



Jandarma ve Sahil Güvenlik Akademisi
Güvenlik Bilimleri Enstitüsü
Güvenlik Bilimleri Dergisi, Mayıs 2022, Cilt:11, Sayı:1, 49-74
doi:10.28956/gbd.1109742

Gendarmerie and Coast Guard Academy
Institute of Security Sciences
Journal of Security Sciences, May 2022, Volume:11, Issue:1, 49-74
doi:10.28956/gbd.1109742

Makale Türü ve Başlığı / Article Type and Title

Araştırma / Research Article

Suçun Önlenmesinde Kitle İletişim Araçlarının Rolü: Kuramsal Açından Bir Değerlendirme ve Örnekler

The Role of Mass Media in The Prevention of Crime: A Theoretical Evaluation and Examples

Yazar(lar) / Writer(s)

1-Mehmet KAPLAN, Dr., Jandarma ve Sahil Güvenlik Akademisi, Kolluk Uygulamaları Yüksekokulu, mehmet.kaplan@jsga.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1064-0312>.

2-Ali YILDIRIM, Dr.Öğr.Üyesi, Jandarma ve Sahil Güvenlik Akademisi, Sosyal Bilimler Bölümü, aliylidirim@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0721-0655>

Bilgilendirme / Acknowledgement:

Yazarlar aşağıdaki bilgilendirmeleri yapmaktadırlar:

Makalemizde etik kurulu izni ve/veya yasal/özel izin alınmasını gerektiren bir durum yoktur.

Bu makalede araştırma ve yayın etiğine uyulmuştur.

Bu makale Turnitin tarafından kontrol edilmiştir.

This article was checked by Turnitin.

Makale Geliş Tarihi / First Received :27.07.2021

Makale Kabul Tarihi / Accepted :15.03.2022

Atf Bilgisi / Citation:

Kaplan, M. ve Yıldırım, A. (2022). Suçun önlenmesinde kitle iletişim araçlarının Rolü: Kuramsal açıdan bir değerlendirme ve örnekler. *Güvenlik Bilimleri Dergisi*, 11(1), ss 49,80, doi:10.28956/gbd.1109742

SUÇUN ÖNLENMESİNDE KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ ROLÜ: KURAMSAL AÇIDAN BİR DEĞERLENDİRME VE ÖRNEKLER

Öz

Kitle iletişim araçlarının kamu üzerindeki etkisi ilk çıktıkları günden itibaren artarak devam etmiştir. Özellikle iletişim araçları olmak üzere teknolojik gelişmeler ivme kazanarak artmış, internet ve mobil iletişim araçlarının entegre gelişimi dünyayı küresel bir köye dönüştürmüştür. Artık bireyler her türlü görsel, yazılı ve işitsel bilgiye anlık olarak ulaşabilmektedir. Kitle iletişim araçlarının bu gelişimi sonrası oluşan kolay erişim, büyük bir dinleyici ve izleyici kitlesi, veri toplama ve bilginin hızlı akışı suçlular ve suç örgütlerinin dikkatini çekmiştir. Kitle iletişimi özellikle başta terör örgütleri olmak üzere suç örgütlerinin vazgeçilmez hâline gelmiştir. Buna paralel olarak kolluk kuvvetleri de suçla mücadelede kitle iletişim araçlarını kullanma yoluna gitmeye başlamışlardır. Yıllarca edinilen tecrübeler suçun sadece kolluğun çabaları ile önlenemeyeceğini göstermiştir. Suçla mücadelenin halka rağmen değil halkla birlikte yürütülebileceği açıktır. Halkı bilgilendirmek, bilinçlendirmek ve halkın desteğini almak suçla mücadelenin önemli bir unsurudur. Kolluğun bunu sağlayabileceği en önemli araç ise kitle iletişim araçlarıdır. Suç önleme stratejilerinin kitle iletişim araçları aracılığı ile uygulanması sadece kolluğun görevi olarak görülmeden tüm devlet ve özel teşebbüslerin bu alana katkı sunması teşvik edilmelidir. Bu çalışmanın amacı, suçla mücadelede kitle iletişim araçlarının rolünü ortaya koymak ve kitle iletişim araçları kullanılarak suçun önlenmesine kuramsal dayanakları da dikkate alarak katkı sunmaktır. Çalışma kapsamında, kitle iletişim araçlarının suçun oluşumunda kuramsal temelde etkili olabileceği, bununla mücadele etmek için kitle iletişim stratejileri geliştirilmesi gerektiği ve kolluk kuvvetlerinin kitle iletişim araçlarının farklı uygulamalarından yararlandığı ve çeşitlendirmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelime: Suç Önleme, Kitle İletişim Araçları, Kolluk Kuvvetleri, Jandarma.

THE ROLE OF MASS MEDIA IN THE PREVENTION OF CRIME: A THEORETICAL EVALUATION AND EXAMPLES

Abstract

The impact of mass media on the public has continued to increase since the day they first appeared. Technological developments, especially communication tools, have accelerated and the integrated development of Internet and mobile communication tools has transformed the world into a global village. Now, individuals can access all kinds of visual, written and auditory information instantly. Easy access, a large audience, data collection and rapid flow of information that came out after the development of mass media have attracted the attention of criminals and criminal organizations. Mass communication has become indispensable for criminal organizations, especially terrorist organizations. Parallel to this, law enforcement organizations have started to use mass media in the fight against crime. Years of experience have shown that crime cannot be prevented by the efforts of law enforcement alone. It is clear that the fight against crime can be carried out with the people, not against them. Informing the public, raising awareness and getting the support of the public are an important element of the fight against crime. One of the most important tools for law enforcement is the mass media. The implementation of crime prevention strategies through mass media should not be seen as the duty of law enforcement alone, but the support of the state and private stakeholders should be involved in the process. The aim of this article is to reveal mass communication's role in the fight against crime and contribute to crime prevention in the scope of theoretical perspective. In the role of the study, it has been concluded that mass communication tools can play a significant role in crime on a theoretical perspective. Therefore, to fight against crime effectively, law enforcement must develop a mass media strategy. In addition, law enforcement has been benefitted from different application of mass media and they should diversify it.

Keywords: Crime Prevention, Mass Media, Law Enforcement, Gendarme.

GİRİŞ

Güvenlik kavramı ile birlikte anılan suç olgusu sosyoloji, psikoloji, antropoloji, hukuk, iktisat, siyaset bilimi gibi sosyal bilimlerin pek çok alanıyla birlikte ele alınarak çözümlenmeye, anlaşılmaya ve kuramlar geliştirilmeye çalışılmıştır. Bilhassa suçla mücadelede ilk akla gelen ve temel alınan nokta hukuktur. Suç olgusunun çözümlenmesi ve suç önleme politikalarının geliştirilmesinde tüm bu bilim alanlarının yanında iletişim biliminin de araştırma disiplinleri içine alınması değerlendirilebilir. Günlük yaşantımızın üçte ikisinin iletişimle geçtiği göz önünde bulundurulursa suç kavramının özellikle de kolluğun görev alanına giren suç önleme stratejilerinin iletişimden ayrı ele alınması mümkün değildir. Bu nedenle suç ve iletişim kavramlarının birlikte ele alınmasıyla yapılacak çalışmalar daha etkin bilimsel yaklaşımları ve uygulamaları ortaya çıkarabilecektir. Bunun yanında kitle iletişim araçlarının baş döndürücü bir hızla gelişmesi, hayatımızın ayrılmaz bir parçası olması nedeniyle suçun ve suç önleme stratejilerinin iletişim alanına daha fazla kaydığı görülmektedir. Kitle iletişim araçları ile işlenen suçlar ve bilişim teknolojilerin kullanıldığı siber suçlar 21. yüzyılın öne çıkan suç olguları olup bunların iletişim biliminden ayrı değerlendirilmesi olanaksızdır.

Günlük yaşamda suç ve suça ilişkin kavramsal tanımlamalar kamuoyu tarafından kitle iletişim araçları aracılığıyla öğrenilmektedir. Halkın suç ve suçlular hakkında sahip olduğu bilgi ve anlayış, büyük ölçüde çeşitli medya formları aracılığıyla gördüklerine veya duyduklarına dayanmaktadır. Daha genel olarak, toplum hakkında her şeyi doğrudan deneyim yoluyla bilmek imkânsızdır. Dorfman araştırmasında, halkın suç içeriklerinde medyaya bağımlı olduğunu belirtmektedir. Aynı zamanda halkın yüzde 76'sının suça ilişkin görüşlerinin medyadan, yüzde 22'sinin ise kişisel deneyimlerden oluştuğu bulgusunu elde etmiştir (Dorfman, 2001, s. 1).

İletişim ile suç ve suç önleme ilişkisi ele alınırken özellikle üzerinde durulması gereken husus kitle iletişim araçlarıdır. KİA'ların esas görevi dünyada olan olaylar hakkında kamuoyunu bilgilendirirken aynı zamanda bilginin yaygınlaşmasını sağlamaktır (Kalender, 2005, s. 106-108). Televizyon, gazete ve radyo gibi kitlesel araçlar; toplumların yaşam biçimlerinde önemli bir değişken olarak bilinmektedir. KİA'lar özellikle yaşam tarzlarının belirlenmesinde, bir davranışın benimsenmesinde ve bilginin öğrenilmesinde önemli kaynaklardan biridir (Dilber, 2014, s. 60).

