

## YAZILI BASINDA YER ALAN EKONOMİK KRİZ HABERLERİNDEKİ

### DUYGUSAL ZEKA İÇERİKLERİNİN İNCELENMESİ

Özet: Günümüzde medya, insanın toplumsallaşma ve eğitim sürecinde etkin bir rol oynamakta ve günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası olarak önem taşımaktadır. Toplumsal hayatta oldukça önemli bir yeri bulunması nedeniyle medya mesajları birçok açıdan ele alınmaktadır. Bunlardan biri de “duygusal zeka” olgusunun medyada nasıl yer aldığıdır.

Bu araştırmanın amacı, medyanın “duygusal zeka” kullanımının nitel olarak incelenmesidir. İnsanların birbirleriyle uyum sağlamasına yardımcı beceriler olarak tanımlanabilecek olan duygusal zeka; duyguları tanıma, duyguları yönetme, empati, motivasyon ve problem çözme olarak alt elemanlarıyla beraber ele alınmıştır. Tirajı yüksek bir ulusal gazetenin ekonomik krizin başlangıç dönemini kapsayan Eylül ve Ekim Aylarına ait haber metinleri toplanmıştır. Toplum derinden etkileyen ekonomik krizle ilgili haberlerin başlık ve alt başlıkları, duygusal zeka kullanımı açısından içerik analizi ile incelenmiştir. Bu analizler sonucunda ekonomik krizle ilgili haber metinlerinde duygusal zeka içermeyen cümlelerin daha fazla oranda olduğu görülmüştür. Duygusal zekanın alt unsurlarına göre, duyguları tanıma, cümlelerinde, duygusal zeka içermeyen oran oldukça yüksekken, problem çözme cümlelerinde duygusal zeka içeren cümleler daha fazladır. Bu sonuçların, okuyucuda ilgi uyandırmak için haberin sürekliliği ve çekiciliğini artırmak amacıyla medya tarafından sıklıkla kullanılan “toplumu yönlendirme etkisi” olarak değerlendirilmiştir.

**Anahtar kelime: duygusal zeka, yazılı basın, haber, medyanın görevleri**

### THE ANALYSIS OF ECONOMICAL CRISIS NEWS IN PRINTED USING EMOTIONAL INTELLIGENCE CUES

**Abstract:** At the present day, media has an effective role in socialization and education process of a person and also it is an important part of people’s daily life. Media has a major role in social life and therefore the messages of media are discussed in many aspects. One of these aspects is that how the notion ‘emotional intelligence’ takes place in media. The aim of the study examined “emotional intelligence” in the mass media in terms of responsibility of media. ‘Emotional intelligence’, which can be defined as the skills that help people harmonize, consists of five main notion which are understanding, manage the emotions, empathy, motivation and conflict resolution. From this starting point the news of economical

crisis in a national newspaper is analyzed in terms of the emotional intelligence during two months (September and October, 2008). In the study, news of economical crisis is subjected to quantitative content analysis in terms of the functions that are in the five main notions of 'emotional intelligence' as stated previously. The results of the analysis revealed that the news included non-emotional intelligence manner were more than emotional intelligence manner in the mass- media. In aspect of sub-scales, while non-emotional intelligence sentences were more in the understanding dimension, emotional intelligence sentences were more in the conflict resolutions.

**Keywords: Emotional intelligence, print medium, News, Functions of the media.**

## AMAÇ

Medyanın toplumsal olarak etkilerini daha iyi anlamak, çözmek ve daha sonraki aşamaları olan iyiye doğruya yönlendirmeyi beraberinde getirecektir. Bu çalışmada Medyanın toplumu eğitime görev ve sorumluluğunu ne derecede yerine getirdiğini araştırmak. Bu bağlamda gazete haberlerinin tüm toplumu derinden etkileyen ekonomik krizin okuyuculara nasıl yansıtıldığını anlamak amacıyla duygusal zeka ifadelerini içerip içermediğini incelemek.

## GİRİŞ

Günümüzde medya, kamusal gündemi şekillendirmekte ve toplumsal alanı yeniden kurmak konusunda oldukça etkili görünmektedir.

Kitle iletişim araçları, duyguları algılamada, yorumlamada ve yaşantıyı etkilemede rol oynamaktadır. Medya, ülkelerin ekonomilerinden bireylerin özel yaşantılarına kadar tüm alanları etkilemektedir (Tekinalp ve Uzun, 2006: 20, 35). Dünyamızı tanımak, anlamak, anlamlandırmak haberdar olmak için kaçınılmaz bir kısa yol oluşturan medya günümüzün her anında bizimle beraber olacağı şüphesizdir.

