

# MEDYA, GENÇLİK, SUÇ VE AHLAKİ PANİK<sup>1</sup>

**Aslı GÜNGÖR ERAL\***

## Özet

Bu çalışma, genç suçluluğunun medyadaki sunumu ve bir ahlaki paniğin yaratılması ve sürdürülmesi arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Ahlaki panikler sosyal değer ve çıkarlara bir tehdit olarak ortaya çıkan durum, olay, kişi ya da kişiler olarak tanımlanmaktadır. Ahlaki panikler politikacılar tarafından vekaletin yönlendirilmesi, iş dünyası tarafından belirli pazarlarda satışların artırılması ve medya tarafından toplumsal ilişkilerin haber yapmaya değer bir hale getirilmesi için günlük inşa edilir. Günümüz gençliğinin var olduğu sayılan davranışlarının bir ahlaki paniğin “kaynağı” olduğu tartışılacaktır. Genel olarak gençlerin belalı, sorunlara yol açan kişiler olarak görülmesi ile böyle bireyler tarafından işlenen suç vakalarının arttığı algısı doğasında daha rastgele ve daha şiddetli hale gelmektedir. Bu çalışmanın amacı gençliğin kitle iletişim araçlarındaki sunumunu ve bu tür olumsuz sunumların halkın bütün gençler ve özellikle de genç suçlular kaynaklı korkusunun yükselmesine olan etkisini irdelemektir.

**Anahtar Kelimeler:** Medya, suç, ahlaki panik, suç haberleri, genç suçluluğu

*Dr. Öğr. Üye, Beykoz Üniversitesi, asligungorerel@gmail.com*

---

<sup>1</sup> Bu çalışma, Aslı Güngör Eral’ın “Türkiye’de Medya, Suç ve Ahlaki Panik ilişkisi” başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.



# MEDIA, YOUTH, CRIME AND MORAL PANIC

**Aslı GÜNGÖR ERAL\***

## **Abstract**

This article will examine the distinction between representation of youth crime in the media and the creation and continuance of a moral panic. Moral panics have been described as a condition, episode, person or group of persons which emerge to become defined as a threat to societal values and interests. Used by politicians to orchestrate consent, by business to promote sales in markets, and by media social affairs newsworthy, moral panics are constructed daily.

It will be argued that the alleged behavior of today's youth is the "source" of a moral panic. In general, youth are seen as troubled and troubling with the perception that incidents of crime committed by such individuals are increasing, becoming more random, and more violent in nature. The purpose of this article is to demonstrate this portrayal of youth to be the case in the media and to analyze the implications of such negative portrayals in the promotion of the public's fear of all youth and young offenders in particular.

## **Keywords:**

---

*Asts. Prof., Beykoz University, asligungorerel@gmail.com*



# MEDYA, GENÇLİK, SUÇ VE AHLAKİ PANİK

## GİRİŞ

1920'lerin sessiz sinemasından günümüzün gangster filmlerine kadar tüm türlerde suç mutlaka bulunmaktadır. Video ve bilgisayar oyunları aracılığıyla şiddet içerikli suç eylemlerini bizzat yaşarken, günümüzün rap vb. popüler müzik türleri suçu ve şiddeti yüceltmektedir. İnternet, gerek insanlara suç hakkında fikir paylaşımında bulunmaları için forumlar sağlayarak, gerekse sahtekarlık, hırsızlık, tecavüz gibi suçları işlemek için yeni yollar bulmayı kolaylaştırarak suça yönelik ilgiyi körüklemektedir. Televizyonda yayınlanan "reality" programları suçluları iş üstündeyken yakalamakta, diziler izlenme oranlarını arttırmak adına suç ekseninde gelişen öyküler kullanmaktadır. Örneğin; Amerikan menşeli "CSI: Criminal Scene Investigation" serisi uluslararası yayın ve geniş izlenme alanına sahiptir.

Peki, suç içerikli ürünlere olan bu ilginin nedenleri nelerdir? Neden suç ve sapkınlık, seyircileri bu kadar büyülemektedir? Eğer medya toplumun ilgisini yönlendirmekte bu kadar başarılıysa, insanların suç hakkındaki korkularıyla da aynı ölçüde oynayabilir ve bu korkuları artırabilir mi? Medyanın suça ilgisi bu kadar zararlı mıdır? Kitle iletişim araçları ile suç arasındaki ilişki tam olarak nedir?

Yaklaşık bir asırdan fazla bir süredir, hem kriminoloji hem medya üzerine çalışanlar, medya ve suç arasındaki bağlantıları anlamak için araştırmalar yapmaktadır. Nadiren birlikte çalışmalarına rağmen, kriminologların ve medya teorisyenlerinin; bir yanda suç, sapkınlık ve adalet sistemi arasında, diğer yanda da medya ve popüler kültür arasında ilişkileri algılamaları ve açılımını yapmalarında paralellikler bulmaları dikkate değerdir. Aslında iki disiplin arasındaki benzerlikler yalnızca suç ve medya arasındaki ara yüzeyde değildir. Her iki alanın akademisyenlerini de ilgilendiren bazı temel soruları –örneğin, 'Nasıl suçlu olunur? Niçin kitle iletişim araçları birer sorundur?' gibi- değerlendirdiğimizde bile, kriminoloji ve medya çalışmaları arasında paralellikler görülmektedir. Bunun sebebi, kriminolojinin ve medya çalışmalarının, birer ilgi alanı olarak geliştikçe, özellikle –sırasıyla- sosyoloji ve psikolojideki, bunun yanında sanattan pozitif ve sosyal bilimlere kadar uzanan diğer disiplinlerdeki gelişmelerden etkilenen çeşitli teorik ve deneye dayalı perspektiflerle şekillenmiş olmalarıdır.

Bu araştırmanın amacı medyanın genç suçluluğunu sunma biçimi ve toplumun algılayışı ile gençlere, özellikle de genç suçlulara yönelik

geliştirilen korku ve ahlaki panik arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Çalışmanın hipotezleri: medya ve suç arasında bir ilişki vardır; suç haberleri içinde gençlerin faili olduğu durumlar basmakalıp yargılarla, abartılarak sunulmakta ve önyargı oluşturmaktadır ve medya suç haberlerini sunarken kullandığı yöntemlerle ahlaki paniğe neden olmaktadır. Çalışma, bu değişkenler arasındaki ilişki içinde şu varsayımlara dayanmaktadır: İlk varsayım, medyanın modern toplumun geniş katılımına açık bir bilgi kaynağı olduğudur. Toplumun çoğunluğu bir şekilde düzenli olarak ya gazete okumaktadır, ya televizyon izlemektedir ya da ikisini birden yapmaktadır. İkinci varsayıma göre, pek çok insan ciddi bir suç ile doğrudan bir deneyime sahip olmasa da, suça maruz kalma durumunun herkesin başına gelebileceği yönündedir. Bu toplumun geniş bir kısmının medyaya suç ve ceza mevzuatı hakkındaki bilgiler konusunda güvendiği ve busayede her iki kavram hakkında da çarpıtılmış bir bakış açısına sahip olma tehlikesini barındırmaktadır. Son varsayım ise medyanın gündeminin gazete satmak, izler kitleyi etkilemek, siyasi yönlendirmede bulunmak ya da ekonomi-politikayı etkilemek için manipüle edici bir içeriği sunduğudur.

