

T.C
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON SİNEMA ANABİLİM DALI

DOKTORA TEZİ

TELEVİZYONDA ÇERÇEVELEME VE
TOPLUMSAL BAKIŞ AÇISININ
OLUŞTURULMASI

ZUHAL AKMEŞE
2502130445

TEZ DANIŞMANI
PROF. DR. NEŞE KARS TAYANÇ

İSTANBUL 2017



T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



DOKTORA
TEZ ONAYI

ÖĞRENCİNİN;

Adı ve Soyadı : ZUHAL AKMEŞE Numarası : 2502130445
Anabilim Dalı / Anasanat Dalı / Programı : RADYO TV SINEMA/ DOKTORA Danışmanı : PROF. DR. NEŞE KARS TAYANÇ
Tez Savunma Tarihi : 16.11.2017 Saati : 13:00
Tez Başlığı : TELEVİZYONDA ÇERÇEVELEME VE TOPLUMSAL BAKIŞ AÇISININ OLUŞTURULMASI

TEZ SAVUNMA SINAVI, İÜ Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 50. Maddesi uyarınca yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin KABULÜNE OYBİRLİĞİ / OYÇOKLUĞUYLA karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATI (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- PROF. DR. NEŞE KARS TAYANÇ		Kabul
2- PROF. DR. NİLÜFER TİMİSİ NALÇAOĞLU		Kabul
3- PROF. DR. CEYHAN KANDEMİR		Kabul
4- PROF. DR. ALEV PARSA		Kabul Uygun
5- YRD. DOÇ. DR. SERHAT ERDEM		KABUL

YEDEK JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATI (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- DOÇ. DR. GÜLİN TEREK ÜNAL		
2- YRD. DOÇ. DR. UĞUR CEVDET PANAYIRCI		

ÖZ

TELEVİZYONDA ÇERÇEVELEME VE TOPLUMSAL BAKIŞ AÇISININ OLUŞTURULMASI ZUHAL AKMEŞE

Çerçevelemeyi haberin üretim sürecinden başlayan ve haber içerisinde var olan bütün metinsel ve görsel imgeler üzerinde inşa edilmiş çok boyutlu bir süreç olarak tanımlamak olanaklıdır. Özellikle yazılı basında haber metinlerinin çözümlenmesi kapsamında kullanılan çerçeveleme çözümlemesi 1990'lı yılların başından itibaren bilimsel bir yöntem olarak ortaya çıkmıştır. Çerçeveleme çözümlemesi, haber öykülerini sınıflandırmanın işlevsel bir yöntemi olarak sadece metin yoluyla değil, aynı zamanda görsel olarak da, haber çerçevelerini çözümlemek amacıyla işlevsel bir teknik olarak kullanılabilmektedir.

Televizyon ana haber bültenlerinin görüntü çerçevelemesi çözümlemesi yöntemi ile incelendiği bu tez çalışmasında haberin üretim sürecinden itibaren konusal olarak çerçeveleme süreci, içeriksel çerçeveleme süreci ve görüntü çerçevelemesi bağlamında boyutları ele alınarak çerçevelemenin boyutları değerlendirilmiştir.

Örnekleme dahil edilen *TRT 1*, *ATV*, *KANAL D*, *FOX TV*, *SHOW TV* ve *KANAL 7* televizyon kanallarına ait ana haber bültenleri 1-31 Mart 2017 tarih aralığında hafta içi yayınlanan ana haber bültenleri incelenmiştir. 23 günlük izleme sonucunda elde edilen 3320 haber belirlenen konu başlıkları altında sınıflandırılarak hangi konulara ne kadar yer verildiği saptanmıştır. Televizyon kanallarının ana haber bültenlerinden elde edilen veriler çerçevelemenin konusal ve görüntü çerçevelemesi boyutları esas alınarak bu tez kapsamında oluşturulan Görünü Çerçevelemesi Çözümlemesi yöntemi ile analiz edilerek çalışma tamamlanmıştır. Çalışma sonucunda televizyon haberlerinin benzer çerçevelerle toplumsal bakış açısını yönlendirdiği saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Televizyon Haberciliği, Çerçeveleme Çözümlemesi, Konusal Çerçeveleme, İçeriksel Çerçeveleme, Görüntü Çerçevelemesi

ABSTRACT

FRAMING ON TELEVISION AND CREATE THE SOCIAL POINT OF VIEW ZUHAL AKMEŞE

It is possible to define framing as a multidimensional process built on all the textual and visual images that begin from the production process of news and are present in the news. Framing analysis, especially used in the analysis of news texts at the beginning, emerged as a scientific method from the beginning of 1990's. Framing analysis can be used not only as a functional method of classifying news stories but also visually as a functional technique to analyze news frames.

In this thesis study, which is analyzed with the method of image frame analysis of main news bulletins of television, dimensions of framing are evaluated by taking into account of subjectual framing process, contextual framing process and image framing context from the news production process.

Evening news bulletins of TRT 1, ATV, KANAL D, FOX TV, SHOW TV and KANAL 7 television channels that are broadcasted on weekdays between March 1st and March 31st 2017 are included in the sampling for analyzed news items. The 3320 news items that were obtained during the 23 days of observation were classified under the headings of the identified topics, and it was determined how much importance was allocated to them. The data obtained from evening news bulletins of television channels were analyzed by image framing analysis method based on the issue and image framing dimensions of framing and the study was completed. As a result of the study, it was found that the television news directed similar aspects of the social point of view.

Keywords: Television Journalism, Framing Analysis, Subjectual Framing, Contextual Framing, Image Framing

ÖNSÖZ

Medya, teknolojinin gelişmesiyle birlikte toplumsallaşmanın en önemli unsurlarından biri haline gelmiştir. Teknolojik gelişmelerden en fazla etkilenen alanların başında iletişim gelmektedir. İletişim alanındaki bu değişim toplumu bütün boyutlarıyla etkilemektedir. Medya toplumsal alanı biçimlendiren, yönlendiren ve dönüştüren en etkili kurumlardan biridir. İletişim alanında yapılan birçok çalışma medyanın toplum üzerinde yarattığı etkinin boyutları hakkında fikir vermektedir.

Televizyonda Çerçeveleme ve Toplumsal Bakış Açısının Oluşturulması başlıklı bu doktora tezi çalışmasında medyanın televizyon haberleri aracılığıyla kurduğu çerçevelerle toplumsal bakışı nasıl şekillendirdiği ve toplumsal bakışı ne tarafa çektiği incelenmektedir. Bu bağlamda seçilen televizyon kanallarında yer alan ana haber bültenleri üzerinden kurulan çerçevelerle toplumsal bakışın nasıl biçimlendirildiği örnek haberler üzerinden Görüntü Çerçevelemesi Çözümlemesi yöntemi ile incelenmiştir.

Bu zorlu çalışma sırasında desteği, sevgisi ve emeğinin yanı sıra bilgi ve deneyimini benimle paylaşan ve öğrencisi olmaktan onur duyduğum çok değerli hocam ve tez danışmanım *Prof. Dr. Neşe KARS TAYANÇ*'a ve çok değerli eşi *Dinç TAYANÇ*'a emekleri, samimiyetleri ve dostlukları için sonsuz teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım. Aynı zamanda hayatımda çok özel bir yeri olan değerli hocam *Prof. Dr. Alev Fatoş PARSA*'ya ve değerli hocam *Prof. Dr. Nilüfer TİMİSİ*'ye, manevi desteklerini esirgemeyen arkadaşlarım *Yrd. Doç. Dr. Serhat ERDEM*'e, *Yrd. Doç. Dr. Özlem ARDA*'ya, *Yrd. Doç. Dr. Ayşegül AKAYDIN AYDIN*'a ve *Arş. Gör. Kemal DENİZ*'e, birlikte çalıştığım hocalarım ve mesai arkadaşlarıma, bütün eğitim hayatım boyunca desteklerini esirgemeyen ve varlıklarıyla güç bulduğum anneme, hayatımı anlamlandıran kardeşlerim *Arş. Gör. Eşref AKMEŞE*' ye, *Esra KAYA*' ya, *Leyla AKMEŞE*'ye ve bu zorlu süreçte bana yaşam enerjisi veren ailemizin yeni üyesi sevgili yeğenim *Roza KAYA*'ya sonsuz teşekkürler.

Zuhal AKMEŞE

İSTANBUL

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	iii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ.....	v
GRAFİKLER LİSTESİ.....	x
TABLolar LİSTESİ.....	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xiv
FOTOĞRAFLAR LİSTESİ	xv
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM ÇERÇEVELEME VE TOPLUMSAL BAKIŞ

1.1. Toplum	8
1.2. Kitle.....	13
1.3. Devlet	14
1.4. Toplumsallaşma	16
1.4.1. Toplumsal Gruplar.....	18
1.4.2. Toplumsal Kurum ve Kuruluşlar	20
1.4.3. Kültür.....	21
1.4.4. Din ve İnançlar	27
1.4.5. Değerler	29
1.4.6. Gelenekler.....	30
1.4.7. Normlar.....	30
1.4.8. Simgeler/Semboller	32
1.4.9. Dil	33
1.4.10. İletişim	34
1.4.11. Kitle İletişim Araçları	36
1.5. Toplumsal Bakış ve Çerçeve	41
1.5.1. Çerçeve	42
1.5.2. Çerçeveleme	45
1.5.3. Çerçevelemeye Kuramsal Yaklaşımlar.....	47
1.5.4. Çerçeveleme Etkisi ve Çerçevelemenin Gücü.....	54

1.5.5. Çerçeveleme ve Gündem Belirleme Yaklaşımlarının Farkı.....	57

İKİNCİ BÖLÜM

TELEVİZYON HABERCİLİĞİ VE HABERDE ÇERÇEVELEME

2.1. Televizyonun İletişim Yaşamına Girmesi.....	63
2.1.1. Televizyon Kuruluşlarının Örgütsel Yapısı	64
2.1.2. Televizyonun İşlevleri	66
2.1.3. Televizyonun Özellikleri	69
2.1.4. Televizyonun Öğeleri ve Anlatım Özellikleri	72
2.1.4.1. Görüntü	73
2.1.4.2. Ses	75
2.2. Televizyonda Haber ve Televizyon Haberciliğinin Özellikleri	76
2.2.1. Haber Kavramı ve Haberin Tanımları	78
2.2.2. Haber Değerlendirme ve Editoryal Süreç	81
2.2.3. Televizyon Haberciliğinin Özellikleri	86
2.2.4. Televizyon Haber Türleri	91
2.3. Televizyon Haberlerinde Çerçeveleme ve Ekran Düzenlemesi	93
2.3.1. Haberde Çerçeveleme	95
2.3.2. Haberde Çerçevelemenin Boyutları	103
2.3.2.1. Konusal Çerçeveleme	104
2.3.2.2. İçeriksel Çerçeveleme.....	105
2.3.2.3. Görüntü Çerçevelemesi.....	107
2.3.3. Görüntü Çerçevelemesinin Unsurları	110
2.3.3.1. Kadraj.....	111
2.3.3.2. Kompozisyon	111
2.3.3.3. Kamera.....	119
2.3.3.4. Kurgu	135

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE TELEVİZYON ANA HABER BÜLTENLERİNDE GÖRÜNTÜ ÇERÇEVELEMESİ ÇÖZÜMLEMESİ

3.1. Türkiye’de Televizyon Kuruluşlarının Yapısı	139
3.1.1. 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun.....	142
3.1.2. Avrupa Sınırötesi Yayıncılık Sözleşmesi.....	148

3.2. Çözümlemenin Örneklemini Oluşturan Televizyon Kanalları ve Ana Haber	
Bültenlerinin İzlenme Oranları	149
3.2.1. TRT 1	150
3.2.2. ATV	151
3.2.3. FOX TV	151
3.2.4. KANAL D	152
3.2.5. SHOW TV	152
3.2.6. KANAL 7.	153
3.3. Örneklemini Oluşturan Televizyon Ana Haber Bültenlerinde Haber Çerçevelerinin	
Çözümlemesi	166
3.3.1. Konusal Çerçeveleme	167
3.3.1.1. TRT 1 Ana Haber Bültenlerinde Haber Konuları.....	187
3.3.1.2. ATV Ana Haber Bültenlerinde Haber Konuları	191
3.3.1.3. FOX TV Ana Haber Bültenlerinde Haber Konuları	195
3.3.1.4. Kanal D Ana Haber Bültenlerinde Haber Konuları	199
3.3.1.5. Show TV Ana Haber Bültenlerinde Haber Konuları.....	203
3.3.1.6. Kanal 7 Ana Haber Bültenlerinde Haber Konuları.....	207
3.3.2. Görüntü Çerçevelemesi	211
3.3.2.1. TRT 1 Ana Haber Bültenlerinde Görüntü Çerçevelemesi.....	212
3.3.2.2. ATV Ana Haber Bültenlerinde Görüntü Çerçevelemesi	217
3.3.2.3. FOX TV Ana Haber Bültenlerinde Görüntü Çerçevelemesi .	222
3.3.2.4. Kanal D Ana Haber Bültenlerinde Görüntü Çerçevelemesi ..	227
3.3.2.5. Show TV Ana Haber Bültenlerinde Görüntü Çerçevelemesi	232
3.3.2.6. Kanal 7 Ana Haber Bültenlerinde Görüntü Çerçevelemesi...	241
3.4. Örneklemini Oluşturan Televizyon Ana Haber Bültenlerinde Örnek Haberlerin	
Görüntü Çerçevelemesinin Çözümlemesi	246
3.4.1.“Hollanda Krizi” Örnek Haberinin Görüntü Çerçevelemesinin	
Çözümlemesi	246
3.4.2.“Hollanda Krizi” Örnek Haberinin Görüntü Çerçevelemesinin	
Değerlendirilmesi.....	295
3.4.3.“Türk Telekom Reklam Film”i Örnek Haberinin Görüntü	
Çerçevelemesinin Çözümlemesi	297

3.4.4. “Türk Telekom Reklam Filmi” Örnek Haberinin Görüntü	
Çerçevelemesinin Değerlendirilmesi	309
3.4.5. “Büyükanne Maaşı” Örnek Haberinin Görüntü Çerçevelemesinin	
Çözümlemesi	311
3.4.6. “Büyükanne Maaşı” Örnek Haberinin Görüntü Çerçevelemesinin	
Değerlendirilmesi.....	329
3.5. Tüm Kanalların Konusal Çerçeveleme ve Görüntü Çerçevelemesi	
Çözümlemesinin Karşılaştırılması ve Değerlendirmesi	332
SONUÇ	343
KAYNAKÇA	350
ÖZGEÇMİŞ	368

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik-1: En çok Haber Yapılan İlk 3 Konunun Kanallara Göre Dağılımı.....	186
Grafik-2: TRT 1 Ana Haber Bültenleri Konu Dağılımları	190
Grafik-3: ATV Ana Haber Bültenleri Konu Dağılımları.....	194
Grafik-4: FOX TV Ana Haber Bültenleri Konu Dağılımları	198
Grafik-5: Kanal D Ana Haber Bültenleri Konu Dağılımları	202
Grafik-6: Show TV Ana Haber Bültenleri Konu Dağılımları	206
Grafik-7: Kanal 7 Ana Haber Bültenleri Konu Dağılımları	210

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo-1: 1 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzenme Oranları.....	154
Tablo-2: 2 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzenme Oranları.....	154
Tablo-3: 3 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzenme Oranları.....	155
Tablo-4: 6 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzenme Oranları.....	155
Tablo-5: 7 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzenme Oranları.....	156
Tablo-6: 8 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzenme Oranları.....	156
Tablo-7: 9 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzenme Oranları.....	157
Tablo-8: 10 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzenme Oranları.....	157
Tablo-9: 13 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzenme Oranları.....	158
Tablo-10: 14 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzenme Oranları.....	158
Tablo-11: 15 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzenme Oranları.....	159
Tablo-12: 16 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzenme Oranları.....	159
Tablo-13: 17 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzenme Oranları.....	160
Tablo-14: 20 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzenme Oranları.....	160
Tablo-15: 21 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzenme Oranları.....	161
Tablo-16: 22 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzenme Oranları.....	161
Tablo-17: 23 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzenme Oranları.....	162
Tablo-18: 24 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzenme Oranları.....	162
Tablo-19: 27 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzenme Oranları.....	163
Tablo-20: 28 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzenme Oranları.....	163
Tablo-21: 29 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzenme Oranları.....	164
Tablo-22: 30 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzenme Oranları.....	164
Tablo-23: 31 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzenme Oranları.....	165
Tablo-24: 1-31 Mart 2017 rneklemi Oluşturan Kanalların Ana Haber Bülteni İzenme Oranlarının Sıralaması.....	165
Tablo-25: Yayınlanan Toplam Haber Sayı ve Süresi.....	166
Tablo-26: 1-31 Mart 2017 Tüm Kanallara Ait Haberlerin Konu Dağılımı.....	170
Tablo-27: Siyaset Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı.....	171
Tablo-28: Polis/Adliye Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı	172

Tablo-29: Magazin/Eğlence Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı	173
Tablo-30: Dış Haber Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı	174
Tablo-31: Terör Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı.....	175
Tablo-32: Ekonomi/Finans Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı	176
Tablo-33: Sağlık Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı	177
Tablo-34: Çevre Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı	178
Tablo-35: Eğitim Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı	179
Tablo-36: Kent Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı.....	180
Tablo-37: Kültür/Sanat Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı	181
Tablo-38: Teknoloji Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı.....	182
Tablo-39: Spor Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı.....	183
Tablo-40: Tarım Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı.....	184
Tablo-41: Portre Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı.....	185
Tablo-42: 1-31 Mart 2017 TRT 1 Ana Haber Bültenine ait Konu Dağılımı	187
Tablo-43: 1-31 Mart 2017 TRT 1 Ana Haber Bülteni Günlük Konu Dağılımı	189
Tablo-44: 1-31 Mart 2017 ATV Ana Haber Bültenine ait Konu Dağılımı.....	191
Tablo-45: ATV 1-31 Mart 2017 Ana Haber Bülteni Günlük Konu Dağılımı	193
Tablo-46: 1-31 Mart 2017 FOX TV Ana Haber Bültenine ait Konu Dağılımı.....	195
Tablo-47: FOX TV 1-31 Mart 2017 Hafta İçi Ana Haber Bülteni Günlük Konu Dağılımı.....	197
Tablo-48: 1-31 Mart 2017 Kanal D Ana Haber Bültenine ait Konu Dağılımı	199
Tablo-49: Kanal D 1-31 Mart 2017 Hafta İçi Ana Haber Bülteni Günlük Konu Dağılımı.....	201
Tablo-50: 1-31 Mart 2017 Show TV Ana Haber Bültenine ait Konu Dağılımı	203
Tablo-51: Show TV 1-31 Mart 2017 Hafta İçi Ana Haber Bülteni Günlük Konu Dağılımı.....	205
Tablo-52: 1-31 Mart 2017 Kanal 7 Ana Haber Bültenine ait Konu Dağılımı	207
Tablo-53: Kanal 7 1-31 Mart 2017 Hafta İçi Ana Haber Bülteni Günlük Konu Dağılımı.....	209
Tablo-54: Hollanda Krizi Haberinin Görüntü Çerçevelemesi Değerlendirme Tablosu	295

Tablo-55: Türk Telekom Reklam Filmi Haberinin Görüntü Çerçevelemesi Değerlendirme Tablosu	310
Tablo-56: Büyükanne Maaşı Haberinin Görüntü Çerçevelemesi Değerlendirme Tablosu	329
Tablo-57: Televizyon Ana Haber Bültenlerine Ait Görüntü Çerçevelemesi Değerlendirme Tablosu	339



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil-1: Zihinsel Programlamada Benzersizliğin (eşsizlik) Üç Seviyesi	25
Şekil-2: Farklı Derinlik Seviyelerine Göre Kültür Belirtileri.....	25
Şekil-3: Salma Ghanem'in Çerçevenin 4 Temel Boyutu	109
Şekil-4: Kameranın Nesnenin Konumuna Göre Açıları.....	126



FOTOĞRAFLAR LİSTESİ

Fotoğraf-1: TRT 1 Ana Haber Açılış Sahneleri.....	212
Fotoğraf-2: TRT 1 Ana Haber Bülteni Erhan Çelik Sunum.....	213
Fotoğraf-3: TRT 1 Ana Haber “Doğrusu Ne” Açılış Görüntüsü.....	214
Fotoğraf-4: TRT 1 Ana Haber “Doğrusu Ne” Kapanış Görüntüsü	215
Fotoğraf-5: TRT 1 Ana Haber Bülteni Kapanış Görüntüsü	215
Fotoğraf-6: TRT 1 Ana Haber Bülteni Kapanış Görüntüsü	216
Fotoğraf-7: ATV Ana Haber Bülteni Açılış Jeneriği.....	217
Fotoğraf-8: ATV Ana Haber Bülteni Açılış Görüntüsü	218
Fotoğraf-9: ATV Ana Haber Açılış Görüntüsü	219
Fotoğraf-10: ATV Ana Haber Bülteni Özel Haber Sunum Görüntüsü	220
Fotoğraf-11: ATV Ana Haber Bülteni Özel Haber Görüntüsü	220
Fotoğraf-12: ATV Ana Haber Bülteni Özel Haber Görüntüsü	221
Fotoğraf-13: ATV Ana Haber Bülteni Kapanış Görüntüleri	221
Fotoğraf-14: FOX TV Ana Haber Bülteni Açılış Görüntüsü	223
Fotoğraf-15: FOX TV Ana Haber Bülteni Fatih Portakal	223
Fotoğraf-16: FOX TV Ana Haber Görüntüleri.....	224
Fotoğraf-17: FOX TV Ana Haber Görüntüleri.....	224
Fotoğraf-18: FOX TV Ana Haber Bülteni Görüntüleri	225
Fotoğraf-19: FOX TV Ana Haber Kapanış Görüntüsü	225
Fotoğraf-20: Kanal D Ana Haber Görüntüsü	227
Fotoğraf-21: Ahmet Hakan’la Kanal D Haber Geçiş Görüntüsü	228
Fotoğraf-22: Kanal D Ana Haber Ahmet Hakan Açılış Görüntüsü.....	229
Fotoğraf-23: Kanal D Ana Haber Bülteni Çoklu Ekran Kullanımı	229
Fotoğraf-24: Kanal D Ana Haber İkili Ekran Kullanımı.....	230
Fotoğraf-25: Kanal D Ana Haber Bülteni Ahmet Hakan Sunum.....	230
Fotoğraf-26: Kanal D Ana Haber Görüntüsü	231
Fotoğraf-27: Show TV Ana Haber Bülteni Açılış Görüntüsü	233
Fotoğraf-28: Show TV Ana Haber Bülteni Jülide Ateş.....	233
Fotoğraf-29: Show TV Ana Haber Bülteni Julide Ateş Haber Sunum.....	234
Fotoğraf-30: Show TV Ana Haber Bülteni Led Ekran Kullanımı.....	234

Fotoğraf-31: Show TV Ana Haber Bülteni Muhabirle Bağlantı	235
Fotoğraf-32: Show TV Ana Haber Bülteni Ekran Düzenlemesi Örneği	236
Fotoğraf-33: Show TV Ana Haber Bülteni Yakın Plan Kullanımı	236
Fotoğraf-34: Show TV Ana Haber Bülteni Röportaj Örneği	237
Fotoğraf-35: Show TV Ana Haber Kapanış Görüntüsü	238
Fotoğraf-36: Show TV Ana Haber Kapanış Görüntüsü	239
Fotoğraf-37: Show TV Ana Haber Kapanış Görüntüsü	240
Fotoğraf-38: Kanal 7 Ana Haber Bülteni Açılış Jeneriği	242
Fotoğraf-39: Kanal 7 Ana Haber Bülteni Açılış Görüntüsü	242
Fotoğraf-40: Kanal 7 Ana Haber Bülteni İkili Ekran Kullanımı	243
Fotoğraf-41: Kanal 7 Ana Haber Bülteni Kapanış Görüntüsü	244
Fotoğraf-42: Kanal 7 Ana Haber Bülteni Kapanış Görüntüsü	245
Fotoğraf-43: TRT 1 Ana Haber Bülteni Hollanda Krizi Sunumu	248
Fotoğraf-44: TRT 1 Ana Haber Bülteni Görüntüsü.....	249
Fotoğraf-45: TRT 1 Ana Haber Bülteni Hollanda Krizi Haberi.....	250
Fotoğraf-46: TRT 1 Ana Görüntü Belirginleştirme Tekniği Kullanımı	250
Fotoğraf-47: TRT 1 Ana Haber Bülteni Geniş Plan Kullanımı.....	251
Fotoğraf-48: TRT 1 Ana Haber Bülteni Resmi Bina Kullanımı	252
Fotoğraf-49: TRT 1 Ana Haber Bülteni Spot Kullanımı Örneği.....	252
Fotoğraf-50: TRT 1 Ana Haber Bülteni Grafik Kullanımı.....	253
Fotoğraf-51: ATV Ana Haber Bülteni Diz Plan Örneği	254
Fotoğraf-52: ATV Ana Haber Bülteni Görüntüsü	255
Fotoğraf-53: ATV Ana Haber Bülteni Fatma Betül Sayan	256
Fotoğraf-54: ATV Ana Haber Bülteni Spot Kullanımı	256
Fotoğraf-55: ATV Ana Haber Bülteni Görüntüsü	257
Fotoğraf-56: ATV Ana Haber Bülteni Spot Kullanımı	258
Fotoğraf-57: ATV Ana Haber Bülteni Görüntüsü	258
Fotoğraf-58: ATV Ana Haber Bülteni Görüntüsü	259
Fotoğraf-59: ATV Ana Haber Bülteni Görüntüsü	259
Fotoğraf-60: Muhabirle Canlı Bağlantı ve İkili Ekran Kullanımı	260
Fotoğraf-61: FOX TV Ana Haber Bülteni Görüntüsü.....	261
Fotoğraf-62: FOX TV Ana Haber Bülteni Yakın Plan Kullanımı.....	262

Fotoğraf-63: FOX TV Ana Haber Bülteni Görüntüsü.....	263
Fotoğraf-64: FOX TV Ana Haber Bülteni Göğüs Plan Kullanımı.....	263
Fotoğraf-65: FOX TV Ana Haber Bülteni Yazı ve Spot Kullanımı.....	264
Fotoğraf-66: FOX TV Ana Haber Bülteni İkili Ekran ve Harita Kullanımı	265
Fotoğraf-67: FOX TV Ana Haber Bülteni Grafik Kullanımı	265
Fotoğraf-68: FOX TV Ana Haber Bülteni Görüntüsü.....	266
Fotoğraf-69: FOX TV Ana Haber Bülteni Grafik Kullanımı	267
Fotoğraf-70: FOX TV Ana Haber Bülteni Fatma Betül Sayan	267
Fotoğraf-71: Kanal D Ana Haber Bülteni Giriş Görüntüsü.....	269
Fotoğraf-72: Kanal D Ana Haber Bülteni Görüntüsü.....	269
Fotoğraf-73: Kanal D Ana Haber Bülteni Görüntüsü.....	270
Fotoğraf-74: Kanal D Ana Haber Bülteni Yakın Plan.....	270
Fotoğraf-75: Kanal D Ana Haber Bülteni İkili Ekran Kullanımı	271
Fotoğraf-76: Kanal D Ana Haber Bülteni Geniş Plan Kullanımı	272
Fotoğraf-77: İkili Ekran ve Görüntü Belirginleştirme.....	272
Fotoğraf-78: Kanal D Ana Haber Bülteni Alt Açık Kullanımı	273
Fotoğraf-79: Kanal D Ana Haber Bülteni Canlı Bağlantı	273
Fotoğraf-80: Kanal D Ana Haber Bülteni İkili Ekran Kullanımı	274
Fotoğraf-81: Kanal D Ana Haber Bülteni Görüntü Belirginleştirme	274
Fotoğraf-82: Show TV Ana Haber Bülteni Giriş Görüntüsü.....	275
Fotoğraf-83: Show TV Ana Haber Bülteni Giriş Görüntüsü.....	276
Fotoğraf-84: Show TV Ana Haber Bülteni Giriş Görüntüsü.....	276
Fotoğraf-85: Show TV Ana Haber Bülteni Yazı Kullanımı.....	277
Fotoğraf-86: Görüntü Belirginleştirme Tekniği	277
Fotoğraf-87: Show TV Ana Haber Bülteni İkili Ekran Kullanımı	278
Fotoğraf-88: Show TV Ana Haber Bülteni Yazı ve Görsel Kullanımı	279
Fotoğraf-89: Show TV Ana Haber Bülteni LED Ekran Kullanımı	279
Fotoğraf-90: Show TV Ana Haber Bülteni Stüdyo Görüntüsü	280
Fotoğraf-91: Show TV Ana Haber Bülteni İç Kadraj Kullanımı	280
Fotoğraf-92: İç Kadraj Kullanımı ve Görüntü Belirginleştirme.....	281
Fotoğraf-93: Show TV Ana Haber Bülteni Canlı Bağlantı	282
Fotoğraf-94: Show TV Ana Haber Bülteni Bekir Bozdağ	283

Fotoğraf-95: Show TV Ana Haber Bülteni Yazı Kullanımı.....	283
Fotoğraf-96: Show TV Ana Haber Bülteni Arşiv Görüntü Kullanımı.....	284
Fotoğraf-97: Show TV Ana Haber Bülteni Görüntüsü.....	285
Fotoğraf-98: Show TV Ana Haber Bülteni Omuz Plan.....	285
Fotoğraf-99: Show TV Ana Haber Bülteni Blick Gazetesi	286
Fotoğraf-100: Show TV Ana Haber Bülteni Görüntüsü.....	287
Fotoğraf-101: Show TV Ana Haber Bülteni Genel Plan.....	287
Fotoğraf-102: Show TV Ana Haber Bülteni Ömer Çelik.....	288
Fotoğraf-103: Kanal 7 Ana Haber Bülteni Görüntüsü	289
Fotoğraf-104: Kanal 7 Ana Haber Bülteni Yakın Plan Kullanımı	290
Fotoğraf-105: Kanal 7 Ana Haber Bülteni İç Kadraj Kullanımı	290
Fotoğraf-106: Kanal 7 Ana Haber Bülteni Göğüs Plan Kullanımı.....	291
Fotoğraf-107: Kanal 7 Ana Haber Bülteni Görüntüsü	292
Fotoğraf-108: Kanal 7 Ana Haber Bülteni Görüntüsü	292
Fotoğraf-109: Kanal 7 Ana Haber Bülteni İkili Ekran Kullanımı.....	293
Fotoğraf-110: Kanal 7 Ana Haber Bülteni Görüntüsü	294
Fotoğraf-111: TRT 1 Ana Haber Bülteni Türk Telekom Reklam Filmi Görüntüsü.....	298
Fotoğraf-112: TRT 1 Ana Haber Bülteni Spot Kullanımı.....	299
Fotoğraf-113: TRT 1 Ana Haber Bülteni Yakın Plan Kullanımı	300
Fotoğraf-114: TRT 1 Ana Haber Bülteni Türk Telekom Reklam Filmi Görüntüsü.....	301
Fotoğraf-115: TRT 1 Ana Haber Bülteni Türk Telekom Reklam Filmi Görüntüsü.....	301
Fotoğraf-116: TRT 1 Ana Haber Bülteni Türk Telekom Reklam Filmi Görüntüsü.....	301
Fotoğraf-117: TRT 1 Ana Haber Bülteni Türk Telekom Reklam Filmi Görüntüsü.....	302
Fotoğraf-118: Kanal D Ana Haber Bülteni Yakın Plan Kullanımı	303
Fotoğraf-119: Kanal D Ana Haber Bülteni Genel Plan.....	303
Fotoğraf-120: Kanal D Ana Haber Bülteni Türk Telekom Reklam Filmi Görüntüsü.....	303

Fotoğraf-121: Kanal D Ana Haber Bülteni Ümmiye Koçak Göğüs Plan.....	304
Fotoğraf-122: Kanal D Ana Haber Bülteni Arşiv Görüntü Kullanımı	304
Fotoğraf-123: FOX TV Ana Haber Bülteni Görüntüsü.....	305
Fotoğraf-124: FOX TV Ana Haber Bülteni Yakın Plan Kullanımı.....	306
Fotoğraf-125: FOX TV Ana Haber Bülteni Genel Plan Kullanımı.....	306
Fotoğraf-126: FOX TV Ana Haber Bülteni Göğüs Plan Kullanımı.....	306
Fotoğraf-127: Türk Telekom Reklam Filmi Genel Plan Görüntüsü.....	307
Fotoğraf-128: Kanal 7 Ana Haber Bülteni Yakın Plan Kullanımı	308
Fotoğraf-129: Kanal 7 Ana Haber Bülteni Göğüs Plan Kullanımı.....	308
Fotoğraf-130: Kanal 7 Ana Haber Bülteni Yakın Plan Kullanımı	309
Fotoğraf-131: TRT 1 Ana Haber Bülteni Göğüs Plan Kullanımı.....	312
Fotoğraf-132: TRT 1 Ana Haber Bülteni Röportaj Görüntüsü.....	312
Fotoğraf-133: TRT 1 Ana Haber Bülteni Genel Plan.....	313
Fotoğraf-134: TRT 1 Ana Haber Bülteni Yakın Plan Görüntüsü.....	313
Fotoğraf-135: TRT 1 Ana Haber Bülteni Genel Plan Kullanımı.....	314
Fotoğraf-136: FOX TV Ana Haber Bel Plan Kullanımı.....	315
Fotoğraf-137: FOX TV Ana Haber Bülteni Röportaj.....	316
Fotoğraf-138: FOX TV Ana Haber Bülteni İkili Ekran Kullanımı	316
Fotoğraf-139: FOX TV Ana Haber Bülteni Çoklu Ekran Kullanımı	317
Fotoğraf-140: Show TV Ana Haber Bülteni Görüntüsü.....	318
Fotoğraf-141: Show TV Ana Haber Bülteni Büyükanne Görüntüsü	319
Fotoğraf-142: Show TV Ana Haber Bülteni Göğüs Plan Kullanımı.....	319
Fotoğraf-143: Show TV Ana Haber Bülteni Genel Plan Kullanımı.....	320
Fotoğraf-144: Show TV Ana Haber Bülteni Görüntüsü.....	321
Fotoğraf-145: Show TV Ana Haber Bülteni Genel Plan Kullanımı.....	321
Fotoğraf-146: Show TV Ana Haber Bülteni Görüntüsü.....	322
Fotoğraf-147: Show TV Ana Haber Bülteni Görüntüsü.....	323
Fotoğraf-148: Kanal D Ana Haber Bülteni Görüntüsü.....	323
Fotoğraf-149: Kanal D Ana Haber Bülteni Görüntüsü.....	324
Fotoğraf-150: Kanal D Ana Haber Bülteni Görüntüsü.....	325
Fotoğraf-151: Kanal D Ana Haber Bülteni Görüntüsü.....	325
Fotoğraf - 152: Kanal D Ana Haber Bülteni Röportaj Görüntüsü.....	326

Fotoğraf-153: Kanal D Ana Haber Bülteni Görüntüsü.....	327
Fotoğraf-154: Kanal D Ana Haber Bülteni Görüntüsü.....	327
Fotoğraf-155: Kanal D Ana Haber Bülteni İkili Ekran Kullanımı	328



GİRİŞ

Günümüzde toplumsal yaşamı ciddi bir biçimde etkileyen, değiştiren ve dönüştüren bir güç haline gelen kitle iletişim araçları toplumsallaşmanın en önemli unsurlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Kitle İletişim araçlarının üretim biçimleri, toplum üzerindeki etkileri ve bu etkilerin toplumsal yaşamdaki yansımaları sosyal bilimlerin birçok alanı için üzerinde düşünülmesi gereken ve aynı zamanda araştırılması gereken bir alan haline gelmesinde etkili olmaktadır. Kitle iletişim araçlarının en önemli işlevlerinden birinin “haber verme ve haberdar etme işlevi” olduğu kabul edilmektedir. Televizyon ise, kitle iletişiminde teknik özellikleri ve işlevleri bakımından en etkili kitle iletişim aracı olarak değerlendirilmektedir. Kitle iletişim araçlarının temel misyonu ve amacının, mümkün olan en geniş izleyici kitlesine ulaşabilmek, ilettiği mesajlarla pazarladığı ürün ve ideolojisini yansıtan yayın ve programların en üst düzeyde tüketimini sağlamak¹ olduğu düşünüldüğünde, bunu en etkili şekilde gerçekleştirme olanağı bulduğu araç televizyondur. Çünkü televizyon hem halkın en önemli haber kaynağını oluşturmakta hem de televizyon kanallarının bağımsız haber kaynağı olarak rolü kolaylıkla abartılabilmekte² bu avantajlar ise inandırıcılığı arttırarak televizyonun etkisini güçlendirmektedir.

Televizyonun izleyiciyi kendine bağımlı hale getiren ve görsel işitsel kanallarla mesajı izleyicinin birden çok duyusuna hitap edecek şekilde aktaran özelliği onu diğer kitle iletişim araçlarından daha üstün ve ayrıcalıklı bir konuma getirmektedir.

Haber, kitle iletişim araçlarının en önemli üretimlerinden birini oluşturmaktadır. Haberler medyanın gerçekliği yeniden inşa ettiği yapılarıdır. Bernard Roscho haberin üretim süreci ve haber söyleminin oluşumunda iki temel etkenin varlığından söz eder. Bunlar; çalışılan kurum ve editörlerin tercihleridir.³

Medya olarak ifade edilen kitle iletişim araçları aracılığıyla haberlerde sunulan içeriklerin hazırlanma süreci temelde büyük bir sermaye yatırımı ve iş bölümüne

¹ Nurdoğan Rigel, Gül Batuş vd., **21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar**, İstanbul, Su Yayınevi, 2005, s.262

² Noam Chomsky, Edvard S. Herman, David Peterson, **Medyanın Kamuoyu İmalatı, Medyanın Tekelleşmesi Kitlelerin Yönlendirilişi ve Zorunlu İtaat**, Çev: Adnan Köymen vd., İstanbul, Chiviyazıları Yayınevi, 2004, s.46

³ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Haber Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.131

dayanmaktadır. Oluşturulan bu yapının sonucunda televizyon, radyo, yazılı basın ve sinema gibi teknolojik araçlar aracılığıyla topluma/izleyicilere belirli içerik ve görüntüler aktarılır. Kitle iletişim kurumları şirket veya kamu kuruluşları şeklinde örgütlenmiş yapılar olduğu için örgütlenme biçimi ve bu yapıları denetim altında tutan güçlerin yönlendirmesiyle belirli mesajları televizyon programları ya da farklı formlarda topluma iletme işlevini üstlenirler. Bu kuruluşların amacı, örgütlenme tarzlarına göre gelir elde etmek, kitleleri belirli düşünce ve davranış kalıplarına yöneltmek veyahut bu amaçların çoğunu birden kapsayabilmektedir. Bu kurumlar kitle iletişim araçlarının işlevsel özelliklerinden yararlanarak mesajları ve görüntüleri kitleleştirilerek bu görüntü ve içerikleri kalabalık insan yığınlarına iletirler.⁴ Medya çok geniş bir kapsama alanına sahip olması açısından iktidar ve sermaye grupları ile doğrudan ve dolaylı bir ilişki içerisinde bulunmaktadır. Bu ilişkiler içerik üretimlerinin şekillenmesinde çoğu zaman etkili rol oynamaktadır. Habercilik, önemli sosyal ve demokratik işlevleri nedeniyle önemsenmek yerine, sermayedarlar ve medya finansörleri tarafından herhangi bir program olarak görülmektedir. Büyük şirketlerin haber medyasını elinde tutması çıkar çatışmaları ve belli konuların görmezden gelinmesini de beraberinde getirmektedir. Haber üretimini gerçekleştirenler sermaye sahiplerinin çıkarlarına hizmet edecek şekilde haberleri biçimlendirerek haber içerikleri ve bakış açısını⁵ bu parametreler doğrultusunda oluşturmaktadır.

Medya kuruluşları genel anlamda politik destek açısından da hükümete bağımlı bir yapı sergilemekte, bütün ticari şirketlerde olduğu gibi vergiler, faiz oranları, çalışma politikaları ve anti tröst yasaların konup konulmaması medya kuruluşlarını yakından ilgilendirmektedir.⁶ Kitle iletişim araçları mülkiyet ilişkilerinin önemli bir parçasını oluşturdukları için kullanımları belirli yasal düzenlemelere tabidir ve bu kuruluşların mülkiyet ilişkileri medya içeriklerinin üretilme biçimi dahil olmak üzere ürünün doğasını şartlandırır.⁷ Bu nedenlerle medya kuruluşları ve iktidarlar arasında karşılıklı bağımlılığa dayalı bir ilişkinin varlığı söz konusudur.

⁴ Levend Yaylagül, **Kitle İletişim Kuramları**, Ankara, Dipnot Yayınları, 2013, s16

⁵ Benjamin Radford, **Medya Nasıl Yanılıyor**, İstanbul, Güncel Yayıncılık, 2004, s.15

⁶ Noam Chomsky, Edward S. Herman, David Peterson, **Medyanın Kamuoyu İmalatı, Medyanın Tekelleşmesi Kitlelerin Yönlendirilişi ve Zorunlu İtaat**, Çev: Adnan Köymen vd., İstanbul, Chiviyazıları Yayınevi, 2004, s.62-63

⁷ Levend Yaylagül, **Kitle İletişim Kuramları**, Ankara, Dipnot Yayınları, 2013, s.17

Bagdikian, *Yeni Medya Tekeli* adlı kitabında medyanın “yeni bir özel enformasyon ve kültür bakanlığı” oluşturduğunu⁸ ifade etmektedir. Bagdikian burada medyanın bilgi ve kültür üzerindeki biçimlendirici etkisine vurgu yapmaktadır. Günümüzde teknolojinin gelişmesine paralel olarak iletişim sistemlerinin teknolojik alt yapı ve sahipliğinin büyük maddi güç gerektirmesi, medya kuruluşlarının öncelikle devlet ve iktidarların, sonra da büyük sermayedarların eline geçmesi sonucunu ortaya çıkarmakta, Althusser’in de kitle iletişim araçlarını devletin ideolojik aygıtları olarak tanımlamasının temelinde bu yatmaktadır.⁹

Son otuz yılda akademik alanda çerçeveleme yaklaşımına dair çalışmaların yoğunlaştığı görülmektedir. Çerçeveleme yaklaşımına göre; bütün medya çıktıları üretim sürecinde devlet politikası başta olmak üzere kuruluşların yayın politikaları, iktidarla olan ilişkileri, sermaye sahiplerinin diğer ilişkileri ve daha birçok parametre göz önünde bulundurularak sınırsız sayıdaki konu ve olay içerisinden bir seçme eleme işlemine tabi tutularak belirli bir perspektifle izleyiciye aktarıldığı görüşüne dayanmaktadır.

Çerçeveleme çalışmaları ile ilgili literatür incelendiğinde iletişim başta olmak üzere çoğunlukla siyasal bilimler, uluslararası ilişkiler, felsefe, sosyoloji, işletme, güzel sanatlar vb. alanlarda çerçeveleme çözümlemesinin kullanıldığı görülmektedir. Çerçeveleme araştırmaları iletişim alanında hızla büyüyen çalışma alanlarından biri haline gelmiştir. Çerçeve analizleri ile ilgili akademik çalışma sayısı ve bu alana ilgi gün geçtikçe artmakta ve iletişim başta olmak üzere birçok bilimsel alanda yapılan çalışmaların dikkate değer oranda çerçeve çözümlemesi yaklaşımından yararlanmakta olduğu görülmektedir.

Yapılan çerçeveleme etki araştırmalarına bakıldığında bireylerin belirli bir olaya karşı karar alma ve o konuya ilişkin yargı oluşturma süreçlerini incelemeye yönelik yapılmış ve hemen hemen bütün alanları kapsayacak bir genişlikte uygulama alanı bulunduğu görülmektedir. Özellikle sosyal bilimler alanında yapılan çalışmalar çerçeveleme etkilerinin karar alma, siyasal tercihlerde bulunma, toplumsal bir olaya karşı bakışın oluşturulması ve bireylerin buna uyumlu bir tepki verme davranışı sergilemesi

⁸ Ben H. Bagdikian, *The New Media Monopoly*, Boston, Bacon Press, 2004, s.44

⁹ Nurdoğan Rigel, Gül Batuş vd., **21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar**, İstanbul, Su Yayınevi, 2005, s.262

konularında ciddi bulgular elde etmiştir. Çerçeveleme yaklaşımına dair çalışmalar öncelikle Amerika ve Avrupa’da ilgi görmüş ve özellikle kitle iletişim araçlarının bilgilendirme ve haberdar etme işlevini yerine getiren haberlerin izleyiciler üzerinde nasıl bir etki yarattığının anlaşılması konusunda kullanılmıştır.

Çalışmaların çoğunun genel olarak, konuların nasıl yapılandırıldığı, söylemin yapısı, anlamın kuruluşunun nasıl oluşturulduğu ve konunun nasıl çerçevelendiği üzerinde odaklandığı görülmektedir. İletişim alanında yapılan çalışmaların ise büyük çoğunluğunun yazılı basın ile ilgili olduğu görülmektedir. Çerçeveleme televizyon haberleri özelinde değerlendirildiğinde ülke politikasından kuruluşların yapısına, yasal düzenlemelerden editoryal sürece varan çok boyutlu, kapsamlı ve bir bütün olarak ele alınması gereken bir süreçtir. Çerçeveleme yaklaşımında seçim, öne çıkarma, belirginleştirme ve dışarıda bırakma eylemleri önem taşımaktadır.

Entman’a göre, “çerçeveleme temelde seçim ve öne çıkarma/belirginleştirme içerir. Çerçevelemek, tarif edilen öge için, belirli bir problem tanımı, nedensel yorumlama, ahlaki değerlendirme ve/veya işleyiş önerisini teşvik edecek bir şekilde algılanan gerçekliğin bazı yönlerini seçmek ve iletişim kurulan metinde bunları daha belirgin yapmaktır.”¹⁰ Başka bir ifadeyle algılanan gerçekliğin bazı yönlerinin seçilerek bir metinde ifade edilmesi için problemin tanımlanarak nedensel açıklamalarının yapılması, bu problemle ilgili ahlaki yargıda bulunulması gibi yöntemlerin gerçekliğin seçilen yönlerini daha çarpıcı hale getirerek bakışı o yöne çektiğini belirtir. Özetle seçim (*selection*) ve öne çıkarmanın (*salience*) önemini vurgular.

Çerçeveleme haber bağlamında ele alındığında bir habere konu olan olayın bir seçme ve eleme işleminden geçtikten sonra bazı yönlerinin seçilip öne çıkarılması ve bazı yönlerinin görünmezden gelinerek dışarıda bırakılması ile gerçekleştirilir. Öne çıkarılanlar kadar dışarıda bırakılanlar da önem taşımaktadır. Çerçevenin dışında bırakılanlar genellikle toplum tarafından fark edilmemesi gerekenlerdir. Medya toplumun öğrenmesinde sakınca gördüğü konuları çerçeve dışında bırakarak kamuoyunun gündeminin dışında kalmasını sağlar, çerçeveleri kendi çıkarları doğrultusunda işlevsel bir araç olarak kullanır. Haberin çerçevenleme sürecinde konu

¹⁰ Robert Entman, "Framing, Toward Clarification of a Fractured paradigm", **Journal of Communication** 43 (4),1993, s.51

ya da olayın sınırlarının ve bağlamının belirlenmesi söz konusudur. Her haber mutlaka bir çerçeve içerisinde sunulur. Bu çerçeveler izleyicilere birçok konuda düşünsel referanslar sunarak, izleyicinin algısının, olaya yaklaşımının ve beklentilerinin şekillenmesinde belirleyici olmaktadır.¹¹

Kitle iletişim araçları özelinde televizyon ele alındığında kapsama alanının genişliği televizyonu etkili bir konuma getirmekte ve televizyon aracılığıyla kurulan çerçevelerin toplumsal bakışın oluşturulmasında önemli bir aktör olarak ele alınmasını gerekli kılmaktadır. Günümüzde televizyon izleme oranları çok yüksektir. Özellikle Türkiye’de televizyon izleme oranlarının yüksek olması televizyonun toplum üzerinde etki yaratma gücünü de arttırmaktadır. Bu durum televizyon ile ilgili çalışmaları gerekli kılmaktadır. Televizyon izleme oranlarına ilişkin vatandaş algısına yönelik yapılan anket çalışmasının verilerine göre, görüşmeye katılan kişilerin büyük bir çoğunluğunun (%80) günlük bilgi ihtiyacını televizyondan karşıladığı, yaklaşık % 30’luk bir kesimin ise yazılı basını bilgi kaynağı olarak tercih ettiğini ortaya koymuştur. Araştırmadan elde edilen veriler, televizyon izleyicilerinin medyanın günlük olarak önem atfettiği olaylar hakkında yeterli bilgiye ulaştığını göstermektedir. Bu anlamda medyanın önem verdiği konuların, genellikle izleyiciler tarafından da önemli görüldüğü varsayıldığında¹², toplumsal bakışın büyük ölçüde televizyon aracılığıyla şekillendirildiğini söylemek mümkündür.

Televizyonda Çerçeveleme ve Toplumsal Bakış Açısının Oluşturulması adlı bu tez çalışması, hem görsel işitsel bir kitle iletişim aracı olan televizyonu ele alması, hem de çerçeve çözümlemesine farklı boyutlar kazandırması açısından önem taşımaktadır. Çalışma, çerçeveleme yaklaşımına dair bir literatür taramasını, televizyonu ve televizyon haberciliğini ele alarak, haberin üretim süreciyle başlayıp izleyiciyle buluşana kadar televizyon haberlerinde ne tür çerçeveler yapıldığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu tez çalışması televizyonda kullanılan çerçevelerin toplumsal bakışın oluşturulmasında belirleyici olduğu savı üzerinden kurgulanmıştır. Televizyon programları farklı türlerde hazırlanıp izleyiciye sunulmaktadır. Bir

¹¹ Fadime Şimşek İşliyen, “Fotoğraf ve İdeolojik Çerçeveleme: 1 Mayıs Haberlerinin Fotoğraflarına Yönelik Bir Odak Grup Çalışması”, *Assos Journal Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl:2, Sayı:5, 2014, s.592

¹² Toplumda İçişleri Bakanlığı ve Mülki İdari Amirleri Algısı, **Rapor II: Medya Analizi**, Türk İdari Araştırmalar Vakfı (TİAV), Ankara, 2014, s.27-28.

program türü olarak haberin; haber programları, haber belgeselleri, haber bültenleri gibi farklı biçimlerde izleyiciye sunulması, günlük olaylardan ve konulardan oluşması ve gerçeğin aktarıcısı olma iddiası nedeniyle, televizyonda çerçevelemenin en açık şekilde ortaya çıktığı programlar olarak değerlendirilebilir. Bu yüzden, genel anlamda televizyonda çerçevelemenin ele alınacağı bu tez çalışmasında, haber bültenleri üzerinden örneklem oluşturularak çözümleme yapılması ile, genel olarak televizyon programlarına referans oluşturabileceği öngörülmüştür. Bu çalışmada, televizyon haberlerinde kurulan çerçevelerin toplumsal bakış üzerinde etkili olabilmesinin yolları nelerdir? Televizyon ana haber bültenlerinde yer alan haberler hangi konulara ne sıklıkta yer vermektedir? Haber konuları izleyicilere hangi çerçevelerle sunulmaktadır? Haberlerde kurulan görüntü çerçevelemesi bakışın oluşturulmasında nasıl kullanılmaktadır? Haberlerde kurulan çerçevelerin boyutları nelerdir? sorularına yanıt aranacaktır. Çalışmanın amacı ve sorulara yanıt bulunabilmesi için çeşitli kavramların açıklanması gerekmektedir. Bu nedenle;

Çalışmanın birinci bölümünde toplumsal bakışın kavranması açısından toplum ve topluma dair kavramlar, toplumsallaşma ve toplumsallaşmanın bileşenleri incelenerek toplumsal bakış ve çerçeve ilişkisi ele alınacaktır. Toplumsal bakış ve çerçeve ilişkisi bağlamında çerçeve, çerçeveleme kavramları incelenerek çerçeveleme yaklaşımlarına dair kapsamlı bir literatür taramasına yer verilecektir.

Çalışmanın ikinci bölümünde, televizyonun iletişim yaşamına girmesiyle birlikte geçirdiği aşamalar, televizyon kuruluşlarının örgütsel yapıları, televizyonun özellikleri ve işlevleri incelenerek televizyon haberciliğinin özellikleri ele alınacaktır. Haber kavramı tartışıldıktan sonra, haberin toplanmasından izleyiciye sunulmasına kadar geçirdiği evrelerde, toplumsal bakışın oluşturulması sürecinde haber değerlendirme ve editoryal çalışmalar hakkında bilgi verilecek, ardından televizyon haberlerinde çerçeveleme ve ekran düzenlemesi konusu bağlamında çerçevelemenin boyutları tartışılacaktır.

Haber çerçevelemesi kapsamında yapılan ön çalışmada, çerçeveleme konusunda bugüne kadar ortaya çıkan kuramsal alt yapıda, televizyon haberleri için, çözümleme araçları konusunda eksiklik olduğu görülmüştür. Bu tezde ilk kez ortaya konulan televizyon haberlerinin çerçeveleme boyutları olarak konusal çerçeveleme, içeriksel çerçeveleme ve içeriksel çerçevelemenin tamamlayıcısı olarak görüntü çerçevelemesi

boyutları ve unsurları araştırılacaktır. Çalışmanın üçüncü ve son bölümü olan araştırma bölümünde ise, öncelikle Türkiye’de televizyon kuruluşlarının yapısının incelenmesi ardından, örneklem oluşturulması amacıyla ölçütler belirlenecek, bu ölçütlere uygun çözümlemeye dahil edilecek örnek televizyon kanallarının örgütsel yapısı, ana haber bültenlerinin izlenme oranları ve örnekleme oluşturan televizyon ana haber bültenlerinde yer alan haberler konusal çerçeveleme ve görüntü çerçevelemesi bağlamında çözümlenecektir.

Araştırmada görüntü çerçevelemesi çözümlemesi yöntemi uygulanacaktır. Araştırma Türkiye’de yayın yapan televizyon kanallarından prime-time’da yayınlanan ana haber bültenlerini kapsamaktadır. 1-31 Mart 2017 tarihleri arasında haftasonu haberleri kapsam dışı bırakılarak 23 günlük izleme sonucunda elde edilen haberler konusal çerçeveleme bağlamında sınıflandırılacak ve seçilecek haber konularının görüntü çerçevelemesi çözümlemesi yapılarak, toplumsal bakışın nasıl oluşturulduğu anlaşılma çalışılacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

ÇERÇEVELEME VE TOPLUMSAL BAKIŞ AÇISI

Çalışmanın konusunu oluşturan çerçeveleme ve toplumsal bakış açısının ele alınacağı bu bölümde toplum, kitle, devlet, toplumsallaşma kavramları irdelenecek; ardından toplumsallaşma süreci ve toplumsallaşmanın bileşenleri üzerinde durulacaktır. Toplumsal bakış ve çerçeveleme başlığı altında ise “çerçeve” ve “çerçeveleme” kavramları etimolojik olarak incelenecek ve medya etki araştırmaları içerisinde değerlendirilen çerçeveleme yaklaşımlarına ilişkin çalışmalar hakkında bilgi verilecektir.

1.1.Toplum

Toplumu en temel anlamıyla bir arada yaşayan ve varlıklarını sürdürmek için birbirlerine ihtiyaç duyan örgütlü insan topluluğu¹³ olarak tanımlamak mümkündür. Bir topluluğun toplum olarak varlığını sürdürebilmesi ve toplum olarak ele alınabilmesi için bir takım ortak unsurlara ihtiyaç vardır. Çünkü toplumu oluşturan temel etken ortak unsurlardır. Toplum yığınların sayısal toplamından farklı bir kavramdır.

Türk Dil Kurumu Sözlüğünde “Aynı toprak parçası üzerinde bir arada yaşayan ve temel çıkarlarını sağlamak için iş birliği yapan insanların tümü”, aynı sözlükte ing. Society’nin karşılığı olarak “bilinçli bireylerden ve özellikle aralarında örgütlenme bağları ve karşılıklı görevler bulunan kişilerden kurulu topluluk, doğal eğilimlere değil, sözleşmeye dayanan, belirli ereklere ulaşmak için isteyerek kurulan, istenildiğinde dağılabilen insan topluluğu, birliği, bir ilke üzerine kurulmuş birliktelik”¹⁴ Cambridge İngilizce Sözlükte, Society; aralarında iş bölümü olan örgütlü bir şekilde ve bir arada yaşayan geniş insan topluluğu¹⁵, Sosyoloji sözlüğünde ise “organlaşmış veya yaygın birlikteliklerin bütünü”¹⁶ “genel olarak, ortak bir kültürü paylaşan, belli bir toprak parçasında yerleşik ve kendilerini birleşik ve özgün bir varlık

¹³ Barlas Tolan, Galip İsen, Veysel Batmaz, **Ben ve Toplum**, Ankara, Teori Yayınları, 1985, s.3

¹⁴ TDK, “Toplum”, www.tdk.gov.tr, 23 Mayıs 2017

¹⁵ **Cambridge Dictionary**, Third Edition, Cambridge, Cambridge University Press, 2008: 1372

¹⁶ Hilmi Ziya Ülken, **Sosyoloji Sözlüğü**, İstanbul, Milli Eğitim Basımevi, 1969, s.292

olarak gören insanlardan oluşan bir grup”¹⁷ olarak tanımlanmaktadır. Belirli bir toprak parçası üzerinde bir araya gelmiş insanların temel gereksinimlerini karşılamak için bir arada örgütlendiği, aralarında bir etkileşim ve iletişim olan, bu topluluğun oluşturduğu kural ve kurumsal ilişkilerin varlığı dikkat çekmektedir.

Toplum, birçok düşünür tarafından farklı açılardan ele alınmış ve tanımlanmaya çalışılmıştır. Kavram, birçok toplumbilim yaklaşımının çalışma konusunu oluşturmakta ve farklı yaklaşımlar tarafından irdelenmektedir. Kimi düşünürler tarafından işlevsel yaklaşım, kimisi tarafından da çatışma kuramı bağlamında ele alınmıştır. Yaklaşımlar arasında bakış açısı farkı olsa da düşünürlerin kesiştiği nokta; özünde insan ve toplumu aralarındaki ilişki bağlamında bir arada değerlendirme¹⁸ eğilimidir.

Giddens; toplumu kurumlaşmış davranış bütünü ve sistemi olarak tanımlamakta, “kurumlaşmış davranış biçimleri” ifadesi ile toplumu oluşturan bireylerin uzun bir geçmişe dayanan zaman ve mekân birliği içerisinde sürekli tekrarlanan, başka bir ifade ile üretilen davranış ve inanç biçimlerini¹⁹ belirtmektedir.

Berelson ve Stainer toplumu belirli bir toprak parçası üzerinde uzun zaman boyunca bir arada ve aynı yaşam biçimini paylaşarak yaşayan insanların oluşturduğu topluluk²⁰ Parsons ise toplumu birbirine bağımlı ve her biri meydana getirdiği bütünün uyumunu sağlama işlevini üstlenen unsurları barındıran bir sistem²¹ olarak tanımlar. Simmel, toplumun belirli bir kültür ve çevrede yaşayan grupların, gündelik yaşam ve toplumsal etkileşimlerinden bağımsız olmadığını ifade eder.²² Toplum insan davranışlarının gerçekleştiği, karşılıklı etkileşimin olduğu, bireyleri birbirine bağlayan, insan davranışlarını sınırlayan, özgürleştiren ve insan davranışları için bir takım kurallar koyan birçok eylem ve usulü içeren bir organizasyon²³ olarak değerlendirilebilir.

¹⁷ Gordon Marshall, **Sosyoloji Sözlüğü**, Çev: Osman Akınbay, Derya Kömürcü, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları, 1999, s.732

¹⁸ C.W.Mills, **Toplumbilimsel Düşün**, Çev: Ünsal Oskay, İstanbul, Der Yayınları, 2007, s.17

¹⁹ Anthony Giddens, **Sociology**, Third Ed., Cambridge: Polity Press, 1997, s.18

²⁰ Emre Kongar, **Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği**, İstanbul, Remzi Kitabevi, 2004, s.43

²¹ Tuncay Ceylan, “Toplumsal Sistem Analizinde Toplumsal Statü ve Rol”, **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt 15, Sayı 1, 2011, (89-104), s. 90

²² Martin Slattery, **Sosyolojide Temel Fikirler**, Yay. Haz., Ü. Tatlıcan, G. Demiriz, İstanbul, Sentez Yayıncılık, 2010, s.55

²³ Halil İbrahim Bahar, **Sosyoloji**, Ankara, USAK Yayınları, 2009, s. 25

Toplum, toplumu oluşturan insanlar ve grupların aralarındaki ilişkilerin ve insanları etkileyen bu ilişkilerin bütününden²⁴ meydana gelir. Toplumun meydana gelmesi için üyelerinin ortak bir kültürü, toplumsal kurumları paylaşımları ve karşılıklı ilişki ağı gibi bir takım unsurların varlığı yani toplumun oluşabilmesi için birbirinden farklı dinamiklerin bir arada var olması gerekmektedir.

Toplum kavramı, farklı perspektiflerden ele alınmasına rağmen ilk ortaya çıktığı andan günümüze değin toplumun ortak özelliğinin toplumu meydana getiren bireylerin dışında bireylerden farklı bir bütünlük²⁵ olarak kavramsallaştırıldığı görülmektedir.

Birey toplumun çekirdeğini oluşturur. Kurduğu ilişkiler ve oluşturduğu yapılar aracılığıyla toplumu meydana getirir. Bireylerin bir araya gelmeleri ve ortak amaçlar etrafında toplanmaları toplumsal grupları, grupların iletişimi ve etkileşiminden doğan ilişkiler ise toplumsal kurumları ve bu kurumların toplumsal hayattaki somut karşılıkları olan kuruluşları ortaya çıkarır. Bu iç içe ilişki ağı toplumu meydana getirirken, bu ağ içerisindeki ilişki ve üretimlerin toplamı ise toplumsal yapıyı oluşturur. Din, siyaset, eğitim, ekonomi, toplumsal gruplar, kültür, kurumlar, kuruluşlar bireyin kurduğu ilişkilerin ve oluşturduğu yapıların çıktısı olarak değerlendirilmektedir. Bütün bu çıktılar toplumsal yapıyı oluşturmaktadır.

Toplumsal yaşamın bilimsel bir kategori olarak “Sosyoloji” adı altında bağımsız bir akademik alan şeklinde ele alınması 19. yüzyıla dayanır. Auguste Comte Sosyoloji adı verilen bilim anlayışını *Cours de Philosophie Positive*’nin son üç cildinde özellikle de dördüncü ciltte ortaya koymuştur.²⁶ Sosyoloji çok kapsamlı bir çalışma alanı olarak tanımlanmaktadır. Temel düzeyde sosyolojiyi sosyal yaşamın, sosyal değişimlerin ve insanların sosyal davranışlarının neden ve sonuçlarının bilimsel yollarla araştırılması olarak tanımlamak mümkündür.

Giddens, sosyolojiyi “insanın toplum yaşamının, insan grupları ile toplumlarının bilimsel incelemesi” olarak tanımlamakta ve sosyolojik incelemenin kapsamının küresel toplumsal süreçlere yayılacak kadar geniş²⁷ olduğunu ifade etmektedir.

²⁴ Enver Özkalp, **Sosyolojiye Giriş**, Bursa, Ekin Yayınları, 2007, ss.6-8

²⁵ Nihat Erdoğan, “Toplum ve Toplumsal Yapı Kavramları Üzerine”, **Değişim Sosyolojisi: Dünyada ve Türkiye’de Toplumsal Değişme**, Ed. Ertan Eğribel, Ufuk Özcan, Kitabevi Yayınları, İstanbul, 2011, s.59

²⁶ Raymond Aron, **Sosyolojik Düşüncenin Evreleri**, Çev: Korkmaz Alemdar, Ankara, Bilgi Yayınevi, 1989, s.71

²⁷ Anthony Giddens, **Sosyoloji**, yay. Haz., Cem Güzel, İstanbul, Kırmızı Yayınları, 2012, s.38

Sosyoloji toplumu oluşturan grupları, organizasyonları, kurum ve kuruluşlar ile toplumsal yapıları ele alarak insanların bu toplumsal yapılar içerisindeki etkileşimlerini incelemektedir.²⁸

Bu anlamda sosyoloji sosyal yaşamın tüm alanlarını kapsayan araştırma, inceleme, teori ve bilgileri bünyesinde barındırmaktadır. Sosyoloji, toplumbilimlerin toplumsal grup ve kurumları, toplumsal yapıyı, insan ilişkilerini toplumsal değişimleri ve toplumların gelişim sürecini bilimsel bir perspektifle ele alan, inceleyen toplum biliminin önemli dallarından biri olarak faaliyet gösteren bir alandır.²⁹ Sosyoloji alanında çalışma yapan bilim insanları ise Sosyolog olarak tanımlanmaktadır.

Bauman, *Sosyolojik Düşünmek* adlı çalışmada sosyologların, insanların yaşadığı bireysel olayların daha geniş olguların yansımaları olduğunu gösterme işlevini üstlendiklerini ayrıca insanların deneyimleri arasındaki benzerlikleri ve bu benzerliklerin arasındaki farklılıkları ortaya koyma³⁰ görevini yerine getirdiklerini belirtir.

Sosyolojik bakış açısı ise bireysel sorunların arka planındaki toplumsal nedenlerin fark edilmesinde işlev görür. Sosyoloji, toplumu odağına almış ve ‘toplum nasıl geliştirilebilir’ sorusuna yanıt aramıştır. Sosyoloji bu anlamda insanların topluma bakış açılarının şekillenmesinde önemli bir rolü üstlenmektedir. Auguste Comte sosyolojinin bilimsel platformda üstlendiği rolü “bilmek, tahmin etmek ve kontrol etmek”³¹ şeklinde özetlemiştir.

Toplum dinamik bir yapı sergiler, sürekli bir değişim ve yeniden düzenlenme eğilimi gösterdiği için³² değişim kaçınılmazdır. Birey ve toplum bu dinamik yapı içerisinde karşılıklı olarak birbirini etkiler ve biçimlendirir. Toplumdaki bu dinamizm toplumsal yapının sürekli kendini yenileme ihtiyacı duymasına sebep olur. Bu anlamda toplumsal değişim kavramı ortaya çıkar.

²⁸ Halil İbrahim Bahar, **Sosyoloji**, Ankara, USAK Yayınları, 2009, s.3

²⁹ İhsan Sezal, “Neden Sosyoloji”, **Sosyoloji**, Ed. İhsan Sezal, Ankara, Martı Yayınları, 2003, s.6

³⁰ Zygmunt Bauman, **Sosyolojik Düşünmek**, Çev: Abdullah Yılmaz, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2004, ss.19-20

³¹ Halil İbrahim Bahar, **Sosyoloji**, Ankara, USAK Yayınları, 2009, s.11

³² Halil İbrahim Bahar, **Sosyoloji**, Ankara, USAK Yayınları, 2009, s.11

Değişim, “bir zaman dilimi içindeki değişikliklerin bütünü, değişme”³³ belli bir süre, dönem içerisinde toplumsal ve doğal yaşamda, insanların tutum ve davranışlarında meydana gelen farklılıkları ifade eden bir kavramdır.

Toplumsal değişim (social change), en temel anlamıyla insanoğlunun içerisinde bulunduğu koşulların değişmesi sürecinde aktif bir rol üstlenerek bu koşullara müdahalesi ve uyum sağlama yeteneğinden kaynaklanmaktadır. Toplumun, bireyin değişime müdahale ve uyum özelliğini bünyesinde barındırması, kendi iç ve dış değişiminin zorunluluğu toplumun daima bir yeniden kurulma süreci yaşamasını kaçınılmaz hale getirir.³⁴ Toplum içerisinde varlık gösteren bireylerin yaşam biçimlerinin, benimsedikleri değerlerin, değer yargılarının, yarattıkları ortak kültürel değerlerin ve toplumsal ilişkilerinin değişmesi toplumsal değişimin bir sonucudur.

Bu bilgilerden hareketle toplumsal değişimi genel anlamda toplumun yapısını oluşturan ilişki ağının, kurumları, birey ve grup davranışlarının, değerlerin, kısaca toplumsal unsurların sosyal ve kültürel yapısında zaman içerisinde meydana gelen değişimlerin yarattığı farklılaşma ve dönüşümlerin tümünü ifade eden bir kavram olarak değerlendirmek mümkündür.

Toplumsal değişim, 19. yüzyıldan beri üzerinde kuramsal düzeyde çalışmaların yapıldığı bir çalışma alanıdır. Comte, toplumsal dinamik kuramında toplumların insan bilgisinin gelişmesine bağlı olarak bir dizi önceden görülebilir aşamadan geçerek ilerlediği önermesini ortaya koymuştur. Spencer, nüfus çoğalması ve yapısal farklılaşmalar temelinde evrimci bir değişim kuramı geliştirmiş, Marx, en önemli toplumsal değişimlerin devrimci bir nitelikte olduğunu ve sınıf mücadelesi bağlamında sınıflar arası üstünlük mücadelesinden kaynaklandığını³⁵ ileri sürmüştür.

Toplumsal değişim ile ilgili çok kapsamlı çalışmalar mevcuttur. Toplumsal değişimin toplumun dinamik yapısından ileri geldiği yaşanan sosyal, siyasal, kültürel, ekonomik, bilimsel ve teknolojik gelişmelerin değişimi beraberinde getirdiğini, toplumda yaşanan bu çok boyutlu değişimlerin birey, grup dolayısıyla toplumun davranış biçimlerine yansıdığını ve toplumsal kural ve değerlerin

³³ TDK, “değişim”, www.tdk.gov.tr, 23 Mayıs 2017

³⁴ Lütfi Sunar, **Türkiye’de Toplumsal Değişim**, Ankara, Nobel Akademik Yayıncılık, 2014, s.2

³⁵ Gordon Marshall, **Sosyoloji Sözlüğü**, Çev: Osman Akınbay, Derya Kömürcü, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları, 1999, s.136

farklılaşmasına yol açtığını ifade etmek olanaklıdır. Toplumsal değişme tüm toplumlarda görülür. Bu anlamda toplumsal değişmenin toplum ve toplumlararası ilişki ve etkileşimlerin nitelik ve içeriklerini belirleme noktasında etkin olduğunu söylemek mümkün görünmektedir.

1.2. Kitle

Kitle kavramı, birçok disiplinin kullandığı terimlerden biridir. En basit şekliyle Türkçe sözlükte “insan topluluğu”³⁶, Cambridge İngilizce sözlükte “belli bir şekle veya düzenlemeye sahip olmayan şey”³⁷ olarak tanımlanmaktadır. Felsefe Sözlüğünde “küçük parçalardan meydana gelmiş büyük parça... Toplumsal anlamda insan kalabalığı”³⁸’nı dile getirir ve *yığın* deyiimiyle nitelenir.”³⁸ Sosyal Psikoloji sözlüğünde kitle, “aralarında bir bağ, dayanışma ve organizasyon olmayan ve birbirinden farklılaştırılmamış büyük sosyal kümeleri ifade etmektedir.” Kavram, sosyal psikoloji literatüründe ise kalabalık kavramı ile yakın veya eş anlamlı olarak kullanılmaktadır.³⁹ Kitle sözcüğü etimolojik olarak incelendiğinde, 15. yüzyıldan itibaren birçok farklı anlamda yaygın bir biçimde kullanılmış olduğu, Fransızca’ da *masse*, Latince’de ise *massa* kelimesinin yakın kökünden geldiği, yoğrulabilen veya kalıba dökülebilen her türlü büyük malzeme kütlesi anlamı taşıdığı, buradan da anlam genişlemesi yoluyla; biçimsiz ve ayırt edilemeyen şey, yoğun bir kütle anlamlarını karşılamak için kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Sayısal bilimlerde ise, resim ve gündelik kullanımda kütleyi ifade etmek için kullanılmış, 17. yüzyılın sonlarında ise kitle kelimesinin toplumsal anlamı ortaya çıkmış ve kalabalık, yığın gibi anlamlarda kullanılmaya başlanmıştır.⁴⁰

Mutlu, kitle teriminin toplumsal düşünce bağlamında hem çok olumsuz anlamları, hem de olumlu anlamları bulunduğunu, “kuru kalabalık”, “yığın”, “güruh” gibi anlamları dile getirmek için kullanılmasının olumsuz anlamından ileri geldiğini bu bağlamda çoğunlukla kültür, zeka, akıl yoksunluğu anlamlarına geldiğini, olumlu anlamıyla ise

³⁶ TDK, “Kitle”, www.tdk.gov.tr, 23 Haziran 2017

³⁷ **Cambridge Dictionary**, Third Edition, Cambridge, Cambridge University Press, 2008:880

³⁸ Orhan Hançerlioğlu, **Felsefe Sözlüğü**, İstanbul, Remzi Kitabevi, 1989, s.232

³⁹ Nuri Bilgin, **Sosyal Psikoloji Sözlüğü**, İstanbul, Bağlam Yayıncılık, 2007, s.205

⁴⁰ Raymond Williams, **Anahtar Sözcükler Kültür ve Toplumun Söz Varlığı**, İstanbul, İletişim Yayınları, 2005, s.233-234

özellikle sosyalist gelenekte kitle teriminin ortak amaçlar için bir araya gelerek örgütlenmiş sıradan işçi sınıfının dayanışması ve gücünü dile getirdiğini⁴¹ belirtmektedir.

Williams da toplumsal tanımlamada kitle (mass) sözcüğünün çok yaygın ve karmaşık olduğunu kitleler (the masses) sözcüğünün ise daha karmaşık olmakla birlikte ilginç bir sözcük olduğunu bu ilginçliğin ise birden çok değer taşımasından ileri geldiğini; muhafazakâr düşüncede çoğunlukla aşağılama sözü olarak kullanılırken, sosyalist düşüncede ise olumlu bir terim⁴² olarak kullanıldığını ifade etmektedir. Nitekim Baudrillard, kitleyi “toplumsalla ilgili olan her şey unutulduğunda geriye kalan artık”⁴³ olarak tanımlarken kitlenin içinin boşaltıldığı, kuru kalabalık ve bir insan yığına dönüştüğüne vurgu yapmaktadır.

Kitle terimi iletişim alanında ise, çoğunlukla radyo, televizyon, sinema gibi kitle iletişim araçlarının izler kitlesinin belirli özelliklerini ifade etmek için kullanılmaktadır. Bu bağlamda belirtilen izler kitle;

*“çok dağınık ve üyeleri genellikle birbirini ya da bu izler kitlenin oluşmasına neden olan her kimse onu tanımayan bir topluluktur; bir öz kimlikten, öz bilinçten yoksundur ve birtakım amaçları gerçekleştirmek için örgütlü bir şekilde bir araya gelip eylemde bulunma yetisine sahip değildir; değişen sınırlar içinde değişen bir bileşimle karakterize olur; ayrı türdendir, tüm toplumsal katmanlardan ve demografik kümelerden gelen büyük sayılarda kişilerden oluşur; ama özgül bir ilgi nesnesini, kendisini güdüp yönetmek isteyenlerin algısına göre seçme davranışında ise türdeşir.”*⁴⁴

1.3. Devlet

Devlet kavramı, insanlık tarihi kadar eski bir kavram değildir. Tarih boyunca devlet kurumu olmadan varlığını sürdürmüş toplumlar da görülmüştür. İlk çağ toplumlarında devletin varlığından söz edilse bile devlet kurumu modern toplumların bürokratik yapılarını ortaya koydukları bir örgütlenme biçimi olarak ortaya çıkmıştır. Türkçe sözlükte; toprak bütünlüğüne bağlı olarak siyasal bakımdan örgütlenmiş millet veya

⁴¹ Erol Mutlu, **İletişim Sözlüğü**, Ankara, Sofos, 2012, s.187

⁴² Raymond Williams, **Anahtar Sözcükler Kültür ve Toplumun Söz Varlığı**, İstanbul, İletişim Yayınları, 2005, s.231-232

⁴³ Jean Baudrillard, **Sessiz Yığınların Gölgesinde Ya Da Toplumsalın Sonu**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1991, s.10

⁴⁴ Erol Mutlu, **İletişim Sözlüğü**, Ankara, Sofos, 2012, s.187-188

milletler topluluğunun oluşturduğu tüzel varlık, bu tüzel varlığın yönetim organları, büyüklük, mevki, mutluluk, talih gibi karşılıkları bulunmakta, İngilizce *state* kelimesinin karşılığı olarak toplumun siyasal örgütlenişi, toplumdaki siyasal örgütlerin tümü, sınırları belirli bir yurt, ülküdaş insanların topluca ve kamu yararını sağlamak amacıyla örgütlenerek kurdukları ve benzeri topluluklarca bağımsız ve siyasal kişiliği tanınmış birlik⁴⁵, sosyoloji sözlüğünde ise “toplumu yöneten kuralları belirleme yetkisine sahip olan özel bir kurumlar bütünü”⁴⁶ olarak tanımlanmaktadır.

Kelimenin etimolojik kökeni ‘durum’ ya da ‘var olma biçimi’ni karşılayan, Latince ‘*status*’ kelimesinden gelmektedir. Bütün dilbilimciler bu konuda hemfikirdir. *Status* İlk Çağ ve Orta Çağ’daki Latince metinlerde, ‘mutluluk, refah, özel bir topluluğun sağlıklı düzeni’ gibi anlamlarda kullanılmıştır. Kavramın bu kullanımları dışında daha belirgin iki karşılığı vardır; birincisi *status* sözcüğünün sosyal veya ekonomik özel bir durumu tanımlamak, bireylerin oluşturduğu sınıfı veya kategoriye diğerlerinden ayırmak için kullanılması ki İngilizce de, *status* ve *estate* bu köken anlamı korumaktadır. İkincisi ise belli bir topluluğun hukuki yapısını betimlemesidir.⁴⁷

Devlet kavramı kuramsal olarak farklı bakış açılarıyla ele alınmıştır. Liberal kuram işlevsel olarak, Marksist kuram ise sınıfsal temelli açıklamalar yapmış olsa da, her iki kuram evrimci bir perspektifle devleti ele almış ve avcı-toplayıcı toplumdan tarım toplumuna geçiş sürecinde kan bağına dayanan akrabalık ilişkileri ve toplu yaşamın yaygınlaşması sonucu karmaşılaşan *toplumsal ilişkilerin düzenlenmesi* ihtiyacını karşılamak üzere ortaya çıktığı ileri sürülmüştür.⁴⁸

Oppenheimer devleti “zafer kazanmış bir insan grubunun (bu grubun) yendikleri üzerindeki egemenliğini bir düzene bağlamak ve kendini, içten gelecek ayaklanmalara ve dıştan gelecek saldırılara karşı güvenceye almak amacıyla, yendiği gruba zorla kabul ettirdiği bir toplumsal kurum”⁴⁹, Weber ise, “belirli bir toprak parçası üzerinde

⁴⁵ TDK, “Devlet”, www.tdk.gov.tr, 23 Haziran 2017

⁴⁶ Gordon Marshall, **Sosyoloji Sözlüğü**, Çev: Osman Akınbay, Derya Kömürcü, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları, 1999, s.146

⁴⁷ Alessandro Passerin d’Entréves, “Devlet Kavramı”, **Devlet Kuramı**, Der: Cemal Bali Akal, Ankara, Dost Kitabevi, 2000, ss.195-196

⁴⁸ Ali Yaşar Sarıbay, **Siyasal Sosyoloji**, İstanbul, Der Yayınları, 1998, s.146

⁴⁹ Franz Oppenheimer, **Devlet**, Çev: Alaeddin Şenel, Yavuz Sabuncu, Ankara, Kaynak Yayınları, 1984, s.46

fiziksel gücün kullanımını meşru olarak tekelinde bulunduran insan topluluğu”⁵⁰ olarak tanımlamıştır.

Giddens, devletin “belirli bir toprak parçası üzerinde egemen olan, yasal sisteme dayanan ve politikalarını yürütmek için askeri güç kullanma yeteneğinde olan bir siyasal aygıt bulunduğunda “⁵¹ ortaya çıktığını söyler.

Devlet, toplumsal düzenin, adaletin ve toplumun iyiliğinin sağlanması amacıyla belli bir toprak parçası üzerinde bulunan insan topluluğuna dayalı ve bu sınırlar içerisinde bulunan her şey üzerinde yasal otoriteye sahip, siyasal bir örgütle donanmış organizasyondur.⁵²

Farklı bakış açıları ile ele alınmış devlet tanımlarından hareketle devletin öncelikle toplumsal bir kurum olarak en büyük örgütlenme biçimi olduğu, içerisinde farklı kurum ve kuruluşları barındırdığı, bu kurum ve kuruluşlar aracılığıyla varlığını sürdürdüğünü söylemek olanaklıdır.

Bir kurum olarak devlet soyut bir oluşumdur. Devlet oluşturduğu kurumları ile elinde bulundurduğu gücü kullanarak baskı unsurları ve araçları aracılığıyla somut bir kuruma dönüşmektedir. Kullandığı bu yetki ile dışa ve içe karşı toplum adına hareket edebilen, bu amaçla güç kullanma yetkisini elinde bulunduran, toprağı ve insanıyla birlikte bütün bir ülkeyi temsil eden, o ülkenin bir simgesi olan kurum⁵³ olarak işlev görür. Devlet oluşturduğu yasalar, düzenlemeler, kurallar, örgütler, kurum ve kuruluşlarla işleyen çok büyük bir organizasyondur.

1.4. Toplumsallaşma

Toplumsallaşma kelimesi, etimolojik olarak Latince ‘socius’ ve ‘societas’ kelimeleri ile ilişkili olan ‘socialis’ kelimesine dayanmaktadır. ‘Socius’, ‘dost, arkadaş, katılımcı’; ‘societas’ ‘toplum, topluluk, işbirliği, diğerleriyle ilişki kurmak’ anlamlarını içerirken ‘socialis’ ise ‘toplumsal, sosyal, topluma ait’ anlamlarına gelmektedir.⁵⁴

⁵⁰ Michael Haralambos, Martin Holborn, R. Heald, **Sociology: Themes and Perspectives**, London, Harper Collins Publishers, 2004, s.541

⁵¹ Anthony Giddens, **Sosyoloji**, Yay. Haz. Cemal Güzel, Ankara, Ayraç Yayınları, 2005, s.419

⁵² Bülent Daver, **Siyaset Bilimine Giriş**, Ankara, Siyasal Kitabevi, 1993, s.166

⁵³ Ahmet Taner Kışlalı, **Siyaset Bilimi**, Ankara, İmge Yayınları, 2000, s.105

⁵⁴ Wolfgang Brezinka, **Socialization and Education; Essays in Conceptual Criticism**, Trans. James Stuart Brice, Westport, Greenwood Press, 1994, s. 5.

Türkçe’ye ‘toplumsallaşma’ veya ‘sosyalleşme’ olarak aktarılan ‘socialization’ kelimesi ise Türk Dil Kurumu sözlüğünde, “kişinin, kendi kümesi ya da kültürü içinde yaşayanlar gibi davranmayı öğrenmesi, bireyin kişilik kazanarak belli bir toplumsal çevreye hazırlanması, toplumla bütünleşmesi süreci”⁵⁵, sosyoloji sözlüğünde ise, “toplumun norm ve değerlerini içselleştirerek toplumsal rolleri yerine getirmeyi ve toplum üyeleri haline gelmeyi öğrenme süreci” olarak tanımlanmaktadır.⁵⁶

Toplumsallaşma, bireyin içerisinde doğduğu ve yaşadığı topluma uyum sağlama süreci olarak ifade edilebilir. Birey, ilk doğduğu anda toplumun en temel birimi olan aile içerisine doğmakta ve ilk toplumsallaşma süreci başlamaktadır. Bu süreç bireyin gelişimiyle paralel bir şekilde ömür boyu devam etmektedir.

“Bireyin, toplumun norm ve değerlerini içselleştirmesi ve onu davranış haline getirme süreci”⁵⁷ olan toplumsallaşma, bireyin içerisinde doğduğu topluma ait kültürü, değerleri, davranış biçimlerini gelenek ve görenekleri, örf ve adetleri özümseyerek toplumla bütünleşmesini sağlamakta, toplumun devamlılığının sağlanmasında ve bireyin öğrendiklerini yeni nesillere aktararak sürecin devam etmesine katkıda bulunmaktadır.

Toplumsallaşma sürecinde, toplumun temel bilgileri bireye aktarılırken, aynı zamanda bireyler toplum tarafından önemli sayılan değerlere de yönlendirilmektedir.⁵⁸ Bu anlamda toplumsallaşma sürecinde bireyin toplumun kültürü, değerleri ve diğer kuralları ile bütünleştiğini, topluma uyum sağladığını söylemek olanaklıdır. Her toplumun kendi değerleri ve kültürüne özgü bir toplumsallaşma süreci vardır ve tüm yaşam boyunca devam eder.

Toplumsallaşmanın en temel öğelerinden biri de iletişimdir. Toplumsal iletişim sürecinde, kitle iletişim araçları aracılığıyla gerçekleşen kitle iletişim süreci de, toplumsallaşmanın temel unsurlarından biri olmakla birlikte, toplumsal yaşamın çok geniş bir bölümünün düzenlenmesinde önemli bir yer tutmaktadır.⁵⁹

⁵⁵ TDK, “Toplumsallaşma”, www.tdk.gov.tr, 21 Mart 2017; Hasan Eren vd. (haz.), **Türkçe Sözlük**, Ankara, Türk Tarih Kurumu Basım Evi, 1988, s. 1484.

⁵⁶ Gordon Marshall, **Sosyoloji Sözlüğü**, Çev: Osman Akınbay, Derya Kömürcü, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları, 1999, s. 760

⁵⁷ Halil İbrahim Bahar, **Sosyoloji**, Ankara, USAK Yayınları, 2009, s.35

⁵⁸ Halil İbrahim Bahar, **Sosyoloji**, Ankara, USAK Yayınları, 2009, s.36

⁵⁹ Arsev Bektaş, **Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi**, İstanbul, Bağlam Yayınları, 1996, s.97

Toplumsallaşma, çok kapsamlı ve birçok unsuru bünyesinde barındıran bir süreçtir. Toplumun oluşturduğu gruplar, kurum ve kuruluşlar, örf ve adetler, gelenek ve görenekler, insani, ahlaki ve milli değerler, kültür bileşenleri, kitle iletişim araçları bu sürece etki eden unsurlardandır. Toplum yapısının devamlılığı açısından toplumsallaşma süreci önemli hatta zorunlu bir aşamadır.

1.4.1. Toplumsal Gruplar

Grup Fransızca *groupe* kelimesinden Türkçe 'ye girmiştir. Türkçe sözlükte; küme, ortak özellikleri olan varlıklar, nesneler bütünü, görüşleri, çıkarları bir olan kimseler bütünü, ekip, çeşitli sınıf veya birliklere bağlı elemanların, belirli bir taktik görevi gerçekleştirmek üzere, tek komutanın emri altında birleştirilmesinden oluşan kıta topluluğu gibi karşılıkları bulunmaktadır. İnsanlar yaşam boyu bir takım resmi veya gayri resmi gruplara dâhil olurlar, bu toplumsal yaşamın bir gereğidir. Grup üyeliği bazen doğal yollarla, bazen ise sonradan gerçekleşir.

Bu bilgiler ışığında, grubu en temel anlamda toplumsal ilişkilerin gerçekleştiği bir bütün olarak tanımlamak olanaklıdır. Aile, toplumun en küçük grubu olarak kabul edilmektedir. İnsanların grup olarak nitelendirilmesi için toplu olarak bir arada olmaları yeterli değildir. Aralarında bilinçli bir etkileşim, ortak bir amaç olması gerekir. Grup üyeleri bu etkileşim çerçevesinde eylemlerini şekillendirirler.⁶⁰ Toplumsal grupta etkileşim ve ilişki biçimi önemlidir. Aralarında bir etkileşim ve belirli değerler ve ortak amaçlar olmadığı takdirde bu insan toplamı grup olmaz. Grup içi etkileşim çerçevesinde bazı ortak değerler ve kuralların varlığı, bu kurallara uyan, ortak bir amaç ve çıkar doğrultusunda hareket eden bireylerin toplamı grubu oluşturmaktadır.⁶¹ Birey birden çok etkileşim alanında bulunarak bir çok gruba dahil olabilmekte ve birden çok statüyü taşıyabilmektedir.

Gruplar belirli kıstaslara göre belirlenmektedir. Büyük gruplar, küçük gruplar, birincil ve ikincil gruplar vb. şekillerde ifade edilmektedir. En temel düzeyde ise grupların ilişki biçimleri göz önünde bulundurularak birincil ve ikincil grup olarak kategorize edilmektedir.

⁶⁰ Halil İbrahim Bahar, **Sosyoloji**, Ankara, USAK Yayınları, 2009, s.34

⁶¹ Barlas Tolan, **Toplum Bilimine Giriş**, Ankara, Savaş Yayınevi, 1983, s.420

Birincil grup kavramı Charles Horton Cooley tarafından ilk kez *Social Organization* adlı çalışmada kullanılmış, bu kavram ile yakın, yüz yüze ilişkiler ile kurulan ve dayanışmanın baskın olduğu gruplar tanımlanmıştır.⁶²

İkincil gruplar ise, bireyin belli bir amaç doğrultusunda, bilinçli ve kendi rızasıyla katıldığı gruplardır. Joseph H. Fichter, toplumsal grubun özelliklerini; grubun tanınması, grup üyelerinin rolü ve statüsü, grubun sürekliliği, grup normları, ortak ilgiler ve değerler, grubun toplumsal hedefleri, coğrafi ve mekânsal yakınlık⁶³ şeklinde ifade ederek, ikincil grup ilişkilerinin yasa, kural ve resmi sözleşmelerle düzenlendiğini⁶⁴ söylemektedir. İkincil gruplarda birincil grupların yakın, samimi ilişkilerinin yerini resmi ilişkiler almaktadır. Bireylerin her türlü grupsal ilişkide bir takım hakları ve grup üyesi olmanın gerektirdiği sorumlulukları vardır. İçerisinde bulundukları grubun özelliklerine göre de bu hak ve sorumluluklar farklılaşabilmektedir.

Gruplar üyelik biçimlerinin dışında toplumsal olarak betimlenmiş olma ve işlevsellik açısından da kategorize edilebilir. *İşlevsel gruplar*, belirli bir amaç için bilinçli olarak bir araya gelmiş insanları tanımlarken, *betimsel gruplar* ise, toplumsal rol ve statüler bakımından bireyleri ayırt eden grup kategorilerini⁶⁵ tanımlamaktadır.

Sosyolojik açıdan grup toplumun birey üzerindeki etkisine odaklanmakta, toplumsal grubu bireyin üstünde, bireyin toplamından farklı bir şey ve araştırma alanı olarak⁶⁶ ele almaktadır. Bu nedenle farklı sınıflandırmalar yapılarak ayrı ayrı ele alınmakta ve grupla ilgili farklı tanımlamalar ortaya çıkmaktadır. Kağıtçıbaşı, toplumsal grupların toplumsal bir olgu olduğunu, toplumu yansıttığını, toplumsal sistem hakkında önemli bilgi kaynağı oluşturduğunu⁶⁷ bu nedenle sosyoloji bilimi için önemli bir çalışma alanı oluşturduğunu ifade etmektedir. Genel olarak toplumsal grupların bir takım fonksiyonları vardır. Gruplar bireyin yaşamını kolaylaştırıcı bir etkiye sahiptir. Üyelerinin ihtiyaç ve beklentilerine karşılık verirken aynı zamanda bireyin içerisinde

⁶² Charles Horton Cooley, **Social Organization: A Study of the Larger Mind**, Newyork, Schocken Books, 1962, ss. 113-115 <http://www.tenebrae.org/pdf/CooleyPrimaryGroups.pdf>

⁶³ Joseph H. Fichter, **Sosyoloji Nedir**, Çev: Nilgün Çelebi, Ankara, Anı Yayıncılık, 2006, s.66

⁶⁴ Joseph H. Fichter, **Sosyoloji Nedir**, Çev: Nilgün Çelebi, Ankara, Anı Yayıncılık, 2006, s.72

⁶⁵ Barlas Tolan, Galip İsen, Veysel Batmaz, **Ben ve Toplum**, Ankara, Teori Yayınları, 1985, s.238

⁶⁶ Nuran Hortaçsu, **Grup İçi ve gruplar Arası Süreçler**, Ankara, İmge Kitapevi Yayınları, 1998, s.13

⁶⁷ Çiğdem Kağıtçıbaşı, **İnsan ve İnsanlar**, İstanbul, Evrim Yayınevi, 1992, s.200

bulunduğu topluma adapte olmasına, kültürel değerlerini benimsemesine ve sosyalleşmesine katkıda bulunmaktadır.

Toplumsal örgütlenme ise, bireyleri dağınık, yalıtılmış ve kendi başlarına hareket edebilen unsurlar olmaktan çıkararak gruplar içerisinde toplar, bireyin yaşamının toplumsal gruplar içerisinde anlam ve belirginlik kazanmasına katkıda bulunur. Özünde her toplumsal örgütlenme, birden fazla grubu içeren canlı ve yaşayan bir organizmadır.⁶⁸

1.4.2. Toplumsal Kurum ve Kuruluşlar

Toplumsal kurum ve kuruluşlar toplumun var olabilmesi için gerekli ve toplumsallaşmanın önemli bileşenlerindendir. Bu kavramlar gündelik yaşamda çoğu zaman birbirinin yerine kullanılmasına rağmen özünde kurum ve kuruluş birbirinden farklı kavramlardır. Sosyolojik açıdan ele alındığında toplumsal kurum, kuşaklar boyu devam eden, kalıcı bir özelliğe sahip ve ortak kabul görmüş uygulama ve davranış kalıplarını içermekte, “bir toplumun temel kaygıları ve faaliyetlerini düzenleyen ve toplumsal ihtiyaçlarını (düzen, inanç, üreme ihtiyaçları vd.) karşılayan tüm yapısal bileşenleri karşılamaktadır.” Toplumsal kurum, toplumsal kurallar tarafından sürekli tekrarlanan, onaylanan, devamlılığı olan, toplumun yerleşik görünümünü yansıtan ve toplumsal olarak örgütlenmiş olan toplumsal davranış kalıpları⁶⁹ olarak ifade edilmektedir.

James Lull, kurumları (institution), “insan davranışlarının düzenlenmesine yardımcı olarak egemen ideolojilerin ve kültürlerin güçlenmesine katkıda bulunan kitle iletişim araçları endüstrisi, siyasal partiler, hapishaneler, okullar vb. toplumsal organizasyonlar”⁷⁰ olarak tanımlanmaktadır.

Toplumsal kuruluşları ise, toplumsal kurumların sosyal hayattaki somut karşılıkları olarak tanımlamak mümkündür. Örneğin din toplumsal bir kurumdur sosyal hayattaki yansıması olan camiler ise kuruluştur. Eğitim toplumsal bir kurum iken okullar, dersaneler, üniversiteler birer kuruluştur. Ekonomi bir kurum iken devlete ait

⁶⁸ Barlas Tolan, Galip İsen, Veysel Batmaz, **Ben ve Toplum**, Ankara, Teori Yayınları, 1985, s.238

⁶⁹ Gordon Marshall, **Sosyoloji Sözlüğü**, Çev: Osman Akınbay, Derya Kömürcü, İstanbul, Bilim ve Sanat Yayınları, 1999, s.438

⁷⁰ James Lull, **Medya İletişim Kültürü**, Çev: Nazife Güngör, Ankara, Vadi Yayınları, 2001, s.241

şirketler ve özel şirketler birer kuruluştur.

Toplumsal kurumlar insanlar tarafından oluşturulur. Kurum ve kuruluşlar sosyal hayatı düzenleyen birimlerdir. Toplumsal kurumlar bireylerin belirli ihtiyaçlarını karşılamak için ortaya çıkmıştır. Bu ihtiyaçlar özünde kurumların amaçlarıyla da örtüşmektedir. Toplum açısından önem atfedilen amaçlara ulaşmak için ortaya çıkan düşüncelerin meydana getirdiği bir düzeni içerir. Başka bir deyişle “toplumun yapısı ve temel değerlerinin korunması bakımından zorunlu sayılan, nispeten sürekli kurallar topluluğu” dur.⁷¹ Toplumsal kurumların kısaca; gruplarda bütünleşme, işbirliği, dayanışma, bireylere hazır rol modelleri sunma ve toplumsal ilişki formları temin etme, kültürün devamlılığını sağlama ve toplumsal kontrolü kurma konularında işlevsel⁷² olduğu söylenebilir.

Bu anlamda toplumsal kurumların ortaya çıkışı da gruplarda olduğu gibi toplumsal yaşamı organize etmek ve devamlılığını sürdürmek için önem taşımaktadır. Toplumun var olabilmesi ve devamlılığını sağlayabilmesi için gerekli unsurlar içerisinde yer almakta ve toplumsallaşma sürecine katkı sağlamaktadır.

1.4.3. Kültür

Kültür, insanı diğer canlılardan farklı kılan, insan etkinlikleri içerisinde, kendine özgü dinamikleri olan özel bir alandır. Yeryüzünde kültür üreten tek canlının insan olmasının temelinde, insanın kendi varoluşu üzerinde düşünebilme, doğayı kendi varlığını anlamlandırma çabasıyla değiştirme ve doğaya müdahale etmesi bulunmaktadır. Kültür, “toplumsal araçlarla aktarılıp iletilen her şeyi” kapsar. İnsanların oluşturduğu sembolik ve öğrenilmiş yönlerini anlatan genel bir terimdir.⁷³ Kavram, etimolojik olarak incelendiğinde, sözcüğün Latince ’de ekmek, ürün almak anlamına gelen ‘*cultura*’ sözcüğünden geldiği ve birçok dilde aynı sözcüğün kullanıldığı görülmektedir. Williams ‘*cultura*’nın kök sözcük ‘*colere*’den geldiğini, *colere*’nin anlam olarak ikamet etmek, yetiştirmek, onurlandırmak gibi birtakım

⁷¹ Enver Özkalp, **Sosyolojiye Giriş**, Bursa, Ekin Yayınları, 2007, s.13

⁷² Zeki Aslantürk, M. Tayfun Amman, **Sosyoloji: Kavramlar, Kurumlar, Süreçler, Teoriler**, İstanbul, Çamlıca Yayınları, 2011, ss.284-286

⁷³ Gordon Marshall, **Sosyoloji Sözlüğü**, Çev: Osman Akınbay, Derya Kömürcü, İstanbul, Bilim ve Sanat Yayınları, 1999, s.442

anlamlarının olduğunu bu anlamların ise zamanla ayrıştığını⁷⁴ ifade etmektedir.

Türk Dil Kurumu sözlüğü, kültür kavramını, Fransızcadaki *culture* kelimesinin karşılığı; tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin, bir topluma veya halk topluluğuna özgü düşünce ve sanat eserlerinin bütünü muhakeme, zevk ve eleştirme yeteneklerinin öğrenim ve yaşantılar yoluyla geliştirilmiş olan biçimi, bireyin kazandığı bilgi, tarım⁷⁵ olarak tanımlarken, İngilizce *culture* kelimesinin karşılığı olarak ise; bir toplumu ya da halkı duyuş, düşünüş, yaşayış bakımından öbürlerinden ayıran ve gerek özdeksel gerek tinsel alanlarda oluşturulan ürünlerin tümü, bir topluma ya da bir halk topluluğuna özgü düşünce ve sanat yapıtlarının tümü, usavurma, beğeni ve eleştirme yeteneklerinin öğrenim ve yaşantılar yoluyla geliştirilmiş olan biçimi⁷⁶ şeklinde tanımlamıştır.

Tarihi çok eskilere dayanan kültürün, 18.yy'a kadar tarımsal etkinlikler, tarım ve hayvancılık ile ilgili ürünlerin yetiştirilmesi veya dinsel eylemlerle ilişkili kullanımının, daha sonra insan aktiviteleri ve yetenekleri sonucunda üretilen maddi ve manevi üretimler için kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Güngör, kültürün zamanla toplu halde yaşayan insanların günlük yaşam pratikleri içerisinde yarattıkları veya ürettikleri değerleri, gelenekleri, görenekleri, tavır ve davranışları anlatan bir kavram⁷⁷ olarak gelişim gösterdiğini ifade etmektedir.

Birçok disiplinin ortak terimi olarak kullanılan kültüre dair çok sayıda tanımlamanın yapılmış olduğu görülmektedir. Raymond Williams (1921-1988), kültür kavramına dair yaptığı çalışmalarda kültüre ait yüz altmış dört farklı tanımın olduğunu ve kavramın İngiliz dilindeki en karmaşık birkaç kelimedenden biri olduğunu belirtmiştir.⁷⁸ Bu durum kültürün insan yaşamının ayırıcı unsuru ve aynı zamanda toplumsal yaşamın tüm alanlarında etkili bir kavram olmasından kaynaklanmaktadır.

⁷⁴ Raymond Williams, **Anahtar Sözcükler Kültür ve Toplumun Söz Varlığı**, İstanbul, İletişim Yayınları, 2005, s.105

⁷⁵ TDK, "Kültür", www.tdk.gov.tr, 20 Mart 2017

⁷⁶ TDK, "Kültür", www.tdk.gov.tr, 20 Mart 2017

⁷⁷ Nazife Güngör, **İletişim Kuramlar Yaklaşımlar**, Ankara, Siyasal Kitabevi, 2013, s.280

⁷⁸ Philip Smith, **Kültürel Kuram**, İstanbul, Babil Yayınları, 2007, ss.13-15

Kültür kavramı, insanın gelişimiyle birlikte çok zengin anlamlar kazanmıştır. Bu her alanda üretimin gerçekleşmesi ve kültür kavramının insanın ürettiği her şey için kullanılmasından ileri gelmektedir. Bütün sosyal bilimlerin ortak terimlerinden biri olan kültür bu anlamda ilk anlamı olan ekin, üretim gibi kavramların tüm alanlardaki üretimlere dönüşmesi ile çok geniş bir anlama bürünmüştür.

İnsanı diğer canlılardan ayıran temel özelliği onun kültür olarak nitelendirilen doğayı dönüştürme çabasına yönelmesidir. Kardiner ve Preble (1961) bu yönelimin insanı aşama aşama önce doğaüstü güçlere, sonra dine son aşamada da bilime götürdüğünü ifade etmektedir. Eagleton, kültürün doğadan türeyen bir kavram olduğunu ve doğayı dönüştürmek için kullanılan bütün kültürel araçların doğadan türetildiğini⁷⁹ ifade etmektedir.

Toplumların statik ve dinamik yapılarının incelenmesinde kültür önemli bir yere sahiptir, kültür toplumun ürünü ve aynı zamanda toplumu inşa eden⁸⁰ bir niteliğe sahiptir. Tolan, kültürün değerleri aktarıcı özelliğine dikkat çekerek, kültürün bireyler tarafından toplumsal yollarla edindikleri ve aynı yollarla başkalarına ilettikleri değer, yargı, inanç, simge ve davranış kıstasları ile ortaya çıkan geleneksel davranış kalıplarının simgesel ve maddi ürünlerinden oluştuğunu⁸¹ belirtmektedir.

Postman, kültürü, hakikati arama ve yorumlama biçimi⁸², Bauman ise, “yapay düzen kurma işi” olarak tanımlamaktadır. Bu yapay düzeni “doğa düzeni” (şeylerin insan müdahalesi olmaksızın oldukları durum)’nin karşısında tasarlanmış bir düzen olarak tanımlar. Ona göre, “Kültür, şeyleri olduklarından ve aksi halde olacaklarından farklı yapmak ve onları bu halde, yapay şekil içinde tutmaktır.” Yapay düzenin bireyin toplum içerisinde yaşamasının zorunlu bir sonucu veya gereği ortaya çıktığını ve insan ilişkilerinin düzenlenmesi, çeşitli ihtiyaçlarının karşılanması işlevlerini yerine getirdiğini bu bağlamda kültürün insana özgü ve aynı zamanda toplumsal bir karaktere sahip⁸³ olduğunu belirtir.

⁷⁹ Terry Eagleton, **Kültür Yorumları**, Çev: Özge Çelik, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2005, s.11

⁸⁰ Halil İbrahim Bahar, **Sosyoloji**, Ankara, USAK Yayınları, 2009, s.53

⁸¹ Barlas Tolan, **Toplum Bilimine Giriş**, Ankara, Gazi Üniversitesi Yayınları, 1985, s.238

⁸² Nurdoğan Rigel, Gül Batuş, Güledda Yücedoğan, Barış çoban, **Kadife karanlık**, İstanbul, Su Yayınları, 2005, s.265

⁸³ Zigmund Bauman, **Sosyolojik Düşünmek**, Çev: Abdullah Yılmaz, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1998, s.161

Parekh kültürü, “tarih içerisinde yaratılan bir anlam ve önem sistemi, ya da başka bir ifadeyle, bir grup insanın bireysel ve toplu yaşamlarını anlamada, düzenlemede ve yapılandırmada kullandıkları bir inançlar ve adetler sistemi” olarak tanımlamakta ve “insan yaşamını anlamamanın ve düzenlemenin bir yolu”⁸⁴ olduğunu ifade etmektedir.

Williams, kültürü; anlamların, değerlerin ve aktivitelerin paylaşıldığı bir network (şebeke) olarak tanımlarken, bilinçli olarak oluşturulmadığını; ancak ileri bir bilinç olarak toplumda kendiliğinden yeşerdiğini ve bu yüzden öncelikle toplumda var olan insanlar tarafından biçimlendirildiğini⁸⁵ ifade eder.

Giddens ise, kültürün yaşam biçimine etkisini vurgulayarak “bir toplumu oluşturan insanların nasıl giyindikleri, evlilik gelenekleriyle aile yaşamlarını, çalışma kalıplarını, dinsel törenlerini ve boş zaman etkinliklerini içerdiğini”⁸⁶ belirtmiştir. Tannen, farklı bir bakış açısıyla “kültürü, bir anlamda rivayetlerin insan davranışlarını açıklamakta tartışmasız, apaçık gerçeklere dönüşüncüye dek tekrarlandığı bir ortam”⁸⁷ olarak tanımlar.

Geert Hofstede, “*Culteres and Organizastion “Software of Mind”* – “Kültürler ve Organizasyonlar” “Zihnin Yazılımı” adlı çalışmasında, kültürü belirli tabakalara ayırarak hayatı bir okul olarak tanımlar, hayatın sürdürülmesi esnasında her grupta ve kategoride yer alan insanın kendi kültürünü oluşturan ortak akıl programını taşıdığını belirtir. Bireylerin aynı zaman diliminde farklı sayıda gruplara dâhil olma durumunda olduğunu, bu nedenle insanların kendi dünyalarında çeşitli, farklı kültür düzeylerine karşılık gelen zihinsel programlama katmanları taşıdıklarını⁸⁸ ifade eder.

⁸⁴ Bhikhu Parekh, **Çokkültürlülüğü Yeniden Düşünmek: Kültürel Çeşitlilik ve Siyasal Teori**, Çev. Bilge Tanrıseven, Ankara, Phoenix Yayınevi, 2000, s.184

⁸⁵ Gül Batuş, Füsün Alver, Bilal Arık, Barış Çoban, Ünsal Çığ, **Kadife Karanlık 2 Ayna Şövalyeleri**, İstanbul, Su Yayınevi, 2011, s.120

⁸⁶ Anthony Giddens, **Sosyoloji**, Ankara, Ayraç Yayınları, 2000, s.20

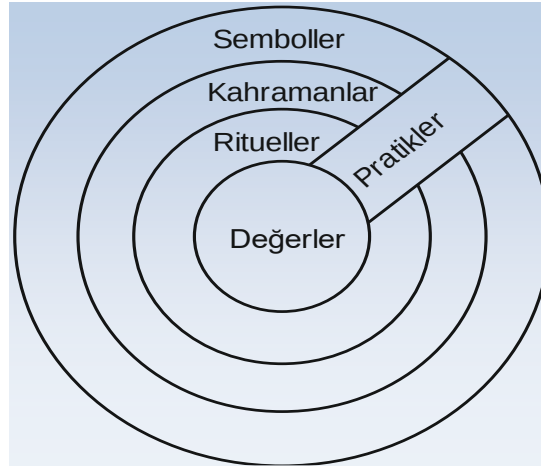
⁸⁷ Deborah Tannen, **The Argument Culture: Moving from Debate to Dialogue**, New York, Random Hause, 1998, s.13

⁸⁸ Geert Hofstede, Gert Jan Hofstede, Michael Minkov, **Culteres and Organizastion “Software of Mind**, Third Edition, McGraw Hill Professional, 2010, s.6



Şekil 1: Zihinsel Programlamada, Benzersizliğin (eşsizlik) Üç Seviyesi ⁸⁹

Hofstede Şekil 1’de kültürün kolektif bir olgu olduğuna dikkat çekerek, insanların karşılıklı öğrenme süreci yaşadığını, kültürün doğuştan gelen bir özellik olmadığını, öğrenildiğini söyler. Hofstede’de kültürün katmanlar halinde ve temelde ölçülebilir değerlerin bulunduğu kabul eden bir anlayış vardır. Kültürün oluşumunu tanımlamak için semboller, kahramanlar, ritüeller ve değerlerden bahseder. Bu terimlerin kültür oluşumundaki etkilerini ve aralarındaki ilişkiyi bir soğanın iç içe geçen halkalarına benzetir.