Medya, bireylerin, toplumsal hayattaki gelişmeleri öğrenebileceği tek kaynak olmamakla birlikte, şüphesiz en önemli bilgi kaynağıdır. Bu bağlamda medya, kişilerin söz konusu gelişmeler hakkında, hem neler düşüneceğini hem de nasıl düşüneceğini belirleyebilir (Güneş, 2001: 99).

Bireyin medyanın yarattığı bağımlılık ve baskı ile başa çıkabilmesinin ön koşulu,

duygusal becerileri, yeterlilikleri ve yetkinliklerini geliştirebilmesi ve medya eğitimi alması ile mümkündür. (Binark ve Bek, 2007: 50).

Eleştirel medya okuryazarlığı ile gençler, kolaylıkla medyanın etkilerini görebilir ve anlayabilirler. Bireyler öğrenmiş oldukları eleştirel düşünme becerisi sayesinde, medyadaki mesajı alır, analiz eder, çözümler ve doğru değerlendirebilirler. Medyanın olumsuz etkilerine maruz kalmamak için medya okuryazarlığı eğitiminin kişilere yüklenen sorumluluk olarak kalması pek tabii ki yeterli olmayacaktır. Bunun karşılığında meydanında sorumluluklarını yerine getirmesi ile medyanın etkilerini daha da iyi yönetebileceğimiz muhakkaktır.

Medyanın sahip olduğu etkiler, kişinin bilişsel ve duygusal gelişimlerine katkıda bulunabileceği gibi, kamuoyunda bir takım yeni tutumların oluşmasında ya da mevcut tutumların değişmesinde önemli etkide bulunabilirler (Dökmen, 1994: 36).

Medya tüm toplumsal yaşamımızı en çok etkileyen unsurlarından biri haline geldiyse, bu büyük etken unsurunun bizleri çocuk genç ve yetişkinleri etkileme biçimine olumlu pozitif yönler açmak çağımız için en akıllıca yaklaşım olacaktır. Medyanın toplum üzerindeki etkilerinin doğru bir şekilde yönlendirilmesi, toplum üzerinde belki de en kısa, en ekonomik, en etkili iyileştirici güç olacaktır.

### **Medya Haberciliği**

Bir olay, bir olgu üzerine edinilen, iletişim ya da yayın organlarıyla verilen bilgidir. Başka bir ifadeyle haber insanları ilgilendiren zamanlı olan, fikrin, olayın sorunun özetidir (Gürcan-Yüksel, 2005:55). Cohen ve Young “Haberler gazeteciler tarafından üretilmektedir”, Gieber ise “Haberler gazetecilerin yaptığıdır.” (Tokgöz, 2000:158) diye tanımlamaktadır.

Gazeteciler tarafından “dünün hikayesi” olarak da adlandırılan haber, medya organlarının en önemli görevidir. Toplum hayatı içinde insanların pek çok ihtiyaçlarının yanı sıra bilgilenme ihtiyaçları da vardır. Bu ihtiyaçlarını ise kitle iletişim araçları denilen medya organları aracılığıyla gidermektedirler.

Kitle iletişim araçlarının işlevleri UNESCO Komisyonu’na hazırlanan ve kısaca Mac Bride Raporu olarak bilinen çalışmada başlıca sekiz başlık altında toplanmıştır. (Atabek ve Dağtaş, 1998: 307-308):

*Haber ve Bilgi Sağlama:* Medya, gelişen olaylar hakkında haber ve bilgi aktararak,

hem ulusal hem de uluslar arası koşulların anlaşılmasını; istemli şekilde hedef kitlesinin bunlara tepki vermesini sağlayabilirler.

*Eğitim:* Bilgi aktarma işleviyle toplum hayatında oldukça önemli bir yeri olan medya, bu işlevini yerine getirirken toplum üyelerinin bilgi düzeylerini, yetenek ve becerilerini daha üst düzeye çıkarmalarına da yardımcı olmaktadır.

*Toplumsallaştırma:* Kitle iletişim araçlarının, bireylerin toplumları hakkında genel bilgi ve değerlere ulaşabilmeleri ve toplumsal hayatı bir parçası haline gelmelerinde önemli bir yeri bulunmaktadır.

