



Medyada Şiddet Kullanımı: Şiddet Ekonomisi, Medyanın İdeolojik Şiddeti ve Yetiştirme Kuramı Açısından Bir Değerlendirme

Ömer ÖZER*

Öz

Bu çalışmanın konusunu medyada kullanılan şiddet oluşturmaktadır. Günümüzde medyada şiddet kullanma sorunu özellikle Türkiye açısından önemlidir. Nitekim, kitle iletişim araçlarında şiddete yoğun yer verilmektedir ve bu soruna ilişkin olarak yeterli araştırmalar yapıldığını söylemek doğru olmayacaktır. Çalışmada öncelikle, etki sorunsalı çerçevesinde yapılan araştırmaların medyada yer verilen şiddeti anlamada yetersiz olduğu ortaya konmuştur. Bu, makalenin tezi ve amacı açısından uygundur. Makalede daha sonra, medyada kullanılan şiddeti anlamak için medya/şiddet ekonomisi konusu, medyanın ideolojik şiddeti yaklaşımı ve yetiştirme kuramı tanıtılmış ve inceleme alanları önerilmiştir. Medya/şiddet ekonomisini anlamak ve çözümlmek için ölçek ve kapsam ekonomilerini bilmek önemlidir. Bundan önce şiddetin medyada neden kullanıldığını bilmek önem taşıyacaktır. Medyanın ideolojik şiddeti, anlama ilişkin çözümlme için uygundur ve medyanın toplam içeriğini kapsamaktadır. Yetiştirme kuramı, medyanın üretim, içerik ve tüketim boyutlarını dikkate almaktadır. Bu nedenle, üç alanı bilmek ve bu alanlarda araştırmalar yapmak iletişim alanına katkı verecektir. Makalenin en önemli katkısının bu anlamda yeni araştırmacılara olacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Etki Kuramları, Medya/Şiddet Ekonomisi, Medyanın İdeolojik Şiddeti, Yetiştirme Kuramı.

The Use of Violence in Media: Economics of Violence, the Ideological Violence of Media and an Evaluation in Retrospect of Cultivation Theory

Abstract

The main focus of this study is violence used in the media. Especially today for Turkey, the heavy use of violence in the media is an important problem. Indeed, the mass media coverage is loaded with

* Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi, Basın ve Yayın Bölümü, omerozer@anadolu.edu.tr.

violence. However, it is hard to say that so far there is enough research done on this issue. In the study, first, we showed that the researches done within the scope of effect problem do not provide adequate answers to the question of why media use so much violence. This is suitable for the main argument and the purpose of the article. Later, in order to understand the violence used in the media, we explain the media / the subject of media violence economy, media's ideological violence approach and cultivation theory and suggest the research areas. In order to properly understand the economics of media/violence, there is the need to understand important economic concepts of economies of scale and scope. Before that, it is important to know why violence is used in the media. The ideological violence of the media is suitable for analyzing the meaning and contains the total content of the media. Cultivation theory considers the production, content and consumption dimensions of the media. For this reason, having a knowledge about these three areas and conducting research in these fields will contribute to the field of communication. It is considered that this paper will mostly contribute to the new researchers in this field.

Keywords: Effect Theories, Economics of Media/Violence, Ideological Violence of Media, Cultivation Theory.

Giriş

Medyada şiddet kullanımı, 1950'li yıllardan beri ilgi odağı olmuştur. Ancak, yapılan araştırmalarda, medyada yer verilen şiddetin -yetiştirme kuramı dışarıda tutulduğunda- çoğunlukla etki geleneği içerisinde birey üzerindeki etkisi ölçülmüştür. Çalışmalarını, şiddet konusu davranışlar ve toplumda şiddet üzerinde yoğunlaştırmış araştırmacılar, medyayı, şiddet konusu davranışın başlıca kaynağı saymamışlardır. Buna karşılık, asıl ilgi alanları kitle iletişim araçları ve şiddet olanlar, medyayı daha çok suçlamışlardır (Halloran, 1983). Bu araştırmacılar, medyada (çoğunlukla televizyonda) kullanılan şiddetle saldırgan davranış arasında ilişki kurmuşlardır.

Sözü edilen araştırmalarda şiddet, çoğunlukla fiziksel şiddet olarak ele alınmıştır. Elbette fiziksel şiddet önemlidir ve kapsayıcıdır; ama bu ele alış biçimi yeterli değildir. Cinayet, insan dövme/yaralama/öldürme, ayaklanma, gösteri olaylarındaki şiddet, saldırı, hırsızlık, ırza geçme, yıkıcılık vb. olaylar hep fiziksel şiddeti çağrıştırmaktadır. Bunlara başka örnekleri eklemek de mümkündür: Rehin alma ve tecavüz gibi kişilere yönelik şiddet, zarar verme amaçlı mala-şeyaya yönelik şiddet; işgal, savaş ve terör gibi toplumsal koşullar ya da sosyal sistemin baskı unsurlarıyla ilişkili yapısal şiddet. Bunların yanı sıra; mafya ve çete şiddeti, çilecilik, kahramanlık, intihar, ötenazi de bulunmaktadır (Gümüş, 2006). Bütün bunların bireysel durum ve sonuçları vardır. Aynı zamanda toplumsal durum ve sonuçları da önem taşımaktadır. Dolayısıyla açıklanırken bu bağlamın da dikkate alınması gerekir. Bu şiddet türlerinin hemen hemen tümü medyada da gösterilmektedir. Böylece, medyada kullanılan şiddetin de toplumsal bağlamda açıklanması yerinde olacaktır.

Açıklanan şiddet türlerinin yanında, psişik şiddet kategorisine giren şiddetle tehdit, küfür, ayrımcılık, hakaret, kötü muamele vb.; yine yapısal şiddet kategorisine giren hiyerarşi kurma, görevli kılma-emir verme, yoksun bırakma (gelişim şansı vermeme); sözlü, psikolojik, sözsüz, duygusal, siyasal, cinsel, kadına yönelik, zorlama ve stres (engelleme, yoksun bırakma, dışlama, ayrımcılık); sembolik şiddet (töre, ahlaki şiddet, kültürel-normatif şiddet, ideolojik şiddet); kötü muamele (psikoterör/mobbing); küfür, kavga ve gündelik şiddet (konvansiyonel şiddet); taciz; işkence, infaz, linç, idam (düşünce soykırımı) gibi şiddet türleri de bulunmaktadır (Gümüş, 2006). Bütün bu şiddet türlerinin özellikle televizyonda kullanıldığı da görülmektedir.

Bu çalışmada, sorunsal olarak medyada şiddet kullanımı seçilmiştir. Makalenin hipotezine göre, “Medyada kullanılan şiddete ilişkin olarak etki sorunsalı çerçevesinde yapılan araştırmalar yetersizdir ve medyada kullanılan şiddeti açıklamak medya/şiddet ekonomisini, medyanın ideolojik şiddetini ve yetiştirme kuramını bilmek ve kullanmaktan geçmektedir.” Temel amaç, etki araştırmalarının yetersizliğini ortaya koymak ve medyada kullanılan şiddeti anlamak için medya/şiddet ekonomisi konusunu, medyanın ideolojik şiddetini ve yetiştirme kuramını açıklamaktır. Sözü edilen üç alanın ortak paydaları medyaya ve medyada şiddet kullanımına eleştirel olarak bakmalarıdır. Burada yer verilen bilgiler ve önerilerle, yeni araştırmacılara medyada şiddet kullanımını konu olarak anımsatmak ve buna yönelik araştırmalar yapılmasını önermek istenmektedir.

Medyada kullanılan şiddeti etki açısından açıklayan araştırmaların yetersizliğini bütünsel olarak ortaya koyan çalışmalar bulunmamaktadır. Ancak, bu araştırmalar ve üretilen kuramlara eleştiriler yapılmıştır¹ Dolayısıyla, medyada kullanılan şiddeti anlamak için harcanan çabalar da yetersizdir. Medyada kullanılan şiddetin ekonomisi yeterince biliniyor mu? İdeolojik düzeyde, şiddet görüntülerini de içine alan genel içeriğin ne anlama geldiği ortaya konmakta mıdır? Şiddet örneğinde üretim, içerik ve tüketim boyutlarının bir arada ele alınıp incelenmesi yararlı olmayacak mıdır? Ancak, bunları gerçekleştiren sınırlı sayıda kuram ve araştırma bulunmaktadır. Bu soruların yanıtları, medya/şiddet ekonomisinin araştırılmasıyla, medyanın ideolojik şiddetinin ortaya konmasıyla ve yetiştirme kuramına dayanılarak çalışmalar yapılmasıyla verilebilir. Bu bağlamda, böyle bir çalışma Türkiye açısından önemli olabilir.

Medyada Kullanılan Şiddete İlişkin Etki Araştırmaları Yeterli mi?

Medyada kullanılan şiddete ilişkin yapılan araştırmaların merkezi Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'dir. Söz konusu araştırmalar, 1920'li-1930'lu yıllarda sessiz sinema filmlerinin çocuklar üzerindeki etkisinin araştırılmasıyla başlamıştır (Lowery & DeFleur, 1995). Araştırmalar, 20. yüzyılda başlamıştır; ancak medyada şiddet kullanımı eski yüzyıllarda olmuştur. Günümüzde polis-adliye haberlerini çağrıştıran ilk haberler, Avrupa'da daha gazetenin ilk yıllarında hatta öncesinde yayımlanan haber kâğıt ve mektuplarında kullanılmıştır. Cadıların, büyücülerin yakılması, dehşetengiz cinayetler gibi olayların haberleri o dönemde verilmiştir (Özer, 2010). Trend'in belirttiğine göre, daha sonra, 1833'de ABD'de halkın şiddet suçu hikâyelerine olan

¹ Bu konuyla ilgili olarak, şu çalışmaya bakılabilir: Özer, 2010b.

açlığını gidermek için, ilk kez “The National Police Gazette” (Ulusal Polis Gazetesi) yayımlanmaya başlanmıştır (Trend, 2008, s. 23).