Kitle iletişim araçlarında özellikle bilinçsizce yapılan yayınların insanları suça yöneltme eğilimi taşıdığına yönelik araştırmalar literatürde yer almaktadır. Bunlardan biri 1978 yılında Eysenck ve Nias'ın çalışmasıdır. Araştırmacılara göre, televizyondaki şiddetin, çocuklarda doğrudan şiddet eğilimine neden olduğu iddia edilmektedir. İddianın toplumda bir karşılığı olsa da, Marsh ve Merville, bu iddianın yeterince kanıt taşımadığını belirtmektedir (Eysenck ve Nias, 1978; akt. Marsh ve Melville, 2009, s. 20). Bir başka çalışmada Jewkes, *Media and Crime* adlı medya ve suç ilişkisini irdelediği eserinde, modern medya endüstrisinin ortaya çıkışından bu yana toplumun şiddete daha fazla meyilli hâle geldiğini ve her yeni medyanın çıkışıyla birlikte toplumda öfkenin yoğunlaştığını belirtmektedir (2004, s. 5). Fakat aynı ağırlıkta suçla mücadelede kitle iletişimin önemi ve kullanım yöntemlerine yönelik çalışmalar yapılmamıştır. Bilinçli, programlı ve bilimsel temellere oturtulmuş mesaj stratejileri ile kitle iletişim araçlarının kullanımı kolluk açısından suçla mücadelede çok güçlü bir yöntem olarak ele alınmalıdır.

1. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE SUÇ OLGUSU

Televizyon, radyo, gazete, dergi, internet gibi araçlarla büyük insan gruplarına yönelik yapılan iletişimin şekline “kitle iletişimi” denir. Bir mesajın büyük halk kitlelerine ulaşması, kitle iletişimini oluşturmakta olup bu mesaj, tüm kitlelerin anlayabileceği ve kavrayabileceği formda üretilmektedir. Dolayısıyla kitle iletişimi, birbirinden bağımsız düşünen ve yaşayan insanların ortak haber ve bilgi alma ihtiyacına yönelik bir girişimdir. Kitle iletişim amacıyla kullanılan kanal içerisindeki araçlar ise kitle iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçları, bireylerin ilgili oldukları konularda bilgi edinmelerine, bilgiyi öğrenmelerine, bu konularla ilgili yorum ve eleştiride bulunmalarına imkân sağlamaktadır.

Kitle iletişim araçları; görsel araçlar (gazete ve dergi), işitsel araçlar (radyo), görsel ve işitsel araçlar (televizyon), yazılı araçlar (gazete ve dergi), sözlü araçlar (radyo), hem yazılı hem de sözlü araçlar (televizyon) şeklinde sınıflandırılabilir. Bunlara ilave olarak kitle iletişim araçlarını yapısı itibariyle “mekanik olanlar” ve “mekanik olmayanlar” olarak da sınıflandırmak mümkündür. Mekanik araçlara televizyon örnek olarak verilebilirken mekanik olmayan araçlara da kitap örnek verilebilir.

İnternet; mobil bilişim ve iletişim teknolojilerinin gelişiminden kitle iletişim araçları önemli ölçüde etkilenmiş, bilişsel kitle iletişim araçları ortaya çıkmıştır. Bilişsel kitle iletişim araçlarının temelini oluşturan internet, günlük hayatın

vazgeçilmez unsuru hâline gelmiş ve tüm diğer kitle iletişim araçlarından daha kolay ulaşılabilir ve hızlı yaygınlaşan hâliyle dünyayı kapsamıştır. İnterneti diğer kitle iletişim araçlarından ayıran özellik, bilginin dönüşümlü ve etkileşimli olarak ortamda dolaşmasıdır (Binark, 2007, s. 21).

Kitle iletişim araçlarında suça ilişkin gösterilen olumlu durumlar, suçun artmasında bir gerekçe olarak gösterilebilir. Suç ve suçluya ilişkin pozitif eylemler, iyi niyetli davranışlar ve farklı yöntemler toplumda suça karşı bir eğilim gösterebilmektedir (Yavuzer, 2006, s. 244). Crowe'a göre; suç davranışı üzerine odaklanmak, bu konuda etraflıca düşünmek, başarı getirecek projeler ve çalışmalarla kararlı ve planlı bir şekilde hareket etmek ile ancak yıkıcı davranışlar engellenebilecektir. Suç ile mücadele sadece polis ya da güvenlik görevlilerin yapacağı bir iş değildir (Crowe, 2013, s. 124-125). Küçükay (2019) ise suç ile ilgili derinlemesine analiz, planlama ve stratejilerin geliştirilmesine, uzun dönemli çalışmaların yapılarak karar vericilere sunulmasına ihtiyaç olduğunu ifade etmiştir.

Crowe ve Küçükay'ın da ortaya koyduğu ve birçok çalışmanın da gösterdiği gibi suçla mücadele sadece kolluğun çabalarıyla sağlanabilecek bir durum değildir. Suçla mücadelenin en iyi şekilde yapılabilmesi hem kolluk hem de hukuk sisteminin toplum değerlerine göre kurularak etkin ve uyumlu çalışmasını gerektirmektedir. Bunun yanında devletin diğer organlarının da bu sistemi destekleyecek çalışma uyumuna sahip olmasını gerektirir. Bu amaç doğrultusunda kullanılacak en etkin ve verimli unsurlardan birisi olarak kitle iletişim araçları karşımıza çıkmaktadır. Kitle iletişim araçları suçla ilgili önemli bir etken olurken aynı zamanda terör faaliyetlerinde de bir propaganda aracı olarak kullanılmaktadır. Terör örgütleri özellikle sosyal medyadan yararlanarak halka doğrudan mesajlar aktarabilir hâle gelmiştir (Pekşen, 2021, s. 253).

2. SUÇU ÖNLEMEDE İLETİŞİMİN VE İLETİŞİM ARAÇLARININ KULLANILMASI

Yaratılan ilk insanın bile suç işleyerek cennetten kovulduğu bir âlemde suçun işlenmediği bir dünyanın var olmasından bahsedilemez. Keza suç göreceli bir kavramdır. Bir topluluk için bir eylem suç vasfı taşıırken başka bir toplulukta bu eyleme suç vasfı yüklenmeyebilir. Dünya üzerindeki bütün insanları tek bir moda getirmek (robotlaştırmak) mümkün olamayacağına göre suç ve bu suçla mücadele eden kolluk her zaman olacaktır. Burada önemli olan suç ve suçlu davranışlarını en aza indirgemenin yollarını aramaktır. “Suç davranışını yalnızca bir ya da iki faktör

ile açıklamaya çalışmak mümkün değildir. Çok daha karmaşık bir konu olarak suç, basite indirgenerek açıklanmaya çalışılırsa bu doğru bir yaklaşım olmaz.” (Pakes ve Pakes, 2009, s. 7).

Suçla mücadelede iletişim unsurlarının önemini ortaya koyan birçok çalışma ve uluslararası kuruluş bulunmaktadır. Bunların başında Birleşmiş Milletler gelmektedir. Birleşmiş Milletler 13. Suç Önleme ve Ceza Adaleti Kongresinde üye devletler, suçu önlemenin belirli yönlerine dikkat çeken birkaç karar kabul etmişlerdir. Ekonomik ve Sosyal Konseyin 2016/18 sayılı kararında bu “Gençlerde Suçların Önlenmesine Yönelik Bütüncül Yaklaşımların Yaygınlaştırılması” şeklinde isimlendirilmiştir. Bu programda üye devletler, çocukları ve gençleri sosyal ötekileştirme ve dışlanmadan korumak ve mağdur veya suçlu olma riskini azaltmanın yanında çocuklara ve gençlere yönelik suç önleme stratejilerinin yaygınlaştırılmasına eğitim, sağlık, sivil katılım, sosyoekonomik fırsatlar, bilgi ve iletişim teknolojisi ile emniyet ve asayişe yönelik olanlar dâhil olmak üzere sosyal, ekonomik politikalar ve programların da dâhil edilmesi teşvik edilmektedir.

Birçok ülkede rasyonel suçla mücadele yöntemlerinin tespitine yönelik çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalar ile farklı alanlarda farklı yöntemler tespit edilmiş olmakla birlikte bizi ilgilendiren kısım suçu önlemede iletişim ve kitle iletişim araçlarının kullanılmasıdır. Buna yönelik örneklerden bazıları şunlardır:

“Fransa’da insanları suç davranışından uzak tutmak için yoksulluk, eğitim eksikliği, olumsuz/yetersiz iş ve ev şartları gibi sebepler üzerinde çalışmanın gerektiği vurgulanarak insanların güvenlik ekipleriyle iş birliğine girmesi ve onlara güvenerek geri bildirimler yapmasına önem verilmiştir.” (Wyvekens, 2009, s. 118-124). Bu iş birliğini sağlamak için kullanılacak yöntem tabii ki iletişim yöntemleri olup bunu sağlayacak araçlar da iletişim araçlarıdır.

“Hollanda’da 1990’lardan sonra suç önleyici mekanizmaların işlevselliği artırılmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda Hollanda genelinde üzerinde çalışılan ve uygulanmaya çaba sarf edilen bazı suç önleyici tedbirlerden birinin de medya kampanyaları olduğu ifade edilmiştir.” (Hope, 2009, s. 38-61).

