

TOPLUMSAL ŞİDDETİN AKTARIM YOLUYLA YENİDEN ÜRETİLMESİ: BASININ TELEVİZYONLAŞMASI BAĞLAMINDA ŞEFİKA ETİK CİNAYETİ

Huriye Toker* - Derya Altun**

ÖZET

Günümüzde toplumsal yapının belirleyicilerinden biri olan medya, etki alanını her geçen gün daha da genişletmektedir. Medya belirttiğimiz bu gücünü, yaşadığımız binlerce olaydan seçtiği haber hikâyelerinden alır. Haberi oluşturmak aslında sosyologların da belirttiği gibi gerçekliğin resmini çizmek yerine, bir bakıma gerçekliği yeniden kurgulamaktadır. Bu gücü en iyi gözlemleyebileceğimiz alanlardan biri de kadının basında, özellikle şiddet olaylarındaki temsilidir. Medyanın kadına yönelik şiddetine eleştirel medya kuramları ve feminist perspektifle yaklaşılan bu çalışmada, 7 Ekim 2011 tarihli Şefika Etik cinayetinin basın analizi gerçekleştirilmiştir. 7-13 Ekim 2011 tarih aralığında yerel ve ulusal basını temsilen toplam 14 gazetenin 69 haber ile söz konusu olaya yer verdiği saptanmıştır. Habertürk gazetesinin sür manşetten verdiği ve haber fotoğrafıyla sözkonusu haberin yarattığı tartışma ortamı, farklı eğilimlere seslenen gazete örneklemini üzerinden nitel ve nicel içerik analizi yöntemiyle incelenmektedir. Araştırma sonucu eleştirel medya kuramlarının sosyal gerçekliğin medya yoluyla yeniden üretildiği iddiasını haberin ele alınma biçimi, dili, kullandığı görseller ile doğrulamaktadır. Çalışmanın bulguları egemen kültürün, sosyal gerçekliği semboller ve ilişkiler üzerinden yeniden nasıl ürettiğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Kadın, şiddet, basın, içerik analizi, Şefika Etik.

REPRODUCING THE VIOLENCE VIA MEDIA TRANSMISSION: THE MURDER OF ŞEFİKA ETİK, THE PROCESS OF THE PRESS TO BECOME SIMILAR TO TELEVISION

ABSTRACT

Being one of the mechanisms that is the main determining factor of the social structure, the media is expanding the area it affects day by day. Media makes the aforementioned effect through news stories that it selects from thousand events that we have experienced. As the sociologists suggest, making news is in a sense to fictionalize the reality, instead of drawing the picture of the reality. One of the areas that we can best observe this power is the representation of women in media, especially in violence incidents. In this study, which approaches media's violence against women within the framework of critical media theories and feminist perspective, the media analysis of murder of Şefika Etik in October 7, 2011 was carried out. Totally 14 local and national newspapers with 69 news items between 7-13 October which were carried the murder issue were analysed. Through the

* Doç. Dr., Yaşar Üniversitesi İletişim Fakültesi

** Doktora Öğrencisi, Ege Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi

way of handling murder, the language and the symbols were used and other results of the study clearly confirm the general statement of critical media theories which states that social realities are constructed through the media and its products. The findings shows how the dominant culture were reproduced social realities through its symbols and relations. The debate that was opened upon the news and the photograph which was given in the subheading of Habertürk newspaper is reviewed with qualitative and quantitative content analysis method through newspaper samples that addresses to different ideologies.

Keywords: Women, violence, media, content analysis, Şefika Etik.

Giriş

Medyanın toplumsal yapı üzerindeki etkileri farklı açılardan ele alınmaktadır. Bunlardan liberal yaklaşıma göre kitle iletişim araçları enformasyon işlevi ile dünya hakkında gerçeklikle ilgili bilgi sağlarken, kültürel işleviyle içinde bulunduğu kültürü yansıtarak kitle kültürünü geliştirir, toplumsal işlevi aracılığıyla toplumsal grupların çatışmasından örnekler sunarak bireyi toplumsallaştırır. Ayrıca medyanın politik ve eğlence işlevinden söz edilir (Burton 1995: 83-85). Medya, bu işlevleri arasından özellikle toplumsal yapıyı şekillendirmesi ile dikkat çekmektedir. Medya, 21.yüzyıl demokrasisi için, sosyal ve kültürel yapıyı dolaylı olarak şekillendiren önemli bir kurumdur (Neuman 1992: 90; Özer 2010: 13). Sözü ettiğimiz sosyal ve kültürel yapı, bireyler için önemli norm ve davranış kalıplarını üreterek toplumsal yaşamın şekillenmesine katkıda bulunur, o toplumda yaşayan bireylerin davranışlarını ve dünyaya bakış tarzını etkiler, böylece birey ve toplum arasındaki algıyı düzenler. Medya diyerek kısalttığımız – gazete, dergi, radyo, televizyon, internet, sinema gibi kitle iletişim araçları bu toplumsal işlevi, reklamlar, televizyon programları, filmler vb. ürünleriyle gerçekleştirir.

Medya belirttiğimiz sosyalizasyon rolünü, yaşadığımız binlerce olaydan seçtiği haber hikayeleri aracılığıyla da gerçekleştirir. Medyanın sağladığı en önemli toplumsal ürün olan haberler ve etkileri üzerine pek çok araştırma ve görüş mevcuttur. Haberi oluşturmak aslında Schudson'un da belirttiği gibi gerçekliğin resmini çizmek yerine bir bakıma gerçekliği yeniden kurgulamaktır. Başka bir deyişle haber, gerçekliğe ayna tutulması değil, dünyanın temsilidir ve tüm temsiller gibi birileri tarafından seçilerek yapılmaktadır (Schudson 2003: 33).

Medya olarak adlandırdığımız kitle iletişim araçlarının en eskilerinden olan basın, kadın ve cinsiyetçi söylemin tasarlanmasında eskiden beri kurucu bir alan olmuştur, 19.yüzyıldan itibaren gazete, dergiler şiddeti, suçu ve sapkınlığı ve cinselliği haberlerine konu etmişlerdir (2). Basının ticarileşmesine 20. yüzyıldaki magazin ve sansasyonel habercilik anlayışı da eklenince, şiddet ve cinsellik bu bakışın parçası olmuştur, özellikle basın ve televizyon haberciliğinde şiddet gös-

terimi yoğunlaşmıştır (Dursun 2008: 72; Dursun 2010: 19) (3). Türkiye için bakıldığında farklı örneklerle rastlamak mümkündür. Örneğin, 1954 yılında Hürriyet Gazetesi'nde tecavüz haberi ve suçunun 6 Haziran 1954'de Sultanahmet Meydanı'nda idam edilmesi günlerce süren yazı dizisi olarak okuyuculara sunulmuştur (4). Medyada şiddete yönelik içeriğin özellikle 90'lı yıllarda, ticari yayıncılığın rekabet ortamından dolayı arttığı düşünülse de (Türkiye'de... 2007: 19), şiddet medyanın var oluşundan bugüne sunulan, ilgi gören ya da görmesi için özellikle sunulan bir içeriktir.

Şiddetin medyada artan haberleştirilmesi, kadına yönelik şiddete ilişkin haberlerin de artmasına yol açmıştır. Bu bağlamda çalışmanın konusunu oluşturan 7 Ekim 2011 tarihinde Manisa'da yaşanan Şefika Etik cinayetinin, Habertürk Gazetesi'nin ilk sayfa ve manşet üstünde, kurbanın ölüm anını yansıtan fotoğraf ile birlikte yer alması, kadına yönelik şiddetin medyada yeniden üretilme biçiminin tartışılmasına yol açmıştır. Kadına yönelik şiddet haberlerinin genel olarak basında üçüncü sayfada ve gündelik, alışılmış bir haber olarak verilmesinin aksine Etik cinayeti ile okuyucu, basının televizyon gibi haber yapma pratiğine, adeta televizyonlaşmasına sahne olmuştur (5).

Cinayete ilişkin medya analizinin gerçekleştirilmesinin diğer nedeni, bu haberin twitter sosyal paylaşım ağında dünyada o gün en çok paylaşılan ikinci konu olarak yer almasıdır (Habertürk 08.10.2011). Bu çalışmada olayın gerçekleştiği tarihten itibaren konunun toplumsal tartışma yarattığı ilk bir haftalık süre boyunca yazılı medyada nasıl, ne oranda ve hangi bağlamda haberleştirildiği incelenmektedir. Nicel ve nitel içerik analizi yöntemi ile gerçekleştirilen araştırma, 7-13 Ekim 2011 tarihleri arasında yerel ve ulusal medyada Şefika Etik cinayetinin, Habertürk Gazetesi'nin konuya ilişkin haberi ve bu haberden dolayı söz konusu tarihlerde yoğun biçimde gündemde yer alan kadına yönelik şiddetin önlenmesine ilişkin tüm haberlerin taranması ve analiz edilmesi yoluyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında belirlenen değişkenler, cinayete ilgili haberlerin medyada nasıl yer aldığı, hangi manşetlerle, hangi büyüklükte, kaçınıcı sayfalardan verildiği, konuya ilişkin ilintili haberlerin varlığı, konuya ilişkin kullanılan fotoğraflar, Habertürk'ün fotoğrafına atıf yapıp yapılmadığı şeklinde belirlenmiştir. Bu çalışma, eleştirel iletişim yaklaşımları içinde yer alan kültürel çalışmaların (Curran ve ark. 1991: 228-233; Hall 2002; Hall 1999: 77-126) ortaklaştığı bakış açısına paralel bir şekilde, okuyucuları dünyanın tam da yazıldığı gibi bir yer olduğuna inandırmaya çalıştığını savlamaktadır. Bu araştırma, iletişim çalışmalarının eleştirel yaklaşımları ve feminist medya teorilerinden yola çıkılarak Şefika Etik cinayeti ve kadın şiddetinin nasıl ele alındığını haberler üzerinden analiz etmektedir. Bu çalışmada Şefika Etik cinayetine ilişkin haber ve ilintili haberler, belirlenen değişkenler üzerinden içerik analizi ile kategorilere ayrılarak kodlanmış, veriler sayısallaştırılarak SPSS ortamına aktarılmış frekans analizi çerçevesinde nicel betimsel istatistiklerle analiz edilmiştir.

1. TEORİK ARKAPLAN

Haber, gazeteciliği meslek olarak edinmiş kişilerin seçtikleri konularda belirledikleri, kuralına göre formatladıkları yazılı, sesli ya da görüntülü mesajlar şeklinde okuyucu, dinleyici ya da izleyiciye ulaştırılan bilgilerdir (Aslan 2002: 117-118). Haberin 20. yüzyılın başından bu yana nesnellğine, tarafsız ve doğru bilgi aktarmasına yapılan vurgu, eleştirel bakış ile İkinci Dünya Savaşı öncesi sorgulanmaya başlanmıştır. Bu bağlamda haber, içeriğiyle bize olay ve ilişkileri nasıl okumamız gerektiğini öğreten ikinci dereceden bir tasarımdır. Bu ilişkilendirmede toplumsal alanda kimin kim olduğu, farklı konumların birbirlerine göre durumları tanımlanır ve yeniden üretilir (Dursun 2008: 62). İzleyiciler haberler aracılığıyla bu konuları benimseyerek toplumsal alandaki yerini kabul etmeye davet edilir. Haber aracılığıyla adeta okuyucunun o olayı deneyimlemesi inşa edilir, onun adına kurgulanır. Haberler aracılığıyla kişiler ve olaylar kategorize edilir, sınıflandırılır, sınırlandırılır, yargılanır ve hatta hayatlarına müdahale edilir.