Medyada şiddet kullanımına ilişkin araştırmalar, en çok televizyon örneğinde yapılmıştır. Amerika Birleşik Devletleri’nde televizyonda kullanılan şiddete yönelik araştırmalar, 1954 yılında Smytee ve Head’in ayrı ayrı olarak gerçekleştirdikleri araştırmalarla başlamıştır. Her iki araştırma da, özellikle çocuk programlarında şiddet ögesinin fazla bulunduğu sonucuna ulaşmıştır (Signorielli vd., 1995, s. 278). Daha sonraki yıllarda bu alanda çok sayıda araştırma yapılmıştır. Söz konusu araştırmaların çoğu ise belirtildiği gibi, Amerika Birleşik Devletleri’nde gerçekleştirilmiştir.²

Konusu geçen araştırmalar, sonuçta etki üzerinde durmuştur. Etki araştırmaları, sorunu bireye indirgeyen araştırmalardır. Örneğin, sosyal öğrenme ya da taklit kuramı, bireyin medyadan -daha çok televizyondan- öğrendiğini taklit ettiğini ortaya koymaktadır. Bunun için de ilginç örnekler vermektedir. Saddam Hüseyin’in idam sahnelerinin bazı çocuklar tarafından taklit edilmesi de bu tür örnekler arasına girmektedir. Ne var ki bu kuram ne kadar verimli olursa olsun, -diğerlerini de kapsamaktadır- medyada şiddet kullanımı sorununu toplumsal, ekonomik, kültürel, siyasal vb. bağlamlarından soyutlayarak ele almak yeterli olmayacaktır. Medyada kullanılan şiddet sorunu, başka kurumlarla ilişkileri ve toplumdaki şiddetle ilişkilendirilerek açıklanmalıdır.

Medyada şiddete yer verilmesi ve buna yönelik araştırmaların ABD’de ortaya çıkması rastlantısal değildir. Şiddet konusu olan davranışın kökleri ya da kaynakları, uygun ulusal, tarihsel, kültürel ve ekonomik bağlamlar dışında elverişli biçimde incelenemez. Kökleri ülkeden ülkeye değişecektir. ABD’de “sınır etkeni”nin, göç hacmi ve biçimlerinin, Bağımsızlık Savaşı’nın, sanayi devriminin, kentleşmenin, hızlı toplumsal değişme ve devingenliğin, daha önce eş görülmemiş zenginliğin ve bolluğun, sınıf sisteminin ve görelî yoksulluğun (Halloran, 1983, s. 65) medyada şiddet kullanımında ve buna yönelik araştırmaların artmasında rolü olduğunu teslim etmek gerekmektedir. Nitekim, medyada şiddet kullanımına ilişkin ilginin yoğunlaştığı dönem olan 1960’lı yılların sonlarında ABD’de toplumsal anlamda şiddet patlaması yaşanmıştır. Suikastler, Vietnam Savaşı karşıtlarının protestoları, gençlik muhalefeti, üniversite olayları, siyahların başkaldırısı vs. örnekler arasındadır.

Medyanın kendi gerçekliğini sıfırdan üretemeyeceğini, ancak sosyal gerçekliği alıp kendi gerçekliğine çevirebileceğini, insan gerçekliğinin de medya gerçekliği üzerinden oluşabileceğini düşünmek mümkündür. Örneğin, kan davaları... Sadece bizim değil bazı toplumların da kanayan yarası olan kan davasını kaç kişi yaşamıştır acaba? Ama ortalama insanın bu konudan haberi vardır diye düşünmek mümkündür. Sosyal gerçeklik olan ve toplumda yaşanan bu olaylar, medya aracılığıyla insanlara duyurulmuştur. Ancak burada medya, sosyal gerçekliği alırken kendi gerçekliğine çevirmiştir. Örneğin, “Gurbet Kadını” dizisinde düşman aşiretlerin oğlu ve gelini Atatürk Barajı kenarında barbekü partisi yapabilmektedir (Özer, 2010c). Gerçekte bitmiş bir kan davasını yeniden başlatacak bu pratik, medyada normal olarak olumlu bir davranış olarak

² Bu araştırmaların bir dökümü için bkz. Özer, 2010b.

sunulmakta, kan davası aşka indirgenmektedir. Psikolojik, ekonomik, sosyolojik süreçleriyle “nefret edilesi” bir durumu yansıtan kan davaları böylece sevimli hale getirilmektedir. Elbette, bu örnek bile, medyada yer verilen şiddetin etki sorunsalı çerçevesinde çözümlenmesinin yeterli olmadığını; ekonomik, toplumsal, kültürel ve hatta ideolojik boyutlarıyla incelenmesi gerektiğini ifade etmeye yetebilir.

Medyada şiddet kullanımını genellikle, doğru biçimde “olumsuz” olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle, Emir Turam (2010) gibi şiddet de gösterilen televizyonu olumsuzlayan araştırmacıların bir noktayı kaçırdığını ifade etmek gerekmektedir. Medyanın şiddeti kullanırken bir toplumsal denetim aracı olarak işlev gördüğünü kabul etmek gerekir. Ama bu işleve, yerleşmiş düzende çıkarları olanlar açısından olumlu bakılabilir. Toplumda değişiklik isteyen başka gruplar açısından zorunlu olarak böyle bir işlevden söz edilemez (Halloran, 1983, ss. 78-79). Bundan dolayı, her ne kadar olumsuz sonuçlara ulaşılsa da medyada şiddet kullanımıyla ilgili araştırmalarda etki sorunundan kurtulmak yararlı olacaktır.

Medya/Şiddet Ekonomisi, Medyanın İdeolojik Şiddeti ve Yetiştirme Kuramı

Şiddet örneğinde etki araştırmaları, yeterli ve kapsayıcı değildir. Söz konusu araştırmaların eksikliği, şiddet ekonomisinin, medyanın ideolojik şiddetinin ve yetiştirme kuramının anlaşılması, iyi bilinmesi ve bu yönde yeni araştırmaların yapılmasıyla giderilebilir.

Şiddet Ekonomisi

Medyada kullanılan şiddete yönelik yapılan araştırmalar, daha çok içerik ve bu içeriğin etkisine ilişkin olmuştur. Medya içeriğine ilişkin araştırmalar genellikle içerik çözümlemesi yöntemini kullanarak, televizyon programlarında kullanılan şiddeti çözümlemiştir. Bu önemlidir, ama üretim tarafına ilişkin araştırmaların kısır kaldığı belirtilebilir. Bu yönde, şiddet örneği açısından kendine yeterli bir kuramsal bakış geliştirilebildiğini söylemek de güçtür. Medyada şiddet kullanımını ve/veya şiddet ekonomisini anlamamanın yolu, medya ekonomisini anlamadan geçmektedir. Şiddet ekonomisiyle kastedilen, medyanın kapitalist sistemdeki yeri ve içinde şiddet barındıran programların üretim ve tüketim aşamasında yaşanan kâr sürecidir. Elbette bu süreç, bağlamına yerleştirilerek açıklanmalıdır.

Medyada kullanılan şiddetin bir iktisadi boyutu bulunmaktadır. Dolayısıyla, medyada kullanılan şiddet ve bunun iktisadi dayanaklarını değerlendirmek gerekir. Bunun için de, küresel medya sisteminin özellikle 1980’li yıllardan başlayarak dünya ölçeğinde geçirdiği değişimin mutlaka göz önüne alınması zorunludur. Çünkü, günümüz medya kuruluşları, piyasaya hâkim olma ve sadece kâr elde etme amaçlarıyla etkinlikte bulunmaktadır. Bu nedenle, şiddet gibi nispeten az maliyetli; ama çok ve kolay satan bir konuyu sürekli gündemde tutmaları kolayca anlaşılabilir hale gelmektedir.

Medyada şiddet kullanımının gerisinde kâr etme isteği bulunmaktadır. Medya ve kâr bir arada düşünüldüğünde, en öne çıkan unsur şiddet olarak kendini göstermektedir. Şiddetin

dili yoktur; her topluma uygun içerik şiddettir. Cinsellik hemen sonra gelmektedir, ama şiddet kadar satış popüleriği taşımamaktadır; taşıdığı kabul edilse bile her toplum, televizyonunda cinselliği serbestçe kullanmamaktadır (Gerbner, 1996). Bir ürün olarak televizyon programının yaratımında en ucuz bileşen ve diğer ülkelerdeki yayıncılara kolayca satılabilecek olan, mizahi olmayan şiddet serüvenleridir. Mizah konusu da oldukça popüler bir konudur. Medyada dikkat çekmek için önemli olduğu herkesçe kabul edilmektedir. Ancak, mizahi ve ciddi dram türü filmler yapabilmek için her şeyden önce çok ciddi senaryolar ve kültürel birtakım referanslar vermek gerekmektedir. Neyin komik olduğu, toplumların kültürlerine özgü olma özelliği taşır ve bunu ifade etmek gerçekten zor olabilir. Örneğin, “Moose Jaw” ve “Dar-es-Salaam” gibi yapımlarda insanlara farklı şeyler komik gelirken, şiddet ve aksiyon dolu bir yapıım tüm dünyada rahatlıkla anlaşılabilir (Media Education and Media Violence, 2010). George Gerbner’ın söylediği gibi, “Şiddet dünya çapında medya piyasasında tercih edilen bir maldır. Çünkü, şiddetin yer aldığı sahneler bizzat kendilerini ifade ederler, çok az sözcüklerle ifade edilme gereksinimi gösterirler.” (Aktaran Bartholow vd., 2003, s. 1).