Şekil 2 : “The Onion” Farklı derinlik seviyelerine göre kültür belirtileri⁹⁰

⁸⁹ Geert Hofstede, Gert Jan Hofstede, Michael Minkov, **Culteres and Organizastion “Software of Mind**, Third Edition, McGraw Hill Professional, 2010, s.6

⁹⁰ Geert Hofstede, Gert Jan Hofstede, Michael Minkov, **Culteres and Organizastion “Software of Mind**, Third Edition, McGraw Hill Professional, 2010, s.7

Şekil 2'de sembollerin kültürün en derin ve en yüzeysel belirtilerini temsil ettiğini vurgulamaktadır.⁹¹ Sembollerin birtakım özel anlamlı iletiler olduğunu kültür içerisinde paylaşıldığını, kahramanların kültürün içerisinde model davranış olarak görülen kişiler olduğunu, ritüellerin kültür içerisinde varlığı istenen teknik olarak gereksiz olmasına karşın, toplumsallaşmanın esasını oluşturan aktivitelere (selamlaşma, sosyal ve dinsel törenler, saygı vd.) karşılık geldiğini, pratiklerin ise günlük hayat içerisinde dışardan gözlemlenebilen kültürel anlam ifade eden bütün uygulamaları⁹² kapsadığını belirtir.

Tanımların toplamı göz önünde bulundurulduğunda, kültürün insanın oluşturduğu bilgi, inanç sistemleri, gelenekler ve görenekler, toplumsal normlar, sanat ürünleri, simgeler, dil, teknoloji ve değerleri içeren bütün üretimleri bünyesinde barındıran bir yapı olarak değerlendirilmesi mümkündür. Hangi perspektiften bakılırsa bakılsın kültürün insan topluluklarının varlığını korumak ve devamlılığını sağlamak için gerekli etkinlik alanı olduğu görülmektedir.

İnsanlar dünyayı kendi kültürlerinin penceresinden “geleneklerin, kurumların ve düşünme tarzının belirli bir düzenlenişiyle denetlenen bir biçimde görür.”⁹³ Kültür toplumsal yaşamın tüm alanlarını etkileyen, şekillendiren ve toplumda bütünleşmeyi sağlayan bir yapıya sahiptir. İnsan müdahalesiyle meydana gelen her şey kültürün ürünüdür.

Kültürün kendi dinamiği içerisinde birtakım bileşenleri vardır. Bu bileşenler birbiriyle iç içe geçmiş ve birbirini tamamlayıcı unsurlardır. Kültür bileşenleri sembollerin açılımlarını içermektedir. Bu bileşenleri oluşturan öğeleri inançlar, değerler, normlar, sanat, dil, eğitim, teknoloji, sosyal kurumlar, gelenekler, tutum ve davranışlar, örf ve adetler, sanat ürünleri, mitler, ortak inançlar olarak tanımlamak mümkündür.

Kültürün hem evrensel hem de özel, kapsayıcı, toplumsal bir yapısı vardır, kültür sonradan öğrenilir, ihtiyaçları karşılamaya ve doyum sağlamaya yönelik bir yapı sergiler, bütünleştirici bir yönü vardır. Bireylerin toplumsallaşması, ulusların oluşumu, varlığının devamlılığı ve korunmasında kültürün çok önemli bir yeri vardır, ortak

⁹¹ Geert Hofstede, Gert Jan Hofstede, Michael Minkov, **Culteres and Organizastion “Software of Mind**, Third Edition, McGraw Hill Professional, 2010, s.7

⁹² Geert Hofstede, Gert Jan Hofstede, Michael Minkov, **Culteres and Organizastion “Software of Mind**, Third Edition, McGraw Hill Professional, 2010, ss.8-9

⁹³ Ruth Benedict, **Kültür Örüntüleri**, Çev. Mustafa Topal, İstanbul, İletişim Yayınları, 2005, s.32

kültürün ve kültüre ait bileşenlerin, toplumu oluşturan bireylerin birbirine kenetlenmesi, ortak amaç doğrultusunda hareket etmesi ve duygu birliği yaratması ve toplumun devamlılığı noktasında kilit bir görev üstlenmektedir.⁹⁴ Çünkü bir toplumun üyesi olarak dünyaya gelen insan, kendi kültürel mirasını öğrenir, savunur yaşatmak için çaba gösterir ve kendisinden sonraki kuşaklara aktarır. Bu süreç kültürel varlığın ön şartıdır.⁹⁵

Kültürü kendine özgü dinamikleri olan, çok kapsamlı ve toplumun bütün bileşenlerini içerisinde barındıran, toplumsal ilişkilerin ve örgütlenme yapısının hem kurucu ögesi hem de kuşaktan kuşağa aktarılmasını sağlayan temel bileşenlerden biri ve toplumsal yaşamı biçimlendiren etkili bir unsur olarak değerlendirmek mümkündür.

İnançlar, kültürün temelinde bir toplumun varlık ve evren konularındaki açıklama şemaları olarak tanımlanabilir. İnançlar belli toplumsal alışkanlıkları, problem çözme yollarını şekillendirerek değerleri oluşturur. Değerlerin toplumsal düzeni sağlaması için yaptırım gücü kazanması ise normları oluşturur.⁹⁶ Bu döngü içerisinde meydana gelen etkinlikler ve ifade biçimleri ise simgeleri oluştururlar. Kültürel bileşenler arasındaki bu etkileşim ve ilişki ile aktarılan bilgiler ortak bir dilin kullanımını beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda kültür iç içe ve döngüsel ilişki içerisinde bulunan bütün bileşenlerin eritildiği bir potadır.

1.4.4. Din ve İnançlar

Din, kutsal fikrine dayalı ve inananları bir sosyo-dinsel topluluk içerisinde birleştiren bir inançlar, semboller ve ritüeller kümesidir.⁹⁷ İnançlar insanın kendi varlığını ve evreni sorgulaması ve bu sorgulamanın toplumsal yaşantıda kolektif olarak düzenlenmiş anlatılara dönüşmesinin sonucu olarak ortaya çıkar. Bütün toplumlarda bir düzenin varlığının gerekliliği ve evrenin belli bir şekilde açıklanma ihtiyacı toplumların kendi örgütlenme biçimlerine uygun bir inanç sistemi geliştirmelerini zorunlu kılar. Bu inanç sistemi ne kadar tatmin edici ve doyurucu olursa toplumsal kurumsallaşma da bununla doğru orantılı gerçekleşir. Bu açıdan kültür öncelikle

⁹⁴ Halil İbrahim Bahar, **Sosyoloji**, Ankara, USAK Yayınları, 2009, s.55

⁹⁵ Bozkurt Güvenç, **İnsan ve Kültür**, İstanbul, Remzi Kitabevi, 1979, s.4

⁹⁶ Anthony Giddens, **Sociology**, Cambridge, Polity Press, 1993, s.31

⁹⁷ Gordon Marshall, **Sosyoloji Sözlüğü**, Çev: Osman Akınbay, Derya Kömürcü, İstanbul, Bilim ve Sanat Yayınları, 1999, s.156

inançlar üzerinde temellenir. Bu bağlamda “dinin kültüre etkisi ve kültürün diğer unsurlarının oluşması ve değişmesindeki rolü büyüktür.”⁹⁸

Din, insanlar ve Tanrı arasında kurulan manevi inanç bağıdır. İnsanlar bu inanç bağı ile yaşama tutunur. Din olgusu insanların geleceklerini şekillendirme potansiyeline sahip, bütünleştirici bir yapı sergiler. İnançlar yaşamın şekillenmesinde ve bireyin bakış açısının oluşmasında etkili unsurlardandır. Bu anlamda din, hem toplumsal devamlılığın sağlanması için gerekli bir modeldir. Hem de insanların içinde yaşadığı toplumsal sistemi anlamalarına da yardımcı olur.⁹⁹ Birey inancı doğrultusunda yaşamını şekillendirerek kendi rutinini oluşturur. İncanın gereklerini yerine getirme çabası ile dinin uzak durmasını emrettiği ve yasakladığı eylemlerden kaçınırken yapılmasını gerekli kıldığı ibadet ve eylemleri sorgulamadan yapar. Böylece toplumsal sistemin geliştirdiği inanç üzerinden sistemin olumladığı davranışı sergileyerek sistemin devamlılığına katkıda bulunur. İnançların genel bir ifadeyle dinin incelenmesi ve topluma etkileri sosyoloji biliminin önemli çalışma alanlarından birini oluşturmaktadır. Din ve toplum ilişkisini akademik bir platforma taşıyan sosyologlar dinin sosyokültürel yaşama ve insan ilişkilerine çok ciddi etkileri olduğunu ifade etmişlerdir.

Din konusunda özellikle Emile Durkheim (1858-1917) ve Max Weber’in (1864-1920) çalışmaları dikkat çekicidir. Din olgusunun kültür ve toplumun temel yapısını oluşturduğunu ve toplumu anlamının yolunun toplumu ‘dine’ uygun bir şekilde ele almakla mümkün olabileceğini ifade etmişlerdir.¹⁰⁰

Durkheim’in de ifade ettiği gibi, inançların bütünleştirici bir etkisi vardır. Bu etki toplumsal düzeni sağlama noktasında işlev görür. Durkheim, dini kendi terimleri ile açıklanması gereken *sui generis* (kendine özgü) bir olgu olarak değerlendirir. Toplumun bir ideal yaratmadan kendini yaratamayacağını söylerken, ideal kavramı ile inanç sisteminin içinde var olan sembolleri vurgulayarak bu sembollerin toplumlardaki ahlak duyguları ile ortak bir bilinci oluşturmayı sağladığını belirtir.¹⁰¹ Din kurumu

⁹⁸ Yıldız Dilek Ertürk, **Davranış Bilimleri**, İstanbul, Kutup Yıldızı Yayınları, 2010, s.284

⁹⁹ Şerif Mardin, **Din ve İdeoloji**, İstanbul, İletişim Yayınları, 1999

¹⁰⁰ Laura Desfor Edles, **Uygulamalı Kültürel Sosyoloji**, Çev: Cumhur Atay, İstanbul, Babil Yayınları, 2006, s.38-39

¹⁰¹ Philip Smith, **Kültürel Kuram**, çev. Selime Güzelsarı, İbrahim Gündoğdu, İstanbul, Babil Yay., 2007, s.25

dinselliğin yoğun olduğu kültürlerde sistem karşıtı olaylarda da etkili olabilmektedir. Örneğin halk mücadelelerinde kutsal bir destek beklendiğinde, vaadin doğruluğu ve maruz kalınan haksızlığın derecesini onaylayan üstün bir gücün varlığı duygusu, umutsuzluğu azaltarak bazen direnişe de güç verme¹⁰² noktasında etkili olabilmektedir. Bu örnek inançların etkisinin çok kapsamlı olduğunu göstermek açısından önemlidir.

1.4.5. Değerler

Toplum içerisinde hangi durumda ne tür davranışların uygun olduğunu ifade eden standartlar olarak tanımlanabilir. İnançlar tek başına bir toplum düzeni oluşturmada soyut kaldığı için insan davranışlarının inanç sistemine göre doğruluğu-yanlışlığı, iyiyi-kötüyü, haklıyı-haksızı, normali-sapkını belirleyen bazı ölçütlere ihtiyaç duymaktadır. Değerler bu ölçütleri, standartları vermektedir. Bozkurt, değerlerin davranışlarımızı yargılarken ve hayattaki amacımızı seçerken başvurduğumuz; toplumsal olarak paylaşılan amaç ve davranışları belirlemede doğru ve yanlış gösteren standartlar¹⁰³ olduğunu ifade etmektedir.

Bilton, değerleri toplum veya sosyal bir grup tarafından önem atfedilen ‘ideal ve inançlar’¹⁰⁴ olarak tanımlamaktadır. Değerler toplumdan topluma farklılık gösterebilmektedir. Bir toplumda doğru olan davranış başka bir toplumda yanlış olarak değerlendirilebilir ya da yadırganabilir. Örneğin Türkiye’de misafirperverlik, büyüklere saygı, büyükler gelince ayağa kalkma, evin büyüğü sofraya oturmadan yemeğe başlamama vb. davranışlar son derece önemsenirken, başka bir toplumda bunlar çok gereksiz ve anlamsız görülebilir.

Toplumsal yaşamın varlığını düzen içerisinde sürdürebilmesi için bir takım olumlayıcı ve düzenin devamlılığına katkıda bulunacak değerlere ihtiyacı vardır. Toplumun toplum olabilmesi ve devamlılığını sağlayabilmesi ve toplumsal yaşantının düzen içinde sürmesi davranışların değerler vasıtasıyla şekillenmesi ile mümkündür.

¹⁰² John D. H. Downing, Tamarra Villareal, Ford Genèvre Gil, Laura Stein, **Radikal Medya**, Yay. Haz: Ülkü Doğanay, Ankara, İmge Kitabevi, 2017, s.112

¹⁰³ Veyssel Bozkurt, **Değişen Dünyada Sosyoloji Temeller Kavramlar Kurumlar**, Bursa, Ekin Yayınevi, 2012, s.93

¹⁰⁴ Tony Bilton, Kevin Bonnett, Pip Jones, Tony Lawson, Dawid Skinner, Michelle Stanworth, Andrew Webster, Liz Bradbury, James Stanyer, Paul Stephens, **Sosyoloji**, Çev. Ed., Kemal İnal, Ankara, Siyasal Kitabevi, 2008, s.16

Düzenin devamlılığını sağlayacak iyiyi, doğruyu, güzeli, ahlaklı olanı, olması gerekenin ölçütünü değerler aracılığıyla toplumun üyelerine aktarmaktadır. Bu süreklilik ve davranışın döngüsel dönüşümü gelenek ve görenekleri meydana getirmektedir. Değerler toplumsal inşa eden kurucu unsur ve toplumsallaşmanın önemli bileşenlerinden biri olarak kabul edilmektedir.

1.4.6. Gelenekler

Türk Dil Kurumu sözlüğü geleneği “Bir toplumda, bir toplulukta eskiden kalmış olmaları dolayısıyla saygın tutulup kuşaktan kuşağa iletilen, yaptırım gücü olan kültürel kalıntılar, alışkanlıklar, bilgi, töre ve davranışlar, anane, tradisyon”¹⁰⁵ olarak tanımlamaktadır. Kavram etimolojik olarak incelendiğinde Latince dağıtmak, yaymak, zaman içinde elden ele geçirmek anlamına gelen ‘*tradere*’ sözcüğünden geldiği görülmektedir. Kültürlerin yapı taşlarını oluşturan, adet, töre, geleneksel alışkanlıklar ve tarzlar arasında özel bir yere sahip olan gelenek, uzun bir geçmişi olan ve kutsallık halesi ile çevrelenmiş adetler için kullanılmaktadır.”¹⁰⁶ Toplumsal yaşamın düzenlenmesinde belirleyici unsurlardandır.

Gelenek, “hakikati insanlığa açıklanmış ya da açıklanmamış kutsal bir kaynağın ilkelerinin, farklı zaman ve mekânlardaki daimi tezahürüdür.”¹⁰⁷ Gelenek kavramı geçmişten gelen, sürekliliği olan, içerisinde var olduğu yapıyı geçmişin bağlamından koparmadan geleceğe taşıma potansiyelini barındıran ve kültürün devamlılığı ve üretiminin sağlanmasında etkili bileşenlerden biridir. Geleneksel toplumlarda gelenekler aracılığıyla aktarılan değerler, toplumsal yaşamı detaylarıyla düzenleme ve o toplumun bireyleri üzerinde güçlü bir tahakküm kurma özelliğine sahiptir.

1.4.7. Normlar

James Lull *Medya İletişim Kültür* kitabında normu “düşünmenin yapılanmış, kalıplaşmış, kural yönlendirmeli yolu ve bir şeyleri yapmanın sosyal uyum

¹⁰⁵ TDK, “Gelenek”, www.tdk.gov.tr, 20 Nisan 2017

¹⁰⁶ William Outhwaite, **Modern Toplumsal Düşünce Sözlüğü**, çev. Melih Pekdemir, İstanbul, İletişim Yayınları, 2003, s.300

¹⁰⁷ Neşet Toku, **İlm-i Umran: İbn-i Haldun’da Toplumbilimsel Düşünce**, Ankara, Akçağ Yayınları, 2002, s. 18

beklentisine uygunluğu”¹⁰⁸ olarak tanımlamaktadır. Norm en temel tanımıyla kültür içerisinde şekillenen davranış kurallarıdır. Normların yaptırımı vardır. Toplumsal yaşam içerisinde bireylerin hangi durumda nasıl davranması gerektiği konusunda yaptırımı olan beklentiler bütünüdür.¹⁰⁹ Normlar değerler ve geleneklere bağlı olarak geliştirilir. Toplumsal ortak değerler ve gelenekler o topluma uygun olan davranış kalıplarını şekillendirir.

Tolan, *Çağdaş Toplumun Bunalımı, Anomi ve Yabancılaşma* kitabında toplumda normların bütün alanlarda var olduğunu şu sözlerle ifade etmiştir: “En uç bütünleşme düzeyinde bulunan yersiz yurtsuz avarenin statüsü bile, toplumca kabul edilmiş belirli normlarla düzenlenmiştir; onun nasıl davranması gerektiği ve ona karşı nasıl davranılacağı normlarla belirlenmiş bulunmaktadır.”¹¹⁰

Birey toplumun değer ve geleneklerine uygun olmayan davranışlar sergilediği zaman toplumun bireye uyguladığı resmi veya gayri resmi yaptırımlar normları ifade eder. Genel olarak her toplumun kendi değerleri, gelenekleri ve kültürüne özgü normları vardır. Toplumdan topluma değişkenlik gösterebilirler. Örneğin biri hırsızlık yaptığında ceza gibi resmi yaptırımlarla karşı karşıya kalacağı gibi aynı zamanda toplum tarafından da dışlanır. Kurallara uyulması ve uyulmaması durumunda ödül ve ceza sistemi devreye girer. Toplum, bireyleri normlara uymadığı takdirde cezalandırma, dışlama yoluna giderken kurallara uyan bireyler toplum tarafından ödüllendirilebilir. James Lull, kuralların ideolojik temsillerinin otorite ile bağlantılandırılarak egemen ideolojileri meşrulaştırdığını, biçimlendirdiğini ve egemen ideolojilerin devamlılığının sağlanmasında kolaylaştırıcı bir işlev üstlendiğini, bu durumun çoğu kuralın çıkış noktasını oluşturduğunu ifade eder, kuralların eş zamanlı olarak hem otoriteyi yansıttığını hem de pekiştirdiğini vurgular.¹¹¹

James Lull, kuralların toplumsallaşma sürecinde de etkili olduğunu şu sözlerle dile getirir.

“Kurallar toplumsal dünyamızın tonlarının, yörüngelerinin, temel temalarının kurulmasına ve sürdürülmesine yardımcı olurlar. Onlar

¹⁰⁸ James Lull, *Medya İletişim Kültür*, Çev: Nazife Güngör, Ankara, Vadi Yayınları, 2001, s.244

¹⁰⁹ Veysel Bozkurt, *Değişen Dünyada Sosyoloji Temeller Kavramlar Kurumlar*, Bursa, Ekin Yayınevi, 2012, s.101

¹¹⁰ Barlas Tolan, *Çağdaş Toplumun Bunalımı Anomi ve Yabancılaşma*, Ankara, Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi, 1980, s.75

¹¹¹ James Lull, *Medya İletişim Kültür*, Çev: Nazife Güngör, Ankara, Vadi Yayınları, 2001, s.8

bunu çoğunlukla da oldukça ince ve karmaşık yollarla yaparlar. Bizler yalnızca fikirler yoluyla toplumsallaşmayız, bunun yanı sıra bu fikirlerin yapılandırılma, otoriteyle ilişkilendirilme ve gereksinimlerimizle ve çıkarlarımızla uyumlandırılma yoluyla da toplumsallaşmaktayız”¹¹²

Normlar toplumun varlığının korunması ve toplumsal düzenin sağlanması için önemli kültürel bileşenlerdendir. Bireyin toplumsallaşma süreci içerisinde öğrenilir ve belirli bir toplum içerisinde bireyin ne şekilde davranıp davranmaması gerektiğini içeren kurallardan oluşurlar.

1.4.8. Simgeler/Semboller

“İnsan davranışlarının çoğu işaretler, sesler, amblemler ve başka bir şeyi anlamlı bir biçimde yansıtan simgelerle ortaya konur.”¹¹³ Simgelerin temsil ettiği nesneler ya da şeylerle aralarındaki anlam bağlantısı o simgeleri kullanan insanlar tarafından oluşturulur. İnsanlar iletişim sürecinde nesneleri belirli simgeler kullanarak tanımlar ve bu simgeler o nesnelerin içerisinde bulunduğu kültüre özgü anlamlarıyla eşleştirilir. Bu şekilde toplum üyeleri tarafından ortak bir algı oluşur. O nesne artık belirlenen simge ile karşılığını bulur.

‘Simge’ ve ‘gösterge’ kavramları bazı çalışmalarda birbirinin yerine kullanılmaktadır. Oysa simgeler birer gösterge olmasına rağmen simge ve gösterge birbirinin yerine kullanılmayacak şekilde birbirinden farklı kavramlardır. Gösterge (sign) kendisinden başka bir şeyi işaret eden veya temsil eden şey¹¹⁴ olarak tanımlanırken, simge (symbol) bir şeyi temsil eden ancak o temsil ettiği şey ile arasında doğrudan veya doğal bir ilişkisi olmayan işaret¹¹⁵ olarak tanımlanmaktadır. Gösterge ve temsil ettiği şey arasında bir ilişki varken, simge ve temsil ettiği şey arasında ise doğrudan veya doğal hiçbir anlamsal ilişki yoktur. O simgeye anlamı veren o kültürü oluşturan insanlardır. Bir grup içerisinde belli bir anlama gelen bir gösterge başka bir grupta başka bir anlama gelebilir; burada değişen şey işaret edilen kategori değil, bu kategorinin

¹¹² James Lull, **Medya İletişim Kültürü**, Çev: Nazife Güngör, Ankara, Vadi Yayınları, 2001, s.70

¹¹³ William A. Haviland, Harald E. L. Prins, Dana Walrath, Bunny McBride, **Kültürel Antropoloji**, İstanbul, Kaknüs Yayınları, 2008, s. 115

¹¹⁴ Erol Mutlu, **İletişim Sözlüğü**, Ankara, Sofos, 2012, s. 119

¹¹⁵ Erol Mutlu, **İletişim Sözlüğü**, Ankara, Sofos, 2012, s. 273

mahiyetidir.¹¹⁶

Simgenin kültürden kültüre değiştiğini şu örnekle vermek mümkündür. Birçok ülkede ölüm ve yas siyah ile temsil edilir. Fakat uzak doğu da yasin rengi beyazdır. Burada siyah ve beyaz rengi simge konumundadır ve bu renklere atfedilen yas ve ölüm anlamları o toplumun yarattığı kültürel anlamlardır. Renklerin doğal olarak ölümle hiçbir ilişkisi yoktur. Simgeler ilişkilendirildiği kültüre sahip bireyler tarafından yorumlandığı sürece anlamlıdır.

Simgeler toplumsal hayatın her alanında kullanılmaktadır. Ekonomiden politikaya, ulusal kimlikten dine kültürün tüm boyutlarında simgeler işlevsel bir rol üstlenir. Her kültür kendi sembollerini üretir. “Simgeler; Bir şeyi anlamlı biçimde temsil eden işaretler, amblemler ve diğer şeylerdir.”¹¹⁷ Ülkelerin bayrakları, dini törenlerde giyilen giysiler, dini işaretler, toplumsal olgular ve kültür içerisinde gerçekleşen toplumsal etkinlikler simgeler aracılığıyla ifade edilir. Simgeler, o kültürün anlamlarının tanımlanması ve bireyler arasındaki etkileşim ile bu etkileşim sonucu ortaya çıkan iletişimin yapı taşlarıdır.

Kültürün en önemli simgesel boyutu ise ‘dil’ ile karşılığını bulur; dil bireylerin duygu ve düşüncelerini ifade etmek için sözcüklerin kullanılması¹¹⁸ ile ortaya çıkar.

1.4.9. Dil

Dili kültürün en önemli bileşeni olarak tanımlamak mümkündür. İnsanı diğer canlılardan ayıran en önemli özelliği insanın toplumsal bir yapılanma içerisine girmesi, kültürel üretimde bulunması, kendi gerçekliğini yaratarak yaşamını yönlendirmesi ve birikimini gelecek nesillere aktarmasıdır. Bütün bunları gerçekleştirmesi ise dilin varlığı ile mümkün olmaktadır. Mutlu, dili, “sözlü (ve yazılı) göstergelerden oluşan ve insanları diğer canlı türlerinden ayırt ettiği öne sürülen simgesel bir iletişim sistemi” ve “esas olarak çok sayıda nedensiz saymaca göstergelerden”¹¹⁹ meydana gelen bir sistem olarak tanımlamaktadır. Dilin belirli

¹¹⁶ Erving Goffman, **Damga Örselenmiş Kimliğin İdare Edilişi Üzerine Notlar**, Çev: Ş. Geniş, vd., Ankara, Heretik Yayınları, 2014, s.85

¹¹⁷ William A. Haviland, Harald E. L. Prins, Dana Walrath, Bunny McBride, **Kültürel Antropoloji**, İstanbul, Kaknüs Yayınları, 2008, s. 115

¹¹⁸ William A. Haviland, Harald E. L. Prins, Dana Walrath, Bunny McBride, **Kültürel Antropoloji**, İstanbul, Kaknüs Yayınları, 2008, s. 116

¹¹⁹ Erol Mutlu, **İletişim Sözlüğü**, Ankara, Sofos, 2012, s. 77

kurallarla yönetilen bir sistematığı olduğunu ve o dili kullanan bütün üyeler için ortak bir anlamı olduğuna dikkat çeker.

Lazar, dili; çizgisel bir yapıda, sistematik, belirli dilbilgisi kurallarına bağlı ve ifade edildiği birim ve ifade ettiği düşünce arasında mantıksal ve nesnel bir ilişki olmadığı için keyfi¹²⁰ olarak tanımlar. Kültürel etkileşim dil aracılığıyla gerçekleştirilir. Değerler, normlar, gelenekler ve bütünüyle kültür dil aracılığıyla aktarılır. Dil toplumsallaşmanın gerçekleşmesi, toplumun varlığını sürdürmesi, kültürün devamlılığı ve nesilden nesile aktarılması, toplum düzeninin kurulması açısından büyük önem taşımaktadır.

Öğrenme eylemi birikerek çoğalan ve paylaşılan deneyimlerin sonucunda gerçekleşir. Bu, dilin kullanımı ile mümkündür. Dil olmadan bireyler; toplumsal olay, olgu ve yaşamadıkları deneyimler hakkında bir başkasına bilgi aktarımında bulunamazlar. Kültürün devamlılığının koşulu dilin varlığı ile olanaklıdır. Dil ve kültür arasında çok önemli bir bağ vardır.

1.4.10. İletişim

İnsanların belirli bir amaç ve ortak değerler etrafında bir araya geldiği çevre olan toplum iletişim kavramını bünyesinde barındırmaktadır. Her canlı biyolojik olarak bir çevre içerisinde doğar, yaşamını sürdürür ve ölür. Bu yaşam döngüsü içerisinde bulunduğu çevre ile uyum sağlamak için bir takım ilişkiler kurar ve bu ilişkilere uygun davranış biçimleri geliştirir.¹²¹ Toplum çok karmaşık ilişki ağları barındıran, içerisinde yer alan örgütlü yapı ve unsurlarıyla bir bütündür. Bu anlamda iletişim insanın ortaya çıkması ile başlar. İletişim ilk insandan günümüze insanların oluşturduğu toplumun var oluşunun zorunlu koşuludur.¹²²

İnsanlar gündelik hayatta duygu ve düşüncelerini ifade etmek, diğerleriyle etkili bir iletişim kurmak için bir takım kavramsallaştırmalar yaparlar. Bu kavramlar aracılığıyla iletişim daha anlamlı bir hale gelir. Kullandıkları kavramsallaştırmalar aracılığıyla ifade etmek istedikleri duygu ve düşüncelerini daha etkili bir yolla karşı tarafa aktarma çabası içerisine girerler. Ortak kültür ve değerler bu noktada anlam

¹²⁰ Judith Lazar, **İletişim Bilimi**, Ankara, Vadi Yayınları, 2001, s.74

¹²¹ Barlas Tolan, Galip İsen, Veysel Batmaz, **Ben ve Toplum**, Ankara, Teori Yayınları, 1985, s.3

¹²² İrfan Erdoğan, Korkmaz Alemdar, **Öteki Kuram**, Ankara, Erk Yayınları, 2005, s.15

kazanır. Bu kavramlar benzer bağlamlardaki içerikler ve düşünme pratiğini tanımlar. Toplumsal dünyayı anlama sürecinde belirli kavramların yaygın kullanımı, bazen içeriğin büyük oranda sabitlendiği algısı yaratabilmektedir. İletişim kavramı da bu tür kavramlardan biridir. İletişim denilince insanların kafasında birbiriyle konuşan iki insan veya gönderici ve alıcının arasındaki mesaj alışverişi canlanmaktadır. Nitekim iletişim alanında çalışma yapan ilk araştırmacılar da bu bağlamda gönderici-mesaj-alıcı unsurlarını yalın bir biçimde ifade eden unsurlar olarak belirlemişlerdir. İletişim alanında yapılan çalışmalar ve bu alanla ilgili kavrayışlar uzun süre bu üç unsurdan önce göndericiyi sonra da alıcıyı merkezde konumlandırmıştır. İlerleyen süreçlerde ise alıcı yani hedef kitle üzerinde belirli bir etki yaratmak istenilen, manipüle edilmeye çalışılan kısımda, iletişim gerek siyasal süreçlerinde gerekse reklam, tanıtım halkla ilişkiler ve tüketimi içeren ticari süreçlerde merkeze yerleştirilerek, ona önem atfedilmiştir.¹²³

İletişim ile ilgili tanımlamalara bakıldığında; Williams (1977) iletişimi bilgi, düşünce ve davranışların aktarılma süreci¹²⁴, Oskay, iletişimi insanın varlığını sürdürme biçiminin bir ürünü ve “insanın varlık sürdürme biçimlerindeki gelişmelere göre değişimlere uğrayan insana özgü bir olgu”¹²⁵ olarak tanımlar.

Manuel Castells iletişimin, zihinlerin anlam paylaşmak üzere harekete geçirilmesiyle gerçekleşen maddi bir süreç olduğunu, zihnin ise beyinde gerçekleşen bir zihinsel imge (görsel veya değil) yaratma ve yönlendirme süreci olduğunu, düşüncelerin de bu zihinsel imgelerin düzenlemeleri olarak görülebileceğini,¹²⁶ iletişim sürecinin büyük bölümünün metaforlar etrafında şekillenip kurulduğunu ve beyne erişmenin yolunun metaforlar aracılığıyla gerçekleştiğini ifade eder.¹²⁷

İletişim çalışmalarının çıkış noktasını oluşturan iletişim eylemi, hem toplumsal bir olgudur hem de yaşanan olaylar bağlamında insanlığın var oluşuyla başlayan ve günümüze değin varlığını sürdüren bir gelişim sergiler. Toplumun varlığını devam

¹²³ Çiler Dursun, **İletişim Kuram Kritik**, Ankara, İmge Kitabevi, 2013, s.11

¹²⁴ Ersan İlal, **İletişim Yıgımsal İletim Araçları ve Toplum**, İstanbul, Der Yayınları, 2007, s.9; Raymond Williams, **Communications**, London, Penguin Books, 1977, s.9

¹²⁵ Ünsal Oskay, **İletişimin ABS'si**, İstanbul, İnkılap kitapevi, 2014, s.15

¹²⁶ Manuel Castells, **İletişimin Gücü**, Ed: Beyza Becerikli, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2016, s.177

¹²⁷ Manuel Castells, **İletişimin Gücü**, Ed: Beyza Becerikli, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2016, s.182

ettirebilmesi, toplumsallaşmanın sürekliliği, kültürün özümsemesi ve nesilden nesile aktarılması dil yani iletişim ile mümkün olmaktadır.

Toplumsallaşmanın gerçekleşmesi için toplumsal kurumların işlevlerini yerine getirmesi gerekir. Toplumsallaşma süreci ailede başlar. Aile toplumun yarattığı kültürü üyelere aktaran en temel kurum olarak işlev görür. Toplumsal gruplar içerisinde kültür aktarımı devam eder. Eğitim kurumunun somut karşılığı olan okullarda ise toplumun kültürü ve resmi kuralları aktarılır. Kitle iletişim araçları ise toplumun oluşturduğu kültürü ve tüm bileşenlerini, diğer kurumlar aracılığıyla bireye aktarılan bilgi ve deneyimler sonucunda meydana gelen davranışları, bireyin tutum ve düşüncelerini, olay ve olgulara bakışını etkileyen önemli bir toplumsal kurum olarak tanımlanabilir. Medya toplumsallaşma sürecinde etkili bir rol oynar. Dursun iletişim ve güç/iktidar arasındaki bağlantıyı şu şekilde ifade etmektedir.

“Her toplumsal aktörün içinde yer aldığı anlam sistemi, iletişim sayesinde kurulmaktadır. İletişim ile yalnızca bu anlam sistemleri değil aynı zamanda egemenlik ilişkileri de üretilir. Çünkü anlamın inşası, pürüzsüzce olup biten bir süreç değildir; o, hangi yorumun hâkim hale geleceği ile ilgili mücadeleyi de kapsar. Toplumsal pratikler ile pratiklerin anlamları arasındaki bağlantıyı kurmak, farklı dünya görüşlerinin ve bu görüşlere eklemli çıkarların çatışması demektir. Dolayısıyla anlam, sadece bir topluluk içinde özneler arasındaki anlayışta değil, belirli egemen grupların kendi kısmi çıkarlarını rakip duyuların dünya görüşleri içinde çerçeveleyebildikleri süreçlerde de mücadeleli biçimde ortaya çıkar.”¹²⁸

1.4.11. Kitle İletişim Araçları

Kitle iletişimi, bilgi ve eğlencenin, kitle iletişim araçları ve medya teknolojisi aracılığıyla iletilmesi ve alınmasıdır. İletişim süreci az sayıda kaynak, çok sayıda alıcı ve sınırlı bir miktarda geri besleme ile şekillenmektedir.¹²⁹ Kitle iletişim araçlarının tamamını karşılamak için medya kavramı, kullanılmaktadır. İletişim alanında kitle iletişim araçları için kullanılan ‘medya’ (media) sözcüğü Latince kökenli ‘medius’ kelimesinin ve İngilizcede ‘araç, orta, ortam’ anlamlarına gelen ‘medium’ sözcüğünün

¹²⁸ Çiler Dursun, **İletişim Kuram Kritik**, Ankara, İmge Kitabevi, 2013, s.25

¹²⁹ James Lull, **Medya İletişim Kültür**, Çev: Nazife Güngör, Ankara, Vadi Yayınları, 2001, s.241

çoğuludur.¹³⁰ Türk Dil Kurumu Sözlüğünde “iletişim ortamı, iletişim araçları”¹³¹ olarak karşılığını bulmaktadır. Kitle iletişim araçları bireylerin ulaşamayacakları ve birebir deneyimleme şansı bularak öğrenemeyecekleri “gerçekleri” bireylere iletme ve bireylerin kafalarında bu gerçeklere dair “görüntüler” (picture in our heads)¹³² oluşturma işlevini yerine getirmekte; bireyleri eğlendirme, bilgilendirme ve kendilerini toplumun kurumsal yapısıyla bütünleştirecek değerleri, inançları ve davranış biçimlerini onlara aşılama¹³³ işlevlerini yerine getirmektedir.

İletişim alanında yapılan bilimsel araştırmaların tarihi incelendiğinde kitle iletişimine yönelik araştırmaların yüzyıla dayanan bir geçmişi olduğu görülmektedir. Kitle iletişimi ile ilgili tanımlara bakıldığında, kitle iletişim araçları aracılığıyla bir örgütsel yapı tarafından üretilen üretimlerin potansiyel olarak var olan kitlelerle iletişim kurma süreci olarak açıklanmaktadır. Kitle iletişimi, kitlelerin ürünün doğasına müdahale edemediği ve biçimlendirme şansının olmadığı bir iletişim türüdür.¹³⁴ Medya aracılığıyla aktarılan bilgi ve enformasyon kitleler tarafından alınır ve aktarıldığı şekliyle toplumların kültürel yapılarının biçimlenmesine etki eder.

Basın, radyo, televizyon, sinema ve teknolojik gelişmelerle birlikte günümüzde toplumsal hayatın önemli araçlarından biri haline gelen bilgisayar ve internet gibi araçlarla gerçekleştirilen kitle iletişim biçimi 19.yy’ın sonlarına doğru ortaya çıkmış ve toplumsal üretim ile birlikte yeniden üretimin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir.¹³⁵ Dünyada kapitalizmin yayılması, bilimsel çalışmaların ortaya çıkması, demokrasi ve demokrasiye dair açılımlar, kentleşme ve kitle iletişiminin yaygınlaşması gibi gelişmeler toplumların 19. yy ’da önemli bir değişim yaşadığını göstermektedir. 19. yüzyıldan beri medyadaki teknik gelişmeler bağlamında yapılan çalışmaların *baskı, kayıt, yayıncılık* ve *telekomünikasyonu* içeren dört ana kategoride

¹³⁰ Halil Nalçaoğlu, “Medya ve Toplum İlişkisini Anlamak Üzere Bir Çerçeve”, **Habercinin El Kitabı Dizisi: Medya ve Toplum**, İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2005, s. 51

¹³¹ TDK, “Medya”, www.tdk.gov.tr, 23 Şubat 2017

¹³² John Zaller, **The Nature and Origins of Mass Opinion**, Cambridge, Cambridge University Press, 1992, s.6

¹³³ Edward S.Herman, Noam Chomsky, **Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir**, İstanbul, Minerva Yayınları, 1998, s.21

¹³⁴ İrfan Erdoğan, Korkmaz Alemdar, **Öteki Kuram**, Ankara, Erk Yayınları, 2005, s.16-17

¹³⁵ Levend Yaylagül, **Kitle İletişim Kuramları**, Ankara, Dipnot Yayınları, 2013, ss. 15-16

öne çıktığı varsayılmaktadır.¹³⁶

Bireylerin modern hayata geçişiyle kitle medyasının ortaya çıkışı eş zamanlı bir şekilde olmuştur. İletişim teknolojilerindeki hızlı ilerlemeler medyadaki teknik gelişmelerin önünü açarken, internet ve bilgisayar bağlantılı iletişim yöntemlerini de geliştirmiştir. Özellikle teknolojik gelişmelerin kitle iletişim araçlarının gelişimine etkisi, medyanın yayılım ve erişim olanaklarını ve yaptığı üretimlerle toplumsal alana etkisini artırmaktadır.

Medya, yaptığı üretimlerle (haber, dizi, reklam, show programları vd.) izleyicilerin yaşantı ve deneyim çevresini bir anlamda genişletirken, aynı zamanda onların birebir, yüz yüze ve birincil deneyimlerini de sınırlandırarak onları kendisine bağımlı bir hale getirmektedir.¹³⁷ Bilgin, *Sosyal Psikoloji* kitabında günümüz insanının enformasyon kaynaklarına daha bağımlı bir hale geldiğini ve kamuoyunun giderek daha büyük bir oranda medyanın etkisi altında şekillendiğini¹³⁸ bu nedenle genel boyutuyla iletişim olgusunun özelde de kitle iletişiminin sosyal psikolojinin önemli araştırma alanları içerisinde yer aldığına¹³⁹ dikkat çekmektedir.

Medyanın toplumsal açıdan önemli bir üst yapı kurumu olduğunu ifade etmek olanaklıdır. Modern toplumlarda insanlar temel gündelik yaşam pratiklerinin dışında çevreleri ve dünya ile ilgili hemen hemen tüm bilgileri medya aracılığıyla edinmekte, olgu ve olaylara dair bilgileri medyada yer aldığı kadar ve yer aldığı biçimde alarak içselleştirmektedir. Medya bir olayı nasıl yansıtıyorsa birey çoğunlukla sorgulama yoluna gitmeden o olayı o şekilde algılamakta ve medya ne kadarını veriyorsa o olaya dair bilgi onunla sınırlı kalmaktadır.

Trawny, *Teknik, Sermaye, Medya* adlı çalışmasında medyanın içinde olduğumuz anı üreten bir makine olduğunu ‘şu an’ın farksız ve normalleşen öznenin etki sahasını yarattığını, özneyi kendine bağımlı hale getirerek tüm gereksinimlerine karşılık verdiği gibi, öznenin kendisini medyada görüldüğü gibi görmeye başladığını bu

¹³⁶ S. Cubitt, “A Companion to New Media Dynamics”, **Media Studies and New Media Studies**, içinde: (der.) J. Hartley, J. Burgess, A. Burns, USA: Wiley-Blackwell Publishing, 2013, (15-32), s.15

¹³⁷ Füsün Alver, “Medya Yetkinliğinin Kuramsal Temelleri”, **Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi**, Sayı: 10, Güz 2006, s.10

¹³⁸ Nuri Bilgin, **Sosyal Psikoloji**, İzmir, Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları no:145, 2009, s.362

¹³⁹ Nuri Bilgin, **Sosyal Psikoloji**, İzmir, Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları no:145, 2009, s.361

anlamda medyanın simüle eden dünya-topografyasının simülasyonu ve evrensel yaşam alanı olduğunu, her şeyin içerisinde bulunulan ‘an’a indirgendliğini ve öznenin unutmayı unutarak gerçekliğinden koptuğunu, hatırlamak için ise medyayı aracı olarak kullandığını¹⁴⁰ ifade etmektedir. Baudrillard (1998), günümüzde egemenliğin ‘medya’, bilgisayarlar, siber sistemler, bilgi işleme, eğlence ve bilgi endüstrileri tarafından sağlandığını, ‘üretim’in ise geri planda kaldığını öne sürer, toplum içerisinde yaşamın adeta bir enformasyon bombardımanına maruz kaldığını ifade eder. Keane, *Medya ve Demokrasi* kitabında, Baudrillard’ın *L’Autre par lui-même* (1987), *Amerika* (1986), *The Evil Demon of Images* (1988) çalışmalarına atıfta bulunarak modern bir hiper iletişim evreni içerisinde yaşadığımızı, bireylerin kodlanmış iletiler tarafından kuşatıldığını, hayatın her alanının medya için potansiyel bir otlak haline geldiğini ve evrenin dev bir ekrana dönüşerek enformasyonun olaylardan kopup kendi başına bir olay haline geldiğini, bireylerin ise serbest bırakılmış imgeler altında kaybolduğunu vurgulamakta ve bu kaotik ortamda bireylerin sadece evet ya da hayır diyebilen kitlelere indirgendliğine dikkat çekmektedir.¹⁴¹ Keane, ayrıca yurttaşların sonu hiç gelmeyen bir enformasyon bombardımanına karşın kendilerini “sarıp sarmalayan enformasyon akımının anlamını çıkarmaya yetecek kadar vakit bulamamaları tehlikesi”¹⁴² olduğunu da vurgulamaktadır.

Medya, bir anlamda toplumu bütün boyutlarıyla ele alarak toplumsal alanda sosyal, kültürel, ekonomik ve politik işlevleri üstlenmektedir. Medyanın çoğu yaklaşımda yasama, yürütme ve yargıdan sonra dördüncü kuvvet olarak nitelendirilmesi toplum üzerindeki etkisini belirleme açısından önemlidir. Sosyal ve kültürel anlamda toplumu etkilemesi toplumsal yaşam üzerindeki belirleyiciliği, bireylerin hem sosyal alanda hem de diğer alanlarda tutum ve davranışlarının üzerinde yönlendirici bir etkisi olduğu birçok çalışmada ortaya konulmuştur.

Medya araştırmaları ile ilgili yapılan birçok akademik çalışmada da medyanın ‘bilinç şekillendiren’ etkilerinin olduğu kabul görmüştür. (bkz. Frankfurt Okulu)¹⁴³ Medya günümüzde toplumsal yaşamı anlaşılır ve anlamlı kılan ve sözlü kültür aracılığıyla

¹⁴⁰ Peter Trawny, **Teknik, Sermaye, Medya**, Çev: Süreyya Turhan, İstanbul, Ayrıntı, 2017, ss.66-67

¹⁴¹ John Keane, **Medya ve Demokrasi**, Çev: Haluk Şahin, İstanbul, Ayrıntı, 2010, s.169

¹⁴² John Keane, **Medya ve Demokrasi**, Çev: Haluk Şahin, İstanbul, Ayrıntı, 2010, s.168

¹⁴³ Catherine A. Lutz, Jane L. Collins, **National Geographic’i Doğru Okumak**, İstanbul, Agora Kitaplığı, 2005, s.201

toplumsal yaşamı düzenleyen öykülerin üstlendiği işlevi de yerine getiren bir kurum konumuna gelmiştir. Kültürel olarak olumlanmayan davranış ve düşünceleri sözlü kültürdeki masallar ve mitlerde olduğu gibi eleştirel bir şekilde ele alan bir yapı sergilemekte ve bireylerin olay ve olgulara yaklaşımında belirleyici olmaktadır. Bu bağlamda toplumsal hayatın anlamlı kılınmasında ve sosyal yaşama dair ortak anlam ve bilgilerin yeniden üretimi ve tüketiminin medyaya bağımlı bir hale geldiğini ve medyanın toplumsal hayatın belirleyici unsurlarından biri olduğunu söylemek olanaklıdır.

Toplumsal yaşama dair değerler, normlar, ahlak, doğru ve yanlış kavramları büyük ölçüde medya anlatılarındaki referans çerçeveleri aracılığıyla şekillenmekte bu anlamda medya toplumsal yaşamın her alanında ‘gerçekliğin yeniden inşasında belirleyici olmaktadır.

20.yy sonrası günümüz modern toplumlarında teknolojik gelişmelerin ulaştığı olanaklar, kitle iletişim araçlarının erişim alanının devasa boyutlara ulaşması, kapsama alanının gelişmesi ve medyanın haber ve bilgilendirme işlevinin dışında bir boş zaman etkinliği, sosyalleşme aracı, eğitim aracı, eğlence ve hemen hemen bütün ihtiyaçlara karşılık veren bir organizasyon haline gelmesi, toplumsal alanda belirleyici olmasında ve toplumsal bakışı şekillendirmesinde etkili olmasını beraberinde getirmektedir.

Medya ve iktidar ilişkisi bağlamında da kitle iletişim araçlarının belirleyici olduğunu gösteren birçok çalışma yapılmıştır. Louis Althusser *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları* adlı çalışmasında devletin birçok ideolojik aygıtı olduğunu¹⁴⁴ ve devletin ideolojik aygıtları (DİA)’nın baskı aygıtlarından farklı olduğunu belirtmektedir. Althusser, DİA’ları dinsel, öğrenimsel, aile, hukuki, siyasal, sendikal, kültürel ve haberleşme¹⁴⁵ olarak kategorize eder.

Arsan ve Çoban, medyanın, medyanın siyasal tercihler başta olmak üzere kültür, yaşam biçimleri ve daha birçok alanda etkili olduğunu belirtmektedirler.¹⁴⁶ George Gerbner ve Larry Gross *Living With Television: The Violence Profile* adlı çalışmalarında, televizyonun var olan düzenin bir aracı olduğunu ve televizyonun bir

¹⁴⁴ Louis Althusser, **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**, Çev: Alp Tümertekin, İstanbul, İthaki, 2003, s.54

¹⁴⁵ Louis Althusser, **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**, Çev: Alp Tümertekin, İstanbul, İthaki, 2003, s.169

¹⁴⁶ Esra Arsan, Barış Çoban, **Medya ve İktidar**, İstanbul, Evrensel Kültür Kitaplığı, 2014, s.11

şeyleri değiştirmekten ziyade sisteme hizmet ederek var olanı pekiştirme ve devamlılığını sağlama anlamında işlev gördüğünü belirtirler. Televizyonun aynı zamanda geleneksel kavrayış, inanış ve davranışlar için tehdit edici ve zayıflatıcı olduğunu ve televizyonun temel kültürel işlevinin mevcut toplumsal kalıpları yaymak ve dengede tutmak olduğunu söylerler.¹⁴⁷

Althusser'in devletin ideolojik aygıtları olarak belirlediği unsurlar aynı zamanda toplumu oluşturan unsurlarla paralellik arz etmektedir. Bu bağlamda Althusser'in devletin ideolojik aygıtlarının ideolojileri kullanarak işlediği¹⁴⁸ düşüncesinden hareketle kitle iletişim araçlarının yaptığı üretimlerle devletin ya da medya kontrolünü elinde bulunduran kişilerin kitle iletişim araçları aracılığıyla ilettikleri enformasyonla bireyi dolayısıyla toplumu yönlendirme, şekillendirme potansiyeline sahip olduğunu söylemek olanaklıdır.

Bu referanslar doğrultusunda medyanın tüm toplumsal ilişkileri, değer sistemlerini şekillendiren, insanları yönlendiren, ideoloji üreten, toplumsal yaşamı tüm boyutlarıyla etkileyen önemli bir referans aracı konumunda olduğunu söylemek ve bütün bu özellikleriyle medyanın, üretimlerinde toplumun hangi açıdan nereye odaklanması ve nereye bakması gerektiği ve toplumsal bakışı ne tarafa çektiği konusunda da belirleyici durumda olduğunu ifade etmek mümkün görünmektedir.

1.5. Toplumsal Bakış ve Çerçeveleme

Yukarıda açıklanan temel kavramlar ışığında, toplumsal bakış ya da toplumsal bir görüş açısının yaratılmasında, özellikle kitle iletişim araçları ile yapılan iletişimde hangi sınırlandırmaların yapıldığının anlaşılması gerekmektedir. Bu nedenle, çerçeveleme ve çerçevelemeye ilişkin kavram ve kuramların açıklanması yerinde olacaktır.

¹⁴⁷ George Gerbner, Lary Gross, "Living With Television: The Violence Profile", **Journal of Communication**, Volume 26: 2, Spring, 1976, s.175

¹⁴⁸ Louis Althusser, **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**, Çev: Alp Tümertekin, İstanbul, İthaki, 2003, s.170

1.5.1 Çerçeve

‘Çerçeve’ etimolojik olarak incelendiğinde Farsça kökenli bir sözcük olduğu görülmektedir. Nişanyan etimoloji sözlüğünde; çarçuba, dört çubuk¹⁴⁹ gibi karşılıkları olan çerçeve, Türk Dil Kurumu sözlüğünde “resim, yazı, ayna vb. süslemek veya bir yere asılabilecek duruma getirmek için bunlara geçirilen kenarlık. kapı, pencere ile bunların cam veya tablalarının yerleştirilmiş olduğu kenarlık, bir konunun, bir düşünce alanının sınırları veya bu sınırlar içindeki alan, beden eğitiminde asılma ve tırmanmalar için kullanılan araç”¹⁵⁰ gibi tanımlarla yer alırken, İngilizce karşılığı olan ‘frame’ sözcüğü, Cambridge Dictionary’de “bir resmi, kapıyı veya pencereyi çevreleyen ve bunları destekleyen bir kenarlık, bir çift gözlüğü tutan plastik veya metal yapı, bir kişinin vücudunun boyutu ve şekli, bir kişinin tutum ve davranışları ile bakış açısını açıklayan bir takım fikirler”¹⁵¹ şeklinde tanımlanmaktadır.

‘Frame’ sözcüğünün kullanımının 14. yüzyıla kadar uzandığı, eski Nord dilinde ‘framforward’, ona yakın olan Eski İngilizcede ‘framfrom’; Eski İngilizcede ‘framian’: yararlanmak, ilerleme kaydetmek (to benefit, make progress), Orta Dönem İngilizcesinde: yararlanmak (to benefit), inşa etmek (construct)¹⁵² köklerinden geldiği görülmektedir.

Frame kelimesinin Fransızca karşılığı ise Cambridge Fransızca-İngilizce sözlükte ‘cadre’ kelimesiyle karşılığını bulmaktadır. Anlam olarak ise bir şeyi çerçevelemek (frames), fotoğraf çerçevesi (the border around picture), bir insan vücudunun sınırları (the general shape of sb’s body), düşüncenin çerçevelenmesi (frame of mind) ve destekleyici yapı (a supporting structure)¹⁵³ gibi anlamlarla karşılığını bulmaktadır. Sinema ve televizyon sözlüğünde çerçeve, resim çerçevesi başlığı altında ele alınmış “bir film karesi üzerinde her bir resmin yüzeyini sınırlayan, dikdörtgen oluşturan doğrular” olarak açıklanmakta çerçevenin alıcının penceresince oluşturulduğu belirtilmektedir.¹⁵⁴

¹⁴⁹ Nişanyansözlük, “Çerçeve”, www.nisanyansozluk.com, 22 Aralık 2015

¹⁵⁰ TDK, “Çerçeve”, www.tdk.gov.tr, 23 Aralık 2015

¹⁵¹ Cambridge dictionary, “Frame”, dictionary.cambridge.org, 25 Aralık 2015

¹⁵² Merriamwebster dictionary, “Frame”, www.merriam-webster.com/dictionary/frame, 25 Ocak 2015

¹⁵³ Cambridge dictionary İngilizce-Fransızca Sözlük, “Frame”, dictionary.cambridge.org, 30 Ocak 2015

¹⁵⁴ Nijat Özön, **Sinema Televizyon Video, Bilgisayarlı Sinema Sözlüğü**, İstanbul, Kalcı Yayınevi, 2000, s.151

Çerçeve kelimesinin ortaya çıkışı ve anlamları incelendiğinde her üç dilde de benzer kullanımlarının olduğu ve kavramın birçok alanda kullanımının mevcut olduğu görülmektedir. Somut olarak bir nesnenin etrafını bir şekilde çevirmek, sınırlandırmak (içini ve dışını ayırmak) şeklinde bir karşılık bulurken, soyut anlamda ise düşüncenin sınırlandırılması, bir şeyin bir şeyden ayrıldığını gösteren çizgi sınır, herhangi bir konu üzerinde konuşurken kapsamın içerisine alınan ya da dışarıda bırakılan özellik ve fikirler vb. ayrımlarla çizilen sınırı belirlemek için kullanıldığı görülmektedir.

Goffman (1974), çerçeve (frame) terimini kullanırken, resim çerçevesi konseptinden yola çıkmıştır. Çerçeveyi bir resim ile duvar arasındaki sınır yani bir ilişkiyi ya da bir olayı diğer ilişki ya da olaylardan ayırt etmeyi ifade eden sınır olarak belirlemiştir. Goffman çerçeve analizi üzerine odaklanırken, bireylerin sosyal hayattaki bir anında deneyimlediği olayların yapıları ya da biçimleri hakkında kapsayıcı bir açıklama oluşturmaya çalışmıştır.

Gündelik yaşamın görüldüğünden çok daha karmaşık olduğunu diğer insanları, eylemleri ve durumları değerlendirme ve sınıflandırma biçiminin zaman ve uzamda hareket edildikçe sürekli değiştiğini bu bağlamda dünyayı algılama ve tecrübe etme biçimimizin de sürekli olarak ve önemli düzeyde değiştiğini ancak bu değişikliklerin genellikle fark edilemediğini ifade etmiştir. Hayatı sahneye konulan dramatik bir oyun üzerinden örnekleyen Goffman, bireylerin tıpkı bir sahneden diğerine geçip duran oyuncular gibi, bir sosyal dünyadan diğerine geçtiğini ve sahneler yani bireyin geçiş yaptığı sosyal dünyalar değiştikçe onları anlama tarzımızı da radikal düzeyde değiştirebileceğimizi belirtir. Bu noktada ise sosyal ipuçlarının (social clue) önemli hale geldiğini, bu sosyal ipuçlarının ortamda meydana gelebilecek bir kaymaya veya hareket değişikliğine işaret eden verileri bünyesinde barındıran bilgiler olduğunu ve sosyal ipuçlarının medya aracılığıyla üretilen içeriklerde de görebilmenin mümkün olduğunu söyler.

Goffman (1974), çerçeveyi gündelik yaşamda toplumsal bilgi birikimi ve toplumların deneyimlerinin organize edilmesi, örgütlenmesi açısından önemli bir kavram olarak ele almış, gündelik yaşamda oluşturulan toplumsal koşulların sürdürülmesi noktasında gerçekliğin nasıl çerçevelendiğine dair çalışmalar yapmıştır. Gerçeğe ilişkin anlamların inşa sürecinde bireysel katılım, toplumsal kural ve kültüre ait normların belirleyici olduğunu ve gerçekliğin farklı ölçüde yer aldığı ‘çerçeve’ olarak

nitelendirilen öznel gerçeğin inşa edildiğini söyler. Çerçevelerin öznel kalıplar olmasına rağmen sadece zihinsel temelli olmadıklarını, sosyal yaşamdaki aktivitelerin toplumsal kurallar tarafından yönlendirilirken bireylerin her durum için uygun olan çerçeveyi uygulamayı öğrendiğini ifade eder. Çerçevelerin özellikle toplumsal etkileşimi çözümlerken çok yararlı olduğunu, kurulan çerçevelerin bir ilişkiyi veya olayı diğer ilişki ve olaylardan ayırt etme işlevi gördüğünü ifade etmiş, çerçeveyi eylemleri birbirinden ayıran sınır olarak değerlendirmiştir.¹⁵⁵ Gündelik yaşamda insanların kurdukları çerçevelerin bir kısmının varlıkların, önermelerin ve belirlenen kuralların sistematiği gereği apaçık olurken, büyük bir kısmının ise bir bakış açısının bilgisini sağlamada yetersiz kalabileceğini ifade etmiş¹⁵⁶ çerçevelerin bireylerin meydana gelen olayları anlamalarında bu bilgileri tanımlama (identify), etiketleme (label), yerleştirme (locate) noktalarında işlevsel olduklarını belirtmiştir.¹⁵⁷

Yapılandırma düzeyi ne olursa olsun her çerçevenin kullanıcılarına, çerçevenin sınırları içinde tanımlanan, görünüşte (gerçekte var olmayan) sınırsız sayıdaki somut olayların belirlenmesi, kavranması ve adlandırılması için olanaklar sağladığını belirtir.¹⁵⁸ Ayrıca çerçevelerin kültürün merkezi parçaları olduğunu, bu oluşturulan çerçevelerin belirli yollarla kurumsallaştırılarak dışsal bir müdahale ile bireyi konumlandıklarını ifade eder.¹⁵⁹ Özetle çerçevelerin gerçekte neler olup bittiğini tanımlayan referanslar olduğunu söyler. Pan ve Kosicki, Goffman'ın çerçeve analizi yönteminin bireylerin yaşam deneyimlerinin sınıflandırılması, düzenlenmesi ve yorumlanmasında sosyolojik bağlamda önemli bir kavram olduğunu ifade eder.¹⁶⁰

Çerçeveleme iletişim sürecinde –iletişimin dili, görselleri ve habercilerin- dinleyici ve gözlemcilerle yeni bilginin nasıl yorumlanacağı ve sınıflandırılacağı konusunda

¹⁵⁵ Erol Mutlu, **İletişim Sözlüğü**, Ankara, Sofos, 2012, s.64; Oya Tokgöz, **İletişim Kuramlarına Anlam Vermek**, Ankara, İmge Kitabevi, 20145, s.365-367

¹⁵⁶ Erving Goffman, **Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience**, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1974, s.21

¹⁵⁷ Erving Goffman, **Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience**, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1974, s.24

¹⁵⁸ Erving Goffman, **Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience**, Boston: Northeastern University Press, 1974, s. 21'den aktaran: Nejdett Atabek, Ferruh Uztuğ, "Haberlerde Çerçeveleme ve Öne Çıkarma", **Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Dergisi: Kurgu**, Sayı:15, 1998, s. 99

¹⁵⁹ Erving Goffman, "A Reply to Denzin and Keller", **Contemporary Sociology**, 10 (1), 1981,s.63

¹⁶⁰ Zhongdang Pan, Gerald M. Kosicki, "Framing Analysis: An Approach to News Discourse", **Political Communication**, Volume 10, 1993, s.56

belirleyici olmaktadır. Kurulan her çerçeve bir anlam taşır ve anlamı tetikler. Mesajların anlam ile nasıl kodlandığı yani mevcut inançlarla veya düşüncelerle ilişkili olarak nasıl yorumlanacakları çerçeveleme ile şekillenir.¹⁶¹

1.5.2. Çerçeveleme

Çerçeveleme kelimesinin sözlük anlamına bakıldığında, Türk Dil Kurumu sözlüğünde “çerçevelemek işi, sinema ve TV filmi çevrilecek başlıca cismin gerek büyüklük gerek yer bakımından görüntü çerçevesine göre düzenlenmesi işi, sinemacı ya da televizyoncunun, elindeki malzemeyi görüntü çerçevesinin iki boyutlu alanı içerisine en uygun, en elverişli biçimde yerleştirmesi işi”¹⁶² şeklinde tanımlanmaktadır.

Çerçeveleme kavramına ilişkin Goffman’ın *Çerçeve Analizi* çalışması sosyal bilimler alanında ilk çalışmalardan olmakla birlikte süreç içerisinde çerçevelemeye ilişkin birçok kuramsal ve ampirik yaklaşım ortaya çıkmıştır. Literatür incelendiğinde birden çok çerçeveleme ve haber çerçevesi tanımının yapıldığı görülmektedir. Çerçeveleme kelimesi anlam olarak kadraj kelimesi ile eş anlamlıdır. Çerçeve kenarı, sınırı tanımlamak için kullanılırken; çerçeveleme eylemi ifade etmektedir.

Çerçeve ve çerçeveleme kavramlarının anlamsal olarak ilişkisinde, fotoğraf çerçevesi içerisinde yer alan görüntü, çerçeveleme kavramına karşılık gelirken; fotoğrafın dışını çevreleyen sınır ise çerçeveyi tanımlamaktadır. Burada Heiddeger’in de ifade ettiği gibi “sınır bir şeyin bittiği yer değildir; bilakis sınır Yunanlıların fark ettiği gibi, bir şeyin varlığını başlattığı şeydir”¹⁶³ sözü karşılığını bulmaktadır. Çerçevenin içerisine alınan görüntü, sözcük, nesne vd. şeyler farklı bir başlangıcı oluşturmaktadır. Çerçeve içerisine alınan ve çerçevelenen şey bağlamından koparak yeniden inşa edilir ve kendi bağlamını oluşturur.

Çerçeveleme kavramı çok farklı alanlarda kullanılmaktadır. Çerçevelemeyi bu anlamda hayatın her alanına uyarlamak olanaklıdır. Çerçeve, çerçeveleme ve kadraj bu anlamda birbiriyle bağlantılı kavramlardır. Burada üzerinde durulması gereken nokta çerçeve ve çerçevelemenin anlamsal açıdan farklı tanımlarının olduğunu

¹⁶¹ Bernie Horn, **Framing The Future**, San Fransisco, Berret-Koehler Publisher, Inc., 2008, s.66-67

¹⁶² TDK, “Çerçeveleme”, www.tdk.gov.tr, 23 Aralık 2015; Nijat Özön, **Sinema Televizyon Video, Bilgisayarlı Sinema Sözlüğü**, Kabalcı Yayınevi, İstanbul, 2000, s.152

¹⁶³ Homi K. Bhabha, **Kültürel Konumlanış**, Çev: Tahir Uluç, İstanbul, İnsan yayınları, 2016, s.41

çevreleme ile çerçevelemek eylemlerinin birbirinden farklı olduğunu ayırt etmektir. Çerçeveleme bir amaç doğrultusunda yapılır. Çerçevelemenin ortaya çıkardığı olayların gerçekliğinde hiçbir şey kendiliğinden var olmaz, o gerçeklik çerçeveyi kuranın görmemizi istediği noktadır. Bir olay veya durum ile ilgili çerçeve kurulurken betimlenen gerçeklik çerçeveyi oluşturan kişi/kurum tarafından boyutlandırılır. Çerçeveyi kuran kişi, çerçevelenen konu ile ilgili ön plana çıkarılması gereken özelliği diğerlerinden ayırmak için gerekli düzenlemeyi yaparak, ilgi merkezini ve konuya nasıl bakılması gerektiğini belirler. Alıcının penceresinden oluşturulan çerçeve ile konu bağlamından koparak yeni bir bağlam oluşturulmuş olur. Çerçevelemenin özü betimlenen gerçekliğin daha fazla ya da az belirgin kılınması için boyutlandırılması – büyütülmesi veya küçültülmesidir.¹⁶⁴ Oluşturulan çerçeve içerisinde gerçeklik yeniden biçimlendirilir ve bu şekilde hedef kitleye sunulur. Çerçevelerle olay veya durum yeniden inşa edilerek sunulur. Bu bağlamda çerçevelerin anlam oluşturan araçlara dönüştüğünü söylemek olanaklıdır.

Çerçeve ve çerçeveleme kavramlarının anlam ve işlevinden hareketle çerçeveleme eyleminin çok boyutlu yapıldığını, en temel düzeyde fiziksel çerçeveleme ve düşüncenin çerçevelenmesi şeklinde gerçekleştiğini söylemek olanaklıdır. Fiziksel çerçevelemede somut bir takım çerçeveler kullanılırken, soyut çerçeveleme olarak ifade edebileceğimiz düşüncenin çerçevelemesi boyutunda ise olay, durum veya konu ile ilgili ön plana çıkarılmak istenen özelliklerin belirli kavramlar veya kodlarla sunulduğunu söylemek mümkündür. Burada mesajın alıcısı olarak belirlenen kişi/kitlenin o konuya çerçeve kurucu tarafından belirlenen bakış açısı ile bakması için bir yönlendirme söz konusudur. Somut boyutta gerçekleştirilen fiziksel çerçevelemeyi medya alanında yapılan üretimler özelinde görüntü çerçevelemesi şeklinde tanımlamak olanaklıdır.

Çerçeve ve çerçeveleme kavramları bu anlamda kuramsal bağlamda kullanılan çerçeveleme yaklaşımına yönelik temel düzeyde bir fikir vermektedir. Çerçeveleme kavramının akademik kullanım alanlarına bakıldığında bu kavramın terim olarak birçok bilimsel alanda akademik çalışmalarda kullanıldığı görülmektedir. Sosyal

¹⁶⁴ Robert Entman, “Framing U.S. Coverage of International News: Contrasts in Narratives of the KAL and Iran Air ve Incidents”, **Journal of Communication** 41 (41, Autumn. 0021-9916/91), 1991, s.9

bilimlerde özellikle iletişim alanında yapılan çalışmalarda çeşitli yöntemlerle birlikte kullanıldığı bilinmektedir.

İletişim alanı ve bu alanda yapılan araştırmalar sosyal bilimler ya da insani bilimler başlığı altında ele alınmakta bunun temelinde ise iletişimin büyük oranda sosyoloji, psikoloji, sosyal psikoloji, antropoloji, siyaset bilimi, dilbilim, edebiyat gibi alanlarla yakın ilişki içerisinde olmasından kaynaklanmaktadır.¹⁶⁵ Çerçeveleme kavramı psikoloji, sosyal psikoloji, sosyoloji, siyaset bilimi, halkla ilişkiler ve daha birçok alanda kullanılan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.5.3. Çerçevelemeye Kuramsal Yaklaşımlar

Çerçeveleme araştırmaları iletişim alanında hızla büyüyen çalışma alanlarından biri haline gelmiştir. Çerçeve analizleri ile ilgili akademik çalışma sayısı ve bu alana ilgi gün geçtikçe artmakta ve iletişim başta olmak üzere birçok bilimsel alanda yapılan çalışmaların dikkate değer oranda çerçeve çözümlemesi yaklaşımından yararlanmakta olduğu görülmektedir. Çalışmaların çoğunun genel olarak, konuların nasıl yapılandırıldığı, söylemin yapısı, anlamın kuruluşunun nasıl oluşturulduğu ve konunun nasıl çerçvelendiği üzerinde odaklanıldığı görülmektedir.

Akademisyenler, çerçeveleme kavramını epistemoloji ve uygulama ile ilgili olarak sınıflandırmak için birçok başka terim kullanmışlardır: Buna göre çerçeveleme, bir yaklaşım (örneğin, haber söylemine çerçeveleme analizi yaklaşımı, Pan & Kosicki, 1993; McLeod & Detenber, 1999), bir teori (örneğin, medya etkileri teorisi; Scheufele, 1999), medya etkileri sınıflandırması (Price & Tewksbury, 1997), bir perspektif (Kuypers, 2005), bir analitik teknik (Endres, 2004), bir paradigma (Entman, 1993), ve çok paradigmatlı bir araştırma programı (D'Angelo, 2002).; Reese gibi bazı araştırmacılar ise çerçevelemeyi bir yaklaşım ve bir paradigma olarak adlandırarak birden fazla terim kullanmıştır.¹⁶⁶

Çerçeveleme yaklaşımının kavramsal temellerine bakıldığında, sosyal bilimlerin hemen hemen bütün alanlarında kullanılan bir kavram olmasına rağmen kavramsal temellerinin, “toplumbilim (Goffman 1974; Gitlin 1980; Gamson 1989; Entman

¹⁶⁵ Erkan Yüksel, vd., **İletişim Kuramları**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2013, s.29

¹⁶⁶ D'Angelo, Paul, and Jim A. Kuypers. **Doing News Framing Analysis**. New York: Routledge. 2010. s.2

1991), psikoloji (Bateson 1972; Kahneman ve Tversky 1984)”¹⁶⁷ ve “bilişsel psikoloji (Frederic Charles Bartlett)”¹⁶⁸ disiplinleri üzerinde kurulduğu görülmektedir.

Gelişim süreci incelendiğinde çerçeveleme kavramının psikolojik bir terim olarak ilk kez Antropolog Gregory Bateson (1972) tarafından spesifik bir görüşe uyan belirli mesajları dahil edip diğerlerini dışarıda bırakarak, gerçeklik algısına yön verme olarak açıklandığı görülmektedir.¹⁶⁹ Bateson, psikoloji alanında çerçevelemeyi tanımlayarak çerçevelemenin bir düşünceye uygun düşen belirli içerikleri seçerek gerçeklik algısının yönlendirilmesi üzerinde etkili olduğuna vurgu yapmıştır. Bateson bir antropolog olarak kültür ve iletişim arasındaki ilişkiye odaklanmıştır. Margaret Mead ile ortak çalışmalar yapmış (1942 yılında antropolojide fotoğraf kullanımı ile ilgili), şizofreni ile ilgili çift bağ teorisi ile ilgili projenin de yürütücülüğünü yapmıştır. Bateson’un fikirleri o dönemin sosyal düşünürleri üzerinde etkili olmuş ve birçok düşünürün; Lang (1971), May (1976), Goffman (1974) çalışmaları için kavramsal temel oluşturmuştur.¹⁷⁰

Çerçevelemeye yönelik sosyolojik yaklaşımlar genellikle Erving Goffman’ın (1974) çerçeve veya birincil çerçeveler kavramına dayanmaktadır. Goffman, bireylerin dünyayı tam olarak anlayamayacağını ve dolayısıyla etraflarındaki dünyayı anlamak için yaşam deneyimlerini aktif olarak sınıflandırıp yorumlayacağını varsayar. Bireyin yeni bilgilere tepkisi, Goffman’ın "birincil çerçeveler" olarak adlandırdığı yorumlayıcı şemalara bağlıdır.¹⁷¹ Çerçeveleme çok-düzeyli (multi-level) bir yapıdır. Bu terim, bireysel düzeydeki (individual-level) medya etkilerini, haber içeriğindeki makro düzeydeki (macro-level) etkileri ve diğer ilgili süreçleri tanımlamak için neredeyse birbirinin yerine kullanılmıştır.

¹⁶⁷ Hüseyin Özarslan, M. Salih Güran, “İletişim Araştırmalarında Çerçeveleme Paradigması: Son Döneme Ait Bir İnceleme”, **Selçuk İletişim**, 2015,8 (4) (32-48), s.34

*Bateson’un çalışmasının ilk baskı tarihi 1955 olarak verilmektedir.

¹⁶⁸ Baldwin Van Gorp “The Contructionist Approach to Framing: Biringing Culture Back İn”, **Journal of Communication** 57, 2007, s.60

¹⁶⁹ Seyfi Kılıç, “Tekel Eylemleri Haberlerinde Çerçeveleme: Türk Yazılı Basını Örneği”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, Bahar, sayı: 32, 2011, s.3,

¹⁷⁰ William K. Rawlins, “Gregory Bateson and the Composition of Human Communication”, <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08351818709389275>, Published online, 21May 2009, s.53

¹⁷¹ Erving Goffman, **Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience**, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1974, s.21

Farklı analiz düzeylerinde çerçeveleme içeren birbiriyle ilişkili en az dört süreç tanımlanmıştır. Bunlar:

Çerçeve İnşası (Frame Building): Haber içeriğindeki çeşitli içsel ve dışsal etkiler ile haberde kullanılan çerçeveler arasındaki bağlantıları ifade eder. Bu etkiler, gazetecilerin kişisel yatkınlıklarını, örgütsel rutinleri ve baskıları, dış grupların belirli çerçeveleri destekleme çabalarını, diğer paralel konuların veya olayların etkisini ve karar alma veya çatışmanın gerçekleşebileceği politika alanı türlerini içerir.

Çerçeve Kurma (Frame Setting): Medya kanallarından izleyicilere çerçeve aktarma işlemini ifade eder.

Çerçevlendirmenin Bireysel Düzeydeki Etkileri (Individual-level Effects of Framing): Birçok iletişim araştırmasının odaklandığı üçüncü bir süreçtir. Bu bireysel düzeydeki sonuçlar, sorumlulukların atıflarını, çeşitli politika önerilerine verilen destekleri veya vatandaşların yetkinliğini içerir.

Gazetecilerin kendilerinin çerçevelerin izleyicisi olarak düşünüldüğü çerçeve ile ilgili son süreç ise, politik iletişim çalışan bilim insanlarının araştırdıkları çerçevelemedir.¹⁷²

Çerçevelemeye psikolojik yaklaşımlar ise çoğunlukla Daniel Kahneman ve Amos Tversky'nin (1979) genel anlamda sınırlandırılmış rasyonalite ve özel olarak da beklenti kuramı yaklaşımlarına uzanır. Buradaki temel düşünce, belirli bir bilginin bir şahsın hangi yorumlayıcı şemasına uygulandığına bağlı olarak farklı yorumlanacağını varsaymaktadır. Daha da önemlisi, aynı mesajı farklı biçimde çerçeveleyerek farklı yorumlayıcı şemalar oluşturulabilir.¹⁷³

Çerçeveleme araştırmalarının büyük çoğunluğu politikacılar, siyasal reklamcılar ve paydaşların, gazetecileri ve diğer haber profesyonellerini olay ve konunun tercih edilen anlamlarını iletmek için kullandıkları yollara odaklanmaktadır. Burada *kullanım* kelimesi önemlidir: Bunun ikili anlamı – (1) *bir bilgi dolaşımı olarak* ve (2) *bilginin yaygınlaştırılması için manipüle edilmiş bir kanal olarak* kullanılması- çerçevelemenin esasını vurgulamaktadır. Buna göre; kaynaklar haber konularını, daha

¹⁷² Wolfgang Donsbach, **Concise Encyclopedia of Communication**, West Sussex, John Wiley & Sons, Inc. 2015, s. 214

¹⁷³ Wolfgang Donsbach, **Concise Encyclopedia of Communication**, West Sussex, John Wiley & Sons, Inc. 2015, s. 213

geniş halk kitlelerine bilgi iletme ihtiyacında olan gazetecilere ilginç ve cazip kılmak için çerçeveler ve gazeteciler de haber yapmak için kaynakların çerçevelerine ihtiyaç duyduklarından kendileri konuları çerçeveleyemezler, kaçınılmaz olarak kendi çerçevelerini bunlara ekler, hatta üzerine yerleştirirler (Gamson & Modigliani, 1989; Kuypers, 2006). Çerçeveleme ile ilgili artan sayıdaki inceleme ve sentez içeren makalelerinin çoğu bu işlemi "medya çerçevelemesi" olarak nitelendirmektedir (Carragee, & Roefs, 2004; Reese, 2001; B. Scheufele, 2004; D. Scheufele, 1999, 2000; Wicks, 2005).¹⁷⁴

Tankard çerçevelemeye ilişkin tanımlamaların ötesine geçip ciddi bir teori inşa edebilmenin kesin kavramsallaştırmalar ve dikkatle tasarlanmış deneysel ölçümlerle mümkün olabileceğini belirtir. Medya çerçevelemesinin etkilerine yönelik önemli konular üzerine yapılan araştırmaların, çerçeveleme konseptinin dikkatli bir şekilde kullanılmadan ilerlemesinin pek mümkün olmayacağını vurgular. Çerçeveleme araştırmalarına ilişkin ampirik bir yaklaşımın avantajlarının, sosyal bilimler alanında yapılan araştırmaların standart üstünlüklerinin birçoğunu içerdiğini söyler. Bunları; ölçme güvenirliğinin belirlenebileceği, kabul edilebilir bir güvenirlik düzeyine ulaşılabilmesi, diğer araştırmacıların aynı çerçeveleri aynı şekilde tanımlayabilmesi ile sonuçların tekrarlanabileceği ve çerçeveleme üzerine yapılacak araştırmaya ilişkin teori geliştirme ve bunu test etmenin gücünün¹⁷⁵ sağlanabileceği şeklinde detaylandırır. Çerçevelemenin iletişim alanında ortak kabul görmüş tek bir tanımı yoktur. Aslında, politik iletişim araştırmacıları, çerçeveleme için, hepsi temel varsayımlarına, çerçeveleri ve çerçevelemeyi tanımlama şekillerine, işlemsel/operasyonel tanımlamalarına ve çoğunlukla çerçeveleme sonuçlarına göre farklılık gösteren çeşitli kavram ve uygulama yaklaşımları önermişlerdir. Önceki araştırmalar, analiz düzeylerine ve çeşitli çalışmaların odaklandığı özel çerçeveleme işleyişine dayanarak sınıflandırılabilir.¹⁷⁶

¹⁷⁴ D'Angelo, Paul, and Jim A Kuypers. **Doing News Framing Analysis**. New York: Routledge. 2010. s.1

¹⁷⁵ Tankard, "The Empirical Approach To Media Framing". Reese, Stephen D, Oscar H Gandy, and August E Grant. **Framing Public Life**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. 2008.s. 103

¹⁷⁶ Wolfgang Donsbach, **Concise Encyclopedia of Communication**, West Sussex, John Wiley & Sons, Inc. 2015. s. 212

Medyada çerçeveleme konusunda en önde gelen teorisyen, iki uçak kazasının ABD haberlerinde işlenişi (1991) ve ardından medya çerçevelemesi üzerine yaptığı teorik çalışma (1993) ile akademik dikkatleri, gündem belirleme ve haber değerlerinin belirlenimciliğine karşı haber içeriğinin bağlamsallaştırılmasına yönlendirmiş olan Robert Entman'dır.¹⁷⁷ Entman, çoğu olayın küresel olarak ele alındığına, ancak, olayların ele alınma ve her bir izleyiciye sunulma şeklinin baskın bir algının ortaya çıkmasına yol açabileceğine dikkat çeker.

Entman'a göre, "çerçeveleme temelde seçim ve öne çıkarma/belirginleştirme içerir. Çerçevelemek, tarif edilen öge için, belirli bir problem tanımı, nedensel yorumlama, ahlaki değerlendirme ve/veya işleyiş önerisini teşvik edecek bir şekilde algılanan gerçekliğin bazı yönlerini seçmek ve iletişim kurulan metinde bunları daha belirgin yapmaktır."¹⁷⁸ Başka bir ifadeyle algılanan gerçekliğin bazı yönlerinin seçilerek bir metinde ifade edilmesi için problemin tanımlanarak nedensel açıklamalarının yapılması, bu problemle ilgili ahlaki yargıda bulunulması gibi yöntemlerin gerçekliğin seçilen yönlerini daha çarpıcı hale getirerek bakışı o yöne çektiğini belirtir. Özetle *seçim* (selection) ve *öne çıkarmanın* (salience) önemini vurgular. Entman' ın *Framing, Toward Clarification of a Fractured Paradigm* adlı makalesi çerçeveleme ve medya çalışmaları alanında önemli ilk çalışmalardandır. Entman (1993), makalesinde iletişimin temel bilgi eksikliği nedeniyle akademik bir disiplin konumundan yoksun olduğu görüşlerini eleştirel bir şekilde ele alarak iletişim alanında ortaya atılan görüşlerin bir çatı altında toplanarak iletişim alanının kapsamlı ve bu kuram ve kavramları sentezleyen bir ana disiplin olabileceğini belirtmiştir. Çerçeve, çerçeveleme, çerçevelerin işleyişi, siyasal haberlerdeki çerçeveler ve çerçeveleme kavramının yararlarına değindiği bu çalışması medya çalışmalarında özellikle çerçeveleme konusunda literatürde temel kaynaklardan biri haline gelmiştir.

Çerçeve Çözümlemesi (*Frame Analysis*), Goffman'ın ortaya koyduğu düşüncelerden ileri gelmektedir. Goffman, çerçeve çözümlemesi kavramını ilk kez *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience* çalışmasında kullanmış ve literatüre kazandırmıştır.

¹⁷⁷ Lilleker, Darren G. *Key Concepts In Political Communication*. London, Sage, 2006, s.82

¹⁷⁸ Robert Entman, " Framing, Toward Clarification of a Fractured paradigm ", **Journal of Communication** 43 (4),1993, s.51

Goffman'ın çalışması temelde medya ile ilgili olmamasına rağmen, medya araştırmaları ile ilgili birçok örneği bünyesinde barındırmaktadır.¹⁷⁹ Çerçeveleme insanların gündelik hayatı anlamlandırmada beklentileri nasıl kullandıkları sorusuna sistematik bir cevap sağlamayı amaçlayan bir yaklaşımdır. Kişilerin gündelik yaşamda toplumsal durumları kavramak ve bunlara gerekli karşılıkları vermek amacıyla, gerçekliğin çerçeve içine alındığını ifade eder. Çerçeve Çözümlemesi (*Frame Analysis*) kitabı kitle iletişim çalışmaları dışındaki iletişim çalışmalarında çerçeveleme konusunda literatürde referans çalışma haline gelmiştir.¹⁸⁰

Son otuz yılda akademik alanda çerçeveleme yaklaşımına dair çalışmaların yoğunlaştığı görülmektedir. Çerçeveleme yaklaşımı; bütün medya çıktılarının, üretim sürecinde devlet politikası başta olmak üzere kuruluşların yayın politikaları, iktidarla olan ilişkileri, sermaye sahiplerinin diğer ilişkileri ve daha birçok parametre göz önünde bulundurularak sınırsız sayıdaki konu ve olay içerisinden bir seçme eleme işlemine tabi tutularak belirli bir perspektifle izleyiciye aktarıldığı görüşüne dayanmaktadır.

Yapılan çerçeveleme etki araştırmalarının, bireylerin belirli bir olaya karşı karar alma ve o konuya ilişkin yargı oluşturma süreçlerini incelemeye yönelik yapıldığı ve hemen hemen bütün alanları kapsayacak bir genişlikte uygulanma alanı bulduğu görülmektedir. Özellikle sosyal bilimler alanında yapılan çalışmalarda, çerçeveleme etkilerinin karar alma, siyasal tercihlerde bulunma, toplumsal bir olaya karşı bakışın oluşturulması ve bireylerin buna uyumlu bir tepki verme davranışı sergilemesi konularında ciddi bulgular elde edilmiştir.

Çerçeveleme yaklaşımına dair çalışmalar öncelikle Amerika ve Avrupa'da ilgi görmüş ve özellikle kitle iletişim araçlarının bilgilendirme ve haberdar etme işlevini yerine getiren haberlerin izleyiciler üzerinde nasıl bir etki yarattığının anlaşılması konusunda kullanılmıştır.

Çerçeveleme çözümlemesinde, çerçevelerin nasıl ele alınacağına ilişkin bilinmesi gereken bir başka boyut ise bu yaklaşımın hangi esasa dayandırılarak araştırmanın

¹⁷⁹ David Deacon, Michael Pickering, Peter Golding, Graham Murdock, **Researching Communication: A Practical Guide to Methods in Media and Cultural Analysis (2nd Edition)**, Holder Education, Part of Hachette UK, London, 2007, s.159

¹⁸⁰ Hüseyin Özarslan, M. Salih Güran, "İletişim Araştırmalarında Çerçeveleme Paradigması: Son Döneme Ait Bir İnceleme", **Selçuk İletişim**, 2015,8(4)(32-48), s.34

yapılacağına ilişkindir. Araştırmaların sonuçları, genellikle tümdengelsel veya tümevarımsal çıkarımlar elde edilerek, ya genel bir olgu ya da seçilen örneklem üzerinden genelden özele veya özelden genele doğru bir çıkarımda bulunmayı sa lar. Son yıllarda dünya genelinde yapılan literatür çalışmaları çerçeveleme yaklaşımına dair akademik anlamda yapılan araştırma ve tezlerin gittikçe arttığını göstermektedir. David Weaver (2007) ABD’de 2001 ve 2005 yıllarını kapsayan dönemde çerçeveleme etkilerine ait 165 araştırmanın yapıldığını saptamıştır. Journal of Communication dergisinin 2007 yılında Mart sayısını çerçeveleme araştırmalarına ayırması çerçevelemeye dair akademik ilginin boyutunu göstermesi açısından önem taşımaktadır.

Scheufele, *Framing as a Theory of Media Effect* adlı çalışmasında çerçevelemeyi bir medya etki teorisi olarak değerlendirmiş ve çerçevelemenin medyanın bütün aşamalarına uygulanabileceğini ifade etmiştir. Bu  alışma çok ilgi görmüş ve Web of Science tarafından *Journal of Communication*’da 1999’dan beri en çok atıf alan makale olarak ve Microsoft Academic Search tarafından da iletişim alanında tüm tarihlerin en çok atıf alan 10 makalesinden biri olarak belirlenmiştir.¹⁸¹ Ancak  zel bir araştırma alanı olarak haberlerin  er evelenişi konusunu çalışan akademisyenlerin büyük bölümü bu süreci haber çerçevelemesi olarak tanımlamaktadırlar.¹⁸²

Haber  er eveleme literatürü h lihazırda çerçevelemeye ilişkin temel soruları sorgulayan çok sayıda teorik ve metateorik makale içermektedir (Carragee ve Roefs, 2004; D’Angelo, 2002; de Vreese, 2005; Chong & Druckman, 2007; Entman, 1993; McCombs, 1992; Pan & Kosicki, 1993; B. Scheufele, 2004; D. Scheufele, 1999, 2000; Simon, 2001). Bu makalelerin önemli bir kısmı da *Journal of Communication*’ın 2007 sayısında yayımlanmıştır. (bkz. Kinder, 2007; Reese, 2007; Scheufele & Tewksbury, 2007; Van Gorp, 2007; Weaver, 2007) ve bunlardan önce Stephen Reese, Oscar Gandy ve August Gant (2001) tarafından kaleme alınan *Framing Public Life* isimli kitap da haber çerçevelemesi alanında yazılmış önemli kaynaklardan kabul edilmektedir.¹⁸³

¹⁸¹ Hüseyin  zarslan, M. Salih Güran, “İletişim Araştırmalarında  er eveleme Paradigması: Son Döneme Ait Bir İnceleme”, *Selçuk İletişim*, 2015,8(4)(32-48), s.33

¹⁸² D’Angelo, Paul, and Jim A Kuypers. *Doing News Framing Analysis*. New York: Routledge. 2010. s.1

¹⁸³ D’Angelo, Paul, and Jim A Kuypers. *Doing News Framing Analysis*. New York: Routledge. 2010 s. 3

1.5.4. Çerçeveleme Etkisi ve Çerçevelemenin Gücü

Çerçeveleme etkisi (framing effect) Psikolojide yer alan biçimiyle *bilişsel önyargının* (cognitive bias) bir versiyonu olarak ifade edilebilir. Bilişsel önyargı “bireyde meydana gelen rasyonaliteden ayrılma durumu...” olarak tanımlanmaktadır.¹⁸⁴ Bilişsel önyargılar; aşırı güven, sonradan anlama önyargısı, ayrılma etkisi, tutuculuk önyargısı, aşına olma önyargısı, doğrulayıcı önyargı, geri görüş önyargısı, öncelik-sonralık- sulandırma etkisi ve zaman değişkenli önyargılardan oluşmaktadır”.¹⁸⁵ Bir konunun sunum şekline bağlı olarak bireylerde algılama ve onunla ilgili bir yargıda bulunma sürecinin konunun sunumuna bağlı olarak farklılık gösterdiğini ifade eden bir görüştür.

Çerçeveleme etkisi, ortaya atılan yargının tanımındaki veya problemlerin seçimindeki ufak değişiklikler sonucunda bireylerin verdiği kararlarında oluşan değişiklikleri ifade eder. Bu anlamda bir mesajın düzenlenme şekli içeriğe dâhil edilecek unsurların seçimi, kullanılan kelimelerin yapısı, konunun yapısı kısaca mesaja dâhil edilen ve önem atfedilen nitelikleri belli düşünceleri ön plana çıkararak değerlendirmelerde bireyi yönlendiren ve kararını o yönde vermesini sağlayan etkidir.¹⁸⁶

İnsanlar bir durum karşısında belli bir tercihte bulunurken, olayın nasıl sunulduğu önem taşımaktadır. Medya araştırmalarında çerçeveleme etkisi ise, bir konunun haberlerdeki veriliş biçiminin, o konunun izleyiciler tarafından anlaşılma biçimini etkileyebileceği kabulüne dayanmaktadır. Bu noktada çerçeveleme yaklaşımının çıkış noktasını oluşturan varsayımı medyanın sadece neyi düşüneceğimizi değil aynı zamanda konuyu nasıl düşüneceğimizi belirlediği görüşü ile örtüşmektedir.

Çerçeveleme etkisi ile ilgili birçok çalışma yapılmış (Iyengar 1991; Nelson ve ark.1997; Park ve Kosicki 1995; Price ve ark. 1997; Rhee 1997; Shah ve ark. 2001; Valkenburg ve ark. 1999) bu çalışmalar genel olarak medya çerçevelemelerinin izler kitlenin tutum ve davranışlarına etkisi ile karar alma süreçleri üzerindeki etkilerini

¹⁸⁴ Gülşah Gizem Angı, İsmail Bekçi, Özlem Nilüfer Karataş, “Bireysel Hisse Senedi Yatırımcılarının Bilişsel Önyargıları Üzerine Bir Araştırma”, **The Journal of Accounting and Finance**, Nisan 2016, s.173

¹⁸⁵ Gülşah Gizem Angı, İsmail Bekçi, Özlem Nilüfer Karataş, “Bireysel Hisse Senedi Yatırımcılarının Bilişsel Önyargıları Üzerine Bir Araştırma”, **The Journal of Accounting and Finance**, Nisan 2016, s.173

¹⁸⁶ Vincent Price, David Tewksbury, Elizabeth Powers, “Switching Trains of Thought: The Impact of News Frames on Reader’s Cognitive Responses”, **Communication Research**, 24, 1997, s.486

incelemiştir.¹⁸⁷ Çerçeveleme yaklaşımı esasında mantıksal olarak aynı seçeneklerin anlamsal açıdan farklı sunumlarının farklı etkiler yarattığı görüşüne dayanmaktadır. Kullanılan kelimeler, görüntüler, kısaca çerçeve içerisine dâhil edilen ve edilmeyen bütün görsel ve içeriksel unsurlar algılama ve anlamlandırma süreçleri üzerinde etkili olmaktadır. Çerçeveleme etkisi, özünde aynı olan çözüm yöntemlerinin olayın sunum şekline bağlı olarak farklı tepkileri meydana çıkardığını açıklamaya çalışır. Olayı bir kayıp ve kazanç olarak gören insanlar, durum olumlu bir çerçeve ile sunulduğunda riskten kaçınma eğilimi gösterirken, aynı durum olumsuz bir çerçeve ile sunulduğunda ise daha az riskli olanı arama eğilimine girerler. Yani aynı durum ve aynı koşullar farklı çerçevelerde sunulduğu zaman insanlar bu çerçevelerin etkisiyle sunum şekline bağlı olarak tamamen farklı tepkilerde bulunurlar.

Çerçeveleme etkisi araştırmalarında en ünlü örneklerden biri Daniel Kahneman ve Amos Tversky'nin 1981 yılında yaptığı *Asya Salgını* deneyidir. Asya Salgını deneyi bireylerin karşı karşıya kaldıkları bir duruma ait yargı ve kararlarının sorunun çerçeveleniş biçimine göre şekillendiğini ve bireylerin kararlarını etkilediğini ortaya çıkarmıştır.

Deneyde ölüm olgusu üzerine kurulmuş bir senaryodan hareketle bir tercih yapma durumu ile karşı karşıya bırakılan deneklere bu durumu farklı ifadelerle (çerçevelerle) sormanın deneklerin tercihleri ve tepkilerini nasıl etkilediğine yönelik bir araştırma yapmışlardır. Deneklere ölümcül bir salgın hastalığına yakalanan 600 kişinin tedavisi için uygulanması muhtemel iki tedavi yöntemine ait seçenekler sunularak hangisinin kullanılması gerektiğini seçmeleri istenmiştir. Bu yöntemler A ve B olarak nitelendirilmiş ve şu şekilde sunulmuştur.

A tedavisinin uygulanması durumunda tahminen 400 kişinin ölümü, B tedavisinin uygulanması durumunda %33 ihtimalle hiç ölüm olmayıp, %66 ihtimalle ise herkesin ölebileceği ifade edilmiştir. Bu sunum şekillerine bakıldığında deneyde katılımcılara durumun olumlu (kaç kişinin yaşayacağı) ve olumsuz çerçeveler (kaç kişinin öleceği) kurularak sunulan alternatif yöntemlere verdiği cevaplar çerçeveleme etkisinin varlığını kanıtlar niteliktedir. A tedavi yöntemi 200 kişinin hayatının kurtulacağı

¹⁸⁷ Hüseyin Özarlan, M. Salih Güran, "İletişim Araştırmalarında Çerçeveleme Paradigması: Son Döneme Ait Bir İnceleme", *Selçuk İletişim*, 2015,8 (4) (32-48), s.36

ihtimali ile verilen olumlu çerçeve ile sunulduğu için deneklerin %72'si tarafından tercih edilmiş, aynı durum ve sayı, 400 kişinin öleceği ihtimalini öne çıkaran B tedavi yöntemi ise olumsuz çerçeve ile sunulduğu için oran %28'e düşmüştür.¹⁸⁸

Entman çalışmasında Kahneman ve Tversky'in deneyine atıfta bulunmuş ve bu çalışmanın çerçevelemenin gücünü ortaya koyduğunu *seçme* ve *dışarıda bırakma* tercihlerinin yani çerçevelemenin etkili bir örneğini oluşturduğunu ifade etmiştir.¹⁸⁹

Deneyin ikinci aşaması olarak değerlendirilebilecek bir sonraki deneyde ise aynı durum ve veriler korunarak özdeş seçenekler oluşturulmuş ancak hayat kurtarmaya yönelik olumlu çerçeve kullanılmadan olası ölümler üzerinden çerçevelenerek sunulmuştur. C ve D programı olarak nitelendirilen çerçeveler şu şekilde oluşturulmuştur; "Eğer C Programı benimsenirse, 400 kişi ölecektir. D Programı benimsenirse, üçte bir olasılıkla kimse ölmeyecektir ve üçte iki olasılıkla 600 kişi ölecektir."¹⁹⁰ İlk deneydeki durum ve seçenekler birebir aynı olmasına rağmen ikinci durumda seçenekleri seçme oranlarının tersine döndüğü görülmüştür. Birinci deneyde A olarak nitelendirilen tedavi yöntemi %72 seçilirken aynı seçenek olan C yöntemi ikinci deneyde %22 oranında tercih edilmiştir. Birinci deneyde B olarak nitelendirilen yöntem ise D olarak sunulduğunda %78 oranında tercih edilmiştir.¹⁹¹

Bu örnekte de açıkça görüldüğü gibi çerçeveler birçok insan için belirleyici olabilmektedir. Aynı konuya ait çözüm yöntemlerinin farklı çerçevelerle sunulması bireylerin çerçeveye bağlı olarak tercihlerinin değişmesi ve olayı algılama biçimlerini etkilemektedir.

Sniderman, Brody ve Tetlock'da çerçeve etkisi ile ilgili *bulunma* ve *bulunmama* başka bir ifade ile çerçeve içerisine dâhil olma veya dışında kalma durumunun gücüne ilişkin bir örnek sunmaktadır. Çerçevelemenin etkisinin biri veya diğerine ait belirginliğin saptanarak, değerlerin farklılaştırılarak öncelendiğini yani farklı sıralamada önem

¹⁸⁸ Amos Tversky and Daniel Kahneman, "The Framing of Decisions and the Psychology of Choice", **Science**, New Series, Vol. 211, No. 4481, Published by: American Association for the Advancement of Science, (Jan. 30, 1981), s.453

¹⁸⁹ Robert Entman, "Framing, Toward Clarification of a Fractured Paradigm", **Journal of Communication** 43 (4), 1993, s.53

¹⁹⁰ Amos Tversky and Daniel Kahneman, "The Framing of Decisions and the Psychology of Choice", **Science**, New Series, Vol. 211, No. 4481, Published by: American Association for the Advancement of Science, (Jan. 30, 1981), s.343

¹⁹¹ Robert Entman, "Framing, Toward Clarification of a Fractured Paradigm", **Journal of Communication** 43 (4), 1993, s.54

derecesinin oluştuğunu belirtirler. Örneğin AIDS ile ilgili bir ankette konu insan hakları ve vatandaşların özgürlüğü ön plana çıkarılarak çerçevelendiğinde büyük çoğunluğun AIDS hastalarının haklarını savunurken, konu olumsuz bir çerçeve ile sunulduğunda, kamu sağlığı ön plana çıkarıldığında büyük çoğunluğun zorunlu test yapmayı gerekli göreceğini ifade etmiştir.¹⁹²

Özarslan ve Güran'ın çalışmalarında aktardığı şekliyle Bertram Scheufele (2004), çerçeveleme etkisi bağlamında dört tür çerçevenin varlığından söz eder. Bunları; *etkinleştirme etkisi*, *dönüştürme etkisi*, *oluşturma etkisi* ve *tutumsal etki* olarak tanımlar. *Etkinleştirme etkisi*; bireylerin zihinlerindeki şemaların medya çerçeveleri aracılığıyla etkinleştirilebildiğini, *dönüştürme etkisi*; şemaların değiştirilebildiğini, *oluşturma etkisi*; zihinde var olmayan şemaların medya tarafından oluşturulabileceğini, *tutumsal etki* ise; bireyin zihninde yer alan şemalara bağlı olarak geliştirdiği mevcut tutumlarının medya çerçeveleri aracılığıyla değiştirilebileceğini ifade eder.¹⁹³

Einstein'in de belirttiği gibi "bir problemin ifade tarzı, çözümden çok daha önemlidir. Çünkü çözüm, matematik veya deneysel yeteneklerden ibarettir."

1.5.5. Çerçeveleme ve Gündem Belirleme Yaklaşımlarının Farkı

Medya araştırmaları ile ilgili literatür incelendiğinde ana akım iletişim çalışmalarının çoğunun medya etkilerine odaklandığı görülmektedir. Ortaya çıkan kuramsal çalışmalarda birbiri ile ilişkili ve etkileşim içerisinde olduğundan dolayı bazı benzer özelliklerinin olması kaçınılmazdır. Bu üzerine odaklanılan konu ve malzemenin benzer olmasından ileri gelmektedir. Çerçeveleme ve gündem belirleme yaklaşımları da bu perspektifle değerlendirildiğinde birbirleri ile ilişkilendirilmeleri ve ortak noktalarının olması şaşırtıcı değildir. Ancak bu durum iki yaklaşımın aynı veya birbirinin devamı olduğu anlamına gelmemektedir. Bu nedenle iki yaklaşımın birbirinden farklı yaklaşımlar olarak değerlendirilmeleri gerekmektedir.

¹⁹² Sniderman vd. akt. Robert Entman, "Framing, Toward Clarification of a Fractured paradigm", *Journal of Communication* 43 (4), 1993, s.57

¹⁹³ Hüseyin Özarslan, M. Salih Güran, "İletişim Araştırmalarında Çerçeveleme Paradigması: Son Döneme Ait Bir İnceleme", *Selçuk İletişim*, 2015,8 (4) (32-48), s.37

Medya mesajlarının sunumu ve bireyler üzerindeki etkisi bağlamında birçok çalışmada gündem belirleme (agenda setting) ve çerçeveleme (framing) yaklaşımları bir arada ele alınmakta ve çoğu çalışma çerçevelemeyi gündem belirlemenin içerisinde veya bu yaklaşımın devamıymış gibi değerlendirmektedir. Son dönem ana akım medya çalışmaları içerisinde üzerinde durulan “ikinci aşama gündem belirleme” çalışmaları ile çerçeveleme çalışmalarının benzerliklerine değinilmektedir. McCombs ve Ghanem *The Convergence of Agenda Setting and Framing* başlıklı çalışmalarında iki yaklaşımın birleştirilmesi gerektiğini McCombs, Shaw ve Weaver’a ait *Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda Setting Theory* başlıklı çalışmada ise, çerçevelemenin gündem belirleme yaklaşımının devamı olduğu iddia edilmektedir.¹⁹⁴

Gündem belirleme yaklaşımının, medyanın gündemi belirlerken hedef kitleye “neyi” “ne kadar” önemli bulması ve bilmesi gerektiği noktasında belirleyici olduğu görüşüne karşılık çerçeveleme yaklaşımında, hedef kitlenin “nasıl düşünmesi”, hangi perspektiften bakması gerektiğine yönelik bir görüş mevcuttur.

Gündem belirleme medya çalışmaları alanındaki önemli kuramsal yaklaşımlardan biri olarak değerlendirilmektedir. Bu önem, yaklaşımın medyanın gözleme dayalı gücünü kanıtlama çalışmasından ileri gelmektedir. Medyanın günlük gündem belirleme konusunda belirleyici olduğunu ileri süren bu yaklaşım temelini B. Cohen’in (1963) çalışmasından almaktadır.¹⁹⁵ Maxwell McCombs ve Donald L. Shaw tarafından geliştirilen bu yaklaşıma göre, medya gündemi belirlerken, içerik üreticiler bazı konuları ön plana çıkarırken, bazı konulara çok az yer verip hatta görmezden gelebilir. Medyanın öne çıkardığı ve önem atfettiği konular gündemi oluşturup insanlar için önemli hale gelir, hatta insanlar medyanın öne çıkardığı konular hakkında bilgilenmekle kalmaz aynı zamanda konunun ne kadar önemli olduğunu da öğrenirler.¹⁹⁶ Gündem belirleme yaklaşımı medyanın insanların çoğunluğunun ne hakkında, ne kadar düşünmesi gerektiğini belirlediği görüşüne dayanmakta ve dolayısıyla insanların medyanın gündeme koyduğu, öne çıkardığı konuları önemli

¹⁹⁴ Elif Küçük Durur, “İnşacı Yaklaşım İçinde Çerçeveleme Kuramı ve Haberin Çerçevesi”, *Atatürk İletişim Dergisi*, sayı:2, Temmuz 2011, s.26

¹⁹⁵ İrfan Erdoğan, Korkmaz Alemdar, *Öteki Kuram*, Ankara, Erk Yayınları, 2005, s.180

¹⁹⁶ Levend Yaylagül, *Kitle İletişim Kuramları*, Ankara, Dipnot Yayınları, 2013, s.78

bulurken, arka planda tuttuğu veya görmezden geldiği konuların ise önemsizleştiği görüşüne dayanmaktadır.

McCombs ve Shaw bu yaklaşımla 1968 ABD başkanlık seçimlerini incelemiş, kararsız seçmenlerin kararlarının nasıl etkilendiğine dair bir çalışma yapmışlar, çalışmanın sonuçları tezi destekler nitelikte çıkmış, medyanın önem atfettiği ve öne çıkardığı konuların seçmenler için de büyük oranda önemli olaylar haline geldiği sonucuna ulaşmışlardır. Benzer bir çalışma da David Weaver tarafından 1981 yılında yapılmıştır. Başkanlık seçimlerini inceleyen Weaver, yazılı basın ve televizyonun gündemlerinin çok benzer olduğu ve bu gündemlerin vatandaşın önemli gördüğü olaylarla paralellik izlediği sonucuna ulaşmıştır.¹⁹⁷ Genel hatlarıyla gündem belirleme yaklaşımı özetlenecek olursa medyanın gündemi oluştururken insanların hangi konuyu ne kadar düşünmesi üzerinde etkili olduğu görüşü hâkimdir.

Çerçeveleme yaklaşımında ise, belirli bir konunun bazı yönlerinin seçilerek ön plana çıkarılması esastır. Belli bir konunun veya nesnenin medya gündemindeki sıklığından ziyade izleyicilerin konuya nasıl bakması gerektiği üzerinde odaklanır. Yani medyanın konuya nasıl bakılması gerektiği konusunda belirleyici olduğu, üretilen içerikte konunun hangi özelliklerinin ön plana çıkarıldığı ve sunumu önem taşımaktadır. Bireylerin o konuya nasıl bakması gerektiğini, o konu ile ilgili nasıl düşünmesi gerektiği ve medyanın kurduğu çerçeve ile bireyleri dolayısıyla toplumsal bakışı yönlendirdiği görüşüne dayanmaktadır.

İki yaklaşımın birbirinden farklı olduğuna ilişkin Scheufele'nin görüşleri önem taşımaktadır. Çerçeveleme yaklaşımının en genel düzeyde bireylerin olaylar hakkında nasıl düşüneceklerini, gündem belirleme yaklaşımının ise bireylerin hangi konuda düşüneceklerini belirlediğini¹⁹⁸ ifade etmiştir.

Gündem belirleme ile ilgili çalışmalarda konuların seçimi ve önemi ön plana çıkarken çerçeveleme yaklaşımı konunun seçimi ve konuya önem atfedilmesinden ziyade, o konunun belli yönlerinin seçilip ön plana çıkarılması ile ilgilidir. İki yaklaşım bu noktada farklılaşmaktadır.

¹⁹⁷ Levend Yaylagül, **Kitle İletişim Kuramları**, Ankara, Dipnot Yayınları, 2013, s.79

¹⁹⁸ Bertram Scheufele, "Framing-Effects Approach: A Theoretical And Methodological Critique" **Communications**, Vol. 29, 2004, s.405

Scheufele ve Tewksbury gündem belirleme ve çerçeveleme arasındaki farkı şu şekilde özetlemiştir.

*“Gündem kurmaya göre, konulara verilen önem farklılıklarını, halkın nasıl algıladığı haber seçimiyle belirlenir... Çerçeveleme, haber medyası tarafından hangi konu veya meselelerin sunulmak için seçildiğine odaklanmaz, bunun yerine bu meselelerin sunulduğu belli biçimler üzerine odaklanır.”*¹⁹⁹

Çerçeveleme çözümlemesi bu bağlamda gündem belirleme araştırmalarının dışında insanların ne hakkında düşündüklerini değil, insanların nasıl düşünüp konuşması noktasında medyanın belirleyiciliği üzerine yoğunlaşır.²⁰⁰ Bu konu ile ilgili Dimitrova ve Stramback ise, medya çerçevelerinin haber içeriği ve sunumunda konu ve süreci resmetme işlevini yerine getirdiğini²⁰¹ dolayısıyla konunun nasıl sunulduğunun ve kitlelere konuya hangi perspektiften bakmaları gerektiğini göstermek için belirleyici olduğunu ve çerçevelerin bu noktada önemli hale geldiğini belirtmişlerdir.