Eleştirel medya kuramlarının habere ilişkin bir diğer varsayımı, belirlediği kriterler ve seçtiği haberlerle medyanın gündemi belirlediği üzerinedir. Alemdar ve Erdoğan'a göre (2005: 353), kültürel olarak inşa edilmiş bir dünyada yaşadığımızdan, sosyal gerçekliği iletişim yoluyla inşa ederiz. Kitle iletişim araçları da bu sırada egemen kültürün sosyal gerçekliğini, semboller ve ilişkilerini üretmeyi amaçlarlar. Haberler, bu gerçekliğin en kolay iletilebildiği ve kabul edildiği formdur. Medyanın gündem belirleme gücüne vurgu yapan Hall'ın dediği gibi milyonlarca olaydan bir kısmı potansiyel haber hikayesi olurken, çok az bir kısmı yarının haberlerini oluşturur (Hall 1973: 181). Yine Tuchman, haberleri, dünyanın penceresi olarak niteler ve haberin önemini pencerenin büyük ya da küçük olması, arka ya da ön bahçeye bakıp bakmamasına benzeterek açıklar (Tuchman 1978a: 1). Burton (1995: 138-139) da haberin bir seçme ve inşa etme süreci olduğunu vurgularken bunu görüntü ve öykülerin değeri ile açıklamakta, haberin gücünün olayların dramatize edilerek ele alınmasında yattığını ileri sürmektedir. Haber değerine ilişkin tanımlamasında Lipmann, haberi toplumsal koşulların bir aynası olmaktan çok belli bir durumun öne çıkmış boyutunun yansıması olarak görmektedir, haber ve doğrunun aynı şey olmadığını belirtmektedir (Walter Lippmann'dan aktaran Uğurlu ve Öztürk 2006: 34). Eleştirel medya teorilerinde genel olarak medyanın toplumsal değişim yaratma gücü olmasına karşın, var olan düzeni sürdürme politikası eleştirilir. Özellikle medyanın, haber aracılığıyla bunu daha kolay yerine getirdiği ileri sürülmektedir. Eleştirel feminist medya teorileri ise medyanın kadın ve erkeğin sosyal statüsünü olumlu ya da olumsuz şekilde etkileyebilme gücünden söz eder. Bu çalışmanın konusunu oluşturan şiddetin özellikle kadına yönelik şiddetin sunumu, hem eleştirel medya teorilerinde, hem de feminist medya yaklaşımlarında ele alınan sorunlu bir temsil alanıdır.

2003 yılı BM Kadına Yönelik Şiddetin Önlenmesi Bildirgesi'ne göre şiddet, "İster kamusal, ister özel yaşamda meydana gelsin, kadınlara fiziksel, cinsel, psikolojik acı ve ıstırap veren ya da verebilecek olan cinsiyete dayalı bir eylem uygulama ya da bu tür eylemlerle tehdit etme, zorlama veya keyfi olarak özgürlükten yoksun bırakma" şeklinde tanımlanmaktadır (6). Kadına yönelik şiddet, dünyanın her yerinde yaygın, büyük ölçüde meşru, sosyo-ekonomik statü, ırk ve din gibi faktörlerden bağımsız olarak çok eski zamanlardan beri mevcuttur. Kadına yönelik şiddet ve medya ilişkisi, 1950'li yıllardan beri bir inceleme alanıdır, ancak kadının bu durumdan nasıl etkilendiği konusu 1970'lerde feminist dalğanın etkisiyle araştırma alanına dahil edilmiştir (Oskay 2000: 384-385). Medyada şiddetin nasıl temsil ve inşa edildiği konusunda yoğunlaşma 1980'lerden itibaren gözlenmektedir (Dursun 2008: 75). Şiddet ne biçimde olursa olsun kadınların hayatına korku ve güvensizliği sokmakta, temel hak ve özgürlükleri kullanmalarını engellemektedir. Kadına yönelik şiddet özellikle aile içi şiddet, 1970'li yıllardan bu yana bir toplumsal mesele olarak görülmeye başlanmıştır ve ilk kez 1998 yılında yürürlüğe giren yasa ile hukuki bir metinde yer almıştır (Karıncı 2008).

Feminist teoriler, kadının bastırılmışlığına ilişkin eleştirel açıklamalar getirmeye çalışan çalışmalar bütünüdür. Bakışa göre cinsiyet, kimlikleri, algıları, sosyal kurumları şekillendiren insanoglunun sosyalizasyonundaki ana eksenlerden biridir. Medya, kimlikleri şekillendirebilmesi nedeniyle eleştirel feminist bakış açısının merkezinde olmuştur. Feminist eleştiri, cinsiyet açısından kör denebilecek iletişim alanına ve medya teorilerine 'kadın bakış açısını' dahil etmiştir (McQuail 2002: 15). Van Zoonen'in (1994: 15) özetlediği gibi feminist medya teorilerinde medya, cinsiyetçi, ataerkil ya da kapitalist değerleri öne çıkararak sosyal düzenin devamını sağlamaktadır. 'Bozma' (distortion) kavramı yine feminist medya teorilerinin ortaya attığı bir kavramdır ve toplumsal temsiliyetin yarısını oluşturan kadının medyadaki temsilinin daha düşük olduğunu açıklamak için kullanılmaktadır (Toker 2004). Feminist bakış açısına göre, bozulmuş medya temsiliyle kitle iletişim araçları, toplumdaki gelişimi ve değişimi takip ederek yansıtmak yerine kültürel inanç ve alışkanlıkların sürdürülmesini sağlamaktadır. Medya, sembolik olarak kadına daha az yer vererek onu erkeğe göre ikincil, önemsiz göstermekte ve Tuchman'ın ünlü kavramsallaştırmasıyla 'sembolik olarak yok saymaktadır' (7). Eleştirel feminist medya teorileri, medya tarafından kodlanarak sunulan cinsiyete ilişkin başat ve alternatif anlamları ortaya çıkarmaya çalışmaktadır. Bu anlamda haberler, medyada cinsiyet temsilinin pratiğe döküldüğü önemli arenalar olarak görülmektedir.

Medya eleştirisi, gerek eleştirel medya kuramlarının haberi gündem belirleyen toplumsal sosyalizasyon aracı olarak gören şüpheli bakışı, gerekse feminist yaklaşımların medyanın eşitsiz veya bozulmuş kadın temsiliyle, güç eşitsizliği yarattığı ve kadının toplumsal dışlanmışlığını pekiştirdiği iddiasıyla söz konusu olmaktadır.

2. KONUYA İLİŞKİN ÇALIŞMALAR

Medyada kadına yönelik şiddet ve haberleştirilmesi konularında, yapılan çok sayıda çalışma mevcuttur (Dursun 2008; Ünlü 2009; Yegen 2014). Bu çalışmaların ortaklaştığı bakış açısına göre medya şiddet olgusunu körüklemektedir. Karaboğa şiddeti, toplumsal yaşamın her alanında bireysel ve toplumsal boyutlarıyla görülen bir sorun, gündelik hayatta bir olgu olarak tanımlar (Karaboğa 2010: 69) (8). Ünsal, şiddeti fiziksel ve ruhsal etkileri açıkça ölçülemeyen, dolaylı ve somut biçimde hissedilen çeşitli baskılar, fiziksel ve ruhsal açıdan zarar veren olumsuz tutum ve davranışlar bütünü olarak tanımlamaktadır (Ünsal 1996: 30). Buradan yola çıkıldığında fiziksel olmayan kitle iletişim araçlarının sunduğu sembolik şiddet de şiddet tanımlamasına girmektedir. Michaud'a göre, şiddet bireye zarar vermeye, yıkmaya yönelik eylem olarak fiziksel ya da simgesel (sembolik) olabilmektedir (Bourdieu 1997: 51-52; Michaud 1991: 11) ve medya analizlerinde, simgesel şiddetin görünmez, duyarsızlaştırıcı ve yumuşak bir şiddet olduğu ileri sürülmektedir (Köse 2004: 57). Bazı kaynaklara göre medyada sunulan şiddete ilginin, sessiz sinema filmlerinin çocuklar üzerindeki etkisinin araştırılmasıyla başladığı (Lowery and DeFleur 1983), diğer bazı araştırmalarda ise 1954 yılında Smytee ve Head'in ABD'de ayrı ayrı olarak gerçekleştirdikleri araştırmalarla başladığı belirtilmektedir (aktaran Signorielli ve ark. 1995: 278). Şiddet, hikaye anlatımının önemli bir parçası olmuştur (Özer 2010b). İlk kitle iletişim aracı olan gazete, neredeyse şiddet haberleriyle başlamıştır. Gazetenin öncülü olan, aristokrasi ve yükselen burjuvazinin haber mektup ve kağıtları, dehşetengiz cinayetlere yer vermiştir (Özer, 2010b). İzlenme oranını arttırmanın bir yolu olarak sık tekrarlanan haber bültenlerindeki şiddet görüntüleri, onu normalleştirerek seyirlik bir gösteri haline dönüştürmektedir. Haberciler bunu insanoğlunun zaafı olarak değerlendirmekte, toplumsal bir sorun olarak görmek yerine insanlığa özgü bir sorun olarak tanımlamaktadırlar (Çelik, 2000:336). Medyanın izleyici ve okuyucuya sunduğu sembolik şiddetin etkisine ilişkin araştırmalar sürerken, bu araçların sunduğu içeriğin gitgide daha yüksek oranda şiddet ve korku boyutunun öne çıkardığı iddia edilir. Kitle iletişim araçlarıyla oluşturulan toplumun sosyal dünya hakkında paylaştığı bilginin giderek ölüm, intihar, şiddet haberleri gibi "kötü haber" olduğu ve toplumsal korkuyu arttırdığı ileri sürülmektedir (Altheide 1997: 654-655, 662-663). Altheide, 1985, 1992, 1994 yıllarından seçilmiş 180 gazete makalesi ve 31 haber programı kayıtlarında korkunun kullanımı ve anlamına odaklanarak, haber içerikleri, başlık ve açılış cümlelerini incelediği çalışmasında, korkunun sosyal olarak kurgulanışında artış saptamıştır. Yazar'a göre kamuoyundaki genel kanı, kitle iletişim araçlarına paralel biçimde şiddetin de toplum içinde yaygınlaştığıdır. Martins ve arkadaşlarının 540 haber metnine dayanan içerik analizi çalışmasına göre, medya türüne bağlı olarak şiddet gösterimi ile izleyicinin buna verdiği tepkiler arasındaki doğrusallık ilişkisi farklılık göstermektedir. Oysa son 30 yılda elde edilen bilimsel bulgular, medyanın şiddet gösteriminin izleyicilerinin agresiflik düzeyini arttırdığını ileri sürmekteydi. Bu ça-

İşma, öncekilerden farklı olarak haberleştirme biçiminin okuyucular üzerinde farklı etkiler yarattığını ileri sürmektedir (Martins ve ark. 2013). Özer'in Kanal D ve ATV televizyonu ana haber bültenlerine ilişkin 5 günlük şiddet çözümlemesinde, Kanal D'nin ana haber bülteninin % 54 oranda şiddet içerdiği (Özer 2007) ve toplam haberin % 20'sini oluşturduğu saptanmıştır. Özer'in dört ulusal kanaldaki şiddet haberlerine ilişkin 4-8 Mart 2002 tarihleri arasında 467 haber üzerinde gerçekleştirdiği başka bir çalışmasında ana haber bültenlerinin her üç haberinden birinde şiddeti sunduğu saptanmıştır (aktaran Karaboğa 2010: 94). 2005 yılında yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre, her 10 haberin 6'sı şiddet içermektedir ve haberler insanların bilgisini arttırmaktan çok şiddet aracılığıyla ilgisini çekmek amacı taşır.

