

Almanya'da Çocuklara Yönelik Yayınlanan Logo Kindernachrichten Haber Programının İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi

EYLEM ŞENTÜRK KARA

Öz

Her geçen gün çocuklar kitle iletişim araçlarının mesajlarına daha fazla maruz kalmaktadır. Bu durum kitle iletişim araçlarının onların içinde yaşadıkları dünyayı anlamlandırmalarında önemli bir kaynak vazifesi görmesine sebep olmaktadır. Fakat yetişkinler için hazırlanmış olan programların içeriklerinin çocukların içinde yaşadıkları toplumdaki siyasi, sosyal, kültürel ve ekonomik olayları anlamlandırmalarına yeterince yardımcı olduklarını söylemek pek mümkün değildir. Bu nedenle çocukların yaşına uygun, onlara hitap edecek program formatlarının geliştirilmesi gerekmektedir. Bu düşünceden hareketle hayata geçirilen Logo Kindernachrichten (Çocuk Haberleri), 28 yıldan beri Almanya'da yayımlanan ilk ve tek çocuk haber bülteni olma özelliğine sahiptir.

Araştırmada Alman devlet kanalı ZDF'in (Zweites Deutsches Fernsehen –ikinci Alman Televizyonu–) uzun yıllar süren çalışmaları neticesinde bugünkü hâlini almış olan Logo adlı haber bülteninde hangi konuların tematize edildiği, bu konuların nasıl sunulduğu, uluslararası siyaset ve terör gibi karmaşık konular ele alınırken hangi noktalara dikkat edildiği, gündem belirleme kuramı bağlamında irdelenme yoluna gidilmiştir. Araştırma kapsamında 16-26 Mart 2017 tarihleri arasındaki Logo Çocuk Haber çocuk haber bültenleri, kaydedilerek Türkçeye çevrilmiş, elde edilen veriler nitel ve nicel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma sonucunda Logo'da olumsuz olaylarla ilgili olarak yapılan haberlerin sonunda mutlaka umut verici nitelikte olan unsurlara yer verildiği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Sözcükler: Logo, Çocuk Haber Bülteni, Çocuklar İçin Habercilik

The Analysis of Logo Kindernachrichten Kids Newsreport Broadcasting in Germany by Content Analysis Method

EYLEM ŞENTÜRK KARA

Abstract

It can be stated that kids have been exposed to the messages given through mass media day by day. This reality leads them to think that mass media tools are important sources for making sense of the world. However, it is almost impossible to state that the contents of the shows prepared for adults help children enough to understand the political, social, cultural and economical events. Thus, it is a must to develop TV shows according to the children's needs. Keeping this must in mind, Logo Kindernachrichten (Kids News) is the first and only news report for kids that has been broadcasting for 28 years in Germany.

In this study, some issues are addressed such as what kind of topics are thematized, how these topics are presented in terms of agenda setting theory, how complicated issues like global politics and terror are handled in ZDF's (Zweites Deutsches Fernsehen- Germany's state television) news report called Logo, which is created after long studies. For the scope of the study, Logo news report between March 16 and 26, 2017 have been recorded and translated into Turkish, and the data has been analyzed by using qualitative and quantitative methods. In the consequence of the research, it is observed that encouraging elements are absolutely presented at the end of the news about negative events in Logo.

Key Words: Logo, Kids Newsreport, News for Kids

1. Giriş

Her geçen gün çocuklar, kitle iletişim araçlarını daha sık ve yoğun bir şekilde kullanmaktadır. Bu durum pedagojik anlamda birtakım endişeleri beraberinde getirirse de kitle iletişim araçları, çocuklara toplumsal ve siyasal olayların aktarılmasında önemli bir rol oynayabilme özelliğine sahiptir. Fakat yetişkinler için hazırlanmış olan programlar çocuklara sınırlı imkânlar sunmaktadır. Bu nedenle çocukların yaşına uygun, onlara hitap edebilecek program formatlarının geliştirilmesi gerekmektedir.

Yapılan araştırmalar, çocukların 8 yaşından itibaren haberlerin içeriklerini anladıklarını göstermektedir. Ayrıca televizyonda verilen haberlerin radyo ve gazeteyle oranla daha fazla onların aklında kaldığı, bu yolla daha fazla bilgi edindiklerini ortaya koymaktadır (Vom Orde, 2011: 25). Araştırmalar sonucunda yetişkinlerin hem ilgi duydukları konular hem de kendi yakın çevrelerinde olup biten olayların arka planlarını öğrenmek istedikleri için haberleri takip ettikleri tespit edilmiştir (Gleich ve Schmitt, 2009: 597). Çocukların da aynı sebeplerle çevresindeki yetişkinler ve akranlarıyla bazı şeyler konuşarak paylaşımında bulunabilmek için dünyada olup biten olaylardan haberdar olmak istedikleri görülmüştür (Messenger Davies, 2009).

Televizyon yayıncılığında, bir programın hedef kitlesinin kimler olduğu, diğer bir deyişle kimin için yapıldığı önemli bir konudur. Örneğin, program 5-10 yaş arasındaki çocuklara hitap edecekse o zaman bu yaş grubunun belirgin özellikleri göz önüne alınarak program oluşturulmaya çalışılmaktadır. Programın içeriği, türü, müziği, süresi, dekoru, kullanılan dil gibi çeşitli unsurlar bu gruba uygun olarak biçimlendirilmektedir. Bu konuda yapımcılar, zaman zaman uzmanlardan da yardım alabilmektedir. Buna rağmen çocuklar genellikle aileleriyle beraber televizyon seyrettiklerinden yetişkinler için hazırlanmış olan haberlerden tutunda birçok programı izlemekte ve bunların etkilerine maruz kalmaktadır (Van Vliet vd., 2013; Künüçen, 2004: 59).

Çocuk hakları konusunda imzalanmış uluslararası nitelikte çok sayıda sözleşme bulunmaktadır. Bu sözleşmeler uyarınca çocukların korunmasına ilişkin düzenlemeler yasal güvence altına alınmıştır. Bu sözleşmelerin en önemlilerinden bir tanesi de Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'nda 20 Kasım 1989 tarihinde benimsenen ve 2 Eylül 1990'da yürürlüğe giren çocuk haklarıyla ilgili sözleşmedir (Akarşlan, 1998: 72). Toplam 54 maddeden meydana gelen bu sözleşme kapsamında, ayırım gözetmeksizin bütün çocuklara, siyasal, sosyal, ekonomik, kültürel ve yurttaşlık hakları tanınmıştır. Ayrıca sözleşmenin 17. maddesinde çocukların doğru bilgi edinme ve zararlı yayınlardan korunma hakkı güvence altına alınmıştır (Gröne

vd., 2017: 17). Fakat geleneksel haberlerin çocuklar tarafından anlaşılması zordur (Gleich ve Schmitt, 2009: 593-602). Bu nedenle haberlerin çocuklara sunulurken biçimlendirilmesinde daha hassas bir şekilde davranılması gerekmektedir. Bu düşünceden hareketle hayata geçirilen Almanya'nın ilk ve tek çocuk haber bülteni olan Logo'da, haberler çocukların yaşlarına uygun bir şekilde onlara aktarmaya çalışmaktadır. Bu program aynı zamanda Avrupa'da da çok az sayıda yayınlanan çocuk haber bültenlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Gröne vd., 2017: 17-23).

Türkiye'de çocuklara yönelik bir haber bülteni formatı yok denecek kadar azdır. Ülkemizdeki haber bültenlerinde şiddet unsuru barındıran içeriklerin yoğun bir şekilde sunulduğu (Ergül, 2000: 170-184; Kebapçı, 2001: 215-216; Özer, 2007: 314; Yalçın, 2012: 46-49 vb.) göz önüne alındığında Türkiye'de çocuklara yönelik bir haber bülteni formatının oluşturulması gerektiğini söylemek mümkündür. Bu bağlamda bu çalışma, Türkiye'de çocuklara yönelik hazırlanabilecek bir haber bülteni formatı oluştururken nelere dikkat edilebileceği konusunda fikir vermesi açısından önem arz etmektedir.

Medya dünyada olup biten her olayı haber hâline getirmez. Bazı olaylara yer vererek onları gündeme taşıırken bazı olayları görmezden gelmektedir. Bu durum neticesinde insanlar medyanın yer verdiği konular hakkında bilgi sahibi olurken yer vermediği konular hakkında ise bir şey öğrenememektedir. Gündem belirleme kuramı medyanın insanları etkileme gücünden ziyade, belli konuları ön plana taşımasıyla ilgilidir. Bu kuram, medyanın önem ve öncelik verdiği konuların insanların da önemli ve öncelikli görüldüğünü savunmakta ve onun insanların neyi, ne kadar bilmesi gerektiğine karar verdiği görüşüne dayanmaktadır (Hazar, 2002: 47). Bu çalışmanın amacı, gündem belirleme kuramı bağlamında 1998 yılından beri düzenli olarak Almanya'nın kamusal çocuk kanalı olan KIKA'da gösterilen Logo adlı çocuk haber bülteninde gündem olarak hangi konuların sunulduğu, bu konuların nasıl ele alındığı, uluslararası siyaset ve terör gibi karmaşık konular tematize edilirken hangi noktalara dikkat edildiğini ortaya koymaktır. Bu kapsamda çalışma yapılırken Logo'nun 11 günlük yayını nicel ve nitel içerik analizine tâbi tutulmuştur

2. Gündem Belirleme Kuramı

İnsanlar dünyada olup biten olaylardan haberdar olmak amacıyla medyayı takip etmektedir. Fakat medya, dünyada olup biten bazı olayları daha fazla ön plana çıkarırken bazılarını ise daha az ilgi göstermektedir. İnsanlar medyanın ön plana çıkardığı diğer bir deyişle gündeme getirdiği olaylardan haberdar olmaktadır. Bu

bağlamda insanlar olayları medyanın onlara verdiği önem derecesine göre öğrenerek kabul etmektedir (Severin ve Tankard,1992: 208).