Medyada kullanılan şiddet, çoğu zaman, ticari mesajlar açısından en “uygun” zihinsel set içinde bulunan izleyicileri, reklamcılara teslim etmek için gereklidir (Morgan, 1995, s. 110). Endüstri, reklamcılar için en çok izleyiciyi toplamak istemektedir. Hedefteki kitle 18-34 yaş arasındaki insanlardır. Bu grup için en uygun araç ise şiddettir (Potter, 1999, s. 157). Televizyonda kullanılan şiddet, çoğu zaman beyaz ve erkek iktidarının yansıtıcısıdır. Daha da önemlisi, global pazara bağlı bir endüstriyle program içeriği bağının temelini oluşturan büyük bir buzdağının en uç noktasında yer almaktadır. Bu ilişki, çoklu medya ve bazı kanalların moda söylemiyle gizlenmektedir (Gerbner, 1993). Televizyonda kullanılan şiddet, global pazar sisteminin bütünlük bir parçasıdır. Bazı ülkelerde, görece popüler olmasa da dünya ekranının paylaşımının arttırılmasına hükmetmektedir. Dramatik bileşenlere vurgu yapmak, saldırgan uluslararası promosyon için en uygun olanıdır (Gerbner, 1996, s. 31). Ürünlerini satın alacakların az olması, program üreticilerinin finans açığına zorlamaktadır. Bu, lisan (dil) üzerine eğilmeyi ve ihrac etmeyi beraberinde getirmektedir. Bu nedenle onlar, herhangi bir kültüre uygun olacak, herhangi bir dile çevrilmeye gerek kalmayacak dramatik bir bileşene gereksinim duymaktadırlar. Bu bileşen, “şiddet”tir. Cinsellik ise, ikinci sırada gelmektedir; ama ironik olarak, çeşitli engelleme ve sınırlamalarla karşılaşmaktadır (Gerbner, 1996, s. 32).

Her şeyden önce, son yıllarda medyada kullanılan şiddetin artmasının gerisindeki temel nedenin yukarıdaki satırlarda da belirtildiği gibi daha çok kâr elde etmek olduğu, yani kısaca para olduğu unutulmamalıdır. Örneğin, Amerikan yapımı, yoğun şiddetin yer aldığı bir filmin yurtdışına satılması kolaydır. Bir kere bu tür filmlerin ihraç edilen ülkelerin dillerine çevrilmesi son derece basittir. Ayrıca, bu filmleri üretmek bazı ülkelerdeki, örneğin Fransa gibi kültür milliyetçisi olarak bilinen ülkelerde, varolan kültürel engelleri aşmak daha kolaylaşmaktadır.

Medyada kullanılan şiddeti ekonomik açıdan anlamının yolu “ölçek ve kapsam” ekonomilerini bilmekte yatmaktadır. Özer ve Özer (2010)’den yapılacak şu alıntılar bunları anlamaya dönüktür: Dünya genelinde ve Türkiye özelinde medya şirketlerinin etkinlikte bulunduğu piyasa yapısına bakıldığında, bu piyasaların genellikle oligopol denilen ve az sayıda firmanın ya homojen (çelik)

ya da farklılaştırılmış ürün (kitap) sattıkları ve belli ölçüde rekabetin söz konusu olduğu piyasalar oldukları görülür. Dünya genelinde birçok ülkede, medyanın çeşitli sektörlerinin birkaç büyük firma tarafından domine edildiği anlaşılır. Bunun temel nedenlerinden birisi, medya şirketlerinin üretimlerinin büyük ölçekli üretimler olmalarıdır. Bu nedenle, bir firmanın üretimin artmasıyla elde edeceği maliyet avantajları olarak tanımlanan ölçek ekonomileri, medya sektöründe çok önemli bir yere sahiptir. Çünkü, medya sektöründe başlangıç üretim maliyetleri çok yüksek olduğu gibi, yeniden üretmenin marjinal maliyetleri ile dağıtım maliyetleri nispeten daha düşüktür. Bu nedenle de, yeni firmaların piyasaya girmeleri oldukça güç olmaktadır.

Medya sektöründe ölçek ekonomilerinin bu denli belirleyici olması, medya endüstrisinin ürettiği ürünlerin kamusal mal olma özelliklerinden kaynaklanmaktadır. İktisatta, bir malın ek bir birimini üretmenin toplam maliyette yarattığı artış olarak tanımlanan marjinal maliyet, medya firmaları için “bir ürün ya da hizmeti ek bir tüketicie sunma” biçiminde tanımlanabilir. Ortalama maliyet ise, “bir ürün ya da hizmeti sağlamanın toplam maliyetinin, medyanın bir ürününü tüketen ya da bir programını izleyen ya da dileyen toplam izleyici-dinleyici sayısına oranlanması” (Doyle, 2002, s. 14) ile bulunur. Medyanın birçok sektöründe marjinal maliyetler ya çok düşük ya da sıfır; üstelik de ortalama maliyetlerden her zaman düşüktür. Bundan dolayı, bir dergi daha fazla okundukça ve bir program daha fazla izlendikçe, o programı sunmanın firmaya ortalama maliyeti de düşmektedir. Eğer, bir medya firmasının ürünü daha fazla tüketildikçe o ürünü üretmenin ortalama maliyeti azalıyorsa, bu durumda firma ölçek ekonomileri ve yüksek kâr elde etmenin avantajlarından yararlanıyor demektir.

Medya şirketlerinin bir başka ortak özelliği de, -ki bu özellik daha çok, medyanın ürettiği ürünlerin ve sundukları hizmetlerin kamusal mal olma özelliğinden kaynaklanmaktadır- kavramsal olarak ölçek ekonomilerine benzeyen ve ölçek ekonomisi koşullarına birbirleriyle ilişkili birden fazla ürünü ortak üretip ortak olarak satarak ulaşılan, kapsam ekonomilerinden yararlanıyor olmalarıdır. Bir başka deyişle, eğer bir medya şirketi birden fazla birbirleriyle ilişkili ürünü birlikte üretip ve birlikte satıyorsa, kapsam ekonomilerinin sağladığı maliyet avantajlarından yararlanabilir. Çünkü bu durumda, birden fazla ürün birlikte üretildiği gibi büyük ölçekli dağıtım, reklam ve satın almalar da yapılmaktadır. Kapsam ekonomileri sayesinde bir medya firması, ürünleri daha fazla tüketildikçe, o ürünü daha düşük maliyetle ve daha etkin bir şekilde üretebilmektedir. Ayrıca, aynı girdiyi birden fazla ürünün üretiminde kullanarak firma adına önemli miktarlarda kaynak tasarrufu yapabilmektedir.

Kapsam ekonomilerinin medya sektöründe bu denli yaygın olmasının ve medya sektörünün ayırt edici bir özelliği haline gelmesinin temel nedeni, medyanın ürettiği ürün ve sunduğu hizmetin yapısıdır. Bir piyasa için üretilen herhangi bir ürün, yeniden biçimlendirilerek bir başka piyasada satılabilmektedir. Örneğin, bir haber programı için bir ülke başbakanı ile yapılan bir görüşme, aynı kanalın ana haber bülteninde haber formatında yeniden düzenlenerek kullanılabilir.

Türkiye’de de ölçek ve kapsam ekonomilerinin program üretiminde kullanıldığını söylemek doğru olacaktır. Araştırmacıların bu açıdan yeni araştırmalar kurgulamaları mümkündür. Şiddet incelemesi yaparken, medyanın ekonomi politikasına ilişkin araştırmalar yapmak yararlı olabilir.

Ayrıca, şiddet kullanılan herhangi bir programın ele alınması uygun olabilir. Diziler, bu açıdan uygun örneklerdir. Bir dizinin nasıl üretildiği, bir başka deyişle üretim sürecinin başından sonuna kadarki aşamalar medya ekonomisi açısından ele alınabilir. Ölçek ve kapsam ekonomileri çerçevesinde incelenebilir. Önemli olan da budur.

Medyanın İdeolojik Şiddeti

Medyanın ideolojik şiddeti kavramının, medyada yer verilen şiddete ilişkin literatürde ilk kez Ömer Özer (Özer, 2010d) tarafından üretildiğini belirtmek mümkündür. Daha önce aynı yazar tarafından yazılan bir yazıda (Özer, 2006) “televizyonun ideolojik şiddeti” başlığıyla kaleme alındığını belirtmek yararlı olacaktır. Medyanın ideolojik şiddetinin hedefindeki kesim, “bağımlı kesim”dir. Bu nedenle, medyanın ideolojik şiddetini şu şekilde tanımlamak mümkündür: “Bağımlı kesimde yer alanların kendi konumlarını iyileştirme yönünde yapacaklarını yapamamalarını sağlayan; bundan önce kendi konumlarının iyileştirilmesinin gerekliliğini görmelerini engelleyen tüm içeriktir.” Bu tanım çerçevesinde, egemen medyada yer alan güldürüsünden yarışmasına, haberinden eğlence programlarına kadar her türlü “içeriğin/metnin”, ideolojik şiddet içerdiği söylenilebilir. Medyanın ideolojik şiddeti süreklilik taşımaktadır. Medyanın egemen yapısı sürdükçe, ideolojik içeriğin de süreceğini belirtmek doğru olacaktır (Özer, 2010d).

