kesen operasyon”, “işte polis kamerasından saniye saniye uyuşturucu operasyonu”, “uyuşturucu taciri gözünü o kadar karartmış ki”, “hem de içi esrar dolu torba”, “polise direnen uyuşturucu tacirleri”, “kısıkvrak yakalandı”, “ölüm tacirleri” vb.

Haberde “uyuşturucu”, “zehir tacirleri”, “ölüm tacirleri”, “uyuşturucu tacirleri” gibi sözcükler 17 kez keskin ve tiz bir ses tonuyla sürekli vurgulanmaktadır. Haberde vurgu yapılan başka nokta ise belirli bir kurumun “uyuşturucu satışı üniversitelerin kapısında”, “İstanbul üniversitesinin yanı başında”, “İstanbul üniversitesinin orta yerinde”, “İstanbul üniversitesinin kapısında” biçiminde çeşitli biçimlerde tekrarlanarak vurgulanmasıdır.

**HABER 7**

Kanal: Kanal D

Tarih: 12 Eylül 2005

Haber türü: Kriminal

Haberin süresi: 2 dakika 40 saniye

**Haberin ana başlığı ve kullanılan diğer başlıklar:** “Servis firmaların rant kavgası, okulu ilk günde kana bulayacaktı”, “veliler okul yönetimine tepki gösterdi”

**Haberin dil özellikleri:** Haber yoğun şiddet sözcüleri içermekte ve bunlar, ses tonlaması değişiklikleri ve sözcük tekrarlarıyla vurgulanmaktadır. “Servis kavgası velilerin yüreğini ağzına getirdi”, “okulu kana buladılar”, “çekilen silahlar demir sopalar havada uçan taşlar”, “çocukların can güvenliğinden endişe eden veliler ise okul yönetimine tepki gösterdi”, “okulun ilk günü kana bulandı”, “bıçaklar, silahlar, döner bıçakları”, “firma görevlilerini birbirine düşürdü”, “silahlar çekildi, demir sopalar ve taşlar havada uçtu”, “ellerine geçirdiklerini birbirlerine fırlattılar”, “polisi de dövdüler”, “endişe tedirginlik”, “mafya”, “takviye ekipler kavgaya karışan kişiler”vb. Vurguların yapıldığı nokta ise, “çocukların can güvenliğinin olmaması”, “silahların çekilmesi”, “demir sopa ve taşların havaya uçması” yoğun olarak kullanılan ifadelerdir. Haberde şiddet içeren şu yorumlar göze çarpmaktadır: “Okulun bahçesinde bulunan tabanca olayın kanlı olabileceğinin göstergesi”, “veliler olayı korku dolu bakışlarla izlediler”, “rant kavgası velileri kara kara düşündürüyor”, “sadece yarışmıyorlar birbirlerinin kanını damlatıyorlar”.

**Haberin görüntü özellikleri:** Haberde kavga eden, sopalarla birbirini kovalayan, birbirlerine küfreden, ağlayan insanların görüntülerine yer verilmektedir. Kavga ve saldırı görüntüleri 5 kez tekrar ederek verilmektedir.

**HABER 8**

Kanal: Star TV

Tarih: 25 Ekim 2005

Haber türü: Kriminal

Haberin süresi: 3 dakika 35 saniye

**Haberde kullanılan başlıklar:** “Mafya hesaplaşması”, “Şahin ve Saral çeteleri neden birbirine girdi”, “kurtlar vadisinde kanlı randevu”, “kanlı savaş nerede ve nasıl başladı”, “Türk mafyası İtalya’da çatıştı”, “İstanbul’da başlayan savaş İtalya’da sürdü”, “öldürülen avukat”, “Saral çetesinin ölüm listesinde kimler vardı”.

**Haberin dil özellikleri:** “Mafya cinayetleri zinciri”, “adamlarından bir kişinin daha öldürülmesi”, “yer altı dünyası”, “yer altı dünyasında peş peşe yaşanan kanlı hesaplaşma”, “ölüm listesi”, “işte kanlı mafya hesaplaşması”, “gruplar arasında savaş aylardır devam ediyor”, “1 kişinin öldüğü ve 4 kişinin yaralandığı kanlı hesaplaşma”, “namlunun ucundaki son hedef”, “Yer altı dünyasının tanınmış iki ismi”, “kanlı hesaplaşma”, “mafya savaşı”, “kanlı hesaplaşmanın perde arkası”, “savaşın başlangıcı”, “haraç”, “çete”, “sağ kolunun vurulmasıyla”, “Roma’da sokak ortasında kurşun yağmuruna tutularak öldürülmesi”, “mafya savaşı yeniden alevlendi”, “katledilmesi”, “sokak ortasında öldürüldü”, “cenaze”, “mafya savaşı”, “silahlı saldırı”, “üç kalaşnikof tüfek”, “iki el bombası”, “kanlı hesaplaşma”, “cinayetler zinciri yeniden başladı”, “avukat öldürüldü”, “bugüne kadar üçü öldürüldü” haberde yer alan ve şiddet içeren ifadelerdir..

**Haberin görüntü özellikleri:** Haberde şiddetli ve gerilimli bir müzik yer almakta, büyük puntolarla ekranda kırmızı renkte efektlerle “mafya savaşı” yazısı yer almaktadır. Haberın görüntülerinde kan, ceset ve silah görüntülerinin yanında silahla ateş etme, siren sesleri yer almaktadır. Ayrıca haberde 5 kez ceset görüntüsüne yer

verilmektedir. Haberde polisin uzun namlulu tüfeklerle yaptığı baskın görüntüleri ve kurşunlanan arabaların kırılmış camlarının görüntüleri de yer almaktadır.

## **HABER 9**

Kanal: Show TV

Tarih: 16 Kasım 2005

Haber türü: Kriminal

Haberin süresi: 2 dakika

**Haberde kullanılan başlıklar:** “Mayın şehitleri gözyaşlarıyla uğurlandı, şehit üç erin cenazeleri memleketlerine gönderildi”

**Haberin dil özellikleri:** Haberde yer alan şiddet sözcükleri şu şekildedir: “Askerlere hain bir tuzak”, “terör örgütü”, “uzaktan kumandalı mayının patlatılmasıyla şehit olan askerler”, “gözyaşı ve ağıtlar yükseldi”, “feryatların yükseldiği yer”, “köy halkı şehit er için gözyaşı döküyor”, “uzaktan patlatılan mayın”, “ cenazesi köyünde gözyaşları ve ağıtlar arasında toprağa verildi”, “gözyaşı vardı”, “büyük küçük herkes gözyaşı döküyordu”.

**Haberin görüntü özellikleri:** Haberin görüntülerinde acı çeken onlarca insanın haykırışları, çığlıkları, ağlamaları, dövünmeleri görüntülerine yer verilmektedir.

## **HABER 10**

Kanal: Star TV

Tarih: 9 Eylül 2005

Haber türü: Kriminal

Haberin süresi: 2 dakika 30 saniye

**Haberde kullanılan başlıklar:** “Klinikte gaspçı dehşeti, saldırganlar müşteri kılığında geldi,

**Haberin dil özellikleri:** Haber sunulurken kullanılan şiddet sözcükleri şu şekildedir: “iki gaspçı”, “saldırı”, “iki zanlı”, “genç kadını tam 30 yerinden bıçakladı”, “kanlar içindeydi”, “felaketti”, “ölmüş gibi”, “ölmüş sandım”, “darbe üzerine darbe almış”, “bıçak çekerek genç kadını tehdit etti”, “genç kadını 30 yerinden bıçakladı”, “genç kadının boğazını kesti”, “olayda kullanılan bıçak”. Aynı zamanda haberde çeşitli şiddet sözcükleri içeren yorumlara da yer verilmektedir: “Zanlılar bununla yetinmedi”, “dehşet dolu dakikalarda başladı”, “çığına dönen iki zanlı”, “ölümüne saldırdı”, “kanlar içinde yerde yatarken bulundu”, “her tarafında kanlar fişkiriyordu”, “ölümle yaşam arasında mücadele veriyor”, “kısıvrak yakalandılar”.

**Haberin görüntü özellikleri:** Haberde kanlı görüntüler, canlandırmalara ve gerilimli bir müziğe yer verilmektedir.

## **HABER 11**

Kanal: Flash TV

Tarih: 22 Eylül 2005

Haber türü: Kriminal

Haberin süresi: 3 dakika 50 saniye

**Haberde kullanılan başlıklar:** “Hırsız polis komedisi”, “kaçan zanlılar”, “kırık arka cam”, “polis barikati”, “operasyon başarısız”, “atışlar karavana”, “kime niyet kime kismet”, “yakalanan zanlılar”, “önce yumruk”

**Haberin dil özellikleri:** Haberde yer alan şiddet sözcükleri şu şekildedir: “İşte hırsızlarla polis arasında kovalamaca komedisi”, “hırsız polis kovalamacası nefesleri

kesti”, “şüpheli araba”, “polis kurşunlarıyla kırılmış”, “tekrar başlayan kovalamaca”, “polis zanlılara sert davrandı”, “yapış üstüne çık”, “vur vur vur”, “yaptıkları her hallerinde belli olan zanlılar”, “sarhoş musun sen”, “uyuşturucu mu aldın”, “ateş etmeye hazır ruhsatsız tabanca”, “çalıntı otomobil”, “silahlı iki kişi”, “operasyon”, “al şunu vur vur”.

**Haberin görüntü özellikleri:** Olayda kameramanlar polisle birlikte operasyona katılmaktadır. Kaçan zanlıların vurulmasını, ateş edilmesini bağırarak söyleyen polis veya kameramanlar, zanlıyı vuramayan polis için ekranda beliren “atış karavana” başlığı kullanılmaktadır. Haberde tartaklama, silahla ateş etme, kovalamaca, grafikler, çemberler, ile görüntülere vurgu yapıp teşhis eden ok işaretleri kullanılmaktadır. Hareketli kamera görüntüleri, gerilimli müzik ve çığlıklar habere panik ve korku izlenimi duygusu verilmektedir. Haberde yakalanan zanlıların polisçe yere yatırılıp tartaklaması ve tekmelenmesi görüntülerine yer verilmektedir. Ayrıca haberde zanlılardan birisinin kafasına vurulan silah nedeni ile yüzüne akan kanama görüntülerine yer verilmektedir

## **HABER 12**

Kanal: Kanal D

Tarih: 27 Aralık 2005

Haber türü: Kriminal

Haberin süresi: 1 dakika 45 saniye

**Haberde kullanılan başlıklar:** “Zabıttadan olaylı operasyon”, “işyeri sahibinin kafasını kim yardı”.

**Haberin dil özellikleri:** Haberde küfür içeren, yorum yapılan ve şiddet içeren sözler şu şekildedir: “Operasyon düzenlendi”, “arbede çıktı”, “sakin ol lan”, “yaşandı bu kavga”, “beni niye çekiyorsunuz lan”, “başına taşla vurulduğu iddia edilen kişi”, “göz

altına alındı”, “söylediği sözler ortalığın karışacağıının habercisiydi”, “bir kişi iş yeri sahibine saldırmak istedi”, “iş yeri sahibi yaralandı, saldırganlar, kameralara rağmen vatandaşa saldırdı”.

**Haberin görüntü özellikleri:** Haberde arbede, tekmeleme, yumruklama, küfürleşme kavga görüntülerine yer verilmektedir. Haberde kavgada şiddet sahneleri içeren yumruklamaları çember işaretleri içine alınarak vurgulanmaktadır. Ayrıca haberde, kavgada elbiseleri parçalanmış ve kafasından kanlar akan bir adamın görüntülerine yer verilmektedir.

### **HABER 13**

Kanal: Show TV

Tarih: 1 Ekim 2005

Haber türü: Kriminal

Haberin süresi: 2 dakika

**Haberde kullanılan başlıklar:** “Belalı çift nasıl dehşet saçtı”, “Polisin bu çaresizliğinin sebebi de mi yeni TCK”.

**Haberin dil özellikleri:** Haberde yapılan yorumlar yer alan şiddet sözcükleri ve cümleleri şu şekildedir: “Sallama adı verilen döner bıçağı ile polislere bile meydan okudu”, “adamın kız arkadaşının da kendisinden aşağı kalır yanı yoktu”, “dün gece yaşanan bu dehşetli anlar az önce başlayan bir kavganın devamı”, “elinde salma denilen döner bıçağı ile polislere meydan okuyan kişi”, “kavgayı sürdürmek niyetinde”, “tahta sopalarla kafasından yaralı”, “elinde sallamalı genç”, “sallamalı genç”, “ağabey piskopatın biri”, “sopanın birini versene”, “polisle tartışıyor”, “adamı öldürse ne yapacağım”, “saldırgan yine ortaya çıkıyor”, “polis silahına davranmıyor”, “kavga eden taraflar bir anda

yine buluşuyorlar”, “dehşet anları başlıyor”, “saldırganların üzerine çullanıyor”, “Allah belanızı versin”, “kafasında bira şişesini sonra kolundan sallamayı yiyen adam”, “adam ölüyor”, “kolu kesilmiş kanıyor”, “olaylı gece”.

**Haberin görüntü özellikleri:** Haberde kavga, arbede, gerilim, kargaşa, tekmeleme, yumruklama, sopayla vurma, bıçakla saldırıp yaralama görüntüleri tüm haber süresince (2 dakika) yer verilmektedir. Görüntülerde bir kadının bir adamın kafasına bira şişesini kırması görüntüleri ile döner bıçağı ile vurma görüntüleri 6 kez tekrarlanmaktadır.

*Siyaset haberlerinin* konuları genellikle, hükümet ve muhalefet partilerinin demeçleri, siyasi parti başkanlarının sözlü sürtüşme ve hakaretleri, sendika başkanlarının demeçleri, büyük şirket başkanlarının siyasi demeçleri, yabancı devlet bakanlarının demeçleri, farklı ülkeler arasındaki diplomatik görüşmeler, Avrupa Birliği haberleri, Cumhurbaşkanlığı ve Genel Kurmay Başkanlığının çeşitli açıklamalarını içermektedir.

