

Kahramanmaraş Depremlerinin Ana Haber Bültenlerinde Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında İncelenmesi: Atv – Fox Tv Örneği

*

**



Hasan Hüseyin DUYGU*

* Öğr. Gör., Süleyman Demirel
Üniversitesi,
huseyinduygu@sdu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-9871-8170

Gönderilme/ Received

25.07.2023

Kabul Tarihi/ Accepted

25.09.2023

Yayın Tarihi/Published

02.10.2023

Öz

Kitle iletişim araçlarıyla medyanın insanları etkilemeye ve düşüncelerini yönlendirmeye çalıştığını söylemek mümkündür. Medya, gündem belirleme kuramıyla bazı olayları gündeminde tutarak bunu gerçekleştirme çabası içindedir. Bu bağlamda yapılan çalışmada 6 Şubat 2023 tarihinde meydana gelen Kahramanmaraş merkezli 7.7 ve 7,6 büyüklüğündeki iki depremin Fox Tv ve Atv ana haber bültenlerinde ele alınış biçimleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Örneklemde depremin olduğu günden itibaren bir haftalık süre dâhil edilmiştir. İnceleme sonucunda her iki kanalın da haberlerinin tamamını depreme ayırdığı görülmüştür. Bununla birlikte, Fox Tv ana haberin Kahramanmaraş depremlerini süre bakımından ve sayı bakımından gündemine daha fazla taşıdığı ifade edilebilir. Genel anlamda bahsi geçen kanalların objektif haberler yaptığını, özelde ise kendi yayın politikalarına uygun içerikler sunduğunu söylemek mümkündür. Toplumun doğal afetlere karşı hazırlıklı olması amacıyla medya gündemlerinde olay sonrasında çok olay öncesinde daha fazla yer vermesi gerektiği söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Gündem Belirleme Kuramı, Kahramanmaraş Depremleri, Doğal Afetler, Ana Haber Bültenleri, İçerik Analizi.

* Bu makale intihal tespit yazılımlarıyla taranmıştır. Benzerlik tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by plagiarism detection softwares. No similarity detected.

** Bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive” were followed.

*** Çalışma tek yazar tarafından yürütülmüştür.

The study was conducted by a single author.

**** Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person within the scope of the study.

Kaynak gösterme / To cite this article: Duygu, H. H. (2023). Kahramanmaraş Depremlerinin Ana Haber Bültenlerinde Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında İncelenmesi: Atv – Fox Tv Örneği. *İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 249-263. doi:10.59534/jcss.1332621



Investigation of Kahramanmaraş Earthquakes in Main News Bulletins in the Context of Agenda Setting Theory: ATV – Fox Tv Example



Hasan Hüseyin DUYGU*

* Lect., Süleyman Demirel
University,
huseyinduygu@sdu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-9871-8170

Gönderilme/ Received

25.07.2023

Kabul Tarihi/ Accepted

25.09.2023

Yayın Tarihi/Published

02.10.2023

Abstract

It is possible to say that the media try to influence people and direct their thoughts through mass media. It tries to achieve this by keeping some events on its agenda with its agenda setting theory. In this context, the way in which two earthquakes with a magnitude of 7.7 and 7.6 in Kahramanmaraş, which occurred on February 6, 2023, were handled in Fox TV and ATV main news bulletins, were analyzed by content analysis method. A one-week period from the day of the earthquake was included in the sampling. As a result of the examination, it was seen that both channels devoted all of their news to the earthquake. However, it can be stated that Fox TV main news brings the Kahramanmaraş earthquakes to its agenda more in terms of both duration and number. In general, it is possible to say that the channels mentioned make objective news, and in particular, they offer content in accordance with their own broadcasting policies. It can be said that in order for the society to be prepared for natural disasters, it should be given more place in the media agenda before the event rather than after the event.

Keywords: Agenda Setting Theory, Kahramanmaraş Earthquakes, Natural Disasters, Main News Bulletins, Content Analysis.

Giriş

Kitle iletişim araçlarıyla kitleye ulaşmada medyaya önemli görevler düşer. Medya dediğimiz kavram Latince “medius” yani ortada bulunan, alıcı ve verici arasında aracılık eden anlamındadır. “Mass Media” terimi ise Fransızcadan alınma olup makro düzeyde kitlenin medyası, medya veya kitle iletişim araçları olarak adlandırılır ve iletişim tekniklerini (basın, sinema, televizyon gibi) ve bunları hazırlayan endüstrileri anlatmada kullanılır (Maigret, 2019, s. 41).

Yaylagül’e (2021) göre insanlar etraflarında nelerin olup bittiğini anlamak için medyayı tercih ederler. Kitle iletişim araçları toplumda meydana gelen olaylardan bazılarını daha çok, bazılarını ise daha az ilgi göstermekte ya da onları görmezden gelmektedir. Kitle iletişim araçlarının verdiği bilgiler sayesinde insanlar bilgilenmektedir. İnsanlar, medyanın kurmuş olduğu gündem sayesinde olayların hangi önemde olduklarını öğrenirler ve bu sayede onlara sunulan içeriklerin önem derecelerini kabul etmeye meyilli hale gelmektedirler. İzleyiciler, okuyucular ve dinleyiciler kitle iletişim araçları yoluyla sadece kendilerini ilgilendiren konuları öğrenmekle kalmaz, toplumu ilgilendiren konular hakkında da bilgi sahibi olurlar. Aynı zamanda iletişim araçlarının bu olaylara verdikleri önemden dolayı bir soruna veya konuya ne kadar önem vereceklerini de öğrenirler (Yaylagül, 2021, s. 78).

Yaşadığımız dünyanın medyanın yapılandığı bir dünya haline gelmesi, toplumsal yaşamın; televizyon kanalları, radyo, sinema, gazete gibi kitle iletişim araçlarıyla şekillenmesi sonucunu ortaya çıkarmıştır. Medya sadece haber ve eğlence programları yoluyla insanları beslemekle kalmaz aynı zamanda insanlara bir yaşam tarzı kazandırmaktadır. Bu araçlar sayesinde herhangi bir bilgiyi kısa sürede geniş kitlelere hızlı bir biçimde ulaştırabilmektedirler. Böylelikle insanlar ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal gelişmeler hakkında bilgi sahibi olabilmek için kitle iletişim araçlarından istifade etmektedirler (Büyükbaykal, 2012, s. 71). Sosyal medyanın ortaya çıkması ile medya; gündem belirleme, kamuoyu oluşturma gibi görevlerini sosyal medya üzerinden yapmaya başlamıştır. Aynı zamanda kamu, siyaset ve medya gündemi üzerinde etkili bir güç haline gelmiştir (Güngör, 2021, s. 76).