Gündem belirleme kuramının temeli Walter Lippman'ın 1922 yılında yayımladığı Public Opinion (Kamuoyu) adlı çalışmayla atılmıştır. Bu çalışmada Lippman, medyada baskın olarak sunulan unsurların medyayı takip eden insanların zihninde de baskın ya da öncelikli hâle geldiği fikrini ortaya koymuştur (Dearing ve Rogers, 1996: 12). Lippman "Dışımızdaki dünya ve kafamızdaki resimler" teziyle insanların dünyadaki gerçekliğe değil, kendileri için gazeteciler tarafından çizilen gerçekliğe inandığını savunmuştur (Holtz-Bache ve Kutsch, 2002: 273-276). Ona göre, gazeteciler tarafından çizilen gerçeklik realiteyi yansıtmada zayıf ve başarısızdır. Lippman'ın bu düşüncesinin doğruluğu 1963 yılında Bernard Cohen tarafından ortaya konulan tezle desteklenmiştir. Cohen aslında medyanın, çoğu zaman insanların ne düşüneceklerini değil, ne hakkında düşünecekleri söylemede başarılı olduğunu öne sürmüştür (Yüksel, 2001: 34).

Gündem belirleme kavramı günümüzdeki anlamıyla ilk defa Maxwell E. McCombs ve Donald L. Shaw (1972) tarafından tanımlanmıştır. McCombs ve Shaw 1968 yılındaki Amerika Birleşik Devletleri Başkanlık seçimleriyle ilgili yaptıkları çalışma neticesinde gündem kurma modelinin kararsız seçmenlerin seçimlerini nasıl etkilediğini araştırmıştır. Buna göre, kitle iletişim araçlarının insanların gündemini belirlediği ortaya çıkmıştır. 1981 yılında David Weaver tarafından yapılan çalışmanın sonucu da McCombs ve Shaw'ın tezlerini desteklemektedir. 1976 yılındaki başkanlık seçimlerinde medyanın gündem belirleme işlevini araştıran Weaver televizyon tarafından kurulan gündem ile basının gündeminin örtüşüğünü ortaya koymuştur. Ayrıca insanların gündemiyle medyanın önemli olarak sunduğu olaylar arasında da büyük benzerlikler olduğu tespit etmiştir (Agee vd., 1985: 35).

Bu kuram, özellikle seçim dönemlerinde önemli bir nitelik taşımaktadır. Çünkü bu dönemlerde medyanın ön plana çıkardığı en girişken adayın ya da partinin seçimi kazanacağı savına dayanmaktadır. Ayrıca bu kuramda iktidarın sürdürülmesinde enformasyon üzerinde, bir kontrol mekanizmasının kurulmasının zorunlu olduğu vurgulanmaktadır (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 161-164; Yaylagül, 2013: 80).

3. Logo Çocuk Haber Bülteni

Logo ilk olarak 1988 yılında format olarak ZDF televizyon kanalında test edilmiş 1989 yılından itibaren ZDF'nin çocuklar için hazırladığı program olarak sunulmaya başlanmıştır. 1998 yılından beri de düzenli olarak ZDF'nin kamusal çocuk kanalı olan KIKA'da (Kinderkanal= Çocuk Kanalı) gösterilmektedir (Von Orde, 2015: 40). Program yayımlanmaya başladığı tarihten bu yana dünyadaki siyasi, sosyal ve

ekonomik vb. alanlardaki zor konuları çocuklara daha anlaşılır bir şekilde sunmayı hedeflemektedir (Baranowski, 2015: 38).

Logo programı günlük olarak ortalama 10'ar dakikalık bir bülten olarak yayımlanmakta ve içeriği hazırlanırken özellikle istismar, ölüm yürüyüşü, terör gibi zor konular pedagoğlardan destek alınarak işlenmektedir (Gröne vd., 2017: 20).

Logo, 9 Ekim 2010 tarihinde, Alman televizyon kanallarında yayımlanan programlar içerisinde en iyi bilgi içeriğini sunmasıyla ödüle layık görülmüştür. Özellikle programın, yurt dışında cereyan eden olayları anlatan haberleri oldukça başarılı olarak değerlendirilmiştir (Mossig, 2010).

Logo, 2015 yılının ilk altı ayında 3 ile 13 yaşları arasındaki çocukların %52'sine ulaşmayı başarmıştır. Aynı dönemde Alman devlet kanalı ZDF'de de (Zweites Deutsches Fernsehen –İkinci Alman Televizyonu–) saat 19'da yayımlanan haber bülteninin 14 yaşından büyük olan bütün izleyicilerin %57'si tarafından izlendiği tespit edilmiştir. Bu durum çok sayıda çocuğun Logo'yu düzenli bir şekilde takip ettiğini göstermektedir. Düzenli olmasa da fırsat buldukça bu programı takip edenlerin sayısı ise %75 civarında olduğu görülmüştür. Bu veriler ışığında Logo'nun çocuklar tarafından izlenilirliğinin yüksek olduğunu söylemek mümkündür (Baranowski, 2015: 38).

Çocuk haber bülteni Logo bugüne kadar bilimsel anlamda birçok kişinin ilgisini çekmiş ve çok sayıda araştırmaya konu olmuştur. Özellikle Logo'nun yayımlandığı ZDF televizyonu, uzun yıllardan beri programın redaksiyonel anlamda formatının geliştirilmesi için araştırmalar yürütmektedir (Meier ve Schuhmacher, 2009).

Yapılan araştırmalar Logo'da ele alınan konuların yetişkinler için yapılan konulardan farklı olmadığını ortaya çıkarmıştır (Gröne vd., 2017: 19). Logo programında en fazla işlenen konulara bakıldığında, üç ayırt edici özellik ön plana çıkmaktadır. Bunlar (Krüger ve Müller, 2014: 9):

1. Çoğunlukla evrensel nitelikteki olaylar
2. Doğal felaketlerin ve iç savaşın dramatik sonuçları
3. Spor etkinliklerinin medyatik çekiciliği

Logo, hazırlanırken müzik, resim, fotoğraf, film ve çizgi filmlerden yararlanılmaktadır. Özellikle bu unsurların en fazla kullanıldığı kısım ise Erklärstück'tür (Açıklayıcı Bölüm). Bu bölümde karmaşık olaylar, çocukların anlayabileceği bir düzeyde, görsel unsurlar kullanılarak basit bir şekilde anlatılmaya çalışılmaktadır. Araştırmalar sonucunda bültende nadir olarak statik grafiklere, belgesellere, canlı bağlantılara yer verildiği görülmüştür (Krüger, 2009: 584).

2009 yılında Media Perspektiven adlı dergide Udo Michael Krüger ait olan “Altergerechte Nachrichten für Kinder” (Çocukların Yaşlarına Uygun Haberler) başlıklı bir makale yayımlanmıştır. Bu çalışmada, programın biçimsel olarak nasıl hazırlandığına odaklanılmıştır. Yani programda sunulan haberlerin sayısı, haberlerin uzunluğu, içerik olarak araştırılan sorular, konuların seçimi, programdaki aktörlerin seçimi gibi konular ele alınmıştır (Krüger, 2009: 578).

Genelde Logo çocuk haber bülteninde aynı konular benzer şekilde bir araya getirilerek işlenmektedir. Günlük haberler, ulusal ve uluslararası politika, doğa ile çocuk ve gençlerin günlük hayatlarıyla ilgili durumlara yer verilmektedir (Schmidbauer, 1993: 9-16). Bu programın hedef kitlesini 8 ile 12 yaşları arasındaki çocuklar oluşturduğu için onların ilgisini çekmek ve sunulan bilgilerin daha anlaşılır hâle getirilmesi amacıyla farklı bir bölümlenme sistemi uygulanmaktadır. Örneğin programda logo!-Erklärstück (Açıklayıcı Bölüm) ya da die logo!-Redezeit (Konuşma Zamanı) bölümlerinde çocukların görüşlerine yer verilerek onların daha aktif olmaları hedeflenmektedir. “Çocuk Muhabirler” (Kinderreporter) ve “Konuşma Zamanı” (Redezeit) bölümlerinde, çocukların günlük hayatının parçası olan daha basit konular işlenmektedir. “Çocuk Muhabirler” kısmında, ebeveynlerin verdikleri haksız kararlar üzerine tartışıp kanıtlar ortaya koyarak sorunlara çözüm üretmeye çalışılmaktadır. Burada Logo bir nevi çocuklar için avukatlık görevi üstlenmektedir. “Konuşma Zamanı” kısmında çocuklar olayları iyice kavrayana kadar soru sormaya devam etmektedir. Profesyonel gazeteciler gibi soru sormasalar da meraklarını gidermek için sorular yöneltmektedirler. Bunu yaparken çoğu zaman direkt ve herkes tarafından yöneltilemeyecek soruları sormak için çaba harcamaktadırlar (Gröne vd., 2017: 19-21). “Açıklayıcı Bölüm”de bilgiler sunulurken metin, ses ve resim gibi farklı unsurlar bir arada kullanılmaktadır. Özellikle grafik ve animasyonlar sayesinde içerik daha anlaşılır bir şekilde ortaya konulmaya çalışılmaktadır.