Makalede; genç suçluluğu, suç haberleri ve ahlaki panik ilişkisi; ahlaki panik süreci, Cohen Modeli, ahlaki paniğe neden olan koşullar ve medyanın ahlaki panik oluşumundaki etkisi tartışılmaktadır.

### **Suç Kavramı ve Genç Suçluluğu**

Teknik hukuk görüşü kısa ve basit bir tanımlama ile “hukuk düzeninin, sonucunu bir cezaya başladığı fiillere suç denir” sonucuna varmıştır. Bu tanım, belli bir yerde ve zamanda, nelerin suç olduğunu ortaya koymakla birlikte, suçun özünü, bir fiile neden “suç” denildiğini açıklayamadı. Bazı ceza hukukçuları ise suçu, ahlak düzenini ağır bir şekilde bozduğu için devletin hoş görmediği bir fiil olarak tanımladılar. (Meydan Larousse, 1980, s.591) İnsanlar tarih boyunca suça ilgi göstermişler ve bunları korku, intikam, acıma gibi dışavurum yollarıyla ifade etmişlerdir.

Demirbaş (2001), toplumun, suç ile ilgilenmesinin toplum bilincinin güçlendirilmesi bakımından faydalı olduğunu ileri sürmektedir. Gerçekten de, toplum suç ile ilgilenmek suretiyle ceza hukuku kurallarına uyulup uyulmadığını da denetlemektedir. Bunun sonucunda suçluların etkin bir şekilde cezalandırıldığının da görülmesi, toplumun devlete ve adalet sistemine olan inancını artırırken; suçlulukla etkin bir şekilde mücadele edilememesi, adalet sisteminin iyi çalışmaması, af uygulamaları, insanların hukuk devletine ve adaletine olan inançlarının kaybetmelerine neden olmaktadır.

Toplumda suç korkusu ile birlikte oluşan polise ve adalet sistemine

## Medya, Gençlik, Suç ve Ahlaki Panik

güvensizlik, bireysel güvenlik önlemlerini arttırıcı tedbirler vb. suçun maliyetini arttırmaktadır. Yaygınlaşan kitle iletişim araçları sayesinde suçun sunumundaki abartmalar ile güven duygusu oldukça zedelenmektedir. Kapkaç, gaspa vb. suçlara maruz kalma korkusu bireysel silahlanmanın da önünü açmıştır. Kamuoyunda suça karşı geliştirilen tutumlar, çoğunlukla medyanın suçu sunumu ile bağlantılıdır. Günümüzde suçla bağlantılı yaşanan güvensizlik duygusu sonucunda, suç en önemli toplumsal problem olarak görülmektedir.

Dönmezer (1994) yaptığı çalışmada, insan hayatının ilk 15 yılında, aile denetimi nedeniyle suç oranının düşük olduğunu, 21 yaşlarından sonra suçta doruk noktasına ulaşıldığını söylemektedir. Esas trendin yaş ilerledikçe suç oranının azalması olduğu halde, söz gelimi otomobil hırsızlıkları erken yaşlarda doruk noktasına ulaştığı ve kısa bir süre sonra ortadan kalktığı halde basit hırsızlıklar, hileye dayalı suçlar daha ileri yaşlarda bu düzeye gelmekte ve yavaş yavaş azalmaktadır. Kronik suçluların suça erken yaşta başladıkları ve genel olarak gençlerin suç işleme konusunda daha az becerileri olduğu için çabuk yakalandıklarını da ifade etmektedir. Demirbaş (2001) ise genç suçluluğunun her toplumun bir sosyal problemi olduğunu; aile, aile ilişkileri, okul ve meslek durumu ve boş zaman gibi gençliğin günlük yaşamının şekillendiği psikolojik ve sosyal ortamın suçlu veya suçsuz davranışları ortaya çıkaracağını belirtmektedir.

Gençlik suçlarının doğasının daha sık, şiddet içeren ve rastgele olduğu kabulü, toplumda bu nedenle haksızlığa uğrama korkusunu arttırmaktadır. Genç grupları etiketleme eğilimi ve getirisi olan korku medya tarafından kamuyasunulan nadir fakat etkisi büyük olaylardan gelmektedir: “İstanbul’da gece gezmek için dışarıya çıkan 45 yaşındaki bir mühendis silahla vuruldu, gürültü yapmaması için uyarılan genç kendisini uyaran ev sahibini bıçakladı, evinde yalnız yaşayan yaşlı kadın önce tecavüze uğradı, ardından kulağındaki küpeler çalındı vb.” Gençlik suçlarının kontrolden çıkmış ve doğasında salgın halinde yayıldığı şeklinde algılanması medyanın şiddetli toplumsal suç olaylarını yanlış tercümesi ve vurgusunun bir sonucudur. Medya, gençlik suçlarıyla ilgili nadir olayları abartarak, her gün yaşanıyormuşçasına yanlış bir biçimde sunmaktadır. Bu tarz bir sunumda gençlik davranışlarının en sansasyonel, beklenmedik ve dramatik hali üzerine vurgu yapma eğilimi mevcuttur.

## Suç Haberleri

Polisiye haberlerin basında yer alışı çok eskiye dayanır. Bu tür yazılar ilk olarak XVI. yüzyılda ortaya çıkmıştır. O dönemlerde, Fransa’da “Canard”

adı verilen küçük broşürlerle, okuyuculara her türden cinayet, saldırganlık haberleri ulaştırılmıştır. Resimleme, o zamanlar, belirgin ayrıntılarla, gravürlerle okuyucunun dikkatini çekmek amacıyla başvurulan bir teknik olmuştur. (Gezgin, 2002, s.170) Günümüzde filmler, TV dizileri gibi suçun kurgusal formları kadar, suç haberleri de izleyicilerden yoğun ilgi görmektedir. Editörler ve gazeteciler suç haberlerini, profesyonel kriterler kapsamında, seçecek, üretecek, sunacak ve değerlendirmelerine göre haberin “haber olma değerini” belirleyecektir.