Siyaset haberlerindeki şiddet, mecliste siyasi partiler arasındaki geçen tartışma ve kavgalar, küfürleşmeler; başbakanın, iktidar partisi milletvekilleri ya da ilgili bakanlıkların orta doğudaki çatışmalarla ilgili görüşlerini sunduğu haberler, terörle ilgili haberler, gösteri ve eylem haberleri ile devletin bazı kurumlarında yaşanan sorunlara ilişkin demeçlere eşlik eden şiddet sahneleri ve sunumunu içermektedir.

Siyaset haberlerini aslında bir tür magazin haber olarak düşünmek mümkündür. Siyaset haberlerinde politika ile ilgili kişilerin icraatları veya politika ile ilgili düşüncelerinden çok özel yaşamları daha geniş yer kaplamaktadır. Böylece ile politik alan magazinleştirerek bilgi vermektense içerik açısından yüzeyselleştirilmektedir.



**HABER 14**

Kanal: Flash TV

Tarih: 5 Kasım 2005

Haber türü: Siyaset

Haberin süresi: 2 dakika

**Haberde kullanılan başlıklar:** “CHP'de bayram kavgası”, “AKP işsizlik sorununu çözemedi ya biz”.

**Haberin dil özellikleri:** Haberde milletvekilinin siyaset ile ilgili söylemlerinden çok olaydaki küfürleşme ve kavga görüntülerine odaklanıldığını görüyoruz.“Sert tepki gösterdi”, “sinirlerine hakim olamayan”, “kendisini kızdıran vatandaş”, “terbiyesizlik yapma”, “ukala”, “terbiyesiz”, “işte böyle bağırdı”, “partiliyi dışarı attırmak istedi”.

Haberin görüntü özellikleri: Bağırma ve küfür içeren (terbiyesizlik yapma, ukala vb.) görüntülere 5 kez tekrarlanarak yer verilmektedir.

**HABER 15**

Kanal: Kanal D

Tarih: 29 Ekim 2005

Haber türü: Siyaset

Haberin süresi: 2 dakika 10 saniye

**Haberde kullanılan başlıklar:** “Mecliste küfürlü kavga, Muhalefet partileri ANAP ve CHP birbirine girdi,

**Haberin dil özellikleri:** Haberde yapılan yorumlar ve şiddet sözcükleri, “Milletvekilleri birbirinin üzerine yürüdü”, “meclis parti değiştirme kavgasına sahne oldu”,

“sözleri genel kurulu bir anda karıştırdı”, “dinime küfreden”, “bize ahlak dersi verecek olan”, “hadi oradan”, “utanç”, “köşeyi dönme mantığı”, “sayın milletvekilleri lütfen”, “önce karşılıklı küfürler edildi”, “yaşanan arbede”, “yumruk salladı”, “tartışmalar kavgaya dönünce”, “idare amirleri olaya müdahale edelim”.

**Haberin görüntü özellikleri:** Haberde kavga, arbede, bağırma, tartaklama, yumruklama, birbirlerinin üzerine yürüme gibi görüntülere yer verilmektedir.

## **HABER 16**

Kanal: Star TV

Tarih: 22 aralık 2005

Haber türü: Siyaset

Haberin süresi: 3 dakika 45 saniye

**Haberde kullanılan başlıklar:** “Kıyamet senaryosu”, “tatbikat bile devletin zirvesini şok etti”

**Haberin dil özellikleri:** Haberde yer alan yorum ve şiddet sözcükleri şu şekilde karşımıza çıkmaktadır: “İşte tüyler ürperten senaryo”, “bu acı senaryo”, “devletin zirvesini bile şoke etti”, “işte bu acı haber”, “herkesin tüyleri diken diken oldu”, “ordu harekete geçti”, “hasar tespiti”, “ağır hasarlı ilçeler”, “dalgalar sahili yuttu”, “alışveriş merkezleri yağmalanıyor”, “hükümet konağı işgal edildi”, “ve işte en acı bilanço”, “binalar yerle bir”, “kriz yönetimi tatbikat”, “afet kriz merkezi”, “ağır bir bilanço” vb.

Haberde yeni meydana gelmiş deprem haberiymiş gibi sunulmaktadır. ekranda alarm şeklinde yanıp sönen haber spotlarda “deprem 5:47 de meydana geldi, ordu harekete geçti, telefon hatları kesik, işte ağır hasarlı ilçeler, alışveriş merkezleri yağmalanıyor,

göstericiler hükümet konağını işgal etti, 32 bin kişi hayatını kaybetti, 81 bin yaralı, 1 milyon kişi evsiz” yazmaktadır.

**Haberin görüntü özellikleri:** Haberle ilgisi olmayan görüntülere yer verilmekte, görüntülerde 17 Ağustos 1999’daki 17.480 kişinin öldüğü Kocaeli-Gölcük depreminin görüntülerine genişçe yer verilmektedir. Görüntülerde enkaz halindeki yerle bir olmuş binalar, yangınlar, gözyaşı içinde çığlık çığlığa haykıran insanlar, yaralılar ve koşuşturmaca gerilimli bir müzik eşliğinde verilmektedir.

## **HABER 17**

Kanal: Show TV

Tarih: 4Aralık 2005

Haber türü: Siyaset

Haberin süresi: 3 dakika 10 saniye

**Haberde kullanılan başlıklar:** “Çuvalın intikamı Balon mu”, “Türk dostu ABD’li albayı kim çırılçıplak soydu”.

**Haberin dil özellikleri:** Haberde yer alan yorum ve şiddet sözcükleri şu şekildedir; “Türk askerlerinin başlarına çuval geçirilmesi”, “Türkiye’yi derinden sarstı”, “gururumuz incinmişti”, “çırılçıplak soyup diz çöktürdüğü”, “gündeme bomba gibi düştü”, “başlarına çuval geçirerek tutuklamıştı”, “tezkere krizinin sonrasıydı”, “beyaz enerji operasyonu”, “olay bildik bir ABD komplosu”, “silahları alınmış”.

**Haberin görüntü özellikleri:** Haberde Iraktaki Amerikalı askerlerin savaş görüntülerine, askeri araçlar, silahlar, tanklar, roketatarlar, ateş etme, bombalama, görüntülerine yer verilmektedir. Haberde askerlerin tatbikatlardaki ateş etme görüntülerine

yoğun yer verilmektedir. Ayrıca Iraktaki savaşta ABD askerlerinin esir aldığı Iraklı sivilleri yere yatırıp gözaltına alıp tartaklama görüntülerine de yer verilmektedir.

*Magazin haberleri*, yerli ve yabancı popüler şarkıcılar, sinema oyuncularını, futbolcular, mankenler, politikacılar, din adamlarının özel hayatları ile ilgili dedikodular, kavgalar, evlilikler, boşanmalar, gece kulüplerindeki eğlence hayatları, aşk ilişkileri, giyimleri ve sözlerinden oluşan haberlerdir. Moda ve defile haberleri, sirk haberleri, yemek tarifleri haberleri, sinema ve dizi film tanıtımları bu haber türünün içeriğini oluşturmaktadır.

## **HABER 18**

Kanal: ShowTV

Tarih: 25 Aralık 2005

Haber türü: Magazin

Haberin süresi: 2 Dakika

**Haberde kullanılan başlıklar:** “Vamp kadın kötü adama karşı, Ahu Tuğba ile Nuri Alço neden kavga etti”.

**Haberin dil özellikleri:** Haberde yer alan yorumlar, ve şiddet içeren sözcükler şu şekildedir: “Sana ne lan”, “vamp kadın”, “birbirine girdi”, “yediği dayaklarla sık sık gündeme gelen”, “hakaret dolu sözler”, “sinirlendi”, “o andan sonra ortalık karışıyor”, “önce iki sanatçı birbirine giriyor”, “konuş lan”, “Vamp kadınla kötü adam Nuri Alço birbirine girdi”, “iki ünlü arasında tokatlaşmaya kadar varan tartışmanın nasıl başladığını hep birlikte haberimizde izliyoruz”, “ulan sana yakışıyor mu benim hakkımda konuşmak”, “ölçüsü kaçmış bir şaka yüzünden birbirine girdi”, “iki ünlünün birbirileri hakkında hakaret dolu sözler”, “bunların faturası ağır olur”, Nuri Alço’nun hakaret ettiği,

“sinirlenerek Alço’nun yanına gidiyor”, “işte o andan sonra ortalık karışıyor”, “önce iki sanatçı birbirine giriyor” vb.

**Haberin görüntü özellikleri:** Haberın girişinde olaya konu edilen kişilerin birbirileriyle yumruklaşma ve tokatlaşma görüntüleri yer almaktadır. Haber süresi boyunca yumruklaşma ve tokatlaşma görüntüleri yer almakta ve bu sahneler 11 kez tekrarlanarak görüntülenmektedir.

## **HABER 19**

Kanal: Kanal D

Tarih: 15 Ekim 2005

Haber türü: Magazin

Haberin süresi: 3 dakika 55 saniye

**Haberde kullanılan başlıklar:** “Ölüm ne demek”, “sevdiğinden gelip sevdiğine dönmektir”

**Haberin dil özellikleri:** Haberde yer alan şiddet sözcükleri, “eğer karşı çıkarsan kız kardeşin ölecek”, “bize ihanet edersen”, “babam ölecek”, “mezarda çıkmama diyet olarak”, “beni öldürün”, “öldürme”, “vurma”, “kıрма”, “ölüm”, “gerilim”.

**Haberin görüntü özellikleri:** “Kurtlar Vadisi” dizisindeki şiddet sahneleri ile habere başlatılmakta, kanlar içinde bir kadının bir erkeğin kucağındaki görüntüleri ile habere giriş yapılmaktadır. Yüzü kan revan içindeki kadının görüntülerinden sonra araba patlaması sahnesi görüntülenmektedir. Arkasından, filmle ilgili haberde bağırma ve çılgılık görüntüleri yer almaktadır.

*Afet haberlerindeki şiddet; sel, deprem ve kasırga gibi doğal afetlerin sonucunda ölen ve yaralanan insanların çırpınışlarının, ağlamalarının, acılarının*

görüntüleri, bu doğa olaylarının çevrede insanların yaşadığı mekanlardaki yarattığı tahribat, yıkıntı görüntüleri ve sunum biçimini içermektedir.

## **HABER 20**

Kanal: Star TV

Tarih: 22 Aralık 2005

Haber türü: Afet

Haberin süresi: 2 Dakika 33 saniye

Haberde kullanılan başlıklar: “Son yılların en büyük depremi, köyler haritadan silindi, ölü sayısı artıyor”.

**Haberin dil özellikleri:** Bu haberin sunumunda da şiddet kelimelerine vurgunun yapıldığı ve tekrarlara yer verildiği gözlemlenmiştir. Haberde, olayın ne kadar dehşetli olduğuna inandırabilmek için “birçok köyün haritadan silindiği” ifadesine üç kez vurgu yapılmaktadır. Haberde yer alan şiddet sözcükleri ise, “Son yılların en büyük felaketi”, “bazı yerleşim birimleri haritadan silindi”, “ölü sayısının 2000'e yaklaştığı belirtiliyor”, “gerçek bir felaketle sarsıldı”, “şoka girmiş on yaşlarında bir çocuk”, “bina enkazındaki yaralılar”, “felaketin boyutu”, “bir çok köy haritadan silindi”, “enkaz altında kaldı”, “insanların birçoğu toprak altında kaldı”, “ölümlere neden oldu” şeklindedir.

**Haberin görüntü özellikleri:** Habere araba kornaları, siren sesleri, insan çığlıklarının görüntülenmesiyle habere giriş yapılmaktadır. Kameralara yansıyan en çarpıcı görüntüler, beton bloklar arasına sıkışan yaralı insanların görüntüleridir. Çığlık, gözyaşı, acı yaşayan yaralı insan görüntülerini 11 kez bu haberler gösterilmektedir.

**HABER 21**

Kanal: Flash TV

Tarih: 2005

Haber türü: Afet

Haberin süresi: 2 dakika 45 saniye

**Haberde kullanılan başlıklar:** “Ölü sayısı 40 binlerde”, “çöken bina”, “bu bina sağlam”, “taş yığımına dönmüş”, “ölenlerin çoğu çocuk”, “okuldan geriye kalanlar”, “mucize adam”, “Türkiye'den yardımlar ulaştı”.

**Haberin dil özellikleri:** Haberde spiker şiddet sözcüklerini ses tonunu artırarak vurgu yapmaktadır. Örneğin, “ölü sayısının 40 bini aştığı iddia ediliyor”, “ölü sayısının maalesef 40 binin üstü”, “yaşanan acı”, “binanın çöktüğü an”, “depremin yerle bir ettiği”, “kaçak yapılaşma insanların sonu oldu”, “binlerce kişi öldü”, “yüzlerce kişi yaralandı”, “bina yerle bir olurken”, “ne olur yardım edin”, “yerle bir oldu” gibi ifadeler haberin tümüne yayılmış durumdadır.

**Haberin görüntü özellikleri:** Haber, 20-25 kişinin ağlama ve çığlık sesleri görüntüleriyle başlamaktadır. Haberde 14 kez yaralı insanların görüntüleri yayınlamaktadır.

*Sağlık haberlerinde* genellikle, devletin sağlık kurumundaki politikaları, kuş gribi, kanser, şeker hastalığı, kalp krizi, kısırlık, zayıflama, kilo verme, bebek ve doğum gibi konulara yer verilmektedir. Sağlık haberlerini genelde hastalık haberleri ,bebek haberleri ve zayıflama haberleri olarak kategorilere ayırmak mümkündür.

Sağlık haberlerinde haber başlıklarından da anlıyoruz ki, izleyiciyi bilgilendirmekten ziyade izleyicilerin dikkatini çekmek üzerine odaklanılmaktadır. Bu haber türünün başlıklarına baktığımızda hakim uyarıcı mesajların dikkat, risk, alarm, kötü haber, eyvah gibi olumsuzluk bildiren mesajları dikkat çekmektedir.