Logo hakkında yapılan bazı araştırmalarda biçimsel dizayn elementlerinin etkileri, dikkat çekici unsurlar ve programdaki hedef kitlenin anlama süreçleri ele alınıp incelenmiştir. Mesela, Amerika’da yapılan bir araştırmanın bulgularına göre Logo’da dikkat çekiciliği arttırmak için animasyon, çocuk sesi, farklı ses efektleri gibi spesifik unsurların kullanıldığı görülmüştür. Bültende sunulan haberlerin anlatım hızı, anlaşılmayı kolaylaştırmak adına daha yavaş olduğu, cümlelerin ise kısa ve basit yapıya sahip olduğu tespit edilmiştir. Logo’da içerik, yabancı kelimelerden ve karmaşık yapıdan uzak olarak kısa ve yalın cümlelere sunulmaktadır. Programda argo bir dile yer verilmemekte fakat sunucular sunum yaparken yazı dilinden biraz uzak konuşma dilini kullanmaktadır. Bu sayede çocuklarla aralarında daha

kolay bir köprü kurmayı hedeflemektedirler (Krüger, 2009: 587). Logo'nun bu anlatım tarzından yararlanmak isteyen ZDF, Temmuz 2007 tarihinde, Euro D ve Euro Star gibi Türk kanallarıyla antlaşma yaparak Türklerin Almanya'ya entegrasyonunun desteklenmesi sürecine katkı sağlamayı amaçlamıştır. Bu bağlamda Almanca'yı yeterince bilmeyen Türklere Almanya gündeminin basit bir Almanca'yla anlatılması hedeflenmiştir (Yücel, 2007; ZDF, 2007).

Logo programının içeriğine sadece televizyon üzerinden değil, aynı zamanda internette de (<http://www.tivi.de/fernsehen/logo/start/>) ulaşmak mümkündür. Bu site sayesinde programın bir haftalık arşiv görüntülerine ulaşılabilmektedir. Programda yer verilen konular hakkında (Trump kimdir? AB nedir? Amaçları neler? vs.) daha fazla bilgi edinmek isteyen çocuklar, programın sunucusu tarafından www.logo.de web sitesine yönlendirilmektedir (16-26 Mart tarihli yayınların içerikleri). Bu web sitesi sayesinde izleyicilerin haberlere olan tepkileri e-posta, chat, forum ve anketler yoluyla değerlendirilmektedir. Direkt olarak gerçekleşen bu geri dönüşler sayesinde program için röportaj yapabilecek çocuk muhabirlerle kendileriyle röportaj yapılacak kişilere ulaşılmaktadır. Ayrıca bu platformlar aracılığıyla çocuklar kendileri de programda ele alınmasını istedikleri konuları önerebilmektedir (Gröne vd., 2017: 21).

4. Araştırmanın Yöntemi

28 yıldan fazla bir süredir Almanya'da yayımlanan ilk ve tek çocuk haber bülteni Logo programının haberleri ele alış üzerine odaklanılan bu çalışmada, nitel ve nicel içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada nicel verilerin yanında nitel içerik analiz yönteminin kullanılma sebebi, kaynağın iletmediği mesajların örtülü anlamını ya da arka planını araştırmaya olanak tanıyan bir teknik olmasıdır (Çebi, 2002: 2). Ayrıca çok sayıda haberi sistematik bir şekilde incelemeyi mümkün kılması çalışmada bu yöntemin tercih edilmesine neden olmuştur (Berelson, 1952: 18).

Çalışma kapsamında 16-26 Mart 2017 tarihleri arasında yayımlanan ve toplam 105 dakika 30 saniyelik (44 haber) Logo Çocuk Haber bülteni kaydedilerek incelenmiştir. Çalışmanın amacına uygun olarak Logo'da ne tür konuların, nasıl bir şekilde işlendiği analiz edilmeye çalışılmıştır. Özellikle uluslararası politika ve terör olayları gibi konuların çocuklara aktarılırken ne tür bir içerikle sunulduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Araştırmada 16-26 Mart tarihlerinin seçilme nedeni, bu dönemde Hollanda'da gerçekleşen seçim sürecinin sonuçları, Avrupa Birliği'nin kuruluşunun (AB) 60. yıldönümünün olması, Türkiye ile AB arasında imzalanan Göçmen Antlaşması'nın 1. yılını doldurması, Amerika'daki başkanlık seçiminin ar-

dından Trump ve Merkel'in ilk buluşması, İngiltere'de gerçekleşen terör saldırısı, Türkiye'de 16 Nisan 2017 tarihinde gerçekleşen Referandum süreci öncesinde bazı AB ülkeleriyle yaşanan olumsuz olaylar gibi birçok önemli olayın cereyan etmiş olmasıdır.

Çalışmanın nicel bölümünde, Krüger (2014: 2-20) tarafından gerçekleştirilen araştırmada kullanılan kategorilerden hareket edilerek bir ölçek geliştirilip uygulama yoluna gidilmiştir.

Gündem belirleme kuramı açısından, medya gündemi belirlendikten sonra, kamu gündemini belirlemek için anket uygulaması yapılmaktadır. Bu çalışmada Almanya'da bulunan ve programı izleyen çocuklara bir anket uygulaması olanaklar dâhilinde olmadığı için yapılamamış, başka bir çalışmaya bırakılmıştır.

5. Araştırmanın Bulguları

Çalışmada 11 günlük Logo Çocuk Haber bültenin içeriği incelenmiş, veriler nicel ve nitel bulgular olmak üzere iki bölüme ayrılarak sunulmuştur. İlk olarak çözümlemede ortaya çıkan bulguların yorumlanmasına yardımcı olacak bazı nicel verilerin ortaya konulması amaçlanmıştır.

5.1. Logo Çocuk Haber Bülteninin Nicel İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi

Çalışmanın nicel içerik analizi kısmında Logo programındaki haber türlerinin günlere göre dağılımı, en fazla ele alınan 5 konu, Logo'da ele alınan konuların sunum şekli, "Açıklayıcı Bölüm"de sunulan konuların kategorileri, "Çocuk Muhabir" bölümünde öncelikle tercih edilen konular, Logo'da en fazla ele alınan yabancı ülkeler, bu ülkeler hakkında en fazla yer verilen konular tablolar hâlinde sunulmuştur.

Araştırma kapsamında toplam 105 dakika 30 saniyelik 11 günlük Logo Çocuk Haber Bülteninin yayın akışı incelenmiştir. Tablo 1'de görüldüğü üzere, incelenen süreç içinde Logo'nun en kısa yayın yaptığı gün, 5 dakika 19 saniye ile 17 Mart 2017 tarihidir. En uzun yayın yaptığı gün ise 10 dakika 48 saniye ile 26 Mart 2017'dir. Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere çocuklara günde ortalama 10'ar dakikalık bir haber bülteni sunulmaktadır.

Bültenin başında gündem olarak en az 2, en fazla 3 haber başlığına yer verilmektedir. Gündem dışında ise en fazla 3, en az 1 haber sunulmaktadır. Bültekte karmaşık olayların arka plan bilgilerinin çocuklara animasyon ve resimlerle açıklayıcı bir şekilde anlatıldığı "Açıklayıcı Bölüm"e, her gün en fazla 2 defa yer verildiği görülmüştür. Bültenin karakteristik bölümlerini, Almanya'daki günlük hava durumu tahminleriyle hayvanların görüntülerinin komik sözlerle sunulduğu skeçler oluşturmaktadır.

Tablo 1: 16-26 Mart 2017 Tarihleri Arasında Yayınlanan Logo Programıyla İlgili Temel Bilgiler

	16 Mart	17 Mart	18 Mart	19 Mart	20 Mart	21 Mart	22 Mart	23 Mart	24 Mart	25 Mart	26 Mart	Toplam
Bültenin süresi	10.03	5.19	10.16	9.58	9.48	10.17	10.12	10.41	10.35	7.31	10.48	105 dakika 30 sn
Bültenin başında gündem olarak sunulan haberlerin sayısı	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	29
Gündem dışında yer alan haberlerin sayısı	1	2	1	2	1	3	1	2	2	2	1	18
Hava Durumu	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
Hayvan Skeci	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11

Tablo 2: 16 Mart ile 26 Mart 2017 Tarihleri Arasındaki Logo Programında Günlere Göre Haber Türlerinin Dağılımı

	16 Mart	17 Mart	18 Mart	19 Mart	20 Mart	21 Mart	22 Mart	23 Mart	24 Mart	25 Mart	26 Mart	Toplam
Siyaset	2	1	1	1	1	1				2	2	11
Toplum						2			1			3
Yargı									1			1
Bilim		1			1			1			1	4
Kültür					1					1		2
Doğa										1		1
Felaket/Afet			1									1
Suç							1	1				2
İnsanların ilgisini çeken olaylar/renkli olaylar	2	2	2	2	1	2	3					10
Günlük hayat								1	3			4
Spor			1	1				1		1		4
Sinema								1				1
Genel toplam												44

Tablo 2'de Logo'da yer verilen haberlerin günlere göre dağılımı analiz edilmiştir. Çocuk haber bültenin gündeminde ilk sırada siyasi konuların ele alındığı görülmüştür. İkinci sırada insanların ilgisini çeken renkli olayların sunulduğu ortaya çıkmıştır. Üçüncü sırada ise bilim, spor ve günlük hayatla ilgili konuların tematize edildiği anlaşılmıştır. Toplum ve kültür konularına ise dördüncü sırada yer verildiği görülmüştür.