2019 yılında Birleşmiş Milletler Uyuşturucu ve Suç Ofisi (UNODC) Kenya’daki gençlik merkezlerinin koordinatörlerini ve yerel suç önleme çabaları bağlamında gençlerin güçlendirilmesini tartışmak için diğer topluluk aktörlerini bir araya getiren bir çalıştay organize etmiştir. Bu çalıştayda sosyal medya ve internetin polis de dâhil olmak üzere gençleri ve hükümet aktörlerini suç önleme

çabalarında bir araya getirmede ve gençlerin suça bakış açılarını yönlendirmede kolaylaştırıcı olduğu sunulmuştur (United Nations Office on Drugs and Crime, 2020).

Teknolojideki son gelişmeler, toplum odaklı ve “suç yoğun bölge polisliği” de dâhil olmak üzere pek çok ülkede kolluk üzerinde açık bir etki yaratmıştır. Çeşitli uygulamalarla kolluk suçun yoğunlaştığı çok küçük coğrafi alanlara odaklanmaktadır. Bu, suç örüntülerini ve risk faktörlerini haritalamak için coğrafi bilgi sistemlerinin kullanılması, MOBESE kamera sistemi, vücuda takılan kameralar, eğitim amacıyla sanal gerçekliğin kullanılması, yüz tanıma ve potansiyel tehditleri belirlemek ve suçu tahmin etmek için algoritmaların kullanılması gibi uygulamaların yanında sosyal medya aracılığıyla vatandaşlarla iletişim de yer edinmektedir. İnternet ve sosyal medya kitle iletişimini çok farklı boyutlara getirmiştir. Bu durum her ne kadar suç olgusunda olumsuz etkilere neden olsa da kolluğun bu alana önem vermesi ile olumlu etkisi daha fazla hissedilebilecektir. Ayrıca teknolojideki ilerlemeler kolluğun iletişimi ve bilgi paylaşım uygulamalarını geliştirerek kolluk etkinliğini artırmaktadır.

Kitle iletişim araçları yoluyla hedef kitleye gönderilen iletilerin hedef kitle üzerinde istenilen etkiyi oluşturabilmesi için bir takım hususlara dikkat edilmesi gerekmektedir. Buna göre;

- *“Mesaj, hedef kitlenin dikkatini çekecek şekilde oluşturularak sunulmalıdır.*
- *Mesajı oluşturan kaynak, hedef kitlenin anlayabileceği türde ortak kodlar kullanılmalıdır.*
- *Mesajın hedef kitlenin amaç, istek ve beklentilerini karşılayabilecek şekilde hazırlanması gerekmektedir.*
- *Mesajın bireysel gereksinimlerin giderilmesinde önerdiği yol, bireyin içinde bulunduğu grup normlarına uygun olmalıdır.” (Işık, 2005: 18-19).*

3. SUÇU ÖNLEMEDE İLETİŞİM VE İLETİŞİM ARAÇLARININ KULLANILMASINA KURAMSAL BAKIŞ

Kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkileri üzerine yapılan çalışmaların çoğunluğunda televizyon ön planda tutulmuştur. Bu etkiler her ne kadar televizyon

odaklı olarak ele alınsa da günümüzde internet temelli kitle iletişim araçlarının her alanı kapsamaya sosyal medya başta olmak üzere internet için de geçerli hâle gelmeye başlamıştır. Bu etkiler üzerine yapılan bazı çalışmalar ve kuramsal yaklaşımlar şunlardır:

3.1. Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, izler kitlenin medyadan nasıl yararlandığını açıklamaktadır. Kurama göre izler kitle, medyadan aldığı doyuma göre izleme tercihlerini belirlemektedir. Medyanın izler kitleye ne ilettiğinden çok, izler kitlenin medya içeriklerini tercih ederken nasıl hareket ettiğini araştırmaktadır. Kitle iletişim sürecinde etki araştırmaları göz önüne alındığında etki odağının alıcıya kaydığı söylenebilir. Kurama göre, izler kitle bilinçlidir ve ne tüketeceğini bilmektedir (Qin, 2020, s. 338).

Genelde insanların medyayı kullanma amacı böyle iken özellikle suç işleme eğiliminde olan kişiler kitle iletişim araçlarını işleyecekleri suçun keşif ve istihbari ön hazırlığını yapmak veya suça ilişkin alet ve yöntemleri temin etmek amacıyla kullanabilmektedirler. ABD'de bir metro istasyonunda bombayla saldırı gerçekleştirmek isteyen Bangladeş asıllı Akayed Ullah'ın bomba yapımını internette öğrenmesi" (www.sputniknews.com, 2021) ve "Niğde'nin Bor İlçesinde, kuruyemişçiye içine çivi konularak etkisi artırılmış el yapımı ses bombası atan kişilerin bomba yapmayı internette öğrenmesi" (www.t24.com.tr, 2008) bunlara yönelik örneklerden ikisidir. İnsanların suça meylinin önlenmesi amacıyla suçların sosyal ve psikolojik olumsuzlukları, suç sonucu oluşacak mağduriyet ve suçun karşılığı olan cezai müeyyidenin sunulması bu kuram açısından daha uygun olabilecektir.

Haber programında organize suç örgütünün hangi yöntemler kullanılarak çökertildiğinin sunulması diğer suçlular tarafından bir faaliyet sonu incelemesine dönüştürülmekte ve bu yöntemlere karşı tedbir geliştirilmektedir. Bu nedenle kitle iletişim araçları ile sunulan haber içeriklerinde polis suçluları yakalarken kullandığı taktikler yerine suçluların işledikleri suç ve muhtemel alacakları cezanın sunulması veya vatandaşların karşılaşılabilecekleri suçlulara karşı alabilecekleri tedbirlerin sunulması suçu önlemede daha faydalı olacaktır.

3.2. Ekme (Yetiştirme) Kuramı

Ekme (yetiştirme) kuramına göre televizyonun etkisi uzun dönemde gerçekleşmektedir. Televizyon izleyerek daha fazla zaman harcayanların, gerçek dünyayı televizyon dünyasının en yaygın ve tekrarlayan mesajlarını yansıtan şekillerde algılama olasılıklarının daha yüksek olduğu hipotezine dayanmaktadır. “Yetiştirme” kavramının kendisi, televizyonun büyük etkilerinin, insanları tekrar tekrar aynı görüntülere ve metaforlara maruz bırakma yoluyla gerçekleştiği varsayımı üzerine kuruludur (Shanan ve diğerleri, 1999, s. 12). Gerbner, ekme kuramıyla televizyonun yeni bir kültür meydana getirdiğini ve bu kültürü izleyiciler arasında yaygınlaştırdığını söylemektedir (1998, s. 177). Kitle iletişim araçlarında verilen küçük ama sürekli olumsuz mesajlar, insanların suç işlemeye yönelik tutumlarını etkilediği gibi olumlu mesajlar da tam tersi etki yapmaktadır. Günümüzde yeni medya ortamları ekmenin gerçekleştiği dijital mecralar olarak değerlendirilebilir. Son dönemde ülkemizde çekilen mafya dizilerinde ülkemizi seven ve ülkemize hıyanet edenlere acımayan mafya mensuplarının uyuşturucuya karşı durdukları ve uyuşturucuyla mücadele ettikleri işlenirken, aynı mafyanın kazancını silah kaçakçılığı başta olmak üzere diğer kaçakçılık yöntemleri veya haraç ile sağladığı işlenmektedir. Bu durum ekme kuramı ile ele alındığında yakın gelecekte insanların gözünde uyuşturucu hariç diğer kaçakçılık suçlarının normal davranış gibi algılanmasına neden olabilecektir.

Kitle iletişim araçlarında şiddet içeren programların yayımlanması, başta televizyon olmak üzere kitlesel iletişim araçlarının her türlü formunda yer alan şiddet içeriklerinin şiddeti yeniden üreterek toplumsal kültürün bir parçası haline getirdiği alanda yapılan çalışmalarda görülmektedir (Kahya, 2018, s. 45). Diğer yandan çocuk izleyiciler, televizyonda yer alan çizgi kahramanlar ve gerçek kişiler üzerinden rol model olarak onlar gibi davranmaya başlamaktadır (Megep, 2007, s. 24- 27). Benzer birçok çalışmada olduğu gibi Kahya ve Megep’in tespitleri de göstermektedir ki ekme kuramına göre kitle iletişim araçlarıyla sunulan mesajlara yönelik en hassas kitle çocuklar ve ergenlerdir. Bu nedenle ekme kuramı açısından bir medya içeriği ele alınırken çocuklar ve ergenler üzerindeki etkileri yönünden iyi değerlendirilmelidir..

3.3. Uyarma etkisi

Tennenbaum’un ortaya koyduğu uyarma kuramına göre televizyonda şiddete maruz kalmak saldırganlığı artırmaktadır. Çünkü şiddet, izleyicileri farklı şekilde motive ederek hayvani dürtülerini ortaya çıkarmaktadır (Tannenbaum, 1975, s. 97).

Mutlu, uyarmanın saldırganlıktan başka davranış biçimlerini de tetiklediğini ve hiperaktifliğe neden olduğu ifade etmiştir. Ona göre televizyon, izleyicilerin hiperaktif duygularını da harekete geçirmektedir (2005, s. 177-178).