Van Gorp ise çerçeveleme ve gündem belirleme arasındaki farkı şu şekilde açıklamıştır. Gündem belirme ve öne çıkarma (priming) yaklaşımlarının nedenselliğe dayalı olmasına karşın çerçevelemenin sosyal gerçekliğin inşa edildiği interaktif bir süreç üzerinde şekillendiğini, çerçeve ile çerçeveleme sürecinin bu nedenle daha kapsayıcı bir şekilde ele alınması gerektiğinin altını çizer.²⁰² Ayrıca çerçevelerin sosyal bilimlerin neredeyse bütün alanlarında kullanılmasına rağmen, herhangi bir metin veya medya ürünü içerisinde kullanılan çerçevelerin “nasıl yerleştirildiği ve “düşünceyi nasıl etkilediği” konusunda çerçevelemeye dair bir ifadenin hiçbir yerde olmadığını söyler. Çerçeveleme yaklaşımının sistematize edilmesinin iletişim disiplini açısından büyük önem taşıdığını ve bu çalışmasının temel amacının çerçeveleme ile ilgili kullanılan terimlerin çeşitli kullanımları arasındaki ortak eğilimleri belirleyerek

¹⁹⁹ Dietram A Scheufele, David Tewksbury, “Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models”, **Journal of Communication**, 57, 2007, s. 15

²⁰⁰ Zhondag Pan, Gerald M. Kosicki, “Framing Analysis: An Approach to News Discourse”, **Political Communication**, Vol:10, 1993, s.69

²⁰¹ Daniela V. Dimitrova, Jesper Strömback, “Election News in Sweden And The United States: A Comparative Study of Sources And Media Frames”, **Journalism** 13(5), 2011, s.605

²⁰² Baldwin Van Gorp, “The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back in”, **Journal of Communication** vol:57, 2007, s.70-73

görünür kılmak ve bu terimlerin daha doğru ve evrensel bir kullanım ve kavrayışın sağlanmasına yönelik olduğunu ifade eder.

Bazı bilim insanları çerçevelemenin sadece gündem belirlemenin kavramsal bir uzantısı olduğunu savunmaktadır. Bu görüşe göre, gündem belirleme gibi, çerçeveleme de bir konunun belli yönlerinin belirginliğini artırır ve bu nedenle *ikinci düzey gündem belirleme* olarak ifade edilebilir. Bununla birlikte, bazı bilim insanları bu görüşü reddetmektedir.²⁰³ Onlara göre gündem belirleme daha ziyade, tutum erişilebilirliği kavramına dayanır. Çerçeveleme, bağlam temelli algılama kavramına, bu da bir durumun açıklamasında kullanılan ifadedeki ustalıklı değişikliklerin, izleyicilerin bu durumu nasıl yorumladığını etkileyebileceği varsayımına dayanmaktadır. Diğer bir deyişle, çerçeveleme, izleyicilerin konular hakkında nasıl düşündüklerini, meselenin belli yönlerini daha belirgin hale getirerek değil, gelen bilginin anlaşılmasını etkileyen yorumlayıcı şemaları harekete geçirerek etkiler. Çerçeveleme araştırmasının çözülmemiş ikinci alanı, daha önceki araştırmalarda tanımlanan farklı çerçeve türleriyle ilgilidir.

²⁰³ Dietram A. Scheufele, David Tewksbury, Framing, agenda-setting, and priming: The Evolution of Three Media Effects Models, **Journal of Communication**, 57(1), 2007, s. 9–20.

İKİNCİ BÖLÜM

TELEVİZYON HABERCİLİĞİ VE HABERDE ÇERÇEVELEME

Televizyon kitle iletişimi açısından en etkili araçlardan biri olarak kabul edilmektedir. Televizyonun ortaya çıkışıyla birlikte bilgi aktarımında ileri bir adım atılmıştır. Teknolojik gelişmelerle birlikte iletilerin eş zamanlı izleyicilere ulaşması mümkün hale gelmiştir. Televizyon kendinden önceki radyoya göre birçok yenilikler getirmekle birlikte, enformasyon aktarımında da büyük bir değişime öncülük etmiştir. Televizyon dünyanın “seyrini” mümkün hale getirmiştir.²⁰⁴

Televizyonun teknik özellikleri ve erişilebilirliği, onu diğer iletişim araçlarından farklı kılmaktadır. Toplumsal hayatın içerisinde bireylerin günlük yaşamlarında önemli bir yer tutan televizyon temel ihtiyaçlardan biri haline gelmiş, yaşam alanları bile televizyona göre tasarlanmaya başlanmıştır. Televizyonu evin başköşesine konumlanmış davetsiz ama aşırı ilgi gören bir misafir olarak tanımlamak mümkündür. Televizyon gündelik yaşam deneyimlerinin bir parçası olmakla birlikte aynı zamanda yaşamın anlamlandırılmasında, duygu ve düşüncelerin, önceliklerin, yaşam tarzının biçimlenmesinde de yol gösterici mesajlar ileten ve aynı zamanda güzel çirkin, iyi kötü, doğru yanlış vb. kavramları değerlendirmede kullanılan ölçütler sunan²⁰⁵ bir rehber olarak işlev görmektedir. Bu yönlendirici etkisi ve televizyonun hedef kitlelere erişim potansiyeli onu önemli bir kitle iletişim aracı haline getirmektedir. Televizyon bir anlamda toplumu bilgilendiren, eğlendiren ve toplumun bütün enformasyon ihtiyacını karşılayan, aynı zamanda hayata bakışını biçimlendiren bir araç konumundadır.

²⁰⁴ Judith Lazar, **İletişim Bilimi**, Çev: Cengiz Anık, Vadi Yayınları, Ankara, 2001, s.87

²⁰⁵ Erol Mutlu, **Televizyonu Anlamak**, Gündoğan Yayınları, Ankara, 1991, s.12

2.1. Televizyonun İletişim Yaşamına Girmesi

Televizyon, *tele* ve *vision* kelimelerinin bir araya gelmesinden oluşan “uzağı görmek” anlamına gelen Latince kökenli bir sözcüktür.²⁰⁶ Görüntünün elektriksel işarete dönüştürülerek bir yerden başka bir yere aktarılmasıdır.²⁰⁷

Teknik olarak en basit ifadeyle “elektromanyetik dalgalar yoluyla hareketli ya da sabit resimlerin sesli ya da sessiz olarak kalıcı olmayan görüntülerinin renkli ya da siyah-beyaz yayını”²⁰⁸, “elektronik görüntülerin ve bunlarla ilgili seslerin elektromıknatıs dalgalar, uydular ya da kablolar yardımıyla çok uzaklardaki yerlere anında ulaştırılabilmesini ve buralardaki almaçlarda izlenebilmesini sağlayan dizge”²⁰⁹ olarak tanımlanmaktadır.

Televizyonun icadı tek bir olay veya bir olaylar dizisi olmanın ötesinde telgraf, fotoğraf, sinema ve radyodaki icatların toplamı ve gelişmelerine bağlı²¹⁰ olarak tüm teknik gelişmelerde olduğu gibi birbirini izleyen bilimsel çalışmaların sonucunda ortaya çıkmıştır. Televizyon, üç seri buluşun; elektrik enerjisini ışık enerjisine dönüştüren foto elektrisite, görüntünün çizgi çizgi ve nokta nokta taranması ve hertizen dalgalarının²¹¹ sonucunda meydana gelmiştir. İlk olarak İrlandalı telgrafçı Andrew May 1873 yılında elektromanyetik dalgaları elektrik akımına dönüştürmeyi başardı, 1884 yılında, Alman Paul Nipkow, telsiz yoluyla resim yayınlayan döner diskin patentini aldı. 20. yüzyılın ilk yıllarında ise Fransa’da Rignoux ve Fournier ilk televizyon deneyini gerçekleştirdiler. İlk düzenli televizyon yayınları 1936 yılında İngiltere’de başladı, ardından ABD ve SSCB’de düzenli televizyon yayınlarının başlaması, televizyonun Avrupa’ya hızla yayılmasına yol açtı.²¹²

Türkiye’de televizyon alanında ilk çalışmalar ise, dünyadaki gelişmelerin gerisinde bir seyir izlemiş, televizyonun giderek yaygınlaşmasından sonra başlamıştır. İlk

²⁰⁶ Erol Mutlu, **Televizyonu Anlamak**, Gündoğan Yayınları, Ankara, 1991, s.15

²⁰⁷ Nadi Kafalı, **TV Yapımlarında Teknik ve Kuramsal Temeller**, Ankara, Ümit Yayıncılık, 1993, s.13

²⁰⁸ Erkan Yüksel, İbrahim Halil Gürçan, **Haber Toplama ve Yazma**, Konya, Tablet Yayınları, 2005, s.211

²⁰⁹ Nijat Özön, **Sinema Televizyon Video, Bilgisayarlı Sinema Sözlüğü**, İstanbul, Kabalcı Yayınevi, 2000, s.693

²¹⁰ Raymond Williams, **Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim**, Çev: Ahmet Ulvi Türkbağ, Ankara, Dost Kitabevi Yayınları, 2003, s.13

²¹¹ Judith Lazar, **İletişim Bilimi**, Çev: Cengiz Anık, Ankara, Vadi Yayınları, 2001, s.87

²¹² Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.66-67

alışmalar İstanbul Teknik Üniversitesi bünyesinde 1949-1950 yılları arasında gerçekleştirilmiştir. İTÜ Elektrik Fakültesi Yüksek Frekans Tekniğı Bilim Dalı Başkanı Prof. Dr. Mustafa Santur'un girişimiyle başlayan çalışmalarla ilk verici anten 24 Ocak 1952'de İTÜ Taşkışla binasının çatısına konulmuş ve 9 Temmuz 1952'de ilk yayın yapılmıştır.²¹³

İTÜ'de gerçekleştirilen bu çalışmalar kamusal yayın yapma düşüncesinden ziyade üniversite içerisinde televizyon yayıncılığı alanında eğitim amaçlı yapılmış, yayınlar ise laboratuvar çalışması kapsamında ele alınmıştır. İTÜ tarafından gerçekleştirilen televizyon yayınları iki haftada bir 17-18 saatleri arasında yapılmaya başlamasından sonra alıcı sayısı artmaya başlamıştır.²¹⁴

Televizyonun iletişim yaşamında yerini alması, yayınların hangi kuruluşlar tarafından yapılacağı ve nasıl düzenleneceğı sorularını da beraberinde getirmiştir. Her ülke; kendi ekonomik, siyasi ve kültürel sistemlerine göre bir yapı oluşturmaktadır.²¹⁵

Televizyon kuruluşlarının örgütlenme yapısı yayının yapıldığı ülkenin yasal düzenlemelerine göre değişmektedir. Her ülkenin kendine özgü siyasi, ekonomik ve yönetsel özellikleri ya da bulundukları coğrafi konumlarına göre belirli yasal düzenlemeleri bulunmakta, televizyon yayın kuruluşları da bu yasal düzenlemeler çerçevesinde örgütsel yapılarını oluşturmaktadır. Bu örgütlenmeler siyasi yönetim mekanizmaları ve gelir kaynaklarına göre farklılıklar göstermektedir.²¹⁶

2.1.1. Televizyon Kuruluşlarının Örgütsel Yapısı

Toplumsal yapının önemli bileşenlerinden biri kurum ve kuruluşlardır. Toplumdaki kurumlar birbirleriyle karşılıklı bir ilişki ve etkileşim içerisinde bulunurlar. Televizyon kuruluşları, yasal konumları ve örgütsel yapıları ile toplumsal alanda son derece önemli bir yer edinmişlerdir.

Televizyon yayınlarının yapım süreci, konumu ve işlevi kuruluşun yapısına göre şekillenmektedir. Örgütsel yapılar içeriğın nasıl olması gerektiğı konusunda bu

²¹³ Hülya Yengin, **Ekranın Büyüsü**, İstanbul, Der Yayınları, 1994, s.67-68

²¹⁴ Aysel Aziz, **Televizyon Yayıncılığının 30 Yılı (1968-1998)**, Ankara, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu, 1998, s.18

²¹⁵ Judith Lazar, **İletişim Bilimi**, Çev: Cengiz Anık, Ankara, Vadi Yayınları, 2001, s.88

²¹⁶ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliğı**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.132

anlamda belirleyici olmaktadır. Bu durum televizyon kuruluşlarının en önemli yapımlarından biri olan haberin üretim şeklini ve içeriğini de etkilemekte ve ülke politikası ve yasal düzenlemelerin şekillendirdiği yayın politikası kapsamında haber içeriği biçimlenmektedir.

Televizyon kuruluşları tüm dünyada istisnai durumlar hariç olmak koşuluyla iki türlü yayıncılık yaparlar. Bunlardan ilki halk için yapılan kamu yayıncılığı, ikincisi ise tecimsel amaçlarla yapılan kar odaklı özel televizyon yayıncılığıdır. Şematik olarak ise dünyada üç tip örgütlenme yapısı görülmektedir. Bunlar; devletlerin kontrolünde yayın yapan devlet televizyonları, özel televizyon kanalları ve karma sistemde yayın yapan televizyon yayıncılığıdır.²¹⁷

Devlet televizyonu veya *kamu hizmeti yayıncılığı* olarak ifade edilen sistemde televizyon kuruluşu devletin kontrolündedir. Yayıncılık devletin doğrudan yerine getirilmesi gereken bir kamu görevi olarak görülmektedir. Halk için yapılan ve halk tarafından finanse edilen yayıncılık türüdür. Yayın kuruluşu kamusal hizmet yapmakla yükümlü tutulur. Hedef kitle olarak bütün ülke nüfusu belirlendiği için yayınların teknik olarak tüm ülkeyi kapsaması ve içerik olarak da toplum içerisindeki bütün grupların ihtiyaçlarını gidermeye yönelik bir düzenleme olması gerekmektedir. Devletin denetimi altında bulunduğu için iktidarın belirlediği çerçevede yayın politikalarını oluşturmakta ve devletin dolayısıyla iktidarın bir organı gibi çalışmaktadır. Bu sistem iki şekilde uygulamada karşılığını bulmaktadır. Ya devletin doğrudan yönettiği bir ulusal sistem ya da devletin kontrolünde olmak koşuluyla merkezi ve yerel kuruluşlar arasında planlanmış bir iş bölümü yapılarak gerçekleştirilir. Bu ikinci tip sistem genellikle sosyalist ülkelerde uygulanmaktadır.²¹⁸ Bu yayıncılık türünde finansman genellikle radyo televizyon alıcılarından alınan ruhsat ücretlerinden sağlanır. Yetersiz kaldığı durumlarda ise devlet ya da özel kişilerin desteği alınabilmektedir.

Özel televizyon kuruluşlarının oluşturduğu *tecimsel sistem* ise serbest rekabetin olduğu özel işletmelere ait televizyon kuruluşlarından oluşmaktadır.²¹⁹ Kuruluş ve

²¹⁷ Judith Lazar, **İletişim Bilimi**, Çev: Cengiz Anık, Ankara, Vadi Yayınları, 2001, s.88

²¹⁸ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.132

²¹⁹ Judith Lazar, **İletişim Bilimi**, Çev: Cengiz Anık, Ankara Vadi Yayınları, , 2001, s.88

yönetimleri özel işletme kurallarına göre gerçekleşir. Devletin, bu kuruluşlarla ilişkisi yayın izni vermek ve yasal düzenlemeler kapsamında denetim yapmakla sınırlıdır. Bu sistem çoğunlukla ABD’de gelişmiş bir sistemdir. Bu yapılanma şeklinde yayın kuruluşları, alıcı-verici araçlar, yayın istasyonları ve en önemlisi yayın zamanı satılık bir tüketim ürünüdür. Televizyon kuruluşlarının ana gelir kaynakları ise reklamdır. Yayın düzeni bu nedenle reklama göre oluşturulur. Diğer programlar reklam aralarına girer. Bu nedenle yayınların içeriği de yapısal olarak reklamlara göre oluşturulmaktadır.²²⁰ Televizyon programlarında belirli periyotlarda heyecanın arttığı sahneler, aksiyon, hız, kaza, tehlike vb. durumların içeriği istila etmesinin temelinde izleyiciye araya girecek reklamı işletme amacı yatar.

Karma yayın sistemi ise, devlet ve tecimsel örgütlenme yapısı arasında bir yerde yer almakta, kamusal hizmetlerle yükümlü devletin bir veya birkaç televizyon kanalı ile özel kaynaklarla finanse edilen ticari kanallar bir arada faaliyet göstermektedir. Bu yapı Kanada, Japonya, Finlandiya ve fiili olarak 1989, yasal olarak ise 1994’ten itibaren Türkiye’de uygulanmaya başlanmıştır.²²¹

2.1.2. Televizyonun İşlevleri

Kitle iletişim araçları, toplumsal yaşamın her alanında etkin bir şekilde varlığını hissettirmektedir. “İşlev” sözcüğü ne yapması gerektiği, amaçlarının neler olarak görüldüğü ve gerçekte neler yaptığı ile ilgilidir.²²² Toplumların değişen ihtiyaçları ve koşullarına göre medyanın da işlevleri değişmektedir. Yasalar ve kuruluşların yayın politikası kitle iletişim araçlarının genel olarak ne olduğu ve nasıl bir yayın anlayışı izlemesi gerektiği konusunda genel hatlarıyla bu çerçeveyi çizmekle birlikte kesin olarak yazılmış kriterler olmadığı için bu işlevler belirlenen yasal çerçeve göz önünde bulundurularak şekillenmektedir.

Genel olarak kitle iletişim araçlarının işlevleri, bir kitle iletişim aracı olan televizyonun işlevleriyle örtüşmektedir. Ancak televizyon teknolojisi ve anlatım özelliklerinin farklı olması bu işlevlerden bazılarını ön plana çıkarmaktadır. Bu işlevleri toplumsal

²²⁰ Ersan İlal, *İletişim, Yıgımsal İletişim Araçları ve Toplum*, İstanbul, Der Yayınları, 2007, s.51

²²¹ Neşe Kars, *Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği*, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.133

²²² Graeme Burton, *Görünenden Fazlası Medya Analizlerine Giriş*, Çev: Nefin Dinç, İstanbul, Alan Yayıncılık, 1995, s.82

özellikler taşıyan haber verme, eğitime katkıda bulunma, eğlendirme, bilgilendirme, toplumsallaştırma olarak ifade etmek mümkündür. Bu işlevler aynı zamanda diğer kitle iletişim araçlarının da kapsamına giren konular olmasına rağmen, televizyonun yaygınlığı ve etkinliği bu işlevlere daha farklı bir önem atfetmektedir.²²³

Haber verme işlevi; bilme ve çevresinden haberdar olma ihtiyacı duyan bireylerin dolayısıyla toplumun haber alma ihtiyacını gidermeye yöneliktir. Televizyon bu işlevini haber ve haber bültenleriyle izleyicilere aktarmaktadır. Bulunduğu yerden dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen bir olayı izleyiciye anında sesli ve görüntülü olarak gönderebilme özelliği televizyonun önemini ve araçsal üstünlüğünü ön plana çıkarmaktadır.

İzleyiciler hiçbir zaman gidemeyecekleri dünyanın öbür ucundaki bir yerle ilgili haberleri evinin salonunda oturarak izleyebilme olanağını bulur. Dünya ile ilgili sosyal, kültürel, ekonomik, politik, sanatsal ve diğer alanlarla ilgili bilgilere televizyon aracılığıyla ulaşır. Bütün alanlarla ilgili çok geniş bir bilgilenme söz konusudur.

Eğitime İşlevi; televizyon aracılığıyla yapılan geniş kapsamlı açık ve uzaktan eğitim programları ya da belirli konularla ilgili eğitim programları kastedilmektedir. Halk arasında “televizyon öğretmendir” deyişinin de insanların bazı konularla ilgili kazandığı deneyimlerini televizyon aracılığıyla öğrenildiğini belirtmek amacıyla ortaya çıktığı söylenebilir. Televizyonun bu işlevi her yaştaki izleyiciyi kapsamaktadır.

Eğlendirme İşlevi; izleyicileri rutin yaşamın sıkıcılığından uzaklaştırmak, güzel vakit geçirmesini sağlamak amacıyla yapılan yayınları kapsamaktadır. Günümüzde televizyonların yayın politikalarının en ön plana çıkardığı işlevlerden birdir. Bunun en belirgin örneği televizyonun en önemli işlevleri arasında yer alan haberin içerisine dahi eğlence unsurlarının bolca yerleştirildiği ve haber-eğlence (infotainment) programı kavramının ortaya çıktığı yani “bilginin eğlence içeriğine bürünmesi”²²⁴ durumu görülmektedir. Bu örnek televizyon yayıncılığında eğlence işlevinin ne kadar ön plana çıktığı konusunda belirleyici olmaktadır.

Ürün ve hizmetlerin tanıtılması işlevi; televizyonun bu işlevi ürün ve hizmetlerin izleyicilere tanıtılması ve dolayısıyla ürünün izleyici tarafından alınmasını

²²³ Sedat Cereci, **Büyülü Kutu Büyülenmiş Toplum**, Şule Yayınları, İstanbul, 1992, s.38

²²⁴ Hakan Ergül, **Televizyonda Haberin Magazinelleşmesi**, İstanbul, İletişim Yayınları, 2000, s.16

amaçlamaktadır. İkna etme durumu söz konusudur. Televizyonda tanıtımı yapılan ürünün satılabilmesi için ikna etmeye yönelik içeriklerle ürün izleyicinin duygularını harekete geçirerek bu ürüne ihtiyaç hissetmesini ve alıp tüketmesini sağlamaya yöneliktir.

Reklam olarak ifade edilen ürün ve hizmet tanıtımı aynı zamanda hem kamu hem de tecimsel yayın kuruluşlarının temel gelir kaynaklarından birini oluşturmaktadır. Bir anlamda izletilen reklamlar ücretsiz sanılan televizyonun izleme bedeli olarak düşünülebilir. Bu nedenle yayın kuruluşları farklı boyutlarla bütün yapımlar içerisine bunu bir şekilde yerleştirerek izleyiciyi etkileme yoluna gitmektedir. Genel olarak kuruluşların yayın politikası ve düzenlemeleri televizyonun bu işlevlerinin kamusal fayda göz önünde bulundurularak toplumu bilgilendirme, eğitime, eğlendirme ve ürün-hizmet tanıtımı yaparak seçme olanağı verdiği izlenimi yaratsa da gerçekte durum görüldüğü kadar basit değildir.

Enformasyon işlevi, televizyon izleyicilere dünya ile ilgili gerekli bilgileri sağlama ve dünyanın coğrafi, politik ve toplumsal özelliklerini öğretirken, aynı zamanda izleyicilerin dünyaya ilişkin bir bakış açısı oluşturmalarını sağlayarak onları edilgin konuma getirmekte ve bakış açılarını yönlendirmektedir.²²⁵

Demokratik toplumlarda, televizyon tarafsız ve özgür bir haber kaynağı olarak görülse de, özellikle haber üretim sürecinde televizyon kuruluşlarının yayın politikasının, siyasi iktidar ve medya denetimini elinde bulunduranların izlerini taşıyabilir.²²⁶ Ayrıca bireyi dış dünyada olanlar hakkında bilgilendirirken, olayları bir araya getirerek ilişkilendirir ve toplumun ne olduğu, ne anlama geldiği konusunda bir anlayış yaratır. Politik konular açısından ise tanıklığa dayalıdır. Politik olaylara tanıklık ederken, izleyicilerin bu sürece katıldığına dair bir yanılsama yaratır ve otoriteyi destekler. Kamuoyunu yönlendirme yetisine sahip olan medya; kamuoyu yaratma ve oluşturduğu kamuoyuna dair bir bakış açısı oluşturma imkânına sahiptir. Medya toplumun politik olaylar hakkındaki düşüncelerini etkileme ve yönlendirme yetisine sahiptir.²²⁷

²²⁵ Graeme Burton, **Görünenden Fazlası Medya Analizlerine Giriş**, Çev: Nefin Dinç, İstanbul, Alan Yayıncılık, 1995, s.84

²²⁶ Sedat Cereci, **Büyülü Kutu Büyülenmiş Toplum**, Şule Yayınları, İstanbul, 1992, s.39

²²⁷ Graeme Burton, **Görünenden Fazlası Medya Analizlerine Giriş**, Çev: Nefin Dinç, İstanbul, Alan Yayıncılık, 1995, s.85

Graeme Burton; medyanın *eğlence işlevi* ile izleyicisini eğlendirerek oyaladığını, bu işlevin izleyiciye sağlıklı bir eğlence zevki sunarken aynı zamanda izleyicinin toplumsal olaylardan uzaklaşmasına yol açtığını, medyanın izleyicinin dikkatini önemli toplumsal konulardan başka bir yöne çektiğini ifade eder.²²⁸ Bu durum eğlenceye yönelik içeriklerin bütün programlarda yer almasının en önemli nedenlerinden biri olarak düşünülebilir. Neil Postman ise televizyonun rasyonel edimler üzerinde yıkıcı etkileri olduğunu, içeriksizleştirilmiş eğlence yoluyla kültürün dönüştürülmesinde etkin bir rol üstlendiğini ifade etmiştir.²²⁹

Televizyonun kültür üzerinde önemli bir etkisi vardır. Televizyonun görsel ve işitsel formatı içerik olarak anlamın farklı biçimlerde sunulmasına olanak verir. Oluşturulan biçimler piyasa koşulları göz önünde bulundurularak yapılandırılır. Biçim anlamı şekillendirerek ortak kalıplar ortaya çıkarır ve bu kalıpları yaygınlaştırır.²³⁰ Kültürü yansıtan materyalleri oluşturarak kültürün bir parçası haline gelir. Kültürün sürdürülmesini, yansıtılmasını ve sürekliliğini sağlar. Ancak üretilen materyaller alt kültürlerin çeşitliliğini ortadan kaldırarak kitle kültürünü geliştirir, bu kültürel anlamada statükoyu koruyucu bir özellik taşımaktadır.²³¹

Televizyon bu işlevleriyle aslında bir anlamda toplum mühendisliği yapan bir kurum olarak tanımlanabilir. Çünkü toplumu ilgilendiren bütün konuları ilgi alanına dahil ederek, toplumun bu konuları kavrayış biçimini kurduğu çerçevelerle yönlendirmekte ve izleyicilerin bu konuları kavrayışı tamamen televizyonun yönelimleriyle biçimlenmektedir.²³²

2.1.3. Televizyonun Özellikleri

Televizyon kelimesi Latince kökenli bir sözcüktür. “Uzağı örmek” anlamına gelir.²³³ İngilizce sözlükte, “tele” öneki ve “vision” kelimelerinden oluşmaktadır. “Tele”

²²⁸ Graeme Burton, **Görünenden Fazlası Medya Analizlerine Giriş**, Çev: Nefin Dinç, İstanbul, Alan Yayıncılık, 1995, s.83

²²⁹ Hakan Ergül, **Televizyonda Haberin Magazinelleşmesi**, İstanbul, İletişim Yayınları, 2000, s.21

²³⁰ Şermin Tekinalp, **Camera Obscura’dan Synopticon’a Radyo ve Televizyon**, İstanbul, Der Yayınları, 2003, s.296

²³¹ Graeme Burton, **Görünenden Fazlası Medya Analizlerine Giriş**, Çev: Nefin Dinç, İstanbul, Alan Yayıncılık, 1995, s.84

²³² Neil Postman, **Televizyon Öldüren Eğlence**, Çev: Osman Akınbay, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2010, s.91

²³³ Erol Mutlu, **Televizyonu Anlamak**, Ankara, Gündoğan Yayınları, 1991, s.15

İngilizcede uzaklık bildiren bir önek²³⁴ “vision” ise zihinsel imge anlamına gelen “mental image”nın karşılığıdır.²³⁵ “Television” ise sözlükte; içerisinde imge ve seslerin elektrik sinyaller aracılığıyla geçtiği ve ekranda görüntünün olduğu kutuya benzeyen bir cihaz olarak tanımlanmaktadır. İngilizceden Türkçeye televizyon olarak geçmiştir. Televizyon kelime anlamından da görüleceği üzere göze ve kulağa hitap eden görsel- işitsel bir kitle iletişim aracıdır. Televizyonun göze hitap etmesi ve hareket ögesi içermesi ona görme duyusunun gücünden yararlanma imkanı vermektedir. Televizyon “insanın görme duyusunun ulaştığı en ileri aşamadır; insanın görme yetisinin inanılmaz boyutlara erişmesidir.”²³⁶ Kulaktan çok göze hitap eden televizyon, sesi görüntüyü destekleyecek bir biçimde kullanmakta, ses ekrandaki görüntüye tamamlayıcı bir unsur olarak eşlik etmektedir.²³⁷

Teknik özellikleri basılı yayın ve radyodan farklı olarak ses ve görüntüyü bir arada kullanmasıdır. Ses ve görüntüyü bir arada ileten görsel işitsel bir araç olması onu diğer kitle iletişim araçlarından ayrı bir yere koymaktadır. Gazete, dergi ve benzeri yayınların hedef kitlesine ulaşması için okuma yazma kültürü gerektiği halde televizyon izlemek için okuma yazma bilmeye gerek yoktur. Çünkü televizyon direk göze ve kulağa hitap eder, okuma yazma kültürünü genişletmez ve pekiştirmez.²³⁸

İnsanlara küçük bir ekranın içerisinden dünyayı farklı boyutlarıyla yansıtması nedeniyle bu araca “büyülü kutu” tanımlaması yapılmıştır.²³⁹ Dünyanın evlere giren küçük bir kutunun içerisinden insanlara yansıtılması toplumda büyük bir etki yaratmıştır. Televizyonun özelliklerini teknik özellikler ve içerik özellikleri olarak değerlendirmek mümkündür.

Televizyonun fiziksel boyutları ve evin bir ihtiyacı olarak konumlandırılması televizyonun yaşamın her alanına girmesinde etkili olmuştur. Evlerden kamusal alana kadar her yerde bulunan televizyon insanların hayatının tam ortasına yerleşmiştir. Evlerde, işyerlerinin bekleme salonlarında, kafelerde ve daha birçok yerde ekranlardan

²³⁴ **Cambridge Dictionary**, Third Edition, Cambridge, Cambridge University Press, 2008, s.1495

²³⁵ **Cambridge Dictionary**, Third Edition, Cambridge, Cambridge University Press, 2008, s.1622

²³⁶ Erol Mutlu, **Televizyonu Anlamak**, Ankara, Gündoğan Yayınları, 1991, s.15

²³⁷ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.78

²³⁸ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.79

²³⁹ Sedat Cereci, **Büyülü Kutu Büyülenmiş Toplum**, İstanbul, Şule Yayınları, 1992, s14

akan görüntülere maruz kalan insanlar için artık televizyon olması gereken temel ihtiyaçlar içerisinde yer alan bir araç haline gelmiştir.

Televizyon teknolojisi izleyiciye programlar aracılığıyla birden çok seçenek sunarak spordan sanata, modadan politikaya kadar geniş bir yelpazede içerik oluşturmaktadır. Bu anlamda toplumun bütün ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik bir araç olma görevini üstlenmiştir. Hedef kitlesini bütün toplum olarak belirlediği için herkese ihtiyacı olanı programlayarak vermektedir. İzleyici kendisine seçenek olarak sunulan kanal ve programlardan sadece birini o anda izleyebilmekte, kanalı veya programı değiştirdiğinde ise, yine sunulanı izlemekle yetinmek zorunda kalmaktadır.²⁴⁰

Böylelikle sunulan programlanmış içeriklerle yakın çevresinden dünyanın bütününe ilişkin her türlü bilgiyi televizyon aracılığıyla almakta ve *neyin, ne kadar ve nasıl* bilinmesi gerektiği de televizyon içerik üreticileri tarafından belirlenmektedir.

Televizyon yapımları, fikir aşamasından post prodüksiyon aşamasına kadar geniş bir süreci ve planlamayı kapsamaktadır. Yapımların program olarak adlandırılmaları bu içeriklerin belirli kriterlere göre programlandığının referansını vermektedir. Televizyonun genel olarak işlevlerini yerine getirilmesi için çeşitli program türleri geliştirilmiştir.

Televizyonun görüntü ve sesi bir arada kullanması, birden çok duyuya hitap etmesi gelişen teknoloji ile birlikte canlı yayınlarla dünyanın öbür ucunda meydana gelen bir olayı eş zamanlı bütün dünyaya duyurması gibi özellikleri, özellikle habercilik anlamında diğer kitle iletişim araçlarından farklılaşmasını ve ön plana çıkmasını sağlamaktadır. Örneğin televizyon haberlerinde olaya ait yeterli görüntü olmadığı zaman başka olaylara ait arşiv görüntüler kullanılabilmektedir. Görüntünün yetersiz olduğu durumlarda canlandırma yoluna da gidilmektedir.²⁴¹ Televizyon göstererek yapılması gereken bilgilendirme işinin, asıl gösterilmesi gerekeni göstermeyerek veya anlamsız bir şekilde göstererek bağlamından koparmakta ve gerçekte hiç örtüşmeyen bir şekilde göstererek “gerçeği göstererek gizleme” işini başarılı bir şekilde yerine getiren bir kitle iletişim aracıdır.²⁴² Cavalier’in de ifade ettiği şekliyle “her şeyi

²⁴⁰ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, Derin Yayınları, İstanbul, 2010, s.79

²⁴¹ Ignacio Ramonet, **Medya Zorbalığı**, Çev: Aykut Derman, İstanbul, Om Yayınları, 2000, s.33

²⁴² Pierre Bourdieu, **Televizyon Üzerine**, Çev: Turhan Ilgaz, İstanbul, Yapı kredi Yayınları, 2000, s.23

gösteriniz ama hiçbir şeyi ortaya koymayınız”²⁴³ sözü televizyonla karşılığını bulmaktadır. Baker, “herşey medyanın görsel işitsel dilinin ‘düşünme’ faaliyetini engellemesi üzerine kurulmuştur”²⁴⁴ ifadesi ile görüntünün düşünce üzerindeki etkisine vurgu yapmaktadır.

Yirmi dört saat boyunca hiç kesintiye uğramadan bir enformasyon akışını sağlayan medyanın, denetimi elinde bulunduran kurum veya kişilerin inisiyatifiyle “olması gerekeni ya da gösterilmesi gerekeni” vermesi televizyonun belirlenen işlevlerinden uzaklaştığını, kamuoyu yararını gözetme, tarafsızlık ve bilgilendirme işlevlerinin aksine iktidarların ve medya sahiplerinin elinde toplumu şekillendiren çok güçlü bir araca dönüştüğünü ve bu aracın etkili bir biçimde kullanıldığını söylemek mümkündür.

2.1.4. Televizyonun Öğeleri ve Anlatım Özellikleri

Televizyon kendine özgü anlatım özellikleriyle herhangi bir fikri, bir konuyu, bir olayı veya düşünceyi, izleyicinin beklentilerini karşılayacak ve ilgisini canlı tutacak şekilde bir mesaj haline, görsel bir etkinliğe dönüştürmekte bunu yaparken de nasıl yapılacağı ve hangi tür program şeklinde oluşturulacağı iletilecek mesajın amacına göre televizyona özgü anlatım olanaklarıyla²⁴⁵ gerçekleştirilmektedir.

İzleyicinin, televizyon programları aracılığıyla aktarılan mesajları doğru bir şekilde algılayıp, istenilen şekilde yönlendirilmesi görüntü ve sesin doğru bir şekilde kullanılmasıyla mümkündür.²⁴⁶ Bu iki öge televizyon anlatımının en önemli ve televizyonu diğer kitle iletişim araçlarından ayıran en temel özellikleridir. Aynı zamanda mesajın etkili bir şekilde ulaşması ve izleyici üzerinde istenilen yönlendirmenin gerçekleşmesi açısından da görüntüler kuruluşların amacına hizmet etmektedir. Görüntü ve ses televizyonun temel öğelerini oluşturmaktadır.

²⁴³ Jean Jacques Cavalier, **Medya ve İletişim**, Çev: Mete Çamdereli, İstanbul, Salyangoz Yayınları, 2004, s.236

²⁴⁴ Ulus Baker, “Medyaya Karşı Nasıl Direnilir”, **Birgün Gazetesi**, (İnternet Baskısı, 15.07.2007), Çevrimiçi, 26.02.2017

²⁴⁵ Neşe Kars, **Televizyon programı Yapalım Herkes İzlesin**, İstanbul, Derin Yayınları, 2012, s.1

²⁴⁶ Neşe Kars, **Televizyon programı Yapalım Herkes İzlesin**, İstanbul, Derin Yayınları, 2012, s.123

2.1.4.1. Görüntü

Görüntü kameranın film karesinin sınırlandırılmış çerçevesi içine imgeleri kaydetmesidir. Hayatın içerisinde geçen her olgu görüntü olarak kaydedilebilir. Bunun için gerekli teknolojik donanımın varlığı yeterlidir. Görüntü bu anlamda hayatı ifade etme biçimlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

1895 yılında Lumière kardeşlerin *Trenin Cioat Garına Girişi* adlı 50 saniyelik bir süre ile gösterdiği bu çalışma ilk hareketli görüntü gösterisidir. Filmde bir tren garı ve garda trene binmeyi bekleyen kadın ve erkeklerden oluşan bir grup insan vardır. İnsanlar gündelik yaşamda olduğu gibi treni beklerken sağa sola gitmekte vakit geçirmektedir. İzleyicinin gözü konumunda olan kameraya doğru uzaktan bir tren yaklaşır ve tren iyice yaklaştığında salonda filmi izleyen izleyiciler ezilmemek için koşarak salonu terk ederler. Bu görüntünün ortaya koyduğu anlatım gücünün etkisidir.²⁴⁷ Bu örnek üzerinden bir değerlendirme yapıldığında hayatın içerisinde yer alan herhangi sıradan bir olayın görüntüye aktarıldığında uygun bir anlatım ve kompozisyonla oluşturulduğunda gerçek “miş” gibi algılanarak izleyici üzerinde tutum ve davranışlarını değiştirebilecek güçlü bir etki yaratma potansiyeli olduğunu göstermektedir.

Görüntü film makinesiyle yeniden canlandırıldığında ister istemez yapımcının tercihini doğrulayan bir malzemeye dönüşür. Bir görüntünün çeşitli imgelerini canlandıran bir film, izleyiciyi görüntülerin içinden geçirerek film yapımcısının istediği sonuçlara götürür.²⁴⁸ Televizyon programı yapım sürecinde yönetmen, resim ve imgelerle çalıştığı için bütün teknik olanakları kullanarak yaratılan gerçekliği yönlendirir. Yönetmenin kamera açıları, ölçekler, renk, kompozisyon, çizgiler, ışık ve aydınlatma, makyaj, kostüm, dekor, grafik, kurgulama kısaca bütün teknik olanakları kullanarak izleyici üzerinde istenen etkiyi yaratacak biçimde programı oluşturması gerekmektedir.²⁴⁹

Bir televizyon programı oluşturulurken teknik açıdan uygun bir kompozisyon oluşturulmalı, yüzeye aktarılacak olay veya konunun geçtiği mekan uygun ışık

²⁴⁷ Levend Kılıç, **Fotoğraf ve Sinemanın Toplumsal Tarihi**, Ankara, Dost Kitapevi Yayınları, 2012, s.259

²⁴⁸ John Berger, **Görme Biçimleri**, Çev: Yurdanur Salman, İstanbul, Metis Yayınları, 2008, s.26

²⁴⁹ Neşe Kars, **Televizyon Programı Yapılım Herkes İzlesin**, İstanbul, Derin Yayınları, 2012, s.124

teknikleriyle aydınlatılmalı, kullanılacak renkler, kostüm ve dekor yaratılmak istenen etkiye uygun bir şekilde seçilmeli, amaca uygun kamera açısı ve ölçekleri kullanılarak çekim tamamlandıktan sonra metnin anlatmak istediğini uygun kurgulama teknikleriyle kurgulayarak tamamlanmalıdır. Bir görüntü hem bilgi içermekte, hem de simgesel öğeler barındırmaktadır.²⁵⁰ Bu nedenle programda kullanılacak görüntüler bu bilgi ve simgelerin anlamını amaca uygun bir şekilde yansıtmalıdır.

Televizyon programları, yapımcının izleyici ile empati kurup “ne görmek istediği”, “neyi görmeye ihtiyacı olduğu” ve “bu istediği ve ihtiyaç duyduğu şeyi ne zaman görmek istediği”²⁵¹ sorularının cevaplarını göz önünde bulundurarak düzenlenmektedir. Televizyonda en etkili temel unsur görüntü olduğu için görüntü kullanımı çok önemlidir. Bu nedenle görüntünün amaca uygun bir şekilde düzenlenmesi, aktarılması ve kullanılması programın inandırıcılığı ve etkisini arttırmak açısından önem taşımaktadır.

İzleyicinin yönlendirilmesinde en önemli şey görüntünün gücünün doğru bir kullanımla ortaya çıkarılmasıdır. Görüntü üretiminin temel aracı kameradır. Kamera detaylı bir şekilde ekran çerçevesini oluşturan öğeler başlığı altında ele alındığı için burada kamera ile ilgili detaylara girmeye gerek görülmemiştir. Televizyon kullandığı görüntülerle gerçek dünyadan kesitleri alarak bu görüntüleri televizyonun anlatım özellikleriyle yeniden inşa etmekte, bağlamından kopararak imaj üreticilerin çizdiği çerçeveler aracılığıyla yeni bir gerçeklik olarak izleyiciye sunmaktadır.

Görüntüler, dünyayı erişilebilir ve insan tarafından düşlenebilir hale getirip insanla dünyayı birbirine yaklaştırırken aynı zamanda araya girer, dünya hakkında bilgi verici haritalar olmaları beklenirken, birer perde durumuna dönüşerek gerçekliği örterler ve çerçeveyi kuran imaj üreticilerin yarattığı sanal gerçeği var olan gerçeğin yerine koyma işlevini yerine getirirler.²⁵²

²⁵⁰ Simten Gündeş, **Film Olgusu: Kuram ve Uygulayım Yaklaşımları**, İstanbul, İnkılap Kitapevi, 2003, S.21

²⁵¹ Neşe Kars, **Televizyon programı Yapalım Herkes İzlesin**, İstanbul, Derin Yayınları, 2012, s.125

²⁵² Vilém Flusser, **Bir Fotoğraf Felsefesine Doğru**, İstanbul, Hayalbaz Kitaplığı, 2009, s.5

2.1.4.2. Ses

Ses, görsel bir teknik olmamasına rağmen televizyonun görsel ve işitsel bir kitle iletişim aracı olmasından dolayı televizyon yapımlarında görüntüye eşlik etmektedir. Ses tasarımı görsel işitsel araçların önemli bir parçasıdır. Televizyon yapımlarında önemli bir öge olarak görüntüyü tamamlayıcı bir şekilde kullanılmaktadır. Televizyon yapımlarının birçok örneğinde görüleceği üzere ses dramatik etkinin yaratılmasında korku, gerilim, heyecan, hüzn gibi duyguların vurgulanmasında işlev görmektedir.²⁵³ Müzik, sahnelerin duygusal atmosferinin ayarlanması ve ruh halinin yansıtılmasında kullanılmakta ayrıca ortama ait doğal sesler de kullanılarak görüntünün etkisi arttırılmaktadır.

Filmlerdeki diyaloglar, kullanılan müzik, kurguda kullanılan ses efektleri program içerisinde gerekli yerlerde görsel malzemeye eşlik edecek şekilde kullanıldığında iletilecek mesajın amacına ulaşmasında katkıda bulunmaktadır. Sesin görüntü ile birlikte kullanımı iki duyu organını birden harekete geçirerek televizyon yapımlarının etkisinin arttırılmasına katkı sağlamaktadır. Yapımlarda kullanılan sesler konunun anlaşılması açısından birçok referans verebilir. Televizyon programcılığında görüntüye oranla ses ikinci plana atılsa da, televizyonla iletişim sürecinde duygusal alanda olduğu kadar bilişsel alanda da ses çoğu zaman izleyici üzerinde önemli bir etki yaratma gücüne sahiptir.²⁵⁴

Görüntü daha çok bilgi içerirken ses, duygu içermektedir. Ses görüntüye eşlik ederek görüntüdeki anlamı pekiştirir ve dramatik etkiyi arttırır. Ses görüntünün anlamının pekiştirilmesinde ve programın amacına uygun olarak bilgilendirme, olaya duygu katma, dramatik etkiyi arttırma vb. amaçlarla kullanılabilir. Televizyon için ana haber bültenlerinde spikerin sesi önemlidir. Her akşam ana haber bülteninde duyulan bu ses izleyicilere süreklilik, güven, bütünlük ve rahatlatma duygusu verir.²⁵⁵ Sözlü ve görüntülü bir anlatım çok özel bir bütün oluşturmakta ve çok farklı bir etkileşim ortaya çıkarmaktadır.²⁵⁶ Sadece sesin olduğu bir radyo programı veya sadece

²⁵³ Jeremy Wineyard, **Sinemada Çekim Teknikleri**, Çev: Gökhan Rızaoğlu, İstanbul, Seçil Ofset, 2010, s.139

²⁵⁴ Seyide Parsa, **Televizyon Estetiği**, İzmir, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 1994, s.74

²⁵⁵ Neşe Kars, **Televizyon Programı Yapalım Herkes İzlesin**, İstanbul, Derin Yayınları, 2012, s.14

²⁵⁶ Bob Foss, **Sinema ve Televizyonda Anlatım Teknikleri ve Dramaturji**, İstanbul, Hayalbaz Kitap, 2009, s.41

resimlerin olduğu bir gazetenin etkisi ile ses ve görüntüyü bir arada kullanan televizyon programının etkisi birbirinden farklı olacaktır. Ayrıca ses görüntünün psikolojik olarak da tamamlayıcı işlevini yerine getiren öğedir.²⁵⁷

Televizyon, görüntü ve ses öğelerini birbirini tamamlayıcı şekilde kullandığı için diğer kitle iletişim araçlarına göre izleyiciyi daha çok etkilemektedir. Sesin televizyon yapımlarındaki kullanımları; izleyiciye doğrudan doğruya bilgi aktaran sözler, olayın geçtiğı yerde, oraya ait nesnelerden gelen efekt olarak adlandırılan doğal sesler ve müzik sesi olarak üç şekilde kullanılmakta ve görüntüyü desteklemektedir. Sesin dramatik etki yaratma bağlamında televizyona yaptığı katkılar ise doğal ses, yorumlayıcı ses, çevresel ses, simgesel ses, özdeşleştirici ses, birleştirici ses, öykündürücü ses ve sıralayıcı ses şeklindedir.²⁵⁸ Sesin hem temel hem de dinleyicide oluşturdu algı bağlamındaki özellikleri ise; perde (pitch), kalite (quality), seviye (volume), mesafe (distance), akustik ayar (acousitical setting), ritim (rhyrhm) ve yan yana gelme (juxtaposition) şeklindedir.²⁵⁹

2.2. Televizyonda Haber ve Televizyon Haberciliğinin Özellikleri

Televizyon, kitle iletişim aracı olarak ortaya çıkmasıyla birlikte radyonun haber verme işlevini devralmış ve hızla yaygınlaşmıştır. Televizyon hem teknik gelişmeler hem de yayıncılık alanında radyo yayıncılığından büyük ölçüde etkilenmiştir. Dünyada meydana gelen olayları, hızlı ve görüntülü bir şekilde aktarma olanağına sahip olması ise televizyonun haber açısından önem ve etkinliğinin artmasını sağlamıştır. Ayrıca teknolojik gelişmeler haberciliğın evrensel bir nitelik kazanmasında da etkili olmuştur.²⁶⁰

Elektronik teknolojinin iletişim alanında kullanılmasıyla birlikte önce radyo daha sonra televizyon aracılığıyla izleyici olayın gerçekleştiğı olay yerinden çok uzak mesafelerden aynı anda olayı izleyebilmekte ve yazılı basından farklı olarak okuryazar olmaya gerek olmadan bilgiye ulaşabilmektedir. Televizyon ve benzeri kitle iletişim

²⁵⁷ Levend Kılıç, **Görüntü Estetiğı**, İstanbul, İnkılap Yayınları, 2003, s.65-66

²⁵⁸ Neşe Kars, **Televizyon Programı Yapalım Herkes İzlesin**, İstanbul, Derin Yayınları, 2012, s.148-150

²⁵⁹ Roger L. Walters, **Broadcast Writing**, New York, McGraw-Hill, Inc., 1994, s. 162

²⁶⁰ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliğı**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.68

araçları bu anlamda kitleleri kapsayan bir toplumsal iletişim modelini olanaklı hale getirmiştir.²⁶¹

Bu gelişmeler sonucunda kitle iletişim araçlarının temel işlevlerinden biri olan haber verme işlevi televizyon aracılığıyla gerçekleşmekte hatta haberciliğe dair kurallar televizyon tarafından şekillenmektedir. Ignacio Ramonet, haber tarihinde bir dönemece girildiğini ve televizyonun özellikle 1991 Körfez Savaşından sonra kitle iletişim araçları arasında haber alanında iktidarı ele geçirdiğini belirtmektedir. Gazetelerin artık televizyonun koyduğu kuralların peşinde sürüklendiği, başı çeken haber medyası konumuna gelen televizyonun, gazetenin yerini aldığını vurgulamaktadır.²⁶²

Televizyon haberciliğinin “bir yanıyla ülke yönetimini denetim altında bulunduran, diğer yanıyla da bir iş alanı olarak para getiren ikili işlevi”²⁶³ haberlerin içeriğinden sunumuna kadar şekillendirilmesinde birçok parametrenin etkili olmasına yol açmaktadır. Televizyonun ticari bir kuruluş olması, kuruluşun yayın politikası, medya sahiplerinin iktidar ve diğer güçlerle ilişkileri, medyadaki tekelleşme ve daha birçok parametre haberlerin oluşum sürecine etki etmekte ve haber içeriklerinin şekillenmesinde belirleyici olmaktadır.

Televizyon yaşamımızın, haber de televizyonun ayrılmaz bir parçası durumundadır.²⁶⁴ Haber geçmişten günümüze her dönemde önemini korumuştur. Bu anlamda televizyon haberleri hem televizyon yayıncılığı hem de televizyon ile ilgili çalışan medya araştırmacıları için büyük önem taşımakta, bu önemi ise televizyonun diğer kitle iletişim araçlarından daha etkili olması ve kitleleri yönlendirebilme potansiyeline sahip olması gibi özelliklerinden ileri gelmektedir.²⁶⁵

²⁶¹ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.70

²⁶² Ignacio Ramonet, **Medya Zorbalığı**, Çev: Aykut Derman, İstanbul, Om Yayınları, 2000, s.29

²⁶³ Marilyn J. Matelski, **TV Haberciliğinde Etik**, Çev: Öcal Düzgören, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1996, s.12

²⁶⁴ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.2.

²⁶⁵ Bernadette Casey, Neil Casey, Ben Calvert, Liam French, Justin Lewis, **Television Studies: The Key Concepts**, New York, Routledge, 2002, S. 103

2.2.1.Haber Kavramı ve Haberin Tanımları

Tarihsel süreç içerisinde insan yaşamını etkileyen en önemli unsurlardan biri haberdur. İnsanın haber alma isteği ve etrafı ile ilgili bilgi edinme ihtiyacı ilkel dönemlerden beri var olan bir olgudur. Haberin tarihsel süreç içerisinde öneminin artması haberi alınıp satılabilen bir metaya dönüştürmüştür. Haber iletiminin kurumsallaşması ve haberin kitlesel bir özellik kazanması²⁶⁶ ise haberin önemini arttırmıştır.

Haberde yazılı, görsel ve işitsel olarak aktarılan iletiler, konu ve içeriği aynı olsa bile iletiliği kitle iletişim araçlarının formuna göre şekillenmektedir. Yani haberin iletiliği mecra haberi şekillendirmekte, haber konusu ya da içeriği aynı olsa bile haberi farklı bir şekilde ele almaktadır.

Haber, bir olgu veya olay üzerine edinilen, iletişim veya yayın organlarıyla verilen bilgidir. Arapça kökenli bir sözcük olan haber, “vaktinde verilen, toplumda çok kişiyi ilgilendiren ve etkileyen, anlaşılır bir dille anlatılan bir olay, fikir ya da kanı”²⁶⁷ olarak ifade edilmektedir. Neyin haber olup olmadığı basında neyin yer alıp almayacağı konusunda tam bir bilimsel formül yoktur.²⁶⁸ Haberin ortaya çıkmasından itibaren pek çok tanımı yapılmıştır. Bunlardan bazılarını şöyle sıralamak mümkündür:²⁶⁹

1. *Belirli bir alanda edinilmiş bilgidir.*
2. *Beklenen ya da beklenmeyen gelişmelere ilişkin bilgilerdir.*
3. *Belirli bir yer ve zaman içinde gerçekleşen çeşitli olayların, bilmeyenlere aktarılmasıdır.*
4. *Bir olay hakkında alınan ya da verilen bilgidir.*
5. *Bir olayın tarafsız biçimde anlamlandırılmasıdır.*
6. *Bireylere bilmedikleri bir evreni tanıtan bilgilerdir.*
7. *Bugünün olayıdır.*
8. *Çevrede olup biten her şeydir.*
9. *Dün bilmediğimiz her şeydir.*
10. *İnsanların bilmek istediği her şey haberdur.*
11. *Halkı ilgilendiren olaylardır.*
12. *Gerçek olan bir şeyin özetidir.*
13. *Gazeteciler tarafından üretilendir.*
14. *Gerçeğin toplumsal kurgusudur.*
15. *Halkın ilgi göstereceği her şeydir.*

²⁶⁶ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.1

²⁶⁷ Erkan Yüksel, Halil İbrahim Gürcan, **Haber Toplama ve Yazma**, Konya, Tablet Yayınları, 2005, s.55-56

²⁶⁸ Nurdoğan Rigel, **İleti Tasarımında Haber**, İstanbul, Der Yayınları, 1993, s.36

²⁶⁹ Atilla Girgin, **Haber Yazmak**, İstanbul, Der Yayınları, 2005, s.5-6-7

“Haber zamana uygun her şeydir, bir olayın raporudur, yarının tarihidir”.²⁷⁰ Haber yaşamın bir parçası ve insanla toplumun bağlantısını sağlayan güçlü bir araçtır. Toplumun bilgilenme gereksinimine, beklentilerine cevap veren bir çalışmanın ürünüdür.²⁷¹

Stanley Johnson ve Julian Harris *The Complete Reporter* adlı çalışmalarında haberi okuyucuların yararına bir ürün olarak tanımlamakta, okuyucunun ilgileneceği olay, bilmek istediği ve hakkında konuşacağı şey, yakın zamanda meydana gelen keşif, görüş ve okuyucunun etkileneceği veya ilgileneceği konular olarak tanımlamışlardır.²⁷²

Herbert, haberi editör ve gazetecinin hedef izleyicide bilgi ve ilgi uyandıracığını düşündüğü yayınlamaya değer bir rapor olarak tanımlamaktadır.²⁷³ Haberi, herhangi bir yerde meydana gelen olaylara ait bilgilerin aktarılması şeklinde ifade etmek mümkündür. İnsanın bilme ve haberdar olma ihtiyacını gidermeye yönelik bu ürün genellikle meydana gelen bir olaya, bir düşünceye veya soruna dayandırılmaktadır. Bunlar haberin hammaddesini oluşturur. Olaylar, fikirler ve sorunlar ya hikâyeleştirilerek ya da özetlenerek haber meydana getirilir. Bu süreçte üzerinde durulması gereken en önemli nokta haber yapım sürecinde olay, sorun veya düşüncenin esas çerçevesi içerisine oturtulup kurgulanmasıdır.²⁷⁴ Haberin yeni meydana gelen bir olayı aktarması, ilginç olması, doğru ve önemli olması en önemli unsurlarıdır. Gerçekle bağlantılı ve gerçek kabul edilmesinden ötürü en etkili medya içeriği olarak kabul görmektedir.²⁷⁵

Haberi bir kavram olarak ele alan sosyal bilimciler, haberi üretim aşaması, kaynak kullanımı ve tüketim aşaması etkileri bağlamında incelerler. Lippman haberin üretim aşaması ile ilgilenmiş ve haberi bir olayın objektif bir biçimde anlamlandırılması

²⁷⁰ Oya Tokgöz, **Temel Gazetecilik**, Ankara, İmge Kitabevi Yayınları, 2000, s.166

²⁷¹ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.7

²⁷² Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.7

²⁷³ İbrahim Toruk, **Gutenberg'den Dijital Çağa Gazetecilik Türkiye'de Haber Siteleri**, İstanbul, LiteraTürk, 2008, s.165

²⁷⁴ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.7

²⁷⁵ İbrahim Toruk, **Gutenberg'den Dijital Çağa Gazetecilik Türkiye'de Haber Siteleri**, İstanbul, LiteraTürk, 2008, s.162

olarak tanımlamıştır.²⁷⁶ Robert Park ise haberi bilginin bir türü olarak sınıflandırmış, haberin tanımında yer alan “beklenmedik olaylar” kavramını ele alarak haberlerin bütünüyle beklenmedik olmadığını, aksine geçmişte olduğu gibi şimdi de beklenen olayların haberi oluşturduğunu ifade etmiştir.²⁷⁷

De Fleur ve Dennis ise, haberin şekillenmesinde etkili olan unsurları;

1. *Olay*
2. *Haber kaynakları*
3. *Sivil örgütler*
4. *Hükümet ya da devlet*
5. *Ekonomik olaylar*
6. *Haber merkezlerindeki etkili güçler*
7. *Gazeteci (tarzı, bilgisi, deneyimi, becerisi)*
8. *Haberin yayınlandığı aracın özellikleri*
9. *Çalışanların iş koşulları*²⁷⁸ şeklinde belirtmiştir.

Genel anlamda haber tanımları, içerisinde bulunan zamana uygun bir olay veya durumun rapor edilmesi, kaleme alınması, yarının tarihi, bilgi aktarma süreci, insanların yaşamını düzenlemesi için ihtiyaç duydukları bilgi olarak ifade edilmiştir. İnsanlar özellikle televizyon haberlerinin görüntüyle desteklenmesi ve duygulara hitap etmesinden ötürü izledikleri olayın gerçek olduğuna inansalar da olayın ilk anda meydana geldiği gerçek ile televizyonda aktarılan gerçek birbirinden farklıdır. Çünkü olay izleyiciye aktarılan kadar muhabirden genel müdüre kadar editoryal bir süreçten geçerek biçim değiştirir ve kuruluşun yayın politikasını yansıtan bir ürüne dönüşür. Özünde medyanın hiçbir üretiminde ne tam bir gerçeklik ne de doğruluk vardır.²⁷⁹ Bütün iletiler izleyiciyi veya hedef kitleyi etkilemeye, yönlendirmeye ve istediği yönde şekillendirmeye yönelik çabanın ürünüdür.

İnsan hayatında böylesi önemli bir yere sahip haberin nasıl meydana getirildiği, kimler tarafından oluşturulduğu ve hangi aşamalardan geçerek hedef kitleye ulaştığı, üzerinde

²⁷⁶ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.8

²⁷⁷ E. Özgür Gönenç, **Medya Dünyası**, İstanbul, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 2004, s.80

²⁷⁸ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.9

²⁷⁹ Graeme Burton, **Görünenden Fazlası Medya Analizlerine Giriş**, Çev: Nefin Dinç, İstanbul, Alan Yayıncılık, 1995, s.125

durulması gereken önemli noktalardan biridir. Bu bağlamda haberi yapım ve sunum süreci olarak iki aşamada değerlendirmek gerekir.

2.2.2. Haber Değerlendirme ve Editoryal Süreç

Haberin yapım sürecinde haber değeri, haberin seçimi ve editoryal süreç önem taşımaktadır. Bu aşamada her gün dünyada meydana gelen milyonlarca olay ve enformasyon içerisinde hangileri neden haber olarak değerlendirilmekte ve dolaşıma girmektedir. Haber olarak değerlendirilen olayların kriterleri nelerdir. Soruları cevaplanmaya çalışılacaktır.

Haberlerin, devlet politikaları, devletlerin oluşturduğu yasal düzenlemeler, yayın kuruluşlarının yapısı ve yayın politikaları, iktidar ve medya ilişkileri ve benzer birçok parametre göz önünde bulundurularak ve bir sürü süzgeçten geçirilerek izleyici/hedef kitleye sunulduğu bilinmektedir. Bu durum haberin temel özellikleri olan tarafsızlık, objektiflik gibi kavramların tartışılmasını beraberinde getirmektedir.

Haberin oluşum süreci dört bölümde ele alınmaktadır. Bunlar; oluşturulacak haber ile ilgili bir planlama süreci, haberin takibi ile ilgili bilgilerin toplanması, haber yazma ve haber değerlendirme sürecidir.²⁸⁰ Her gün dünyada milyonlarca olay yaşanmaktadır. Haber ajanslarına binlerce olay nakletmektedir. Ancak bunların hepsi haber olmaz. Bunların içerisinde gazeteci bir seçimde bulunarak ve aldığı olayı öyküleştirecek izleyiciye aktarır. Bu enformasyon yığını içerisinde seçilen olayın haber olabilmesi için bir takım özelliklere sahip olması gerekir.

Haber üretim aşamasında en üst düzey yetkili olan genel yayın yönetmeninden muhabire kadar, üretim sürecinde yer alan bütün eşik bekçilerinin (gate keepers), meydana gelen olaylar içerisinde hangisinin seçileceğine karar vermelerinde belirleyici olan kriterlere haber değeri (news value) adı verilir.²⁸¹

Walter Lippmann, haber değeri (news value) kavramını ilk kez 1922 yılında yayınlanan “kamuoyu” adlı çalışmasında kullanmıştır.²⁸² Lipmann, haberin sanıldığı gibi toplumsal koşulların ve durumun bir aynası olmadığını, sadece haber olarak ele

²⁸⁰ E.Özgür Gönenç, **Medya Dünyası**, İstanbul, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 2004, s.91

²⁸¹ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.96

²⁸² Füsun Alver, **Gazeteciliğin Kuramsal Temelleri**, İstanbul, Beta Yayınları, 2000, s.71

alınan konunun ön plana çıkarılmış bir boyutunun yansıması olduğunu ve haberin gerçeği yansıtmadığını söyler.

Ona göre; günlük haberler sanıldığı gibi o günün olaylarının temsili bir dökümü değildir. Haberciler bazı olayları görmezden gelerek eldeki malzemeler içerisinden sadece bir seçme yapmaktadır. O seçtikleri olayda birçok süzgeçten geçerek izleyiciye ulaştığı için olay farklı bir boyutta yansıtılmış olur.²⁸³ Bu noktada Lipmann'ın habercilerin milyonlarca konu içerisinden bir seçme yaptığını ifade etmesi haberin bir çerçeveleme sürecinden geçtiğini göstermektedir.

Haber değeri, belirli bir olayın haber olabilmesi için sahip olması gereken özellikleri ifade eder. Haber değeri konusu birçok araştırmacı tarafından ele alınmış ve farklı şekillerde değerlendirilmiştir. Genel olarak haber değerini beş başlık altında toplamak mümkündür. Bunlar;²⁸⁴ *Zamanlılık* (immediacy), *Önemlilik* (prominence), *İnsanın İlgisini Çekme* (human interest), *İlginçlik*, *Görsel İşitsel Etki* (Çarpıcılık) ve *sonuç* (consequence)'tur.²⁸⁵

Bunların dışında olayın sık meydana gelmesi, anlamlı olması, uyumluluğu, beklenmedik bir durum olması, seçkin kişi veya ülkelere atıfta bulunma ve olumsuzluk gibi özelliklerde haber değeri olarak kabul edilmektedir. Haber değerlerinin bütününe veya bir bölümünün kullanımı, haberciliğin esas ilkeleri olan 6N+1K'ya uyulup uyulmadığını göstermektedir. Ne, Nerede, Ne zaman, Nasıl, Neden, Nereden ve Kim sorularını formüle eden 6N+1K haber yapılırken sorulması gereken sorulardır. Haber değeri haberciliğin temel ilkelerini oluşturmakta aynı zamanda haber üretiminde de olmazsa olmaz etmenlerden biridir.²⁸⁶

Douglas Wood Miller, 1939 yılında yaptığı çalışmasında haber değerine ilişkin yedi kriter belirlemiştir. Bunları; yakınlık, dolaysızlık, alışılmışın dışında olma, seçkinlik, gerilim, çatışma ve insani ilgi olarak belirlemiştir.²⁸⁷

²⁸³ İbrahim Toruk, **Gutenberg'den Dijital Çağa Gazetecilik Türkiye'de Haber Siteleri**, İstanbul, LiteraTürk, 2008, s.171

²⁸⁴ Kemal Aslan, **Haberin Yol Haritası**, İstanbul, Anahtar Yayınevi, 2002, s. 33

²⁸⁵ Oya Tokgöz, **Temel Gazetecilik**, Ankara, İmge Kitabevi Yayınları, 2000, s.200

²⁸⁶ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.101

²⁸⁷ Füsun Alver, **Gazeteciliğin Kuramsal Temelleri**, İstanbul, Beta Yayınları, 2000, s.72

Johann Galtung ve Mari Ruge 12 haber değeri belirlemişlerdir. Bu kriterler habercilik alanında evrensel bir özellik taşıyan ve hala geçerliliği olan kriterlerdir. Bunları;²⁸⁸

Olayın süre olarak uygun oluşu (frequency): Haber niteliğine sahip olayların kısa bir sürede gerçekleşip bitmesi haber değerini arttırmaktadır.

Olayın boyutu (threshold): Bir olayın haber olabilmesi yoğun gerçekleşmesine bağlıdır. Olayın boyut ve kapsamı ne kadar büyükse o kadar yankı uyandıracaktır.

Şüphesizlik (unambiguity): Olay ne kadar anlaşılır ve açık olursa haber değeri o derece artar. Basit her zaman karmaşıktan daha çok ilgi çeker anlayışına dayanır.

Anlamlılık (meaningfulness): Olayın anlamlılığı izleyicinin olayla ilişkisine bağlıdır. Örneğin yaşadığımız yerde yaşanan bir olay bizim için farklı bir ülkede yaşanan olaydan daha anlamlı olacaktır.

Uyum (consonance): Önceden bilinen bir olayın gerçekleşmesi haber değerini yükseltir.

Beklenmediklik (unexpectedness): Beklenmeyen olaylar rutin olaylardan daha fazla etki yaratacaktır.

Süreklilik (continuity): Meydana gelen herhangi bir olay haber olduktan sonra bu haber devam ettiği süre bir müddet haber değeri taşımaya devam eder.

Düzenleme (composition): Haber bülteninde dengenin sağlanması önemlidir. Bu nedenle benzer konularda olan bazı haberler kompozisyonun bozulmaması adına yayınlanmayabilir.

Seçkin Uluslarla Bağlantılılık (reference to elite nations): Bazı uluslara ait haberlerin haber değeri yüksektir. Seçkin uluslar haber konularının seçiminde temel değişkenlerdendir.

Seçkin Kişilerle Bağlantılılık (reference to elite people): Ünlü ve önemli kişilere ait bilgiler, olaylar her zaman haber değeri taşır.

İnsanlarla Bağlantılılık (reference to person): Habere konu olan olayın kişiselleştirilmesi haberi daha anlaşılır hale getirmektedir.

Negatif bir şeylerle Bağlantılılık (reference to something negative): olumsuzluk haberin doğasında vardır. Toplumsal hayatta yaşanan olumsuz olaylar habere konu olur.

Graeme Burton bu genel değerleri şu şekilde ifade etmiştir.²⁸⁹

Olumsuzluk; yayın kuruluşları genel olarak “kötü haber iyi haberdur” anlayışıyla hareket ederek olumsuz haberlerin dramatik etkisinin yüksek olmasından ötürü kötü haberlere değer verir. Örneğin şiddet olayları, terör saldırıları, uçak kazası vb.

Eve yakınlık; haber üreticisi ve dolayısıyla tüketicisinin kültür ve değerlerine ve coğrafi olarak konumuna yakın olaylar uzaktan daha etkili kullanılabilmektedir.

Olayın yakın zamanda meydana gelmiş olması; yakın zamanda meydana gelmiş bir olayın önceden meydana gelmiş bir olaydan daha değerli olduğu ifade edilir. Genellikle sunulan olayların en önemlileri yakın zamanda meydana gelmiş gibi gösterilir. Burada bir çelişki vardır.

Revaçta olma; editörler tarafından gündeme alınmış bir olayın devamında meydana gelen olaylarda önem kazanır. Burada bilinçli bir yönlendirme bulunmaktadır. İzleyici önceden

²⁸⁸ Johan Galtung ve Mari Holmboe Ruge, “The Structure of Foreign News”, **Journal of Peace Research**, Vol. 2, No. 1, Sage Publications, Ltd., 1965, s. 65-67

²⁸⁹ Graeme Burton, **Görünenden Fazlası Medya Analizlerine Giriş**, Çev: Nefin Dinç, İstanbul, Alan Yayıncılık, 1995, s.137-139

verilen haberle konu ile ilgili bir hazır bulunuşluluk seviyesine getirildiği için önemli görülen ve aslında önemli olmayan bir konu haftalarca gündemi işgal edebilir.

Devamlılık; bazı konular haber olarak hazırlandığı zaman bu olayların devamının geleceği bilinmektedir. Bu durum çekicidir. Çünkü savaş, isyan, protesto gibi konular devam edecek bir drama için iyi malzemedir.

Basitlik; basit olan her zaman daha anlaşılır olduğu için gündemde yer alması gereken ve toplumu ilgilendiren konular görmezden gelinebilmekte ve bunun yerine gündem günlerce bir aşk haberi, cinayet veya benzer konularla işgal edilebilmektedir.

Kişisellik; popüler bir kişi ile ilgili bir konu veya bir insan ile ilişkilendirilebilecek olaylar diğerlerine göre daha çok tercih edilebilir. Örneğin bir futbol yıldızının yasak aşkı veya ünlü bir oyuncunun hastalığı gündemi oyalamak ve izleyicileri çekmek için cazip konulardandır.

Bu kriterler medyanın bir konuyu veya olayı haber üretim sürecinde değerli bularak seçmesinde ve öyküleştirmesinde etkili olmaktadır. Ancak durum bununla da sınırlı kalmamakta bu değerler başka değerlerle de desteklenmektedir.

Haber değerlerine ilişkin kuramsal çalışmaların çoğu ortak paydada buluşmakta ve bir olayın haber olabilmesi için taşınması gereken özellikleri saptamaktadır. Ancak medya üretimlerinde işleyen editoryal süreç sadece haber değerlerini ölçüt almamakta aksine bu değerleri amaca hizmet edecek bir araç olarak değerlendirmektedirler. Bir olayın haber olabilmesi ve yayınlanması için medya cephesinde durum farklıdır.

Haber medyanın en önemli üretimlerinden birini oluşturmaktadır. Haberin önemi dünyada meydana gelen bütün olaylarla ilgili enformasyonun ana kaynağı olması ve bu enformasyonun haberler aracılığıyla dağıtılmasından gelmektedir. Bu nedenle haber seçimi titizlikle üzerinde durulması gereken bir konudur. Haber, medyanın gücünü kullanarak kitleleri yönlendirebilmesinin en önemli aracı konumundadır. İnsanların çoğu bir illüzyonla haberin gerçekliğine inanır ve haberi güvenilecek bir kaynak olarak görür oysa durum görüldüğü kadar basit değildir. Haber üretim sürecini eleştirel bir perspektifle ele aldığımızda; editoryal süreç haberin üretim sürecinden izleyiciyle buluştuğu ana kadar sürekli bir müdahaleyle haberi çerçevelemektedir.

Haber toplama süreci haber üretiminin ilk aşamasını oluşturmaktadır. Buradaki “toplama” kelimesi aslında haberin bir meyve gibi toplanıp, ayıklanarak izleyici için paketlenmeyi bekleyen bir ürün olduğunun referansını verir. Ancak haber toplanmaz inşa edilir, yeniden yaratılır. Ajanslar ve belirli kaynaklardan bedel ödenerek satın alınan haberler görünürde muhabirler tarafından yapılmış gibi görünse de özünde

belirli bir düzene göre şekillenmektedir.²⁹⁰ Editörler olayları haberleştirirken reklam veren firmaları, izleyiciyi, toplumsal beğenileri, potansiyel hukuki ve politik gündemi göz önünde bulundurmaktadır. Bu anlamda editoryal müdahale ve sansür birbiri ile ilişkili ve olayın haberleştirilmesinde belirleyicidir.²⁹¹ Yayın kuruluşları ihtiyaçları doğrultusunda ajans ve benzeri haber merkezlerinden gelen olayları, seçme eleme işlemine tabi tutarak haber bültenini oluştururlar. Editörler o günün yayın akışını haberi yayınlamak medya kuruluşunun yayın politikaları, iktidarla ilişkiler gibi parametreler doğrultusunda belirlerler. Böylelikle o günün gündemini belirlemiş olurlar. Gündem oluşturma yaklaşımına göre; medya gündemine aldığı bir konuya önem atfederek onun kamuoyu için önemli olmasını sağlarken gündem dışı bıraktığı konular önemsizleşir, hatta görmezden gelinir. Kısaca medya kamuoyunun gündemini belirleyerek neyin önemli olduğuna ve izleyicilerin “ne düşüneceklerine” karar verir.²⁹² Bu yaklaşımda da ifade edildiği üzere editoryal süreçte haber müdürleri kaynaklardan gelen haberler içerisinden seçtikleri konularla gündemi belirleyerek izleyicilerin ne üzerine odaklaması gerektiğine karar verirler. Bu durum aslında haberin daha oluşum sürecinde bir yanlılığın olduğunu ve haberin çerçevelendiğini göstermektedir.

Editoryal süreçte kriter olarak ele alınan haber değerinin anlamı kuramsal açıdan haber değeri olarak tanımlanan kriterlerle benzerlik gösterse de işlevsel açıdan farklıdır. Yayın kuruluşlarının göz önünde bulundurduğu genel bir takım değerler vardır. Bu değerler o olayın gündeme dahil edilebileceği ve kullanılabileceği anlamı taşımaktadır. Kısaca medya haber üretim sürecinden sunumuna kadar habere müdahale etmekte editoryal süreçte olayı birçok süzgeçten geçirerek olayı bağlamından koparmakta ve yeni bir gerçeklik inşa edilerek biçimlenen haber ilgili mesajları izleyiciye belirli bir bakış açısından sunarak, izleyicinin bakışını işaret ettiği yöne çekmektedir.

²⁹⁰ Graeme Burton, **Görünenden Fazlası Medya Analizlerine Giriş**, Çev: Nefin Dinç, İstanbul, Alan Yayıncılık, 1995, s.137

²⁹¹ David Bate, **Fotoğraf Anahtar Kavramlar**, Çev: Bahar Şimşek, Ankara, DeKi Basım Yayım, 2011, s.75

²⁹² Şermin Tekinalp, Ruhdan Uzun, **İletişim Araştırmaları ve Kuramları**, İstanbul, Beta Yayıncılık, 2009, s.125

2.2.3. Televizyon Haberciliğinin Özellikleri

Televizyon haberleri diğer kitle iletişim araçlarından farklı olarak olayların seçimi, haberin yazılması, haberde kullanılan dil ve haberin sunumu diğer mecralarda yapılan haberlerden farklılık göstermektedir. Televizyonda zaman sınırının olması ve haberler için sınırlı zaman dilimlerinin ayrılması televizyonun haberler içerisinden bir seçim yapılmasını zorunlu kılmaktadır. Haber bülteni düzenlenirken günün en önemli olayı ilk sırada verilir ve haberler bir bütün olarak belirli bir mantık dizisi içerisinde sıralanmak zorundadır.²⁹³

Haber metni görüntüyü referans alarak hazırlandığı için görüntü ile tutarlı olmak zorundadır. Bütün akış görüntü üzerine kurulduğu için görüntü olmazsa olmaz unsurlardan biridir. Haber seçiminde görüntünün gücü olaylar arasında seçim yapılırken temel ölçüdür. Çok önemli bir haber dahi görüntülerin yetersiz olması durumunda haber bülteninin dışında bırakılabilir.²⁹⁴

Televizyon programlarında anlatı formunun oluşturulması ve sunum tekniklerinin bazı sınırlılıkları vardır. Bunları; zaman sınırlılığı, televizyonda eğlencenin önceliği, görsel estetik sınırlamalar ve ekonomik kaygılar şeklinde sınıflandırmak olanaklıdır.²⁹⁵

Zaman sınırlılığı; yayın süresi ile ilişkilidir. Yayın akışı içerisinde habere ayrılan sürenin sınırlılığı haberi kısa verme zorunluluğunu beraberinde getirir. Özellikle özel yayın kuruluşlarının haber programlarına günlük yayın akışı içerisinde çok sınırlı yer vermesi, haber bültenlerinde yer alacak haber sayısı ve süresini sınırlandırmaktadır. Örneğin ABD kanallarının akşam haberlerine ayrılan süre 30 dakikadır. Gerçek yayın süresi ise 22 dakika 15 saniye olarak belirtilmiştir.²⁹⁶

Dünya genelinde televizyon haberleri için bir saatlik haber bülteninde en fazla 30 saniyelik 20 olaya yer verilebilirken, gazetelerde bu haberlerin kaplayacağı yer en fazla yarım sayfadır.²⁹⁷ Televizyon haberlerinin başlıklar halinde, yüzeysel, birbirinden kopuk konular ve özet mahiyetinde verilmesi bundan ileri gelmektedir.

²⁹³ Seyide Parsa, **Televizyon Haberciliği ve Kuramları**, İzmir, Ege Üniversitesi Yayınları, 1993, s.59

²⁹⁴ Ignacio Ramonet, **Medya Zorbalığı**, Çev: Aykut Derman, İstanbul, Om Yayınları, 2000, s.159

²⁹⁵ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.162-163

²⁹⁶ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.162

²⁹⁷ Seyide Parsa, **Televizyon Haberciliği ve Kuramları**, İzmir, Ege Üniversitesi Yayınları, 1993, s.25

Zaman unsuru önemli bir sınırlılık getirdiği için haber metninin haberin özeti şeklinde, kısa, görüntüyle uyumlu, gereksiz ayrıntılardan arındırılmış ve konuşma diline yakın bir dille yazılması gerekmektedir. Bunun için haberlerde etken cümleler kullanmak zorunludur. Televizyon habercilerinin bu nedenle kısa metinler yazma konusunda başarılı ve metin ile görüntü arasında bağ kurabilecek kapasitede olması gerekir.²⁹⁸

Eğlencenin önceliği; televizyon haberlerinde eğlence unsurlarının ön plana çıkarılması, duyguları harekete geçirme çabası ve ilginç sıra dışı şeylerin anlamın önüne geçmesinin temelinde izlenme kaygısı vardır. Televizyon haberlerinin süresi belirtilen sınırlılıklardan ötürü çok olağanüstü bir durum gerçekleşmediği sürece en fazla 90 saniyedir. Bu durum sürekli akan görüntülerin kullanımını beraberinde getirmektedir. Farklı farklı görüntülerin geçişi söz konusudur. Bu parçalı enformasyon insanı bilgiden uzaklaştırmaktadır. Anlık alımlama, anlatısal dinamiğin önüne geçer.²⁹⁹ Bu durum haber programlarının eğitime, düşündürme, haberdar etme işlevlerinden uzaklaştırılarak bir eğlence çerçevesi içerisinde sunulmasını zorunlu kılmaktadır. Televizyon “bakılacak haberleri ekrana getirmektedir.” Ayrıca bütün televizyon programlarının eğlence çerçevesi içerisinde sunulması ve bunu en gerçekmiş gibi görünen haberde dahi vermesi televizyondaki her türlü söylemin üst ideolojisinin eğlence olduğunun göstergesidir.³⁰⁰ Televizyon, izleyici kitlesini genişletmek ve izlenirliğini attırmak adına yaşantıları hiç tereddüt etmeden teşhiri ve röntgenciliği temel alan ve insanların duygularını sömüren bir yayın anlayışı benimsemektedir.³⁰¹ Medya patronları çizdikleri büyük endüstriyel şemada bilgiyi yani haberi her şeyden önce alınıp satılan bir mal olarak ele aldıkları için “medyanın insanları uzaktan aydınlatıp demokratik tartışmaya zenginlik kazandırmak olan temel misyonunun”³⁰² yerini bu sansasyonel ve içi boşaltılmış anlayışa bırakmaktadır. Bu televizyonun doğasından kaynaklanmaktadır.

Görsel estetik sınırlamalar; teknolojinin gelişmesiyle birlikte görüntü kullanımının boyutları da çok gelişmiştir. Televizyon haberlerinin görüntüye dayalı olması

²⁹⁸ Hakan Cem Işıklar, **Profesyonel TV Haberciliği**, Ankara, Nobel Yayınları, 2014, s.50

²⁹⁹ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Haber Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.167

³⁰⁰ Neil Postman, **Televizyon Öldüren Eğlence**, Çev: Osman Akınbay, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2010, s.101-102

³⁰¹ Pierre Bourdieu, **Televizyon Üzerine**, Çev: Turhan Ilgaz, İstanbul, Yapı kredi Yayınları, 2000, s.54

³⁰² Ignacio Ramonet, **Medya Zorbalığı**, Çev: Aykut Derman, İstanbul, Om Yayınları, 2000, s.30- s.9

dolayısıyla görüntünün gücünden yararlanması ciddi bir avantaj olarak görülmesine rağmen bazen haber önem arz ettiği halde yeterli görüntünün bulunmamasından ötürü haber bülteninin dışında bırakılabilmektedir. Görüntüler grafik, tablo, şekiller resim ve benzeri unsurlarla da desteklenerek haberin etkisi artırılmaya çalışılmaktadır.³⁰³

Televizyon haberleri oluşturulurken verilecek bilginin uzunluğu elde bulunan görüntü malzemesine göre ayarlanır. İçerik arka plana atılır. Görüntü malzemesi olmayan bir haber ne kadar önemli olursa olsun kısa bir şekilde habere konu olurken, görüntü malzemesi yeterli olan daha önemsiz bir konu haberde daha fazla yer alabilir. Kısaca televizyon haberlerinin görüntüye bağımlılığı, aktarılan enformasyonun uzunluğunda belirleyici olmakta, hatta haber değeri taşımadığı halde elde çarpıcı görüntüleri bulunan bazı olayların televizyon haberlerinde geniş bir şekilde yer almasına neden olabilmektedir.³⁰⁴

Ramonet, görüntünün gücünün olayı televizyon haberine taşıdığını, sayısız olay içerisinden seçim yapılırken görüntünün temel ölçü haline geldiğini, böylece görüntüsü olmayan çok önemli bir olayın dahi seçim dışı kaldığını, televizyonda görüntüyle yaratılan dramatik ve duygusal etkinin başka bir kitle iletişim aracıyla yapılamadığını ifade etmektedir.³⁰⁵

Bu anlamda kullanılan görüntüler olayın gerçeklik duygusunun yaratılması ve inandırıcılığın arttırılmasında etkili olmaktadır. Televizyon haberlerinin bir başka özelliği de haberin dramatik etkisini arttırmak ve ilgi çekici hale getirmek için müzik ve bazı efektler kullanılmasıdır. Kurgunun teknik imkânlarından yararlanarak adeta bir film gibi hazırlanan haber bültenleri yarattığı görsel dille haberin gerçekliğini önemli düzeyde değiştirir.

Ekonomik kaygılar; hemen hemen bütün televizyon kanallarının temel gelir kaynaklarından birini reklamlar oluşturmaktadır. Özellikle tecimsel yayıncılıkta televizyonların gelirinin tamamı reklamlardan oluşmaktadır. Bu nedenle televizyon kanallarının varlığını sürdürmesi için reklam alması gerekmektedir. Kanalın reklam alabilmesinin ölçütü ise izlenmesine ve İzlenme Oranı verilerine bağlıdır. Reklam

³⁰³ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Haber Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.165

³⁰⁴ Seyide Parsa, **Televizyon Haberciliği ve Kuramları**, İzmir, Ege Üniversitesi Yayınları, 1993, s.26

³⁰⁵ Ignacio Ramonet, **Medya Zorbalığı**, Çev: Aykut Derman, İstanbul, Om Yayınları, 2000, s.30- s.159

veren kuruluşlar için de bir televizyon kanalına reklam vermenin tek ölçüsünü izlenme oranları oluşturmaktadır. Bu nedenle izlenme oranları büyük önem taşımaktadır. Haber içerikleri bu anlamda reklam veren sermayedarların çıkarlarıyla örtüşmek zorundadır. Farklı kanallardaki haberler daha fazla İzlenme Oranı için birbirleriyle rekabet halindedir. Sponsorlarını kaybetmeleri veya kanalın tek bir izlenme oranını düşürmesi dahi, milyon dolarlarca kayıp anlamına gelmektedir. Bu nedenle haberlerin içeriksel niteliği arka plana atılmakta ve şov ağırlıklı ucuz ve sansasyonel haberlerle izleyiciyi ekran başında tutma çabası içerisine girmektedirler.³⁰⁶ Böylece kanallar kamu hizmeti olarak nitelendirilen haberleri dahi kar etme peşinde oldukları bir alan haline getirmiştir.³⁰⁷ Bu durum haber içeriklerinin reklam verenlerin tercihleri doğrultusunda şekillendiğini ve dolaylı bir denetimin varlığını göstermektedir.³⁰⁸

Televizyon anlatı olarak düz bir çizgi izlediği için her şey ana dayalı ilerler. Televizyon izleyicisinin verilen haberleri seçme, eleme şansı yoktur. Televizyonu kapatmadığı veya kanal değiştirmedeği sürece ana haber bülteni içerisine alınan bütün haberleri yayın sırasına göre izlemek zorundadır. Çünkü televizyon seçme şansı vermez,³⁰⁹ maruz bırakır. Kamusal bir hizmet olan haberlerin bu tür kaygılardan dolayı amacından uzaklaştığı bilgilendirme ve haberdar etme işlevlerinin yerine eğlence, ilgi çekme, oyalama ve izleyiciyi ekrana bağlamak için kullanılması, haberleri alınıp satılabilen tecimsel mala dönüştürmektedir.³¹⁰

Televizyon haber bültenlerinde haber üretim sürecinde yer alan görevlileri; Genel yayın yönetmeni, haber müdürü-editörler, sorumlu müdür, muhabir, yapımcı ve arşivci yer almaktadır.

Genel Yayın Yönetmeni veya *Haber Genel Yönetmeni* olarak tanımlanan kişi yayın kuruluşunun yaratıcı bölümünün başkanı ve aynı zamanda yayın kuruluşunun yapısına uygun politikalarını belirleyen kişidir. Haber üretim sürecindeki bütün aşamaları bilmek ve olaya hakim olmak zorundadır.

³⁰⁶ Marilyn J. Matelski, **TV Haberciliğinde Etik**, Çev: Bahar Öcal Düzgören, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1996, s.25

³⁰⁷ Neil Postman, S.Power, **Televizyon Haberlerini İzlemek**, Çev: Aslı Tunç, İstanbul, Kavram Yayınları, 1992, s.14

³⁰⁸ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.172

³⁰⁹ Seyide Parsa, **Televizyon Haberciliği ve Kuramları**, İzmir, Ege Üniversitesi Yayınları, 1993, s.25

³¹⁰ Ignacio Ramonet, **Medya Zorbalığı**, Çev: Aykut Derman, İstanbul, Om Yayınları, 2000, s.69

Haber Müdürü-Editörler, haber metinlerini ve spikerin anonslarını yazan, ayrıca muhabirlerden gelen haberleri denetleme, düzeltme ve görsel malzeme ile bütünleştiren kişidir.³¹¹

Muhabir, haberi toplayıp yazan, basın ve yayın kuruluşları için haber toplayan kişidir. Muhabirin kurum ve kuruluşların işleyiş sistemlerini iyi bilmesi, doğru soruyu sorma yetisine sahip olması, dilin kurallarına hakim olması önem taşımaktadır.³¹²

Televizyon muhabiri görüntülü haber yapan kişidir. Televizyon haberciliğinde görüntü çok önemli olduğu için muhabir habere gitmeden önce ön çalışmasını yapmalı, kamera ekibiyle ön toplantı yaparak nelere ihtiyaç olduğunu, ne tür malzeme kullanılması gerektiği ve nasıl bir çekim planladığını belirtmelidir. *Yapımcı*, haberin kurgu aşamasından yayına giriş sürecine kadar faal rol oynayan ve sorumluluk üstlenen kişidir. Haberin metinlerinin yazılması, kurgulanması, haberlerin görsel seçimlerini belirleyen post prodüksiyon sürecini yönetir.

Arşivci, haberlerin ham görüntülerini ve haberleri arşivlemekten sorumlu kişidir. Görüntüleri belirli bir düzende tasnifleyerek koruma altına alır. Ayrıca görüntü bilgilerini bilgisayara kaydederek kâğıt üzerine dökümünü alır.

Haber sunum sürecindeki görevliler; spiker, yönetmen, resim seçici, ses operatörü, resim kayıt, ışıkçı, KJ operatörü, kameraman, teknik yönetmen ve prompter'dır.³¹³

Spiker kamera önündeki kişidir. Haber metinlerini okur, stüdyodan muhabire bağlanır. Gerektiğinde stüdyo konuğu ile görüşür. Televizyon görsel işitsel bir araç olduğu için spikerin görünüşü, mimik ve jestleri, ses tonu, giyinişi kısaca görsel ve işitsel bütün özellikleri önem taşımaktadır. Haberin içeriğine göre mimik ve jestlerini ayarlayabilmeli, ses tonunu ve vurguları düzgün bir şekilde yapmalıdır, haberin inandırıcılığının sağlanması büyük oranda izleyicinin spikerle bir bağ kurmasıyla doğru orantılıdır.

Sunum sürecinde yer alan bütün ekibin titizlikle çalışması ve işini doğru yapması haberin etkili bir şekilde izleyiciye ulaşmasında büyük önem taşımaktadır. Ekip bir

³¹¹ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.140-142

³¹² Erkan Yüksel, Halil İbrahim Gürcan, **Haber Toplama ve Yazma**, Konya, Tablet Yayınları, 2005, s.42

³¹³ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.142-161

zincirin halkaları gibi düşünülebilir. Birinin yapacağı hata bütüne yansiyarak programı olumsuz yönde etkileyecektir.

Televizyon haberlerinin sunumu çok önemlidir. Haberlerin asıl sunuş biçimi sürekli konuşmaya dayandığı için spikerin ses tonu, vurgulamaları, mimik ve jestleri önem taşımaktadır. Haberlin sunumu gerçeklik algısının oluşmasında etkilidir. Haber konuşma ve göstermeye dayalı olduğu için spiker haberleri konuşma dilinde izleyiciyle konuşuyormuş gibi karşısındaki prompterdan okur. Gerekli durumlarda muhabirlerle canlı görüntülü bağlantılar gerçekleştirilir veya stüdyoya konuk alınır. Bütün bu süreçte haber akan görüntü eşliğinde sürekli bir konuşmaya dayalıdır. Bu seslerin içerisinde en önemli ses spikerin sesidir. Her akşam ana haber bültenlerinde duyulan bu ses izleyici ve televizyon arasında bir bağ kurar, izleyiciye süreklilik, güven ve rahatlama duygusu verir.³¹⁴ Bu nedenle spikerin ifade tarzı, kullandığı mimik ve jestler, ses tonu ve samimiyeti haberlerin inandırıcılığını arttırmada etkili olmaktadır.

2.2.4. Televizyon Haber Türleri

Televizyon haberlerine ait tür ayırımı haberin yapıldığı yere göre; stüdyodan yapılan haberler ve olay yerinden naklen yapılan haberler olarak iki şekilde ele alınmaktadır. Stüdyodan yapılan haberlerde haber, stüdyo ortamında spikerin seslendirmesi ile sunulur. Sesli haber türleri de kendi arasında; sadece metin olarak sunulan haber, sadece röportaj olarak yapılan haber, kaynağın sesi ile yapılan metin, tek kaynağa dayanan haber, çok kaynağa dayanan, röportajlı metin haberi, tek kaynaklı ve çok kaynaklı röportaj haberi, konusal bütünlüklü, kaynak bütünlüklü, anonslu metin, anons başta, sonda ve ortada olacak şekilde anonslu metin ve röportajlı anonslu metin olarak sınıflandırılmaktadır. Olay yerinden naklen yapılan haberler ise iki şekilde yapılır. Ya haber sunucusu veya muhabirin olayın olduğu yerden doğrudan anlatımıyla ya da hazırlanmış haberler olarak iletilir.³¹⁵

³¹⁴ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Haberlin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.154-155

³¹⁵ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Haberlin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.177-178

Televizyon haber metinleri ise; niteliklerine, konularına, amaçlarına, oluş biçimlerine, düzenleme biçimlerine ve zamanlamasına göre sınıflandırılmaktadır. Niteliklerine göre haber metinleri dört kategoride sınıflandırılmaktadır:

Genel Haberler

Basit Haberler

Karmaşık Haberler

Özel Konulu Haberler

Genel haberler, konuları itibari ile her gün ortaya çıkabilecek türden olaylara ait haberlerdir. Basit haberler, belli bir konusu olan haberler için kullanılan sınıflandırmadır. Muhabirler, bu kategorideki haberleri belirli kalıplarla yazar, haberlerle ilgili yorum yapmalarına gerek yoktur. Karmaşık haberler, muhabirin konu ile ilgili bilgi toplamasını ve üzerinde düşünerek yorum yapmasını gerektiren haber türüdür. Özel konulu haberler, uzmanlık alanı gerektiren haberlerdir. Muhabirin haber ile ilgili yorum yapması zorunludur.³¹⁶

Konularına göre haber metinleri: *siyaset, ekonomi-finance, eğitim, kültür-sanat, polis-adliye, sağlık, dış haber, magazin, kent, tarım, portre, spor ve çevre* şeklinde sınıflandırılmaktadır.³¹⁷ Günümüzde yaşanan gelişmeler ve olaylara bağlı olarak bu sınıflandırmaya teknoloji, terör, toplumsal cinsiyet bağlamında kadın konularını da eklemek mümkündür.

Amaçlarına göre haber metinleri; izleyicilerin ilgisini çekmeye ve izleyiciyi etkilemeye yönelik metinler, bilgi ağırlıklı metinler, fikir ağırlıklı metinler, yönlendirici metinler ve talimat verici metinler olarak sınıflandırılmaktadır.

İzleyicinin ilgisini çekmeye ve etkilemeye yönelik metinler de görsel açıdan farklı teknikler kullanarak anlatımı görüntülerle güçlendirmeye yönelik çalışmalar yapılır. Genellikle magazin, kaza, felaket türü haberler bu tarz içerisinde değerlendirilir. *Bilgi ağırlıklı metinler*, bir konu ile ilgili bilgilendirmeyi ön plana çıkaran metinlerdir. *Fikir ağırlıklı metinler*, bir konu ile ilgili değerlendirme içeren, konu ile ilgili fikir beyan edilen metinlerdir. *Yönlendirici metin*de bir bakış açısı kazandırılmaya çalışılır ve

³¹⁶ İbrahim Toruk, **Gutenberg'den Dijital Çağa Gazetecilik Türkiye'de Haber Siteleri**, İstanbul, LiteraTürk, 2008, s.169.

³¹⁷ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.181

izleyiciyi yönlendirmeye, bir konu ile ilgili ikna etmeye yönelik metinlerdir. *Talimat verici metinlerde* ise, fikir ağırlıklı metne benzer bir ikna etme durumu söz konusudur. İzleyiciye öğüt ve tavsiyeler açıkça iletilir.

Oluş biçimlerine göre haber metinleri; eylem haberleri, söylem haberleri, eylem-söylem karışımı haberler olarak sınıflandırılmaktadır. *Düzenleme biçimlerine göre haber metinleri*; araştırma haberleri, derleme haberler, tematik haberler, öykü haberleri, olay haberleri, olgusal haberler, dosya haber olarak sınıflandırılmaktadır. *Zamanlamasına göre haberler* ise; sıcak haber, düzenlenmiş haber, konserve haber, bayat haber olarak ayrılır.³¹⁸

Televizyon haber olarak seçtiği konuyu bu ayırımlar içerisinde uygun olan metne göre hazırlayarak izleyiciye ulaştırır. Bütün haber metinlerinin temel amacı izleyicinin dikkatini ilettikleri habere çekerek izleyiciyi etkilemek ve bakış açısını istenilen, işaret edilen yöne yönlendirmektir. İnsan hayatında önemli bir etkiye sahip olan haber kendiliğinden ortaya çıkmaz. Toplumda meydana gelen olaylar, belirli süzgeçlerden geçerek inşa edilir ve o olay habere dönüşür.

Oğuz Adanır *İşitsel ve Görsel Anlam Üretimi* adlı çalışmada haberin “serbest dolaşımı” diye bir şey olmadığını hatta şimdiye kadar da hiçbir zaman için haberin dolaşmadığını, haberin her zaman için seçildiğini ifade etmiş; dünyada milyonlarca çeşit haberin varlığına vurgu yaparak, asıl sorunun dolaşan haberin ülkede serbestçe dolaştığı izlenimini uyandırmak olduğunu, oysa gerçek durumun ise hiç de böyle olmadığını³¹⁹ söyleyerek aslında haberin bir seçme eleme işlemine tabi olduğunu ve medyada yer bulan bütün haberlerin çerçevelenmiş bilinçli bir seçimin ürünü olduğuna dikkat çekmektedir.

2.3. Televizyon Haberlerinde Çerçeveleme ve Ekran Düzenlemesi

Çerçeveleme; bir habere konu olan olayın bir seçme ve eleme işleminden geçtikten sonra bazı yönlerinin seçilip öne çıkarılması ve bazı yönlerinin görmezden gelinerek dışarıda bırakılması ile gerçekleştirilir. Haberın çerçeveleme sürecinde konu ya da olayın sınırlarının ve bağlamının belirlenmesi söz konusudur. Her haber mutlaka bir

³¹⁸ Neşe Kars, *Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Haberın Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği*, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.178-183

³¹⁹ Oğuz Adanır, *İşitsel ve Görsel Anlam Üretimi*, İstanbul, +1 Kitap, 2007, s.117

çerçeve içerisinde sunulur. Bu çerçeveler izleyicilere birçok konuda düşünsel referanslar sunarak, izleyicinin algısının, olaya yaklaşımının ve beklentilerinin şekillenmesinde belirleyici olmaktadır.³²⁰

Çerçevelemede içeriğe dâhil edilen özellikler kadar dışarıda bırakılanlar da etkili olmaktadır. Dâhil edilen özellikler dikkati o yöne çekerken dışarıda bırakılan özellikler ise konunun o boyutunun yok sayılmasına ve gözden kaçmasına yol açar. Çerçeve birçok insanın, onu nasıl değerlendireceklerini ve ona göre nasıl davranacaklarını seçmeleri kadar bir sorunu fark etmeleri ile bunu nasıl anladıkları ve hatırladıklarını da belirlemektedir. Çerçeveleme herkes üzerinde evrensel bir etkiye sahip olması ihtimali bulunmasa da çerçevenin, alıcı kitlenin çoğunluğu üzerinde ortak bir etkiye sahip olduğunu ifade etmek mümkündür.

Edelman, gerçekliğin anlatısında herhangi bir konunun veya durumun açık bir şekilde sunulan ya da dışarıda bırakılan kısmında değişiklik yapıldığında o konunun neden ve sonuçları ile özelliklerinin de buna paralel bir şekilde değişeceğini ifade eder. Bir durumun özelliklerinin öne çıkarılması veya dışarıda bırakılması, görmezden gelinmesi durumunda çerçevelerin gücü ve uygulamasına yönelik çıkarımda bulunur;

“Herhangi bir olayın/fenomenin karakteri, nedenleri ve sonuçları, neyin açıkça gösterildiğinde, neyin bastırıldığı/ sınırlandırıldığında ve özellikle gözlemlerin nasıl sınıflandırıldığında değişiklikler yapılırken radikal olarak farklı hale gelir... Toplumsal dünya... her biri gözlemlerin çerçevelendiği ve sınıflandırıldığı yönlerdeki değişiklik vasıtasıyla kolayca anımsanabilir olan muhtemel gerçekliklerin bir kaleydoskopudur.”³²¹

ifadesiyle çerçevelerin gücüne vurgu yapmaktadır. Bireyler tek bir yorumlama ile ilgili bilgiyi algılar ve bununla ilgili verilere sahipse doğal olarak tepkileri bu durumdan etkilenecektir. Çerçeveler aracılığıyla yorumların dışarıda bırakılmasının sonucunun en az çerçevenin içerisine dâhil edilen bilgiler kadar anlamlı olmasının nedeni bu duruma bağlamaktadır.³²²

³²⁰ Fadime Şimşek İşliyen, “Fotoğraf ve İdeolojik Çerçeveleme: 1 Mayıs Haberlerinin Fotoğraflarına Yönelik Bir Odak Grup Çalışması”, *Assos Journal Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl:2, Sayı:5, 2014, s.592

³²¹ M. J. Edelman, “Contestable Categories and Public Opinion” *Political Communication*, 10 (3), 1993, s.232

³²² Robert Entman, “Framing, Toward Clarification of a Fractured Paradigm”, *Journal of Communication* 43 (4), 1993, s.56

2.3.1. Haberde Çerçeveleme

İzleyicileri uzak çevrelerdeki gelişmelerden haberdar etme, toplumsal olaylarla ilgili olarak kamuoyu oluşturma gibi çok önemli toplumsal işlevlere sahip olan haber, medya kuruluşları için de ticari değeri olan en önemli ürünlerden biridir. Çerçeveleme, bilinen bağlamlarda haber öğeleri ve öykü içeriği hakkında düşünme pratiğini tanımlar. Çerçeveler, anlaşılmayı güçlendirmek için tasarlanabilir veya hikâyeleri daha büyük resme bağlamak için bilişsel kısa yollar olarak kullanılabilirler.³²³

Çerçeveleme, genellikle, bir görüntünün gösterilmesi için seçilen şeyle ilgili olarak onun nasıl oluşturulduğuna işaret eder. Bununla birlikte, geniş anlamda, çerçeveler toplumsal dünyanın çoklu olaylarını anlaşılır hale getirmek amacıyla düzenlemeyi sağlayan "organizasyon ilkeleri"³²⁴ olarak kavramsallaştırılabilir. Çerçeveler, gelişigüzel ya da belirlenmiş olmasına bakılmaksızın, haber kuruluşunun dünyayı, hiyerarşik olarak içirme ve dışlama kurallarıyla birlikte düzenlemesini kolaylaştırır.³²⁵ Örneğin televizyon gazeteciliğinde, haber çerçeveleri doğrudan tecrübe edilebilen dünyanın ötesindekilerin normal görünmesini sağlayan medya çerçeveleridir. Bunlar, var olan, meydana gelen ve mesele olarak görülen hakkında açıkça ifade edilmeden de anlaşılan küçük teorilerden oluşan seçim ilkeleri, vurgulama ve sunumdur. Gazeteciler ve editörleri ile kaynakları arasındaki sık sık yoğun müzakere konusu olan çerçeveler, fark edilebilir ayrıntıların sonsuzluğunu, uygulanabilir repertuarlara dönüştürmeye yardımcı olur.³²⁶

Entman (1991) haber öykülerinin çerçevelenmesi için beş popüler yol tanımlar. Bunlar:³²⁷

Çatışma: Bu genellikle siyasi partilerdeki anlaşmazlık ve bölünmelere odaklanır. Almanya Şansölyesi Schröder, yardımcısı Oskar Lafontaine ile çok bilinen bir anlaşmazlık yaşadı. Aynı şekilde medya bize, İngiltere Şansölyesi Blair ve Başbakan

³²³ Darren G. Lilleker, **Key Concepts In Political Communication**. London: Sage, 2006, s.82

³²⁴ Erving Goffman, **Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience**, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1974, s.

³²⁵ Roberta Pearson, **Critical Dictionary of Film and Television Theory**. Routledge, 2014, s. 247

³²⁶ Todd Gitlin, **The Whole World is Watching: Mass Media in The Making And The Unmaking Of The New Left**, University Of California Press, Berkeley, 1980, s.6

³²⁷ Robert Entman, "Framing U.S. Coverage of International News: Contrasts in Narratives of the KAL and Iran Air Incidents", **Journal of Communication** (41, Autumn. 0021-9916/91), 1991, s.

Gordon Brown'ın bir dizi politikanın yanı sıra parti liderliği üzerine de anlaşmazlık içinde olduklarını söyler. Bununla ilişkili olarak, özellikle ABD medyasında, alınan asıl kararların aksine partilerin arasındaki çatışmaya öncelik verilebilir.

İnsani İlgi / Kişiselleştirme: Bu haber bildirimine duygusallaştırmayla başlar ve genellikle içinde bir insan yüzü olan öykü içerir. Doğal afetler, savaşlar ya da insani krizlerin bireysel kurbanlarının, anlaşılması mümkün olmayan bilgi ve kavramlardan daha büyük bir etkiye sahip olduğu ileri sürülür. Bu, politikaların gösterdiği etkiler vasıtasıyla siyaseti kişiselleştirirken, ayrıca kişiliğin diğer daha önemli görünümünden fazla desteklendiği anlamına gelebilir.

Sonuçlar: Genellikle olayların ekonomik uzantılarına odaklanırken (Semetko and Valkenburg, 2000), sonuçlar geniş bir alana yayılıyor olabilir. Bir politikayı sürdürmek, bir parti ya da koalisyon içindeki birlik bakımından ya da küresel düzeyde bir ulusun konumu bakımından akıllıca olmayabilir.

Ahlakilik: Medya bazen siyasi aktörlerin yersizlikleri nedeniyle sıkça ahlakileştirme yapabilir; ya da politikalar ahlaki olarak sorgulanabilir görünebilir. Michael Moore'un ABD Vatanseverlik Yasasına ilişkin yazısından, ABD dış politikasının dünya çapında bir dizi eleştirisinden Guantanamo Körfezindeki tutuklulara yapılan muameleye kadar hepsi ahlaki bir tonda ele alınır. Aynı şekilde Filistin yanlısı medya ve İsrail medyası arasında bir ahlaki yüksek zemin için mücadele vardır.

Sorumluluk: Bu çerçeve bir neden veya bir çözüm için sorumluluk yüklemektedir. Asya Tsunamisinin ardından, yerel yönetimlerin hazırlıksızlıklarına kabahat yüklemek kadar, aynı zamanda çözüm bulmak için "küresel sorumluluk" olan bir çerçeve vardır. Bu çerçeveler fikir veya temaları düzenlemesi, öyküleri tarihsel olarak birbirine bağlama yönlerini, zaman içinde ve siyasi uzamda bir anlatı inşa etmeyi organize ediyor olarak tanımlanırlar. Bu çerçevelerin bazıları sadece belli olay türlerinde kullanılabilir. Örneğin, Asya'daki Tsunami haberi, eğer yardım gelmezse daha fazla kaç ölümün olabileceğine ilişkin olan *sonuçlar*la ve sorumluluk meseleleriyle ilişkilendirilmişti. Diğer çerçeveler daha geneldir ve her tür politik haberde kullanılabilir. Örneğin değerlere odaklanan çerçevelerin aksine, siyasi oyunlara ve çatışmalara odaklananlarda çerçeveler daha geneldir. Ayrıca haberin postmodern izleyiciye ulaştırılma çabasında daha kişiselleştirilmiş olduğu da iddia edilmektedir. Böylece afet haberlerini, kurtulanların bireysel öykülerini, siyasetçileri özel

hayatlarıyla ilgili haberleri ile sınırlandırabilir. Hatta spor haberlerinin bile bazen belirli sporcuların performanslarından ziyade yaşamlarındaki iniş çıkışlara odaklandığı görülebilir.

Entman, medya metinlerinde çerçevelemenin bir konunun belli yönlerini seçerek ve o boyutunu öne çıkararak belirginleştirildiğini ifade eder. Gamson'un (1992) çalışmasını referans göstererek çerçevelerin sorunu teşhis etme, değerlendirme ve reçetelendirme yani çözüm önerisi içerdiğini³²⁸ belirtir. ABD'de dış politika haberlerinde ön plana çıkan "soğuk savaş çerçevesi" örneği üzerinden çerçevelerin konu ile ilgili "sorunu tanımlama", "nedenleri teşhis etme" ve "ahlaki yargıda bulunma" işlemlerinin nasıl gerçekleştirildiğini somutlaştırır.

Entman iletişim sürecinde çerçevelerin iletişimci (communicator), metin (text), alıcı (reciever) ve kültür (culture) olmak üzere en az dört unsurunun olduğunu, *iletişimcilerin*, söyleyeceklerinin seçiminde kendi inanç sistemlerini düzenleyen çerçevelerin etkisi altında kalarak yargıda bulunduklarını, *metinlerin*, gerçek veya yargılardan oluşan ve tematik olarak kümelerin güçlenmesine katkıda bulunan belirli anahtar kelimeler, basmakalıp sözler, kalıp görüntüler ve enformasyon kaynaklarında kendilerini gösteren çerçeveler içerdiğini, *kültürün* ise bütün çerçevelerin rezervini yani ortak çerçeveler kümesini oluşturduğunu ifade eder. Alıcı konumunda bulunan izleyicilerin medya üreticilerinin metinler üzerinde kurduğu çerçeveleri kendi kişisel çerçevelerini referans alarak yorumladıklarını, düşünce ve kararlarına yön veren çerçeveler ile metin çerçevelerinin ise iletişimcinin niyetini yansıtabileceği gibi farklılık gösterebileceğini ifade eder.³²⁹

Her dört konumdaki çerçevelemenin benzer işlevler içerdiğini; seçim ve vurgulanmış unsurları sorunlar ve onların nedenselliği, değerlendirmesi ve/veya çözümü hakkında bir argüman oluşturmak için kullanmanın esas olduğunu belirtir.

