

T.C.
EGE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO-TELEVİZYON ANABİLİM DALI

TÜRKİYE’DE TELEVİZYON HABERLERİNDE
MAGAZİNELLEŞME OLGUSU

YÜKSEK LİSANS TEZİ
UFUK UĞUR

DANIŞMAN
PROF. DR. SEYİDE PARSA

İZMİR-2006

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ	3
BÖLÜM 1: HABERCİLİĞİN GELİŞİMİ VE TELEVİZYON HABERCİLİĞİ	10
I- HABERLEŞME TARİHİ	10
A-HABERLEŞMEDE SÖZEL DÖNEM	12
1-Kabile Dönemi	12
2-Kent-Devlet Dönemi	13
3-İmparatorluk Dönemi	13
B-HABERLEŞMEDE YAZILI DÖNEM	14
1-Yazının Bulunması	14
2-Matbaanın Bulunması	15
3-Haberleşmede Telgraf	15
4-Haberleşmede Elektrik	16
C- HABERLEŞMEDE ELEKTRONİK SÖZEL DÖNEM	16
1-Radyo ve Haberleşme	16
2-Televizyonun Ortaya Çıkması	17
II-TELEVİZYON HABERCİLİĞİ	18
A-TELEVİZYON HABERCİLİĞİNİN İLK YILLARI	18
B-70'li YILLARDA TV HABERCİLİĞİ	21
C-TÜRKİYE'DE TELEVİZYON HABERCİLİĞİ	25
1-Kamu Televizyon Haberciliği: TRT	25
2-Özel Televizyon Haberciliği	29
III-TELEVİZYON HABERCİLİĞİNİN YAPISAL ÖZELLİKLERİ	33
IV-HABER KAVRAMI VE DEĞERLERİ	33
A-HABERİN TANIMI	33
B-HABER DEĞERİ KAVRAMI VE ÖLÇÜTLERİ	35
1-Liberal /Klasik Görüşe Göre Haber Değerleri	39
2-Marksist Eleştirel Bakışa Göre Haber değerleri	42
C-HABER-GERÇEK İLİŞKİSİ	45
V-TELEVİZYONDA HABER PROGRAM TÜRLERİ	49

A-GÜNLÜK HABER BÜLTENLERİ	49
B-CANLI YAYIN HABER PROGRAMLARI	50
C-GENİŞ KAPSAMLI HABER PROGRAMLAR	50
D-YORUM PROGRAMLARI	50
E-TARTIŞMA PROGRAMLARI	51

BÖLÜM 2: TELEVİZYON HABERLERİ VE POPÜLER KÜLTÜR- MAGAZİNLEŞME İLİŞKİSİ

52

I- TELEVİZYON HABERLERİNİN MAGAZİNLEŞMESİ	52
A - POPÜLER KÜLTÜR	53
B- POPÜLER KÜLTÜR KİTLE KÜLTÜR İLİŞKİSİ	59
II- POPÜLER KÜLTÜRE İLİŞKİN YAKLAŞIMLAR	61
A- POPÜLER KÜLTÜRE OLUMLU YAKLAŞIMLAR	61
B- POPÜLER KÜLTÜRE ELEŞTİREL YAKLAŞIMLAR	63

III-POST MODERNİZM ÇAĞINDA POPÜLER KÜLTÜR VE TÜKETİM KÜLTÜRÜ	66
A- KÜRESELLEŞME	71
B- POSTMODERN KÜLTÜRDE HABERİN MAGAZİNELLEŞMESİ	79
1- Magazin Söylemi ve Önerilen Yaşam Biçimi	83
2- Magazinleşen TV Haberlerinin Topluma Etkisi	87

BÖLÜM 3: TRT- 1 VE SHOW TV ANA HABER BÜLTENLERİNDEKİ HABERLERİNİN KAMUOYU OLUŞTURMADAKİ ROLÜ

93

I- ARAŞTIRMANIN BULGULARI	97
II-TELEVİZYON HABERLERİNDE MAGAZİNELLEŞME ÖRNEKLERİ	127
SONUÇ	149
KAYNAKÇA	153
ÖZET	158

GİRİŞ:

Kitle iletişimi ve bu iletişim biçimine egemen olan anlayış, toplumsal, kültürel, ekonomik ve politik yapılara bağımlıdır. En genç kitle iletişim araçlarından biri olan televizyonda, yapısal özellikleri nedeniyle inanılrlığı güçlü olan bir araçtır. Televizyon, görsel-işitsel özellikleri nedeniyle, ilk yıllardan beri nesnellik, dürüstlük, yansızlık ve açıklık gibi konularda izleyiciyi en fazla doyuran iletişim aracı olmuştur. Kitle iletişiminin en önemli toplumsal görevlerinden birisi de ‘haber iletme’dir. Haberler, insanlara yaşadıkları dünyaya ait gerçekleri algılamaları konusunda önemli referans noktaları oluştururlar.

Televizyon öncesi dönemde, sanayileşmeyle beraber, denizcilikte ve kara taşımacılığındaki gelişmeler sonucu, üretilen mallar ve enformasyon, kısaca ‘meta’ diyebileceğimiz ‘ekonomik değerlerin’ serbest dolaşımı hızlanmıştır. Sanayi kapitalizmine geçiş ile beraber Braudel’in ‘yenilmez düşman’ dediği ‘coğrafi mesafe’ yenilmeye başlanmış, metanın dolaşımı hızlanarak sanayi sermayesinin dönüşümü artırılmış, bilgi ve haber, lüks meta olmaktan çıkmış ve ekonomi politikteki yansımaları da sanayi ürünlerinin ticaretteki düzenliliğini ve karlılığını artırmıştır.¹

Toplumsal yapıda kentlerin ve işgücünün oluşması ile beraber fabrikalar kurulmuş ve insanlar toplu yaşamaya, kitle olmaya başlamışlardır. Teknolojik gelişmelerle beraber kitlelere bilgiyi aktaracak, kitlelerin üzerinde etkili olabilecek kitle iletişim araçları da gelişmiştir. Bu gelişmeler, kitle kültürünün oluşmasına da katkıda bulunmuştur. Kitle iletişim araçları, zamanla gelişen bu kitle kültürünü hem oluşturmuş hem de yansıtmıştır. “İnsanlar artık dünyayı sadece televizyonları başında görebilmekte ve işyerlerindeki zamanlarından arta kalan kısımlarda kapısını dünyaya kapadığı zaman seyrettiği bu ikame dünya karşısında, gerçek dünyanın

¹ Ünsal OSKAY, **Kitle İletişiminin Temel İşlevleri**, Ank: „S.B.F. yay., „s.6.

hayaletinin tüketicisi olmaktadır.”² İnsanın kitleselleşmesi sonucunda kitle iletişim araçları neredeyse bütün sosyalleşme ihtiyaçlarını karşılamış, kitleselleştirilmiş ürünler sayesinde insan dış dünyaya olan gereksinimini en az düzeye indirgemıştır. Kitle iletişim araçlarının ve özelde de televizyonun bir etkisi de insanı gerçek dünyadan kısmen soyutlaması ve onu simülatif bir dünyanın ürünleriyle mutlu etmesidir. Bu açıdan baktığımızda, çağımızın en genç kitle iletişim araçlarından biri olan televizyon ve televizyon haberleri, insanların yaşadıkları dünyayı ve olayları anlamlandırmada önemli bir yer tutmaktadır. “Bugün, kuramsal yaklaşımların hiçbirinin göz ardı edemeyeceği bir gerçek, toplumsal-ekonomik yapılarla kitlesel iletişim araçlarının teknoloji, ekonomik ve yönetsel yapıları ve kitlesel iletim ürünlerinin biçim ve içerikleri arasındaki ilişkidir”.³

Televizyon, bir yanıyla kültürel yapının ayrılmaz bir parçası olmakla beraber aynı zamanda eğlence olgusunun da yüceltildiği bir platformdur. İnsanların televizyon karşısında geçirdikleri zaman diğer kitle iletişim araçlarıyla geçirilen zamana göre daha fazladır. Bu durumda televizyon modern toplumlarda çağdaş ve etkili bir kitle iletişim aracı haline dönüşmektedir. Televizyon yayıncılığı, özellikle 1950’li yıllarda gücünü ve etkisini arttırmıştır. Bağımlılık yaratıcı etkisi, bireyleri edilgin özneler olarak biçimlemesi, gerçektışı dünyası ve program türlerinin içeriksizliği gibi olumsuz etkileri eleştiri konuları olmuştur. Çağdaş kuramcı Neil Postman televizyonu, “önemli oranda içeriksizleştirilmiş, eğlence yoluyla kültürün giderek dönüşmesine aracılık eden bir aygıt olarak nitelendirmiştir”. Dolayısıyla televizyon, bir yanıyla kültürel bir form olarak karşımıza çıkmakla beraber bir yanıyla da günlük yaşam kültürünün yeniden üreticisi konumundadır.⁴

² Ünsal OSKAY, a.g.e. s.10.