Jewkes (2004), 2000’li yıllarda suç haberleriyle ilgili yaptığı haber değeri çalışmasında şu başlıkları belirlemiştir: *Eşik, Tahmin edilebilirlik, Sadelik, Bireycilik, Risk, Cinsellik, Ünlü ya da yüksek statüdeki kişiler, Yakınlık, Şiddet ve Çocuklar, Görüntü ve Grafik Betimlemeler, Muhafazakar görüş ve politik ayrımcılık*. Genç suçlular ile ilgili haberler, haber değeri ölçütlerinden çoğunluğunu içerecek kadar genişletilmeye uygun bir formda olabilmektedir. Bu haberlerin medyada tekrarı ise “Ahlaki Panik” kavramı ile açıklanabilecek toplumsal bir durum ortaya çıkarabilmektedir.

Medyanın asıl amacının nesnellik olduğunu ve bu doğrultuda medya endüstrisinin topluma en doğru bilgileri sağladığını iddia etmek ideal olabileceken, haber medyasının nesnel olduğu iddiası çoğu zaman doğru bir tesbit olamamaktadır. Temel motivasyonları haberlerini satmak ve okuyucu ve/veya izleyicilerinin sayısını artırmak olan medyanın hedef kitlesini kasıtlı olarak aldattığını söylemek güç olsa da, asıl kontrolün ekonomik ve siyasi otoritede olduğu yadsınamayacak bir gerçekliktir. Ayrıca, haberler birer metadır ve medya ortalama okuyucu ya da izleyicisinin eğitilmekten çok eğlendirilmesi anlayışına sahiptir.

Bu bağlamda gençlik (suçları) ile ahlaki panik arasındaki dönüşümlü ilişkiyi; genç suçluluğunun medyada daha fazla yer alması ile bu tarz olayların yaşanmasını ve kişisel kurban olma korkusunun kabullenilmesini artırdığı durumlarla gözlemleyebiliriz. Artırılmış bir kurban olma korkusu yaşamada daha sert suçlara yönelik değişikliklerin talep edilmesine (ör: daha uzun cezalar), kişisel güvenlik ya da hedef olmayı engelleme uğraşlarına (ör: alarm sistemleri, bekçi köpekleri) yol açmaktadır. Bu tepki medyanın nadir, şiddetli ve sansasyonel olaylara vurgusunu güçlendirerek genellikle gençler ve özellikle genç suçlular etrafında bir ahlaki paniği kızıştıran, gençlik suçlarına dair stereotipleri desteklemektedir.

### **Ahlaki Panik Kavramı**

Panik; genelde bir grup insanı etkisine alan ve güvenliği sağlamak için aşırı ve ölçsüz davranışlar sergilemelerine neden olan, ani ve şiddetli



## Medya, Gençlik, Suç ve Ahlaki Panik

tehlike veya korku hissidir. (Furedi, 2001, s.75) Ahlaki Panik (Moral Panic) ise, toplumdaki olayların medya aracılığıyla gösterilen biçimine verilen ortak yanıtı tanımlayan bir terimdir. (Burton, 1995, s.217) Medya toplumsal düzeni bozduğu belirtilen belirli bir gruba ya da davranış biçimine yönelik aşırı tepki gösterir. Gündemde tutulan bu tepki kamuoyunda öfke ve korku yaratır. Yetkililer ek idari, polisiye vb. önlemler almak zorunda kalır. Uzmanlar konu hakkında görüşlerini bildirir ve önerilerde bulunur. Kamuoyu baskısı siyasileri de harekete geçirir. Meclise soru önermeleri, yasa teklifleri verilir. Konu haber gündeminde belirli bir süre yer aldıktan ve insanların ilgisi azalmaya başladıktan sonra, yaratılan panik sönmeye başlar ve medya sansasyonel etki yaratacak yeni haberlerin peşine düşer.

Tinerici-sokak çocukları ile ilgili panik, kapkaççı gençler, satanist cinayetler, satanist olduğu iddia edilen zengin gençlerin intiharı, Bağdat Caddesi'nde hız yapan gençler ve neden oldukları kazalar, özel okulda görevli bir öğretmen de içinde yer aldığı çocuk pornografisi paniği, homoseksüel ilişkiler, travesti cinayetleri, otoyolda meydana gelen seri cinayet olayı, çocuk tacizi (pedofili), ebeveynlerini öldüren gençler, yetiştirme yurtlarında meydana gelen istismarlar vb. örnekler Türkiye'de ahlaki panik formunda sunulan öykülerden yalnızca birkaçıdır.

Haber değeri taşıyan bu olayların medyada yer alması kaçınılmazdır. Bu çalışmada sorun olarak belirttiğimiz durum; medyanın bu tür haberleri gazetelerin birinci sayfalarında –çoğu zaman manşetten- vermesi, TV haberlerinin ilk sıralarında sunması yoluyla, kamuoyunun önemli haber algılamasını manipüle etme amacında olmasıdır.

### Ahlaki Paniğin Gelişimi: Cohen Modeli

Ahlaki panik kavramı farklı Türkçe kaynaklarda “törel ürkü” olarak kullanılmaktadır. Kavramı ilk kez 1972 yılında yazdığı “Folk Devils and Moral Panics” (Halk Şeytanları ve Ahlaki Panikler) adlı eserinde Stanley Cohen kullanmıştır. Ahlaki panik; “Daha önce de var olan ancak sessiz kalan yaygın bir sosyal sorunun, sosyal bir sapkınlığın isimlendirilerek ve hatta örnek olaylarla kişileştirilerek ortaya çıkarılması ve kamunun gündemine oturtulması ve bu soruna uzmanlar tarafından çözüm önerileri getirilmesi” olarak açıklanabilir.

Mutlu, İletişim Sözlüğü'nde ahlaki panik (törel ürkü) kavramını “Esasında ufak tefek toplumsal sapkınlık edimleri olan şeylere abartılı ve iletişim araçlarınca büyütülen toplumsal bir tepkidir. İletişim araçlarının, polis, mahkemelerin, hükümetlerin ve kamuoyunun böylesi aşırı tepkisi bu sapkın davranışın ortadan kaldırılmasına yol açmak yerine, başkaları için izlenecek

rol modelleri kurmak suretiyle ya da aksi taktirde dikkat çekmeyebilecek düzensiz ya da toplum dışı davranış örneklerini belirlemek suretiyle bu davranışı büyütme eğilimi gösterir.” şeklinde tanımlamaktadır. (1998, s.334)

Günümüz ahlaki paniklerini medyadan bağımsız düşünmek neredeyse imkansızdır. Çünkü medya bilgileri farklı bir kalıba sokarak, toplumun suça ve ahlak dışı eğilimlere karşı etkilemeyi amaçlamaktadır. Ahlaki panik, suç, sapkınlık ve medya konusunda yapılan akademik çalışmaların aşına olduğu bir terimdir. İki tarafın da kabullendiği değerler ya da ilgilere yönelik bir çeşit tehdit olarak görülen azınlık ya da dışlanmış birey ve gruplara yönelik toplumsal ve siyasi tepkilerin karşılığıdır. Toplumsal tepki daha çok medya etkisiyle alevlenir. Medya –genellikle basın önderliğinde – bir grup ya da hareketi “sapkın” olarak tanımlayıp diğer her şeyi göz ardı edip buna odaklanacaktır.