Hastalıklarla ilgili sağlık haberlerinde (kuş gibi, şeker hastalığı, kanser vb.) hastalıkla ilgili bilgi vermekten ziyade daha çok hastalığın ne kadar tehlikeli olduğundan, ölümcüllüğünden bahsedilir. İzleyicide panik korku, şok etkisi uyandırarak dikkat çekme amaçlanır. Bu tür haberlerde izleyicilere kırmızı alarm, insanı öldürüyor ölümcül ve bulaşıcı, yüksek risk, tedavisi yok gibi gibi slogan mesajlar verilerek etki uyandırarak izleyici dehşete düşürme hedeflenir. Sağlık haber türünün bir kısmında ölüm vurgusu korkutma, panik yaratma , şok etkisi uyandırarak dikkat çekme amaçlanırken diğer kısımda duygusal etki bırakarak dikkat çekmek hedeflendiği gözlemlenmektedir. Zayıflama ve kilo verme haberlerinde, bir yandan konuyla alakası olmayan, sahil kenarında güneşlenen veya denize giren bikinili mankenlerin görüntüleri yer alırken öte yandan aşırı kilolu insanların görüntülerine yer verilerek dikkat çekme amaçlanır.

Doğum, bebekler, hamilelik, kısırlık ile ilgili sağlık haberlerinde çocuk ve özellikle bebeklerin görüntülerinin yoğun kullanılması dikkat çekicidir. Bu örnekte yer alan toplam 24 sağlık haberinden 12 haber çocuk ve bebeklerle ilgilidir. Burada da bebekler izleyiciler üzerinde duygulanım etkisi bıraktığı için dikkat çekme malzemesi olarak yer verilmektedir. Sağlık haberlerinin genelinde şiddet, duygusallık ve cinsellik dikkat çekmek için kullandığı araçlardandır.

Bu haber türünde yer alan belli başlı şiddet içeren sözcükler şu şekilde karşımıza çıkmaktadır: insanlık suçu, trajedi, yürek dağlayan dram, çilesi bitmek bitmedi, hücreye kapattı, bedeninde açılan yaralar, ruhunda açılan derin yaralar, az kalsın, canına mal oluyordu, parmak ikizler öldü, yaşam mücadelesi veriyor, dram, isyan, çaresiz, beyin tümörü, onu ağlattı, bütün Türkiye'yi ağlattı, kötü haber, süzülen gözyaşları, ağladı, insanlık dramı.



**HABER 22**

Kanal: Kanal D

Tarih: 15 Ekim 2005

Haber türü: Sağlık

Haberin süresi: 2 Dakika 40saniye

**Haberde kullanılan başlıklar:** “Amatör kameradan ölümcül kuş gribi”

**Haberin dil özellikleri:** Haberde “kuş gribi” sözcüğü 14 kez tekrar edilmektedir. “öldürücü virüs”, “virüsün öldürücü niteliğini görüntüledi”, “ölümcül virüs e-5 ve n-1 türünde olduğu”, “salgın”, “gribin ne kadar ölümcül olduğu”, “ölüm yine devam etti”, “telefon olmuştu”, “sağ kalanlar”, “can çekişen hayvanlar 3'er 5'er öldü”, “ölüm anını saniye saniye kameraya kaydetti”, “tehlikeli virüs”, “Türkiye'nin gündemine bomba gibi düştü”, “kuş gribi paniği tüm yurda sıçradı”, “kuş gribi felaketi”.

**Haberin görüntü özellikleri:** Haberın görüntülerinde can çekişen bir hindinin görüntüsüne 5 kez, toplu halde ölmüş üst üste yığılmış yüzlerce hindi görüntüsü ise 18 kere tekrar edilerek verilmektedir.

*Trafik haberlerindeki şiddet; trafikte kaza geçiren arabaların içine sıkışmış ölü, yaralı veya baygın insanların görüntüleri, insanların acı içinde kıvranışlarını, insanların kaza yerindeki koşuşturmalarını, tartışmalarını, amatör kameralarla çekilmiş canlı kaza görüntülerini, kaza geçiren alkollü şoförlerin görüntülerini ve bu haberlerin şiddet içerikli sunumunu kapsamaktadır.*

**HABER 23**

Kanal: Show TV

Tarih: 25 Aralık 2005

Haber türü: Trafik

Haberin süresi: 2 dakika 45 saniye

**Haberde kullanılan başlıklar:** “Az daha kurtaracaklardı”, “kurtarmaya fırsat bırakmadan kendileri kurtuldular”.

**Haberin dil özellikleri:** Haberde şu şekildeki şiddet içeren cümleler ve yorumlar yer almaktadır: “Bir kaza ve sonrasında yaşananlar”, “eeee burası Türkiye dedirtecek cinstendi”, “Kazazedeler aracın içinden kendi başlarına çıkınca yaşanan paniğin ve koşturmacanın ne kadar boş olduğu ortaya çıktı”, “can derdine düşmüş iki genç”, “telefon çalmakla suçlanan bir güvenlik görevlisi”, “coplarla yapılan kurtarma çalışmaları”, “trafik kazasından ilginç olaylar yaşandı”, “takla atarak yan dönmüş bir araç ve bu aracın içine sıkışmış Özay çifti”, “çevredekiler onu kapkaççı sanmasıyla zor anlar yaşadı”, “camı coplarla kırmaya çalıştı”, “kurtarıcıların telaşı sürerken” vb.

**Haberin görüntü özellikleri:** Haberde kaza yapmış bir otomobilin içine sıkışmış iki kişinin yaralı görüntüleri, bir polis görevlisi ile, güvenlik görevlisi arasında yaşanan arbede ve itişme, bağışma, sözlü sataşma ve tartaklama görüntüleri yer almaktadır.

**HABER 24**

Kanal: Kanal D

Tarih: 15 Ekim 2005

Haber türü: Trafik

Haberin süresi: 2 Dakika 10 saniye

**Haberde kullanılan başlıklar:** “Yardımsever ölüme yardım ediyor”, “enseden nabız ölçtüler”, “kafa kaldırıp kask çıkardılar”.

**Haberin dil özellikleri:** Haberde kullanılan şiddet sözcükleri ve yorumlar: “adamın ölüsünü götürecekler”, “ambulans yok mu”, “ölümle yaşam arasındaki ince çizgi”, “iki kişilik motosiklet devrilince”, “olay yerinde tam anlamıyla bir can pazarı yaşanırken”, “ilgili ilgisiz kalabalık bu pazara koştu”, “yaralılara meraklı vatandaşlar geldi”, “kan revan içinde”, “yaralı için hayati önem taşıyan”. Haberde yapılan yorumlar ise; “işte o anda bu kadarda olmaz dedirten sahne yaşandı”, “yaralılara yarardan çok zarar vermeye başladılar”, “yaralıya vatandaşlardan biri oturtmaya çalışıyordu yanlıştı”, “maç seyreder gibi ellerinde sigaralarla olay yerinde kuru gürültü yapanla”, “akıllara kazınan en önemli fotoğrafı oldu”, yaralıyı meraklı kalabalığın ellerinden kurtarabilmek için”, “meraklıları durdurmak kolay değildi”, “taşım işi karga tulumba yapıldı”, “yaralılar meraklıların ellerinden kurtarıldı”.

**Haberin görüntü özellikleri:** Haberde bağrışma, gerilim, yaralı , kan görüntüleri yer almaktadır.

## **HABER 25**

Kanal: Flash TV

Tarih: 5Kasım 2005

Haber türü: Trafik

Haberin süresi: 3 Dakika

**Haberde kullanılan başlıklar:** “Bayram sevinci kana bulandı”, “Kaza zinciri, zincirleme kazada 14 yaralı”, “polise sarılıp ağladı”.

**Haberin dil özellikleri:** Haberde içeren şiddet ifadeleri şunlardır: “Bir çok kişi yaralandı”, “can kaybı”, “ya bir dakika bağırma lan”, “zincirleme kazada can pazarı yaşandı”, “14 kişi yaralandı”, “annesinin kurtarılmamasına sinirlenen genç”, “tartışma yaşandı”, “genç güçlkle sakinleştirilebildi”, “1 kişi öldü bir kişi yaralandı”, “şarmpole yuvarlandı”, “genç ölümün kıyısından döndü”, “ağır yaralı genç”, “sağlık ekibi zor anlar yaşadı”, “20 metreden uçtu”, “5 kişi öldü 3 kişi yaralandı”.

**Haberin görüntü özellikleri:** Habere araçta sıkışan yaralıların başında kurtarma çalışmaları yapılırken birbiriyle küfürleşen sonra da yumruklaşan kişilerin görüntüleriyle giriş yapılmaktadır. Görüntülerde araba enkazları, gerilim, çığlık, gözyaşı, yaralılar, kan arbede görüntüleri yer almaktadır.

*Futbol haberlerindeki şiddet; stadyumlarda futbol taraftarları, oyuncular veya basın demeci veren teknik direktörlerle gazeteciler arasındaki kavga, çatışma görüntülerini ve sunumunu içermektedir.*

## **HABER 26**

Kanal: Flash TV

Tarih: 4 Eylül 2005

Haber türü: Futbol

Haberin süresi: 2 dakika

**Haberde kullanılan başlıklar:** “Lig değil boks ringi”, “kavga sezonu başladı 10 yaralı”, “Tribünler barut fıçısı”, “emniyet güçleri teyakkuzda”, “sahalarda yine şiddet”, “sahalarda kavga sezonu”, “karaborsacıya meydan dayacağı”.

**Haberin dil özellikleri:** “Stat kavgaları başladı”, “günün bilançosu 10 yaralı”, “kavga sezonu açıldı”, “olaylar çıktı”, “olaylar tribünde daha da alevlendi”, “atılan taşlarla 10 taraftar yaralandı”, “olaylı maç”, “aralarına alıp dövdü”.

**Haberin görüntü özellikleri:** Haberın görüntülerinde yoğunca bir şekilde fiziksel, sözel ve görsel şiddet öğelerine yer verilmektedir. Kavga eden yüzlerce insan, kafası yarılıp kanamasını durdurmaya çalışan bir kişi, tekmelerle yere savrulan ve kalkmaya çalışan bir kişi, yumruklaşmalar içeren her bir görüntü üçer kez tekrarlanarak verilmektedir.

## **HABER 27**

Kanal: Star TV

Tarih: 8Aralık 2005

Haber türü: Yangın

Haberin süresi: 2 Dakika 55saniye

**Haberde kullanılan başlıklar:** “Alevler huzur kaçırdı”, “huzur evi sakinleri canlarını zor kurtardı”.

**Haberin dil özellikleri:** “Yaşlılara korku dolu anlar yaşattı”, “huzur evi dumanlara boğuldu”, “huzurevinde can pazarı yaşandı”, “yaşlıların imdadına”, “yangın huzur evi sakinlerinin huzurunu kaçırdı”. Haberde yer alan yorumlar şu şekildedir; “yaşlıları kurtarmak için bakın nasıl çaba harcadı”, “korku dolu gözlerle”, “yangın korkusuyla titreyen yaşlı teyzenin feryadı herkesin yüreğini acıttı”, “korkutan yangın”.

**Haberin görüntü özellikleri:** Haberın görüntülerinde kargaşa, panik, bağırışma, gözyaşı görüntüleri yer almaktadır.

**HABER 28**

Kanal: Show TV

Tarih: 31 Ekim 2005

Haber türü: Dini haber

Haberin süresi: 2 dakika 40saniye

**Haberde kullanılan başlıklar:** “Sakalı-ı şerif izdihamı, kimi dokunmak kimi görüntülemek için yarıştı”

**Haberin dil özellikleri:** Haberde “izdiham” kelimesi 6 kez tekrarlanarak vurgulanmaktadır. “birbirini ezmeye çalışan yüzlerce kadın”, “birbirini ezen kadınlardan bayılanlar oldu”, “imamın çevresini kuşatmışlardı adeta” ifadeleri yer almıştır.

**Haberin görüntü özellikleri:** Haberde gerilim, izdiham, çılgılık, gözyaşı, arbede içinde birbirini ezmeye çalışan bir grup insanın görüntülerine yer verilmektedir.

Gözyaşı haberlerinin konusu genellikle, yoksulluk veya hastalıktan dolayı insanların yaşadığı trajedilerden oluşmaktadır. Gözyaşı ve dramatik müzik eşliğinde verilen bu haber türü, habere konu olan insanlar acı çektiklerinden dolayı haber süresi boyunca ağlama görüntüleri yer almaktadır. Bu haber türünün konusu,tümör, kanser, kalp krizi vb hastalılardan ölen insanların yakınlarının yaşadıkları trajedileri ve duyguları üzerinde yoğunlaşır. Genelde hastalığa yakalan, ölen kişiler çocuklar veya bebeklerdir. Haber türünde yoğun bir duygu sömürüsü hissedilir. Bu haber türünde kamera genellikle yakın ve ağır çekime girer. Görüntüler ve sunumda, duygusal ve melankolik bir müzik çalar. Spiker haberi şiir gibi okuyarak devrik cümlelerle sunar.

**HABER 29**

Kanal: Flash TV

Tarih:

Haber türü: Gözyaşı

Haberin süresi: 1 Dakika 15 saniye

**Haberde kullanılan başlıklar:** “Parmak ikizler Artık yok”, “İkinci parmak ikizi de öldü”, “mucize ikizler artık yok”.

**Haberin dil özellikleri:** Haberi spiker şiir okur gibi bir dille sunmakta, haberde yer alan şiddet sözcükleri ve yorumlar şu şekilde karşımıza çıkmaktadır; “İkiler öldü, mucize ikizler küçük karton kutulara konularak gömüldü”, “ikinci parmak ikiz de öldü”, “akciğer damarlarında kanama”, “adları belliydi, ama şimdi yoklar”, “veren Allah geri aldı onları”, “ailesine karton kuru içinde onları mezarlığa götürmek düştü,

**Haberin görüntü özellikleri:** Haberin fonunda duygusal bir müzik çalmakta ve haberde ölen bebeğin cesedinin görüntülerine yer vermektedir.

## 5. BÖLÜM: TARTIŞMA VE SONUÇ

### 5.1. Televizyon Ana Haber Bültenlerinin Önemi

Televizyon kuruluşlarının en fazla önem verdikleri programların başında haber programları gelmektedir. Televizyon programları içerisinde en fazla izlenen ve dikkat çeken ana haber bültenleri tüm televizyon program türlerinin bir sentezi görünümündedir. Haberler ünlüler, diziler, reklamlar, spor, politika, yarışma programları, müzik vb. bir çok konuyu içermektedir.