İzleyiciler de, geniş bir yelpazede yer alan siyasi iletişim, pazarlama iletişimi ve popüler kültürün yanı sıra haber öğeleri için de kendi çerçevelerini oluşturabilir. Medya gibi, onlar da herhangi bir olayı benzer geçmiş olaylara dair sahip oldukları

³²⁸ Robert Entman, "Framing, Toward Clarification of a Fractured Paradigm", **Journal of Communication** 43 (4), 1993, s.52

³²⁹ Robert Entman, "Framing, Toward Clarification of a Fractured Paradigm", **Journal of Communication** 43 (4), 1993, s.52-53

bilgilerle ilişkilendirir; böylece olayları algılama, sonuçlarını yorumlama ve ardından olaylara dair düşüncelerini düzenleme şekli bilinçleriyle bağlantılıdır.³³⁰

Medya araştırmalarında çerçevelemeyi ilk kullanan Todd Gitlin, çerçevelerin sosyal dünyaya düzen getiren kalıplar olduğunu söyler. Medya çerçevelerini sembol kullanıcılarının rutin olarak söylemi şekillendirmede kullanılan, gerek sözlü gerek görsel açıdan sürekli bir biliş, yorumlama, sunuş, seçme, vurgu ve dışlama kalıpları olarak tanımlar. Çerçeveleri söylemin üretilmesi açısından ilk sıraya koymuş, haber üreticilerin sınırsız sayıda ve çok büyük miktarlarda gelen bilgiyi hızlı ve standart bir şekilde işleyip izleyicilere verimli bir şekilde sunmanın çerçeveleme aracılığıyla olanaklı olduğunu ifade etmiştir. Bu anlamda medya çerçevelerinin dünyayı haberciler için düzene soktuğuna, habercilerin bu çerçeveleri alarak kendi izler kitlelerine aktarmak suretiyle sosyal dünyaya düzen getirdiğine vurgu yapar.³³¹

Gitlin (1980), çerçeveleme kavramını toplumsal inşa ve toplumsal bir kaynak olarak haberin anlamlandırılmasında bir araç olarak kullanmış, medyanın, toplumsal alanda ideolojilerin biçimlendirilmesinde önemli bir güç olduğunu kabul etmiş, bu ideolojilerin nasıl ve hangi çerçevelerle oluşturulduğuna dair çalışmalar yapmıştır. Ayrıca haberin nasıl oluşturulduğu, haber içeriklerini oluşturan mesleki mantık kuralları, medyanın kaynak kullanım biçimleri, kaynakların habere etkisi vb. faktörleri incelemiştir.

Gitlin (1980), 1960 yıllarında meydana gelen önemli öğrenci hareketleri ile ilgili CBS televizyonunda yapılan haberleri ele alarak bu hareketin nasıl bir çerçeve ile sunulduğunu incelemiştir.

Gaye Tuchman, Gitlin’le ortak ilgiyi paylaşarak *Making News: A Study in The Construction of Reality* kitabında haber üretim süreçleri, çerçevelemenin toplumsal inşa sürecindeki rolü, çerçevelemenin belirlenmesinde medyanın kaynakları kullanım biçimleri, kaynakların haber üzerindeki etkilerinin saptanmasına yönelik çıkarımlarda bulunmuştur. Tuchman haber çerçevelerinin, anlamın hem üreticisi hem de sınırlayıcısı konumunda olduğunu belirtmiş, çerçeveleri pencere metaforu üzerinden açıklamıştır. Buna göre, “pencerenin özellikleri, büyüklüğü ve biçimi, nereye açıldığı

³³⁰ Darren G. Lilleker, **Key Concepts In Political Communication**. London, Sage, 2006. s.82

³³¹ Todd Gitlin, **The Whole World is Watching: Mass Media in The Making And The Unmaking Of The New Left**, University Of California Press, Berkeley, 1980, s.7

görüleni sınırlamaktadır.” Belirli çalışma süreçleri ve pratikleri aracılığıyla meydana gelen haberler içerisindeki çerçevelerin yansıttığı toplumsal gerçeklik anlayışının statükoyu meşrulaştırdığını belirtir.³³² Tuchman yaptığı çalışmalarla medya çerçevelerinin içerikleri bağlamında çerçevelerin oluşturulmasındaki aktörlerin yani çerçevelerin ardındaki kişilerin araştırılması noktasında çalışmaların yoğunlaşmasında etkili olmuştur.

Iyengar, problemlerin ifade edilmesinde ve sunulması aşamasında zor algılanan veya fark edilen değişiklikleri işaret ederek, sorumluluk ve çözümün çerçevelemenin merkezinde yer aldığını belirtir. Yani çerçevelemenin “problemin sorumlusu kimdir?” ve “problemi kim çözebilir?” sorularının yanıtını içerisinde barındırdığını³³³ belirtir, sorumluluk ve çözümü çerçevelemenin odağına alır.

Hallahan (1999), çerçeveleme yaklaşımının halkla ilişkiler alanı için önemine değinerek çerçevelemeyi bu alana uyarlamış ve çerçevelemenin “*kişi içi, kişiler arası, grup, örgütsel, örgütler arası ve toplumsal*” düzeylerde analiz edilebileceğini ifade ederek uygulamalarda çerçevelemenin kullanılabileceği yedi durum belirlemiştir. Bunları; *durumların çerçevelenmesi, niteliklerin çerçevelenmesi, riskli tercihlerin çerçevelenmesi, eylemlerin çerçevelenmesi, meselelerin çerçevelenmesi, sorumluluk çerçevelemesi ve haberlerin çerçevelenmesi*³³⁴ şeklinde sıralamıştır.

Baldwin Van Gorp, çerçevelemeyi kültür ve biliş arasında köprü kuran bir kavram olarak tanımlamış, dış dünyaya ait bilgi, anlam ve kavrayışı oluşturan kültürel yapıdaki çerçevelerin haber üretim ve tüketim süreçleri arasındaki bağlantıyı sağlayan köprüler olduğunu söylemiştir.³³⁵

Çerçeve ile ilgili çalışmalar incelendiğinde toplumbilim çalışmalarından temelini alan bu yaklaşımın iletişimin her alanında kullanıldığı görülmektedir. Medya üretiminde kullanılan sözcük seçiminden, kullanılan kalıplar, grafikler, görseller kısaca metni oluşturan ve çerçevenin içerisine alınan bütün unsurların tesadüfi olmadığı ve her

³³² Gaye Tuchman, **Making News A Study in The Construction of Reality**, Knopf, New York, 1978, s.209-216

³³³ Shanto Iyengar, **Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues**, University of Chicago Press, Chicago, 1991, s.11

³³⁴ Kirk Hallahan, “Seven Models of Framing: İmlications for Public Relations, **Journal of Public Relations Research**, (3), 1999, s.209

³³⁵ Baldwin Van Gorp, “The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back in”, **Journal of Communication** vol:57, 2007, s.61

seçimin temelinde içeriğe yn verme eğilimi olduğu ve bunun da kurulan çerçeveler aracılığıyla gerçekleştirildiğini söylemek mümkündür.

ereveleme yaklaşımına yönelik kuramsal ve ampirik araştırmaların genel olarak çerçevelerin öncelikle ne olduğu, nasıl ortaya çıktığı, çerçevelerin saptanması ve çerçevelerin yönlendirme etkisini kapsayan dinamik bir süreci ele aldığı görülmektedir. Bu yapı incelendiğinde ise çerçevelerin üretim sürecinden alıcıya gelene kadar haberciler, metnin içeriği, toplumun yapısı, sosyo-ekonomik politikalar, siyasal eğilimler, sahiplik yapıları, izleyici ve okuyucuların bakış açıları ve içerisinde bulunan kültürü kapsayan çok geniş unsurların karşılıklı etkileşimi sonucunda ortaya çıktıklarını ifade etmek gerekir.

Ancak erevelerin oluşumu ve konumu ile ereve inşası ve çerçeveleme etkilerinin mekanizmaları ve süreçleri hakkında sürekli ve çözülmemiş bir tartışma devam etmektedir. Entman (1993) ve diğerleri (r. Nelson ve Willey, 2001), çerçeveleri izler kitle, haber kurumları, haber kaynakları, haber metinleri ve hatta haberin oluşturulduğu kültür içinde konumlandırmışlardır.³³⁶ Bu bağlamda çerçeveleme araştırması, kavramın tanımlanması veya ölçülmesi ile ilgili en az üç çözülmemiş konu üzerinde çabalamayı sürdürmektedir.³³⁷

Akademisyenler, medya çerçevelerini epizodiğe / tematik çerçeveler, mesele / çatışma çerçeveleri ya da oyun şeması / kapsamı gibi ikilikler üzerinden tanımlamışlardır. Bu yoruma göre; iletişim araştırmacıları, izleyiciler arasında belirli temel yorumlayıcı şemaları tetikleyebilen ve bu nedenle çeşitli davranışsal veya bilişsel sonuçlara yol açabilecek belirli çerçeveler hakkında sınırlı bir anlayışa sahip olmaya devam etmektedir. İletişim araştırmacıları için son zorluk ise, daha önce ana hatları psikolojik ve sosyolojik temellerinden şekillenmiş olan kavramın, çerçeveleme araştırmasındaki farklı yaklaşımların arasında doğası gereği var olan çatışmadır.³³⁸

Bu tartışmalar sürerken Tankard, Texas niversitesi'ndeki çerçeveleme ölçümünde yaptıkları çalışmalardan yola çıkarak, ereve çalışmalarında ampirik araştırmanın bu yaklaşıma kuramsal düzeydeki katkılarını şu şekilde tespit etmiştir:

³³⁶ Paul D'Angelo, Jim A Kuypers, **Doing News Framing Analysis**, New York, Routledge. 2010, s. 2

³³⁷ Wolfgang Donsbach, **Concise Encyclopedia of Communication**, West Sussex, John Wiley & Sons, Inc. 2015. S. 214

³³⁸ Wolfgang Donsbach, **Concise Encyclopedia of Communication**, West Sussex, John Wiley & Sons, Inc. 2015. S. 214

1. *Nicel içerik analizi yaklaşımı ile çerçevelemeyi ölçmek zordur ancak bazı girişimler başarılı olmuştur.*
2. *Daha az sayıda çerçeve kategorisi, kodlamanın güvenilirliğini arttırmaya yardımcı olabilir. Bununla birlikte, bazı karmaşıklıklar ve çerçeveleme çeşitliliğinden kurtulmak, kodlayıcı güvenilirliğini sağlamak için yararlı olabilir.*
3. *Bir çerçeveler listesi için kategoriler olarak yararlı bir kaynak, belirli bir söylem konusuyla ilgilenen teorik literatür olabilir. Bu şekilde geliştirilen çerçevelerin listeleri önceki teorik çalışmadan geçerlilik ve tutarlılık elde eder.*
4. *Çerçevelemeye dair başarılı kodlayıcı güvenilirliğini sağlayan çeşitli yaklaşımlar, çerçeveleme kavramını nedensellik gibi bir boyuta indirgemıştır.*

Kısacası, medya çerçevelemesinin ölçülmesine yönelik ampirik yaklaşım bu alanda yarar sağlamakta ve bunu yapmaya devam etmesi muhtemel görünmektedir.³³⁹

McQuail, çerçevelerin iki temel anlamı içerisinde barındırdığını, bunlardan ilkinin, medya çalışanları tarafından tipik olarak bazı alışılmış referans çerçeveleri dâhilinde ve bazı gizli anlam yapılarına göre, haber içeriklerinin şekillendirilme ve bir bağlam içerisine yerleştirilme biçiminde gönderme yaptığını; ikincisinin ise, toplum üzerindeki çerçeveleme etkisi ile ilgili olduğunu belirtir. Genel olarak hedef kitlenin medya üreticileri tarafından sunulan referans çerçevelerini benimsedikleri ve dünyayı benzer biçimde ele aldıkları düşüncesinin mümkün olduğunu söyler.³⁴⁰

Scheufele, çerçeveleme ile ilgili her kavramsallaştırmanın bu iki çerçeve türünü göz önünde bulundurması gerektiğini ve iki çerçeve türünün birbiri ile ilişkilendirilerek değerlendirilmesinin zorunluluk olduğunu vurgulamaktadır.³⁴¹ Bununla birlikte Scheufele (1999) medya çerçevelerini ve izleyici çerçevelerini ayırmıştır. Bu iki geniş konseptte dayanarak, çerçeveleme araştırma alanlarını sınıflandıran ve aralarındaki bağlantıları vurgulayan dört süreci öne çıkarmıştır. Bunlar; *çerçeve inşası*, *çerçeve*

³³⁹J. W. Tankard, *The Empirical Approach To Media Framing*. Reese, Stephen D, Oscar H Gandy, and August E Grant. **Framing Public Life**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. 2008, s.104

³⁴⁰ Denis McQuail, **Mass Communication Theory**, Sage Publications, London, 2005, s.555

³⁴¹ Scheufele, 1999: 103 Akt. Hüseyin Özarslan, “Çerçeveleme Yaklaşımı Açısından Haber Çerçevelerinin İzler Kitle Düşünceleri Üzerindeki Etkisi” **Yayınlanmamış Doktora Tezi**, 2007, s.55

*kurma, çerçevelemenin bireysel düzeydeki etkileri ve gazetecilerin izleyici yerine yaptıkları çerçevelemedir.*³⁴²

Medya çerçeveleri, izleyiciler arasında bireysel düzeyde yorumlayıcı şemalar şekillendirdiği için temaları veya fikirleri organize etmek üzere çalışırlar (*izleyici çerçeveleri*). Bu şemalar, insanların yeni bilgileri hızlı ve etkili bir şekilde kategorilere ayırmasına olanak tanıyan bilgi işlemesi için, bu bilgilerin gazeteciler tarafından nasıl çerçevelendiği veya tanımlandığı üzerine kurulu araçlardır. İzleyici çerçeveleri, “kişilerin bilgiyi işlemelerini yönlendiren fikirlerin zihinsel olarak depolanmış kümeleri” olarak tanımlanabilir.³⁴³

Haber çerçeveleme araştırmaları literatüründe altı farklı çerçeve sınıflandırma sistemi tanımlanabilir: (1) kazanç ve kayıp çerçeveleri; (2) tematik ve epizodik çerçeveler (ayrıca bireysel ve toplumsal çerçeveler); (3) seçim kampanyaları ve politika tartışmalarının medya kapsamındaki strateji ve konu çerçeveleri; (4) değer çerçeveleri (diğer bir deyişle, haber metinlerinde “merkezi düzenleme fikirleri” olarak işlev gören bazı kalıcı değerler); (5) çerçeveler olarak haber değerleri (insan çıkarları, çatışma gibi); ve (6) yabancı veya daha karmaşık konuları temsil etmek için metaforik olarak kullanılan tanınmış sosyal kurumlara dayanan zihinsel şablonlar.³⁴⁴

Gamson ve Modigliani medya çerçevelerini “açığa çıkmamış bir dizi olaya anlam kazandırmayı sağlayan merkezi bir örgütleyici fikir ya da öykü hattı” olarak tanımlarlar. Onlara göre çerçeve tartışmanın neyle alakalı olduğunu yani meselenin özünü ortaya koymaktadır.³⁴⁵ Medya çerçeveleri, habercilerin karmaşıklığı azaltmaları ve örneğin sosyal yardım reformu veya kök hücre araştırması gibi konuları izleyicilerin sınırlı miktarda ön bilgi ile anlamalarını sağlayacak bir şekilde aktarması için önemli araçlardır. Dolayısıyla, haberciler için çerçeveleme, haber içeriği ürettikleri aracın işleyiş ve kısıtlamalarına uyan bir biçimde bilgi sunma aracıdır.³⁴⁶

³⁴² Wolfgang Donsbach, **Concise Encyclopedia of Communication**, West Sussex, John Wiley & Sons, Inc. 2015, s.213

³⁴³ Robert Entman, “Framing U.S. Coverage of International News: Contrasts in Narratives of the KAL and Iran Air ve Incidents”, **Journal of Communication** 41 (41, Autumn. 0021-9916/91), 1991, s.53

³⁴⁴ Wolfgang Donsbach, **Concise Encyclopedia of Communication**, West Sussex, John Wiley & Sons, Inc. 2015, s.215

³⁴⁵ Gamson, W.A. and Modigliani, A. ‘The Changing Culture of Affirmative Action’, in Braungart, R.G. and Braubgart, M. (eds) **Research in Political Sociology**. Greenwich, CT: JAI Press. 1987, vol. 3, pp. 137–77. s. 143

³⁴⁶ Wolfgang Donsbach, **Concise Encyclopedia of Communication**, West Sussex, John Wiley & Sons, Inc. 2015, s. 213

Tüm bu bilgiler ışığında televizyon haberlerinde kullanılan çerçeveler incelendiğinde televizyon haberlerinin üretim sürecinde, seçme ve öne çıkarma işlemi ve konunun belirginleştirilmesinin üç aşamada gerçekleştiği görülmektedir. Bu üç aşama ile aynı zamanda televizyon haberlerinin üç genel çerçevede izleyiciye aktarıldığını, toplumsal bakışın bu çerçevelerin sınırları içinde oluşturulduğunu söylemek olanaklıdır. Bu aşamaları *konusal* çerçeveleme, *içeriksel* çerçeveleme ve *görüntü* çerçevelemesi olarak sınıflandırmak bu tez çalışmasının ortaya çıkardığı yeni bir sınıflandırma biçimidir.

Haber bülteni içerisine dâhil edilen haberler, meydana gelmiş binlerce olay içerisinden bazı unsurlar göz önünde bulundurularak belli bir amaca hizmet edecek olaylar ve konulardan seçilir. Günlük hayatta vuku bulan sayısız olay içerisinden medyanın haber değeri atfettiği olayların seçimi editoryal sürecin ilk basamağını oluşturmaktadır. Editoryal sürecin ilk aşamasında konusal çerçeveleme gerçekleştirilmiş olur.

İkinci aşamada ise haber değeri atfedilen ve seçilen konunun nasıl aktarılacağı, hangi yönlerinin gösterilip hangi yönlerinin görmezden gelineceğine ilişkin bir seçim söz konusudur. Seçme, öne çıkarma ve dışarıda bırakma eylemlerinin gerçekleştirildiği bu aşamada, içeriksel çerçeveleme yapılarak seçilen olayın belirli yönleri öne çıkarılır ve hangi perspektiften sunulacağına karar verilir.

Sürecin üçüncü aşaması ise görüntünün çerçevenmesidir. Televizyon görsel-işitsel bir araç olduğu ve hareketli görüntünün gücünden yararlandığı için haber metni görüntüye göre düzenlenmektedir. Bu nedenle konusal ve içeriksel çerçevelemeyle oluşturulan haber, görüntünün gücünden yararlanılarak üçüncü bir çerçeveleme aşaması olan görüntünün çerçevenmesiyle ekran çerçevesi içerisine dâhil edilecek her şey, en ince detayına kadar düşünülür ve kompozisyon oluşturulur.

2.3.2. Haberde Çerçevelemenin Boyutları

Televizyon ekranı içerisinde yer alan hiçbir şey tesadüfi değildir. Her şeyin bir karşılığı vardır ve bir amaca hizmet için oraya konulmuştur. Bu üç aşamanın sonucunda izleyiciye sunulan haber en ince detayına kadar düşünülmüş ve kurgulanmış bir gerçekliğin ürünü olarak ortaya çıkar. Çerçevelemenin boyutları olarak adlandırdığımız konusal çerçeveleme, içeriksel çerçeveleme ve görüntünün

çerçevenmesinde oluşan editoryal sürecin üç aşaması, haber çerçevelerinin çözümlenmesi sürecinde örnekler üzerinden detaylandırılacaktır.

2.3.2.1. Konusal Çerçeveleme

İnsanlarda genellikle haberleri önemli sayma eğilimi gözlenmektedir. Haberlerde yer alan bir konu haberlerde yer aldığı için önemli görülür. Oysa bu yanlış bir düşüncedir. Çünkü haberlerde görülen her şey haber olmaya değer değildir ve haber olmaya değer her konu da haberler içerisinde yer almamaktadır.³⁴⁷

Çünkü haberlerin üretim sürecinde seçme ve elemeyeyle gerçekleşen bir konusal çerçeveleme söz konusudur. Haberler gerçek ve önemlidir düşüncesi izleyicinin yönlendirilmesini daha da kolaylaştırmaktadır. Bu anlamda özellikle televizyon haberciliğinin toplum üzerinde ciddi bir etkilme ve yönlendirme gücünün olduğunu söylemek olanaklıdır.

Çerçeveleme çok boyutlu bir süreci kapsamaktadır. Haber üretim sürecinde neyin haber yapılıp neyin haber yapılmayacağına karar verme sürecinde birçok kriter bulunmaktadır. Haber değeri ölçütleri ve halkı bilgilendirme, haberdar etme amaçlarından ziyade ülkenin politikası, yasal düzenlemeler, kurum ve kuruluşların yayın politikaları, iktidar ve sermayedar ilişkileri, sponsorluk, reklamlar, kar etme ve İzlenme Oranı kaygısı bu süreci etkileyen unsurların başında gelmektedir.

Haberlerde ön plana çıkarılan konulara önem atfedildiği ve kamuoyu oluşturulduğu için vatandaş bu konuları önemli bulurken, medyanın görmezden geldiği veya konusal olarak çerçevenin dışında bıraktığı binlerce önemli olay böylelikle vatandaş tarafından çoğu zaman fark edilmez bile. Medyanın, konusal çerçeveleme yaparak gündemi oluşturma gücünü elinde bulundurması, halkı ilgilendiren birçok önemli olayın meydana geldiği zamanlarda kamuoyunu başka şeylerle oyaladığı bilinmektedir. Günümüzde medya sansasyonel ve magazin el olaylarla gündem oluşturarak haberin amacından uzaklaşmasına yol açmaktadır. Bu anlamda ana haber bültenlerinde habere konu olan her haber medyanın o gün topluma neye bakması gerektiğinin başka bir ifadeyle bakılması gerekenin ne olduğunu gösteren birer araçtır.

³⁴⁷ Benjamin Radford, **Medya Nasıl Yanıltıyor**, İstanbul, Güncel Yayıncılık, 2004, s.82

Haber bültenlerinin içerisinde yer alan haberlerin bütünü o günün kamuoyunu oluşturmaktadır. Dışarıda bırakılan görmezden gelinen konuların ise çoğu zaman toplumun bilmemesi gereken veya toplumun üzerinde düşünmesinin istenilmediği, sistemin devamlılığı için halkın bunları bilmesi durumunda sistem için zararlı olabilecek konular olması muhtemeldir.

Konusal çerçeveleme bu anlamda toplumsal bakışın oluşturulması sürecinde çerçevelemenin ilk aşamasını oluşturmaktadır. Dünya genelinde ve Türkiye ölçeğinde düşünüldüğünde birçok halk eylemi, işçi grevi, protesto ve benzer toplumsal içerikli konunun görmezden gelindiği ve çerçeve dışında bırakıldığı, buna karşın toplum için bir anlamı olmadığı halde sansasyonel ve ilgi çekici olduğu için birçok gereksiz konunun ülkenin hatta dünyanın gündemine yerleştiği görülmektedir. Konusal çerçeveleme ile aynı zamanda önemli olayların örtbas edilmesi de söz konusudur. Örneğin gündemde sağlık, çalışma koşulları, özelleştirme vb. konularla ilgili gelişmelerin siyasi alanda tartışıldığı dönemlerde, medyanın bir ünlünün özel hayatı ile ilgili sırları, yaşanan gizli bir aşk ilişkisi gibi skandal haberlerini veya sansasyonel olayları kamuoyunun gündemine yerleştirerek halkın dikkatini bu olaylara çekmesi ve gündemi manipüle etmesi söz konusu olmaktadır.

2.3.2.2. İçeriksel Çerçeveleme

Medyanın olayları sunuş biçimi, izleyicilerin o olaya nasıl bakacağına, o olayı nasıl değerlendireceğine ve nasıl düşüneceğine yönelik iletiler içeren çerçevelerden oluşmaktadır. Medya çerçevelemelerine yönelik birçok araştırma yapılmış ve bu araştırmaları yapanlar çerçevelerin olumlu ya da olumsuz kullanımının bireylerin o konu ile ilgili değerlendirmelerini etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Olumlu çerçevelerle sunulan haberler ile olumsuz çerçevelerle sunulan haberlere karşı tepkiler çerçevenin içeriğine göre farklılaşmaktadır.

Çerçeveler belli haber anlatılarında yerleşik halde bulunur. Haber anlatısı içinde kullanılan anahtar sözcükler, cümleler, semboller, metaforlar, görüntüler ve görsel imgelerle inşa edilir. Anlatı sözcük ve görsel imgelerle inşa edildiği için çerçeveler, bir anlatı içerisinde tutarlılık gösteren ve zaman içerisinde medyayla tematik olarak

uyumlu anlamları taşıyan belirli görsel imajlar ve sözcüklerin incelenmesiyle saptanabilir.³⁴⁸

Kurulan çerçeve ile verilmek istenen mesaj ve oluşturulmak istenen bakış açısı çerçevelemenin içerisine dâhil edilen referanslar aracılığıyla izleyiciye aktarılır. İzleyici bu çerçeveler aracılığıyla çoğu zaman farkında olmadan o konuya ilişkin düşüncelerini tutum ve davranışlarını verilen referanslara uygun bir şekilde sergiler. Medya çerçeveleri toplumun bütün boyutlarıyla şekillendirilmesinde, yönlendirilmesinde etkili bir unsur olarak kullanılmaktadır. Çerçevelemeyi, bir haber söylemi oluşturma ve haberi işleme stratejisi ve söylemin kendisine dair bir niteliği olarak incelemek olanaklıdır.³⁴⁹ Yapılan çalışmalar, çerçevelerin yaşanan siyasal, ekonomik, politik, kültürel, dini kısaca hayatın her alanında meydana gelen olayların sunulmasında etkili bir şekilde kullanıldığı ve çerçevelerin bireyler üzerinde güçlü yönlendirme etkisinin olduğu yönündedir.

Entman, çerçevelerin zihinsel olarak depolanmış bilgi ilkeleri (principles of information) ve haber metinlerinin ayırt edici özellikleri olmak üzere iki şekilde var olduğunu³⁵⁰ ve çerçevelemenin “seçme ve dikkat çekme” eylemlerini kapsadığını ifade eder.³⁵¹ İçeriksel çerçeveleme haber olarak seçilen konunun belli yönlerinin seçilerek ön plana çıkarılmasıyla gerçekleştirilir. İzleyiciye o konu ile ilgili nasıl düşünmesi gerektiği konusunda referans çerçevesi çizilerek konuya nasıl yaklaşması, nasıl görmesi gerektiğine dair gizli bir müdahale söz konusudur.

Çerçevelemenin içeriksel boyutu, haber anlatısının içerisinde vurgulanan birtakım anahtar kelimeleri, kavramları, metaforları, sembol ve simgeler ve görsel imgeleri içermektedir.³⁵² Haberin söylemi çerçeveleme içerisinde tekrar tekrar vurgulanan bu içeriksel kodlarla pekiştirilir.

³⁴⁸ Robert Entman, “Framing U.S. Coverage of International News: Contrasts in Narratives of the KAL and Iran Air Incidents”, **Journal of Communication** 41 (41, Autumn. 0021-9916/91), 1991, s.7

³⁴⁹ Zhongdang Pan, Gerald M. Kosicki, “Framing Analysis: An Approach to News Discourse”, **Political Communication**, Volume 10, 1993, s.57

³⁵⁰ Robert Entman, “Framing U.S. Coverage of International News: Contrasts in Narratives of the KAL and Iran Air Incidents”, **Journal of Communication** 41 (41, Autumn. 0021-9916/91), 1991, s.7

³⁵¹ Robert Entman, “Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm”, **Journal of Communication**, Number:43, (4), 1993. S.52

³⁵² Robert Entman, “Framing U.S. Coverage of International News: Contrasts in Narratives of the KAL and Iran Air Incidents”, **Journal of Communication** 41 (41, Autumn. 0021-9916/91), 1991, s.7

Haber çerçevelmelerinin içeriksel boyutunda gerçekliğin seçilen yönleri, belirginleştirilmek amacıyla çoğu zaman tanımlanarak nedensel açıklamalar yapılır, ahlaki yargılarda bulunarak, konuya ilişkin öneriler ortaya koyulur.³⁵³ Olayın belirli yönlerinin ön plana çıkarılması noktasında hangi yönünün ön plana çıkarıldığı önem taşımaktadır. Çünkü ön plana çıkarılan kısım bütünü temsil ederek, olayın bütününe karşı oluşacak algı da o ön plana çıkarılan kısmının sunduklarıyla şekillenmektedir. İzleyici kendisine aktarılan boyutu referans alarak o olayın gerçekliğine ilişkin bir takım düşünceler geliştirerek bir yargıda bulunur. Haberin söyleminin şekillendiği içeriksel çerçeveleme boyutunda yayın kuruluşunun politikaları belirleyici olmaktadır. Bu anlamda medya metinleri özelinde haber metinlerinde yer alan içerikler, olayın gerçekliğinin kendisi değil, gerçeği medyanın çerçeveleme süreçlerinde gerçekleştirdiği kurgusal bir temsildir.³⁵⁴ İçeriksel çerçeveleme söylem ve ideolojik çözümlemelerin yapılmasında işlevseldir.

2.3.2.3. Görüntü Çerçevelemesi

Çerçeveleme süreci kapsamlı ve bütün boyutlarıyla bütünsel bir süreci ifade etmektedir. Çerçevelemenin her üç aşaması da birbiriyle bağlantılı ve birbirinin tamamlayıcısı olarak düşünülmelidir. Bu üç boyut çerçevelemenin yapılacağı kitle iletişim araçlarının özelliklerine göre bazı farklılıklar göstermekle birlikte, özünde hem yapılandırılma süreci hem de kullanım amacı açısından aynıdır.

Haber, televizyon kanallarının en önemli malzemelerinden birini oluşturmaktadır. İnsanlarda haberin tarafsız, objektif ve gerçeği yansıttığına dair bir izlenim oluşturulmuş ve özellikle televizyon haberlerinde hareketli görüntünün gücünden yararlanılarak izleyiciye meydana gelen olayların anında, canlı yayın bağlantılarıyla aktarılması, izleyicinin yaşanan olayların içindeymiş gibi hissetmesi ve olaya dâhil olması bu kanıyı pekiştirmiştir. Televizyon haberlerinde kullanılan görüntüler bu anlamda haberlerin düşünsel boyutunu ortadan kaldırarak ve izleyicinin duygularını

³⁵³ Robert Entman, "Framing, Toward Clarification of a Fractured paradigm", **Journal of Communication** 43 (4), 1993, s.51

³⁵⁴ Ayşe İnal, "Haber Üretim Sürecine İki Farklı Yaklaşım", **A.Ü. İletişim Fakültesi Yıllık 1993**, Ankara, A.Ü İletişim Fakültesi Yayınları, 1994, s.158

harekete geçirerek kendisini yaşanan olayın içindeymiş gibi hissetmesine yol açar. Bu durum izleyiciyi haberin *görgü tanığı* (eyewitness to history) konumuna getirir.³⁵⁵

Haberde görsel malzeme kullanımı, izleyicinin olayın gerçekliğine ikna edilmesi açısından önemli bir işleve sahiptir. Çünkü görüntü gerçekliğin bir yansıması olarak görüldüğü için televizyon haberlerinde olaylarla ilişkilendirilen görüntüler, aktif bir rol üstlenerek, izleyiciyi haberde yer alan olayın gerçek ve doğru olduğu konusunda ikna etme aracıdır.

Televizyon görsel-işitsel bir araç olduğu ve hareketli görüntülerden meydana geldiği için görüntü çerçevelemesi televizyon haberlerinde çerçevelemenin önemli boyutlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Görüntü çerçevelemesinde kamera açısı ve ölçekleri, perspektif, kameranın nerede durduğu ve aynı zamanda olaya nereden baktığı, olayın hangi boyutunu gösterdiği önemlidir. Görüntünün oluşturulmasında kullanılan bütün teknikler görsel mesajın biçimlenmesi ve çerçevelenmesinde belirleyici olmaktadır.

Görüntü haberin doğruluğunu ispatlayan en güçlü unsur olarak görülmektedir. Görüntünün tarihine bakıldığında, insanoğlu görüntüyü her zaman gerçeğin sağlam bir delili olarak kabul etmiş, günümüzde teknolojik gelişmelerle her türlü görüntünün yeniden yaratımının mümkün olduğu bilgisi dahi bu kanının ortadan kalkmasını mümkün kılamamıştır. John Berger *Görme Duyusu* adlı çalışmasında bu konuyu güzel bir şekilde ifade etmiştir.

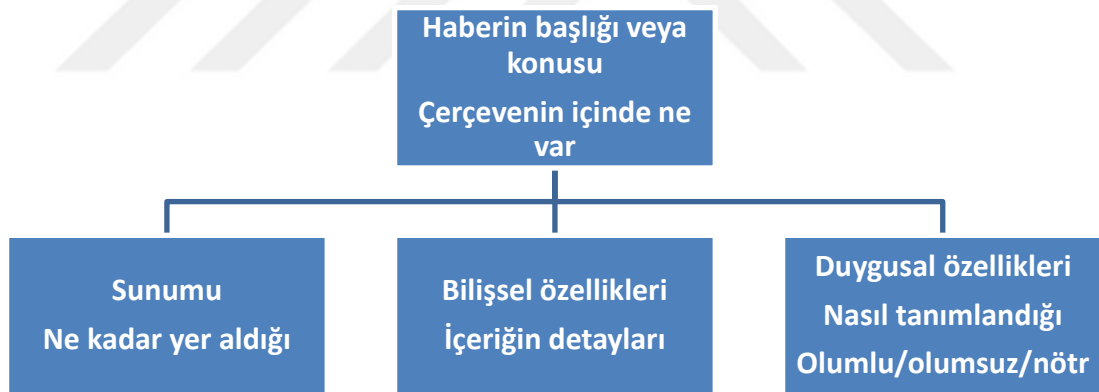
*“Görünür olan her zaman için dünya hakkındaki başlıca bilgi kaynağımızdı ve halen de öyledir. Görünür olan aracılığıyla kendimizi yönlendiririz. Diğer duyularımızdan gelen algıları bile görsel terimlere tahvil ederiz. (Vertigo patolojik bir örnektir: Kulaktan başlayarak bunu görsel, uzamsal bir karışıklık gibi yaşarız.) Görünür olan sayesinde, uzamı fiziksel varlığın önkoşulu olarak tanırız. Görünür olan dünyayı bize getirir. Ama aynı zamanda bizi aralıksız biçimde, içinde kaybolma riskine girdiğimiz bir dünyayı hatırlatır. Görünür olan, uzamıyla, dünyayı bizden uzaklaştırır da. Hiçbir şey daha iki yönlü değildir.”*³⁵⁶

Her ne kadar görüntü gerçekliğin kanıtı olarak algılansa da gerçekte bu durum daha farklıdır. Çünkü televizyon insanlara olayları belirli çerçevelerle sunmaktadır. Çerçeve içerisine dâhil edilen görüntüler gerçekliği bu sınırların içerisine hapseder. Çerçevelenen görüntü çerçeveyi kuran kişi veya kurumun neyin önemli olduğunu

³⁵⁵ Seyide Parsa, **Televizyon Haberciliği ve Kuramları**, İzmir, Ege Üniversitesi Yayınları, 1993, s.43

³⁵⁶ John Berger, **Görme Duyusu**, Çev: Osman Akınbay, İstanbul, Agora Kitaplığı, 2014, s.227

belirlediği ve aynı zamanda neyi önemsiz veya gereksiz görerek dışarıda bıraktığı, yaptığı seçimler doğrultusunda inşa ettiği gerçekliğin görüntülerine dönüşmektedir. Görüntüler çerçevelemenin amacına uygun olarak kullanılarak, iletilen mesajın izleyici üzerinde istenen etkiyi yaratmasında televizyon haberciliği açısından en işlevsel malzemelerden biri olarak değerlendirilebilir. Ekran çerçevesi içerisine belirli bir bakış açısı ve düzenle yerleştirilen bütün unsurlar, görüntü çerçevelemesinin içerisinde değerlendirilmelidir. Haber metin çözümlemeleri ile ilgili çerçeveleme çalışmaları incelendiğinde araştırmacıların yazılı basın ağırlıklı çalıştıkları ve çalışmalarında farklı yöntem ve tekniklerin kullanıldığı görülmektedir. Görüntü çerçevelemesi bağlamında Salma Ghanem ve James W. Tankard'ın çözümlemeye dair saptamalarına yer vermek gerekir. Ghanem, medya metinlerinde çerçevelerin 4 temel boyutta ayrılabilceğini ifade eder ve bunları; haber metninin başlığı/konusu, sunum şekli, bilişsel özellikleri ve duygusal özellikleri olarak ayırmaktadır. Bu boyutlar Şekil 4'deki gibidir.³⁵⁷



Şekil 3: Salma Ghanem'in Çerçevenin 4 Temel Boyutu'ndan uyarlanmıştır.

James W. Tankard ise, çerçeveleme ölçütlerini detaylandırarak çerçeveleme çözümlemesinde kullanılacak odak noktalarını 11 maddede toplamıştır. Bu ölçütleri; başlıklar, alt başlıklar, fotoğraflar veya görüntüler, fotoğraf altı yazılar, manşet veya manşet üstü başlıklar, kaynak seçimi veya bağlantılar, alıntılarının seçimi, tanıtımlar,

³⁵⁷ Salma Ghanem, "Filling in the Tapestry: The Second Level of Agenda Setting", içinde, **Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda- Setting Theory**, Ed. Maxwell E. McCombs, Donald L. Shaw, David H. Weaver, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1997, s.10

kullanılan logo veya grafikler, istatistikler ve şemalar, bitiş cümleleri, son sözler veya makale paragrafları şeklinde belirlemiştir.³⁵⁸ Televizyon haberciliğinde görüntünün çerçevelenmesi aşamasında da özellikle Tankard'ın belirlediği ölçütlerin büyük çoğunluğu kullanılarak görüntü daha da çarpıcı hale getirilmektedir.

2.3.3. Görüntü Çerçevelemesinin Unsurları

Televizyon ekranı düşünce ve yaşantıların üzerinde görsel olarak şekillendiği, boş bir yüzeydir. Bu yüzeyin şekillendirilmesi ve anlatıma uygun koşulların yaratılması için hem teknik hem de estetik kuralların göz önünde bulundurulması gerekir.³⁵⁹ İletilecek içeriğe uygun görüntü seçimi bir takım dinamiklerin bir arada olmasını gerektirir. Çerçevenin içerisinde yer alan ve çerçevelenen görüntünün düzenlenmesi ekranın teknolojik olarak verdikleriyle sınırlıdır. Belirli bir çerçeveleme oranı vardır. *Aspect Ratio* olarak ifade edilen bu oran yatay ve dikey düzlemde 3:4 tür.³⁶⁰ Televizyon program yapımcıları görüntü düzenlemesi yaparken bu fiziksel sınırlar içerisinde hareket etmek zorundadır.

Görüntü düzenlemesinin en temel iki işlevi izleyicinin dikkatini ilgi merkezine çekmek ve izleyicinin duygularına seslenerek onu etkilemektir. Yönetmen yapacağı görüntü düzenlemesiyle izleyicinin dikkatini çekmek durumundadır. Bu nedenle yönetmenin görüntü çerçevesi içerisinde yer alacak nesne ve kişileri ileteceği mesaja uygun bir şekilde ve izleyicinin dikkatini çekmek istediği doğrultuda sıralamalıdır. Televizyon görüntüleri de durağan resimler gibi klasik resim anlayışının estetik kurallarına uymak durumundadır. Bunun dışında televizyonun kendine ait bazı genel kuralları vardır.³⁶¹ Televizyon çerçevesi iki boyutlu, ekranı genişlik ve yüksekliği olan uzamsal bir alandır. Ekranın boyutları, ölçüsü ve temel ekran kuvvetleri yapısal faktörleri oluşturmaktadır.³⁶² Ekran iki boyutlu olduğu için üçüncü boyut duygusu çerçeve içerisindeki objelerin özel düzenlenmesi ve teknolojik olanakların kullanılmasıyla elde edilmektedir. Burada kullanılan kamera kullanımı, ışıklandırma,

³⁵⁸ James W. Tankard, "The Empirical Approach to the Study of Media Framing", (Ed. Stephen D. Reese, Oscar H Gandy & August E. Grant), **Framing Public Life**, Lawrence Erlbaum Mahwah Associates Inc., New Jersey, 2001, s.100

³⁵⁹ Levend Kılıç, **Görüntü Estetiği**, İstanbul, İnkılap Yayınları, 2003, s.39

³⁶⁰ Levend Kılıç, **Görüntü Estetiği**, İstanbul, İnkılap Yayınları, 2003, s.40

³⁶¹ Güner Sarioğlu, **Televizyonda Yapım ve Yönetim**, Ankara Başnur Matbaası, , 1967, s.105

³⁶² Seyide Parsa, **Televizyon Estetiği**, İzmir, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 1994, s.22

oluşturulan kompozisyon bu etkinin yaratılmasını sağlar. Üç boyutlu bir etki yaramak için görüntünün ön, orta ve arka plan olarak bölünerek düzenlenmesi gerekir.³⁶³ Kadrajın içinin düzenlenmesi için öncelikle çerçeveye uygun bir kompozisyonun oluşturulması gerekir.

2.3.3.1. Kadraj

Kadraj Fransızca kökenli bir kelimedir. Fransızca da ‘*cadre*’ kökünden türetilmiş ‘*cadrage*’ kelimesinin Türkçe karşılığıdır.³⁶⁴ Kadraj, sinema ve fotoğrafçılıkta görüntüyü çerçeve içine alma³⁶⁵ anlamına gelmektedir. Kadraj (çerçeveleme), fotoğraf makinasının vizöründe görünen görüntü yani, fotoğraf karesinin içerisine dâhil edilen her şeyi³⁶⁶ tarif etmektedir. İletişim sözlüğünde ise, gündelik yaşamda toplumsal durumları kavramak ve bunlara gerekli karşılıkları vermek amacıyla gerçekliğin çerçeve içerisine alındığını öne süren bir kavram olarak tanımlanmaktadır.³⁶⁷ Türkçe’de çerçeveleme ve kadraj, İngilizce’de framing, Fransızca’da *cadrage* olarak geçen kavram anlam olarak benzer karşılıklar içermektedir. Çizilen sınırı yani çerçevenin içerisinde kalan her şeyi ifade etmek için kullanılmaktadır.

2.3.3.2. Kompozisyon

Kompozisyon en basit ifadeyle yönetmenin bir şeyi, bir olayı göstermek istediği şekle uygun düzenlemesi işidir. Türk Dil Kurumu sözlüğünde “düzeltileme, düzelti, inceden inceye düzenlenmiş sahne”³⁶⁸ olarak ifade edilmektedir. Televizyonda kompozisyon ekranın içerisine dahil edilecek görüntülerin teknik ve içerik olarak düzenlenmesini ifade eder. Görüntüyü çerçeveleyen kenarları vardır. Bu çerçeve içerisindeki bütün öğelerin düzenlenmesi anlamına gelmektedir.

“düzenleme (ya da kompozisyon) basit bir soruyla başlar: Verili bir formatta resmi en iyi nasıl yerleştirmek gerekir? Şöyle ve şöyle. Düzenlemenin yasaları çağdan çağa değişmekle birlikte, düzenleme

³⁶³ Güner Sarioğlu, *Televizyonda Yapım ve Yönetim*, Ankara, Başnur Matbaası, 1967, s.106

³⁶⁴ Cambridgedictionary İngilizce-Fransızca Sözlük, “Frame”, dictionarycambridge.org, 30 Ocak 2015

³⁶⁵ TDK, “Kadraj”, www.tdk.gov.tr, 23 Aralık 2015

³⁶⁶ “Kadraj”, www.turkcebilgi.com, 30 Ocak 2015

³⁶⁷ Erol Mutlu, *İletişim Sözlüğü*, Ankara, Sofos, 2012, s.65

³⁶⁸ TDK, “Kompozisyon”, www.tdk.gov.tr, 23 Haziran 2017

*eylemi her zaman için formları kapalı, ayrı bir uzamın içine yerleştirmek demektir. Düzenlemek, bir iç'i düzenlemektir.*³⁶⁹

Kompozisyon, sanatın doğasının vazgeçilmez bir unsurudur. Bütün sanat alanlarında kullanılır. Sanatsal parçaların bir araya getirilerek düzenlenmesidir. Bütün sanat formlarına uygulanır. Müzik, dans, resim tablosu, sayfadaki kelimeler, filmin çerçevesi içerisindeki öğeler,³⁷⁰ televizyon ekranının düzenlenmesi, bütün bunlarda bir düzenleme vardır.

Etrafımıza baktığımız zaman, görüş alanımıza dâhil olan her şey bir bütün olarak görülür. Bunlar içerisinde bir seçme eleme yapma şansımız yoktur. Oysa televizyon ve sinema yapımlarında yönetmen görüntü çerçevesine alacağı her şeye müdahale etme şansına sahiptir. Kameraman çerçeve içerisine dâhil edilecek tüm objeleri belirli bir önem sırasına göre düzenlemekle sorumludur. Görüntü çerçevesi içerisinde yer alan obje ve kişilerin, konunun özüne uygun bir şekilde düzenlenmesi kompozisyonu oluşturur. Sahne içerisindeki kompozisyonu oluşturmak kameramanın görevidir. Işıklandırma, kamera hareketleri, kamera açılarının seçimi, görüntüde yer alacak objelerin konumlandırılmasına karar veren kişidir.³⁷¹

Kompozisyon oluşturulurken öncelikle bir planlama yapılmalı, plan doğrultusunda sahne uygun hale getirilmeli ve görüntüde yer alacak objeler amaca uygun bir şekilde konumlandırılmalı ve uygun tekniklerle kompozisyon oluşturulmalıdır. Kompozisyon seçilirken çerçeveye dâhil edilecek ve dışarıda bırakılacak unsurlar belirlenir. Kameranın konumu belirlendikten sonra kompozisyona uygun çekim açıları belirlenir. Olayın görüntüye aktarılma şekli, çerçevenin içerisinde nereye konumlandırılacağı, bakışı, yakın çekimde mi yoksa daha uzaktan mı gösterilecek, bunların hepsi önemlidir. Çünkü her seçim ve düzenleme izleyici üzerinde farklı bir etki yaratacaktır.³⁷²

³⁶⁹ John Berger, **Görme Duyusu**, Çev: Osman Akinbay, İstanbul, Agora Kitaplığı, 2014, s.22

³⁷⁰ Roy Thompson, Christopher J. Bowen, **Grammar of the Edit**, Focal Press is an imprint of Elsevier, Oxford, 2009, s.23

³⁷¹ Joseph V. Mascelli, **Sinemanın 5 Temel Öğesi**, Çev: Hakan Gür, Ankara, İmge Yayınevi, 2007, s.208

³⁷² Roy Thompson, Christopher J. Bowen, **Grammar of the Edit**, Focal Press is an imprint of Elsevier, Oxford, 2009, s.

İşte bu yüzden kompozisyon görüntü düzenlemesinde çok önemlidir. Gösterilen görüntülerin arkasındaki iletiler, mesajın içeriği kompozisyonla oluşturulur. Zaten kompozisyonun amacı izleyicinin dikkatini ilgi merkezine çekmek ve izleyicinin duygularına seslenerek onu etkilemektir. Bu nedenle kameraman kompozisyonu kurarken “bu konu üzerinde öykünün anlatımına yardımcı olacak neler yapabilirim” sorusunu göz önünde bulundurarak hareket eder. Amaç doğrultusunda uygun seçimlerde bulunur.

İzleyici hangi duyguya yöneltilmeye çalışılmakta; üzüntü mü, heyecan mı? Öykünün amacı her ne ise sahne ona uygun bir görüntü sağlayacak biçimde düzenlenir ve izleyiciler üzerinde istenilen psikolojik etkiyi yaratacak şekilde oluşturulur.³⁷³

Birçok insan görüntü oluşturma sürecinde kameranın tek başına etkili ve sorumlu olduğunu, görüntünün sadece kameranın görüneni kayda aktarmakla ortaya çıktığını düşünmektedir. Bu genel itibarıyla yanlış bir düşüncedir. Özellikle televizyon yapımları bir programlama işi olduğu için görüntü kameraya kaydedilip post prodüksiyon sürecinden geçtikten sonra izleyiciyle buluşana kadar, konunun belirlenmesi, ilgili boyutlarının ön plana çıkarılmasıyla içeriğin oluşturulması, görüntü düzenlemesi ve görüntülerin kayda alınması, daha sonra kurgu aşaması ve izleyiciye ulaştırılması büyük bir bileşimin sonucudur. Kurumun yayın politikasına uygun programlarla izleyicinin dikkatini çekme ve izleyicinin üzerinde istenilen etkiyi oluşturma sürecinin araçları olan programlar bu anlamda kurumun bütün çalışanlarının bir şekilde amaca hizmet ettiği bir sürecin sonucunda ortaya çıkmaktadır.

Bir televizyon yapımında izleyiciyi amaçlanan yönde etkilemenin birçok yolu vardır. Kompozisyonda görsel etkiyi arttırmak için bazı yöntemlerden yararlanılmaktadır. Bunları; çizgiler, renkler, denge, birlik, ölçü, kütle, üçgen konumlandırma, hareket, ton, derinlik, sadelik, aydınlatma, gölgeler ve yansımalar olarak sıralamak mümkündür. Kompozisyonu oluşturan öğeler hemen hemen her izleyicide aynı duygu ve tepkileri uyandıracak evrensel bir dili oluşturur. Uygun bir şekilde kullanıldıkları zaman istenilen ruh hali ve atmosferi yansıtabilecek ve izleyici üzerinde istenen etki yaratılabilecektir.

³⁷³ Joseph V. Mascelli, **Sinemanın 5 Temel Öğesi**, Çev: Hakan Gür, Ankara, İmge Yayınevi, 2007, s.209

Çizgiler/ Çizgisellik

Bir görüntünün içerisinde bahsedilen çizgilerle anlatılmak istenen şey, bir sahnenin içerisindeki nesne ve kişilerin görüntü çerçevesi içerisindeki hareketinin doğrultusudur.³⁷⁴ Dış dünyadaki tüm nesneler ve insanlar düz, kavisli, dikey, yatay, köşegen veya bunların herhangi bir formundan oluşan dış hat çizgileri ile ifade edilebilir.

Çizgiler insan üzerinde fiziksel yapılarından ötürü bazı anlam ve duyguları çağırır. Bu durum geometrik şekillerin dış dünya ile ilgili çağrışımlarda bulunması ile ilgilidir.

Çizgisellik atmosferin gerçek duygusunu ekrana taşıyabilir. Yönetmen çizgilerin anlamına uygun bir kompozisyon oluşturduğu zaman izleyicinin bakışlarını ilgi merkezine yönlendirerek mesajın etkili bir biçimde izleyiciye aktarılmasını sağlar.³⁷⁵

Her çizginin insanda çağrıştırdığı anlam farklıdır. Düz/yatay çizgiler; genelde sükunet, huzur, sakinlik, erkeklik, yumuşak kavisli çizgiler; dişilik, keskin kavisli çizgiler; devinim ve canlılık, diagonal çizgiler; dinamizm ve hareket duygusu, asimetrik çizgiler; dengesizlik, daralma, sıkıntı,³⁷⁶ uzun yatay çizgiler; sakinlik ve huzur, dikey çizgiler; güç, onur, haysiyet, yakınsama çizgileri; derinlik³⁷⁷ gibi anlamlar çağrıştırmaktadır. Yatay veya dikey olarak görüntü çerçevesi içerisinde belirlenen çizgisellik düzgünlük, eğer yatay veya dikey çizgiler kasıtlı olarak bir görüntü içerisinde baskın bir şekilde yer alırsa uzlaşmazlık, ruhsuzluk ve kısıpıcı bir durumun yaratılmasında kullanılabilir.³⁷⁸

Çizgilerin izleyici üzerinde yarattığı etkileri birçok örnekle somutlamak mümkündür. Örneğin sakin ve güneşli bir günde doğada düz çizgiler durağanlık etkisi uyandırırken, rüzgârın çıkmasıyla ağaçların ve tellerin kırık ve çarpık çizgilere dönüşmesiyle dinginlik duygusu yok olur. Farklı çizgilerin bir arada bulunması ve bileşimleri

³⁷⁴ Nadi Kafalı, **Televizyonda Kameramanlık**, Ankara, Ümit Yayıncılık, 2000, s.108

³⁷⁵ Gerald Millerson, Jim Owens, Asbury College, **Video Production Handbook**, Focal Press is an imprint of Elsevier, Oxford, 2008, s.152

³⁷⁶ Joseph V. Mascelli, **Sinemanın 5 Temel Öğesi**, Çev: Hakan Gür, Ankara, İmge Yayınevi, 2007, s.211

³⁷⁷ Gerald Millerson, Jim Owens, Asbury College, **Video Production Handbook**, Focal Press is an imprint of Elsevier, Oxford, 2008, s.152

³⁷⁸ Nadi Kafalı, **Televizyonda Kameramanlık**, Ankara, Ümit Yayıncılık, 2000, s.108

birbirini etkileyerek farklı anlamlarda meydana getirebilir.³⁷⁹ Çizgiler görüntüde dramatik ve psikolojik bağlamda anlam yaratımında önemli bir etkiye sahiptir.

Hareket

Ekranda hareket eden bir nesne durağan bir nesneye oranla daha dikkat çekicidir. Hareketin oluşması iki şekilde olabilir. Ya kamera hareketi (pan, tilt, dolly, truck, crane, zoom-in, zoom-out) ve açılarıyla ya da kamera önündeki objelerin hareketiyle gerçekleşebilir. Yani birinci hareket kameraya ikinci hareket olaya aittir.³⁸⁰ Her hareketin bir yönü, hızı ve zamanı vardır. Bu özelliklere göre görüntüdeki hareket veya hareketsizlik farklı psikolojik ve dramatik etkiler yaratabilir. Şiddet, kaos, telaş, heyecan, sıkıntı, hüzn, ciddiyet oluşabilecek etkilerden bazılarıdır. Hareket çoğunlukla konuşma çizgisine paralel gelişir.³⁸¹

Görüntüde anlam yaratmaya yönelik bilinçli hareketler, görüntünün dengeli ve akıcı bir şekilde olmasına katkı sunar. Ekranda görünen her hareketin bilinçli veya bilinçsiz kullanımı izleyici üzerinde farklı etkilere yol açmaktadır. Televizyon yapımcıları genellikle konuyu etkili bir şekilde aktarmak için kamera ve objelerle uygun devinimi yaratarak izleyiciyi etkileme yoluna gider.

Ton

Görüntü çerçevesi içerisine dahil edilen konunun renk değerlerinin açık ve koyuluğunu ifade eder. Görüntünün atmosferinin oluşturulması ve yansıtılmasında ton etkili bir unsurdur. Görüntüde tonların düzenlenmesi görüntü düzenleme sanatının önemli bir parçasını oluşturmaktadır.³⁸²

Konu içerisinde kullanılan renklerin psikolojik etkileri ve konunun dramatik etkisi tonlamaya göre farklı anlamlar yaratır. Rengin tonunun açıklığı, koyuluğu ve oluşturulan kontrasta göre ağırlık ve denge merkezi değişir. Tonal dağılım gri skala aracılığıyla düzenlenir. Konuda oluşturulan tonlama olumlu ve olumsuz duyguları

³⁷⁹ Joseph V. Mascelli, **Sinemanın 5 Temel Ögesi**, Çev: Hakan Gür, Ankara, İmge Yayınevi, 2007, s.212

³⁸⁰ Seyide Parsa, **Televizyon Estetiği**, İzmir, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 1994, s.66-67

³⁸¹ Neşe Kars, **Televizyon Programı Yapılım Herkes İzlesin**, İstanbul, Derin Yayınları, 2012, s.127

³⁸² Nadi Kafalı, **Televizyonda Kameramanlık**, Ankara, Ümit Yayıncılık, 2000, s.113

çağrıştırabilir. Bu açıdan renk tonları anlama ve konunun özelliğine uygun bir biçimde kullanılmalıdır.

Perspektif

Perspektif, “teknik olarak üç boyutlu bir uzayın bir düzlem üzerine merkezi yansımasıdır.”³⁸³ İki boyutlu bir yüzey olan ekranda üç boyutlu bir etki yaratmak için objeler ve mekân görünümü belirli tekniklerle görüntüye aktarılır. Perspektif konunun gerçeğe uygun gösterilmesi ve derinlik yaratma açısından önem taşımaktadır.

Denge

Kompozisyonda olması gereken temel unsurlardan biridir. Değişmezliği, kalıcılığı,³⁸⁴ bir eşitlik durumunu ifade eder. Görüntü çerçevesinde denge çerçeve içerisine dahil edilen unsurların ekrana uygun bir şekilde yerleştirilmesi ile oluşturulur. Görüntüde denge, çerçevenin içinde yer alan bir nesnenin boyutu, rengi, çerçeve içerisindeki konumu, nesnelerin birbiri ile ilişkisinden etkilenmektedir.³⁸⁵ Bazen ilgiyi çekmek için bilinçli bir şekilde görüntüde dengesizlik oluşturulabilir. Ancak bu çok tercih edilen bir yöntem değildir.

Üçgen konumlandırma

Televizyon ekranında yer alan obje ve kişilerin ekranda dengeli bir şekilde üçgen açısını oluşturacak şekilde konumlandırılmasıdır. En iyi görüntü düzenleme yöntemlerinden biri olarak kabul edilir.³⁸⁶ İlgi merkezine bakışı çekmek ve ekranda dengenin kurulması açısından önemlidir.

³⁸³ Marshall McLuhan, **Gutenberg Galaksisi Tipografik İnsanın Oluşumu**, Çev: Gül Çağalı Güven, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2001, s.160

³⁸⁴ Nadi Kafalı, **Televizyonda Kameramanlık**, Ankara, Ümit Yayıncılık, 2000, s.122

³⁸⁵ Joseph V. Mascelli, **Sinemanın 5 Temel Öğesi**, Çev: Hakan Gür, Ankara, İmge Yayınevi, 2007, s.218-219

³⁸⁶ Nadi Kafalı, **Televizyonda Kameramanlık**, Ankara, Ümit Yayıncılık, 2000, s.107

Kütle

Bir obje, kişi, alan ya da bunlardan herhangi biri veya hepsinin oluşturduğu görüntüsel ağırlık olarak ifade edilebilir. Çerçeve içerisine dâhil edilen kütleler dikkati büyük görüntüsel ağırlıkları ile üzerlerine çeker ve canlı tutarlar.³⁸⁷

Ekran çerçevesinin köşeleri kadrajın içerisindeki objeler üzerinde güçlü bir çekim etkisi meydana getirir. Görüntü çerçevesinin kenarları kendilerine yakın nesneler için güçlü bir çekim etkisi yaratır. Ekrandaki kütlelerin boyutu büyüdükçe çekim gücü artar.³⁸⁸ Ekran düzenlemesi yapılırken kütlenin uygun konumlandırılması önemlidir.

Ölçü

Çerçeve içerisinde görüntülenecek nesnenin gerçek boyutunu ön plana çıkarma gereği duyulduğu zaman o nesnenin gerçek ölçüsü herkes tarafından bilinen başka bir nesne ile bir arada verilerek ölçünün boyutu ile ilgili bir izlenim oluşturulur.

Birlik

Çerçeve içerisinde yer alan objeler ve insanlar arasında dengenin sağlanması ve arka arkaya gelecek görüntülerin arasında dengeli ve uyumlu bir ritim olması gerekir. Birlik tüm görüntü düzenleme işini kapsar. Tüm görüntü bir bütün olarak düzenlenir. Böylece parçalara ayrılmış görüntünün tüm parçaları ilgi, dikkat, stil ve bir ruh haliyle ilişkilendirilmiş olur.³⁸⁹ Birlik kompozisyonun bütün unsurlarının amaca uygun bir biçimde oluşturulmasıdır.

Renkler

Görsel yaşantının temel taşlarından biri renktir. Teknik olarak insan gözünün görebildiği ışık tayfının belirli elektromanyetik dalga boyu yani ışık olarak tanımlanır. Görüntünün estetize edilmesi ve ifadelerin zenginleştirilmesinde³⁹⁰ en az bir kamera

³⁸⁷ Joseph V. Mascelli, **Sinemanın 5 Temel Ögesi**, Çev: Hakan Gür, Ankara, İmge Yayınevi, 2007, s.214

³⁸⁸ Seyide Parsa, **Televizyon Estetiği**, İzmir, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 1994, s.27-28

³⁸⁹ Nadi Kafalı, **Televizyonda Kameramanlık**, Ankara, Ümit Yayıncılık, 2000, s.127

³⁹⁰ Levend Kılıç, **Görüntü Estetiği**, İstanbul, İnkılap Yayınları, 2003, s.25

hareketi kadar etkileyici bir şekilde izleyicinin dikkatini ilgi merkezine çekmek ve izleyiciyi yönlendirmek için kullanılabilir.

Renk kuramına göre sıcak ve soğuk renklerin farklı etkileri vardır. Sıcak renkler objeleri olduğundan daha büyük, ağır ve yakın gösterirken soğuk renkler ise daha küçük, uzak, aydınlık ve daha kısa süreli görünür.³⁹¹ Bir film veya yapımda rengi bir durum veya karakterle ilişkilendirerek izleyicinin ilgisini o noktaya çekmek mümkündür.³⁹²

Televizyon yapımları ve filmlerde anlam yaratmak ve izleyiciyi etkilemek için renk efektleri, ışıkları veya filtreler kullanılmaktadır. Ekran görüntüsündeki renk tonları izleyiciyi duygusal açıdan önemli bir şekilde etkiler. Çünkü renk ve duygu arasında ayrılmaz bir ilişki vardır. Bu nedenle görüntü oluşturulurken renk göz önünde bulundurulur.³⁹³

Aynı sahne veya kişi çekim kompozisyonu, çerçeveleme, kamera hareketleri, açıları, görüntüdeki renk ve tonunun değişimine bağlı olarak çok farklı etki yaratabilir.³⁹⁴ Renklerin birçok psikolojik etkisi vardır. Psikolojik etkileri büyük oranda kültüre göre belirlenen nitelikler olmakla birlikte yine de insanlar üzerinde bazı ortak etkileri bulunmaktadır.

Siyah; keder, ölüm, matem, hırs, güç, *beyaz*; saflık, doğruluk, güven, tarafsızlık, soğuk, *turuncu*; canlılık, içtenlik, mutluluk, *pembe*; sıcaklık, sevecenlik, rahatlık, *mavi*; düzen, huzur, sadakat, *mor*; özgüven, bütünlük, otorite, *açık kahverengi*; sınırlama, kararlılık, dayanıklılık, kuvvet, *koyu kahverengi*; eleştiri, huysuzluk, şüphe, kararsızlık³⁹⁵ gibi anlamları çağrıştıırken, *Kırmızı*; tutku, cesaret, hareket, enerji, heyecan, ihtiras, kuvvet, *kızıl*; heyecan, öfke, güç, *sarı*; neşe, güneş ışığı, parlaklık, hareket, geçicilik, ölüm, ihanet, *yeşil*; huzur, güven, dinginlik, denge, uyum³⁹⁶ gibi

³⁹¹ Seyide Parsa, **Televizyon Estetiği**, İzmir, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 1994, s.21

³⁹² Christopher Kenworthy, **Profesyonel Çekimler/Cilt 1**, Çev: Gökhan Rızaoğlu, İstanbul, Seçil Ofset, 2015, s.150

³⁹³ Gerald Millerson, Jim Owens, **Television Production**, Oxford, Focal Press is an imprint of Elsevier, 2009, s.120

³⁹⁴ Seyide Parsa, **Televizyon Estetiği**, İzmir, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 1994, s.21

³⁹⁵ Neşe Kars, **Televizyon Programı Yapalım Herkes İzlesin**, İstanbul, Derin Yayınları, 2012, s.136-141

³⁹⁶ Gerald Millerson, Jim Owens, **Television Production**, Oxford, Focal Press is an imprint of Elsevier, 2009, s.170-171

anlamları çağrıştırmaktadır. Renklerin çağrıştırdığı anlamlar izleyici üzerinde benzer psikolojik etkiler yaratacağı için amaca uygun renk seçimi önemlidir.

2.3.3.3. Kamera

Kamera en temel tanımıyla ışığı alan ve kontrol eden objektifle ışığı kaydeden film için ise mekanik ortam sağlayan³⁹⁷ görüntü ve sesi kaydeden³⁹⁸ ve yüzeye aktarmaya yarayan aygıttır. Televizyonun en temel öğelerinden biri olan görüntünün elde edilmesi için ilk aşama kamera ile çekimin gerçekleştirilmesidir. Televizyon görüntülerinin elde edilmesi için kamera temel araçtır.

Kameranın kullanım teknikleri elde edilecek görüntünün anlamının oluşturulmasında son derece etkilidir. Çünkü bütün televizyon programları olay, durum ve fikirleri öyküler aracılığıyla oluşturur. Her program kendi içerisinde giriş gelişme ve sonucun olduğu bir öykü içerir. Öyküler söz konusu olduğu zaman imgeler sadece görselleştirme aracı olmaktan çıkar, yaratım ve ifade etme araçlarına³⁹⁹ dönüşürler. Bu anlamda programların görselleştirme aracı olarak kullandığı görüntü sadece görüntü olmaktan ziyade insanların yönlendirilmesi, izleyicide duygu uyandırması, izleyicinin harekete geçirilmesi, konuya dair bir bakış açısının kazandırılması ve izleyicinin istenilen şekilde etkilenmesini sağlayan ifade araçlarına dönüşür.

Görüntü kullanımı ile istenen etkinin oluşturulabilmesi ise kameranin doğru bir şekilde kullanımıyla mümkündür. Bu nedenle kameranin nerede durduğu, nasıl baktığı ve neyi hangi açı ile gösterdiği önem taşımaktadır. Bu anlamda televizyon programı yapılırken programın yapımcısı veya teknik yönetmeni kameranin nasıl kullanılacağını ve içeriğin izleyiciye nasıl gösterilmesi gerektiğini belirler. Kameranin konuya karşı mesafesi, kullanılan açı ve ölçekler görüntüdeki anlamı oluşturmaktadır. İzleyiciyi duygusal anlamda yönlendirme, o konuyla ilgili fikir verme ve anlam oluşturma noktasında kamera hareketleri açı ve ölçekler belirleyici olmaktadır. Kısaca kamera kullanımı görüntüler aracılığıyla anlam yaratma ve yaratılan anlamlar aracılığıyla izleyici üzerinde istenen etkinin oluşturulmasında belirleyici olmaktadır. Ünlü

³⁹⁷ James Monaco, **Bir Film Nasıl Okunur**, Çev: Ertan Yılmaz, İstanbul, Oğlak Yayıncılık, 2001, s.86

³⁹⁸ Jeremy Orlebar, **Digital Television Production A Handbook**, Co-published in the United States of America by Oxford University Press Inc., New York, 2002, s.140

³⁹⁹ Ron Burnett, **İmgeler Nasıl Düşünür**, İstanbul, Metis Yayınları, 2005, s.38

yönetmen Jean-Luc Godard “kameranın yeri ahlaki bir tercihtir”, tanımlamasıyla kameranın konumunun anlam üzerindeki etkisinin önemine vurgu yapmıştır.

Görüntüye alınan her şeyin anlamsal olarak bir karşılığı vardır. Bazen bir görüntü sayfalarca yazılmış bir yazı veya saatlerce yapılan bir konuşmadan daha etkili olabilmekte ve yazı ile sözün veremediği anlamı çok güçlü bir şekilde iletebilmektedir. Bu anlamda bir olay veya durum karşısında kameranın neyi gösterip göstermediği, neyi ne kadar ve nasıl gösterdiği veya gösterdiğinin ne kadarını gösterdiği büyük önem taşımaktadır.

Burada kamera olay veya durumu kayıt altına alırken çerçevesini kurar ve izleyiciye neyi, nasıl ve ne kadar göstermek istiyorsa onu çerçevenin içerisine dâhil eder. Dışarıda kalanlar ise görülmez ve çerçeve içerisine alınan imgeler aracılığıyla yeni bir gerçeklik oluşturulur. Bu nedenle kurulan her açının, kamera ile yapılan her hareketin görüntü dilinde bir karşılığı vardır. Ve görüntüye dâhil edilen hiçbir şey tesadüfi değildir. Bu durum haber görüntüleri için özellikle altı çizilmesi gereken noktalardan biridir. Haber görüntüleri belirli uzlaşım kodları etrafında yapılmaktadır. Bu nedenle haberlerde yer alan görüntüler birer anlam üretici olarak işlevseldir. Bu anlamların değerlendirilebilmesi için kamera çekim ölçekleri aracılığıyla oluşturulan çerçevelerdeki uzlaşımlar ve kodlar ile kurgulama sürecindeki uzlaşım ve kodların irdelenmesi önem taşır.⁴⁰⁰

Kamera ile kayıt altına alınan görüntü çekimlerden oluşmaktadır. Çekim ise kesintisiz bir şekilde birbirini takip eden görüntülerden oluşmaktadır.⁴⁰¹ Çekimin gerçekleşmesi kameranın kayda girmesi ile başlar ve kayıttan çıkılmasıyla biter. Görüntü kayıt altına alınırken kameranın konumlandırılması, hareketleri, konuya olan mesafesi kullanılan açı ve ölçekler görüntü dilinin anlamının oluşturulmasında belirleyici olmaktadır. Kamera açısı hem seyircinin bakış açısını hem de her çekimde görülen/gösterilen alanı belirler. Bu nedenle konumlandırma ve açıların seçimi son derece önem taşımaktadır.⁴⁰²

⁴⁰⁰ Çiler Dursun, **TV Haberlerinde İdeoloji**, Ankara, İmge Kitabevi Yayınları, 2014, s.217-218

⁴⁰¹ Neşe Kars, **Televizyon Programı Yapılım Herkes İzlesin**, İstanbul, Derin Yayınları, 2012, s.142

⁴⁰² Joseph V. Mascelli, **Sinemanın 5 Temel Öğesi**, Çev: Hakan Gür, Ankara, İmge Yayınevi, 2007, s.13

Kamera bir iletişim aracı olarak çeşitli iletişim kural ve işlevlerini gerçekleştirir. “Konuya bakar, konunun içine girer ve konuyu yeniden yaratır.” Kameranın konuya bakışı yani konumlandığı açı, konuyu mümkün olduğunca en açık şekilde kamera ile anlatma eylemini gerçekleştirmektir. Bu noktada kamera iletişim aracıdır. Var olanı iletir. Kameranın konuya bakış açısının değişmesi ise olaya nasıl bakılacağını yani o olaya bakışı değiştirir. Konuya yeni ya da farklı bir anlam yüklemeyiz. Kameranın konunun içine girmesi, aynı şekilde konuya yeni bir anlam katmaz. Ancak o konunun görülmeyen bir boyutunu ön plana çıkarır. Yine konunun gerçekliğine bir şey eklenmez ama kamera detay veya görünmeyen bir kısmı ön plana çıkararak kendi gözüyle konuyu ekrana taşır. Konuyu yeniden yaratmak ise, kameranın konuyu bir ham malzeme olarak ele alması ve oradan bir çerçeve kurarak yeni görüntüyü bağlamından kopararak yeni bir nesne veya gerçeklik yaratması olarak ifade edilebilir.⁴⁰³

Kamera “izleyicinin gözü” yerine geçer. Ancak izleyiciyi yanıltan bir gözdür. Çünkü birey kendi gözüyle bir ortama baktığı zaman etrafını izleyebilir, nerede olduğunu görür ve odaklanmak istediği şeye kendisi odaklanma özgürlüğüne sahiptir, neye bakacağına kendi karar verir. Oysa kamera izleyicinin gözü yerine geçtiği zaman bu izlenimi yaratmasına rağmen gerçekte olanı tam anlamıyla hiçbir zaman yansıtmaz. Görselleştirdiği hikâyenin bir kesitini yansıtmak istediği şekilde izleyiciye gerçek oymuş gibi sunar. Bu anlamda televizyon izleyicisi yönetmen neyi göstermek istiyorsa onlar için neyi seçiyorsa onu izler. Objektifin görüntüye aktardığı sahnenin seçilen parçası ekrana yansır. İzleyici çerçeve dışındakini hiçbir zaman göremez sadece tahmin edebilir. Çünkü çerçeve çok seçicidir. Sadece istenileni göstermek için kullanılır ve bütünü parçalara ayırıştırarak dışarıda bıraktığı her şeyi görünmez kılar.⁴⁰⁴ Kamera açısı ve görüş alanı görüntünün kayda alınmasında belirleyicidir. Görüş alanı, kameranın görüş açısının kapsadığı alanı tanımlar. Açı ise çekimin konusunu oluşturan nesneye kameranın belirli bir açıyla bakmasıdır. Görüş alanı konunun ekrandaki boyutunun farklı algılanmasının nedenidir.⁴⁰⁵

⁴⁰³ Levend Kılıç, **Görüntü Estetiği**, İstanbul, İnkılap Yayınları, 2003, s.52

⁴⁰⁴ Gerald Millerson, Jim Owens, Asbury College, **Video Production Handbook**, Oxford, Focal Press is an imprint of Elsevier, 2008, s.112

⁴⁰⁵ Levend Kılıç, **Görüntü Estetiği**, İstanbul, İnkılap Yayınları, 2003, s.53

Kamera Açıları

Kamera bakışına göre açı tiplerini genel olarak nesnel (objektif) açı, öznel (sübjektif) açı ve bakış açıları olarak üç başlıkta toplamak mümkündür.

Nesnel (objektif) Açı

Kenar veya dışarıdan bir bakış açısı ile görüntüyü kayda alır. Bu açı türü ‘seyirci görüş noktası’ olarak da tanımlanmaktadır. Görüntünün içerisinde yer alan oyuncu veya konunun içerisinde geçen insanlar kameradan habersizdir. Olay görüntüde yer alan oyuncuların herhangi birinin gözünden verilmediği için objektif açılar kişisiz kabul edilir. Oyuncular kameradan habersiz olduğu için hiçbir zaman objektife doğrudan bakılmaz. İzleyici görüntüleri görülmeyen bir gözlemcinin gözünden izler.⁴⁰⁶

Öznel (sübjektif) Açı

Kamera kişisel bir bakış açısından görüntüyü kayda alır. İzleyici ekrandaki olaya katılır. Olayın içine girer, ya kendi gözüyle görür ya da olayın içindeki kişi ile yer değiştirip olaylara onun gözüyle bakar. Bu kullanım türünde kamera olayın içerisinde aktif bir rol üstlenerek hareket eden birinin yerine geçer.⁴⁰⁷ Oyuncuların doğrudan kamera objektifine bakması izleyicinin ilgisini çekmesi açısından etkilidir. İzleyici ve oyuncunun göz göze gelmesi aralarında dolaysız bir ilişki kurulmasını sağlar.

Öznel kamera kullanımında birkaç yol izlenebilir. Kamera izleyiciyi çekilen görüntünün içerisine yerleştirerek, izleyicinin gözleri şeklinde hareket eder; bu durumda kamera izleyicinin gözlerinin yerini aldığı için izleyici kendisini olayın içerisinde hisseder ve olayı yaşıyormuş hissine kapılır.⁴⁰⁸ Olayın içerisinde yaşanan heyecan, korku, gerilim ve benzeri duyguları hisseder ve o an onu yaşıyormuş gibi tepkide bulunabilir.

⁴⁰⁶ Joseph V. Mascelli, **Sinemanın 5 Temel Ögesi**, Çev: Hakan Gür, Ankara, İmge Yayınevi, 2007, s.15

⁴⁰⁷ Seyide Parsa, **Televizyon Estetiği**, İzmir, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 1994, s.69

⁴⁰⁸ Roy Thompson, Christopher Bowen, **Grammar of the Shot**, Burlington, Focal Press is an imprint of Elsevier, 2009, s.38

Kamera görüntüdeki kişilerden biri ile yer değiştirebilir; izleyici kendisini özdeşleştirdiği kişinin gözünden olayı izler. Bu durumda da yaşananları kendi yaşıyormuş hissine kapılır.⁴⁰⁹

Kamera görünmeyen izleyicinin gözlerinin yerine geçebilir; bu bakış açısında ekrandaki kişi izleyici ile göz göze bir ilişki kuracağı zaman direk objektife bakar. Bu açının en klasik örneğini televizyon haberlerinde görmek mümkündür. Spikerler haber sunumu esnasında direk objektifin içine bakarak konuşur ve televizyon başındaki izleyici ile göz teması kurar. Bu temas gizli kişisel bir ilişki oluşturur. Kamera, izleyicinin bakış açısı ve konumunu aldığı için spiker objektife bakarak izleyici ile göz teması kurar.⁴¹⁰ Bu yöntemi pazarlama stratejileri, reklam programları, belgesel ve haber bültenlerinde yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Amaç televizyonu başında bulunan izleyicinin ilgisini daha çok çekerek öne çıkarmak istediği iletiyi inandırıcı bir şekilde izleyiciye aktararak bakışını o yöne çekmektir.

Görüş Noktası/ Kamera Alıcı Açısı

Kamera görüntüdeki bir kişinin bakış açısına yakın bir açıyla çekim yapar. Görüş noktası nesnel bir açı olmasına rağmen nesnel ve öznel çekim açıları arasında yer aldığı için ikisinden ayrılır. Nesnel çekimin öznel çekime yaklaşabileceği ölçüde yakındır. Kamera bakış açısı görüntülenecek olan kişinin yanına yerleştirildiği için izleyici ekran dışındaki biriyle yan yana duruyormuş hissine kapılır. Görüntüyü ekrandaki kişinin gözünden görmez ama olayları o kişinin bakış açısından sanki yanında duruyormuş hissiyle izler. Bu bakış açısı genelde iki kişi arasındaki konuşmaların sahnelendiği çekimlerde omuz hizasından çekim yapılarak kullanılır.⁴¹¹ Kamera açısı, objektifin gördüğü alan ve bakış açısı olarak tanımlanabilir. İzleyicinin bakış açısı kameranın konumlandırılmasının (yer) sonucunda ortaya çıkmaktadır. Çekimin kapsadığı alan ise kameranın objektifinin odak uzunluğuna bağlıdır. Kameranın yer değiştirmesi ile izleyicinin de yeri ve olayı izlediği bakış açısının

⁴⁰⁹ Joseph V. Mascelli, **Sinemanın 5 Temel Ögesi**, Çev: Hakan Gür, Ankara, İmge Yayınevi, 2007, s.15-18

⁴¹⁰ Seyide Parsa, **Televizyon Estetiği**, İzmir, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 1994, s.70

⁴¹¹ Joseph V. Mascelli, **Sinemanın 5 Temel Ögesi**, Çev: Hakan Gür, Ankara, İmge Yayınevi, 2007, s.24

değişmesi ve olayı yeni bir bakış açısıyla izlemesi anlamına gelir. Açıyı belirleyen öğeler konunun büyüklüğü, konunun açısı ve kameranın bulunduğu yüksekliktir.⁴¹²

Konunun Boyutu

Görüntüdeki konunun veya nesnenin boyutu kameranın nesneye olan uzaklığı ve çekimde kullanılan merceğin odak uzunluğuna bağlı olarak belirlenir. Konunun boyutu çekimde verilmek istenen bilginin miktarı ve yönetmenin yaratmak istediği etkiyle belirlenir. Çekim planının kaplayacağı alan bu iki tercihe bağlıdır.⁴¹³ Kamera yakınlaştıkça ve objektif odak uzunluğu ne kadar fazla olursa görüntü büyür, uzaklaştıkça ve objektif odak uzunluğu azaldıkça görüntü küçülür.⁴¹⁴

Görüntünün büyüklüğü veya küçüklüğü kameranın hareketi, oyuncunun hareketi ya da zoom yapılması durumunda değişebilir. Yani aynı çekim içerisinde harekete bağlı olarak uzak çekim yakın çekime dönüşebilir ya da tam tersi durum gerçekleşebilir. Kameranın görüntüye alacağı konunun veya objenin büyüklüğü uzak çekim, genel çekim, yakın çekim, ayrıntı çekimi, betimleyici çekimlerin görüntü metninde kullanımını belirler.

Konunun Açısı

Kameranın görüntüye dâhil edeceği nesneye belirli bir açıyla bakması konunun açısını belirler. Görselleştirme sürecinde ise yönetmenin nesneyi nasıl göstermek istediğiyle ilgilidir.⁴¹⁵ Görüntünün içerisine dâhil edilen bütün objeler üç boyutludur. Bir obje biçimi ne olursa olsun yalnız bir boyutu görüldüğü zaman yapay bir izlenim verir. İnsanlar, ev eşyası, binalar, sokaklar bunların hepsinin yüksekliği, genişliği ve derinliği var ve hepsi de somuttur. İki veya daha fazla boyutu görülecek şekilde görüntülendiklerinde gerçekteki gibi görülür. Tek boyutlu gösterildiğinde düz görünür.⁴¹⁶

⁴¹² Joseph V. Mascelli, **Sinemanın 5 Temel Öğesi**, Çev: Hakan Gür, Ankara, İmge Yayınevi, 2007, s.26

⁴¹³ Edward Dmytryk, **Sinemada Yönetmenlik**, Çev: Ülkü Uzun, İstanbul, Afa Yayınları, 1990, s.79

⁴¹⁴ Joseph V. Mascelli, **Sinemanın 5 Temel Öğesi**, Çev: Hakan Gür, Ankara, İmge Yayınevi, 2007, s.26

⁴¹⁵ Levend Kılıç, **Görüntü Estetiği**, İstanbul, İnkılap Yayınları, 2003, s.54

⁴¹⁶ Joseph V. Mascelli, **Sinemanın 5 Temel Öğesi**, Çev: Hakan Gür, Ankara, İmge Yayınevi, 2007, s.36

Üç boyutlu bir nesne çekileceği zaman kamera o nesnenin iki boyutu görülecek şekilde konumlandırılırsa, nesne görüntüde üç boyutlu olarak görülecektir. Burada önemli olan kamerayı derinlik etkisinin yaratılacağı bir açı ile konumlandırmaktır. Derinliği açı dışında perspektif oluşturularak, ışıklandırma, ya da farklı objektifler kullanılarak da oluşturmak mümkündür. Ancak burada önemli olan kameranın doğru açıyla çekim yapmasını sağlamak ve doğru açığı saptamaktır. Görüntüde derinliğin elde edilmesi, kameranın doğru açı ile konumlandırılması önem taşır.

Kamera Yüksekliği

Kamera yüksekliği çoğu zaman önemsenmemesine rağmen en az kamera uzaklığı ve açısı kadar önemli bir etkiye sahiptir. Sahnenin içerdiği anlam üzerinde büyük bir etkisi vardır.⁴¹⁷ Alçak bir kamera konumunda ön plandaki objeler dikkat çeker, yüksek kamera konumu ise sahnenin arka planındaki objelere dikkati çeker.⁴¹⁸ Görüntüye alınan nesnenin niteliklerine göre belirlenmesi öykülemeye hem estetik hem de dramatik ve psikolojik açıdan önemli katkılar sağlar. Çünkü nesnenin göz hizası, göz hizasının alt veya üst açısıyla verilmesi izleyicide olaya dâhil olması açısından farklı etkilere sebep olabilir.⁴¹⁹

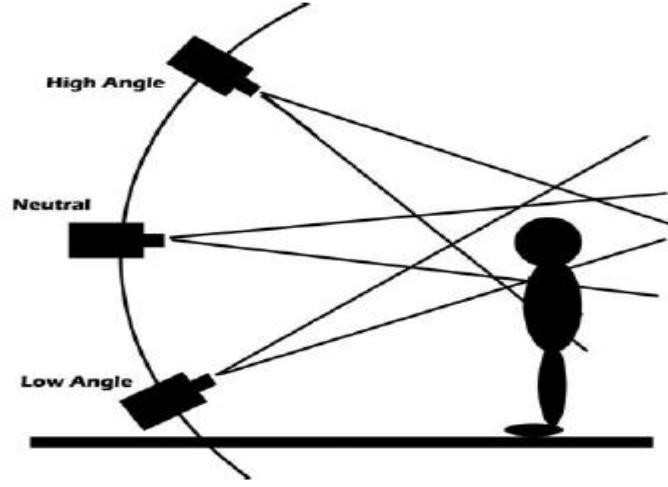
Kurgulanmış her kamera açısının tematik bir anlamı vardır. Ancak tek başına kamera açılarının hiçbir anlamı yoktur.⁴²⁰ Çekimin niteliği bütünlük içerisinde konunun yapısı anlatısı ve verilmek istenen içerikle bir arada kullanıldığı takdirde kamera açıları estetik, dramatik ve psikolojik etki yaratır ve bu anlamları oluşturur. Kameranın bulunduğu yerin yüksekliğine göre görüş açısı; *olağan görüş açısı / göz hizası açısı / göz seviyesi (neutral)*, *üst açı (plonje / high angle)* ve *alt açı (kontrplonje / low angle)* olarak ayrılmaktadır.

⁴¹⁷ Jeremy Wineyard, **Sinemada Çekim Teknikleri**, Çev: Gökhan Rızaoğlu, İstanbul, Seçil Ofset, 2010, s.24

⁴¹⁸ Nadi Kafalı, **Televizyonda Kameramanlık**, Ankara, Ümit Yayıncılık, 2000, s.226

⁴¹⁹ Joseph V. Mascelli, **Sinemanın 5 Temel Öğesi**, Çev: Hakan Gür, Ankara, İmge Yayınevi, 2007, s.38

⁴²⁰ Steven D. Katz, **Plan Plan Film Yönetme Sanatı Fikirden Perdeye Görselleştirme**, Çev: Gökhan Rızaoğlu, İstanbul, Seçil Ofset, 2015, s.216



Şekil 4: Kameranın Nesnenin Konumuna Göre Açıları ⁴²¹

Olağan Görüş Açısı

Kameranın gerçek hayatta olduğu gibi insanların göz seviyesinden bakmasıdır. Kamera orta boydaki bir izleyici ya da konunun göz hizasından çekim yapar. Bu açıyla çekilen görüntülerde kamera dikey çizgileri yakınsaklık oluşturmayacak şekilde takip eder. Bu açının diğer açılara oranla dramatik ve psikolojik etkisi daha azdır. Dramatik etki kamera önündeki nesnelerin hareketiyle sağlanabilir. Kamera göz seviyesinde olduğu zaman izleyici ekrandaki görüntüyü dramatik ve psikolojik etkinin altında kalmadan izleyebilir.⁴²²

Olağan görüş açısıyla yapılan çekimler üst ve alt çekimlerden daha az ilgi çekicidir, ancak görüntü gerçeğe daha yakın bir şekilde verilmiş olur. Olağan görüş açısı üst açı veya alt açı ile yapılan çekimler kadar dramatik etki yaratmasa da, insan yüzlerinin yakın çekimleri ve göz hizasında olması gereken genel çekimler için en uygun açıdır.⁴²³ İzleyici olayın içindeymiş gibi gördüğünden, bu açı rahat bir bakış noktası sağlar. Göz hizası açıları kararlılık eğilimi gösterir ve dinamik kompozisyonlarla karşıtlık oluşturulmak istenildiğinde kullanılabilir.⁴²⁴

⁴²¹ Roy Thompson, Christopher Bowen, **Grammar of the Shot**, Burlington, Focal Press is an imprint of Elsevier, 2009, s.33

⁴²² Levend Kılıç, **Görüntü Estetiği**, İstanbul, İnkılap Yayınları, 2003, s.54

⁴²³ Joseph V. Mascelli, **Sinemanın 5 Temel Ögesi**, Çev: Hakan Gür, Ankara, İmge Yayınevi, 2007, s.40-41

⁴²⁴ Steven D. Katz, **Plan Plan Film Yönetme Sanatı Fikirden Perdeye Görselleştirme**, Çev: Gökhan Rızaoğlu, İstanbul, Seçil Ofset, 2015, s.219

Üst Aç (plonje/ high angle)

Kameranın konuya yukarıdan bakmasıyla oluşan açıdır. Bu açı kullanıldığı zaman kamera normal göz seviyesinden daha yukarıda konumlandırılır.⁴²⁵ Üst açı fiziksel olarak kameranın yüksek bir yere konumlandırılacağı anlamına gelmez. Örneğin kamera küçük bir objeye odaklandığı zaman olağan görüş açısının aşağı kısmına yerleştirilebilir. Ama görüntü yine de üst açı ile filme aktarılmış olur.⁴²⁶ Burada önemli olan nokta görüntüye dâhil edilecek objeye göre kameranın olağan görüş noktasının üstünde yer almasıdır.

Yani kamera çekimi yapılacak olan konudan yükseğe konumlandırılır. Üst açının görüntüde estetik, teknik ve psikolojik etkileri vardır. Üst açı ile izleyici konuya tepeden bakar. Bu etkiyle oyuncu veya oyuncunun görüntüdeki durumunu küçültücü izlenim ve duyarlılıklar yaratılabilir. Kuşbakışı çekilmiş bir görüntü konusunu küçük ve önemsiz gösterebilir. Konu küçülür, insanlar ve nesneler olduğundan küçük görünür.⁴²⁷

Üst açı ile psikolojik etkiler bağlamında ezilmişlik, zavallılık, umutsuzluk, mağlubiyet, tükenmişlik, duyguları yaratılabilir. Üst açı ile çekilen görüntülerde yer alan insanların istekleri dışında bazı durumlara maruz kaldığı, tehlikeye atılmış ve çaresizlik ile mahkûmiyet gibi duygu durumları yaratılabilir. Ayrıca onur kırıcı, yasa dışı, ya da olumsuz iş yapan oyuncunun içerisinde bulunduğu eziklik ve zavallılık üst açı kullanımı ile etkili bir şekilde verilebilir. İzleyiciye yukarıdan baktırdığı için izleyicinin üstünlük duygusuna kapılmasına olanak verir.⁴²⁸

Konunun boyutunda küçülme yaptığı için bazı durumların sempatik ve sevimli olarak gösterilmesinde de kullanımı mümkündür. Bunun dışında meydan, arazi, şehrin genel görünümü, uçak vb. sahnelerin çekimleri gibi konunun geçtiği fiziksel alanın bir bütün olarak gösterilmesi durumunda da kullanılır. İzleyicinin bütüne uyum sağlamasında etkili olur. Genellikle bu tür etkilerin yaratılmak istendiği çekimlerde tercih edilir.

⁴²⁵ Roy Thompson, Christopher Bowen, **Grammar of the Shot**, Burlington, Focal Press is an imprint of Elsevier, 2009, s.41

⁴²⁶ Joseph V. Mascelli, **Sinemanın 5 Temel Öğesi**, Çev: Hakan Gür, Ankara, İmge Yayınevi, 2007, s.40-41

⁴²⁷ Roy Thompson, Christopher Bowen, **Grammar of the Shot**, Burlington, Focal Press is an imprint of Elsevier, 2009, s.41

⁴²⁸ Levend Kılıç, **Görüntü Estetiği**, İstanbul, İnkılap Yayınları, 2003, s.54

Alt Açı (kontrplonje/ low angle)

Üst açının tersi olarak düşünülebilir. Kameranın konuyu görüntüye kaydetmesi için objektifin yukarı doğru konumlandığı bütün çekimler alt açı çekim olarak tanımlanabilir. Alt açı konunun veya hareketin “en dipten en tepeye” doğru bakılması anlamına gelmez. Kameranın göz hizasının altına geldiği anlamını da taşımaz.⁴²⁹

Burada bütün açıların konu ve nesneye göre şekillendiğini söylemek gerekir. Bazen kamera göz hizasının altında konumlandığı halde görüntü üst açı ile çekilmiş olur, tam tersi durumda geçerlidir. Alt açının teknik, estetik, dramatik ve psikolojik etkileri mevcuttur. Yönetmenin yaratmak istediği duyguya göre kullanılır. Görüntü içerisinde konuyu olduğundan büyük göstermek, abartılı bir şekilde büyütme, objeyi görüntünün içerisine dâhil edilmek istenmeyen unsurlardan ayırmak, hızı arttırmak, konunun arka planını görüntüden çıkarmak, güçlü bir perspektif etkisi yaratmak vb. gerekçelerle kullanılabilir.⁴³⁰

Psikolojik olarak etkilerine bakıldığında bu açı türü görüntünün içerisine alınan konuya bir güç ve üstünlük havası verir. İzleyicide bir şaşkınlık, korku ya da heyecan yaratmak için, kişi veya objeleri üstün, güçlü, yüce gösterir. Dinsel unsurlar ve yapıların çekiminde alt açıdan yukarı doğru bakmak zorunda olması izleyicide Tanrı kavramıyla birleşeceği için etki yaratacak ve yücelme duyarlılığı yaratacaktır. Büyüklük, yücelik, üstünlük, güç, statü vurgusu yapılmak istendiğinde bu çekim açısı etkili olmaktadır. Ayrıca devlet büyükleri, din mensupları, yargıçlar vb. belirli alanlarda güç mevki sahibi kişilerin görüntülenmesinde de kullanılmaktadır. Alt açı ile gerçekleştirilen çekimlerde görüntü izleyiciye egemen olur.⁴³¹

Üst ve alt açı kullanımının televizyon haberlerinde kullanımı genellikle miting, grev, gösteri gibi toplu eylemlerin haberlerinde kullanılmaktadır. Bu kullanımla kişiler birey olmaktan çıkarılır niceliği büyük veya küçük bir kitlenin parçaları haline getirilir. Bu tür görüntü kullanımının olduğu haberlerde vurgulanan nokta eyleme katılımın azlığı veya çokluğudur.⁴³²

⁴²⁹ Joseph V. Mascelli, **Sinemanın 5 Temel Öğesi**, Çev: Hakan Gür, Ankara, İmge Yayınevi, 2007, s. 44

⁴³⁰ Roy Thompson, Christopher Bowen, **Grammar of the Shot**, Burlington, Focal Press is an imprint of Elsevier, 2009, s.42

⁴³¹ Levend Kılıç, **Görüntü Estetiği**, İstanbul, İnkılap Yayınları, 2003, s.55

⁴³² Çiler Dursun, **TV Haberlerinde İdeoloji**, Ankara, İmge Kitabevi Yayınları, 2014, s.220

Bu temel açılar dışında açı-artı-açı, eğik/dutch açı ve bu açılar birlikt kullanılması ile oluşturulan birçok çekim tekniğı mevcuttur. Burada önemli olan temel açılar neler olduğı ve hangi amaçlarla kullanılması gerektiğinin bilinmesidir. O nedenle temel açılar tanımlanması yeterli görülmüştür. Hem kameranın bakışı hem de açılar açısından birçok farklı değerlendirmede bulunmak olanaklıdır.

Kamera kullanımında açılar dışında kameranın gövdesinin hareket ettirilmesi ve konum değıştirerek oluşturulduğı kamera hareketleri de mevcuttur, bunları kısaca; gövdesini hareket ettirilerek yapılan yatay çevrinme (sağı-sola pan), dikey çevrinme (aşağı-yukarı tilt), konumu değıştirilerek yapılan kaydırma hareketi; ileri-geri, sağı-sola, aşağı-yukarı, merceğı ile yapılan optik hareketler; mercek ile yaklaşma / zoom-in, mercek ile uzaklaşma / zoom-out, netlik ve bulanıklık / in focus - out of focus ve kameranın yardımcı ekipmanlarla yaptığı hareketler; şaryo, Crane/Jimmy-jib, steadicam, cine jeep, dolly olarak belirtmek mümkündür.

Gerek temel açı ve hareketlerle gerek yardımcı ekipmanların kullanımıyla gerçekleştirilen bütün çekimlerde kullanılan teknikler yönetmenin seçimine bağı olarak izleyicinin belli bir bakış açısından konuyu izlemesini sağlamaktadır. Bütün tekniklerin dramatik, estetik ve psikolojik etkileri vardır. Yönetmen mesajına en uygun tekniğı seçerek görüntüyü elde eder.

Kamera Çekim Ölçekleri

Çekim ölçekleri görüntüye alınacak konunun boyutu ile ilişkilidir. Kamera ve çekilecek konu arasındaki uzaklıkların ölçüsü sonsuzdur. Bu nedenle çekim ölçeklerinin tanımlamalarının kesin olarak yapılabilmesi olanaksız olmakla birlikte⁴³³ uygulamada kullanılan temel çekim ölçeklerini; uzak çekim, genel çekim, diz çekim/Amerikan plan, bel çekim, göğüs çekim, omuz/büst çekim, yüz çekim/yakın çekim (close-up), ayrıntı çekim/detay çekim şeklinde tanımlamak mümkündür.⁴³⁴

Ancak bu adlandırmalar ölçülebilir ve durağan uzaklıkları tanımlamazlar. Bu kavramlar esnek kavramlardır. Kamera ve konu arasındaki uzaklık bir evin yakın çekimi ile bir insan veya farklı bir nesnenin yakın çekimini yaparken farklı olacaktır.

⁴³³ Daniel Arijon, **Film Dilinin Grameri Durağan Sahneler**, Çev: Yalçın Demir, Nazlı Bayram, Uğur Demiray, Nazmi Ulutak, Murat Barkan, İstanbul, Es Yayınları, 2005, s.32

⁴³⁴ Seyide Parsa, **Televizyon Estetiğı**, İzmir, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 1994, s.66

Genel çekim ve uzak çekim ölçekleri çoğunlukla ortam görüntülerinin çekiminde kullanılırken, diz çekim/amerikan plan, bel çekim, göğüs çekim, omuz/büst çekim, yüz çekim/yakın çekim (close-up), ayrıntı çekim/detay çekim ise daha çok kişi merkezli çekimlerdir. Ortam merkezli çekimler daha çok görüntünün çekildiği ortamların betimlenmesinde ve dramatik yapıyı meydana getiren olguların meydana geldiği çevreyi belirtmek için kullanılır.

Kişi için kullanılan çekim ölçekleri ise daha çok psikolojik durumları, bireyin ruh halini, duygularını ifade etmek için kullanılırlar. Çekim ölçekleri çoğu yönetmen ve kameraman için farklı anlamlara gelebilmektedir. O nedenle en sağlıklı saptama çekime konu olan nesneye ve görüntünün çekim alanına oranla büyüklüğüne göre tanımlamaktır. Çekim ölçekleri ve kullanım alanları şu şekildedir.

Uzak Çekim

Uzak çekim veya geniş plan olarak tanımlanır. Kendi arasında uzak ve çok uzak çekim olarak ikiye ayrılır. Çok uzak çekimde uzak bir mesafeden geniş bir alan gösterilir. İzleyicinin konum ve atmosfer hakkında genel bir izlenim edinmesini sağlar.⁴³⁵

Kameranın çevrinme hareketi ile birlikte genellikle ortamın tanıtılması ve izleyicinin ilgisini çekmek için kullanılır. İzleyiciye sahnenin manzarasını ve olayın nerede geçtiğini gösterir.⁴³⁶ Genellikle giriş sahnelerinde ortamı göstermek ve izleyicinin ilgisini çekmek için kullanılır. Çok uzak çekimler, filmin karakterleri tanıtılmadan ve öykü deseni kurulmadan önce, olayın geçeceği alanı izleyiciye göstermek için de faydalıdır.⁴³⁷

Uzak çekim ise olayın geçtiği bütün alanı içerisine alan çekimdir. Konu içerisinde geçecek olan yer ve oyuncular bu çekim ile izleyiciye tanıtılır. Ekrandaki tüm öğeleri tanıtmak için kullanılır. Uzak çekimler genelde esnek bir kompozisyon içerdikleri için oyuncunun sahnedeki hareket alanını genişletmekte ve ortamın izleyiciye tanıtılması kolaylaşmaktadır. Dezavantajı ise, izleyicilerin detayları net bir şekilde

⁴³⁵ Gerald Millerson, Jim Owens, **Television Production**, Oxford, Focal Press is an imprint of Elsevier, 2009, s.146

⁴³⁶ Gerald Millerson, Jim Owens, Asbury College, **Video Production Handbook**, Oxford, Focal Press is an imprint of Elsevier, 2008, s.114

⁴³⁷ Nadi Kafalı, **TV Yapımlarında Teknik ve Kuramsal Temeller**, Ankara, Ümit Yayıncılık, 1993, s.170

görememeleridir. Örneğin bir basketbol veya futbol maçında izleyici, koşan oyuncuların hızını genel çekimde görür ancak topu kimin düşürdüğünü veya kimin faul yaptığını net bir şekilde göremez.⁴³⁸

Özellikle televizyon programlarında çok uzak çekimin yerine tercih edilmektedir.⁴³⁹ Bu çekim ölçekleri genellikle macera, seyahat ve doğal ortamların konu olduğu çekimlerde kullanılır. Bu ölçeğin özellikle televizyon programlarında dikkatli bir şekilde kullanılması gerekir. Amacına uygun bir şekilde kullanıldığında, izleyicinin sahneyi bütünüyle anlamlandırmasında belirleyici olmaktadır.⁴⁴⁰

Genel Çekim

Bir sahneyi veya oyuncuları izleyiciye tanıtan, insanları geniş bir dekor içerisinde gösteren çekimdir. Olayın geçtiği alanın bütününe içine alır. Konu ile ilgili yer, kişiler ve nesneler görüntüye dâhil edilir. Bu ölçekle çekilen görüntüler izleyicide ifadeleri ve duyguları görmeye yetecek kadar yakın olduğu izlenimi yaratır. Hikâyeyi anlatan hareketler genelde bu ölçekte çekilir. İzleyici konunun bağlamını anlamak için yeterince uzaktadır.⁴⁴¹

Çekilen konuyla ilgili bütün unsurlar dâhil edildiği için daha sonraki yakın çekimlerde bağlantı kurulmasını sağlar. Televizyon haberlerinde insanın doğal ve toplumsal çevresi ile ilişkileri vurgulanmak istendiğinde kullanılır⁴⁴²

Diz Çekim /Amerikan Plan

Oyuncuların karşılıklı olarak bulunduğu durumlarda kullanılır. Çekim ölçeği baş boşluğu ve dizin altını kapsar. Oyuncular bu çekim ölçeğinde hareket edebilir.⁴⁴³ Genellikle ikili çekimler ve diyalogların olduğu sahnelerde kullanılan bir çekim

⁴³⁸ Gerald Millerson, Jim Owens, Asbury College, **Video Production Handbook**, Oxford, Focal Press is an imprint of Elsevier, 2008, s.114

⁴³⁹ Nadi Kafalı, **TV Yapımlarında Teknik ve Kuramsal Temeller**, Ankara, Ümit Yayıncılık, 1993, s.171

⁴⁴⁰ Gerald Millerson, Jim Owens, Asbury College, **Video Production Handbook**, Oxford, Focal Press is an imprint of Elsevier, 2008, s.114

⁴⁴¹ Gerald Millerson, Jim Owens, **Television Production**, Oxford, Focal Press is an imprint of Elsevier, 2009, s.146

⁴⁴² Çiler Dursun, **TV Haberlerinde İdeoloji**, Ankara, İmge Kitabevi Yayınları, 2014, s.219

⁴⁴³ Roy Thompson, Christopher Bowen, **Grammar of the Shot**, Burlington, Focal Press is an imprint of Elsevier, 2009, s.19

ölçeğidir. Televizyon haberlerinde yakın çevre ile ilişkilere dikkat çekmek için tercih edilir.⁴⁴⁴

Bel Çekim

Görüntüye alınacak kişinin baş kısmından beline kadar olan kısmı kadrāja alınır. Kollar aşağı doğru ise çerçeve belin hemen altında bileklerin üstünde olacak şekilde kurulur. Çerçeve insan gövdesi belirgin bir şekilde görülür. Genellikle tek kişinin olduğu çekimlerde kullanılan bu ölçekte oyuncunun mimik ve jestleri rahatlıkla görülebilir. Giysiler, saç rengi ve benzeri özellikler rahatlıkla gösterilir.⁴⁴⁵

Kurmaca filmlerde çokça kullanılan bir plandır. Bu çekim türüyle kişinin davranışları, yakın çevresi ile ilişkileri, yakın çevre içerisinde meydana gelen olayların vurgulanması yani kişinin toplumsal bağlam içerisinde yerleştirilmesi söz konusudur.⁴⁴⁶

Göğüs Çekim

Görüntüye alınacak kişinin baş kısmından göğsünün altına kadar olan kısmı kadrāja alınır. Göğüsten yukarısının çerçeveye dâhil edildiği çekimdir.⁴⁴⁷

Bel çekimle benzer kullanım alanı vardır. Kamera bel çekime göre oyuncuya biraz daha yaklaşır. Bu çekim türü genellikle haber sunumları ve benzer programlarda kullanılmaktadır.

Omuz Çekim/ Büst Çekim

Görüntüye alınacak kişinin omuz hizasından yukarısının kadrāja alındığı çekim türüdür. Fotoğraf ve kamera çekimlerinde en sık kullanılan planlardan biridir. Genellikle stüdyo çekimleri ve röportajlarda kullanılmaktadır. Televizyon programlarında konuşan kişilerin çekimi genellikle bel planla başlayarak konunun önemi de dikkate alınarak hareket arttıkça buna paralel olarak omuz çekime geçilir. Konuşmacının yüz ifadesinin izleyiciye gösterilmesi amaçlanır.

⁴⁴⁴ Çiler Dursun, **TV Haberlerinde İdeoloji**, Ankara, İmge Kitabevi Yayınları, 2014, s.219

⁴⁴⁵ Roy Thompson, Christopher Bowen, **Grammar of the Shot**, Burlington, Focal Press is an imprint of Elsevier, 2009, s.19

⁴⁴⁶ Çiler Dursun, **TV Haberlerinde İdeoloji**, Ankara, İmge Kitabevi Yayınları, 2014, s.219

⁴⁴⁷ Güner Sarıoğlu, **Televizyonda Yapım ve Yönetim**, Ankara, Başnur Matbaası, 1967, s.118

Baş Çekim

Bir insanın başının tamamının kadrajı dolduracak şekilde çekilmesi ile gerçekleşir. Ayrıntı ve detay çekim bunun biraz daha yakın çekimi olarak düşünülebilir. Baş çekimde çerçeve içerisine alınan kişinin duygu ve düşüncelerinin yüz ifadesi ve mimiklerinden izleyiciye yansıtılması amaçlanmaktadır.⁴⁴⁸

Yüz Çekim/Yakın Çekim (close-up)

Çenenin alt bitiminden itibaren sadece başın kadraja alınmasıyla gerçekleştirilir. Çeneden kesme yapılmaz gerekli durumlarda başın üst tarafı kadraj dışında bırakılır.⁴⁴⁹ Mimik ve jestler, duygular ön plana çıkarılmak istenildiği zaman bu ölçekten yararlanılır. Duyguları vurgulamak ve psikolojik durumu anlatmak için son derece güçlü etki yaratan yakın çekim planları ve yüzün ekranı doldurduğu aşırı yakın çekimler dramatik etkiyi arttıran bir anlatım⁴⁵⁰ sağlar.

Ayrıntı/Detay Çekim

Yakın çekimin biraz daha güçlendirilmiş biçimi olarak tanımlamak mümkündür. “Çerçevelemede salt bir ayrıntının (göz, el, anahtar, silah vb.) yerleştirilmesiyle yapılan çekim”dir.⁴⁵¹

Çekime alınacak konu insan ise kişinin yüzünün bir bölümü veya yüzündeki bir yara izi, ben kadrajın içerisine konumlandırılabilir. Genelde gerçek dışı bir etki yarattığı için pek tercih edilmese de aşırı korku, gerilim ve vurgu yapılması gereken noktalarda kullanılmaktadır.⁴⁵²

Kurmaca filmlerde ise bir duruma vurgu yapmak heyecan, korku, gerilim yaratmak için gerekli nesnenin detay olarak çekilmesi şeklinde ifade edilebilir. Masada duran bir kartvizit, bir ruj lekesi, yere düşen bir düğme detay çekimi oluşturabilir.

⁴⁴⁸ Çiler Dursun, **TV Haberlerinde İdeoloji**, Ankara, İmge Kitabevi Yayınları, 2014, s.218

⁴⁴⁹ Nadi Kafalı, **TV Yapımlarında Teknik ve Kuramsal Temeller**, Ankara, Ümit Yayıncılık, 1993, s.172

⁴⁵⁰ Gerald Millerson, Jim Owens, **Television Production**, Oxford, Focal Press is an imprint of Elsevier, 2009, s.147

⁴⁵¹ Cengiz T. Asiltürk, **Sinemada Diyalektik Kurgu**, İstanbul, Beykent Üniversitesi Yayınları, 2008, s.155

⁴⁵² Nadi Kafalı, **TV Yapımlarında Teknik ve Kuramsal Temeller**, Ankara, Ümit Yayıncılık, 1993, s.173

Tuchman (1978) “haber filmi ve toplumsal roller” başlığı altında, Hall’un kişisel ve toplumsal mesafeler kavramsallaştırması ile ifade ettiği çekim ölçeklerini, haber çekimleriyle ilişkilendirerek altı temel sınıfa ayırmaktadır. Bunları;

1. Yakın mesafe – *Intimate distance* (ayrıntıların gösterilmesi için kullanılır.)
2. Yakın kişisel mesafe – *Close personel distance* (kişiyi odağa almak için kullanılır.)
3. Uzak kişisel mesafe – *Far personal distance* (teknik olarak bel çekiminin karşılığı)
4. Yakın toplumsal mesafe – *Close social distance* (teknik olarak diz çekiminin karşılığı)
5. Uzak toplumsal mesafe – *Far social distance* (teknik olarak diz çekiminin karşılığı)
6. Kamusal mesafe – *Public distance* (teknik olarak genel çekiminin karşılığı)

Bu farklı mesafelerin televizyon haberciliğinde bilinçli bir şekilde anlam yaratmak için kullanıldığını ifade eder ve ilk üç mesafeyi “konuşma mesafesi” olarak tanımlar. Resmiyete, iş ve kişinin veya kurumun konumuna vurgu yapıldığı zaman kullanıldığını, yakın kişisel mesafe ve yakın mesafe olarak ifade ettiği ayrıntı çekim ve yakın çekim ölçeklerini ise “dokunma mesafesi” olarak adlandırır.⁴⁵³

Bu çekim ölçeklerinin yaratılmak istenen anlam, verilmek istenen mesaj ve oluşturulmak istenen bakış açılarının yaratılması için bilinçli bir şekilde kullanıldığını ifade eder. Görüntünün elde edilmesinde en temel araç olan kamera gelişen teknolojilerle birlikte birçok çekim tekniğini mümkün kılmaktadır. Kamera kullanımına dair bütün özellikler anlam oluşturma ve izleyiciyi etkilemek için kullanılmaktadır. Bütün çekim tekniklerinin bir takım dramatik, estetik ve psikolojik etki yaratma özellikleri vardır.

