

Sosyoloji Derneđi, Türkiye

Sosyoloji Araştırmaları Dergisi

Cilt: 13 Sayı: 1 - Bahar 2010

VI. ULUSAL SOSYOLOJİ KONGRESİ
1 - 2 - 3 EKİM 2009 / AYDIN



Sociological Association, Turkey

Journal of Sociological Research

Vol.: 13 Nr.: 1 - Spring 2010

VI. NATIONAL SOCIOLOGY CONFERENCE
1 - 2 - 3 OCTOBER 2009 / AYDIN

Türkiye’de Yoksulluğun ve Yoksulların Ana Akım Basında Temsili

Emre GÖKALP
Hakan ERGÜL
İncilay CANGÖZ

TÜRKİYE’DE YOKSULLUĞUN VE YOKSULLARIN ANA AKIM BASINDA TEMSİLİ

Emre GÖKALP*

Hakan ERGÜL**

İncilay CANGÖZ***

ÖZ

Bu çalışma, Türkiye’de ana akım basında yoksulluğun ve yoksulların temsilinde başvurulan hâkim stratejileri saptamayı ve çözümlemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada en yüksek tirajlı dört gazetede yayımlanan yoksullara dair haber öyküleri, özel bir yazılım aracılığıyla tarandı ve elde edilen haber öyküleri, metin analizi yöntemiyle çözümlendi.

Çalışma sonuçlarında bakıldığında şu dört temsil kategorisi öne çıkmaktadır: 1) Fobik (korku ve nefret uyandıran) temsiller 2) patetik (acıma duygusu uyandıran) temsiller, 3) sözde-nesnel (nesnellik iddiası taşıyan, betimsel) temsiller ve 4) yoksulların simgesel olarak yok edilerek temsili. Fobik temsillerde basının sıklıkla “sokak çocukları”, “tinerciler”, “yan kesiciler” olarak adlandırdığı, varoşlarda yaşayan kesimleri konu edindiğini görüyoruz. Bu şekilde yoksullar suçlulaştırılmakta, korkunun ve suçun kaynağı olarak gösterilmektedirler. Patetik temsillerde haber öykülerindeki trajik örüntülerin öne çıkarıldığını, böylece santimental bir haber söylemine malzeme edildiğini görüyoruz. Sözde-nesnel veya betimleyici temsiller kategorisinde yoksulluğa kaynaklık eden yapısal sorunları görmezden gelen, yoksulluğu istatistikî değerlere indirgeyen haberler bulunuyor. Yok-temsillerde dramatik haber öyküleri içerisinde yoksulluğun ve yoksulların ihmal edildiği, gazete sayfalarından giderek silindiği ve sembolik olarak yok edildiği gerçeğini irdeliyoruz.

Anahtar sözcükler: Yoksulluğun ana akım basında temsili, Türkiye’de ana akım medya.

* Yrd. Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Eskişehir

** Yrd. Doç. Dr., Hacettepe Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İletişim Bilimleri Bölümü, Ankara

*** Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi, Basın-Yayın Bölümü, Eskişehir

REPRESENTATION OF THE POOR AND POVERTY IN THE MAINSTREAM PRESS IN TURKEY

ABSTRACT

This study aims to identify and analyze the prevailing strategies in which the mainstream press represents the poor and poverty in Turkey. To do this, we utilize specific software to gather the news stories concerning the poor from four nation-wide, popular dailies with the highest circulation, and employ textual analysis to the stories in order to investigate the portrayals of the poor.

Four categories of representations prevail: 1) Phobic, 2) pathetic, 3) pseudo-objective representations, 4) and symbolic annihilation. The phobic representations, covering stories about so-called street children, glue sniffers, pickpockets and suburban actors, criminalize the poor people as an object of fear and a source of crime. The pathetic representations decontextualize and dramatize the tragic patterns of the story in such a way as to sentimentalize the news discourse. The pseudo- objective representations reduce poverty into statistical data, circulated by official sources. The symbolic annihilation refers the ways media ignore or erase the poor.

Keywords: Representation of the poverty/poor in mainstream press, the mainstream media in Turkey

GİRİŞ

Bu çalışmada yoksulların yaygın basında nasıl temsil edildiklerini, hangi temsil kategorilerinin nasıl öne çıktığını inceledik. Sosyokültürel ve politik sistem içerisinde ötekileştirilen, toplumun sorunlu kesimi olarak işaretlenen, yoğun olarak sosyal dışlanmaya, şiddete ve insan hakları ihlallerine maruz kalan ve anaakım medya tarafından marjinalleştirilen yoksulların Türkiye’de yaygın basına yansıyan yüzünü anlamaya çalıştık.

Günlük gazeteler ile sınırlı olan araştırmamız 2007 yılı içinde ve en yüksek tirajlı dört gazetede yayımlanan haber öykülerini içeriyor. İncelediğimiz gazetelerin toplam tirajları, Türkiye’deki yaygın basının toplam tirajının yarısından fazlasına karşılık geliyor. Söz konusu gazetelerde yer alan ilgili haberleri, anahtar sözcükler kullanarak, elektronik bir yazılım (*Mediaprof*) aracılığıyla derledik.

İletişim araştırmaları dünyada ve Türkiye’de medyanın yoksullukla ilgili karnesini nasıl değerlendiriyor? Bu sorunun yanıtına geçmeden önce Türkiye’de yaşanan yoksulluğa dair bazı noktaları ve verileri kısaca anımsamakta yarar var.

Yakın dönemde yapılan ve sonuçları basına da yansıyan çalışmalarda Türkiye’de eşitsizlik ve yoksulluk en önemli sorun olarak tanımlanıyor.¹ Dolayısıyla toplumun önemli bir bölümü için yoksulluk fazlasıyla farkında olunan, dahası içinde yaşanan ve yüzleşilen bir gerçeklik olarak kendini gösteriyor.

Tablo 1’de görüldüğü gibi, gelir eşitsizliği ve yoksulluk düzeyi açısından Türkiye, diğer Avrupa Birliği üyesi ve aday ülkeler arasında, ilk sırada yer alıyor. Buna karşın ne

¹ İPSOS-KMG araştırma sonuçlarından aktaran Haber24. İPSOS-KMG tarafından gerçekleştirilen “Türkiye’yi anlama kılavuzu” başlıklı araştırmaya dayalı haber bülteni. URL: <http://www.haber24.com/Guncel/1-80338/Ezber-bozan-anket.html> (17 Ocak 2010).

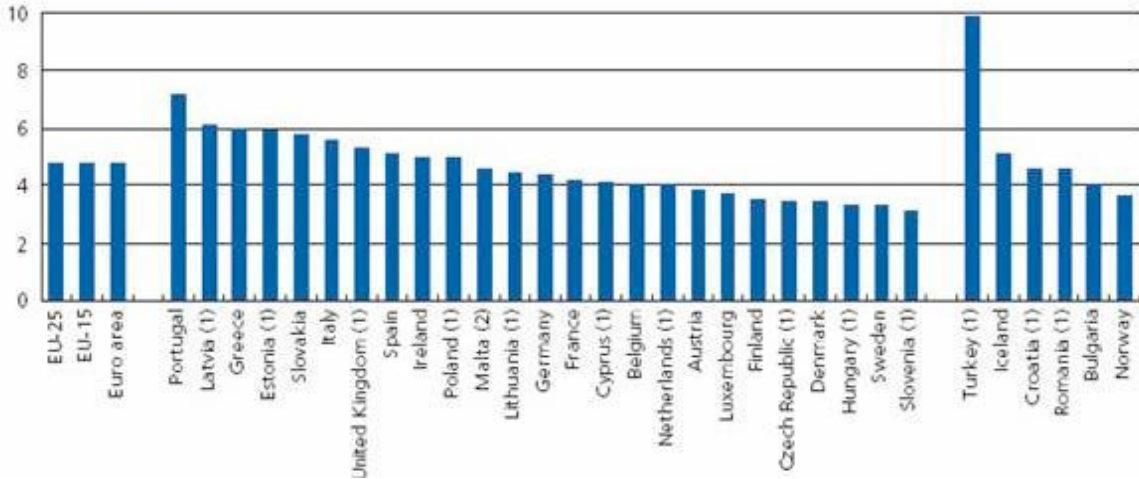
yoksullar, ne de yoksulluk suçun, şiddetin, zulmün, kazaların nesnesi ya da öznesi olmadıkları sürece gazete sayfalarında çoğunlukla yer almıyor.

Bu açıdan bakıldığında, yoksulların Türkiye'nin en “sorunlu” kesimi olmalarıyla önemli bir ortaklığı paylaştığı kanaatindeyiz: Eğitimsizlikten, aile içi ve dışı şiddete veya suçta iten sosyoekonomik koşullardan, göçe, cinsiyete dayalı ayrımcılığa, emek sömürsünden mezhepsel ve etnik ayrışmalara kadar pek çok toplumsal, kültürel ve politik dışlanmanın kronik örnekleriyle yoksul kesimin yaşamında daha sık karşılaşıyor.² Bir bütün olarak “toplumsal dışlanma” kavramıyla tanımlanan bu olgu, kenarda kalan, toplumsal yapı ve sistemle bütünleşmesi giderek zorlaşan bir “yeni yoksullar” tabakasına da işaret ediyor (Buğra ve Keyder, 2003: 20–21). Yoksulluğun farklı düzeylerde tanımlandığı ve çeşitli yoksulluk tanımları olduğu göz önüne alınırsa³, bu çalışmada yoksulluk olgusu sadece aritmetik boyutlarıyla, biyolojik gereksinin ölçekleriyle ele alınmaktan çok; bireysel refah, sosyal ve kültürel bütünleşememe ve sosyal dışlanma kavramları ekseninde ele alınmaktadır.