³ Özden CANKAYA, **Türkiye’de Televizyonculuğun Gelişimi ve Bugünkü Durumu**, İst.; Marmara İletişim dergisi, Sayı 2, 1993.

⁴ Akt: Hakan ERGÜL, **Televizyonda Haberin Magazinelleşmesi**, İst.; İletişim Yay., 2002, s.19-21.

Günümüzde televizyon, insan hayatının gündelik yaşamının ayrılmaz bir parçası olmuştur. Diğer toplumlarda olduğu gibi bizim toplumumuzda da etkili ve yaygın bir kültür üretme aracıdır. Televizyon, yapısal özellikleri nedeniyle - ki bunlar haber bültenlerine görsellik, anımsalılık, aktüellik ve gerçeğe yakın olma şeklinde yansır – diğer kitle iletişim araçlarına göre daha inandırıcıdır. Teknolojik üstünlüğü sayesinde ulusal sınırları zorlayıp uluslararası ilişkilerde de önemli bir yer tutan televizyon, demokratikleşme, liberalleşme ve politik süreçlerin paralelinde kamusal alanın da ayrılmaz bir parçası olmuştur.

Televizyon haberleri, izleyicide, yaşamın kendisine tanıklık ettiği duygusunu yaratan, gerçeğin en yakın aktarım biçimi izlenimi veren haliyle var olan iktidarın kurulmasında önemli yapı taşlarından birisi olmuştur. Haberin bir tanımı da, “gerçekte var olan ve insanlar için ilgi çekici olan her oluşumun ortak adı” veya “toplumun büyük kesiminin ilgi, çıkar ve yaşam alanı içinde var olan ve en kısa sürede verilen olaylardır”⁵. Gelişen teknoloji ile beraber, televizyon haberleri de, kablolu yayınlar, dijital elektronik yayıncılık gibi yeniliklerle beraber ulusal ve kültürel sınırları zorlayan güçler olmuştur. Uydu teknolojisiyle birlikte, birbirinden binlerce kilometre uzaklıktaki yerler ve topluluklar anında birbirine bağlanma gücüne ulaşmıştır. Tüm bu teknolojik gelişmeler, elektronik medya sahnesine yeni oyuncuların çıkmasını beraberinde getirerek, televizyon yayıncılığındaki sahiplik ve kontrol yapılarını değiştirmiştir. Yaşanan bu değişim özellikle 80’li yılların çalkantılı toplumsal ortamında, doğu bloku olarak adlandırılan ülkelerde sosyalist rejimlerin yıkılması, liberal ekonomi politikaların oluşması ve dünyanın bir bütün olarak, büyük bir pazara dönüşmesi, televizyon haberciliğinin önemini arttırmıştır.⁶

Yapısı gereği eğlenceyi de içinde barındıran televizyon, yalnızca izleyiciye iyi vakit geçirme aracı olmasının dışında, izleyicinin de reklamcıya pazarlandığı bir ortama dönüşmüştür. Groombridge’in ‘entelektüel büyücü’ olarak tanımladığı ve kitle iletişimde ‘küresel köy’ betimlemesiyle oldukça iyi bilinen Marshal McLuhan,

⁵ Filiz Seçim, ‘Haber Kavramı ve ABD Basınında Dış Haberler’, Kurgu, 12, Aralık 1993, s. 207-208.

⁶ Melek Atabey, ‘Televizyon Haberciliğinde Ticarileşme’, Ank: ‘Siyasal İletişim, 1. Ulusal İletişim Bildirileri 3-5 Mayıs 2000, Gazi Üniversitesi İletişim Fak. Basım evi, 2000, s. 255.

“gelişen iletişim teknolojileri ile beraber artık her bireyin katılımcı olabildiğinden söz ederken, aynı gelişmelerin dünyayı eğlenceyle belirlenen bir sahneye çevirdiğini de ileri sürmektedir”.⁷

Bu anlamda televizyon haberleri de, küresel köyde izleyicinin reklamcıya pazarlanması ile beraber içerik olarak geleneksel yayıncılık anlayışının dışına çıkarak izlenme oranlarını arttırmalıydı. Özellikle, akşam evine işinden yorgun gelen ve dinlenme zamanında, içinde yaşadığı gerçeklikten uzaklaşma isteğiyle televizyonun karşısına geçen insanlara, onları rahatlatacak ve günlük sorunlarından uzaklaştıracak bilgi, eğlence içeriğiyle sunulmalıydı. Haber bültenlerine, eğlence ögesinin girmesi, bilginin eğlence içerikli sunumu, görsel malzemenin olabildiğince haberi desteklemesi, bu izlenme oranı kaygısını bir anlamda ortadan kaldırıyordu. Televizyon haberlerinin magazin olana veya konuların magazin yanlarına yönelmesi, işte bu ihtiyaçtan kaynaklanmıştır. Televizyon, haber metinlerinin izleyiciye aktarılması konusunda güvenli bir araç olmakla beraber, haberlerin aktarımında gerçekleşen bozulmalarda da, izleyicinin en az sorguladığı kitle iletişim aracıdır. Bu bozulmalar da, haber bültenlerine günümüzde magazinelleşme olarak yansımaktadır. Görsel-işitsel özellikleri nedeniyle yayınlanan haber bültenleri gerçekmiş gibi algılanmakta, izleyici tarafından güvenilirliği gerektiği kadar sorgulanmamaktadır.

“Haberlerin ve haber programlarının popülerleşmesi sürecinde, sansasyona, skandala ve yüzeysel olaylara yer verilerek aslında sadece haber bültenleri magazinelleşmemekte, aynı zamanda yaşamın kendisi de magazinelleşmektedir”.⁸ Bakıldığı zaman magazin kelimesi , sözlük anlamında, “para aşırma, oyalanma, birini bir şeyden uzaklaştırma, yoldan çıkarma ve başka alana sokma gibi ifadeler çağrıştırır.”⁹ Bu açıdan incelendiğinde, televizyon yayıncılığında en çok izlenen tür olduğu bilinen haber bültenlerinde, neden magazinelleşmeye çok yer verildiği anlaşılabilir. Bu durumda, kitle insanı günlük yaşamın gerçeklerinden uzaklaşacak,

⁷ Hakan Ergül,a.g.e.,s..65.

⁸ A.g.e. s.106.

⁹ Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi,Cilt 15,İst., İnterpress yay.1986.

yorgun olduğu iş zamanının dışındaki zamanlarını televizyon seyrederek geçirecek, toplumsal sorunlara yabancılaşarak hayatını sürdürecektir. Giderek birbirine benzeyen ve yalnızlaşıp yabancılaşan birey, egemen ideolojinin kültürel yapısına baş kaldırmadan sistemin ve üretimin bir parçası olacaktır. Televizyon ve özelinde haberler, izleyiciyi, gerçeğin parçası haline getirmektedir. Dış dünyanın giderek kendisine yaklaştığını zanneden izleyiciye aslında en yakınındakiler bile uzaklaşmaktadır. Televizyon, aile bireylerini bir araya toplayan bir araç değil, ailenin aynı mekanda yaşarken bile birbirlerinden uzaklaşmalarını sağlamaktadır.