McQuail (2020) kitle iletişim araçlarının işlevlerini beş ana kategoriye ayırmıştır:

1. Enformasyon İşlevi: Bu işlevle, dünyada ve toplumdaki olaylar, durumlar hakkında bilgi verme amacı ifade edilmektedir. Medya; haberler, gazeteler, dergiler, çeşitli yazı ve görsellerle insanlara bilgiler sunar. Enformasyon işlevi ile insanlar etrafında olan olaylar hakkında bilgi edinir ve bunları anlamlandırmaya çalışırlar.

2. Karşılıklı Bağ Kurma İşlevi: Bu işlev bilgi ve olaylarla alakalı açıklama ve yorumlarda bulunmayı ifade eder. Kurallar ve egemen görüşler için destek sağlarken, toplumsallaştırma, oybirliği sağlama, toplum için öncelikleri belirlemek gibi bir görevi de yerine getirir. Medya sunmuş olduğu farklı içeriklerle toplumsal bağın kurulmasına katkıda bulunur.

3. Süreklilik Sağlama İşlevi: Kitle iletişim araçlarının kültürü ifade ederken, ortak değerleri koruma, alt kültürü ve yeni kültürlerin gelişmelerini

sağlama amacına hizmet eder. Medya kültürel içerikleri sayesinde içinde olduğu toplumun kültürünü yansıtırken, farklı kültürlerin bir arada var olmasını sağlar.

4. Eğlendirme İşlevi: Bu işlev kitle iletişim araçlarının eğlence, oyalama ve rahatlama araçları sağlama amacını ifade eder. Medya bir yandan eğlence içerikleri ile keyifli deneyimler sunarken öbür yandan sosyal tansiyonu düşürmeye yardımcı olur.

5. Harekete Geçirme: Bu işlev ile medya; savaş, siyasi olaylar, ekonomik kalkınma gibi toplumsal hedefler için kampanyalar oluşturmaya hizmet eder. Medya aracılığıyla insanlar bilinçlenir ve harekete geçerler (McQuail, 2020, s. 129).

Bu çalışma, 6 Şubat -12 Şubat 2023 tarihleri arasında Kahramanmaraş depremlerinin Fox Tv ve Atv ana haber bültenlerinde ekranlara nasıl yansıtıldığını gündem belirleme kuramını temel alarak incelenmeyi amaçlanmaktadır. Buna binaen gündem belirleme kuramına ve bu kuramdan beslenen araştırmalara yer verilerek araştırmanın detay ve bulgularına geçilmiştir. Araştırma; Gündem Belirleme Kuramı, Araştırma Soruları, Yöntem, Sınırlılıklar, Bulgular ve Sonuç olmak üzere 6 bölümden oluşmaktadır.

1.Gündem Belirleme Kuramı

Gündem Belirleme Kuramı ilk olarak 1920'lerde Walter Lippmann tarafından yapılan çalışmalara dayanmaktadır (Güngör, 2021, s. 77). Donald Shaw ve Maxwell McCombs ise gündem belirleme yaklaşımının önde gelen temsilcileri olarak görülür. Bu araştırmacılar 1940'larda yapılan etki araştırmaları önemli ölçüde tutum ve davranış değişikliğine yoğunlaştığını, buna karşın medya etkisinin bir etkiler zinciri olarak gerçekleştiğini ileri sürdüler (Özçetin, 2020, s. 118). 1968 yılında ABD başkanlık seçimlerinin kitle iletişim araçlarına yansımalarıyla alakalı çalışmalar yapmış, kitle iletişim araçlarının seçmen kararları üzerinde etkisinin az, ama siyasi konulara karşı tutumlarını büyük ölçüde etkilediğini ortaya çıkarmış ve buna göre kampanya gündemini belirleyebildiklerini ileri sürmüşlerdir (McCombs & Shaw, 1972, s. 180-181). Söz konusu çalışmalarında medyanın önem verdiği konularla halkın önem verdiği konular arasında bir bağ olduğu vurgulanmıştır.

“Medya gündemi rastgele belirlenmez. Medyanın neleri önemli neleri önemsiz olarak belirleyeceğini tespit için bir takım yapısal ve kişisel unsurlar bulunmaktadır. Örneğin haber içeriklerini belirleyenlerin kişisel özellikleri; medyanın profesyonel alışkanlıkları; kurumsal, ekonomik yapı ve haber kaynakları ile kurulan ilişki ve ideolojik etkiler medya gündemini oluşturan ve birbirine geçmiş karmaşık öge ve süreçlerdir” (İrvan 2001'den akt. Özçetin, 2020, s. 119). Medya sadece ileten olarak görev yapmamaktadır, bunun yanı sıra iletişim konusu olan iletileri olgunlaştırıp yeniden yorumlayarak taraflara; hedef kitleye sunmaktadır. Burada istenilen konuların kamuoyunda tartışılmasını sağlayarak gündem belirleme görevi üstlenmektedir (Aziz, 2021, s. 73-74). McCombs ve Shaw 1976 yılındaki çalışmasında ABD toplumunun gündemini Watergate skandalı ile doldurmuş bunun sonucunda başkan Nixon istifa etmek durumunda kalmıştır. Bir başka ifadeyle medya insanları Nixon aleyhinde olumsuz yargılara sahip olmalarını sağlamış ve Nixon'un istifası kaçınılmaz olmuştur.

Gündem belirleme kuramı, medyanın insanların nasıl düşüneceklerinden ziyade ne hakkında düşünmesi gerektiğini ileri sürer. Medya bazı şeyleri marjinalize ederek bazılarını ise kamuoyu gündeminde sıklıkla tutarak bu görevini yerine getirmektedir (Yaylagül, 2021, s. 81). Bu noktada siyaset, toplum, medya üçgeninde derin bir bağ var diyebiliriz. Övür'e (2019) göre buna medyadaki güç dengesi, ideolojiler, ekonomik ve siyasal ilişkilerin sebep olduğunu söylemek mümkündür. İnsanlar sürekli bir şekilde siyasal gündeme hizmet edecek içeriklere maruz kalmaktadır. Esasen kamunun yararına hizmet ettiğini öne süren medyanın kendi patronlarının çıkarını koruyacak şekilde hareket etmesi ya da siyasal bir otoritenin güdümünde kalması ve kamuyu içi boş gündemlerle meşgul ederek gerçek gündemlerinden uzaklaştırması, kamuyu pasifize ederek gerçek gündem ve problemlerin göz ardı edilmesi anlamına gelmektedir. Böylelikle dile getirilmeyen, üstü örtülen ya da gündemde olmayan her mevzu zaman geçtikçe kamunun gündeminden düşerek unutulmaya yüz tutmaktadır (Övür, 2019, s. 340). İletişim araçlarında o konuya verilen önem ne kadar artarsa o konular halk nezdinde daha önemli, ne kadar az yer verilirse daha az öneme sahip olarak algılanırlar (Mutlu, 2017, s. 135).