Programı veya filmi çeken yönetmen içerisinde bulunduğu konumda bütün parametreleri göz önünde bulundurarak izleyiciye neyi nasıl vermesi gerektiğini belirleyerek teknolojinin sunduğu imkânları sonuna kadar kullanır ve görüntüler yoluyla seyirci üzerinde istenen etkiyi oluşturmak için bu tekniklerden yararlanır.

⁴⁵³ Gaye Tuchman, **Making News**, New York, The Free Press, 1978, s.115-121

2.3.3.4. Kurgu

Yaygın olarak bilinen adıyla “kesme” sinemanın yarattığı tek sanattır.⁴⁵⁴ Sinema ve televizyonda kullanılan senaryo, sahne, ışık vb. unsurların bütünü farklı sanat alanlarından uyarlanmıştır. Kurgu ise sinemanın yaratımıdır. Kurgu terimi, hareketli görüntü düzenleme ile bağlantılı olarak kullanıldığında çeşitli anlamlara gelmektedir. Fransızlar kurguyu filmi birleştiren hareket olarak tanımlar.⁴⁵⁵ En basit ifade ile kamera ile gerçekleştirilen çekimlerin sahne ve sekans bölüm düzeninde dizilmesiyle filmin anlam ifade eden bölümünü meydana getirecek şekilde yan yana eklenmesi işidir.⁴⁵⁶ Çekilen görüntülerin anlam oluşturacak bir şekilde düzenlenmesi ve anlam bütünlüğü oluşturması açısından kurgu önemlidir.

Sokolov kurgunun belli prensiplere bağlı olarak yapılması gerektiğini ifade etmiş ve kurgunun; planın ölçeği, ortamdaki objelerin bakış yönü, kadrajdaki objelerin hareket yönü, hareketli ojelelerin temposu, kadrajın ilgi merkezi, aydınlatma, renk, çekim eksenlerin yer değiştirmesi, hareket eden kitlenin yönü⁴⁵⁷ göz önünde bulundurularak yapılması gerektiğini ifade etmiştir. Televizyonda gördüğümüz hemen hemen bütün programlar ya çekim esnasında anlık düzenlemeyle ya da çekim sürecinden sonra post prodüksiyon aşamasında kurgulanmaktadır.⁴⁵⁸

Eisenstein kurgunun sinemada, ama özünün her yerde, edebiyatta, müzikte, resimde görülebileceğini ifade ederken kurguya geniş bir anlam yüklemiştir.⁴⁵⁹ Sinema ve televizyon gibi görsel işitsel kitle iletişim araçları ses ve görüntüye dayalı bir platform olduğu için kurgu görsel ve işitsel duyuları düzenleyerek anlamlı bir bütün oluşturma ve duyuları etkileme açısından işlevsel olmaktadır. Kurgunun birçok işlevi vardır. İşlevlerini temel olarak seçim yapma, anlatıyı düzenleme, çekimleri en uygun şekilde

⁴⁵⁴ Edward Dmytryk, **Sinemada Yönetmenlik**, Çev: Ülkü Uzun, İstanbul, Afa Yayınları, 1990, s.121

⁴⁵⁵ Roy Thompson, Christopher J. Bowen, **Grammar of the Edit**, Oxford, Focal Press is an imprint of Elsevier, 2009, s.162

⁴⁵⁶ Seyide Parsa, **Televizyon Estetiği**, İzmir, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 1994, s.71

⁴⁵⁷ Aleksey G. Sokolov, **Sinema ve Televizyonda Görüntü Kurgusu**, Çev: Semir Arslanyürek, Agora Kitaplığı, İstanbul, 2007, s.60-128

⁴⁵⁸ Herbert Zettl, **Television Production Handbook**, Thomson Higher Education, Belmont, CA, 2009, 284

⁴⁵⁹ Jeremy Wineyard, **Sinemada Çekim Teknikleri**, Çev: Gökhan Rızaoğlu, İstanbul, Seçil Ofset, 2010, s.19

yerleştirme, planlar arasında geçişi sağlama, konunun ritmini oluşturma şeklinde ifade etmek mümkündür.⁴⁶⁰

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte kurgu teknikleri de çok gelişmiştir. Kurgu ünitelerine birçok palet eklenmiş ve çok farklı yöntemlerle görüntüler üzerinde oynamak hatta görüntüyü yeniden yaratmak olanaklı bir hale gelmiştir. Temel olarak kurguda dört geçiş yönteminden bahsedebiliriz. Bunları kesme/cut, zincirleme (dissolve), karartma ve açma / fade-in ve fade-out, bindirme şeklinde sıralamak mümkündür. Televizyon programları ve haberlerde çoğunlukla kesme kullanılmaktadır. Bu nedenle diğer geçişler detaylandırılmayacaktır. Kesme bir çekimden diğerine doğrudan geçmeyi ifade eder.⁴⁶¹ Örneğin orta plan bir çekimde yazı tahtası üzerinde yazılan yazının izleyici tarafından okunması isteniyorsa yakın çekim görüntü bu plana kesme ile geçiş sağlanarak eşlik eder.

Kesme en çok kullanılan geçiş yöntemlerinden biridir. Açık ve yönleri insan gözüne yakın olduğu için⁴⁶² tercih edilmektedir. Televizyon haberlerinde de en sık kullanılan geçiş yöntemidir. Televizyon programlarında görüntülerin doğru seçimi ve düzenlenmesi hayati bir önem taşımaktadır. Doğru seçimler ve çekimlerin birbiri ile ilişkilendirilmesi sadece görsel akışı etkilemekle kalmaz aynı zamanda izleyicilerin istenilen yönde etkilenmesini ve izleyicinin gördüklerine nasıl tepki vereceğini de doğrudan etkileyerek, duygularını harekete geçirir ve yorumlarının şekillenmesinde belirleyici olur.⁴⁶³

Bir yapımda bir görüntünün diğerini izleyişi görüntülerin art arda sıralanışı, tersine çevrilmeyecek bir söylem biçimi oluşturur.⁴⁶⁴ Bu nedenle hikâyeyi oluşturacak görüntülerin seçimi ve bilinçli bir şekilde sıralanması sadece estetik açıdan değil aynı zamanda dramatik etki ve anlamın oluşması için de son derece önem taşımaktadır. Kurgu yapılırken birleştirici bir etki yaratmak için bir dizi görüntü bir araya getirilir. Bu görüntüleri ardışık veya çoklu görüntü ekranı olarak da kullanmak olanaklıdır.

⁴⁶⁰ Bülent Küçükdoğan, **Sinemada Kurgu ve Eisenstein**, İstanbul, Hayalperest Yayınevi, 2014, s.46-47

⁴⁶¹ Gerald Millerson, Jim Owens, **Television Production**, Oxford, Focal Press is an imprint of Elsevier, 2009, s.277

⁴⁶² Güner Sarioğlu, **Televizyonda Yapım ve Yönetim**, Ankara, Başnur Matbaası, 1967, s.127

⁴⁶³ Gerald Millerson, Jim Owens, **Television Production**, Oxford, Focal Press is an imprint of Elsevier, 2009, s.277

⁴⁶⁴ John Berger, **Görme Biçimleri**, Çev: Yurdanur Salman, İstanbul, Metis Yayınları, 2008, s.26

Çoklu görüntü genellikle ekranın aynı anda birkaç parçaya bölünmesi ve görüntülerin bir arada gösterilmesidir. Farklı amaçlarla kullanılabilir. Bir sürecin aşamalarını göstermek, karşılaştırma yapmak, farklı bakış açılarını karşılaştırmak gibi. Bu görüntü aynı konuya ait olduğu gibi birbiriyle ilişkilendirilen birkaç farklı konuya ait olabilir.⁴⁶⁵

Haberlerde muhabir ile bağlantı kurulduğunda, başka bir stüdyoda bulunan konukla bağlantı kurulduğunda veya stüdyoda yer alan konukları bir arada göstermek için tercih edilebilir. Çoklu görüntü kullanımında görüntüler çok küçüldüğü için dramatik etki kaybolabilir. Bu nedenle doğru kullanılmalıdır.

Kurgu çekilen görüntülerin yeniden yaratıldığı aşamadır. Görüntülerin aslındaki imgeyi göstermesinin yanı sıra başka imgelerin gösterdiği bir şey de olur. Bir görüntünün anlamı birleştiği görüntülerle anlam kazanır. Hemen yanındaki veya arkasından gelen şeye göre değişir. Birlikte kullanılan diğer imgelerle bağlam yeniden şekillenir.⁴⁶⁶

Televizyon haberciliğinde kurgu kodlarının da belirli anlamları vardır. Örneğin görüntünün durdurulması veya dondurulması ile gerçekleştirilen sabit durağan görüntüler üzerine bindirilen metinlerin yarattığı gerçeklik etkisini ön plana çıkarır. Hareketin yavaşlatılması, gösterilen olayın detaylarıyla, bu detaylara vurgu yapılarak gösterilmesi için kullanılır. Burada gözden kaçırılanı göze sokma, olaya konu olan şey veya kişiyi olumsuz göstermek için tercih edilen bir kurgulama yöntemidir. Televizyon haberleri örnekleri incelendiğinde bu tarz kurgunun yapıldığı haberlerin üzerine okunan metinlerin genellikle olumsuz olduğu görülmektedir.⁴⁶⁷ Kısaca kurgu haberde anlam yaratmanın önemli aşamalarından biri olarak işlevseldir.

Sonuç itibarıyla kurgunun amacını; farklı çekimleri bir anlam bütünlüğü oluşturacak şekilde bir araya getirmek, hataları diğer görüntülerle örtterek düzeltmek, eldeki görüntüleri amaca uygun bir şekilde sunmak, görsel efekt, müzik ve benzeri kullanımlarla dramatik etkiyi arttırmak⁴⁶⁸ şeklinde ifade etmek mümkündür.

⁴⁶⁵ Gerald Millerson, Jim Owens, **Television Production**, Oxford, Focal Press is an imprint of Elsevier, 2009, s.291

⁴⁶⁶ John Berger, **Görme Biçimleri**, Çev: Yurdanur Salman, İstanbul, Metis Yayınları, 2008, s.29

⁴⁶⁷ Çiler Dursun, **TV Haberlerinde İdeoloji**, Ankara, İmge Kitabevi Yayınları, 2014, s.220

⁴⁶⁸ Gerald Millerson, Jim Owens, Asbury College, **Video Production Handbook**, Oxford, Focal Press is an imprint of Elsevier, 2008, s.296

Programların iletmek istedikleri mesajı etkili bir şekilde izleyiciye aktarmak ve arzulanan etkiyi yaratmak için kurgu büyük önem taşımaktadır. Kurgunun doğru kullanımını bilmek, iletinin doğru ve etkili bir şekilde sunulmasına ve programlamayı yapanların amacına ulaşmasına katkıda bulunmaktadır. Bu nedenle günümüzde yapımcılar, kurgu yapan kişilerin hem teknik açıdan donanımlı hem de kurgu mantığını iyi bilen yaratıcı kişiler olmasını tercih etmektedir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE TELEVİZYON ANA HABER BÜLTENLERİNDE GÖRÜNTÜ ÇERÇEVELEMESİ ÇÖZÜMLEMESİ

Çalışmanın araştırma kısmını oluşturan *Türkiye’de Televizyon Ana Haber Bültenlerinde Görüntü Çerçevelemesi Çözümlemesi* başlıklı bu bölümünde, öncelikle Türkiye’de televizyon kuruluşlarının örgütsel yapısı ve yasal düzenlemeler hakkında bilgi verilerek, televizyon yayıncılığı ve haberciliğinin hangi ilkeler doğrultusunda gerçekleştirildiğinin irdelenmesi yerinde olacaktır. Ardından çalışmada çözümleme yöntemi olarak kullanılan görüntü çerçevelemesi çözümlemesi açıklanarak, seçilen televizyon ana haber bültenleri çözümlenecek ve elde edilen veriler değerlendirilerek televizyon ana haber bültenleri ile toplumsal bakışın nasıl oluşturulduğu tartışılacaktır.

3.1. Türkiye’de Televizyon Kuruluşlarının Yapısı

Televizyon kuruluşlarının yapısı bulundukları ülkenin iktisadi, siyasi, kültürel yapısı ve yasal düzenlemelerine göre örgütlenmektedir. Bu örgütlenme yapıları ülkenin siyasal yönetim mekanizması ve ekonomik kaynaklarına bağımlı olarak biçimlenmektedir.⁴⁶⁹

Türkiye’de yayın yapan televizyon kuruluşları kar amaçlı yapılan tecimsel kanallar ve kamusal yayın yapan kanallardan oluşmaktadır.

Türkiye’de televizyon yayıncılığı ilk kez 27 Mayıs 1961 tarihinde kabul edilen ve 31 Mayıs 1961 tarihinde Resmi Gazete ’de yayımlanarak yürürlüğe giren Anayasa’da yer alan 121. madde ile yasalaşmıştır.

“Radyo ve televizyonun idaresi ve haber ajansları- Madde 121 —Radyo ve Televizyon İstasyonlarının idaresi, özerk kamu kişiliği halinde kanunla düzenlenir. Her türlü radyo ve televizyon yayınları tarafsızlık esaslarına göre yapılır. Radyo ve televizyon idaresi kültür ve eğitime yardımcılık görevinin gerektirdiği yetkilere sahip kılınır.”⁴⁷⁰

⁴⁶⁹ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.132

⁴⁷⁰ <http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/10816.pdf>

“Radyo ve televizyon istasyonlarının idaresinin özerk kamu kişiliği halinde kanunla düzenleneceği” ibaresinin Anayasada yer almasından sonra, 1 Mayıs 1964 tarihinde 359 sayılı yasa ile Türkiye Radyo Televizyon Kurumu kurulmuştur.

1964 yılında TRT’nin kurulmasıyla kamu hizmeti yayıncılığı niteliğine bürünmüş, özerk niteliğe sahip olan kurumun mevcut durumuna yasal bir çerçeve oluşturulmuş, 1971’de yeni anayasal ve yasal düzenlemelerle de TRT’nin özerk statüsü değiştirilerek Türkiye’deki radyo ve televizyon yayınları devlet tekeline dönüştürülmüştür.⁴⁷¹

Anayasa’nın 121. maddesi 1971 yılında şu şekilde değiştirilmiş, Türkiye’de radyo ve televizyon yayınlarının yalnızca devlet eliyle kurulan TRT kurumu tarafından yapılabileceği hükme bağlanmıştır.

Madde 121- (20.9.1971-1488) “Radyo ve televizyon istasyonları, ancak Devlet eliyle kurulur ve idarecileri tarafsız bir kamu tüzel kişiliği halinde kanunla düzenlenir. Kanun, yönetim ve denetimde ve yönetim organlarının kuruluşunda tarafsızlık ilkesini bozacak hükümler koyamaz. Her türlü radyo ve televizyon yayımları, tarafsızlık esaslarına göre yapılır. Haber ve programların seçilmesinde, işlenmesinde ve sunulmasında ve kültür ve eğitime yardımcılık görevinin yerine getirilmesinde Devletin ülkesi ve milletiyle bütünlüğünün, insan haklarına dayanan millî, demokratik, lâik ve sosyal Cumhuriyetin, millî güvenliğin ve genel ahlâkın gereklerine uyulması, haberlerin doğruluğunun sağlanması esasları ile organların seçimi, yetki, görev ve sorumlulukları kanunla düzenlenir. Devlet tarafından kurulan veya Devletten malî yardım alan haber ajanslarının tarafsızlığı esastır.”⁴⁷²

İTÜ televizyon deneme yayınlarını, TRT’nin Ankara’da başlattığı televizyon yayınlarının başlamasından iki yıl sonrasına 1970 yılına kadar sürdürmüştür.⁴⁷³ Ancak bazı kaynaklarda yayınların, haftada bir akşam olmak üzere 1951-1960 yılları arasında devam ettiği belirtilmektedir.⁴⁷⁴ TRT tarafından televizyon yayınları ise 31 Ocak 1968 tarihinde Ankara’da başlatılmıştır.⁴⁷⁵ 1971 yılında TRT ile İTÜ arasında yapılan bir anlaşma ile üniversitenin televizyon ile ilgili teknik donanımı TRT’ye devredilmiş

⁴⁷¹ Türkiye’de Medya ve Seçimler Medya İzleme Araştırması, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi, Medya İzleme Grubu ve Konrad Adenauer Vakfı, 1999, s.7-8

⁴⁷² <https://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa61.htm>

⁴⁷³ Aysel Aziz, **Televizyon Yayıncılığının 30 Yılı (1968-1998)**, Ankara, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu, 1998, s.19

⁴⁷⁴ Jale Sarmaşık, **Türkiye’de Radyo ve Televizyon Düzeni**, İstanbul, Maltepe Üniversitesi, 2000, s.28

⁴⁷⁵ Mahmut Tali Öngören, **Televizyon Kılavuzu**, İstanbul, 1972, s.274

ve TRT İstanbul Televizyonu'nun başlangıç yıllarında kullanılmıştır.⁴⁷⁶ Türkiye'de renkli yayıncılık ise 1 Temmuz 1984 tarihinde gerçekleşmiştir.⁴⁷⁷ Türkiye'de 1990'lı yıllara kadar radyo ve televizyon yayıncılığı kamusal devlet sistemi anlayışıyla devlet tekelinde yapılmış, radyo ve televizyon yayın kuruluşu olan TRT bünyesinde gerçekleşmiştir.

Teknolojik alt yapı ve yasal düzenlemeler hazırlanmadan özel kanalların yasal açıklıklardan yararlanarak yayın yapmaya başlamasıyla birlikte Türkiye'de televizyon yayıncılığı çok kanallı ve karmaşık bir televizyon yayıncılığının yapıldığı süreç geçmiştir.⁴⁷⁸

Özel televizyon yayıncılığına ilişkin ilk girişimler ise 1987 yılında başlamış, bu girişimlerin kamuoyuna duyurulması ile başlayan tartışmalar toplumun devlet tekelinin dışına çıkılması, tarafsız ve doğru bilginin aktarılacağı yayınların oluşturulması beklentileri ve bu süreci her koşulda bir gelir kaynağına dönüştürme çabası içerisinde olan sermayenin beklentileri arasında yoğunluk göstermiştir. Anayasanın 133. maddesine rağmen bazı kuruluşlar yayınlara başlamıştır.⁴⁷⁹

Dönemin Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın ABD gezisi sırasında yurtdışından Türkiye'ye yapılacak Türkçe televizyon yayınlarında yasal bir sakınca olmadığını düşündüğünü belirten söylemi üzerine yayın hazırlıklarını tamamlayan Star televizyon kanalı dolaylı yoldan devletin en üst kademesinden izin çıkmasıyla yayınlara başladı.⁴⁸⁰

Yurt dışından uydu yayın sistemiyle yapılan Macig Box'ın Star 1 kanalı yayınlarıyla 1 Ekim 1990 tarihinde Türkiye'de yayıncılık alanında devlet tekeli kırılmış oldu.⁴⁸¹ Bu kanal görünürde CNN, RTL ve BBC gibi yurtdışı yayın yapan kanal statüsünde görünmesine karşılık onlardan farklı bir özellik barındırmaktaydı. Kanalda yapılan yayınlar Türk izleyici için hazırlanıyor, Türk izleyiciye yönelik reklam veriyor ve

⁴⁷⁶ Aysel Aziz, **Televizyon Yayıncılığının 30 Yılı (1968-1998)**, Ankara, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu, 1998, s.19

⁴⁷⁷ Hülya Yengin, **Ekranın Büyüsü**, İstanbul, Der Yayınları, 1994, s. 73

⁴⁷⁸ Mehmet Özçağlayan, "Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının Gelişimi", **Journal of Selçuk Communication**, cilt:1, sayı:2, 2000, s.41

⁴⁷⁹ Jale Sarmaşık, **Türkiye'de Radyo ve Televizyon Düzeni**, İstanbul, Maltepe Üniversitesi, 2000, s.113

⁴⁸⁰ Şermin Tekinalp, **Camera Obscura'dan Synopticon'a Radyo ve Televizyon**, İstanbul, Der Yayınları, 2003, s.277

⁴⁸¹ Jale Sarmaşık, **Türkiye'de Radyo ve Televizyon Düzeni**, İstanbul, Maltepe Üniversitesi, 2000, s.114

programlar Türkiye’deki stüdyolarda çekilip uyduyla Almanya’ya çıkarılıyor yurtdışı yayınıymış gibi uydu aracılığıyla ülkeye dağıtılıyordu. Bu durum yayıncılık alanındaki yasal boşlukların sermayedarlar tarafından nasıl kullanıldığının görülmesi açısından önemli bir örnektir.⁴⁸²

Özel radyo ve televizyonların yayın hayatına başlamasıyla kurumsal yapı ve ilişkiler değişime uğramış ve büyük boyutlarda farklılaşmıştır. Bu kuruluşların faaliyetleri kar elde etme amacı esas alınarak belirlenmektedir. Bu durum format, içerik ve yayın politikasını biçimlendirmektedir. Türkiye’de özel televizyon kuruluşları yayıncılığına ilişkin ilkeler ve denetleme yetkisi yasa ile Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK)’na verilmiştir.

Günümüzde Türkiye’de hem devlet kanalı TRT hem de ticari özel kanalların bir arada görüldüğü bir yayıncılık mevcuttur. Türkiye’de yayın yapan 247 karasal, 205 uydu, 101 kablo olmak üzere toplam 553 televizyon kanalı bulunmaktadır.⁴⁸³

3.1.1. 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun

Türkiye özelinde radyo ve televizyon kuruluşlarına yönelik yasal düzenlemelere bakıldığında; “6112 sayılı Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun” ile yayın kuruluşlarının, kuruluş esaslarından yayının içeriğine kadar ne yapılması ve yayınların nasıl olması gerektiği yasal çerçeve ile belirlenmiştir. RTÜK’ün görev ve sorumlulukları kanunda açıkça belirtilmiş, radyo ve televizyon yayınlarının teknik ve içerik olarak düzenlenmesinden yayınların kanunda belirtilen yayın ilkelerine uygun, kamusal faydayı gözeten bir anlayışla yapılması olarak tanımlanmıştır. RTÜK 15.02.2017 tarihli 6112 sayılı Radyo ve Televizyon Kuruluşları ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun ile görev tanımında; kamu ve özel yayıncılık yapan kuruluşların kurallara uymasını sağlamak ve denetlemekle yükümlü tutulmuştur. Ayrıca kuruluşlara yayın izni, lisans verme, var olan lisansı iptal etme,

⁴⁸² Şermin Tekinalp, *Camera Obscura’dan Synopticon’a Radyo ve Televizyon*, Der Yayınları, İstanbul, 2003, s.277

⁴⁸³ <https://www.ahaber.com.tr/gundem/2012/04/14/turkiyede-kac-tv-kanali-var>, (çevrimiçi), 20 Ekim 2017.

yayın kuruluşlarını uyarma, program durdurma veya para cezası verme yetkileri RTÜK'e yasa ile verilmiştir.

6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun on iki bölümden oluşmaktadır. Kanunun bölümleri incelendiğinde birinci bölümde kanunun amacı, kapsamı ve ilgili tanımlara yer verildiği görülmektedir. Amaç birinci madde de şu şekilde ifade edilmektedir:

“Bu Kanunun amacı; radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerinin düzenlenmesi ve denetlenmesi, ifade ve haber alma özgürlüğünün sağlanması, medya hizmet sağlayıcılarının idarî, malî ve teknik yapıları ve yükümlülükleri ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun kuruluşu, teşkilâtı, görev, yetki ve sorumluluklarına ilişkin usul ve esasları belirlemektir.”⁴⁸⁴

Bu madde ile radyo ve televizyon yayınlarının düzenlenmesi, denetimi, yayın kuruluşlarının bütün alanlardaki yükümlülükleri belirtilmekte ve denetleme görevini üstlenen RTÜK'ün kuruluşu, görev ve sorumlulukları açıkça ifade edilmektedir. Kanunun ikinci maddesi kapsama ilişkindir;

“Bu Kanun, Türkiye Cumhuriyeti Devletinin yargı yetkisi altında, her türlü teknik, usul ve araçlarla ve her ne isim altında olursa olsun elektromanyetik dalgalar veya diğer yollarla yapılan radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetleriyle ilgili hususları kapsar. Türkiye Cumhuriyeti Devletinin yargı yetkisi altındaki medya hizmet sağlayıcılar, ikinci fıkra gereğince Türkiye’de yerleşik kabul edilenler ile üçüncü ve dördüncü fıkra hükümlerine tabi olanlardır.”⁴⁸⁵

Bu madde medya hizmetlerinin gerçekleştirilmesi ve editoryal kararların alınması sürecinde bulundukları fiziksel konuma göre ne tür bir işleme tabi olacaklarını detaylı bir şekilde açıklamaktır. Üçüncü madde ise kanunda yer alan tanımlara yer vermektedir. Kanunun beşinci maddesi Türkiye’de yayın dilinin Türkçe olması gerektiği ancak Türkçe dışındaki dil ve lehçelerde de yayın yapılabileceği, yapılacak yayınların seçilen dilin kurallarına uygun olması gerektiğini belirtmektedir.

⁴⁸⁴ 6112 sayılı Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, Md. 1

⁴⁸⁵ 6112 sayılı Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, Md. 2

“Yayın hizmetlerinin Türkçe yapılması esastır. Ancak Türkçe dışındaki dil ve lehçelerde de yayın yapılabilir. Yayınlar seçilen dilin kurallarına uygun olarak yapılmak zorundadır. Bu yayınlara ilişkin usul ve esaslar Üst Kurulca yönetmelikle belirlenir.”⁴⁸⁶

Kanunun altıncı maddesi hizmet sağlayıcının bağımsızlığı ve sorumluluğuna ilişkindir. Yapılacak yayınların içeriği ve yayınlanmasına önceden bir müdahalenin söz konusu olamayacağı ancak kanunlarda yer alan hükümlerin ve düzenleyici işlemlerin müdahale sayılamayacağı gibi medya hizmet sağlayıcıların, ticari iletişim ve üçüncü şahıslar tarafından üretilenlerde dahil olmak üzere, yayınların içeriği ve sunumundan sorumlu tutulmaktadır.

Kanunun yedinci maddesi ifade ve haber alma özgürlüğünün esas olduğunu ancak savaş, terör amaçlı saldırılar, doğal afetler ve benzeri olağanüstü durumların ortaya çıktığı kriz zamanlarında geçici yayın yasağı getirilebileceğini ifade etmektedir.

Kanunun üçüncü bölümü yayın hizmetlerine ilişkin ilkeleri kapsamaktadır. Bu ilkeler yayın içeriklerinin çerçevesini de çizmektedir. Yayın hizmeti ilkeleri kanunda aşağıdaki şekliyle yer almaktadır.

“(1) Medya hizmet sağlayıcılar, yayın hizmetlerini kamusal sorumluluk anlayışıyla bu fıkrafta yer alan ilkelere uygun olarak sunarlar. Yayın hizmetleri;

a) Türkiye Cumhuriyeti Devletinin varlık ve bağımsızlığına, Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne, Atatürk ilke ve inkılâplarına aykırı olamaz.

b) Irk, dil, din, cinsiyet, sınıf, bölge ve mezhep farkı gözeterek toplumu kin ve düşmanlığa tahrik edemez veya toplumda nefret duyguları oluşturamaz.

c) Hukukun üstünlüğü, adalet ve tarafsızlık esasına aykırı olamaz.

ç) İnsan onuruna ve özel hayatın gizliliğine saygılı olma ilkesine aykırı olamaz, kişi ya da kuruluşları eleştiri sınırları ötesinde küçük düşürücü, aşağılayıcı veya iftira niteliğinde ifadeler içeremez.

d) Terörü övemez ve teşvik edemez, terör örgütlerini güçlü veya haklı gösteremez, terör örgütlerinin korkutucu ve yıldırıcı özelliklerini yansıtıcı nitelikte olamaz. (Mülga ikinci cümle: 2/1/2017-KHK-680/18 md.)(...)

e) Irk, renk, dil, din, tabiiyet, cinsiyet, engellilik, siyasî ve felsefî düşünce, mezhep ve benzeri nedenlerle ayrımcılık yapan ve bireyleri aşağılayan yayınları içeremez ve teşvik edemez.

⁴⁸⁶ 6112 sayılı Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, Md. 5

- f) Toplumun millî ve manevî değerlerine, genel ahlaka ve ailenin korunması ilkesine aykırı olamaz.
- g) Suç işlemeyi, suçluyu ve suç örgütlerini övücü, suç tekniklerini öğretici nitelikte olamaz.
- ğ) Çocuklara, güçsüzlere ve engellilere karşı istismar içeremez ve şiddeti teşvik edemez. (1)
- h) Alkol, tütün ürünleri ve uyuşturucu gibi bağımlılık yapıcı madde kullanımı ile kumar oynamayı özendirici nitelikte olamaz.
- ı) Tarafsızlık, gerçeklik ve doğruluk ilkelerini esas almak ve toplumda özgürce kanaat oluşumuna engel olmamak zorundadır; soruşturulması basın meslek ilkeleri çerçevesinde mümkün olan haberler, soruşturulmaksızın veya doğruluğundan emin olunmaksızın yayınlanamaz; haberin verilişinde abartılı ses ve görüntüye, doğal sesin dışında efekt ve müziğe yer verilemez; görüntülerin arşiv veya canlandırma niteliği ile ajanslardan veya başka bir medya kaynağından alınan haberlerin kaynağının belirtilmesi zorunludur.
- i) Suçlu olduğu yargı kararı ile kesinleşmedikçe hiç kimse suçlu ilân edilemez veya suçluymuş gibi gösterilemez; yargıya intikal eden konularda yargılama süresince, haber niteliği dışında yargılama sürecini ve tarafsızlığını etkiler nitelikte olamaz.
- j) Haksız çıkarlara hizmet eden ve haksız rekabete yol açan unsurlar içeremez.
- k) Siyasî partiler ve demokratik gruplar ile ilgili tek yönlü veya taraftutar nitelikte olamaz.
- l) Genel sağlığa, çevrenin ve hayvanların korunmasına zarar verecek davranışları teşvik edemez.
- m) Türkçenin, özellikleri ve kuralları bozulmadan doğru, güzel ve anlaşılır şekilde kullanılmasını sağlamak zorundadır; dilin düzeysiz, kaba ve argo kullanımına yer verilemez.
- n) Müstehcen olamaz.
- o) Kişi veya kuruluşların cevap ve düzeltme hakkına saygılı olmak zorundadır.
- ö) Bilgi iletişim araçları yoluyla yarışma veya lotarya içeremez, dinleyici ve seyircilere ikramiye verilemez veya ikramiye verilmesine aracılık edemez.
- p) Medya hizmet sağlayıcı tarafından yapılan veya yaptırılan anket ve kamuoyu yoklamalarının, hazırlık aşamasından sonuçların ilânına kadar noter nezaretinde gerçekleştirilmesi zorunludur.
- r) Kişileri fal veya batıl inançlar yoluyla istismar edemez.
- s) Toplumsal cinsiyet eşitliğine ters düşen, kadınlara yönelik baskıları teşvik eden ve kadını istismar eden programlar içeremez.
- ş) Şiddeti özendirici veya kanıksatıcı olamaz.

t) (Ek: 2/1/2017-KHK-680/18 md.) Terör eylemini, faillerini ve mağdurlarını terörün amaçlarına hizmet edecek sonuçlar doğuracak şekilde sunamaz.

(2) Radyo ve televizyon yayın hizmetlerinde, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlakî gelişimine zarar verebilecek türde içerik taşıyan programlar bunların izleyebileceği zaman dilimlerinde ve koruyucu sembol kullanılsa dahi yayınlanamaz. (2)

(3) İsteğe bağlı yayın hizmeti sağlayıcıları, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlakî gelişimini olumsuz etkileyebilecek nitelikteki yayın hizmetlerinin, bunların bu tür hizmetleri normal şartlar altında duymayacakları ve görmeyecekleri şekilde sunulmasını sağlamakla yükümlüdür.

(4) (Ek: 17/4/2017-KHK-690/60 md.) Radyo ve televizyon yayın hizmetlerinde, arkadaş bulma amacıyla kişilerin tanıştırıldığı ve/veya buluşturulduğu türden programlara, takviye edici gıdalar ve benzeri destekleyici ürünler de dâhil olmak üzere herhangi bir ürünün ilgili mevzuatına aykırı olarak sağlık beyanıyla satışına, pazarlanmasına ve/veya reklamına, sohbet, arkadaşlık ve eş bulma hatlarının ve hizmetlerinin tanıtımına yer verilemez. Katma değerli elektronik haberleşme hizmet numaraları, yerel aranır numaralar, benzeri özel içerikli hizmetlere ilişkin numaralar ile özel ücrete tabi diğer sabit ve mobil numaralar kullanılmak suretiyle, izleyici ve dinleyicileri yanıltıcı ve/veya haksız kazanca neden olacak şekilde yarışma, çekiliş, lotarya ve benzeri adlar altında ödül ve ikramiye taahhüt edilemez ve bu yöntemle ürün tanıtımı, satışı ve pazarlaması yapılamaz.⁴⁸⁷

Yayın içeriklerinin neleri kapsayıp kapsamayacağı, hangi kurallara uyulması gerektiği açıkça ifade edilmektedir. Burada içeriklere dair yasal bir çerçevelenme söz konusudur. Kanunun dördüncü bölümünde yayın hizmetlerinde ticari iletişimin genel esaslarına yer verilmektedir. Bu madde de sekizinci madde ile bağlantılıdır. İçeriklerde neyin olup olmaması gerektiğini neyin hangi koşullarda olabileceğini belirtmekte içeriğe dair çerçevelenme yapılmaktadır. Kanunun onuncu maddesi yayın hizmetlerinde reklam ve tele-alışveriş kurallarına yöneliktir. Bu reklam hizmetlerinin nasıl ne zaman ve ne şekilde kullanılabileceği belirtilmektedir. On birinci madde belirli ürünlerin ticari tanıtımına ilişkindir. Alkol, tütün ürünleri ve reçeteye tabi ilaç ve tedavi hakkında ticari iletişim yapılamayacağına ilişkin düzenlemeyi içermektedir. On ikinci madde sponsorluk ile ilgilidir. Sponsorluk yapan ürün veya firmanın programın içerisinde yer alamayacağını belirtir.

⁴⁸⁷ 6112 sayılı Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, Md. 7

On üçüncü madde ürün yerleştirme ile ilgilidir. Sinema ve televizyon için yapılmış filmler, diziler ile spor ve genel eğlence programları dışında, yayınlarda ürün yerleştirmeye yönelik uygulamalara yer verilemeyeceği belirtilmektedir. Kanunun beşinci bölümü yayın hizmeti içeriklerini kapsamaktadır. On dördüncü madde yayın hizmetlerinde, genel veya tematik içerikli yayınların yapılabileceği ve yapılması konusunda uyulması gereken kuralları belirlemektedir. On beşinci madde Avrupa eserlerinin yayınlanmasına ilişkin alt limiti belirlemektedir.

On altıncı madde kamu için önemli olayların kısa gösterim hakkı ve uygulama esaslarına ilişkindir:

“Kamuoyu için büyük önem taşıyan olayların münhasır yayın haklarına sahip televizyon yayıncıları, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu kapsamında, diğer yayıncılara âdil, makul ve eşitlikçi bir temelde bedeli karşılığında kısa gösterim hakkı sağlamak zorundadır.”⁴⁸⁸

Kanunun altıncı bölümünde özel medya hizmet sağlayıcı kuruluşların kuruluşu ve hisse oranları, şirket devri ve birleşmesi, logo ve işaretleri, izleyici temsilciliği, yayın kayıtlarının muhafazası, haber birimlerinde çalışacakların özellikleri ve koruyucu sembol sistemi ile ilgilidir. Bu bölümde yer alan yirmi üçüncü ve yirmi dördüncü maddeler çalışmamız açısından önemlidir.

Yirmi üçüncü madde haber birimlerinde çalıştırılacak personelin asgari sayısı ve personelin özelliklerini açıklamaktadır:

“Medya hizmet sağlayıcılarının haber birimlerinde çalıştırılacak basın kartlı personelin asgarî sayısını Üst Kurul belirler. Bu personel 13/6/1952 tarihli ve 5953 sayılı Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanuna tabidir.”⁴⁸⁹

Yirmi dördüncü madde ise program içeriklerinin koruyucu sembol sistemi ile bilgilendirilmesine ilişkindir:

“Medya hizmet sağlayıcılar, koruyucu sembol sistemi kullanarak, izleyicileri program hizmetlerinin içeriği hakkında sesli veya yazılı olarak bilgilendirir.

(2) Koruyucu sembol sistemi ile ilgili usul ve esaslar Üst Kurulca belirlenir.

(3) Bu madde Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu hakkında da uygulanır.”⁴⁹⁰

⁴⁸⁸ 6112 sayılı Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, Md. 15

⁴⁸⁹ 6112 sayılı Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, Md. 23

⁴⁹⁰ 6112 sayılı Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, Md. 24

Yedinci bölümde frekans planlaması ve tahsisi ile yayın lisansı, türleri ve devrine ilişkin usulleri açıklamaktadır. Sekizinci bölümde yayınların iletimi ve yetkilendirme, multipleks işletmeciler, platform işletmecileri ve yayın hizmeti iletimi yapan altyapı işletmelerine ilişkin usul ve esasları içermektedir. Dokuzuncu bölümde seçim döneminde uyulması gereken yayın kuralları ve siyasi reklamlara yönelik usuller yer almaktadır. Onuncu bölümde kurallara uyulmaması durumunda uygulanacak idari ve adli yaptırımlara yönelik esas ve usuller yer almaktadır.

On birinci bölümde, RTÜK / Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun kuruluşu, yapısı, başkan ve başkan vekilinin görev ve yetkileri ile üst kurulun görev ve yetkileri, yasaklar ve denetime ilişkin usuller, üst kurul üyelerinin teminatı, mali ve sosyal hakları, çalışma esasları, toplantı karar ve yeter sayısı, mali kaynaklar ve bütçesi, gelirlerin tahsili, kurulun teşkilatı, personeli ve kadrolarına ilişkin usul ve esaslar yer almaktadır.

On ikinci ve son bölüm, çeşitli ve son hükümler, bilgi teknolojileri ve iletişim kurumlarına ait hükümler, TRT'nin yükümlülüğü, sorumlu müdüre ilişkin esaslar ile tebligat ve yetkili mahkemeler, yürürlükten kaldırılan ve uygulanmayacak hükümler, üst kurul ve personele ait geçiş hükümleri, yönetmelikler, lisans sahibi kuruluşlar, kanal ve frekanslarla ilgili geçiş hükümleri ve müeyyidelere ilişkin geçici maddelere ilişkin usul ve esaslar yer almaktadır.⁴⁹¹

Kanun bu başlıklar altında detaylı bir şekilde açıklanmakta ve yayın kuruluşlarının yapısını belirlemekte aynı zamanda yayın içeriklerine ait yasal çerçeve detaylı bir şekilde çizilmektedir.

3.1.2. Avrupa Sınırötesi Yayıncılık Sözleşmesi

Uluslararası bir sözleşme olan Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi Türkiye tarafından 7 Eylül 1992 tarihinde imzalanmış, 1 Mayıs 1994'te yürürlüğe girmiştir. Türkiye'de yayın esaslarını belirleyen Radyo ve Televizyon Kuruluşlarının Kuruluş ve Yayın İlkeleri Hakkında Kanun'unda bu sözleşmede yer alan temel ilkelerin hepsi bulunmaktadır.

⁴⁹¹ 6112 sayılı Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun

Sözleşmenin amacı; ifade ve haber alma özgürlüğünün gerçekleştirilmesinin bir boyutunu oluşturan televizyon yayıncılığının ilke, esas ve uygulamalarında Avrupa ülkeleri arasında birlik ve beraberliği sağlamak ve sınırötesi televizyon yayıncılığına ait sözleşmede belirlenen ortak kurallar çerçevesinde, yayınların gerçekleştirilerek taraf ülkeler arasında serbest dolaşımına imkân verilmesi olarak ifade edilmektedir.⁴⁹²

Sözleşme Avrupa İnsan Hakları sözleşmesinin onuncu maddesinde yer alan “bilgi alma ve ifade özgürlüğü” ilkesini temel almış ve bu çerçevede düzenlenmiştir. Bu sözleşmenin tarafları; Bulgaristan, Avusturya, Kıbrıs, Finlandiya, Estonya, Fransa, San Marino, Almanya, Slovak Cumhuriyeti, Macaristan, Slovenya, İtalya, İspanya, Letonya, İsviçre, Liechtenstein, Vatikan, Malta, İngiltere, Norveç, Polonya ve Türkiye’dir. Sözleşmeye gözlemci olarak katılan ülkeler ise; Andora, İrlanda, Arnavutluk, Hırvatistan, Romanya, Azerbaycan, Monako, Ermenistan, Hollanda, Litvanya, Çek Cumhuriyeti, Moldova, Beyaz Rusya, İzlanda, Belçika, Danimarka, Gürcistan, Bosna-Hersek, Lüksemburg, Yunanistan, Portekiz, Rus Federasyonu, Ukrayna, İsveç, Makedonya Cumhuriyeti ve Avrupa Birliği’dir.⁴⁹³

3. 2. Çözümlemenin Örneklemini Oluşturan Televizyon Kanalları ve Ana Haber Bültenlerinin İzlenme Oranları

Türkiye’de yayın yapan televizyon kanallarının ana haber bültenlerinin, haberi görüntülerle nasıl çerçevelediklerinin ve toplumsal bakışı nasıl oluşturduklarının çözümlenebilmesi amacıyla, televizyon kanallarının seçilebilmesi için ölçütler belirlenmiştir. Bu ölçütler;

- Genel izleyici kitlesine hitap etmek
- Tematik yayın yapmamak
- Tüm programlar izlenme oranları sıralamasında ana haber bülteni ile total izleyici içerisinde ilk 100’e girmek
- Aynı medya-yayın grubu içerisinde yer almamak
- Yayın akışı içerisinde prime-time’da ana haber bülteni yayınlamak
- Tecimsel yayın yapmak, kamusal yayın yapmak

⁴⁹² Avrupa Sınırötesi Yayıncılık Sözleşmesi

⁴⁹³ Avrupa Sınırötesi Yayıncılık Sözleşmesi

Bu ölçütler göz önünde bulundurularak Türkiye’de kamusal yayıncılık yapan tek kanal olması dolayısıyla TRT1 ve total izleyici grubu içerisinde ilk 100’e giren ana haber bültenlerinin yayınlandığı en çok izlenme oranı olan *ATV, Kanal D, Fox TV, Show TV* ve İzlenme Oranı sıralamasında genel izleyici grubu içerisinde ilk 100’e girmesinden dolayı *Kanal 7* olmak üzere toplam 6 kanal örnekleme dahil edilmiştir.

Belirlenen 6 televizyon kanalının hafta içi ana haber bültenleri, 1-31 Mart 2017 tarihlerini kapsayan süreçte hafta sonu ana haber bültenleri hariç tutulmak üzere toplam 23 güne ait haberleri çözümlenecektir.

Belirlenen televizyon kanallarının, çalışmanın örneklemini oluşturan 6 televizyon kanalı olan *TRT 1, ATV, KANAL D, FOX TV, SHOW TV* ve *KANAL 7*’nin kuruluş yapısı hakkında bilgi edinilmesi yararlı olacaktır.

3.2.1. TRT 1

Türkiye’de 16 Temmuz 1952 tarihli bir iç yazışmayla İTÜ Elektrik Fakültesi Yüksek Frekans Tekniği kürsüsünde başlayan yayıncılık çalışmaları, 30 Ağustos 1971 yılında İTÜ ve TRT arasında imzalanan protokolle tamamen TRT’ye bırakılmıştır.⁴⁹⁴ Devletin özerk yayın kurumu olan TRT Türkiye’de “kamu hizmeti yayıncılığı” yapan tek kuruluştur. Bu nedenle özel televizyon kuruluşları karşısında özel bir öneme sahiptir.⁴⁹⁵

Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT), devlet adına radyo ve televizyon yayınlarını gerçekleştirmek amacıyla, 01 Mayıs 1964 tarihinde özel bir yasa ile özerk ve tüzel bir kişiliğe sahip olarak kurulmuştur. Türkiye’de kamu yayıncılığı yapan tek kanal TRT’dir. Bu durum TRT’nin hem ekonomik hem de idari açıdan devlete, dolayısıyla iktidara bağımlı⁴⁹⁶ olmasını ve iktidarın bir aracı olarak değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır. TRT günümüzde 14 televizyon kanalı, 5 ulusal, 5 bölgesel, 3 uluslararası, 3 yerel radyo istasyonu, trt.net.tr ve 41 dilde

⁴⁹⁴ Mehmet Özçağlayan, “Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Gelişimi”, **Journal of Selçuk Communication**, cilt:1, sayı:2, 2000, s.42

⁴⁹⁵ Şermin Tekinalp, **Camera Obscura’dan Synopticon’a Radyo ve Televizyon**, İstanbul, Der Yayınları, 2003, s.262-263

⁴⁹⁶ Türkiye’de Medya ve Seçimler Medya İzleme Araştırması, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi, Medya İzleme Grubu ve Konrad Adenauer Vakfı, 1999, s.8

hazırlanan www.trtvotworld.com adlı web siteleri ile teleks yayını ve bünyesindeki Televizyon, TRT Çocuk, Radyovizyon adlı basılı dergileri aracılığıyla Türkiye ve dünya geneline yayın yapmaktadır.⁴⁹⁷ TRT 1 kesintisiz olarak 24 saat haber, kültür, sanat, eğlence, spor ve reklam yayınları yapan güncel bir kanal olarak faaliyet göstermektedir.⁴⁹⁸

3.1.2. ATV

Türkiye’de ilk kurulan özel televizyon kanalları arasında yer almaktadır. Sabah grubunun kontrolünde 12 Temmuz 1993 yılında test yayınına başlayan kanal, aktif yayın hayatına 9 Eylül 1993 yılında başlamıştır. Kanalin kurucusu Dinç Bilgin’dir. ATV kurulduğu 1993 yılından 2017 yılına kadar sahiplik anlamında çoğu kez el değiştirmiştir. Bir dönem Ulusal Radyo Televizyon’un sahibi olan Türker İnanoğlu’nun eline geçen ATV⁴⁹⁹ kuruluşundan itibaren sahiplik anlamında değişikliğe uğrayamaya devam etmiş “ATV-Sabah İktisadi Bütünlüğü” adı altında satışa çıkarılmış ve tartışmalı bir ihale sürecinden sonra dönemin iktidarı AKP’ye yakınlığıyla bilinen Ahmet Çalık’ın sahipliğindeki Çalık grubuna satılmıştır.⁵⁰⁰

Çalık grubuna ait Turkuvaz Medya A.Ş. sahipliğinde Türkiye, Azerbaycan, Avusturalya, Romanya, ABD ve birçok Avrupa bölgesinde faaliyetlerini sürdürmektedir.⁵⁰¹ Turkuvaz Medya A.Ş. bünyesinde Sabah, Takvim Fotomaç, Daily Sabah, Yeniasır, Sabah Avrupa, Sabah USA, ATV, a2, ahaber, aspor, aradyo, Şamdan, othaber gibi birçok yazılı ve görsel-işitsel yayın yer almaktadır.⁵⁰²

3.1.3. FOX TV

İhlas Holding’e bağlı bir kuruluş olarak 1993 yılında yayın faaliyetine başlayan TGRT’nin yayın haklarını devretmesi ile yayıncılık hayatına başlamıştır.⁵⁰³ Fox TV

⁴⁹⁷ <http://www.trt.net.tr/Kurumsal/Tarihce.aspx> (Çevrimiçi), 24 Ekim 2017.

⁴⁹⁸ Şermin Tekinalp, **Camera Obscura’dan Synopticon’a Radyo ve Televizyon**, İstanbul, Der Yayınları, 2003, s. 263

⁴⁹⁹ Mehmet Özçağlayan, “Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Gelişimi”, **Journal of Selçuk Communication**, cilt:1, sayı:2, 2000, s.47

⁵⁰⁰ A. Raşit Kaya, **İktidar Yumağı Medya-Sermaye-Devlet**, İstanbul, İmge Yayınları, 2015, s.263

⁵⁰¹ <http://kimkurdu.com/atv/> (Çevrimiçi), 1 Haziran 2017

⁵⁰² <https://www.atv.com.tr> (çevrimiçi), 24 Ekim 2017

⁵⁰³ Fox’u Kim Kurdu, <http://kimkurdu.com/foxu-kim-kurdu/> (çevrimiçi), 24 Ekim 2017.

News Corporation şirketinin sahibi Rupert Murdoch tarafından kurulmuştur. 24 Şubat 2007 yılından beri Türkiye’de Türkçe yayın yapmaktadır. Tezin yazıldığı son dönemlerde Fox TV’nin de içerisinde yer aldığı 21st Century Fox’un California merkezli Walt Disney’e satılacağı söylentileri basına yansımakla birlikte herhangi bir resmi açıklama yapılmamıştır. Fox TV, Huzur Radyo TV A.Ş. bünyesinde İbrahim Onur Kumbaracıbaşı’nın sorumlu müdürlüğünde yayınlarını sürdürmektedir.⁵⁰⁴

3.1.4. KANAL D

Doğan Holding’in sahibi Aydın Doğan tarafından kurulmuştur. 16 Eylül 1993 yılında test yayınına başlayan kanal, 19 Aralık 1993 yılında aktif yayın hayatına başlamıştır. Doğan grubunun medya sektöründeki faaliyetleri devam etmektedir.⁵⁰⁵ Doğan Holding, medya sektöründe gazete, dergi ve kitap yayıncılığı, televizyon ve radyo yayıncılığı ve yapımıcılığı, internet, dijital platform, basım ve dağıtım alanlarında faaliyet göstermektedir. Doğan Yayın Holding bünyesinde Hürriyet, Posta, Fanatik, Hürriyet Daily News, TME gazeteleri, dergi ve kitap yayıncılığı alanında Doğan Burada Dergi, Doğan Egmont, Doğan Kitap ve Dergi Pazarlama ve Planlama (DPP), basım dağıtım ve dış ticaret alanında Doğan Dağıtım, Doğan Printing Center, Doğan Media International, Doğan Dış Ticaret ve haber ajansı olarak da Doğan Haber Ajansı’nı (DHA) bünyesinde barındırmaktadır.⁵⁰⁶

3.1.5. SHOW TV

Türkiye’nin ilk özel televizyon kanallarından biri olan Show TV, 1991 yılında İktisat Bankası’nın sahibi Erol Aksoy tarafından kurulmuştur. Düzenli yayınlarına 1 Mart 1992 tarihinde başlamıştır. Kanalin Genel Müdürlüğü’ne Nuri Çolakoğlu ve yayın danışmanı olarak da Güneri Civaoglu getirilmiştir.⁵⁰⁷ Show TV, 14 Eylül 2007 tarihinde kurulan Ciner Yayın Kuruluşu’nun sahipliğinde AKS Televizyon Reklamcılık ve Filmcilik Sanayi ve Ticaret A.Ş bünyesinde yayın hayatını sürdürmektedir. Ciner Yayın Holding medya sektöründe Show TV, Haber Türk TV,

⁵⁰⁴ [https://www.fox.com.tr/kunye\(cevrimiçi\)](https://www.fox.com.tr/kunye(cevrimiçi)), 24 Ekim 2017

⁵⁰⁵ A. Raşit Kaya, **İktidar Yumağı Medya-Sermaye-Devlet**, İstanbul, İmge Yayınları, 2015, s.273

⁵⁰⁶ <http://www.doganholding.com.tr> (cevrimiçi), 24 Ekim 2017.

⁵⁰⁷ Mehmet Özçağlayan, “Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Gelişimi”, **Journal of Selçuk Communication**, cilt:1, sayı:2, 2000, s.4

Bloomberg HT, C yapım filmcilik, Habertürk gazetesi ve Habertürk matbaacılık alanlarında faaliyetlerini sürdürmektedir.⁵⁰⁸

3.1.6. KANAL 7

İslami ölçülere göre yayın yapan bir televizyon kurma fikri ile Kombassan Holding'in patronu Haşim Bayram ve RP Genel Başkanı Necmettin Erbakan arasında yapılan görüşmeler sonucunda, Necmettin Erbakan'ın girişimleri başlamıştır. 1993 yılında 8 ortaklı olarak Yeni Dünya İletişim A.Ş. kurulmuştur. Şirketin ortakları arasında Haşim Bayram, Recai Kutan ve Zekeriya Karaman bulunuyordu. Şirketin kuruluşunun ardından Haşim Bayram ve Recai Kutan Almanya'ya giderek Milli Görüş Teşkilatı'nın üssü konumunda olan Köln ve diğer şehirlerde yardım topladılar.

İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı'na ait televizyon kanalının frekansından 24 Temmuz 1994'te yayına başlayan Kanal 7, BRT' nin frekansı ve teknik imkânlarının Yeni Dünya İletişim A.Ş.'ye kiralanması ile yayınlarını sürdürdü. Kombassan Holding'in yanında Yimpaş Holding de Kanal 7'ye maddi destekte bulunmuştur. 2000'li yıllarda maddi sıkıntılar yaşayan Yimpaş Holding'in kanaldan desteğini çekmesi ile Kanal 7'nin yönetimi sadece Zekeriya Karaman ve Mustafa Çelik'in kontrolünde kalmıştır.

Almanya'da Deniz Feneri iddianamesinde adı geçen Kanal 7 televizyonunun da içerisinde yer aldığı Yeni Dünya A.Ş.'nin 1.4 milyon TL'lik sermayesinin 400 bin TL'ye indirilmesi sonucu Kanal 7 televizyonun Hayat Görsel Yayıncılık A.Ş.'ye devredildiği açıklandı. Hayat Görsel Yayıncılık RTÜK eski başkanı Zahit Akman'a ait eski şirketi Yeni Pasifik İnşaat Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin yeni adıdır. Şirketin 15 Ocak 2008 yılında İstanbul'a taşınmasıyla Zahit Akman ortaklıktan ayrılmıştır. Şirketin ikamet adresi de Yeni Dünya Şirketi'nin ve Hayat Görsel Yayıncılık'ın da adresidir.⁵⁰⁹

Merkezi Eyüp İstanbul'da bulunan Hayat Görsel Yayıncılık A.Ş. bünyesinde Kanal 7, Ülke TV, Radyo 7, Avrupa 7, TVT, haber7.com, ülke.com.tr, radyohome.com,

⁵⁰⁸ [http://www.cinergroup.com.tr/medya/show-tv\(cevrimiçi\)](http://www.cinergroup.com.tr/medya/show-tv(cevrimiçi)), 11 Ekim 2017

⁵⁰⁹ http://haber.gazetevatan.com/Kanal_7_nasil_kuruldu_201116_45/201116/45/Haber

izle7.com, Mepa Medya ve Ülke Radyo bulunmaktadır.⁵¹⁰ Kanalın yönetim kurulu başkanı Zekeriya Karamandır.⁵¹¹

Örneklemi Oluşturan Televizyon Kanallarının 1-31 Mart 2017 Tarihleri Arasındaki İzlenme Oranları

TRT 1, ATV, KANAL D, FOX TV, SHOW TV ve KANAL 7 televizyon kanallarında yayınlanan ana haber bültenlerine ait 1-31 Mart 2017 hafta içi İzlenme Oranı verileri aşağıdaki gibidir. Bütün tablolara ait veriler 1-31 Mart tarihleri arasında medyatava.com adlı siteden total izleyiciye ait izlenme oranları esas alınarak hazırlanmıştır.

1 MART 2017 İZLENME ORANI VERİLERİ				
SIRALAMASI	İLK 100 SIRALAMA	KANAL ADI	İZLENME ORANI %	İZLENME PAYI %
1	5	Show TV	4,75	14,07
2	6	Fox TV	4,65	13,63
3	12	ATV	3,74	10,91
4	13	Kanal D	3,70	10,54
5	29	TRT 1	2,17	6,38
6	45	Kanal 7	1,28	4,46

Tablo 1: 1 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzlenme Oranları⁵¹²

2 MART 2017 İZLENME ORANI VERİLERİ				
SIRALAMASI	İLK 100 SIRALAMA	KANAL ADI	İZLENME ORANI %	İZLENME PAYI %
1	4	Fox TV	5,70	15,50
2	6	Show TV	4,98	13,90
3	7	ATV	4,20	11,62
4	14	Kanal D	3,34	9,18
5	26	TRT 1	2,21	6,13
6	34	Kanal 7	1,76	5,61

Tablo 2: 2 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzlenme Oranları⁵¹³

⁵¹⁰ <http://www.kanal7.com/> (çevrimiçi), 20 Eylül, 2017

⁵¹¹ <http://kimkurdu.com/kanal-7yi-kim-kurdu/> (Çevrimiçi), 24 Eylül 2017

⁵¹² Medyatava.com (çevrimiçi), 1 Mart 2017

⁵¹³ Medyatava.com (çevrimiçi), 2 Mart 2017

3 MART 2017 İZLENME ORANI VERİLERİ				
SIRALAMASI	İLK 100 SIRALAMA	KANAL ADI	İZLENME ORANI %	İZLENME PAYI %
1	5	Fox TV	4,96	14,73
2	6	Show TV	4,51	13,54
3	11	Kanal D	3,87	11,16
4	12	ATV	3,83	11,34
5	36	TRT 1	1,76	5,22
6	52	Kanal 7	1,36	4,76

Tablo 3: 3 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzlenme Oranları⁵¹⁴

6 MART 2017 İZLENME ORANI VERİLERİ				
SIRALAMASI	İLK 100 SIRALAMA	KANAL ADI	İZLENME ORANI %	İZLENME PAYI %
1	5	Fox TV	5,00	14,24
2	6	Show TV	4,62	13,64
3	8	ATV	3,79	10,98
4	15	Kanal D	3,11	8,77
5	32	TRT 1	1,73	5,04
6	37	Kanal 7	1,43	5,16

Tablo 4: 6 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzlenme Oranları⁵¹⁵

⁵¹⁴ Medyatava.com (çevrimiçi), 3 Mart 2017

⁵¹⁵ Medyatava.com (çevrimiçi), 6 Mart 2017

7 MART 2017 İZLENME ORANI VERİLERİ				
SIRALAMASI	İLK 100 SIRALAMA	KANAL ADI	İZLENME ORANI %	İZLENME PAYI %
1	6	Fox TV	4,72	14,10
2	8	Show TV	4,15	12,60
3	11	ATV	3,65	10,89
4	12	Kanal D	3,45	9,97
5	35	TRT 1	1,59	4,76
6	44	Kanal 7	1,29	4,82

Tablo 5: 7 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzlenme Oranları⁵¹⁶

8 MART 2017 İZLENME ORANI VERİLERİ				
SIRALAMASI	İLK 100 SIRALAMA	KANAL ADI	İZLENME ORANI %	İZLENME PAYI %
1	4	Fox TV	5,23	15,07
2	7	Show TV	4,52	13,18
3	8	ATV	4,14	11,18
4	19	Kanal D	2,65	7,58
5	29	TRT 1	1,90	5,57
6	52	Kanal 7	1,26	4,38

Tablo 6: 8 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzlenme Oranları⁵¹⁷

⁵¹⁶ Medyatava.com (çevrimiçi), 7 Mart 2017

⁵¹⁷ Medyatava.com (çevrimiçi), 8 Mart 2017

9 MART 2017 İZLENME ORANI VERİLERİ				
SIRALAMASI	İLK 100 SIRALAMA	KANAL ADI	İZLENME ORANI %	İZLENME PAYI %
1	4	Show TV	5,51	15,65
2	5	Fox TV	5,44	15,07
3	8	ATV	4,21	11,79
4	16	Kanal D	2,96	8,25
5	33	TRT 1	1,85	5,26
6	60	Kanal 7	1,17	3,85

Tablo 7: 9 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzlenme Oranları⁵¹⁸

10 MART 2017 İZLENME ORANI VERİLERİ				
SIRALAMASI	İLK 100 SIRALAMA	KANAL ADI	İZLENME ORANI %	İZLENME PAYI %
1	4	Show TV	4,97	14,45
2	5	Fox TV	4,59	13,21
3	13	Kanal D	3,81	10,66
4	14	ATV	3,74	10,75
5	36	TRT 1	1,52	4,37
6	41	Kanal 7	1,45	4,89

Tablo 8: 10 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzlenme Oranları⁵¹⁹

⁵¹⁸ Medyatava.com (çevrimiçi), 9 Mart 2017

⁵¹⁹ Medyatava.com (çevrimiçi), 10 Mart 2017

13 MART 2017 İZLENME ORANI VERİLERİ				
SIRALAMASI	İLK 100 SIRALAMA	KANAL ADI	İZLENME ORANI %	İZLENME PAYI %
1	4	Show TV	5,46	15,02
2	7	Fox TV	4,67	12,56
3	10	ATV	4,08	11,11
4	15	Kanal D	3,45	9,17
5	27	TRT 1	2,10	5,73
6	41	Kanal 7	1,51	4,73

Tablo 9: 13 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzlenme Oranları⁵²⁰

14 MART 2017 İZLENME ORANI VERİLERİ				
SIRALAMASI	İLK 100 SIRALAMA	KANAL ADI	İZLENME ORANI %	İZLENME PAYI %
1	4	Show TV	5,76	16,41
2	5	Fox TV	5,62	15,30
3	8	ATV	4,99	13,54
4	15	Kanal D	3,66	9,71
5	32	TRT 1	1,98	5,39
6	39	Kanal 7	1,57	4,90

Tablo 10: 14 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzlenme Oranları⁵²¹

⁵²⁰ Medyatava.com (çevrimiçi), 13 Mart 2017

⁵²¹ Medyatava.com (çevrimiçi), 14 Mart 2017

15 MART 2017 İZLENME ORANI VERİLERİ				
SIRALAMASI	İLK 100 SIRALAMA	KANAL ADI	İZLENME ORANI %	İZLENME PAYI %
1	4	Fox TV	5,28	14,96
2	6	Show TV	4,51	12,99
3	12	ATV	3,75	10,62
4	13	Kanal D	3,30	9,29
5	29	TRT 1	1,92	5,46
6	54	Kanal 7	1,23	4,06

Tablo 11: 15 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzlenme Oranları⁵²²

16 MART 2017 İZLENME ORANI VERİLERİ				
SIRALAMASI	İLK 100 SIRALAMA	KANAL ADI	İZLENME ORANI %	İZLENME PAYI %
1	4	Fox TV	4,99	14,36
2	7	Show TV	4,49	13,12
3	9	ATV	3,87	11,11
4	15	Kanal D	3,39	9,70
5	33	TRT 1	1,89	5,44
6	43	Kanal 7	1,57	5,26

Tablo 12: 16 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzlenme Oranları⁵²³

⁵²² Medyatava.com (çevrimiçi), 15 Mart 2017

⁵²³ Medyatava.com (çevrimiçi), 16 Mart 2017

17 MART 2017 İZLENME ORANI VERİLERİ				
SIRALAMASI	İLK 100 SIRALAMA	KANAL ADI	İZLENME ORANI %	İZLENME PAYI %
1	5	Fox TV	5,06	14,42
2	7	Show TV	4,58	13,18
3	12	ATV	3,98	11,33
4	14	Kanal D	3,88	10,70
5	33	TRT 1	1,90	5,42
6	44	Kanal 7	1,55	5,02

Tablo 13: 17 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzlenme Oranları⁵²⁴

20 MART 2017 İZLENME ORANI VERİLERİ				
SIRALAMASI	İLK 100 SIRALAMA	KANAL ADI	İZLENME ORANI %	İZLENME PAYI %
1	5	Fox TV	5,06	14,42
2	7	Show TV	4,63	13,36
3	13	ATV	3,85	10,95
4	15	Kanal D	3,41	9,21
5	35	TRT 1	1,75	4,98
6	50	Kanal 7	1,28	4,31

Tablo 14: 20 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzlenme Oranları⁵²⁵

⁵²⁴ Medyatava.com (çevrimiçi), 17 Mart 2017

⁵²⁵ Medyatava.com (çevrimiçi), 20 Mart 2017

21 MART 2017 İZLENME ORANI VERİLERİ				
SIRALAMASI	İLK 100 SIRALAMA	KANAL ADI	İZLENME ORANI %	İZLENME PAYI %
1	5	Fox TV	5,27	15,23
2	9	Show TV	4,35	12,73
3	10	ATV	4,05	11,67
4	11	Kanal D	3,70	10,36
5	37	TRT 1	1,70	4,93
6	42	Kanal 7	1,51	5,24

Tablo 15: 21 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzlenme Oranları⁵²⁶

22 MART 2017 İZLENME ORANI VERİLERİ				
SIRALAMASI	İLK 100 SIRALAMA	KANAL ADI	İZLENME ORANI %	İZLENME PAYI %
1	4	Fox TV	5,07	14,49
2	6	Show TV	4,80	13,94
3	10	ATV	4,06	11,60
4	15	Kanal D	3,46	9,79
5	31	TRT 1	1,97	5,67
6	43	Kanal 7	1,37	4,85

Tablo 16: 22 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzlenme Oranları⁵²⁷

⁵²⁶ Medyatava.com (çevrimiçi), 21 Mart 2017

⁵²⁷ Medyatava.com (çevrimiçi), 22 Mart 2017

23 MART 2017 İZLENME ORANI VERİLERİ				
SIRALAMASI	İLK 100 SIRALAMA	KANAL ADI	İZLENME ORANI %	İZLENME PAYI %
1	4	Fox TV	5,27	15,38
2	6	Show TV	4,80	14,22
3	10	ATV	3,82	11,11
4	16	Kanal D	2,81	8,17
5	30	TRT 1	1,93	5,65
6	45	Kanal 7	1,37	4,95

Tablo 17: 23 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzlenme Oranları⁵²⁸

24 MART 2017 İZLENME ORANI VERİLERİ				
SIRALAMASI	İLK 100 SIRALAMA	KANAL ADI	İZLENME ORANI %	İZLENME PAYI %
1	10	Fox TV	4,61	14,10
2	11	Show TV	4,29	13,32
3	12	ATV	4,08	12,45
4	14	Kanal D	3,56	10,36
5	36	TRT 1	1,71	5,25
6	52	Kanal 7	1,21	4,58

Tablo 18: 24 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzlenme Oranları⁵²⁹

⁵²⁸ Medyatava.com (çevrimiçi), 23 Mart 2017

⁵²⁹ Medyatava.com (çevrimiçi), 24 Mart 2017

27 MART 2017 İZLENME ORANI VERİLERİ				
SIRALAMASI	İLK 100 SIRALAMA	KANAL ADI	İZLENME ORANI %	İZLENME PAYI %
1	7	Fox TV	5,22	14,20
2	8	Show TV	5,06	14,62
3	12	ATV	4,49	12,18
4	19	Kanal D	2,98	8,02
5	37	TRT 1	1,79	4,89
6	60	Kanal 7	1,31	4,28

Tablo 19: 27 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzlenme Oranları⁵³⁰

28 MART 2017 İZLENME ORANI VERİLERİ				
SIRALAMASI	İLK 100 SIRALAMA	KANAL ADI	İZLENME ORANI %	İZLENME PAYI %
1	6	Fox TV	4,88	14,72
2	7	Show TV	4,51	13,80
3	11	ATV	3,61	10,87
4	17	Kanal D	2,72	8,09
5	30	TRT 1	1,90	5,75
6	45	Kanal 7	1,41	5,24

Tablo 20: 28 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzlenme Oranları⁵³¹

⁵³⁰ Medyatava.com (çevrimiçi), 27 Mart 2017

⁵³¹ Medyatava.com (çevrimiçi), 28 Mart 2017

29 MART 2017 İZLENME ORANI VERİLERİ				
SIRALAMASI	İLK 100 SIRALAMA	KANAL ADI	İZLENME ORANI %	İZLENME PAYI %
1	5	Fox TV	4,75	14,15
2	8	ATV	4,42	13,15
3	11	Show TV	3,98	12,08
4	17	Kanal D	3,27	9,67
5	27	TRT 1	2,28	6,86
6	49	Kanal 7	1,25	4,65

Tablo 21: 29 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzlenme Oranları⁵³²

30 MART 2017 İZLENME ORANI VERİLERİ				
SIRALAMASI	İLK 100 SIRALAMA	KANAL ADI	İZLENME ORANI %	İZLENME PAYI %
1	4	Fox TV	4,99	14,94
2	6	Show TV	4,62	14,05
3	11	ATV	3,52	10,53
4	15	Kanal D	3,11	9,27
5	34	TRT 1	1,84	5,50
6	45	Kanal 7	1,33	4,85

Tablo 22: 30 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzlenme Oranları⁵³³

⁵³² Medyatava.com (çevrimiçi), 29 Mart 2017

⁵³³ Medyatava.com (çevrimiçi), 30 Mart 2017

31 MART 2017 İZLENME ORANI VERİLERİ				
SIRALAMASI	İLK 100 SIRALAMA	KANAL ADI	İZLENME ORANI %	İZLENME PAYI %
1	7	Fox TV	4,78	13,49
2	11	ATV	4,35	12,33
3	12	Show TV	4,30	12,35
4	15	Kanal D	3,70	10,36
5	33	TRT 1	2,03	5,68
6	58	Kanal 7	1,34	4,36

Tablo 23: 31 Mart 2017 Tüm Kanallar Ana Haber Bülteni İzlenme Oranları⁵³⁴

Kanallara ait İzlenme Oranı verileri incelendiğinde 23 günlük sürede en çok izlenen ana haber bülteninin Fox TV olduğu görülmektedir. İzlenme oranlarına göre sırasıyla Fox TV (18 gün boyunca 1.sırada 5 gün 2. sırada), Show TV (5 gün 1. sırada, 16 gün 2. Sırada, 2 gün 3. sırada), ATV (19 gün 3. sırada, 2 gün 2. sırada, 2 gün 3. sırada), Kanal D (21 gün 4. sırada, 2 gün 3. sırada), TRT 1 (23 gün boyunca 5. sırada) ve en az izlenen ana haber bülteninin Kanal 7 (23 gün boyunca 6. sırada) olduğu görülmektedir.

Kanalların 23 günlük sıralamasına ait veriler aşağıda tablo-24'te gösterilmiştir.

KANALLAR	1	2	3	4	5	6	TOPLAM
FOX TV	18	5	0	0	0	0	23
SHOW TV	5	16	2	0	0	0	23
ATV	0	2	19	2	0	0	23
KANAL D	0	0	2	21	0	0	23
TRT 1	0	0	0	0	23	0	23
KANAL 7	0	0	0	0	0	23	23

Tablo 24: 1-31 Mart 2017 Örnekleme Oluşturan Kanalların Ana Haber Bülteni İzlenme Oranlarının Sıralaması⁵³⁵

⁵³⁴ Medyatava.com (çevrimiçi), 31 Mart 2017

⁵³⁵ Medyatava.com (çevrimiçi), 31 Mart 2017

İlk 100 program içerisindeki sıralamalara bakıldığında ise en çok izlenen ana haber bülteninin yer aldığı Fox TV'nin ağırlıklı olarak ilk 4'e girdiği görülmektedir. Show TV ağırlıklı olarak 6, ATV 11, TRT 1 40, Kanal 7 ise 50. sıralarda İzlenme Oranı sıralamasına girmektedir.

3.3. Örneklemi Oluşturan Televizyon Ana Haber Bültenlerinin Haber Çerçevelerinin Çözümlemesi

Örneklemi oluşturan TRT 1, ATV, Fox TV, Kanal D, Show TV ve Kanal 7 televizyon kanallarına ait 1-31 Mart 2017 tarihlerinde hafta içerisinde yayınlanan ana haber bültenlerinin çözülmesi amacıyla, öncelikle tüm haberler izlenerek, konusal çerçeveleme açısından sınıflandırma yapılmıştır. 6 televizyon kanalına ait 23 günlük ana haber bültenlerinin izlenmesi sonucunda toplam 3320 haber yayınlandığı saptanmıştır.

6 televizyon kanalına ait ana haber bültenlerinin 23 günlük izlenmesi sonucunda ATV 494, Kanal D 775, Fox TV 388, Kanal 7 585, Show TV 556 TRT 1 ise 522 olmak üzere toplam 3320 haberin yayımlandığı görülmektedir.

					
494	775	388	585	556	522
17:53:56	24:08:31	18:06:29	17:49:29	21:24:54	17:53:04
İNCELENEN TOPLAM HABER SAYISI: 3320					
TOPLAM HABER SÜRESİ: 117: 13'23"					

Tablo 25: Ana Haber Bültenlerinde Yayınlanan Toplam Haber Sayısı ve Süresi⁵³⁶

Verilere ait tablo incelendiğinde 23 günlük sürede 775 haberle en çok haberin Kanal D ana haber bülteninde yer aldığı görülmektedir. Kanal D'yi 585 haberle Kanal 7, 556

⁵³⁶ Veriler incelenen Televizyon Ana Haber Bültenlerinden elde edilmiştir.

haberle Show TV, 522 haberle TRT 1, 494 haberle ATV izlerken 388 haberle Fox TV'nin belirlenen kanallar içerisinde en az haber yayınlayan kanal olduğu görülmektedir.

Ana haber bültenlerine ayrılan süre bakımından değerlendirme yapıldığında 24 saat 8 dakika 31 saniye ile en çok sürenin Kanal D'ye ait olduğu görülmektedir. Kanal D'yi 21 saat 24 dakika 54 saniye ile Show TV, 18 saat 6 dakika 29 saniye ile FOX TV, 17 saat 53 dakika 56 saniye ile ATV, 17 saat 53 dakika 4 saniye ile TRT 1, 17 saat 49 dakika 29 saniye ile Kanal 7 izlemektedir.

3.3.1. Konusal Çerçeveleme

Örnekleme oluşturan 6 televizyon kanalının 23 günlük süre boyunca yayınladıkları 3320 adet haber, haber metninin konusu göz önünde bulundurularak, çevre, dış haber, eğitim, ekonomi/finans, kent, kültür/sanat, magazin/eğlence, polis/adliye, siyaset, portre, sağlık, spor, tarım,⁵³⁷ teknoloji ve terör olmak üzere 15 konu başlığı altında sınıflandırılmıştır. Haberlerin konu başlıklarına ayrılması için belirli ölçütler göz önünde bulundurulmuştur. Bunlar;

Çevre

Sel, deprem, kar yağışı, sis vb. doğal afetlerle ilgili haberler ile doğal yaşam içerisinde yer alan hayvanlara ilişkin haberler bu bölüm içerisinde değerlendirilmiştir.

Dış Haber

Türkiye dışında meydana gelmiş olaylar, dış ülkelerin Türkiye'ye yönelik açıklamaları, diğer ülkelerin Türkiye'ye karşı tutumları, üst düzey devlet görevlilerinin dış ülkelere seyahatleri, görüşme, toplantı vb. konuları içeren haberler bu bölüm içerisinde değerlendirilmiştir.

Eğitim

Eğitim sistemine ilişkin bütün haberler, açıklamalar ve içerisinde sınav, okul, eğitim geçen haberler bu bölüm içerisinde değerlendirilmiştir.

⁵³⁷ Neşe Kars, **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010, s.181

Ekonomi/Finans

Borsa, atın fiyatları, döviz kurları, kredi, ürün fiyatları, para politikaları, ekonomik, kriz, zamlar, mal ve hizmet üretimine ilişkin devlet politikaları ve piyasaya ait bilgilere ilişkin açıklamaların yer aldığı haberler bu bölüm içerisinde değerlendirilmiştir.

Kent

Belirli bir kente ait konuların yer aldığı kentsel dönüşüm, trafik, ulaşım, metro çalışmaları, vapur seferlerine ilişkin bilgiler ve kente ait durumların yer aldığı haberler bu bölüm içerisinde değerlendirilmiştir.

Kültür/sanat

Sergiler, müzeler, konferanslar, atölyeler vb. kültür sanat etkinliklerini konu alan haberler bu bölüm içerisinde değerlendirilmiştir.

Magazin/Eğlence

Toplumu bilgilendirme amacının dışında günlük hayatın içinde meydana gelen olaylar, meydana gelen çeşitli trajikomik durumlar, ünlülere dair haberler, komik kazalar, izleyiciyi rahatlatan eğlendirici olaylar ve farklı yaşamlara dair bilgilerin yer aldığı haberler bu bölüm içerisinde değerlendirilmiştir.

Polis/Adliye

Vatandaş-vatandaş, vatandaş-devlet ve kurumları, vatandaş-araç ilişkisini ele alan adli vakaların ve kazaların yer aldığı haberler bu bölüm içerisinde değerlendirilmiştir.

Siyaset

Devlet politikalarının, devlet ve bütün kurumlarına ait çalışmaların, devletin diğer ülkelere yönelik düzenlemelerinin yer aldığı haberler bu bölüm içerisinde değerlendirilmiştir.

Portre

Belirli bir kişi, kurum veya konunun gelişim sürecini bir bütün olarak ele alan haberler bu bölüm içerisinde değerlendirilmiştir.

Sağlık

Hastalıklar, önlemler, hastalıkla ilgili gelişmeler, tedavi yöntemleri, sağlık politikaları, tüketilen ürünlerin sağlıkla ilişkilendirildiği, çözüm önerilerine ilişkin bilgilerin yer aldığı ve uzman görüşlerine yer verilen haberler bu bölüm içerisinde değerlendirilmiştir.

Spor

Basketbol, futbol, hentbol, yüzme, atletizm ve bütün spor alanlarına dair konuların yer aldığı haberler bu bölüm içerisinde değerlendirilmiştir.

Tarım

Ülkenin tarım politikalarının, tarım ürünleri ile ilgili bilgilerin, tarım sektörü ile ilgili gelişmelerin yer aldığı haberler bu bölüm içerisinde değerlendirilmiştir.

Teknoloji

Bilimsel alanlarda meydana gelen teknolojik gelişmeler, icatlar, teknolojik tasarımlar, araştırma ve geliştirme çalışmalarına ilişkin haberler bu bölüm içerisinde değerlendirilmiştir.

Terör

Devletin terör olarak nitelendirdiği devletin varlığı ve bütünlüğünü ve toplumun huzurunu bozacak eylemlere yönelik konuların yer aldığı, haber metninin içerisinde terör kelimesinin geçtiği haberler ve Türkiye gündemini işgal eden ve terör örgütü olarak tanımlanan IŞİD, PKK ve FETÖ konularına ilişkin haberler bu bölüm içerisinde değerlendirilmiştir.

Çalışmanın örneklemini oluşturan 6 televizyon kanalı olan *TRT 1*, *ATV*, *KANAL D*, *FOX TV*, *SHOW TV* ve *KANAL 7*'ye ait ana haber bültenlerinde yayınlanan toplam 3320 haberin belirlenen 15 konu başlığına göre dağılımı tablo 26'da yer almaktadır.

1-31 MART 2017 TÜM KANALLAR KONU DAĞILIMI	
KONULAR	HABER SAYISI
SİYASET	933
POLİS ADLİYE	912
MAGAZİN/EĞLENCE	417
DIŞ HABER	391
TERÖR	182
EKONOMİ/FİNANS	146
SAĞLIK	129
ÇEVRE	61
EĞİTİM	46
KENT	44
KÜLTÜR-SANAT	42
TEKNOLOJİ	21
SPOR	12
TARIM	9
PORTRE	0
OPLAM SAYI	3320

Tablo 26: 1-31 Mart 2017 Tüm Kanallara Ait Haberlerin Konu Dağılımı⁵³⁸

23 günlük izleme süresince 6 televizyona ait ana haber bültenlerinde yayınlanan 3320 haberin konu dağılımı yapıldığında 933 haberle en çok haberin siyaset konusunda yapıldığı görülmektedir. Haberlerde yer alan konuların sırasıyla; birinci sırada 933 haberle siyaset, 912 haberle ikinci sırada polis/adliye, 417 haberle üçüncü sırada magazin/eğlence, 391 haberle dördüncü sırada dış haber, 182 haberle beşinci sırada terör, 146 haberle altıncı sırada ekonomi/finans, 129 haberle yedinci sırada sağlık, 61 haberle sekizinci sırada çevre, 46 haberle dokuzuncu sırada eğitim, 44 haberle onuncu sırada kent, 42 haberle on birinci sırada kültür/sanat, 21 haberle on ikinci sırada teknoloji, 12 haberle on üçüncü sırada spor, 9 haberle on dördüncü sırada tarım haberlerine yer verilirken portre haberlerine hiçbir kanalda yer verilmediği görülmektedir.

23 günlük izleme süresince 6 televizyon kanalına ait ana haber bültenlerinde yayınlanan 3320 haberin belirlenen konu başlıklarına göre sınıflandırılması sonucu konuların kanallara göre sayı ve yüzdelik dağılımları aşağıda gösterildiği gibidir.

⁵³⁸ Veriler Kanallara ait Ana Haber Bültenlerinden Elde Edilmiştir.

SİYASET		
<i>KANAL ADI</i>	<i>HABER SAYISI</i>	<i>YÜZDE DAĞILIMI</i>
ATV	126	%26
KANAL D	218	%28
FOX TV	174	%45
SHOW TV	91	%16
KANAL 7	177	%30
TRT 1	147	%28
TOPLAM	933	

Tablo 27: Siyaset Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı⁵³⁹

Tablo-27’de görüldüğü üzere Siyaset konusunun 1-31 Mart 2017 tarihleri arasında yer alan 23 günlük sürede hafta içi yayınlanan ana haber bültenlerinde Fox TV’de %45 (174 haber), Kanal 7’de %30 (177 haber), Kanal D’de %28 (218 haber), TRT 1’de %28 (147 haber), ATV’de %26 (126 haber), Show TV’de %16 (91 haber)’lık bir dilimle yer aldığı ve 6 ana haber bülteninde 23 günlük sürede yayınlanan toplam 3320 haberden 933 haberin Siyaset konusu ile ilgili olduğu görülmektedir. Siyaset konusuna ait haberlerin 1-31 Mart 2017 tarihleri arasında bütün kanallarda yoğun bir şekilde yer almasının temelinde 16 Nisan 2017 tarihli Anayasa Değişikliği’ne ait referandum seçimi ve seçim öncesi siyasi çalışmaların etkili olduğu söylemek mümkündür.

⁵³⁹ Tüm Kanallara ait ana haber bültenlerinden elde edilmiştir.

POLİS / ADLİYE		
<i>KANAL ADI</i>	<i>HABER SAYISI</i>	<i>YÜZDE DAĞILIMI</i>
ATV	115	%23
KANAL D	228	%29
FOX TV	34	%9
SHOW TV	248	%45
KANAL 7	123	%21
TRT 1	93	%18
TOPLAM	841	

Tablo 28: Polis/Adliye Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı⁵⁴⁰

Tablo-28’de görüldüğü üzere Polis/Adliye konusunun 1-31 Mart 2017 tarihleri arasında yer alan 23 günlük sürede hafta içi yayınlanan ana haber bültenlerinde Show TV’de % 45 (248 haber), Kanal D’de %29 (228 haber), ATV’de %23 (115 haber), Kanal 7’de %21 (123 haber), TRT 1’de %18 (93 haber), Fox TV’de %9 (34 haber),’luk bir dilimle yer aldığı ve 6 ana haber bülteninde 23 günlük sürede yayınlanan toplam 3320 haberden 841 haberin Polis/Adliye konusu ile ilgili olduğu görülmektedir. Bu konuya en çok yer veren kanalın %45’lik bir dilim ve 248 haberle Show TV, en az yer veren kanalın ise %9’luk dilim ve 34 haberle Fox TV olduğu görülmektedir.

⁵⁴⁰ Tüm Kanallara ait ana haber bültenlerinden elde edilmiştir.

MAGAZİN / EĞLENCE		
<i>KANAL ADI</i>	<i>HABER SAYISI</i>	<i>YÜZDE DAĞILIMI</i>
ATV	57	%12
KANAL D	120	%16
FOX TV	30	%8
SHOW TV	71	%13
KANAL 7	54	%9
TRT 1	85	%16
TOPLAM	417	

Tablo 29: Magazin/Eğlence Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı⁵⁴¹

Tablo-29’da görüldüğü üzere Magazin/Eğlence konusunun 1-31 Mart 2017 tarihleri arasında yer alan 23 günlük sürede hafta içi yayınlanan ana haber bültenlerinde Kanal D’de %16 (120 haber), TRT 1’de %16 (85 haber), Show TV’de %13 (71 haber), ATV’de %12 (57 haber), Kanal 7’de %9 (54 haber), Fox TV’de %8 (30 haber) ’lik bir dilimle yer aldığı ve 6 ana haber bülteninde 23 günlük sürede yayınlanan toplam 3320 haberden 417 haberin Magazin/Eğlence konusu ile ilgili olduğu görülmektedir. Veriler incelendiğinde magazin/eğlence konularına ilişkin haberlerin bütün kanallarda benzer yoğunlukta yer aldığı görülmektedir.

⁵⁴¹ Tüm Kanallara ait ana haber bültenlerinden elde edilmiştir.

DIŞ HABER		
<i>KANAL ADI</i>	<i>HABER SAYISI</i>	<i>YÜZDE DAĞILIMI</i>
ATV	51	%10
KANAL D	57	%7
FOX TV	38	%10
SHOW TV	50	%9
KANAL 7	109	%19
TRT 1	86	%17
TOPLAM	391	

Tablo 30: Dış Haber Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı⁵⁴²

Tablo-30’da görüldüğü üzere dış haber konusunun 1-31 Mart 2017 tarihleri arasında yer alan 23 günlük sürede hafta içi yayınlanan ana haber bültenlerinde en çoktan en aza doğru dağılımı Kanal 7’de %19 (109 haber), TRT 1’de %17 (86 haber), ATV’de %10 (51 haber), Fox TV’de %10 (38 haber), Show TV’de %9 (50 haber), Kanal D’de %7 (57 haber)’ lik bir dilimle yer aldığı ve 6 televizyon kanalına ait ana haber bültenlerinde 23 günlük sürede yayınlanan toplam 3320 haberden 391 haberin dış haber konusunda yapıldığı görülmektedir.

⁵⁴² Tüm Kanallara ait ana haber bültenlerinden elde edilmiştir.

TERÖR		
<i>KANAL ADI</i>	<i>HABER SAYISI</i>	<i>YÜZDE DAĞILIMI</i>
ATV	34	%7
KANAL D	31	%4
FOX TV	35	%9
SHOW TV	42	%8
KANAL 7	42	%7
TRT 1	40	%8
TOPLAM	224	

Tablo 31: Terör Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı⁵⁴³

Tablo-31’de görüldüğü üzere Terör konusunun 1-31 Mart 2017 tarihleri arasında yer alan 23 günlük sürede hafta içi yayınlanan ana haber bültenlerinde Fox TV’de %9 (35 haber), Show TV’de %8 (42 haber), TRT 1’de %8 (40 haber), ATV’de %7 (34 haber), Kanal 7’de %7 (42 haber), Kanal D’de %4 (31 haber),’lük bir dilimle yer aldığı ve 6 ana haber bülteninde 23 günlük sürede yayınlanan toplam 3320 haberden 224 haberin Terör konusu ile ilgili olduğu görülmektedir. Terör konusuna tüm kanallarda yer verilmiştir.

15 Temmuz darbe girişimi sonrasında FETÖ terör örgütü olarak adlandırılan Fethullah Gülen cemaatine ilişkin olayların yoğunluğu ayrıca PKK terör örgütü ve IŞİD terör örgütüne ait olayların bu süreçte gündemde yer almasının terör haberlerinin yoğun bir biçimde yer almasında etkili olduğu düşünülmektedir.

⁵⁴³ Veriler tüm Kanallara ait ana haber bültenlerinden elde edilmiştir.

EKONOMİ		
<i>KANAL ADI</i>	<i>HABER SAYISI</i>	<i>YÜZDE DAĞILIMI</i>
ATV	29	%6
KANAL D	30	%4
FOX TV	41	%10
SHOW TV	12	%2
KANAL 7	14	%3
TRT 1	20	%4
TOPLAM	146	

Tablo 32: Ekonomi/Finans Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı⁵⁴⁴

Tablo-32’de görüldüğü üzere Ekonomi/Finans konusunun 1-31 Mart 2017 tarihleri arasında yer alan 23 günlük sürede hafta içi yayınlanan ana haber bültenlerinde Fox TV’de %10 (41 haber), ATV’de %6 (29 haber), Kanal D’de %4 (30 haber), TRT 1’de %4 (20 haber), Kanal 7’de %3 (14 haber), Show TV’de %2 (12 haber)’lik bir dilimle yer aldığı ve 6 ana haber bülteninde 23 günlük sürede yayınlanan toplam 3320 haberden 146 haberin ekonomi/finans konusu ile ilgili olduğu görülmektedir.

Ekonomi/finans konusunda 41 haber yapan Fox TV’nin konusal çerçeveleme açısından yayıncılık anlayışının diğer kanallardan farklılaştığını söylemek olanaklıdır.

⁵⁴⁴ Tüm Kanallara ait ana haber bültenlerinden elde edilmiştir.

SAĞLIK		
<i>KANAL ADI</i>	<i>HABER SAYISI</i>	<i>YÜZDE DAĞILIMI</i>
ATV	29	%6
KANAL D	38	%5
FOX TV	22	%5
SHOW TV	14	%3
KANAL 7	11	%2
TRT 1	15	%3
TOPLAM	129	

Tablo 33: Sağlık Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı⁵⁴⁵

Tablo-33'te görüldüğü üzere sağlık konusunun 1-31 Mart 2017 tarihleri arasında yer alan 23 günlük sürede hafta içi yayınlanan ana haber bültenlerinde ATV'de %6 (29 haber), Kanal D'de %5 (38 haber), Fox TV'de %5 (22 haber), Show TV'de %3 (14 haber), TRT 1'de %3 (15 haber), Kanal 7'de %2 (11 haber)'lik bir dilimle yer aldığı ve 6 ana haber bülteninde 23 günlük sürede yayınlanan toplam 3320 haberden 129 haberin Sağlık konusu ile ilgili olduğu görülmektedir.

Tablodaki veriler incelendiğinde toplam haber sayısı bakımından sağlık konusuna % 6'lık bir dilim ve 29 haberle en çok ATV'de yer verildiği görülürken Kanal 7'nin ise % 2 'lik bir dilim ve 11 haberle bu konuyu en az haberleştiren kanal olduğu tespit edilmiştir.

⁵⁴⁵ Tüm Kanallara ait ana haber bültenlerinden elde edilmiştir.

ÇEVRE		
<i>KANAL ADI</i>	<i>HABER SAYISI</i>	<i>YÜZDE DAĞILIMI</i>
ATV	17	%3
KANAL D	15	%2
FOX TV	4	%1
SHOW TV	6	%1
KANAL 7	11	%2
TRT 1	8	%1
TOPLAM	61	

Tablo 34: Çevre Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı⁵⁴⁶

Tablo-34’te görüldüğü üzere çevre konusu 1-31 Mart 2017 tarihleri arasında yer alan 23 günlük sürede, hafta içi yayınlanan ana haber bültenlerinde ATV’de %3 (17 haber), Kanal D’de %2 (15 haber), Kanal 7’de %2 (11 haber), Fox TV’de %1 (4 haber), Show TV’de %1 (6 haber), TRT 1’de %1 (8 haber)’lik bir dilimde yer almaktadır. 6 ana haber bülteninde 23 günlük sürede yayınlanan toplam 3320 haberden sadece 61 tanesinin çevre konusu ile ilgili olduğu görülmektedir.

Çevre konusuna ait haberlerin dağılımı değerlendirildiğinde televizyon kanallarının çevre konusuna ilişkin olayları haberleştirme eğiliminin diğer konulara oranla daha az olduğunu ve televizyon kanallarının çevre konusunu konusal çerçeve dışında bırakacak derecede konuya az yer verdiğini söylemek mümkündür.

⁵⁴⁶ Tüm Kanallara ait ana haber bültenlerinden elde edilmiştir.

EĞİTİM		
<i>KANAL ADI</i>	<i>HABER SAYISI</i>	<i>YÜZDE DAĞILIMI</i>
ATV	6	%1
KANAL D	4	%1
FOX TV	3	%1
SHOW TV	7	%1
KANAL 7	17	%3
TRT 1	9	%2
TOPLAM	46	

Tablo 35: Eğitim Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı⁵⁴⁷

Tablo-35’te görüldüğü üzere Eğitim konusunun 1-31 Mart 2017 tarihleri arasında yer alan 23 günlük sürede hafta içi yayınlanan ana haber bültenlerinde Kanal 7’de %3 (17 haber), TRT 1’de %2 (9 haber), ATV’de %1 (6 haber), Kanal D’de %1 (4 haber), Fox TV’de %1 (3 haber), Show TV’de %1 (7 haber)’lik bir dilimle yer aldığı ve 6 ana haber bülteninde 23 günlük sürede yayınlanan toplam 3320 haberden sadece 46 haberin eğitim konusu ile ilgili olduğu görülmektedir. Bu verilerden hareketle televizyon kanallarının eğitim konusuna önemli ölçüde yer vermediği ve eğitim konusunun çerçeve dışında bırakılacak kadar az miktarda haberleştirildiğini söylemek olanaklıdır.

⁵⁴⁷ Tüm Kanallara ait ana haber bültenlerinden elde edilmiştir.

KENT		
<i>KANAL ADI</i>	<i>HABER SAYISI</i>	<i>YÜZDE DAĞILIMI</i>
ATV	9	%2
KANAL D	7	%1
FOX TV	1	%0,3
SHOW TV	8	%1
KANAL 7	11	%2
TRT 1	8	%2
TOPLAM	44	

Tablo 36: Kent Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı⁵⁴⁸

Tablo-36’da görüldüğü üzere Kent konusunun 1-31 Mart 2017 tarihleri arasında yer alan 23 günlük sürede hafta içi yayınlanan ana haber bültenlerinde ATV’de %2 (9 haber), Kanal 7’de %2 (11 haber), TRT 1’de %2 (8 haber) Kanal D’de %1 (7 haber), Show TV’de %1 (8 haber), Fox TV’de ise %0,3 (1 haber)’lük bir dilimle yer aldığı ve 6 ana haber bülteninde 23 günlük sürede yayınlanan toplam 3320 haberden sadece 44 haberin kent konusu ile ilgili olduğu görülmektedir.

Veriler incelendiğinde kent konusuna ait haberlerin bütün televizyon kanallarında az yer bulduğu ve televizyon kanallarının kent konusunu çok sınırlı sayıda çerçeve içerisine dahil ettiği görülmektedir.

⁵⁴⁸ Tüm Kanallara ait ana haber bültenlerinden elde edilmiştir.

KÜLTÜR / SANAT		
<i>KANAL ADI</i>	<i>HABER SAYISI</i>	<i>YÜZDE DAĞILIMI</i>
ATV	7	%1
KANAL D	11	%1
FOX TV	3	%1
SHOW TV	5	%1
KANAL 7	10	%2
TRT 1	6	%1
TOPLAM	42	

Tablo 37: Kültür/Sanat Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı⁵⁴⁹

Tablo-37’de görüldüğü üzere Kültür/Sanat konusunun 1-31 Mart 2017 tarihleri arasında yer alan 23 günlük sürede hafta içi yayınlanan ana haber bültenlerinde Kanal 7’de %2 (10 haber), Kanal D’de %1 (11 haber), ATV’de %1 (7 haber), Fox TV’de %1 (3 haber), Show TV’de %1 (5 haber), TRT 1’de %1 (6 haber)’lik bir dilimle yer aldığı ve 6 ana haber bülteninde 23 günlük sürede yayınlanan toplam 3320 haberden sadece 42 haberin kültür/sanat konusu ile ilgili olduğu görülmektedir. Bu veriler incelendiğinde kültür/sanat konusunun haberlerde yeterince yer almadığı ve konunun çerçeve dışında bırakıldığını söylemek olanaklıdır.

⁵⁴⁹ Tüm Kanallara ait ana haber bültenlerinden elde edilmiştir.

TEKNOLOJİ		
<i>KANAL ADI</i>	<i>HABER SAYISI</i>	<i>YÜZDE DAĞILIMI</i>
ATV	9	%2
KANAL D	9	%1
FOX TV	0	%0
SHOW TV	1	%0,2
KANAL 7	1	%0,2
TRT 1	1	%0,2
TOPLAM	21	

Tablo 38: Teknoloji Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı⁵⁵⁰

Tablo-38’de görüldüğü üzere Teknoloji konusunun 1-31 Mart 2017 tarihleri arasında yer alan 23 günlük sürede hafta içi yayınlanan ana haber bültenlerinde ATV’de % 2 (9 haber), Kanal D’de % 1 (9 haber), Show TV’de % 0,2 (1 haber), Kanal 7’de % 0,2 (1 haber), TRT 1’de % 0,2 (1 haber), Fox TV’de % 0 (0 haber)’lık bir dilimle yer aldığı ve 6 ana haber bülteninde 23 günlük sürede yayınlanan toplam 3320 haberden sadece 21 haberin Teknoloji konusu ile ilgili olduğu görülmektedir. Veriler incelendiğinde teknoloji konusunun *TRT 1*, *ATV*, *KANAL D*, *SHOW TV* ve *KANAL 7* televizyon kanallarında sınırlı sayıda verilmesine karşın *FOX TV*’de teknoloji konusunun tamamen çerçeve dışında bırakıldığı ve konu ile ilgili hiçbir habere yer verilmediği saptanmıştır.

⁵⁵⁰ Tüm Kanallara ait ana haber bültenlerinden elde edilmiştir.

SPOR		
<i>KANAL ADI</i>	<i>HABER SAYISI</i>	<i>YÜZDE DAĞILIMI</i>
ATV	3	%1
KANAL D	4	%1
FOX TV	0	%0
SHOW TV	1	%0,2
KANAL 7	2	%0,2
TRT 1	2	%0,2
TOPLAM	12	

Tablo 39: Spor Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı⁵⁵¹

Tablo-39’da görüldüğü üzere Spor konusunun 1-31 Mart 2017 tarihleri arasında yer alan 23 günlük sürede hafta içi yayınlanan ana haber bültenlerinde ATV’de %1 (3 haber), Kanal D’de %1 (4 haber), Show TV’de %0,2 (1 haber), Kanal 7’de %0,2 (2 haber), TRT 1’de %0,2 (2 haber), Fox TV’de %0 (0 haber),lık bir dilimde yer aldığı ve 6 ana haber bülteninde 23 günlük sürede yayınlanan toplam 3320 haberden sadece 12 haberin Spor konusu ile ilgili olduğu görülmektedir.

Verilere bakıldığında bütün kanallarda spor konusunun neredeyse hiç yer almayacak kadar az olduğu görülmektedir. Bu durum spor konusuna ait özel programlar ve spor haberleri adı altında yapılan programların kanalların yayın akışı içerisinde yer almasına bağlanmaktadır.

⁵⁵¹ Tüm Kanallara ait ana haber bültenlerinden elde edilmiştir.

TARIM		
<i>KANAL ADI</i>	<i>HABER SAYISI</i>	<i>YÜZDE DAĞILIMI</i>
ATV	2	%0,8
KANAL D	3	%0,8
FOX TV	3	%1
SHOW TV	0	%0
KANAL 7	1	%0,2
TRT 1	0	%0
TOPLAM	9	

Tablo 40: Tarım Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı⁵⁵²

Tablo-40’da görüldüğü üzere Tarım konusunun 1-31 Mart 2017 tarihleri arasında yer alan 23 günlük sürede hafta içi yayınlanan ana haber bültenlerinde Fox TV’de %1 (3 haber), ATV’de %0,8 (2 haber), Kanal D’de %0,8 (3 haber), Kanal 7’de %0,2 (1 haber), TRT 1’de %0 (0 haber), Show TV’de %0 (0 haber)’lık bir dilimle yer aldığı ve 6 ana haber bülteninde 23 günlük sürede yayınlanan toplam 3320 haberden sadece 9 haberin Tarım konusu ile ilgili olduğu görülmektedir.

Veriler incelendiğinde tüm kanalların tarım konusuna neredeyse hiç yer vermediği tespit edilmiştir. Türkiye gibi ekonomisinin büyük bölümü tarım sektöründen oluşan bir ülkede tarım haberlerinin bu derece az olması özellikle kamu yayıncılığı yapan TRT 1’in ana haber bültenleri içerisinde tarım konusuna hiç yer vermemesi üzerinde düşünülmesi gereken bir durum olarak değerlendirilmektedir.

⁵⁵² Tüm Kanallara ait ana haber bültenlerinden elde edilmiştir.

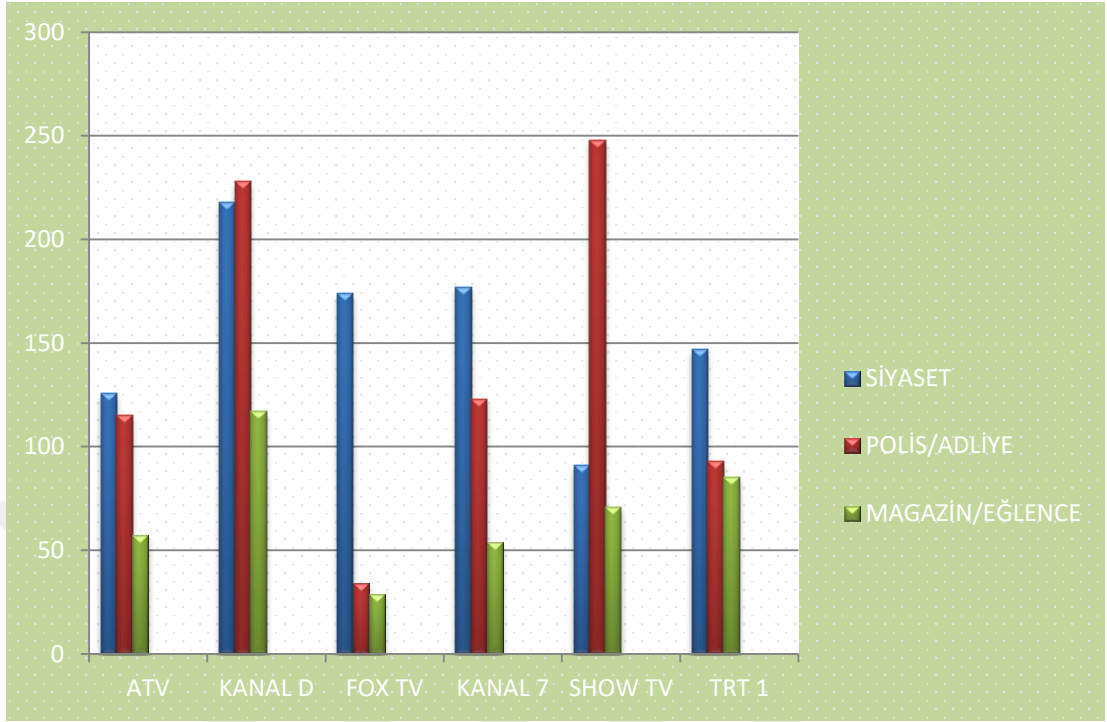
PORTRE		
<i>KANAL ADI</i>	<i>HABER SAYISI</i>	<i>YÜZDE DAĞILIMI</i>
ATV	0	%0
KANAL D	0	%0
FOX TV	0	%0
SHOW TV	0	%0
KANAL 7	0	%0
TRT 1	0	%0
TOPLAM	0	

Tablo 41: Portre Konusunun Kanallarda Yer Alma Sayısı⁵⁵³

Tablo-41’de görüldüğü üzere Portre konusunun 1-31 Mart 2017 tarihleri arasında yer alan 23 günlük sürede hafta içi yayınlanan ana haber bültenlerinde hiç yer almadığı görülmektedir. Veriler portre haberciliğinin televizyon kanalları tarafından tercih edilmediğini ve portre konusunun çerçeve dışında bırakıldığını göstermektedir.

Haber konularına ilişkin dağılımda örnekleme dahil edilen televizyon kanallarının ana haber bültenlerine ait verileri göz önünde bulundurulduğunda belirlenen konular içerisinde toplam haber sayısı içerisinde en çok haber yapılan konuların siyaset, polis/adliye ve magazin/eğlence olduğu görülmektedir. Bu konuların örnekleme dahil edilen *TRT 1*, *ATV*, *Fox TV*, *Kanal D*, *Show TV* ve *Kanal 7* televizyon kanallarına ait ana haber bültenlerinde yer alma sayısı grafik- 7’de gösterildiği gibidir.

⁵⁵³ Tüm Kanallara ait ana haber bültenlerinden elde edilmiştir.



Grafik 1: En çok Haber Yapılan İlk 3 Konunun Kanallara Göre Dağılımı⁵⁵⁴

23 günlük izleme sonucunda seçilen 6 televizyon kanalına ait ana haber bültenlerinin toplamı incelendiğinde en çok haber yapılan konuların sırasıyla siyaset, polis/adliye ve magazin/eğlence olduğu görülmektedir. Grafik-1'e ait veriler incelendiğinde televizyon kanallarında sırasıyla ATV, Fox TV, Kanal 7 ve TRT 1'de birinci sırada siyaset, ikinci sırada polis/adliye, üçüncü sırada magazin/eğlence, Kanal D ve Show TV'de birinci sırada polis/adliye, ikinci sırada siyaset, üçüncü sırada magazin/eğlence konularının olduğu görülmektedir. Bu veriler ışığında Türkiye televizyon kanallarında toplumsal bakışın yoğunluklu olarak siyaset, polis/adliye ve magazin/eğlence konularına yönlendirildiği ve toplumsal bakış açısının bu konular üzerinden şekillendirildiğini söylemek olanaklıdır

Çalışmanın bu bölümünde *TRT 1, ATV, Fox TV, Kanal D, Show TV ve Kanal 7* televizyon kanallarının 1-31 Mart 2017 tarihleri arasında yayınlanan ana haber bültenlerine ait veriler üzerinden, kanalların genel haber anlayışı değerlendirilmekte ve bu kanallara ait haberler görsel çerçeveleme bağlamında genel bir değerlendirme

⁵⁵⁴ Veriler tüm Kanallara ait ana haber bültenlerinden elde edilmiştir.

tabi tutulmaktadır. Ardından seçilen örneklem üzerinden tespit edilen haberler, Görüntü çerçevelemesi bağlamında analiz edilerek çözümleme kısmı tamamlanmaktadır.

3.3.1.1. TRT 1 Ana Haber Bültenlerinde Haber Konuları

1-31 Mart 2017 tarihleri arasında izlenen TRT 1 ana haber bültenlerinde yer alan haberlerin belirlenen konulara göre dağılımı ve 23 günlük detaylandırılmış konu dağılımı tablo-42 ve tablo-43'te gösterildiği gibidir.

1-31 Mart 2017 TRT 1 ANA HABER BÜLTENİ VERİLERİ	
KONULAR	HABER SAYISI
SİYASET	147
POLİS ADLİYE	93
DIŞ HABER	86
MAGAZİN/EĞLENCE	85
TERÖR	40
EKONOMİ/FİNANS	20
SAĞLIK	15
EĞİTİM	9
ÇEVRE	8
KENT	8
KÜLTÜR-SANAT	6
SPOR	2
TEKNOLOJİ	1
PORTRE	0
TARIM	0
TOPLAM SAYI	522

Tablo 42: 1-31 Mart 2017 TRT 1 Ana Haber Bültenine ait Konu Dağılımı⁵⁵⁵

1-31 Mart 2017 TRT 1 Ana haber bültenleri incelendiğinde konularına göre en çok 147 haberle siyaset konusunun ilk sırada yer aldığı görülmektedir. İkinci sırada 93 haberle polis/adliye, 86 haberle dış haber konuları ilk üç sırada yer almaktadır. Bu haberleri 85 haberle magazin/eğlence, 40 haberle terör, 20 haberle ekonomi/finans, 15 haberle sağlık, 9 haberle eğitim, 8'er haberle çevre ve kent, 6 haberle kültür/sanat, 2

⁵⁵⁵ 1-31 Mart 2017 TRT 1 Ana Haber Bültenlerinin incelenmesi sonucu elde edilmiştir.

haberle spor, 1 haberle teknoloji konusu izlemektedir. 23 günlük yayın bülteni içerisinde tarım ve portre konularına ait haberlere hiç yer verilmediği görülmektedir. TRT 1 televizyon kanalına ilişkin veriler incelendiğinde kanalın konusal çerçeveleme bağlamında siyaset, polis/adliye, dış haber, magazin/eğlence ve terör konularını ağırlıklı olarak çerçeve içerisine dahil ettiği ve toplumsal bakışı bu konulara yönelttiği görülmektedir. Kamusal yayın yapan bir kanal olmasına rağmen toplumu yakından ilgilendiren sağlık, ekonomi, kültür/sanat, çevre, kent konularına çok az yer verdiği ve ekonomisinin büyük çoğunluğu tarıma dayalı bir ülkenin kamusal yayıncılık yapan devlet kanalının tarım konusunda yok denecek kadar az habere yer vermesi dikkat çekmektedir.