Ana haber bültenleri, TV kanallarında her yaşta çok sayıda insanın televizyon karşısında olduğu akşam saatlerinde yayınlanır. RTÜK tarafından yapılan bilimsel araştırmalarda televizyon haberlerini izleme sıklığı %69, akşam ana haber bültenlerini izleme oranı %79 (RTÜK, 2007) olarak bulunmuştur. Bu bulgu çok sayıda insanın, televizyonu bilgi edinme kaynağı olarak gördükleri konusunda önemli bir noktayı işaret etmektedir. Bu açıdan özel televizyonların topluma karşı büyük bir ahlaki ve sosyal sorumlulukları vardır. Toplumun eğitilmesi ve bilgilendirilmesi, bütünleştirilmesi, kültürün geliştirilmesi, bireyler arasında sağlıklı iletişimin kurulması, toplumda huzur ve insani bir düzenin sağlanması gibi işlevleri bulunan televizyonların her geçen gün önemleri kat kat artmaktadır.

Ana haber bültenlerinin topluma etki etme gücü diğer program türlerinden daha fazladır. Bunun da çeşitli sebepleri bulunmaktadır. Haberlerin diğer program türlerinden farkı tüm insanları ilgilendiren yakın zamanda meydana gelen olayları ele alıyor olmasıdır. Öte yandan gerçek dünyaya ilişkin görüntülerin yer alması haberleri izlenir kılma gücünü artırmaktadır. Ana haberlerde cinsellik, erotizm, din, milliyetçilik, eğlence, oyun, ailesel değerler, yemek, hastalık vb. toplumsal hayatın hemen her konusunu içermesi açısından



dikkat çekicidir. Aynı zamanda gelişmiş görsel strateji ve tekniklerin kullanılması da izlenme oranlarının yüksek olmasında önemli faktörler olarak gösterilebilir.

Televizyon haberlerinin etkisi ve önemi, bizim adımıza konuşuyor olması, düşünmesi ve soru sormasından kaynaklanmaktadır. Aynı şekilde toplumda farklı çıkar gruplarına hitap ederek, onları tatmin ederek ikili bir dil kullanır. İnsanların duygularını hedefleyerek onların duymak istediklerini söylerler.

Haber, bireyi veya toplumu ilgilendiren gelişmeleri, olan-biteni gerçek bilgilerle kamuoyuna aktarmaktır. Habercilik anlayışı, ortaya çıkış tarihinden itibaren kamuoyunu aydınlatma ve kamuoyunu bilgilendirme amacını gütmüştür. Ancak günümüzde medyanın işlevlerinde değişiklikler yaşandığı gözlemlenmektedir. Elbette haber bültenleri de bu gelişmelerden etkilenmiş görünmektedir. Örneğin televizyon programlarının insanları tüketime yönlendirme ve şiddet ile iç içe geçirilmiş eğlendirme işlevini daha fazla yerine getirdiği, bunun yanı sıra bilgilendirme, eğitime işlevlerini tam anlamıyla yapmadığına tanık olunmaktadır.

Bilgilendirmesi, haber vermesi gereken televizyon, hiddetlendiriyor bizleri; nefret, kin ve hırsla dolduruyor. Ölümden ve acıdan haz duymamızı öğretiyor (!)... alışmışız ekranlarda şiddet, kan, öfke görmeye. Haber adı altında, habercilik adı altında şiddet canlandırarak satıyorlar. Oğlu ölümlü pençelesen babanın yüzündeki anlamı yüreğimizde duymaya, 13 yaşındaki kızı tecavüze uğrayan kadının utancı yorumlamaya olanak bulamaz durumdayız. Bu acı, hüznü, duygu yüklü haberlerin hemen arkasında gelen, yaşamın gülünç anlarına doyasıya gülemediğimiz gibi. Televizyonun hızına duygularımız yetişemez olmuş. Her akşam ekran karşısında izlediğimiz, yaşamın küçük kutuya yansıtılmış acı geçeği. Farkına varmadan izliyor, düşünmeden algılıyoruz (Gezgin,1996; 559).

Uğurlu ve Öztürk (2006) haberin işlevlerinde yaşanan değişikliğe ilişkin açıklamalarda bulunurken haberlerin bilgilendirme işlevinin ikinci planda kaldığını ve öncelikli amacın kar etmek olduğunu belirtmektedir. Bu durumda ticari televizyonlar

çeşitliliği ve dengeli dağılımı düşünmeden talebin yüksek olduğu programlara yönelmektedir. “Toplumun değişik açılardan eğitime ve eğiticilik fonksiyonu genelde arka planda kalmaktadır... Medyanın temel görevleri arasında yer alan haber verme, bilgilendirme ve eğitime işlevi göz ardı edilmektedir. Ticari amacın ön planda olması nedeniyle televizyonlar sermaye sahibi ve hissedarlara karşı sorumludur” (Uğurlu ve Öztürk, 2006; 105).

Haberlerdeki ileti bombardımanı altındaki izleyicilerin, haber iletilerine karşılık verme şansları neredeyse hiç yoktur. Dünya ve toplumsal gerçeklik hakkında (başta kriminal ve magazin haberler olmak üzere) içi boş ama hoş yapılandırılmış haber içerikleri izleyici kitlelerini uyuşturabilmektedir.

Televizyon haberlerinde en fazla karşımıza çıkan ve üzerinde durulan konunun şiddet kavramı olduğunu görüyoruz. Şiddet ana haber bültenlerinde tüm haber türlerinde karşımıza çıkmakta ve merkezi bir noktada yer almaktadır.

## **5.2. Özel Televizyon Kanallarının Ana Haber Bültenlerinde Şiddet**

Araştırmanın en genel bulgularına göre; örnekleme (toplam 479 haber) yer alan haberlerin %54,7'si şiddet içermektedir. Örnekleme Kanalı D haberleri %43, Flash TV haberleri %67,9, Show TV haberleri %53,5, Star TV haberleri %56,3 oranlarında şiddet içermektedir.

İtir Cordan 2001 yılında “Ulusal Televizyon Kanallarının Ana Haber Bültenlerinde Şiddetin Temsili” adlı çalışmada kamu yayıncılık hizmeti veren TRT1 televizyonu ile Kana D ve NTV özel televizyon kanallarında şiddeti 823 haber üzerinde incelemiştir.

Araştırmasında elde ettiği bulgular TRT1 kanalı %12, Kanal D % 11, NTV ise %6 oranlarında şiddet içerdiğini tespit etmiştir (Cordan,2001; 69).

Neden özel televizyon kanallarının ana haber bültenlerinde yayınlanan haberler büyük oranlarda şiddet içermektedir? diye bir soru sorduğumuzda, ticari televizyon kanallarında yoğun şiddet gösteriminin ekonomik boyutta ve ideolojik boyutta nedenleri ön plana çıkmaktadır. *Ekonomik boyutta;*

- Şiddetin haberleri güçlü kıldığının düşünülmesi
- Şiddet ve ölümün doğrudan çıkar ve kar malzemesi olarak görülmesi
- Çatışma ve gerilimin ilgiyi sürekli kılması
- Heyecan, yoğun duygu ve eğlence içermenin haberin başarısını artıracığı düşüncesi (Eslin, 2001)
- Şiddet kârın en emin yolu olarak görülmesi (Gerbner aktaran Çığ, 2005)
- Ratingleri artırma, haberi çekici ve satılır kılma düşüncesi
- İzleyicileri tüketim ürünlerine yönlendirmesi noktasından hareketle şiddetin televizyon haberleri için ne denli önemli bir unsur olduğunu ortaya koymaktadır.

Ticari televizyon kanallarında yoğun şiddet gösteriminin *ideolojik boyutta;*

- Şiddeti bilinçli politikalarla teşvik etme, yaygınlaştırma yoluyla sosyal sorunlara yol açma
- İzleyicide korku ve güvensizlik duygusu yaratma
- Toplumda hoşgörüyü azalma, panik ve korkunun yaygınlaştırmasını sağlama
- İnsanlar arası dayanışmayı azaltma
- İnsanların psikolojisini olumsuz yönde etkileyerek, kuşkuculuk ve güvensizlik ortamının oluşumunu sağlama

- Toplumun adalet, hak ve hukuka olan güveni sarsma
- Toplumu kamplaşmalara ve çatışmaya sürüklenme
- İzleyicileri eleştirel ve sorgulayıcı düşünsel yapıdan uzaklaştırma
- İnsanların kültürel ve bilgi düzeyini kısırlaştırma
- Toplumsal duyarsızlaşmayı artırma
- İzleyiciyi siyaset dışılaştırma (Bourdieu, 1997)

gibi pek çok noktadan hareketle şiddete yer verildiği izlenimlerini doğurmaktadır.

Özel ticari televizyonculuk, şiddeti ve ölümü doğrudan çıkar ve kar malzemesi olarak görmektedir. Ana haber bültenlerin şiddete ilişkin yaklaşım tarzında, amatör veya gizli kameralarla çekilen havaya uçan arabalar, parçalanan insan cesetleri, kameralarla kaza yerinde dolaşan habercilerin çektikleri yaralı ve kanlar içindeki insan görüntüleri, insanların çılglık ve çırpınışları, birbirine bıçak, taş ve sopalarla saldıran insanların öfkeleri her akşam ekranlarda tüm çıplaklığıyla gösterilerek sunulmaktadır. Bu olaylar gündelik hayatın sıradan bir travmasına dönüşmektedir. Bu görüntülere maruz kalan milyonlarca insanın ruh halini düşündüğümüzde en çok etkilenen çocuklar ve gençlerin durumu daha da önem kazanmaktadır.

İzleyici çekme kaygısıyla her gün gösterilen şiddet olaylarında cesetler, yaralılar, birbirini döven insanlar, cinayetler, tecavüzler, ayrıntılı bir şekilde yer verilmektedir. Gerçeğin kendini aratmayan canlandırılmalı görüntülerle en ince ayrıntısına kadar işlenmesi haberleri ciddi derecelerde tartışmaya açmaktadır. Hollywood filmlerinin şiddet görüntülerini aratmayan bu sahnelerin topluma ciddi boyutlarda olumsuz sonuçlarla yansıtacağı kuşkusuzdur.

“Gözyaşları, öfke ve acı televizyon haberlerini güçlü kılıyor... Televizyon dilinin belirleyiciliğinden ve ekonomik sürecin etkisi altındaki televizyon haberleri,

neredeysse kimliğinin bir parçası haline gelen dramatize etme özelliği dolayısıyla, gerçekte nesnel bilgidен uzaklaşmaktadır” (Matelski aktaran Ergül; 2000; 100).

Şiddet içerikli haberlerde amaç, olayın kendisinden ziyade olayın içindeki dramatikleştirilmiş arka arkaya tekrarlanan birkaç saniyelik görsel şovun sunulması olabilmektedir.

Şiddet ana haber bültenlerinde dikkat çekmek ve izlenilir olmak için vazgeçilmez bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Şiddetin gösterimi merkezi bir noktadadır ve bilinçli bir tercihtir.

Bütün televizyon programlarında ve de özellikle haberlerde şiddetin giderek artan dozlarda verilmesinin nedeni, aslında drama unsurlarının en önemlisi olan çatışmanın ilgiyi sürekli kılması ile açıklamak mümkündür. Özel televizyonların haberlerini hazırlayıp sunanlar, elden geldiğince şiddet olaylarını seçerek sunmaktadırlar. Olayın içerdiği şiddetin trajikliğini daha iyi sergilemek için, söz konusu olay yeniden sahnelenmektedir. Televizyon haberlerinde yeniden sahnelenme, dramanın bütün televizyon programlarında merkezi konumuyla ne kadar dramatik, yani ne kadar bir öykü gibi olursa, ne kadar acıklı olursa, dolayısıyla ne kadar kan olursa o kadar “vurucu” yani izlenir olacağını keşfedilmesiyle açıklanabilir (Poyraz, 2002; 37).

Şiddet televizyon haberlerinin çok önemli gıdalarından birisidir. Şiddet akşam haber bültenlerinin olmazsa olmaz şartlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Esslin “maksimum heyecan, yoğun duygu ve eğlence içirme” koşulunun bir haber yayımının başarılı olmasındaki etkisini vurgularken aynı zamanda haberde şiddetin etki uyandırabilmesi için daha şiddetli olması gerekliliğine işaret etmektedir. Esslin’e göre “dramatik unsurların ve eğlencenin peşinde olan haber programlarının editörleri şiddeti merkezi bir yere koymaktadırlar ” (Esslin, aktaran Poyraz, 2002; 57).

Küresel pazar ekonomisi televizyonların yayın politikasını etkilemekte, şiddet kârın en emin yolu olarak görülmektedir.

Şiddet ve cinsellik doğal televizyon kategorileridir. İmaja ve görüntüye dayalıdır. Kompleks diyaloglar ve kapalı kültürel kodlar içeren yapımlar küresel pazarda iyi dolaşmazlar. Basit, kanlı ve çıplak lehine sürekli gelişmekte olan küresel bir Pazar söz konusudur. Ucuz üretim ve kolay dağıtım. Şiddet karın en emin yoludur....Büyük Pazar ekonomisi televizyonun yayın politikasına her yönden etki etmektedir. Pazarlama dayatması televizyonda temsil edilen dünyaya şekil veriyor ve bu bebeklikten itibaren başlıyor. Medya ve özellikle de televizyon, kendilerinin insanlar ne istiyorsa onu verdiklerini söylerler. Bu açıkça doğru değildir (Gerbner aktaran Çığ, 2006; 58, 59).