Son yıllarda yapılan gündem belirleme çalışmalarına bakıldığında sosyal medyanın gündem belirlemeye kaynaklık etmesi (Coşan, 2023; Demir & Ayhan, 2020; Kılıç, 2022), sosyal medya–siyaset gündemi belirleme ilişkisi (Güngör, 2021; Kılıç, 2022), doğal afetler ve salgın gibi konuların medyada gündem belirleme kuramı bağlamında incelenmesi (Koçyiğit & Koç, 2021; Kütükoğlu, 2021; Vatandaş, 2020), gündem belirleme kuramının kamu ve sosyal politikadaki etkisi (Coşan, 2023; Çetin, 2021; Duru, 2022) gibi çalışmalar ön plana çıkmaktadır.

Sosyal medyanın gündem belirlemede öncü olarak görülmesi; Coşan (2023) tarafından Twitter'ın sosyal politikadaki gizli rolü Yemeksepeti motokurye ve Migros depo çalışanları özelinde incelenmiştir. Web 2.0 teknolojilerinin de etkisiyle günlük hayata dair birçok konunun sosyal medyada gündem olması da adı geçen çalışmanın hedeflerinden birisidir. Sosyal politika açısından işçi-işveren arasındaki ilişkiler Twitter üzerinde gündem olmaktadır. Bu bağlamda adı geçen firma çalışanlarının 2022 Şubat ayında başlayan ücret zammı mücadelesinin Twitter kullanıcıları tarafından nasıl yorumlandığına bakılmıştır. Çalışma nitel veri analiziyle yapılmış olup, MAXQDA ile analiz edilmiştir. Twitter kullanıcılarının tamamına yakınının çalışanların sosyal ve ekonomik haklarını destekleyici tutum sergilediği görülmüştür.

Gündem belirleme, çerçeveleme teorisiyle sıklıkla kullanılmaktadır. Haber medyasında gündem olan konuların seçilerek oluşturulduğu ileri sürülmektedir. Bu kapsamda Tokgöz ve İmik Tanyıldızı (2023) tarafından yapılan çalışmada özellikle seçilerek ve hikâyeleştirilerek aktarılan kamu sorunları gibi bir haber nesnesi, kamunun olaylara bakışını değiştirmekte etkilidir. Çalışma Rusya-Ukrayna savaşını haber ajanslarının nasıl sunduklarını içerik analizi yöntemi ile araştırmış ve savaşla ilgili konuların farklı hikâyelerle aktarıldığı sonucuna varmışlardır.

Sosyal medya üzerinde yapay halk desteği “astroturf”² oluşturarak çeşitli kişileri ve grupları etkilemek amacıyla faaliyetler yürütülmektedir. Kılıç (2022) Twitter üzerinde Türkiye’de faaliyet gösteren beş siyasi parti genel başkanını etiketleyerek paylaşılan tweetleri araştırmıştır. Yapmış olduğu çalışmada 226,420 tweeti inceleyerek paylaşım dakikası, diğer tweetlerle benzerliği ve farklı kullanıcılar tarafından paylaşılma esaslarını özgür ve mükerrer tweetlerle iki farklı veri setini bir araya getirmiş, neticede tweetlerin %62’sinin farklı kullanıcılar tarafından aynı dakikada ve %90 benzerlikle atıldığı sonucuna ulaşmıştır. Bu da iktidar ve muhalefet partilerinin astroturf faaliyetlerin hedefinde olduğunu göstermektedir.

Gündem belirleme kamusal ihtiyaç ve sorunlara çözüm üretmede kamu politikasını harekete geçirecek etkili bir güçtür. Kamu politikalarında rol alan oyuncuların tespiti ve kamu politikalarının gündeme nasıl geldiğini araştıran Duru (2022) gündeme gelme modelini kullanarak resmi ve devlet dışı oyuncuların gündem belirleme gücünün başat oyuncuları yani Cumhurbaşkanı ve bakanları etkileme kapasitesine bağlı olduğunu vurgulamıştır. İktidar partisi programı ve ideolojisi, sivil toplumun talepleri, bürokrasinin tespitleri ile güncel olayların kurumsal gündemin oluşumunda etkili olduğu sonucuna varmıştır. Bu bağlamda Çetin (2022) kamu politikaları oluşturma sürecinde gündem belirleme aktörlerini sağlıkta dönüşüm programı çerçevesinde araştırmıştır. Çıkar grupları, vatandaşlar, sivil toplum kuruluşları, milletvekilleri, bürokratlar ve cumhurbaşkanı gibi politik aktörlerin dâhil olduğu bir süreç olan gündem belirleme daha çok ekonomik krizler, uluslararası organizasyonlar, çok uluslu kuruluşlar ve siyasal iktidarın ideolojik eğilimi kamu politikasını oluşturan dinamikler arasında görülmektedir. Yapmış olduğu çalışmada siyasilerin gündeminin belirlenmesinde siyasi partilerin, sivil toplum kuruluşlarının ve baskı gruplarının ısrarlı çabalarının zorunlu olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Yeni medya olarak adlandırılan sosyal medya ortamlarının geleneksel medya ve siyaset gündemini belirleyip belirlemediği her geçen gün daha fazla ilgi çekmektedir. Bu noktada Güngör (2021) sosyal medya aracılığıyla siyaset gündeminin kamu gündemini nasıl belirlendiği ve kamuoyunun şekillenmesinde ne derece etkili olduğu sorusunu sorgulamıştır. İçerik analiziyle gerçekleştirilen çalışmada 3 Mayıs 2020-9 Mayıs 2020 tarihleri arasında Twitter’da “Türkiye Gündemi” başlığı altında yer alan etiketlerle siyasi aktörlerin paylaşımları karşılaştırılmış, siyasi aktörler ile Twitter Türkiye gündemi ve kurum hesaplarının gündemi arasında benzerlik olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Afetler, insan kontrolü dışında gelişen olaylardır. Son zamanlarda ön plana çıkan afet gazeteciliği ise bu olaylara karşı önlem alınması noktasında olay öncesi ve sonrası toplumu bilgilendirme işlevini üstlenir. Kütükoğlu (2021), yapmış olduğu çalışmada 30 Ekim 2020’de olan İzmir depreminin farklı ideolojilere sahip Sabah-Yenişafak ile Sözcü-Cumhuriyet gazetelerinde nasıl yer bulduğunu içerik analizi ile incelemiştir. Bu çerçevede en fazla haberi Sözcü gazetesinin en az haberi Cumhuriyet gazetesinin yaptığı sonucuna varmıştır. Haberlerin konumuna göre manşetten verildiği belirtilmiştir. Gün geçtikçe konu ile alakalı

²Astroturfing veya astroturf,^[1] bir kişi, ürün veya politika için aslen tabanda geniş çaplı bir destek bulunmamasına rağmen, böyle bir desteğin var olduğu izlenimi yaratmayı amaçlayan eylemler bütünü. (<https://tr.wikipedia.org/wiki/Astroturfing>)

haberler sürmanşetten verilmeye başlanmış ve tarih ilerledikçe haber sayısı azalmıştır. Bunun yanında hiçbir gazetenin ilgili haberlere tam sayfa yer vermediği görülmüştür. Bu bağlamda gazeteler gündem belirleme kuramını kendi yayın politikaları ve ideolojileri doğrultusunda oluşturdukları ve kamuoyuna bu şekilde aktardıkları ifade edilmiştir.