² Medyanın yoksulları temsil ederken başvurduğu temel stratejileri incelerken, “medya ve yoksulluk” ilişkisinin diğer ucunda neler olup bittiği (örn. medya içerikleri karşısında izleyicinin, okuyucunun ya da tüketicinin nasıl pozisyon aldığı, ne tür okumalar geliştirdiğini), temsil edilenin temsil edene nasıl baktığı sorusu da kaçınılmaz olarak akla geliyor. Yoksulların yaşamında en geniş anlamıyla medyanın yeri nedir? Medya içeriklerini yoksullar nasıl anlamlandırıyorlar; geleneksel ve yeni medya teknolojilerini günlük yaşamları içerisinde nasıl tüketiyorlar? Kısacası medya yoksullara ne söylüyor? Genel olarak bu sorular çevresinde yapılan uzun erimli, etnografik bir çalışmayı yakın dönemde tamamladık. “Yoksulların Günlük Yaşamında Medya: Eskişehir Bağlamında Bir Alan Araştırması” başlıklı çalışmamız, kentli yoksullar ve medya ilişkisine odaklanan 107K400 no’lu bir TÜBİTAK-SOBAG projesiydi; 2008-2010 yılları arasında gerçekleştirildi. (Çalışmanın bir özeti için bkz. http://mezun.anadolu.edu.tr/haberler/0210_03.php)

³ Yoksulluk olgusu, sosyal bilim literatüründe çeşitli ölçüm araçlarına göre tarif edilmekte ve kavramsallaştırılmaktadır. Her biri diğerinden bir düzeyde farklı olmakla birlikte, yoksulluk, genel olarak görece yoksulluk, mutlak yoksulluk, derin yoksulluk, insani ölçütlere göre yoksulluk ya da açlık sınırında yoksulluk şeklinde de tanımlanmaktadır. Farklı yoksulluk tanımları ve tartışmaları için, Bknz. (Gül ve Gül, 2008)

Tablo 1-Gelir Dağılımı Eşitsizliği, 2006.



Kaynak: EUROPE IN FIGURES - Eurostat yearbook 2006 - 07

2010 yılında yayımlanan resmi verilere göre de, hane halkının elde ettiği aylık gelir açısından toplumun % 17.11’i yoksul, % 0.54’ü ise açlık sınırında yaşıyor (TÜİK, Aralık 2009). Kimi nitel çalışmalar, pek çok ailenin resmi istatistiklerde “en yoksullar” olarak belirtilen hanelerden çok daha yoksul konumda olduğunu gösteriyor. Bu konuda, iki binli yılların başında resmi yoksulluk oranı % 20’lerdeyken, araştırma sonuçlarının resmi rakamları da aşarak %26 düzeyine çıkması, örnek verilebilir (Özcan ve Özcan, 2001:1). Türkiye’de yoksulluğa dair diğer önemli verilere baktığımızda ise,

- Eylül 2010 TÜİK verileriyle, çalışanların % 44,8’i herhangi bir sosyal güvenlikten yoksun (tarım sektöründe bu oran % 86,7) . İstihdam edilen 21 milyon 162 bin kişiden 8 milyon 949 bini kayıt dışı, yani herhangi bir sosyal güvenlik kurumuna kaydı yok. Son bir yıllık dönemde kayıt dışı istihdam oranı 1,5 puan artışla % 42,3, kadınlarda % 3,1 artışla % 56,7 oldu (TÜİK, 2010).
- 2000 yılında % 6,5; 2007’de % 10,6 olan işsizlik oranı, 2010 yılında % 12’ye ulaşmış durumda. Genç nüfusta işsizlik oranı ise % 19,1 (TÜİK, 15 Temmuz 2010).

- Çalışan kesim içerisinde yoksulluk sınırında yaşayanların oranı % 23 (Avrupa Üyesi 27 ülkenin ortalamasının üç katı) (Adaman ve Keyder, 2006:15-16).
- Kamu Harcamalarını İzleme Platformu'nun yayımladığı ilk rapora göre Türkiye'deki sosyal yardımlar yoksulluk oranını düşürmede etkili değil. Platform'a göre Avrupa Birliği'ne üye 27 ülkenin sosyal koruma harcamalarının 2005'te GSYH'ya oranı % 25,2 iken, aynı yıl Türkiye'nin sosyal koruma harcamasının GSYH'ya oranı % 11. Kısaca Türkiye, görece yoksulluk oranı yüksek olmasına rağmen, sosyal koruma harcaması AB ülkeleri arasında en düşük ülkelerden arasındadır (Radikal, 23 Nisan 2010).

Burada özetle aktarmaya çalıştığımız Türkiye'deki yoksulluğa dair veriler, başka araştırma kurumlarının, yerel ya da uluslararası resmi/bağımsız kuruluşların araştırma sonuçlarıyla daha da geliştirilebilir. Ancak araştırmamızın sınırlarına sadık kalarak, takip eden bölümde yoksulluğun medya çalışmalarına nasıl yansdığı konusuna bakacağız. Ardından medya analizlerinde temsil olgusunun önemi, yöntemle dair ayrıntılar ve bulguların irdelenmesini içeren bölümler izleyecek.

1. Yoksulluk ve Medya

Yoksulluk Türkiye'nin en önemli ve en yakıcı sorunlarından biri olmasına karşın yoksulların/yoksulluğun medyadaki temsili ve/veya yoksullukla mücadelede medyanın üstlenebileceği roller konusunda çalışmaların sayısı ne yazık ki çok azdır. Televizyondaki yoksullukla ilgili programlara dair yazısında Erdoğan (2002: 307-308) yoksulluğun “görünmez kılınması ile seyirlik hale getirilmesi”, “tehlikeyle özdeşleştirilmesi ile acz ve çaresizlik içinde sunulması” ikiliklerinin, karmaşık bir şekilde birbirine eklendiğini ileri

sürmektedir. Bu anlamda medyatik/kamusal/politik dillerin dünyasından dışlanan yoksullar isyan, şiddet, suç vb eğilimleri birleştiren “kriminal bir söylemi” üretmektedirler.

Bir başka çalışmasında da Erdoğan (2001), Türkiye’de kültürel/siyasal alanda yoksullara ve yoksulluğa ilişkin, yoksulların “tehlikeli sınıflar” olarak kurulduğu fobik temsiller, “fukara edebiyatı” olarak horlanan ekonomist-teknisist temsiller ve (siyasal söylemlerde) popülist temsillerden söz eder. Ahıska ve Yenal (2006) ise, 1990’larda Türkiye’deki kültürel temsillere ilişkin çalışmalarında, yoksulluğun toplumsal boyutlarının gözden ırak tutulduğunu, gizlendiğini, bağlamsızlaştırıldığını belirtirler. Yazarlara göre yoksul insanların hayatları bu soruna yabancı olan kesimler için daha çok seyirlik bir malzemeye dönüştürülmektedir. *“Bütün bu temsil biçimlerinin ortak özelliği, yoksulların ötekileştirilmesi, nesneleştirilmesi ve araçsallaştırılmasıdır. Bu temsillerin, yoksullukla ilgili ekonomik, siyasal ve kültürel sorunlarla gerçek anlamda bir hesaplaşmanın önünü tıkadığı kuşkusuzdur”* (Ahıska ve Yenal, 2006: 334). Adaman ve Keyder’in de (2006: xi) de vurguladığı gibi, yoksulluk ve toplumsal dışlama konusuna ne siyasal arenada, ne medyada ne de kamusal tartışmalarda gereken ilginin gösterilmediği açıktır.

Yoksulluğun haber medyasındaki sunumuna dair daha çok çalışmanın olduğu Batı’daki literatüre baktığımızda ise konunun farklı boyutlarıyla ele alındığını görmekteyiz. Gilens (1996) ile Clawson ve Trice’in (2000) Amerika Birleşik Devletleri’ndeki (ABD) haber medyasında yoksulların nasıl temsil edildiklerini inceledikleri çalışmalarında, yoksulluğun daha çok “siyah Amerikalıların sorunu olarak” gündeme getirildiği belirtilmektedir. Gerçekte siyahlar yoksul nüfusun üçte birinden daha azını temsil ederken, bir okur basına baktığında haberlere konu olan yoksulların üçte ikisinin siyahlardan oluştuğunu dolayısıyla ülke genelinde böylesi bir tablonun egemen olduğu algılayışına sahip olmaktadır.

Kendall da (2005: 4), medyanın ABD’de sınıf gerçekliğinin toplumsal inşasındaki rolünü ele aldığı *Sınıfi Çerçevelemek (Framing Class)* adlı çalışmasında, bu saptamayı daha genişletmektedir: “*Medyanın sınıf olgusunu çerçeveleme biçimi, insanların sınıf ve eşitsizlik konusundaki düşüncelerini de etkiliyor. Söz gelimi ABD toplumu aslında bir orta sınıf toplumu değildir –ki bu zaten istatistikî olarak olanaksız. Ancak medyanın orta sınıf tariflerine baktığımızda hepimiz kendimizi bu sınıfa ait sanabiliriz*”. Kendall (2005), medyanın yoksullara ve işçi sınıfına dair mitler ve olumsuz temsiller ürettiğini, böylece orta üst ve üst sınıfın sözde üstün konumlarını güçlendirdiğini öne sürer. Kendall’a (2005) göre medya profesyonelleri, elitleri ve sahip oldukları maddi şeyleri yüceltir; yoksulları ise insanların acımasına gereksinim duyan ve aslında kendi yanlışlarının bedelini ödeyen kesimler olarak sunmaktadır.

Britanya’da medyanın yoksulluğu nasıl ele aldığı ve medyadaki yoksulluk temsillerinin izleyicilerin/yurттаşların yoksulluğa dair fikirleri üzerindeki etkisinin incelendiği *The Media, Poverty and the Public Opinion* başlıklı bir diğer araştırma raporunda (McKendrick vd., 2008) ise kamu(oyu)nun yoksulluğa dair kanaatlerinin oluşmasında ve şekillenmesinde medyanın önemli bir rolü olduğu vurgulanmaktadır.

Araştırmanın sonuçlarına göre anaakım Britanya medyası için yoksulluk marjinal bir konudur ve bu soruna asgari düzeyde yer verilmektedir. Yapılan mülakatlarda gazeteciler ve editörler ülkedeki yoksulluğun çok az bir haber değeri taşıdığını bizzat ifade etmişlerdir. Sadece bazı belgeseller ve TV programlarında yoksulluk daha sempatik ve progresif bir şekilde temsil edilmektedir ancak bu programlar da geniş bir izlerkitleye ulaşmamaktadır.