Medyanın ideolojik şiddedi, medyadan yansıyan her türlü içeriği metin olarak kabul eder ve bu metinlerin anlamlandırılmasıyla ilgilenir. Anlamlandırma özellikle çekişmeli konularda önemli hale gelmektedir. X konusunda a ya da b yönünde anlamlandırmalar yapılabilmektedir. Bu açıdan anlamı doğru saptamak önem taşımaktadır. Medyanın ideolojik şiddeti bakış açısından içerik üzerinde saptanan anlamın, üretim tarafından geldiği ve tüketim tarafından da yani alıcılarca da aynı şekilde algılanacağı kabul edilmektedir. Olayların anlamlarının verili olmadığı bir kere kabul edildiğinde, bu olayların anlamlandırılması da, ideolojik iktidarı işaret eder: “Olayları belli bir yönde anlamlandırma iktidarı.” Anlamlandırmalar, çekişmeli ve çatışmalı konulara gerçek ve olumlu birer güç olarak katılır ve sonuçları etkiler. Olayların anlamlandırılması, uğruna mücadeleyle girilen şeyin bir parçasıdır, çünkü anlamlandırma kolektif toplumsal anlamların yaratıldıkları araçtır (ve o nedenle, belli sonuçların alınabilmesine yönelik rızanın etkili bir şekilde seferber edilebildiği bir araçtır) (Hall, 1999, ss. 95-97). Anlamlandırma, yan anlam düzeyinde yapılmaktadır ve medya söyleminin ideolojik boyutunu dile getirmektedir. Söylem kavramıyla anlaşılan, anlamın dil içerisinde hareket etmesiyle ortaya çıkan şeydir. İdeoloji ise, bu anlamın belli kişi ve gruplar çıkarına harekete geçiriliş biçimiyle ilgilenir (Thompson’dan aktaran Üşür, 1997, s. 89). Söylem ve anlam arasındaki ilişki bağlamında söylemin anlamı taşıması, kurması ve değiştirmesi olduğu kadar, anlamı sabitlemesi ya da kapatması gerekir (Üşür, 1997). Çünkü anlamlar sabitlenmez ya da kapatılmazsa söylem akıp giden ve her dakika değişen anlam denizinde bir şeyi anlamlandırma gücünü elde edemezdi. Dilin anlam kazanabilmesi ve dilin anlamlandırılma sürecinin işleyebilmesi için kapanma bir zorunluluktur (Çoban, 2003, ss. 256-258).

Medyanın ideolojik şiddeti, kültürel çalışmalar adı altında ele alınabilir. Kuramsal temelinde Antonio Gramsci ve Louis Althusser'in düşüncelerinden yararlanmaktadır. Özetle belirtildiğinde, özünde, iktidarla pratik arasındaki bağlantıyı araştıran Gramsci'nin hegemonya kuramı, medyanın eleştirel çözümlemelerinde kullanılan bir akım haline gelmiştir (Shoemaker & Reese, 2002). Hegemonya, kabaca bir egemen iktidarın kendi yönetimi için, hâkimiyeti altındaki insanların rızalarını kazanmada başvurduğu bütün pratik stratejiler alanı olarak tanımlanabilir (Eagleton, 1996, s. 167). Bir yönetici sınıflar fraksiyonları ittifakının -yani tarihsel blok- bağımlı sınıflar üzerinde "zor"a değil "rıza"ya dayanan bir otorite kurması sonucunda ortaya çıkmaktadır (Özbek, 1994, s. 79). Hâkim sınıflar, hegemonyayı, ideoloji ile çalıştırmaktadır; kısmen ideoloji ile işleyen yasa, polis, ordunun yanı sıra aile, eğitim sistemi, medya gibi üstyapı kurumları hegemonyanın başarılı olduğu esas alandır ve bu alan da ideoloji aracılığıyla işlemektedir. Ancak, hegemonya verili ve sürekli değildir, kaybedilebilir de (Fairclough, 1992). Bunun için sürekli kazanılmalıdır. Hegemonya kavramıyla Gramsci, Althusser gibi, mevcut sosyal yapı ve ilişkilerin desteklenip sağlamaştırılmasında ideolojinin önemini vurgulamıştır (Teo, 2000, s. 11). Söz konusu ideolojinin üretildiği en önemli alanlardan biri de medyadır. Temel hegemonya stratejilerinden biri ise ortakduyudur (Gramsci, 1992, s. 49). Medya ortakduyunun sağlanmasında işlevseldir (Fiske, 2003). Medya, sürekli olarak tutarlı bir ideolojiyle toplumsal yapıyı yönetilen sınıfların tahakküm altına alınmalarına kendi rızalarıyla katılımları yoluyla yeniden üreten ve haklılaştıran bir dizi ortakduyusal değerler ve mekanizmalar üreterek hegemonyacı bir işlev görmektedir (Shoemaker & Reese, 2002: ss.150-151).

Althusser için ideoloji, hiçbir biçimde yanılısamanın epistemolojik boyutuna indirgenemeyecek bir toplumsal kertedir (Balibar, 1991, s. 48). Düşünür (1991), ideolojinin bireylerin gerçek varoluş koşulları ile hayali ilişkilerinin temsili olduğunu belirtmektedir:

İnsanlar ideolojide gerçek varoluş koşullarını, gerçek dünyalarını kendilerine temsil etmezler; orada onlara temsil edilen, kendilerinin bu varoluş koşullarına karşı ilişkileridir. Gerçek dünyanın ideolojik, yani hayali olarak her tasarlanmasının merkezinde bu ilişki yer alır. Gerçek dünyanın ideolojik olarak tasarlanmasının doğurduğu hayali çarpıtmayı açıklaması gereken neden bu ilişki içinde yer alır.

Althusser'in bir pratik olarak ideoloji kuramı, Marx'ın yanlış bilinç olarak tanımladığı ideoloji kuramının ileri bir aşamasıdır; ancak Althusser'in kuramı, azınlığın çoğunluk üzerindeki iktidarının baskıcı olmayan araçlarla sürdürülmesinde "ideolojinin" rolünü vurgular. Althusser, ideolojiyi, tüm sınıfların katıldığı süregiden ve her yana yayılmış pratikler dizgesi olarak yeniden tanımlamıştır. Ancak, tüm sınıfların bu pratiklere katılması, bu pratiklerin artık, egemen sınıfın çıkarlarına hizmet etmediği anlamına gelmemektedir. Aksine, bu hizmeti tümüyle yerine getirmektedir. Althusser'in yaptığı tanıma göre ideoloji, Marx'ın inandığından çok daha etkilidir. Nitekim dışarıdan değil, içeriden işlemektedir ve tüm sınıfların düşünce ve yaşam biçimlerine derinden işlemiştir (Fiske, 2003, ss. 223-224).

Althusser (Aktaran Hall, 1996, s. 19), ideolojinin bir pratik olduğunda ısrar etmektedir. Althusser için ideolojinin sürekli olarak maddi bir varoluşu vardır ve ideoloji devletin aygıtları

ve pratikleri içine yazılmıştır. Burada bireyleri özne diye adlandırır. İdeolojinin varoluşu ile bireylerin özneler olarak çağrılmaları ve adlandırılmaları bir ve aynı şeydir. İdeolojinin ebedi olarak ele alındığında, insanları özneler olarak çağırıldığını belirtir. Althusser, böylelikle bireylerin her zaman ve zaten özne olduklarını ifade etmektedir (1991, s. 65). Althusser'e göre, öznenin pasif konumda olduğu anlaşılmaktadır (Çelik, 1999). Althusser, aile, hukuki, siyasal, sendikal, basın gibi devletin ideolojik aygıtı diye tanımladıklarını polis, hükümet, ordu vb. gibi aygıtlardan ayırır ve ikinci gruptakilere devletin baskı aygıtları ismini verir. Her ikisi de birbirlerinin özelliklerinden yararlanırlar ama baskı aygıtları özünde ve öncelikle baskı yöntemiyle işlerken, ideolojik aygıtlar ideoloji kullanarak işler (1991, s. 35). Ayşe İnal'a göre (1996, s. 60), Althusser'in öznesi, dil ve söylem içinde oluşur. Başka bir deyişle, medya metni içerisinde özne çağrılır ve adlandırılır.

Althusser'in çerçevesinde medya, ideolojinin hâkimiyeti altında işlemektedir. Medya, daha klasik olan baskıcı devlet aygıtlarına karşılık olarak, ideolojik devlet aygıtıdır. Böylece, medyanın etkinliği, yukarıdan dayatılan bir yanlış bilinçlilikte ya da değiştirilen tutumlarda değil, fakat koşulların temsil edilmesi ve tecrübe edilmesini sağlayan bilinç dışı kategorilerde yatmaktadır (Curran vd., 1991, s. 246). Burada medyanın ideolojik şiddeti açısından birkaç örnek vermek konunun anlaşılmasını kolaylaştırabilir.

Bir televizyon kanalında yer verilen bir yarışma programına annesiyle (Semra Hanım) katılan Ata Türk ismindeki kişi, medya tarafından son derece popüler yapıldı. Kendisi gibi yarışmaya katılan bir kadın ile evlenmesine annesi karşı çıktı. Evlilik gerçekleşmedi. Birbirlerini sevdiklerini söylemelerine karşın, bu gerçekleşmedi. Daha sonra, Ata Türk, bir otel odasında ölü bulundu. Annesi, oğlunun şehit olduğunu ileri sürdü. Tabutuna Türk bayrağı sarıldı. Bu olaydan çıkarılabilecek iki anlam şu şekildedir:

1. Bağımlı kesimdekiler, bakın cenazesi bile, şehitlere nasip olacak biçimde kaldırıldı. Var olan sıkıntılarınızı düşünmeyin, şans bir gün sizi de bulabilir (yarışmalar, yaşamın yarışmadan ve şanstın oluştuğunu ve kazananın olacağını söyler); zengin ve popüler olabilirsiniz.