Bu kuramın sosyal medya üzerindeki etkisinin televizyondan aşağı kalmadığını aşırılık yanlısı terör örgütü DAEŞ'in¹ YouTube kullanımı sonrası görülmüştür. DAEŞ'in yoğun şiddet içeren videoları YouTube üzerinden servis etmesi ile dünyanın farklı bölgelerinden birçok katılımcı DAEŞ'e katılmak için bölgeye gitmiştir. Yayımlanan insanlık dışı videolar dünya nezdinde büyük tepki çekse de özellikle otoriteye karşı gelme arzusu fazla olan ve irade zayıflığı sergileyen insanların şiddet eğilimini artırmış ve bu kişiler şiddeti rahatça sergileyebilecekleri Irak ve Suriye bölgesine gitmişlerdir.

Uyarma etkisine karşı özellikle doğru-yanlış ayrımını tam yapamayan çocuk ve ergenlerin aileleri tarafından korunması gerekmektedir. Bunun için ülkemizde oluşturulmuş ve Avrupa tarafından da benimsenmiş akıllı işaretlerin kullanımı önemli yer tutmaktadır.

3.4. Duyarsızlaşma Etkisi

“Duyarsızlaştırma” terimi, bilim insanları tarafından aşağıdaki gibi kullanılmıştır: (a) saldırgan davranışta bir artış; (b) fizyolojik uyarılmanın gerçek hayattaki şiddete indirgenmesi; (c) şiddete karşı aktif tepkilerin değerlendirilmesi; (d) şiddet mağduruna yardım etme olasılığında azalma; (e) bir şiddet mağduruna duyulan sempatiye azalma; (f) şiddet uygulayan mahkûmun cezasında indirim, (g) şiddet uygulayan kişinin suçluluk algısında indirim ve (h) bir şiddet mağdurunun yaralanmalarının muhakeme edilen ciddiyetinde bir azalma olarak sayılabilir. Hem sıradan insanları hem de bilim insanlarını birbirine karıştıran bu karmakarışık tanımlar yığını, altta yatan psikolojik duyarsızlaştırma süreçlerini diğer tepkiler üzerindeki potansiyel duyarsızlaştırma etkilerinden ayırt edememenin sonucudur (Carnagey, Anderson, Bushman, 2007, s. 490).

Bu araştırmanın öncülerinden olan Cline, Croft ve Courrier araştırmalarında, “medya aracılığıyla şiddete fazlaca maruz kalan kişilerin bir şiddet içeren olayla karşılaştıklarında donuk ve duyarsız tepkiler verdiğini belirtmektedir (Cline ve diğerleri, 1973, s.4). Mutlu; bu durumu şu şekilde örneklendirmektedir: bir

¹ (DAEŞ, örgütün Arapça harflerle kısaltmasının Türkçe okunuşudur. Her harf bir kelimeyi karşılamamaktadır. Dil bilgisi kurallarına göre küçük yazılması uygundur fakat medyada genel kabul gören büyük harflerle yazılmasıdır.)

televizyon dizisinde veya sinemada kolluk güçlerinin bir suçluyu yakalarken ya da bir hırsıza müdahale ederken kullandığı yöntemler, izleyicilere de örnek olmaktadır (Mutlu, 2005, s. 178). Aslında bu durum içinde bir nebze de olsa ekme kuramı barındırmaktadır. Bu kuram kapsamında toplum otokontrol yeteneğini yavaş yavaş kaybedeceği için şiddet ve hakaret gibi suçla karşılaştığında tepkisiz kalabilecektir.

3.5. Katharsis Hipotezi

Saldırganlık Azalması (Katharsis) televizyon izleyicilerinin şiddet içeren belli başlı içerikleri izledikten sonra saldırganlık düzeylerinin azaldığını iddia etmektedir. Oysaki literatürde buna ilişkin yeterince kanıt bulunmamaktadır. Medyada şiddet üzerine yüzlerce araştırma yapılmıştır ve bunların çoğu Katharsis çalışmaları olarak yorumlanabilir. Daha önce belirtildiği gibi sürekli olarak medya şiddetine maruz kalmanın artan saldırgan düşünceler, duygular ve davranışlar üzerinde önemli etkileri olduğunu göstermektedir. Örneğin; çeşitli araştırmalar, çocukların şiddet içeren oyunlar oynadıktan sonra görsel algı becerilerinde çarpıcı gelişmeler bulmuştur (Gentile, 2013, s. 499-500).

Aslında Saldırganlık Azalması (Katharsis) “Uyarma Etkisinin” tam tersi olan bir durumu ifade etmektedir. Duyarsızlaşma etkisine benzetmekle birlikte arada bir nüans bulunmaktadır. Duyarsızlaşmada insanlar şiddete fazlaca maruz kaldıklarında, şiddet içeren olaylarda insanların tepki ve reaksiyonları eskisine oranla düşüş eğilimi göstermektedir. Katharsis ise insanların şiddet içeriklerinden gerekli hazzı aldığına işaret etmektedir (Mutlu, 2005, s. 181).

3.6. Toplumsal Öğrenme Kuramı

Temel refleksler hariç, insanlar doğuştan gelen davranış repertuarlarıyla donatılmamıştır. Bu davranışları öğrenmeleri gerekir. Yeni tepki kalıpları ya doğrudan deneyim ya da gözlem yoluyla elde edilebilir. Biyolojik faktörler, elbette edinme sürecinde rol oynamaktadır. Genetik ve hormonlar fiziksel gelişimi etkiler, bu da davranışsal potansiyelleri etkileyebilir. Öğrenilmiş veya doğuştan gelen davranış ikiliği, davranışsal süreçlere ilişkin bilgi arttıkça azalan sayıda savunucuya sahiptir (Bandura, 1973, s. 79). Kişiler birçok beceriyi yakın akrabalarından ve çevresinden gözlemleyerek öğrenir. Aynı şekilde kişiler televizyon izlerken burada şiddet kullanan karakterleri izleyerek onların davranış yöntemlerini öğrenir; aynı yakın akrabaları ve çevresi gibi. Aynı şekilde televizyonda yer alan oyunculardan görülen ve benimsenen davranışlar, günlük yaşamda kullanılabilir (Dilber, 2014, s. 62).

Çocuklara yönelik yapılan bir deneyde, iki grup olarak ayrılan çocuklardan ilk gruba şiddet sahneleri izletilirken, ikinci gruba daha sakin sahneler seyrettirilmiştir. Şiddet ile ilgili görüntülere maruz kalan gruptaki çocukların aynı şiddet eğilimlerini davranışlarında kullandığı tespit edilmiştir (Vito ve diğerleri, 2007, s. 4). Özellikle de toplumlarca sevilen ve örnek alınan oyuncuların tutum ve davranışlarının izleyiciler arasında benimsenme oranı yüksektir (Fink ve diğerleri, 2018, s. 1-12).

Bu ifadelerden de anlaşılacağı üzere insanlar televizyondan gördükleri davranışların bir kısmını öğrenerek kendi davranışı şeklinde taklit derecesinde uygulamaktadır. Özellikle şiddet davranışları şiddete meyilli kişilerde daha yoğun görülebilmektedir. Televizyonda şiddet haklı olarak gösterildiğinde kişiler gerçek hayatta bu durumu bir savunma alanı olarak kabul etmektedir. Kolluk gerek görev yaparken gerekse medya içeriği hazırlarken daima pozitif davranış modeli oluşturmali, olumsuz davranışlardan kaçınmalıdır.

3.7. Kullanıma Hazırlama

Bu kuram aslında bir nevi Toplumsal Öğrenme Kuramı özelliği olan bir durumu ortaya koymaktadır. Toplumsal Öğrenme Kuramı'nda izleyici davranışı doğrudan alır ve şartlar oluştuğunda uygularken kullanıma hazırlama kuramında davranışı tetikleyici unsurlar benimsenir ve şartlar oluşunca bu tetikleyici unsurlar şiddet davranışlarını ortaya çıkarır. Bu kurama göre, düşünceler zihinde belli çağrışımlarla hareket etmektedir. Bir düşüncenin harekete geçirilmesi için önceden hazırlanan başka düşünceler bilinçaltına yerleştirilmektedir. Böylelikle bir düşünce, başka düşünceler aracılığıyla aktif hâle gelmektedir (Mutlu, 2005, s. 182).

3.8. Gündem Belirleme Kuramı

Gündem belirleme kuramı, medyanın insanların ne düşüneceklerinden çok, ne hakkında düşüneceklerini söylemesi bakımından önemli bir kuram olarak literatürde yer almaktadır. İnsanların medyadan bir tutum ve davranış edindiklerini iddia etmektedir. Medya, kamuoyunun gündemine müdahalede bulunarak, öne çıkarmak istediği konuları daha önemli göstermektedir. Bu kurama göre kolluk kitle iletişim araçlarından faydalanarak dönemsel veya yeni oluşacak suçlara yönelik vatandaşların farkındalıklarını artırabilir; böylelikle suçla mücadelede proaktif anlayış kazandırılabilir. Günümüzde kadına yönelik şiddet ve hayvanlara yönelik şiddet haberlerinin kitle iletişim araçlarında sıkça işlenmesi gündem belirleme kuramı açısından örtüşmektedir. Buraya kadar bahsedilen hususlar iletişim kuramları veya doğrudan iletişimle ilgili kuramların suç olgusu ve suç

önlemedeki yeri ve önemi üzerine oluşturulmuştur. Aşağıda farklı disiplinlere ait kuramların suç olgusu ve suçla mücadeledeki yeri ve önemiyle alakalı olanlarından ve bunların iletişim bağlantısından bahsedilmiştir.