Cohen (1972), sapkınlık ve ardından oluşan toplumsal tepkilerin medya tarafından abartılması üzerine ilk sistematik ve ampirik çalışmayı sağlayan kişi olarak anılmaktadır. Konu ile ilgili ayrıca; Young (1971); Hall ve diğerleri, (1978); Waddington, (1986); Watney, (1988); Jenkins, (1992); Goode ve Ben-Yehuda, (1994); Thompson, (1998); Jewkes, (1999); Critche, (2003) çalışmıştır.

Suç bilimciler de; Stanley Cohen, Jack Young, Stuart Hall ve diğerlerinin ahlaki panikleri kuramlaştırma biçimleriyle ve 1950’li yıllarda Teddy Çocukları (Teddy Boys), ardından 1960’lı yıllarda Mod ve Rock’çılar, hippiler ve 1970’li yıllarda dazlaklar, punklar, kaba çocuklar ve Afrika kökenli gruplar ile başlayan çalışmalarda başarılarını incelemişler ve o zamandan bu yana, ahlaki panik modelinin geçerliğini sınamaya devam etmişlerdir. Medyanın çocuk tacizcilerini sunumu ile kavramın kullanımı ile ilgili yeni bir hareketlilik yaşanmıştır. (Jewkes, 2004)

Toplumda suç konusunda oluşan korku patlamalarının panik olup olmadığı sorgulanmaktadır. Medya, riskten kaçınma tepkisinin oluşumunu sağlayarak; insanların yaşama baş edebilme güçlerini ayakta tuttuğunu iddia etmekte ve toplumun beslediği bu kaygıyı olumlamaktadır. Ayrıca medya hangi kaygı ve korkuların panik olup olmadığı konusunda da çoğu zaman tutarsız ve kararsız olabilmekte, paniğin bazı yönlerini kabul ederken bazı yönlerini reddetmektedir.

Ahlaki panik süreci içinde, medya aracılığıyla toplumda yaratılan korku konusunda yapılan sosyolojik çalışmalar Türkiye için de yeterli görülmemektedir. Medya, -insanları korkutmak yoluyla toplumu eğitme fikrini meşru gören- uzmanların ağzından, insanlığın karşısında varolan potansiyel tehlikeleri abartmaktadır. Başlangıçta Cohen ve Young tarafından

ele alınan biçimiyle ahlaki panikler, gençlik kültürlerinin sembolik doğalarıyla da endişeli bir ilişki içindedir. Cohen 1960'larda İngiliz plajlarında ortaya çıkan Mod ve Rock'çı uyuşmazlığını içeren çalışmasıyla ahlaki panik modelini akademisyenlerin ve konuyla ilgili kişilerin görüş alanlarına aldığından beri genç gaspçılar, şiddet videoları izleyen çocuklar, uyuşturucu kullanıcıları gibi genç alt kültürlerini içeren çok sayıda ahlaki panik yaratılmıştır.

Ahlaki Paniğin Ortaya Çıkışı: İngiltere Örneği: Ahlaki panik ile ilgili en yaygın bilinen alıntı "Halk Düşmanları ve Ahlaki Panik" in açılış paragrafıdır. (Cohen, 2002, s.1-3) Toplum daima ahlaki panik süreçlerine maruz kalır görünmektedir:

1. Bir durum, kişi ya da kişilerden oluşan bir grup, toplumsal değerler ve çıkarlar için bir tehdit olarak karşımıza çıkar.

2. Ahlaki paniğin doğası kitle iletişim araçları tarafından stilize ve basmakalıp bir şekilde sunulur.

3. Ahlaki sorunlar; editörler, din adamları, politikacılar ve diğer kanaat önderlerince yönetilir.

4. Toplumca yetki verilen uzmanlar kendi teşhislerini ve çözümlerini bildirir.

5. Başa çıkma ya da üstesinden gelme yöntemleri değişir ya da sıklıkla yeniden ele alınır.

6. Bazen panik nesnesi oldukça yeni ortaya çıkmış ve diğer zamanlarda yeterince var olmuş ancak aniden sahne ışıkları altında ortaya çıkmış bir şeydir.

7. Bazen panik geçer gider ve halkın ortak hafızası dışında unutulur; diğer zamanlarda daha ciddi ve uzun süreli geri bildirimler olur ve panik meşru (yasal) düzlemde ve toplumsal politikada değişiklikler üretebilir.

Bu paragraf genellikle Cohen'in çalışmasının özü olarak kabul edilmektedir. Ahlaki panik ve halk düşmanları yaratmada medyanın rolü, özellikle toplumsal tepki, sapma ve sapkınlığın işlenmiş ya da kodlanmış imajlarının üretiminin erken dönemleri için önemlidir. Üç aşamada gerçekleşmektedir. Birincisi olayların ciddiyetini olaya karışanların sayısını, şiddetin derecesini, çevreye eşyalara verilen hasarın abartılması ve saptırılmasıdır. Duygusalılık derecesi yüksek bir dil kullanılmakta, işlenen suçlar mitselleşmekte ve söylentiler "olgu", doğru olarak rapor edilmektedir. İkincisi olaylar bu tür olayların tekrar edeceğinin habercisi olmaktadır. Üçüncüsü ise, dil aracılığıyla edeceğinin sembolizasyondur: "Mod" sözcüğü

bütün genç tarz ve onun sapkın duruşu için kullanılır hale gelmiştir. (Cohen, 1980)

### Ahlaki Paniği Devam Ettiren Unsurlar

Ahlaki paniği yaratan faktörler çoğunlukla o ahlaki paniğin devam ettirilmesinde de etkilidir. Bremner (1997) yaptığı çalışmada bu nedenleri incelemiştir. Bunlardan ilki *ekonomik ve ticari nedenler*dir. Suç korkusu insanları en azından kendilerini ve kişisel mülklerini koruma girişiminde bulunmaya ikna etmektedir. Sadece büyük şirketler değil, daha küçük güvenlik firmaları da ahlaki panik sayesinde kar elde etmektedir. İnsanlar kendilerini suçlulardan ve yaptıklarından koruduğunu söyleyen çeşitli malzemeleri satın alarak bir kontrol ve güvenlik hissi kazanırlar. Bir kişinin evine veya işine bir alarm veya gözetleme sistemi kurması, bir köpek satın alması, cebinde veya çantasında bir sopa ya da sprey taşıması ve/veya kendini savunma dersleri alması gibi etkinlikler bireye daha büyük bir güvenlik hissi kazandırmaktadır.