Özel ticari televizyon kanallarının ana haber bültenlerinde en fazla yer alan konuların başında şiddet gelmektedir. Haberlerde şiddet, yoğun bir şekilde işlenmekte ve bu durum hemen her özel televizyon kanalında görülebilmektedir. Şiddete yer verme sıklığı açısından neredeyse tüm özel televizyon kanallarındaki haber bültenleri birbirine benzemektedir. Her akşam haberlerde cinayet, silahlı saldırı, kavga, yaralama, hırsızlık, trafik kazaları, tecavüz, cinsel taciz, skandal, uyuşturucu, intihar gibi olayların birkaçını ya da hepsini görmemiz mümkündür. Haber olaylarının içinde hakaret küfür, bağırma, panik, kan, silah, çılgınlık kargaşa, yaralanma, aşırı gerilim, arbede gibi şiddetin türlü biçimleri, maruz kalan insanların psikolojisi üzerinde gerilim ve stres yaratarak olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Neredeyse tüm haber türleri şiddetle yoğrulmuş durumdadır.

Bugüne kadar yapılan pek çok araştırmanın bulguları medyanın şiddeti bilinçli politikalarla teşvik ettiği yönündedir. “Medya şiddeti nasıl yönlendiriyor? biçimindeki bir soruya kamuoyunun, %68’i şiddeti körüklüyor şeklinde yanıt vermektedir” (Gezgin, 1994; 559).

Medyanın şiddet içerikli haberlerin yayınlaması, veriliş biçimi konusunda çok ısrarcı olmasında çeşitli çıkarları bulunmaktadır.

Bütün televizyon programlarında ve de özellikle haberlerde şiddetin giderek artan dozlarda verilmesinin nedeni, aslında drama unsurlarının en önemlisi olan çatışmanın ilgiyi

sürekli kılması ile açıklamak mümkündür. Özel televizyonların haberlerini hazırlayıp sunanlar, elden geldiğince şiddet olaylarını seçerek sunmaktadırlar. Olayın içerdiği şiddetin trajikliğini daha iyi sergilemek için, söz konusu olay yeniden sahnelenmektedir. Televizyon haberlerinde yeniden sahnelenme, dramının bütün televizyon programlarında merkezi konumuyla ne kadar dramatik, yani ne kadar bir öykü gibi olursa, ne kadar acıklı olursa, dolayısıyla ne kadar kan olursa o kadar “vurucu” yani izlenir olacağını keşfedilmesiyle açıklanabilir” (Poyraz, 2002; 37).

Şiddetini insanlar tarafından içselleştirme süreci ve meşrulaşmasına yönelik açıklamalarında Oskay (2004),

Reel hayatın sanal yansıması olan medyada şiddet, normalinden üç beş kat daha yoğun şekilde gösteriliyor. Böylece şiddete yaslanmayan, insanca duyguların yaşanmasına imkan veren, eşitlik ilkelerine dayanan bir hayatın, imkansız bir hayat olduğu düşünölmeye başlanıyor. İşte o zaman küçük insan ‘şiddeti ben kullanırsam iyidir, bana karşı kullanılırsa kötüdür’, diyor ve kendisini şiddete karşı korumak için polis, adliye, askeriye gibi ahşılmış, demokrasinin meşrebine uygun şiddet kullanımlarının dışındaki şiddet kullanımlarına da hoşgörü ile bakmaya başlıyor” (Oskay, 2004; 70) demektedir.

### **5.3. Haber Türleri ve Farklı Haber Türlerinde Şiddetin Yer Alma Sıklığı**

Çalışmada 12 haber türü belirlenmiştir. Bunlar siyaset, ekonomi, magazin, kriminal, futbol, trafik, hava durumu, yangın, afet, gözyaşı, sağlık, dini haberler olarak isimlendirilmiştir. Toplamda en fazla yer verilen haber türü olarak kriminal haber %32,2’lik bir oranla karşımıza çıkmakta, arkasından magazin haberleri %24,8 gelmekte, bunu %10,9 oranında siyaset haberleri izlemektedir.

Araştırmada incelenmeye alınan dört özel TV kanalında ekonomi haberleri dışında tüm haber türlerinin şiddet içerdiği ve bunun kapsadığı sürenin de yüksek oranlarda

olduğu ortaya çıkmıştır. Şiddet öğelerinin kriminal haberlerde yoğun olarak yer almıştır. Bu tahmin edilebilir bir durum olmasına karşın siyaset, magazin gibi en çok yer verilen haber türlerinde de şiddet içeriğine rastlanmıştır. Örneğin siyaset haberleri Show TV’de (%20), Kanal D’de (%30), Flash TV’de (%33,3), Star TV’de (%46,2) oranlarında şiddet içermektedir. Magazin haberleri Kanal D’de (%6,7), Flash TV’de (%14,3), Show TV’de (%20,5), Star TV’de (%17,2) oranlarında şiddet içermektedir. Sağlık haberleri Kanal D’de (%20), Flash TV’de (%100), Show TV’de (%100), Star TV’de (%18,2) oranlarında şiddet içermektedir.

Bu rakamların çok yüksek oranları oluşturduğu açıkça görülmektedir.

Bu konuya ilişkin daha önce yapılan bir çalışmada Itır Cordan, 2001 yılındaki “Ulusal Televizyon Kanallarının Haber Bültenlerinde Şiddetin temsili” adlı çalışmasında

Peki neden şiddet özel televizyon kanalları ana haber bültenlerinde bu kadar önemli bir yer teşkil etmektedir? Bu soruya cevap olarak politik amaç ile ekonomik çıkarların birbirine eşlik ettiği daha önce de belirtilmişti. Bu konuda uzun yıllar araştırma yapmış iletişim bilimcisi Gerbner, bütün televizyon kanallarının şiddete yoğun yer vermesinin izleyicide korku ve güvensizlik duygusu yarattığını, korkunun halkı ele geçirmesiyle, politikacıların bunu sömürdüğünden bahseder (aktaran Çığ, 2006).

Çığ (2006) insanların şiddet içerikli programlara karşı olmasına rağmen, neden şiddet imgeleri bombardımanı altında olduğumuzu Gerbner’in görüşlerine başvurarak açıklamaktadır. Gerbner’e göre bunun sebebi, “şiddet içerikli programların küresel pazarda yüksek dolaşıma sahip olmasıdır... dünya pazarına yönelmek karlılık için zorunludur. Kişi dünya pazarına yöneldiğinde bu geniş pazarda kolayca kabul edilebilecek, çeviri gerektirmeyen ve eylemle konuşacak bir formül bulmak zorundadır” (Çığ, 2006; 57). Bu



anlamda küresel pazar ekonomisi televizyonların yayın politikasını etkilemekte, şiddet kârın en emin yolu olarak görülmektedir.

Haberleri daha çekici hale getirmek, haberlerde izleyicinin ilgisini artırmak amacıyla ayrıntılı kamuoyu araştırmaları yapılmaktadır. Haberi satmak amacıyla yapılan bu araştırmalarda şiddetin kitleler tarafından dikkat çektiğinin tespit edilmesi sonucunda televizyon kuruluşları ana haber bültenlerinde şiddete yoğunca yer vermeye başlamışlardır. Tüm haber türlerine şiddet yedirilerek haber sunma anlayışını benimsemeye çalışılmıştır.

Şiddet, yalnızca dakikada onlarca adam öldürülen, filmlerde çıkmıyor karşımıza.

Haber programlarında bile kan sıçramakta ekrandan beynimize. Haberciliğin kamusal önemi, duygusal eğlenceliklerin ön plana çıkarılmasıyla yok edilme sürecindedir... Yaşananları, ürkütücü, dehşet verici, kan ve gözyaşı dolu kurgusal dramatize yöntemi ile seyirciye sunulan, bu yolla seyirciyi etkileyip izleyici kitlesini dolayısıyla reklam gelirlerini artırma kaygısının ötesine geçmeyen bu programlar, duygu pazarlamasının vahşet aşamasıdır. Bu programlar kamusal vicdan ve duygu sömürsünü ilke edinmiş durumdadır... Gündelik yaşamımızın birer parçası durumuna gelmiş şiddet, dört bir yanımızı kuşatmış. Televizyon en uygun ortam edinmiş kendine, en sinsi urdan daha sinsi biçimde yayılmakta. Bizler ise bu durumu kanıksamış, tepkisizleşmişiz. Hem yakınıyor, hem de bu durumun kaynaklandığı kargaşa ortamına; ilke, kural ve yasa tanımazlığa katkıda bulunuyoruz (Gezgin,1996; 560).

Radford'a (2004) göre "Şiddet ve magazin haberlerde neden bu kadar yer işgal ettiği açıkça ortadadır. Televizyon haberleri yapımcıları ve yönetmenleri, izleyicilere, hangi bilginin kendilerine faydalı veya yardımcı olduğuna karar vermesi için yardım etmezler. Sonuçta, onların işi ratingleri artırmaktır" (Radford, 2004; 84).

Ticari televizyon kanallarında şiddetin yoğun olarak gösterimi ve sunumu şiddete olan yaklaşım tarzlarını da ortaya koymaktadır. Michaud'a (1994) göre iletişim araçları yaşamlarını sürdürebilmek için heyecan verici çeşitli olaylara gereksinim duyarlar. Şiddet bu anlamda haberlerin temel yaşamsal gıdası haline dönüştürülmekte,

önemsenmekte, kutsanmakta ve haberler için vazgeçilmez bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Görüntülerin ön plana çıkmasıyla, şiddetin bilgilendirilmesi başlı başına bir çarpışma konusu olmuştur. Söz konusu artık sadece çatışmaların denetimini elde bulundurmamak değil, olayların gösteriliş biçimine de egemen olmaktadır. İletişim araçlarının kullanımlarının en önemli sonuçlarından biri de şiddet görüntülerinin olağanlaşarak ve kanıksanarak sanki gerçek değilmiş gibi algılanır olmalarıdır.

12 kategoride ele alınan haber türlerinde kriminal haber türü, tüm kanallarda en fazla yer verilen haber türüdür. Bu haber türüne Kanal D %30,7, Flash TV %42,5, Show TV %38,6, Star TV %26,1 oranlarında yer vermiştir. Magazin haber türüne Kanal D (%23,6), Flash TV (%19,8), Show TV (%30,7), Star TV (% 24,4) oranlarında yer vermiştir.

Ana haber bültenlerinde kriminal ve magazin haberleri neden en fazla yer kaplamaktadır? Ana haber bültenlerinde kriminal ve magazin haberlerinin fazla yer kaplaması ticari haber kanallarının habercilik politikasında benimsedikleri anlayışı ortaya koymaktadır. Bulguların da gösterdiği gibi, bu anlayış özel ticari kanalların bilgi merkezli haber anlayışından eğlence-şiddet merkezli bir anlayışa yöneldiğine işaret etmektedir.

Kriminal ve magazin haberlerinde izleyicileri eleştirel ve sorgulayıcı düşünsel yapıdan uzaklaştırdığından dikkat çekici unsurları olan görsellik ve şov ön plandadır. Eğlenceye ve şova dönüştürülmüş haberin, İzleyicinin algılaması ve hap gibi sindirmesi çok kolaydır.

Kriminal ve magazin haberleri izleyicilerin korku, panik, patlama, şok, heyecan, ağlama, gülme duygulanımlarını hedefleyerek dikkat ve ilgisini çekmeye odaklanır. Bu tür haberler izleyicinin mantığına değil, duygularına hitap ederek bir eğlence çerçevesinde sunulur.

Haber medyası böylelikle izleyici kitlelerin bilinçli ve düşünen bireyler olmasını engelleyebilmekte aynı zamanda politik açıdan yönetilmesi kolay olan kitleler ortaya çıkmaktadır. Ekonomik açıdan ise kitlenin tüketim ürünlerine yönlendirilmesi sağlanmış olmaktadır.

Bourdieu'ya (1997) göre “haberlerin hiçbir siyasal sonuçları bulunmayan ama ‘dersler çıkartmak’ ya da ‘toplum problemlerine’ dönüştürmek için dramatikleştirilen olaylar üzerinde sabitleştirmek ve orada tutmak suretiyle, siyasal boşluk yaratmak, siyaset dışılaştırmak ve dünyadaki yaşamı öykümsüye ve dedikoduya indirgemek gibi etkileri vardır” (Bourdieu, 1997; 57).

Kriminal ve magazin haberleri izleyicinin yaşam, toplum ve insan hakkında genel kültür düzeyini, bilgisini yükseltmeyen tam tersine azaltıp kısırlaştıran haberlerdir. Aynı zamanda olumsuz olan öğeler ön plana çıkarılarak yüceltilmektedir.

Kaza cinayet intihar, yangın, tecavüz gibi kriminal haberler ... Amerika’da gel-geç haber olarak nitelendirilmektedir. Gelgeç olayların başlıca özelliği, habercilikte tayin edici bir öge olarak bilgisel içerikten çok, duygusal boyutlarıyla ön plana çıkmış olmalarıdır. Buna göre, “gel-geç olaylar”, duygu ve heyecan-yoğun haberlerin ana malzemesini oluşturmaktadır. Zaten doğası gereği duygulara hitap eden bir medya olan televizyonda, bilgisiz duygu bombardımanına tutulan yurttaşların, hep beraber gülmesi, heyecanlanması, korkması ya da ağlaması sağlanmaktadır (aktaran Köse, 2004; 92).

Ana haber bültenlerinde kriminal haberlere yoğunca yer verilmesindeki kaygı, içerisinde dikkat çekici hareketli unsurların bulunması çarpıcılık, süreklilik arz etmesinden kaynaklanmaktadır. Kriminal haberler bir Hollywood film sahnelerini çağrıştırmaktadır.

Haberlerin hazırlanmasında etki, hareketlilik, akıcılık ve dikkati artırmak için Hollywood yapımı “action” filmlerin kullandığı tekniklerden yararlanılmaktadır.

Hareketli haber nitelemesi, içerisinde yoğun biçimde hareket unsuru taşıyan iletiler arasında sürekliliğin gözetildiği, çarpıcı öğelerin yinelendiği haber programları için kullanılmaktadır. Daha çok Hollywood yapımı filmler için kullanılan “action filmi” tanımlaması ile sözü edilen haber türü arasında benzerlik kurulmaktadır. Bu anlamda Frank Magid’in “haberde temel karakter dinamizmdir” yorumu ile haber yayının ilk 12 saniyesinin “action” içermesi gerektiği önerisi, haber programının yoğun olarak kaza görüntüsünden, şiddet olaylarına kadar pek çok sarsıcı görüntüyü en başta sunması gerekmektedir. Böylece haber ne kadar akıcı olursa, o kadar sürükleyici olacaktır (Postman aktaran Ergül, 2000; 131).