3.9. Durumsal Eylem Kuramı

Suç, ahlaki eylemlerdir. Yapılması veya yapılmaması gereken doğru veya yanlış şeyin ne olduğuna dair kurallar tarafından yönlendirilen herhangi bir eylem, ahlaki bir eylem olarak kabul edilebilir. Suçlar, kanunda belirtilen davranış kurallarını ihlal eden fiillerdir. Suçu (veya belirli suç türlerini) açıklamak, insanların neden kanunda belirtilen davranış kurallarına (veya kanunda belirtilen belirli davranış kurallarına) uyduklarını ve bunları ihlal ettiklerini açıklamaktır. Durumsal eylem kuramı, suçun neden meydana geldiğini ve daha geniş anlamda insanların neden ortak davranış kurallarını izleyip ihlal ettiğini açıklamayı amaçlar.

İnsanların yaptıkları, içinde buldukları ortamların özelliklerine göre belirlenmektedir. Ne tür insanların ne tür ortamlarda olduğu, ne tür eylemlerin gerçekleşebileceğini açıklar (Wikström, 2014, s. 77). Kişinin bir suça bulaşma ihtimali, ahlaki mekanizmasının var olan eylemleri nasıl algıladığıyla ilgilidir (Pauwels ve diğerleri, 2018). Bu algılamayı en çok etkileyen hususlardan bir tanesi hiç kuşkusuz kitle iletişim araçları ile yayılan mesajlardır. Örneğin uyuşturucu ile ilgili yayımlanan bir haber sunumunda suç konusu maddelerden bahsederken “zararlı uyuşturucu madde” yerine “keyif verici madde” ifadesinin kullanılması insanlarda olumlu bir algı oluşturacaktır. Benzer şekilde bir cinayetten bahsedilirken cinayetin “namus cinayeti” şeklinde ifade edilmesi cinayetin meşrulaşmasına zemin hazırlamaktadır.

3.10. Rasyonel Seçim Kuramı

Rasyonel Seçim Teorisi, bireyin bir tercih yaparken kendisine en mantıklı gelen seçeneğe yöneleceğini iddia etmektedir. Burada yapılan seçimlerin sonuçlarının birey tarafından optimist olduğu söylenebilir. Bireyler seçimlerinde ya faydayı maksimize etmeyi ya da maliyeti minimize etmeyi uygun görmektedir (Herstein, 1990, s. 356). Bu kuramla ilgili bu bilgiler kapsamında kitle iletişim araçlarında suç - suçun içeriği - suçlunun yakalanma yöntemleri ilişkisinin kurularak yer verilmesi yerine suç ve karşılığı verilecek ceza ilişkisinin kitle iletişim araçlarında işlenmesi suçu önlemede daha çok katkı sunacaktır.

Bu kuram doğrultusunda suçun önüne geçebilmek amacıyla, kitle iletişim araçlarında oluşturulacak mesajlarda gerek suçun faili gerekse mağduru açısından suç sonucu oluşabilecek olumsuzlukların ön plana çıkarılması daha önemlidir. Suçun sebeplerini ortaya koyucu mesajlar bu sebepleri yaşayanlar için bir savunma mekanizması oluşturabilir. Bu nedenle odaklanması gereken nokta sonuçlar olmalı ve bu sonuçlar mağduriyetler ile cezai müeyyideler olarak ortaya konulmalıdır ki hem potansiyel suç faillerini engellemeli hem de suç oluşumunu engelleyebilecek çevresel ortamdaki insanların otokontrol sistemlerini tetikleyebilmelidir.

4. TÜRKİYE’DE SUÇLA MÜCADELEDE KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ ROLÜ VE ÖRNEKLER

Suçla mücadelede kolluk kuvvetlerinin klasik yaklaşımlarla sürdürdüğü önleme faaliyetleri, kitle iletişim araçlarıyla da desteklenmektedir. Araçların birey ve toplum üzerinde etkisi bilinirken bu etkinin en aza indirilmesi ve bu etkiden kaynaklanan suçlarla mücadelede çeşitli yaklaşımlar benimsenmektedir. Bunun başında kamu kurumu olarak İçişleri Bakanlığı gelmektedir. İçişleri Bakanlığı kolluk kuvvetlerinin bağlı olduğu üst bir birim olarak faaliyet sürdürmektedir. İç güvenlik harekâtlarında terörle ve suçla mücadele ederken asayişin sağlanmasında da yine İçişleri Bakanlığı görevli kurum olmaktadır. Suçun önlenmesi konusunda yapılan faaliyetlere ek olarak kamuoyunu bilgilendirme ve suçtan uzaklaştırma çalışmalarını yaygınlaştırmak için kitle iletişim araçlarının rolü büyüktür. İçişleri Bakanlığı da bu rolün farkında olan bir kurum olarak araçlardan maksimum düzeyde faydalanmaktadır.

Suçun önlenmesinde örnek çalışmaların başında 24 Mart 2018 yılında faaliyete başlayan KADES gelmektedir. KADES, kadınların ve çocukların maruz kaldığı şiddet ve suçu önlemek amacıyla Emniyet Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanmış bir mobil uygulamadır. Suça neden olabilecek olayların ihbarını mobil uygulamayı indirip telefonuna kuran kişiler yapabilmektedir. Bu uygulamaya ek olarak İçişleri Bakanlığı internet sitesi üzerinden “on-line ihbar” uygulaması sayesinde suçların önüne geçmek ve suçluları yakalamak adına vatandaşlardan ihbar alabilmektedir.

4.1. Suçun Önlenmesinde KADES Uygulamasının Rolü

KADES (Kadın Destek Uygulaması), İçişleri Bakanlığının internet sitesinde yer alan bilgilere göre; “kadınların ve çocukların maruz kaldığı şiddet, taciz gibi kötü eylemleri biraz da olsun engellemek adına kullanıcılara sunulmuş resmî bir

uygulamadır. KADES, cep telefonları aracılığıyla kullanıcıların ulaşabildiği, internet dolayımı bir araçtır.

Emniyet Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanmış acil müdahale uygulamasıdır.” (www.icisleri.gov.tr).

“KADES uygulaması, son yıllarda giderek artan kadına şiddet olaylarının önüne geçebilmek ve kadınlara yardım edebilmek amacıyla geliştirilmiş bir mobil uygulamadır. Eşinden veya bir başkasından şiddet gören ya da şiddete maruz kalma ihtimali olan kadınlar, akıllı telefonları üzerinden yapacakları ihbarlarda hızlı bir şekilde bu iş için kurulan Kadın Acil Destek İhbar Sistemi'ne ulaşabilmektedir. Akıllı telefon kullanıcısı bir kadının, Google Play Store ve Apple Store uygulamasından indireceği Kadın Destek Uygulamasını (KADES), T.C. Kimlik Numarasını girerek ve sonrasında EGM serverlarından gelen aktivasyon kodu ile aktif hâle getirebileceği uygulama ile aile içi ve kadına yönelik şiddet mağduru kadınların acil durumlarda cihaz konum bilgisini açarak bir tuşla 155 Polis İmdat Acil Çağrı Merkezine ulaşarak, yardım çağrısı yapabilmektedir” (İçişleri Bakanlığı, 2021).

Uygulama yüklenirken Türkçe, İngilizce, Arapça, Farsça, Rusça ve Fransızca dil seçeneklerinin de bulunması Türkiye’de yaşayan farklı dillere mensup kadınların da yararlanabilmesi bakımından önem taşımaktadır. Uygulamada dil seçeneği işaretlendikten sonra gelen ekran kayıt yapılmaktadır. Türkiye Cumhuriyeti Kimlik Numarası da dâhil isim-soy ismi, telefon ve doğum yılı girilerek üye olunmaktadır. Uygulamaya yalnızca kadınlar üye olabilmektedir. Erkek kullanıcılar için bilgi girildiğinde program uyarı vermektedir.

Trthaber.com sitesinde yer alan bilgilere göre 2021 yılı itibariyle uygulamayı indiren kişi sayısının 2 milyon 293 bin 289 olduğu ve 2020 yılına göre yüzde 317’lik bir artışın olduğu belirtilmektedir. Aynı zamanda uygulama üzerinden 138 bin 978 ihbar yapıldığı ve bu ihbarların 73 bin 417’sinin gerçek tehdit içeren bir ihbar olduğu yer almaktadır. Uygulama ile birlikte suçu önleme konusunda iletişim araçlarından yararlanıldığı söylenebilir. KADES uygulaması, internet dolayımı bir uygulamadır. Kullanıcının herhangi bir internet erişimi olmaması hâlinde uygulama üzerinden bir iletişime geçememesi, bu uygulamanın dezavantajı olarak belirtilebilir.