*Siyasetçiler*, “Suç Yasası”nın daha sert uygulanacağına, genç suçlulara ait önlemler alınacağına ve suçlarına uygun cezalar (halkın suça uygun olarak gördüğü cezalara göre) verileceğine dair sözler vererek sadece oy kazanmamakta, aynı zamanda halka böyle bir sorunun var olduğunu ve ele alınmazsa hızlıca kontrolden çıkacağını, istatistiki verileri kendi söylemlerine uygun yorumlayarak söylemektedir. *Güvenlik güçlerinin* suç ile ilgili bir ahlaki paniği sürdürmesinin ise ekonomiyle ilgili sonuçları vardır. Eğer güvenlik güçleri ilgili suç konusunda çok etkili görünürse, ahlaki panik yatışabilir ve artık bu olaylar üzerinde uzmanlaşmış özel polis birimlerine ihtiyaç kalmamış gibi görünür. Diğer bir taraftan gençlik suçları ile ilgilenmekte yetersiz görünürlerse gereğini yapmadıkları konusunda eleştirileceklerdir. Güvenlik güçlerinin bir gençlik suç dalgasını algılayışı aynı zamanda daha fazla yasa güçlendirme maliyetini ve personel talebini meşrulaştırır.

Ahlaki paniği devam ettiren ve bu çalışmanın da konusu olan unsurlardan birisi de *medya*dır. Gebotys ve diğerleri (1988) suç ciddiyetinin medya ve kamu tarafından algılanış biçimini tartışmakta ve bu sayede medyanın suç ciddiyeti konusunda kamu algısını nasıl etkilediği yönünde iki zıt tahmin yürütmektedir: hassasiyeti kaldırma hipotezi ve cezalandırıcı adalet hipotezi. Hassasiyeti kaldırma hipotezi, medyanın daha ciddi suçlar üzerindeki vurgusunun diğer suçların takdiri için bir zıtlık yaratması: okuyucunun suçların ciddiyetine karşı hassaslığını yitirmesi. Bu sayede diğer suçların takdiri ve ciddiyeti üzerinde bir azalma yaratması varsayımına dayanır. Cezalandırıcı adalet hipotezi ise çok ciddi ve tipik olmayan suçların medya

## Medya, Gençlik, Suç ve Ahlaki Panik

aracılığıyla sıklıkla teşhir edilmesinin diğer suçlara yönelik olarak toplumun ciddiyetini artıracığı düşüncesi üzerine kuruludur.

*Ahlaki bir sorun olarak gençlik suçu;* kanun, düzen ve –özellikle- değerleri sekteye uğramış, belirgin bir biçimde kendi sorunlarını çözemeyen bu yüzden otoritelerce ele alınıp düzeltilmesi gereken ailelerin hayatlarına daha fazla müdahale etmenin çözüm olacağı inancıdır. Medya da genç suçluların ebeveynleri ve ahlaklı bir çocuk yetiştirmeye yeterlilikleri üzerine odaklanıp ve kurbanın trajedisini sömürerek, siyasetçiler ile birlikte daha fazla kanun, düzen ve muhtaç ailelerin hayatlarına daha fazla müdahale çağrısıyla sonuçlanan bir ahlaki paniği besleyebilmektedir.

*Suçun bağlamından koparılması* unsuru, suçun sosyo-ekonomik yanının göz ardı edilmesi ve sadece ahlaki ve duygusal bir tavırla haberin sunulmasıdır. Medya, suçu, izleyiciyi bir önsezi duygusuyla karşı karşıya bırakan ahlaki ve duygusal kaynak çerçeveleri içinde, halkı alarm durumuna geçirecek bir yolla ifade ederek bağlamından koparma eğilimindedir. Hedef kitle, günümüz gençliğiyle ilgili sorunların çözümünün daha sıkı suç kontrol ölçütleri olduğu düşüncesiyle ile baş başa bırakılmaktadır.

*Kural olarak istisna* unsuru; medyanın genç suçluları herhangi bir genç gibi tanımlama eğiliminde olduğunun görülmesidir. Onları “yan komşunun oğlu” gibi görünecek bir şekilde tanımlamaktadır: Örneğin, genç suçlu 1.85 m boyunda, bol pantolon, siyah tişört, spor ayakkabısı giymekte ve bere takmaktadır gibi.

*Uzmanların beyanı* unsurunda; psikiyatristler vb. gençliğin kontrolden çıkmış olduğu duygusunu destekleyecek açıklamalarda bulunurlar. Uzmanlar gençleri kurbanları ile empati kurmaktan yoksun ve psikopat kişiliklere sahip kişiler olarak tanımlar. *Tutarsız bir mekanizma olarak mağduriyet unsuru* ise; suç korkusu ve potansiyel mağduriyete yönelik birincil, hırslı tepkileri tanımlamaya odaklanmakta ve bu yolla kurbanların yazılı ve –sıklıkla- görsel betimlemelerinin kullanımını işin içine katmaktadır. Kurbanların “sıradan”, suçluların “sorunlu” bireyler, meydana gelen olayın ise ansızın ve öngörülemesiz olarak tanımlanması ile mağdur edilme korkusu yaratılmaktadır.

Medyada gençliğin olumsuz sunumunun, halkın bütün gençlik ve –özellikle- genç suçlulara yönelik korkusunun tanımlanmasında ve bir ahlaki paniğin yaratılması ve sürdürülmesinde geniş bir etkisi olduğu görülmektedir.

## TARTIŞMA

Türkiye’de aralıklarla oluşan ve gençlerin faili olduğu olaylar (satanist cinayetler, kapkaç, sokak çocukları, alkol ve uyuşturucu kullanımı, holiganizm, seri cinayetler, ebeveyn cinayetleri, kıskançlık cinayetleri, bar cinayetleri, okullardaki şiddet, internet merkezli iletişimden kaynaklanan sorunlar vb.) medya tarafından basmakalıp sosyo-ekonomik ilişkiler bağlamında ahlaki panik formunda sunulurken, toplumsal bir seferlik ilan edilmektedir. Failler ve kurbanlar için yapılan betimlemeler ve profil tanımlamaları sayesinde toplumsal sınıflara ait çizgiler de kalınlaştırılmaktadır.