Hem Britanya’daki hem de dünyanın diğer bölgelerindeki yoksullukla ilgili olan haberlerde/ veya TV/haber programlarında yoksulluğun nedenleri ve yoksulluğun sonuçları

nerdeyse hiç irdelenmemektedir. TV programlarında ya da gazetelerde yoksulluğun kökeni ve yaygınlaşmasının yapısal nedenleri yer almaz. Yoksulluğun ana tema olarak yer bulduğu haber metinleri genellikle en uç noktadaki olağan dışı örneklere yoğunlaşma eğilimindedir. Haber öykülerinde yoksulluğa dair hep benzer gazetecilik repertuarının ve basmakalıp sözlerin kullanımının yaygın olduğu görülmektedir. Örneğin yoksulluğu yaşayan insanlar çoğunlukla “sorunlu” olarak resmedilmektedir (McKendrick vd., 2008).

Benzer konudaki çalışmalarında Gans (1995), Parisi (1998), Golding ve Middleton (1982) da çalışmalarında yoksulların, stereotipik olarak kimi davranış kalıplarıyla -söz gelimi patolojik sorunlu, alkolik, uyuşturucu bağımlısı ya da suçlu olarak- tarif edildiklerini göstermişlerdir. Parisi (1998) *Washington Post*’ta yer alan yoksulluğa ilişkin dizi yazılarda, yoksulların tembel, cinsel açıdan sorumsuz ve sapkın olarak temsil edildiklerini saptamıştır (Clawson ve Trice, 2000). Kensicki (2004) ise yoksulluğun medyada genel olarak çözülebilir yapısal bir sorun olarak sergilenmediğinin altını çizmektedir. Benzer biçimde Bullock, Wyche ve Williams (2001) da yoksullara dair haberlerde kimi zaman yoksul kesimlerle duygu birliği kurulmaya çalışıldığını, ancak yine de yoksulluğun arka planına ve bağlamına bakılmadığını belirtmektedir⁵.

Poverty in the Media (Robinson ve vd. 2009) başlıklı eylem araştırmasına dayanan rapor, yoksulların medyaya katılım meselesini konuyla ilgili sivil toplum kuruluşları ve

⁵ Bu noktada, Britanya’da yoksulluk ve eşitsizliğin azaltılmasında daha etkili bir iletişim nasıl olabilir sorusunun yanıtını arayan bir araştırmanın yoksulların yoksulluk veya yoksullarla ilgili haberleri nasıl okuduğuna dair bulgularından söz etmek anlamlı olabilir. Katılımcılar gazetecilerin yoksulluk sorunundan ve yoksulların yaşamakta olduğu gerçeklikten çoğunlukla bihaber olduklarını belirtmektedir. Yoksullar arasında gazetecilere yönelik bir güvensizlik vardır. Yoksul katılımcılar gazetecilerin haber öykülerinde gerçekte yaşanmakta olanı değil, kendi ön yargılarını yansıttıklarını ifade etmekte. Yoksullar, gazetecilerin öncelikle onların güvenlerini kazanmaları gerektiğini belirtiyor. Gazetecilerin sıklıkla sansasyonel başlıklar kullandıklarını ve doğrudan yoksulluğu anlatmadıklarını da ekliyorlar. Katılımcılar, farklı kesimler arasındaki gelir dağılımı uçurumunun medyada daha çok konuşulmasını ve tartışılmasını da istemektedirler. (*Communicating Poverty Report*, 2008, s. 14-16).

profesyonel gazetecilerle yapılan görüşmelerden hareketle ele almakta ve böylelikle onların kamusal alanda nasıl daha etkili şekilde görünür ve işitilir olabileceklerine işaret etmektedir.

Robinson vd.'nin (2008) kaleme aldığı bu raporda yukarıdaki alıntılarda vurgulanan yoksulların medyadaki eksik ve sorunlu temsilinin nedenleri de açığa çıkmaktadır.

İngiltere'deki gazeteciler yoksulluğun hayli önemli bir sorun olduğunu kabul etmekte ancak doğrudan haber değeri taşımadığını öne sürmektedir. Dolayısıyla yoksulluk haber konusu olarak çok izlenme/dinlenme/okunma gibi pazarda değişim değeri yüksek bir öykü ol (a)mamaktadır. Yine gazetecilere göre yoksulluk başlı başına haber öyküsü olarak hayli sıkıcı ve kasvetli bir konudur tıpkı istatistik bültenleri gibi. Kötü/olumsuz olaylar haber olarak ilgi çekerken duygusal konularda izlenirliği artırmaktadır ancak yoksulluk kaynaklı sistemden pay alamama durumu ilgi çekici değildir. Dolayısıyla medya yoksulları haberleştirirken marjinalleştirir, kimi zaman şok edici bir durum veya kimi zaman da sıra dışıymış gibi resmeder⁶ (Robinson vd. 2009: 11-12).

Bu çalışmaları genel olarak değerlendirdiğimizde, büyük sermayenin mülkiyetinde ve kontrolünde olan haber medyasında yoksulluğun sorunlu bir temsili söz konusudur. Farklı ülkelerin çeşitli TV ve gazete haberlerinde yoksulluk ekonomik-politik boyutlarından soyutlanmakta, ekonomik/politik bir sorun olarak anlamlandırılmamakta ve yoksulluğa neden olan ve onu yeniden üreten ekonomi-politik faktörler kamufle edilmektedir⁷. Böylece,

⁶ Robinson vd. yoksulların kendi sesleri ve görüntüleriyle medyada yer almaları gerektiğini savunurlar. Bunun için de çalışmalarında şöyle bir öneri geliştirirler: Yoksulluğun, ancak bunu deneyimleyen bireylerin görüşleri doğrudan aktarıldığı ve yaşamakta oldukları hayat doğrudan gösterildiği sürece etkileyici bir öykü olabildiğine bugün medyada daha çok kişi inanmaktadır. Böylesi bireysel öyküler gerçekten halk arasında yankı uyandırıcı olabilmektedir. Bu tarzdaki öyküler yoksul insanlara sesini duyurma şansı vermekte ve hayli geniş bir kitleye ulaşan geleneksel medyanın etki yaratmasına neden olmaktadır. Ancak bugün yoksulluğu konu edinen pek çok haber/röportaj insan öykülerine yaslanmamakta; yaygın olarak istatistikî rakamlara, hayır kuruluşları, akademisyenler ve politikacılar gibi kişilerin gazetecilerle birlikte yorumlarını içermektedir (s.14).

⁷ Eleştirel Ekonomi-Politik yaklaşım ekseninde Türkiye'de Medya Endüstrisi üzerine geniş kapsamlı bir çalışma için Bknz (Adaklı, 2006) ve aynı yaklaşım ekseninde Türkiye'de gazetecilik pratiğini ve medya içeriklerini medyadaki sahiplik yapısı ve kapitalist dinamikler doğrultusunda sorunsallaştıran bir çalışma için Bknz. (Tılıç, 2003).

yoksulluk kişiselleştirilmekte ve kişisel öykülere indirgenerek bağlamından koparılmaktadır. Yoksullar da, haber metinlerinde, genel olarak ötekileştirilerek ve marjinalleştirilerek temsil edilmektedir. Bu noktada, temsil kavramı ve medyada temsil olgusu üzerinde durulması kaçınılmazdır.

2. Medya ve Temsil

İletişim çalışmaları temsil kavramında dikkatimizi medya ürünlerine yöneltir. Reklâmlardan belgesellere, tartışma programlarından durum komedilerine kadar hayli geniş bir medya program türü yelpazesi içerisinde, medyanın neleri betimlediği; konuları veya sorunları nasıl anlattığı/aktardığı; programda kurulan söylemlerin işlevlerinin neler olduğu sorularının tümü medyanın temsil pratiğiyle ilgilidir. Temsiller, sembolik veya retorik gibi medya ürünlerinin doğrudan ve dolaylı tüm bilgilendirici boyutlarını kapsar (Dahlgren, 1995: 15). Renk seçiminden kullanılan müziğe; kurulan anlamlardan çekilen görüntülere kadar tümü temsil kavramıyla ilgilidir. Dolayısıyla medyanın kamusal forumlarında hangi öznelere, kurumların yer aldığı ve bunların nasıl bir bağlam veya ne tür betimlemelerle kamuya/halka sunulduğu birer temsil konusudur. Aynı zamanda temsil, medya profesyonellerinin bir seçme veya eleme işlemi sonucunda bazı öğeleri dâhil etmesi, bazı öğeleri de ihmal veya göz ardı etmesi sonucunda olaya/konuya ilişkin kurdukları//inşa ettikleri anlamlardır. Medyada kurulan temsiller önemlidir çünkü temsil edilen kişi, kurum veya nesnenin toplumsal yaşamdaki yerini yansıtır; bu yere meşruluk kazandırır ve temsiller birbirine eklemlenerek dünyaya/topluma/insana bakışımızı belirler ve yeniden üretir (Tanrıöver, 2007: 153).

Medyada kurulan temsiller, özellikle haber gibi kaynağını gerçekten alan program türleri “toplumsal gerçeklik”i herhangi bir çarpıtma, bozma veya manipüle etme gibi bir değişikliğe uğratmaksızın, bir cam saydamlığında, nötr, şeffaf ve tarafsız şekilde medyadan

yansıttıkları iddiasını taşırlar. Oysa medya dolayısıyla okuyucu/izleyicilere ulaşan ve “gerçek” olarak öne sürülen bilgiler birer *temsildir*. Eş deyişle, “gerçeğin bilgisi gerçeğin kendisi değildir, gerçeği temsil etmektedir. Temsil eden (örneğin bir savaş fotoğrafı/haber) ve temsil edilen şey (savaş) arasında daima bir farklılığın bulunduğunu unutmamak gerekir” (Dursun, 2004: 65). Haber metinleri gerçekte medya profesyonellerin belirli tercihlerine yani bir seçme ve dışlama eylemine dayanan bir kurgudur. Böylelikle gazetecilerin olaya öznelliklerini ve kurumsal politikalarını katmadan habercilik yapmaları olası görünmemektedir⁸. Haber medyası dünyayı karmakarışık ve kaotik olaylardan kurulu bir yapı olarak temsil etmez çünkü olaylar kendileri için konuşamazlar. Dolayısıyla medya profesyonelleri tarafından bunların anlaşılır kılınması için bir toplumsal bağlama oturtulması ve tanımlanması gerekir. Bir olay ancak sosyal ve kültürel bir kimliğe bürünürse anlaşılır olur. Haber medyasının yaptığı da gündelik hayatta olan-bitenlerin bilgisini topluma doğrudan yani herhangi bir tahrifata uğratmaksızın *yansıtmak değil*, olayları belirli bir bağlama oturtarak tanımlamadır; bu Kültürel Çalışmalar yaklaşımının vurgusuyla “*gerçekliği yeniden inşa/yapılandırma*” işidir. Burada sözü edilen “gerçek” ise, gerçekliğin belirli bir tarzda kurulmasıdır, çünkü *medya gerçekliği yalnızca yeniden üretmekle kalmaz aynı zamanda tanımlar* da. Gerçeklik tanımları, geniş bir anlamda dilsel pratikler yoluyla desteklenip, üretilir ve yine dilsel pratikler aracılığıyla “gerçek”in seçilmiş tanımları temsil edilir. (Hall,