2. Bağımlı kesimdekiler, bakın bir otel odasında ölüsü bulundu; bu yaşam size göre değil.

İkinci mesajı alanlar, kendi hallerine “şükredebilirler.” Birinciyi alanlar ise, bir hevesle bekleyedursunlar. Ama, deyim yerindeyse, ikisi de “aynı kapıya” çıkmaktadır: Bağımlı kesimdekiler, onlara yaşatılan yaşama karşı olan kırgınlıklarını, kızgınlıklarını bir süre de olsa bir kenara atabilirler.

Başka bir örnek, üzerinde yoğun tartışmalar yapılan, Türkiye'de televizyonda kullanılan şiddetin açığa çıkmasında kilometre taşlarından biri olan “Kurtlar Vadisi” dizisinden verilebilir:

1. Bağımlı kesimdekiler, yasal yollardan kendinize bir statü elde edemiyorsanız üzülmeyin. Yasal olmayan yollardan da sağlayabilirsiniz. Hele bir de, meşru kurumlar adına bu işi yapıyorsanız, her şey sizin için meşrudur.

2. Bağımlı kesimdekiler, yasal olmayan yollar sizin için uygun değildir; bakın neler neler oluyor. Bu yaşam, sizin için tehlikelidir; varolan yaşamınız sizin için en uygun olanıdır.

Birinci mesajı alanlar, yasal olmayan yollardan dolayı kendini ve kendisiyle birlikte olanları bitirebilir baskı aygıtlarının elinde. İkinci alanlar ise, en fazla, gelirinin yetmediğini konuşacaktır. Ama, ikisinin de sonucu aynı: Bağımlı kesimdekiler, kendi çıkarlarının aksi yönünde edimde bulunmuşlardır. Toplumda yaşanan olaylarının medya içeriğine taşınmasıyla medyada şiddet kullanılmaktadır. Bu durum, en hafifinden en ağırına kadar neredeyse her bir konu açısından geçerlidir. En ağırından biri olan “Kurtlar Vadisi” dizisini bu açıdan da örnek vermek mümkündür. Mafya dünyası ile devlet içi ilişkiler ve bunların kesişmelerini ve karşıtlığını şiddet üzerinden kuran dizi, içeriğinde her türlü şiddet türünü barındırmıştır: Sözel, psikolojik, ekonomik, aile içi, devlet-birey, siyasal, cinsiyetler arası/içi, cinsel ve fiziksel şiddet. Dizinin ilgiyle izlenmesinde, en çok eleştiriye konu olan şiddet unsurunu yoğun şekilde kullanmasının etkisi olabilir. Bu dizi yayınlanırken ve sonrasında Türkiye’de yaşanan bireylerarası bazı şiddet olaylarıyla birebir ilişkisi kurulmuştur. İlginç olan medyanın kendi eserinin sonuçlarını da kendisi için kullanmasıdır. Kuşkusuz dizinin içeriği, toplumda yaşanan gerçekliğin medya çeşitlemesidir. Aslında dizinin verdiği en önemli mesajlardan biri, sosyal kıdem sırasını bildirmesi ve yasal yollardan bir statü elde edemezseniz tek seçenek bu değil, yasal olmayan yollardan da statü sahibi olabilirsiniz şeklindedir. Belki de en önemli şiddet burada barınmaktadır ve bu “ideolojik şiddettir.” “Kurlar Vadisi” gibi örnekleri çoğaltmak mümkündür. Televizyon düşündürmemeyi başarmıştır, başarmaktadır. Aslında düşündürmemeyi başarırken, insanları pasif hale getirme ya da pasif hallerinin sürmesi yönünde işlev görmüştür de denilebilir.

Gazete açısından örnekler de şu şekilde verilebilir: 1 Mayıs, işçilerin kendilerini ifade ettikleri “işçi bayramı”dır. Ancak, 1996 yılındaki 1 Mayıs’a ilişkin haberler, bu anlamda değil de, 1 Mayıs’ların şiddeti barındırdığı ve kutlanmasının hep şiddet doğuracağı anlamıyla kapanmıştır. Oysa, sözü edilen 1 Mayıs’da neden şiddet yaşandığı ve devletin bu şiddeti önlemesine ilişkin bir sunuş yapılmamıştır. Ayrıca, ölen işçileri görmezden gelen bir bakış açısı yansıtılmıştır (Özer, 2001). İşçi ve memurların, bir hak olarak greve gitmeleri, sokakların kirlenmesine neden olarak gösterilmiştir. Başka bir ifadeyle, sokakların kirlenmesi ve bunun kamu sağlığını tehdit etmesinin sorumlusu olarak işçiler gösterilmiştir. Oysa, onlar haklarını aramaktadırlar. Aldıkları ücretler, yaşamaları için yeterli değildir (Işık & Özer, 2000). Yine, Eğitim-Sen’e bağlı öğretmenlerin düzenlediği yürüyüş, şiddetle birleştirilmiş ve onların eşit eğitim hakkına ilişkin istekleri görmezden gelinmiştir (Özer, 2008). Belediye işçilerinin, grev kararını asmak istemelerinin engellenmesiyle çıkan şiddet olaylarının sorumlusu, işçiler olarak gösterilebilmektedir (Özer, 2009). Esnafın, haklı bir girişimi de yine şiddetle birleştirilerek sunulmuştur (Özer ve Dağtaş, 2003). İsrail’in, Gazze’ye yaptığı saldırılar, hangi tarafın haklı olduğunu ortaya koymayı amaç edinmeyen çalışmanın sonucuna göre, oyun metaforuyla sunulabilmektedir (Özer, 2007a). İstanbul’da, demokratik bir İran isteyen İranlı muhaliflerin, İran devleti tarafından öldürülmesi sonucunda Türkiye’nin egemenlik haklarının çiğnenmesi, sorunun İran’ın bir iç sorunuymuş gibi sunulması yoluyla görmezden gelinmektedir (Özer, 1997).

Bu yönde yapılacak çalışmaların, özellikle eleştirel söylem çözümlemesi yapmaları yararlı olabilir. Ancak, eleştirel söylem çözümlemesi kendi kuramsal temeli olan bir alandır. Kültürel çalışmalar açısından hazırlanacak bir kuramsal temelin yönteminde eleştirel söylem çözümlemesi

kullanmak hatalı olacaktır. Bu nedenle, kültürel çalışmalar çerçevesinde medyanın ideolojik şiddetine ilişkin yapılacak bir çalışmada, metinde oluşan anlamı ortaya çıkarmak için betimsel olarak çözümlenme yapmak yararlı olacaktır. Yukarıda verilen örnekler geneldir ama anlamlı ve yönlendiricidir. Bu açıdan, haberler, diziler, yarışmalar vs. seri olarak ele alınıp incelenebilir ve deyim yerindeyse dolu dolu çalışmalar üretilebilir.

Yetiştirme Kuramı

Yetiştirme kuramı, George Gerbner tarafından Amerika Birleşik Devletleri'nde geliştirilen ve kurumsal süreç, mesaj sistem ve yetiştirme çözümlenmeleri bileşenleri olan "Kültürel Göstergeler Projesi"ni (Gerbner, 1973) ifade etmek için kullanılmaktadır. Proje, özellikle 1980'lerden sonra bu isimle anılmaya başlanmıştır. Önermelerinin diğer medyalar için de geçerli olduğu kabul edilmesine karşın, yetiştirme kuramı öncelikle, sosyal gerçeklik kavramlaştırması ile dünya algılaması ve televizyon içeriğindeki yönelimleri sorgulamaktadır (Gerbner vd., 1982).

Gerbner ve arkadaşlarına göre, dramatik televizyon programlarının içeriklerinin çözümlenmesiyle elde edilen televizyonun yansıttığı dünya (world of television), gerçek dünyadan (real world) farklılaşmaktadır (Shanahan & Morgan, 1999). Bu yönüyle televizyon, çok seyredenlerin sosyal gerçeklik kavramlaştırmalarına ve dünya algılamalarına katkı sağlamaktadır. Giderek, izleyicilerin inançlarını içeriğe uygun bir şekilde homojenleştirmektedir (Morgan, 1986, s. 125).

Gerbner'a göre insanlar, karmaşık sembollerin güdümü altında iletişim kurarlar. Aynı zamanda, hikâye anlatmanın bazı formları ve tarzları aracılığıyla oluşturulmuş ve deneyimlenmiş bir dünyada yaşarlar (Gerbner, 1990). İnsanlar, bildikleri ve düşündüklerini kişisel ya da doğrudan deneyimle değil, anlattıkları ve duydukları hikâyelerden edinirler (Gerbner & Gross, 1976, s. 173; Morgan & Shanahan, 1997, s. 5). Hikâye anlatma (Gerbner, 1998, s. 135), günümüzde televizyon aracılığıyla yapılmaktadır.

Televizyonun en önemli özelliklerinden birisi, merkezileşmiş "hikâye anlatıcı" olmasıdır (Gerbner vd., 1994, s. 18). Eskiden bir kültürün hikâyeleri öğretmenler, anne ve babalar, bir topluluğun üyeleri ya da din adamları tarafından yüz yüze anlatılırken, günümüzde bu hikâyeleri televizyon anlatmaktadır. Televizyon öncesinde "eğilimler", ev ve okulda değerlerin öğrenilmesiyle belirlenmekte; medyaya da seçici bir şekilde ulaşılabilir. Şimdi ise, televizyonu erken çocukluktan başlayarak izlemenin etkisi yetiştirmeyi sürekli kılmaktadır (Gerbner, 1990, s. 254). Televizyon, en çok zamanda en çok insana en çok hikâyeyi anlatmakta; pazar dinamiklerine uyumlu, reklamcı sponsorluğu altında, standartlaşmış ve merkezileşmiş bir yapı içinde hikâye anlatmanın kültürel sürecini dönüştürmektedir. Hikâye anlatmanın kültürel süreci de, satış çabasında olan global ticari çıkarlar tarafından denetlenmektedir (Gerbner, 1990).