4.2. Jandarma Genel Komutanlığının Suçla Mücadelede Kurumsal İnternet Sitesinin Kullanımı

Jandarma Genel Komutanlığı, İçişleri Bakanlığına bağlı olarak emniyet ve asayişin sağlanmasında, terörle mücadele harekâtında, su altı ve karada arama kurtarma gibi faaliyetlerde ve Cumhurbaşkanlığının vermiş olduğu talimatlar doğrultusunda topluma hizmet etmektedir. Jandarma Genel Komutanlığı, İnternet ve sosyal medya araçlarından yararlanarak kamuoyuyla iletişimi sürdürülebilir kılmakla birlikte suçun önlenmesine de büyük fayda sağlamaktadır. Özellikle sosyal medya kullanımında kurumsal bir iletişim yönetimi benimsemektedir. Jandarma Genel Komutanlığı; asayiş, trafik, siber suçlar, narkotik suçları, bilişim suçları, terör suçları ve kriminal suçların önlenmesinde İnternet'ten ve dijital iletişimden faydalanmaktadır. Jandarma.gov.tr internet adresi aracılığıyla yıl yıl ve ay ay suçlarla ilgili istatistik verileri yayımlamakta ve bu veriler kamuoyuna sunulmaktadır. Bu verilerin aktarılması, suçla mücadelede gösterilen çabaların anlatılması ve caydırıcılık açısından önem kazanmaktadır. Ek olarak Komutanlık, “Bireysel Güvenliğinizi Nasıl Sağlarsınız” başlığı altında yukarıda sayılan suç türlerine ilişkin geçmişte gerçekleşen olayları örnek alarak vatandaşlara uyarılarda bulunmaktadır. Özellikle son yıllarda sayıları artan siber dolandırıcılık konusunda bilgiler de vatandaşlara sunularak herhangi bir suça veya dolandırıcılığa maruz kalınmaması konusunda etkin mücadele verilmektedir.

Acil Durum Kanalları içerisinde, 156 Alo Jandarma hattına yönelik bilgilendirme yapılmakla birlikte (<https://vatandas.jandarma.gov.tr>) adresinde “İhbarda bulun” sekmesi bulunmaktadır. Bu sekmede suçun önlenmesinde ve suça karışanların makamlara bildirilmesinde dijital olanakların kullanıldığı görülmektedir. “İhbarda Bulun” uygulamasıyla olaylara ilişkin yer ve özet bilgiler iletilebilmektedir. İhbarda bulunan kişiler aynı zamanda kimlik bilgilerini açıklamak zorunda değildir. Üçüncü bir iletişim uygulaması da “en yakın komutanlık” uygulamasıdır. Kullanıcı telefonundan veya bilgisayarından harita verilerini kullanarak kendisine en yakın komutanlığın lokasyon bilgilerine ulaşabilmektedir.

4.3. Suçun Önlenmesinde Medya Okuryazarlığı ve Dijital Okuryazarlığın Önemi



Medya okuryazarlığı, 1980'lerden itibaren kamunun kitle iletişim araçlarından yayılan mesajların etkisini en aza indirmek ve bireyleri zararlarından korumak üzere inşa edilmiş bir dizi eğitimleri belirtmektedir. Türkiye'de de medya okuryazarlığı 2007 yılından itibaren ilkokullarda seçmeli ders olarak okutulmaya başlanmış ve daha sonra zorunlu hâle gelmiştir. Medya okuryazarlığının Türkiye'de özellikle çocukların korunmasında büyük önem taşımaktadır. Bir bireyin günde 5 saatten fazla televizyon izlediği bulgusu göz önüne alındığında, yayılan mesajların etkisi de büyük olabilmektedir. Bu anlamda kitle iletişim araçlarındaki içeriklerin eleştirel bir gözle alınması önem taşımaktadır. Bu önemin de okullardan itibaren eğitimlerle mümkün olacağı açıktır.

Türkiye'de RTÜK aracılığıyla özellikle televizyon içeriklerinin kategorileştirilmesi, şiddet, cinsellik, korku ve gerilim içeren yayınların başında çeşitli simge ve sembollerin kullanılması suça teşvik eden içeriklerden korunma anlamında bir önlem olduğu söylenebilir. Kitle iletişim araçlarının içeriklerinin kuramsal temelde suça da yönelttiği düşünüldüğünde, içeriklerin denetlenmesi yararlı olacaktır. RTÜK'ün akilliisaretler.gov.tr internet adresinde söz konusu uygulamaya ilişkin tanımı şu şekildedir: "Akıllı İşaretler, 2006 yılında faaliyete geçen televizyon yayınlarının içeriğiyle ilgili bilgilendirici bir sınıflandırma sistemidir. Bu sistem, televizyon yayıncılarının, anne babaların ve genelde toplumun, çocukları ve gençleri televizyon yayınlarının olası zararlı etkilerinden koruma sorumluluğunu yerine getirmelerinde onlara yardımcı olmak üzere tasarlanmıştır."

Yine İnternet sitesinde yer alan bilgilere göre, bir programın ne tür zararlı içeriklere sahip olduğunu tespit etmek aşağıdaki şekilde gerçekleştirilmektedir:

"Bir programın hangi türde zararlı içerik taşıdığı ve hangi yaş grubunun izlemesinin uygun olduğunu belirleyebilmek için bir soru formu geliştirilmiştir. Soru formuna Örnek Kodlama Formu başlığı altında ulaşılabilir. Bu form, sınıflama sistemine dâhil tüm programlar için yayıncı kuruluşların görevlendirdiği ve sistem hakkında önceden eğitilmiş sertifika sahibi kodlayıcılar tarafından elektronik ortamda doldurulur. Form üzerinde işaretlenen yanıtlara göre sonuç, otomatik olarak saptanmış olur. Bir programın ne tür bir zararlı içerik taşıdığını ve hangi yaş grubu için önerildiğini belirtmek için semboller kullanılır. Bu semboller, Semboller başlığı altında görülebilir." (Akıllı İşaretler, 2021).

Tablo-1 Televizyonlarda içerikler başlarken gösterilen semboller ve anlamları

	<p>7 Yaş Olumsuz Davranış</p> <p>“İzlediğiniz programda bu sembollerin bir arada görünmesi, çocuklara olumsuz örnek oluşturabilecek davranışlar içermesi nedeniyle o programın ancak 7 yaş ve üzerindeki izlemesine uygun olduğunu belirtir.”</p>
	<p>13 Yaş Şiddet / Korku Cinsellik</p> <p>“İzlediğiniz programda bu sembollerin bir arada görünmesi, o programın hem bir takım şiddet/korku öğeleri hem de cinsel eylemler ya da ifadeler içermesi nedeniyle ancak 13 yaş ve üzerindeki çocuklara uygun olduğunu belirtir.”</p>

4.4. Suçun Önlenmesinde Kamu Spotları

Kamu spotları, kamunun yararını düşünen konularda televizyonlarda ücretsiz olarak yayımlanan filmlerin adıdır. RTÜK’e göre “Kamu kurum ve kuruluşları ile dernek ve vakıf gibi sivil toplum kuruluşlarınca hazırlanan veya hazırlatılan ve Üst Kurul tarafından yayımlanmasında kamu yararı olduğuna karar verilen bilgilendirici ve eğitici nitelikteki film ve sesler ile alt bantları” olarak tanımlanmaktadır (RTÜK, 2021). Kamu spotları herhangi bir ticari beklenti içerisinde kurgulanmaz. Kamu spotlarının amacı, izleyicide tutum ve davranış değişikliği yaratmayı amaçlamaktadır. İngilizcede Public Service Annoucement (PSA) olarak tanımlanmaktadır (Akova, 2017, s. 17). Kamu spotları aracılığıyla uyuşturucu kullanımı, sigara ve alkol kullanımı, kadına şiddetin önlenmesi, siber zorbalık ve dijital okuryazarlık, çevre ve doğaya saygı gibi birçok konuda filmler üretilerek kamuya aktarılmaktadır. Kamu spotlarının günlük ve düzenli reklam kuşağında yer aldığı düşünülürse etkisinin ve faydasının olduğu söylenebilir.

RTÜK, 2021 yılı sonuna kadar toplamda 48 adet kamu spotuna izin vermiştir. Bunlar içerisinde hem devlet kurumları hem de sivil toplum ve eğitim kurumları yer almaktadır. Kamu spotlarının içeriklerine bakıldığında suçun önlenmesine yönelik yalnızca bir tane spot olduğu tespit edilmiştir. Kadın erkek eşitliği ve kadına şiddetin önlenmesi konusunda yayımlanacak içerik, Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu önlüğünde gerçekleştirilmekte ve Eylül ayında yayımlanması planlanmaktadır. 2021 yılında yayımlanacak tüm kamu spotu listesi

ve yayımlayan kurumlar ilgili linkte² yer almaktadır. Kamu spotlarına ek olarak suç ve suçun önlenmesinde özel sektör ve markalar da sosyal reklamlar çerçevesinde faaliyetler yürütmektedir. Bunun en güzel örnekleri arasında, Save The Children kampanyasıdır. “Küçük yaştaki çocukların İnternet kullanımının barındırdığı tehlikelere dikkat çeken reklam kampanyasında, çocuklara yönelik cinsel istismarın sıklıkla on-line iletişimle başladığı ifade edilmektedir.” Land Rover, “Mesaj Atma ve Sür” kampanyasıyla araç sürerken telefon kullanmanın tehlikelerine dikkat çekmektedir. Bu gibi kampanyalarla markalar sosyal sorumluluk çerçevesinde iletişim yürütmektedir (Branding Türkiye, 2018).