Tüm bu özellikleri çerçevesinde televizyonun etkin gücü, televizyonda üretilen programlar arasında önemli bir yere sahip olan bültenlerin “haber verme” misyonuna eğlence unsurunun katılması ve izleyicinin bu şekilde kanalda tutulmaya çalışılmasına yol açmaktadır. Bu durumu, televizyon haberlerinin magazinelleşmesiyle açıklamak mümkün olabilir.

Magazin haberciliğinde toplumu ilgilendiren olayların ikincil öğeleri ön plana çekilmektedir. Magazinel söylem, olay örgüsünü parçalar ve gerçekliğinden koparır, herkes için olan, tüketilmesi kolay, basit ve yüzeysel hale getirir. Böylece, televizyon izleyicisinin kolaylıkla tüketebileceği bültenler ortaya çıkmaktadır. Üzerinde fazla düşünmeye gerek olmayan, insanları rahatlatan haber bültenleri, hızla akan görüntüler şeklindeki bir televizyon haberciliği tercih edilir olmuştur. Televizyon haberlerinde magazinelleşme, özel televizyon kanallarının yayına başlamalarından itibaren medya gündemine girmeye başlamıştır. Dünya genelinde, televizyonun “entertainment medium” yani eğlendirme aracı, haberciliğin ise “service” olduğunu söyleyen Haluk Şahin, ikisinin bir araya getirilmesiyle oluşturulan haber anlayışının “enfotainment”, “habeğlence” olarak çevirmenin doğru olacağını söylemektedir. Bu yayın anlayışının “tabloid televizyon” olarak adlandırıldığını belirten Haluk Şahin, anlayışın rayting kazanmasının meslek açısından ciddi tartışmalara neden olduğunu söylemektedir. Bunun, halkın iyi ve doğru bilgilendirilmesine engel olacağı, habercilik mesleğinin prestijini düşüreceği ve inandırıcılığı yaralayacağı kaygılarının yaşandığını vurgulayan Haluk Şahin, Türkiye’de tabloid formülünü uygulayan kanalların, dünyanın hiçbir yerinde

görülmeyen aşırılıklara kaçtığını belirtmektedir. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde, televizyonun, uzun vadede insanları daha bilgili hale getirdiğini söyleyen Haluk Şahin, yapılan hatalara rağmen, televizyon haberciliğini tamamen karalamanın doğru olmayacağını belirtmiştir.¹⁰

Son dönemde televizyon haberlerinde magazinelleşme olgusunun arttığı görülmektedir. Bunun nedenlerini ve sonuçlarını araştırmak, toplum üzerindeki etkilerini aramak ilgimi çekmektedir. Buradan hareketle çalışmamızda temel kavram olarak televizyon, haber ve magazinelleşme olguları üzerinde durulacaktır. Televizyonun, özellikle egemenlik ilişkilerinin kurulmasında nasıl bir güç olduğu ve anlamlandırma süreçlerinde ne kadar etkili olabildiği göz önüne alınacaktır.

Birinci bölümde haberleşmenin tarihsel olarak geçirdiği evreler ve haber kavramının Dünya’da ve Türkiye’deki anlam ve tanımlarına bakılacak, televizyonun tarihsel süreçleri, televizyon haberciliğinin geçirdiği aşamalar ve televizyonun yapısal özellikleri ile haber program türleri ve haber değerleri araştırılacaktır.

İkinci bölümde ise popüler kültür, postmodernizm, magazinelleşme olguları incelenecek, televizyon haberlerinde magazinelleşmenin nasıl gerçekleştirildiği ve topluma nasıl bir etkide bulunduğu araştırılacaktır.

Çalışmanın son bölümünde ise, bir hafta süre ile kayıt edilen iki ayrı ana haber bülteni karşılaştırmalı olarak içerik analizine tabi tutulacak ve magazinelleşmeye kanıt haberler aranacaktır. Bu haber bültenlerinden biri devlet tekelinde yayın yapan TRT 1 olarak seçilmiş diğeri ise özel bir televizyon kanalı olan Show TV olarak belirlenmiştir. Bu iki kanalın ana haber bültenlerinde yer alan haberlerin süreleri, sunum biçimleri, haber sıralaması niceliksel olarak incelenecektir.

Yaptığımız ön araştırmada, bu alanda fazla esere rastlanmamış olması, ele alınan konu bağlamında ayrıntılı akademik çalışmanın fazla yapılmamış olması

¹⁰ Haluk Şahin, Yeni İletişim Ortamı Demokrasi Ortamı ve Basın Özgürlüğü, B.K.B.A., İst: ,s.21.

olumsuzluklardan biridir. Bu konuda yapılan çalışmaların pek çoğunun televizyon haberciliğinde magazinelleşme olgusunun dışında ‘magazin’ öğesine vurgu yaptığı görölmüştür. Konuyla ilgili olarak yapılan akademik çalışma olarak Hakan Ergöl’ün ‘TV Haberlerinde Magazinelleşme’ ve şebnem Soygüder’in hazırladığı ‘Türk Magazin Gazeteciliğinde Kullanılan Fotoğraflarda Etik Sorunu’ isimli tezler dikkat çekmiştir.

Çalışmamızın ana teması bir hafta süreyle TRT 1 ve Show TV isimli kanalların ana haber bültenlerinin rast gele örneklem yöntemiyle takip edilmesiyle, içerik analizi uygulanarak ana haber bültenlerinde, özellikle ‘magazinelleşme’yi saptamak ve tezimizi destekleyecek bulgulara ulaşılmaya çalışılacaktır.

BÖLÜM 1

HABERCİLİĞİN GELİŞİMİ VE TELEVİZYON HABERCİLİĞİ

Öncelikle, çalışmamızın ana temasını oluşturan haber kavramının ne anlama geldiğini ve haber kriterlerini açıklamakta fayda vardır. İnsanı diğer canlılardan ayıran en önemli özelliği, belki de olayları değerlendirme, algılama ve düşünme yetisidir. Çevresinde olup biten olaylara ilgi duyan ve doğru bilgileri edinme ihtiyacı duyan insan sürekli bu ihtiyacını giderme çabası içinde olmuştur. Bu nedenle insan tarih boyunca çevresinde olup bitenden haberdar olma isteği duymuştur.

Haberleşme, ateş, duman, tellal, tiyatro aracılığı ile yapıldığı dönemlerden, günümüzde, basın, sinema, radyo, televizyon ve uydu aracılığı ile yapılan dönemlere gelmiştir. Haberleşmenin tarihçesinde, işaretlerden, sözlü araçlardan yazılı araçlara, basına, basından telekomünikasyona ve uydu yayıncılığına gelişen bilgi, haber ve enformasyon akış yolu görülmektedir. Bu gelişim süreci içinde yeni gelen sistem eskisini ortadan kaldırmıştır. Her sistem kendi içinde gelişerek daha geniş kitlelere ulaşma yolunu seçmiş ve geniş çapta örgütlenmiştir.¹¹

İnsanın doğayla ilişkisi sonunda ortaya çıkan teknoloji (maddi kültür) onun diğer insanlarla ilişkisini etkilemekte (manevi kültürünü) zenginleştirmektedir. Önceleri yaşamı sürdürebilmek için doğa ve öteki insanlar arasında kurulan ilişkide yer alan iletişim, toplumsal hayat gelişip karmaşılaştıkça kendisinde gelişip karmaşılaşmıştır.¹²

Hızla gelişen teknoloji ile beraber toplumsal alanda da köklü değişimler yaşanması kaçınılmaz olmuştur. Gittikçe küreselleşen dünya, Mc Luhan'ın

¹¹ Alaeddin Şenel, *Siyasal Düşünceler Tarihi*, ,Ank:,AÜSBF yay.,1982,s. 44.