2.Araştırma Soruları

Yapılan bu çalışmada 6 Şubat -12 Şubat 2023 tarihleri arasında Kahramanmaraş depremlerinin Fox Tv ve Atv ana haber bültenlerinde ekranlara nasıl yansıtıldığıнын gündem belirleme kuramına göre incelenmesi amaçlanmaktadır. Bir haftalık veri toplama süreci neticesinde şu sorulara cevap aranmıştır:

1. Söz konusu ana haber bültenleri Kahramanmaraş depremlerini nasıl görmüştür?
2. Ana Haber Bültenlerinde kanalların Kahramanmaraş depremleriyle ilgili haber sayıları ve toplam yayınlanma süreleri nasıl bir dağılım göstermektedir?
3. Kahramanmaraş depremleriyle ilgili haber içerikleri kanallara göre nasıl bir dağılım göstermektedir?

3.Yöntem

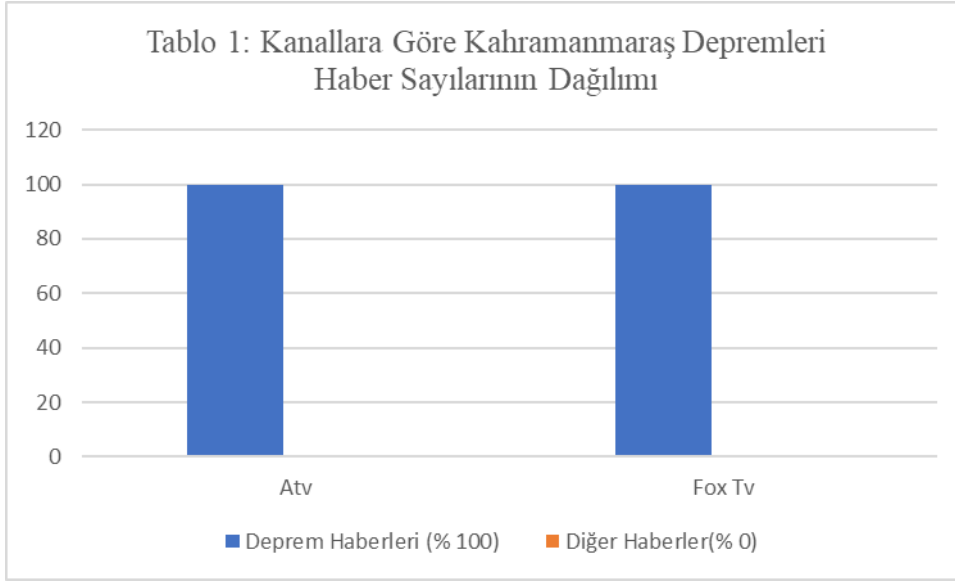
Bu araştırma, Kahramanmaraş depremlerinin Türkiye'deki televizyon kanallarının ana haber bültenlerinde nasıl gündeme geldiğini ele almaktadır. Bu bakımdan araştırmanın evreni Türkiye'deki ulusal televizyon kanallarından oluşmaktadır. Çalışmanın örnekleme ise amaçlı örnekleme yöntemiyle belirlenmiş ve Atv ve Fox Tv ana haber bültenleri örnekleme alınmıştır. Bu Televizyon kanallarının örnekleme seçilmesinde izlenme oranları ("[Tv Reyting Sonuçları](#)", 2023) ve toplumun farklı kesimlerinin görüşlerini temsil eden yayın politikasına sahip olmaları göz önünde bulundurulmuştur. Çalışma, ana haber bültenlerinin deprem haberlerini gündemlerine nasıl aldıkları ve bunları nasıl aktardıklarıyla alakalıdır. "Yüzyılın felaketi" olarak adlandırılan olayın büyüklüğüne bağlı olarak çok sayıda ölü ve yaralının olması, iktidar cephesi ve muhalefet cephesinin olaya bakışı, olayı yaşayanların tepkisi, uzmanların görüşleri, sivil toplum örgütlerinin olaya yaklaşımı gibi birçok etken ana haber bültenlerinin gündeminde günlerce yer etmiştir. Ana haber bültenlerinde, haberlerini doğrudan olay yerine bağlanarak canlı yayın şeklinde izleyiciye ulaştırmışlardır. Zaman zaman yaralı olarak kurtulanlar ya da yakınlarını kaybedenlerle ilgili röportajlara yer vermişlerdir. 7 günlük süreç sonunda ana haber bültenleri içerik analizine göre analiz edilmiştir.

4. Sınırlılıklar

Çalışma uygulama boyutuyla, örnekleme olarak alınan televizyon kanalları ve bu kanalların ana haber bültenleriyle sınırlandırılmıştır. Süre boyutuyla ise depremin meydana geldiği günü takip eden ilk 7 günlük süre (06-12 Şubat 2023 tarihleri arası) ile sınırlandırılmıştır.