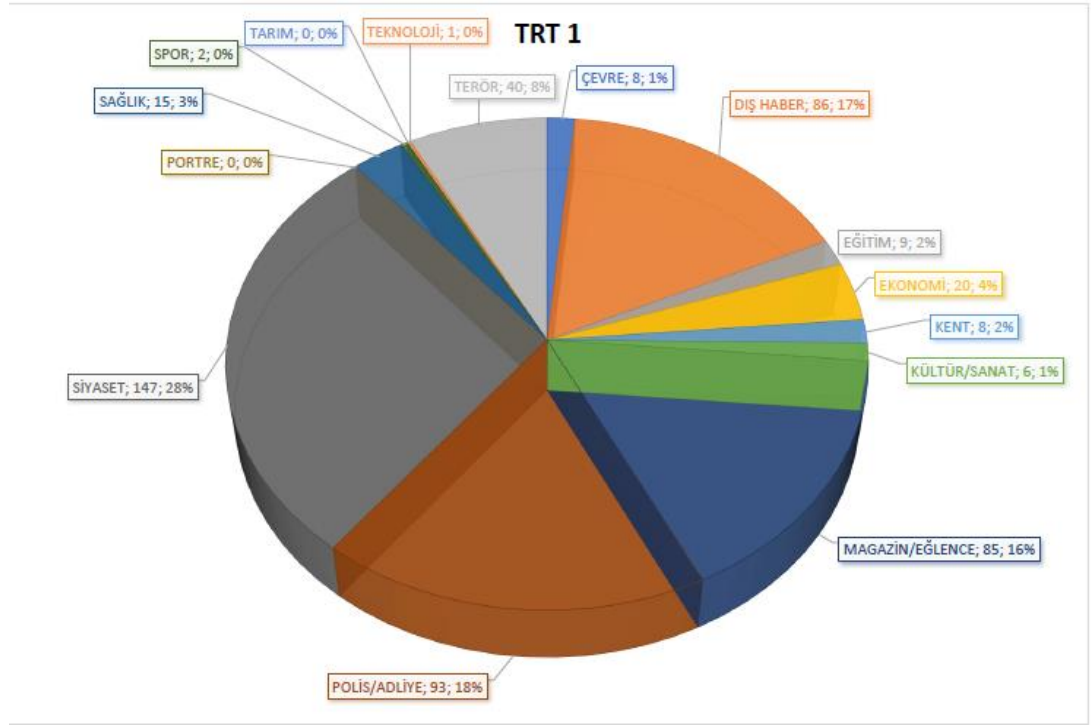
Tablo-43'te görüldüğü üzere TRT 1 Ana haber bültenlerine ait günlük konu dağılımları, ana haber bültenlerinin günlük yayın süresi ve haber sayısı detaylı bir şekilde yer almaktadır.

	TRT 1 1-31 MART 2017 HAFTA İÇİ ANA HABER BÜLTENİ GÜNLÜK KONU DAĞILIMI																							
Haber Konuları	1	2	3	6	7	8	9	10	13	14	15	16	17	20	21	22	23	24	27	28	29	30	31	Toplam
SİYASET	6	7	7	6	7	6	2	3	9	7	6	5	7	7	6	7	7	4	6	7	9	9	5	145
POLİS-ADLİYE	6	3	5	4	4	4	3	4	0	2	2	6	2	6	5	1	8	4	4	4	3	8	7	95
DIŞ HABER	4	8	3	3	3	1	3	10	8	8	3	2	2	3	3	4	5	7	1	2	2	0	1	86
MAGAZİN-EĞLENCE	3	4	4	11	4	4	3	4	0	1	8	4	6	3	3	4	2	1	6	2	4	1	3	85
TERÖR	0	1	3	2	2	2	5	0	0	0	2	2	3	2	0	0	1	2	2	5	0	1	5	40
EKONOMİ/	1	0	1	0	2	0	2	0	1	0	3	1	0	1	2	1	0	1	1	1	0	0	2	20
SAĞLIK	0	0	1	2	2	0	0	1	0	2	0	1	0	1	0	2	0	0	0	0	1	1	1	15
EĞİTİM	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	2	9
ÇEVRE	2	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	8
KENT	0	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	8
KÜLTÜR-SANAT	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	0	1	6
TEKNOLOJİ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	3
SPOR	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
PORTRE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TARIM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SÜRE	44:31	47:02	46:49	48:16	46:07	32:43	42:04	46:24	48:06	48:55	48:16	45:57	45:59	46:59	46:16	46:41	48:08	46:39	47:16	49:15	46:12	47:02	57:27	17:53:04
HABER SAYISI	23	26	28	28	26	17	19	24	18	21	26	23	20	24	21	20	24	22	20	22	22	20	28	522

Tablo 43: 1-31 Mart 2017 TRT 1 Ana Haber Bülteni Günlük Konu Dağılımı⁵⁵⁶

⁵⁵⁶ 1-31 Mart 2017 TRT 1 Ana Haber Bültenlerinin incelenmesi sonucu elde edilmiştir.

Tablo-43 incelendiğinde TRT 1 kanalının günlük haber sayısı 17 ile 28 haber arasında değişmektedir. En az haber yapılan gün 17 haberle 8 Mart 2017 iken en çok haberin yapıldığı günler ise 28'er haberle 3 Mart, 6 Mart ve 31 Mart 2017 tarihleridir. Ana haber bültenlerinin yayın süresi ise 32 dakika 43 saniye ve 57 dakika 27 saniye arasında değişmektedir. Ana haber bültenine yayın akışı içerisinde en az yer ayrılan gün 32 dakika 43 saniye ile 8 Mart 2017 iken, ana haber bültenine yayın akışı içerisinde en çok yer ayrılan gün ise 57 dakika 27 saniye ile 31 Mart 2017 tarihidir. Haber konularının toplam haber içerisindeki %'lik dağılımı grafik-2'de gösterildiği gibidir.



Grafik 2: TRT 1 Ana Haber Bültenleri Konu Dağılımları⁵⁵⁷

Grafik-2'de TRT 1 Ana haber bültenlerinin 23 günlük izleme sonucu elde edilen konu dağılımlarına ait %'lik dilimler gösterilmektedir.

TRT 1'e ait grafik-2 incelendiğinde 23 gün boyunca ana haber bültenlerinde yayınlanan toplam 522 haberin %28 siyaset, %18 polis/adliye, %17 dış haber, %16

⁵⁵⁷ 1-31 Mart 2017 TRT 1 Ana Haber Bültenlerinin incelenmesi sonucu elde edilmiştir.

magazin/eğlence konularına ayrıldığı görülmektedir. Terör konusu %8, ekonomi %4, sağlık %3, eğitim %2, kent %2, çevre %1, kültür/sanat %1'lik yer bulurken, tarım, teknoloji, spor ve portre konularının %'lik dilime girmeyecek kadar az veya hiç yer almadığı görülmektedir.

TRT 1 kanalına ait tüm veriler göz önünde bulundurulduğunda en çok haber yapılan konuların sırasıyla siyaset, dış haber, polis/adliye ve magazin/eğlence konularının, konusal olarak çerçevelenip ön plana çıkarıldığı saptanmıştır. Varlık ve yokluk çerçevesi üzerinden değerlendirildiğinde kamu yayıncılığı yapan TRT 1'in sağlık, tarım, eğitim, kültür/sanat gibi konulara çok az ya da hiç yer vermemesi dikkat çekmektedir.

3.3.1.2. ATV Ana Haber Bültenlerinde Haber Konuları

1-31 Mart 2017 tarihleri arasında izlenen ATV ana haber bültenlerinde yer alan haberlerin belirlenen konulara göre dağılımı ve 23 günlük detaylandırılmış konu dağılımı tablo-44 ve tablo-45'te gösterildiği gibidir.

1-31 Mart 2017 ATV ANA HABER BÜLTENİ VERİLERİ	
KONULAR	HABER SAYISI
SİYASET	126
POLİS ADLİYE	115
MAGAZİN/EĞLENCE	57
DIŞ HABER	51
TERÖR	34
EKONOMİ/FİNANS	29
SAĞLIK	29
ÇEVRE	17
KENT	9
TEKNOLOJİ	9
KÜLTÜR-SANAT	7
EĞİTİM	6
SPOR	3
TARIM	2
PORTRE	0
TOPLAM SAYI	494

Tablo 44: 1-31 Mart 2017 ATV Ana Haber Bültenine ait Konu Dağılımı⁵⁵⁸

⁵⁵⁸ 1-31 Mart 2017 ATV Ana Haber Bültenlerinin incelenmesi sonucu elde edilmiştir.

1-31 Mart 2017 ATV Ana haber bültenleri incelendiğinde konularına göre en çok 126 haberle siyaset konusunun ilk sırada yer aldığı görülmektedir. İkinci sırada 115 haberle polis/adliye, 57 haberle magazin/eğlence konuları ilk üç sırada yer almaktadır. Bu haberleri 51 haberle dış haber, 34 haberle terör, 29 haberle ekonomi/finans, 29 haberle sağlık, 17 haberle çevre, 9'ar haberle kent ve teknoloji, 7 haberle kültür/sanat, 6 haberle eğitim, 3 haberle spor, 2 haberle tarım konusu izlemektedir. 23 günlük yayın bülteni içerisinde portre konusuna ait haberlere hiç yer verilmeyerek konusal olarak çerçevelemenin dışında bırakıldığı görülmektedir.

ATV televizyon kanalına ilişkin veriler incelendiğinde kanalın konusal çerçeveleme bağlamında siyaset, polis/adliye, magazin/eğlence, dış haber ve terör konularını ağırlıklı olarak çerçevelediği ve toplumsal bakışı bu konulara yönelttiği görülmektedir. Toplumu yakından ilgilendiren sağlık, ekonomi, kültür/sanat, spor, çevre, kent ve tarım konularına ise yok denecek kadar az yer verdiği görülmektedir.

Tablo-45'te ATV Ana haber bültenlerine ait günlük konu dağılımları, ana haber bültenlerinin günlük yayın süresi ve haber sayısı detaylı bir şekilde yer almaktadır.

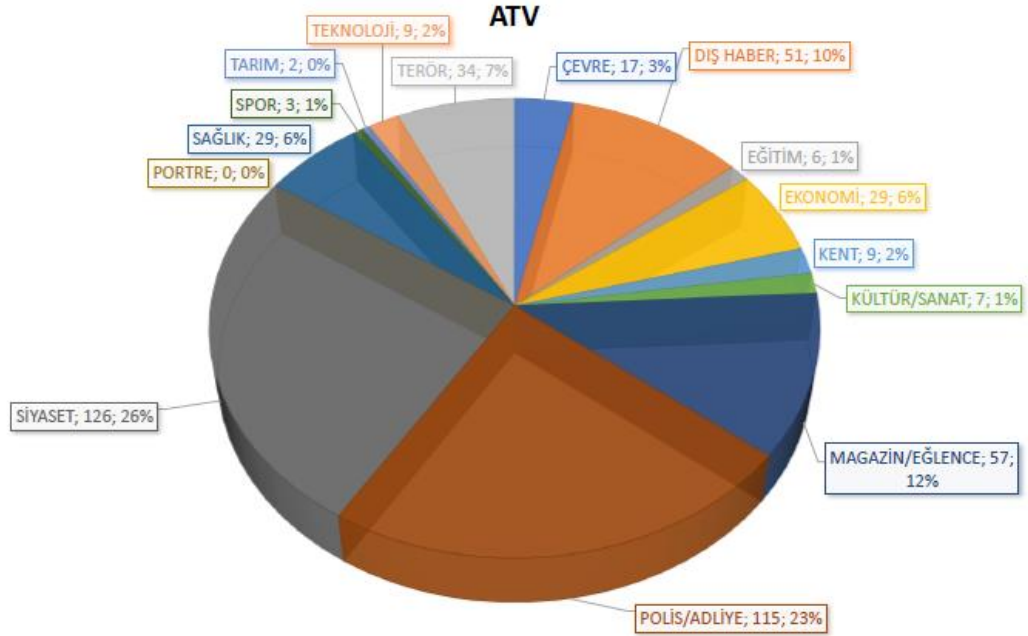
	ATV 1-31 MART 2017 HAFTA İÇİ ANA HABER BÜLTENİ GÜNLÜK KONU DAĞILIMI																							
Haber Konuları	1	2	3	6	7	8	9	10	13	14	15	16	17	20	21	22	23	24	27	28	29	30	31	Toplam
SİYASET	4	3	6	3	7	6	8	4	6	7	5	8	3	4	2	8	4	9	6	5	5	7	5	125
POLİS-ADLİYE	8	4	2	5	5	7	6	4	6	5	9	4	10	3	5	6	5	1	5	5	5	3	3	116
MAGAZİN-EĞLENCE	1	4	3	3	2	1	3	5	0	2	1	5	2	3	6	1	5	3	1	2	0	0	4	57
DIŞ HABER	1	3	1	1	1	3	1	2	3	3	2	0	3	2	1	1	6	6	2	2	3	1	3	51
TERÖR	0	0	4	0	1	0	2	1	0	0	1	1	0	2	2	1	2	1	2	4	4	2	4	34
EKONOMİ/FİNANS	1	2	0	2	1	3	0	1	1	1	2	0	0	4	2	0	0	1	1	1	3	3	0	29
SAĞLIK	0	0	1	2	2	0	0	1	4	1	1	1	2	3	2	1	0	1	2	2	3	0	0	29
ÇEVRE	2	0	0	3	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	2	1	1	1	0	2	0	1	17
KENT	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	3	9
TEKNOLOJİ	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	2	0	0	0	0	1	0	0	1	0	9
KÜLTÜR-SANAT	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	7
EĞİTİM	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	6
SPOR	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3
TARIM	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
PORTRE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SÜRE	46:58	45:02	45:58	48:24	45:49	47:24	47:46	46:29	44:46	46:09	47:16	47:02	47:05	47:05	46:45	46:16	47:17	46:18	47:25	46:04	47:36	46:46	46:16	17:53:56
HABER SAYISI	20	18	18	21	21	21	22	20	22	20	22	21	21	23	23	21	24	23	21	22	25	20	25	494

Tablo 45: ATV 1-31 Mart 2017 Hafta İçi Ana Haber Bülteni Günlük Konu Dağılımı⁵⁵⁹

⁵⁵⁹ 1-31 Mart 2017 ATV Ana Haber Bültenlerinin incelenmesi sonucu elde edilmiştir.

Tablo-45 incelendiğinde ATV'nin günlük haber sayısı 18 ile 25 haber arasında değişmektedir. En az haber yapılan günler 18 haberle 2 ve 3 Mart 2017 iken en çok haberin yapıldığı gün ise 25 haberle 31 Mart 2017 tarihidir. Ana haber bültenlerinin yayın süresi ise 44 dakika 46 saniye ve 48 dakika 24 saniye arasında değişmektedir. Ana haber bültenine yayın akışı içerisinde en az yer ayrılan gün 44 dakika 46 saniye ile 13 Mart 2017 iken, ana haber bültenine yayın akışı içerisinde en çok yer ayrılan gün 48 dakika 24 saniye ile 6 Mart 2017 tarihidir.

Haber konularının toplam haber içerisindeki %'lik dağılımı grafik-3'te gösterildiği gibidir.



Grafik 3: ATV Ana Haber Bültenleri Konu Dağılımları⁵⁶⁰

Grafik-3'te ATV Ana haber bültenlerinin 23 günlük izleme sonucu elde edilen konu dağılımlarına ait %'lik dilimler gösterilmektedir.

ATV'ye ait grafik-3 incelendiğinde 23 gün boyunca ana haber bültenlerinde yayınlanan toplam 494 haberin % 26 siyaset, % 23 polis/adliye, % 12 magazin/eğlence, % 10 dış haber konularına ayrıldığı görülmektedir. Terör konusu %

⁵⁶⁰ 1-31 Mart 2017 ATV Ana Haber Bültenlerinin incelenmesi sonucu elde edilmiştir.

7, sağlık % 6, ekonomi % 6, evre % 3, kent % 2, teknoloji % 2, eğitim % 1, kültür/sanat % 1, spor % 1’lik yer bulurken, tarım ve portre konularının %’lik dilime girmeyecek kadar az veya hiç yer almadığı görülmektedir.

3.3.1.3. FOX TV Ana Haber Bültenlerinde Haber Konuları

1-31 Mart 2017 tarihleri arasında izlenen FOX TV ana haber bültenlerinde yer alan haberlerin belirlenen konulara göre dağılımı ve 23 günlük detaylandırılmış konu dağılımı tablo-46 ve tablo-47’de gösterildiği gibidir.

1-31 Mart 2017 FOX TV ANA HABER BÜLTENİ VERİLERİ	
KONULAR	HABER SAYISI
SİYASET	174
EKONOMİ/FİNANS	41
DIş HABER	38
TERÖR	35
POLİS ADLİYE	34
MAGAZİN/EĞLENCE	30
SAĞLIK	22
ÇEVRE	4
EĞTİM	3
KÜLTÜR-SANAT	3
TARIM	3
KENT	1
PORTRE	0
SPOR	0
TEKNOLOĞİ	0
TOPLAM SAYI	388

Tablo 46: 1-31 Mart 2017 FOX TV Ana Haber Bültenine ait Konu Dađılımı⁵⁶¹

1-31 Mart 2017 FOX TV ana haber bültenleri incelendiğinde konularına göre en çok 174 haberle siyaset konusunun ilk sırada yer aldığı görülmektedir. İkinci sırada 41 haberle ekonomi/finans, üçüncü sırada 38 haberle dış haber konusunun yer aldığı görülmektedir. Bu haberleri 35 haberle terör, 34 haberle polis/adliye, 30 haberle magazin/eğlence, 22 haberle sağlık, 4 haberle evre, 3’er haberle eğitim, kültür/sanat

⁵⁶¹ 1-31 Mart 2017 FOX TV Ana Haber Bültenlerinin incelenmesi sonucu elde edilmiştir.

ve tarım, 1 haberle kent konusu izlemektedir. 23 günlük yayın bülteni içerisinde portre, spor ve teknoloji konularına ait haberlere hiç yer verilmediği görülmektedir.

Fox TV televizyon kanalına ait veriler incelendiğinde kanalın konusal çerçeveleme bağlamında siyaset, ekonomi/finans, dış haber ve terör konularını ağırlıklı olarak çerçevelediği ve toplumsal bakış açısını bu konulara çektiği görülmektedir. Ekonomi/finans konusunun ikinci sırada yer alması kanalı konu seçimi açısından diğer kanallardan farklılaştırmaktadır. Bu anlamda Fox TV'nin farklı bir yayın politikası izlediğini söylemek mümkündür.

Tablo-47'de FOX TV Ana haber bültenlerine ait günlük konu dağılımları, ana haber bültenlerinin günlük yayın süresi ve haber sayısı detaylı bir şekilde yer almaktadır.

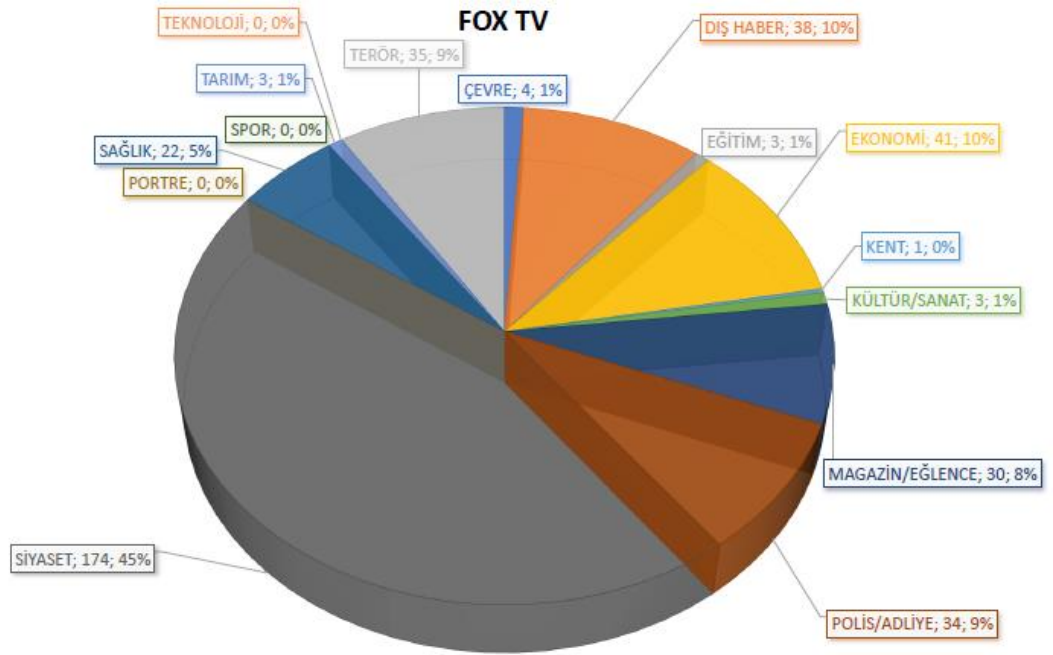
	FOX TV 1-31 MART 2017 HAFTA İÇİ ANA HABER BÜLTENİ GÜNLÜK KONU DAĞILIMI																							
Haber Konuları	1	2	3	6	7	8	9	10	13	14	15	16	17	20	21	22	23	24	27	28	29	30	31	Toplam
SİYASET	6	5	5	5	8	7	5	2	10	9	9	9	12	8	6	10	8	9	9	9	8	8	6	173
EKONOMİ/ FİNANS	3	2	3	2	2	2	3	3	1	2	2	1	1	1	2	1	0	3	1	2	3	1	0	41
DIŞ HABER	2	5	1	1	1	0	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	3	1	1	2	1	2	38
POLİS- ADLİYE	1	1	3	4	2	3	2	3	3	1	1	1	1	0	0	1	3	0	2	1	1	0	1	35
TERÖR	1	1	2	3	1	3	3	3	0	0	1	1	0	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	35
MAGAZİN- EĞLENCE	0	2	0	6	0	0	2	2	1	0	2	1	1	2	2	1	0	1	1	2	0	1	3	30
SAĞLIK	0	1	2	1	2	0	3	0	1	0	1	1	1	1	1	0	2	1	0	1	1	0	2	22
ÇEVRE	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	4
EĞİTİM	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3
KÜLTÜR- SANAT	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	3
TARIM	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	3
KENT	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
PORTRE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SPOR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TEKNOLOJİ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SÜRE	45: 24	57: 45	44: 53	58: 15	45: 08	45: 45	57: 16	45: 12	45: 07	45: 34	45: 51	45: 17	45: 26	45: 17	45: 43	45: 49	45: 28	44: 49	45: 52	45: 15	45: 10	45: 06	51: 07	18:06:29
HABER SAYISI	13	21	16	22	16	15	21	15	19	16	18	15	17	16	16	16	17	18	17	17	16	14	17	388

Tablo 47: FOX TV -31 Mart 2017 Hafta İçi Ana Haber Bülteni Günlük Konu Dağılımı⁵⁶²

⁵⁶² 1-31 Mart 2017 FOX TV Ana Haber Bültenlerinin incelenmesi sonucu elde edilmiştir.

Tablo-47 incelendiğinde Fox TV'nin günlük haber sayısının 13 ile 22 haber arasında değiştiği görülmektedir. En az haber yapılan gün 13 haberle 1 Mart 2017 iken en çok haberin yapıldığı gün ise 22 haberle 6 Mart 2017 tarihidir. Ana haber bültenlerinin yayın süresi ise 44 dakika 49 saniye ve 58 dakika 15 saniye arasında değişmektedir. Ana haber bültenine yayın akışı içerisinde en az yer ayrılan gün 44 dakika 49 saniye ile 24 Mart 2017 iken, ana haber bültenine yayın akışı içerisinde en çok yer ayrılan gün ise 58 dakika 15 saniye ile 6 Mart 2017 tarihidir.

Haber konularının toplam haber içerisindeki %'lik dağılımı grafik-4'te gösterildiği gibidir.



Grafik 4: FOX TV Ana Haber Bültenleri Konu Dağılımları⁵⁶³

Grafik-4'te FOX TV Ana haber bültenlerinin 23 günlük izleme sonucu elde edilen konu dağılımlarına ait %'lik dilimler gösterilmektedir.

FOX TV'ye ait grafik-4 incelendiğinde 23 gün boyunca ana haber bültenlerinde yayınlanan toplam 388 haberin % 45 siyaset, % 10 dış haber, % 10 ekonomi/finans,

⁵⁶³ 1-31 Mart 2017 FOX TV Ana Haber Bültenlerinin incelenmesi sonucu elde edilmiştir.

% 9 polis/adliye, % 9 terör, % 8 magazin/eğlence, % 5 sağlık, konularına ayrılığı görülmektedir. Çevre % 1, eğitim % 1, kültür/sanat % 1, tarım % 1’lik yer bulurken, portre, spor, teknoloji ve kent haberlerinin %’lik dilime girmeyecek kadar az veya hiç yer almadığı görülmektedir.

3.3.1.4. Kanal D Ana Haber Bültenlerinde Haber Konuları

1-31 Mart 2017 tarihleri arasında izlenen Kanal D ana haber bültenlerinde yer alan haberlerin belirlenen konulara göre dağılımı ve 23 günlük detaylandırılmış konu dağılımı tablo-48 ve tablo-49’da gösterildiği gibidir.

1-31 Mart 2017 KANAL D ANA HABER BÜLTENİ VERİLERİ	
KONULAR	HABER SAYISI
POLİS ADLİYE	228
SİYASET	218
MAGAZİN/EĞLENCE	120
DIŞ HABER	57
SAGLIK	38
TERÖR	31
EKONOMİ/FİNANS	30
ÇEVRE	15
KÜLTÜR-SANAT	11
TEKNOLOJİ	9
KENT	7
EĞİTİM	4
SPOR	4
TARIM	3
PORTRE	0
TOPLAM SAYI	775

Tablo 48: 1-31 Mart 2017 Kanal D Ana Haber Bültenine ait Konu Dağılımı⁵⁶⁴

1-31 Mart 2017 Kanal D Ana haber bültenleri incelendiğinde konularına göre en çok 228 haberle Polis/adliye konusunun ilk sırada yer aldığı görülmektedir. İkinci sırada 218 haberle siyaset, üçüncü sırada 120 haberle magazin/eğlence konusu yer almaktadır. Bu haberleri 57 haberle dış haber, 38 haberle sağlık, 31 haberle terör, 30

⁵⁶⁴ 1-31 Mart 2017 KANAL D Ana Haber Bültenlerinin incelenmesi sonucu elde edilmiştir.

haberle ekonomi/finans, 15 haberle çevre, 11 haberle kültür/sanat, 9 haberle teknoloji, 7 haberle kent, 4'er haberle eğitim ve spor, 3 haberle tarım konusu izlemektedir. 23 günlük yayın bülteni içerisinde portre konusuna ait haberlere hiç yer verilmediği ve çerçeve dışında bırakıldığı tespit edilmiştir.

Kanal D'ye ait veriler incelendiğinde kanalın konusal çerçeveleme bağlamında polis/adliye, siyaset, magazin/eğlence ve dış haber konularını ağırlıklı olarak haberleştirdiği ve toplumsal bakışı bu konulara çektiği görülmektedir.

Tablo-49'da Kanal D Ana haber bültenlerine ait günlük konu dağılımları, ana haber bültenlerinin günlük yayın süresi ve haber sayısı detaylı bir şekilde yer almaktadır.

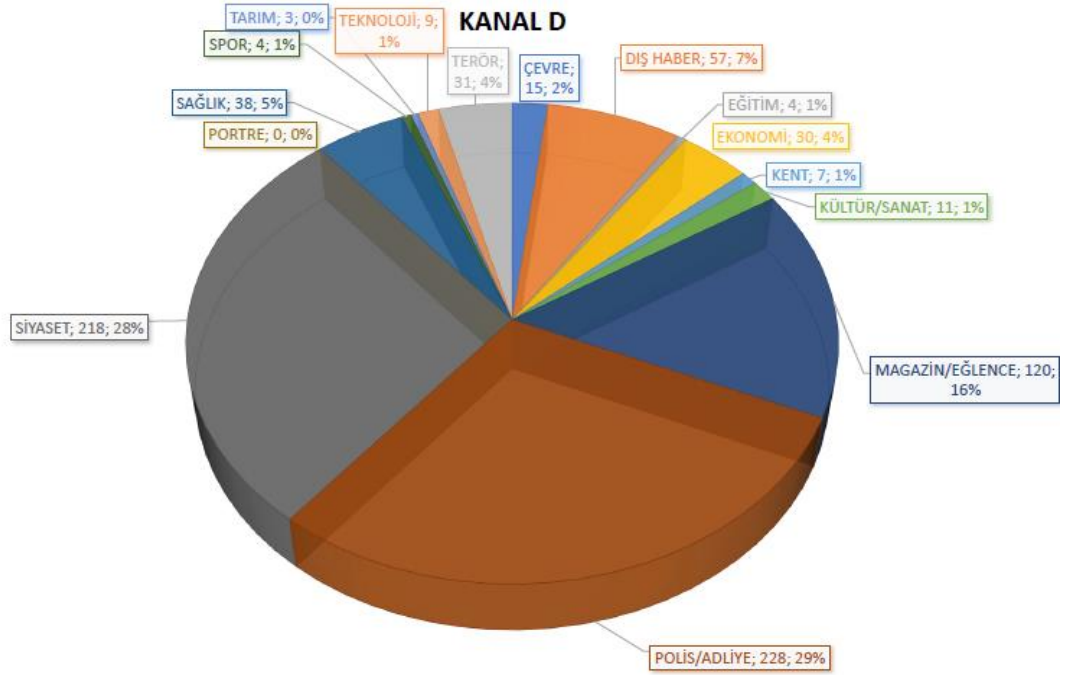
	KANAL D 1-31 MART 2017 HAFTA İÇİ ANA HABER BÜLTENİ GÜNLÜK KONU DAĞILIMI																							
Haber Konuları	1	2	3	6	7	8	9	10	13	14	15	16	17	20	21	22	23	24	27	28	29	30	31	Toplam
POLİS-ADLİYE	13	14	15	8	6	9	14	14	6	9	11	8	13	11	11	7	11	7	9	8	13	8	4	229
SİYASET	9	9	6	8	13	8	8	8	10	10	8	11	10	10	9	9	7	11	13	13	11	10	5	216
MAGAZİN-EĞLENCE	5	2	6	10	9	7	4	5	4	5	3	5	5	7	6	6	3	7	5	4	2	6	4	120
DIŞ HABER	2	1	1	3	2	2	0	2	5	4	1	0	3	2	6	3	4	5	0	1	4	2	4	57
SAĞLIK	1	1	1	3	2	9	2	0	1	0	1	1	0	3	1	3	3	1	1	1	1	1	1	38
TERÖR	1	2	2	0	0	2	3	1	1	2	1	4	1	2	0	1	2	1	0	2	0	2	1	31
EKONOMİ/FİNANS	2	0	1	1	1	1	0	1	3	2	4	0	0	3	0	0	2	1	1	1	1	3	2	30
ÇEVRE	3	0	2	1	0	0	1	0	2	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	15
KÜLTÜR-SANAT	0	0	0	0	2	0	1	2	1	1	0	0	1	1	0	0	0	2	0	0	0	0	1	12
TEKNOLOJİ	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	2	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	9
KENT	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	7
EĞİTİM	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	4
SPOR	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
TARIM	0	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
PORTRE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SÜRE	01:10:00	59:30	01:09:23	01:10:41	01:09:01	55:16	58:32	01:09:41	01:08:11	01:06:41	58:42	56:58	01:08:43	01:19:01	01:08:19	58:57	57:53	01:07:15	56:09	55:04	59:16	57:37	47:41	24:08:31
HABER SAYISI	37	30	36	35	37	38	35	36	36	34	31	31	35	41	35	29	33	36	29	31	34	32	24	775

Tablo 49: Kanal D 1-31 Mart 2017 Hafta İçi Ana Haber Bülteni Günlük Konu Dağılımı⁵⁶⁵

⁵⁶⁵ 1-31 Mart 2017 KANAL D Ana Haber Bültenlerinin incelenmesi sonucu elde edilmiştir.

Tablo-49 incelendiğinde Kanal D'nin günlük haber sayısının 41 ile 24 haber arasında değiştiği görülmektedir. En az haber yapılan gün 24 haberle 31 Mart 2017 iken en çok haberin yapıldığı gün ise 41 haberle 20 Mart 2017 tarihidir. Ana haber bültenlerinin yayın süresi ise 47 dakika 41 saniye ve 1 saat 19 dakika 01 saniye arasında değişmektedir. Ana haber bültenine yayın akışı içerisinde en az yer ayrılan gün 47 dakika 41 saniye ile 31 Mart 2017 iken, ana haber bültenine yayın akışı içerisinde en çok yer ayrılan gün ise 1 saat 19 dakika 01 saniye ile 20 Mart 2017 tarihidir.

Haber konularının toplam haber içerisindeki %'lik dağılımı grafik-5'te gösterildiği gibidir.



Grafik 5: Kanal D Ana Haber Bültenleri Konu Dağılımları⁵⁶⁶

Grafik-5'te Kanal D Ana haber bültenlerinin 23 günlük izleme sonucu elde edilen konu dağılımlarına ait %'lik dilimler gösterilmektedir.

Kanal D'ye ait grafik-5 incelendiğinde 23 gün boyunca ana haber bültenlerinde yayınlanan toplam 775 haberin arasında % 29 polis/adliye, % 28 siyaset, % 16

⁵⁶⁶ 1-31 Mart 2017 Kanal D Ana Haber Bültenlerinin incelenmesi sonucu elde edilmiştir.

magazin/eğlence, % 7 dış haber, % 5 sağlık, % 4 ekonomi/finans, % 4 terör, % 2 çevre, % 1 eğitim, % 1 kent, % 1 kültür/sanat, % 1 spor ve % 1 teknoloji konuları yer bulurken, tarım ve portre konularına ait haberlerin %'lik dilime girmeyecek kadar az yer aldığı veya hiç yer almadığı görülmektedir.

3.3.1.5. Show TV Ana Haber Bültenlerinde Haber Konuları

1-31 Mart 2017 tarihleri arasında izlenen Show TV ana haber bültenlerinde yer alan haberlerin belirlenen konulara göre dağılımı ve 23 günlük detaylandırılmış konu dağılımı tablo-50 ve tablo-51'de gösterildiği gibidir.

1-31 Mart 2017 SHOW TV ANA HABER BÜLTENİ VERİLERİ	
KONULAR	HABER SAYISI
POLİS ADLİYE	248
SİYASET	91
MAGAZİN/EĞLENCE	71
DIŞ HABER	50
TERÖR	42
SAĞLIK	14
EKONOMİ/FİNANS	12
KENT	8
EĞİTİM	7
ÇEVRE	6
KÜLTÜR-SANAT	5
SPOR	1
TEKNOLOJİ	1
PORTRE	0
TARIM	0
TOPLAM SAYI	556

Tablo 50: 1-31 Mart 2017 Show TV Ana Haber Bültenine ait Konu Dağılımı⁵⁶⁷

1-31 Mart 2017 Show TV Ana haber bültenleri incelendiğinde konularına göre en çok 248 haberle Polis/adliye konusunun ilk sırada yer aldığı görülmektedir. İkinci sırada 91 haberle siyaset ve üçüncü sırada 71 haberle magazin/eğlence konusunun yer almaktadır. Bu haberleri 50 haberle dış haber, 42 haberle terör, 14 haberle sağlık, 12 haberle ekonomi/finans, 8 haberle kent, 7 haberle eğitim, 6 haberle çevre, 5 haberle

⁵⁶⁷ 1-31 Mart 2017 SHOW TV Ana Haber Bültenlerinin incelenmesi sonucu elde edilmiştir.

kültür/sanat, 1'er haberle spor ve teknoloji konuları izlemektedir. 23 günlük yayın bülteni içerisinde portre ve tarım konularına ait haberlere hiç yer verilmediği görülmektedir.

Show TV'ye ait veriler incelendiğinde kanalın konusal çerçeveleme bağlamında polis/adliye, siyaset, magazin/eğlence ve dış haber konularını ağırlıklı olarak haberleştirdiği ve toplumsal bakışı bu konulara çektiği görülmektedir.

Tablo-51'de Show TV Ana haber bültenlerine ait günlük konu dağılımları, ana haber bültenlerinin günlük yayın süresi ve haber sayısı detaylı bir şekilde yer almaktadır.



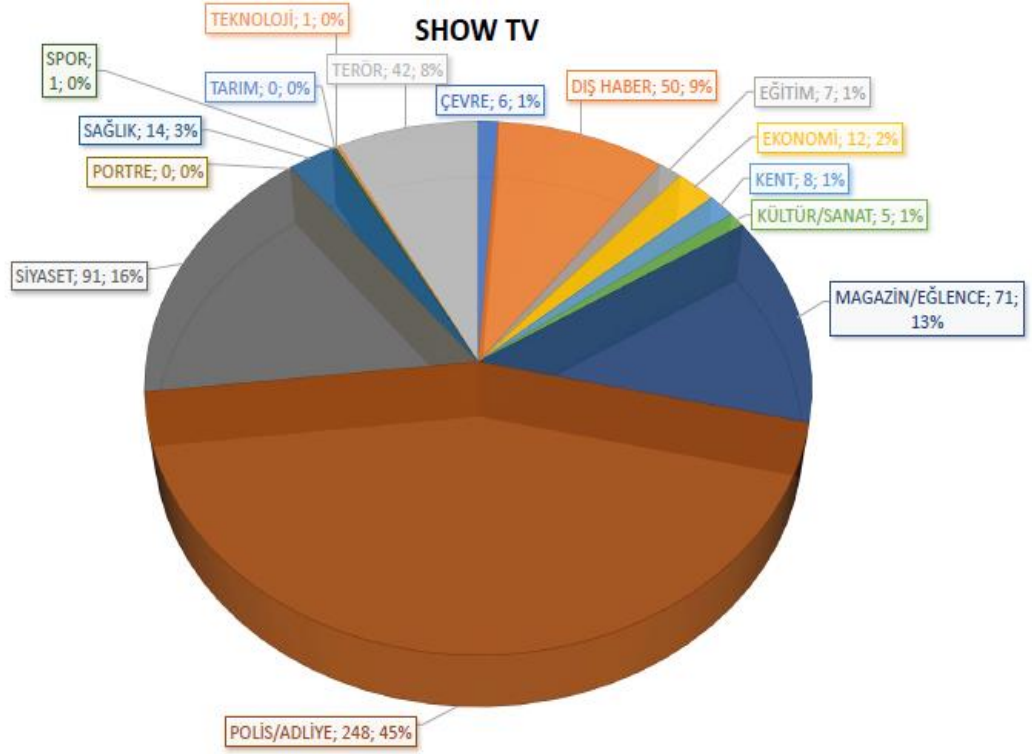
SHOW TV 1-31 MART 2017 HAFTA İÇİ ANA HABER BÜLTENİ GÜNLÜK KONU DAĞILIMI																								
Haber Konuları	1	2	3	6	7	8	9	10	13	14	15	16	17	20	21	22	23	24	27	28	29	30	31	Toplam
POLİS-ADLİYE	11	10	9	10	11	12	13	13	8	5	12	11	15	9	9	12	12	12	5	12	14	11	11	247
SIYASET	1	4	3	2	7	4	3	2	4	3	6	3	5	4	3	6	3	4	5	5	4	5	5	91
MAGAZİN-EĞLENCE	4	0	4	4	1	4	2	5	6	2	3	6	2	6	3	1	1	3	0	4	2	5	4	72
DIŞ HABER	3	2	3	1	1	3	3	0	1	2	2	4	3	0	3	2	3	1	1	1	4	5	2	50
TERÖR	2	5	2	2	2	1	3	1	0	1	2	1	1	3	4	2	2	1	2	1	2	1	1	42
SAĞLIK	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	2	1	1	0	2	0	2	1	0	0	14
EKONOMİ/FİNANS	2	0	1	1	1	0	0	0	0	0	2	0	1	1	0	2	0	0	0	0	0	1	0	12
KENT	0	2	2	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	8
EĞİTİM	0	0	0	0	2	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	7
ÇEVRE	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	6
KÜLTÜR-SANAT	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	5
SPOR	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
TEKNOLOJİ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
PORTRE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TARIM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SÜRE	57:27	57:44	57:29	57:17	57:20	57:05	56:40	56:40	56:55	46:42	01:01:57	59:47	56:56	57:24	57:36	57:07	57:30	56:44	31:17	56:39	57:16	56:58	56:24	21:24:54
HABER SAYISI	25	24	24	22	25	26	26	24	22	14	27	26	29	26	24	27	22	25	13	25	27	28	25	556

Tablo 51: Show TV 1-31 Mart 2017 Hafta İçi Ana Haber Bülteni Günlük Konu Dağılımı⁵⁶⁸

⁵⁶⁸ 1-31 Mart 2017 SHOW TV Ana Haber Bültenlerinin incelenmesi sonucu elde edilmiştir.

Tablo-51 incelendiğinde Show TV’nin günlük haber sayısının 14 ile 29 haber arasında değiştiği görülmektedir. En az haber yapılan gün 14 haberle 14 Mart 2017 iken en çok haberin yapıldığı gün ise 29 haberle 17 Mart 2017 tarihidir. Ana haber bültenlerinin yayın süresi ise 46 dakika 42 saniye ve 1 saat 1 dakika 57 saniye arasında değişmektedir. Ana haber bültenine yayın akışı içerisinde en az yer ayrılan gün 46 dakika 42 saniye ile 14 Mart 2017 iken, ana haber bültenine yayın akışı içerisinde en çok yer ayrılan gün ise 1 saat 1 dakika 57 saniye ile 15 Mart 2017 tarihidir.

Haber konularının toplam haber içerisindeki %’lik dağılımı grafik-6’da gösterildiği gibidir.



Grafik 6: Show TV Ana Haber Bültenleri Konu Dağılımları⁵⁶⁹

Grafik-6’da Show TV Ana haber bültenlerinin 23 günlük izleme sonucu elde edilen konu dağılımlarına ait %’lik dilimler gösterilmektedir.

⁵⁶⁹ 1-31 Mart 2017 Show TV Ana Haber Bültenlerinin incelenmesi sonucu elde edilmiştir.

Show TV'ye ait grafik-6 incelendiğinde 23 gün boyunca ana haber bültenlerinde yayınlanan toplam 556 haberin % 45 polis/adliye, % 16 siyaset, % 13 magazin/eğlence, % 9 dış haber, % 8 terör, % 3 sağlık, % 2 ekonomi/finans, %1 çevre, % 1 eğitim, % 1 kent, % 1 kültür/sanat konuları yer bulurken, spor, teknoloji, tarım ve portre konularına ait haberlerin %'lik dilime girmeyecek kadar az yer aldığı veya hiç yer almadığı görülmektedir.

3.3.1.6. Kanal 7 Ana Haber Bültenlerinde Haber Konuları

1-31 Mart 2017 tarihleri arasında izlenen Kanal 7 ana haber bültenlerinde yer alan haberlerin belirlenen konulara göre dağılımı ve 23 günlük detaylandırılmış konu dağılımı tablo-52 ve tablo-53'te gösterildiği gibidir.

1-31 Mart 2017 KANAL 7 ANA HABER BÜLTENİ VERİLERİ	
KONULAR	HABER SAYISI
SİYASET	177
POLİS ADLİYE	123
DIŞ HABER	109
MAGAZİN/EĞLENCE	54
TERÖR	42
EĞİTİM	19
EKONOMİ/FİNANS	14
ÇEVRE	11
KENT	11
SAĞLIK	11
KÜLTÜR-SANAT	10
SPOR	2
TARIM	1
TEKNOLOJİ	1
PORTRE	0
TOPLAM SAYI	585

Tablo 52: 1-31 Mart 2017 Kanal 7 Ana Haber Bültenine ait Konu Dağılımı⁵⁷⁰

1-31 Mart 2017 Kanal 7 Ana haber bültenleri incelendiğinde konularına göre en çok 177 haberle siyaset konusunun ilk sırada yer aldığı görülmektedir. İkinci sırada 123

⁵⁷⁰ 1-31 Mart 2017 Kanal 7 Ana Haber Bültenlerinin incelenmesi sonucu elde edilmiştir.

haberle polis/adliye, üçüncü sırada 109 haberle dış haber konusunun yer aldığı görülmektedir. Bu haberleri 54 haberle magazin/eğlence, 42 haberle terör, 19 haberle eğitim, 14 haberle ekonomi/finans, 11'er haberle çevre, kent, sağlık, 10 haberle kültür/sanat, 1'er haberle tarım ve teknoloji konuları izlemektedir. 23 günlük yayın bülteni içerisinde portre konusuna ait haberlere hiç yer verilmediği görülmektedir. Kanal 7'ye ait veriler incelendiğinde kanalın konusal çerçeveleme bağlamında siyaset, polis/adliye, dış haber ve magazin/eğlence konularını ağırlıklı olarak haber yaptığı ve toplumsal bakışı bu konulara çektiği görülmektedir.

Tablo-53'te Kanal 7 Ana haber bültenlerine ait günlük konu dağılımları, ana haber bültenlerinin günlük yayın süresi ve haber sayısı detaylı bir şekilde yer almaktadır.

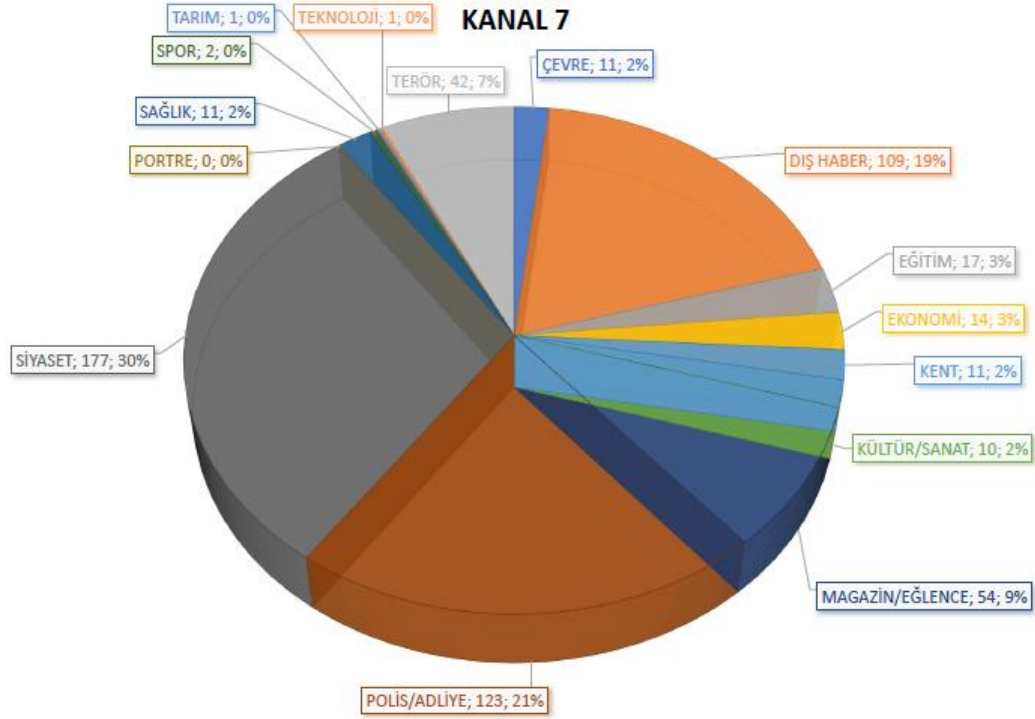
KANAL 7 1-31 MART 2017 HAFTA İÇİ ANA HABER BÜLTENİ GÜNLÜK KONU DAĞILIMI																								
Haber Konuları	1	2	3	6	7	8	9	10	13	14	15	16	17	20	21	22	23	24	27	28	29	30	31	Toplam
SİYASET	5	6	7	8	10	8	7	9	9	10	8	8	8	7	4	6	6	5	9	9	8	9	8	174
POLİS-ADLİYE	5	8	5	5	3	7	4	6	4	7	3	1	9	8	8	9	2	3	5	4	8	6	6	126
DIŞ HABER	2	6	1	5	0	2	3	2	7	9	6	5	6	5	3	12	8	6	8	5	6	2	2	111
MAGAZİN-EĞLENCE	5	2	2	5	4	1	7	4	3	1	2	1	1	1	2	3	2	2	0	3	0	0	3	54
TERÖR	4	0	2	3	2	1	2	3	1	0	2	2	0	2	5	2	2	1	2	1	2	2	1	42
EĞİTİM	0	0	0	0	2	2	0	1	1	1	3	1	0	0	0	0	0	1	0	1	2	0	2	17
EKONOMİ/FİNANS	2	3	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	2	1	1	0	1	1	0	0	0	1	14
ÇEVRE	1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	0	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	11
KENT	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	11
SAĞLIK	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	3	0	0	1	2	0	1	0	1	0	11
KÜLTÜR-SANAT	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	2	10
SPOR	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
TARIM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
TEKNOLOJİ	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
PORTRE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SÜRE	45:45	47:41	46:18	47:10	46:34	47:08	46:50	46:36	47:12	46:51	46:08	45:59	46:27	46:07	46:50	47:30	46:47	45:59	45:55	45:43	46:44	45:00	46:15	17:49:29
HABER SAYISI	25	27	21	26	21	24	26	26	26	28	25	24	26	31	25	34	22	22	26	25	28	22	25	585

Tablo 53: Kanal 7 1-31 Mart 2017 Hafta İçi Ana Haber Bülteni Günlük Konu Dağılımı⁵⁷¹

⁵⁷¹ 1-31 Mart 2017 Kanal 7 Ana Haber Bültenlerinin incelenmesi sonucu elde edilmiştir.

Tablo-53 incelendiğinde Kanal 7'nin günlük haber sayısının 21 ile 34 haber arasında değiştiği görülmektedir. En az haber yapılan günler 21 haberle 3 ve 7 Mart 2017 iken en çok haberin yapıldığı gün ise 34 haberle 22 Mart 2017 tarihidir. Ana haber bültenlerinin yayın süresi ise 45 dakika ve 1 saat 47 dakika 41 saniye arasında değişmektedir. Ana haber bültenine yayın akışı içerisinde en az yer ayrılan gün 45 dakika ile 30 Mart 2017 iken, ana haber bültenine yayın akışı içerisinde en çok yer ayrılan gün ise 47 dakika 41 saniye ile 2 Mart 2017 tarihidir.

Haber konularının toplam haber içerisindeki %'lik dağılımı grafik-7'de gösterildiği gibidir.



Grafik 7: Kanal 7 Ana Haber Bültenleri Konu Dağılımları⁵⁷²

Grafik-7'de Kanal 7 Ana haber bültenlerinin 23 günlük izleme sonucu elde edilen konu dağılımlarına ait %'lik dilimler gösterilmektedir. Kanal 7'ye ait grafik-7

⁵⁷² 1-31 Mart 2017 Kanal 7 Ana Haber Bültenlerinin incelenmesi sonucu elde edilmiştir.

incelendiğinde 23 gün boyunca ana haber bültenlerinde yayınlanan toplam 585 haberin % 30 siyaset, % 21 polis/adliye, % 19 dış haber, % 9 magazin/eğlence, % 7 terör, % 3 ekonomi/finans, % 3 eğitim, % 2 çevre, % 2 kent, % 2 sağlık, % 2 kültür/sanat konuları yer bulurken, spor, tarım, teknoloji ve portre konularına ait haberlerin %'lik dilime girmeyecek kadar az yer aldığı veya hiç yer almadığı görülmektedir.

3.3.2. Görüntü Çerçevelemesi

Görüntü çerçevelemesi çözümlemesinde kullanılacak odak noktalarını James W. Tankard 11 maddede toplamıştır. Bu ölçütleri; başlıklar, alt başlıklar, fotoğraflar veya görüntüler, fotoğraf altı yazılar, manşet veya manşet üstü başlıklar, kaynak seçimi veya bağlantılar, alıntıların seçimi, tanıtımlar, kullanılan logo veya grafikler, istatistikler ve şemalar, bitiş cümleleri, son sözler veya makale paragrafları şeklinde belirlemiştir.⁵⁷³ Televizyon haberciliğinde görüntünün çerçevesi aşamasında da özellikle Tankard'ın belirlediği ölçütlerin büyük çoğunluğu kullanılarak görüntü daha da çarpıcı hale getirilmektedir.

Örnekleme oluşturan televizyon kanallarının ana haber bültenlerinin görüntü çerçevesi unsurları olan kamera, kadraj, kompozisyon, kurgu ve bunların kullanımına ilişkin 11 odak noktasının ekran içerisinde nasıl yer bulduğu ve görüntülerin haber çerçevesinde nasıl kullanıldığı çözümlenecektir.

Haberlerin görüntü çerçevesi yapılırken görsel malzemelerin nasıl kullanıldığı, çerçeve kurulurken benzer görüntü kullanımı, ikili ve çoklu ekran kullanımı, haber içeriğinde yetkili ve uzman kişilere ait görüşlere yer verilip verilmediği, grafik, tablo, harita ve benzeri unsurlardan yararlanılıp yararlanılmadığı, haber içerisinde muhabirlerle canlı bağlantı yapılıp yapılmadığı, simge ve sembollere görüntü çerçevesi içerisinde yer verilip verilmediği, görüntü içerisinde belirginleştirilmek istenen görüntüleri verirken aydınlatma, daire içerisine alma, okla gösterme, çerçeve içerisine alma, büyütme, yakınlaştırma, infografik kullanımı ve benzeri tekniklerin kullanılıp kullanılmadığı göz önünde bulundurularak çözümleme gerçekleştirilmiştir.

⁵⁷³ James W. Tankard, "The Empirical Approach to the Study of Media Framing", (Ed. Stephen D. Reese, Oscar H Gandy & August E. Grant), **Framing Public Life**, Lawrence Erlbaum Mahwah Associates Inc., New Jersey, 2001, s.100

3.3.2.1. TRT 1 Ana Haber Bültenlerinde Görüntü Çerçevelemesi

1-31 Mart 2017 tarihleri aralığında Erhan Çelik tarafından sunulan TRT 1 ana haber bülteni saat 19:00'da başlamaktadır. Ana haber bültenleri stüdyonun geniş görüntü planıyla açılmaktadır. Kanal logosu sağ üst köşede yer almakta olup, haber stüdyosunun dekorunda ve arka plandaki led ekranda kırmızı, siyah ve yer yer beyaz tonlar hâkimdir. Kamera Erhan Çelik'e doğru yaklaşarak bel planda sabitlenmektedir. 23 gün boyunca yapılan izlemelerde haber açılışlarının benzer tekniklerle yapıldığı ve farklı açılardan görüntülerin kullanıldığı görülmektedir.



Fotoğraf 1: TRT 1 Ana Haber Açılış Sahneleri⁵⁷⁴

Belirli açılardan görüntülenen Erhan Çelik'e yaklaşan kamera bel planda sabitlenir. Bel planda gösterilmesiyle Erhan Çelik'in mimik ve jestleri ile habere ilişkin tutumunun altı çizilmekte, Erhan Çelik toplumsal bağlam içerisine yerleştirilerek izleyici ile arasında bağ oluşturulmaktadır. Günün haberlerine ilişkin önemli başlıklar verildikten sonra haberler ekrana getirilmektedir. Kadrajda TRT 1'in logosu ve Erhan Çelik'in arkasındaki büyük ekranda TRT 1'in logosu yer almaktadır. Ekran içerisine yerleştirilen sunucu kendini tanıtip günün önemli gelişmelerini anlatmaya başladığı anda KJ ile TRT ana haber ve sunucunun adı ekrana getirilmektedir.

Haber sürecince Erhan_Celikk kullanıcı adına ait instagram ve twitter hesaplarının adresleri ekranın alt kısmında gösterilmektedir.

⁵⁷⁴ TRT 1 Ana Haber bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 2: TRT 1 Ana Haber Bülteni Erhan Çelik Sunum⁵⁷⁵

Haber sunumu esnasında sunucunun haber öncesi ve sonrasında yorum yaptığı mimik ve jestlerini kullandığı, haberleri izleyiciyle sohbet havasında sunarak izleyici ile bağ kurduğu görülmektedir.

TRT 1'in görüntü kullanımına bakıldığında bütün kanallarla benzer bir şekilde görüntünün anlam üzerinde yarattığı etkilerin bilinçli bir kullanımı söz konusudur. TRT 1'in ikili ekran kullanımından yararlandığı, özellikle cumhurbaşkanı, başbakan ve devlete ait kurumların görüntülerinin alt açılı ile görüntülendiği görülmektedir. Alt açının psikolojik etkilerine bakıldığında bu açılı türünün görüntü içerisine alınan konu, nesne veya kişiye bir güç ve üstünlük havası verdiği, kişi veya objeleri üstün, güçlü ve yüce gösterdiği ve yüceltme etkisi yarattığı bilinmektedir. Bu anlamda iktidar ve devlete ait kurumların alt açılı çekimlerinin tesadüf olmadığı bunun görüntü çerçevelemesi bağlamında bilinçli bir şekilde kullanıldığı ve devletin gücünü görüntüsel olarak vurguladığını söylemek olanaklıdır.

TRT 1 görüntü çerçevesini içeriksel çerçeveyi destekleyecek görüntü ve unsurları yerleştirerek kurmaktadır. Devlet ile ilgili haberlerde görüntü olarak resmi daireler, cumhurbaşkanlığı, meclis vb. yapıların dış görünüşlerinin sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Polis/adliye haberlerinin görsel kullanımında çoğunlukla mobese görüntüleri kullanıldığı görülmektedir. Kanal, özellikle siyasi haberleri iktidarın kurduğu cümleler üzerinden görüntüye dökerek içerik ve görüntü çerçevesini kurmaktadır.

⁵⁷⁵ TRT 1 Ana Haber bülteninden alınmıştır.

Haber bülteninin sonunda “doğrusu ne” adıyla bir bölüm yayınlanmakta, gündemde olan (15 Temmuz darbesi, Barış Akademisyenleri adıyla imzalanan bildiri, Cumhurbaşkanlığı külliyesi ile ilgili sansasyonel haberler vb.) veya geçmişte önemli bir etki yaratmış konuların (12 Eylül darbesi vb.) aslında düşünüldüğü gibi olmadığının, olayın bültende gösterildiği şekilde olduğunun anlatıldığı bir bölüm yer almaktadır.



Fotoğraf 3: TRT 1 Ana Haber Bülteni “Doğrusu Ne” Açılış Görüntüsü⁵⁷⁶

Bu bölüm Erhan Çelik’in “yalanların sonu gelmez doğrusu ne demedikçe” sözünü söylemesi ile bölüme ait geçiş efektinden sonra hazırlanan ortalama 3’30” dakika haber görüntüleri üst ses eşliğinde gösterildikten sonra “yalanların sonu gelmez doğrusu ne demedikçe” yazılı geçişle bölüm sona ermekte, ardından Erhan Çelik’in izleyicilerle sonraki gün buluşmak üzere vedası ile haber bülteni tamamlanmaktadır.

⁵⁷⁶ TRT 1 Ana Haber bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 4: TRT 1 Ana Haber “Doğrusu Ne” Kapanış Görüntüsü⁵⁷⁷



Fotoğraf 5: TRT 1 Ana Haber Bülteni Kapanış Görüntüsü⁵⁷⁸

Erhan Çelik önünde not kağıtları, yarı içilmiş çayı ve TRT 1 logosunun olduğu kupa bardağıyla ekranda izleyicilerle bir sonraki gün için sözleşirken ekranda kostüm sponsoru markanın adı belirir ve o gün haberlerden sonra hangi programın yayına gireceğine dair bilgilendirme yaparak vedasını tamamlamaktadır. Örneğin Çarşamba günleri ana haber bülteninden sonra Diriliş Ertuğrul dizisi olduğu için Erhan Çelik “bugün Diriliş günü bizden hemen sonra reklamsız bir şekilde Diriliş Ertuğrul karşınızda olacak” sözleriyle bülteni kapatmaktadır.

⁵⁷⁷ TRT 1 Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁵⁷⁸ TRT 1 Ana Haber bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 6: TRT 1 Ana Haber Bülteni Kapanış Görüntüsü⁵⁷⁹

Bu son konuşmalar esnasında dip ses olarak gelen müzik eşliğinde kamera sola doğru pan yaparak arkada TRT 1 logosu ve Erhan Çelik yazan ekrana dolarak haber bülteni sonlanmaktadır.

1-31 Mart 2017 tarihleri arasında TRT 1 kanalının ana haber bültenlerine dair genel bir değerlendirme yapıldığında Erhan Çelik ile Ana Haber logosunun ardından haber bülteninin sunulduğu stüdyo ve dekor kırmızı tonların hâkim olduğu, arka planda büyük iki LED ekranın köşesini gören bir açıdan genel planla yapılan açılıştan sonra, Erhan Çelik'in bel plan çekimine kesilerek bültene giriş yapılan bir açılış dikkat çekmektedir. Kadrajın sol bölümünde Erhan Çelik yer alırken, arka plandaki LED ekranda TRT 1 logosunun kurumsal devamlılığını belli eden hareketli ve 3 boyutlu "1" animasyonu sağ taraftaki boşluğu dengelemektedir. Haberin sunumunun ardından bant olarak hazırlanmış olan görüntülü haberin videosu yayına girer. Sabit grafikten oluşan KJ bandının arkası kırmızı gölgeli siyah ve sade, sol kenarında Ana Haber 1 logosu olan, siyah üzeri kalın büyük beyaz harflerle yazılmış haber spotu dikkat çeker. DSF haberlerde ana haber bülteninin kurumsal renklerinden oluşturulmuş sabit bir fon üzerine Erhan Çelik'in çerçevesi solda kadraja ortalanmış, DSF haberin çerçevesi sağda, alt tarafta da haberin KJ bandı ve spotunun yer aldığı bir ikili-çoklu ekran uygulaması kullanılmaktadır. Siyasal haberlerin kanalın kaynağı, kaza ve polis/adliye haberlerinin ajans ve mobese, terör haberlerinin genelde arşiv görüntülerinden

⁵⁷⁹ TRT 1 Ana Haber bülteninden alınmıştır.

üretildiği görülmektedir. Spiker haberi izleyiciyle konuşuyor izlenimi vererek sunmaktadır. Bazı bölümlerde spikerin sosyal medya hesaplarının da kş bandı üzerinde verildiği görölür. En güncel haberlerin başta girdiği bültende, gündeme ilişkin siyasal haberlerin ardından sağık, eğitim, magazin vb. kategorilerde haberler ile bültenin kalan süresi doldurulmaktadır. Ortalama 45 dakikalık ana haber bülteninin son 3 dakikasında ‘Doğrusu Ne?’ adlı kısa bir bilgi paketi niteliğinde hazırlanmış yayın bandının ardından tamamlanmaktadır. Bütün bültenler içerisinde görüntü çerçevelemesinin dramatik, psikolojik ve teknik etkilerinden yararlanıldığı görülmektedir. Haberlerde ikili ekran kullanımı, grafik ve tablolarla destekleme ve ekran kullanımında altın oran kurallarına uyulduğu görülmektedir.

3.3.2.2. ATV Ana Haber Bültenlerinde Görüntü Çerçevelemesi

1-31 Mart 2017 tarihleri arasında ATV ana haber bülteni Cem Öğretir tarafından sunulmaktadır. Saat 19:00’da başlayan bülten, ana haber jeneriğı ve ardından stüdyonun geniş planıyla açılmaktadır. 23 gün boyunca yapılan izlemelerde haber açılışlarının benzer tekniklerle sunucunun farklı açılardan çekilmiş görüntülerinin kullanılmasıyla gerçekleştirildiğı görülmektedir.



Fotoğraf 7: ATV Ana Haber Bülteni Açılış Jeneriğı⁵⁸⁰

⁵⁸⁰ ATV Ana Haber Bülteninden alınmıştır.

ATV ana haber bülteni jeneriğinin ardından geniş planda stüdyo gösterilmektedir. Ekranın sol üst köşesinde ATV logosu, sol alt köşede dijital saat, sağ alt köşede ise ATV habere ait telefon numarası yer almaktadır. Cem Öğretir'in arkasındaki büyük ekranda ilk habere ilişkin görüntü gösterilmektedir. Sunucu hareketli kameraya doğru yürür, kesme ile kadrajın içerisinde bel planda sunumuna devam ederek ilk haberi sunmaya başlar.



Fotoğraf 8: ATV Ana Haber Bülteni Açılış Görüntüsü⁵⁸¹

Cem Öğretir genel planda gösterilmekte arkasındaki büyük ekranda habere ilişkin görüntü ahaber ve atv'nin logoları yer almaktadır. Genel plan burada izleyicinin konuyu anlamlandırması ve stüdyo ortamını algılaması açısından işlevsel bir etki yaratmaktadır.

⁵⁸¹ ATV Ana Haber Bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 9: ATV Ana Haber Bülteni Açılış Görüntüsü⁵⁸²

Cem Öğretir bir yandan ilk habere ilişkin bilgileri verirken KJ ile konu içeriğine ilişkin bilgilendirme bandı ekranda görülür. Haber bültenine ait yayın akışı boyunca sunucunun stüdyo içerisinde hareketli ve çoğunlukla diz plan çekimlerle verildiği görülmektedir. Diz plan çekimi görüntü içerisinde yer alan kişiye hareket özgürlüğü sağlamaktadır. Bu çekim ölçeğinde gösterilen Cem Öğretir stüdyo içerisinde dolaşarak izleyicinin yanındaymış izlenimi verilerek izleyicinin haber içerisine dahil olmasına olanak sunmaktadır. İzleyici genel planda gördüğü stüdyo ortamına adapte edilmekte ardından diz planda gösterilen sunucu ile bağ kurması sağlanarak haber bülteninin içerisine dahil edilmektedir.

Bütün haber bültenlerinde bilgilendirici KJ kullanımı ve haberlerle ilgili her konuşmayı destekleyen görüntülerin kullanıldığı görülmektedir. Bülten sonunda Özel haber başlığıyla verilen bölüm yer almaktadır. Bu bölüm ortalama 3 dakika süren özel haberlerden oluşmaktadır. (Botoksla dış gıcirtısından kurtulun, THY'den uçuş fobisi kursu, saç dökülmesi vb.)

⁵⁸² ATV Ana Haber Bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 10: ATV Ana Haber Bülteni Özel Haber Sunum Görüntüsü⁵⁸³

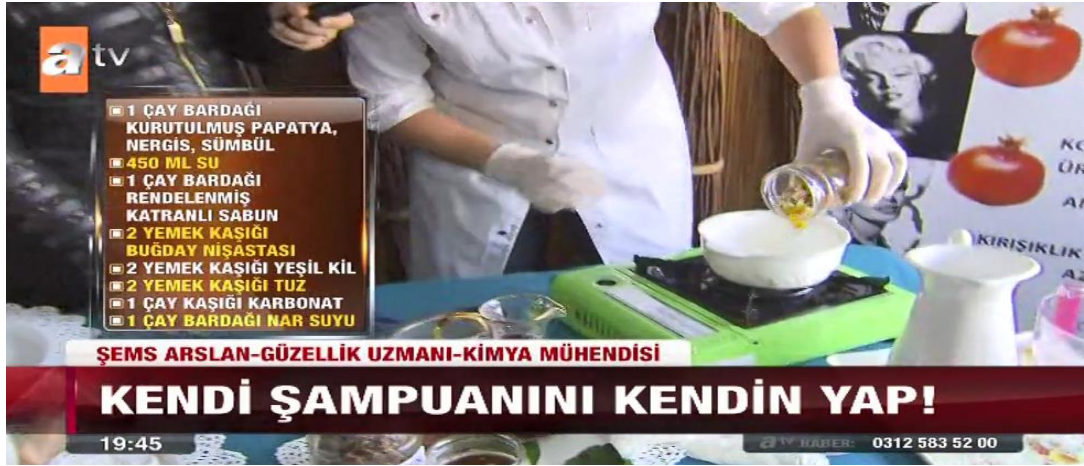


Fotoğraf 11: ATV Ana Haber Bülteni Özel Haber Görüntüsü⁵⁸⁴

Haberlerde grafik kullanımı, üst yazı, ekran bölme, ikili ekran kullanımı gibi tekniklerin kullanıldığı görülmektedir. Verilen haberin amacına uygun bir şekilde detay çekim, yakın plan vd. açıların kullanıldığı görülmektedir.

⁵⁸³ ATV Ana Haber Bülteninden alınmıştır.

⁵⁸⁴ ATV Ana Haber Bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 12: ATV Ana Haber Bülteni Özel Haber Görüntüsü⁵⁸⁵

Bu bölümden sonra spikerin anonsuyla reklam arasına giren bülten, reklam sonrasında spikerin “bültenimizin sonuna geldik haberin merkezinden iyi akşamlar” diyerek ekrandan çıkması ve dip müzik sesin yükselmesi eş zamanlı gerçekleşirken ekranda, kostüm sponsorunun markası gösterilir ve ekranın sağından jenerik akarak bülten sonlanır.



Fotoğraf 13: ATV Ana Haber Bülteni Kapanış Görüntüleri⁵⁸⁶

1-31 Mart 2017 tarihleri arasında ATV kanalının ana haber bültenlerine dair genel bir değerlendirme yapıldığında ATV'nin belirtilen tarihlerde yayınlanan ana haber bültenlerinde jeneriğin ardından, büyük LED ekranın fonu kapladığı geniş bir stüdyo

⁵⁸⁵ ATV Ana Haber Bülteninden alınmıştır.

⁵⁸⁶ ATV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

ortamında, spikerin ayakta durarak haber sunumunu yaptığı görülmektedir. Spiker bülteni ayakta sunarken sıradaki habere ait görüntüden alınmış bir sabit görsel arka planda kadrajı tamamen dolduran LED ekranda gösterilmektedir. Cem Öğretir'in sunumlarından sonra yayınlanan haber videolarında ekran bölme, bilgilendirici grafikler ve bu grafiklere ait metinler kullanılmıştır. Haberlere ait koyu kırmızı ve siyah gölgeli kalın bir KJ bandı üzerine beyaz, kalın, büyük harfli yazı karakteri ile yazılan haber spotu ve bilgilendirme metinleri kullanılmıştır. En fazla siyaset, polis adliye ve magazin eğlence konularındaki haberler tercih edilmiştir. Bültenin sonuna özel haber kategorisi eklenmiş ve bu bölümün sunumu esnasında arka planda sabit büyük punto yazılmış 'ÖZEL HABER' etrafında dönen daha küçük punto ile oluşturulmuş özel haber yazılarından üretilmiş bir logo kullanılmıştır. Sunucunun daha önceki haberlerle aynı biçimde yaptığı sunumun ardından yayına verilen görüntülü haberin tamamında, kanala ait BİP Messenger İhbar Hattı numarası KJ bandının sağ üst köşesinde mavi fon üzerine beyaz yazı karakteri kullanılarak girilmiştir. Haber bülteninin kapanışı öncesi bir reklam arası verilmekte ve reklam dönüşü genel çekimde sunucu arka planda 'atv Ana Haber Haberin Merkezi' logosu önünden sağdan sola doğru yürüyerek veda etmektedir. Kadrajın sağında şeffaf beyaz fon bant üzerinde aşağıdan yukarı akan yazı ile haber merkezindeki ekibin görevlerine göre isimleri verilirken, ardından gelen iletişim bilgileri üç saniye kadar sabit kalır ve ardından haber bülteni tamamlanmaktadır.

3.3.2.3. FOX TV Ana Haber Bültenlerinde Görüntü Çerçevelemesi

1-31 Mart 2017 tarihleri arasında Fatih Portakal tarafından sunulan FOX ana haber bülteni saat 19:00'da başlamaktadır. Ana haber bülteni stüdyonun üst açılı geniş planıyla açılmaktadır. 23 gün boyunca yapılan izlemelerde haber açılışlarının benzer teknikler kullanılarak gerçekleştirildiği görülmektedir.



Fotoğraf 14: FOX TV Ana Haber Bülteni Açılış Görüntüsü ⁵⁸⁷

Ekranın sol üst köşesinde kanalın logosu, sağ alt köşesinde Fox TV'ye ait sosyal medya hesapları (facebook, twitter, instagram) ve web adresi yer almaktadır. Fatih Portakal'ın önünde bardak, tablet ve notlar gösterilmektedir.

Kameraya kendisini tanıtarak, “iyi akşamlar Türkiye’nin en farklı ana haber bültenine hoş geldiniz” diyerek sunuma başlar ve Fox TV’nin haber konsepti içerisinde o gün için belirlenen temayı söyleyerek onunla ilgili yorum yapar. Bu esnada ekranda belirlenen temaya ait KJ girer. Bel planda gösterilen Fatih Portakal’ın beden dilini, mimik ve jestleri yoğun kullandığı görülmektedir.

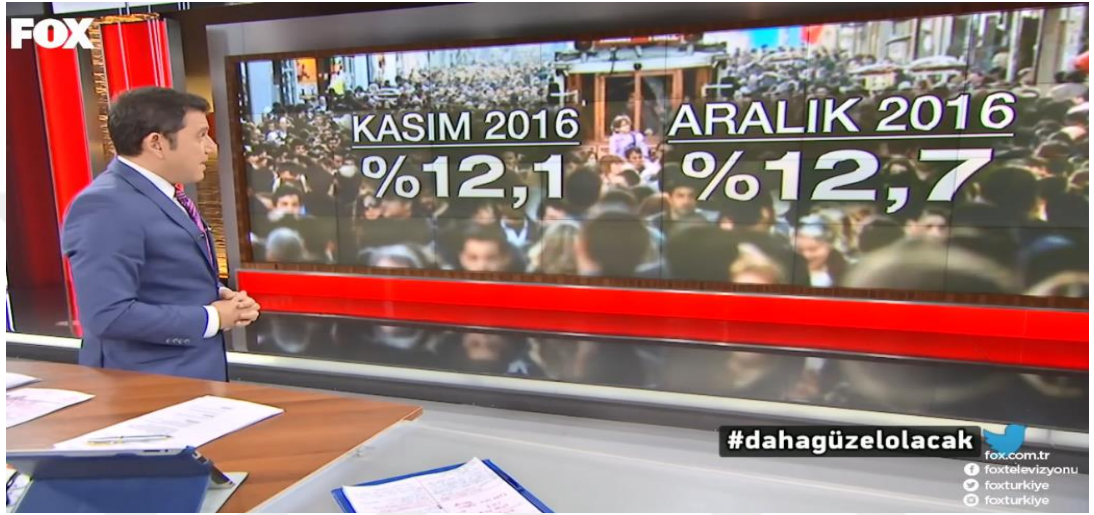


Fotoğraf 15: FOX TV Ana Haber Bülteni Fatih Portakal ⁵⁸⁸

⁵⁸⁷ FOX TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁵⁸⁸ FOX TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

Fatih Portakal'ın haber bültenini izleyiciyle sohbet havasında sunuşu, haberlere dair kişisel yorumları, haber ile ilgili tablo, grafik ve görüntüleri izlerken arkasını kameraya dönüp izleyiciyle özdeşleşme ve izleyicinin yanında yer alma etkisi yaratacak tekniklerle haber sunumu yaptığı görülmektedir.



Fotoğraf 16: FOX TV Ana Haber Görüntüleri ⁵⁸⁹

Fatih Portakal arkasında yer alan ekran içerisinde gösterilen %'leri değerlendirmek için ekrana dönmekte izleyicilerle sohbet havasında değerlendirme yapmaktadır. Haber konuları grafik ve tablolarla desteklenmekte, ikili ekran kullanımı görülmektedir.



Fotoğraf 17: FOX TV Ana Haber Görüntüleri ⁵⁹⁰

⁵⁸⁹ FOX TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁵⁹⁰ FOX TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

Haber ile ilgili uzman görüşlerinin yer aldığı röportajlar, yürüyen insanların yer aldığı görüntüler, vatandaşlarla yapılan röportajlar yer almaktadır. İkili ekran kullanımı ve verilerin istatistiksel değerleri yazı ile gösterilerek daha da somutlaştırıldığı görülmektedir.



Fotoğraf 18: FOX TV Ana Haber Bülteni Görüntüleri ⁵⁹¹

FOX haberin kapanışı, FOX TV’de sabah programı olarak yayınlanan ‘Kaybolan Çiçekler’ programına ait haber ile tamamlanmaktadır.



Fotoğraf 19: FOX TV Ana Haber Kapanış Görüntüsü ⁵⁹²

⁵⁹¹ FOX TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁵⁹² FOX TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

Haber Fatih Portakal'ın görüşmek üzere demesiyle sona erer, ana haber bültenine ait jenerik ve Fatih Portakal'ın yer aldığı görüntüler ikili ekran kullanımı ile ekranda gösterilir, jeneriğin yer aldığı sağ kısımda yazılar akar. Fondaki şarkının sesi yükselir ve haberler biter. Haberlerde ikili ekran kullanımı, uzman görüşü, tablo grafik kullanımı vb. tekniklerin hepsinin haberin amacına uygun bir şekilde kullanıldığı görülmektedir.

1-31 Mart 2017 tarihleri arasında Fox TV kanalının ana haber bültenlerine dair genel bir değerlendirme yapıldığında, Fatih Portakal'ın sunduğu FOX ana haber bülteni, kırmızı renk tonunda bir jeneriğin Fatih Portakal ile Fox Ana Haber yazısıyla bitiminin ardından, üst açılı genel planda stüdyonun görünümüyle açıldığı görülmektedir. Sunucu, arka planda büyük bir LED ekranın önünde kalan ve izleyiciye görünen yanında kırmızı fon üzerine Fox Haber yazılı olan masanın ardında ayakta haber bültenini sunmaktadır. Açılış anonsu ile birlikte üst sağ veya sol açıda bulunan kamera sunucuya yaklaşırken karşısında bulunan ve kendisini masanın üzerinde görüneceği yaklaşık diz plan ölçeğinde görüntüleyen kameraya kesme geçiş yapılarak izleyiciye tam karşıdan ve göz seviyesinden hitap eden karşılıklı konuşma üslubunda bir sunum başlamaktadır. İlk olarak sunucu, o güne dair belirledikleri gündemi ifade eden ve 'tabela' olarak adlandırdığı Twitter hashtag'inin ne olduğunu söyler ve ekranın sağ alt köşesinde saydam siyah bant üzerine bu kelime veya ifade sağında mavi renk Twitter amblemi ile yayına verilir. Ardından aynı yerde kurumsal Twitter hesabı @FOXHaber görüntülenir. Bu sırada beyaz renk ve daha küçük yazı karakteri ile sağ alt köşeye alt alta sıralanmış olan kanalın internet adresi ve sosyal medya hesapları gösterilir.

Sunucu tabela olarak verilen kelime veya ifadenin hangi gündem veya konularla ilgili olduğuna dair kısa bir açıklama yapar. Sunucunun önündeki masada Fox TV baskılı kahve fincanı, haber akışının bulunduğu kâğıtlar ve sık sık baktığı bir tablet bulunur. Haber sunumlarını promterdan okumayarak, zaman zaman elindeki notlardan yardım alarak izleyiciyle karşılıklı sohbet havasında yapmaktadır. Görüntülü haberlerde KJ bandı, sade iki farklı kırmızı tonda olup yazılar kalın büyük harflerle beyaz renk olarak girilmektedir.

KJ bandının sol üst köşesinde Fox Ana Haber logosu yer almakta, sol alt köşede, bülten içinde daha sonra yayınlanacak olan bir haberin tanıtım metni "az sonra" başlığı ile verilmektedir. Haber servisine ait WhatsApp ve BİP numarası KJ bandının sağ üst

köşesinde zaman zaman gösterilmektedir. Siyaset, ekonomi – finans ve dış haberler, en fazla girilen haber konuları arasındadır. Haber videolarında tablo, grafik kullanımı, çoklu ekran uygulamaları görülmektedir.

Bültenin son beş-altı dakikalık bölümünde özel haber veya güvenlik-mobese kameralarından alınmış görüntülerden hazırlanan haberler yayınlanmaktadır. Haber bültenin kapanışı, sunucuya yaklaşan kamera hareketi ile Fatih Portakal'ın ekranın solunda kalacak şekilde veda ederken sağ tarafta kırmızı fon üzerine akan jenerik ile haber servisindeki ekibin isim ve görevlerinin hızlıca akan yazıyla verilmesi ve iletişim bilgilerinin birkaç saniye sabit kaldıktan sonra ekrandan alınmasıyla tamamlanmaktadır.

3.3.2.4. Kanal D Ana Haber Bültenlerinde Görüntü Çerçevelemesi

1-31 Mart 2017 tarihleri arasında Kanal D ana haber bülteni Ahmet Hakan tarafından sunulmaktadır. Saat 19:00'da başlayan Kanal D ana haber bülteni, günün sıcak gelişmeleri başlığı adı altında, önce ortalama 10-12 dakika spiker Gökçe Atasoy Kökçü'nün o günün meydana gelmiş olaylarına dair haberleri sunmasıyla giriş yapmaktadır.



Fotoğraf 20: Kanal D Ana Haber Açılış Görüntüsü⁵⁹³

Kanal D'ye ait 23 günlük izlemede bu kısımda yer alan hemen hemen bütün haberlerin polis adliye vakaları, magazin ve kısmen saldırı, patlama vb. terör eylemlerine ait

⁵⁹³ Kanal D Ana Haber bülteninden alınmıştır.

olduğu görülmektedir. Bu haberler içerik olarak patlama, kaza, dolandırıcılık, hırsızlık, benzer adli ve magazin olaylarla izleyiciyi haberlere hazırlamaktadır. Fonda bilgisayarları başında yoğun bir çalışma temposu içerisinde görülen kanal çalışanları gösterilmektedir.

Haberin bu giriş mahiyetindeki bölümü izleyicileri o gün yaşananlarla ilgili bir tura çıkardıktan sonra sunucu gündemin önemli olayları şimdi Ahmet Hakan'la Kanal D haberde diyerek sözü Ahmet Hakan'a bırakmaktadır. Yine haberin Jeneriği kısaca girer ve Ahmet Hakan'a ayrılan bölüm başlar.



Fotoğraf 21: Ahmet Hakan'la Kanal D Haber Geçiş Görüntüsü⁵⁹⁴

Ahmet Hakan'la Kanal D Haber giriş görüntüsünden sonra kamera genel planda stüdyoyu gösterecek şekilde giriş yaparak üst sağ taraftan Ahmet Hakan'a yaklaşır ve onu ekran çerçevesinin içerisinde bel planda konumlandırır. Ahmet Hakan'ın Arkasında yer alan ekranda ilk habere ait dondurulmuş görüntü bulunmaktadır. Önündeki masanın üzerinde dünyayı temsil eden kanal D logosu bulunmaktadır.

⁵⁹⁴ Kanal D Ana Haber bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 22: Kanal D Ana Haber Ahmet Hakan Açılış Görüntüsü⁵⁹⁵

Ahmet Hakan'ın gündemdeki haberleri değerlendirirken jest ve mimiklerini yoğun bir şekilde kullandığı, haberlerin giriş ve sonuç kısmında kişisel yorumlarını belirterek değerlendirme yaptığı görülmektedir. Arka ekranda sürekli dondurulmuş görüntülere yer verilmekte ve izleyicinin dikkati çekilmektedir.



Fotoğraf 23: Kanal D Ana Haber Çoklu Ekran Kullanımı⁵⁹⁶

⁵⁹⁵ Kanal D Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁵⁹⁶ Kanal D Ana Haber bülteninden alınmıştır.

Haberlerin içeriğini yansıtacak spotlarla haber verilmekte ve haber sunumunda kullanılan sözler uygun görüntülerle desteklenmektedir. Grafik, ikili ekran kullanımı haber boyunca görülmektedir.



Fotoğraf 24: Kanal D Ana Haber İkili Ekran Kullanımı⁵⁹⁷

Gündem haberleri bittikten sonra ana haber bülteninin ortalama son 4 haberi uzman görüşlerinin yer aldığı özel haberlere ya da ilginç olarak nitelendirilen ve yayın süresini doldurmak için kullanılan stok haberlere ayrılmaktadır. Bu haberler genellikle magazin haberlerinden oluşmaktadır.



Fotoğraf 25: Kanal D Ana Haber Ahmet Hakan Sunum⁵⁹⁸

⁵⁹⁷ Kanal D Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁵⁹⁸ Kanal D Ana Haber bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 26: Kanal D Ana Haber Görüntüsü⁵⁹⁹

Örneğin bu haber paraşütle uçarken okey oynayan dört paraşütçü arkadaşın deneyimi haberleştirilmiştir. Ekranda kafalarında kask olan üç erkek ve bir kadın ve altta haberin spotu yer almaktadır. Bu haberin kamuoyunu ilgilendiren, bilgi içeren, toplum yararı için yapılmadığı, izleyiciyi rahatlatma ve eğlendirme amacı ile yayın akışının içerisine dahil edildiğini söylemek mümkündür. Kanal D Ana Haber bülteni de diğer kanallarda olduğu gibi bülten bittikten sonra reklam arası ve kapanış konuşması ile bülteni tamamlamaktadır.

1-31 Mart 2017 tarihleri arasında ATV kanalının ana haber bültenlerine dair genel bir değerlendirme yapıldığında, Kanal D Ana Haber bülteninin, Sıcak Gelişme jeneriği ile başlayıp, Gözde Atasoy Kökçü'nün sunumu ile polis-adliye ve kaza haberlerini önden vererek, ardından ülkenin gündemini işgal eden konu başlıklarından özetle söz ederek Ahmet Hakan ile Ana Haber'in az sonra başlayacağı anonsunu yaparak başladığı görülmektedir.

Bu bölümde yer alan haberler verilirken, alt bant ile kayan yazı kullanılarak, birazdan başlığı ile ana haber bültenindeki haberlerin bilgilendirmeleri yapılmaktadır. Sıcak Gelişme jeneriği ile bu bölüm tamamlandıktan sonra ana haber bültenindeki bir habere dair tanıtım videosu girer ve birazdan vurgusu yapılır. Ahmet Hakan'la Kanal D Haber yazısı, jeneriğin sonunda, soğuk beyaz ve mavi tonlarda kanalın kurumsal renkleriyle

⁵⁹⁹ Kanal D Ana Haber bülteninden alınmıştır.

uyumlu biçimde oluşturulan, Ahmet Hakan'ın da fotoğrafının eklendiği bir arka plan önünde gösterilir. Haber bülteni genel plan stüdyo görünümüyle başlamaktadır.

Kamera üzerinde Kanal D Haber logosu bulunan masanın arkasında sunum yapan Ahmet Hakan'a yaklaşır. Arka planda yer alan büyük LED ekran kameranın açılmasına göre parçalı şekilde farklı ekranlara bölünmüştür. Ahmet Hakan haber sunumunda kameranın sağ tarafında yer aldığı anda, ardında kalan LED ekran bir çerçeve ile monitör gibi sınırlandırılmış ve içinde sunulan haberin sabit bir görüntüsüne yer verilmiştir. Bazı haber sunumlarında göğüs plana kadar yaklaşılırken, sunucunun kadrajın sağına yakın konumlandırıldığı ve arka plandaki ekranda mavi fonda sol tarafta Kanal D Haber logosu gösterildiği görülmektedir.

Haberlere ait koyu kırmızı ve sade KJ bandı üzerine kalın, büyük harflerle beyaz renk yazı kullanılmıştır. Haber videolarında @ahmethakanlakanaldhaber twitter hesabına ait bant sol alt köşede sık aralıklarla gösterilmektedir. Haber videolarında ikiye bölünmüş çoklu ekran kullanımının yanı sıra, akan yazı, hareketlendirilmiş ekran alıntıları ve istatistik bilgilere dair grafik unsurlar kullanılmıştır. En fazla üretilen haber polis/adliye, siyaset ve magazin/eğlence konularını içermektedir. Haber bülteni sonunda sunucunun vedasıyla birlikte ekranın sağı saydam siyah bant ile ikiye bölünerek, bu kısımda sabit yazı ile haber ekibinin isim ve görevleri yazılırken, sol altta görüntülü ihbar hattı, bip ve whatsapp telefon numarası verilmektedir.

3.3.2.5. Show TV Ana Haber Bültenlerinde Görüntü Çerçevelemesi

1-31 Mart 2017 tarihleri arasında Show TV ana haber bülteni Jülide Ateş tarafından sunulmaktadır. 18:45'te başlayan ana haber bültenine ait jenerikten sonra, kameranın Jimmy jib ile yukarıdan stüdyo fonu olarak kullanılan ekran önünden masaya doğru ilerleyerek, aynı zamanda bültenin açılış anonsunu yapan Jülide Ateş'in görüntüsünü kadrajın içerisine konumlandırarak başlamaktadır.



Fotoğraf 27: Show TV Ana Haber Bülteni Açılış Görüntüsü⁶⁰⁰

Fonda bulunan ekranda, genelde sırada verilecek olan haber ile ilgili tasarlanmış görseller yer almaktadır. Açılış sahnesinde ekranın altında Show haber yazısının olduğu kJ bandı, onun üstünde de sol köşede yine Show haber yazısı görülmektedir.



Fotoğraf 28: Show TV Ana Haber Bülteni Jülide Ateş⁶⁰¹

23 gün boyunca yapılan izlemelerde benzer açılışların yapıldığı görülmektedir. İlk haberin görsellerinin yer aldığı stüdyo fonunun önünde haberi sunan spiker, haber boyunca stüdyo içerisinde hareket halindedir. Ekranda haber ile ilgili görüntülerden sonra tekrar spikerin görüntüsü gelmekte, ya fon önünde diz planda ya da masaya

⁶⁰⁰ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁶⁰¹ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

doğru yürürken haber ile ilgili sunumlarını yapmaktadır. Bazı haberlerde bel plan ve göğüs plan olarak verilmektedir.



Fotoğraf 29: Show TV Ana Haber Bülteni Julide Ateş Haber Sunum⁶⁰²

Ana haber bültenlerinde bütün haberlerde tasarlanmış grafik kullanımı, içeriği vurgulayan spotların kullanımı, ikili ekran kullanımı, daire içerisine alma, yakınlaştırma tekniklerinin kullanımı dikkat çekmektedir. Jülide Ateş'in haber sunumu esnasında yoğun jest ve mimik kullanımı dikkat çekmektedir. Haberin içeriğine göre çekim planları kullanılmakta sunucunun izleyici ile göz teması kurması istenilen durumlarda çekim göğüs plana kadar indirgenirken, hareket etmesi gereken durumlarda genel plan ve diz plan çekimler tercih edilmektedir



Fotoğraf 30: Show TV Ana Haber Bülteni Led Ekran Kullanımı⁶⁰³

⁶⁰² Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁶⁰³ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

Spiker haberleri sunarken jest ve mimikler ile beden dilinden yararlanmaktadır. Haberi olay yerinden sunan muhabirlerin de haberi kameraya doğru yaklaşarak sunduğu, görüntüler üzerine olay ile ilgili görsellerin grafik ve tasarımlarla yerleştirildiği görülmektedir.



Fotoğraf 31: Show TV Ana Haber Bülteni Muhabirle Bağlantı⁶⁰⁴

Kanal muhabirlerinin de olay yerinden haber sunumu yaparken sunucu ile benzer tekniklerle gösterildiği, ortamda hareket etme, objektife doğru yürüme eylemlerinin gerçekleştirildiği görülmektedir. Örnek habere ait görüntüde muhabir elinde mikrofonla bir yandan haberi sunarken bir yandan da kameraya doğru yaklaşmaktadır. Ekranın sol tarafında habere konu olan kişilerin çocukları ile birlikte çekilmiş yüzlerinde gülümsemenin olduğu bir fotoğraf yer alırken haberin altında KJ ile bandın üst kısmında büyük harflerle Show Haber yazmakta altta daha büyük punto ve büyük harflerle “ KARISINI KISKANDIĞI İÇİN ÖLDÜRMÜŞ” yazısı yer almaktadır. Ekranın sol üst köşesinde Show TV’nin logosu yer alırken sağ üst köşede kırmızı font üzerine olayın geçtiği yer olan Gaziantep büyük harflerle yer almaktadır.

⁶⁰⁴ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 32: Show TV Ana Haber Bülteni Ekran Düzenlemesi Örneği⁶⁰⁵

Ana haber bülteninden alınmış bir başka örnek haber görüntüsü ise terör konusunda yapılmıştır. Haber görüntüsü içerisinde sol üst köşede Show TV logosu, arka fonda olay yeri görüntüsü, olay yeri görüntüsünün yer aldığı ekranın sağ tarafı üzerine ise ölen askerlerden birine ait üniformalı fotoğraf, ekranın sol tarafında ise ölen askerin eşi ve çocuğu ile çekilmiş mutlu aile fotoğrafı yerleştirilmiş ve haberin spotunda ise “KALLEŞ SALDIRI: 2 ŞEHİT” yazısı büyük harflerle yazılmaktadır.

Haberde görüntü tekniklerinin psikolojik ve dramatik etki yaratacak bir biçimde kullanıldığı duyguyu ön plana çıkaracak şekilde görüntü çerçevelemesi yapıldığı görülmektedir. Bültenin içerisinde yer alan bazı haberler ise özel haber, herkes bunu konuşuyor gibi etiketlerle çerçevelenmektedir.



Fotoğraf 33: Show TV Ana Haber Bülteni Yakın Plan Kullanımı⁶⁰⁶

⁶⁰⁵ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁶⁰⁶ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

İstanbul'un içme suyu ile ilgili haberde muhabir haber ile ilgili bilgilendirme yaparken bir yandan da görüntülerle olayı somutlaştırmakta elindeki pet şişe içerisinde bulunan suyu yerde bulunan çimlerin üzerine boşaltırken kamera yakın planda suyu çimlere döken eli göstermektedir. Ekranın sağ üst köşesinde ise büyük harflerle siyah ve kırmızı renklerle yazılmış ve altı sarı renkle çizilmiş HERKES BUNU KONUŞUYOR yazısı yer almaktadır.



Fotoğraf 34: Show TV Ana Haber Bülteni Röportaj Örneği ⁶⁰⁷

Özel haber olarak bülten içerisine dahil edilen bu habere (Fotoğraf -34'te yer alan görüntü) ait görüntüler incelendiğinde ekranın sol üst köşesinde standart olarak kanalın logosu, sağ üst köşede ise büyük harfler ve beyaz renkle yazılmış özel haber etiketi ve olayın geçtiği yer olan İstanbul yazısı yer almaktadır.

Ekranın sağ köşesinde sokağın ortasında üst açıyla konumlandırılmış kameranın kadrainda bir kadın kucağında siyah köpeği ile çömelmiş durumda gösterilmekte kadının arkasında ise parke taşlarıyla döşenmiş sokak zemini ve kenarda yeşillikler görülmektedir.

Ayakta duran muhabir üzerinde Show TV yazan kırmızı mikrofonu kadına uzatmış kadın gülümseyerek muhabire doğru bakmaktadır.

⁶⁰⁷ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

Kadının konuşmaları görüntünün üzerine yazı ile yazılmış aynı zamanda da haber içeriği ile ilgili spot ekranda gösterilmektedir. Spotta büyük harflerle “BAMBI 36 SAAT SAHİBİNİ ARADI” yazmaktadır. Görüntü karesi içerisinde yer alan bütün unsurlar haber içeriğini destekleyecek şekilde kullanılmıştır.

36 saat boyunca kaybolan köpek Bambi ve sahibinin çaresizliği, umutsuzluğu ve istem dışı maruz kaldığı durum üst açı ile verilerek kamera açılarının psikolojik etkisinden yararlanılmıştır. Haberin görüntüsü izleyicinin görüş açısının altında kaldığı için izleyici burada daha üstün bir konuma yerleştirilmiş ve zor durumda kalan bu kadın ve köpeğine karşı üstün bir konuma yerleştirilmiştir.

Kadının konuşmaları yazı ile ekranda tekrar edilerek konu pekiştirilmiş ve görüntünün etkisi arttırılmıştır. Show TV ana haber bülteni yayın akışı içerisinde yer alan haberler sunulduktan sonra bülten Jülide Ateş’in stüdyo fonu olarak kullanılan ekranda yer alan iletişim bilgilerini paylaşması ve ardından reklam arası vereceklerini söylemesi ile reklama girilir.



Fotoğraf 35: Show TV Ana Haber Kapanış Görüntüsü⁶⁰⁸

Ekranda mavi fonda kanala ait WhatsApp ve bip ihbar hattı numaraları büyük fontla yazılmaktadır. Jülide Ateş ekranın sağ tarafında diz planda konumlandırılmıştır. Jülide Ateş ekranda yazılan iletişim bilgilerini sözlü olarak tekrar etmekte ve görsel olarak ekranda yer alan bilgileri işitsel unsurlarla destekleyerek izleyicinin dikkatini çekmeye çalışmaktadır. İletişim bilgilerini paylaştıktan sonra ana haber bülteninin reklam

⁶⁰⁸ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

arasına gireceği ve ardından tamamlanacağı bilgisini paylaştıktan sonra araya reklam girer.



Fotoğraf 36: Show TV Ana Haber Kapanış Görüntüsü⁶⁰⁹

Reklam arasından sonra geniş planda stüdyo gösterilir arkada yer alan mavi fon ve saydam geçişle üst üste bindirilmiş Taksim- Tünel tramvayı ve insan kalabalığının yer aldığı silik görüntü üzerinde Show TV'ye ait iletişim bilgileri ekranın sol bölümünde yer alırken ekranın sağ bölümünde ise büyük harflerle kırmızı ve siyah fon üzerine beyaz renkle büyük puntolarla yazılan SHOW HABER yazısı yer almaktadır. Jülide Ateş masaya doğru yürürken ana haber bülteninin sonuna gelindiği anonsunu yapar ve yarınki ana haber bülteninde buluşmak üzere veda eder. Jülide Ateş'in masanın üzerinde yer alan dosyasını alarak ekrandan çıkmasıyla müzik yükselir ve jenerik akar. Bültenin son karesinde bölünmüş ekran kullanıldığı görülmektedir.

⁶⁰⁹ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 37: Show TV Ana Haber Kapanış Görüntüsü⁶¹⁰

Show TV ana haber bültenlerine ait 23 günlük izlemede haber bültenlerinin açılıştan kapanışa kadar benzer tekniklerle sunulduğu görülmektedir. 1-31 Mart 2017 tarihleri arasında yayınlanan Show TV ana haber bültenlerine ait genel değerlendirme yapıldığında ana haber bülteninin, siyah, kırmızı ve metalik gri renklerden oluşan logosunun farklı ölçek ve açılardan hareketli görüntülenmesiyle oluşturulan jeneriğinin ardından, genel plan üst açıdan hareketli kamerayla stüdyonun görüntülenmesiyle başlarken, sunucu Jülide Ateş, arka planda bulunan LED ekran ile masanın arasında ayakta durarak, bültenin açılış sunumunu yapar. Hareketli kameradan diz plan ölçeğine geçildiğinde, sunucu ilk haberin anonsunu girmeye başlar. Arkasındaki LED ekranda bu haber için hazırlanmış, sabit ya da hareketlendirilmiş grafik ve ilgili haberin spot başlığı vurgulu bir yazıyla ekranı doldurmaktadır. Sunucu bu sırada çerçevenin ya tam sağ ya da tam sol tarafında yer almaktadır.

Görsel algı sırasında öncelik LED ekrana verilmek istenmektedir. Sol üst köşesinde Show Haber logosunun yer aldığı, düz kırmızı ve kırmızı-turuncu geçişli renge sahip KJ bandı, içine beyaz renk, kalın, dar yazı karakteriyle, büyük harflerle gösterilmektedir.

Stüdyonun iki farklı kenarında yer alan LED ekranların haber anonslarındaki sıralamasına göre sunucu boy plan ile bel plan arasında değişen farklı ölçeklerde

⁶¹⁰ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

çerçeveslenmektedir. Bazı görüntülü haberler, ekranın sağ üst köşesinde “Herkes Bunu Konuşuyor” logosu ile verilmektedir. Bu haberler genellikle gündeme dair siyasi veya dış konulu haberlerin magazin-eğlence konularına girecek şekilde sulandırılmış biçimde olanlarıdır.

Bunun yanında bültenin haber akışı içinde ilerleyen haberlerden olmasına rağmen “Sıcak Haber” yazısı ile giren haberler de bulunmaktadır. Bunlar genellikle terör, polis/adliye gibi konuları içeren haberlerdir.

Haber konularına göre bakıldığında polis/adliye, siyaset ve magazin/eğlence haberlerinin öne çıktığı görülmektedir. Haberlerde çoklu ekran kullanımı, uzman görüşüne başvurulmuş veya vatandaşla yapılan röportajlar, dış kaynaklı yayın organlarından alınan haber içerikleri ve ajans görüntülerinin işlendiği görülmektedir.

Son haberin ardından LED ekrana verilen WhatsApp ve bip ihbar hattı numaralarının sunucunun da anonsuyla hatırlatılmasından sonra verilen reklam arası dönüşünde, genel planda kameranın geriye doğru hareketiyle birlikte masaya doğru yaklaşan sunucu kapanış anonsuyla veda eder. Ekranın ortasındaki saydam siyah bant üzerine beyaz yazı karakterleriyle haber servisindeki ekibin isim ve görevleri akan yazı ile verilirken, sunucu kadrajın solundan çıkar, kamera yer seviyesine doğru alçalırken iletişim bilgileri sabit kalır ve stüdyonun ışıkları kapanır.

3.3.2.6. Kanal 7 Ana Haber Bültenlerinde Görüntü Çerçevelemesi

1-31 Mart 2017 tarihleri arasında Kanal 7 ana haber bülteni Haber Saati adıyla Tümer Doğru tarafından sunulmaktadır. Saat 18:00’da başlayan ana haber bülteninin jeneriğinden sonra Spiker ekrana gelir.



Fotoğraf 38: Kanal 7 Ana Haber Bülteni Açılış Jeneriği⁶¹¹

Mavi fon ve İstanbul boğaz köprüsünün silik görüntüsü üzerinde kanal 7 logosu ve dönen dünya figürü gösterilmekte ekrana Haber saati yazısı geldikten sonra kesme geçişle ekrana Tümer Doğru'nun görüntüsü gelmektedir.



Fotoğraf 39: Kanal 7 Ana Haber Bülteni Açılış Görüntüsü⁶¹²

Bel planda ve masada sabit bir şekilde oturan spikerin arkasındaki ekranda habere ait görüntü dondurulmuş vaziyette gösterilir. Bülten boyunca spikerin gösterildiği açı sabittir. Stüdyonun içi geniş planda gösterilmeden kadrage spikerin bel plan masada oturmuş görüntüsü bütün bültene eşlik etmektedir. Ekranın altında kanalın haber bültenine ait mavi bandı üzerinde spikerin adı yazılır. Mavi bandın sol köşesinde

⁶¹¹ Kanal 7 Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁶¹² Kanal 7 Ana Haber bülteninden alınmıştır.

dünya figürü ve figürün üst kısmında turuncu ve kırmızı zemin üzerinde beyaz harflerle Haber Saati yazısı, ekranın sol üst köşesinde ise kanalın logosu yer almaktadır.



Fotoğraf 40: Kanal 7 Ana Haber Bülteni İkili Ekran Kullanımı⁶¹³

Referandum ile ilgili bu habere ait görüntüde ikili ekran kullanımı görülmektedir. Ekranın sol bölümünde Başbakan Binali Yıldırım boynunda beyaz atkısı, elinde mikrofonla konuşma yapmakta arka fonunda ise başkanı olduğu Adalet ve Kalkınma Partisine ait iki logo ve referandum seçim çalışmaları için hazırlanmış slogan siyah ve kırmızı renkte ve büyük punto ile “KARARIMIZ NET OYUMUZ EVET” yazmaktadır.

Sloganın son cümlesi olan “EVET” yazısı diğer cümlelere oranla daha büyük bir punto ile yazılmıştır. Ekranın sol üst köşesinde standart olarak yer alan kanala ait logo bulunmaktadır. Ekranın sağ bölümünde ise Ana muhalefet partisi Cumhuriyet Halk Partisi Genel başkanı Kemal Kılıçdaroğlu’na ait görüntü yer almaktadır. Kılıçdaroğlu’nun arkasındaki fondan mecliste kürsüde konuşma yaptığı görülmektedir. Ekranın sağ alt köşesinde Kılıçdaroğlu’na ait görüntünün üstünde kanalın facebook hesabına ait hesap bilgisi yer almaktadır. Kanala ait bant üzerinde “YILDIRIM: BUNLAR BİR BELEDİYEYE BİLE SAHİP ÇIKAMADILAR” yazısı beyaz renkle ve büyük harflerle yazılmakta bu yazının üstünde ise yine büyük harflerle

⁶¹³ Kanal 7 Ana Haber bülteninden alınmıştır.

yazılan ve daha büyük puntıyla yazılan “CIĞIZA CUR BAHANE” spotu yer almaktadır. Ekranda kullanılan spotlar Yıldırım’ın kullandığı sözlerin tekrarından ibarettir. Yıldırım’ın sözleri yazı ile tekrarlanarak izleyicinin dikkatinden kaçmaması amaçlanmıştır.

Kanal 7 ana haber bültenlerinde yer alan haberlere ait görüntüler üzerine haber içerisinde geçen konuşmalar altta spot olarak geçmektedir. İkili ekran kullanımı, yazı ve grafiklerle haberin zenginleştirilmesi, detay çekimler, yoğun bir biçimde kullanılmaktadır.

Bir sonraki haber ile ilgili bilgi, altta mavi bantta akan yazı ile az sonra şeklinde sürekli bir bilgilendirme yazısı geçmektedir. Haberlerle ilgili görseller ve alt yazıların birbirini tamamlayıcı biçimde kullanıldığı görülmektedir. Haberin sonunda haberi yapan muhabir vb. bilgisi altta bant üzerinde yazılarak verilmektedir.



Fotoğraf 41: Kanal 7 Ana Haber Bülteni Kapanış Görüntüsü⁶¹⁴

Bültenin sonunda Tümer Doğru’nun veda etmesiyle kamera geriye kaydırma hareketiyle uzaklaşmakta ve ekrana sponsor firmanın bilgisi gösterilmektedir.

⁶¹⁴ Kanal 7 Ana Haber bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 42: Kanal 7 Ana Haber Bülteni Kapanış Görüntüsü⁶¹⁵

Bülten ekrana kanalın irtibat bilgilerinin yer aldığı ve altta İstanbul manzarasının olduğu görüntüyle son bulur. Haber bültenine ait jenerik altta kayan yazıyla geçer ve bülten sonlanır.

1-31 Mart 2017 tarihleri arasında yayınlanan Kanal 7 ana haber bültenlerine ait genel değerlendirme yapıldığında Kanal 7 ana haber bültenlerinde, mavi tonda bir jeneriğin sonunda, kadrajın ortasında Kanal 7 ambleminin altında metalik gri, kalın, büyük harflerle yazılan HABER SAATİ logosunun birkaç saniye sabit kalmasının ardından stüdyoya geçilmektedir.

Kamera genel planda stüdyoya sağ taraftan yaklaşırken, Tümer Doğru'nun masasında oturarak yaptığı açılış anonsuyla birlikte karşı açısındaki kamera, fonda yer alan LED ekranda sunulacak haberden sabit bir kare verilmiş olarak, kendisini bel planda kadrajın sol tarafında görüntülemeye başlar.

Sunucu ilk haberi anons ederken KJ bandı boşluğu üzerinde sağ köşede kanal7 sosyal medya hesapları ve WhatsApp numarası sırayla verilir. İlk haberin girmesiyle bunların altında kalan boşluğu dolduracak şekilde, üstü siyah, altı lacivert iki bölümden oluşan KJ bandına, üstte spot, altta daha detaylı bilgi içeren, büyük harflerle beyaz renk yazılan metin gelmektedir. Haberlerde özellikle açıklama veya röportajlarda ekranı

⁶¹⁵ Kanal 7 Ana Haber bülteninden alınmıştır.

ikiye bölme sık başvuru bir uygulamadır. Siyaset, polis adliye ve dış haber en fazla işlenen konuları oluşturmaktadır.