¹² a.g.y. s. 44.

deyimiyle, zaman faktörünün bittiği, mekan faktörünün kaybolduğu yepyeni bir dünya olmuş, evrensel bir köye dönüşmüştür. Teknolojinin hızlı gelişmesi ile beraber, insanlar arası iletişim ve haberleşmede de bir takım gelişmeler yaşanmıştır. Özellikle, topluma bilgi bombardımanı olarak yansıyan bu değişimler, insanları birleştirici bir rolle kamusal alana bağlayan faktör olmuştur. Haberin böyle bir etkinliği sürdürebilmesi, bir başka deyişle birleştirici bir toplumsal güç olarak işlev görebilmesi için, her şeyden önce inandırıcı olması gerekmektedir. Ancak yaşanan değişimlere paralel olarak haberi inandırıcı kılan biçim ve değerlerde değişmiştir ve artık haber ‘Gerçek’le özel bir ilişkiyle donatılmış, ayrıcalıklı bir söylem¹³ olarak tanımlanmaktadır.

Haberin insan hayatında önemli bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkması ve haberin taşınması amacıyla bazı yeniliklerin ve teknolojilerin kullanılması aşamaları daha ayrıntılı incelenmesi gereken bir konudur. Fakat haberi daha iyi tanımak için bu süreçler ile ilgili bazı noktaları ele almakta fayda vardır. Bu uzun süreç içinde haberin kullanımı artmış, kullanım amaçları çeşitlenmiş ve yeni teknolojiler sayesinde bazı değişikliklere uğramıştır. Ancak ilk zamanlardan beri insan, doğru, eksiksiz ve taze haber arayışı içinde olmuştur. Böylece haberin çabukluğu ile ilgili bir rekabet ortamı doğmuştur. Bu rekabet ortamında haber bir meta haline gelmiş ve sahip olunan haberleri saklamak isteği ile başkalarının elinde bulunan haberleri öğrenmek ve yaymak arasında gelişen bir rekabet durumu, ‘haber’i iletişim ortamından ayrıcalıklı bir konuma getirmiştir.¹⁴

İnsanlar arası ve toplumlar arası ilişkiler arttıkça, kültürel çeşitliliğin etkisi ve ideolojik yönlendirme gereksinimi, daha karmaşık bilgiler içeren haberlerin aktarılmasını zorunlu hale getirmiştir. Endüstri devrimi ile hızlanan bu süreçte yazılı olarak iletilen haber, kapitalist sistemin ihtiyaçlarına cevap verebilecek şekilde farklı bir disiplin anlayışı ile yapılanmaya başlamış ve mesajlar, geniş kitlelere

¹³ Aktaran:Selda İçin Akçalı,**Türkiye’de Araştırmacı Gazetecilik**,Gazeteciler Cem. Yay.,2002,s.2.

¹⁴ A.g.e. s. 5.

ulaştırılmıştır.¹⁵ Haberleşme ilk yıllarından itibaren, kabile yaşamı, kent devletler ve imparatorluk dönemlerinde oldukça önemsenmiş matbaanın icadı ile beraber de ilk düzenli gazetelerin yayınlanması ve telgrafın bulunuşuyla yeni bir boyut kazanmış günümüze kadar da radyo-televizyon ve internet yolu ile habercilik şeklinde gelmiştir. Televizyonda haber ve güncel olayların yayıncılığı, TV programlarının gazeteciliğe özgü alanını oluşturmaktadır. Son yıllarda iletişim alanında yazılan kitaplarda yayın gazeteciliği veya elektronik gazetecilik gibi kavramlar kullanılmaktadır. Televizyon gazeteciliği yeni bir modeldir. Radyo haberciliğinin, yazılı basından röportaj tekniklerinin, belgesel sinema film tekniklerinin sentezidir.¹⁶

I- HABERLEŞME TARİHİ

A- SÖZEL DÖNEM

1- Kabile Dönemi

Toplumun bir üyesi olan insan öncelikle kabile yaşamına girmiştir. Bu düzende yaşarken doğada, çevresinde olanları öğrenmek, kendi başına gelenleri başkasına duyurmak, bunlar üzerinde düşünmek ve düşündüklerini başkalarına duyurmak ihtiyacı duymuştur. İşte bu ihtiyaç, yani yaşananları ve olup bitenleri öğrenme ihtiyacı haberleşmeyi doğurmuştur.¹⁷ İlk insanın kendi doğası ve insan çevresiyle, işaretlerle, oklarla ağaç mızraklarla, taşlarla ve basit seslerle gerçekleştirilen iletişim tarzı yer ve uzay bakımından ‘aynı yerdeliğe ve zaman bakımından ise ‘aynı andalığa bağımlıdır.¹⁸ Zamanla insanların kabile yaşamından kopup ayrı topluluklar yaratması sonucu, haberleşme ateşle, dumanla ve meydanlarda insanların toplanması sonucu haberlerin dağıtılması veya sözlü mesajları ileten yaya habercilerin kullanılmasıyla yapılmıştır.

Haberin yazılmadığı, bir araç üzerinden iletilmediği dönemlerde haber, bizzat insanlar tarafından taşınmıştır. Yani haber bu dönemde, anlatılan kişilerin fiziksel varlıkları ile var olan, onlara bağlı olarak yayılımı sağlanan bir olgudur. Bu

¹⁵ Şebnem Soygüder, **Türk Magazin Gazeteciliğinde Kullanılan Fotoğraflarda Etik Sorunu**, İzmir Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Ens. Yayınlanmamış doktora tezi, 2002, s. 32.

¹⁶ Seyide Parsa, **Televizyon Haberciliği ve Kuramları**, İzmir, EÜİF. Yay., 1993, s.44.

¹⁷ A.g.e. s.10.

¹⁸ İrfan Erdoğan, “Eski Çağlar ve İlk İmparatorluklardaki Egemen İletişim Biçimleri Üzerine Bir Değerlendirme” **Kültür ve İletişim Dergisi**, Sayı;1999.2/2. s22.

dönemi en iyi simgeleyen olay bir maraton koşucusunun öyküsüdür: ‘İ.Ö. 490 yılında Yunanlıların Perslere karşı kazandıkları zaferden sonra haberci, Atina’ya kadar 42.195 kilometre koşar. Orada ülkesinin zaferini bir nefeste anlattıktan sonra bitkinlikten ölür’. Bu öyküde de işaret edildiği gibi, haberlerin imparatorlukları ağızdan ağza söylenerek, baştan başa dolaştığı görülmektedir. Bir başka ifadeyle, o dönemde habercinin sadece haberin taşıyıcısı durumunda olup, çok da önemslenmediği dikkat çekicidir.¹⁹

İnsanlar başka insanlarla ilişki içine girdikçe ve bu topluluklarla ilgili haberlere ihtiyaç arttıkça, bu haberlerin sadece sözlü olarak aktarılmasında güçlükler ortaya çıkmıştır. Bunun yanında, yazının bulunması ve bununla birlikte haberin yazıyla aktarılması sadece insanlar arası ilişkilerin artmasıyla açıklanamamaktadır. Bu bağlamda önemli nokta da, bilginin sonraki nesillere aktarılması ihtiyacıdır.²⁰

2-Kent-Devlet Dönemi

Kitlesellenen insan toplulukları sayesinde yeni yerleşim birimleri, kentler oluştu. M.Ö. 5000 dolaylarında kabile yaşamı Sümerler (karabaşlar) denilen bir topluluk kuzeydeki dağlık bölgelerden, ovaya Mezopotamya düzlüklerine göç ettiler. Büyük iki akarsu, Dicle ve Fırat’ın bataklık haline getirdiği geniş alanları kurutarak münbit topraklar haline getirdiler. Böylece insanlık tarım kültürüne başlamış oldu. İnsanoğlu doğayı tüketmekten vazgeçip üretime ve hayvanları ehlileştirmeye başlamıştır. Büyük değişimlerin, kültürel atılımların yapıldığı kent-devletler döneminde yazı bulunmuş, 1. kentleşme devrimi gerçekleştirilmiştir.²¹

3- İmparatorluk Dönemi

Kent devletlerinden imparatorluklar dönemine geçildiğinde iyi örgütlenmiş haberleşme sistemleri ortaya çıktı. İmparatorlukların tek merkezden güçlü bir biçimde yönetilmeleri, birazda iyi bir haberleşme ağına bağlı idi. Moğol

¹⁹ Aktaran:Selda İçin Akçalı,a.g.y. s.6.