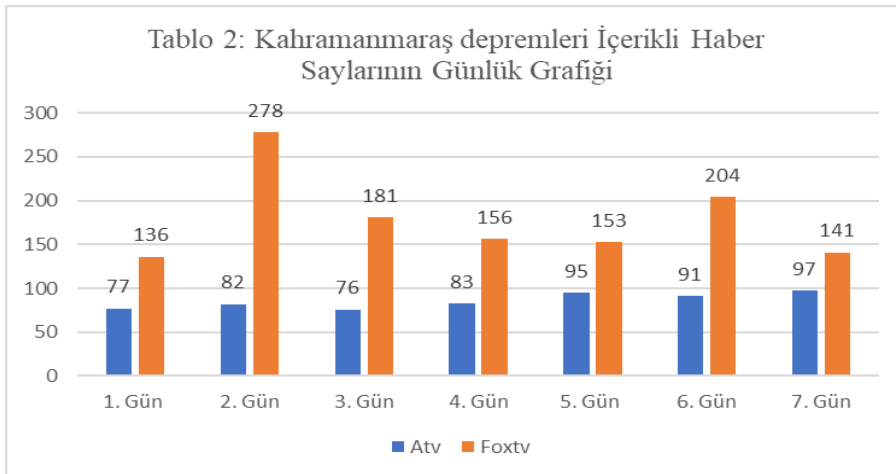
5. Bulgular

Tablo 1. Kanallara Göre Kahramanmaraş Depremleri Haber Sayılarının Dağılımı



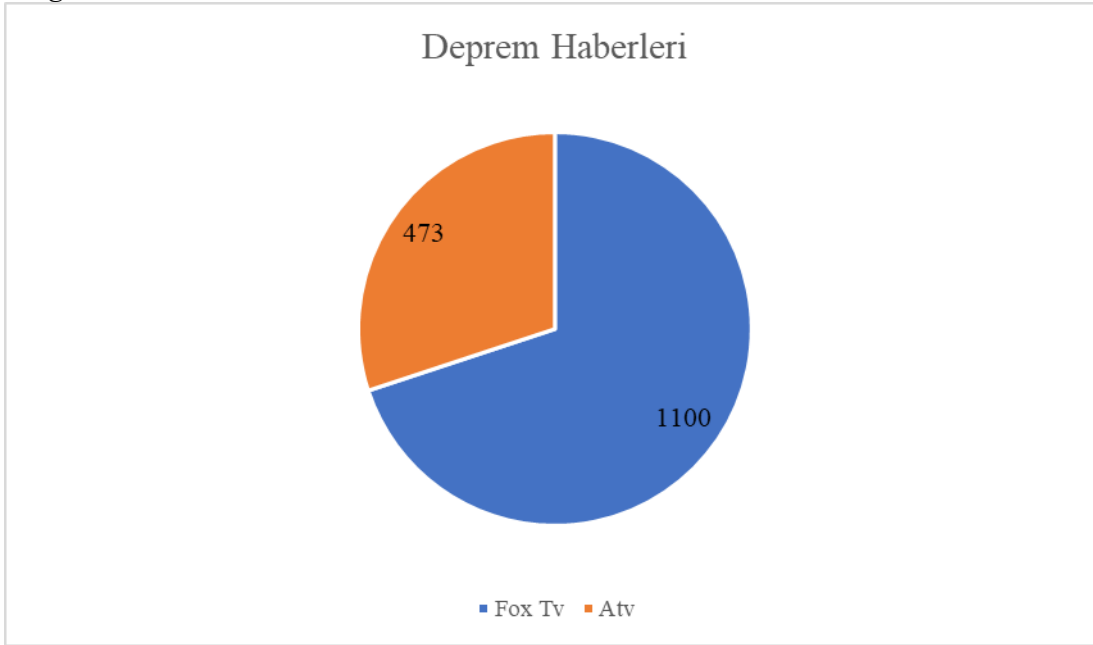
Frekans analizi yöntemiyle ATV ve FOX TV ana haber bültenlerinde Kahramanmaraş depremleri ile alakalı yayınlanan haberlerin niceliksel sonuçlarına ulaşılması hedeflenmiştir. Bu amaçla, ilk olarak kategoriler altında derlenen haberler, bu aşamada sayısal verilere dönüştürülerek grafiklerle gösterilmiştir. 06-12 Şubat tarihleri arasında ATV ve FOX TV ana haber bültenlerinde Kahramanmaraş depremleri ile alakalı yayınlanan haberler incelendiğinde haber başlıkları üzerinden olaya ilişkin yayınlanan haber sayılarına ulaşılmıştır. Tablo 1'e bakıldığında olaya her iki ana haber bülteninin de bu süreçte haberlerinin tamamını deprem haberlerine ayırdığını söylemek mümkündür. Özel de 11 ili etkileyen, genel de ise tüm ülkeyi etkileyen bir olay olduğundan incelenen bir hafta boyunca deprem dışında başka haberlere yer verilmemiştir.

Tablo 2. Kahramanmaraş depremleri İçerikli Haber Sayıları Günlük Grafiği



Tablo 2'ye bakıldığında Fox Tv ana haber bülteninin deprem gündemine Atv ana haber bültenine göre çok daha fazla yer ayırdığı görülmektedir. Bahsi geçen tarihler arasında 1249 haber başlığı sayısı ile Fox Tv ana haber bültenin gündemini deprem haberlerinin belirlediği anlaşılmaktadır. Atv ana haber ise 601 haber başlığı ile deprem haberlerini gündemine almıştır. Bir haftalık süreçte, Fox Tv ana haber bülteninde en çok haber sayısının depremin 2. günü yapıldığı, Atv ana haberde ise 7. gününde yapıldığı ortaya çıkmıştır. Her iki kanal için de ilk günden itibaren haber sayılarının aynı seviyede devam ettiğini söylemek mümkündür. Atv ana haberde en yüksek haber sayıları 5. ve 7. gündür. Fox Tv ana haberde ise 2. ve 6. günde en fazla haber sayısına ulaşılmıştır.

Tablo 3. Kanallara Göre Kahramanmaraş Depremleri İçerikli Haber Sürelerinin Dağılımı



Tablo 3'deki haber sürelerine göre, Fox Tv ana haber bülteninin deprem haberlerini 1100 dk. ile gündemine taşımıştır. Atv ana haber bülteni ise deprem haberleri gündemine 473 dk. yer ayırmıştır. Kahramanmaraş depremleri ile alakalı haber içeriklerine Fox Tv ana haberde daha fazla yer verildiği görülmektedir.

Tablo 4. Yayınlanan Haberlerin Ana Temaları ve Kanallara Göre Dağılımı

	Atv (%)	Fox Tv (%)
Bilgilendirici	64,2	70,8
Dramatik/trajik	35,7	28,3
Sansasyonel/panik yaratıcı	0,01	0,8

Yapılan incelemede, Kahramanmaraş depremleri ile alakalı sunulan haber başlıklarının içeriğinde bilgilendirici ve dramatik başlıkların tercih edildiği belirtilebilir. Sansasyonel haberlere ise neredeyse hiç başvurulmadığı anlaşılmaktadır. Atv ana haberde kurtarıma olaylarının daha dramatik bir şekilde aktarıldığını söylemek mümkündür. Depremden kurtulan

depremzedelerle alakalı haberler ya da ölü, yaralı haberleri dramatize edilerek verilmiştir. Bireysel hikâyelerin ön plana çıktığı haberlerde binanın çürüklüğüne ya da müteahhidin ihmaline vurgu yapıldığı dikkat çekmiştir. Yayıncılık anlayışı gereği egemen bir dili tercih eden Atv ana haber, hükümete yönelik herhangi bir eleştiri de bulunmamıştır. Fox Tv ana haberde ise dramatize edilen ölü ve yaralı hikâyeleri hükümet eleştirisi ile dile getirilmiştir.