Toplumsal şiddet ve medya ilişkisini ele alan çok sayıda çalışmada medyanın şiddeti sunumu ile magazinleştirdiği, gündemde tutarak normalleşmesine destek olduğu, meşrulaştırarak sıradanlaştırdığı ve tüketime sunduğu iddia edilmektedir (Oskay ve Çelebi 2004: 70; Karaboğa 2010; Özer 2010a; Yanıkkaya 2009). Oskay (2004: 70) konuya ilişkin "reel hayatın sanal yansıması olan medyada şiddet, normalinden üç beş kat daha yoğun şekilde gösteriliyor, şiddet dışı hayat imkansızlaştırılıyor ve şiddet kullanımı hoş görülmeye başlanıyor" diyerek medyada şiddet sunumunu eleştirmektedir.

Şiddet konusundaki araştırmaların çok büyük bir bölümü, etki araştırmaları kapsamında çocuk ve gençlerin şiddet içeriğinden nasıl etkilendiğini araştırmıştır. 1970'lerden bu yana yapılan çalışmalar özellikle şiddet ve televizyon ile bağlantılıdır (Yanıkkaya 2009: 17).

Kadının Statüsünü Güçlendirme Genel Müdürlüğü, Avrupa Birliği ve BM Nüfus Fonu katkılarıyla yürütülen ve tirajı 300 binin üzerinde olan gazetelerdeki 400 haber incelendiği "Kadına Karşı Şiddetle Mücadele Projesi kapsamındaki Gazete Haberlerinde Aile İçi Şiddet Çalışması" sonuçlarına göre, basının daha çok aile içi şiddetin görünür zararıyla ilgilendiği saptanmıştır. Bedensel zarara ilişkin ifadeler, ruhsal zarara ilişkin olanlardan daha fazla yer aldığından fiziksel şiddetin medyanın ana gündeminde olduğu iddia edilmektedir (Medyanın Derdi...2007). Bu çalışmanın konusu olan Şefika Etik cinayetinin haberleştirilmesi de kadına yönelik fiziksel şiddetin medyanın gündemini belirlediğine ilişkin tartışılması gereken bir örnektir.

3. METODOLOJİ VE ÖRNEKLEM

Bu çalışmada ele alınan inceleme birimi haber metinleridir. Haberin inceleme birimi olarak seçilmesindeki temel neden, haberlerin medyanın ana girdisi ve varlık nedeni olmasının ötesinde, diğer ürünlerinin yanında sıklıkla tüketilen içerik olmasındandır (RTÜK 2007) (9). Çalışma kapsamında 7 Ekim 2011 tarihin-

de gerçekleşen Şefika Etik cinayetine yer veren ve bir hafta boyunca olaya veya olayın medyada yer alış biçimine ilişkin başlatılan toplumsal tartışmayı sayfasına taşıyan tüm gazetelerde yer alan haberler (10) analiz edilmiştir. Bu kapsamda yerel ve ulusal basında olaya yer veren tüm gazeteler tiraj, ideolojik bakış gibi ayrımlar göz önüne alınmaksızın araştırmaya dahil edilmiştir. Araştırma evreni yerel ve ulusal olmak üzere Türkiye’de yayınlanan günlük gazeteler olsa da, olayın sadece 14 yerel ve ulusal gazetede yer aldığı saptanmıştır. Bu bağlamda araştırmanın evreninden seçilen 14 gazeteye uygulanan içerik analizi ile konuya ilişkin toplam 69 haber analiz edilmiştir. Araştırmaya dahil edilecek haberlerin saptanmasında kriter, sadece Şefika Etik cinayetine ilişkin haberler değil, doğrudan Şefika Etik cinayetine yer vermese de, ilintili haber olarak kadına yönelik şiddeti toplumsal tartışma olarak sunan tüm haberlerdir. Bu bağlamda ilintili haber; cinayetin gerçekleştiği haftada Şefika Etik cinayetini doğrudan konu almasa da kadına yönelik şiddeti, şiddetin yarattığı toplumsal tartışmayı, bu konuda hazırlanan yasa tasarısını, konuya ilişkin hükümet yetkilileri veya sivil toplum kuruluşlarının açıklamalarına yer veren, konuya ilişkin geniş haber çerçevesi olarak belirlenmiştir. İlintili haber olarak sayılabilmesi için haberin, Etik cinayetine ilişkin Habertürk’ün manşetine atıf yapması veya bu konuda hükümet, sivil toplum ve diğer toplumsal aktörlerin faaliyet ve açıklamalarına yer vermesi gerekmektedir (11).

Haberin analiz birimi olarak belirlenmesinin ardından haberde ele alınacak değişkenler, haberin hangi gazetelerde yer aldığı, ana sayfada bulunup bulunmadığı, kaç sütun santim ile haberleştirildiği, habere ilişkin ilintili haber sayısı olarak belirlenmiş ve bu gibi değişkenler kullanılarak nicel analiz yapılmıştır. Van Dijk’in (1985: 84)’in gazetecilik pratiğinin ilk aşaması olarak nitelediği haber başlıkları, kullanılan kelimeler bakımından nitel açıdan ayrıca analiz edilmiştir. Başlıklar, metinden bağımsız olamayacağından haberi yansıtmakta ve en üst seviyede temsil etmektedir. Okuyucu haberin fotoğrafı ve manşet olarak ifade edilen haber başlığı ile karşılaşarak haberi anlamlandırmaktadır (Özer ve Saraçer-Üçer 2010: 201). Bu noktadan hareketle ilgili haberlerde şiddet içerikli fotoğrafın yer alıp almadığına ve manşetlerde kullanılan kelimelere nitel içerik analizi uygulanarak bir takım bulgular elde edilmiştir.

İçerik çözümlemesinin kültürel konulara derinlemesine ışık tutmasına ilişkin en gelişmiş kuramı ortaya koyan Gerbner, kültürün tüm medya çıktıları yoluyla iletişim halinde olduğunu ve bu iletişimin toplumdaki değerler üzerinden geniş bir oйдаşmayı sağladığını ya da değiştirdiğini öne sürmektedir (Karaboğa 2010: 107). Gerbner vd., içerik analizi yöntemini kullanarak televizyonun en çok seyredildiği zaman dilimleri ve program örneklemelerini inceledikleri çalışmalarında, televizyon izleme yoğunluğuyla imajlar arasındaki anlamlı bir istatistiksel ilişki kurmuşlardır. Kültürel göstergeler projesi birbirini tamamlayan ileti sistemi ve “ekme” çözümlemelerini içeren iki araştırmadan oluşur. İleti sistemi çözümleme-

si için televizyon programlarının örnekleri kaydedilerek içerik çözümlemesi gerçekleştirilir (Gerbner ve ark. 1982: 103). “Kültürel göstergeler “ ile vurgulanan çalışmada çok televizyon seyredenlerle az seyredenler karşılaştırıldığında, çok seyredenlerin televizyon dünyasını yansıtan “televizyon cevabı” “ekme/kültürleme etkisi” delili olarak yorumlanmıştır. Bu incelemelerin ana sonucuna göre, “televizyon uzun dönemli” etkilere sahiptir; bu etkiler küçüktür; dolaylıdır; fakat artan bir şekildedir; üst üste birikir ve anlamlıdır (Erdoğan 1998).

Eleştirel akımın içinde yer alan kültürel çalışmalar, medya tarafından sunulan içerikleri dilbilimsel açıdan incelerken (sözcükler, cümle ve ifadeler) aynı zamanda, toplumdaki kitlelerin kendilerine sunulan anlamları nasıl yeniden yorumladıklarını araştırmaya çalışırlar (Karaboğa 2010: 3). İçerik çözümlemesi iletişim içeriğinin önceden belirlenmiş sınıflamalar çerçevesinde sistematik olarak incelenmesini sağlayan gazete haberleri gibi kitle iletişim ürünlerine uygulanabilen (Geray 2004: 133) ve kültürel çalışmalarda başvurulan bir yöntemdir. Bu noktadan hareketle çalışmada nicel içerik analizi uygulanmıştır. Nicel analiz, insan iletişiminin evrensel özelliklerini, uygulamalarını, sebep ve sonuçlarını açıklamak için kullanılmaktadır (Anderson 1987: 89). İçerik analizi, iletişimin sayısal manifestosu olarak, objektif, sistematik bir araştırma tekniğidir (Berelson 1952: 1). Van Zoonen’in de ifade ettiği gibi nicel içerik analizi sayıca büyük miktardaki medya çıktısının görünür özelliklerini ortaya koymak için ve özellikle medya çıktıları ile gerçek yaşananlar arasında karşılaştırma yapmak için kullanılmaktadır (van Zoonen 1994: 68-69).

İçerik analizinin en can alıcı noktası kategorileridir. Kategorilerin açık, anlaşılabilir olması kodlama işleminin güvenilirliğini sağlayacağından bu çalışmada kullanılan kategoriler, H. Lasswell’in 1952 yılında içerik analizini uygulaması sırasında kullandığı kategoriler ve diğer basın analizlerinde kullanılan kategorilerden yola çıkılarak belirlenmiştir (aktaran Bilgin 2006: 47,54).

Kategorilerin güvenilirliğinin yanında kodlayıcı güvenilirliğini sağlayabilmek için araştırma verilerinin analizi öncesi, farklı günlerde aynı haber tekrar kodlanmış ve aynı şekilde kodlandığı saptandığından hem kodlayıcının hem de kodlama kategorilerinin güvenilirliği bu şekilde sağlanmıştır.