²⁰ A.g.y. s.7.

²¹ Seyide Parsa,a.g.e.,s.11.

imparatorlarının haber ulaştırma içinde kullanmak üzere iki yüz bin atlıyı işbaşında tuttuklarını Makro Polo'dan öğrenmekteyiz. Tarihte ilk sistemli haberleşmeyi Persler kurmuşlar ve bu sayede M.Ö.553 yılında Ahamenit kralı başkentleri ve diğerk önemli merkezler arasında yollar yaptırmışlardır. Böylelikle sistemli haberleşme yöntemiyle temel ihtiyaçlardan en önemli üçü yerine getirilmiş olmaktaydı.

1. Yazı: Yazılmış bir mesaj
2. Bu mesajın iletilmesini sağlayan yol ağı: şebeke
3. Bu yolların ve haberleşmenin güvenliğinin sağlanması.²²

B-HABERLEşMEDE YAZILI DÖNEM

1- Yazının Bulunması

Yazılı iletişim çağı Asya'da, eski Çin ve Amerika'da Maya ve Aztek uygarlıklarında 5000 yıl kadar önce başlamıştır. Sözel dönemden yazılı döneme geçiş ile beraber insanların algılama biçimlerinde ve düşünme yapılarında da değışimler olmuştur. Yazının bulunması ile beraber önce taş bloklar daha sonra kağıtlar aracılığı ile haberler değışimden ve taşıyanın yorumundan ayrı bir şekilde uzaklara ve kalabalık topluluklara iletilmiştir.

Düşüncenin uçuculuğu yazı sayesinde kayboldu ve maddileşti. Kabile döneminde söze dayalı haberleşme, kent devletleri döneminde yazıya yöneldi. Sözlü geleneğın hakim olduğu kabilelerde ölen her yaşlı insan, yanan bir kütüphaneydi. Başka bir deyişle yaşlılar canlı birer kültür taşıyıcısıydı.²³

Tarihçiler ilk yazı örnekleri olarak mağara duvarlarındaki resim-yazıları göstermektedirler. Çağımızda sekiz bin yıl önce Mısır'da ilkin Cilalı taş sonra da Bronz Çağı uygarlıkları kurulmuş, bunlar resim-yazının tipik örneklerini yaratmışlardır.²⁴

Yazının tarihçesi oldukça karmaşıktır. Hepsi değılse de pek çok el yazısı, dolaylı veya dolaysız bir tür resim yazısına ve daha ilkel düzeye de işaret yerine

²² Seyide Parsa,a.g.e.,s.13.

²³ A.g.e. s.11.

²⁴ M.Nuri İnuğur,Basın ve Yayın Tarihi, İst: ,Der Yayınları, ,1993,s.28.

geçen nesnelere dek uzanmaktadır. Bir iddiaya göre, Sümerlerin M.Ö. 3500 yıllarında geliştirdiği çivi yazısının ilk şekli, kısmen ticari işlemleri kaydetmek amacıyla toprak jetonları içi boş, ufak ve ağzı sımsıkı kapalı kutulara koyup, kutunun dış yüzeyine jeton sayısı kadar işaret kazıma sisteminden türemiştir. Toprak jetonların yazı öncesi devirde ticari bağlamda kullanımı, yazı çağrışımını kolaylaştırır; çünkü geçmişi ne olursa olsun, bu kapalı kutularla aynı bölgede geliştirilen ilk çivi yazısı da, kent toplumlarının günlük ticari ve yönetim işlemlerinde kullanılmıştır.²⁵

Yazının ve daha sonra matbaanın bulunmasıyla beraber, haber, taşınması ve dağıtılması kolay bir nesne haline gelmiştir. Özellikle gazete gibi haber dağıtımını çoğul olarak sağlayan yayınlarla beraber alt sınıflardaki insanlar da bilgiye daha çabuk ulaşır olmuşlardır. Bu eserlerin ucuzlamasıyla beraber de haber belli bir zümrenin tekeline olmaktan çıkmıştır. Haber artık sadece duyanın duymayana anlattığı ve anlatırken yeni unsurlar kattığı bir duyum olmaktan çıkmış, kamu için önem taşıyan ve daha titiz çalışılması gereken bir ürün haline gelmiştir.²⁶

2- Matbaanın Bulunması

Yazının ve daha sonra matbaanın bulunmasıyla beraber, haber, taşınması ve dağıtılması kolay bir nesne haline gelmiştir. Özellikle gazete gibi haber dağıtımını çoğul olarak sağlayan yayınlarla beraber alt sınıflardaki insanlar da bilgiye daha çabuk ulaşır olmuşlardır. Bu eserlerin ucuzlamasıyla beraber de haber belli bir zümrenin tekeline olmaktan çıkmıştır. Haber artık sadece duyanın duymayana anlattığı ve anlatırken yeni unsurlar kattığı bir duyum olmaktan çıkmış, kamu için önem taşıyan ve daha titiz çalışılması gereken bir ürün haline gelmiştir.²⁷

3- Haberleşmede Telgraf

Haberleşme, özellikle telgrafın icadı ile alanındaki en önemli gelişmelerden birini yaşamıştır. Bu yöntemle beraber haberleşmede 9-10 kilometre mesafe ile inşa edilmiş olan merkezler arasında işaretin bir merkezden alınıp, diğerine aktarılması söz konusudur. Bu işaretler bir direğin tepesine monte edilen regülatörün çeşitli

²⁵ Selda İçin Akçalı,a.g.e. s.8.

²⁶A.g.e. s.9.

²⁷A.g.e. s.9.

şekillerde kullanılmasıyla elde edilmektedir.²⁸ Elektrik enerjisi, ilk telgraf hattının 24 Mayıs 1844’de açılması ile beraber haber çok kısa zamanda, çok uzak mesafelere gidebilmiştir. Böylece habercilik kavramı yeni bir boyut kazanmıştır. Telgrafla gönderilen mesajların içeriği, nokta ve çizgilerle şifrelendiği için kullanım alanı sınırlı olmuştur. Telgraftan sonra, ses’in uzak mesafelere aktarılabilmesi, haber iletimini kitlesel bir boyuta taşımış, İnsan sesinin, uzak mesafelere taşınabilmesi ile beraber haber ve enformasyon da taşınabilir olmuş ve zaman-mekan sınırlamaları da ortadan kalkmıştır.