⁸ Haber öykülerinin nasıl analiz edilmesi gerektiği daha makro bir bakış olarak ekonomi politik yaklaşımlardan, örgütsel yapının ve iktidarının medya profesyonellerinin iş görme pratiğini nasıl etkilediğini açığa çıkarmaya yönelik mikro analizlere ve örgütsel çözümler yapan kuramlara değin geniş bir alanda sorunsallaştırılmaktadır. Ekonomi-politik yaklaşımlar editoryal kadronun görel bir özerkliğini kabul etmekle birlikte, medya kuruluşlarındaki üst düzey yöneticilerin mülkiyet sahipleriyle doğrudan ilişkileri nedeniyle haber içeriklerini denetim altında tutabildiklerini öne sürer (Murdock, 1982). Medya profesyonelleri her ne kadar söylemlerinde tarafsız davrandıklarını, haber seçim ve yazım pratiğinde kişisel değerlerini yansıtmadıklarını, gazetecilik kodlarını takip ettiklerini iddia etseler de, örgütsel/bürokratik mekanizmaları irdeleyen haber araştırmaları profesyonel gazetecilik norm ve kodlarının bizzat kendilerinin ideolojik olduklarını; toplumdaki güçlü grupları ve sınıfları önceleyen bir yapısı olduğunu göstermektedir (Soloski, 1999). Metin odaklı analizler yapan Kültürel Çalışmalar ise haber dilinin semiyolojik belirleyenlerinin analizi ile haber metinlerine sızan toplumsal güçlerin ne söylediği ve bunların nasıl okunduğuna dair çalışmalarıyla (Hartley, 1982) kültürdeki sınırların nasıl korunduğuna ve toplumsal rızanın nasıl inşa edildiğine odaklanır.

1994: 67). Biz de bu çalışmada, eleştirel medya çalışmaları doğrultusunda, yoksulların ve yoksulluğun gazete haberlerinde nasıl temsil edildiğini, yoksula ve yoksulluğa dair “gerçeklik”in nasıl inşa edilmeye çalışıldığını ve oluşturulan haber söylemlerinin hangi egemen söylemlerle nasıl eklemlendiğini irdeleyeceğiz.

3. Yöntem

Çalışmamızda günlük olarak yayınlanan ve en yüksek satış rakamına sahip dört gazeteyi inceledik: Bunlar *Posta* (650.000), *Zaman* (600.000), *Hürriyet* (520.000) ve *Sabah*’tır (400.000). Seçilen gazeteler en yüksek tiraja sahip yayın organları olmakla beraber, aynı zamanda, farklı sahiplik yapılarına ve farklı yayın politikalarına sahip olmaları açısından da bir çeşitlilik arz etmektedir.

Söz konusu dört gazetenin 1 Ocak 2007 ve 31 Aralık 2007 tarihleri arasında yayımlanan bütün haberlerini, özel bir yazılım aracılığıyla, anahtar sözcükler kullanarak ve dijital tıpkı baskıları üzerinden taradık. Anahtar sözcüklerin belirlenmesinde birden fazla değişkenden yararlandık: Bunlar arasında: çalışma için seçilen gazetelerin belirtilen tarihler arasında yayımlanan ve rastlantısal olarak seçilen nüshalarında yoksullara ve yoksulluğa dair haberler öykülerinde tercih ettikleri dil ve haber içerikleri; alanyazında yoksulluk ve haber medyası ilişkisine odaklanan çalışmaların analizlerinde öne çıkan haber konusu/başlıkları ve son olarak, yazarların yoksulluk ve medya ilişkisine dair gözlemleri belirleyici olmuştur. Bu noktada, olgusal olarak yoksulluğun somut ve nesnel olarak tek bir tarifinin olmadığı ve farklı ölçütlere göre tanımlandığı gerçeği kadar, öznelerin onu içerden deneyimleme ve/veya dışardan anlamlandırma ve algılama boyutlarıyla da ilişkili olduğu göz ardı edilmemelidir.

Bu süreç sonunda analiz potansiyeli taşıyan sözcükler arasında “fakir”, “fakirlik”, “yoksul”, “yoksulluk”, “madde bağımlıları”, “tinerci”, “tinerci çocuklar”, “kapkaççılar”,

“sokak çocukları”, “gecekondu”, “evsizler”, -haber öyküsünde ekonomik sorunlar nedeniyle yaşandığı belirtilen- “cinnet”, “intihar (ya da girişimi)”, “sosyal sorumluluk kampanyalarının” öne çıktığını gözlemledik. Metin içerisinde anahtar sözcüğü içeren ancak konu olarak yoksulluğu içermeyen haber öykülerini eleedik ve toplam 88 habere metin analizi uyguladık.

Analiz aşamasında öncelikle haber başlıkları, spotları ve haber metinleri bir arada değerlendirilerek öne çıkan tematik kategoriler saptadık. Bunlar, 1) Fobik temsiller, 2) Patetik temsiller, 3) Sözde-nesnel temsiller ve 4) Yok-temsiller, kategorileridir. Bu dört kategoride sınıflandırılan haber öykülerinin merkezinde yer alan ve yoksullukla ilişkilendirilen konuları saptadık, elde edilen sayısal verileri tablolaştırıldık. Ardından, söz konusu haber öykülerinde yoksulluğun temsilinde tercih edilen gazetecilik pratiklerini, haber metinlerine belirli sorular yönelterek inceledik. Bu sorular arasında, “haberde nasıl bir dil kullanılıyor?”, “haber girişinde verilen ve önem atfedilen bilgiler hangileridir?” “haberinin öznesi kim ve ne tür ifadelerle betimleniyor?”, “haber öyküsünü desteklemek için yer verilen alıntılar, kimin ağzından aktarılıyor ve nasıl sunuluyor?” yer almaktadır.

4. Bulgular ve Yorum

I- Fobik (korku ve nefret uyandıran) temsiller

Yoksulların suçun ve korkunun kaynağı olarak gösterildiği, doğrudan ya da dolaylı olarak suçu üreten kesimler olarak tarif edildikleri haber öyküleri bu kategoride yer almaktadır. Farklı bir ifadeyle, korku ve nefret uyandıran bu temsillerde, yoksulluk dolaylı bir şekilde suçlulukla, yoksullarda suçlularla özdeşleştirilmektedir.

Haber metinlerine ulaşırken yararlandığımız anahtar sözcükler arasında gecekondu ve varoş sakinleri, madde bağımlıları, medyanın deyimiyle “kapkaççılar”, “sokak çocukları”,

“tinerci çocuklar” gibi yoksulluğun daha ciddi boyutlarda yaşandığı kesimleri hedefleyen ifadelerin kullanıldığını gördük. Bu kategoride toplam 23 adet haber metni yer almaktadır.

Tablo 2. Haber öyküleri ve fobik temsiller

Gazeteler	Madde Bağımlıları	Gecekonducular	Fobik temsil toplamı
<i>Zaman</i>	5	2	7
<i>Posta</i>	3	1	4
<i>Hürriyet</i>	2	2	4
<i>Sabah</i>	6	2	8
TOPLAM	16	7	23

Fobik temsilin öznesi kim?

Yukarıdaki tablo aslında “Fobik temsilin öznesi kimdir?” sorunun yanıtını da veriyor. Fobik temsil kategorisinde yer alan haber öykülerinde iki grubun öne çıktığını görüyoruz: Uyuşturucu madde bağımlıları ve “gecekonducular”. Kolayca görülebildiği üzere, bu iki grup arasından “uyuşturucu madde bağımlıları” sütununda iki kat daha fazla haber metni yer alıyor. Bu grupta yer alan öykülerde medyanın “sokakta yaşamaya itilen çocuklar” ifadesi yerine tercih ettiği “sokak çocukları”nın ve “tinerciler”in ağırlıklı olduğunu söyleyebiliriz. Dolayısıyla “fobik temsil kategorisi” ağırlıklı olarak çocuklardan söz ettiğimiz bir kategori. Öte yandan haber öykülerinde konu edilen çocukların sürekli mi yoksa geçici bir süre için mi sokakta yaşamak durumunda bırakıldıkları sorusunun yanıtını bulamıyoruz. Ailelerinden ne zaman kopmuşlardır? Terk mi edildiler, yoksa kaçtılar mı? Neden diğer çocuklar gibi evde ya da okulda değil de sokaktalar? Bu ve benzeri soruların yanıtları, ne yazık ki “sokak çocukları” gibi adeta süreci doğallaştıran, basmakalıp bir ifadenin altında yok olmaktadır.

Haber metinlerini incelerken haber başlıklarının görece daha dikkat çekici örnekler sunduğunu gözlemledik. Başlıklarda kullanılan dil yalnızca suçu tarif etmekle kalmıyor, büyük puntolu birkaç sözcük içerisinde suçluyu da yaratıyordu. Kimi zaman başlığa taşınan

“tinerci çocuk” ifadesinin metin içinde kaybolduğuna tanık olduk, söz gelimi. Aynı ifade metin içerisinde “madde bağımlısı”, “sokakta yaşayan çocuk”, “tinerci olduğu iddia edilen çocuk” gibi daha soğukkanlı bir tonla sunulabiliyordu.

Genel olarak bakıldığında, fobik temsillerde çocuk yaştakilerin, çocuk olmaktan kaynaklanan “sağlıklı büyüme ve gelişme hakkı”, “eğitim hakkı”, “korunma hakkı”, “oyun oynama” gibi çok temel haklarından mahrum olması tümüyle konu dışında tutulmaktadır. Çocukların haber metinlerindeki temsil biçimlerine baktığımızda, bir bakıma, nedenini bilmediğimiz biçimde sokakta yaşamayı tercih eden, suçlu olmayı, suç üretmeyi seçmiş, neredeyse özleri, doğaları gereği suça eğilimli çocuklar olarak resmedildiklerini görüyoruz.