Tablo 3: Logo’da En Fazla Ele Alınan 5 Konu

	16 Mart	17 Mart	18 Mart	19 Mart	20 Mart	21 Mart	22 Mart	23 Mart	24 Mart	25 Mart	26 Mart	Toplam
Avrupa Birliği	1		1		1				1			4
ABD Başkanı Trump	1	1								1		3
Göçmen Kampı				1			1	1				3
İngiltere’deki Terör saldırısı							1	1				2
Dünyanın en iyi öğretmeni yarışması			1	1								2

Tablo 3’de Logo Çocuk Haber Bülteninde en fazla ele alınan 5 konu sıralanmıştır. Tablodan yola çıkılarak Logo’da en fazla ele alınan konunun Avrupa Birliği olduğu görülmüştür. Bu kapsamda Hollanda seçimlerinin AB açısından sonuçları, AB’nin kuruluş yıldönümü, gençlerin AB hakkındaki görüşleri ve Türkiye ile AB ülkeleri arasında yapılan Göçmen Antlaşması konularına bültende yer verilmiştir. İkinci sırada en fazla tematize edilen konu, Amerika Birleşik Devletleri’nin (ABD) yeni Başkanı Donald Trump ile Alman Başbakanı Angela Merkel’in Amerika’daki seçimlerden sonra ilk defa yüz yüze görüşecek olmalarıdır. Üçüncü sırada ise farklı göçmen kamplarındaki günlük hayat, orada yaşayan yetenekli çocuklarla onların yaşam koşulları gibi konular ele alınmıştır. Dördüncü sırada İngiltere’nin başkenti Londra’da gerçekleşen terör saldırısı sunulmuştur. Beşinci sırada dünya genelinde düzenlenen “Dünyanın En İyi Öğretmeni” yarışması tematize edilmiştir.

Tablo 4: Logo’da Ele Alınan Konuların Sunum Şekli

	16 Mart	17 Mart	18 Mart	19 Mart	20 Mart	21 Mart	22 Mart	23 Mart	24 Mart	25 Mart	26 Mart	Top- lam
Film raporu/Logo muhabirinin yaptığı röportaj					1				1			2
Film raporu/Çocuk muhabirin yaptığı röportaj				1						1		2
Sunum (haber çok az görüntüsü var veya hiç yok)	1			1		1			1			4
Açıklayıcı Bölüm	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	16
Haber filmi (röportaj yok)		1			1	1		1	1	1		6
Haber-röportaj	1	1	2	2	-	2	2	3	2	1	2	18

Tablo 4’den anlaşılacağı üzere Logo’da en fazla olaylar, haber ve röportaj unsurlarının iç içe aktarıldığı bölümle sunulmaktadır. Bu sunum şeklinde haber, yapılan röportajlarla desteklenerek aktarılmaktadır. İkinci sırada en fazla kullanılan sunum şekli, “Açıklayıcı Bölüm”dür. Üçüncü sırada ise röportajlara yer verilmeden haber filmi tarzında (görüntülerin üzerine perfore yapılarak) konular tematize

edilmektedir. “Sunum” adı bölümde, haber bülteninin spikeri tarafından bilgiler aktarılmaktadır. Bu yapılırken haberin görüntüsüne ya hiç yer verilmemekte ya da spikerin arkasında yer alan ekranda bazı görseller gösterilmektedir.

Tablo 5: “Açıklayıcı Bölüm”de Ele Alınan Konuların Kategorileri

	16 Mart	17 Mart	18 Mart	19 Mart	20 Mart	21 Mart	22 Mart	23 Mart	24 Mart	25 Mart	26 Mart	Toplam
Uluslararası siyaset	2		1		1				1	1	2	8
Alman siyaseti				1		1						2
Bilim/Araştırma		1						1				2
Terör							1					1
Suç							1					1
Kültür/Din		1			1							2

Tablo 5’ten anlaşılacağı üzere, bir konunun arka plan bilgilerinin animasyon, resim vb. görsel unsurlarla desteklendiği “Açıklayıcı Bölüm”de en fazla işlenen durum, uluslararası siyasettir. Sadece Alman siyasetinin yer aldığı haberler bilim/ araştırma ya da kültür/din konularıyla aynı sayıda sunulmasına rağmen, uluslararası siyasetle bağlantılı bir şekilde ikiden fazla tematize edildiği için “Açıklayıcı Bölüm”de en fazla ele alınan ikinci konu olarak nitelendirilme yoluna gidilmiştir.

Tablo 6: Logo’da Yer Verilen Yabancı Ülkeler

	16 Mart	17 Mart	18 Mart	19 Mart	20 Mart	21 Mart	22 Mart	23 Mart	24 Mart	25 Mart	26 Mart	Toplam
ABD		1	1			1	1				1	5
İngiltere							2	1				3
Türkiye			1								1	2
Rusya							2				1	3
Yeni Zelanda		1										1
Mısır		1										1
Suriye						1						1
Tanzanya							1					1
Venezüella											1	1
Hollanda	1											1
Hindistan			1									1
İran					1							1
Serbien								1				1

11 gün boyunca tematize edilen haberlerin içeriklerine bakıldığında, en fazla adı geçen ülkenin Amerika olduğu görülmüştür. Bu durumun ardında Trump’ın Amerika’nın yeni başkanı olarak seçilmesinden sonra belirsiz bir durum içine giren Amerika-Almanya ilişkilerinin yattığı söylenebilir. İkinci sırada en fazla İngiltere

ve Rusya hakkında haber sunulmuştur. Türkiye ile ilgili olarak ise toplam 2 haber yayımlanmıştır.

Tablo 7: Yabancı Ülkeler Hakkında Yer Verilen Konular

	Uluslararası politika	Spor	Terör	Kültür/ Din	Buluş/ Araştırma	Göçmen kampı	Çevre/ Doğa	Eğitim
ABD	5							
İngiltere	1		2					
Türkiye	2							
Rusya	2	1						
Yeni Zelanda				1				
Mısır					1			
Suriye						1		
Tanzanya							1	
Venezüella		1						
Hollanda	1							
Peru							1	
Hindistan								1
İran				1				
Sırbistan						1		
Toplam	11	2	2	2	1	2	2	1

Tablo 7’de, haberlerde yabancı ülkeler hakkında yer verilen konularla ilgili veriler toplanmıştır. Amerika Birleşik Devletleri hakkında yayımlanan 5 haberin içeriğine bakıldığında uluslararası politikayla ilgili olduğu görülmüştür. Özellikle bu haberlerin Amerika Birleşik Devletleri’nin yeni Başkanı Trump ile ilgili olduğu belirlenmiştir. Türkiye ilgili yapılan iki haberin de uluslararası politikayla ilgili olduğu tespit edilmiştir. Birinde AB ile Türkiye arasında yapılan Göçmen Antlaşması, diğlerinde ise Türkiye’deki Referandum süreciyle ilgili bilgilere yer verilmiştir. İngiltere ile ilgili yapılan haberlerin birinde de uluslararası politikayla ilgili bir konu işlenirken öteki iki haberde ise Londra’da gerçekleşen terör saldırısı hakkındaki bilgilere yer verilmiştir. Bu verilerden yola çıkarak yabancı ülkeler hakkında yapılan haberlerde daha çok uluslararası politikayla ilgili konuların ön plana çıkartıldığını söylemek mümkündür. Bunun dışında Trump’ın Amerika’nın yeni başkanı olarak seçilmesinin ardından belirsizlik içinde olan Amerika ve Almanya ilişkileri (özellikle ekonomi alanında) Logo’nun gündeminde ön planda ve ağırlıklı olarak sunulmuştur.

5.2. Logo Çocuk Haber Bülteninin Nitel İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi

Araştırmanın bu bölümünde Tablo 3’de gösterilen Logo’da en fazla tematize edilen haberler nitel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

5.2.1. Avrupa Birliği

16 Mart 2017 tarihli yayında Hollanda'da yapılan seçimin haber bülteninde hem ilk konu olarak ele alınması hem de "Önemli Bir Seçim" başlığıyla sunulması, bu konunun ne kadar önemsendiğini göstermektedir. Zaten programın sunucusu da habere giriş yaparken Almanya'nın komşusu olan Hollanda'da yapılan seçimlerin Almanya'nın da üyesi olduğu Avrupa Birliği'nin (AB) geleceği açısından ne kadar önemli olduğunu dile getirmiştir. Sunucu, konuyla ilgili "Açıklayıcı Bölüm"e geçmeden önce Hollanda'nın AB'den ayrılması gerektiğini savunan Geer Wildes'in seçimleri kazanma ihtimalini çok kötü bir durum olarak değerlendirmiştir.

"Açıklayıcı Bölüm"de Wildes'in oylarını geçen seçime oranla daha fazla arttırdığına ve seçim kampanyası boyunca hem AB'ye hem de Müslümanlara (özellikle camilere ve başörtüsüne) karşı olduğuna dikkat çekilerek konunun altı çizilmiştir. Liberal Parti Başkanı Mark Rutte'nin seçimleri kazanmasının Avrupa'da çok sayıda insanı mutlu ettiğine vurgu yapılan bölümde, Alman Başbakanı Merkel'in de seçim sonuçlarına sevindiği açıklanmıştır. Ayrıca bu seçim sonucu, "Hollanda'daki çoğunluk AB'nin yanında" şeklinde yorumlanmıştır. Haberde kullanılan söylemde Hollanda'da yapılan seçimin AB'nin, dolayısıyla Almanya'nın geleceğini de ilgilendiren bir nitelik taşıdığına vurgu yapılmıştır. Bu durum, özellikle Wildes'in seçimi kazanmasının Almanya tarafından istenmemesinin ana sebebi olarak onun AB'ye karşı olmasının gösterilmesinden anlaşılmaktadır. Özetle haberdeki ifadelerin örtülü anlamı değerlendirildiğinde AB'nin önemli olduğu ve devamlılığının sağlanması gerektiği düşüncesine ulaşmak mümkündür.