Tablo 5. Yayınlanan Haber Konularının Kanallara Göre Dağılımı

	Atv	Fox Tv
Bilgi verme	340	635
Cenaze törenleri	1	-
Bina hasar durumu	29	7
Kurtarıma haberleri	68	139
Nefret söylemi	-	1
Afetzedeler	15	128
Ölü ve yaralı hikâyesi	102	79
Siyasilerin açıklaması	28	139
Taziye mesajı	1	-
Soruşturma	2	5
Tedbirler	-	5
Yardımlar	15	111
Toplam	601	1249

Kahramanmaraş depremleri içerikli haberlerin ele alındığı Tablo 5'te en fazla bilgi verme amaçlı haber içeriklerinin olduğu, onu kurtarıma haberlerinin ve siyasilerin açıklamalarının takip ettiği görülmektedir. Afetzedelere çok sık yer verildiği, ölü ve yaralı hikâyesi haberlerinin aynı oranlarda gündeme geldiği söylenebilir. Yardımlarla alakalı haberlerin Fox Tv ana haberde daha çok gündemde tutulduğu anlaşılmaktadır. Her iki kanal için de taziye mesajı, tedbirler, cenaze törenleri ve nefret söylemi içerikli haberlere neredeyse hiç yer verilmemiştir.

Tablo 6. Kanalların Yayınlanan Haberlerdeki Çerçeveleme Tutumu

	Atv (%)	Fox Tv (%)
Eleştirel	2,4	10,6
Egemen	6,8	2,1
Nötr	90,8	87,3

Haber başlıklarının yapısı incelendiğinde Atv haberin deprem haberleriyle alakalı sunum tarzında ekseriyetle tarafsız bir tutum sergilediği söylenebilir. Yayın politikası gereği daha egemen bir dil anlayışına sahip olan Atv haber, süreç boyunca bu dili sürdürmüştür. Tablo 6'da eleştirel olarak gösterilen yanının ise

muhalefet eleştirisi şeklinde olduğunu vurgulamak gerekir. Fox Tv ana haberin ise daha eleştirel bir dile sahip olduğu ifade edilebilir. Muhalefet yetkililerine daha çok yer ayırmış, hükümeti alınmayan önlemler ve eksiklikler üzerinden eleştirmiştir. Bu noktada müteahhitlere de eleştirel bir dil sergilemiştir. Yardımlar konusu üzerinden bu dili sürdürmüştür fakat depremin büyüklüğü ve doğal bir olay olmasından kaynaklı genel anlamda tarafsız bir yayın dili tercih edilmiştir. Sansasyonel haber başlıkları az da olsa tercih edilmekle beraber gerçekçi haber içeriklerini kullanıldığı görülmektedir.

Tablo 7. Haberlerde Kullanılan Sözcükler

Kanallar	En Çok Kullanılan Sözcükler
Atv	Deprem, Kurtarma, Umut, Mucize, Enkaz, Yıkım, Felaket, Yardım, Seferberlik, Acı
Fox Tv	Deprem, Can kaybı, Enkaz, Felaket, Yaralı, Kurtarma, Yardım, Umut, Mucize, Soğuk

Haber başlıklarında kullanılan sözcükler haberin içeriğini izleyicilere özetleyen anahtar kelimelerdir. İncelenen haberlerde en çok kullanılan sözcükler Tablo 7’de verilmiştir. Olayın kendi ismi “Deprem” olduğu için her iki kanalda da deprem kelimesi en çok kullanılan kelime olmuştur. Fox Tv ana haberde hiç ölüm kelimesinin kullanılmaması, bunun yerine can kaybı denmesi dikkat çekmektedir. Felaket, Enkaz, Yıkım gibi olumsuz kelimelere karşılık Umut, Mucize, Kurtarma ve Yardım gibi olumlu kelimelere yer verilmiştir. Asrın felaketi olarak nitelendirilen depremin büyüklüğüne binaen, haber içeriklerinde olumsuz kelimelerin daha çok kullanıldığı ifade edilebilir. Bir haftalık süreç boyunca Fox Tv ve Atv ana haber bültenlerinde depremin 10 ili etkilediği söylenmiştir. Fakat depremin 11. günü 11 ili etkilediği açıklanmış ve o günden sonra “11 ili etkileyen deprem” etiketiyle sunulmaya başlanmıştır.

Tablo 8. Haberlerde Yer Alan Aktörler

	Cumhurbaşkanı ve Hükümet Yetkilileri	Siyasi Partiler	Muhalefet Temsilcileri	STK’lar	Bilim Adamları-Uzmanlar	Medya Temsilcisi	Kurban, Mağdur Ve Yakınları	Ünlüler
Atv	23	2	3	1	7	-	237	8
Fox Tv	134	17	51	23	5	2	230	3

Tablo 8’da ifade edildiği gibi, depreminin ilk gününden itibaren Hükümet yetkilileri, Siyasi parti genel başkanları, Bilim adamları, Medya temsilcileri ve çeşitli STK’lara ana haber bültenlerinde yer verilmiştir. Cumhurbaşkanı’nın her ile bir bakan görevlendirmesi ile başlayan süreç, her ile ve bölgeye yardımcı valilerin atanmasıyla devam etmiştir. 10 ile toplamda 29 vali görevlendirilmiştir. Bu da olayın ne kadar ciddi olduğunu göstermektedir. AFAD’ın yanı sıra çeşitli STK’lar deprem bölgesinde aktif rol almıştır. Ana akım medya temsilcisi olarak görülen Atv haber başlıklarında incelenen süreçte “AFAD’a” bir defa yer verilmesi dikkat çekmektedir. Asker, Jandarma, Polis gibi güvenlik güçlerinin de haberlerde sıklıkla geçtiği ifade edilebilir. Bu süreçte en çok rol olan aktör tabii