Haberlerdeki dil ve anlatım

Söz konusu haberlerin aktörleri, suça eğilimli ya da bilinçli olarak suç işleyen kişiler olarak temsil edilmekte, suçu yaratan yapısal ya da özel her türlü unsur, habercinin ilgi alanının dışında kalmaktadır. Santimantal ve yer yer saldırgan bir dille itham edilen kişiler, sansasyonel ifadelerle ötekileştirilmektedir. Örneğin: “Beyođlu’nda tinerci dehşeti” (Zaman), “Tinerci çocuk kafa kesti” (Zaman), “Tinerci terörü” Zaman), “İstanbul’da tinerci vahşeti” (Posta), “Tinerciler satırla okula saldırdı” (Hürriyet) veya “gecekonducular her şeyi ateşe verdi” (Zaman), “Uyuşturucu satıcıları gecekondundan besleniyor”, “Onları karakolda bile kontrol altında tutamıyoruz”.

McCormick, “*Tehlikenin İnşası*” (1995: 138) adlı kitabında “*İzleyicilere ve okurlara suçun kontrolden çıktığı izlenimi veren çarpıtılmış bir manzara sunulursa, medyadan yansıtılan suça karşı duyulan korkunun düzeyi, gerçekten bir suçun kurbanı olma olasılığına karşılık gelmeyebilir*” diyor. Tiner bağımlısı çocukları birer pislik ya da leke gibi betimleyen şiddet mağduru bir tanığın ifadesi bu argümanı destekliyor: “Yetkililer sokaklarımızı

bunlardan temizleyemiyorlar” (Zaman). Son bir örneğe, kimi suç haberlerinin diline işleyen pornografik tonu anlatmakta açıklayıcı olabilir: “Tinerciler lise kızına 20 gün boyunca defalarca tecavüz etti”

Öykülerin sosyo-kültürel arka planı ya da haber aktörlerini suça ve şiddete iten öykülerin sosyolojik kökenleri, haber metinlerinde hak ettikleri ilgiyi göremiyor. Fobik temsillerden öne çıkan dil, suçu kişiselleştiren, olayların şiddetle ilintili sansasyonel ve dramatik sonuçlarına odaklanan suç-odaklı bir dildir ve dahası ideolojik duruşu farklı olduğu gerekçesiyle araştırma kapsamına alınan dört gazetede de benzer nitelikler göstermektedir.

Bu anlamda medyatik/kamusal/politik dillerin dünyasından dışlanan yoksullar isyan, şiddet, suç vb eğilimleri birleştiren “kriminal bir söylemi” üretmektedirler. Batıda yaşanan deneyime benzer bir “tehlikeli sınıflar” imgesi (Erdoğan, 2002: 308) ya da “sakıncalı öteki” söylemi (Erman, 2004: 11) yerleşirken, medyatik söylem bu süreçte de kritik bir rol oynamaktadır.

2- Patetik (acıma duygusu uyandıran) temsil

Bu kategoride yoksul insanların yaşadığı trajik olayları aktaran, bazen kimi boyutlarını dramatize eden ve böylelikle okurda bir duyarlılık ya da acıma duygusu uyandırmayı hedefleyen haber metinleri yer almaktadır. Söz gelimi intiharları, cinneti, aile içi katliamları, yoksulların sefaletini ve gecekonduların sakinlerinin sıra dışı, zavallı hallerini santimental bir söylemle aktaran haber metinleri bu kategori için örnek oluşturabilir.

Tablo 3. Haber öyküleri ve patetik temsiller

Haberler	Posta	Zaman	Hürriyet	Sabah	Toplam
Temalar					
<i>Yoksul insanların sefaleti</i>	3			1	4
<i>İntihar veya girişimi</i>		2	1	3	6
<i>Gecekondualarda yaşanan sıra dışı olaylar</i>			1		1
<i>Zehirlenme</i>		1		1	2
<i>Cinnet</i>		2			2
<i>Evsizler</i>					
Toplam	3	5	2	5	15

Haberlerdeki dil ve anlatım

Patetik temsillerin yukarıda kısaca değindiğimiz özelliklerini bir önceki temsil kategorisi (fobik) ile birlikte düşündüğümüzde, bu iki kategoride yer alan haber öykülerinin – ve öyküleme pratiklerinin- “üçüncü sayfa haberciliği” olarak adlandırılan haber türünün temel malzemesini oluşturduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Nitekim çalışma kapsamında incelediğimiz Türkiye’nin *çok satan* anaakım gazeteleri içerisinde, üçüncü sayfa haberciliği denildiğinde ilk akla gelebilecek gazeteler de bulunuyor. *Hürriyet* gazetesi, söz gelimi, yalnızca bu haber dilinin Türkiye’de benimsenmesinde değil, söz konusu haberlerin ilk sayfanın hemen ardından verilmesi pratiğinin yerleşmesinde de öncülük eden gazeteler arasında⁹. Bu ölçütler çerçevesinde *Sabah* gazetesinin gazetecilik anlayışının da radikal bir farklılık içermediğini düşünüyoruz. Türkiye sınırları içerisinde magazin ve santimental

⁹ 1970’li yıllardan bugüne Türkiye’de yayımlanan anaakım gazetelere bakıldığında, üçüncü sayfa haberlerinin ve bu habercilik anlayışının zaman içerisinde gazetelerin 3. sayfalarından iç sayfalara, arka sayfalara, birinci sayfalara ve manşetlere taşındığını görmek olanaklı. Kimi zaman anaakım medyada birden fazla sayfada benzer haberler öykülerine yer verildiğini sıklıkla gözlemliyoruz.

habercilik denildiğinde ise ilk akla gelenler arasında, iletişim araştırmalarında sıklıkla popüler/tabloid basına örnek gösterilen *Posta* gazetesi yer alıyor. *Zaman* gazetesinin ise bu üç gazeteden –özellikle sonuncusundan- farklı olarak, genel habercilik anlayışı ve politik/entelektüel diyaloga katkıda bulunma iddiasıyla, daha çok düşünce gazetesi kimliğini benimsediğini söyleyebiliriz.

Bu saptamalarımızın geçerli olduğunu varsaydığımızda, toplam 15 haber içerisinden beşinin *Sabah* gazetesine ait olması şaşırtıcı olmayacaktır. Öte yandan *Hürriyet* ve *Posta* gazetelerinden elde edilen patetik temsil örneklerinin sınırlı sayısı ilgi çekici. Haber öykülerinin bir yıllık bir zaman dilimi içinden seçilmesi, sonuçlar üzerinde etkili olan değişkenler arasında yer alıyor, kuşkusuz. Nitekim verileri toplama sürecinde belirli anahtar sözcükleri kullanmamızın da indirgeyici bir etkisi olmalı. Ancak, bu bölümün sonunda dile getireceğimiz üzere, söz konusu gazetelerde yoksulluğun dramatik yüzüne ve patetik öğelerle resmedilişine dair sınırlı ilginin ardında, yoksulluğa ve yoksullara ilişkin genel bir körleşmenin –ya da yok saymanın- bulunduğu da ileri sürülebilir (Bu noktayı belirli örnekler üzerinden son kategoride tartışacağız).

Zaman gazetesinin ise, yukarıda belirtmeye çalıştığımız nedenlerle, bu üç gazeteden ayrılması beklenebilir. Oysa her dört gazete de sonuçların birbirlerine yakın olduğunu görüyoruz. Rakamlar böylesi bir yakınlığı öngörse de, *Zaman* gazetesinin konuya yaklaşımında toplumun dezavantajlı, “ezilen” kesimleri karşısında görece duyarlı bir çizgiyi benimsemek iddiasının, üçüncü sayfa haberciliğinden daha güçlü bir motivasyon olarak ortaya çıktığı gözlemleniyor. Gerçekten de ilk bakışta bu gazetenin diğer popülist ve liberal gazetelerle karşılaştırıldığında yoksulluk ve yoksullar konusunda görece duyarlı bir dil kullandığı, bu olguyu görmezden gelmemeyi ya da görünür kılmayı tercih ettiği ileri

sürülebilir. Ancak, son gözlemde *Zaman* gazetesinde de yoksulluğun ekonomik, politik ve toplumsal boyutları görmezden geliniyor ya da kişisel öykülere indirgenerek bağlamından koparılıyor.

Bu argümanı ileri sürmek, patetik bir çerçeveden de olsa, yoksullukla mücadele eden – ve kimi zaman bu mücadeleyi farklı biçimlerde kaybeden- kesimlerin yaşamlarına odaklanan haber öykülerinin, toplumda bu çarpıcı sorunla ilgili farkındalığın yükseltilmesinde katkısının bulunmadığını iddia etmek anlamına gelmemeli. Gazetelerin belirli habercilik klişelerini ve retorik yöntemleri kullanarak da olsa dikkatleri yoksulun yaşamına çevirme çabası, bu soruna dair yaygın medyada sıkça karşılaştığımız derin sessizliğin yanında, farklı, daha olumlu bir temsil biçimidir.

Gerçekten de, Bullock, Wyche ve Williams'ın (2001) altını çizdiği gibi, her ne kadar yoksulluğun arka planına ve bağlamına bakılmıyor olsa da, yoksullara dair bu tip temsillerle okuyucunun/izleyicinin yoksul kesimlerle duygu birliği kurması sağlanabilmektedir. İşte bizim burada sorunsallaştırdığımız ve kalın çizgilerle altını çizdiğimiz nokta ise, belirli bir duyarlılığa karşılık gelse de, patetik temsilin, son gözlemde eksik bir temsil olduğudur. Yoksulluğu kişiselleştiren ya da bu sorunun habere konu olan birey(ler)in dünyasının sınırlarının dışına taşıdığı, ortak kaynaklardan beslenen ve ortaklaşa yaşanan bir sorunsal olduğunu gizleyen de bu eksiklikten başkası değil.