Medya genelinde gençlere dönük olumsuz imajlarla haberini kurgulamaktadır. Bu imajlar düzensiz aile yapısı (ayrı anne-babalar ya da ebeveynlerin olmayışı), eğitimsizlik, yoksulluk, iç-göçle büyük kentlere gelmiş olmak, varoşlarda yaşamak ve doğasında şiddeti savunmak şeklinde sunulmaktadır. Türk medyası da bağlı olduğu holdinge ve/veya gruba, görüşe göre genç suçluluğuna yaklaşmaktadır. Örneğin kimileri genç suçluluğunu dini eğitimin yetersizliğine bağlarken, kimileri de geri bırakılmışlığa ya da işsizliğe, kimileri ise günümüz gençlerinin iflah olmaz doğasına bağlayabilmektedir.

Medya yaptığı sunumlarla, aslında çevremizde bulunan her gencin ansızın bir suçlu olabileceği mesajını da bilinçaltına vermektedir. Koleje giden, ailesi eğitilmiş olan, derslerinde başarılı bir genç, bir anda anne katili olabilmekte ya da satanist gruplarda yer alıp, kendini şeytana feda edebilmektedir. Aslında herkes potansiyel suçludur: siyah tişört giyen, bere takan, saçlarını uzatan ya da kazıtan, dövme yaptıran, düşük bel, bol pantolon giyen vb. Bu liste farklı tarihsel dönemlerde içerik olarak değişmekle birlikte, basmakalıp yargılarla daima var olmaktadır.

Gençliğe ait değerlendirmelerde, “ihmal edilen çocuklar” önermesi üzerinden, aileler de yargılanmakta ve kesin bir sonuca ulaşılmaktadır. “İhmal edilen çocuk her zaman suça eğilimlidir” Tüm bu çıkarımların, istatistiksel bir dayanağının olmayışı çok da önemli değildir. Önemli olan medyada boy gösteren çeşitli –bu süreç içinde uzmanların bağlı olduğu kliniklerin, merkezlerin, hastanelerin ya da üniversitelerin de gizli reklamları yapılmaktadır-uzmanların bu konuda hangi saptamalarda ve çözüm önerilerinde bulunacağıdır.

Daha derine bakıldığında yapılan betimlemelerin ve verilen mesajların, yoksulluğun bir seçim olmayışına rağmen, yalnız annelerin sosyo-ekonomik ve medeni durumlarından sorumlu olduğu ve sonuçta kendi ihmalleri üzerinden suça eğilimli çocuklar yetiştirdiğini ima ettikleri görülür. Haberler

### Medya, Gençlik, Suç ve Ahlaki Panik

nadiren babanın sorumsuzluğundan, kadının çocuklarına bakmak için kısıtlı bir kaynağı olduğundan ya da sosyal olanakların kısıtlılığından söz eder.

Sonuç olarak tehlikeli gençlik, hem yoksulluğu, hem de cezayı hak etmektedir. Bu durumların üstünü örten siyasi-ekonomik otoritelerde medya haberlerinde üretilip, çoğaltılan bu avantajsız gruba karşı atağa geçer. Halk şeytanı ya da toplum düşmanı olarak tanımlanan gençlik ile, sistem yeniden kendini yapılandırır.

Ahlaki panikler, önemli değişikliklere toplum ayak uyduramadığında ve bu tip değişikliğin normal sosyal yapı içerisinde kontrol kaybı korkusuna sebep olduğu zamanlarda ortaya çıkmaktadır. Toplum içerisinde uzun zamandan beri var olan, ancak aniden ortaya çıkarak ciddi şekilde toplumu endişelendiren olayların ardından meydana gelir. Pek çok korku, toplumda yasal değişiklik ve düzenlemelere neden olur.

Medya çıkan sorunu fotoğraflarla ve görüntülerle o kadar çok verir ki okur bunu öğrenir. Ama önemli olan bu toplumsal soruna bir de çözüm bulması gerektiğidir. Yani medyanın uyarıları ve tespitleriyle yetkililer ve halk uyarılmaktadır. Ama önemli olan medyanın yaşanan korkuyu ve endişeyi yasal düzenlemelere çeviren, buna ortam hazırlayan bir misyonu üstlenmesidir. Polisin, mahkemelerin, psikologların, doktorların ve kamuoyunun tepkisini yansıtan medya böyle bir misyon üstlenmezse bu sapkın davranışlar ortadan kalkacağı yerde, başkaları için izlenecek örnek davranışlar, rol modelleri oluşur. Sapkın davranışa meyilli insanlar bu haberlerden etkilenerek bu davranışları uygulama eğilimi gösterebilir.

Suç haberleri, haber değerleri bağlamında incelenmiştir. Değerler, haber medyasındaki kurbanlığın ve suçun tüm anlatımları ve formlarını sistematik olarak içermemekte ve onlar “ortalama “insana karşı suçları önemsiz gibi gösterip ilgilenmiyorken, izleyicinin alışılmadık suçlarla ilgili olarak abartma ve dramatikleştirme isteklerini ve çoğu sapkın arzularını kötüye kullanmaktadır. Aynı zamanda, bazı kurbanları suçlarken bazılarını da acıma duygusuyla yaklaşırlar. Günümüz seyircisinin ilgi ve öncelikleri popülist ve önemsiz görülebilirken, geçmişe kıyasla bugün haberler çok daha fazla insan tarafından tüketilmektedir.

Haber değerleri iki farklı ama birbiriyle ilişkili, haberin seçim ile sunum süreçleri ile birlikte belirlenmektedir. Birincisi haber değerleri herhangi bir haber kapsamında sınırlandırılan ve yapılandırılan teknolojik, politik, ekonomik güçler tarafından biçimlenmektedir. İkincisi ise, haber değerleri izleyicinin ilgisini çekmeli ve onları yakalamalıdır. Bu faktör haber editörleri tarafından genellikle “halk ne istiyorsa onu verin” olarak özetlenmektedir.

Haber değerleri ayrıntılarıyla tartışıldığında suç doğal olarak yüksek bir haber olma niteliğine sahiptir ve genellikle olumsuz duygular barındırmaktadır. 21. yy da haber değerleri sadece haberin yapımına göre belirlenmemekte, aynı zamanda neden halkın suçu algılayışının çoğunlukla hatalı oluşunu anlamaya yardım etmekte ve buna rağmen medya izleyicileri giderek daha kültürlü olmakta ve “yalan haberi” daha iyi fark edebilecek düzeye gelmektedir.