18 Mart 2017 tarihli bültende gündem başlıkları dışında sunulan ikinci haberde, 20 Mart 2016 tarihinde Türkiye ve AB arasında imzalanan Göçmen Antlaşması'nın birinci yılını dolduracağı hatırlatılmıştır. Bu bağlamda yapılan antlaşma hakkındaki ayrıntılara "Açıklayıcı Bölüm"de yer verilmiştir. Burada AB'ye illegal yollarla gelen kişilerin Türkiye'ye iade edilerek AB'ye daha önce yasal olmayan yollarla giriş yapmaya kalkmamış kişilerle değiştirildiği dile getirmiştir. Diğer bir deyişle AB'nin göçmenleri değil, yasal olmayan yollarla AB'ye girmeye çalışanları istemediklerinin altını çizmiştir. Şimdiye kadar Türkiye'ye gönderilen kişi sayısı 1.000 olarak açıklanırken 4.000 kişinin AB'ye kabul edildiği dile getirilmiştir. Bu noktada AB'nin göçmenlere yardım için elinden geleni yaptığına işaret edilmiştir. Bu yardımın yapılmasının nedeni olarak da Türkiye'deki Suriyeli göçmenlerin insan hakları konusunda sıkıntılar yaşamaları gösterilmiştir. Bu kapsamda Türkiye'deki Suriyeli çocukların okula gitmek yerine çalışmak zorunda kalmaları önemli bir argüman olarak sunulmuştur.

Haberde kullanılan ifadelerde AB'nin zor durumda olan Suriyelilere yardım etmeye her zaman hazır olduğu, fakat legal yollardan bunun yapılmasını istedikleri vurgulanmıştır. Suriye'deki savaştan kaçan ailelerin çocuklarının Türkiye'de zor şartlar altında hayatlarını sürdürdükleri öne sürülerek AB onlar için bir kurtuluş gibi gösterilmiştir. Dolayısıyla bu haberde çocuklar için AB'de yaşıyor olmanın ayrıcalıklı bir durum olduğu arka planda sunulmaktadır, denilebilir.

Hollanda, Almanya ve İsviçre gibi ülkeler, Türkiye'deki 2017 Anayasa Referandumu kapsamında propaganda yapmak isteyen iktidar partisine mensup siyasetçilerin ülkelerine girmelerine izin vermemiştir. Bunun üzerine Türkiye ile Hollanda başta olmak üzere birçok AB ülkesi arasında kriz yaşanmıştır (www.bbc.com, 2017; Deutsche Welle, 2017; Aljazeera, 2017; Özkan, 2017). Türkiye ve AB arasında imzalanan Göçmen Antlaşması'nın anlatıldığı "Açıklayıcı Bölüm"ün ardından sunucu son zamanlarda Türkiye ile birçok AB ülkesi arasında sorun yaşandığına işaret etmiştir. Burada antlaşmanın devam edip etmemesi noktasında bazı sıkıntılar yaşanabileceğine değinmiştir. Fakat bütün bunlara rağmen yaşanan sorunun neden kaynaklandığıyla ilgili herhangi bir bilgi verilmemiştir.

20 Mart tarihindeki ilk haberde birkaç gün sonra AB'nin kuruluşunun 60. yıldönümünün kutlanacağına vurgu yapılmıştır. "Açıklayıcı Bölüm"de AB'nin nüfusunun Çin ve Hindistan'dan sonra en büyük insan topluluğunu oluşturduğuna dikkat çekilerek bu birlikteliğin simgesi olan bayrak ve marş hakkında bilgi verilmiştir. Daha sonra çocukların AB ile ilgili görüşlerine yer verilen bu bölümde, sadece olumlu ifadelerin (Avrupa'da yaşamak çok rahat ya da çok güzel, AB Avrupa ülkelerin barış içinde yaşamasını sağlıyor, farklı Avrupa ülkelerinde eğitim imkânı sunuyor vs.) kullanılması dikkati çekmektedir. Bu haberde kullanılan ifadelerde de AB'ye üye ülkelerde yaşayan insanların diğer insanlara oranla daha şanslı oldukları vurgulanmaktadır. Özellikle kendileriyle röportaj yapılan çocukların söylemlerinde onların ne kadar şanslı oldukları konusunda farkındalıkları gözler önüne serilmeye çalışılmaktadır.

24 Mart tarihli yayında ilk haber olarak AB'nin yaş günü kapsamında AB ülkelelerinden çok sayıda politikacının Roma'da bir araya gelmesiyle ilgili görüntülere yer verilmiştir. Bu bağlamda AB fikrinin tohumlarının 6 Avrupa ülkesinin (Almanya, İtalya, Fransa, Hollanda, Belçika ve Lüksemburg) politikacıları tarafından Roma'da nasıl atıldığı "Açıklayıcı Bölüm"de anlatılmıştır. Avrupa ülkeleri arasındaki savaşları önlemek amacıyla bu birliğin kurulduğuna vurgu yapılmıştır. AB'nin ticari anlamda da üye ülkelerin birbirini desteklemesine yardımcı olması, seyahat imkânlarının kolaylaşması gibi yararlarının altı çizilirken bugün 28 ülkenin bu birliğin bir parçası olduğu açıklanmıştır.

AB'nin 60. kuruluş yıldönümü kapsamında Berlin'de yapılan kutlamalar diğer haberlerden farklı olarak bizzat Logo muhabiri tarafından takip edilmiştir. Logo'nun kutlama mekânına bir muhabir göndermesi, bu konunun ne kadar çok önemdediğini ortaya koymaktadır. Kutlamalar kapsamında düzenlenen yürüyüşe çok fazla sayıda insanın, aileleriyle beraber katıldığına vurgu yapılarak AB konusunda insanların kuşkuya düşmemeleri gerektiğinin, sivil toplum kuruluşlarının yöneticileriyle yapılan röportajlarla altı çizilmiştir. Haberde ellerinde AB bayrağı taşıyarak kutlama yürüyüşüne katılan insanların görüntülerine yer verilmiştir. Burada dikkati çeken nokta, Almanya'nın ya da hiçbir Avrupa ülkesinin bayrağının insanların elinde olmamasıdır. Haberde hem görüntüler hem de açıklamalar sayesinde AB'nin olumlu yanları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çocuklarla yapılan röportajlarda AB'nin harika bir şey olduğu, serbestçe seyahat ve eğitim imkânı sağladığı, Avrupa ülkeleri arasında barışa hizmet ettiği gibi yönler ön planda sunulmuştur. Bazı pankartlarda *FrEUde* (barış) kelimesindeki EU, yani Avrupa Birliği'nin kısaltılması büyük yazılmıştır. Burada AB'nin barışın bir parçası olduğu sembolize edilmiştir. Haberde sık sık AB yerine, birliği ve bütünlüğü çağrıştıran sadece Avrupa kelimesinin kullanıldığı görülmüştür. Haberin sonunda, bir yandan kalabalık insan topluluğunun elindeki AB bayrakları gösterilirken diğer yandan da havaya bırakılan AB renklerindeki balonlara dikkat çekilmektedir. Haberin bütününde kullanılan söylem ve görüntüler değerlendirildiğinde burada da AB'nin önemine ve devamlığına vurgu yapılmaktadır, denilebilir.

5.2.2. ABD Başkanı Trump

16 Mart 2017 tarihli haber bülteninin gündem başlıkları arasında sunulmasa da dördüncü haber olarak, Alman Başbakanı Angela Merkel'in Amerika Birleşik Devletleri'nin yeni Başkanı Donald Trump ile görüşmek üzere yola çıkmasına yer verilmiştir. Bu görüşmenin neden önemli olduğu, çocuklara "Açıklayıcı Bölüm"de anlatılmıştır. Bu bölümde, Trump'un seçimlerden sonra başa gelmesinin ardından Alman şirketlerinin Amerika'daki durumunun ne olacağı sorusuna yanıt aranacağı belirtilmiştir. Zira Trump, yürüttüğü seçim kampanyası boyunca Amerika'da yerli üretimi artırarak işsizliği azaltmak istediğini açıklamıştır. Bu nedenle Amerika'ya çok fazla ürün satan Alman şirketlerinin ürünlerinin ülkeye girişini azaltmak adına ağır vergiler getireceğini söylemiştir. "Açıklayıcı Bölüm"de bu durumun Almanya için kötü olduğuna vurgu yapılarak öznel ifadelere yer verilmiştir. İki liderin bir araya geldiklerinde ortak bir çözüm bulabileceklerinin altı çizilerek Trump'ın Merkel'den öğreneceği şeyler olduğuna dikkat çekilmiştir. Merkel'in özellikle Rusya Devlet Başkanı Putin ile yürüttüğü ilişkilerde başarılı olduğuna işaret edilerek Trump'ın bu noktada Merkel'den bir şeyler öğrenebileceği öne sürülmüş-

tür. Bu bölümde ayrıca Merkel'in, Putin ile zor ve karmaşık konuları konuşurken Rusça bilmesinin olumlu etkileri dile getirilmiştir. Kısaca bu bölümde Merkel'in Trump'tan daha başarılı ve tecrübeli olduğu konusuna vurgu yapılmıştır.

"Açıklayıcı Bölüm"ün sonunda, Trump ve Merkel arasında gerçekleşecek olan bu görüşme neticesinde tarafların birbirlerini daha yakından tanıma fırsatını yakalayıp daha iyi anlaşma imkânına sahip olabilecekleri kaydedilmiştir.