Söz konusu eksikliğe katkıda bulunan patetik öykülerde kullanılan sansasyonel dil ve aşırı duygusallık, dört gazetede de çarpıcı benzerlikler içeriyor:

“Fakirlik öldürdü” (Posta, 19 Mayıs 2007), “Borç batağındaki genç tren önünde intihar etti” (Zaman, 28 Temmuz 2007), “Yoksulluktan çöken aile bir çocuğunu daha

kaybetti” (Posta, 19 Mayıs 2007), “Yeşil kart intihardan iki saat sonra ulaştı” (Sabah, 5 Kasım 2007), “Falezlerde intihardan Başkan Türel vazgeçirdi” (Hürriyet, 3 Aralık 2007).

Bir sonraki kategoriye geçmeden önce, akılda tutmamız gereken bir noktadan söz etmemiz gerekiyor: Patetik temsile malzeme edilen, ancak doğrudan yoksulluk fenomeniyle ilişkilendirilmeyen öykülerin bir kısmının ardında yine yoksulluğun neden olduğu –ancak göz ardı edilen- sorunlar bulunabilir. Çalışmamızın girişinde de değindiğimiz üzere, Türkiye’de yaşanan yoksulluğun boyutları, yaygın basının bu sorunu yüksek perdeden dillendirmemesini, neredeyse görmezden gelmesini anlamamızı daha da güçleştiriyor (*Hürriyet* gazetesinin – eski- genel yayın yönetmeninden sonuç bölümüne aktardığımız alıntının, anlama güçlüğünü kısmen giderdiği söylenebilir). Kısacası seçilen gazetelerin ilk üç temsil kategorisine yaptıkları sınırlı katkıdan fazlasını, yoksulluğu ya da sorunların yoksullukla ilişkili boyutlarını yok sayarak, son temsil kategorimize –yok temsillere- yaptığını söylemek olanaklı.

Tam da burada van Dijk’in altını çizdiği ve yine tablo 3’ü okurken yardımcı olacağını düşündüğümüz bir olguyu anımsamakta yarar var: Kimi zaman söylenmeyen, söylenenden daha önemli olabiliyor. Biz de bu görüşe katılıyoruz ve yoksulluğun yapısal kaynaklarının ve yetersiz, çarpık hükümet politikaları sonucu ödenen bedellerin, haber öykülerinde kullanılan, dahası suiistimal edilen dramatik sonuçlardan daha önemli olduğunu düşünüyoruz.

3- Sözde-nesnel (nesnellik iddiası taşıyan, betimsel) temsiller

Fobik ve patetik temsillerin tersine, bu kategoride yer alan haber öyküleri tek tek bireylere değil, yoksullukla yüzleşen geniş gruplara göndermede bulunmaktadır. Sözde-nesnel bir tonla sunulan haber metinleri genel olarak yoksulluğu rakamlara ve yüzdelerle indirgeyerek soyutlamakta ve/veya akredite haber kaynaklarından edindikleri malumatı “hakikat”in kendisiymişçesine sunmaktadır. Ayrıntılı olarak incelediğimizde tablo 4’de görülen alt

konular ekseninde karşımıza çıkan bu temsil biçiminde “sözde-nesnel” bir şekilde yoksulun ötekileştirildiğini ve/veya yoksulluğun çözülebilir makro-ekonomik bir sorun olarak resmedilmediğini görüyoruz.

Tablo 4. Haber öyküleri ve sözde-nesnel temsiller

Konular	Gazeteler				Toplam
	Posta	Hürriyet	Zaman	Sabah	
Pozitif ayrımcılık	2	4		2	8
Yoksulların eğitim durumu		2			2
Rakamlarla yoksulluk	1	2	2	4	9
Yoksulların sağlık durumu		1			1
Çocuk bakımı ve desteği	1		1		2
Çevre		1			1
Toplumsal sorumluluk kampanyaları	1	4	4	4	13
İyileştirme politikaları		1			1
Tabloidleşme/yüzeyselleşme	1	1			2
Evsizler	1				1
Kentsel gelişme ve dönüşüm	1	1	3	2	7
Toplam	8	17	10	12	47

Bu kategoride ele aldığımız haber metinlerinin dili ve anlatımına baktığımızda, kimi istisnai örneklerin de bütün yoksullara genelleniyor olduğunu da ayrıca tespit ettik. “Artık Garibanlar limuzine biniyor” (Posta, 5 Şubat 2007), “Limuzin artık varoşlarda kiralanıyor” (Zaman, 4 Şubat 2007) örneklerinde açıkça görüldüğü üzere, herhangi bir ajansdan geldiği anlaşılan “haber,” farklı sahiplik ve yayın politikalarına sahip iki gazetede neredeyse benzer bir genelleme ve ideolojik manipülasyon yapılarak verilmektedir¹⁰.

¹⁰ Buğra (2008: 203), 1990’ların ortaları itibarıyla artık gecekondualarda yaşayanlara acınmadığını, aksine onlara haksız kazanç sahipleri olarak bakıldığını hatırlatarak “bu ortamda gecekonduada yaşayanların yoksul olmadıkları fikri de, basının işlemekten hiç bıkmadığı bir fikir haline gelmişti” diye yazar. Görüldüğü gibi, yaygın basın “yeri geldiğinde” aynı hâkim söylemi yeniden üretmeye devam etmektedir.

Yukarıda belirttiğimiz gibi, yoksulluğun gazete sayfalarına önemli ölçüde istatistikî veri olarak yansıdığını da gördük. Bu verilerin kaynağı genellikle veri kaynaklarına ve elbette basına ulaşma olanağı bulan politikacılar ya da bürokratlardır. Ancak bu resmi kaynaklar kendiliğinden “doğru bilgi” kaynağı olarak görülmüşlerdir ve temel bir gazetecilik pratiği olan “alınan bilginin bir başka kaynaktan doğrulatılması” ilkesine genellikle uyulmamaktadır.¹¹ Dolayısıyla haberin kaynağı, haberin içeriğini de kaçınılmaz olarak belirlemektedir. Böylelikle, haber metinlerine “Yoksulluğun nedeni ithalat” (Sabah, 9 Haziran 2007) ya da “En zengin geriledi, yoksul nefes aldı” (Hürriyet, 3 Nisan 2007) şeklinde başlıklar atılabilmektedir.

Tablo 4’e baktığımızda toplumsal sorumluluk kampanyalarının da yoksulluğun resmedilmesinde öne çıktığını görüyoruz. Bu, var olan soruna çözüm arama çabasında anlamlı bir katkı olarak görülebilir. Ancak bu tür haberlerde de, hegemonik neo-liberal söylem ekseninde, yoksulluk politik bir sorun olarak görülmemekte, kamu kaynaklarının sosyal kullanımı ve/veya sosyal politika önlemlerine neredeyse hiç değinilmemekte ve yoksulluğa ilişkin sorumluluk devlete değil sivil topluma havale edilmektedir. Kaldı ki, yoksulluk gibi kalıcı, yapısal ve ekonomik bir olgunun geçici kimi kampanyalarla çözülemeyeceği açıktır. Diğer taraftan, yoksulluk kampanyaların içeriğinden çok kampanyayı düzenleyen kurumun öne çıkarıldığını, bu tür etkinliklerin bir tür tanıtım çalışması ve reklam fırsatı olarak algılandığı da görülmektedir.

¹¹ Buğra, gecekonduya yaşayanların yoksul olmadıklarını “göstermeye” çalışan basının aynı zamanda yanlış ve abartılı istatistikler de vermekten imtina etmediğini belirtir. “Mesela bunlardan birinde, Türkiye’de her 1000 kişiye 71 otomobil düştüğü bir dönemde, ‘her 1000 gecekonduyanın 75’inin önünde bir otomobil bulunduğu’ yazılabiliyordu” Böylelikle, sahibi yoksulların sahibi konut sorunlarının gözler önüne sürülmesi de mümkün olmuyor(du) (Buğra, 2008: 203-204).

4- Yoksulların simgesel olarak yok edilerek temsili

Tuchman'ın (1978) kadınların “simgesel olarak yok edilmesi” kavramsallaştırmasından ödünç alarak kimi durumlarda yoksulların “simgesel olarak yok edilerek” temsil edildiğini belirtmemiz mümkün. Bu temsil biçimine mevsimlik tarım işçilerinin her yıl kamyon kasalarında gerçekleştirmek zorunda kaldıkları ve bazen çok sayıda ölüm ve yaralanmayla sonuçlanan “kaza”larının basındaki temsilini sembolik örnek olarak verebiliriz.

Sembolik örneğimiz bir kamyon kasasında Şanlıurfa'dan Eskişehir'in Çifteler ilçesine mevsimlik tarım işçisi olarak çalışmak üzere yola çıkan ve Afyonkarahisar yakınlarında kamyonun şarampole uçması sonucu çoğunluğu aynı aileden 44 kişiden 9'unun öldüğü ve kalanların yaralandığı kaza. Çok derin bir yoksulluk içinde olan mevsimlik tarım işçilerinin kamyon kasalarında yaptıkları ve hemen hemen her yıl en az bir kez ölümlü kazalarla sonuçlanan bu yolculuklara ilişkin bu örnek olay ekseninde yaygın basının bu anlarda yoksulluğu simgesel olarak yok ederek temsil ettiğini öne sürüyoruz. Çünkü aşağıdaki gazete kupürlerinde de görüldüğü gibi, “kaza”ya dair haber metinlerinde olay sıradan bir trafik kazası gibi resmedilmektedir. Farklı bir ifadeyle, otobüse binemeyecek kadar yoksul olan mevsimlik tarım işçilerinin bir kamyon kasasında yaklaşık 1500 km trafikte seyahat etmeleri sonrasında gerçekleşen “kaza” normal bir trafik kazası olarak anlamlandırılmaktadır.

İşçileri taşıyan kamyon devrildi 9 ölü, 35 yaralı (Hürriyet, 13 Nisan 2007)

Şanlıurfa'nın merkeze bağlı Yeşildirek Köyü'nden, Ege illerine giden mevsimlik tarım işçilerini taşıyan kamyon Afyonkarahisar yakınlarında devrildi. Kazada 9 kişi öldü, 35 kişi yaralandı.

Ölüm ‘balık istifi’ geldi (Sabah, 13 Nisan 2007)

Afyonkarahisar’da mevsimlik işçi taşıyan kamyon şoför uyuyunca şarampole yuvarlandı: 9 ölü 8’i ağır 35 yaralı.