olarak cumhurbaşkanıdır. Onu sırasıyla Cumhurbaşkanı yardımcısı ve bakanlar takip etmektedir. Fox Tv ana haberde Cumhurbaşkanı ve hükümet yetkililerine çok daha fazla yer ayırdığı ifade edilebilir. Muhalefet liderinin Atv ana haberde çok az yer aldığını ve söylemlerine olumsuz imaj yüklediği söylenebilir. “Soylu: Kılıçdaroğlu istismar ediyor.”, “Kılıçdaroğlu’na yalanlama” haber başlıkları bunlara örnek gösterilebilir. Siyasi parti ve muhalefet temsilcilerine Fox Tv ana haberde daha çok yer verildiği görülmektedir. Mağdur ve mağdur yakınları en sık başvurulan aktörler olmuştur. Sürecin en başından en sonuna kadar Mağdur haberleri yayın akışının içerisinde canlı yayın bağlantıları ya da röportajlar aracılığıyla sunulmuştur. Alanında uzman kişilerin de canlı yayın konuğu olarak stüdyoda olduğu bir ana haber bülteni akışı gerçekleşmiştir. Atv ana haberde her gün bir uzman konuk olmuştur. Fox tv haberde ise bir haftalık süreçte beş uzmanın görüşlerine başvurulmuştur. Zaman zaman ünlülerin de görüşlerine yer verilerek olayın vahameti vurgulamak istenmiştir. Medya temsilcisi denilen Fox Tv çalışanları stüdyo konuğu olarak ana haber bültenine çıkmış ve olay yerinde yaşadıklarıyla alakalı bilgiler vermişlerdir.

Tablo 9. Haberlerde Abartı

	Var (%)	Yok (%)
Atv	11,6	88,4
Fox Tv	12,1	87,9

Tablo 9’a göre Kahramanmaraş depremleriyle alakalı haberlerin sunumunda kullanılan başlıklardaki abartı durumu incelendiğinde, her iki kanal için de benzer oranlarda abartı unsurlarının kullanıldığı ifade edilebilir. Fox Tv ana haberde çok fazla olmamakla beraber Atv ana haberden daha fazla abartıya başvurulduğu söylenebilir. Fox Haber’in “Asrın Felaketi”, Atv Haber’in ise “Yüzyılın En Büyük Felaketi” diyerek depremin büyüklüğünü tanımlaması, Atv ana haberde depremin etkisini anlatmak için “130 Atom Bombası”, Fox haberde ise “500 Atom Bombası” büyüklüğünde ifadelerinin kullanımı abartı unsuruna örnek gösterilebilir. Genel anlamda ilgili kanalların abartı unsurunu kullanmadığı anlaşılmaktadır.

Tablo 10. Tekrar Eden Haberler

	Var (%)	Yok (%)
Atv	6	94
Fox Tv	72	28

Tablo 10’da belirtildiği gibi, Fox Tv ana haberde, haber sunulurken sık sık haber başlıkları tekrarına başvurulmuştur. Gündem belirleme kuramında tekrarların önemli bir yeri vardır. Bilgilendirme amacı taşıyan, en çok ve en sık kullanılan başlık “Can Kaybımız...” ifadesi olmuştur. Yedi günlük süreçte can kaybı, yaralı ve yıkılan bina bilgisi ortak bir başlıkta 293 defa paylaşılmıştır. Atv haber ise can kaybını sadece 8 defa vermiş, yaralı ve yıkılan bina bilgisinden bahsetmemiştir. Bunun yanında, Fox Haber’de haberleri verirken genel başlık ve genel başlıkla birlikte alt başlıklar kullanılmıştır. Örneğin Haluk Levent’in canlı yayına bağlanma öncesinde 11 defa “Haluk Levent Birazdan Fox Haberde” başlığı kullanılmış, konuşma esnasında bu başlık “Haluk Levent Fox Haberde” şeklinde 25 alt başlıkla birlikte verilmiştir. Bu alt başlıklar haber içeriğiyle alakalı metinler şeklindedir: “Haluk Levent FOX Haber’de - *Hatay’da 3.000 aileyi*

barındırabileceğimiz bir Ahbap çadır kenti kurduk.”. Atv ana haberde, haber başlığı genel bir başlık şeklinde verilmiş, alt başlığa başvurulmamıştır. En çok tekrar eden başlık ise 9 tekrar ile “Yüzyılın En Büyük Felaketi” başlığıdır. Sonuç olarak Fox Tv ana haber, Atv ana habere göre çok daha fazla tekrara başvurmuştur.

Tablo 11. Haberlerde Uzman Görüşü ve Örnek Sunma Unsurlarının Kullanımı

	Atv		Fox Tv	
Uzman Görüşüne Başvurma	7		5	
	Var (%)	Yok (%)	Var (%)	Yok (%)
Örnek Sunma	0,6	99,4	1,2	98,8

Kahramanmaraş depremleriyle alakalı Fox Tv ve Atv ana haberde uzman görüşüne başvurulup başvurulmama durumuna bakılmıştır. Tablo 11’de gösterildiği gibi, incelemeye konu olan bir haftalık süreçte Atv haberin her gün bir uzmanı konuk aldığı anlaşılmaktadır. Depremin ilk gününden itibaren haberler uzman görüşüne başvurularak daha önce olan depremlere, binaların dayanıklılık konularına, deprem anında ne yapılması gerektiğine, bundan sonraki depremlerin nerelerde olacağı gibi çeşitli örnek sunmalara yer verilmiştir. Fox tv ana haber ise bir haftalık süreçte alanında uzman beş kişiyi konuk almıştır. Depremin daha önceden olacağı bilgisini ve gerekli tedbirlerin alınmadığı, daha önce gerçekleşmiş olan depremlerle olabilecek depremlere atıfta bulunulmuştur. Depremin ekonomik boyutu, binaların kentsel dönüşümü ve uzaktan eğitim konusu gibi mevzular uzmanların görüşlerine başvurularak tartışılmıştır.

6.Sonuç

Kahramanmaraş depremlerinin Fox Tv ve Atv ana haber bültenlerinde gündem belirleme kuramı bağlamında olayın nasıl ele alındığı içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. 06.02.2023 tarihinde 04:17’de meydana gelen, 10 ili vurduğu söylenen ve daha sonra olayın 11. günü 11 ili etkilediği açıklanan Kahramanmaraş merkezli 7.7 ve 7.6 büyüklüğünde iki büyük depremin Türkiye gündemine oturduğu ve uzun bir süre gündemden düşmediği bilinmektedir.

Yapılan bu çalışmada depremin ilk yedi günü ele alınmıştır. Örnekleme yayın politikası gereği egemen bir dile sahip Atv ana haber ile muhalif bir kanal olan Fox Tv ile sınırlandırılmıştır. Çalışmada hem süre bakımından hem de sayı bakımından Fox Tv ana haberin Kahramanmaraş depremlerine daha çok yer verdiğini söylemek mümkündür. Her iki kanalın abartı unsurlarına başvurmakla beraber çoğunlukla gerçekçi ve tarafsız yayın yapmaya çalıştığı sonucuna ulaşılmıştır. Ölü ve yaralı haberleri ile kurtarılan haberleri sunulurken dramatize edilerek sunulduğu görülmüştür. Zaman zaman sansasyonel başlıklar tercih edilmiştir.