Yetiştirme kuramı açısından televizyonla izleyici ilişkisi önem taşımaktadır. İnsanlar, programa bakmadan sezonluk, aylık, haftalık ya da günün belli bir zamanında izlemeye hazır gruplardır. Televizyon programlarının çoğu, ticari gerekliliğe göre düzenlenmekte; izleme ise bu programlara göre değil, toplam türlere göre yapılmaktadır (Gerbner, 1990, s. 254). Başka bir

deyişle, çoğu izleyici sinema, tiyatro, kitap ya da dergi tercihinden farklı olarak, televizyonu, programlarını tercih etmeden rutin olarak izlemektedir. Bir program tercih edillse bile, televizyon izleme program sonunda da sürmektedir. Örneğin, diziler ve durum komedileri başlar ve son bulur. Ama televizyon, ortalama yedi saat açık kalır ve insanlar ortalama üç saat izler (Gerbner vd., 1984, ss. 284- 285; Signorielli ve Morgan, 1996, s. 115). Böylece, televizyonu çok seyredenler kendi program tercihlerine bakmaksızın temel dramatik bileşenlerin aynı karışımını izlerler. Bu nedenle, belli tercihlerden daha çok toplam izleme ölçümlerinin yetiştirme kuramının amaçları için en uygun olduğu kabul edilir (Gerbner, 1990, s. 255).

Kültürel göstergeler projesinin birinci sırasında yer alan kurumsal süreç çözümlemesi bileşeniyle, kitle iletişiminin diğer kurumlarla nasıl ilişkili olduğu, nasıl karar alındığı, mesaj sistemlerinin nasıl oluşturulduğu ve bir toplumda işlevlerini nasıl yerine getirdiği gibi konular çözümlenmektedir. Bu bileşenin önemi, kitle iletişim politikalarının, yalnızca sosyal ilişkilerin genel yapısını ve endüstriyel gelişmede bir aşamayı değil, aynı zamanda belli tür kurumsal ve endüstriyel güçleri ve bunların baskılarını yansıtmasından da kaynaklanmaktadır (Gerbner, 1973).

Gerbner'a göre, herhangi bir işletmede işletme yöneticilerinin, şirketi yönetmede ve karar almada serbest görünebilmesi, daha gerçekçi bir bakış açısından mesajları da içeren tüm kitlesel üretimlerin yönetildiğini gizlemeye yetmez. Kurumsal güç (iktidar), o kurumu oluşturan otoriteler, yönetim, meslektaşlar (çalışanlar), rakipler, uzmanlar ve diğerlerinin destekleri üzerine kurulmaktadır. Otoriteler, siyasi baskı kurabilirler; patronlar, para sağlayabilirler ya da çekebilirler; yönetim işe alabilir ya da işten atabilir; yardımcıları fazla mesai yapar ya da hizmeti durdurabilirler; meslektaşlar işi bırakabilirler; örgütler destek verebilir, protesto edebilir ya da boykot yapabilir ve nihayet kamuoyu okumayı, seyretmeyi, seçmeyi ya da almayı durdurabilir. Kurumsal süreç çözümlemesinde, görüşmeler yoluyla katılımcıların gözlemleri araştırılır. Güç rollerinin yapısını, işlevlerini ve gücü yaratan unsurları ortaya koyma amacıyla kayıtlar incelenir (Gerbner, 1973).³

Mesaj sistem çözümlemesi ise, televizyon programları üzerinde yapılmaktadır. Gerbner'a göre mesaj, somut fiziksel ve sosyal ilişkilerin, sosyal ve tarihsel olarak belirlenmiş bir ifadesidir. Mesajlar, üretildikleri sosyal ilişkiler ve bağlamları dikkate alınarak anlaşılabilir bakış açısı, önermeler ve varsayımları içerir ve bu ilişki ve bağlamları yeniden oluşturur. Böylece, ürettikleri pratikler ve yapıları anlamlarını verir ve sonuçlarına katlanmayı sağlar (Aktaran Morgan, 1995, s. 104). Mesajların üretimi, sosyal örneklerin kültürel ve politik iktidarı içermesini sağlaması nedeniyle, özel bir önem taşımaktadır. Burada işleyiş, doğru oluşturulan mesajların, ortak bilinci yetiştireceği şeklindedir.

Mesaj sistem çözümlemesinin, yetiştirme kuramı açısından oldukça fazla önemi bulunmaktadır. Bunun nedeni, yetiştirme çözümlemesine temel oluşturan sorulara kaynaklık etmesidir. Yetiştirme çözümlemesinde kullanılan sorular, geniş izleyici gruplarına, bebeklikten itibaren uzun zaman boyunca sunulan televizyon mesaj sistemlerine yerleşmiş içerik

³ Kurumsal süreç çözümlemesi açısından yapılan araştırmalar için bkz. Özer, 2004.

görünümlerinden yansımaktadır (Gerbner, 1990, s. 253). Mesaj sistem çözümlemesiyle, televizyonda en fazla sunulan örnekler saptanır. Daha sonra, bunların ideolojik olarak ne tür bir ekme yapacağı düşünülür ve bu durumu yansıtacak sorular hazırlanır. Örneğin, televizyon çözümlemesinde şiddet en fazla sunulmuş olsun. Bu, ekme boyutunda tehlikeli dünya algılamasına neden olabilir. Televizyon dünyasını temsilen yetiştirme çözümlemesi için örneğin, “Genel olarak söylersek tehlikeli bir dünyada yaşamaktayız.” önermesi geliştirilir.

Yetiştirme çözümlemesi de, televizyonla büyüme ve yaşamının toplam sonuçlarına yoğunlaşmaktadır (Signorielli & Morgan, 1996, s. 123). Yetiştirme kavramı, ilk yetiştirme çalışmasında televizyon izleyicilerinin bilinçsizce, televizyon dünyasının demografik gerçeklerini edinmesi, rastlantısal ve kasıtlı olmaksızın öğrenmesi olarak tanımlanmıştır (Gerbner & Gross, 1976, s. 170). Başka bir deyişle kavram, televizyon izlemenin, izleyicinin sosyal gerçeklik kavramlaştırmasına katkısını açıklamaktadır (Morgan, 1984, s. 500). Yetiştirme çözümlemesi de, izleyicinin sosyal gerçeklik kavramlaştırmasıyla televizyon içeriğindeki en çok yinelenen imge ve ideolojiler arasındaki ilişkiyi incelemektedir (Gerbner vd., 1980). Yetiştirme çözümlemesinin görevi, özellikle televizyon eğlencesindeki egemen mesaj sisteminin, bu mesajlarda ifade edilen en duruş ve yinelenen imgelerle beliren sosyal gerçeklik kavramlaştırmasına bağımsız katkısını tanımlamaktır (Morhan ve Shanahan, 1992, s. 175). Çözümleme, televizyonu çok seyreden izleyicilerin (Heavy Wiever) bir önceki cümlede belirtilen en çok ortak ve yinelenen mesajlardan oluşan televizyon dünyasının mesajlarını, gerçek dünya olarak algıladığını ortaya koymaya çalışır. Televizyonu çok seyredenlerle, az seyredenlerin (Light Wiever) yanıtlarını demografik değişkenleri de göz önüne alarak karşılaştırır (Morgan ve Signorielli, 1990, s. 16).

İlk yetiştirme araştırmasının yayınlanması (1976) ile 1980’li yılların başları arasında kalan zamanda bazı araştırmacılar, Gerbner ve arkadaşlarına eleştirilerde bulunmuşlardır. Bu eleştiriler, Yaygın Görüş Haline Getirme (Mainstreaming) kavramını ve çözümlemesini doğurmuştur. Bir süreç olarak Yaygın Görüş Haline Getirme, televizyonun ortak yönelimleri yetiştirdiği iddiasının, kuramsal sunumunu ve deneysel kanıtını temsil etmektedir. Yaygın Görüş Haline Getirme, görece bir homojenleşmeyi, farklı görüşlerin emilmesini ve farklı izleyicilerin bir araya getirilmesini sunmaktadır. Bir ölçüde, basılı kültür tarafından geliştirilen ve geçmişten gelen geleneksel farklılıklar, televizyon dünyası içinde kültürlenmiş ve birbirini izleyen gruplar ve kuşaklar düzeyinde bulanıklaşmıştır (Signorielli ve Morgan, 1996, s. 118). Yaygın Görüş Haline Getirme, çok seyredenlerin, televizyon dünyasını öteki etken ve etkilerden kaynaklanan davranış ve yönelimlerdeki farklılıkları yok ederek algılaması anlamına gelmektedir. Farklı izleyici gruplarının yanıtlarındaki farklılıklar, başka bir deyişle, bu grupların farklı kültürel, sosyal ve politik özellikleriyle uyumlu duruma getirilmiş farklılıklar, grupların çok seyredenlerinin yanıtlarında azalmakta ya da yok olmaktadır (Gerbner vd., 1994).

Yetiştirme kuramı, bir şiddet kuramı değildir, ancak şiddet araştırmalarıyla başlamış ve tanınmıştır. George Gerbner’in kuramsal süreç çözümlemesi çerçevesinde kabul edilebilecek çalışmalarından sonra, 1960’ların sonlarına doğru televizyonda şiddet çözümlemeleri başlamıştır. Yetiştirme araştırmaları da başlarda şiddet açısından gerçekleştirilmiştir. 1970’lerin başlarında yapılan araştırma 1976’da Gerbner ve Gross tarafından yayınlanmıştır. Onlar (1976, s.