17 Mart 2017 tarihli bültenin ilk haberi bir önceki gün yayımlanan haberin devamı şeklindedir. Haberin başlangıcında Amerika'daki seçimler sırasında yürüttüğü kampanyada Trump'ın, Merkel'e "elebaşı, ruh hastası" gibi nitelendirmelerde bulunduğu anımsatılmıştır. Ayrıca Trump'ın Alman şirketlerinin Amerika'da ticaret yapmalarını güçleştirici tedbirler almak istediği hatırlatılmıştır. Bu nedenle iki siyasinin seçimlerden sonra ilk defa bir araya gelecekleri bu görüşmenin nasıl geçeceği sorusunun önem arz ettiği vurgulanmıştır. Haberde Trump ve Merkel'in daha önce yapmış oldukları bir görüşme sırasındaki gülümseme ve uzun tokalaşma görüntülerine yer verilerek görüşmenin olumlu geçeceğine dair umut verilme yoluna gidilmiştir. "Neler olacağını yarın göreceğiz" şeklindeki ifadeyle de haberin sonunda ertesi günde de bu görüşmeyle ilgili gelişmeler hakkında çocuklara bilgi verileceği açıklanmıştır. Fakat Merkel ve Trump arasında yapılan görüşme, umulanın aksine pek de olumlu geçmemiştir. Özellikle görüşme dünya kamuoyunda "Tokalaşma Krizi Yaşandı" şeklindeki haberlerle gündeme gelmiştir (*Milliyet*, 2017; *Hürriyet*, 2017). Bundan dolayı görüşme sırasında yaşananlara dair 18 Mart tarihli yayında hiçbir habere yer verilmediğini söylemek mümkündür.

25 Mart tarihindeki bültende gündem olarak sunulan ilk haberde Trump'ın başarısızlıkları ele alınmıştır. Bu haberde Trump, başkalarına hakaret eden ve yerine getiremeyeceği büyük sözler veren bir kişi olarak yansıtılmıştır. Haberin başlığında ("Trump başarısız oldu") olduğu gibi, içeriğinde de yoruma dayalı, öznel ve olumsuz bir bakış söz konusudur. "Açıklayıcı Bölüm"de, Obama zamanında yapılan icraatları eleştiren Trump, "Başkan olduktan sonra ilk olarak bunları değiştireceğini söylemişti fakat başaramadı," denmektedir. Bu durum, onun farklı tarihlerde yapmış olduğu birbiriyle çelişen açıklamaları kanıt gösterilerek ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu bölümde ayrıca Trump'ın, parlamentoda çoğunluğa sahip olduğu için her şeyi yapabileceğini düşünmesinin büyük yanlışlığı olduğuna vurgu yapılmıştır. Zira Cumhuriyetçi Parti mensupları Trump'ın "Obamacare" adlı uygulamayı değiştirme noktasındaki icraatlarını desteklemeyeceklerini açıklayarak onun arkasında durmadıklarını dile getirmiştir. Bu konuyla ilgili Trump'ın nasıl bir geri dönüş yaptığı, şu ifadeleriyle aktarılmıştır: "Obamacare'i 64 gün içinde değiştireceğiz demedik biz. Benim çok zamanım var. Bence Obamacare bir süre

kalabilir, bakalım nasıl olacak?” Bu ifadeler değerlendirildiği zaman, Trump'ın sözünde durmayan başarısız bir politikacı olduğu söylemi gerçekleştirilmektedir Diğer yandan haberde dünya kamuoyunun önünde Alman Başbakanı Merkel ile tokalaşmaktan kaçınan Trump'ın ne kadar güvenilmez ve başarısız biri olduğu partisinin bile onun her icraatını desteklememesiyle öne çıkartılarak verilmektedir denilebilir.

5.2.3. Göçmen Kampı

19 Mart tarihli yayında Logo'nun gündemindeki ikinci haberde, Sırbistan'daki bir göçmen kampında ailesiyle beraber yaşayan yetenekli bir Afgan çocuğun hikâyesi anlatılmıştır. Haberde bir yandan Ferhad adlı çocuğun bu kampa neden geldiğiyle ilgili arka plan bilgisine yer verilirken diğer yandan onun günlük hayatından kesitlerle resim yaparken ki görüntüleri sunulmuştur. Özellikle ünlü kişileri resmetmeyi seven çocuğun yaptığı Merkel ve Picasso resimleri uzun süre ekranda gösterilmiştir. Burada Alman Başbakanı Merkel'in resmine haberde öncelikli bir şekilde yer verilmesi ona duyulan sempatiyi gözler önüne sermeye çalışma olarak yorumlanabilir. Haberde çocuğun yeteneğiyle ilgili “dahi”, “küçük Picasso” gibi olumlu ve öznel ifadeler kullanıldığı görülmüştür. Ayrıca savaştan kaçan bir ailenin ferdi olmasına rağmen gelecekle ilgili çocuğun umutlu olduğuna dair sözleri de yer verilmiştir.

22 Mart tarihli bültenin gündemindeki ilk haberde, aileleriyle beraber Almanya'daki göçmen kamplarında yaşayan çocukların durumlarının UNICEF'in verilerine göre kötü olarak değerlendirildiği açıklanmıştır. Bu çocukların yaşadıkları odaların dar olması, odaların kapılarının kilitlenememesi (özel alan yok ve yabancılarla iç içe bir yaşam), kamplarda çocukların oyun oynayacakları yerlerin olmaması, göçmen çocukların aylarca toplama kamplarında tutulması nedeniyle okula ya da kreşe gidememesi, boş zamanlarını değerlendirecek çok az aktivitenin olması ya da hiç olmaması gibi konular tematize edilmiştir. Bu haberde göçmen çocuklarının yaşadıkları zorlukların neler olduğu ortaya konularak onların yaşam standartlarının yükseltilmesi noktasında bazı şeyler yapılması gerektiğine vurgu yapılmaktadır.

23 Mart tarihli yayında Logo'nun gündemindeki ikinci haberde 6 yıldan beri Suriye'de süren savaş nedeniyle aileleriyle beraber çeşitli ülkelere göç etmek zorunda kalan çocukların hayatlarından bir kesit sunulmuştur. Ürdün'deki bir göçmen kampında yaşayan biri engelli, iki Suriyeli çocuğun hikâyesi bu haberde anlatılmıştır. Kampta zor koşullar altında yaşamalarına rağmen bu çocukların birbirlerine nasıl destek oldukları, nasıl yardımlaşmışları aktarılmıştır. Tekerlekli sandalyeye

mahkûm olan Hikmet ile onu her gün okula iterek götüren arkadaşı Abdullah'ın görüşlerine yer verilmiştir. Kampın çamur içindeki hâli, Hikmet'in evinde sürünerek hareket etmesi, Abdullah'ın arkadaşının tekerlekli sandalyesini itmesi gibi duygusal sahneler gösterilmiştir. Fakat bu görüntülere yer verilirken ne duygusal bir müzik kullanılmış ne de çocuğun ailesinin umutsuz ağlamaklı hâleri sunulmuştur. Çocukların kamp yaşamı, diğer ülkedeki çocuklar gibi cep telefonunda oyun oynamaları ve beraberce yaptıkları diğer aktiviteler olumlu yüz ifadelerinin olduğu görüntüler eşliğinde ortaya konulmuştur. Çocukların telefonda oyun oynarken ki görüntülerinde dikkati çeken nokta, dokunmatik ekrana sahip olmayan bir telefonla sırayla oyun oynamalarıdır. Bu durumun, çocukların teknolojik imkânlarının yetersiz olmasına rağmen diğer çocuklar gibi vakit geçirdiklerini gösterilmesi açısından önemli olduğu söylenebilir.

5.2.4. İngiltere'deki Terör Saldırısı

22 Mart tarihli yayında Logo'nun gündemdeki haber başlıkları arasında sunulmasa da ilk haber olarak İngiltere'nin başkenti Londra'da 4 kişinin öldüğü ve çok sayıda insanın yaralandığı olaya yer verilmiştir. Haberde, olayın nedeni henüz tam olarak anlaşılmasa da terör saldırısından kaynaklama ihtimalinin yüksek olduğu aktarılmıştır. Parlamento'ya çok yakın olan olay yerinin her gün çok sayıda turist tarafından ziyaret edilen bir mekân olduğu belirtilmiştir. "Açıklayıcı Bölüm"de terörün esas amacının insanları korkutmak olduğunun altı çizilmiştir. Ayrıca teröristlerin masum insanlara zarar verdiğine vurgu yapılmıştır. Haberde kullanılan ifadeler göz önüne alındığında teröristlere istediklerini vermemek adına çocukların güçlü olup hayatlarına kaldıkları yerden devam etmeleri gerektiği mesajı verilmektedir.