İçerik analizinin geçerlilik boyutu amaçlar doğrultusunda araçların uygunluğunun sağlanmasıdır (Bilgin 2006: 17). Kategoriler objektif, ayırt edici, homojen ve bütünsellik taşıyacak şekilde belirlenmiştir. Mesajların içerik ve anlamlarının bozulmadan kodlanması yani mesajın önce birimler, ardından bu birimlerin belli kriterlere göre kategoriler halinde gruplanmasını ifade eder. Hem nicel içerik analizi ile sayısal verilerin kullanıldığı, hem de gazete manşet, içerik ve aktörlerinin tonuna ilişkin nitel içerik analizinin gerçekleştirildiği bu çalışma, her iki yöntemin de kullanılmasıyla daha kapsamlı bir perspektif sunmaktadır.

Bu perspektif doğrultusunda çalışmanın hipotezi:

Medya 7 Ekim 2011 tarihinde gerçekleşen ve kadın cinayetleri olarak sınıflandırılan üçüncü sayfa haberlerinden Şefika Etik cinayetine geniş yer ayırmış ve önem atfetmiştir. Bu bağlamda toplumsal tartışma başlatarak konunun geniş toplum kesimi tarafından tartışılmasını sağlayarak kamu gündemine alınmasına destek olmuş ve böylelikle haberi olağanlaştırmıştır.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI

Kadın ve aile içi şiddete ilişkin haberler, polis adliye haberi olarak gazetelerde kadını “başına her türlü felaketin geldiği şiddete maruz kalan mağdur kimlik” olarak sıklıkla tanımlamaktadır (Özer ve Saraçer-Üçer 2010: 201; Dursun 2008: 73; Aziz ve ark. 1994).

Bu araştırmaya konu olan Şefika Etik cinayetinin, medyada “Kadına yönelik bir şiddet haberi” olarak genel eğilimin ve hakim yayın politikalarının beklentileri doğrultusunda üçüncü sayfa haberleri arasında yer alması beklenirken, 7 Ekim 2012 tarihli Habertürk gazetesi, haberi sürmanşetten (12) vererek beklenilenden farklı bir haberleştirme pratiği izlemiştir. Olaya aynı gün toplam 6 gazetede yer verildiği saptanmıştır (Habertürk, Haber Ekspres, Star, Sabah, Cumhuriyet ve Akşam). Söz konusu gazetelerden sadece Haber Ekspres yerel gazete olarak sınıflanabilmekte ve olayın Manisa’da gerçekleştiği göz önüne alındığında, cinayete İzmir’den sadece bir yerel gazetenin ilk gün ilk sayfada yer verdiği görülmektedir. Bu çalışmaya konu olan habercilik anlayışının yer aldığı Habertürk Gazetesi, 7 Ekim 2011 tarihinde 430 st/cm’i ilk sayfada olmak üzere olaya iç sayfa manşetten de yer vererek toplam 1028,5 st/cm’lik yer ayıran tek ulusal gazete olmuştur. Olaya ilk gün yüksek görünürlükte yer veren yerel gazete Haber Ekspres de ayırdığı 635,75 st/cm’in sadece 57 st/cm’ini ilk sayfadan duyurmuştur. Akşam gazetesi ulusal bir gazete olarak hem haberi ilk sayfadan duyuran, hem de Habertürk’ün ardından olaya ilişkin en çok haber manşeti kullanan ve dolayısıyla geniş yer veren bir gazete olarak toplamda ikinci sırada yer almıştır. Cumhuriyet gazetesi olayı iç sayfadan, fotoğrafsız ve o gün işlenen iki kadın cinayetini bir arada vererek haberleştirmiştir. Bu durumdan hareketle sadece Habertürk’ün olaya gerek sansasyonel fotoğraf (13), gerekse haberleştirme pratiği açısından ilk sayfa manşet üstüne konumlandırarak sıradanlaşan kadın cinayeti haberlerine beklenmeyen bir ilgi gösterdiği söylenebilir. Nicel olarak geniş yer vermesi ve manşet üstüne konumlandırarak habere önem atfetmesi doğru bir habercilik anlayışı olarak algılansa da niteliksel olarak analiz edildiğinde, bu beklenmeyen ilginin hak temelli habercilik ve basın etiği açısından sorgulanması gerekmektedir. Basın etiği açısından dünyanın pek çok ülkesinde yazılı olarak da belirlenen ilkeler çerçevesinde kurbanın şiddet içeren fotoğrafı kullanımının etik olmadığı vurgulanmaktadır. Diğer gazetelerden sadece Haber Ekspres ve Akşam gazetelerinde sırasıyla 57 ve 35’er st/cm’lik yer bulabildiği göz önüne alındığında, Haber-

türk'ün izlediği haberleştirme politikasının alışılmadık olduğu ileri sürülebilir. Özellikle basın etik ilkeleri ile çelişen fotoğraf kullanımı ile mağdurun fiziksel şiddete uğramasının yanında, medya tarafından da sembolik şiddete maruz bırakıldığı söylenebilir. Şiddet mağdurunun haberleştirildiği içerik aracılığıyla şiddetin temsili, okuyucuda ve izleyicide duyarsızlaşma yaratacağından şiddetin kanıksanması, sıradanlaşması ve kabul edilebilir, olağan bir olgu haline gelme tehlikesi söz konusudur. Habertürk'ün şiddete karşı çıkmak adına kullandığı fotoğraf, aslında sembolik şiddet içermektedir.

Kadına yönelik şiddet haberlerinin olağan haber olarak kabul edildiği genel yargısının habere ilişkin sayfa dağılımları ile çeliştiği söylenebilir (14). Şefika Etik cinayeti haberi ve bu bağlamda Habertürk'ün manşetine ilişkin haber, 21 kez ilk sayfa haberi olarak ele alınmıştır. Neredeyse her üç haberden biri, ilk sayfadan okuyucuya duyurulmuştur. Bu bulgu, haberin yüksek görünürlüğüne ilişkin iddiayı doğrular niteliktedir. Diğer yandan bu yüksek orandaki görünürlüğün Habertürk gazetesinin olayı sansasyonelleştirmeye yol açan fotoğraf kullanımıyla da ilişkilendirilebileceği göz ardı edilmemelidir. Basının olayın sansasyonel hale gelmesi sonucu artan ilgisi ile birlikte habere ayrılan sayfa sayısının arttığı gerçeği bir arada okunmalıdır.

Söz konusu tarih aralığında (7-13 Ekim 2011) yerel ve ulusal basını temsil eden toplam 14 gazetenin Şefika Etik cinayeti veya kadına yönelik şiddet konusundaki haberlere yer verdiği saptanmıştır. Konuya ilişkin 3 yerel (Yeni Asır, Ege Telgraf, Haber Ekspres) ve 11 ulusal gazeteden toplam haber sayısı 69 olarak saptanmıştır. Vakit, Akit, Ortadoğu gibi muhafazakar gazeteler de araştırma kapsamında incelenmiş ancak ne söz konusu cinayete, ne de Habertürk'ün olaya ilişkin haberine yer verdiği görülmüştür. Gazetelerin konuya ilişkin yer verdikleri manşet sayısı açısından haber dağılımına bakıldığında, her beş haberden birini sayfasına taşıyan Habertürk'ün 14 manşet ile en yüksek orana sahip olduğu görülmektedir. Akşam gazetesinin 11 haberle ikinci sırada ve Cumhuriyet gazetesinin 9 haberle üçüncü sırada yer aldığı saptanmıştır. Habertürk'ün manşet üstünden verdiği tartışmalı fotoğrafa yönelik gerek yazılı, gerekse görsel medyada yer alan eleştiriler sebebiyle bir anlamda tartışmanın merkezinde olmasının da haber manşetlerini arttırdığı belirtilmelidir. Toplumsal tartışmanın alevlenmesi ve eleştiriler nedeniyle Habertürk'ün savunma mekanizmasını işleterek habere ilişkin hükümetin açıklamaları ile kadına yönelik şiddeti engellemeye yönelik yasa tasarısına 11-12 Ekim tarihlerinde ikişer tam sayfa ayırdığı ve iç sayfalarda söz konusu haberleri manşetten verdiği görülmektedir.

Haberin sıklıkla ilk sayfada bulunduğu verisine karşılık sadece 4 haberin Habertürk ve Cumhuriyet gazetelerinde sür manşetten verildiği saptanmıştır. İlk sayfadan verilen toplam 11 haberin 6'sının ilk sayfa manşetinden verilirken, 21 kez iç sayfa manşeti olarak okuyucuya sunulduğu görülmektedir. İlk sayfa haberle-

rinin gazetenin görünen yüzü olduğu düşünüldüğünde, habere ilişkin görünür-
lük frekanslarının yüksek olduğu söylenebilir. Şefika Etik cinayeti, iç sayfalarda
27 kez haberleştirilmiştir. (Tablo 1).

Tablo 1. Gazete Bazında Haberin Konumu

GAZETE	SÜR MANŞET	İLK SAYFA	MANŞET	İÇ SF. MANŞET	İÇ SF.	TOPLAM
HABERTÜRK	3	1	1	5	4	14
HABEREKSPRES	0	1	1	2	2	6
STAR	0	0	0	1	2	3
SABAH	0	1	0	1	4	6
CUMHURİYET	1	2	0	3	3	9
AKŞAM	0	3	2	4	2	11
ZAMAN	0	1	0	1	2	4
MİLLİYET	0	0	0	0	2	2
YENİ ASIR	0	0	2	1	1	4
HÜRRİYET	0	0	0	0	1	1
EGE TELGRAF	0	0	0	0	4	4
TÜRKİYE	0	0	0	1	0	1
POSTA	0	2	0	1	0	3
YENİ ŞAFAK	0	0	0	1	0	1
TOPLAM	4	11	6	21	27	69

Genel bir bulgu olarak haberin basında toplam 29849st/cm ve 69 haber manşeti
ile yer alması bu konuda toplumsal bir tartışmanın yaşandığının bir göstergesidir
(Tablo 2).

Tablo 2. Tüm Gazetelerin Olaya Ayırdığı Alan ve Haber Sayısı

TARİH	HABER SAYISI	ALAN (st/cm)	ORTALAMA ALAN (st/cm)
07.10.2011	11	2465,25	224
08.10.2011	13	6548	504
09.10.2011	4	1977,5	494
10.10.2011	9	2766	307
11.10.2011	18	6740	374
12.10.2011	8	5803	725
13.10.2011	6	3550	592
TOPLAM	69	29849	433

Tablo 3. Gazetelerin Habertürk'ün Manşeti ile Olaya Ayırdığı Alan ve Haber Sayısı

GAZETE	HABER SAYISI	ALAN (st/cm)	ORTALAMA ALAN (st/cm)
AKŞAM	11	4784,5	435
CUMHURİYET	9	2417,5	269
EGE TELGRAF	4	1027	257
HABER EKSPRES	6	2772,75	462
HABERTÜRK	14	2307	165
HÜRRİYET	1	114	114
MİLLİYET	2	275,75	138
POSTA	3	616	205
SABAH	6	154	26
STAR	3	568	189
TÜRKİYE	1	528,75	529
YENİ ASIR	4	567	142
YENİ ŞAFAK	1	750	750
ZAMAN	4	132	33
TOPLAM	69	17.014,25	247

Bu çalışmaya konu olan haber her ne kadar Habertürk Gazetesi'nde geniş ve sansasyonel şekilde yer almışsa da, Habertürk manşetine ilişkin yapılan haberin kapladığı alanın gazeteler bazında dağılımına bakıldığında Akşam, Haber Ekspres ve Cumhuriyet Gazetelerinin Habertürk'ün sözkonusu haberleştirme biçimini sırasıyla en çok haber konusu yaptığı görülmektedir. Tablo 3'te yer alan bu durum, söz konusu haber ve haberin verilmiş biçimine, diğer 3 gazetenin yüksek düzeyde ilgisi şeklinde yorumlanabilir. Günlük olayların çok az bir kısmını sayfalarına taşıyabilen bir iletişim aracı olan gazetelerin, bu olaya ve toplumsal tartışmaya geniş yer ayırdığı söylenebilmektedir.