Bu çalışmada da kriminal haberlerde, olaya konu edilen insanların yaşadığı kaygı, korku, kızgınlık, köpürme, aşırı sinirlilik hali, kameramanlarla zanlılar arasındaki gerilim, kin nefret duyguları tekrarlara dayanan görüntülerle yer verildiğini gözlemlenmiştir. Görüntülerin tekrarlanması diğer haber türlerinde olduğu gibi kriminal haberler içinde geçerli bir koşulu oluşturmaktadır. Bu tekrarlar adeta Hollywood şiddet filmlerinden bir kesiti andırmaktadır.

Kriminal ve magazin haberlerine yoğun yer verilmesi toplum açısından geliştirici olmayan, olumsuz olan iletilerin tercih edilmesi bu haber türlerinin yüceltildiğini göstermektedir.

“Karnaval havası içinde verilen haberde derinlik kaybolur, kaybettirilir, yüzeysellik ön plana çıkarılır. Bunun doğal sonucu kişilerin görüşlerinden çok, davranışları öne çıkarılır. Düşünceden çok şiddet ve kanlı eylemlere yer verilir. Böylece, olayların sonuçları uzun uzun gösterilerek etki yaratılır, ama olayların nedenlerine pek değinilmez” (Aslan, 2002; 56).

Robert Lissit çalışmalarında, suç ögesi içermeyen eğitim içerikli haberlerin neden yayınlanmadığı konusunda şunları demektedir:

Haber süresinin yaklaşık %30'unun suç ve mahkeme haberlerine %10'unun, doğal felaketlerine ayrıldığını tespit etti. Eğitim %1.2 ile yer kaplamaktadır... Suç haberlerinin çok yer kaplaması, söz konusu haberler önemli olduğundan değil, hazırlanmaları kolay olduğundan... Suç ögesi içermeyen politika ve eğitim gibi konuları ekrana taşımak, daha geniş bir arka plan ve çaba gerektirir ve genellikle bu denli, paketlenmiş bir şekilde sunulamaz (aktaran Radford, 2004; 86).

Haberler insanların ilgisini ve dikkatini çeken her konuyla ilgilenir. Bunlar genelde insanlara haz veren şeylerdir. Eğlence oyun, seks, yiyecekler, giyecekler, oyuncaklar, mutluluk acı, umut vb. Hangi dili konuşuyorsanız, hangi renkteneniz, hangi dindenseniz haber bültenleri o konuda sizinle ustaca ilişkiye girer. Amaç toplumu, insanları çok sevdiği için değil, sorunlarını çözmek için değil, dikkatinizi ve ilginizi çekerek para kazanmak ve çok paraya sahip olmaktır. Bir güç düşünün ki insanın doğasına ve psikolojisine ilişkin çok bilgi birikimine donanıma sahip, ama amacı saldırganlık, şiddet, kötülük sadece kendi çıkarını düşünen bir yapı. Özel ticari habercilik anlayışının bir kamu hizmeti gördüğü, toplumu olumlu anlamda eğittiği ve geliştirdiği, ahlaklı ve etik bir anlayış benimsediği tarafsız ve çıkar gütmeyen bir anlayış güttüğü doğru bir değerlendirme değildir

Tüm toplumsal yaşamın akışını ve işleyişini avuçları içine alan medyanın, toplumsal gerilimi ve tansiyonu istediğinde azaltıp ve yükselterek yönlendirebilen büyük bir güçtür.

Medyaya karşı, uzun vadede medya yayınlarını takibe alan, toplumun ruh sağlığını, sağlıklı düzenini ve işleyişini düşünen karşı bir gücün oluşturulması aktif hale getirilmesi, toplumun geleceği ve selameti açısından büyük önem arz etmektedir. Medyaya karşı muhalif bir gücün oluşturulması demokratik ve sağlıklı bir toplum düzeni ve dengenin kurulması için gereklidir.

Televizyon ana haber bültenlerinde başta gözyaşı haber türünde olmak üzere diğer haber türlerinde de izleyicilerin duygulanımlarını hedef alan iletilerle karşılaşmaktayız. Araştırmanın bulgularına göre başta gözyaşı türü haber olmak üzere, sağlık ve magazin haberlerinde duyguları hedef alan bir habercilik anlayışı karşımıza çıkmaktadır. Bu durumu gözyaşı haber türü üzerinden incelediğimizde konu olarak insanların sosyal hayatın problemlerinden, yoksulluklarından kaynaklı çektikleri acı ve trajedilerinden seçildiği gözlemlenmektedir.

Gözyaşı, Kanal D’de (%16,5), Flash TV’de (%21,7), Show TV’de (% 15), Star TV’de (%16,8) oranlarında içerilmektedir.

“Duygulanım, organizmaya gelen dış ya da iç uyarının zihinsel işlevinden ayrı olarak uyandırdığı etkilerin, tepkilerin bütünüdür... Duygulanım sözcüğünün kapsamı içinde “üzüntü duyma” anlamı yanında, “etkilemek”, “tesir etmek” anlamı da vardır” (Köknel,1996; 132).

Araştırma kapsamında incelenen gözyaşı haber türü de genel olarak elem doğrultusunda yer alan duygulanımları ve acıyı içermektedir. Acı, bedene fiziksel olarak zarar veren ya da ruhsal yaşantıyı tehdit eden uyarıların yarattığı, kötü, olumsuz duygu durumudur.

Haberde duygusal yoğunluğun, izleyiciyi bilgisel ve dolayısıyla eleştirel açıdan köreltici bir etkilemeyle, siyaset dışlaştırması (depolitisation ) anlamı taşımaktadır. Dikkati, gel-geç haberlerin hiçbir siyasal sonuçları bulunmayan, ama dersler çıkarmak ya da toplum problemlerine dönüştürmek için dramatikleştirilen olayları üzerine sabitleştirmek ve orada tutmak suretiyle siyasal boşluk yaratmak, siyaset dışlaştırmak ve dünyadaki yaşamı öykümsüye ve dedikoduya indirgemek gibi etkileri vardır (Duran aktaran Köse, 2004; 92,93).

Özellikle sağlık ve kriminal haber türleri başta olmak üzere haber iletilerinde izleyiciye tehlikede olduğu mesajının verilmeye çalışılması izleyiciyi korkutarak bir etki uyandırma hedeflenmektedir. Bununla birçok haber türünde karşılaşmamız mümkündür. Haberler, hastalık korkusuna, savaş korkusuna, ölüm korkusuna sürekli vurgu yapar. Bu korkulara terör haberlerinde, sağlık, cinayet, fuhuş, uyuşturucu, hırsızlık vb haberlerde karşılaşabiliriz. Radfor'dun da (2003) belirttiği gibi “Medya korku çığırkanlığı yaparak halkın akıldışı korkularını kışkırtmasına” (Radfor, 2003; 63) yardım etmektedir.

Bu bulgular, habercilik anlayışının değiştiğini bilgi merkezli habercilik anlayışından şiddet merkezli bir habercilik anlayışına kaydığını göstermektedir. Örneğin; yukarıda da tanımlandığı gibi siyaset haberlerinde politikacıların sözlü tartışmaları, kavgaları, sürtüşmeleri siyasi gündemin de önüne geçebilmektedir. Magazin haberlerinde, popüler sinema oyuncularını ve şarkıcıların eğlence mekanlarında kendi aralarında ve kameramanlarla yaşadıkları tartışma, kavgaya ve gerilimler daha çok ön plana çıkabilmektedir. Hangi haber türünde olursa olsun, eğer şiddet içeriyorsa, şiddet sahnelerinin defalarca tekrar edilerek gösterilmesi şiddetin haberler için ne kadar önemli bir unsur olduğunu göstermektedir.

Habercilik anlayışı pazar koşullarından etkilendiğinden bilgi vermekten ziyade eğlence ve sansasyona yönelik bir anlayışla karşılaşmaktayız. Araştırmadaki magazin haberlerinin kriminal haberlerin ardından ikinci en çok tekrarlanan haber türü olması bunun bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

Haberlerde çoğunlukla şiddet, dikkat çekmek ve eğlendirmek unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. “Günümüzde haber olgusu tamamen değişmiştir. Kurgusal olan haber bültenleri sıradan bir film gibidir. Ükelere göre değişen bir yapı olmasına rağmen genel yapı bir Hollywood filminin değişik versiyonlarıdır. Haber öncelikle ticari bir mala

dönüşmüş durumdadır. Satılabilen haberdır. Satılabilen haber ise günümüzde canlı haber, doğru olan haberdır ilkesiyle hareket etmektedir” (Uğurlu ve Öztürk, 2006; 108).

Bu durumda izleyiciler; “yani gazete okurları, radyo dinleyicileri ve televizyon izleyicilerinden oluşan dev kitle, iletişim sürecinin en edilgen unsuru olarak karşımıza çıkıyor... Çoğunlukla kendilerine sunulanla yetiniyorlar ve bireysel düzeyde mevcut işleştiren yakınsalar da onu değiştirme çabaları yok denecek kadar az... son yıllarda medyada yer alan haberlerin ve yazıların gittikçe yüzeyselleştiği ve eski yıllara kıyasla içerikten yoksun bir hale geldiği gözleniyor” (Tılıç, 2001; 49,50).

Haberlerde bilgi vermektense ziyade şiddet ve eğlence ile yoğrulmuş habercilik anlayışının benimsenmesi, amacın izleyicinin dikkatini çekmeye odaklandığı yönünde anlaşılabilir. Bu anlamda haber bültenlerinin müşteri merkezli bir haber anlayışı benimsemeleri bilgi verme işlevlerinden uzaklaştığını göstermektedir.

#### **5.4. Ana Haber Bültenlerinde Fiziksel Şiddet, Sözel Şiddet ve Görsel Şiddet**

Ana haber bültenlerinde fiziksel, görsel ve sözel şiddet türlerinde yer alan şiddet öğelerini incelediğimizde başta kriminal haberler (cinsel taciz, tecavüz, hırsızlık, intihar, silahlı saldırı, uyuşturucu) olmak üzere diğer haber türlerinde de yoğunca şiddet öğeleriyle (şiddet sözcükleri, bağırışma, gerilim, panik, sert münakaşa) karşılaşmaktayız. Haberlerin genişçe bir bölümünde bu şiddet öğeleri üzerinde oturtulup inşa edildiğini görmekteyiz.

Araştırma bulgularına göre haberlerde en çok görsel şiddet (%65,1), daha sonra sözel şiddet (%62,8) ve fiziksel şiddet (41,8) yer almaktadır. Görsel şiddet oran olarak sözel ve fiziksel şiddetten görece daha fazladır.



Araştırmada görsel şiddet, Kanal D’de (%66,9), Flash TV’de (%88,7), Show TV’de (%59,8), Star TV’de (% 63) oranlarında bulunmuştur. Bu oranlar bize ana haber bültenlerinin görselliğin çok önemli oranlarda ön plana çıktığını göstermektedir. Bu durum özel televizyon kanallarının ana haberlerinde habercilik anlayışını haberde izlenen yaklaşımı ortaya koymaktadır. Bu noktada haberlerin, genel özelliklerine bakıldığında, kavramların ve metinlerin önemini yitirip, daha çok görüntü temeli üzerine oturulduğu görülmektedir.

Görsel şiddetin haber bültenlerinde merkezi önemde bir yer kaplaması haberin bilgi içeriğinin ikinci plana itilmesine, önemsizleşmesine neden olabilmektedir. Nitelikli ve derinlikli entelektüel birikim gerektiren haberlerin arka plana düşmesi, çarpıcı görselliğin ön planda tutulması, haberde içerik olarak yüzeyselliği ve niteliksizliği beraberinde getirme riskini artırmaktadır. Bu konuda benzer bir tespitte bulunan Arslan’a göre (2002) “Televizyon haber bültenlerinde olaylar derinleşmesine ele alınmaz, yüzeysel olarak değerlendirilir. Toplumsal önem yerine ilginçlik; derinlik yerine çarpıcılık öne çıkarıldığı için nesnellik bağlantısı da kurulmaz... Olaylar rastlantısal olarak sunulduğundan, izleyici gerçekliği bütünsellik içinde kavrayamaz, değerlendiremez... Salt bir olay olarak alımlar ve olayı tarihsel ve toplumsal bağlamı dışında değerlendirir” (Arslan, 2002; 122).

Haberler insanların bilgisini artırmaktan ziyade ilgisini çekmek üzerine kurulmuş görünmektedir. Şiddet imaja ve görüntüye dayandığından dikkat çekmek için önemli bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu anlamda habercilik anlayışında haber verme ve bilgilendirme ikinci plana düşmüş, şov ve şiddetle iç içe geçirilmiş görüntüsel çekiciliğin ön plana çıktığını görmekteyiz. Bu haberciliğin üzerinde durulması gereken önemli bir yönüdür.

Habercilik anlayışında “görmek inanmaktır” anlayışıyla “gerçek yeniden kurgulanır.” Haberler dramatize edilerek tekil olaylar nesnellığı olumsuz yönde etkileyebilecek

tarzda, duygulara yönecek tarzda sunulur. “görmek inandırmaktır” sözü, “göstermek inandırmaktır” a dönüşür... haber aktörleri de medyada yer almak için gösteri yapmaya yönelir....insanların ilgisini olayın ardındaki gerçeğe yöneltmek ve gerçeği sorgulatmak yerine, olayın gösterisine ağırlık verir.Görüntünün “dayanılmaz ağırlığı” dolayısıyla olan biten sonuçlarıyla yer alır, ama olayın nedenleri ortaya konulmaz (Aslan, 2002; 55).

Televizyonun sözel ve görsel söylemlerinin bir arada bulunması amaçlı anlamların üretilmesi gibi teknik olmaktan çok ideolojik düzenlemeler olmakta, bu nedenle de habercilikte dil açısından görüntünün kullanımı önem kazanmaktadır (Dursun, 2001).