Genel anlamda bilgi verme amacı taşıyan haber içerikleri uzman görüşlerine başvurularak desteklenmeye çalışılmıştır. Haber içeriklerinde kullanılan aktörler sırasıyla Cumhurbaşkanı ve bakanlar olmak üzere mağdur ve yakınları ile muhalefet parti temsilcileridir. Sivil toplum kuruluşları temsilcileri ile Ünlü kişilere de başvurulduğu tespit edilmiştir. Haber başlıklarında en çok tercih edilen “Deprem, Felaket, Enkaz, Yıkım, Can kaybı” gibi kelimelerin olumsuz

anlam çağrıştırdığı, “Kurtarma, Umut, Mucize ve Yardım” kelimelerinin ise olumlu anlam çağrıştırdığı ifade edilebilir. Fox Tv ana haberin deprem haberlerine daha eleştirel ve sorgulayıcı yaklaştığı anlaşılmaktadır. Hükümet’in yapması gereken veya yapmadığı konuları dile getirerek, kentsel dönüşümden müteahhitlere kadar maddi hasara ve binlerce kişinin ölümüne sebep olan sorumlulara yer vererek bu görevi yerine getirdiği görülmektedir. Tüm bu veriler bağlamında her iki kanalın da kendi yayın politikasına göre hareket ettiği söylenebilir.

Yapılan bu çalışmadan hareketle doğal afetlere karşı toplumu bilinçlendirme ve eğitime çalışmalarının medya aracılığıyla artırılmasının uygun olacağı düşünülmektedir. Eğitim kurumları, sivil toplum kuruluşları ve yerel yönetimler, afet öncesi bilinçlendirme kampanyaları düzenleyerek toplumun afetlerle ilgili riskleri ve önlemleri öğrenmesine yardımcı olmalıdır. Ayrıca medya, doğal afetlerle ilgili haberlerin yanı sıra afet öncesi hazırlık konularına da daha fazla yer vermeli ve halkı bilgilendirmelidir. Bu sayede toplumun afetlere karşı duyarlılığı artacak, önleyici tedbirler almak için harekete geçme isteği ve bilinci güçlenecektir. Özellikle deprem riski taşıyan bölgelerde yaşayan insanların bu bilince sahip olmaları hayat kurtarıcı olabilir. Toplumun afetlere karşı hazırlıklı olması, can kaybı ve maddi hasarları minimize etmek ve toplumun iyileşme sürecini hızlandırmak açısından büyük önem arz etmektedir. Bu noktada deprem gibi doğal afetlerin yıkıcı etkisini göstermek için karşılaştırmalı çalışmalar yapmak araştırmacılar için yeni bir çalışma alanı olabilir. Afet yönetimi ve medya arasındaki işbirliği ve etkili iletişimin doğru bilgi aktarımlarıyla afet yönetimine nasıl bir katkı sunacağı üzerinde durulabilir.

Kaynakça

- Aziz, A. (2021). *Siyasal İletişim*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Büyükbaykal, C. I. (2012). Kitle İletişim Araçları Ve Toplumsal Yaşam. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi | Istanbul University Faculty of Communication Journal*, 21, Article 21. <https://doi.org/10.17064/iüifhd.27733>
- Coşan, B. (2023). Twitter Kullanıcılarının Gündem Belirleme Aracı Olarak Sosyal Politikadaki Gizli Rolü: Yemeksepeti ve Migros Örneği. *İstanbul İktisat Dergisi*, 72(2), Article 2. <https://doi.org/10.26650/ISTJECON2022-1089767>
- Çetin, F. G. (2021). Türkiye’de Kamu Politikası Oluşturma Sürecinde Gündem Belirleme: Sağlıkta Dönüşüm Programına Yönelik Bir İnceleme. *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 11(2), Article 2. <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.801838>
- Demir, Y., & Ayhan, B. (2020). Sosyal Medyanın Gündem Belirleyicileri: Twitter’da Gündem Belirleme Süreci Üzerine Bir Sosyal Ağ Analizi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2020(51), Article 51.
- Duru, A. A. (2022). Türkiye’de Kamu Politikası Sürecindeki Aktörler ve Gündem Belirleme. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(3), Article 3. <https://doi.org/10.18074/ckuiibfd.1179153>

- Güngör, A. (2021). Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında Sosyal Medya İle Siyaset Gündeminin Karşılaştırmalı Analizi. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.47107/inifedergi.882626>
- Kılıç, M. C. (2022). Twitter’da Gündem Belirleme Ve Astroturf Faaliyetler: Türkiye’deki Siyasi Parti Liderlerinin Etiketlendiği Tweetler Üzerine Bir Araştırma. *İletişim Bilimi Araştırmaları Dergisi*, 2(2), Article 2.
- Koçyiğit, M., & Koç, M. A. (2021). COVID–19 Sürecinde Medya Ekolojisindeki Değişimin Gündem Belirleme Kuramı Çerçevesinde İncelenmesi. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, 6, Article 6.
- Kütükoğlu, E. (2021). Afet Gazeteciliğine Gündem Belirme Kuramı ve İzmir Depremi Haberlerinden Bakış. *Uluslararası Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli Dergisi*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.33464/mediaj.994871>
- Maigret, E. (2019). *Medya ve İletişim Sosyolojisi* (H. Yücel, Çev.). İletişim Yayınları.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function Of Mass Media*. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- McQuail, D. (2020). *McQuail’s media and mass communication theory* (Seventh edition /). Sage Publications,.
- Mutlu, E. (2017). *İletişim Sözlüğü*. Ütopya Yayınevi.
- Övür, A. (2019). Kültür Endüstrisinin Gündem Belirleme Ve Kamuoyu Oluşturma İşlevi. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 11(4), Article 4.
- Özçetin, B. (2020). *Kitle İletişim Kuramları Kavramlar, Okullar, Modeller*. İletişim Yayınları.
- Tokgöz, E., & Tanyıldızı, N. İ. (2023). Gündem Belirleme Ve Çerçeveleme Teorileri Bağlamında Tass Ve Ukrinform Haber Ajanslarının Rusya-Ukrayna Savaş Sunumlarının İncelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(1)
- Tv Reyting Sonuçları. (2023, Mayıs 9). *Medyajans.com*. <https://www.medyajans.com/televizyon-reytingleri.html>
- Vatandaş, S. (2020). Covid-19 Pandemisi Ve “Gündem Belirleme” İşlevi Açısından Gazete Manşetleri. *Sosyal Bilimler Metinleri*, 2020(1), Article 1.
- Yaylagül, L. (2021). *Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Dipnot Yayınları.