4.5. Suçun Önlenmesinde Sosyal Medyanın Rolü ve Jandarmanın Faaliyetleri

Kolluk kuvvetleri, sosyal medya aracılığıyla halkla ilişkiler faaliyetleri yürütmektedir. Resmî hesapları aracılığıyla vatandaşlara duyuru yapmak, kurumsal ve operasyonel faaliyetlerinden haberdar etmek, özel gün ile haftaları kutlamak ve kamuoyuyla iletişimi sürdürülebilir kılmak için düzenli olarak içerik üretmektedir. Jandarma Teşkilatı da bir kolluk kuvveti olarak asayiş ve güvenliğin sağlanmasında her türlü imkân ve kabiliyeti kullanmaktadır. Sosyal medya da bunlardan biridir. Jandarma teşkilatının 12 Temmuz 2021 itibariyle kümülatif olarak toplamda 3 milyon 460 bin takipçisi bulunmaktadır. Tüm mecralarda her gün aktif olarak paylaşımlar yapılmaktadır.

Tablo-2 Jandarma Genel Komutanlığının Sosyal Medyada Takipçi Sayıları (Ağustos 2021)

Kurum	Facebook	Twitter	YouTUBE	Instagram	Toplam (milyon)
Jandarma Teşkilatı	1 Milyon 263 bin	763 bin	150 Bin	1 Milyon 284 Bin	3 Milyon 460 Bin

Yukarıda yer alan tabloya göre, Jandarmanın etkin bir iletişim faaliyeti yürüttüğü söylenebilir. Türkiye’de mevcut İnternet kullanıcı sayısının 65.8 milyon olduğu düşünülürse (Hootsuite ve We Are Social Dijital Türkiye Raporu, 2021), takipçi oranlarının yüksek olduğu söylenebilir. Yoğun sosyal medya kullanımıyla hedef kitlelerde algının yönetilmesi ve kolluk algısının yaygınlaştırılması, önleyici kolluk açısından önem taşımaktadır. Aşağıda yer alan iki Twitter paylaşımında Jandarmanın farkındalık oluşturmaya çalıştığı söylenebilir.

²[https://www.rtuk.gov.tr/oncelikli-yayinlar-ve-kamu-spotlari/3717/3015/radyo-vetelevizyonlarin -kurulus-ve-yayin-hizmetleri-hakkinda-kanun-kapsaminda-tavsiye-karari-verilen-kamu-spotlari.html](https://www.rtuk.gov.tr/oncelikli-yayinlar-ve-kamu-spotlari/3717/3015/radyo-vetelevizyonlarin-kurulus-ve-yayin-hizmetleri-hakkinda-kanun-kapsaminda-tavsiye-karari-verilen-kamu-spotlari.html).



Resim-1 Jandarma Twitter hesabının paylaşmış olduğu bir infografik. Infografik'te yer alan bilgiye göre Kurban Bayramı dolayısıyla oluşabilecek suçların ve mağduriyetlerin önüne geçilmesi hedefleniyor.



Resim-2 Jandarma Twitter hesabın paylaşmış olduğu bir tweet. Tweet'te araç sürücülerinin uyarılması var.

Yukarıda yer alan resme göre, trafik kazalarının önlenmesi hedeflenirken oluşabilecek suçlara yönelik de önleyici bir iletişim yürütülmektedir. Türkiye'de

2020 yılında ölümlü yaralanmalı trafik kazasına neden olan toplam 177 bin 867 kusura bakıldığında, kusurların yüzde 88,3'ünün sürücüden kaynaklandığı görülmektedir (TÜİK, 2021).

SONUÇ

Gerek suçla mücadelede gerekse suç önlemede günümüzde önemi gittikçe artan unsur toplumdur. Geçmişte kolluk büyük oranda suçla mücadeleye odaklanmış ve reaktif bir anlayışla hareket etmiş, başarısının koşulu olarak da suçluların yakalanmasını görmüştür. Günümüzde ise suç önleme daha çok ön plana çıkmış ve kolluk görev anlayışında proaktif yaklaşımlar benimsenmeye başlanmış, kolluk harici diğer kurum, kuruluş ve toplumun bu amaç doğrultusunda işlevselleştirilmesi ağırlık kazanmıştır. Bu doğrultuda ise kitle iletişim araçlarının önemi vazgeçilmez hâle gelmiştir.

Yukarıda bahsedilen kuramlardan da anlaşılacağı üzere kitle iletişim araçları etkisini her ne kadar kısmen anlık olarak gösterse de asıl etkisi ilerleyen zamanlarda ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle suçla mücadelede ve suç önlemede kitle iletişim araçlarının kullanılmasında hedef kitle olarak çocuklar ve ergenler benimsenmiştir. “Çocukların suça eğilimlerinde etkili olan faktörlerden biri de kişisel gerekçelerdir. Bu gerekçeler arasında kişinin psikolojik ve ruhsal durumlarının etkili olduğu söylenebilir. Aynı zamanda çevresel faktörler ve aile de bu konuda önemli bir etkidir (Gürsoy ve diğerleri, 2007, s. 7).

Kolluğun suçla mücadelede proaktif yaklaşım sergileyebilmesi için kitle iletişim araçlarındaki içerikleri Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ile koordineli takip ederek gerektiğinde medya içerik oluşturucularına uyarılarda bulunması veya talep etmeleri durumlarda danışmanlık hizmeti sunması önem kazanmaktadır. Ayrıca İnternet ortamındaki suça teşvik eden veya suçu kolaylaştıran içeriklerin tespit edilerek engellenmesi, karşı tedbir içeriklerinin oluşturulması aynı derecede önemlidir. Hatta kolluk örgütlerinin organik yapısı içerisinde medya içeriklerinin oluşturulması ve değerlendirilmesini yapabilecek nitelikte yeterli uzman kişilerin istihdam edilebileceği teşkilatlanmaya gidilmesi suçu önlemede proaktif strateji açısından uygun bir adım olacaktır. Bu uzmanlar yardımıyla gelecekte vatandaşların suçla mücadelede kollukla iş birliği sağlaması, en azından suçtan uzak kalmalarının sağlanabilmesi için medya içerikleri içerisinde mesajlar oluşturulabilir, kamu spotları hazırlanabilir. Teknolojiyle birlikte kolay erişim imkânları, suçun hem yaşını hem de niteliğini değiştirmiştir. Çocuklarda İnternet ve teknoloji araçlarıyla suça bulaşma oranı artmıştır. Gerek yüz yüze gerekse kitle

iletişim araçları üzerinden çocuklar ve gençler başta olmak üzere kamuya bilgilendirici panel, eğitim ve seminerler verilerek suça karşı toplumsal bir farkındalık artışı sağlanabilir.

Yapılan çalışmalar kitle iletişim araçları aracılığıyla yayılan mesajların farklı şekillerde etki sağlayabildiğini ortaya koymuştur. Bu da göstermektedir ki kitle iletişim araçları ile verilen mesajların etkisini tek bir çözümleme ile ele almak yanlış olacaktır. Bunları analiz etmek için durumsallık yaklaşımından faydalanmak en rasyonel çözüm olacaktır. Durumsallık yaklaşımı ile çözümlemede ise kullanılan kitle iletişim aracının çeşidi, içeriklerin kullanılma zamanı, içeriklerin hazırlanma yöntemleri önemli olmakla birlikte en önemli hususu hedef kitle oluşturmaktadır. Aynı kitle iletişim aracı ile aynı anda ve aynı mesaj içeriğine maruz kalan kişilerin kuramlardan da anlaşılacağı üzere farklı tepkiler oluşturabilmektedir. Bunun en güzel örneklerinden biri DAEŞ'in YouTube üzerinden yayınladığı şiddet görüntüleridir. Bu şiddet görüntülerini izleyen insanların büyük kısmı bu örgüte nefret duygusu geliştirirken, otoriteye karşı gelme duygusu baskın olup süper egosu az gelişmiş olan bir kısım ise farklı bölgelerden Suriye veya Irak'a giderek bu terör örgütüne katılmıştır. Benzer şekilde televizyonda aynı şiddet görüntülerini izleyen insanların bazılarında Katharsis etkisi veya duyarsızlaşma etkisi görülürken diğer bazı insanlarda uyarma etkisi ve toplumsal öğrenme kuramı etkisi oluşturabilmektedir. Farklı gruplarda farklı etkiler ortaya çıkabildiği için kitle iletişim araçlarında kullanılacak mesaj içeriklerinin oluşturulması esnasında toplumun tamamı göz önünde bulundurulmalı, olumsuz etki doğurma ihtimali olan içeriklerden vazgeçilmelidir veya çok alt seviyeye çekilmelidir.