Habere ilişkin manşetlere odaklanıldığında, Şefika Etik cinayetine ilişkin 69 haber başlığından 20 manşetin cinayet ile doğrudan ilişkili olduğu saptanırken, bunun iki katından fazlasını oluşturan 49 manşetin ise konuya ilişkin "ilintili haber" olarak basında yer aldığı gözlenmiştir. Olaya ilişkin ilk gün yayınlanan 6 gazetede manşetleri çıkardığımızda, olayın bir hafta boyunca 14 kez daha haberleştirildiğini görmekteyiz. Gazete manşetlerine ilişkin daha derinlemesine ve niteliksel bir analiz gerçekleştirildiğinde, kadına yönelik şiddet olgusu ve bu cinayet, diğer toplumsal aktörlerin (ilgili bakan, siyasetçiler ve siyasi parti liderlerinin kadın eşleri, sivil toplum örgüt temsilcileri, ünlüler vb.) de açıklamaları sonucunda neredeyse tamamına yakını ayrı manşet ile toplumsal alanın güçlü belirleyicisi olan gazetelerde söz konusu tarihlere sıklıkla yer almıştır. Bu du-

rum, olayın toplumsal tartışma alanına girerek kamusal aktörlerce de ele alındığını göstermektedir.

Nicel analiz her ne kadar konunun kamusal alanda tartışma yarattığını gösterse de, nitel analiz sırasında haberde kullanılan başlıkların kelime anlamının analiz edilmesi ayrıca önemlidir. Çünkü İnal (1996: 119) ve diğer iletişim araştırmacılarına göre (Fowler 1991) haber yazarken seçilen sözcükler, belli bir ideolojik seçimi ve tavrı yansıtmaktadır: “Dil ve söylem, toplumdaki iktidar ilişkilerinin dayandığı cinsel, etnik, dinsel farklılıkların yansıdığı bir mücadele alanıdır... Dil içinde mücadele, söylemlere ilişkin bir kavramdır. Sözcüklerin anlamı, diğer bir deyişle vurgusu söylemler içinde oluşur.” Fowler’a göre, dil kullanımı yoluyla iktidar sahibi kurumlar kendilerini meşrulaştırmaktadır. Bu bağlamda Şefika Etik cinayeti ve ilintili haberlerinde kullanılan haber başlıklarını incelemek medyanın yaklaşımını anlamak adına önemli bir değişkendir. Bu amaçla haber başlıkları olan manşetlerde kullanılan kelimelere odaklanıldığında, tüm manşetlerin yarısına yakın oranda (15) şiddet kelimesine yer verildiği tespit edilmiştir. Haber, sıklıkla şiddet kelimesi ile birlikte yer almaktadır. Geleneksel uygulamalardan olan kurban ile failin yakınlığını belirten ve bu belirteç üzerinden toplumsal cinsiyet rolleri etkisiyle faile ‘hak’ tanıyan ve failin işlediği cinayete bazen de yargılama sürecinde ceza indirimleri ve tahrik unsuru olarak değerlendirmelere yol açan “eski eş, koca, eski karısı” şeklindeki ifadelerin sıklıkla kullanıldığı söylenebilir. Böylece Bourdieu’nun (1997: 51-58) ifade ettiği gibi “simgesel şiddetin” sürdürüldüğü görülmektedir. Haber manşetlerinde yer alan bu ifadeler, bir yandan aile kurumunun halen devam ettiğini işaret ederken, diğer yandan karı ve koca ilişkisine vurgu yaparak kendisine şiddet uygulayan erkek ile olan bağı üzerinden erkeğin kadın üzerindeki şiddet uygulamasını sosyal roller ve normlar çerçevesinde doğallaştırmaktadır (Dursun 2008: 85).

Dursun’un kadına şiddet konusundaki haber yapma pratiklerine alternatif habercilik yapılabilmesi için belirlediği stratejilerden (Dursun 2008: 81-84) nesnellik, kişiselleştirme, parçalama, saygın kişilerin görüşlerine yer verme gibi uygulamalar yeni ve alternatif stratejiler geliştirilerek var olan haber dilinin kadın şiddetine daha duyarlı şekilde sunulabileceğini savunmaktadır. Şefika Etik cinayeti diğer polis adliye haberleri ile birlikte verilse de olayın toplumun değişik kesimlerinde tartışılması sonucunda hükümet ve sivil toplum aktörlerinin açıklamaları ile birlikte polis adliye olayından öte daha olumlu ve toplumsal eşitlikten yana manşetler ile haberleştirilmiştir. Haberin gazetelerde yer aldığı ilk günlerde “eski koca vahşeti”, “sığınma evinden çıkardı sırtına bıçağı sapladı” (Habertürk 07.10.2011), “aldatıldığını öne sürdü karısını bıçakladı” (Haber Ekspres 07.10.2011) gibi olayı kişiselleştirici manşetler kullanılmıştır. Bu algılama biçimi, toplumsal cinsiyet eşitsizliğini yeniden üreten ve şiddeti bazen açık bazen de örtük biçimde ‘normalleştirilen’ ifadeler içermektedir ve tamamen politiktir. Her ne kadar ilerleyen günlerde haber konusu, toplumun önde gelenleri ve ünlüleri

tarafından yazılı ve görsel basın aracılığıyla tartışma konusu yapılırsa da söz konusu tartışmaların manşetlere yansımaları, “kadına yönelik şiddette dört dörtlük mücadele” (Star 12.10.2011), “şiddet gören kadına stüdyo daire geliyor” (Zaman 13.10.2011), “kadınlara koruma timi” (Akşam 13.10.2011) şeklinde gerçekleşmiştir. Bütün bu tartışma ve manşetler, olayın sembol kişiler üzerinden yüzeysel haberleştirilmesi yerine, toplumsal ve sosyal boyutları ile tartışılabilmesini ve kadın odaklı habercilik pratiğini yansıtmayı hedeflemektedir. Ancak, kadına yönelik şiddeti ve arkasındaki politik sebepleri göz ardı etmekte, sorunun gerçek zemininde toplumsal ilişkilerde var olma, iktidar alanının eril bakışla kadın-erkek ilişkilerinin gündelik yaşam, kurumsal düzenlemeler, toplumsal ilişkiler boyutunda sorgulanarak yeniden tanımlanması gereğini vurgulamaktan uzak kalmaktadır.

Şiddet haberlerinde başka bir kişiselleştirilme biçimi de boşanma aşamasında olabilen eşlere yönelik “karısı” ifadesinin kullanılmasıdır. Böylelikle, kurban ile fail arasında bağ kurulmakta, kadına şiddet konusu mahrem alan olan aile alanına hapsedilmeye çalışılmaktadır. 79 haber manşetinden ilintili haber dışında kalan ve doğrudan olayı anlatan 20 manşetten 10’unda, başka bir deyişle, olaya ilişkin her 2 haberden birinde koca ve eş ifadeleri içererek aile bağını manşete taşıyan haber yapıldığı ve medyanın bu pratiği sıklıkla kullanmaya devam ettiği görülmektedir. Bu şekilde medya faili ve kurbanı aile diyerek nitelenen özel alanda ve onları eş olma statüsüyle görmeye ve bu bakış açısıyla haberleştirmeye devam etmektedir. Bu manşet yardımı ile olayın aile içerisinde bir sorun olduğu vurgusu yapılmaktadır. Bir yandan bu yöndeki habercilik pratiği devam ederken, diğer yandan şiddeti ortaya koyan manşetler ve ilintili haberlerde toplumsal uyanış da sergilenmektedir. Konuya ilişkin 49 haber, bunun en belirgin kanıtıdır. “Kadına şiddette son nokta” gibi artık kabul edilemez bir duruma işaret eden manşetler görülmektedir. Ancak bilindik haber yapma reflekslerinden kaynaklanan “eski koca vahşeti, namus cinayeti, kurban, aldatılan koca” şeklindeki ifadelerin söz konusu dönemde dahi manşetlere taşındığı görülmektedir. Yine tarafsız habercilik pratiği adına, eleştirilen failin iddiasının manşete taşınarak olayın gerçek sebebi gibi algılanmasına neden olan “aldatıldığını öne sürdü, karısını bıçakladı” şeklinde manşetler de bulgulanmıştır.

Söz konusu olayın haber yapılma biçiminin, geniş toplum kesimi tarafından eleştirilmesinin de etkisi ile gerek yazılı, gerekse görsel medyada 1 hafta boyunca sıklıkla yer bulduğunu, ilintili haber sayısının yüksek olması bulgusu ile söyleyebiliriz. Özellikle konuya yönelik toplumsal hassasiyeti aktaran haber manşetlerinde kadına şiddete ilişkin tasarıya sıklıkla değinilmekte, medyanın da bu konuda hazırlanan tasarıda yer aldığı altı çizilmekte, kadın örgütlerinin, bakanların, sanatçıların konuya ilişkin tutum ve hassasiyetleri manşetlere taşınmakta ve hükümetin şiddete ilişkin aldığı önlemler sıklıkla ele alınmaktadır. Tüm toplumun bu konudaki hassasiyetinin medyanın haber pratiğini de etkilediğini ve

yazılı medyanın bu etki ile ilerleyen günlerde sansasyonel habercilikten çok toplumun hassasiyetini göz önüne alan habercilik anlayışını manşetlere yansıtmaya çalıştığını söyleyebiliriz. Medyanın bu şekilde başlıklar kullanmasında, hükümet yetkililerinin ve diğer aktörlerin “kadına şiddete isyan ediyorum, kadın algısı değişmeli, toplumun kadına bakışı değiştirilmeli” şeklindeki açıklamaları da etkili olmuştur. Böylelikle kadına yönelik şiddetin tekil olaylardan öte toplumsal sorun olarak manşetlerde tartışılmasına olanak sağlanmıştır.

Kadına yönelik şiddeti önleme yolunda atılan adımlar, analiz dönemi içerisinde ilintili haber olarak yansıtılmaktadır ve “şiddete karşı yeni yasa, şiddete karşı pranga önlemi, şiddete tele önlem, şiddet gören kadın ve çocuklara özel merkez” manşetleri ile bu konuda alınan tedbirler haberleştirilmekte, konu sosyolojik boyutu ile işlenmeye çalışılmaktadır.