Kitle iletişim araçlarının geniş kitlelere hitap etme özelliği, her zaman siyasi iktidarların ilgisini çekmiştir. İktidar kavramı özünde güç ve otoriteyi barındırmaktadır. İktidarı ele geçirmek için ise büyük ve zorlu savaşlardan geçmek gereklidir. Günümüzde ülkelerin çoğunluğunda medya ve siyasi iktidar arasındaki savaş aleni olarak açıklanmış olsa da, olayın perde arkasında yaşananların ticari olmadığını iddia etmek oldukça güçtür. Çünkü medyaya ait her kurum, bir holdingle bağlantılıdır. Medya haberi sunma biçimiyle kurduğu iktidar sayesinde, hangi kanalın ya da daha genel anlamda medyanın ne kadar güçlü bir konumda olduğunu kitleye hissettirmektedir. Bunu yapmakla medya, gücünü gösterme yanında ahlaki bir misyon da üstlenerek izleyicinin güvenini kazanmaya çalışmaktadır. Medyanın sahip olmak istediği bu iktidarı, hangi amaçla kullanmak istediğinin yanıtı ise; bağlı oldukları ticari gruplar içinde aranabilir. Tüm bu yapı içerisinde medya, suç ve ahlaki panik arasındaki ilişki farklı tarihsel dönemler içinde var olduğu gibi, gelecekte de etkisini sürdürecektir.

### KAYNAKÇA

Adoni, H. ve Cohen. A.A. (1990) *Social Conflict and TV News*. Newbury Park, London: Sage Publications.

Alemdar Korkmaz ve İ. Erdoğan. *İletişim ve Toplum*. Ankara: Bilgi Yayınevi.

Alemdar, K. ve Kaya R. (1983) *Kitle İletişiminde Temel Yaklaşımlar*. Ankara: Savaş Yayınları.

Korkmaz, A. (1999) *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*. İstanbul: Afa Yayıncılık A.Ş.

Althusser, L. (1994) *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*. Çev: Y. Alp ve M. Özışık. İstanbul: İletişim Yayınları.

Atabek, N. ve Dağtaş E. (1998) *Kamuoyu ve İletişim*. Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Eskişehir: Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayını.

Atmore, C. (1997) Rethinking Moral Panic and Child Abuse for 2000, in



### Medya, Gençlik, Suç ve Ahlaki Panik

J. Besant and R. Hill (eds) *Youth, Crime and the Media*. Melbourne: National Clearing House for Youth Studies,

Avşar, Z. ve Öngören G (2003). *Radyo ve Televizyon Hukuku*. Ankara: Piramit Yayıncılık,

Aziz, A. (1982) *Toplumsallaşma ve Kitleli İletişim*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları.

Barak, G. (1994) *Media, Society and Criminology. Media, Process and the Social Construction of Crime*. New York: Garland.

Baldini, M. (2000) *İletişim Tarihi*. Çev: Gül Batuş. İstanbul: Avcıol Basın Yayın.

Barbier, F. ve C. B. Lavenir. (2001) *Diderot'dan İnternete Medya Tarihi*. Çev: Kerem Eksen. İstanbul: Okyanus Yayınları.

Batmaz, V. (2003) *Medyaya Düşman Yetiştiriyorum*. İstanbul: Karakutu Yayınları,

Bauman, Z. (2002) *Sosyolojik Düşünmek*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Belsey, A. Ve R. Chadwick.(1998) *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bektaş, A. (1996) *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi*. İstanbul: Bağlam Yayınları.

Berger, A.A. (1993). *Kitle İletişiminde Çözümleme Yöntemleri*. A.Ü. Yayınları, Eskişehir.

Boethius, U. (1994) *Youth, Media and Moral Panics, in Youth Culture in Late Modernity*. Sage, London.

Bremner, M.A. (1997) *Youth and Youth Crime.:A Moral Panic. A Content Analysis of Four Ontario Newspapers*. (çevirimçi) <http://www.collectionscanada.gc.ca>

Burton, G. (1995) *Görünenden Fazlası: Medya Analizlerine Giriş*. Çev: N. Dinç, İstanbul: Alan Yayıncılık.

Bülbül, A. R. (2001) *İletişim ve Etik*. Ankara: Nobel Yayınları.

Cevizci, A. (2000) *Felsefe Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Paradigma Yayınları.

Cohen, S. (2002) *Folk Devils and Moral Panics*. London: Routledge.

Cohen, S. ve Young J. (1973) *The Manufacture of News*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.

Chermark, S. (1994) *Crime in the News Media: a Refined Understanding of How Crimes Become News. Media, Process, and the Social Construction of Crime*. New York: Garland,

Chomsky, N (1999). *Medya Gerçeği*. İstanbul:Tümzamanlar yayıncılık.

Chomsky, N. (1995) *Medya Denetimi*. İstanbul: Tümzamanlar yayıncılık.

Critcher, C. (2003) *Moral Panics and The Media*. Philadelphia: Open University Press,

Critcher, C. (2000) Media, Government and Moral Panic: The Politics of Paedophilia in Britain 2000-1, *Journalism Studies*, 3 (4): 520-34, 2002.

Curan, J. ve Colin S. (1999) Basın ve Popüler Kültür. Popüler Kültür ve İktidar. Der: Nazife Güngör. Ankara: Vadi Yayınları, ss.439-464.

Demirbaş, T. (2001) *Kriminoloji*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Doğan, D. M. (1993) *İletişim veya Dehşet Çağı*. İstanbul: Timaş Yayınları.

Dönmezer, S. (1995) *Kriminoloji*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.

Dursun, Ç. (2001) *TV Haberlerinde İdeoloji*. Ankara: İmge Yayınları.

Erdoğan, İ. (1997) *İletişim, Egemenlik, Mücadeleye Giriş*. Ankara: İmge Kitabevi.

Erdoğan İ. ve Korkmaz A. (2002) *Öteki Kuram*. Ankara: Erk Yayınları.

Erdoğan İ. ve Korkmaz A. (1990) *İletişim ve Toplum*. Ankara: Bilgi Yayınevi.

Fiske, J. (1997) *British Cultural Studies and Television. Channels of Discourse*. London: Routledge, ss. 254-290.

Fiske, J. (1996) *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Ankara: Bilim Sanat Yayınları/ ARK.

Gezgin, S (1996). "Göstergesel Şiddet (Ekrandan Sıçrayan Kan)." *Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı I*, Sayı: 11, Eylül-Ekim 1996.