Haber dili, metni pekiştirmek ve anlatımı güçlendirmek için görüntülerle iç içe geçirilmiştir. Görüntüsü olmayan bir olay haber değeri taşımamakta ve gündeme bile girmemektedir. Haber spikeri haberleri okurken görüntünün merkezi bir yerde aldığı, neler oldu şimdi hep birlikte izliyoruz. İşte böyle oldu. Geriye bu kaldı. İşte böyle ortaya bu görüntüler çıktı. Gibi ifadeler görüntünün haber bültenleri için ne kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır.

İnsanlar haberlerde her gördükleri şeye inanma eğilimindedirler. Televizyon en önemli gücünü görsellikten almaktadır. Görüntüler insanların bilincine ve duygularına hitap eder. İnsanlar görüntüleri düşünmezler, sadece izlerler. Görsel izleyicilik düşünme, anlama faaliyetini içermez, tüketimi kolaydır ve de yorucu değildir. Saatlerce görüntüyü izleyebilirsiniz ama bu izleyiciyi geliştirmez.

Radford’a (2004) göre de insanlar medyada gördüklerini önemseme eğilimindedir. Hele bir şey haber olarak tanımlandıysa önemi artar. “Ama bu görüş hatalıdır; haberlerde gördüğümüz her şey, haber yapmaya değer değildir ve haber yapmaya değer her şey de haberlerde değildir... Haber mesajları, izleyicileri, olaylar hakkında bilgilendirmekten başka olayların anlamını ve önemini de değiştirebilir. Bir hikâyenin nasıl

anlatıldığı ve gerçeklerin, gazeteci tarafından nasıl süzüldüğü, izleyiciyi büyük ölçüde etkiler (Radford, 2004; 82).

İnsanlar bugüne ait bilgileri çoğunlukla televizyondan öğreniyorlar. Adliyelik bir olayda olayın tarafları uzlaşıp anlaşıklarında haber olmuyor; ama olay ölüm, çatışma ve yaralanma ile sonuçlandığında haber olabiliyor.

İçinde bulunduğumuz dönemin geçmişe göre daha mı çok yoksa daha mı az şiddet içerdiğini tartışırken, en geniş anlamda iletişimin var olan tehlikelere ilişkin algılarımızı nasıl biçimlendirdiğine ve gündelik dram biçimindeki şiddetin yaşantımızda oynadığı role eğilmekten kaçınamayacağımıza kuşku yoktur. Günümüz toplumunda ‘gerçekliğin göstergeleri’ gerçeğin yerini almıştır. Gerçeğin göstergeleri ise televizyon ve sinemadaki görüntüler ve imgelerdir. Bu imgelerin ne ölçüde şiddet içerdiği bireyler ve toplum üzerindeki etkileri ise, çoğunlukla şiddet içeren imgelerin fiziksel şiddeti doğurması ile gözlemlenmektedir. Göstergeler yoluyla fiziksel şiddetin yoğun biçimde işlendiği filmler, diziler, reality Showlar, haber programları, eğer bireyleri fiziksel bir şiddet istiyorsa, içerdiği şiddet toplumun ilgisini çekmektedir. Ancak göstergesel şiddet çoğunlukla ‘gizli’ ve ‘kibar’ bir biçimde karşımıza çıkmakta ayırdımına varmadan bireyler üzerinde olumsuz etkiler yaratmaktadır. Bununla birlikte kamuoyundaki yaygın bir diğer kanı ise kitle iletişim araçlarına paralel bir biçimde şiddetinde toplum içinde yaygınlaştığıdır (Gezgin,1996; 559).

Görselliğin algılanması bilgi içeren iletilere göre daha kolaydır. Haberlerde şiddetin görsel boyutta yoğun olarak gösteriminin tercih edilmesi, toplumsal gruplar ve bireyler açısından algılanması kolay olduğundandır. Görselliğin dini, cinsiyeti, milleti yoktur, aynı anda çok sayıda izleyici kitleye ulaşabilmektedir. Görsel şiddetin etkileri izleyicilerin psikolojisini etkileyecek ani patlama, korku, panik, dehşet uyandıracak duygularla çarpma ve şok etkisi yaratma şeklinde olmaktadır. Bu durum bireylerde psikolojik sorunlar yaşama riskini de beraberinde getirebilecektir.

Araştırmada görsel şiddet ögesi olarak ele alınan panik, Kanal D’de %19,7, Flash TV’de %44,3, Show TV’de %17,3, Star TV’de % 20,4 oranlarında yer almaktadır.

Panik görüntülerinin izleyicilerde heyecan, korku, şaşkınlık gibi duygu durumları yarattığından haberlerin genel atmosferinde önemli derecede yer aldığı görülmektedir.

Dikkat çekme unsurları, şaşkınlık, hayret ve dehşet verici, panik ve korku uyandırıcı, acı vb. duygu durumlarını göz önüne alınarak sunulmaktadır. Bu durum konuyla ilgili uluslar arası tartışmalarda da yerini bulmaktadır. Esslin’e göre (2001) “Bir haber yayınının başarılı olması, maksimum heyecan, yoğun duygu ve eğlence içerme koşuluna bağlıdır. Dramatik unsurların ve eğlencenin peşinde olan haber programlarının editörleri şiddeti merkezi bir yere koymaktadırlar” (Eslin, 2001; 61).

Ana haber bültenlerinde sert ve gerilimli müziğin ne işi var? Sert ve gerilimli müzik izleyicilerin psikolojisi üzerinde etki etmede ve haberlerin yorumunda önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Gerilimli müzik insan psikolojisini bozabilmekte ve şiddet eylemine yönelimini kolaylaştırabilmektedir.

Bilimsel araştırmalar göstermiştir ki, sesin yüksekliği, şiddeti ve tınısına göre insan psikolojisi ve ruhsal yaşantısı değişir. İnsanın duygulanımı sesin şiddetine göre etkilenir. Özellikle ana haber bültenlerinde kriminal haber türlerinde gerilimli ve sert müziğin kullanılması etki derecesini ve dikkati artırmak için başvurulan bir yöntem olarak tercih edilmektedir. Bu haber türünde sert ve gerilimli müziğe eşlik eden aşırı hareketlilik, kovalamaca, gürültü, bağırışma, panik gibi insan psikolojisini rahatsız eden ses unsurları karşımıza çıkmaktadır.

Sesin hoş ya da olmayan nitelikleri belirli ölçüler içinde, ruhsal yaşantıda yarattığı değişikliğe, duygulanım alanında yaptığı etkilere bağlıdır. Ancak genel olarak, 30–40 db sınırının üstünde olan sesler, insanların çoğunun hoşuna gitmez. Duygulanım alanında

endişe, kaygı, kızgınlık, öfke, huzursuzluk, rahatsızlık, tedirginlik gibi duygu durumlarının etkinlik kazanmasına yol açar... Gürültünün neden olduğu, fiziksel ve ruhsal bozukluklar, saldırgan davranışların ve şiddet eylemlerinin tetiği çeken etmenler arasında yer almaktadır (Köknel,1996; 60).

Köknel (1996) ayrıca sert müziğin, sempatik sinir sistemini uyardığını, adrenalin ve noradrenalin gibi kimyasal ileticilerin kan düzeyini yükselttiğini, kalp vuruş sayısını arttırdığını, kızgınlık, öfke, taşkınlık duygularını coşturduğu bildirmektedir. Ayrıca sert müziklerin insanların zihinsel işlevlerinde gerilme yarattığını, saldırganlık ve şiddet içeren davranışların açığa çıkmasını kolaylaştırdığını eklemektedir. (Köknel,1996; 62,63).

Haber iletilerinin aşırı gürültü (patlama, bağırışma, kavga, çığlık, hakaret, küfür ambulans sirenleri, panik, ateş etme vb.) içerdiğini göz önünde bulundurduğumuzda bunun insanların şiddet eylemlerine yönelmesinde önemli bir etken olabileceğini de dikkate almak gerekebilir.

Araştırmada bağırışma şiddet ögesi, Kanal D'de (%26,8), Flash TV'de (%51,9), Show TV'de (%24,4), Star TV'de (%25,2) oranlarında yer almıştır. Sert münakaşa şiddet ögesi ise kanallardaki dağılımı şu şekilde ortaya çıkmıştır: Kanal D'de (%26,8), Flash TV'de (%28,3), Show TV'de (%14,2), Star TV'de (%12,6). Araştırmada çığlık şiddet ögesi televizyon kanallarındaki dağılımı, Kanal D'de (%22,89), Flash TV'de (%48,1), Show TV'de (%18,1), Star TV'de (%18,5) oranlarında yer almıştır.

Televizyon ana haber bültenlerinde yoğunca tanık olduğumuz şiddet eylemleri ve saldırgan davranış görüntüleri bireylerin duygu durumlarına etki ettiği bilinmektedir. Köknel'de (1996) bu konuda benzer yaklaşımları dile getirmiştir. "Bilindiği gibi, saldırgan davranışlar ve şiddet eylemleri, öfke, kaygı, korku gibi duygu durumlarının sonucudur. Öte yandan saldırgan davranışlar ve şiddet eylemleri söz konusu duygu durumlarına yol açar.

Bu duygular insanın ruhsal yaşantısında gerilime, geriye dönüş (regression) yapar” (Köknel,1996; 15).

Yine araştırma bulgularına göre incelenen haberlerde saldırgan davranışlarda ve şiddet eylemlerinde ateşli silahlar (tabanca vb) ve ateşsiz silahlar (bıçak vb.) gibi görsel şiddet öğeleri bulunmaktadır. Çalışma kapsamında incelenen haberlerde silah ve bıçak, kriminal suçlarda en fazla kullanılan aletlerin başında gelmektedirler. Silah ve bıçak gibi suç aletleri insanlarda bir gücün sembolü temsil etmekte, bir yandan da korku etkisi olduğundan özellikle ana haber bültenlerinde kriminal haberlerde dikkat çekici unsur olarak gösterilir. Ya da canlandırmalarla olay haberlerde gösterimine yer verilmektedir.

Kan şiddet ögesi, Kanal D’de (%8,7), Flash TV’de (%15,1), Show TV’de (%9,4), Star TV’de (%10,1) oranlarında yer almıştır.

“Haberler için kan değerlidir. Kan varsa önemli haberdır. Bilgi üniversitesi iletişim fakültesi dekanı aydın uğura göre medya ve terör kan kardeşdir. Medya diye bir şey olmasaydı terör diye bir şey kalmazdı. O yüzden bu ikisi kan kardeşdir. Terör eylemlerinin TV’de gösterimi hiç şaşırtıcı değildir. Çünkü terör TV için düşünülmüş, kurulmuş, tasarlanmıştır. TV’lerde bunun için kendilerini hazırlamıştır” (Uğur, 2002; 31).

“Genellikle, iyi haberlere ayrılan yayın süresi, kötü haberlere ayrılan haber süresinin yanına bile yaklaşamaz: ‘kan çıkmazsa, para yok’ deyimini en çok haberler için geçerlidir. Varoşlardaki kargaşa hakkındaki haberler uyuşturucudan uzaklaşan ve burs kazanan çocuklar haberini daima sollar” (Radford, 2004; 93).

İncelenen haber türlerinde en fazla yer alan görsel şiddetten sonra sözel şiddet ögesi yer almaktadır. Sözel şiddet öğeleri içerisinde de şiddet sözcükleri Kanal D televizyonunda %53,5 oranında, Flash TV’de %75,5 oranında, Show TV’de % 48,8 oranında, Star TV’de %50,4 oranında yer almaktadır.

Araştırmada incelenen dört televizyon kanalında da başta kriminal haberler olmak üzere kullanılan ortak bazı şiddet sözcükleri şu şekilde karşımıza çıkmaktadır: Bombardımana tuttu, ortalık savaş alanına döndü, bomba gibi düştü, saldırı, sapık, tecavüz, kavga etti, ortalığı birbirine kattı, saldırganlaştı, gençleri biçti, çatıştı, bacağı paramparça oldu, etrafa cesetler saçıldı, dehşet saçtı, can pazarı yaşandı, birbirine düştüler, silahlar çekildi, demir sopalar konuştu, taşlar havada uçtu, derin acı yaşandı, cinnet geçirdi, çılglık çılgılla ölüm, kanlı operasyon, yüreklere ateş düştü, kan gövdeyi götürdü, çatışma kale kuşatmasına döndü, araçlar paramparça oldu, yerle bir oldu, içler acısı manzara yaşandı, şok, rezalet vb. şeklinde olmaktadır.

### **5.5. Haberlerde Yer Alan ve Sunulan Şiddetin İzleyici Kitle Açısından Sonuçları**

Ticari televizyon kanallarının ana haber bültenlerinin yoğun şiddet içermesi izleyici kitle açısından beraberinde birtakım sonuçları getirmektedir.

Ticari televizyon kanallarının ana haber bültenlerinde dikkate değer oranda yoğun şiddet içermesi izleyicilerde şiddet davranış kalıplarının oluşumuna ve yaygınlaşmasına büyük etkisi olacağı açıkça ortadadır. Özellikle akşam saatlerinde değişik yaş gruplarındaki çok sayıda insanın ana haber bültenlerini izlediğini düşünürsek çok sayıda insanın şiddet içeriğinden etkilenebileceği kolayca anlaşılacaktır.

Günlük yaşantımızda televizyonun insanların dünyayı algılayışları ve davranış biçimleri üzerindeki etkisi her geçen gün artmaktadır. Bu önemi nedeniyle televizyonda özellikle en çok izlenen programların başında gelen haber bültenlerinin önemli oranlarda şiddet içermesinin bireylerin ruhsal sağlığını, iletişim şekillerini ve davranış biçimlerini ciddi bir biçimde doğrudan etkileyeceği bir gerçektir.

Televizyondaki şiddet ve izleyiciler üzerindeki etkisine ilişkin yapılan bir araştırmada televizyonun sunduğu şiddet içerikli toplum portresinde, aşırı şiddete maruz kalan izleyicilerin şiddeti kabul etmeye meyilli olduğu yargısına varılmıştır. Bu etkinin izleyiciler üzerinde uzun dönem sonrasında gözle görülür kümülatif bir yapıya kavuştuğu belirtilir (Gerbner aktaran Çığ, 2006; 40).