Tablo 4. Haber Fotoğrafının Durumu

GAZETE	OLUMSUZ	OLUMLU	TOPLAM
HABERTÜRK	3	11	14
AKŞAM	1	6	7
CUMHURİYET	0	5	5
HABER EKSPRES	0	4	4
SABAH	0	5	5
ZAMAN	0	2	2
YENİ ASIR	0	4	4
EGE TELGRAF	0	4	4
STAR	0	2	2
MİLLİYET	0	1	1
POSTA	0	3	3
HÜRRİYET	0	1	1
TÜRKİYE	0	1	1
YENİ ŞAFAK	0	1	1
TOPLAM	4	50	54

Habertürk'ün Şefika Etik cinayetinde en çok konuşulan ve haberin de önüne geçen sansasyonel fotoğrafı, toplumsal tartışmayı da beraberinde getirmiştir. Medyanın bu haberleştirmesi ile kadına şiddeti daha da arttırdığına ilişkin eleştirilere karşın gazetenin Genel Yayın Yönetmeni, olaya dikkat çekmek amacıyla bu fotoğrafın özellikle seçildiğini bildirmiştir. Bu açıklama, gazeteyi eleştirel uzak tutma kaygısıyla yapılsa da, aslında kadın konusundaki duyarsızlıktan da öte eril bakışın sergilendiği bir karardır. Şiddet gören kadının sırtındaki bıçakla yarı çıplak fotoğrafının sergilenmesi, kadın bedeni üzerinde söz hakkı olduğunu düşünen bakış açısının bir ürünüdür. Burada toplam 54 haber fotoğrafının en yüksek oranda fotoğraf kullanımı (16) Habertürk gazetesinin editoryal seçimi olmuştur ve analiz kapsamında söz konusu fotoğraflardan 3'ü kadına yönelik şiddeti yine şiddet içeren bir içerikle gözler önüne sermesi ve sembolik şiddetin tüketimi-

mini arttırması sebebiyle olumsuz olarak kodlanmıştır (Tablo 4). Habertürk, ilk gün sansasyonel fotoğrafı hem ilk sayfa, hem de iç sayfada kullanmış ve ertesi gün tepkilere rağmen tekrar yayınlamıştır. Diğer olumsuz fotoğrafı Akşam gazetesi kullanmıştır.

Tablo 5. Habertürk Fotoğrafına Atıf Durumu*

GAZETE	VAR	YOK	TOPLAM	YÜZDE
HABERTÜRK	6	5	11	54,55%
AKŞAM	4	5	9	44,44%
CUMHURİYET	5	3	8	62,50%
HABER EKSPRES	1	2	3	33,33%
SABAH	0	5	5	0,00%
ZAMAN	3	1	4	75,00%
YENİ ASIR	0	4	4	0,00%
EGE TELGRAF	1	3	4	25,00%
STAR	0	2	2	0,00%
MİLLİYET	2	0	2	100,00%
POSTA	2	1	3	100,00%
HÜRRİYET	0	1	1	0,00%
TÜRKİYE	0	1	1	0,00%
YENİ ŞAFAK	0	1	1	0,00%
TOPLAM	24	34	58	

*Habertürk'te yer alan fotoğraf 7 Ekim 2011 tarihli olduğundan bu analize dahil edilen tarih aralığı 8-13 Ekim 2011 olmuştur.

Haberlerde Habertürk'ün sansasyonel fotoğrafına atıf yapma durumu olayın can alıcı noktası olduğundan önemli bir değişkendir. Olayın gerçekleştiği 7 Ekim tarihi dışarıda bırakılarak 8-13 Ekim tarihlerini kapsayan analiz sonuçlarının yer aldığı Tablo 5'de görüldüğü gibi Habertürk'ün fotoğrafına toplam 24 atıf yapılmıştır ve bunlardan 6'sı yine Habertürk gazetesinin kendisi tarafından gerçekleştirilmiştir. Habertürk'ün kendi gazetesinde yer alan fotoğrafa yaptığı atıfa yakın oranda Cumhuriyet gazetesinde ve Akşam gazetesinde yapılmıştır. Yine fotoğrafa ilişkin haberlere benzer oranlarda Zaman, Milliyet ve Posta gazetelerinde rastlanmıştır.

Basında 24 manşet ile sansasyonel fotoğrafa ilişkin haberin medyada yer alması toplam manşetin neredeyse üçte birinin gündemini söz konusu fotoğrafın oluşturduğu gerçeğini ortaya koymaktadır (Tablo 5). Bu bulgudan yola çıkıldığında her ne kadar olayın medyada geniş yer bulduğu ve tartışıldığı iddiası geçerliyse de sansasyonelleştirildiği oranda medyanın ilgisini çektiği ve gazete sayfalarına sıklıkla taşınabildiği gerçeği de görmezden gelinmemelidir. Dolayısıyla medyanın toplum üzerindeki dönüştürücü rolünün haberin ilgi çekici olmasının gerisinde kalarak şiddetin yeniden üretilmesine ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğini

güçlendirerek kadına yönelik şiddeti sıradanlaştırmasına yol açacak olması göz ardı edilmiştir.

SONUÇ

Genel anlamda medya kadın ve erkeğin toplumsal statüsünü şekillendirme gücünden dolayı toplumsal güç ve sorumluluğu barındırmaktadır. Bu sebeple yazılı ve görsel medya, ülkede yaşayan tüm vatandaşların toplumsal olaylardan haberdar olmasını sağlayarak, kamusal alanda toplumsal tartışma zemini yaratırken, eğer toplumsal sorumluluk bilinciyle hareket etmezse, sadece gerçekliğin yanlış yansıtılmasına yol açmaz, aynı zamanda eşitsiz ve adaletsiz ilişkileri yeniden üretir ve yönlendirir. Bu çalışmanın amacı, medyanın kadına yönelik şiddeti haberleştirirken gerçekliği yeniden nasıl kurguladığını ve bu kurgulama sürecinden kadın ve erkeğin toplumsal rollerini belirleyen eşitsiz ve adaletsiz ilişkileri yeniden üretip üretmediğini eleştirel medya kuramına ve feminist medya yaklaşımlarıyla irdelemektir. Bu amaçla 7 Ekim 2011 yılında gerçekleştirilen Şefika Etik cinayetinin basında yer alan haberleri incelendiğinde niceliksel olarak cinayetin kadına yönelik şiddeti toplumsal tartışma alanına getirmiş olduğunu iddia edebilmektedir. Niceliksel bakış açısına göre Şefika Etik cinayetinin haberleştirilmesi aracılığıyla toplumsal tartışma yaratıldığına ilişkin hipotezin doğrulandığını ileri sürebiliriz. Analiz sonuçlarına göre ülkede yaşanan bir cinayet haberinin 14 yerel ve ulusal gazetede 6'sı gazetenin ilk sayfa manşeti, 21'inin iç sayfa manşeti olmak üzere toplam 69 haber ile ilişkilendirilmesi konunun sıradan bir cinayet haberi olarak ele alınmadığının kanıtıdır. Gazetelerin olaya ayırdığı sayfa ve hacmin de bir diğer gösterge olduğu düşünüldüğünde incelenen gazetelerde haber toplam 29,849st/cm'lik yer bularak geniş şekilde ele alındığı da iddia edilebilir. Sıralanan niceliksel veriler, olayın toplumsal tartışma yarattığını desteklemektedir. Haberde kullanılan şiddeti seyirlik hale getirerek yeniden üreten fotoğraf ve bu fotoğrafa yapılan atıflar, kullanılan haber başlıklarında konuyu aile mahremiyetine hapseden geleneksel ifadelerin yer alması (69 haber manşetinden 10 manşet bu ifadeleri içermektedir) ile niteliksel olarak analiz edildiğinde Şefika Etik cinayeti kadına yönelik cinayeti onaylamakta ve simgesel olarak fotoğrafları ve manşetlerinde geçen sözcüklerin seçimi ile kadına şiddet uygulamaktadır. Niceliksel veriler aracılığıyla doğru olduğunu iddia ettiğimiz hipotezimiz, niteliksel olarak analiz ettiğimizde kullanılan fotoğraf, manşetlerde geçen ifadelerle ilişkin veriler açısından yanlışlanmaktadır. Niteliksel analiz sonuçlarına göre Şefika Etik cinayeti tıpkı geçmişte yaşanan kadın cinayetlerine ilişkin haberlerde de ele alındığı (Özer ve Saraçer-Üçer 2010: 188) (17) gibi görselleştirilmekte, popülerleştirilmekte ve üstelik ilk kez sembolik şiddetin güçlü görüntüsü ile televizyonlaştırılmaktadır.

Sessizlik, olumsuz etkisi bakımından önemli bir sosyal güçtür. Eğer medya, kadını sessizleştirerek görünmez kılıyorsa yani sosyal görünürlüğü ortadan kal-

dırıyorsa, sonuçta kadın uzun vadede güçsüz kılınacaktır. Bu çalışmanın bulgularına göre, medya başka bir şekilde de kadına yönelik ayrımcılığın üretilmesinde rol oynamaktadır. Buna göre medya kadını sessizleştirmeden de, yani kadına yönelik şiddet haberlerinin haberleştirme şekliyle ve diliyle kadına karşı ayrımcılığı yeniden üretmektedir. Habertürk gazetesinin kullandığı şiddete dikkat çekme amaçlı fotoğraflar benzer şekildeki kullanımları ile kadına yönelik şiddeti sıradanlaştırmaktadır. "Habercilik anlayışında görmek, inanmaktır" savına göre, haberler dramatize edilerek gerçek yeniden kurgulanır. Bu haberleştirme biçimiyle, görmek inanmaktır'dan göstermek inanmaktır'a geçiş yaşanmaktadır" (Aslan 2002: 55). Benzer şekilde kullanılan fotoğraf ile medya, bizi şiddete inandırmaya çalışırken aynı zamanda şiddeti olağanlaştırmakta ve gündelik yaşamın bir parçası haline gelme tehlikesiyle karşı karşıya getirmektedir.

Araştırma bulgularımız temel hipotez olan kadına yönelik şiddetin medyada geniş yer bulduğunu doğrulasa da niceliksel veriler niteliksel bulgularla örtüşmemektedir. Şefika Etik cinayetinin manşet üstüne konumlandırılması, konuya verdiği önemin büyüklüğüne işaret ediyor gibi görünse de kullanılan sansasyonel fotoğraf karesi şiddeti sembolik olarak çoğaltmakta ve mitleştirmektedir. Bu durum, nicel olarak geniş yer bulmasının ardında kadına yönelik şiddete verilen önemden ziyade ilgi çekici haber yapma kaygısı yattığı fikrini uyandırmaktadır. Basının bu fotoğraf kullanımı ile şiddet haberlerinin ana mecrası olan televizyon haberciliğine yakın bir tavır sergilediği söylenebilir.