*Güdüleme:* Toplumlara kendilerine belirledikleri amaçları açıklayarak, özendirerek, bireyin hem topluluk yaşamına hem bu amaçlar için sarf edilen çabalar da katılmasını sağlama işlevidir.

*Tartışma Ortamı Hazırlama:* Kitle iletişim araçları, bireye toplumun değerlerini aktarma ve onları toplumsal amaçlar yönünde bir tartışma ortamı ile geliştirmelerine katkılarda bulunmaktadır.

*Kültürün Gelişmesine Katkı:* Kültürün hem tanıtımı ve geliştirilmesinde, hem de kültür mirasının korunmasında medyanın önemli görevleri vardır.

*Eğlendirme:* Toplumsal yaşamın baskıcı temposunu üzerinde hisseden bireylere medya, iyi vakit geçirtme, dinlendirme olanaklarını daha ucuz ve çeşitlilik içinde sunabilir.

*Bütünleştirme:* Yukarıdaki işlevlerin yerine getirilmesiyle toplumdaki bireyler, gruplar arasında ilişkiler gelişmesi için ortam doğacaktır. Böylece medya organları, bütünleştirici bir misyon da yüklenmiş olacaklardır.

Görüldüğü gibi medyanın, toplum hayatı içinde oldukça önemli işlevleri bulunmaktadır. Bu araştırmanın medyanın bu işlevlerinin tümünü kapsadığını söyleyebiliriz.

## **Duygusal Zeka**

“İlk zamanlar zeka kavramı, sadece bilişsel yeteneklere dayandırılırken; araştırmalar sonucunda zeka tanımına bireyin çevreye uyumu ve çevresindeki kişilerle ilişkisi boyutlarının da dahil edilmesi gerektiği ortaya çıkmıştır. 1980’li yıllardan itibaren duygusal zeka uluslar arası arenanın dikkatini çekmeye başlamıştır. Araştırmacılar, duygusal zekanın oluşumunu,

etkilerini, yapısını, gelişimini, değişimini incelemiştir (Matthews, Zeidner ve Roberts, 2004:xv). İnsan zekasının işleyişi, mantık ve diğer bilişsel süreçlerle birlikte duygusal süreçleri de içermektedir.

İnsan enerjisinin, bilgisinin, çevresiyle kurduğu ilişkinin, toplum içinde söz sahibi olabilmesini sağlayan kaynak olan duyguların kavranmasında, yerinde ve doğru karar alınmasında, duygusal zeka etkili olmaktadır (Cooper ve Sawaf, 1998:xiii).

Duygusal zeka kavramı, insanların ortak duygu ve iletişim becerilerine dönük yeteneklerin bireysel ve sosyal yaşamdaki kullanımını kapsamaktadır. Bu açıdan duygusal zeka içsel ve toplumsal iletişimi doğrudan etkilemektedir. Günümüzde medya, hem kişisel gelişimi hem de toplumsal sosyalleşmeyi biçimlendiren ana unsurlardan biri olarak duygusal okuryazarlık gelişimini de önemli ölçüde etkilemektedir. Gündelik yaşamlarında hemen her an çeşitli türdeki medya iletileriyle iç içe olan bireyler, bu iletileri kullanma ve yorumlama becerilerini sıklıkla duygusal zeka kullanımı ve empati yoluyla geliştirmektedirler. Bireylerin yaşamlarında önemli yer tutan medya dolayısıyla toplumsallaşma süreçlerinde, maruz kaldıkları medya iletilerini nasıl ve ne ölçüde kullandıkları ve bu iletilerin duygusal zekalarının gelişiminde oynadığı rol önemli bir tartışma konusunu oluşturmaktadır.

Tüm meslek gruplarının iş performansındaki başarısında %60 oranında duygusal zekâ etkilidir. Bu konuda Avustralya'daki Queensland üniversitesinde yapılan araştırmanın bulguları, düşük performans gösteren çalışanların sadece duygusal zekâlarını geliştirerek hem iş performanslarını, hem de başarılarını arttırdıklarını ortaya koymuştur (Bradberry ve Greaves, 2006: 67).

Bu bağlamda bireylerin duygusal zekasının gelişmesi mümkünse medyanın eğitime görev ve sorumluluğu içinde toplumun duygusal zekasının gelişmesine katkıda bulunacağı çok açıktır. Gazete haberlerini duygusal zeka içermesi okuyucuların, bireylerin yani toplumun da duygusal zekasını yükseltecektir.