Gerbner televizyonun gelecekteki tercihleri ve kullanımını etkileyen tutumları eker demektedir (aktaran Çığ, 2006). Bu anlamda günümüzdeki özel ticari televizyon kanalları şiddete yoğun yer vermekle toplumda şiddeti etkilerini göz ardı etmemeleri gerekmektedir.

Şiddet, ana haber bültenlerinde yoğun bir şekilde yer almakta ve bu durum incelenen dört televizyon kanalında görülebilmektedir. Üzerinde düşünülmesi gereken bu önemli sonuç, televizyonun ciddi psikolojik ve sosyal sorunlara yol açabileceğini göstermektedir.

Araştırmada incelenen dört televizyon kanalında da yoğun olarak yer alan sözel, fiziksel ve görsel şiddet, izleyicilerde yakın çevresinde ve dış dünyanın tehlikeli bir yer olduğu algılamasına yol açan iletilerle doludur. İzleyiciler izlediği şiddet olaylarıyla kimseye güvenmemesi gerektiği, herkesi potansiyel bir hırsız, katil, tecavüzcü olabileceği duygusu edinir. Bu toplumsal dayanışmayı ve bireylerin birbirine olan güveni zayıflatan bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

Medya, korku çığırkanlığı yaparak, halkın akıl dışı korkularının kışkırtır (Radford, 2004; 63). Haber medyasının en iyi yaptığı şey, korkulacak hiçbir şey yokken alarm zillerini çaldırmasıdır. Toplum olarak, korktuğumuz şeyleri düzeltmek için para saçıyoruz (Radford, 2004; 89).



Ana haberlerin şiddetin yoğun olarak sunulduğu bir gösteri alanı olduğunu düşünürsek (Kanal D haberleri %43, Flash TV haberleri %67,9, Show TV haberleri %53,5, Star TV haberleri %56,3 ), gösterinin insanların şiddet eylemlerine yönelmesi üzerinde büyük etkisi olacaktır.

İnsanları saldırganlık ve şiddet eylemine yönelten duygu durumlarından Köknel, şu şekilde bahsetmektedir; “genel olarak kin, nefret, öfke gibi duygu durumlarının anlatılması, dışarıya yansıtılması saldırganlığı, şiddet eylemlerini içeren davranış kalıplarıyla olur... Öfkeli ve kızgın olmak, saldırgan bir davranış için gerekli olan haberdarlık ve hazırlık durumunun son aşaması olarak kabul edilir. Ayrıca saldırgan davranışlarının duygusal düzeyinde, kızgınlık ve öfkeden başka, değişik derecelerde kin nefret, düşmanlık, gibi yok edici duygularda bulunabilir. Bu duygular öfke gibi saldırgan davranışların ve şiddet eylemlerinin tetiğini çeker” (Köknel,1996; 131).

## 5.6. Öneriler

Gündelik yaşamda okulda, sokakta, çarşıda, pazarda, işyerinde, evde yoğun şiddet örnekleriyle karşı karşıyayız medyanın bu konuda büyük etkisi olduğu bilinmektedir. Anlayış, hoşgörü, uzlaşma kültürünü içeren iletilerle desteklenmiş bir haber anlayışının toplumun çıkarı açısından aktif hale getirilmesi gerekmektedir.

Şiddeti önlemek için her şeyden önce düşünce düzeyinde saldırganlık ve şiddetin hedefe ulaşmak, engel aşmak, sorun çözmek amacıyla kullanılan yol, yöntem olmadığını, olmaması gerektiği kabul edilmelidir (Köknel,1996; 15).

Haber yöneticileri ana haber bültenlerinde kamuoyu çıkarını gözeterek şiddetin dozunu azaltma yoluna gitmeleri doğru yaklaşım olacaktır.

Haberler, suç ve toplumsal kurallara aykırı, insanların ıstırapları, acıları, yaşadıkları felaketler, ölüm anları ve benzeri durumlar duygu sömürüsüne yol açacak, korku yaratacak veya izleyicileri dehşete düşürecek şekilde verilmemeli, halkın ruh sağlığını bozacak yayın yapılmamalıdır.

Medya toplumsal yaşayış ve insanların davranış modelleri üzerinde o kadar etkili ki, medyaya toplumdaki şiddeti azaltılması konusunda büyük sorumluluklar ve işi düşmektedir. Medya patronlarının istemesi durumunda benimseyecekleri olumlu yeni yayıncılık anlayışıyla, örnek toplumsal öğrenme modelleriyle şiddetin boyutlarında büyük azalmaya neden olabilir.

Ana haberlerdeki şiddetin boyutları her geçen gün kaygı verici boyutlara ulaşmaktadır. Toplumun şiddet konusunda duyarlılık göstermesi, insan haklarına saygının ön plana çıkarılması ve medya sorumluluk bilici içinde yayın yapmalıdır.

## KAYNAKÇA

- Alemdar, Korkmaz ve İrfan. Erdoğan (2005). *Öteki Kuram*. İstanbul: Erk Yayınları.
- Altekin, Serap (2007). “Televizyon, Şiddet ve Toplum”, İnternette 29 Nisan 2007’de elde edilmiştir. (<http://www.dokudanismanlik.com/tvsiddetvetoplum.htm>).
- Arslan, Muzaffer (2004). “Haberlerin Gerçeği Yansıttığını Kimse Söyleyemez”. İnternette 29 Nisan 2007’de elde edilmiştir (<http://ilef.ankara.edu.tr/netgorunum>)
- Aslan, Kemal (2002). *Haberin Yol Haritası*, İstanbul: Anahtar Kitaplar.
- Atabek, Erdal (2003). *Modern Dünyada Değer Kayması ve Gençlik*, (2.baskı) İstanbul:Alkım Yayınevi.
- Atiker, Erhan (1998). *Modernizm ve Kitle Toplumu*. Ankara: Vadi Yayınları.
- Avcı, Nabi (1999). *Enformatik Cehalet*. İstanbul: Kitabevi.
- Baudrillard, Jean (2003). *Sessiz Yiğınların Gölgesinde ya da Toplumsalın Sonu*. (Çev: O. Adanır), İstanbul: Doğu Batı Yayınları.
- Bourdieu, Pierre (1997). *Televizyon Üzerine*. (Çev: Turhan Ilgaz). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Burton, Graeme (1995) *Görünenden Fazlası: Medya Analizlerine Giriş*. İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Chomsky, Noam. (1995). *Medya Denetimi, İmmediast Bildirgesi*. (Çev: Şen Süer), İstanbul: Tüm Zamanlar Yayıncılık.
- Cinisli, Şengülbüz, Neslihan (2001). *Biçim ve İçerik Açısından Televizyon Haberleri*, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Cordan, İtır (2001). *Ulusal Televizyonların Haber Bültenlerinde Şiddetin Temsili*, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.

- Çetinkaya, Yalçın (2004). “Bir Manipülasyon Aracı Olarak Medya ve Gençlik”, *Bilim ve Akıl Aydınlığında Eğitim Dergisi*, sayı:57, 143-148.
- Çığ, Ünsal (2006). “George Gerbner: George Gerbner’in kuramlarına Giriş”, (içinde), *Kadife Karanlık 2: 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar*, 11-88. İstanbul: Su Yayınları.
- Dündar, Can (1996). “Televizyon ve Şiddet”, *Cogito*, sayı:6-7, 385-389. İnternette 14 Şubat 2007’de elde edilmiştir (<http://www.candundar.com.tr>).
- Emniyet Müdürlüğü, (2007). (<http://www.emniyet.gov.tr/StratejiGelistirmeDB/dergi/43/web/makaleler/> 20 Ocak 2007)
- Erdoğan İrfan (1998). “Gerbner’in Ekme Tezi ve Anlattığı Öyküler Üzerine Bir Değerlendirme”, *Kültür ve İletişim Dergisi*, 1 (2), 149-180 . İnternette 10 Mayıs 2007’de elde edilmiştir (<http://www.findthelinks.com/irfanerdogan>)
- Erdoğan, İrfan (1997). *İletişim Egemenlik Mücadeleye Giriş*, Ankara: İmge Kitabevi.
- Erdoğan, İrfan ve Korkmaz Alemdar (2001). “Televizyon Dünyaya Açılan Pencere”, *Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Yıllığı 1999*, s. 169 -197.
- Ergül, Hakan (2000). *Televizyon Haberlerinin Magazinleşmesi*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Esslin, Martin (2001). *Televizyon Çağı*. İstanbul: Pınar Yayınları.
- Fiske, John (1999). *Popüler Kültürü Anlamak*. (çev: Süleyman İrfan). Ankara: Ark Yayınları.
- Genç, Ali (2003). *Televizyon Haberlerinde Görsel Metin Etiği*, Yayınlanmamış doktora tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Geray, Haluk (2004). *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

- Gezgin, Suat (1996). “Göstergesel Şiddet, Ekrandan Sıçrayan Kan”, *Yeni Türkiye Dergisi*, 11, 558-560.
- İnal, Ayşe (2001). “Yerel Medya için Alternatif Arayışları”. İnternette 29 Nisan 2007’de elde edilmiştir (<http://www.bianet.org/diger/arastirma278.htm>)
- Kaplan, Yusuf (1991). *Enformasyon Devrimi Efsanesi*, İstanbul: Rey Yayınları.
- Kara, Sadullah (2002). *Medya Terörü ve Alınması Gereken Önlemler*, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Kebapçı, Rahime Ayşe (2001). *Televizyon Ana Haber Bültenlerinde Şiddet Olgusu*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Kızılcılık, Sezgin (1994). *Sosyoloji Teorileri 2*. Konya: Emre Yayıncılık.
- Köknel, Özcan. (1996). *Bireysel ve Toplumsal Şiddet*, İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- Köse, Hüseyin (2004). *Bourdieu Medyaya Karşı*. İstanbul: Papirüs Yayınları.
- McQuail, Denis ve Windahl Sven (1997). *Kitle İletişim Modelleri*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Michaud, Yves (1994 ) *Şiddet (Cep Üniversitesi)*. (Çev: Cem Muhtaroglu) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Oktay, Mahmut (1995) *Halkla İlişkiler Mesleğinin İletişim Yöntem ve Araçları*. İstanbul: Der Yayınları.
- Oskay, Ünsal ve Melis Çelebi (2004). *Peki Konuşalım! Popüler kültür Üzerine*. İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- Özdemir, Ufuk (2002). “Medya ne kadar demokrat?”, *Köprü Dergisi*. Sayı 80. İnternette 29 Nisan 2007’de elde edilmiştir (<http://www.koprudergisi.com/>)
- Özerkan, Şengül. ve Yasemin İnceoğlu (1997). *İletişimde Etkileme Süreci*, İstanbul: Pan Yayıncılık.

- Poloma, Margareth (1993). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları*. (çev:Hayriye Erbaş). Ankara: Gündoğan Yayınları.
- Postman, Neil (1994). *Televizyon: Öldüren Eğlence (Gösteri Çağında Kamusal Söylem)*. (Çev: Osman Akinhay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Poyraz, Bedriye (2002). *Haber ve Haber Programlarında İdeoloji ve Gerçeklik*. Ankara: Ütopya Yayıncılık.
- Radford, Benjamin (2003). *Medya Nasıl Yanılıyor*. İstanbul: Güncel Yayıncılık.
- Ramonet, Ignacio (2000). *Medyanın Zorbalığı*. (Çev: Aykut Derman) İstanbul: Om İletişim Yayınları.
- RTÜK (2004). *Medyada Şiddet ve Duyarlılık (Panel)*. İstanbul: RTÜK yayını, yayın no:11.
- RTÜK (2007). “Televizyon Programlarındaki Şiddet İçeriğinin, Müstehcenliğin ve Mahremiyet İhlâllerinin İzleyicilerin Ruh Sağlığı Üzerindeki Olumsuz Etkileri”. İnternette 29 Nisan 2007’de elde edilmiştir (<http://www.rtuk.org.tr>).
- RTÜK, (2007). “Televizyon Haberleri İzleme Eğilimleri Araştırması”, İnternette 20 Nisan 2007 tarihinde erişilmiştir (<http://www.rtuk.org.tr>).
- Sağnak, Mehmet (1996). *Medya-Politika*. Ankara: Eti Yayınları.
- Sanders, Barry (1999). *Öküzün A’sı: Elektronik Çağda Yazılı Kültürün Çöküşü ve Şiddetin Yükselişi*. (Çeviren: Ş. Tahir), İstanbul. Ayrıntı Yayınları.
- Savaş, Gülhüma (2001). *Medyadaki Şiddetin Çocuklar Üzerindeki Etki ve Sonuçlarının Medya Etiğinin de ele Alınarak Değerlendirilmesi*, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Schiller, Herbert (1993). *Zihin Yönlendirenler*. (Çev: Cevdet Cerit), İstanbul: Pınar Yayınları.

- Schlesinger, Philip (1994). *Medya, Devlet, Ulus. Siyasal Şiddet ve Kolektif Kimlik*, (Çev: Mehmet Küçük), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Swingewood, Alan (1998). *Sosyolojik Düşüncenin Kısa Tarihi*, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Tılıç, Doğan (2001). *2000'ler Türkiye'sinde Gazetecilik ve Medyayı Anlamak*, İstanbul: Su Yayınları.
- Turan, Emir (2004). *Türkiye'de Televizyon Ana Haber Bültenlerinde Gündem Oluşturma Süreçleri*, Yayınlanmamış doktora tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Türkoğlu, Nurçay (2004). *İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara, Toplumsal İletişim, Tanımlar, Kavramlar, Tartışmalar*. İstanbul: Babil Yayınları.
- Uğur, Aydın (2002). "Medya ve Terör Kan Kardeştir", *Cosmopolitik*, sayı: 2, 30-33.
- Uğurlu, Faruk. ve Şerife Öztürk (2006). *Türkiye'de Televizyon Haberciliği*, Konya: Tablet Yayınları.
- Ünsal, Artun (1996). "Genişletilmiş Bir Şiddet Tipolojisi", *Cogito*, sayı: 6-7, 29-36.
- Yalsızuçanlar, Sadık. (1997). *Televizyon ve Kutsal*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Yaylagül, Levent. (2006). *Kitle İletişim Kuramları*, İstanbul: Dipnot Yayınları.