Diğer yandan umut verici bir nokta, televizyonun şiddetin görselleştirmesinde kullandığı kare ve haberleştirme tekniğinin basın tarafından kullanılması halinde toplumsal tepkinin de gösterildiğidir. Toplum her ne kadar televizyonda izlediği haber bültenlerinde her 3 haberden birinde şiddet içeriğinin sunumu ile karşılaşsın olsa da (Karaboğa 2010: 94), basının televizyonlaştırılmasına karşı çıkmış, konuya ilişkin diğer basın kuruluşları, sivil toplum kuruluşları ve politikacılar, sanatçılar yine medya aracılığıyla eleştirilerini dile getirmişlerdir (18). Bu durum şiddet görüntüsünün kendisine mi, yoksa görüntünün kalıcılığına mı tepki gösterilmektedir, sorusunu da beraberinde getirmektedir. Televizyondaki hızlı görsel akışı, şiddete dikkati çekememekte, şiddet görüntülerinin yer aldığı farkında olunmadan bir sonraki görüntüye geçilmektedir. Basında fotoğrafın kalıcılığı, üzerinde düşünülmesi gereğini de ortaya koymuş olabilir. Oysa her iki durumda da, kadın ikincilleştirilerek özellikle kadın bedeni üzerinde oluşan karar ve söz hakkı genel yargısıyla örtüşen bir şekilde şiddet yeniden üretilmektedir. Basının uyguladığı sembolik şiddette kırmızı çizgiyi aştığı mesajı verilmiş ve bu konuda ortak toplumsal bir duruş sergilenmiştir. Bu toplumsal karşı duruş konunun aynı hafta içinde kadına karşı şiddet ekseninde tartışılmasına, yasa hazırlıklarının topluma duyurulmasına ve medyanın bakış açısının çeşitli etkinlik ve platformlar aracılığıyla yüzeysel ve geçici de olsa eleştirilmesine yol açmıştır.

Elde edilen bulgular ışığında, Şefika Etik cinayetinin ele alınma biçimi, dili, kullanıldığı görseller itibariyle eleştirel medya kuramlarının sosyal gerçekliğin iletişim yoluyla yeniden inşa edildiği iddiasını doğrulamaktadır. Yapılan nicel ve nitel analiz bulguları, egemen kültürün sosyal gerçekliği, semboller ve ilişkiler üzerinden yeniden nasıl ürettiğini göstermektedir. Bu çalışmada analiz edilen habercilik anlayışı, feminist medya kuramının öncülerinden Tuchman'ın da belirttiği gibi gerçekliğin toplumsal kabuller doğrultusunda yeniden inşa edildiği sorunlu bir gerçeklik algısıdır ve sembolik temsil söz konusudur. Şefika Etik cinayetinin Habertürk Gazetesi'nde ele alınma biçimi ve analiz süresince diğer gazetelerdeki haberleştirilme pratiği, sözkonusu yeniden inşanın ve sembolik gerçekliğin temsilinin bir örneğidir. Burton'un ileri sürdüğü gibi bu olayda da haber, gücünü kullandığı fotoğraf, haberin yer aldığı konum ve dili itibariyle dramatize ederek arttırmıştır.

Genel anlamda medya, özelde de haber medyası önemli bir toplumsal güç ve sorumluluğu da barındırmaktadır. Bazı araştırmacılar medyayı topluma mesajları, anlamları, sembolleri üreten ve ileterek katkı sağlayan kültürel aktör olarak görerek, medyanın sadece kelimeler ve imajlar önerdiğini; bilgi sağlayan, fikirler, davranışlar öneren kültürel bir kurum olarak kişilere ceza veya ödül vermediğini ifade etse de (Schudson 2003: 24-25) bugün medya kısa ve uzun vadede etkilerde bulunmakta bireylerin zihinlerini eğlence ve şiddet unsurlarını kullanarak şekillendirmekte, düşünebilme becerilerini köreltirken sosyal alandaki gerçekliği kullanarak kendisinin şekillendirdiği yeni bir toplumsal gerçeklik inşa edebilmektedir. Kadın ve erkeğin toplumsal eşitliğini sağlama konusunda eşik bekçilerinden olan medya alanında da 'kültürel olan politiktir' mottosundan hareket edilerek cinsiyet eşitliğine ulaşmak için kadınlık ve erkeklik tanımlamalarını değiştirmesi için medyayı sorgulamalıyız. Her ne kadar sadece medyadaki cinsiyetçi söylemin değil ataerkil zihniyetten beslenen anlam rejiminin dönüşmesi gerekteyse de medya bu dönüşüm için çok önemli bir kilometre taşıdır. Bu eleştirilerde gerek kültürel çalışmalar, gerekse feminist medya çalışmaları teorik arkaplanı bize sunmakta ve medyanın, toplumsal rızanın kazanıldığı ya da kaybedildiği bir mücadele alanı olduğunu vurgulamaktadırlar. Belirleyici faktörün tek başına cinsiyet olmadığı, bireyin kendisinin olduğu bir toplumsal düzen kuralıdır. 21'inci yüzyıl cinsiyet eşitliği adına yeni stratejiler gerektirmektedir. Şiddetin sembolik olarak haber fotoğrafları üretilmesine gerek kalmadan medyanın cinsiyet politikası üzerinde daha fazla tartışma ve araştırma yapılabilmesi, kamusal tartışmanın gündemine alınabilmelidir.

SONNOTLAR

(1) Gazetelerin tahmini okunma süreleri de, araştırma yöntemine bağlı olarak 18-49 dakika arasında değişse de, dergi okuma süresi ancak 6'dan 30 dakikaya çıkmaktadır (Hornik ve Schlenger'den aktaran R W Neuman 1992: 90). Ortalama en yüksek 12 saat 35 dakika en düşük 10.2 saattir ve bu okuma oranı medyanın bek-

lenildiği gibi nicel olarak yaşamımızda önemli bir yeri olduğunu göstermektedir (Özer 2010a: 13).

(2) Ortaçağdaki cadı yakma törenlerinden 19.yy'da Paris morgunun sergiye açılmasına kadar şiddet geçmişten bugüne seyirlik bir olaydır. Şiddet meselesi yalnızca "haber" üzerinden anlatılacak gibi görünse de, sadece haberlerde değil bütün medyada şiddet uygulamaları her zaman yoğun bir içerik oluşturmaktadır. Görsel medyadan ya da basından bile önce, eğlence sektörü ve "şiddet" tahmin edemeyeceğimiz kadar iç içe geçmiş durumda idi (Bireysel Silahsızlanma...2007; Young 1990: 40).

(3) The Committee on Communications of American Academy of Pediatrics'in açıkladığına göre, 18 yaşına kadar insanlar sadece televizyonda, yaklaşık olarak 200 bin şiddet eylemi görmektedirler (Bagdikan 2000'den aktaran Özer 2010a: 15).

(4) Söz konusu idam haberine ilişkin suçlunun hücresinden nasıl alındığı, o gün neler yaptığı, darağacının nasıl nereye kurulduğu, onu beklemek için insanların kaç saat önceden geldiği, asılarak ölen bir insanın nasıl can çekiştiği, onu seyredenlerin neler konuştuğu, hatta bunun "beleş bir eğlence olduğu" gibi ifadeler kullanılarak haber ayrıntıları ile birlikte yer almaktadır (Türkiye'de Bireysel Silahsızlanma... 2007).

(5) Şefika Etik haberinin Habertürk gazetesinde manşet üstüne yerleştirilmesinin yanısıra kurbanın çıplak ve sırtında bıçak saplanmış haldeki görüntüsü ile yer alması televizyonda sıklıkla rastladığımız ekrandan kan damlayan görüntüyü andırmaktadır. Bu görüntülere çeşitli kanallardaki haber bültenlerinde sıklıkla rastlansa da basının alışılmış haber yapma geleneğinden uzak bir görüntüdür.

(6) "Şiddet" Latince kökenli bir kelime olarak set acımasız kişilik, güç anlamına gelmektedir. "Bir kişiye güç ve baskı uygulayarak isteği dışında bir şey yaptırmak" olarak tanımlanmaktadır (Yaktıl-Oğuz 2010: 433).

(7) Bu konudaki teorik alt yapıyı oluşturarak ilk çalışmaları yürüten araştırmacı Gaye Tuchman'ın savına göre medya, toplumun tümünü yansıtan bir fotoğraf çekememekte, bunun yerine toplumun egemen sosyal değerlerini yansıtmakta, bunu gerçekleştirirken de kadına ya hiç yer vermeyerek, ya da stereotip rollerde yer vererek sembolik olarak yok saymaktadır. (Tuchman ve ark. 1978b: 13). Eşit temsilin önemine değinen Margareth Marshment da temsiliyeti politik bir konu olarak ele almış, çıkarların savunulması ve kendisini etkileyen kararlara katılma olarak yorumlamıştır. Marshment'a göre haberlerde kadının temsil edilmemesi, ya da şiddet mağduru olarak temsil edilmesi, haberlerin gerçeklikten yola çıktığı düşünülürse, kadının kendisine ilişkin güçlü bir imaj oluşturmasını engelleyecek, uzun vadede kadının yok sayılması süreci sonucunda, bu durum olağan ya da olması gereken normal bir durum olarak algılanacaktır (Marshment 1993: 126).

(8) Benzer şekilde Suat Gezgin de çalışmasında medya şiddeti nasıl yönlendiriyor sorusuna, kamuoyunun % 68'inin "şiddeti körüklüyor" şeklinde yanıt verdiğini belirtmektedir (Gezgin 1996: 559-560) diğer araştırmacılar da medyanın şiddetin ana kaynağı olmasa da yansıtıcı mekanizmalarından olduğunu ileri sürerek toplumda hoşgörülmesine destek olduğunu iddia etmektedirler (Karaboğa 2010: ix).

(9) RTÜK'ün bir araştırmasına göre televizyon haberlerinin izlenme sıklığı % 69 iken akşam haberleri için bu oran %79'dur. Haberler medya ürünleri içinde sıklıkla tüketilen türdür.

(10) Şefika Etik cinayeti ve Habertürk'ün fotoğraf ve manşeti köşe yazılarında da o hafta içinde sıklıkla ele alınmışsa da bu çalışma objektif bir gazete ürünü olması bakımından sadece haberlere odaklanmaktadır.

(11) İncelemenin yapıldığı tarih aralığında işlenen diğer kadın cinayetleri, toplumsal tartışma ile birlikte haberleştirilmişse, ilintili haber olarak alınırken; tekil cinayetler olarak haberleştirilmişse Şefika Etik cinayeti veya Habertürk'ün haberine gönderme yapmadığından araştırma kapsamı dışında tutulmuştur.

(12) "Sürmanşet" Gazetecilikte kullanılan ve gazetelerin birinci sayfasındaki logonun üzerinde kullanılan başlık (<http://tdkterim.gov.tr>) olarak tarif edilen bir haber konumlandırma şeklidir. Habere verilen önemi de gösteren bir kullanımdır.

(13) 7 Ekim 2011 tarihinde Habertürk gazetesi Şefika Etik cinayetini ilk sayfada manşet üstüne yerleştirerek 430 st/cm büyüklüğünde yer vermiştir ve aynı haberleştirme pratiğini iç sayfalarda da manşetten ve geniş yer vererek izlemiştir. Özellikle kurbanın ölüm anında çekilen fotoğrafını, sırtında bıçakla ve sansürlemeden ilk sayfada yer vermesi tüm toplum tarafından tartışılan gündem belirleyici bir konu olmuştur.