Görüldüğü gibi, 40–50 civarında tarım işçisinin içinde oldukları derin yoksulluk nedeniyle kamyon kasasında seyahat etme zorunda kaldıklarına haber başlıklarında ve girişlerinde (ne de haber metinlerinde) yer verilmemektedir. Ayrıca, pikap ya da kamyon kasalarında yolcu taşınması yasak olmasına rağmen, neredeyse her yıl binlerce tarım işçisinin yüzlerce kez kamyon kasasında yolculuk yapıyor olmasına haber metinlerinde değinilmemektedir. Böylelikle “kaza neden oldu?” ve “bu insanlar neden öldü?” sorularına verilen yegâne cevap “kamyon şoförü” dür. Diğer bir ifadeyle, kazanın nedeni, yani kazanın ve çok sayıda insanın ölmesinin sorumlusu olarak “uyuyan şoför” gösterilmektedir. Tarım işçilerinin ailecek kamyon kasasında yolculuk yapmak zorunda olacak kadar yoksul olmaları, üç-dört aylığına da olsa günlük 15–20 TL kazanmaya muhtaç olacak kadar yoksul oldukları ve kamyon kasasında seyahat etmelerinin kanunen mümkün olmaması gibi faktörlere haber metinlerinde yer verilmemektedir. Böylece, münferit olmayan bu kaza ve nihayetinde çok sayıda yoksul insanın ölmesinin nedeni -kazanın/olayın çok daha makro olan boyutundan soyutlanarak- bireyselleştirilmektedir.

Mevsimlik facia (Posta, 13 Nisan 2007)

Nerde bu devlet! (Patlangaç) Şanlıurfa’dan geçen yıl 3 kuruş için doluştukları araçlarda 28 tarım işçisinin ölmesine neden olan kazalar hafızalardan silinmeden, benzer bir facia daha yaşandı. Şoför uyudu, Kamyondaki 47 işçiden 9’u öldü, 35’i yaralandı.

Mevsimlik işçilerin 'ucuz' yolculuğu faciayla bitti: 9 ölü (Zaman, 13 Nisan 2007)

Şanlıurfalı tarım işçilerinin aileleriyle birlikte iş bulma umuduyla çıktığı yolculuk kanlı bitti.

Hürriyet ve Sabah gazetelerinde çok belirgin olan bu durum, yani mevsimlik tarım işçilerinin 'ölüm yolculukları'nın haber metinlerinde yoksulluğun simgesel olarak yok edilerek temsil edilmesi, *Zaman* ve *Posta* gazetelerinin manşet ile haber girişlerinde de söz konusudur ve bu iki gazetede de mevsimlik tarım işçilerinin yoksulluğuna doğrudan değinilmemektedir. Ancak *Posta* gazetesindeki haberde "Nerde bu devlet!" patlangacı ve haber girişinde "3 kuruş için" ifadesine yer verilmiştir. Diğer taraftan hem *Posta* hem de *Zaman* gazetelerindeki haber metinlerinde tarım işçilerinin 15–20 TL gibi düşük ücretlerle çalışmak üzere seyahat ettiği belirtilmektedir.

Mevcut mülkiyet yapılarına, hepsinin içinde yer aldığı piyasa ilişkilerine ve kapitalist dinamiklere rağmen konuyla ilgili haber söylemlerinde bir farklılaşma olsa da, bu örnek olay kapsamında tarım işçilerinin göz ardı edilemeyecek düzeydeki derin yoksulluğu haber metinlerinde yok edilmekte ve yoksul tarım işçileri "simgesel olarak yok edilerek" temsil edilmektedir. Ayrıca, "haberlerde günde 20 YTL karşılığında çalışan 'tarım işçileri,' 'findık toplayıcıları' veya 'mevsimlik işçiler' olarak sözü edilen ve Güneydoğulu oldukları belirtilen bu kişilerin, aslında Kürt ve büyük ihtimalle zorunlu göç mağduru olduğundan da söz edilmemektedir" (Kurban, 2007).

SONUÇ

“Çok ünlü bir gazeteci dostum anlattı. Geçenlerde, ülkesinin en büyük bankacılık derneğinden özel bir ödül almışlar. Ödül, "Ekonomik krizde yaptıkları yayıncılık" için verilmiş. Gazeteci arkadaşım güzel bir espri yaptı: "Hayatımda ilk defa, yayınladığım değil, yayınlamadığım haberler için ödül aldım."Çünkü bankaların önündeki kuyrukları, batan işadamlarını haber yapmamışlar. Türkiye'nin yaşadığı son üç ekonomik krizde, Hürriyet'in Genel Yayın Yönetmeni bendim. Bütün bu üç krizdeki yayıncılığım baktığım zaman, şunu rahatlıkla söyleyebilirim: 'Ben de büyük bir ödülü hak etmişim. Aynen ben de, yayınladığım değil, yayınlamadığım haberler nedeniyle'" diyordu Ertuğrul Özkök 6 Mart 2009 tarihli Hürriyet gazetesindeki köşe yazısında. Özkök'ün yazısında samimi olarak dile getirdiği gibi, ekonomik krizin en büyük mağduru olan yoksul insanların Türkiye'deki yaygın basında önemli ölçüde kamufle edildiğini görmekteyiz. Medyada yoksulluğun temsiline dair Batılı literatürde sıklıkla vurgulanan noktaya paralel bir şekilde, yaygın basında yoksulluk olgusu göz ardı edilmekte ve böylece gözlerden irak tutulmaktadır. Genel olarak değerlendirdiğimizde, büyük sermayenin mülkiyetinde ve kontrolünde olan yaygın basında yoksulluğun doğrudan kamufle edilmediği anlarda ise, söz konusu fenomen ekonomi-politik bir sorun olarak anlamlandırılmamakta, aksine kişiselleştirilerek ya da kişisel öykülere indirgenerek bağlamından koparılmaktadır. Diğer bir deyişle, yoksulluk ekonomik-politik boyutlarından soyutlanmakta ve yoksulluğa neden olan ve/veya onu yeniden üreten ekonomi-politik faktörler gizlenmektedir. Böylece, uzun süredir Türkiye'nin en önemli sorunu olan yoksulluğun sorumlusu olarak -dolaylı da olsa- yoksul insanların kendileri gösterilmektedir. Bu temsil yoksulluğa ilişkin literatürde, yoksulluğu, yoksulların kendi yaptıkları tercihlerin bir sonucu olduğunu, yani yoksulluk içinde yaşayanların kendi meselesi ya da hatası

olduğunu öne süren “yoksulluk kültürü” tezleriyle örtüşen bir temsil biçimidir. Böylelikle, yoksulluk çözülebilir yapısal bir sorun olarak temsil edilmemekte, büyük ölçüde doğallaştırılmaktadır.

Yoksulluğun/yoksulların medyada temsiline ilişkin Batıdaki araştırmaların sonuçlarına yine paralel bir şekilde, bizim çalışmamız da yaygın haber medyasında yoksulların ötekileştirildiğini ve marjinalleştirildiğini ortaya koymuştur. Yoksullar ya yaygın olarak suçun ve şiddetin kaynağı olarak damgalanarak kriminalize edilmekte ya da yaşadıkları sefalet santimental bir söylem ile dramatize edilmektedir. Bunun dışında yoksullar kimi zaman da simgesel olarak yok edilmekte, yani “yok edilerek” temsil edilmektedir. Kısaca, yoksulluğun yok temsillerle görünmez kılınması ile patetik/popülist temsillerle dramatikleştirilerek seyirlik hale getirilmesi ve fobik temsillerle suç, şiddet, tehlike ile özdeşleştirilmesi ikilikleri karmaşık bir şekilde birbirine eklemlenmektedir.

Tüm bu saptamaların ardından, doğrudan bu araştırmanın konusu olmamakla birlikte, yaşamsal bir soruyu görmezden gelmememiz gerekiyor: Medyayı yoksulluğun görülür kılınmasında ve toplumsal/bireysel etkilerinin zayıflatılmasında işe koşmanın bir yolu yok mudur? Yoksul kesimlerin seslerinin daha gür çıkabilmesi, kamuoyunun ilgili kesimlerinin yoksulluk sorunu karşısında birlikte hareket edebilmesi için medya ne yapabilir? Son yıllarda –sayıları sınırlı da olsa- kimi araştırmacıların bu konuya odaklandıklarını ve konuyu gündemde tutmaya çalıştığını görüyoruz. Söz gelimi, *Making Poverty the Story: Time to Involve Media in Poverty Reduction* başlıklı raporda (Wood ve Barnes, 2007) yoksulluğun yoğun olarak yaşandığı Bangladeş, Pakistan, Kenya, Mozambik, Zambiya ve Gana’da yukarıdaki sorulara yanıt aranıyor. Çalışma, yoksulluk-odaklı, kamu hizmeti anlayışını ertelemeyen bir medyanın, yoksulluğun azaltılmasında son derece önemli katkılarda

bulunabileceği saptamasında bulunuyor. Rapora göre, yoksulluğun azaltılmasında medyayı işlevsel kılmayı hedefleyen stratejiler oluşturulacaksa, karar alma süreçlerine mutlaka yoksulları da dâhil etmek gerekiyor. Olabildiğince geniş bir izleyici kesiminin yoksulluk ve yoksulluğun azaltılmasına dönük çabalar hakkında bilgilendirilmesi gerektiğine dikkat çeken Rapor, öncelikle, hükümetlerin, medyanın, sivil toplum kuruluşlarının, ilgili kamuoyunun katılacağı geniş, kamusal bir forum oluşturulması gerektiğini ileri sürüyor. Konuyla ilgili karar süreçlerinin, bütün aktörlerin yakından izleyebileceği ve katkıda bulunabileceği şeffaf bir yapıya kavuşması gerektiğini ileri süren araştırmacılar, eş zamanlı bir güç birliğinin önemini vurguluyorlar. Raporun ayrıntılı önerileri arasında, hükümetlerin yoksulluk sorununu geniş katılımlı kamusal bir tartışmaya açmada medyanın gücünden yararlanması; medya yöneticilerinin yoksulluk konusunda reform ve çözüm önerileri geliştirerek, bu konuda eğitilmiş, uzman gazeteci kadrolarının yetişmesinde teşvik edici programlar uygulaması; ulusal sivil toplum kuruluşlarının medyayı hükümet, destekleyici kuruluşlar ve kamuoyu arasında güçlü bir aracı olarak kullanması ve böylece, politika üretkenlerin sivil toplumun görüşlerini de içeren çözümler üretmelerinin sağlanması da bulunuyor.