23 Mart tarihindeki bültenin ilk haberi olarak Londra'da bir gün önce bir şahsın aracını insanların üzerine sürmesi ve bir polise bıçakla saldırması neticesinde 4 kişinin öldüğü, 40 kişinin yaralandığı aktarılmıştır. Bu haber 22 Mart tarihli yayında gündemde yer almazken 23 Mart'taki yayında ilk haber olarak işlenmiştir. Yaşananların bir terör saldırısı olduğu, habere geçilmeden önce açıklanmıştır. Habere, İngiliz Parlamentosu'ndaki saygı duruşu görüntüleriyle başlanmıştır. Hükümet Başkanı Teresa Mey'in teröristlerin yaptıkları karşısında ülke olarak susmayacakları açıklamasına yer verilerek İngilizlerin teröristlerden korkmadıkları mesajı vurgulanmıştır. Daha sonra olay yeri görüntüleri eşliğinde saldırıyı IŞİD'in üstlendiği anlatılarak saldırganla ilgili ayrıntılara yer verilmiştir. Bu görüntülerin hiçbirinde kanlı sahnelere, yaralıların bindirildiği ambulanslara ya da panik hâlindeki insanlara yer verilmemiştir. Sadece olay yerinin polisler tarafından boşaltılmış şerit çe-

kılmış hâlindeki görüntüleri sunulmuştur. Haberde Londra’da yaşayan çocukların bu terör saldırısı karşısındaki düşünceleri, onlarla yapılan röportajlarla aktarılmıştır. Yaşanan bu olayın üzücü olmasına rağmen çocuklarla yapılan röportajlarda dikkati çeken nokta korkmadan hayata devam etmek gerektiği kısmının vurgulanmasıdır. Bir önceki (22 Mart 2017 tarihli) yayında da açıklandığı üzere, teröristlerin esas amacı insanları korkutmak olduğu için onlara istediklerini vermemek adına bu mesajın altı çizilmiştir. Haberin hemen ardından sunucu terörizmle ilgili daha ayrıntılı bilgi edinmek isteyen çocukları Logo’nun web sitesine (www.logo.de) yönlendirmiştir. Ayrıca bu sitede terör olayları karşısında çocukların korkmaları hâlinde neler yapmaları gerektiğiyle ilgili bilgilerin yer aldığı vurgulanmıştır.

5.2.5. Dünyanın En İyi Öğretmeni Yarışması

18 Mart tarihli bültenin gündeminde üçüncü haber olarak “Dünyanın En İyi Öğretmeni Yarışması”nda finale kalan Alman öğretmene ve onun öğrencilerinin görüşlerine yer verilmiştir. Bu habere geçmeden önce sunucu yaptıkları araştırma neticesinde iyi bir öğretmen olmak için sahip olunması gereken özellikleri şöyle aktarmıştır: “Öğrencilere sorduk, bir öğretmenin en iyi olması için gereken şey nedir? Görüşmecilerin yüzde 37’si bu soruya öğrencilerle iyi ilişkiler kurarak onlara iyi davranması, yüzde 33’ü adaletli olması, yüzde 30’u alanında iyi olması ve bilgisini iyi bir şekilde öğrencilere aktarması gerektiğini söylemiştir.” Bu durum, bültende bir habere yer verilmeden önce, kimi zaman o konuyla ilgili birtakım bilimsel araştırmaların da yapıldığını ortaya koymaktadır. Haberde Dünyanın En İyi Öğretmeni Yarışması’nda 9 kişiyle beraber finale kalan Marie-Christine Ghanbari adlı öğretmenin okul ortamında çocuklarla ders işlerken ki görüntülerine de yer verilmiştir. Çocukların öğretmen hakkındaki “İyi biri. Bir çocuğun ailevi bir problemi varsa ona anlattığınızda sizi iyi bir şekilde anlayabiliyor”, “Biz öğrenene kadar her şeyi anlatıyor”, “Modern eğitim yöntemlerini kullanıyor ve arada sportif hareketler yapıyoruz” vb. görüşlerine yer verilmiştir. Haberde kullanılan ifadeler bakıldığında, dünyanın en iyi öğretmenliğine aday olan kişinin sabırlı olması, modern metotları kullanılması ve sportif aktivitelere önem vermesi gibi özellikleri ön planda tutması gerektiği belirtilmektedir. Bu durum, Türk toplumunda, gittiği ücra bir köydeki harabe bir binayı okul hâline getiren fedakâr öğretmen imajından farklılık göstermektedir. Diğer bir deyişle habere yokluk içinde bir şeyler başaran öğretmen yerine varlık içinde farklılık gösteren öğretmen başarılı olarak değerlendirilip sunulmaktadır.

19 Mart tarihindeki bültenin ilk haberi olarak 179 ülkeden 20.000 öğretmenin başvurduğu ve içlerinde bir Alman öğretmeninde olduğu, 10 kişinin finale kaldığı

“Dünyanın En İyi Öğretmeni Yarışması”nın sonuçları tematize edilmiştir. Bu, bir önceki gün sunulan haberin devamı niteliğindedir. Haberde, Alman öğretmenin kazanamadığı yarışmada Kanadalı öğretmen Megie Mcdoner’in birinci olduğu belirtilmiştir. Bu öğretmenin çalışma koşulları ve öğrencileri hakkındaki bilgiler, görüntüler eşliğinde sunulmuştur. Mcdoner’in Kanada’nın kuzeyinde, kış şartlarının yoğun olduğu ve çoğunlukla fakir insanların yaşadığı bir bölgede öğretmen olarak görev yaptığı anlatılmıştır. Çocukların genelde şiddet gördüğü bu bölgede, kız çocuklarının düzenli bir şekilde okula gitmediklerinin altı çizilmiştir. Kanadalı öğretmenin kız çocuklarının okula düzenli bir şekilde devam etmelerini ve boş zamanlarını spor gibi verimli şeylerle değerlendirmelerini sağlamak amacıyla özverili bir şekilde çalıştığına vurgu yapılmıştır. Bu haberde de şartların zor olmasına rağmen her zaman umut verici durumların olduğuna işaret edilmiştir. Diğer yandan dünyanın en iyi öğretmeni sıfatına layık görülen Mcdoner’in çalışma koşulları ve öğrencileri için yaptıklarının gösterilmesi, bir önceki gün yayımlanan bülten- de sunulan Alman öğretmenle arasındaki farklılıkları göstermesi açısından önem arz etmektedir. Çünkü bu öğretmen öğrencilerine sadece sabır gösterip modern metotlarla eğitim vermemekte, aynı zamanda özellikle kız çocuklarının eğitim hayatına kazandırılmasında özverili çalışmalar yürütmektedir. Bu bağlamda burada sunulan öğretmen figürünün Türkiye’deki fedakâr öğretmen imajına daha yakın olduğunu söylemek mümkündür.

6. Sonuç

Gündem belirleme kuramına göre, her televizyon kanalındaki haber bülteni, gündemi izleyicilere sunulmak amacıyla seçilen enformasyondan oluşmaktadır. Araştırmanın verileri incelendiğinde Logo Çocuk Haber bülteninin ilk sırada siyasi haberlere yer verip bunu gündeme taşıdığı görülmüştür. Özellikle uluslararası siyasetle ilgili konular bültende daha yoğun bir şekilde işlenmiştir. AB’nin devamlılığının sağlanması, Amerika-Almanya ilişkilerin belirsiz bir durumda olması ön plana çıkarılarak sunulmuştur. Bu konuların önemi bültenin gündemindeki sıralamada, kullanılan görsellerde, yapılan yorumlarda ve tekrarlarında (haber sayısı anlamında) kendisini göstermektedir.

Gündem belirleme kuramı araştırmaları, kitle iletişim araçlarının içeriğiyle insanların düşündüğü konular arasındaki ilişkiyi göstermesi açısından önem arz etmektedir. Bu kuramın temelini, çoğunlukla siyasal olaylar, özellikle seçim ve seçim kampanyaları oluşturmaktadır. Siyasal kampanya sürecinde hangi konu, medyada ön plana çıkarılırsa o konuda en girişken olan aday ya da partinin seçimi kazana- cağına inanılmaktadır. Ayrıca seçimlerden sonra da iktidarın devamlılığının sağ- lanmasında enformasyon üzerinde bir kontrol mekanizması kurulması gerektiği savunulmaktadır (Yaylagül, 2013: 80). Bu bağlamda araştırmanın verileri değer-

lendirildiğinde, Logo Çocuk Haber bülteninde, Almanya Başbakanı Merkel'in ön planda sunulması ve diğer siyasilere oranla üstün olan yönlerine vurgu yapılması önem arz etmektedir.

Araştırmadan elde edilen verilere göre AB ve Trump'la ilgili haberlerde, genel olarak öznel bir dil kullanıldığı ve başlıkların da yoruma dayalı atıldığı görülmüştür. AB haberlerinde bu birliğin olumlu yönleri ön plana çıkarılmakta ve devamlılığının sağlanmasına vurgu yapılmaktadır. Trump ile ilgili haberlerde, Almanya'nın devlet politikası çerçevesinde bir bakış açısı ortaya konmakta Merkel'in üstünlüğüne vurgu yapılmaktadır. Diğer yandan bültende seçim döneminde Trump'ın olumsuz açıklamalarına rağmen iki siyasinin görüşmelerinin olumlu geçeceğine dair umut verici ifadelere de yer verilmiştir. Bu noktada çocuklara endişe edilecek bir durum olmadığı düşüncesi aktarılmak istenmektedir.

Logo'da olumsuz nitelikli haberlerin sonunda yine umut verici nitelikte düşüncelere yer verilmektedir (örneğin göçmen kampının olumsuz koşullarında yaşayan çocukların yetenekli olması, geleceğe umutla bakmaları, çocuklar arasındaki güçlü dostluk ilişkileri gibi). Bu bağlamda hem Logo'da yer verilen haberlerle hem de programın sonunda sunulan hayvan skeçleriyle çocukların kendilerini kötü hissetmelerinin önüne geçmek istendiği söylenebilir.

Yapılan araştırma neticesinde, Logo Çocuk Haber bülteninde dünya gündemini çok meşgul eden terör saldırılarına da yer verildiği görülmüştür. Bu durum, bültende çocuklara toz pembe bir dünya sunulmadığını gösteren bir unsur olarak nitelendirilebilir. Diğer yandan bültende, terör saldırısıyla ilgili haberlerde teröristlerin asıl amaçlarının insanları korkutmak olduğuna vurgu yapılarak buna karşı mücadele etmek gerektiğinin altı çizilmiştir. Kısaca bültende çocuklara ne olursa olsun korkmadan hayatlarına devam etmeleri gerektiği mesajı verilmek istenmektedir.