184) şiddeti, “Fiziksel gücün silahlı ya da silah kullanmadan, kişinin kendisine ya da başkalarına karşı, kurbanın kendi rızası dışında, acı verecek şekilde incitilmesi, öldürülmesi ya da olayın bir parçası olarak kurban olacak derecede tehdit edilmesi unsurlarının açık bir ifadesidir.” biçiminde tanımlamıştır. Bu tanım, Gerbner ve arkadaşlarının 1967’den beri üm şiddet araştırmalarında geçerliliğini korumuştur. Boş tehditler, sözlü saldırılar, inandırıcı şiddet sonuçları doğurmayan jestler şiddet olarak kodlanmamaktadır (Gerbner vd., 1980, s. 11). Kaza ve doğal şiddet ise, daima belli karakterleri kurban eden amaçlı dramatik eylemler olarak kabul edildiğinden, şiddet kapsamına girmektedir (1980, s. 12; Morgan, 1984).

Şiddetin ele alınış biçimi, yetiştirme kuramının iletişim alanı içinde ve dışında geliştirilen kuramlardan ayrılmasını sağlayan anahtar yönlerden biridir. Yetiştirme kuramı, şiddet açısından çok önemli bir vurgusuyla, televizyonu çok izlemenin insanlarda korku duygusu yarattığını öngörmektedir (Morgan, 1995, s. 103). Gerbner’a göre, televizyonda sunulan şiddete yönelik ilgi her zaman olmuştur. Ancak konuya, “Televizyonda sunulan şiddet, gerçek hayattaki şiddeti tetikliyor mu?” gibi yanlış sorularla yaklaşmış ve gerekli sonuçlara ulaşamamıştır (Gerbner, 1996, s. 27). Gerbner ve arkadaşları şiddeti, sosyal ilişkilerin bir türü ve bir iktidar (power) dersi olarak görmektedirler. İktidar, insanların korkusundan, yakın çevrelerinin tehditlerinden, şiddet kurbanı olma korkularından vb. gelebilir ve bu, tüm topluma yansiyacak ölçüde etkili olabilir (Gerbner, 1996; 1998; 1998a). Televizyon ise, her evi istila eden şiddet kültürünün oluşturucu ve temel katkı sağlayanıdır. Şiddet, dikkat çekici bir kamu sorunudur ve televizyonda dikkate değer ölçüde sunulmaktadır. Televizyon, tarihsel açıdan hesaplanamayacak oranda evlere şiddet taşımaktadır (Morgan, 1995, s. 110). Bu şiddet, ancak karmaşık bir senaryo ve sosyal ilişkilerin bir göstergesi olarak anlaşılabilir ve ifade özgürlüğü ve alıcı talebinden öte, belli güçler tarafından yürürlüğe konmaktadır (Gerbner, 1996, s. 27).

Kültürel göstergeler grubuna göre (Gerbner & Gross, 1976; Gerbner vd., 1982), şiddet gösterimiyle elde edilen net sonuç, risk ve güvensizlik duygusunun farklı iktidar grupları için farklı seviyede yükseltilmesidir. Bu ise, aynı ölçüde, kurulu otoriteye bağlılık ve boyun eğme seviyesini yükseltecektir. Aynı zamanda, sosyal düzene karşı, meşru sayılmayan güçlerce arasıra yöneltilen tehditlerden çok, söz konusu otoritenin kendi güç kullanımını meşrulaştıracaktır. Gerbner ve Gross’a göre (1976, s. 191) korku, evrensel bir duygudur ve patlamaya hazırdır. Sembolik şiddet, etkili bir şekilde yetiştirilmek için en ucuz yoldur. Şiddetin ritüelleştirilmiş olarak yayılması (kitlesele olarak üretilmiş dramalarda olduğu gibi; suçlarda ve doğal afet haberlerinde de...), dünyadaki tehlike ve tehditlere yönelik abartılmış varsayımları yetiştirebilir ve koruma için talepleri beraberinde getirebilir (Gerbner & Gross, 1976, s. 192). Bu bakış açısının, yetiştirme kuramını, Gramsci’nin hegemonya kavramının vurgularıyla bir araya getirdiği belirtilebilir. Nitekim, Shanahan ve Morgan da (1999) bu yönde bir vurguda bulunmuşlardır.

Yetiştirme kuramı, bir televizyon kuramı değildir; bir hikâye anlatma kuramıdır. Bu kuramı temel alacak bir çalışmada şiddet gösterimiyle ne tür hikâye anlatıldığı saptanacaktır. İnsanlar, televizyonun çarpıtılmış içeriğiyle sosyal gerçekliği çarpıtılmış olarak algılamaktadırlar. Bir başka ifadeyle, dünyayı yanlış algılamaktadırlar. Bunu ortaya koymak azımsanmayacak bir başarıdır.

Sonuç

Bu çalışmada, temelde medyada kullanılan şiddeti açıklayan ve etki sorunsalı çerçevesinde yapılan ve genelde sosyal psikolog ve psikologlar tarafından gerçekleştirilen araştırmaların yetersizliği vurgulanmış ve bunun yerine medyada kullanılan şiddeti anlamının yolunun şiddet/medya ekonomisi, medyanın ideolojik şiddeti ve yetiştirme kuramı bakış açısından geçtiği kabul edilerek bunlar açıklanmıştır.

Medyada yer verilen şiddeti sadece bireye indirgeyerek, onu etkiliyor mu etkilemiyor mu bakış açısı eski bir bakış açısıdır ve yeterli değildir. Nitekim medyadaki şiddeti toplumla bağı kurulmadan açıklamak son derece yanlış olacaktır. Bu açıdan medya ekonomisini bilmek, literatürde olmayan ve medyada kullanılan şiddetin ne anlama geldiğini ortaya koyan medyanın ideolojik şiddetini anlamak ve medyada kullanılan şiddeti, üretim, içerik ve tüketim boyutlarıyla açıklayan yetiştirme kuramını değerlendirmek bir anlamda zorunludur.

Medya dünyasını artık, medyaya bakarak açıklamak güçtür. Medyanın, içinde konuşulduğu kapitalist yapıyı sorgulamak gerekir. Kapitalizmin en önemli üretim alanlarından ve meşrulaştırma araçlarından biri medyadır. Şiddet ise dünya ölçeğinde maliyetinin azlığı, dilinin kolay çevrilir oluşu, her kültüre uyusuyla medya alanının en önemli pazar ürünlerinden olmaktadır. Bu nedenle, şiddet ekonomisini bilmek yararlıdır. Ancak, bu yönde araştırmalar yapmak zordur. Araştırmacılar, bu zorluğu aşarak belgeler ve görüşmeler üzerinden araştırmalar yapabilirler. Örneğin üretim tarafında çalışanlar için uygulanan ücret politikaları, edilen kârlar görüşmeler yoluyla ortaya konulabilir. Yıllık reklam gelirleri incelenebilir.

Medyada kullanılan şiddetin düz anlamıyla açıklanması yararlı olabilir, ama bu yetersizdir. Şiddet görüntülerinin ideolojik olarak ne anlama geldiğini çözümlmek gerekir. Elbette bu da yetmeyecektir. Anlama bakılırsa, oluşturulan tanım gereği, medyanın toplam içeriğinin şiddet barındırdığını ileri sürmek yanlış olmayacaktır. Bu nedenle, bağımlı kesimi kontrol altında tutan ve sisteme rıza göstermelerini sağlayan bu içeriği anlamsal düzeyde açıklamak yararlı olacaktır. Şiddet orada durmaktadır! Türkiye'deki televizyonlarda gösterilen diziler ele alınabilir ve incelenebilir. Örneğin, son dönemde oldukça fazla kullanılan zenginlik-yoksulluk ekseninde incelemeler yapılabilir.

Yetiştirme kuramı, şiddeti sadece şiddet olarak ele almamaktadır. Elbette bu kuram, eleştiriler almıştır. Ancak, bugüne kadar iletişim alanında medyadaki şiddeti açıklayan tek kuram olma özelliğini de taşımaktadır. Bir çalışmada kullanımlar ve doyumlar kuramı da şiddet örneğinde ele alınmıştır (Özer, 2007). Yetiştirme kuramı, hikâye anlatma kuramı olarak şiddet kullanımıyla anlatılan hikâyenin kimlerin çıkarına işlediğini ortaya koymaktadır. Bu yaparken de üretim, içerik ve tüketim boyutlarını birarada kullanmaktadır. Kaldı ki, Shanahan ve Morgan (1999), yetiştirme kuramını, Gramsci'nin hegemonya kuramıyla biraraya getirerek açıklamışlardır.