Çalışmamızın başında Türkiye’de yoksulluk ve medya ilişkisine yakından bakan ve anaakım medyada yoksulluğun temsiline odaklanan çalışmaların oldukça sınırlı olduğundan söz etmiştik. Benzeri bir sınırlılığı, yoksulluk sorununun ve toplumsal yansımalarının azaltılmasında medyanın ne tür işlevler üstlenebileceği konusunda da gözlemliyoruz. Oysa medyanın yoksullukla olan karmaşık ilişkisine odaklanmaksızın, ne yoksulluğa neden olan koşulları yeniden üreten yapıların anlaşılması, ne de yoksulluğun azaltılmasını hedefleyen, katılımcı ve şeffaf bir politika üretim sürecinin gerçekleştirilmesi mümkün gözükmemektedir.

SUMMARY

This study aims to identify and analyze the prevailing strategies in which the mainstream press represents the poor and poverty in Turkey. To do this, we utilize a specific keyword analyzer software to gather the news stories concerning the poor from four nation-wide, popular dailies with the highest circulation, and employ textual analysis to the stories in order to investigate the portrayals of the poor.

Despite the fact that poverty is considered as the most crucial problem by the majority of Turkish society and that the rate of inequality of income distribution and of poverty in Turkey is dramatically higher than it is in all other EU member and candidate states, the poor -and the socioeconomic problems concerning poverty- cannot find enough room in the mainstream media in Turkey. Moreover, the poor, trapped in and sacrificed by socioeconomic conditions, victimized by severe sexual/denominational/ethnic discrimination, political otherization, social exclusion and (un)domestic violence merely appear in the news stories associated with crime, trouble, accident or violence, and are often stigmatized by the mainstream media's demonizing language.

The data gathered from the four nation-wide dailies (i.e. *Posta*, *Zaman*, *Hürriyet*, *Sabah*) enables us to argue that four categories of representations prevail: 1) Phobic, 2) pathetic, 3) pseudo-objective representations, 4) and symbolic annihilation. The phobic representations, covering stories about so-called street children, glue sniffers, pickpockets and suburban actors, criminalize the poor people as an object of fear and a source of crime and ignore the socio-cultural background, leading news actors to commit such crime or violent activities. The pathetic representations (particularly covering suicide, frenzy, domestic homicide, misery of poor people, squatters, etc.), on the other hand, decontextualize and

dramatize the tragic patterns of the story in such a way as to sentimentalize the news discourse. The pseudo-objective representations (referring to the news stories mainly dealing with and referring to the social responsibility campaigns, official statistics, macro-policies concerning poverty, etc.) reduce poverty into statistical data, announced and circulated by official/primary sources. The final category, symbolic annihilation, refers the ways media ignore or erase the poor from the news stories. The language utilized by the news media to represent the poor does not only leave the poor with their own problems, but more significantly, uses the dramatic patterns of the stories for pseudo-journalistic, commercial purposes which result in the journalistic abuse of the poor.

Although our study is limited to four popular dailies, we argue that the hegemonic strategies/discourses in representing the poor, naturalizing/individualizing poverty, and ignoring its macro social and political-economic extensions, prevail in the mainstream media in Turkey.

KAYNAKÇA

ADAKLI, Gülseren

2006 **Türkiye’de Medya Endüstrisi**, Ankara: Ütopya

ADAMAN, Fikret ve Çağlar KEYDER

2006 “Poverty and Social Exclusion in the slum areas of large Cities in Turkey”. Large Cities in Turkey,” *The Report Prepared for the European Commission, Employment, Social Affairs and Equal Opportunities DG.*

AHISKA, Meltem ve Zafer YENAL

2006 **Aradığınız Kişiyi Şu An Ulaşılamıyor Türkiye’de Hayat Tarzı Temsilleri 1980-2005**, İstanbul, Osmanlı Bankası Arşiv ve Araştırma Merkezi.

BUĞRA, Ayşe ve KEYDER, Çağlar

2003 **New poverty and the changing welfare regime of Turkey. Yeni Yoksulluk ve Türkiyenin Değişen Refah Rejimi**. Ankara: UNDP-Ajans Türk

BUĞRA, Ayşe

2008 **Kapitalizm, Yoksulluk ve Türkiye’de Sosyal Politika**, İstanbul: İletişim

BULLOCK, Heather. E. vd.

2001 “Media Images of the Poor,” **Journal of Social Sciences**, 57
(2): 229-246.

CLAWSON, Rosalee A. ve Rakuya TRICE

2000 “Poverty As We Know it: Media Portrayals of the Poor,” **Public Opinion Quarterly**, 64: 53–64.

DAHLGREN, Peter

1995 **Television and the Public Sphere Citizenship, Democracy and the Media**, London: Sage

DURSUN, Çiler

2004 “Haberde Gerçekliğin İnşa Edilmesi Ne Demektir?”, **Haber Hakikat ve İktidar İlişkisi**, Çiler Dursun (der.) Ankara: Elips s.37-65.

ERMAN, Tahire

2004 “The ‘Other of the Other’ and ‘unregulated territories’ in the urban periphery: Gecekondu violence in the 2000s with a focus on the Esenler case, İstanbul.” **Cities**, 21(1): 57.

HALL, Stuart

1994 “İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulanın Geri Dönüşü”, **Medya İktidar İdeoloji**, Mehmet Küçük (çev.), Ankara: Ark s.57-104

HARTLEY, John

1982 **Understanding News**, London: Routledge.

GANS, Herbert. J.

1995 **The War against the Poor**. New York: Basic Books.

GILENS, Martin

1996 “Race and Poverty in America.” **Public Opinion Quarterly** 60(4):
515-41.

GOLDING, Peter ve MIDDLETON, Sue

1982 **Images of Welfare**. Oxford: Martin Robertson.

GÜL, Hüseyin ve GÜL, Songül S.,

2008 Yoksulluk ve Yoksulluk Kültürü Tartışmaları, **Türkiye’de Yoksulluk**
Çalışmaları Der. N. Oktik, İzmir, 57–96.

IYENGAR, Shanto

1991 **Is anyone responsible? How television frames political issues**.
Chicago: University of Chicago Press.

KENDALL, Diana

2005 **Framing Class: Media Representations of Wealth and Poverty in**
America. Rowman & Littlefield Publishers: Lanham.

KENSICKI, Linda Jean

- 2004 “Nor Cure For What Ails Us: The Media-Constructed Disconnect Between Societal Problems and Possible Solutions,” J&MC Quarterly Vol: 81 No.1: 53-73

KURBAN, Dilek

- 2007 “Mevsimlik İşçiler: Zorunlu Göç Mağdurları,” Bianet, 10/08/2007 <http://bianet.org/biamag/bianet/100867-mevsimlik-isciler-zorunlu-goc-magdurlari>

MCCORMICK, Chris

- 1995 **Constructing Danger : The Misrepresentation of Crime in the News**, Halifax, NS, Canada, Fernwood Publishing Company, Limited.

MURDOCK Golding

- 1982 “Large Corporations and the Control of the Communications Industries”, Culture, Society and the Media, M. Gurevich (ed.), London:Routledge.

ÖZCAN, Yusuf Ziya ve ÖZCAN, Kıvılcım

- 2003 “Measuring Poverty and Inequality in Turkey, 2001”, **Topics in Middle Eastern and North African Economies**, Elektronik dergi, 5. <http://www.luc.edu/publications/academic/>

ÖZKÖK, Ertuğrul

2006 “Kaptan kendini 592 metrede sanıyor”, (14 Mart 2009) URL: <http://arama.hurriyet.com.tr/arsivnews.aspx?id=11147847>

PARISI, Peter

1998 “A Sort of Compassion: The Washington Post Explains the ‘Crisis in Urban America.’” **Howard Journal of Communications** 9:187–203.

RADİKAL Gazetesi,

2010 “Sosyal yardım yoksulluğu azaltmadı”, Ekonomi, URL: <http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalHaberDetay&ArticleID=990437&Date=29.04.2010&CategoryID=101> (son erişim: 24 Nisan 2010)

ROBINSON, Fred vd.

2009 “Poverty in the Media Being Seen and Getting Heard”, Şehir yok: Joseph Rowntree Foundation.

MCKENDRICK, John H. Vd.

2008 “The Media, Poverty and Public Opinion in the UK,” <http://www.jrf.org.uk/sites/files/jrf/2224-poverty-media-opinion.pdf> (son erişim: 10 Eylül 2010)

SOLOSKI, John

1999 **News Reporting and Professionalism: Some Constraints on the Reporting of the News**, News, Howard Tumber (ed.), Oxford: Oxford University Press.

TANRIÖVER, Hülya

2007 “Medya’da Kadınların Temsil Biçimleri ve Kadın Hakları İhlalleri,” **Kadın Odaklı Habercilik** (Hazırlayan: Sevda Alankuş), İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayıncılık, s. 149-166.

TILIÇ, Doğan

2003 **Türkiye’de Gazetecilik**, Ankara: ÇGD Yayınları

TUCHMAN, Gaye

1978 **Making News A Study in the Construction of Reality**, London: Free Press.

TÜİK,

2010a “Hanehalkı İşgücü Araştırması 2010 Eylül Dönemi Sonuçları”, <http://www.tuik.gov.tr/OncekiHBArama.do?islem=postmyChoice> (son erişim: 8 Ağustos 2010)

2010b “Hanehalkı İşgücü Araştırması 2010 Nisan Dönemi Sonuçları”, <http://www.tuik.gov.tr/OncekiHBArama.do?islem=postmyChoice> (son erişim: 16 Mayıs 2010)

- 2010c “Hanehalkı İşgücü Araştırması, 2010 Ocak Dönemi Sonuçları”, URL:
<http://www.tuik.gov.tr/OncekiHBArama.do?islem=postmyChoice> (son erişim: 16 Ocak 2010)
- 2009 “2008 Yoksulluk Çalışması Sonuçları” URL: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=4151> (son erişim: 20 Ocak 2010)
- UK Coalition Against Poverty,
- 2008 **Communicating Poverty Report**, http://www.ukcap.org/Communicating_Poverty%5B1%5D.pdf (son erişim 22 Eylül 2010)
- WOOD, Angela ve BARNES, Jon
- 2007 “Making Poverty the Story: Time to involve media in poverty reduction”, *Report* by Panos-London, UK.