(Goleman, 1996:61).’ın “duygusal zeka” modelinde ise, beş temel yetenek bulunmaktadır. Aşağıda bu temel yetenekler ele alınacaktır.

*Kendini Tanıma:* Duygusal zekanın temelidir. Kişinin kendi iç dünyasını tanıması, sahip olduğu kaynakların ve gücün farkında olmasıdır (Doğan ve Demiral: 2007: 214).

*Duyguları Yönetebilme:* Kişinin duygularını kontrol ederek dürüst ve tutarlı

davranması, değişimlere karşı kendini ayarlayabilmesi, kendi gücünü, zayıflıklarını ve sınırlarını bilmesi ve bunu kabullenmesidir (Erdoędu, 2008:65).

*Motivasyon:* Bireyin bir amaç doğrultusunda, kendi arzusuyla davranması ve çaba göstermesidir. Düşünmek ve planlamak, uzak bir hedefe hazırlanmayı devam ettirmektir. Kişi, yaptığı işe heves ve keyifle motive olduğu ölçüde başarıya ulaşır. (Goleman, 1998: 107).

*Empati:* Bir kişinin kendisini karşısındaki kişinin yerine koyarak olaylara onun bakış açısıyla bakması, o kişinin duygularını ve düşüncelerini doğru olarak anlaması, hissetmesi ve bu durumu ona iletmesidir (Dökmen, 1994:135). Empati sahibi kişi, “başkalarının duygularıyla tanışık ve barışiktır”, “duygusal ipuçlarına duyarlıdır ve iyi dinler” (Baltaş, 2006: 25).

*Problem çözme:* Bu beceriler; “iletişim”, “etki yaratma ve etkileme”, “çatışma çözümü”, “işbirliği”, “ekip çalışmasına yatkınlık”, “liderlik”, “ilişki kurmak” ve “gücün farkında olmak” gibi özellikleri içerir (Goleman, 1996: 61).

## YÖNTEM

Bu çalışma, yazılı basının kriz haberlerinde duygusal zeka içeriklerinin incelendiği nitel bir araştırmadır. Yazılı basın haberlerinin duygusal zeka ifadelerini içerip içermediğini anlamak için Eylül ve Ekim Aylarında Hürriyet Gazetesi kriz haberlerinin içerik analizi yapılmıştır. Dünyada ekonomik krizin tam olarak ortaya çıktığı aylar bu haberlerin konu ve içerik olarak en yoğun olduğu aylar olarak düşünülmüştür. Hürriyet Gazetesinin seçilme sebebi ise Türkiye de yıllardır tirajı en yüksek gazete olarak istikrar göstermiştir. Gerçi son aylarda Zaman Gazetesi tirajı en yüksek rakamlar vermektedir. Fakat bu yüksek tirajın Zaman Gazetesinin okunması ile ilgili değil bedava dağıtımıyla doğrudan ilgilidir. Bu durum bu gazetenin gerçek anlamda okunduğunu göstermediğinden dolayı seçilmesi uygun bulunmamış ve Hürriyet Gazetesi’ne karar verilmiştir. Bu iki ay süresince gazetede ekonomik krizle ilgili çıkan haberlerin başlığı ve hemen altındaki alt başlıklara içerik analizi yapılmıştır.

Toplam 178 haber başlığı ve beraberindeki alt başlıklar içerik analizine tabi tutulmuştur. Bu haberlerin sayı olarak yeterli olduğu düşünülmüştür. Stempel (1952) bir gazeteden 6,12,18, 24, 48 sayılık örneklem almış ve bir konu kategorisi için ayrı ayrı her örneklem büyüklüğünden elde edilen ortalama içeriği, yıl boyunca gerçekleşen toplam içerikle karşılaştırmıştır. Stempel, örneklem büyüklüğünü 12 nin üstüne çıkarmanın kayda

değer bir doğruluk artışına yol açmadığı sonucuna varmıştır (Aktaran, Atabek, 2007).

İçerik analizinin güvenilirliği için ikinci bir uzmana başvurulmuştur. Duygusal zeka içeren cümleler konusunda iki kişilik analiz sonucunda 172 haber üzerinde duygusal zeka içerenler ve içermeyenler ve duygusal zeka unsurlarının ayrılması konusunda hem fikir sağlanmıştır. 6 haber konusunda uzlaşma sağlanamamıştır.

$$\text{Güvenirlik} = 2M / (N1+N2)$$

$$2(172) / (178+178) = \mathbf{0.96}$$

İki uzman % 96 oranında uyumludurlar. Buda oldukça yüksek bir güvenilirlik olduğunu düşündürmektedir.