Kaynaklar

- Althusser, L. (1991). *İdeoloji ve devletin ideolojik aygıtları*. Yusuf Alp ve Mahmut Özişik (Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Balibar, E. (1991). *Althusser için yazılar*. Hülya Tufan (Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bartholow, D. B. vd. (2003). The proliferation of media violence and its economic underpinnings. Douglas A. Gentile (Ed.). *Media violence and children: a complete guide for parents and professionals* içinde (ss. 1-18). Greenwood Publishing Group.
- Curran, J. vd. (1991). *İletişim araçları üzerine çalışma: Kuramsal yaklaşımlar*. Meral Özbek (Çev.). İLEF Yıllık, 228-253.
- Çelik, N. B. (1999). İdeoloji kuramlarında özne: Althusser ve Gramsci. *Kültür ve İletişim*, 2 (2), 101-128.
- Çoban, B. (2003). Söylem, ideoloji ve eylem: İktidar ve muhalefet arasındaki mücadeleyi çözümleme denemesi. Çoban ve Zeynep Özarıslan, (Haz.). *Söylem ve ideoloji mitoloji-din-ideoloji* içinde (ss. 245-284). Barış İstanbul: Su Yayınları.
- Doyle, G. (2002). *Understanding media economics*. London: Sage Publication.
- Eagleton, T. (1996). *İdeoloji*. Muttalip Özcan (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Cambridge: Polity Press.
- Fiske, J. (2003). *İletişim çalışmalarına giriş*. Süleyman İrvan (Çev.). İstanbul: Ark Yayınları.
- Gerbner, G. (1973). Cultural indicators: The third voice. George Gerbner vd. (Ed.). *Communication technology and social policy* içinde (ss. 555-573). John Wiley and Sons.
- Gerbner, G. (1990). Epilogue: Advancing on the path of righteousness (maybe). Nancy Signorielli ve Michael Morgan (Ed.). *Cultivation analysis: New directions in media effects research* içinde (ss. 249-262). London: Sage Publication.
- Gerbner, G. (1993). Miracles' of communication technology: Powerful audiences, diverse choices, and other fairy tales. Janet Wasko (Ed.). *Illuminating the blind spots*. New Jersey: Ablex.
- Gerbner, G. (1996). The hidden side of television violence. Herbert Schiller vd. (Ed.). *Invisible crisis* içinde (ss. 27-34). Colorado Westview Press.
- Gerbner, G. (1998). The stories we tell. *Kültür ve İletişim*, 1(1), 17-30.
- Gerbner, G. (1998a). Stories of violence and the public interest. Kees Brants vd. (Ed.). *The media in question* içinde (ss. 135-46). London: Sage Publication.
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26 (2), 173-99.
- Gerbner, G. vd. (1980). The mainstreaming of America: Violence profile no:11. *Journal of Communication*, 30 (3), 10-29.
- Gerbner, G. vd. (1982). Charting the mainstream: Television's contributions to political orientations. *Journal of Communication*, 32 (2), 100-27.
- Gerbner, G. vd. (1984). Political correlates of television viewing. *Public Opinion Quarterly*, 48, 283-300.
- Gerbner, G. vd. (1994). Growing up with television: The cultivation perspective. Jennings Bryant ve Dolf Zillmann (Ed.). *Media Effects: Advances in Theory and Research* içinde (ss. 17-41). Lawrence Erlbaum.
- Gramsci, A. (1992). Culture and ideological hegemony. Jeffrey C. Alexander ve Steven Seidman (Ed.). *Culture and Society* içinde (ss. 47-54). Cambridge University Press.
- Gümüş, A. (2006). Şiddet türleri bir refleksiyon, bir sembol, bir gösterge olarak şiddet. *Toplumsal bir sorun olarak şiddet sempozyumu* içinde (ss. 13-38). Ankara: Eğitim Sen Yayınları.

- Hall, S. (1996). Signification, representation, ideology: Althusser and the post-structuralist debates. J. Curran vd. (Ed.). *Cultural studies and communication* içinde (ss. 11-34). Arnold.
- Hall, S. (1999). İdeolojinin yeniden keşfi: Medya çalışmalarında baskı altında tutulmanın geri dönüşü. Mehmet Küçük (Çev. ve Der.). *Medya iktidar ideoloji* içinde (ss. 77-126). İstanbul: Ark Yayınları.
- Halloran, D. J. (1983). Kitle iletişimi: Şiddetin belirtisi mi, yoksa nedeni mi?. *İletişim ve toplum sorunları kuram ve uygulama* içinde (ss. 62-84). Unesco/Türk Sosyal Bilimler Derneği Yayınları.
- İşık, G., & Özer, Ö. (2000). İşçi ve memur toplu iş bırakma eylemlerinin türk basınında sunumu. *Selçuk İletişim Dergisi*, 3 (1), 68-81.
- İnal, A. (1996). *Haberi okumak*. İstanbul: Temuçin Yayınları.
- Lowery, A. S., & DeFleur, M. L. (1995). *Milestones in mass communication*. Longman.
- Media Education and Media Violence (2010). 10.07.2010 tarihinde http://www.media-awareness.ca/english/issues/violence/role_media_education.cfm adresinden edinilmiştir.
- Morgan, M. (1984). Heavy television viewing and perceived quality of life. *Journalism Quarterly*, 61, 499-504.
- Morgan, M. (1986). Television and the erosion of regional diversity. *Journal of Broadcasting and Eletronic Media*, 30 (2), 123-39.
- Morgan, M. (1995). The critical contribution of George Gerbner. John A. Lent (Ed.). *A different road of taken* içinde (ss. 99-117). Boulder Colorado: Westview Press.
- Morgan, M., & Signorielli, N. (1990). Cultivation analysis: Conceptualization and methodology. Nancy Signorielli ve Michael Morgan (Ed.). *Cultivation analysis: New directions in media effects research* içinde (ss. 13-34). London: Sage Publication.
- Morgan, M., & Shanahan, J. (1992). Comparative cultivation analysis television and adolescents in argentina and Taiwan. Felipe Korzenny vd. (Ed.). *Mass media effects across cultures* içinde (ss. 173- 197). London: Sage Publication.
- Morgan, M. & Shanahan, J. (1997). Two decades of cultivation research: An appraisal and meta-analysis. *Communication Yearbook*, 20, 1-45.
- Özbek, M. (1994). *Popüler kültür ve Orhan Gencebay arabeski*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özer, M., & Özer, Ö. (2010). Pazarda satışın öyküsü: Medyada şiddet ekonomisi. *Medyada şiddet kültürü bu öyküde sen anlatılıyorsun* içinde (ss. 35-59). İstanbul: Literatürk Yayınları,
- Özer, Ö. (1997). *Krizin engellenmesi ve haber söylemi: Türkiye'deki İranlı muhalifler'e yönelik siyasi şiddet haberleri (1985-1996)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Özer, Ö. (2001). Kazanılmış hakkın tersine çevrilmesi: 1 Mayıs 1996 olaylarının Türk basınında sunumu. *İletişim Dergisi*, 9, 109-135.
- Özer, Ö. (2004). *Yetiştirme kuramı: Televizyonun kültürel işlevlerinin incelenmesi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları; No. 1578, İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları, No. 58.
- Özer, Ö. (2006). Televizyonun ideolojik şiddeti. *V Dergi*, 1 (1) Ocak-Şubat, 4-5.
- Özer, Ö. (2007). *Medya şiddet toplum*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, No: 1725.
- Özer, Ö. (2007a). The metaphorical nature of the news: The hegemonic role of television as a mediator in the example of Israel's attack to Lebanon. ISSN 1995-0500: 172-182.
- Özer, Ö. (2008). Ideological aspect of the news: The representation of Egitim Sen's (a union of education) demonstration in Turkish press. *Human Factors in Optimization of Today's World Educational Environment*. I.U. Makhova ve O.I. Matyash (Ed.), International Internet Conference, Komsomolsk

- on- Amur, January-February, 2008, Amur State University of Humanities and Pedagogy. ISBN 978-5-85094-292-2: 55-77.
- Özer, Ö. (2009). *Eleştirel haber çözümlemeleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, No. 1901, İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları, No. 71.
- Özer, Ö. (2010). *Liberal basın*. İstanbul: Literatürk Yayınevi.
- Özer, Ö. (2010b). Medyada sunulan fiziksel şiddetin etkilerini açıklayan psikolojik kuramlar. *Medyada şiddet kültürü bu öyküde sen anlatılıyorsun* içinde (ss. 385-410). İstanbul: Literatürk Yayınları.
- Özer, Ö. (2010c). İslahiyede kan davasına ilişkin yapılan araştırma ve kan davasını konu edinen gurbet kadını dizisinin karşılaştırmalı çözümlemesi. *Medyada şiddet kültürü bu öyküde sen anlatılıyorsun* içinde (ss. 451-494). İstanbul: Literatürk Yayınları.
- Özer, Ö. (2010d). Medyanın ideolojik şiddeti. *Medyada şiddet kültürü bu öyküde sen anlatılıyorsun* içinde (ss. 523-546). İstanbul: Literatürk Yayınları.
- Özer, Ö., & Dağtaş, E. (2003). Haber söylemi: 11 nisan 2001 Tandoğan Mmeydanı'ndaki esnaf toplanmasının medyada sunumu. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. (16-1), 281-307; (17-2), 165-187.
- Potter, W. J. (1999). *On media violence*. London: Sage Publication.
- Shanahan, J., & Morgan, M. (1999). *Television and its viewers cultivation theory and research*. Cambridge University Press.
- Shoemaker, P., & Reese, S. D. (2002). İdeolojinin medya içeriği üzerindeki etkisi. Süleyman İrvan (Der. ve Çev.). *Medya kültür siyaset*. Alp Yayınevi, 127-178.
- Signorielli, N. vd. (1995). Violence on television: The cultural indicator project. *Journal of Broadcasting and Eletronic Media*, 39 (2), 278-83.
- Signorielli, N., & Morgan, M. (1996). Cultivation analysis: Research and practice. Michael B. Salven ve D.W. Staks (Ed.). *An integrated approach to communication theory and research* içinde (ss. 111-126). Lawrance Earlbaum Associates Publishers.
- Teo, P. (2000). Racism in the news: A critical discourse analysis of news reporting in two Australian newspaper. *Discourse and Society*, 11 (1), 7-49.
- Trend, D. (2008). *Medyada şiddet efsanesi eleştirel bir giriş*. Gül Bostancı (Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Turam, E. (2010). TV'deki şiddetin çocuklara etkileri üzerine farklı bir bakış. *Cogito*, 6-7, Kış-Bahar'96, 391-406.
- Üşür, S. S. (1997). *İdeolojinin serüveni*. Ankara: İmge Yayınevi.