Kolluk kuvvetlerinin kitle iletişim araçlarına hâkim olması ve bu araçları kontrol etmesi basın özgürlüğü ve basının ekonomi politiği açısından mümkün değildir; demokratik ülkelerde de böyle bir durumun olmasından bahsedilemez. Bu nedenle kolluk kendi kontrolündeki kitle iletişim araçları (sosyal medya hesapları, İnternet siteleri) aracılığıyla kamusal ilişkileri geliştirilmeli; kolluğun, toplumun karşısında bir grup olmadığı aksine toplumun içerisinde çıkan ve toplumun hizmetinde olan bir grup olduğu anlayışı yerleştirilmelidir. Böylelikle kolluk hedef kitesini genişleterek imajını artırabilecektir. Bu durum da kolluğun kullanımlar ve doyumlar kuramı ile toplumsal öğrenme kuramı çerçevesi içerisinde insanların muhtemel karşılaşılabilecekleri suç olaylarına karşı durumsal farkındalıklarını geliştirmelerini sağlayacak veya suç işleme eğilimlerini ortadan kaldıracak içerikleri kendi sosyal medya veya İnternet sitesinden daha geniş kitlelere

sunabilecektir. Burada toplumun dikkatinde olan gelişmeler paralelinde kolluk sosyal medya etkileşimi ve toplumla ilgili konular (kadın cinayetleri, trafik kazaları, terör, insan hakları, çocuk istismarı, narkotik vb.) hakkında gündem oluşturabilecektir. Buna ilaveten bu ve benzeri konular bağlamında mevzuat tanıtımı yapılarak suç teşkil edecek davranışlar, bu davranışlarla karşılaşıldığında yapılması gerekenler ve bu suçların karşılığındaki cezalar hususunda vatandaşların bilgilendirilmesi sağlanacaktır. Böylece suç önlenmesine yönelik olumlu katkılar sağlanabilecektir. Burada bahsedilen faydalar için sadece bu mecralarla sınırlı kalınmayarak, oluşturulacak kamu spotları ile diğer kitle iletişim mecralarına da etki sağlanabilmelidir.

KAYNAKÇA

- ABD'de Times Meydanı metro istasyonu bombacısı ömür boyu hapse mahkum oldu, (2021). Erişim Tarihi: 19 Mayıs 2021), <https://tr.sputniknews.com/abd/202104221044339447-abd-de-times-meydani-metro-istasyonu-bombacisi-omur-boyu-hapse-mahkum-oldu/>.
- Akıllı İşaretler, (2021). Akıllı İşaretler Nedir?, Erişim Tarihi: 17 Ekim 2021, <https://www.rtukisaretler.gov.tr/AIsaretlerPublic/content?id=1&mid=3>.
- Akova, S., (2017). “Sigarayı Bırak, Hayatı Bırakma” Sloganlı Kamu Spotları Örneklerinin Alımlama Analizi Yöntemi İle İncelenmesi. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1 (2) , 15-36. DOI: 10.30692/sisad.362259.
- Bandura, A. (1973). *Agression: A Social Learning Analysis*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
- Binark, M. (2007). *Yeni Medya Çalışmaları (1.Baskı)*, Ankara: Dipnot Yayınları.
- Bomba yapmayı internetten öğrendi, (2008). Erişim Tarihi: 19 Mayıs 2021, <https://t24.com.tr/haber/bomba-yapmayi-internetten-ogrendi,8132>.
- Branding Türkiye. (2018). Dikkat Çeken 10 Kamu Spotu Reklamı, Erişim Tarihi: 02 Temmuz 2021, <https://www.brandingturkiye.com/dikkat-ceken-10-kamu-spotu-reklamı>.
- Carnagey, N. L., Anderson, C. A. ve Bushman, B. J. (2007). The Effect Of Video Game Violence On Physiological Desensitization To Real-Life Violence. *Journal of Experimental Social Psychology*, 43(3), 489-496.
- Cline, V. B., Croft, R. G. ve Courier, S. (1973). Desensitization of children to television violence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 27(3), 360–365. <https://doi.org/10.1037/h0034945>.
- Crowe, T.D. (2013). *Crime Prevention Through Environmental Design, USA: Third Edition*, Elsevier Inc.
- Cusson, M. (2006). “Situational Deterrence: Fear During The Criminal Event”, *Crime Prevention Studies*, 1, 55–68.
- Dilber, F. (2014). Kitle İletişim Araçları ve Suç Olgusu, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16 (Özel Sayı I): 60-66.
- Dorfman L. (2001) ‘Off Balance: Youth, Race and Crime in the News’, *Building Blocks for Youth*, Erişim Tarihi: 14 Ekim 2021, www.buildingblocksforyouth.org.

- Fink, D.S. Santaella-Tenorio, J. Keyes, K.M. (2018). Increase in Suicides the Months After the Death of Robin Williams in the US, Plos One, 13 (2), s. 1-12.
- Gentile, D. A. (2013). Catharsis and Media Violence: A Conceptual Analysis, Societies 3, no. 4: 491-510. <https://doi.org/10.3390/soc3040491>
- Gerbner G. (1998). Cultivation Analysis: An Overview, Mass Communication and Society, 1:3-4, 175-194, DOI: 10.1080/15205436.1998.9677855.
- Gürsoy, F. Müdriye, Y.B. ve Neriman, A. (2007). Ergenlerin Suça Yönelik Davranışlarını Akran Değerlendirmeleri ile Belirlenmesi, 6.Anadolu Adli Bilimler Kongresi, Sözel ve Poster Bildiriler Kitabı, Celal Bayar Üniversitesi, Manisa.
- Herrnstein, R. J. (1990). Rational Choice Theory: Necessary But Not Sufficient. American Psychologist, 45(3), 356.
- Hope, T. (2009). "The Political Evolution of Situational Crime Prevention in England and Wales", Crime Prevention Policies in Comparative Perspective, Edited by Adam Crawford, Chapter 2, 38-61, Willan Publishing, UK.
- Işık, M. (2005). Kitle İletişim Teorilerine Giriş. Konya: Eğitim Kitabevi.
- Jandarma Genel Komutanlığı, (2021). Erişim Tarihi: 02 Temmuz 2021, www.jandarma.gov.tr.
- Jewkes, Y. (2004). Media and Crime, London: Sage Publications.
- Kahya, Y. (2018). Medyanın Gençler Üzerinde Sosyal Sapma ve Şiddet Bağlamında Etkileri. Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 1(45), 43-57.
- Kalender, A. (2005). Siyasal İletişim, Seçmenler ve İkna Stratejileri, Konya: Çizgi Kitabevi.
- Küçükay, A. (Nisan 2019). Suç Önleme Stratejileri ve Güvenlik Politikalarına Psikolojik Bir Bakış, TAAD, Yıl:11, Sayı: 38.
- Marsh, I., & Melville, G. (2019). Crime, Justice and the Media. Routledge.
- Megep, (2007). Mesleki ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi, Çocuk Gelişimi ve Eğitimi, Ankara: Toplum ve Çocuk.
- Mutlu, E. (2005). Globallesme, Popüler Kültür ve Medya, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Pakes, F. ve Pakes, S. (2009). Criminal Psychology, Portland, Oregon: Willan Publishing.

- Pauwels, L. J. R., Svensson, R. ve Hirtenlehner, H. (2018). Testing Situational Action Theory: A Narrative Review of Studies Published Between 2006 and 2015, *European Journal of Criminology*, 2018, Volume 15, (1), 32-55.
- Pekşen, H. D. (2021). Asimetrik Stratejilerin Dönüşümünde Medya Kullanımı: Ortak Mantık, Farklı Yöntemler. *Güvenlik Bilimleri Dergisi*, 10(1), 239-258.
- RTÜK. (2021). Radyo Televizyon Üst Kurulu, Öncelikli Yayınlar ve Kamu Spotları, Erişim Tarihi: 02 Temmuz 2021, <https://www.rtuk.gov.tr/oncelikli-yayinlar-ve-kamu-spotlari/3717/3015/radyo-ve-televizyonlari-kurulus-ve-yayin-hizmetleri-hakkinda-kanun-kapsaminda-tavsiye-karari-verilen-kamu-spotlari.html>.
- Rummens, A. (2016). Criteria for the Evaluation of Crime Prevention Practices, *European Crime Prevention Network, Research Report*.
- Shanahan, J., James, S., ve Morgan, M. (1999). *Television And Its Viewers: Cultivation Theory and Research*. Cambridge University Press.
- Tannenbaum, D. P.H. (1975). Zillmann, Emotional Arousal in the Facilitation of Aggression Through Communication, Der. L. Berkowitz, *Advances in Experiment Social Psychology*, Cilt 8, Academic Press, New York.
- Türkiye Cumhuriyeti İçişleri Bakanlığı. (2021). Kadın Destek Uygulaması, , Erişim Tarihi: 02 Temmuz 2021, <https://www.icisleri.gov.tr/kadin-destek-uygulamasi-kades>.
- TÜİK, (2021). Karayolu Trafik Kaza İstatistikleri, Erişim Tarihi: 17 Ekim 2021, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Road-Traffic-Accident-Statistics-2020-37436#:~:text=%C3%9C%20karayolu%20a%C4%9F%C4%B1nda%202020%20y%C4%B1n%C4%B1nda,ise%20%C3%B6l%C3%BCml%C3%BC20yaranmal%C4%B1%20trafik%20kazas%C4%B1d%C4%B1r>.
- United Nations Office on Drugs and Crime. (2020). Comprehensive strategies for crime prevention towards social and economic development, Erişim Tarihi: 22 Mayıs 2021, <https://www.unodc.org/unodc/en/justice-and-prison-reform/cpcj-crimeprevention-home.html>.
- Vito, G.F., Maahs, J.R., Holmes, R.M. (2007). *Criminology Theory, Research, and Policy*, *Sadbury, Massachuttes: Jones and Bartlett Publishers*.
- Qin, Y.S. (2020), Fostering Brand–Consumer Interactions İn Social Media: The Role Of Social Media Uses And Gratifications, *Journal of Research in Interactive*