Kitle iletişim araçlarının ortaya çıkışı ve yaygınlaşmasıyla beraber bunların insanlar üzerindeki etkilerini tespit etmek amacıyla çok sayıda araştırma yapılmıştır. Şimdiye kadar yapılan araştırmalar sonuçları, televizyon programlarında özellikle gerçekliğin olduğu gibi yansıtıldığı düşünülen haberlerde yer alan şiddet ve suç unsurlarının insanların dünyayı olduğundan daha korkunç bir ortam olarak algılanmasına neden olduğunu göstermiştir (Postman, 1995; Dündar, 1996: 387; Turam, 1996: 67; Wilson vd., 1998: 24). Bu durumun özellikle çocuk ve gençlerin daha fazla şiddete yönelmesinde etkili olduğu tespit edilmiştir (Huesmann vd., 2003; Gentile vd., 2004). Bu nedenle çocukların yaşlarına uygun içeriğe sahip haber programlarının hazırlanması çok önemlidir. Türkiye'de sunulan haber bültenlerinde de şiddetin yoğun bir şekilde işlendiği göz önüne alınırsa bu bağlamda

ülkemizde de çocuklara yönelik onların yaşlarına uygun nitelikte haber programlarının hazırlanması gerekmektedir. Bu bağlamda çocuklar için haber bülteni hazırlanması projesinin hayata geçirilmesi için öncelikle dünyada yayınlanan Logo ve benzeri programlar hakkında daha ayrıntılı bilgi edinmeyi sağlayacak kapsamlı bilimsel çalışmaların yürütülmesi gerekmektedir.

Kaynakça

- Agee, W. K., Ault, P. H. & Emery, E. (1979). *Introduction to Mass Communications*. (6th ed). New York: Harper and Row.
- Akarşlan, M. (1998). *Ana Hatlarıyla Çocuk Hakları ve Çocuk Hakları Mevzuatı*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Aljazeera (2017). Seçimlerin gölgesinde Türkiye-Hollanda krizi. <http://www.aljazeera.com.tr/gorus/secimler-golgesinde-turkiye-hollanda-krizi>. (Erişim tarihi: 05.04.2017).
- Baranowski, G. (2015). logo!: Evolution statt Revolution Ein Gespräch mit Eva Radlicki. *Televizion*. s. 38-39. http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/televizion/28_2015-2/Radlicki-logo.pdf. (Erişim tarihi: 01.05.2017).
- BBC (2017). 90 Saniyede Türkiye-Hollanda krizi. <http://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-39218877>. (Erişim tarihi: 05.04.2017).
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. New York: Free Press.
- Çebi, M. S. (2002). 16 Nisan Avrupa Birliği Atina Zirvesi'nin Türk Yazılı Basınında Sunumu. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kuram ve Araştırma Dergisi İletişim*. 16, s. 1-46.
- Dearing, J. W. ve Rogers, E. M. (1996). *Communication Concepts 6: Agenda-Setting*. Thousand Oaks: Sage.
- Deutsch Welle* (2017). Eski dışişleri bakanlarından Hollanda krizi yorumu. <http://www.dw.com/tr/eski-d%C4%B1%C5%9Fi%C5%9Fleri-bakanlar%C4%B1ndan-hollanda-krizi-yorumu/a-37941979>. (Erişim tarihi: 02.04.2017).
- Dündar, C. (1996). Televizyon ve Şiddet. *Cogito*. Sayı: 6-7, Kış-Bahar, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, s. 385-389.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2010). *Öteki Kuramı. Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirilmesi*. Ankara: Pozitif Matbaacılık.
- Ergül, H. (2000). *Televizyonda Haberin Magazinleşmesi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Gleich, U. & Schmitt, S. (2009). Kinder und Fernsehnachrichten. *Forschungsüberblick auf der Grundlage empirischer Studien. Media Perspektiven*. (11), s. 593-602.
- Gröne, J.; Hinzen, G.; Köhler, J. L. & Voigt, A. (2017). logo! – Die Welt und Ich. Eine Studie zur Beeinflussung der Organisationsstruktur auf den Inhalt der Kindernachrichtensendung. s. 17-23. http://www2.tu-ilmeneu.de/zsmp/sites/default/files/uploads/5_Beitrag_Logo.pdf (Erişim tarihi 01.05.2017).
- Hazar, Ç. M. (2002). Medyanın Sosyolojik İşlevlerinden Gündem Kurma. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kuram ve Araştırma Dergisi İletişim*. Sayı: 16, s. 47-69.
- Holtz-Bacha, C. & Kutsch, A. (2002). *Schlüsselwerke für die Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Hürriyet (2017). Trump Merkel'in elini niye sıkmadı. Tek cümlelik açıklama. <http://www.hurriyet.com.tr/trump-merkelin-elini-niye-sikmadi-tek-cumlelik-aciklama-40401068>. (Erişim tarihi: 10.04.2017).
- Kebapçı, A. R. (2001). *Televizyon Ana Haber Bültenlerinde Şiddet Olgusu*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi.

- Krüger, U. M. (2009). Altersgerechte Nachrichten für Kinder. Programmanalyse der Nachrichtensendung „logo!“. *Media Perspektiven*. H. 11. s. 577-592. (Erişim tarihi: 10.03.2017).
- & Müller, C. (2014). "logo!": Fernsehnachrichten für Kinder – Inhaltsanalyse. Themenstruktur und Sendungsformen 2010 bis 2012. *Media Perspektiven*. (1). s. 2-20.
- Künüçen, A. Şükrü. (2004). Televizyonda Haber Programları, Şiddet ve Çocuk. *Selçuk İletişim Dergisi*. 3 (2). s. 57-67.
- McCombs, M. E. & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*. 36. s. 176-187.
- Meier, I. & Schuhmacher, G. (2009). logo!– seit 20 Jahren Kindernachrichten des ZDF. Medienbroschüre. Mainz: ZDF.
- Messenger Davies, M. (2009). Children, news media and citizenship: a study with 9-15 year olds in Northern Ireland, Scotland, Wales and England. In *Youth Media Democracy; perspectives on new media literacy*, (Eds. Pettersen, Jan). Dublin: CSER - DIT. s. 57-63.
- Milliyet* (2017). Trump-Merkel görüşmesinde tokalaşma krizi. <http://www.milliyet.com.tr/Milliyet-Tv/nevidyo/video-izle/Trump-Merkel-gorusmesinde-tokalaşma-krizi-qPa6klsqc61j.html>. (Erişim tarihi: 15.04.2017).
- Mossig, M. (2010). Der Deutsche Fernsehpreis. Die Preisträger 2010. <http://www.deutscherfernsehpreis.de/content/blogcategory/16/177/>. (Erişim tarihi: 10.04.2017).
- Özer, Ö. (2007). *Medya Şiddet ve Toplum*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Özkan, Y. (2017). Hollanda ile ziyaret krizi: 'Erdoğan'ın Nazi açıklaması sınırı aştı. <http://www.bbc.com/turkce/39242113>. (Erişim tarihi: 25.04.2017).
- Postman, N. (1995). Çocukluğun *Yokoluşu*. K. İnal (çev.). Ankara: İmge Kitabevi.
- Schmidbauer, M. (1993). Kein Abladeplatz für Sensationen und Katastrophen. *Television*. 6/1993/1. s. 9-16.
- Severin, W. J. & Tankard, J. W. (1992). *Communication Theories: Origins, Methods and Uses in The Mass Media*. New York: Longman.
- Turam, E. (1996). *Ekrana Altı Çocukları*. İstanbul: İrfan Yayımcılık.
- Van Vliet, H.; Harrison, C. & Anderson, T. (2013). Adult mediation of children's television viewing experiences as a catalyst for learning and development: a case study, using Play School Early. *Routledge, Child Development and Care* Vol. 183, No. 1, January 2013, s. 17-36.
- Vom Orde, H. (2011). Kinder, Jugendliche und Fernsehnachrichten. Eine Zusammenfassung zentraler Forschungsergebnisse. *Television*. 24 (2). s. 25-28.
- (2015). Kindernachrichten im Fernsehen. Eine Zusammenfassung zentraler Forschungsergebnisse zum Format logo!. *Television*. 28/2015/2. s. 40-42.
- Wilson, J. B.; Potter, J.; Linz, D.; Kunkel, D.; Donnerstein, E.; Smith, S. L.; Blumenthal, E. & Gray, T. (1998). Content Analysis of Entertainment Television: The Importance of Context. J. T. Hamilton (ed.). *Television Violence and Public Policy*, Michigan: The University of Michigan Press.
- Yalçın, F. (2012). *RTÜK Kararları Çerçevesinde Televizyon Yayınlarında Şiddet*. Ankara: RTÜK Yayınları.

Yaylagül, L. (2013). *Kitle İletişim Kuramları*, Ankara: Dipnot Yayınları.

Yücel, A. (2007). Türkische Medien: Dogan Holding & Hürriyet auf dem türkischen Tageszeitungsmarkt. http://atillayuecel.wordpress.com/2007/09/21/test/#_ftn1 (Erişim tarihi: 01.05.2017).

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

ZDF (2007). Erstmals regelmäßig deutschsprachige Beiträge im türkischen Fernsehen / ZDF und türkische Dogan Media vereinbaren Nachrichtenaustausch / "logo!" und "heute in Europa" als Zugang zu Sprache und Kultur. <http://www.presseportal.de/pm/7840/997093/erstmal-regelmaessig-deutschsprachige-beitraegeim-tuerkischen-fernsehen-zdf-und-tuerkische-dogan> (Erişim tarihi: 25.01.2017).