4- Haberleşmede Elektrik

Matbaanın icadından sonra, haberin topluma yayılmasında kitle iletişim araçları açısından, en önemli gelişme elektrik-elektronik alanındaki buluşlar olmuştur. 1882 yılında New York kentinde ilk elektrik santralini kurarak bu dağıtımı gerçekleştiren Edison sayesinde yaşanan bu teknik gelişmeyle insanoğlunun dış yaşamı algılayışı ve değerlendirmesi de farklılaşmıştır. Elektrik sayesinde zaman ve mekan sınırlandırmaları ortadan kalkarak, evrensel düzeyde bir diyalog kurulmuştur. 1876 yılında da Graham Bell tarafından telefonun icad edilmesi haberleşmede reform olarak kabul gördü. Telefon sayesinde insanlar yazı ve işarete ihtiyaç duymaksızın çok uzak mesafelerden birbirinin kulağına konuşabilmek imkanını kazandılar.²⁹

C- HABERLEŞMEDE ELEKTRONİK SÖZEL DÖNEM

1- Radyo ve Haberleşme

Sözün egemenliğinin kurulduğu bu dönemde radyo en önemli kitle iletişim aracı olmuştur. Ses dalgalarının kablo kullanmadan uzayda sonsuz mesafelere ulaştırılabilmesi, radyo icad edildikten sonra gerçekleşmiştir. Clark Maxwell, elektro manyetik dalgaların ışık hızına yakın bir hızla hareket etmesi gerektiğini ileri sürmüştür. Daha sonra Maxwell’in bu kuramsal açıklamaları geliştirilerek radyonun keşfi tamamlanmıştır.³⁰

²⁸ Seyide Parsa,a.g.e. s. 17.

²⁹ A.g.e. s.10-11.

³⁰ Aysel Aziz,**Elektronik Yayıncılıkta Temel Bilgiler**,Ankara,1989,s. 13-16.

Yüzyılın başında Guglielmo Marconi, uzun mesafeler arasındaki iletişimde elektromanyetik dalgaların elektrik tellerinin yerini alabileceğini göstermiştir. Böylece 1923 yılında Londra'nın kenar mahallelerinden birine yerleştirilen bir uzun dalga alıcısı ABD Long Island'da yapılan bir konuşmanın parçalarını aldığında, ilk deniz aşırı radyo yayını gerçekleşmiş oldu.³¹ Haberlerin ailenin tüm bireylerine yönelik olduğu bu dönemde radyo, 'herkes için bir şeyler vermeyi' amaçlamıştır. Başka bir deyişle diğer programlar gibi haberler de ailenin her bireyinin ilgisini çekecek düzeyde hazırlanmalıdır. Radyo yayıncılığının bu iki özelliği, 'konuşulan sözcüğe önem verilmesi ve herkese uygun programlar' politikası günümüz TV yayınlarını, özellikle haberleri önemli ölçüde etkilemiştir.³² Radyo sayesinde, insanlar haberi herhangi kişisel bir eğitime gereksinim duymadan işitsel olarak kolayca alabilmişlerdir.

2- Televizyonun Ortaya Çıkması

Görsel iletilerin nakli ile televizyon teknolojisinin toplumsal kullanıma sunulması ise ilk defa İngiltere'de yapılmıştır. 1936 yılında bu ülkede ilk düzenli televizyon yayınlarına başlanmıştır.

Televizyonun çalışma prensibini insan gözünden aldığını söyleyebiliriz. Gözün retina tabakasında resim noktalara bölünmektedir. Bu noktalarla beyin arasında ise sinirler bulunmaktadır. Bunları bir kablo demetine benzetmek mümkündür. Her noktaya ait ışık bilgisi, sinirler tarafından beyne taşınır ve orada değerlendirilir. Televizyon görüntünün parlaklık değerlerini ve bunların zamanla değişmesini nokta nokta, yatay satırlar halinde tarayarak elde edilen bilgileri uzaktaki bir alıcı ağıta iletir, ışık şiddeti değişimleri halinde bir perde üzerinde tekrarlanması ilkesine dayanmaktadır.³³

Bir kitle iletişim aracı olarak televizyonun bazı özellikleri nedeniyle diğer kitle iletişim araçlarından daha popüler olduğu gerçektir. Öncelikle, televizyon mesajlarını taşıyan ses ve görüntü sinyalleri, elektronik araçlarla ve radyo

³¹ Seyide Parsa, a.g.e. s. 19.

³² A.g.e. s. 20.

³³ A.g.e. s. 20.

dalgalarıyla iletilmektedir. Radyo dalgaları ışık hızıyla hareket eder ve hareketleri için hava bile gerekmez.³⁴

Televizyonun sahip olduğu yüksek iletişim hızı diğer kitle iletişim araçlarından yalnızca radyoda bulunmaktadır. Ancak televizyonun insan doğasında bulunan görüntü ve hareket öğelerini birleştirerek sunabilmesi, onu radyodan ayırmaktadır. Dolayısıyla televizyon işit-görsel bir araçtır. Televizyon bu yönüyle, gazete gibi sadece okunarak algılanabilen, radyo gibi sadece dinlenerek anlaşılabilen iletişim araçlarına göre daha fazla ilgi çekicidir. Bu ilgi, görüntü unsurunun çekiciliğinden kaynaklanmaktadır. Televizyonun işit-görsel özellikleri nedeniyle anlatım gücünün yüksek olduğu kabul edilen bir gerçek olmuştur.

II- DÜNYADA TELEVİZYON HABERCİLİĞİ

A-TELEVİZYON HABERCİLİĞİNİN İLK YILLARI

Teknolojinin giderek gelişmesi ile büyük kitlelere ulaşan televizyon yapısal özellikleri nedeniyle neredeyse bütün toplumlara ulaşır hale gelmiştir. “Dünya’da ilk televizyon yayınları ise 1936 yılında İngiltere’de başlamıştı. Elektronik tarama tekniği kullanılarak ilk düzenli yayın Londra’da Alexsandra Place’da kurulan televizyon stüdyosundan yapılmıştı. 405 satır çizgili yayın haftada 24 saat sürmüş ve Londra çevresinde 20.000 televizyon alıcısı tarafından izlenmişti.”³⁵ Resmi nitelikte ilk televizyon yayını ise 1939 yılında gerçekleştirilmişti.³⁶

Televizyon yayınlarının geniş kitlelere ulaştırılması ile ilgili en ciddi olayın Almanya’da gerçekleştiği bilinir. 1936 yılında Berlin Olimpiyat Oyunları anında görüntü ve ses olarak televizyon ekranından yaklaşık 160.000 kişiye ulaşmıştır.

³⁴ Aysel Aziz,a.g.e. s.24.

³⁵ Mustafa Şeker, **Televizyon Haberlerinin İmge Üretme ve Anlam Yitirme Sorunu**, Selçuk İletişim dergisi, Selçuk İletişim yay. Cilt 2, sayı 2, 2002, s. 35.

³⁶ Aysel Aziz,a.g.e.s.12.

“Teknolojik olarak bakıldığında bu olay, uzun zamandan beri bilinen televizyon yayıncılığının ilk naklen yayınıdır.”³⁷

Yeni nesil kitle iletişim araçları arasında en genç ve en etkili olan televizyon, gelişen teknoloji ile beraber kendini topluma gittikçe kabul ettirmiş ve eğitim, bilgilendirme, eğlence alanlarında önemli yer edinmiştir. “İlk haber bülteni kavramı da 1941 yılında ABD’de CBS kanalı tarafından gerçekleştirilmiş, televizyon yayınlarının arasında 15 dakikalık haber yayıncılığı yapılmıştır. Televizyon yayınlarının ilk dönemlerinde görüntü ve ses kalitesinde teknik sorunlar yaşanması kaçınılmaz olmuştur.”³⁸

İlk dönemlerinde henüz bir kitle iletişim aracı kimliğine bürünmemiş olan televizyon, alıcı sayısının azlığı sebebiyle halka çok kısıtlı oranda ulaşmıştır. O yıllarda, bugün televizyonun üstlendiği işlevi radyo yürütmüştür. “İkinci Dünya savaşı süresince radyo en önemli iletişim aracı olma özelliğini sürdürmüştür. Televizyonla ilgili çalışmalar ve deneysel yayınlar, savaşın ardından tekrar başlamıştır.”³⁹

Bu nedenlerden dolayı sponsor bulma konusunda radyo yayıncılığı avantaj sağlamıştı ve televizyon yayıncılığında sponsorların programın içeriğini etkilemelerine zemin uygundu. “NBC’nin akşam haberlerini satın alan R- J Reynolds şirketi, anlaşmayı imzalamadan önce programın formatını olduğu kadar, sunucuyu da onaylama hakkını saklı tutmuştu.”⁴⁰

İlk akşam haberleri CBS televizyonu tarafından 15 Ağustos 1948’de başlamıştır. “Şirketin yöneticileri, bu tür bir haber programının CBS’ in kamuya hizmet etmesi yolunda önemli bir adım olduğu inancını taşımışlardır. 40’lı yıllarda televizyon haberleri televizyon yayıncılığının ayrılmaz bir parçası olarak değil de

³⁷ Aysel Aziz,a.g.e.,s. 19.