Duygusal zekanın beş unsuru yukarda tanımlandığı üzere içerik çözümlenmesine alınmıştır.

Örneğin “krizi fırsata çevirecek teşvikler geliyor.” Alt başlığında ise fırsatın ayrıntılarından bahsedilmektedir. Bu haber cümlesi problem çözümüne ilişkin duygusal zeka unsuru taşımaktadır. Bunun karşısında “kriz yüzünden firmalar işçi çıkarıyorlar işsizlik büyüyecek” şeklindeki haberde işçi çıkaran firmaların adı bulunmamakta gazete kendi yorumunu vermektedir. Bu cümle ise duygusal zeka unsuru içermemektedir ve olumsuz bir problem çözüm ifadesi kullanmaktadır. Yine diğer bir örnekte görüleceği gibi; “siyasi istikrar bozuluyor, ekonomide kötüye gidiyor.” İfadesinin alt cümlelerine de bakıldığında verilere rastlanmamıştır. Bu haber bir ekonomik krize ilişkin duyguları yönlendirme kapsamında olup duygusal zeka içermemektedir. “Türkiye krizden iyi durumda çıkabilir. “İfadesinin alt cümlelerine bakıldığında bir büyük banka müdürünün kamu maliyesinin gidişine ilişkin gerçekçi açıklamalarına bakılarak bu haberin duyguları yönlendirme kapsamında duygusal zeka içerdiğini söyleyebiliriz.

Bu araştırmanın duygusal zeka unsurları tanımlarının net ve yeterli olması ölçmenin geçerliliği için önemlidir. Bu araştırmanın içerik analizinde yine iki uzmanın cümlelerin analizini yaparken aynı cümleleri aynı duygusal zeka elemanı olarak değerlendirmişlerdir. Bu analizin geçerliliğine ilişkin bir gösterge olarak değerlendirilebilir.

İçerik analizinde duygusal zekanın; tanıma, duyguları yönlendirme, motivasyon, empati, problem çözme unsurları altında haber cümlelerinde yer alıp almadığına bakılmıştır.

Okuyucuda oluşturulmak istenen duyguların hangi öğelerle ve nasıl desteklenmeye çalışıldığı ortaya çıkarılmak istenmiştir.

Bu araştırmada, yazılı basının ekonomik kriz gibi tüm toplumu ilgilendiren bir durumu nasıl ortaya koyduğu, bunu ortaya koyarken gösterdiği tutumu belirlemek ve medyanın topluma karşı görev ve sorumluluklarını yerine getirip getirmediği incelenmiştir. Böylelikle habercilere insanların dikkatini çekebilecek haber sunumlarında nelere dikkat etmeleri gerektiği, eğitime sorumluluk ve görevlerini ne kadar yerine getirdiklerini ortaya çıkarmaktır. İzleyicilerin ise izledikleri haberlerde duyguların nasıl ön plana çıkarılarak dikkatlerinin çekilmek istendiği konusunda bazı öngörülerde bulunmaya çalışılmıştır.