Bültenin sonunda magazin eğlence konulu haberlere yer verilmektedir. Haber bülteni, sunucunun ardındaki LED ekranda İstanbul'dan bir manzara videosu varken, genel plana doğru uzaklaşan kamera hareketi yapılarak bitirilir. Mavi alt bant üzerine beyaz font ile sağdan sola kayan yazı ile haber ekibinin görev ve isimleri verilir. Son olarak, bütün iletişim bilgilerinin ve logolarıyla birlikte sosyal medya hesaplarının yer aldığı sabit grafik gösterilmekte ve bülten sonlanmaktadır.

3.4. Örnekleme Oluşturan Televizyon Ana Haber Bültenlerinde Örnek Haberlerin Görüntü Çerçevelemesinin Çözümlemesi

Çalışmanın bu bölümünde örnekleme dahil edilen *TRT 1*, *ATV*, *KANAL D*, *FOX TV*, *SHOW TV* ve *KANAL 7* televizyon kanallarında ana haber bültenlerinde yer alan “Hollanda Krizi”, “Türk Telekom Reklam Filmi” haberi ve “Büyükanne Maaşı”na ait üç örnek haberin görüntü çerçevelemesi çözümlemesi yapılarak televizyon kanallarının görüntü çerçevelemesi ile toplumsal bakışı ne tarafa yönelttiği saptanmaya çalışılmaktadır.

3.4.1. “Hollanda Krizi” Örnek Haberinin Görüntü Çerçevelemesinin Çözümlemesi

Çalışmanın örneklemini oluşturan olay, 11 Mart 2017 tarihinde Türkiye ile Hollanda arasında ortaya çıkan diplomatik krizin televizyon kanallarında haberleştirilmesidir. Örneklem seçimi hafta içi günler olarak belirlendiği için, bu olay üzerine yapılan haberler, takip eden hafta içi gün olan 13 Mart 2017 tarihinde yapılmış televizyon haberlerinden seçilmiştir. Bu tarihlerde her kanalın ana haber bülteninde ilk sırada yer alan haberin, görüntü çerçevelemesi çözümlenerek, toplumsal bakışı nasıl oluşturduğu incelenmektedir.

Örnek Olay:

Çalışmada görsel çerçeveleme çözümlemesi yöntemi ile analiz edilen haberlerin seçildiği olay aşağıda verilmiştir:

Türkiye Hollanda Arasındaki Diplomatik Kriz (11 Mart 2017)

11 Mart 2017 tarihinde Türkiye ile Hollanda arasında ortaya çıkan diplomatik kriz, Dışışleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu'nun Rotterdam'a gerçekleştireceği uçuş izninin Hollanda tarafından iptal edilmesiyle başladı. Hollanda 'kamu düzeni' ve 'güvenlik' nedenlerini öne sürerek bu izni iptal etti. Bu durum üzerine Cumhurbaşkanı Erdoğan, Hollanda'nın aldığı karara, 'Bunlar Nazi kalıntısı, faşist' sözleriyle tepki gösterdi. O sırada Almanya'da bulunan Aile ve Sosyal Politikalar Bakanı Fatma Betül Sayan Kaya da, kara yoluyla Rotterdam'a geldi. Rotterdam'da bulunan Türkiye Konsolosluğu önüne gelen Bakan Kaya, Hollanda polisi tarafından engellenerek, konsolosluğa girişine izin verilmedi. Rotterdam'da yaşayan Türkler, Bakan Kaya'nın konsolosluğa girişine izin verilmediğini öğrenince konsolosluk yakınına gelerek protesto gösterilerinde bulunmaya başladı.

Bakan Kaya'nın polis tarafından engellendiğini öğrenen Konsolos Sadin Ayyıldız da, Kaya'nın yanına gelmek istedi. Fakat Hollanda polisi buna izin vermedi. Hollanda, Türkiye'deki temsilciliklerini güvenlik gerekçesiyle geçici olarak kapadığını açıkladı. Hollanda'nın bu kararına Dışışleri Bakanlığı'ndan çok sert tepki geldi. Bakanlık, "Halen izinli olarak Türkiye dışında bulunan Hollanda Büyükelçisi'nin bir müddet görevine dönmesini arzu etmediğimiz bildirilmiştir" açıklamasını yaptı. Rotterdam'da protesto gösterilerinin büyümesi üzerine 'mahalli sokağa çıkma yasağı' ilan edildi.

Gece boyunca devam eden protestolar sırasında protestocu Türklere polis köpekleri saldırdı. Dışışleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu tarafından saldırının görüntüleri daha sonra resmi Twitter hesabı üzerinden de paylaşıldı.

Bu arada Bakan Kaya'nın korumalarının da gözaltına alındığı açıklandı. Bakan Fatma Betül Sayan Kaya, Almanya'nın Köln şehri üzerinden Türkiye'ye döndü. Kaya, Enerji Bakanı Berat Albayrak ile birlikte yaşananlara dair açıklamalarda bulundu. Dışışleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu pazar günü öğlen saatlerinde Fransa'nın Metz şehrinde Türklerle buluştu. Çavuşoğlu, Hollanda'ya sert ifadelerle yüklendi ve "Biz bunun hesabını soracağız. Özür dilesen de dilemesen de biz bunun hesabını soracağız." diye konuştu.

İlerleyen saatlerde Hollanda'dan bir açıklama daha geldi. Başbakan Rutte, Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın 'Nazi kalıntısı sözlerine tepki göstererek 'Türkiye özür dilemeli' çağrısında bulundu.⁶¹⁶

TRT 1 “Hollanda Demokrasiyi Katletti” Başlıklı Haberin Görüntü Çerçevelemesinin Çözümlemesi

Bu haber 13 Mart 2017 Pazartesi günü TRT 1 ana haber bülteninin ilk haberi olarak verilmiştir. Haberin konusu Türkiye dışişleri bakanı ve Aile bakanının 11 Mart 2017 tarihinde Hollanda'ya girişlerinin yapılmasına izin verilmemesi üzerine yaşanan diplomatik sorunla ilgilidir. Ana haber bülteni spiker Erhan Çelik'in görüntüsüyle açılmaktadır. Erhan Çelik hafta sonu yaşanan durumla ilgili bilgilendirme yaparak habere direk giriş yapmaktadır. Ekranda Erhan Çelik'in arkasında yer alan ekranda olaya dair görüntü yer almaktadır. Erhan Çelik bel planda masada oturmuş vaziyette gösterilmektedir. Arkasında Erhan Çelik ile Ana Haber yazısı yer almaktadır. Ekranda TRT 1 Ana Haber yazan bandın üzerinde büyük harflerle haberin spotu yer almaktadır. “HOLLANDA DEMOKRASİYİ KATLETTİ”.



Fotoğraf 43: TRT 1 Ana Haber Bülteni Hollanda Krizi Sunumu ⁶¹⁷

⁶¹⁶ <https://www.cnnturk.com/dunya/turkiye-hollanda-krizinde-neler-yasandi?page=1>

⁶¹⁷ TRT 1 Ana Haber bülteninden alınmıştır.

Erhan Çelik olayın yaşandığı gece Rotterdam’a giderek olayı yerinde inceleme fırsatı bulduğu bilgisini vererek, o gece yaşanan olayları, karşısında bulunan bir tanıdığına anlatıyormuş havasında bir üslupla, yaşananlara duygu ve yorumlarını katarak, sunumu jest ve mimikleriyle destekleyici nitelikte gerçekleştirdikten sonra olay ile ilgili görüntüler ekrana gelmektedir.



Fotoğraf 44: TRT 1 Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁶¹⁸

Verilen görüntüler Hollanda polisi ve gurbetçi vatandaşlar arasında yaşanan arbede sonrasında da polislerin vatandaşa uyguladığı şiddete ilişkindir. Görüntüde arkası dönük vaziyette yer alan Hollanda polislerinin olayı protesto eden gurbetçileri ellerindeki coplarla etkisiz hale getirmeye çalıştıkları anlar yer almaktadır. Üst açığa yakın bir planda verilen görüntü şiddete maruz kalan kişilerin içerisinde bulunduğu zor duruma ve çaresizliğe vurgu yapmaktadır.

Kamera hareketlidir. Yaşanan hareketlilik izleyiciyi harekete geçirecek ve ordaymış izlenimi verilecek şekilde görüntülere yansıtılmaktadır. Görüntülerin uygun spotlarla desteklendiği görülmektedir. Ekranda TRT 1’e ait logonun yer aldığı siyah ve altı kırmızı çizgili bandın üzerinde “HOLLANDA’DA DEMOKRASİNİN ÖLDÜĞÜ GECE” yazısı beyaz renk ve büyük harflerle yazılmaktadır. Haberin etkisi, yaşanan gerginlik verilen görüntüler spotlarla vurgulanarak izleyicinin duyguları harekete geçirilmeye çalışılmaktadır.

⁶¹⁸ TRT 1 Ana Haber bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 45: TRT 1 Ana Haber Bülteni Hollanda Krizi Haberi⁶¹⁹

Ekranda olaya ilişkin görüntüler ve bu görüntüleri destekleyen spotlar sunuma eşlik etmekte izleyicinin dikkatine sunulan ayrıntılar yakın plan ve ayrıntı çekimlerle ekrana getirilmektedir. Ayrıntı çekim olaya vurgu yapmak ve gerilim yaratmak için kullanılan bir çekim ölçeğidir. Haberde yaşanan olaya vurgu yapmak ve gerilimi arttırmak için bu çekim ölçeğinin tercih edildiği görülmektedir.



Fotoğraf 46: TRT 1 Ana Haber Bülteni Görüntü Belirginleştirme Tekniği Kullanımı⁶²⁰

⁶¹⁹ TRT 1 Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁶²⁰ TRT 1 Ana Haber bülteninden alınmıştır.

Görüntü içerisinde izleyicinin odaklanması istenilen alanlar ışıklandırılarak dikkat uyandırılmaya çalışılmaktadır. Bu karede polis tarafından fiziksel şiddete maruz kalan bir kişinin görüntüsü ön plana çıkarılmış görüntü daire içerisinde alınarak aydınlatılmış ve izleyicinin dikkati kadraj içerisinde bu noktaya çekilmiştir.



Fotoğraf 47: TRT 1 Ana Haber Bülteni Geniş Plan Kullanımı⁶²¹

Ekranında yaşanan durumu protesto eden Türk vatandaşlarının toplu görüntüsü ve Türk bayraklarının yer aldığı görüntülerle, büyük harf ve beyaz renkle yazılmış “AİLE BAKANİ KAYA’YA ÇİRKİN DAVRANIŞ” spotuyla yaşanan olumsuz durum izleyiciye aktarılmaktadır. Bulunulan ortamı ve tepki gösteren topluluğun kalabalık olduğunu göstermek için genel açı tercih edilmiştir. Bu ölçekte verilen görüntüler izleyicinin ortamda yaşananları görmeye yetecek kadar yakın olduğu izlenimi yaratmaktadır.

İzleyici konunun bağlamını anlamak için yeterince uzak mesafede yer almasına rağmen olayın yaşandığı ortamı gözlemleme şansı bulduğu için olayın içerisinde yer alan kişilerle özdeşleşmektedir. Ayrıca genel planda olayla ilgili ortama ait verilmek istenen bütün unsurlar gösterilebildiği için daha sonraki görüntülerde yakın çekim planların kullanımına olanak tanımaktadır. Bu karede görüntü çerçevelemesi ile Türkiye’nin tepkisi yine uygun spotlar, yetkili kişilere ait görüntüler ve yetkili mercilere ait binaların görüntüleriyle verilmektedir.

⁶²¹ TRT 1 Ana Haber bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 48: TRT 1 Ana Haber Bülteni Resmi Bina Kullanımı⁶²²

Konunun muhatabı olarak Dışışleri bakanlığı binasının görüntüleri verilmektedir. Spotta beyaz renk ve büyük harf kullanılmıştır. “ANKARA’DAN HOLLANDA’YA ÇİFTE NOTA” spotu ile hükümetin olaya bakışı verilmektedir. Burada Ankara Türkiye Cumhuriyetinin temsili olarak kullanılmıştır.

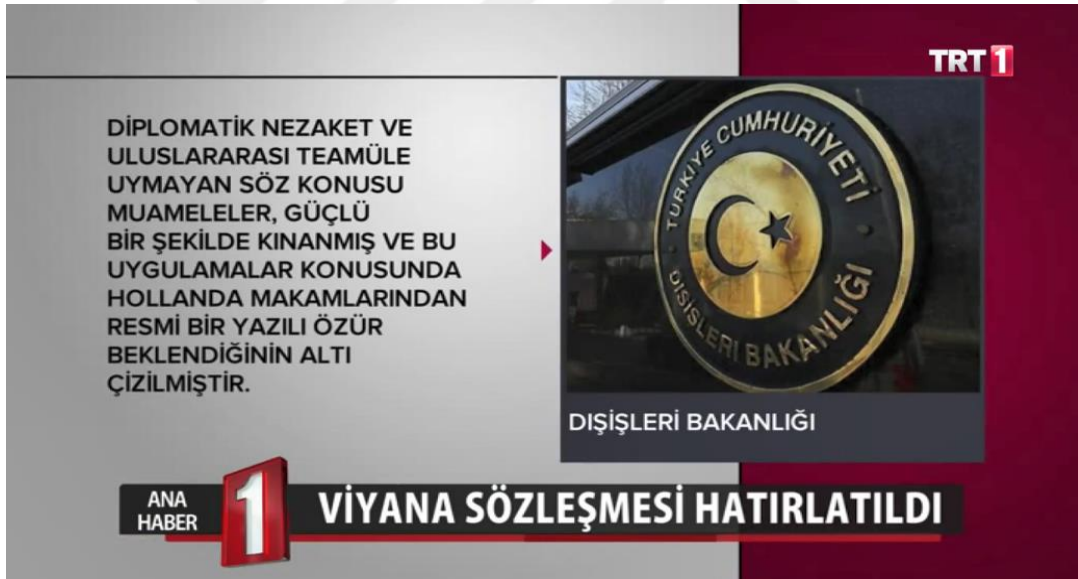


Fotoğraf 49: TRT 1 Ana Haber Bülteni Spot Kullanımı Örneği⁶²³

⁶²² TRT 1 Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁶²³ TRT 1 Ana Haber bülteninden alınmıştır.

Haberin devamındaki görüntüde yetkili kişi olarak Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu'nun durum değerlendirmesi verilmektedir. Ekranda muhabirlerin konu ile ilgili sorularını yanıtlayan Çavuşoğlu ve arkasında duran bir grup insan yer almaktadır. Görüntü üzerinde “DIŞİŞLERİ: RESMİ YAZILI ÖZÜR BEKLENMEKTEDİR” spotu yer almaktadır. Çavuşoğlu'nun dolayısıyla Dışişleri bakanlığı ve hükümetin konuya ilişkin tutumu bu spot üzerinden tekrar vurgulanarak izleyiciye verilmektedir. Görüntüde Çavuşoğlu göğüs planda gösterilmektedir. Bu plan çekimlerde konuşmacının jest ve mimikleri, olaya karşı sergilediği tutum ve tepkileri rahatlıkla görülebildiği için tercih edilen bir ölçektir. Burada bakanın yaşanan olumsuz olaya ilişkin duygu ve düşünceleri ile olaya karşı gösterdiği tepkinin izleyicilere verilmesi için göğüs plana yakın bir ölçekte Çavuşoğlu'nun olaya ilişkin açıklamaları verilmektedir.



Fotoğraf 50: TRT 1 Ana Haber Bülteni Grafik Kullanımı⁶²⁴

Ekranda bakanlığın durum karşısındaki tepkisi grafikle, yazılı olarak ve bakanlığın logosu görsele yerleştirilerek verilmekte ve aynı zamanda seslendirmeye bu talep tekrar edilerek vurgulanmaktadır. Habere bülten içerisinde yaklaşık 9 dakikalık bir süre ayrılmıştır. Bülten içerisinde Erhan Çelik'in konu ile ilgili özel haber dosyası ve “köpek tarafından ısırılarak polis tarafından darp edildiği” belirtilen Hüseyin Kurt adlı

⁶²⁴ TRT 1 Ana Haber bülteninden alınmıştır.

gurbetçi Türk vatandaşı da ana haber bülteninde canlı yayında o gün yaşananları anlatmak üzere yer almaktadır. 13 Mart 2017 tarihinde TRT 1 ana haber bülteninde yer alan 18 haberden 15'i doğrudan veya dolaylı olarak “Hollanda Krizi” ile ilişkili haberlerden oluşmakta ve 48 dakika 6 saniye süren ana haber bülteninin yaklaşık 45 dakikası boyunca bülten içerisinde yer alan haberler bu olayla ilişkilendirilerek sunulmaktadır.

ATV Ana Haber Bülteni “Hollanda Küstahlığı Karşılıksız Kalmadı” Başlıklı Haberin Görüntü Çerçevelemesinin Çözümlemesi

Bu haber 13 Mart 2017 Pazartesi günü ATV ana haber bülteninin ilk haberi olarak verilmiştir. Haberin konusu Türkiye Dışişleri bakanı ve Aile bakanının 11 Mart 2017 tarihinde Hollanda’ya girişlerinin yapılmasına izin verilmemesi üzerine yaşanan diplomatik sorunla ilgilidir. Ana haber bülteni spiker Cem Öğretir’in stüdyoda geniş plan görüntüsüyle açıldıktan sonra hafta sonu yaşanan durumla ilgili ana haber bülteninden sonra Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın ATV ve a Haberinin ortak yapacağı yayında gündemi değerlendireceği programa ait bilgilendirme yapması ile başlamaktadır.



Fotoğraf 51: ATV Ana Haber Bülteni Diz Plan Örneği⁶²⁵

Ekranda diz planda ayakta yer alan Cem Öğretir yer almaktadır. Arka fon ekranda ahbr ve atv logoları ile Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın Göğüs plan görüntüsü

⁶²⁵ ATV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

yer almaktadır. Ekrandaki büyük harfler ve beyaz renkle yazılan spotta Cumhurbaşkanı'nın olay ile ilgili değerlendirme yapacağı bilgisi verilmektedir.



Fotoğraf 52: ATV Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁶²⁶

Ekranda Cem Öğretir ayakta durmaktadır. Arka ekranda biraz önce bilgilendirilmesi yapılan aHBR ve atv logoları ve Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın göğüs plan görüntüsü yer almaya devam etmektedir. “KÜSTAHLIK KARŞILIKSIZ KALMADI” spotuyla “Hollanda Krizi”ne ilişkin haber, ana haber bülteninin ilk haberi olarak verilmektedir. Habere giriş yapıldıktan sonra ekrana Aile Bakanı Fatma Betül Sayan Kaya ve Hollandalı polislerin yer aldığı yakın plan görüntü girmektedir. Yakın plan olarak göğüs çekimden biraz daha yakın bir ölçekle arkası dönük olarak gösterilen polisin amorsundan yapılan çekimde Bakan Sayan yer almaktadır.

Göğüs plan kadrajın içerisinde yer alan kişiye yaklaşmamıza olanak tanır. Bu ölçek tercihi ile Fatma Betül Sayan'ın yaşadığı olaya ilişkin duyguları, içerisinde bulunduğu can sıkıcı durum izleyicinin dikkatine sunulmaktadır. Sayan karşısındaki polisle iletişim kurmaya çalışmaktadır. Bakanın arkasında bir kalabalık grup yer almakta arkasında elinde cep telefonu ile durumu kaydeden bir kişi görülmektedir. Bakan ve etrafında bulunanların yüz ifadeleriyle yaşanan durumun can sıkıcılığı yakın plan çekimle vurgulanarak ekranda yer almaktadır.

⁶²⁶ ATV Ana Haber bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 53: ATV Ana Haber Bülteni Fatma Betül Sayan Kaya⁶²⁷



Fotoğraf 54: ATV Ana Haber Bülteni Spot Kullanımı⁶²⁸

Fotoğraf-54 te yaşanan olaya ait görüntüler geniş planda verilmektedir. Bu planı kullanmaktaki amaç izleyicinin ortamı görmesine olanak vermek ve yaşanan duruma ait detayları izleyiciye göstermektir. Ekranda akşam caddede yer alan insan kalabalığı ve polislerin koşturmaca içerisindeki halleri gösterilmektedir. Yaşanan olaya ait

⁶²⁷ ATV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁶²⁸ ATV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

görüntüler eleştirel spotlar eşliğinde detaylı bir şekilde verilmekte ve aynı görüntüler tekrar tekrar farklı spotlar eşliğinde ekrana gelmektedir.



Fotoğraf 55: ATV Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁶²⁹

Hollanda Başbakanı'nın omuz planda, yakın yüz çekimi görülmekte yüzünde gülümseme ifadesi olan başkanın görüntüsü üzerinde "ÖZÜR BEKLERKEN YENİ SKANDAL!" spotu görülmektedir ardından aynı görüntü üzerine başbakanın yaşanan olaya karşı tepkisi yine "HOLLANDA BAŞBAKANI TEHDİTLE SUÇLADI" spotuyla verilmektedir.

Omuz plan çekimde amaç konuşmacının yüzünü izleyiciye göstererek konu ile ilgili duygu ve düşüncelerinin altını çizmektir. Burada Hollanda başbakanının yaşanan olaya dair tutumunun altı çizilmekte ve olumsuz tavrı haberin spotuyla desteklenerek başbakanın yaşanan durum karşısındaki tepkisi izleyiciye gösterilmektedir.

⁶²⁹ ATV Ana Haber bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 56: ATV Ana Haber Bülteni Spot Kullanımı⁶³⁰

Yaşanan olayla ilgili tepkilerin dile getirildiği “UTANÇ GECESİNE TEPKİLER ÇİĞ GİBİ” spotuyla ve meydanda ellerinde Türk bayrağıyla yürüyen bir topluluğun görüntüleri verilmektedir.



Fotoğraf 57: ATV Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁶³¹

Daha önce de ifade edildiği gibi geniş plan verilen görüntüler ortamın izleyici tarafından algılanması için kullanılmıştır. Görüntüdeki hareketlilik karşıtlık oluşturmakta ve gerilimi artırıcı bir etki yaratmaktadır.

⁶³⁰ ATV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁶³¹ ATV Ana Haber bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 58: ATV Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁶³²

Olaya tepkilerin gösterildiği bir diğer spot ise “IRKÇI- FAŞİST UYGULAMAYA PROTESTO ”dur. Bu spotun bulunduğu görüntülerde de ellerinde Türk bayrağı ile yürüyen bir grup insan gösterilmekte grup içerisinde sırtında MHP ülkü ocaklarının ambleminin yer aldığı kırmızı bir bayrağı sırtına takmış bir kişinin görüntüsü yer almaktadır.



Fotoğraf 59: ATV Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁶³³

⁶³² ATV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁶³³ ATV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

Yaşanan duruma karşı dünyanın farklı yerlerinde bulunan Türk vatandaşlarının tepki gösterdiği belirtilmekte, bu durum da “LONDRA VE SARAYBOSNA’DA DA PROTESTO” spotu ile ekranda ellerinde Türk bayrağıyla meydanda bulunan bir grup insan gösterilmektedir. Bakanlığın durum karşısındaki tepkisi; “SKANDAL, BAKANLAR KURULU GÜNDEMİNDE” spotuyla verilmektedir. Cem Öğretir ve Ankara’dan yayına bağlanan muhabir Erdiñç Özyılmaz’ın görüntüleri ikili ekran kullanımı ile verilmektedir.

Ekranın sol tarafında haber merkezinde yer alan Cem Öğretir, sağ tarafında ise Ankara’dan bağlanan muhabir yer almakta ikisi de bel plan ve göğüs plan arası bir çekim ölçeği ile verilmektedir. Sunucu ve muhabirin durum değerlendirmesi esnasında beden dilini kullandığı, jest ve mimikleriyle düşüncelerini somutlaştırdıkları dikkat çekmektedir. Kullanılan çekim ölçeği bu tepkilerin izleyiciye gösterilmesine ve izleyici ile konuşmacılar arasında etkileşim oluşturmaya olanak vermektedir.



Fotoğraf 60: ATV Ana Haber Bülteni Muhabirle Canlı Bağlantı ve İkili Ekran Kullanımı⁶³⁴

Haberin ana haber bülteninde yer alma süresi yaklaşık 4 dakika 43 saniyedir. 13 Mart 2017 tarihinde ATV ana haber bülteninde yer alan 22 haberden 6’sı doğrudan veya dolaylı olarak “Hollanda Krizi” ile ilişkili haberlerden oluşmakta ve 44 dakika 47

⁶³⁴ ATV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

saniye süren ana haber bülteninin yaklaşık 14 dakikası boyunca bülten içerisinde yer alan haberler bu olayla ilişkilendirilerek sunulmaktadır.

FOX TV Ana Haber Bülteni “Hollanda’da Bakana Sınırdışı Skandal” Başlıklı Haberin Görüntü Çerçevelemesinin Çözümlemesi

Bu haber 13 Mart 2017 Pazartesi günü FOX TV ana haber bülteninin ilk haberi olarak verilmiştir. Haberin konusu, Türkiye Dışışleri bakanı ve Aile bakanının 11 Mart 2017 tarihinde Hollanda’ya girişlerinin yapılmasına izin verilmemesi üzerine yaşanan diplomatik sorunla ilgilidir.

Ana haber bülteni, spiker Fatih Portakal’ın görüntüsüyle açıldıktan sonra açılış anonsunu vermesi ve günün tabelası olarak “#ahbirsakinlikolsa” temasını söylemesiyle ekranın sağ alt köşesinde tabela yazılır. Fatih Portakal günün gelişmelerini kısaca özetleyip yorumunu yaptıktan sonra Hollanda Krizi ile ilgili haber, ilk haber olarak girer.



Fotoğraf 61: FOX TV Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁶³⁵

Fatih Portakal’ın jest ve mimiklerini kullanarak durum ile ilgili yorum yaptığı görülmektedir.

⁶³⁵ FOX TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

Fondaki ekranda “DİPLOMATİK KRİZDEN SİYASİ KRİZE” yazısı Türkiye ve Hollanda bayraklarının ortasında yer almaktadır. “HOLLANDA’DAN BAKAN’A SINIR DIŞI SKANDAL” başlığıyla habere giriş yapılmaktadır. Türkiye’yi temsilen Ankara kullanılarak, Hollanda’nın özür dilemesi gerektiğini Türkiye’nin böyle bir talebi olduğunu belirten “ANKARA: HOLLANDA ÖZÜR DİLEYECEK” spotu eşliğinde o gece yaşanan ve köpek tarafından ısırılıp darp edildiği belirtilen şahsa ait görüntüler ile etrafında bulunan iki Hollandalı polisin görüntüleri verilmektedir.



Fotoğraf 62: FOX TV Ana Haber Bülteni Yakın Plan Kullanımı⁶³⁶

Bu görüntülerden sonra Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın referandum çalışmaları sırasında konu ile ilgili konuşmasını yaparken onu dinleyen kitle yine aynı spotla ekrana getirilmektedir.

⁶³⁶ FOX TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 63: FOX TV Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁶³⁷

Geniş açıdan Erdoğan'ın seslendiği miting alanı gösterilmektedir. Burada geniş açı kalabalığı ve ortamı göstermek için tercih edilmiştir. Sonraki görüntüde Türkiye Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu'nun konuya ilişkin konuşması ekrana getirilmektedir.



Fotoğraf 64: FOX TV Ana Haber Bülteni Göğüs Plan Kullanımı⁶³⁸

Ekranda muhabirlerin konu ile ilgili sorularını yanıtlayan Çavuşoğlu ve arkasında duran bir grup insan yer almaktadır. Görüntü üzerinde “ANKARA: HOLLANDA ÖZÜR DİLEYECEK” spotu yer almaktadır. Çavuşoğlu'nun dolayısıyla Dışişleri bakanlığı ve hükümetin konuya ilişkin tutumu bu spot üzerinden tekrar vurgulanarak izleyiciye verilmektedir. Görüntüde Çavuşoğlu göğüs planda gösterilmektedir. Bu

⁶³⁷ FOX TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁶³⁸ FOX TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

plan çekimlerde konuşmacının jest ve mimikleri olaya karşı sergilediği tutum ve davranışları rahatlıkla görülebildiği için tercih edilen bir ölçektir. Burada bakanın yaşanan olumsuz olaya ilişkin duygu ve düşüncelerinin ve gösterdiği tepkinin izleyicilere verilmesi için göğüs plana yakın bir ölçekle Çavuşoğlu'nun olaya ilişkin açıklamaları verilmektedir.

Çavuşoğlu'nun konuşmasının olduğu görüntülerden sonra Hollanda Başbakanı Mark Rutte'nin konuya ilişkin cevabı grafik oluşturularak sol tarafta Rutte'nin omuz plan fotoğrafı, sağ tarafta ise konuya ilişkin görüşleri yazılı olarak ekrana getirilmekte ve seslendirme olarak yazılar Rutte'nin ağzından okunmakta ve hem görsel hem de işitsel açıdan haberin etkisi arttırılmaya çalışılmaktadır.



Fotoğraf 65: FOX TV Ana Haber Bülteni Yazı ve Spot Kullanımı⁶³⁹

Spot olarak da "ANKARA: HOLLANDA ÖZÜR DİLEYECEK" talebinin belirtildiği spota karşılık olarak "HOLLANDA: ÖZÜR DİLEMEYİZ, DELİ MİSİN?" spotu kullanılmaktadır. Burada Rutte'nin konuya dair görüşünün karşılıklı atışma şeklinde spotlaştırılarak izleyicinin ilgisini çekme ve olaya karşı tepki oluşturma amaçlandığını söylemek olanaklıdır. Sonraki görüntüde ikili ekran kullanım tekniğiyle sol tarafta o gecedeki görüntüler sağ tarafta ise Hollanda haritası ekrana yansıtılmaktadır.

⁶³⁹ FOX TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 66: FOX TV Ana Haber Bülteni İkili Ekran ve Harita Kullanımı⁶⁴⁰

Bir sonraki görüntüde ise yine grafik kullanımı ile bu kez dışişleri bakanlığına ait açıklamayı içermektedir. Haberin grafik ve görsellerle desteklendiği görülmektedir.



Fotoğraf 67: FOX TV Ana Haber Bülteni Grafik Kullanımı⁶⁴¹

Ekranda kırmızı zemin üzerinde sol tarafta Dışişleri bakanlığının logosu sağ tarafta ise bakanlığa ait açıklama yazılı olarak “ANKARA: HOLLANDA ÖZÜR DİLEYECEK” spotu eşliğinde verilmektedir. Spiker tarafından üst ses ile bakanlığa ait açıklama okunmaktadır. Ekranda yazılan açıklamalar okunarak görsel etki sesle

⁶⁴⁰ FOX TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁶⁴¹ FOX TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

desteklenmektedir. Haberin bir sonraki görüntüsünde Numan Kurtulmuş'un konuya dair görüşlerine yer verilmektedir.



Fotoğraf 68: FOX TV Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁶⁴²

Kurtulmuş ekranda, önünde TRT Haber, AA ve DHA'ya ait mikrofonlara demeç verirken gösterilmektedir. Göğüs planda verilen görüntü ile Kurtulmuş'un durum ile ilgili duygu ve düşüncelerinin izleyici üzerinde etki yaratmasına olanak tanınmaktadır. Ekranda Kurtulmuş'un ifadeleri yazılı olarak da gösterilerek vurgulanmakta ve haber yine "ANKARA: HOLLANDA ÖZÜR DİLEYECEK" spotuyla verilmektedir. Burada Ankara Türkiye'yi temsilen kullanılmakta bir devlet bakanı olarak Kurtulmuş da Ankara'yı temsil etmektedir. Burada simgesel bir ilişkiden yararlanılarak haber çerçevesinin oluşturulduğunu söylemek olanaklıdır.

⁶⁴² FOX TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 69: FOX TV Ana Haber Bülteni Grafik Kullanımı⁶⁴³

Bir sonraki görüntü yine Rutte'nin açıklamasından oluşmaktadır. Aynı spotla verilen görüntüde Mark Rutte'nin konuya ilişkin görüşü yine aynı tarzda grafik ve yazıyla ekranda gösterilerek üst sesle okunarak vurgulanmaktadır.



Fotoğraf 70: FOX TV Ana Haber Bülteni Fatma Betül Sayan Kaya⁶⁴⁴

Bir sonraki görüntüde Aile Bakanı Fatma Betül Sayan Kaya ve Hollandalı polislerin yer aldığı yakın plan görüntü girmektedir. Yakın plan olarak göğüs çekimden biraz daha yakın bir ölçekle arkası dönük olarak gösterilen polisin amorsundan yapılan çekimde Bakan Sayan yer almaktadır. Göğüs plan kadrajın içerisinde yer alan kişiye

⁶⁴³ FOX TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁶⁴⁴ FOX TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

yaklaşmamıza olanak tanır. Bu ölçek tercihi ile Fatma Betül Sayan'ın içerisinde bulunduğu durumun can sıkıcılığı ve o anki duyguları bu kamera açısıyla izleyiciye gösterilmektedir. Sayan bulunduğu kalabalık grup içerisinde polisle iletişim kurmaya çalışırken gösterilmektedir. Bu çekim ölçeği ile Bakan ve etrafında bulunanların yüz ifadelerinin detaylı bir şekilde görülmesi sağlanarak yaşanan durumun can sıkıcılığı vurgulanmaktadır.

Görüntünün üzerinde “ANKARA MÜLTECİ KARTINI ÖNE SÜRDÜ” spotu ile haber desteklenmekte ve yine simgesel bir kullanımla Ankara Türkiye'yi temsilen kullanılarak Türkiye'nin bu olaya karşı tepkisi izleyiciye aktarılmaktadır. Haber, mültecilerle ilgili konuya ilişkin durumla tamamlanmaktadır.

Haberin bültende yer alma süresi yaklaşık 3 dakika 30 saniyedir. 13 Mart 2017 tarihinde FOX TV ana haber bülteninde yer alan 19 haberden 8'i doğrudan veya dolaylı olarak “Hollanda Krizi” ile ilişkili haberlerden oluşmakta ve 44 dakika 38 saniye süren ana haber bülteninin yaklaşık 29 dakikası boyunca bülten içerisinde yer alan haberler bu olayla ilişkilendirilerek sunulmaktadır.

Kanal D Ana Haber Bülteni “Hollanda’da Bakana Sınırdışı Skandal” Başlıklı Haberin Görüntü Çerçevelemesinin Çözümlemesi

Bu haber 13 Mart 2017 Pazartesi günü Kanal D ana haber bülteninin ilk haberi olarak verilmiştir. Haberin konusu Türkiye Dışişleri bakanı ve Aile bakanının 11 Mart 2017 tarihinde Hollanda'ya girişlerinin yapılmasına izin verilmemesi üzerine yaşanan diplomatik sorunla ilgilidir.

Haber 11 Mart'ta yaşanan olayla ilgili görüntülerin parça parça verilmesi ve Hollanda Krizi şeklinde hazırlanan Türk bayrağı ve Hollanda bayrağının opacity değerleri düşürülerek üst üste bindirilmesi ile oluşturulan görüntü ile başlamaktadır. Görüntünün arka planında Hollanda da yaşanan kriz ile ilgili görüntüler ve opacity değerleri düşürülen iki ülkeye ait bayraklar kurgulama tekniğiyle üst üste bindirilmiştir. Kurgulanan bu görüntü karesinden sonra Ahmet Hakan ekranda görülmektedir.



Fotoğraf 71: Kanal D Ana Haber Bülteni Giriş Görüntüsü⁶⁴⁵

Habere geçiş görüntüsü olarak kullanılan bu tasarımda Türk bayrağı, Hollanda bayrağı ve o gün köpek tarafından ısırılıp polislerce darp edildiği ifade edilen Türk vatandaşı gurbetçinin yerde yattığı ve köpeğin kendisini ısırduğu görüntüler üst üste geçirilerek verilmektedir. Bu girişle izleyicinin habere hazırlandığını ve haber ile ilgili merak duygusunun uyandırılmasının amaçlandığını söylemek mümkündür.



Fotoğraf 72: Kanal D Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁶⁴⁶

Ekranda durumu özetleyerek ön bilgi veren Ahmet Hakan ve arkasındaki ekranda canlı yayına bağlanmak için yurt dışında hazır bekleyen üç muhabirin görüntüsü yer almaktadır. Arka plandaki ekranda çoklu bölünmüş ekran tekniğinden yararlanılmıştır.

⁶⁴⁵ Kanal D Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁶⁴⁶ Kanal D Ana Haber bülteninden alınmıştır.

Ahmet Hakan 11 Mart'ta yaşanan ve Hollanda Krizi olarak adlandırılan olaya ilişkin ön bilgiyi verdikten sonra yayın akışı içerisinde konu ile ilgili haberlerin özetini geçerek, durumla ilgili kişisel yorumlarını da belirterek habere giriş yapmaktadır. Bu giriş bölümünden sonra Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Kocaeli mitingi esnasında yaptığı durum değerlendirmesi ekrana getirilir.



Fotoğraf 73: Kanal D Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁶⁴⁷

Haber ile ilgili ilk görüntü yine Ahmet Hakan'ın arkasında yer alan ekranda Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve Erdoğan'ın arkasında Türk bayrağının yer aldığı görüntü ve görüntünün üzerinde "AVRUPA'YA VERYANSIN" yazısı yer almaktadır.



Fotoğraf 74: Kanal D Ana Haber Bülteni Yakın Plan⁶⁴⁸

⁶⁴⁷ Kanal D Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁶⁴⁸ Kanal D Ana Haber bülteninden alınmıştır.

Haberin ilk görüntüsü o gece köpek tarafından saldırıya uğrayan vatandaşa ait görüntüdür. Görüntüde yere yüz üstü düşmüş bir kişi, üzerinde bir köpek, köpeği boynundaki tasmaya takılı ipe tutmaya çalışan bir polis ve etrafta yer alan insanlar gösterilmektedir. Görüntünün üzerinde “ATLARIYLA, İTLERİYLE SALDIRDILAR” spotu yer almaktadır. Yakın planda verilen görüntü izleyicinin yere düşmüş ve üzerinde köpek olan adama direk odaklanmasını sağlamaktadır.



Fotoğraf 75: Kanal D Ana Haber Bülteni İkili Ekran Kullanımı⁶⁴⁹

Bir sonraki görüntüde ikili ekran kullanılarak sol tarafta Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın konuşması, sağ tarafta ise o gece yaşanan olaylara ait görüntüler akmaktadır. Cumhurbaşkanı'nın görüntünün alt açığa yakın bir açıyla verildiği görülmektedir. Cumhurbaşkanı'nın Türkiye'yi temsil eden bir devlet adamı olarak yüceltildiği, devletin gücünün bu açı ile vurgulandığını ifade etmek mümkündür. Sağ tarafta olaya ilişkin görüntülerin Cumhurbaşkanı'nın konuşmalarını görüntü olarak destekleyen karelerden seçildiği görülmektedir.

Cumhurbaşkanı'nın söylemine uygun görüntüler haber boyunca akmaktadır. Söylem görüntü ve spotlarla desteklenmektedir. Fotoğraf-75'te de görüldüğü gibi Cumhurbaşkanı'nın “ATLARIYLA, İTLERİYLE SALDIRDILAR” söylemi üzerinde ikili ekranın sol kısmında bir köpek görüntüsü, ardından atlı Hollanda polislerine ait

⁶⁴⁹ Kanal D Ana Haber bülteninden alınmıştır.

görüntüler geçerken, spotta bu cümle yazıya dökülerek konuşmanın desteklendiği görülmektedir.



Fotoğraf 76: Kanal D Ana Haber Bülteni Geniş Plan Kullanımı⁶⁵⁰

Cumhurbaşkanının hitap ettiği kitle geniş planda gösterilmektedir. Ve “ATLARIYLA İTLERİYLE SALDIRILAR” spotu ekrandaki görüntünün üzerinde yer almaya devam etmektedir. Bir sonraki görüntüde yine ikili ekran tekniğinin kullanılarak sol tarafa Cumhurbaşkanının sağ tarafa ise olaya ait görüntülerin konumlandırıldığı görülmektedir.



Fotoğraf 77: Kanal D Ana Haber Bülteni İkili Ekran ve Görüntü Belirginleştirme⁶⁵¹

⁶⁵⁰ Kanal D Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁶⁵¹ Kanal D Ana Haber bülteninden alınmıştır.

Cumhurbaşkanı yaşanan krizle ilgili Hollanda ile kurdukları iletişim konusunda dinleyicileri bilgilendirirken, ekranın sol tarafında yer alan olaya ait görüntülerde vurgu yapılmak istenen, ön plana çıkarılmaya çalışılan kareler büyüteç ve daire içine alma, aydınlatma, okla gösterme şeklinde belirginleştirilerek izleyicinin dikkati çekilmeye çalışılmaktadır. Bu görüntüde Cumhurbaşkanının yine alt açılı ile çekildiği görülmektedir.



Fotoğraf 78: Kanal D Ana Haber Bülteni Alt Açılı Kullanımı⁶⁵²

Cumhurbaşkanının kullandığı cümleler ekranın altında spot olarak verilerek ön plana çıkarılmaktadır. Daha sonra Ahmet Hakan CNN editörü Alişer Delek'e bağlanarak Hollanda'nın tutumu ile ilgili bilgileri canlı yayında izleyicilerle paylaşmaktadır.



Fotoğraf 79: Kanal D Ana Haber Bülteni Canlı Bağlantı⁶⁵³

⁶⁵² Kanal D Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁶⁵³ Kanal D Ana Haber bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 80: Kanal D Ana Haber Bülteni İkili Ekran Kullanımı⁶⁵⁴

Delek, Hollanda'nın konu ile ilgili tutumuna yönelik bilgilendirme yaparken bölünen ekranın sağ tarafında özellikle köpek tarafından ısırılan gence ait görüntüler ile bakan Sayan'ın arabada beklediği, polisle iletişim kurmaya çalıştığı ve polisin vatandaşlarla çatıştığı görüntüler tekrar tekrar gösterilmektedir.



Fotoğraf 81: Kanal D Ana Haber Bülteni Görüntü Belirginleştirme⁶⁵⁵

İkili ekran yoğun bir şekilde kullanılmakta görüntülerde öne çıkarılmak istenen kareler ok işareti, aydınlatma ve daire içerisine alarak büyütme teknikleri ile belirginleştirilerek dikkat çekilmektedir. Ayrıca olaya ait görüntüler Son Durum etiketiyle verilerek olayın sürekliliği ve gerginliğin devam ettiği vurgusu

⁶⁵⁴ Kanal D Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁶⁵⁵ Kanal D Ana Haber bülteninden alınmıştır.

yapılmaktadır. Fotoğraf-81'deki karede ikili ekran kullanımı, canlı bağlantı, görüntü belirginleştirme ve spot kullanımını bir arada görülmektedir.

Haberin bülteinde yer alma süresi yaklaşık 5 dakikadır. 13 Mart 2017 tarihinde Kanal D ana haber bülteninde yer alan 34 haberden 11'i doğrudan veya dolaylı olarak "Hollanda Krizi" ile ilişkili haberlerden oluşmakta ve 1 saat 08 dakika süren ana haber bülteninin yaklaşık 25 dakikası boyunca bülten içerisinde yer alan haberler bu olayla ilişkilendirilerek sunulmaktadır.

SHOW TV Ana Haber Bülteni "Büyükkelçi ve Konsolos Türkiye'ye Alınmayacak" Başlıklı Haberin Görüntü Çerçevelemesinin Çözümlemesi

Bu haber 13 Mart 2017 Pazartesi günü Show TV ana haber bülteninin ilk haberi olarak verilmiştir. Haberin konusu Türkiye Dışışleri bakanı ve Aile bakanının 11 Mart 2017 tarihinde Hollanda'ya girişlerinin yapılmasına izin verilmemesi üzerine yaşanan diplomatik sorunla ilgilidir.

Show TV 13 Mart Ana Haber bülteninin giriş jeneriğinden hemen sonra Hollanda'da yaşanan durumla ilgili görüntü ve Türkiye'de bu olaya karşı gelişen tepkilere ait görüntülerin kolajından oluşan bir teaser ile bu konuya ilişkin ön bilgi vererek bültenin açılışı yapılmaktadır.



Fotoğraf 82: Show TV Ana Haber Bülteni Giriş Görüntüsü⁶⁵⁶

⁶⁵⁶ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

Kolajda yer alan görüntüler üzerine AZ SONRA yazısı yazılarak haber ile ilgili merak uyandırılmaktadır.



Fotoğraf 83: Show TV Ana Haber Bülteni Giriş Görüntüsü⁶⁵⁷

Görüntüde yer alan iki adamın görüntüsü yer almaktadır. Ellerindeki cep telefonundan yükselen müzik eşliğinde konuşmaları yazı ile ekranda gösterilmekte ve durum ile ilgili parça parça bilgi verilmektedir.

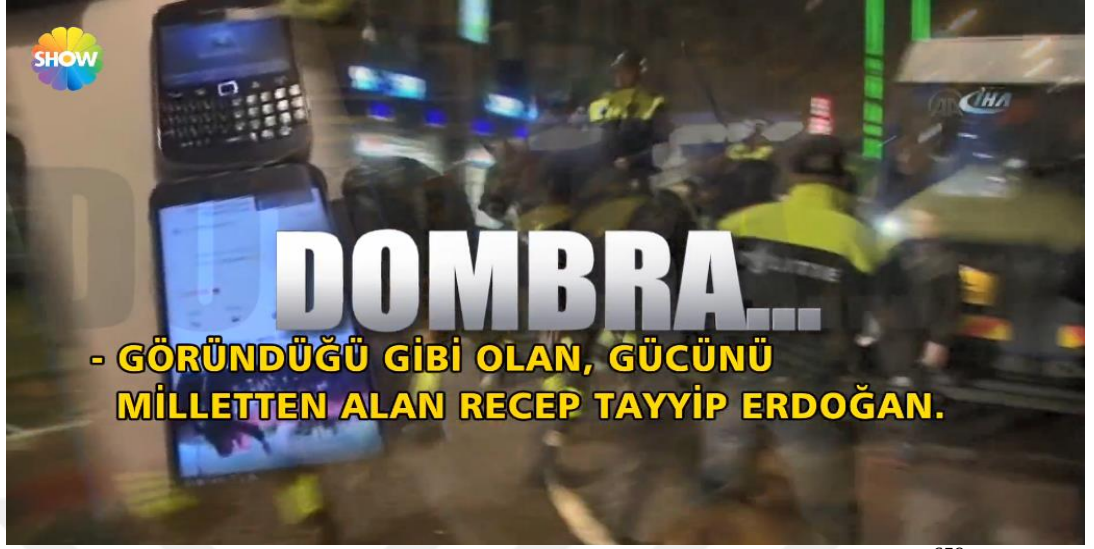


Fotoğraf 84: Show TV Ana Haber Bülteni Giriş Görüntüsü⁶⁵⁸

Fonda çalan Mehter Marşı'nın sesi yükselmeye başlayınca ekranda "MEHTER..." yazısı büyük harflerle görülmektedir. Mehter marşı, Dombra ve Recep Tayyip Erdoğan'ın seçim için hazırlanan Dombra uyarlaması fonda çalmakta fonda yer alan müziğe göre ekranda ilgili yazı ve müziğe ait sözler yazılmaktadır.

⁶⁵⁷ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁶⁵⁸ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 85: Show TV Ana Haber Bülteni Yazı Kullanımı⁶⁵⁹

Kolaj boyunca ekrana gelen görüntülere ait fotoğraflar fotoğraf-83, 84, 85, 86, 87 ve Fotoğraf -88’de gösterilmektedir.



Fotoğraf 86: Show TV Ana Haber Bülteni Görüntü Belirginleştirme Tekniği⁶⁶⁰

Görüntüde yere yüz üstü düşmüş bir kişi, üzerinde bir köpek, köpeği boynundaki tasma ile tutmaya çalışan bir polis ve etrafta yer alan insanlar

⁶⁵⁹ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁶⁶⁰ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

gösterilmektedir. Görüntüye dikkat çekmek amacıyla sarı çizgilerle çizilmiş elips bir daire içerisine alındığı görülmektedir. Renklerin psikolojik etkileri kısmında belirtildiği gibi sarı renginin uyarıcı bir etkisi bulunmaktadır. Sarı burada olaya dikkat çekmek ve izleyicinin ilgisini görüntü karesine yöneltmek için uyarıcı olarak kullanılmıştır.



Fotoğraf 87: Show TV Ana Haber Bülteni İkili Ekran Kullanımı ⁶⁶¹

İkili ekran kullanımıyla sol tarafa elinde cep telefonu olan bir kişi yerleştirilmiş ve siyah çerçeve ile fondaki görüntüden ayrılmıştır. Ekranın fonunda ise Hollanda polisleri yanlarında köpekle yere düşmek üzere olan bir kişinin görüntüsü yer alırken ekranın üzerinde “DEDENİZ İYİ BİLİR BU MÜZİĞİ” yazısı yer almakta ve Mehter Marşı müziği görüntülere eşlik etmektedir. Burada Mehter Marşı ile yine simgesel bir kullanım yapıldığı görülmektedir.

⁶⁶¹ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 88: Show TV Ana Haber Bülteni Yazı ve Görsel Kullanımı⁶⁶²

Yaklaşık 55 saniye süren görüntü kolajından sonra Jülide Ateş ekranda diz planda gösterilmektedir. Stüdyo fonunun önünde ayakta duran Ateş elinde sunum kartlarını tutarak haberi sunmaya başlamaktadır.



Fotoğraf 89: Show TV Ana Haber Bülteni LED Ekran Kullanımı⁶⁶³

Fondaki ekranda Hollanda hükümet temsilcilerinin deforme edilmiş fotoğrafı ve olay gününe ait görüntüler yer almaktadır. “ANKARA’DAN ÇOK SERT 2 NOTA” spotu ekranın alt kısmına yerleştirilmiştir.

⁶⁶² Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁶⁶³ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 90: Show TV Ana Haber Bülteni Stüdyo Görüntüsü⁶⁶⁴

Ateş haberi sunarken fondaki görüntüler sabittir. “ANKARA’DAN ÇOK SERT 2 NOTA” ve “BÜYÜKELÇİ VE KONSOLOS TÜRKİYE’YE ALINMAYACAK!” spotları ise dönüşümlü olarak ekranda yer almaya devam etmektedir. Jülide Ateş’in jest ve mimik kullanımı ve beden dilini kullanarak değerlendirmeler yaptığı görülmektedir.



Fotoğraf 91: Show TV Ana Haber Bülteni İç Kadraj Kullanımı⁶⁶⁵

⁶⁶⁴ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁶⁶⁵ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

Görüntüde Aile bakanı Fatma Betül Sayan Kaya ve Hollandalı polislerin görüntüleri yer almaktadır. Kırmızı çizgilerle belirginleştirilmiş bir iç kadraj kullanımı görülmektedir. Ekranın üst sağ köşesinde büyük harflerle “SICAK HABER” yazılı KJ ve altta da haberin “BÜYÜKELÇİ VE KONSOLOS” TÜRKİYE’YE ALINMAYACAK! Spotu görülmektedir.



Fotoğraf 92: Show TV Ana Haber Bülteni İç Kadraj Kullanımı ve Görüntü Belirginleştirme⁶⁶⁶

Fotoğraf-92’deki görüntüde yere yüz üstü düşmüş bir kişi, üzerinde bir köpek, köpeği boynundaki tasmaya takılı iple tutmaya çalışan bir polis ve etrafta yer alan insanlar gösterilmektedir. Bu görüntü Show TV’de yayınlanan bu haber içerisinde birkaç kez tekrar edilerek kullanılmıştır.

SICAK HABER etiketiyle verilen yukarıdaki görüntüde yakın planda köpeğin yere düşen adamın kalçasını ısırıldığı kareye dikkat çekmek için o karenin etrafının kırmızı renkte bir çizgi ile ana görüntüden ayrıldığı ve belirginleştirildiği görülmektedir. Haber boyunca dönüşümlü olarak o gün meydana gelen olayların görüntüleri haber sunumuna paralel olarak verilmekte, görüntüler ve ekranda yer verilen spotlar, içeriği destekleyici bir biçimde kullanılmaktadır.

⁶⁶⁶ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 93: Show TV Ana Haber Bülteni Canlı Bağlantı⁶⁶⁷

Haberin devamında bel planda gösterilen kanal muhabiri elinde mikrofonuyla Dışışleri bakanlığının önünde hükümetin yaşanan olayla ilgili açıklamaları konusunda bilgilendirme yapmaktadır. Ekranda yine haberin “ANKARA’DAN ÇOK SERT 2 NOTA” spotu üst kısımda yer alan “SICAK HABER” yazısı onun bir altında muhabirin nerede olduğuna dair bilgilendirmenin yapıldığı “Ankara” yazısı ve bakanlığın tavrını belirten “DIŞİŞLERİ: ELÇİ TÜRKİYE’YE DÖNMESİN” yazısı yer almaktadır.

Görüntü içerisinde yer alan bütün unsurların birbirini tamamlayıcı şekilde kullanıldığı görülmektedir. Muhabir hükümetin konu ile ilgili görüşlerini bildirirken hükümet yetkililerinin konuşmaları ekrana gelmekte ve konuşmalar yazı ile tekrar ekranda gösterilerek pekiştirilmektedir.

⁶⁶⁷ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 94: Show TV Ana Haber Bülteni Bekir Bozdağ⁶⁶⁸

Ekranda göğüs plana yakın bir açıyla Adalet Bakanı Bekir Bozdağ ve etrafında yer alan görevliler gösterilmektedir. Bu açı konuşmacının olaya karşı duygu ve düşüncelerinin belirgin bir şekilde ifade edilmesi amacıyla kullanılan bir açıdır.



Fotoğraf 95: Show TV Ana Haber Bülteni Yazı Kullanımı⁶⁶⁹

Ekranda Başbakan Yardımcısı Nurettin Canikli'nin bel planda kürsüde konuşma yaptığı görüntüsü yer almaktadır. Görüntüde Show TV haber bandı üzerinde “BÜYÜKELÇİ VE KONSOLOS” TÜRKİYE'YE ALINMAYACAK! Spotu ve

⁶⁶⁸ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁶⁶⁹ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

ekranın sol üst köşesinde kanal logosu sağ üst köşesinde ise habere ait sıcak haber yazısı ve yer bilgisi veren Ankara yazısı yer almaktadır. Canikli beden dilini kullanarak sağ elini hafif yukarı kaldırmış ve işaret parmağı yukarıda gösterilmektedir. Bu hareket karşı tarafa uyarı verme mahiyetinde kullanılmıştır. Ekrandaki görüntü üzerinde Canikli'nin konuşmaları yazı ile tekrar gösterilerek içeriğe vurgu yapılmaktadır.



Fotoğraf 96: Show TV Ana Haber Bülteni Arşiv Görüntü Kullanımı⁶⁷⁰

Cumhurbaşkanı'nın olayla ilgili konuşmalarına yer verilirken ekranda Dünya İnsani Zirvesi'nde Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve Mark Rutte'nin bir araya geldiği haberin arşiv görüntüleri verilmektedir. Ekranda Rutte ve Erdoğan ortada Hollanda ve Türkiye bayraklarının yer aldığı bir sehpa, iki yetkili arkalarında bulunan Türk bayraklarının önünde koltuğa oturmuş ve basına poz vererek görüntülendiği sahne gösterilirken görüntünün üzerine yine "BÜYÜKELÇİ VE KONSOLOS" TÜRKİYE'YE ALINMAYACAK! spotu ve hükümetin Hollanda hükümetinden beklentisi ANKARA RESMİ ÖZÜR BEKLİYOR yazısı yer almaktadır.

⁶⁷⁰ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 97: Show TV Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁶⁷¹

Haber Dışişleri bakanı Çavuşoğlu'nun görüntüleri eşliğinde yine Çavuşoğlu'nun konuşmalarının ekranda yazılı şekilde gösterilmesi ile devam etmektedir. Haberin devamında başka bir AB ülkesi olan Danimarka'nın başbakan Binali Yıldırım'ın programının ertelenmesine ilişkin haberle devam etmekte AB'nin Türkiye'ye karşı toplu bir tutum sergilediği belirtilmektedir.



Fotoğraf 98: Show TV Ana Haber Bülteni Omuz Plan ⁶⁷²

⁶⁷¹ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁶⁷² Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

Görüntüde Göğüs plan ve baş plan arasında bir çekim ölçeğiyle ekranın solunda Danimarka Başbakanı ekranın sağ bölümünde ise üniformalı bir kadın korumanın görüntüsü yer almaktadır. Görüntünün üzerine sarı renk ve büyük harflerle DANİMARKA BAŞBAKANI “YILDIRIM PROGRAMI ERTELESİN” yazısı ve DANİMARKA’DAN TUHAF TALEP “ERTELEYİN” spotu yer almaktadır.

Haber başka bir AB ülkesi olan İsviçre’nin Blick gazetesinin görüntüsü ile devam etmektedir. Ekranda Blick gazetesinin ilk sayfasında yer alan ve Türkçe başlıkla “Erdoğan’ın diktatörlüğüne HAYIR oyu kullanın!” başlığının olduğu sayfa yakınlaştırılarak ekrana getirilmektedir. Ekranın altında DANİMARKA’DAN TUHAF TALEP “ERTELEYİN” spotu yer almaya devam etmektedir.



Fotoğraf 99: Show TV Ana Haber Bülteni Blick Gazetesi⁶⁷³

Haberin başlığının Türkçe yazılmasına vurgu yapılmakta ve bu içerik görselle desteklenmektedir. Haber AK Parti Genel Başkan Yardımcısı Erol Kaya’nın konuşması ile devam etmektedir. Ekranda konuşan Kaya göğüs planda verilmekte, ekranın sağ üst köşesinde yer alan “SICAK HABER” yazısı ve Kaya’nın konuşmalarının yazılı hali ile İSVİÇRE BASININDA “HAYIR” KAMPANYASI spotu görülmektedir.

⁶⁷³ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 100: Show TV Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁶⁷⁴

Haber AB parlamentosundan görüntüler ve Bakan Çelik'in konu ile ilgili görüşlerinin aktarılmasıyla tamamlanmaktadır.



Fotoğraf 101: Show TV Ana Haber Bülteni Genel Plan⁶⁷⁵

⁶⁷⁴ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁶⁷⁵ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

Ekranda geniş planda parlamentoda oturan yetkililerin olduğu bir görüntü üzerinde AB “TÜRKİYE AŞIRI SÖYLEMDEN KAÇINSIN”, yazısı ve ANKARA’DAN ÇOK SERT 2 NOTA” spotu yer almaktadır.



Fotoğraf 102: Show TV Ana Haber Bülteni Ömer Çelik⁶⁷⁶

AB bakanı Ömer Çelik’in göğüs planda görüntüsü ve söylemlerinin sarı renk yazı ile ekranda yazıldığı görülmektedir. Altta Çelik’in ifadesi “BAKAN ÇELİK: MÜLTECİ GEÇİŞLERİ DEĞERLENDİRİLMELİ” spotu yer almaktadır. Devlet yetkililerinin olaya ilişkin açıklamalarına ait bütün görüntülerin göğüs planda yapıldığı görülmektedir. Göğüs plan kullanımı konuşmacının olaya dair duygu ve düşüncelerinin yanısıra yüz ifadesinin rahatlıkla anlaşılmasını sağlayan bir çekim ölçeği olması nedeniyle tercih edilir.

Haberin bültende yer alma süresi yaklaşık 3 dakikadır. 13 Mart 2017 tarihinde SHOW TV ana haber bülteninde yer alan 22 haberden 5 ‘i doğrudan veya dolaylı olarak “Hollanda Krizi” ile ilişkili haberlerden oluşmakta ve 57 dakika süren ana haber bülteninin yaklaşık 18 dakikası boyunca bülten içerisinde yer alan haberler bu olayla ilişkilendirilerek sunulmaktadır

⁶⁷⁶ Show TV Ana Haber bülteninden alınmıştır.

Kanal 7 Ana Haber Bülteni “Hollanda’ya Hesap Soruldu” Başlıklı Haberin Görüntü Çerçevelemesinin Çözümlemesi

Bu haber 13 Mart 2017 Pazartesi günü Kanal 7 ana haber bülteninin ilk haberi olarak verilmiştir. Haberin konusu Türkiye Dışışleri bakanı ve Aile bakanının 11 Mart 2017 tarihinde Hollanda’ya girişlerinin yapılmasına izin verilmemesi üzerine yaşanan diplomatik sorunla ilgilidir.

Ana haber bülteninin giriş jeneriğinden hemen sonra spiker Tümer Doğru bel planda masada oturmuş vaziyette gösterilmektedir. Stüdyonun fonu olarak kullanılan ekranda olay gününe ait görüntü yer almaktadır.



Fotoğraf 103: Kanal 7 Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁶⁷⁷

Tümer Doğru haberi sunarken tepkisini jest ve mimikleri ile beden dilini kullanarak göstermektedir. Ekranın sol alt köşesinde Kanal 7’ye ait facebook hesabı yer almaktadır. Haber sunumu ekranda olay günü görüntülerinin gösterilmesi ile devam etmektedir.

⁶⁷⁷ Kanal 7 Ana Haber bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 104: Kanal 7 Ana Haber Bülteni Yakın Plan Kullanımı⁶⁷⁸

Ekranda köpek tarafından ısırılan kişinin yerde yattığı ve etrafında polislerin olduğu görüntü yer almaktadır. Görüntüde yere yüz üstü düşmüş bir kişi, üzerinde bir köpek, köpeği boynundaki tasmağa takılı iple tutmaya çalışan bir polis ve etrafta yer alan insanlar gösterilmektedir.



Fotoğraf 105: Kanal 7 Ana Haber Bülteni İç Kadraj Kullanımı⁶⁷⁹

⁶⁷⁸ Kanal 7 Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁶⁷⁹ Kanal 7 Ana Haber bülteninden alınmıştır.

Aile bakanı Fatma Betül Sayan Kaya ve Hollandalı polislerin olay anındaki konuşmalarının görüntülendiği kare ekranda görülmektedir. Ekranın altında Haber Saati ana haber bültenine ait mavi bant ve dünya logosunun olduğu kısımda “HOLLANDA’YA HESAP SORULDU” altında ise “İKİ NOTA VERİLEREK RESMİ ÖZÜR İSTENDİ” spotu yer almaktadır.

Haberin üst sol köşesinde standart olarak bulunan kanal logosu sağ üst köşede ise haberin AA’dan alındığını gösteren AA logosu yer almaktadır. Bakan ve tercüme yapan kişi siyah bir çizgi içerisinde yerleştirilmiş ekranın geri kalan kısmı ise flu bir şekilde gösterilmektedir. Bir sonraki görüntü de aynı görüntünün daha yakın plan net ve tam ekranda polisin amorsundan bakan Sayan’ın yüzünün görüldüğü bir çekimle verilmektedir



Fotoğraf 106: Kanal 7 Ana Haber Bülteni Göğüs Plan Kullanımı⁶⁸⁰

Göğüs plan kadrajın içerisinde yer alan kişiye yaklaşmamıza olanak tanır. Bu ölçek tercihi ile Fatma Betül Sayan’ın durum karşısındaki duyguları, yaşadığı can sıkıcı durum izleyicinin dikkatine sunulmaktadır. Bakan ve etrafında bulunanların yüz ifadesiyle yaşanan durumun can sıkıcılığı vurgulanacak yakın plan çekimle görüntüler ekranda yer almaktadır. Haber süresince olaya ait görüntüler tekrar tekrar gösterilerek verilmektedir. Hükümetin demeçlerinin bulunduğu kısımda da ilgili kişilerin görüntüleri ekrana getirilmektedir.

⁶⁸⁰ Kanal 7 Ana Haber bülteninden alınmıştır.



Fotoğraf 107: Kanal 7 Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁶⁸¹

Bakanı karşılamaya gelen topluluğun tepkisi dile getirilirken ekranda ellerinde Türk bayrağı bulunan bir kalabalık gösterilmekte ekran tasarımı ve spot stabil bir şekilde haber süresince gösterilmeye devam etmektedir.



Fotoğraf 108: Kanal 7 Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁶⁸²

⁶⁸¹ Kanal 7 Ana Haber bülteninden alınmıştır.

⁶⁸² Kanal 7 Ana Haber bülteninden alınmıştır.

Ekranda bakan Çavuşoğlu'nun durum değerlendirmesine ait görüntüsü yer almaktadır. Muhabirlerin konu ile ilgili sorularını yanıtlayan Çavuşoğlu ve arkasında duran bir grup insan yer almaktadır. Görüntü üzerinde “HOLLANDA’YA HESAP SORULDU” ve “İKİ NOTA VERİLEREK RESMİ ÖZÜR İSTENDİ” spotu yer almaktadır. Çavuşoğlu'nun dolayısıyla Dışişleri bakanlığı ve hükümetin konuya ilişkin tutumu bu spot üzerinden tekrar vurgulanarak izleyiciye verilmektedir. Görüntüde Çavuşoğlu göğüs planda gösterilmektedir. Bu plan çekimlerde konuşmacının jest ve mimikleri olaya karşı sergilediği tutum ve davranışları rahatlıkla görülebildiği için tercih edilen bir ölçektir. Burada bakanın yaşanan olumsuz olaya ilişkin duygu ve düşüncelerinin ve gösterdiği tepkinin izleyicilere verilmesi için göğüs plana yakın bir ölçekte olaya ilişkin açıklamaları verilmektedir. Haberin sağ üst köşesinde görüntülerin Anadolu Ajansı'ndan alındığını gösteren logo yer almaktadır. Ajans görüntüsünün hemen hemen bütün kanallarda benzer bir şekilde kullanıldığı görülmektedir.



Fotoğraf 109: Kanal 7 Ana Haber Bülteni İkili Ekran Kullanımı⁶⁸³

Haber, kanal muhabirinin Ankara'dan yayına bağlanması ve Ankara'daki durumu anlatmasıyla devam etmektedir. Ekranda ikili kullanımla sol tarafta bakan Sayan ve

⁶⁸³ Kanal 7 Ana Haber bülteninden alınmıştır.

olay gününe ait görüntüler yer alırken sağ tarafa ise muhabirin görüntüsü yerleştirilmiştir. Spot ve logo sabit bir şekilde ekranda yer almaya devam etmektedir.



Fotoğraf 110: Kanal 7 Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁶⁸⁴

Görüntüde olayı protesto eden kalabalığı çembere almış Hollanda polislerinin arkadan çekilmiş görüntüleri yer almaktadır. Haber hükümetin durum ile ilgili değerlendirmesine ait bilgilendirme ile son bulur. Bütün haber boyunca olaya ait aynı görüntülerin haber sunumu ve yetkililerin konuşmalarını görsel açıdan destekleyecek şekilde tekrar tekrar gösterildiği görülmektedir.

Haberin bültende yer alma süresi yaklaşık 3 dakika 37 saniyedir. 13 Mart 2017 tarihinde Kanal 7 ana haber bülteninde yer alan 26 haberden 12'si doğrudan veya dolaylı olarak "Hollanda Krizi" ile ilişkili haberlerden oluştuğu ve 47 dakika 12 saniye süren ana haber bülteninin yaklaşık 24 dakikasının bu olayla ilişkilendirilerek sunulduğu görülmektedir.

⁶⁸⁴ Kanal 7 Ana Haber bülteninden alınmıştır.

3.4.2. “Hollanda Krizi” Örnek Haberinin Görüntü Çerçevelemesinin Değerlendirilmesi

“Hollanda Krizi” örnek olayına ait haberin görüntü çerçevelemesi çözümlemesi bağlamında incelendiği TRT 1, ATV, FOX TV, Kanal D, Show TV ve Kanal 7 televizyon kanallarına ait ana haber bültenlerinin tamamında 13 Mart 2017 tarihinde ilk haber olarak yer aldığı görülmektedir. Haberin görüntü çerçevelemesi çözümlemesi sonucunda elde edilen veriler aşağıda tablo ile gösterildiği gibidir.

HOLLANDA KRİZİ HABERİNE AİT GÖRÜNTÜ ÇERÇEVELEMESİ DEĞERLENDİRME TABLOSU						
	TRT 1	ATV	FOX TV	KANAL D	SHOW TV	KANAL 7
Benzer görüntü kullanımı	Var	Var	Var	Var	Var	Var
İkili ekran kullanımı	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Yetkili kişilerin görüşlerine yer verme	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Grafik ve tablo kullanımı	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Muhabirle canlı bağlantı	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Simge ve sembol kullanımı	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Görüntü içerisinde dikkat çekilecek kareyi belirginleştirmek için çeşitli tekniklerin kullanılması	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Sunum ve içeriğe uygun spot kullanımı	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Haber içeriğinin uygun görüntü ile desteklenmesi	Var	Var	Var	Var	Var	Var

Tablo 54: Hollanda Krizi Haberinin Görüntü Çerçevelemesi Değerlendirme Tablosu⁶⁸⁵

⁶⁸⁵ Veriler Ana Haber Bültenlerinden elde edilmiştir.

Görüntü çerçevelemesi çözümlemesi yapılan “Hollanda Krizi” haberinde örnekleme dahil edilen TRT 1, ATV, FOX TV, Kanal D, Show TV ve Kanal 7 televizyon kanallarına ait ana haber bültenlerinin tamamında haberin benzer çerçevelerle verildiği görülmektedir. Haberlerde kullanılan görüntülerin tamamına yakınının aynı olduğu, haber içerisinde görüntüye uygun spotların kullanılarak haberin etkisinin arttırılmaya çalışıldığı, Türkiye Cumhuriyeti’nin Ankara, Dışişleri ve hükümet gibi kavramlarla temsil eden spotlara yer verildiği görülmektedir.

Haberlerde grafik, tablo, harita kullanımı, yetkili kişilerin görüşlerine yer verilirken yetkililerin kullandığı ifadelerin yazıyla da ekranda gösterilerek vurgulandığı görülmektedir. Örnek habere ait görüntülerde öne çıkarılmak istenen görüntülerin belirginleştirilmesi için büyütme, daire içerisine alma, çerçeve ile belirginleştirme, ok ile gösterme gibi yöntemlere başvurulduğu ve izleyicinin dikkatinin istenilen noktaya çekilmeye çalışıldığı görülmektedir.

Türkiye Cumhuriyeti Devleti’nin temsilcisi düzeyinde bir devlet bakanına yapılan bu muamelenin bütün kanallarda eleştirilmesi ve yaşanan olaya tepki gösterilmesi son derece olağan bir durumdur. Hükümete en muhalif kişi veya kurumların bile ulus devlet düşüncesiyle devletin bakanına yapılan bu muameleyi eleştirmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Ulus devlet anlayışı çerçevesinde, devletin ulusal egemenliğinin temsilcisi olarak görülen bir devlet bakanının maruz kaldığı bu davranış karşısında bütün televizyon kanallarının bu davranışı eleştirel bir bakış açısıyla ele alması ve ulus devletçi bir perspektifle yorumlaması beklenen bir durum olarak değerlendirilmektedir. Yapılan görüntü çerçevelemesi çözümlemesi sonucunda örneklem içerisinde yer alan bütün televizyon kanallarının bu haberi benzer görüntü çerçevelemesi ile haberleştirdikleri ve devlet odaklı bir bakış açısı yaratıldığı görülmektedir. Haberde kurulan çerçeveler ile siyasal iktidarın bakış açısının toplumsal bakışa indirgenmeye çalışıldığını söylemek mümkündür.

3.4.3. “Türk Telekom Reklam Filmi” Örnek Haberinin Görüntü Çerçevelemesinin Çözümlemesi

Çalışmanın örneklemini oluşturan haber, İletişim operatörü Türk Telekom’un yeni pazarlama iletişimi stratejisi “Sen Yeter ki Hayal Et” kapsamında hazırlanan reklam filminin televizyon kanallarında haberleştirilmesidir.

Örnek haberler 15 Mart 2017 tarihinde yapılan televizyon haberlerinden seçilmiştir. Bu tarihlerde örnekleme dahil edilen *TRT 1*, *ATV*, *KANAL D*, *FOX TV*, *SHOW TV* ve *KANAL 7* televizyon kanallarına ait ana haber bültenleri incelendiğinde Türk Telekom reklam filmine ait haberin TRT1, Fox TV, Kanal 7 ve Kanal D ana haber bültenlerinde yer aldığı Show TV ve ATV de ise konusal çerçevenin dışında bırakılarak ana haber bültenlerinde yer almadığı görülmektedir.

Haberin yer aldığı *TRT 1*, Fox TV, Kanal 7 ve Kanal D ana haber televizyon kanallarına ait ana haber bültenlerinde yer alış biçimleri görüntü çerçevelemesi çözümlemesi yapılarak incelenmekte ve toplumsal bakışın nasıl oluşturulduğu saptanmaya çalışılmaktadır. Haber Show TV ve ATV ana haber bültenlerinde yer almadığı için çözümleme *TRT1*, Fox TV, Kanal 7 ve Kanal D kanallarında yer alan haberler üzerinden yapılmaktadır.

Reklamın İçeriği

Reklam ‘Sen Yeter ki Hayal Et’ temasıyla başarı öykülerini anlatmaya yöneliktir. Bu bağlamda reklam filminde dünyaca ünlü Portekizli futbolcu Cristiano Ronaldo ve sıradan bir yaşam süren ancak hayallerini gerçekleştirmek için bir tiyatro topluluğu kurarak yazdığı oyunları köyünde sahneleyerek hayallerinin peşinden koşan ve azmi sayesinde çektiği ‘Yün Bebek’ filmiyle New York Avrasya Film Festivali’nde büyük ödüle layık görülen Ümmiye Koçak yer almaktadır. Ümmiye Koçak hem oyuncu hem de reklam filminin yönetmeni olarak projede yer almaktadır.

TRT 1 Ana Haber Bülteni “Ronaldo Oynadı Ümmiye Teyze Çekti” Başlıklı Haberin Görüntü Çerçevelemesinin Çözümlemesi

Bu haber 15 Mart 2017 Çarşamba günü TRT 1 ana haber bülteninde 19. haber olarak verilmiştir. Haberin bültende yer alma süresi 1 dakika 52 saniyedir. Haber Erhan Çelik’in Ümmiye Koçak İle ilgili bir ön bilgi vermesiyle başlamaktadır. Bu kısa bilgilendirmenin arkasından reklam ile ilgili görüntüler ekrana gelmektedir. İlk görüntü Fotoğraf 111’de gösterilmektedir.



Fotoğraf 111: TRT 1 Ana Haber Bülteni Türk Telekom Reklam Filmi Görüntüsü⁶⁸⁶

Ekranda sırtı dönük vaziyette set ortamında yönetmen koltuğuna oturmuş Ümmiye Koçak ve set çalışanları Cristiano Ronaldo genel planda gösterilmektedir. Genel planın izleyiciye olayın geçtiği mekan ve ortamı tanıtmak açısından tercih edildiği görülmektedir.

Görüntü çerçevesi içerisinde yer alan Koçak’ın oturduğu koltuğun arkasında beyaz zemin üzerine büyük harfler ve siyah renkle yönetmen yazmaktadır. Yönetmen yazısının altında baş harfleri büyük olmak üzere Ümmiye Koçak yazısı yer almaktadır. Ümmiye Koçak’ın sırtında fıstık yeşili yün fanilas, başına bağladığı etrafı oyalı al yazması ve şalvarı yaşam tarzı hakkında referans vermektedir.

⁶⁸⁶ TRT 1 Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

Görüntü ekranda 2 saniye kadar yer aldıktan sonra Koçak'ın kestik demesi ve ayağa kalkarak Ronaldo'ya doğru yürümesi eş zamanlı bir şekilde gerçekleşmektedir. Kesme ile ikinci görüntü ekrana gelmektedir.



Fotoğraf 112: TRT 1 Ana Haber Bülteni Spot Kullanımı ⁶⁸⁷

Geniş planda gösterilen set ortamında yönetmen koltuğundan kalkarak Ronaldo'ya doğru yürüyen Ümmiye Koçak'ın "nasıl olmuş Renaldo oğlum" diyerek Ronaldo'ya bakması ve Ronaldo'nun "süper olmuş Emmiye teyze" diyerek Ümmiye Koçak'a sarılmasıyla devam eder. Reklam filminden alınan bu görüntülerle reklamın reklamının yapıldığını söylemek mümkündür. TRT 1 ana haber bülteni bandı üzerinde RONALDO OYNADI ÜMMİYE TEYZE ÇEKTİ spotu yer almaktadır.

⁶⁸⁷ TRT 1 Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.



Fotoğraf 113: TRT 1 Ana Haber Bülteni Yakın Plan Kullanımı⁶⁸⁸

Ekran çerçevesi içerisinde referans monitörü içerisinde yer alan ekranda omuz planda yüzünde gülümseme ile Ronaldo gösterilmekte, ekranın sol köşesinde is baş planda biraz daha yakında set çalışanı bir kadın elinde üzerinde ‘SEN YETER Kİ HAYAL ET’ ve Director ÜMMİYE KOÇAK yazan klaketle görülmektedir. TRT 1 ana haber bülteni bandı üzerinde RONALDO OYNADI ÜMMİYE TEYZE ÇEKTİ spotu yer almaktadır.

Bu haber girişinden sonra Türk Telekom reklam filminin içeriği ve Ümmiye Koçak’ın yaşam hikayesi özelinde bu filmde yer almasının hangi aşamalardan geçerek gerçekleştiği uygun görüntü ve spotlarla desteklenerek haber içerisinde yer almaktadır. Haberde Koçak’ın çalışmalarına ait arşiv görüntüler ve reklam filmine ait kamera arkası görüntülerin haber içeriğini destekleyecek biçimde kullanıldığı görülmektedir. Fotoğraf 114, 115, 116 ve 117’de yer alan görüntüler haber boyunca haber içeriğini destekleyecek biçimde kullanılmıştır.

⁶⁸⁸ TRT 1 Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.



Fotoğraf 114: TRT 1 Ana Haber Bülteni Türk Telekom Reklam Filmi Görüntüsü⁶⁸⁹



Fotoğraf 115: TRT 1 Ana Haber Bülteni Türk Telekom Reklam Filmi Görüntüsü⁶⁹⁰



Fotoğraf 116: TRT 1 Ana Haber Bülteni Türk Telekom Reklam Filmi Görüntüsü⁶⁹¹

⁶⁸⁹ TRT 1 Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

⁶⁹⁰ TRT 1 Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

⁶⁹¹ TRT 1 Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.



Fotoğraf 117: TRT 1 Ana Haber Bülteni Türk Telekom Reklam Filmi Görüntüsü⁶⁹²

Haber boyunca reklam filmine ait görüntüler ile kamera arkası görüntülerin bir arada kullanıldığı Ümmiye Koçak ile ilgili bilgilerin verildiği kısımlarda Koçak'ın daha önce çekilmiş arşiv görüntülerin haber içeriğine uygun biçimde kullanıldığı ve haberin uygun spotlarla desteklendiği görülmektedir.

Kanal D Ana Haber Bülteni “Reklamı Ümmiye Teyze Çekti” Başlıklı Haberin Görüntü Çerçevelemesinin Çözümlemesi

Bu haber 15 Mart 2017 Çarşamba günü Kanal D ana haber bülteninde 31. haber olarak verilmiştir. Haberin bültende yer alma süresi 1 dakika 42 saniyedir. Haber Ahmet Hakan'ın Ümmiye Koçak ile ilgili bir ön bilgi vermesiyle başlamaktadır. Bu kısa bilgilendirmenin arkasından reklam ile ilgili görüntüler ekrana gelmektedir. Haber boyunca reklam filmine ait görüntüler, kamera arkası görüntüleri ve Ümmiye Koçak'a ait arşiv görüntülerin haber içeriğini destekleyici biçimde kullanıldığı görülmektedir. Reklam haberine ait görüntüler Fotoğraf 118, 119,120, 121 ve 122' de gösterilmektedir.

⁶⁹² TRT 1 Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.



Fotoğraf 118: Kanal D Ana Haber Bülteni Yakın Plan Kullanımı⁶⁹³



Fotoğraf 119: Kanal D Ana Haber Bülteni Genel Plan⁶⁹⁴



Fotoğraf 120: Kanal D Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁶⁹⁵

⁶⁹³ Kanal D Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

⁶⁹⁴ Kanal D Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

⁶⁹⁵ Kanal D Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.



Fotoğraf 121: Kanal D Ana Haber Bülteni Ümmiye Koçak Göğüs Plan ⁶⁹⁶



Fotoğraf 122: Kanal D Ana Haber Bülteni Arşiv Görüntü Kullanımı ⁶⁹⁷

Habere ilişkin görüntüler incelendiğinde reklam filmi ve kamera arkası görüntüler ile Koçak'ın çalışmalarına ait arşiv görüntülerin haber içeriğini destekleyecek biçimde kullanıldığı görülmektedir.

Çekim ölçekleri kullanımı açısından ortamın gösterildiği görüntülerde genel plan çekimlerin tercih edildiği Ronaldo ve Ümmiye Koçak arasında gelişen ve reklamda da

⁶⁹⁶ Kanal D Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

⁶⁹⁷ Kanal D Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

vurgulanan samimi ilişkinin vurgulandığı sahnelerde ise yakın plan çekimlerin yoğun bir şekilde kullanıldığı görülmektedir.

FOX TV Ana Haber Bülteni “Ronaldo Oynadı Ümmiye Teyze Yönetti” Başlıklı Haberin Görüntü Çerçevelemesinin Çözümlemesi

Bu haber 15 Mart 2017 Çarşamba günü Fox TV ana haber bülteninde 17. haber olarak verilmiştir. Haberin bültende yer alma süresi 1 dakika 16 saniyedir. Haber Fatih Portakal’ın Ümmiye Koçak İle ilgili çok kısa bir ön bilgi vermesiyle başlamaktadır.

Bu kısa bilgilendirmenin arkasından reklam ile ilgili görüntüler ekrana gelmektedir. Haber boyunca fonda üst ses olarak Ümmiye Koçak ve başarı öyküsü anlatılırken reklam filmine ait görüntüler, kamera arkası görüntüleri ve Ümmiye Koçak’a ait arşiv görüntülerin haber içeriğini destekleyici biçimde kullanıldığı görülmektedir. Reklam haberine ait görüntüler Fotoğraf 123, 124, 125 ve 126’da gösterilmektedir.



Fotoğraf 123: FOX TV Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁶⁹⁸

⁶⁹⁸ FOX TV Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.



Fotoğraf 124: FOX TV Ana Haber Bülteni Yakın Plan Kullanımı⁶⁹⁹



Fotoğraf 125: FOX TV Ana Haber Bülteni Genel Plan Kullanımı⁷⁰⁰



Fotoğraf 126: FOX TV Ana Haber Bülteni Göğüs Plan Kullanımı⁷⁰¹

⁶⁹⁹ FOX TV Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

⁷⁰⁰ FOX TV Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

⁷⁰¹ FOX TV Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

Haber boyunca benzer görüntülerin içeriği destekleyici bir biçimde “RONALDO OYNADI ÜMMİYE TEYZE YÖNETTİ” spotu eşliğinde ekranda gösterildiği görülmektedir. Ortam ve mekanın gösterildiği görüntülerde genel plan çekimler yer alırken Ümmiye Koçak ve Ronaldo ile ilgili bilgilendirme yapıldığında oyuncuların bel ve göğüs plan çekimlerle daha yakın gösterildiği görülmektedir.

Kanal 7 Ana Haber Bülteni “Arslanköy’den New York’a” Başlıklı Haberin Görüntü Çerçevelemesinin Çözümlemesi

Bu haber 15 Mart 2017 Çarşamba günü Kanal 7 ana haber bülteninde 21. haber olarak verilmiştir. Haberin bültende yer alma süresi ortalama 1 dakika 23 saniyedir. Haber Tümer Doğru’nun Ümmiye Koçak ile ilgili bir ön bilgi vermesiyle başlamaktadır. Bu bilgilendirmenin arkasından reklam ile ilgili görüntüler ekrana gelmektedir. Haber boyunca arka fonda üst ses olarak Ümmiye Koçak ve başarı öyküsü anlatılırken reklam filmine ait görüntüler, kamera arkası görüntüleri ve Ümmiye Koçak’a ait arşiv görüntülerin haber içeriğini destekleyici biçimde kullanıldığı görülmektedir. Reklam haberine ait görüntüler Fotoğraf 127, 128, 129 ve 130’da gösterilmektedir.



Fotoğraf 127: Kanal 7 Ana Haber Bülteni Türk Telekom Reklam Filmi Genel Plan Görüntüsü⁷⁰²

⁷⁰² Kanal 7 Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.



Fotoğraf 128: Kanal 7 Ana Haber Bülteni Yakın Plan Kullanımı⁷⁰³



Fotoğraf 129: Kanal 7 Ana Haber Bülteni Göğüs Plan Kullanımı⁷⁰⁴

⁷⁰³ Kanal 7 Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

⁷⁰⁴ Kanal 7 Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.



Fotoğraf 130: Kanal 7 Ana Haber Bülteni Yakın Plan Kullanımı⁷⁰⁵

Haber boyunca reklam filmi, kamera arkası görüntüler ile Ümmiye Koçak’a ait arşiv görüntülerin içeriği destekleyici bir biçimde “ARSLANKÖY’DEN NEW YORK’A” spotu eşliğinde ekranda gösterildiği görülmektedir. Ortam ve mekanın gösterildiği görüntülerde genel plan çekimler yer alırken Ümmiye Koçak ve Ronaldo ile ilgili bilgilendirmenin yapıldığı kısımlarda oyuncuların bel ve göğüs plan çekimlerle daha yakın gösterildiği görülmektedir.

15 Mart 2017 tarihinde örneklem içerisinde yer alan ATV ve Show TV ana haber bültenlerinde Türk Telekom Reklam filmine ait olay konusal çerçevenin dışında bırakılarak haber bülteni içerisinde yer almadığı için bu kanallara ait çözümleme yapılmamıştır.

3.4.4. “Türk Telekom Reklam Film” Örnek Haberinin Görüntü Çerçevelemesinin Değerlendirilmesi

“Türk Telekom Reklam Film” örnek olayına ait haber görüntü çerçevelemesi çözümlemesi bağlamında incelenmiş ve 15 Mart 2017 tarihinde TRT 1, FOX TV, Kanal D ve Kanal 7 televizyon kanallarına ait ana haber bültenlerinde farklı haber

⁷⁰⁵ Kanal 7 Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

sıralamaları ile bültende yer alırken ATV ve Show TV ana haber bültenlerinde bu konuya ilişkin habere yer verilmediği saptanmıştır. Habere ait görüntü çerçevelemesi çözümlemesi sonucunda elde edilen veriler aşağıdaki tabloda gösterildiği gibidir.

TÜRK TELEKOM REKLAM FİLMİ HABERİNE AİT GÖRÜNTÜ ÇERÇEVELEMESİ DEĞERLENDİRME TABLOSU				
	TRT 1	FOX TV	KANAL D	KANAL 7
Benzer Görüntü Kullanımı	Var	Var	Var	Var
Arşiv Görüntü Kullanımı	Var	Var	Var	Var
Grafik ve Tablo Kullanımı	Yok	Yok	Yok	Yok
Simge ve Sembol Kullanımı	Var	Var	Var	Var
Sunum ve İçeriğe Uygun Spot Kullanımı	Var	Var	Var	Var
Haber İçeriğinin Uygun Görüntü İle Desteklenmesi	Var	Var	Var	Var

Tablo 55: Türk Telekom Reklam Filmi Haberinin Görüntü Çerçevelemesi Değerlendirme Tablosu⁷⁰⁶

Görüntü çerçevelemesi çözümlemesi yapılan “Türk Telekom Reklam Filmi” haberinde örnekleme dahil edilen TRT 1, FOX TV, Kanal D ve Kanal 7 televizyon kanallarına ait ana haber bültenlerinin tamamında haberin benzer çerçevelerle verildiği görülmektedir. Haberlerde kullanılan görüntülerin tamamına yakınının aynı olduğu, haber içerisinde görüntüye uygun spotların kullanılarak haberin etkisinin arttırılmaya çalışıldığı görülmektedir.

Haberin yer aldığı dört kanala ait ana haber bülteninde Ümmiye Koçak’ın başarı öyküsünün yüceltilerek verildiği düşünülse de Koçak’ın temsil ettiği köylülük, kadınlık, Anadolu’lu olmak vb. kavramların aslında örtük bir biçimde ötekileştirildiğini söylemek mümkündür. Haberde Ümmiye Koçak’ın Anadolu’dan olması, köyde yaşaması, başında yemeni ve ayağında şalvarına rağmen başarıyı yakaladığı

⁷⁰⁶ Veriler Ana Haber Bültenlerinden elde edilmiştir.

köylülüğün, giyim kuşamın başarıya engel teşkil etmediği söylenmesine ve toplumsal bakış bu şekilde oluşturuluyormuş görünmesine rağmen özünde kavramlara karşı gizil bir ötekileştirmenin bilinçaltına yerleştirildiğini söylemek mümkündür.

3.4.5.“Büyükanne Maaşı” Örnek Haberinin Görüntü Çerçevelemesinin Çözümlemesi

Çalışmanın örneklemini oluşturan haber, Çalışma Bakanlığı tarafından çalışan annelere destek olmak amacıyla Türkiye’de on pilot şehirde uygulamaya konulan torununa bakan büyükanne veya babaannelere verilecek 450 TL’lik bakım yardımı ile ilgilidir. Örnek haberler 15 Mart 2017 tarihinde yayınlanan ana haber bültenlerinden alınmıştır. Örneklemeye dahil edilen *TRT 1*, *ATV*, *KANAL D*, *FOX TV*, *SHOW TV* ve *KANAL 7* televizyon kanallarına ait ana haber bültenleri incelendiğinde Büyükanne maaşına ait haberin TRT1, Fox TV, Show TV ve Kanal D ana haber bültenlerinde yer aldığı, ATV ve Kanal 7 ana haber bültenlerinde ise konusal çerçevenin dışında bırakılarak bültende yer almadığı görülmektedir.

Haberin yer aldığı *TRT 1*, Fox TV, Show TV ve Kanal D televizyon kanallarına ait ana haber bültenlerinde yer alış biçimleri görüntü çerçevelemesi çözümlemesi yapılarak incelenmekte ve toplumsal bakışın nasıl oluşturulduğu saptanmaya çalışılmaktadır. Haber Kanal 7 ve ATV ana haber bültenlerinde yer almadığı için çözümleme *TRT 1*, Fox TV, Show TV ve Kanal D kanallarında yer alan haberler üzerinden yapılmaktadır.

TRT 1 Ana Haber Bülteni “Maaş Alacak Büyükanneler Belli Oldu” Başlıklı Haberinin Görüntü Çerçevelemesinin Çözümlemesi

Bu haber 15 Mart 2017 Çarşamba günü TRT 1 ana haber bülteninde 10. haber olarak verilmiştir. Haber bültende yer alma süresi ortalama 1 dakika 48 saniyedir. Haber Erhan Çelik’in uygulama ile ilgili ön bilgi vermesiyle başlamaktadır. Bu kısa bilgilendirmenin arkasından haber ile ilgili görüntüler ekrana gelmektedir.



Fotoğraf 131: TRT 1 Ana Haber Bülteni Göğüs Plan Kullanımı⁷⁰⁷

Habere ait ilk görüntü yetkili kişi Çalışma ve Ekonomi Bakanı Mehmet Müezzinoğlu'nun açıklamasını vermektedir. Müezzinoğlu kadrajda göğüs planda verilmekte kanala ait bandın üzerinde “MAAŞ ALACAK BÜYÜKANNELER BELLİ OLDU” spotu ile haber konusunda bir bilgilendirme yapılmaktadır. Müezzinoğlu'nun arkasında bir dünya atlası ve Anadolu Ajansı'na ait bayrak yer almaktadır.



Fotoğraf 132: TRT 1 Ana Haber Bülteni Röportaj Görüntüsü⁷⁰⁸

⁷⁰⁷ TRT 1 Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

⁷⁰⁸ TRT 1 Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

Bakanın açıklamasının ardından ekrana kucağında bebekle bir kadın gösterilmektedir. Muhabir TRT Haber yazılı mikrofonu ilgili kişiye uzatmaktadır. Göğüs plana yakın bir açıyla kadrajın içerisine konumlandırılan kişi bu uygulamadan ötürü yaşadığı mutluluğu muhabire anlatmaktadır. Çekim ölçeğinin izleyiciye konuşmacının yüz ifadesini görme olanağı verecek şekilde ayarlandığı görülmektedir.



Fotoğraf 133: TRT 1 Ana Haber Bülteni Genel Plan ⁷⁰⁹

Haber içeriği uygulama ile ilgili açıklamalar yaparken ekranda torunları ve çocukları ile çeşitli biçimlerde kadınlar gösterilmektedir. Haber boyunca “MAAŞ ALACAK BÜYÜKANNELER BELLİ OLDU” spotunun ekranda dönüşümlü olarak yer aldığı görülmektedir.



Fotoğraf 134: TRT 1 Ana Haber Bülteni Yakın Plan Görüntüsü ⁷¹⁰

⁷⁰⁹ TRT 1 Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

⁷¹⁰ TRT 1 Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

Görüntüde torunu ile ilgilenen annesine yer almaktadır. Bu görüntülerin haber boyunca sık sık kullanıldığı ve haber içeriğini görüntülerle desteklediği görülmektedir. Ekranda alınacak ücretin ne kadar olduğunu ve ödemelerin ne zaman yapılacağını gösteren “425 LİRALIK ÖDEMEYE NİSAN AYINDA BAŞLANACAK” spotu yer almaktadır. Spotların haber içeriğini vurgulamak ve uygun açıklamalar yapmak için işlevsel bir şekilde kullanıldığı görülmektedir.



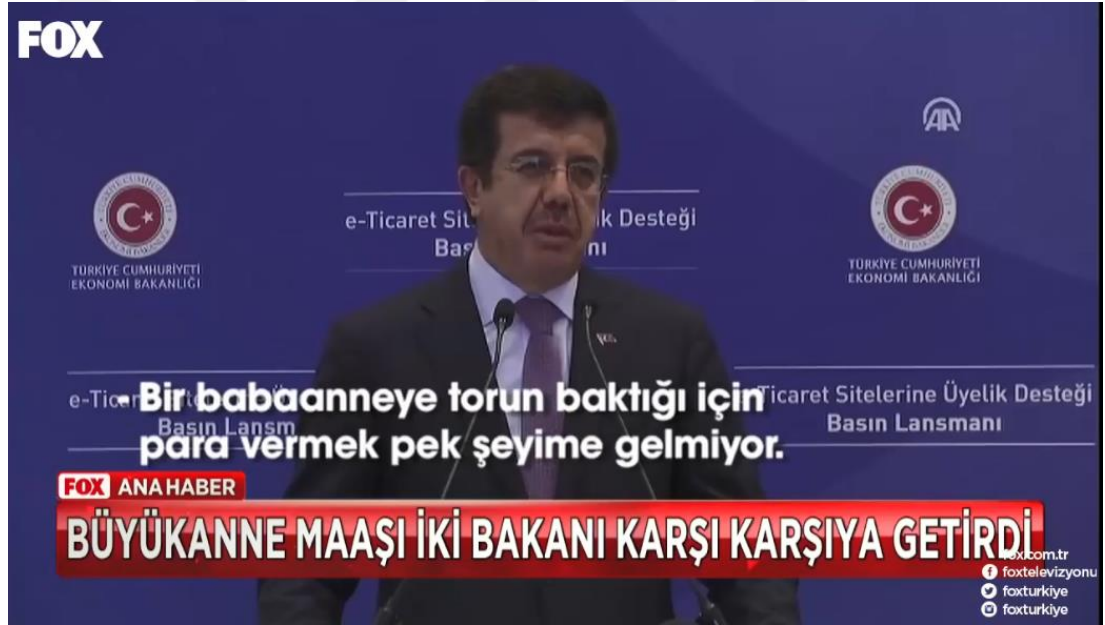
Fotoğraf 135: TRT 1 Ana Haber Bülteni Genel Plan Kullanımı⁷¹¹

Kanal muhabiri ve maaş almaya hak kazanmış annesine ve üç torununun yer aldığı görüntüde muhabir uygulama ile ilgili izleyicileri bilgilendirirken uygulama kapsamında bu haktan yararlanacak olan vatandaşların memnuniyetini ilgili kişilerin ağzından vererek uygulamanın işlevselliğine dair bir bakış oluşmasına katkıda bulunmaktadır. Ekranın altında TRT 1 Logosunun yer aldığı KJ bandı üzerinde de 425 LİRALIK ÖDEME NİSAN AYINDA BAŞLAYACAK yazılı spot yer almaktadır. Spot uygulamaya dair bilgilendirme içermektedir.

⁷¹¹ TRT 1 Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

FOX TV Ana Haber Bülteni “Büyükanne Maaşı İki Bakanı Karşı Karşıya Getirdi!” Başlıklı Haberin Görüntü Çerçevelemesinin Çözümlemesi

Bu haber 15 Mart 2017 Çarşamba günü FOX TV ana haber bülteninde 13. haber olarak verilmiştir. Haberin bültende yer alma süresi ortalama 1 dakika 50 saniyedir. Haber Fatih Portakal’ın uygulama ile ilgili ön bilgi vermesiyle başlamaktadır. Bu kısa bilgilendirmenin arkasından haber ile ilgili görüntüler ekrana gelmektedir. Fox TV kabinenin uygulamaya ilişkin farklı görüşleri üzerinde haberi çatışma çerçevesi içinde sunmaktadır.



Fotoğraf 136: FOX TV Ana Haber Bel Plan Kullanımı⁷¹²

Ekranda Ekonomi bakanı Nihat Zeybekçi bel planda önünde mikrofonlar arkasında bakanlığa ait logoların bulunduğu bir fon önünde konu ile ilgili görüşlerini açıklamaktadır. Uygulamaya sıcak bakmadığını ifade eden ekonomi bakanının konuşmalarının yazı ile ekranda gösterilerek konunun vurgulandığı görülmektedir. Haber boyunca “BÜYÜKANNE MAAŞI İKİ BAKANI KARŞI KARŞIYA GETİRDİ” spotunun dönüşümlü olarak ekranda gösterildiği görülmektedir.

⁷¹² FOX TV Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

Bir sonraki görüntüde kanal muhabirinin vatandaşlarla yaptığı röportajdan bir kesit verilmektedir. Konu ile ilgili görüşlerini ifade eden yaşlı teyze bakanı ile benzer görüşü paylaştığını ve torunların karşılık beklemeden bakılması gerektiğini söylemektedir.

Ekranı ekonomi bakanı: para için torun bakılmaz” spotu ve yaşlı teyzenin konuya dair görüşlerinin birbiriyle örtüşecek biçimde editoryal bir müdahaleden geçtiği düşünülmektedir.



Fotoğraf 137: FOX TV Ana Haber Bülteni Röportajı⁷¹³



Fotoğraf 138: FOX TV Ana Haber Bülteni İkili Ekran Kullanımı⁷¹⁴

⁷¹³ FOX TV Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

⁷¹⁴ FOX TV Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

Bir sonraki görüntüde grafik ve ikili ekran kullanımı yapıldığı görülmektedir. Kanalın kullandığı kırmızı fon üzerinde torun desteği alacak kişi sayısı ve ücrete ilişkin bir bilgilendirme yazılı bir şekilde yer almakta yazılar seslendirilerek pekiştirilmekte ve aynı zamanda ekranın soluna yerleştirilen bölmede de torun annesinin ve çocukları ile kadınlara ilişkin destekleyici görüntüler habere eşlik etmektedir.



Fotoğraf 139: FOX TV Ana Haber Bülteni Çoklu Ekran Kullanımı⁷¹⁵

Haberi yapan muhabirin görüntüsünün ortada yer aldığı bu kadrada uygulamaya sıcak bakmadığını belirten ekonomi bakanının görüntüsü ekranın solunda ve Çalışma bakanı Mehmet Müezzinoğlu ekranın sağında konumlandırılarak çoklu ekran kullanımı ile karşıtlıkların bir arada verildiği görülmektedir.

Ekran karelerinde yer alan görüntülerin bakış boşluğu uygun bir biçimde ekrana yerleştirilmiştir. Muhabir kameraya direk bakarak uygulamaya ilişkin durumu izleyici ile göz teması kuracak şekilde anlatmaktadır.

⁷¹⁵ FOX TV Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

Show TV Ana Haber Bülteni “Maaş Alacak Olan Büyük Anneler Belli Oldu” Başlıklı Haberin Görüntü Çerçevelemesinin Çözümlemesi

Bu haber 15 Mart 2017 Çarşamba günü Show TV ana haber bülteninde 18. haber olarak verilmiştir. Haberin bültende yer alma süresi ortalama 2 dakika 58 saniyedir. Haber Jülide Ateş’in uygulama ile ilgili ön bilgi vermesiyle başlamaktadır. Bu kısa bilgilendirmenin arkasından haber ile ilgili görüntüler ekrana gelmektedir.



Fotoğraf 140: Show TV Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁷¹⁶

Jülide Ateş ekranın sol tarafına konumlandırılmış arkasındaki büyük ekranda kucığında bir çocuğu tutan ve yüzünde gülümseme olan bir kadının görüntüleri yer almaktadır.

Büyük ekranın sağ kısmının üst tarafında beyaz ve sarı renklerle büyük harflerle yazılan O İSİMLER BELLİ OLDU yazısı ekranın sağ alt kısmında ise SHOW HABER yazısı yer almaktadır. Ekranın altında kırmızı bandın üzerinde beyaz renkle İŞTE MAAŞ ALACAK OLAN BÜYÜKANNELER! Spotu yer almaktadır. Arka ekranda kullanılan yazılar ve grafiklerin renkleri kanalın kurumsal kimliğine uygun bir biçimde kullanılmıştır.

⁷¹⁶ Show TV Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.



Fotoğraf 141: Show TV Ana Haber Bülteni Büyükanne Görüntüsü⁷¹⁷

Ekrana gelen görüntüde başında eşarfbı ve gündelik ev kıyafetleri ile evde çocuğuyla ilgilenen bir büyükanne'nin görüntüsü gösterilmektedir. Arka fonda yer alan sekte haber içeriğı ile ilgili yapılan açıklamaların ekranda yazı ile gösterildiğı ve haber içeriğinin görsel unsurlarla desteklendiğı görölmektedir. Ekran görüntüsünde kırmızı bandın üzerinde İŞTE MAAŞ ALACAK OLAN BÜYÜKANNELER! Spotu yer almaya devam etmektedir. Haberin bir sonraki görüntüsü Çalışma bakanı Müezzinoğlu'nun konuya dair açıklama yaptığı konuşması ile ilgilidir.



Fotoğraf 142: Show TV Ana Haber Bülteni Göğüs Plan Kullanımı⁷¹⁸

⁷¹⁷ Show TV Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

⁷¹⁸ Show TV Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

Müezzinoğlu ekranın sağ tarafına yerleştirilmiş ve bakış boşluğu sol tarafa verilmiş şekilde ekran içerisinde göğüs planda gösterilmektedir. Arkasında bir dünya haritası ve Anadolu Ajansının bayrağı yer almaktadır. Ekranın altında kırmızı bandın üzerine büyük harflerle ve beyaz renkle yazılı MAAŞ ALACAK BÜYÜKANNELER BELLİ OLDU spotu yer almaktadır.

Müezzinoğlu'nun konuşmalarının ekrana yazı olarak verildiği ve haber içeriğinin görsel unsurlarla desteklendiği görülmektedir.

Bu görüntünün ardından kanal muhabirinin büyükanne maaşı almaya hak kazanan bir ailenin evinde yaptığı röportaj görüntüleri ekrana gelmektedir. Ekranda evin salonunda bağdaş kurarak oturan anne, muhabir, anneanne ve toruna ait görüntüler geniş planda gösterilmektedir. Haberin spotu ekranda yer almaya devam etmektedir.



Fotoğraf 143: Show TV Ana Haber Bülteni Genel Plan Kullanımı⁷¹⁹

Genel Plan ortam hakkında bilgilendirici unsurlar içermektedir. Muhabirin konuk olarak gittiği ailenin üyeleri ekranda yer almakta ve etraftaki kanepe, oyuncaklar vd. unsurlar ailenin yaşam biçimi hakkında izleyiciye referanslar sunmaktadır.

⁷¹⁹ Show TV Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.



Fotoğraf 144: Show TV Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁷²⁰

Haber sunuma ait ilgili görüntülerin gösterilmesi ve muhabirin konuk olduğu aile ile yaptığı röportaj ile devam etmektedir. Anneanne ve anne uygulamaya dair memnuniyetlerini muhabirle paylaşırken konuşmaları ekranda büyük harf ve sarı renkle verilmektedir. Yazımda konuşma dilinin kullanıldığı görülmektedir.



Fotoğraf 145: Show TV Ana Haber Bülteni Genel Plan Kullanımı⁷²¹

⁷²⁰ Show TV Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

⁷²¹ Show TV Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

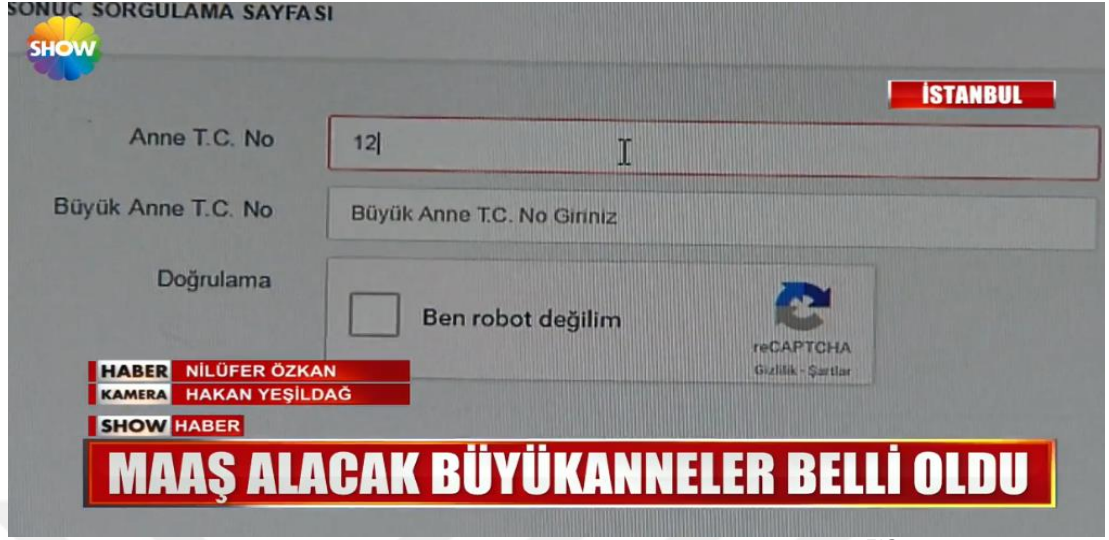
Haber muhabirin konuk olduğu başka bir ailenin görüntüleri ile devam etmektedir. Büyükanne dizinde torununu sallarken gösterilmektedir. Geniş plan çekimin tercih edildiğı görüntü evin salonunun ve mekânda yer alan diğer unsurların görülmesine ve izleyicinin ortam hakkında fikir sahibi olmasına olanak tanımaktadır. Etrafta çocuğun oyuncakları, koltuk oturma grubu, televizyon ve çocuğa ait örümcek ve bisiklet yer almaktadır.

Ekranı beyaz ve sarı renklerle büyükanne maaşı alacak pilot illerin isimleri sunuma paralel bir şekilde yazılarak gösterilmektedir. Ekranın alt kısmında İŞTE BÜYÜKANNE MAAŞI ALACAK OLAN BÜYÜKANNELER! Spotu yer almaktadır. Haber, muhabirin büyükanne maaşı ile ilgili uygulamayı, pilot illeri, alınacak ücreti ve bu ücreti alma koşullarına dair bilgilendirmeyi yaptıktan sonra bu uygulama için nereden ve nasıl başvuru yapılacağına dair bilgilendirmesi ile tamamlanmaktadır.



Fotoğraf 146: Show TV Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁷²²

⁷²² Show TV Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.



Fotoğraf 147: Show TV Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁷²³

Kanal D Ana Haber Bülteni “Torun Maaş Listesi Açıklandı” Başlıklı Haberin Görüntü Çerçevelemesinin Çözümlemesi

Bu haber 15 Mart 2017 Çarşamba günü Kanal D ana haber bülteninde 26. haber olarak verilmiştir. Haberin bültende yer alma süresi ortalama 1 dakika 39 saniyedir.



Fotoğraf 148: Kanal D Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁷²⁴

⁷²³ Show TV Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

⁷²⁴ Kanal D Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

Haber Ahmet Hakan'ın uygulama ile ilgili ön bilgi vermesiyle başlamaktadır. Hakan uygulamanın ne olduğu, neleri kapsadığı konusunda verileri paylaştıktan sonra bu uygulamaya dair yorumunu yapmakta ve bu bilgilendirmenin ardından haber ile ilgili görüntüler ekrana gelmektedir.



Fotoğraf 149: Kanal D Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁷²⁵

Habere ilişkin ilk görüntü Çalışma Bakanı Mehmet Müezzinoğlu'nun uygulama ile ilgili bilgilendirme ve maaş almaya hak kazanan isimleri açıkladığı toplantıya ait görüntülerden oluşmaktadır. Ekranda göğüs planda sağ tarafa konumlandırılan Müezzinoğlu'nun arkasında dünya haritası ve Anadolu Ajansına ait bayrak yer almaktadır. Ekranın altında yer alan kırmızı renkli bandın üzerinde TORUN MAAŞ LİSTESİ AÇIKLANDI yazılı spot yer almaktadır.