³⁸ A.g.y. s.16.

³⁹ Mustafa Şeker, a.g.y. s. 39.

⁴⁰ Marilyn Matelski,**Televizyon Haberciliğinde Etik**, İst: ,Çev. Bahar Öcal Düzgören, , Yapı Kredi yay.1995s. 30.

programcılık işinin bir parçası olarak var olmuştur.”⁴¹ Teknik olarak stüdyo dışında yayın yapılamadığı o dönemlerde televizyon yayıncılığı, görüntülü radyo gibi yapılmakta ve spikerler masa başında ellerindeki metinleri okumaktaydılar.

1951 yılında, CBS ve NBC televizyonları günde 15 dakikalık haber yayınlamakta ve görüntü malzemesini haber filmi çeken ajanslardan sağlamaktaydılar. CBS’ den Douglas Edwards ile NBC’ den John Cameron küçük bir stüdyoda mikrofonların önünde haber metinleri okuyorlardı. Henüz stüdyo dışında yayın yapma olasılığı düşünülmemişti. Ancak bu dönemde, sponsorların aksine, eğlendirici yaklaşımlara ve teknolojik yetersizliklere rağmen televizyon haberciliği alanında ciddi gelişmeler olmuştur. “Murrow Dönemi olarak bilinen bu dönemde televizyon gazeteciliğinin 50’li yılların sonlarından 60’lı yılların başlarına kadar güvenilirlik konusundaki atağında, yıllarca savaş haberlerini radyodan dinleyicilere aktaran Edward R. Murrow’un karizmatik görüntüsü önemli rol oynamıştır ve bu dönem iletişimciler tarafından Murrow dönemi olarak adlandırılmıştır.”⁴²

1943 yılında kurulan ABC kanalı 1953 yılına kadar haber yayını gerçekleştirilememiş ancak sonraları gelişme göstermiş ve diğer iki kanal ile rekabet edecek duruma gelmiştir. 1948’den 1963’e kadar 15 dakikalık haber televizyonları için bir standart oluşturmuştur. Haber yayınları sonunda ulusal ve uluslararası haberler, hava raporu ve spor haberleri ile son bulmuştur. Televizyon yayınlarının toplum üzerinde giderek önemli bir etki oluşturması politikacılar tarafından da fark edilmiş ve zamanla propaganda çalışmalarında da kullanılmaya başlanmıştır. Günümüzde televizyon haberleri, diğer kitle iletişim araçları gibi en etkili biçimde siyaset alanında kendini göstermektedir.

Böylesine önemli bir güç haline gelen televizyon yayınlarının hızının artması için gereken her şey yapılmıştır. Bu amaçla, ilk haberleşme uydusu 1957 yılında Sovyetler Birliği tarafından uzaya gönderilmiş, ardından 1962 yılında ABD hükümeti **Telstar 1** isimli uyduyu yörüngeye oturtmuştur. Bu sayede dünyanın her

⁴¹ Marilyn J. Matelski, a.g.e. s. 30.

⁴² A.g.e. s. 31-32.

yerinden özellikle dış haberlerle ilgili gelişmeler hızlı bir şekilde alınmaya başlanmıştır. Bu yeni teknoloji, Kennedy tarafından, Küba füze krizi sırasında Fidel Castro'ya ultimatoma vermek için kullanılmış ve uydu yayıncılığının gücü herkes tarafından daha iyi anlaşılmıştır. 1963 yılında Kennedy suikastinin görüntülerinin yayınlanmasıyla televizyon önemli bir güç kazanmıştır. 1960'lı yılların sonlarına doğru ise televizyon gazeteciliği, Amerika'lı politikacıları daha önce hiç etkilemediği kadar etkilemiş ve televizyonun anormal gelişme gösteren gücünün denetlenmesi için çeşitli önlemler alınması önerilmiştir. "Televizyon haberciliğinin kendisine yönelik bu suçlamalar karşısında masum olmadığı bilinir. 70'li yılların ortalarında sahte uyuşturucu alemleri, canlandırma tekniği ile gerçekleştirilen protesto gösterileri ve asparagas haberciliğe ilişkin birçok öykü elektronik haberciliğe güveni azaltmış ve 1969'dan 1972'ye kadar şebeke haberlerinin toplam izlenme oranlarında azalma olmuştur."⁴³

B-70'li YILLARDAN GÜNÜMÜZE TV HABERCİLİĞİ

Televizyon ve özelinde de televizyon haberciliğini incelerken, dönemin ekonomi-politik yapısını da göz önünde bulundurmak gereği vardır. Dünya da, 1970'li yıllarla beraber ekonomi-politik süreç ve siyasal-kültürel alanda önemli değişimler yaşanmıştır. Bu dönemde, batı Avrupa ülkelerinde refah devleti anlayışı terk edilmeye başlanmış, merkeziyetçi yapının yerine daha liberal sistemler benimsenmiş, bunun yansıması olarak kamu hizmeti yayıncılığında tecimsel yayıncılık anlayışı, ekonomideki liberal gelişmeler, siyaset ve sosyal yapı gibi kitle iletişim sahasında da yerini bulmuştur. Ekonomi-politik açıdan ele alındığında, uygulanmaya başlanan yeni liberal politikalarla, özel sermayelerin önü açılmış, dev sermayelerin iktidarla ilişki kurma isteği ve siyasal yapıyla olan bağlantıları güçlenmiştir. 1970'li yılların sonuna doğru yaşanmaya başlanan uluslararası ekonomik bunalımın yıkıcı etkilerinin yok edilebilmesi için pek çok Avrupa ülkesinde o güne dek sürdürülen ekonomi politikaların yerini yeni yaklaşımlar almıştır. "Devletin, ekonomik yapıda etkin rol almasını öneren Keynes'in önerileri, devlete getirdiği ağır yük nedeniyle terk edilmiş yerine Friedman'ın devletin

⁴³ Matelski, a.g.e.,s. 36-39.

etkinliğinin azaltılması gerektiğini ileri süren yaklaşımı benimsenmiştir.”⁴⁴ Bu devletçilik anlayışının terk edilmesi ve bir anlamda serbest piyasa ekonomisine geçiş olarak algılanabilecek olan yaklaşımla, özellikle 1967 ve 1973 yıllarında önemli ekonomik kriz ve durgunluk yaşanmasıyla beraber sosyal refah devleti anlayışı, yerini daha liberal, katılımcı ve demokratik yapıya bırakmıştır. Avrupa’da büyük oranda devlet tekelinde bulunan radyo-televizyon yayıncılığı da toplumsal yapıyla beraber değişime uğramış, o güne kadar oluşan kamu hizmeti yayıncılığı da sorgulanmaya başlamıştır. İzleyicinin beğenisini dikkate alacak ve doğrudan katılımı sağlayacak yayıncılık anlayışının arayışları da bu döneme denk gelmiştir. 1980’li yıllarda, dünya’da -Türkiye’deki yansıması 90’lı yılları bulur- devletin yayıncılık tekelini kırmaya yönelik fiili durumlar yaratılmış, kamuoyunun da desteğiyle hukuki temeli olmayan bir yayıncılık süreci başlatılmış, devlet tekeli olgusu çok önemli bir dönüm noktasına getirilmiştir. Pek çok Avrupa ülkesi bu baskı karşısında bir takım yasal düzenlemeler getirmeye çalıştıysa da geline nokta “özgür, alternatif yada korsan olarak nitelendirilen bir radyo yayıncılığının “ kaçınılmaz biçimde oluştuğunu göstermiştir”.⁴⁵