## **BULGULAR**

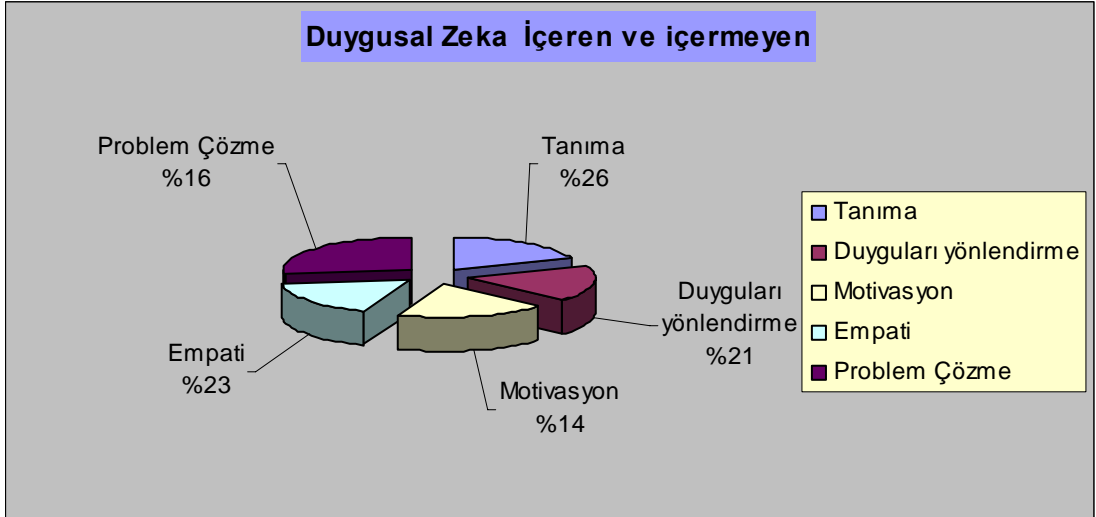
Bu araştırmada toplam 172 ekonomik kriz haberin 79 cümlede (%46) duygusal zeka içeren ifadeler bulunmaktadır. 93 cümlede ise (%54) duygusal zeka içermeyen haberler yer almıştır.

Tüm haberler öncelikle duygusal zeka içerip içermediğine bakılmaksızın duygusal zekanın alt unsurlarına ayrılmıştır. Buna göre tüm haberlerin ayrıldıkları alt unsurlara göre yüzdeler dağılımı Şekil 1 deki gibidir.

Duygusal zeka içeren 79 haber cümlesi yine duygusal zekanın alt unsurlarına ayrılarak kendi içinde yüzdeler dağılımlarına ayrılmıştır. Şekil 2 Duygusal zeka içermeyen 93 haber cümlesi yine duygusal zekanın alt unsurlarına ayrılarak kendi içinde yüzdeler dağılımlarına ayrılmıştır. Şekil 3

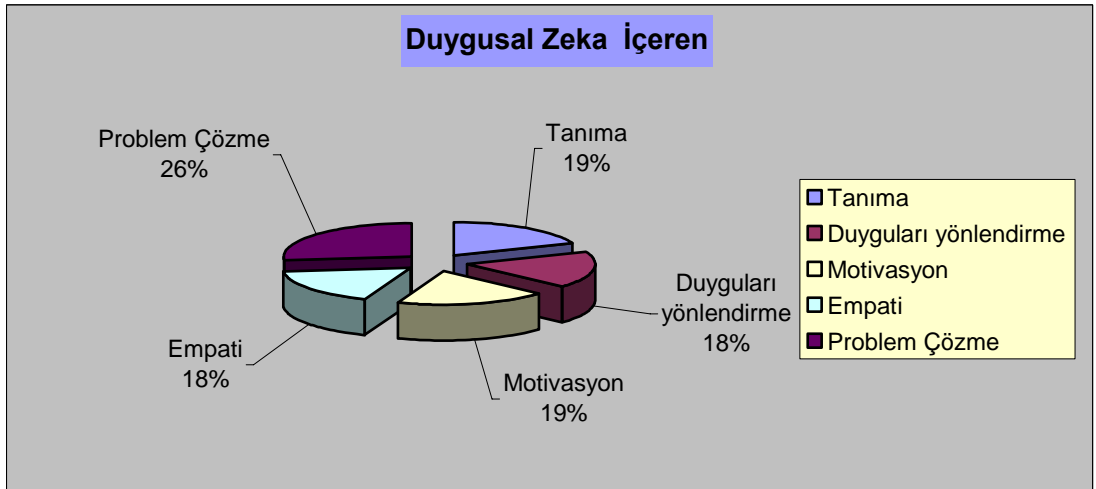
Şekil1: Tüm Ekonomik Kriz Haberlerinin Toplamı





\_Duygusal zeka içeren ve içermeyen haberlerin toplamına bakıldığında en yüksek puanı ekonomik krize ilişkin tanımlamalarda duygusal zeka içeren ve içermeyen cümleler %26 oranıyla en yüksek kısmı oluşturmaktadır.

Şekil 2: Duygusal Zeka İçeren Ekonomik Kriz Haberlerinin Toplamı



Duygusal zeka içeren haberlerin içinde problem çözme % 26 oranıyla en yüksek oranda olduğu görülmektedir.

Şekil 3: Duygusal Zeka İçermeyen Ekonomik Kriz Haberlerinin Toplamı

## Duygusal Zeka İçermeyen