Gezgin, S. (2002) *Basında Fotoğrafçılık*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

Goode, E. and Ben-Yehuda, N. (1994) *Moral Panics: The Social Construction*

*of Deviance*, Oxford: Blackwell.

Gökçe, O. (2001). *İçerik Çözümlemesi*. Konya: Selçuk Üniversitesi Yayınları.

Girgin, A. (2000) *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etiği*. İstanbul: İnkılap Yayınevi.

Harlak, H. (2000) *Önyargılar: Psikososyal Bir İnceleme*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Hall, S., Critcher, C., Jefferson, T., Clarke, J., and Roberts, B.,(1978) *Policing the Crisis: Mugging, The State and Law and Order*. London: Macmillan.

Hunt, A. (1997) "Moral Panic" and Moral Language in The Media. *British Journal of Sociology*, 48 (4): 629-48.

Işık, M. (2002) *Kitle İletişim Teorilerine Giriş*. İstanbul: Eğitim Kitabevi Yayınları.

İmançer, D. (2004) "Sosyal Psikolojik Açından Sterotip Kavramının Dil ve Metin Analizinde Kullanımı".Selçuk Üniversitesi, *İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*. Cilt:3, Sayı:3, Konya, ss.128-142

İnceoğlu, Y. (1994) *Çeşitli Ülkelerde Medya*. İstanbul: Der Yayınları.

İnceoğlu, Y. (1994) *Medya ve Toplum*. İstanbul: Der Yayınları.

Jenkins, P. (1992) *Intimate Enemies: Moral Panics in Contemporary Great Britain*. Newyork: Adline de Gruyter.

Jenkins, P. (1999) *Synthetic Panics: The Symbolic Politics of Designer Drugs*. New York: New York University Press.

Jewkes, Y. (2004) *Media and Crime*. London:GBR:Sage Pullications, Incorporated.

Kidd-Hewitt, D. (1995) *Crime and The Media: A Criminological Perspective*. Pluto, London.

Le Bon, G. (1997) *Kitleler Psikolojisi*. İstanbul: Hayat Yayınları, İstanbul.

Lipson, L. (2003) *Uygarlığın Ahlaki Bunahımları*. İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul,

Lupton, D. (1994) *Moral Threats and Dangerous Desires: AIDS in the News Media*. Taylor and Francis, London.

MacKuen, Michael and Steven L. Coombs. (1981). *More Than News: Media*

*Power in Public Affairs*, Beverly Hills: Sage.

McQuail, D. ve Steven W.(1997) *Kitle İletişim Modelleri*. Ankara: İmge Kitabevi.

Mattelard, A. ve M. (1998) *İletişim Kuramları Tarihi*. Çev: Merih Zıllıoğlu. İstanbul: İletişim Yayınları.

Meydan Larousse. (1980) *Büyük Lügat ve Ansiklopedi "Suç" Md. Cilt:11*, İstanbul: Meydan Yayınevi.

Miller, D. Kitzinger, J., Williams, K. And Beharrell, P. (1998) *The Circuit of Mass Communication: Media Strategies, Representation and Audience Reception in the AIDS Crisis*. London: Sage, London.

Mutlu, E. (1998) *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları/ARK.

Noelle-Neumann, E.(1998) *Kamuoyu, Suskunluk Sarmalının Keşfi*. Çev: Murat Özkök. Ankara: Dost Kitabevi.

Oskay, Ü.(1969) *Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş*. Ankara: Sevinç Matbaası.

Oskay, Ü. (1993) *XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri*. İstanbul: Der Yayınları.

Ozankaya, Ö. (1995) *Temel Toplumbilim Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Cem Yayınevi.

Özer, Ö. (2007) *Medya, Şiddet ve Toplum*. Eskişehir:Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Özgen, M. (1998) *Gazetecinin Etik Kimliği*. İstanbul: TGC Yayınları.

Parsa, S (1993). *Televizyon Haberciliği ve Kuramları*. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.

Poole, R. (1993) *Ahlak ve Modernlik*. Çev: Mehmet Küçük. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Postman, N. ve Powers S. (1994).*Televizyon Öldüren Eğlence*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Postman, N. ve Powers S. (1996) *Televizyon Haberlerini İzlemek*. Çev: Aslı Tunç. İstanbul: Kavram Yayınları.

Rigel, N. (2000) *İleti Tasarımında Haber*. İstanbul: Der Yayınları.

Soygüder, Ş. "Türk ve Batı Medyasından Örneklerle Törel Ürkü (Moral

Panic) Kavramı” (çevirimiçi) <http://www.dorduncukuvvetmedya.com>, 12.04.2004.

Smith, P. (2005) *Kültürel Kuram*. İstanbul:Babil Yayınları

Springhall, J. (1998) *Youth, Popular Culture and Moral Panics. Penny Gaffs to Gangsta-Rap, 1830-1996*. New York: St. Martin's Press.

Thompson, K. (1998) *Moral Panics*. London: Routledge, London

Tokgöz, O. (2000) *Temel Gazetecilik*. Ankara: İmge Kitabevi.

Tüfekçioğlu, H. (1998) *İletişim Sosyolojisine Başlangıç*. İstanbul: Der Yayınları, İstanbul,

Ungar, S. (2001) Moral Panic Versus the Risk Society: The Implications of the Changing Sites of Social Anxiety, *British Journal of Sociology*, 52 (2): 271-92.

Yavuzer, H. (2001) *Çocuk ve Suç*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Yumlu, K. (1990) *Kitle İletişim Araştırmaları*. İzmir: Neşe Yayıncılık.

Waddington, P.A.J. (1990) “Mugging as a Moral Panic.” *British Journal of Sociology*, 37 (2):245-59

Watney, S.. (1988) “AIDS, “moral panic theory and homofobia”, in P. Aggleton and H. Homans (eds). *Social Aspects of AIDS*. London: Falmer

Welch, M., Fenwick, M. and Roberts, M. (1997) Primary Definitions of Crime and Moral Panic: a Content Analysis of Experts' Quotes in Feature Newspaper Articles on Crime. *Journal of Research in Crime and Delinquency*, 34(4):474-94.

Young, J. (1971) *The Drug Takers: The Social Meaning of Drug Taking*. London:Paladin.

Yüksel, E. (2001) *Medyanın Gündem Belirleme Gücü*. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.

Medya ve Polis” Sempozyumu, 29 Nisan 2003, RTÜK Yayın NO:5, Ankara.

“Radyo ve Televizyonlarda Şiddet ve İntihar Haberlerinin Sunumunun Toplum Üzerine Etkileri” Sempozyumu, 23 Mart 2002, RTÜK Yayın No:6, Ankara.