(14) Çalışma kapsamında olağan haber ya da rutin haber kavramları gazetecilik pratiği açısından gazetede olması beklenen ve Galtung ve Ruge'un haber değeri kriterlerini karşılayan haberleri kast edilmek istenmektedir (Galtung and Ruge 1965: 67).

(15) Toplam 69 manşetten 27'sine karşılık gelmektedir.

(16) %21,4 oranındadır.

(17) Benzer şekilde kadına yönelik töre cinayetlerinin medyada tartışılmasını basının haberleri üzerinden analiz eden araştırmacılar Güldünya Tören cinayetinde de magazinleştirme ve popülerleştirme unsurlarını saptamışlardır (Özer ve Saraçer-Üçer 2010: 188).

(18) Konuya ilişkin Habertürk Gazetesi eski Genel Yayın Yönetmeni Fatih Altaylı fotoğraf seçiminin nedenini açıklamak durumunda kalmıştır.

KAYNAKÇA

- Altheide D L (1997) The News Media, The Problem Frame, and the Production of Fear, *The Sociological Quarterly* 38, 647-668.
- Anderson J A (1987) *Communication Research: Issues and Methods*, McGraw-Hill, New York.
- Aslan K (2002) *Haberin Yol Haritası, Anahtar Kitaplar, İstanbul*. 2002).
- Aysel A vd (ed) (1994) *Medya, Şiddet ve Kadın*, KSGM yayını, Ankara.
- Bagdikan H B (2000) *The Media Monopoly* Beacon Press, Boston.
- Berelson B (1952) *Content Analysis in Communication Research*, The Free Press Publisher, Glencoe.
- Bilgin N (2006) *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi: Teknikler ve Örnek Çalışmalar*, ikinci baskı Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Bourdieu P (1997) *Televizyon Üzerine, Yapı Kredi, İstanbul*.
- Burton G (1995) *Görünenden Fazlası: Medya Analizlerine Giriş*, Alan Yayıncılık, İstanbul.
- Çelik N B (2000) *Televizyon, Kadın ve Şiddet*, N B Çelik (der), Kiv yayınları, Ankara, 317-352.
- Curran J Gurevitch M ve Woollacott J (1991) *İletişim Araçları Üzerine Çalışma: Kuramsal Yaklaşımlar*, Meral Özbek (çev), İLEF Yıllık, 228-233.
- Dursun Ç (2010) *Kadına Yönelik Şiddet Karşısında Haber Etiği*, *Fe Dergi* 2, sayı 1, 19-32.
- Dursun Ç (2008) *Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet ve Haber Medyası: Alternatif Bir Habercilik*, TC. Başbakanlık Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü. Kadına Yönelik Aile İçi Şiddetle Mücadele Projesi.
- Dursun Ç (2005) *Haberde Gerçekliğin İnşa Edilmesi Ne Demektir*, *Haber Hakikat ve İktidar İlişkisi* (der) Çiler Dursun, Elips Yayınları, Ankara.
- Dursun Ç (2001) *Televizyon Haberlerinde İdeoloji*, İmge Kitabevi, İstanbul.
- Erdoğan İ (1998) *Gerbner'in Ekme Tezi ve Anlattığı Öyküler Üzerine Bir Değerlendirme*, *Kültür ve İletişim* 1, sayı 2, 149-180.
- Galtung J and Ruge M H (1965) *The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers*, *Journal of International Peace Research* 1, 64-91.
- Gerbner G, Gross L, Morgan M and Signorielli N (1982) *Charting the mainstream: Tv's Contributions to Political Orientations*, *Journal of Communication* 32, sayı 2, 100 -127.

Geray H (2004) Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş, Siyasal Kitabevi, Ankara.

Gezgin S (1996) Göstergesel Şiddet, Ekrandan Sıçrayan Kan, Yeni Türkiye Dergisi 11.

Habertürk Gazetesi, 08.10.2011 tarihli haber.

Hall S (2002) İdeoloji ve İletişim Kuramı, Medya Kültür Siyaset, Süleyman İrvan (der), Ahmet Gürata (çev), Alp Yayınevi, İstanbul.

Hall S (1999) İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulanın Yeniden Dönüşü, Medya İktidar İdeoloji, Mehmet Küçük (der) (çev), Ark Yayınları, İstanbul, 77-126.

Hall S (1973) The Determination of the News Photographs, The Manufacture of News: A Reader S. Cohen ve J.Young (eds) Sage, Beverly Hills.

R W Neuman (1992) The Future of the Mass Audience, Cambridge University Press, Cambridge.

İnal A (1996) Haberi Okumak, Temuçin Yayınları, İstanbul.

Karaboğa T (2010) Medya ve Toplum İlişkileri:Televizyon Haberlerindeki Şiddetin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma, Karınca Yayınları, Ankara.

Karınca E (2008) Kadına Yönelik Aile İçi Şiddete İlişkin Hukuksal Durum ve Uygulama Örnekleri, KSGM, Kadına Yönelik Aile İçi Şiddetle Mücadele Projesi, Ankara.

Korkmaz A ve Erdoğan İ (2005) Öteki Kuram, Erk Yayınları, Ankara.

Köse H (2004) Bourdieu Medyaya Karşı, Papirüs Yayınları, İstanbul.

Lasswell H D, Lerner D and Pool I de S (1952) The Comparative Study of Symbol: an Introduction, Hoover Institute and Library on War, Revolution and Peace, CA, Stanford University Press.

Lehtonen M (2000) The Cultural Analysis of Texts, Sage, London.

Lippmann W (1922) Public Opinion, Harcourt Brace, New York.

Lowery S A and DeFleur M L (1983) Milestones in Mass Communication, Longman, NewYork.

Medyanın Derdi Şiddetin Görünür Tahribatı, 2007, <http://turkiye.haber.pro/citi.php?bul=1503>, erişim tarihi: 12.12.2009.

Marshment M (1993) The Picture is Political: Representation of Women in Contemporary Popular Culture, D Richardson ve V Robinson (eds), Introducing Women's Studies: Feminist Theory and Practice, The Macmillan Press, Basingstoke, 126-217.

Martins N, Weaver A J, Yeshua-Katz D, Lewis N H, Tyree N E and Jensen J D (2013) A Content Analysis of Print News Coverage of Media Violence and Aggression Research, *Journal of Communication*, 63, 1070–1087.

Messner M A (1997) *Politics of Masculinities: Man in Movements* Sage Publications, Thousand Oaks.

McQuail D (2002) *Origins and Development of the Field of Study*, D McQuail (ed) *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*, Sage, London.

McQuail D (2000) *McQuail's Mass Communication Theory*, Fourth Edition, Sage, London.

Michaud Y (1991) *Şiddet*, Cem Muhtaroglu (çev.), Cep Üniversitesi, İletişim Yayınları, İstanbul.

Neuman W R (1992) *The Future of the Mass Audience*, Cambridge University Press, Cambridge.

Oskay Ü (2000) *19. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri Kuramsal Bir Yaklaşım* Der Yayınları, İstanbul.

Oskay Ü ve Çelebi M (2004) *Peki Konuşalım Popüler Kültür Üzerine*, Epsilon Yayıncılık, İstanbul.

Özer Ö (2010a) *Medyada Şiddet Kültürü*, Ö Özer (ed), Literatürk Yayınevi, İstanbul.

Özer Ö (2010b) *Liberal Basın*, Literatürk Yayınevi, İstanbul.

Özer Ö (2007) *Televizyonun Şiddet Özelinde Bilinçaltına Yaptığı Etkiye Yönelik Yetiştirme Kuramı Çerçevesinde Yapılan Araştırma*, B Türkoğlu, M Cinman Şimşek (eds) *Medya Okuryazarlığı*, Kalemus Yayınları, İstanbul.

Özer Ö ve Saraçer-Üçer N (2010) *Güldünya Tören Örneğinde Töre Cinayetlerinin Hürriyet ve Sabah Gazetelerinde İdeolojik Sunumu*, Ö Özer (ed) *Medyada Şiddet Kültürü*, Literatürk Yayınevi, İstanbul, 187-228.

RTÜRK Televizyon Haberleri İzleme Eğilimleri Araştırması, 2007.

Schudson M (2003) *The Sociology of News*, W.W Norton & Company, New York.

Signorielli N, Gerbner G and Morgan M (1995) *Violence on Television: The Cultural Indicators Project*, *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 39, 278-283.

Tuchman G (1978a) *Making News: A Study in the Construction of Reality*, The Free Press, New York.

Tuchman G, Kaplan A D and Benet J (1978b) (eds) *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media*, Oxford University Press, New York.

Trend D (2008) Medyada Şiddet Efsanesi Eleştirel Bir Giriş, çev. Gül Bostancı, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Toker H (2004) Two Countries One Pattern: A Comparative Study of Gender Representation in the News of Norwegian and Turkish Newspapers", Oslo Üniversitesi Tarih ve Felsefe Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Oslo.

Tunstall J (1977) The Media Are American, Constable, London.

Türk Dil Kurumu, <http://tdkterim.gov.tr> 12.12.2013 tarihinde erişilmiştir.

Türkiye’de Bireysel Silahsızlanma ve Şiddet Haberleri:Yerel Medya Seminerleri (2007) Umut Vakfı Yayınları, İstanbul.

Uğurlu F ve Öztürk Ş (2006) Türkiye’de Televizyon Haberciliği, Tablet Yayınları, Konya.

Ünlü S, Bayram N, Uluyağcı C ve Uzoğlu-Bayçu S (2009) Kadına Yönelik Şiddet: Tv Dizilerinde Kadına Yönelik Şiddet Üzerine Bir Araştırma, Selçuk İletişim Dergisi 5 (4), 95-104.

Ünsal A (1996) Genişletilmiş bir Şiddet Tipolojisi, Cogito 6, no.7, 29-36.

Van Dijk T A (1985) Structure of the News in the Press, T. A. Van Dijk (ed) Discourse and Communication: New Approaches to the Analysis of Mass Media Discourse and Communication, Walter de Gruyter, Berlin, 69-93.

Van Zoonen L (1994) Feminist Media Studies, Sage Publications, London.

Yaktıl-Oğuz G (2010) Erkek Egemen Toplumda Gücün Kanıtı: Kadına Yönelik Şiddet ve Medyadaki Görünümleri, Ö. Özer (ed) Medyada Şiddet Kültürü, Literatürk Yayınevi, İstanbul, 433-450.

Yanıkaya B (2009) Gündelik Hayatın Suretinde: Öteki Korkusu, Görsel Şiddet ve Medya, B. Çoban (Haz) Medya, Milliyetçilik, Şiddet, Su Yayınevi, İstanbul, 11-27.

Yegen C (2014) İnternet Haberciliğinde Kadın Cinayeti Haberlerinin Sunumu: posta Gazetesi Örneği, The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication (TOJDAC) 4 (3), 15-28.

Young A (1990) Appeals to Valuelessness: Objectivity, Authenticity and the News Discourse, Textual Practice 4, 1, 38-52.