⁷²⁵ Kanal D Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.



Fotoğraf 150: Kanal D Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁷²⁶

Bir sonraki görüntüde Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekçi'nin uygulamaya dair görüşlerine yer verilmekte ve Zeybekçi'nin bu uygulamayı pek gerekli görmediği ve uygulama konusunda Çalışma Bakanı Müezzinoğlu ile aynı düşünceleri paylaşmadığını ifade ettiği açıklamaları haber içeriğini destekleyecek görüntülerle verilmektedir.



Fotoğraf 151: Kanal D Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁷²⁷

⁷²⁶ Kanal D Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

⁷²⁷ Kanal D Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

Kanal D'nin uygulamaya ilişkin farklı bakış açılarını haber içeriğine yansıttığı görülmektedir. Haber sunumu boyunca içeriğin uygun görsellerle desteklendiği ekrana parkta oynayan çocuklar, anne çocuk görüntüleri ve benzer görüntülerin kullanıldığı görülmektedir. Haber, bu maaşı almaya hak kazanan bir annenin röportajıyla devam etmektedir.



Fotoğraf 152: Kanal D Ana Haber Bülteni Röportaj Görüntüsü⁷²⁸

Ekranda göğüs planda yer alan başı türbanlı bir annenin üzerinde CNN Türk logosu bulunan mikrofona doğru konuştuğu görüntüler yer almaktadır. Çocuğuna bakan annesi için başvuru yaptığı bu maaşı almaya hak kazanan anne, bu uygulamanın çok mutluluk verici olduğunu, çalışan kadınlar için gerekli olduğunu ifade etmektedir. Görüntünün verildiği çekim ölçeği izleyicinin konuya dair görüşlerini ifade eden annenin yüz ifadesinin görünmesine olanak tanımaktadır. Haber, uygulamanın içeriği ile ilgili bilgilerle devam etmekte ve ilgili içeriği destekleyen görüntülere ekranda yer verilmektedir.

⁷²⁸ Kanal D Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.



Fotoğraf 153: Kanal D Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁷²⁹

Daha sonra tekrar Zeybekçi'nin konu ile ilgili görüşlerini paylaştığı açıklamasına ait görüntüler ekrana getirilerek bu uygulamayı neden doğru bulmadığını ifade ettiği konuşmalarına yer verilmektedir. Ekranda ZEYBEKÇİ: BENCE DOĞRU DEĞİL spotu yer almaktadır.



Fotoğraf 154: Kanal D Ana Haber Bülteni Görüntüsü⁷³⁰

⁷²⁹ Kanal D Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

⁷³⁰ Kanal D Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.



Fotoğraf 155: Kanal D Ana Haber Bülteni İkili Ekran Kullanımı⁷³¹

Haber Müezzinoğlu’nun konu ile ilgili değerlendirmeleri ile son bulmaktadır. Ekran ikiye bölünmüş vaziyette sol tarafa Müezzinoğlu konumlandırılmış ve sağ tarafta ise konuya ilişkin görüntülerin yer aldığı görülmektedir. İkili kullanım boyunca Zeybekçi: BENCE DOĞRU DEĞİL, spotunun dönüşümlü olarak ekranda yer aldığı görülmektedir.

Kanal D’nin büyükanne maaşına ilişkin haberde kabinedeki farklı görüşlere yer vererek haberi çoklu bir bakış açısıyla ele aldığı görülmektedir. Toplumsal bakışı tek bir boyuta indirgmeden konuyu haberleştirdiği görülmektedir.

“Büyükanne Maaşı” örnek olayına ait haberin görüntü çerçevelemesi çözümlemesi bağlamında incelendiği TRT 1, ATV, FOX TV, Kanal D, Show TV ve Kanal 7 televizyon kanallarına ait ana haber bültenlerinin tamamında 13 Mart 2017 tarihinde ilk haber olarak yer aldığı görülmektedir. Haberin görüntü çerçevelemesi çözümlemesi sonucunda elde edilen veriler aşağıda tablo ile gösterildiği gibidir.

⁷³¹ Kanal D Ana Haber Bülteninden Alınmıştır.

3.4.6.“Büyükanne Maaşı” Örnek Haberinin Görüntü Çerçevelemesinin Değerlendirilmesi

BÜYÜKANNE MAAŞI HABERİNE AİT GÖRÜNTÜ ÇERÇEVELEMESİ DEĞERLENDİRME TABLOSU				
	TRT 1	FOX TV	KANAL D	SHOW TV
Karşıt Görüşlere Yer Verme	Yok	Var	Var	Yok
Uygulamaya İlişkin Bilgilendirme	Var	Var	Var	Var
İkili ve Çoklu Ekran Kullanımı	Var	Var	Var	Var
Yetkili Kişilerin Görüşüne Yer Verme	Var	Var	Var	Var
Grafik ve Tablo Kullanımı	Var	Var	Var	Var
Muhabirin Vatandaşlarla Röportajları	Var	Var	Var	Var
İçeriğe Uygun Görüntü Kullanımı	Var	Var	Var	Var
Sunum ve İçeriğe Uygun Spot Kullanımı	Var	Var	Var	Var
Konuşmaların Ekranda Yazı ile Gösterilmesi	Var	Var	Var	Var

Tablo 56: Büyükanne Maaşı Haberinin Görüntü Çerçevelemesi Değerlendirme Tablosu⁷³²

Görüntü çerçevelemesi çözümlemesi yapılan “Büyükanne Maaşı” haberinde örnekleme dahil edilen TRT 1, ATV, FOX TV, Kanal D, Show TV ve Kanal 7 televizyon kanallarına ait ana haber bültenlerinin incelenmesi sonucunda Büyükanne Maaşı’na ait konunun 15 Mart 2017 tarihinde yayınlanan TRT 1, FOX TV, Kanal D ve Show TV ana haber bültenlerinde yer alarak haberleştirildiği ATV ve Kanal 7’de ise bu konunun ana haber bültenlerinde yer almadığı saptanmıştır.

Haberlere ait değerlendirme tablosunda da görüldüğü üzere TRT 1, FOX TV, Kanal D ve Show TV ana haber bültenlerinde haberin benzer görüntülerle çerçevenmesine rağmen bazı noktalarda farklılık gösterdiği saptanmıştır.

⁷³² Veriler Ana Haber Bültenlerinden elde edilmiştir.

TRT 1 televizyonuna ait bültende haberin devlet odaklı bir bakış açısıyla ele alınarak sunulduğu görülmüştür. TRT 1 uygulamaya ilişkin kabinede yer alan farklı bakış açılarını yansıtmayarak haberde uygulamaya ilişkin bir bilgilendirme ve yetkili kişi olarak devlet temsilcisi ve Çalışma Bakanı Mehmet Müezzinoğlu'nun bu uygulamaya dair görüşlerini ve uygulamadan yararlanacak şanslı olarak nitelendirilen kişileri açıkladığı konuşmalarına yer verildiği görülmektedir. Haberin uygulamadan yararlanmaya hak kazanan büyükanne ve aileleriyle yapılan röportajlarla desteklendiği görülmektedir.

FOX TV televizyonuna ait bültende büyükanne maaşına ait haberin karşıt görüşlere yer verilerek sunulduğu görülmektedir. Çalışma Bakanı Mehmet Müezzinoğlu ve Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekçi'nin uygulamaya ilişkin fikir ayrılıkları ve konuya ilişkin görüşlerine haberde yer verilmiştir. Haber içerisinde görüntüye uygun spotların kullanılarak haberin etkisinin arttırılmaya çalışıldığı, haberlerde ikili ve çoklu ekran kullanımı, grafik, tablo kullanımı ve yetkili kişilerin görüşlerine yer verilirken yetkililerin kullandığı ifadelerin yazıyla da ekranda gösterilerek vurgulandığı görülmektedir.

Vatandaşlarla yapılan röportajlarda uygulamaya ilişkin olumsuz görüş bildiren kişiler tercih edilmiş ve uygulamaya ilişkin karşıt görüşlerin hem devlet düzeyinde hem de vatandaş düzeyinde var olduğunu göstermiştir. Fatih Portakal'ın uygulamaya ilişkin yorumları ile haber tamamlanmıştır.

Kanal D televizyonuna ait bültende büyükanne maaşına ait haberin kabinede yer alan farklı görüşleri çerçevenin içerisine dahil ederek haberi iki devlet bakanının uygulamaya ilişkin çatışmaları üzerinden kurguladığı ve iki farklı görüşün paralel kurguyla haber çerçevesine dahil edilerek sunulduğu görülmektedir. Diğer kanallara benzer teknik ve yöntemlere yer verilmiştir.

Haber içerisinde görüntüye uygun spotların kullanılarak haberin etkisinin arttırılmaya çalışıldığı, haberlerde ikili ve çoklu ekran kullanımı, grafik, tablo kullanımı ve yetkili kişilerin farklı görüşlerine yer verilirken yetkililerin kullandığı ifadelerin yazıyla da ekranda gösterilerek vurgulandığı görülmektedir.

Show TV televizyonuna ait bültende büyükanne maaşına ait haberin tek boyutlu, farklı görüşleri çerçeve içerisine dahil etmeden, uygulamaya ilişkin bilgilendirme ile sınırlandırılarak sunulduğu görülmektedir. Haber diğer kanallarla benzer bir görüntü

çerçevelemesi ile sunulmuştur. Bilgilendirme uygulamanın ne olduğu, neleri kapsadığı, maaştan yararlanma kriterlerinin neler olduğu şeklindeki bilgileri kapsamaktadır.

Bütün kanallarda olduğu gibi uygun görüntü kullanımı, içeriği destekleyici spot kullanımı, ikili ve çoklu ekran kullanımı, konuşmaların yazı ile ekranda gösterilmesi ve grafik kullanımı ile görüntü çerçevesi oluşturulmuştur.

Haberin yer aldığı TRT 1, FOX TV, Kanal D ve Show TV ana haber bültenlerinde konu ile ilgili haber içerikleri görüntü seçimi, uygun tekniklerin kullanımı ve haberin kurgulanması açısından büyük oranda benzerlik gösterdiği, Fox TV ve Kanal D ‘nin konuya ilişkin farklı bakış açılarını çerçeve içerisine dahil ederek paralel kurguyla karşıtlıklar üzerinden bir anlatım tercih ederken, TRT 1’in konu ile ilgili tamamen devlet odaklı bir bakışla haberi ele alarak çerçevelediği görülmektedir.

Show TV’nin ise konuya farklı bakış açılarını yansıtmayarak, uygulamaya dair bilgilendirme ve vatandaşların uygulamaya ilişkin olumlu görüşlerini çerçeve içerisine dahil ederek haberi çerçevelediği görülmektedir.

Tüm Kanalların Konusal Çerçeveleme ve Görüntü Çerçevelemesi Çözümlemesinin Karşılaştırılması ve Değerlendirmesi

Çalışmanın örneklemini 31 Mart 2017 tarihlerinde *TRT 1, ATV, Kanal D, Fox TV, Show TV* ve *Kanal 7* televizyon kanallarında hafta içi yayınlanan ana haber bültenleri oluşturmaktadır. 23 günlük izleme sonucunda kanalların genel izleyici grubu içerisinde yer alan izlenme oranı verileri incelendiğinde 23 günlük sürede en çok izlenen ana haber bülteninin FOX TV ana haber bülteni olduğu saptanmıştır.

İzlenme oranlarına göre sırasıyla FOX TV, Show TV, ATV, Kanal D, TRT 1 ve Kanal 7 ana haber bültenlerinin yer aldığı görülmektedir. Örneklem içerisinde en çok izlenen ana haber bülteni FOX TV’ye en az izlenen ana haber bülteni ise Kanal 7 televizyonuna ait ana haber bültenidir. 23 günlük izlenme oranlarına ait veriler Tablolarla (1....23) detaylı bir şekilde gösterilmiştir.

İlk 100 program içerisindeki sıralamalara bakıldığında ise en çok izlenen ana haber bülteninin yer aldığı FOX TV’nin ağırlıklı olarak ilk 4’e girdiği görülmektedir. Show

TV ağırlıklı olarak 6., ATV 11., TRT 1 40., Kanal 7 ise 50. sıralarda izlenme oranı sıralamasına girdiği görülmektedir. Bu tarih aralığında 6 televizyon kanalında yayınlanan ana haber bültenleri izlenmiş ve 23 günlük izleme sonucunda ATV 494, Kanal D 775, FOX TV 388, Kanal 7 585, Show TV 556 TRT 1 ise 522 olmak üzere ana haber bültenlerinde toplam 3320 haberin yayınladığı tespit edilmiştir.(bkz. Tablo-25)

Elde edilen 3320 haber konusu göz önünde bulundurularak çevre, dış haber, eğitim, ekonomi/finans, kent, kültür/sanat, magazin/eğlence, polis/adliye, siyaset, portre, sağlık, spor, tarım, teknoloji ve terör olmak üzere 15 konu başlığı altında sınıflandırıldı. (bkz. Tablo-26) 23 günlük izleme süresince 6 televizyon kanalına ait ana haber bültenlerinde yayınlanan 3320 haberin konu dağılımı yapıldığında 933 haberle en çok haberin siyaset konusunda yapıldığı saptanmıştır. Haberlerde yer alan konuların sırasıyla; 933 siyaset, 912 polis/adliye, 417 magazin/eğlence, 391 dış haber, 182 terör, 146 ekonomi/finans, 129 sağlık, 61 çevre, 46 eğitim, 44 kent, 42 kültür/sanat, 21 teknoloji, 12 spor, 9 tarım konusunda yapıldığı görülmektedir. Portre konusunda ise hiçbir kanalda haber yapılmadığı tespit edilmiştir. Belirlenen konuların kanallara ait dağılımı tablolarla detaylı bir şekilde açıklanmıştır. (bkz. Tablo-27....41). Kanal bazında değerlendirme yapıldığında TRT 1 kanalına ait konu dağılımı ve 23 günlük detaylı konu dağılımı Tablo-42 ve Tablo-43'te gösterilmiştir. Tablo-42 incelendiğinde siyaset konusunun 147 haberle ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Konu dağılımı 147 siyaset, 93 polis/adliye, 86 dış haber, 85 magazin/eğlence, 40 terör, 20 ekonomi/finans, 15 sağlık, 9 eğitim, 8 çevre, 8 kent, 6 kültür/sanat, 2 spor, 1 teknoloji şeklinde bir dağılım göstermektedir. 23 günlük yayın bülteni içerisinde tarım ve portre konularına ait haberlere hiç yer verilmediği tespit edilmiştir.

Siyaset konusundaki haberler diğer kanallarla paralellik göstererek devlet adına yapılan görüşmeler, referandum süreci, politikacıların gündeme dair açıklamaları, cumhurbaşkanının referandum çalışmaları ağırlıklı olurken, dış haber konusunda Türkiye- Hollanda krizi, Münbiç operasyonu ve diğer devletler ile ilişkilerin yanı sıra başka ülkelere ait magazin konuları da dış haber konusu kapsamında haber bültenlerinde yer almaktadır.

Polis/adliye haberlerinin bütün bültene yayılacak bir şekilde dağıtılması, haberlerin kişiselleştirilerek sunulması dikkat çekmektedir. Ayrıca dolandırıcılık, trafik kazaları,

tecavüz, ihmal, kural ihlali sonucunda meydana gelen vakalar polis /adliye haber konularını oluşturmaktadır. Magazin haberlerine bakıldığında günlük hayatta meydana gelen trajikomik olaylar ile vatandaşın düştüğü trajikomik vakalar bütün kanallarda benzer perspektiflerle sunulmaktadır.

TRT 1 televizyon kanalına ilişkin veriler incelendiğinde kanalın konusal çerçeveleme bağlamında siyaset, polis/adliye, dış haber, magazin/eğlence ve terör konularını ağırlıklı olarak çerçeve içerisine dahil ettiği ve toplumsal bakışı bu konulara çektiği tespit edilmiştir.

ATV kanalına ait konu dağılımı ve 23 günlük detaylı konu dağılımı Tablo-44 ve Tablo-45'te gösterilmiştir. Tablo-44 incelendiğinde konularına göre en çok 126 haberle siyaset konusunun ilk sırada yer aldığı saptanmıştır. Konu dağılımı 126 siyaset, 115 polis/adliye, 57 magazin/eğlence, 51 dış haber, 34 terör, 29 ekonomi/finans, 29 sağlık, 17 çevre, 9 kent, 9 teknoloji, 7 kültür/sanat, 6 eğitim, 3 spor, 2 tarım şeklinde bir dağılım göstermektedir. 23 günlük yayın bülteni içerisinde portre konusuna ait haberlere hiç yer verilmemiştir.

Siyaset ile ilgili haberler ağırlıklı olarak referandum süreci, teröre yönelik çalışmalar, yeni başkanlık seçiminin tanıtılması ve Türkiye- Hollanda arasında yaşanan kriz ağırlıklı olarak yer alırken, polis/adliye haberlerinde vatandaş-vatandaş arası çatışmalar, vatandaş- devlet ilişkisini konu alan sorunlar, cinayet, dolandırıcılık, trafik kazaları ağırlıklı olarak haberlerde yer almaktadır. Magazin haberlerine bakıldığında günlük hayatta meydana gelen trajikomik olayların, ünlülerin günlük yaşamı, özel hayatı ve gündelik hayatta meydana gelen komik olaylar ile sansasyonel olayların habere konu olduğu tespit edilmiştir.

ATV televizyon kanalına ilişkin veriler incelendiğinde kanalın konusal çerçeveleme bağlamında siyaset, polis/adliye, magazin/eğlence, dış haber ve terör konularını ağırlıklı olarak çerçevelediği ve toplumsal bakışı bu konulara çektiği saptanmıştır.

FOX TV kanalına ait konu dağılımı ve 23 günlük detaylı konu dağılımı Tablo-46 ve Tablo-47'de gösterilmiştir. Tablo-46 incelendiğinde konularına göre en çok 174 haberle siyaset konusunun ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Konular 174 siyaset, 41 ekonomi/finans, 38 dış haber, 51 terör, 34 polis/adliye, 30 magazin/eğlence, 22 sağlık, 4 çevre, 3 eğitim, 3 kültür/sanat, 3 tarım, 1 kent şeklinde bir dağılım göstermektedir.

23 günlük yayın bülteni içerisinde portre, spor ve teknoloji konularına ait haberlere hiç yer verilmediği saptanmıştır.

Genellikle bültenin ilk haberinin dış haber olduğu dikkat çekmekle beraber siyaset ile ilgili haberler diğer kanallarla benzerlik göstermektedir. Ağırlıklı olarak referandum süreci, teröre yönelik çalışmalar, yeni başkanlık seçiminin tanıtılması ve Türkiye-Hollanda arasında yaşanan kriz ağırlıklı olarak yer alırken, ekonomi/finans konusunda yapılan haberlerin emekli maaşları, borsa, döviz kurları, faiz, gıda fiyatları, işsizlik ve benzeri konuları kapsadığı görülmektedir. Polis/adliye haberlerinde vatandaş-vatandaş arası çatışmalar, vatandaş- devlet ilişkisini konu alan sorunlar, cinayet, dolandırıcılık, trafik kazaları ağırlıklı olarak haberlerde yer almaktadır.

Magazin haberlerine bakıldığında günlük hayatta meydana gelen trajikomik olayların, ünlülerin günlük yaşamı, özel hayatı ve gündelik hayatta meydana gelen komik olaylar ile sansasyonel olayların yanı sıra haberlerin kişiselleştirilerek bireyler üzerinden konuların öyküleştirildiği ve habere konu olduğu tespit edilmiştir.

FOX TV kanalına ait veriler incelendiğinde kanalın konusal çerçeveleme bağlamında siyaset, ekonomi/finans, dış haber ve terör konularını ağırlıklı olarak çerçevelediği ve toplumsal bakış açısını bu konulara çektiği tespit edilmiştir.

Kanal D kanalına ait konu dağılımı ve 23 günlük detaylı konu dağılımı Tablo-48 ve Tablo-49'da gösterilmiştir. Tablo-48 incelendiğinde konularına göre en çok 228 haberle Polis/adliye konusunun ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Konular 228 haberle Polis/adliye, 218 siyaset, 120 magazin/eğlence, 57 dış haber, 38 sağlık, 31 terör, 30 ekonomi/finans, 15 çevre, 11 kültür/sanat, 9 teknoloji, 7 kent, 4 eğitim, 4 spor, 3 tarım şeklinde bir dağılım göstermektedir. 23 günlük yayın bülteni içerisinde portre konusuna ait haberlere hiç yer verilmediği ve çerçeve dışında bırakıldığı saptanmıştır.

Kanal D'ye ait haberlerin günlük dağılım tablosuna bakıldığında, izleme yapılan 23 günlük ortalama 1 saat 15 dakikalık yayın süresince ortalama 35 haber yayınlandığı bu haberlerin her gün en az 12 polis/adliye, 11 siyaset, 9 tane magazin, 2 dış haber, 1 ekonomi, 1, sağlık, 1 terör haberi olduğu görülmektedir. Çevre, eğitim, kent, kültür/sanat, tarım, teknoloji, sağlık ve spor konularına minimal düzeyde yer verilirken portre haberin hiç yer almadığı tespit edilmiştir. Konu içeriği diğer kanallarla benzerlik göstermektedir.

Siyaset ile ilgili haberler ağırlıklı olarak referandum süreci, teröre yönelik çalışmalar, yeni başkanlık seçiminin tanıtılması ve Türkiye- Hollanda arasında yaşanan kriz ağırlıklı olarak yer alırken, polis/adliye haberlerinde vatandaş-vatandaş arası çatışmalar, vatandaş- devlet ilişkisini konu alan sorunlar, cinayet, dolandırıcılık, trafik kazaları ağırlıklı olarak haberlerde yer almaktadır. Kanal D'ye ait veriler incelendiğinde kanalın konusal çerçeveleme bağlamında polis/adliye, siyaset, magazin/eğlence ve dış haber konularını ağırlıklı olarak haberleştirdiği ve toplumsal bakışı bu konulara çektiği tespit edilmiştir.

Show TV ana haber bültenlerinde yer alan haberlerin belirlenen konulara göre dağılımı ve 23 günlük detaylandırılmış konu dağılımı tablo-50 ve tablo-51'de gösterilmiştir. Tablo-50 incelendiğinde konularına göre en çok 248 haberle Polis/adliye konusunun ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Konular 248 Polis/adliye, 91 siyaset, 71 magazin/eğlence, 50 dış haber, 42 terör, 14 sağlık, 12 ekonomi/finans, 8 kent, 7 eğitim, 6 çevre, 5 kültür/sanat, 1 spor, 1 teknoloji şeklinde bir dağılım göstermektedir. 23 günlük yayın bülteni içerisinde portre ve tarım konularına ait haberlere hiç yer verilmediği saptanmıştır.

Show TV' ye ait haberlerin günlük dağılım tablosuna bakıldığında, izleme yapılan 23 gün günlük 1 saatlik yayın süresince ortalama 25 haber yayınlandığı bu haberlerin her gün en az 9 polis/adliye, 7 magazin/eğlence, 4 dış haber, 2 terör ve geriye kalan kısımda ise minimal düzeyde diğer konulara yer verilirken tarım ve porte konusunda hiç haber yapılmadığı tespit edilmiştir.

Konu içeriği diğer kanallarla benzerlik göstermekle birlikte polis/adliye haberlerinin bütün bültene yayılacak bir şekilde dağıtılması, haberlerin kişiselleştirilerek sunulması ve cinayet ağırlıklı bir dağılım görülmektedir. Ayrıca dolandırıcılık, trafik kazaları, tecavüz, ihmal, kural ihlali sonucunda meydana gelen vakalar habere konu olmuştur. Magazin haberlerine bakıldığında günlük hayatta meydana gelen trajikomik olaylar ile vatandaşın düştüğü trajikomik vakalar ana haber bülteninde geniş yer bulmaktadır. Show TV'ye ait veriler incelendiğinde kanalın konusal çerçeveleme bağlamında polis/adliye, siyaset, magazin/eğlence ve dış haber konularını ağırlıklı olarak haberleştirdiği ve toplumsal bakışı bu konulara çektiği tespit edilmiştir.

Kanal 7 ana haber bültenlerinde yer alan haberlerin belirlenen konulara göre dağılımı ve 23 günlük detaylandırılmış konu dağılımı tablo-52 ve tablo-53'te gösterilmiştir.

Tablo-52 incelendiğinde konularına göre en çok 177 haberle siyaset konusunun ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Konular 177 siyaset, 123 polis/adliye, 109 dış haber, 54 magazin/eğlence, 42 terör, 19 eğitim, 14 ekonomi/finans, 11 çevre, 11 kent, 11 sağlık, 10 kültür/sanat, 1 tarım, 1 teknoloji şeklinde bir dağılım göstermektedir. 23 günlük yayın bülteni içerisinde portre konusuna ait haberlere hiç yer verilmediği saptanmıştır.

Kanal 7'ye ait haberlerin günlük dağılım tablosuna bakıldığında, izleme yapılan 23 günlük ortalama 45 dakikalık yayın süresince her gün ortalama 25 haber yayınlandığı bu haberlerin her gün en az 7 siyaset, 6 polis/adliye, 5 dış haber, 3 magazin/eğlence, 2 terör, 1 ekonomi ve geriye kalan kısımda ise minimal düzeyde diğer konulara yer verilirken porte konusunda hiç haber yapılmadığı tespit edilmiştir.

Konu içeriği diğer kanallarla benzerlik göstermektedir. Siyaset ile ilgili haberler ağırlıklı olarak referandum süreci, siyasi liderlerin görüşleri, teröre yönelik çalışmalar, yeni başkanlık seçiminin tanıtılması ve Türkiye- Hollanda arasında yaşanan kriz ağırlıklı olarak yer alırken, polis/adliye haberlerinde cinayet, dolandırıcılık, trafik kazaları, ağırlıklı olarak haberlerde yer almaktadır. Polis adliye konusunda yapılan haberlerin büyük bir çoğunluğunun kişiselleştirilerek yapıldığı görülmektedir.

Magazin haberlerine bakıldığında günlük hayatta meydana gelen trajikomik olayların, ünlülerin günlük yaşamı, özel hayatı ve gündelik hayatta meydana gelen komik olaylar ile sansasyonel olayların habere konu olduğu görülmektedir. Kanal 7'ye ait veriler incelendiğinde kanalın konusal çerçevelleme bağlamında siyaset, polis/adliye, dış haber ve magazin/eğlence konularını ağırlıklı olarak haber yaptığı ve toplumsal bakışı bu konulara çektiği görülmektedir. Veriler incelendiğinde 6 televizyon kanalında yayınlanan ana haber bültenlerinde konusal çerçevelleme bağlamında benzer bir dağılım görüldüğü tespit edilmiştir.

Bütün kanalların günlük dağılım tabloları incelendiğinde ilk haberlerin siyaset konusunda yapıldığı saptanmıştır. Bütün veriler göz önünde bulundurulduğunda en çok haber yapılan konuların siyaset, polis/adliye ve magazin/eğlence konuları olduğu, sıralama bağlamında ufak bir değişiklik göstermesine rağmen haberde konulara ayrılan süre açısından bir farklılık görülmemiştir. FOX TV ana haber bültenlerinde ekonomi/finans konusunun ikinci sırada yer alması kanalı konu seçimi açısından diğer

kanallardan farklılaştırırsa da genel dağılım açısından diğer kanallarla benzer konu çerçevelemesi yaptığı tespit edilmiştir.

Konusal olarak siyasetin ilk sırada yer almasında 16 Nisan 2017 Anayasa Referandum seçiminin etkili olduğu düşünülmektedir. 1-31 Mart 2017 tarih aralığında siyasi partilerin referandum seçimi için yoğun çalışmaları, mitingler, başbakan, cumhurbaşkanı ve ana muhalefet partisi ile diğer siyasi partilerin çalışmaları haberlerde ön plana çıkan konular arasında geniş yer tutmaktadır.

Terör ve polis/adliye haberlerinin ise bütün kanallarda benzer yoğunlukta yer almasında 15 Temmuz darbe girişimi sonrasında FETÖ olarak adlandırılan terör örgütüne mensup olduğu belirtilen kişilerin tutuklamaları ve bu oluşuma ait kurum ve kuruluşlarla ilgili hukuki işlemlerin etkili olduğu düşünülmektedir. Ayrıca IŞİD ve PKK terör örgütlerine haberlerde terör ve polis/adliye konularının yoğunluk göstermesinde belirleyici olmuştur.

Magazin/eğlence konusuna ait haberlerin bütün kanallarda benzer bir dağılım gösterdiği ve ilk üç sırada yer bulduğu tespit edilmiştir. Magazin/eğlence konularının haber içerisinde yoğun bir şekilde yer alması kitle iletişim araçlarının eğlence işlevi ile ilgilidir. Bu tür haberlerle izleyici günlük sorunlardan uzaklaştırılıp rahatlaması sağlanırken aynı zamanda izleyicilerin toplumsal olaylardan uzaklaşması sağlanmaktadır. İzleyicinin dikkati bu tür haberlerle başka bir tarafa çekilerek bazı konuların örtbas edilmeye çalışıldığını söylemek mümkündür.

Dış haber konusuna ait haberlerin ilk sıralarda yer alması dış ilişkiler ve haber dolaşımının yoğunluğunu göstermektedir. Ekonomi/finans haberlerinin sadece Fox TV’de ilk üç sırada yer bulması Fox TV’yi konu çerçevelemesi açısından diğer kanallardan bu konuda farklılaştırmaktadır. Spor haberlerinin bütün kanallarda yok denilecek kadar yer almasını ise spor için özel programların varlığı ile ilişkilendirmek mümkündür.

Konusal çerçeveleme bağlamında genel bir değerlendirme yapıldığında bütün kanalların hem yayın akışının hem de bülten içerisinde yer alan haberlerin aynı konulardan seçildiğini ve benzer çerçevelerle sunulduğunu söylemek mümkündür. Bu durumu farklı yayın kuruluşları içerisinde yer almalarına rağmen, haberlerin büyük çoğunluğunun ajanslardan elde edilmesi, ticari kaygılar ve benzer habercilik anlayışına sahip olmaları ile ilişkilendirmek mümkündür.

Görüntü çerçevelemesi bağlamında *TRT1*, *ATV*, *FOX TV*, *KANAL D*, *SHOW TV* ve *KANAL 7* televizyon kanallarının detaylı incelemesi yapılmıştır. Kanallara ait ana haber bültenlerinin açılış görüntüsünden kapanış görüntüsüne kadar detaylı bir inceleme yapıldığında bültenlerin benzer özellikler taşıdığı ve benzer tekniklerle haberleri görselleştirdiği tespit edilmiştir. Kanallara ait detaylı Görüntü Çerçevelemesi Çözümlemesi sonucunda bütün kanallara ait değerlendirmeler Tablo-57’de gösterildiği gibidir.

TELEVİZYON ANA HABER BÜLTENLERİNE AİT GÖRÜNTÜ ÇERÇEVELEMESİ DEĞERLENDİRMESİ						
BULGULAR	TRT 1	ATV	FOX TV	KANAL D	SHOW TV	KANAL 7
Açılış jeneriği, logo ve bilgilendirici işaret kullanımı	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Sunucunun habere yorumunu katarak değerlendirme yapması, Sunucunun jest ve mimik kullanımı	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Stüdyonun geniş plan gösterimi, sunucunun ayakta gösterilmesi	Var/yok	Var	Var	Var	Var	Yok
Fonda habere ilişkin görüntü kullanımı, ikili ve çoklu ekran kullanımı	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Canlı yayınlı muhabire stüdyodan bağlanma	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Konuşmaların ekranda yazı ile gösterimi, haberin uygun görsellerle desteklenmesi	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Haberin grafik, tablo ve görsel unsurlarla desteklenmesi	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Haberlerin içeriğine uygun spot kullanımı	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Ekranda Ana haber bültenine ait sosyal medya hesaplarının paylaşılması	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Mobese, ajans görüntüsü kullanımı	Var	Var	Var	Var	Var	Var
İçeriği destekleyecek anlam yaratan çekim ölçeklerinin kullanımı	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Uzman görüşü, yetkili kişi görüşlerine yer verme	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Dikkat çekilecek görüntüyü belirginleştirme tekniklerinden yararlanma	Var	Var	Var	Var	Var	Var
Haberin son kısmında özel bölüm	Var	Var	Var	Var	Var	Yok

Tablo-57: Televizyon Ana Haber Bültenlerine Ait Görüntü Çerçevelemesi Değerlendirme Tablosu⁷³³

Görüntü çerçevelemesi bağlamında elde edilen bulgular incelendiğinde bütün kanallarda benzer görüntü tekniklerinin kullanıldığı tespit edilmiştir. Her kanalın ana haber bülteni kanalın logosunun yer aldığı bir açılış jeneriği ile başlamaktadır. Logo

⁷³³ Veriler Tüm TV Kanallarına ait Ana Haber Bültenlerinden Elde Edilmiştir.

ile tasarlanan jenerikler her kanalın kurumsal kimliğini yansıtan bir biçimde tasarlanmıştır. Haber bültenleri stüdyonun geniş plan görüntüleri ile açılmaktadır. Spikerlerin stüdyoda hareket serbestliği sağlanacak bir planda gösterildiği tespit edilmiştir.

Kanal bazında bir değerlendirme yapıldığında ATV kanalında Sunucu Cem Öğretir ve Show TV sunucusu Jülide Ateş'in stüdyo içerisinde dolaşarak genellikle arka plandaki büyük ekranın önünde haberi ayakta sunduğu, Kanal D sunucusu Ahmet Hakan ve Fox TV sunucusu Fatih Portakal'ın genellikle haberi bel planda ve masanın arkasında ayakta durarak sunduğu, TRT 1 sunucusu Erhan Çelik'in masada oturarak farklı açılardan gösterilerek haber sunumunu gerçekleştirdiği tespit edilmiştir. Kanal 7 ana haber bülteninin ise Tümer Doğru'nun sabit bir açıda bel planda gösterilerek oturarak sunduğu saptanmıştır.

Bütün ana haber bültenlerinde sunucuların haber öncesi ve sonrasında haber ile ilgili yorum yaptığı jest ve mimiklerini kullanarak haberleri izleyici ile sohbet havasında sunarak izleyici ile bağ kurmaya çalıştığı tespit edilmiştir. Özellikle Kanal D sunucusu Ahmet Hakan, Fox TV sunucusu Fatih Portakal, ATV sunucusu Cem Öğretir ve TRT 1 sunucusu Erhan Çelik'in haberleri yorumlarken kişisel değerlendirmelerini ön plana çıkararak yorum yaptığı dikkat çekmektedir.

Tablo-57'de de görüldüğü üzere bütün ana haber bültenlerinde benzer teknik kullandıkları tespit edilmiştir.

Haber bülteni içerisinde yer alan haberlere ait görüntü kullanımında haberler görüntülerle biçimlendirilmektedir. Görüntülerin anlam üzerinde yarattığı etkilerin bilinçli bir kullanımı söz konusudur. Kamera açıları, ekran çerçevesi içerisinde kullanılan kompozisyon haber içeriğini destekleyecek biçimde oluşturulmaktadır. Haber içeriklerine uygun görüntülerin haber sunumuna eşlik ettiği görülmektedir. Haber içeriklerine uygun spotlar ekranda haber boyunca yer almaktadır. Görüntülerde kamera açıları ve renklerin bilinçli bir şekilde kullanıldığı tespit edilmiştir. Haberlerde muhabirlerle olay yerinden canlı bağlantılar, yetkili kişilerin görüşlerine yer verme, ikili ve çoklu ekran kullanımı, simge ve sembollerden yararlanarak görsel etkininin yaratılmaya çalışıldığı görülmektedir. Haber içeriklerini destekleyecek grafik, harita ve benzeri görsellerin kullanıldığı ve özellikle röportaj yetkili kişi ve uzman

görüşlerinin yer aldığı görüntülerde konuşmaların yazıyla da ekrana yansıtılarak, izleyicinin dikkatinin çekilmesi gereken noktaların altının çizildiği saptanmıştır.

Görüntülerde izleyicinin özellikle görmesi gereken noktalarda aydınlatma, büyütme, çerçeve içerisine alarak belirginleştirme, okla gösterme vb. tekniklerin tüm kanallarda benzer bir şekilde kullanıldığı tespit edilmiştir.

Tezin üçüncü ve son bölümünde örnekleme oluşturan televizyon kanallarında “Hollanda Krizi”, “Türk Telekom Reklam Filmi” ve “Büyükanne Maaşı” konularına ilişkin haberlerin görüntü çözümlemesi, görüntü çerçevelemesinde hangi yöntem ve tekniklerin kullanıldığını tespit etmek ve kanalların aynı haberi görüntülerken nasıl çerçeveler kurduklarını saptamak amacıyla çözümlenmiştir. Örnek haberler bültende yer alma süresi, haber sırası, ikili ve çoklu ekran kullanımı, kamera açıları, uzman ve yetkili görüşüne yer verilip verilmediği, grafik vb. görsel tekniklerin kullanımı, kurgu gibi özellikler göz önünde bulundurlarak çözümlemeye tabi tutulmuştur.

Hollanda Krizi haberine ilişkin değerlendirme haberin değerlendirme kısmında detaylı bir şekilde ele alınmıştır. (Bkz. Tablo-54) Hollanda krizine ilişkin haberler incelendiğinde diplomatik bir problem olarak başlayan bu olayın siyasi bir problem haline getirilerek bütün kanallarda devletçi bir bakış açısı ile ele alındığı tespit edilmiştir. Kanallarda yer alan haberlere ilişkin görüntü çerçevelemesinin benzer çerçevelerle kurulduğunu söylemek mümkündür. Yetkili kişilere ait konuşmaların yer aldığı görüntülerde aynı cümlelerin yer aldığı görüntülerin kullanıldığı saptanmıştır. Görüntüler benzer spotlar, benzer kurgu teknikleri ve olaya ilişkin aynı görüntülerin tekrar tekrar kullanılarak görüntü çerçevesinin oluşturulduğu tespit edilmiştir. Ancak burada dikkat çekilmek istenen nokta kullanılan görüntülerin aynı zaman aralığı, içerik olarak aynı cümlelerin geçtiği kareler ve benzer açılarla çekilen görüntülerin bütün kanallarda aynı kurgu ile verilmesidir. Bu görüntülerin haber ajanslarından dağıtılmış görüntüler olması olasılığı yüksektir ve televizyon kanalları da aynı görüntüyü işlemeden kullanmışlardır denilebilir. Tüm kanallarda bu haberin aynı karelerin aynı sırada kullanıldığı tespit edilmiştir.

Türk Telekom Reklam Filmi haberine ilişkin görüntü çerçevesi çözümlemesi ve değerlendirmesi ilgili bölümde detaylı bir şekilde ele alınmıştır.(Bkz. Tablo-55) Reklam filmine ait haberlerde de Ümmiye Koçak’ın kişisel hikayesi ön plana çıkarılarak haberin çerçevesi saptanmıştır. Haberin yer bulduğu dört kanalda da

benzer görüntü çerçevelemesi ile çerçevelendiği tespit edilmiştir. İlgili görüntüler haberin değerlendirme kısmında belirtilmiştir. Haberde reklam görüntüleri, kamera arkası görüntüler ve Ümmiye Koçak’a ait arşiv görüntülerin benzer kullanımı bu görüntüler içerisinde bire bir benzer bir kurgu ile aynı karelerin bütün kanallar tarafından tercih edilerek görüntü çerçevelemesi içerisine dahil edildiği çözümlene sonucunda tespit edilmiştir.

Büyükanne Maaşı’na ilişkin örnek haberin Görüntü çerçevesi çözümlemesi ve değerlendirmesi ilgili bölümde detaylı bir biçimde değerlendirilmiştir. Haberin yer aldığı dört kanalda diğer iki örnek habere oranla kanal bazında farklılık gösterdiği saptanmıştır.

Haberlere ait değerlendirme tablosunda da (bkz. Tablo-55) görüldüğü üzere TRT 1, FOX TV, Kanal D ve Show TV ana haber bültenlerinde haberin benzer görüntülerle çerçevelenmesine rağmen bazı noktalarda farklılık gösterdiği saptanmıştır.

TRT 1 televizyonuna ait bültende haber, devlet odaklı bir bakış açısıyla ele alınmış kabinedeki farklı görüşler çerçeve dışında bırakılarak, sadece uygulamaya ilişkin bilgilendirmeye yer verilmiştir. FOX TV televizyonuna ait bültende büyükanne maaşına ait haberin karşıt görüşlere yer verilerek sunulduğu saptanmıştır. Çalışma Bakanı Mehmet Müezzinoğlu ve Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekçi’nin uygulamaya ilişkin fikir ayrılıkları ve konuya ilişkin görüşlerine haberde yer verilmiştir. Uygulamaya ilişkin görüşler hem yetkili kişilerin hem de vatandaşların karşıt görüşlerine yer verilecek düzeyde çerçevelenmiştir.

Kanal D televizyonuna ait bültende büyükanne maaşına ait haberin kabinde yer alan farklı görüşleri çerçevenin içerisine dahil ederek haberi iki devlet bakanının uygulamaya ilişkin çatışmaları üzerinden kurguladığı ve iki farklı görüşün paralel kurguyla haber çerçevesine dahil edilerek sunulduğu saptanmıştır.

Show TV televizyonuna ait bültende büyükanne maaşına ait haberin tek boyutlu, farklı görüşleri çerçeve içerisine dahil etmeden, uygulamaya ilişkin bilgilendirme ile sınırlandırılarak sunulduğu görülmektedir. Haber uygulamanın ne olduğu, neleri kapsadığı, maaştan yararlanma kriterlerinin neler olduğu şeklindeki bilgileri kapsayacak şekilde ele alınmıştır.

Haberin yer aldığı TRT 1, FOX TV, Kanal D ve Show TV ana haber bültenlerinde konu ile ilgili haber içerikleri görüntü seçimi, uygun tekniklerin kullanımı ve haberin

kurgulanması açısından büyük oranda benzerlik gösterdiği, Fox TV ve Kanal D ‘nin konuya ilişkin farklı bakış açılarını çerçeve içerisine dahil ederek paralel kurguyla karşıtlıklar üzerinden bir anlatım tercih ederek bu bakış açılarını destekleyecek görüntüleri kullandığı tespit edilmiştir. İzleyicinin, devlet odaklı yapılan düzenlemeye dikkati çekilirken, Fox TV ve Kanal D haber bültenlerinde, düzenlemenin hükümet içinde farklı görüşlerle yapıldığı, fikir birliği bulunmadığı da izleyicilerin dikkatine sunulmuştur.

Tüm çözümlemeler bir bütün olarak değerlendirildiğinde, örnekleme dahil edilen televizyon kanallarına ait ana haber bültenlerinin konusal çerçeveleme ve görüntü çerçeveleme çözümlemesi sonucunda kanalların benzer konuları çerçeveleyerek toplumsal bakışı siyaset, polis/adliye ve magazin/eğlence konuları üzerinden biçimlendirdiği ve haberlerin bütün televizyon kanallarında benzer görüntü teknikleri ile çerçvelendiği tespiti yapılmıştır ki farklı kanalların bültenlerini izleyen izleyicilerin aynı biçimde bakış açılarının oluşturulduğu söylenebilir.

SONUÇ

Kitle iletişim araçlarının amacının, mümkün olan en geniş izleyici kitlesine ulaşarak ilettiği mesajlarla pazarladığı ürün ve ideolojisini yansıtan programların en üst düzeyde tüketimini sağlamak olduğu düşünüldüğünde, bunu en etkili şekilde gerçekleştiren aracın televizyon olduğu söylenebilir. Toplumsal hayatın temel ihtiyaçlarından biri olarak görülen televizyon her evin başköşesinde kendisine yer bulmuştur. Toplumun haber alma, bilgilenme, eğlenme ve boş zaman değerlendirme aracı olarak görülen ve aynı zamanda yaygın bir eğitim aracı olarak değerlendirilen televizyon, dünyayı bir kutunun içerisine sığdırarak insanların dünyaya açılan bir penceresi konumundadır.

Televizyon, günümüzde toplumun şekillendirilmesi ve yönlendirilmesinde etkili bir araç olarak işlev görmektedir. Televizyonun, toplumun tüm kesimlerine seslenebilmesi amacıyla farklı program türleri geliştirilmiştir. Genel olarak bütün televizyon programlarında belirli konular ve içerikler ele alınmakta ve farklı biçimlerde sunulmaktadır.

Televizyonda Çerçeveleme ve Toplumsal Bakış Açısının Oluşturulması başlıklı bu tez çalışmasında, genel olarak televizyon programlarının nasıl çerçvelendiği irdelenmekle birlikte, örneklem olarak, gerçeği yansıttığı iddiasında olan haber bültenleri seçilmiştir. Haber bültenleri üzerinden ilgili televizyon kanalının tüm programları değerlendirilebilir.

Haberde çerçeveleme haber üretim sürecinden başlayarak herhangi bir olayın haber olarak seçilmesi ve seçilen olayın haberleştirme sürecinde hangi boyutlarının ön plana çıkarılarak izleyiciye sunulacağını belirleyen bir editoryal uygulama olarak ifade edilebilir. Çerçeveleme televizyon haberleri özelinde değerlendirildiğinde ülke politikasından kuruluşların yapısına, yasal düzenlemelerden editoryal sürece varan çok boyutlu, kapsamlı ve bir bütün olarak ele alınması gereken bir süreçtir. Şüphesiz çerçeveleme haberin ilk aşamasından izleyiciye sunulana kadar birçok aşamadan geçerek her aşamada kuruluşun yayın politikalarına uygun süzgeçler aracılığıyla çerçvelenmektedir. Bir yayın kuruluşu yayın yaptığı ülkenin yayın politikası, yasal düzenlemeler, kuruluşun yayın politikası, iktidar ve sermayedarlarla ilişkiler, kar

amacı, sponsorluk ilişkileri ve birçok unsurdan etkilenecek yayın politikalarını belirlemektedir.

Çerçevelemenin özü, kamuoyunun dikkatine sunulacak olan bilgiyi vermek, kamuoyunun bu bilgiyi fark etmesini sağlayacak bir biçimde haberleştirilmesi olarak ifade edilebilir. Her çerçeve verilen haberin belirlenen referanslar doğrultusunda fark edilmesi için bilinçli olarak kullanılmaktadır. Haberlerin nasıl çerçevelendiği veya hangi çerçeveler içerisinde sunulduğu, izleyicinin o konuya nasıl bakması gerektiği ile ilgilidir. Çerçeveler bir anlamda izleyicilerin konuya nasıl yaklaşacağını, o konuyu nasıl görmesi gerektiğini ve o konuya karşı nasıl tepki vereceğini belirleyen referanslardır.

Çerçeveler televizyon haberleri bağlamında ele alındığında diğer kitle iletişim araçlarından farklı olarak görüntü ve sesi bir arada kullanma özelliği, çerçevelemenin boyutları içerisinde görüntü unsurunun da değerlendirilmeye alınmasını gerekli kılmaktadır. Televizyon haberlerinde kullanılan görüntü ve ses konuyu anlamlandıran ve düzenleyici fikirleri içeren çerçevelerin görüntüsel bağlamda da bu fikirlerin pekiştirilmesi ve bakışın oluşmasında belirleyici olduğu görülmektedir.

Televizyon kanallarını elinde bulunduran medya kuruluşları için haber programları iktidar, hükümet ve sermaye grupları ile ilişkilerinin kurulması aşamasında kullandıkları en etkili araçlardan biri olarak düşünülebilir.

Bu tez çalışmasında, televizyon ana haber bültenlerinde yer alan haberlerin hangi konulara ne sıklıkta yer vererek ve bu konuları izleyicilere hangi çerçevelerle sunduğu ve televizyon haberleri aracılığıyla toplumsal bakışın nasıl oluşturulduğunu sorularına cevap aranmıştır. Televizyon haberlerinin çerçeveleme yaklaşımı bağlamında ele alınması ve haberlerde kurulan konusal, içeriksel ve görüntü çerçevesi kapsamında çerçevelemeyi bu üç boyutuyla ele alarak televizyon ana haber bültenlerinin toplumsal bakışı nasıl oluşturduğu konusal ve görüntü çerçevelemesi çözümlemesi yapılmıştır. Çerçeveleme literatürü ve medya çerçevelemelerine ilişkin yapılan çalışmalar incelendiğinde farklı sınıflandırmaların yapıldığı tespit edilmiştir. Çerçeve çözümlemesine ilişkin çalışmalarda genellikle metinlerin incelendiği ve bu çözümleme çalışmalarının görüntüyü göz ardı ederek görüntüleri çözümlemekte yetersiz kaldığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda çerçeve çözümlemesinde kullanılan sınıflandırmalar esas alınarak bu tezde ilk kez çerçevelerin boyutları

kavramlaştırılarak kullanılmıştır. Tez kapsamında belirlenen konusal çerçeveleme, içeriksel çerçeveleme ve görüntü çerçevelemesi boyutları ile yeni bir sınıflandırma oluşturulmuştur. Bu sınıflandırma ile çerçeve çözümlemesinde görüntü çerçevelemesi çözümlemesinde saptanan eksiklik giderilmeye çalışılmıştır. Bu yeni sınıflandırmanın görüntü çerçevelemesi bağlamında işlevsel bir yöntem olarak kullanılacağı ve bu alandaki eksikliği gidereceği düşünülmektedir.

Çerçeveleme çözümlemesi anlamında literatüre kazandırılan bu kavramların farklı çalışmalara katkı sağlayacağı ayrıca televizyonun ulaştığı kitlenin büyüklüğü ve yaygın bir eğitim aracı olarak yaptığı yayınlarla toplumu etkileme potansiyeli göz önünde bulundurulduğunda bu çalışmanın ileride yapılacak çalışmalar için bir basamak olacağı düşünülmektedir. Bu çalışma, görsel işitsel bir kitle iletişim aracı olan televizyonda görüntü çerçevelemesinin televizyon haberleri aracılığıyla toplumsal bakış açısının oluşturulmasındaki rolünü incelemektedir.

Bu çalışmada Türkiye’de ulusal düzeyde yayın yapan ve izlenilirlik olarak en çok izlenen tecimsel kanallardan *ATV*, *Kanal D*, *Fox TV*, ve *Show TV*, kamu yayıncılığı yapan *TRT 1* ve bu kanallardan farklı bir yayıncılık anlayışını benimseyen *Kanal 7* televizyon kanalları örnekleminde belirlenen zaman aralığı içerisinde yer alan ana haber bültenlerinin ne tür konuları çerçeveleyip gündeme taşıdığı ve televizyonun görüntü çerçevelemesi özelliğinden yararlanarak haberleri nasıl çerçevelediklerini ve toplumsal bakışı nasıl oluşturdukları incelenmiştir.

Görüntü Çerçevelemesi çözümlemesi yapılırken çerçevelemenin boyutları olarak saptanan *konusal çerçeveleme*, *içeriksel çerçeveleme* ve *görüntü çerçevelemesi* kavramsallaştırmaları bu tezin üretim sürecinde ortaya çıkan özgün kavramlardır. Bu tez çalışmasında kuramsal kısım ve araştırma tasarımı üç bölümde ele alınmıştır. *Çerçeveleme ve Toplumsal Bakış Açısı* başlıklı birinci bölümde ilk olarak; medya ve toplumsal bakış ilişkisinin kavranması ve çalışmaya temel oluşturması açısından toplum kavramı detaylı bir şekilde ele alınmış, daha sonra toplum kavramına açıklık getirmek bakımından toplum ile ilgili çalışmalar yapan bilim insanlarının kavrama ilişkin tanımlarına yer verilmiştir. Toplumsal yapı açısından önemli kavramlar olarak kabul edilen kitle, devlet, toplumsallaşma, toplumsal gruplar, toplumsal kurum ve kuruluşlar, kültür, din ve inançlar, değerler, gelenekler, normlar, simgeler, semboller,

dil, iletişim ve kitle iletişim araçları konularına açıklık getirilerek medya ve toplumsal bakış ilişkisi incelenmiştir.

Birinci bölümün ikinci kısmında çalışmanın kuramsal temelini oluşturan çerçeveleme yaklaşımı ele alınmaktadır. Çerçeveleme yaklaşımının kitle iletişim araçları aracılığıyla nasıl bir etki yarattığını ve kitle iletişimindeki yerini belirlemek açısından, bu konuyla ilgili araştırmalara yönelik literatür taraması yapılarak çerçeveleme araştırmalarının tarihsel gelişim süreci incelenmiştir.

Toplumsal Bakış ve Çerçeve, alt başlığı altında çerçeveleme, kavramı etimolojik kökenden başlanmak üzere detaylı bir şekilde ele alınmıştır. *Çerçevelemeye Kuramsal Yaklaşımlar*, alt başlığı altında çerçeveleme çalışmalarına ilişkin kuramsal gelişim süreci ele alınmıştır. Medyada çerçevelemenin nasıl kullanıldığı örneklerle açıklanmaktadır. *Çerçeveleme Etkisi ve Çerçevelemenin Gücü* alt başlığıyla çerçeveleme alanında yapılan örnek çalışmalar ve bu çalışmaların sonuçları değerlendirilerek sosyal bilimlerde çerçeveleme ile ilgili yaklaşımlar detaylı bir şekilde ele alınmıştır. *Çerçeveleme ve Gündem Belirleme Yaklaşımlarının Farkı* alt başlığında ise gündem kurma yaklaşımı ve çerçeveleme yaklaşımlarının ilişkisi ele alınarak iki yaklaşım arasındaki benzerlik ve farklılıklara değinilmiş, çerçeveleme yaklaşımının gündem kurma yaklaşımından farklı olduğu ve gündem kurma yaklaşımını kapsadığı belirtilerek birinci bölüm tamamlanmıştır.

Çalışmanın *Televizyon Haberciliği ve Haberde Çerçeveleme* başlıklı ikinci bölümünde, görsel işitsel bir kitle iletişim aracı olan televizyonun iletişim yaşamına girmesi, tarihsel gelişim süreci, geçirdiği aşamalar anlatılarak, televizyon kuruluşlarının örgütsel yapısı, televizyonun işlevleri, teknik ve içerik özellikleri detaylı bir şekilde ele alındıktan sonra, *Televizyonda Haber ve Televizyon Haberciliğinin Özellikleri* alt başlığı altında haber kavramı, habere ait tanımlara yer verilmiş, bir olayın haber olarak değerlendirilmesi için belirlenen haber değeri kriterlerine ilişkin farklı bakış açıları ele alındıktan sonra haber değeri kavramı ve haber değerlendirme kriterleri ele alınarak haber değerlendirme ve editoryal süreçte haberin hangi süzgeçlerden geçerek oluşturulduğu açıklanmıştır. Bu kavramlar tartışıldıktan sonra editoryal süreçte belirleyici olan unsurlar detaylı bir şekilde değerlendirilmiş ve televizyon haberciliğinin özellikleri, televizyonda haber türleri konuları ele alınmıştır. Televizyon haberciliğinde haber seçimi, haberin düzenlenmesi

ve televizyon haberciliğine özgü olan hareketli görüntülerle haberin sunulması aşamalarında yapılan çerçevelmeler üzerinden haber çerçeveleme kavramları açıklanmıştır.

Televizyon Haberlerinde Çerçeveleme ve Ekran Düzenlemesi alt başlığında haberde çerçevelemenin nasıl yapıldığı açıklanarak bu tezde ilk kez çerçevelemenin boyutları olarak saptanan konusal çerçeveleme, içeriksel çerçeveleme ve görüntü çerçevelemesi kavramsallaştırmaları açıklanmıştır. Buna göre, görsel çerçevelemenin boyutları olarak *konusal çerçeveleme, içeriksel çerçeveleme ve görüntü çerçevelemesi* bağlamında örnek haberler için oluşturulan çözümleme tasarımı detaylandırılmıştır.

Görüntü Çerçevelemesinin Unsurları alt başlığında ekran çerçevesi içerisinde yar alan her şeyin hangi kriterler doğrultusunda düzenlendiğini belirtmek açısından kadraj, kompozisyon, kamera ve kurgu konuları detaylı bir şekilde açıklanarak televizyon haberlerinin teknik oluşum süreci ve tekniğin içeriğe etkisi açıklanarak ikinci bölüm tamamlanmıştır.

Çalışmanın araştırma kısmını oluşturan *Türkiye’de Televizyon Ana Haber Bültenlerinde Oluşturulan Toplumsal Bakışın Görüntü Çerçevelemesi Yöntemiyle Çözümlemesi* başlıklı üçüncü ve son bölümünde *Türkiye’de Televizyon Kuruluşlarının Yapısı* başlığı altında Türkiye’deki televizyon yayıncılığına ilişkin yasal düzenlemeler ele alınmıştır. 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun ve Avrupa Sınır Ötesi Yayıncılık Sözleşmesi detaylı bir şekilde incelenerek yayıncılığın yasal çerçevesi değerlendirilmiş, kamusal, tecimsel ve karma televizyon yayıncılığı ve bu yayın türlerinin amaç, kapsam ve işleyişleri incelenmiştir.

Örnekleme Oluşturan Haberlerin Çerçeveleme Çözümlemesi alt başlığı altında altı televizyon kanalından elde edilen veriler *Konusal Çerçeveleme ve Görüntü Çerçevelemesi* başlıkları altında çözümlenerek televizyon kanallarına ait genel bir değerlendirme yapılmıştır. *Örnekleme Oluşturan Televizyon Ana Haber Bültenlerinde Örnek Haberlerin Görüntü Çerçevelemesinin Çözümlemesi* alt başlığı altında, örnek haber olarak seçilen “Hollanda Krizi” haberi, “Türk Telekom Yeter ki Sen İste” reklam filmi haberi ve “Büyükanne Maaşı” başlıklı haberlerin görüntü çerçevelemesi Çözümlemesi yapılarak çalışma tamamlanmıştır.

Çalışmanın örneklemini 1-31 Mart 2017 tarihlerinde *TRT 1*, *ATV*, *Kanal D*, *Fox TV*, *Show TV* ve *Kanal 7* televizyon kanallarında hafta içi yayınlanan ana haber bültenleri oluşturmaktadır.

Bu tarih aralığında 6 televizyon kanalında yayınlanan ana haber bültenleri izlenmiş ve 23 günlük izleme sonucunda ATV 494, Kanal D 775, FOX TV 388, Kanal 7 585, Show TV 556 TRT 1 ise 522 olmak üzere ana haber bültenlerinde toplam 3320 haberin yayımlandığı tespit edilmiştir.

Elde edilen 3320 haber konusu göz önünde bulundurularak çevre, dış haber, eğitim, ekonomi/finans, kent, kültür/sanat, magazin/eğlence, polis/adliye, siyaset, portre, sağlık, spor, tarım, teknoloji ve terör olmak üzere 15 konu başlığı altında sınıflandırılmış kanallara göre konu dağılımı yapıldığında haberlerde yer alan konuların sırasıyla; 933 siyaset, 912 polis/adliye, 417 magazin/eğlence, 391 dış haber, 182 terör, 146 ekonomi/finans, 129 sağlık, 61 çevre, 46 eğitim, 44 kent, 42 kültür/sanat, 21 teknoloji, 12 spor, 9 tarım konusunda yapıldığı, portre konusunda ise hiç haber yapılmayarak çerçeve dışında bırakıldığı tespit edilmiştir.

Haberlerin üretim sürecinden başlayan konusal çerçeveleme sürecinden içeriğin biçimlendirildiği içeriksel çerçeveleme boyutu ve görüntü çerçevelemesi boyutunda medya kuruluşlarının haberleri biçimlendirerek toplumsal bakışı kurdukları çerçevelerle oluşturdukları tespit edilmiştir.

Bu çalışmada ana haber bültenlerinde kurulan görüntü çerçeveleri aracılığıyla toplumsal bakışın hangi konular üzerinden oluşturulduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Çözümleme yöntemi olarak bu tez kapsamında sınıflandırılan ve görüntü analizini mümkün kılan görüntü çerçevelemesi çözümlemesi kullanılarak örnek televizyon kanallarına ait ana haber bültenleri çözümlenmiştir. Görüntü çözümlemesi haberlerde kullanılan görüntüleme teknikleri, kompozisyon, kamera ve kurgu teknikleri esas alınarak gerçekleştirilmiştir. Çözümleme sonucunda bütün televizyon kanallarının siyaset, polis/adliye, magazin/eğlence haberleri ağırlıklı olacak biçimde haberleri konusal olarak çerçeveledikleri ve bu haberleri uygun görüntülerle destekleyecek biçimde kamera açıları, grafik tablo kullanımı, uygun kurgu teknikleri, spot ve kji'ler ile biçimlendirdikleri tespit edilmiştir. Haberlerin görüntü çerçevesi oluşturulurken haberlerin içeriğine uygun uzman görüşü, yetkili kişi ve kurumların görüşleri, canlı yayın bağlantılarından yararlandıkları ve ekran kullanımında ikili ve çoklu ekran

kullanımı, belirginleştirme teknikleri, ikili ekran kullanımında içeriği destekleyecek nitelikte görüntülerin ekranda paralel kullanımı uzman görüşü ve röportajlarda kullanılan konuşmaların ekranda yazı ile gösterilerek vurgulanması, grafik ve haritalarda hem görsel hem işitsel öğelerin bir arada kullanıldığı tespit edilmiştir.

Örnekleme dahil edilen altı televizyon kanalının farklı yayın kuruluşları içerisinde yer almalarına rağmen haberleri benzer çerçevelerle sundukları ve her ne kadar izleyiciler farklı kaynaklardan beslendiklerini ve alternatifleri olduğunu düşünse de özünde bütün kanalların benzer bir biçimde haberleri kurgulayarak izleyicilerin bakışını o noktaya çekmeye çalıştığı saptanmıştır. Görünürde farklı televizyon kanalı ve farklı yayın kuruluşları olsa da özünde yayın kuruluşlarının editoryal seçimlerinin benzerlik gösterdiği ve McBride Raporu'nda da ifade edildiği gibi “many voices and one world” savının bu çalışmada da karşılığını bulduğu saptanmıştır.

KAYNAKÇA

- Adanır, Oğuz: **İşitsel ve Görsel Anlam Üretimi**, İstanbul, +1 Kitap, 2007.
- Althusser, Louis: **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**, Çev: Alp Tümerterkin, İstanbul, İthaki, 2003.
- Alver, Füsun: “Medya Yetkinliğinin Kuramsal Temelleri”, **Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi**, Sayı: 7, Bahar 2006, ss-9-26
- Alver, Füsun: Füsun Alver, **Gazeteciliğin Kuramsal Temelleri**, İstanbul, Beta Yayınları, 2000.
- Angı, Gülşah Gizem; Bekçi, İsmail; Karataş, Özlem Nilüfer: “Bireysel Hisse Senedi Yatırımcılarının Bilişsel Önyargıları Üzerine Bir Araştırma”, **The Journal of Accounting and Finance**, Nisan 2016, ss.171-192
- Arijon, Daniel: **Film Dilinin Grameri Durağan Sahneler**, Çev: Yalçın Demir, Nazlı Bayram, Uğur Demiray, Nazmi Ulutak, Murat Barkan, İstanbul, Es Yayınları, 2005.
- Aron, Raymond: **Sosyolojik Düşüncenin Evreleri**, Çev: Korkmaz Alemdar, Ankara, Bilgi Yayınevi, 1989.
- Arsan, Esra; Çoban, Barış: **Medya ve İktidar**, İstanbul, Evrensel Kültür Kitaplığı, 2014.
- Asiltürk, Cengiz T.: **Sinemada Diyalektik Kurgu**, İstanbul, Beykent Üniversitesi Yayınları, 2008.
- Aslan, Kemal: **Haberin Yol Haritası**, İstanbul, Anahtar Yayınevi, 2002.
- Aslantürk, Zeki; Amman, M. Tayfun: **Sosyoloji: Kavramlar, Kurumlar, Süreçler, Teoriler**, İstanbul, Çamlıca Yayınları, 2011.
- Atabek, Nejdet; Uztuğ, Ferruh: “Haberlerde Çerçeveleme ve Öne Çıkarma”, **Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Dergisi: Kurgu**, Sayı:15, 1998, ss.96-105

- Aziz, Aysel: **Televizyon Yayıncılığının 30 Yılı (1968-1998)**, Ankara, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu, 1998.
- Bagdikian, Ben H.: **The New Media Monopoly**, Boston, Bacon Press, 2004.
- Bahar, Halil İbrahim: **Sosyoloji**, Ankara, USAK Yayınları, 2009.
- Bate, David: **Fotoğraf Anahtar Kavramlar**, Ankara, Deki Yayınları, 2011
- Batuş, Gül; Alver, Füsün; Arık, Bilal; Çoban, Barış; Çığ, Ünsal: **Kadife Karanlık 2 Ayna Şövalyeleri**, İstanbul, Su Yayınevi, 2011.
- Baudrillard, Jean: **Sessiz Yığınların Gölgesinde Ya Da Toplumsalın Sonu**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1991.
- Bauman, Zygmunt: **Sosyolojik Düşünmek**, Çev: Abdullah Yılmaz, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1998.
- Bauman, Zygmunt: **Sosyolojik Düşünmek**, Çev: Abdullah Yılmaz, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2004.
- Bektaş, Arsev: **Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi**, İstanbul, Bağlam Yayınları, 1996.
- Benedict, Ruth: **Kültür Örüntüleri**, Çev. Mustafa Topal, İstanbul, İletişim Yayınları, 2005.
- Berger, John: **Görme Biçimleri**, Çev: Yurdanur Salman, İstanbul, Metis Yayınları, 2008.
- Berger, John: **Görme Duyusu**, Çev: Osman Akınbay, İstanbul, Agora Kitaplığı, 2014.
- Bhabha, Homi K. **Kültürel Konumlanış**, Çev: Tahir Uluç, İstanbul, İnsan yayınları, 2016.
- Bilgin, Nuri: **Sosyal Psikoloji Sözlüğü**, İstanbul, Bağlam Yayıncılık, 2007.

- Bilgin, Nuri: **Sosyal Psikoloji**, İzmir, Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları no:145, 2009.
- Bilton, Tony; Bonnett, Kevin; Jones, Pip; Lawson, Tony; Skinner, Dawid; Stanworth, Michelle; Webster, Andrew; Bradbury, Liz; Stanyer, James; Stephens, Paul: **Sosyoloji**, Çev. Ed., Kemal İnal, Ankara, Siyasal Kitabevi, 2008.
- Bourdieu, Pierre: **Televizyon Üzerine**, Çev: Turhan Ilgaz, İstanbul, İletişim Yayınları, 2000.
- Bozkurt, Veysel: **Değişen Dünyada Sosyoloji Temeller Kavramlar Kurumlar**, Bursa, Ekin Yayınevi, 2012.
- Brezinka, Wolfgang: **Socialization and Education; Essays in Conceptual Criticism**, Trans. James Stuart Brice, Westport, Greenwood Press, 1994.
- Burnett, Ron: **İmgeler Nasıl Düşünür**, İstanbul, Metis Yayınları, 2005.
- Burton, Graeme: **Görünenden Fazlası Medya Analizlerine Giriş**, Çev: Nefin Dinç, İstanbul, Alan Yayıncılık, 1995.
- Büyükbaykal, Ceyda Ilgaz: **Türkiye’de Televizyon Alanında Küresel Yerel Birlikteliği: CNN Türk ve CNBC-e Örneği**, İstanbul, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 2004.
- Cambridge Dictionary, Third Edition, Cambridge, Cambridge University Press, 2008.
- Casey, Bernadette; Casey, Neil; Calvert, Ben; French, Liam; Lewis, Justin: **Television Studies: The Key Concepts**, New York, Routledge, 2002.
- Castells, Manuel: **İletişimin Gücü**, Ed: Beyza Becerikli, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2016.

- Cavalier, Jean Jacques: **Medya ve İletişim**, Çev: Mete Çamdereli, İstanbul, Salyangoz Yayınları, 2004.
- Cereci, Sedat: **Büyülü Kutu Büyülenmiş Toplum**, İstanbul, Şule Yayınları, 1992.
- Ceylan, Tuncay: “Toplumsal Sistem Analizinde Toplumsal Statü ve Rol”, **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt 15, Sayı 1, 2011, ss.89-104
- Chomsky, Noam;
Herman, Edvard S.;
Peterson, David: **Medyanın Kamuoyu İmalatı, Medyanın Tekelleşmesi Kitlelerin Yönlendirilişi ve Zorunlu İtaat**, Çev: Adnan Köymen vd., İstanbul, Chiviyazıları Yayınevi, 2004.
- Cooley, Charles
Horton: **Social Organization: A Study of the Larger Mind**, Newyork, Schocken Books, 1962.
- Cubitt, Sean: **Media Studies and New Media Studies**, İçinde: J. Hartley, J. Burgess, A. Burns (der.), *A Companion to New Media Dynamics* (15-32). USA: Wiley-Blackwell Publishing, 2013.
- d’Entréves, Alessandro
Passerin: “Devlet Kavramı”, **Devlet Kuramı**, Der: Cemal Bali Akal, Ankara, Dost Kitabevi, 2000.
- D’Angelo, Paul;
Kuypers, Jim A.: **Doing News Framing Analysis**. New York: Routledge. 2010.
- Daver, Bülent: **Siyaset Bilimine Giriş**, Ankara, Siyasal Kitabevi, 1993.
- Deacon, David;
Pickering, Michael;
Golding, Peter;
Murdock, Graham: **Researching Communication: A Practical Guide to Methods in Media and Cultural Analysis (2nd Edition)**, Holder Education, Part of Hachette UK, London, 2007.
- Dimitrova, Daniela V.;
Strömback, Jesper: “Election News in Sweden And The United States: A Comparative Study of Sources And Media Frames”, **Journalism** 13(5), 2011, ss.604-619
- Dmytryk, Edward: **Sinemada Yönetmenlik**, Çev: Ülkü Uzun, İstanbul, Afa Yayınları, 1990.

- Donsbach, Wolfgang: **Concise Encyclopedia of Communication**, West Sussex, John Wiley & Sons, Inc. 2015.
- Downing, John D. H.; Villareal, Tamarra; Gil, Ford Genévre; Stein, Laura: **Radikal Medya**, Yay. Haz: Ülkü Doğanay, Ankara, İmge Kitabevi, 2017.
- Dursun, Çiler: **İletişim Kuram Kritik**, Ankara, İmge Kitabevi, 2013.
- Dursun, Çiler: **TV Haberlerinde İdeoloji**, Ankara, İmge Kitabevi Yayınları, 2014.
- Durur, Elif Küçük: “İnşacı Yaklaşım İçinde Çerçeveleme Kuramı ve Haberin Çerçevesi”, **Atatürk İletişim Dergisi**, sayı:2, Temmuz 2011, ss.21-32
- Eagleton, Terry: **Kültür Yorumları**, Çev: Özge Çelik, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2005.
- Edelman, Murray. J.: “Contestable Categories and Public Opinion” **Political Communication**, 10 (3), 1993, ss.231-242
- Edles, Laura Desfor: **Uygulamalı Kültürel Sosyoloji**, Çev: Cumhur Atay, İstanbul, Babil Yayınları, 2006.
- Ellul, Jacques: **Sözün Düşüşü**, Çev: Hüsamettin Arslan, İstanbul, Paradigma, 2012.
- Entman, Robert M.: “Framing U.S. Coverage of International News: Contrasts in Narratives of the KAL and Iran Air Incidents”, **Journal of Communication** (41, Autumn. 0021-9916/91), 1991, ss.6-27
- Entman, Robert M.: Robert Entman, “Framing, Toward Clarification of a Fractured Paradigm”, **Journal of Communication** 43 (4), 1993, ss.51-58
- Erdoğan, İrfan; Alemdar, Korkmaz: **Öteki Kuram**, Ankara, Erk Yayınları, 2005.

- Erdoğan, Nihat: “Toplum ve Toplumsal Yapı Kavramları Üzerine”, **Değişim Sosyolojisi: Dünyada ve Türkiye’de Toplumsal Değişme**, Ed. Ertan Eğribel, Ufuk Özcan, Kitabevi Yayınları, İstanbul, 2011.
- Ergül, Hakan: **Televizyonda Haberin Magazinelleşmesi**, İstanbul, İletişim Yayınları, 2000.
- Ertürk, Yıldız Dilek: **Davranış Bilimleri**, İstanbul, Kutup Yıldızı Yayınları, 2010.
- Fichter, Joseph H.: **Sosyoloji Nedir**, Çev: Nilgün Çelebi, Ankara, Anı Yayıncılık, 2006.
- Flusser, Vilém: **Bir Fotoğraf Felsefesine Doğru**, İstanbul, Hayalbaz Kitaplığı, 2009.
- Foss, Bob: **Sinema ve Televizyonda Anlatım Teknikleri ve Dramaturji**, İstanbul, Hayalbaz Kitap, 2009.
- Galtung, Johan; Ruge, Mari Holmboe: “The Structure of Foreign News”, **Journal of Peace Research**, Vol. 2, No. 1, Sage Publications, Ltd., 1965, ss.64-91
- Gamson, William; Modigliani, Andre: ‘The Changing Culture of Affirmative Action’, in Braungart, R.G. and Braubgart, M. (eds) **Research in Political Sociology**. Greenwich, CT: JAI Press. 1987, vol. 3, pp. 137–177
- Gerbner, George; Gross, Lary: “Living With Television: The Violence Profile”, **Journal of Communication**, Volume 26: 2, Spring, 1976, ss.172-199
- Ghanem, Salma: “Filling in the Tapestry: The Second Level of Agenda Setting”, içinde, **Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory**, Ed. Maxwell E. McCombs, Donald L. Shaw, David H. Weaver, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1997.
- Giddens, Anthony: **Sociology**, Third Ed., Cambridge: Polity Press, 1997.
- Giddens, Anthony: **Sociology**, Cambridge, Polity Press, 1993.

- Giddens, Anthony: **Sosyoloji**, Ankara, Ayraç Yayınları, 2000.
- Giddens, Anthony: **Sosyoloji**, Yay. Haz. Cemal Güzel, Ankara, Ayraç Yayınları, 2005.
- Giddens, Anthony: **Sosyoloji**, yay. Haz., Cem Güzel, İstanbul, Kırmızı Yayınları, 2012.
- Girgin, Atilla: **Haber Yazmak**, İstanbul, Der Yayınları, 2005.
- Gitlin, Todd: **The Whole World is Watching: Mass Media in The Making And The Unmaking Of The New Left**, University Of California Press, Berkeley, 1980.
- Goffman, Erving: "A Reply to Denzin and Keller", **Contemporary Sociology**, 10 (1), 1981,ss.60-68
- Goffman, Erving: **Damga Örselenmiş Kimliğin İdare Edilişi Üzerine Notlar**, Çev: Ş. Geniş, vd., Ankara, Heretik Yayınları, 2014.
- Goffman, Erving: **Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience**, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1974.
- Gönenç, E. Özgür: **Medya Dünyası**, İstanbul, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 2004.
- Grabe, Maria Elizabeth; Bucy, Erik Page: **Image Bite Politics**, New York, Oxford University Press, Inc., 2009.
- Gündeş, Simten: **Film Olgusu: Kuram ve Uygulayım Yaklaşımları**, İstanbul, İnkılap Kitapevi, 2003.
- Güngör, Nazife: **İletişim Kuramlar Yaklaşımlar**, Ankara, Siyasal Kitabevi, 2013.
- Güran, M. Salih; Özarslan, Hüseyin: "İletişim Araştırmalarında Çerçeveleme Paradigması: Son Döneme Ait Bir İnceleme", **Selçuk İletişim**, 2015,8 (4), ss.32-48
- Güvenç, Bozkurt: **İnsan ve Kültür**, İstanbul, Remzi Kitabevi, 1979.

- Hallahan, Kirk: “Seven Models of Framing: İmlications for Public Relations, **Journal of Public Relations Research**, 11 (3), 1999, ss.205-242
- Hançerlioğlu, Orhan: **Felsefe Sözlüğü**, İstanbul, Remzi Kitabevi, 1989.
- Haralambos, Michael; Holborn, Martin: **Sociology: Themes and Perspectives**, London, Harper Collins Publishers, 2004.
- Haviland, William A.; Prins, Harald E. L.; Walrath, Dana; McBride, Bunny: **Kültürel Antropoloji**, İstanbul, Kaknüs Yayınları, 2008.
- Herman, Edward S.; Chomsky, Noam: **Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir**, İstanbul, Minerva Yayınları, 1998.
- Hofstede, Geert; Minkov, Michael: **Culteres and Organizastion “Software of Mind**, New York, McGrow Hill, 2010.
- Horn, Bernie: **Framing The Future**, San Fransisco, Berret-Koehler Publisher, Inc., 2008.
- Hortaçsu, Nuran: **Grup İçi ve gruplar Arası Süreçler**, Ankara, İmge Kitabevi Yayınları, 1998.
- Işıklar, Hakan Cem: **Profesyonel TV Haberciliği**, Ankara, Nobel Yayınları, 2014.
- Iyengar, Shanto: **Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues**, University of Chicago Press, Chicago, 1991.
- İlal, Ersan: **İletişim, Yığınsal İletişim Araçları ve Toplum**, İstanbul, Der Yayınları, 2007.
- İnal, Ayşe: “Haber Üretim Sürecine İki Farklı Yaklaşım”, **A.Ü. İletişim Fakültesi Yıllık 1993**, Ankara, A.Ü İletişim Fakültesi Yayınları, 1994.
- Kafalı, Nadi: **Televizyonda Kameramanlık**, Ankara, Ümit Yayıncılık, 2000.

- Kafalı, Nadi: **TV Yapımlarında Teknik ve Kuramsal Temeller**, Ankara, Ümit Yayıncılık, 1993.
- Kars, Neşe: **Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği**, İstanbul, Derin Yayınları, 2010.
- Kars, Neşe: **Televizyon Programı Yapalım Herkes İzlesin**, İstanbul, Derin Yayınları, 2012.
- Katz, Steven D.: **Plan Plan Film Yönetme Sanatı Fikirden Perdeye Görselleştirme**, Çev: Gökhan Rızaoğlu, İstanbul, Seçil Ofset, 2015.
- Kaya, A. Raşit: **İktidar Yumağı Medya-Sermaye-Devlet**, İstanbul, İmge Yayınları, 2015.
- Keane, John: **Medya ve Demokrasi**, Çev: Haluk Şahin, İstanbul, Ayrıntı, 2010.
- Kenworthy, Christopher: **Profesyonel Çekimler/Cilt 1**, Çev: Gökhan Rızaoğlu, İstanbul, Seçil Ofset, 2015.
- Kılıç, Levend: **Fotoğraf ve Sinemanın Toplumsal Tarihi**, Ankara, Dost Kitapevi Yayınları, 2012.
- Kılıç, Levend: **Görüntü Estetiği**, İstanbul, İnkılap Yayınları, 2003.
- Kılıç, Seyfi: “Tekel Eylemleri Haberlerinde Çerçeveleme: Türk Yazılı Basını Örneği”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, Bahar, sayı: 32, 2011, ss.1-36
- Kışlalı, A. Taner: **Siyaset Bilimi**, Ankara, İmge Yayınları, 2000.
- Kongar, Emre: **Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği**, İstanbul, Remzi Kitabevi, 2004.
- Küçükdoğan, Bülent: **Sinemada Kurgu ve Eisenstein**, İstanbul, Hayalperest Yayınevi, 2014.
- Lazar, Judith: **İletişim Bilimi**, Çev: Cengiz Anık, Vadi Yayınları, Ankara, 2001.

- Lilleker, Darren G.: **Key Concepts In Political Communication.** London, Sage, 2006.
- Lull, James: **Medya İletişim Kültür,** Çev: Nazife Güngör, Ankara, Vadi Yayınları, 2001.
- Lutz, Catherine A.; Collins, Jane L.: **National Geographic'i Doğru Okumak,** İstanbul, Agora Kitaplığı, 2005.
- Mardin, Şerif: **Din ve İdeoloji,** İstanbul, İletişim Yayınları, 1999.
- Marshall, Gordon: **Sosyoloji Sözlüğü,** Çev: Osman Akınbay, Derya Kömürcü, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları, 1999.
- Mascelli, Joseph V.: **Sinemanın 5 Temel Ögesi,** Çev: Hakan Gür, Ankara, İmge Yayınevi, 2007.
- Matelski, Marilyn J.: **TV Haberciliğinde Etik,** Çev: Bahar Öcal Düzgören, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1996.
- McLuhan, Marshall: **Gutenberg Galaksisi Tipografik İnsanın Oluşumu,** Çev: Gül Çağalı Güven, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2001.
- McQuail, Denis: **Mass Communication theory,** Sage Publications, London, 2005.
- McQuail, Denis: **McQuail's Mass Communication Theory,** 5th Edition, Sage Publications, 2006.
- Millerson, Gerald; Owens, Jim; College, Asbury: **Video Production Handbook,** Oxford, Focal Press is an imprint of Elsevier, 2008.
- Millerson, Gerald; Owens, Jim: **Television Production,** Oxford, Focal Press is an imprint of Elsevier, 2009.
- Mills, C. Wright: **Toplumbilimsel Düşün,** Çev: Ünsal Oskay, İstanbul, Der Yayınları, 2007.
- Monaco, James: **Bir Film Nasıl Okunur,** Çev: Ertan Yılmaz, İstanbul, Oğlak Yayıncılık, 2001.
- Mutlu, Erol: **İletişim Sözlüğü,** Ankara, Sofos, 2012.

- Mutlu, Erol: **Televizyonu Anlamak**, Ankara, Gündoğan Yayınları, 1991.
- Nalçaoğlu, Halil: “Medya ve Toplum İlişkisini Anlamak Üzere Bir Çerçeve”, **Habercinin El Kitabı Dizisi: Medya ve Toplum**, İstanbul, IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2005.
- Napoli, Philip M. : “Principal Agent Approach to the Study of Media Organizations: Toward a Theory of the Media Firm,” **Political Communication**, sayı 14, 1997, ss.207-219
- Oppenheimer, Franz: **Devlet**, Çev: Alaeddin Şenel, Yavuz Sabuncu, Ankara, Kaynak Yayınları, 1984.
- Orlebar, Jeremy: **Digital Television Production A Hadbook**, Oxford University Press Inc., New York, 2002.
- Oskay, Ünsal: **İletişimin ABS’si**, İstanbul, İnkılap kitapevi, 2014.
- Outhwaite, William: **Modern Toplumsal Düşünce Sözlüğü**, çev. Melih Pekdemir, İstanbul, İletişim Yayınları, 2003.
- Öngören, Mahmut Tali: **Televizyon Kılavuzu**, İstanbul, 1972.
- Özarslan, Hüseyin: “Çerçeveleme Yaklaşımı Açısından Haber Çerçevelerinin İzler Kitle Düşünceleri Üzerindeki Etkisi” **Yayınlanmamış Doktora Tezi**, 2007.
- Özçağlayan, Mehmet: “Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Gelişimi”, **Journal of Selçuk Communication**, cilt:1, sayı:2, 2000, ss.41-52
- Özkalp, Enver: **Sosyolojiye Giriş**, Bursa, Ekin Yayınları, 2007.
- Özön, Nijat: **Sinema Televizyon Video, Bilgisayarlı Sinema Sözlüğü**, İstanbul, Kabalcı Yayınevi, 2000.
- Pan, Zhondag, Kosicki Gerald M. : “Framing Analysis: An Approach to News Discourse”, **Political Communication**, Vol:10, 1993, ss.55-75

- Parekh, Bhikhu: **Çokkültürlülüğü Yeniden Düşünmek: Kültürel Çeşitlilik ve Siyasal Teori**, Çev. Bilge Tanrıseven, Ankara, Phoenix Yayınevi, 2000.
- Parsa, Seyide: **Televizyon Estetiği**, İzmir, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 1994.
- Parsa, Seyide: **Televizyon Haberciliği ve Haber Kuramları**, İzmir, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, 1993.
- Pearson, Roberta: **Critical Dictionary of Film and Television Theory**. Routledge, 2014.
- Postman, Neil: **Televizyon Öldüren Eğlence**, Çev: Osman Akınhay, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2010.
- Price, Vincent;
Tewksbury, David;
Powers, Elizabeth: “Switching Trains of Thought: The Impact of News Frames on Reader’s Cognitive Responses”, **Communication Research**, Volume 24, Issue: 5, 1997, ss.481-506
- Radford, Benjamin: **Medya Nasıl Yanıtlıyor**, İstanbul, Güncel Yayıncılık, 2004.
- Ramonet, Ignacio: **Medya Zorbalığı**, Çev: Aykut Derman, İstanbul, Om Yayınları, 2000.
- Rawlins, William K.: “Gregory Bateson and the Composition of Human Communication”, <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08351818709389275>, Published online, 21 May 2009.
- Rigel, Nurdoğan: **İleti Tasarımında Haber**, İstanbul, Der Yayınları, 1993.
- Rigel, Nurdoğan;
Batuş, Gül; Yücedoğan,
Güleda; Çoban, Barış: **Kadife Karanlık 1, 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar**, İstanbul, Su Yayınevi, 2005.
- Rigel, Nurdoğan;
Batuş, Gül; Yücedoğan,
Güleda; Çoban, Barış: **Kadife Karanlık 2, 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar**, İstanbul, Su Yayınevi, 2005.
- Sarıbay, Ali Yaşar: **Siyasal Sosyoloji**, İstanbul, Der Yayınları, 1998.

- Sarioğlu, Güner: **Televizyonda Yapım ve Yönetim**, Ankara, Başnur Matbaası, 1967.
- Sarmaşık, Jale: **Türkiye’de Radyo ve Televizyon Düzeni**, İstanbul, Maltepe Üniversitesi, 2000.
- Scheufele, Bertram: “Framing-Effects Approcach: A Theoretical And Methodological Critique” **Communications**, Vol. 29, Issue 4, 2004, ss.401-428
- Scheufele, Dietram A.; Tewksbury, David; Framing, agenda-setting, and priming: The Evolution of Three Media Effects Models, **Journal of Communication**, 57(1), 2007, ss. 9–20.
- Sezal, İhsan: “Neden Sosyoloji”, **Sosyoloji**, Ed. İhsan Sezal, Ankara, Martı Yayınları, 2003.
- Slattery, Martin: **Sosyolojide Temel Fikirler**, Yay. Haz., Ü. Tatlıcan, G. Demiriz, İstanbul, Sentez Yayıncılık, 2010.
- Smith, Philip: **Kültürel Kuram**, Çev. Selime Güzelsarı, İbrahim Gündoğdu, İstanbul, Babil Yay., 2007.
- Sokolov, G. Aleksey: **Sinema ve Televizyonda Görüntü Kurgusu**, Çev: Semir Arslanyürek, Agora Kitaplığı, İstanbul, 2007.
- Sunar, Lütfi: **Türkiye’de Toplumsal Değişim**, Ankara, Nobel Akademik Yayıncılık, 2014.
- Şimşek İşliyen, Fadime: “Fotoğraf ve İdeolojik Çerçeveleme: 1 Mayıs Haberlerinin Fotoğraflarına Yönelik Bir Odak Grup Çalışması”, **Assos Journal Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Yıl: 2, Sayı: 5, 2014, ss.592-608
- Tankard, James W. : “The Empirical Approach to the Study of Media Framing”, (Ed. Stephen D. Reese, Oscar H Gandy &August E. Grant), **Framing Public Life**, Lawrence Erlbaum Mahwah Associates Inc., New Jersey, 2001.
- Tankard, James W.: “The Empirical Approach To Media Framing”. Reese, Stephen D, Oscar H Gandy, and August E Grant. **Framing Public Life**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. 2008.

- Tannen, Deborah: **The Argument Culture: Moving from Debate to Dialogue**, New York, Random House, 1998.
- Tekinalp, Şermin: **Camera Obscura'dan Synopticon'a Radyo ve Televizyon**, Der Yayınları, İstanbul, 2003.
- Tekinalp, Şermin; Uzun, Ruhdan: **İletişim Araştırmaları ve Kuramları**, İstanbul, Beta Yayıncılık, 2009.
- Thompson, Roy; Bowen, Christopher: **Grammar of the Shot**, Burlington, Focal Press is an imprint of Elsevier, 2009.
- Thompson, Roy; Bowen, Christopher: Roy Thompson, Christopher J. Bowen, **Grammar of the Edit**, Focal Press is an imprint of Elsevier, Oxford, 2009.
- Tokgöz, Oya: **İletişim Kuramlarına Anlam Vermek**, Ankara, İmge Kitabevi, 2015.
- Tokgöz, Oya: **Temel Gazetecilik**, Ankara, İmge Kitabevi Yayınları, 2000.
- Toku, Neşet: **İlm-i Umran: İbn-i Haldun'da Toplumbilimsel Düşünce**, Ankara, Akçağ Yayınları, 2002.
- Tolan, Barlas, İsen, Galip, Batmaz, Veysel: **Ben ve Toplum**, Ankara, Teori Yayınları, 1985.
- Tolan, Barlas: **Çağdaş Toplumun Bunalımı Anomi ve Yabancılaşma**, Ankara, Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi, 1980.
- Tolan, Barlas: **Toplum Bilimine Giriş**, Ankara, Savaş Yayınevi, 1983.
- Tolan, Barlas: **Toplum Bilimine Giriş**, Ankara, Gazi Üniversitesi Yayınları, 1985.
- Toruk, İbrahim: **Gutenberg'den Dijital Çağa Gazetecilik Türkiye'de Haber Siteleri**, İstanbul, LiteraTürk, 2008.
- Trawny, Peter: **Teknik, Sermaye, Medya**, Çev: Süreyya Turhan, İstanbul, Ayrıntı, 2017.

- Tuchman, Gaye; **Making News A Study in The Construction of Reality**, New York, Free Press, 1978.
- Eren, Hasan: **Türkçe Sözlük**, Ankara, Türk Tarih Kurumu Basım Evi, 1988.
- Tversky, Amos, Kahneman, Daniel: “The Framing of Decisions and the Psychology of Choice”, **Science**, New Series, Vol. 211, No. 4481, Published by: American Association for the Advancement of Science, (Jan. 30, 1981), ss.453-458
- Ülken, Hilmi Ziya: **Sosyoloji Sözlüğü**, İstanbul, Milli Eğitim Basımevi, 1969.
- Van Gorp, Baldwin: “The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back in”, **Journal of Communication vol:57**, 2007, ss.60-78
- Walters, Roger L.: **Broadcast Writing**, New York, McGraw-Hill, Inc., 1994.
- Williams, Raymond: **Anahtar Sözcükler Kültür ve Toplumun Söz Varlığı**, İstanbul, İletişim Yayınları, 2005.
- Williams, Raymond: **Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim**, Çev: Ahmet Ulvi Türkbağ, Ankara, Dost Kitabevi Yayınları.
- Wineyard, Jeremy: **Sinemada Çekim Teknikleri**, Çev: Gökhan Rızaoğlu, İstanbul, Seçil Ofset, 2010.
- Yaylagül, Levend: **Kitle İletişim Kuramları**, Ankara, Dipnot Yayınları, 2013.
- Yengin, Hülya: **Ekranın Büyüsü**, İstanbul, Der Yayınları, 1994.
- Yüksel, Erkan: **İletişim Kuramları**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2013.
- Yüksel, Erkan; Gürçan, Halil İbrahim: **Haber Toplama ve Yazma**, Konya, Tablet Yayınları, 2005.
- Zaller, John: **The Nature and Origins of Mass Opinion**, Cambridge, Cambridge University Press, 1992.

Zettl, Herbert:

Television Production Handbook, Thomson Higher Education, Belmont, CA, 2009.

Türkiye’de Medya ve Seçimler Medya İzleme Araştırması, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi, Medya İzleme Grubu ve Konrad Adenauer Vakfı, 1999.

Toplumda İçişleri Bakanlığı ve Mülki İdari Amirleri Algısı, Rapor II: Medya Analizi, Türk İdari Araştırmalar Vakfı (TİAV), Ankara, 2014.

İnternet Kaynakları

6112 sayılı Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun:

www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6112.pdf

**Avrupa Sınırötesi
Yayıncılık Sözleşmesi**

[https://www.rtuk.gov.tr/assets/Icerik/Download/BilgiMerkezi/Mevzuat/UluslararasıMevzuat/Avrupa Sınırötesi Sözleşmesi .docx](https://www.rtuk.gov.tr/assets/Icerik/Download/BilgiMerkezi/Mevzuat/UluslararasıMevzuat/AvrupaSınırötesiSözleşmesi.docx)

Baker, Ulus

Medyaya Karşı Nasıl Direnilir, Birgün Gazetesi, İnternet Baskısı, 15.07.2006, Çevrimiçi26.02. 2017

**Cambridge
Dictionary:**

Cambridgedictionary İngilizce-Fransızca Sözlük, “Frame”, dictionary.cambridge.org, 30 Ocak 2015

Cambridgedictionary İngilizce-Fransızca Sözlük, “Frame”, dictionary.cambridge.org, 30 Ocak 2015

Cambridgedictionary, “Frame”, dictionary.cambridge.org, 25 Aralık2015

Dogan Holding:

<http://www.doganholding.com.tr> (çevrimiçi), 24 Ekim 2017.

Kanal 7:

<http://www.kanal7.com/> (çevrimiçi), 20 Eylül,2017

Resmi Gazete:

<http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/10816.pdf>

Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu:	http://www.trt.net.tr/Kurumsal/Tarihce.aspx (Çevrimiçi), 24 Ekim 2017.
Yüksek Öğretim Kurumu:	https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/
A Haber:	https://www.ahaber.com.tr/gundem/2012/04/14/turkiyed-e-kac-tv-kanali-var , (çevrimiçi), 20 Ekim 2017.
A TV:	https://www.atv.com.tr (çevrimiçi), 24 Ekim 2017
CNN Turk:	https://www.cnnturk.com/dunya/turkiye-hollanda-krizinde-neler-yasandi?page=1
Fox TV:	https://www.fox.com.tr/kunye (çevrimiçi), 24 Ekim 2017
Medya Tava:	Medyatava.com (çevrimiçi), 1-31 Mart 2017
Merriam Webster Dictionary:	“Frame”, www.merriam-webster.com/dictionary/frame , 25 Ocak 2015
Türkçe Bilgi:	“Kadraj”, www.turkcebilgi.com , 30 Ocak 2015
Türk Dil Kurumu:	TDK, “Çerçeve”, www.tdk.gov.tr , 23 Aralık 2015
	TDK, “Çerçeveleme”, www.tdk.gov.tr , 23 Aralık 2015
	TDK, “değişim”, www.tdk.gov.tr , 23 Mayıs 2017
	TDK, “Devlet”, www.tdk.gov.tr , 23 Haziran 2017
	TDK, “Gelenek”, www.tdk.gov.tr , 20 Nisan 2017
	TDK, “Kadraj”, www.tdk.gov.tr , 23 Aralık 2015
	TDK, “Kitle”, www.tdk.gov.tr , 23 Haziran 2017
	TDK, “Kompozisyon”, www.tdk.gov.tr , 23 Haziran 2017

TDK, “Kültür”, www.tdk.gov.tr, 20 Mart 2017

TDK, “Kültür”, www.tdk.gov.tr, 20 Mart 2017

TDK, “Medya”, www.tdk.gov.tr, 23 Şubat 2017

TDK, “Toplum”, www.tdk.gov.tr, 23 Mayıs 2017

TDK, “Toplumsallaşma”, www.tdk.gov.tr, 21 Mart 2017



ÖZGEÇMİŞ



Zuhal AKMEŞE

Birim : Sosyal Bilimler Enstitüsü
Bölüm : İletişim Fakültesi Bölümü
Ana Bil. Dalı : Radyo Televizyon Ve Sinema Anabilim
Sabit Telefon : 212 4400000 12710
E-posta Adresi : zuhal.akmese @ istanbul.edu.tr
zuhalakmese @ gmail.com
Web Adresi : www.zuhalakmese.com

Kişisel Bilgiler

Doğum Tarihi : 14/06/1981
Doğum Yeri : Nusaybin
Medeni Durumu : Bekâr
Telefon : 0546 691 29 84

Eğitim Bilgileri

İzmir Kız Lisesi 1995-1998

Lisans, ANADOLU ÜNİVERSİTESİ , Açıköğretim Fakültesi, Sosyoloji, 2013-

Doktora, İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon Sinema, 2013-2017

Yüksek Lisans, EGE ÜNİVERSİTESİ, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon Sinema, 2010-2013

Ön Lisans, ANADOLU ÜNİVERSİTESİ, Açıköğretim Fakültesi Adalet MYO, Adalet, 2010-2013

Lisans, EGE ÜNİVERSİTESİ, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon Sinema, 2005-2010 (Bölüm Birincisi)

Lisans, AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ, Uşak Eğitim Fakültesi, Sosyal Bilgiler Öğretmenliği, 2001-2005

Yabancı Diller

İngilizce, İyi

Kürtçe, İyi

Arapça, orta

Sertifikalar ve Seminerler

2009 Başbakanlık Toplumsal Cinsiyet ve Medya Atölyesi katılımcı sertifikası

2010 FİBA 2010 Basketbol şampiyonası- Tv broadcasting

2011 Akademia Reha Erdem Film ve Yönetmenlik Atölyesi

Akademik Unvanlar/Görevler

Arş.Gör. İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ, İLETİŞİM FAKÜLTESİ, 2013 - Devam Ediyor

Radyo, Televizyon ve Sinema, Lisans Programı (örgün öğretim)- Danışman

Radyo, Televizyon ve Sinema, Lisans Programı (uzaktan eğitim)- Danışman

ÇAP-İletişim- Radyo, Sinema, Televizyon, ÇAP, Lisans Programı (örgün öğretim)-Danışman

İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi- Yatay ve Dikey Geçiş Komisyonu- Görevli

Araştırma Alanları

Radyo, Sinema ve Televizyon

İletişim Bilimleri

İletişim Çalışmaları

Yeni Medya

Desteklenen Projeler

"TÜRKİYEDEKİ KENTSEL DÖNÜŞÜMÜN TOPLUMSAL YAŞAMA ETKİLERİ BELGESELİ: İSTANBUL VE İZMİR ÖRNEĞİ ", BAP Araştırma Projesi, SBA-2016-21319, Araştırmacı, Devam Ediyor

Etkinlik Organizasyonu

*Siyasal İletişim Demokrasi ve Yeni Süreçler Sempozyumu, Düzenleme Kurulu Üyesi, , TÜRKİYE, Kasım 2013

*Avrupa Birliği Gençlik Programları kapsamında Action-1-Gençlik Değişimleri “Kızılötesi Selamlaşma” adlı projenin hazırlanması (Grup Koordinatör Yardımcısı)

*RATEM “Aklıma Bir Fikir Geldi” korsanla mücadele konulu İletişim Fikirleri Yarışması (Katılımcı)

*Bostanlı Rotary Kulup “Meslek ve Yaşam Semineri” (Katılımcı)

*Ege Çağdaş Eğitim Vakfı (Gönüllü Eğitmen)

*EÇEV 7. Yaratıcı Yenilikçi Öğretmen Semineri (Medya Okuryazarlığı Eğitimi sunumu)

*FIBA 2010 Dünya Basketbol Şampiyonası İzmir (TV Broadcast)

*Akademia Reha Erdem Film ve Yönetmenlik Atölyesi (Çanakale)(katılımcı)

Atıflar

ISI Web of Science Dizinlerinde Taranan Dergilerdeki Atıflar: 0

Diğer Uluslararası Yayınlardaki Atıflar: 6

Ulusal Yayınlardaki Atıflar: 5

Diğer Dergilerde Yayımlanan Makaleler

AKMEŞE Z., DENİZ K., "Sinemada Toplumsal Eşitsizliklerin Temsili: Çoğunluk Filmi Örneği", Erciyes Üniversitesi İletişim Dergisi, cilt.4, ss. 86-96, 2015

AKMEŞE Z., DENİZ K., "Kadına Yönelik Cinsiyetçi Söylemin İnternet Haber Portallarında Yer alma Biçimleri ", Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi , pp.311-326, 2015

Kitap veya Kitaplarda Bölümler

- AKAYDIN, A., AKMEŞE Z., "Milliyetçilik Bağlamında Dağ Filmi Eleştirisi ", Medyanın Milliyetçiliği; Milliyetçiliğin Medyası , İri M., Ed., Derin Yayınları, İstanbul, ss.35-48, 2015
- ELMAS S. , AKMEŞE Z., "Yayaya Şaşa Filminin Dikey Hareketlilik bağlamında Değerlendirilmesi ", in: Oyunun Ötesinde Spor Sosyolojisi Çalışmaları , İlknur Hacısöftaoğlu, Funda Akcan, Nefise Bulgu, Eds., notabene, İstanbul, pp.356-376, 2015
- AKMEŞE Z., "Anneye Dönüşün Öyküsü: Yumurta ", Film Eleştirisi; Kuramsal Çerçeve ve Sinemamızdan Çözümlemeler , Kabadayı L., Ed., Ayrıntı Yayınları, İstanbul, ss.215-224, 2013

Hakemli Kongre/Sempozyum Bildiri Kitaplarında Yer Alan Yayınlar

- AKMEŞE Z., DENİZ K., "FRAMING VIOLENCE AGAINST WOMEN ON TV NEWS ", 14th Communication in the Milenium Symposium, İSTANBUL, TÜRKİYE, - , pp.649-
- AKMEŞE Z., DENİZ K., "HATE SPEECH IN SOCIAL MEDIA: LGBTI PERSONS", 15th International Symposium Communication in the Millennium, California, Irvine, ABD, 16-19 Mayıs 2017, pp.50-55
- AKMEŞE Z., DENİZ K., "Benliği Çerçevelemek", Selfie, Görüntü, Etik, Kimlik , İSTANBUL, TÜRKİYE, 23-23 Kasım 2016, ss.1-1
- AKMEŞE Z., "Twitter and citizen journalism / Twitter ve Yurttaş Gazeteciliği ", International Symposium on Journalism and Journalism Education in Digital Age , İSTANBUL, TÜRKİYE, 28-28 Nisan 2016, pp.1-1
- AKMEŞE Z., DENİZ K., "Stalk Benliğin izini sürmek ", Görüntü, Etik, Kimlik, İSTANBUL, TÜRKİYE, 27-27 Aralık 2016, ss.1-15
- AKMEŞE Z., DENİZ K., "Kadına Yönelik Cinsiyetçi Söylemin İnternet Haber Portallarında Yer alma Biçimleri", I. Uluslararası Yeni Medya ve Kadın Sempozyumu- Uşak Üniversitesi, UŞAK, TÜRKİYE, 28-30 Mayıs 2015, pp.1-1
- KARS TAYANÇ N., AKMEŞE Z., DENİZ K., "Sosyal Ağlar Aracılığıyla Televizyona Sağlanan Kamusal Katılım "Çalar Saat "Programı Örneği", AB 2015 Akademik Bilişim Konferansları- Anadolu Üniversitesi, ESKİŞEHİR, TÜRKİYE, 4-6 Şubat 2015, ss.1-11
- AKMEŞE Z., DENİZ K., "Aktivizmin Yeni Mecrası Sosyal Ağlar ve Dijital Aktivistler: Redhack Örneği", Yeni Medya Çalışmaları II. Ulusal Kongre- Alternatif Bilişim Derneği- Kadir Has Üniversitesi, İSTANBUL, TÜRKİYE, 26-27 Şubat 2015, ss.496-511
- ERDEM S., AKMEŞE Z., "Yeni İletişim Teknolojileri: Sosyal ağların Sosyal Yaşama Etkileri: Facebook Örneği", YBS 2. Ulusal Yönetim Bilişim Sistemleri Kongresi, ERZURUM, TÜRKİYE, 8-10 Ekim 2015, ss.1297-1301
- KARS TAYANÇ N., AKMEŞE Z., DENİZ K., "Propaganda of a Terrorist Organization: ISIS in the Social Media ", ICA Regional Conference Expanding Communication: Old Boundaries and New Frontiers, LODZ, POLONYA, 9-11 Nisan 2015, pp.1-1
- AKMEŞE Z., DENİZ K., "Tango Kullanımının Analizi", Türkiye'de İnternet Konferansı İnet-tr'14 - İzmir Yaşar Üniversitesi, İZMİR, TÜRKİYE, 27-29 Kasım 2014, ss.1-1
- AKMEŞE Z., SUSAM A., "Kutsal Haleyi Yıkarak Anne-Kız Temsiliyet İlişkilerine Perdeden Bakmak", Community 2013 İletişim Öğrencileri Sempozyumu, ESKİŞEHİR, TÜRKİYE, 6-8 Kasım 2013, ss.1-1
- PARSA A.F., AKMEŞE Z., "Sosyal Medya ve Siyasal Alandaki Kullanımı: Gezi Örneği", Uluslararası Siyasal İletişim Demokrasi ve Yeni Süreçler Sempozyumu- Dicle Üniversitesi, DİYARBAKIR, TÜRKİYE, 21-23 Kasım 2013, pp.1-1
- AKMEŞE E., AKMEŞE Z., "Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Geçiş: Yeni Teknolojilerin Politik İletişim Alanına Yansımaları ve Değişen Stratejiler", Uluslararası Siyasal İletişim Demokrasi ve Yeni Süreçler Sempozyumu- Dicle Üniversitesi, DİYARBAKIR, TÜRKİYE, 21-23 Kasım 2013, pp.1-1
- AKMEŞE Z., "Edebiyat ve Sinema Anlatısı Bağlamında Anayurt Otel: Yalnızlık, Yabancılaşma ve İletişimsizlik", 14.Türk Film Araştırmalarında Yeni Yönelimler Konferansı, İSTANBUL, TÜRKİYE, 2-5 Mayıs 2013, ss.1-1
- AKMEŞE Z., "Popüler Dergilerde Kadın İmgisinin Nesneleştirilerek Dönüşümü", Uluslararası Kadın Konferansı Dokuz Eylül Üniversitesi, İZMİR, TÜRKİYE, 9-11 Mayıs 2012, pp.539-548

PARSA A.F., AKMEŞE Z., "Nuri Bilge Ceylan Sinemasında Anlatı Kodları ve Arketipler: Bir Zamanlar Anadolu'da", TFAYY 13. Türk Film Araştırmalarında Yeni Yönelimler Konferansı, İSTANBUL, TÜRKİYE, 3-5 Mayıs 2012, ss.1-10

PARSA A.F., AKMEŞE Z., "Yeşilçam Sinemasından Günümüz Dizilerine Dönüşüm: Selvi Boylum Al Yazmalım", TFAYY 13. Türk Film Araştırmalarında Yeni Yönelimler Konferansı, İSTANBUL, TÜRKİYE, 3-5 Mayıs 2012, ss.1-11

AKMEŞE Z., "Çoğunluk Filmi Örneğinde Gençliğin Temsili", I. uluslararası İletişim Öğrencileri Sempozyumu-Ege Üniversitesi, İZMİR, TÜRKİYE, 26-27 Nisan 2012, pp.1-11

PARSA A.F., AKMEŞE Z., "Medya Okuryazarlığı İle Yeni İletişim Teknolojilerine Meydan Okuma", Uluslararası Dil ve İletişim Sempozyumu (2012) (İzmir Üniversitesi), İZMİR, TÜRKİYE, 10-13 Haziran 2012, pp.1-11

PARSA A.F., AKMEŞE Z., "Yerli Dizilerde Kadın Temsillerinin Dönüşümü: Geleneksel Mağdur Kadın Temsilinden Günümüz Mücadeleci Modern Kadın Temsiline", Uluslararası Dil ve İletişim Sempozyumu (2012) (İzmir Üniversitesi), İZMİR, TÜRKİYE, 10-13 Haziran 2012, pp.1-11

AKMEŞE Z., ELMAS S. , "Toplumsal Hareketliliğin Sosyal Yaşamdaki Görünümü “Ya Ya Ya Şa Şa Şa” filmi", II. Uluslararası Beden Eğitimi ve Sporda Sosyal Alanlar Kongresi (Gazi Üniversitesi), ANKARA, TÜRKİYE, 31 Mayıs - 2 Haziran 2012, pp.1-1

Yaptığı Tezler

Doktora, "Televizyonda Çerçeveleme ve Toplumsal Bakış Açısının Oluşturulması", İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Fakültesi Radyo Televizyon Sinema Kasım, 2017., Yüksek Lisans, "'2000 Sonrası Türk Sinemasında Gençliğin Temsili'", EGE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ RADYO TV SİNEMA Temmuz, 2013.,

Filmografi

***Dönüşüm- Senarist ve Yönetmen(2010)**

Yeşil Kamera 1. Ulusal Üniversiteler Arası Kısa Film Yarışması, Katılan Filmler. 2010

***Tenur (belgesel)-yönetmen(2010)**

Manisa Altın Üzüm Kısa Film Festivali, Belgesel Dalı, Katılım ve finalist

***Beş kuruş(belgesel)-yönetmen (2010)**

1. Ulusal Smyrna Kısa Film Festivali, Finalist. 2010

Manisa Altın Üzüm Kısa Film Festivali, Belgesel Dalı, Katılım. 2010

***Son Kale-yönetmen (2011)**

***Her yer Hiç Kimse/Everywhere Nobody(Aralık 2012)**

TV Programları

Kime Sorsan Gösterir- Gezi Programı

Yayınlandığı Kanal: TRT Türk

Türü: Gezi

Yayın Akışı: Haftalık