Bu dönemde, devletin ekonomik yapıda en aza indirgenen etkisiyle beraber, daha esnek, çeşitli ürünler üretebilen, uzmanlaşmaya dayanan bir katılımcı ekonomik liberal anlayış benimsenmiştir. Aynı dönemde kültürel yapıda da, üretim anlayışında benimsenen çeşitlenme ve esnekliğin yansımaları yerini bulmuş, iletişim alanında ulusal şirketler yerini önemli ölçüde uluslararası bir boyut kazanan sermayenin etkisi altında bulmuştur. Özellikle 1980’li yıllarda, bir çok şirket hem en dar anlamıyla medya sektöründe (gazete,dergi,radyo-televizyon), hem de eğlence kültür alanlarında (filmler,plaklar,kitap yayınları) kendilerini gösteren büyük gruplara dönüşmüşlerdir. Sektördeki büyük şirketlerin ciroları 80’li yıllarda son derece hızlı bir büyüme yaşamıştır.⁴⁶ Karlarını milyar dolar yükselten bu şirketlerin benzerleri, Türkiye’de de 80’li yılların sonuna doğru oluşmuş ve belki de tekelleşmeye giden bu süreçte Doğan grubu yaklaşık % 40, Sabah grubu % 20 ile, aynı zamanda diğer alanlarda faaliyet

⁴⁴ Hakan Ergül,a.g.e. s.146.

⁴⁵ A.g.e. s. 151.

⁴⁶ Serdar Kaypakoğlu,**Küreselleşme ve Medya**,İst.:Birikim, Birikim yay.1989, s.88.

gösteren şirketlerinin de reklamlarını yaparak yayıncılık ve siyasal alanda egemenliklerini kurmuşlardır. Bu açıdan, toplumsal-kültürel bir kurum olan televizyonun yayıncılık anlayışının da, dönemin baskın dinamikleri tarafından belirlenmesi kaçınılmaz olmuştur. Bu oluşumda, kar elde etme amacıyla olan grupların esas işi medya veya televizyon yayıncılığı olmamakla beraber sektörde söz sahibi olmaları sonucu televizyon yayıncılığı da ticari bir iş olarak algılanmıştır.

Ticarileşme kaygısı, özellikle habercilik alanında büyük bir düşüşe neden olmaktadır. ‘sulandırılmış’ bilgilendirme olarak adlandırabileceğimiz haberin niteliğinin giderek düşmesi, sorunların arkasındaki olayların irdelenmeden verilmesi sonucu haberde niteliksel anlamda önemli bir gerileme yaşanmaktadır. İnsanlara sunulan haberin niteliğinde yaşanan bu gerileme, insanların olayları belirli bir mantık süzgecinden geçirmeden direkt olarak almasını sağlamaktadır. Politik anlamda bu konuya yaklaştığımızda, “sulandırılmış bilgilendirme” insanların seçim sürecinde doğru karar vermesini etkileyecek, bu da demokratikleşme sürecini dolaylı olarak tehlikeye sokacaktır.”⁴⁷

Teknolojik gelişmelerin hızlı bir şekilde gelişmesiyle beraber dijital yayıncılık alanında da önemli gelişmeler olmuştur. Bu baş döndürücü gelişmelerle beraber bilgiye olan ihtiyaçta artmış ve enformasyonun ulusal sınırları aşarak uluslar arası dolaşımına olanak sağlayan elektronik gelişmeler zorlanmış ve bu sayede televizyon kanallarının alanlarında uzmanlaşması sonucunda yalnızca haber akışı sağlayan kurumlar ortaya çıkmıştır. Özellikle **CNN** televizyonunun körfez savaşı sırasında yaptığı canlı yayınlar uluslar arası televizyon haberciliğinin öneminin pekişmesine neden olmuştur. **CNN**, **BBC World**, **Reuters** gibi haber akışını sağlayan televizyon kanalları bu alanda tekellerini kurmuşsa da son çıkan Irak savaşı sırasında **El Cezire** isimli haber kanalı da bu yarışta, özellikle Ortadoğu bölgesinde iddialı olduğunu göstermiştir. Her ne kadar bu tür yayın yapan haber kanallarının sayısında artış olsa da bu gelişmeler ülkelerin veya toplumların dışa bağımlı haber kaynakları ihtiyacını gidermede yeterli olmamıştır. Özellikle uluslar arası yayın yapan

⁴⁷ Serdar Kaypakoğlu, a.g.m. s. 91.

bu haber kanallarının bilginin dağıtımı konusunda bir tür eşik bekçiliği yaptıkları, enformasyonu kendi süzgeçlerinden geçirerek sundukları gözlemlenmektedir. Oldukça pahalı bir yatırım olan televizyon yayıncılığı doğal olarak bir anlamda sahibinin sesi olmak durumundadır.

Kendi çıkarlarına zarar verebilecek olan her türlü haberi göz ardı ederek, kimi zamanda haksız oldukları halde, kendilerini haklı çıkaracak her türlü girişimde bulunan medya patronları, basını ve özellikle televizyon haberlerini bir aklanma aracı olarak kullanmaktadırlar. Bu açıdan yaklaşıldığında, olumsuz bir sonuç ortaya çıkmaktadır. Sermaye sahibi olanların şirketleri hakkında olumsuz haber yapılamaması, halkın doğru bilgilendirilmesini engellemektedir. Kısaca, sayıca çok ama sahiplik bakımından tek medium ile karşı karşıya kalınmaktadır. “Ticarileşme ile beraber haber nitelik olarak tabloidleşmektedir. Tabloidleşme ile, haberin ekonomik-politik söylemi değişmiştir. Ciddi haberlerde bile, magazinelleşme havası yaşanmakta ve eski söylemin yerini tabloidleşme almaktadır. Ciddi ekonomi-politik haberlerden çok bireyin ve çatışmaların ön plana çıkarıldığı bir habercilik anlayışı yaşanmaktadır. Haberlerde yer alan öğelere bakıldığında; suç, şiddet, yozlaşma, skandal, cinsellik ve eğlence gibi unsurların yoğun olarak yer aldığı bir sunum gözlemlenmektedir.”⁴⁸ Bilgilendirmeden çok skandallara yer veren ve insanların duygusallığını sömürmeye çalışan bir haber tarzı baskın rol oynamaktadır. Türkiye’nin sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel yapısı göz önüne alınarak olaya yaklaşıldığında, bu tarz haberlerin pek çok insan tarafından tüketiliyor olması yadsınamayacak bir gerçektir. “Demokratikleşme açısından ise, objektif olmaktan çok uzak, ucuz haberler televizyonlarda yer almakta ve habercilik başlığı altında, gerçekler bağlamından kopartılarak insanlara sunulmaktadır. Ticarileşme ile birlikte haberin içeriğinin reklam bağlantıları ile belirlenmesi, tabloidleşmenin önemli bir nedeni olarak karşımıza çıkmaktadır.”⁴⁹

“İnsan hayatında bu kadar önemli yer tutan televizyon ve haberleri özellikle üçüncü dünya ülkelerinin, ‘batıya ulaşma’ olarak gördükleri modernleşme

⁴⁸ Serdar Kaypakoğlu, a.g.m. s.89.

⁴⁹ A.g.m. s. 90.

abalarında en etkili unsur olarak değeriendirilmektedir.”⁵⁰ Bugünün modern dünyasında insan, içinde bulunduğu toplumsal yapıda doğru tavrı ancak edindiği sağlıklı bilgiler ışığında sergileyebilir. Bu davranışı, günlük hayat içerisindeki sıkıntıları karşısına konulan popülerleştirilmiş ve magazinelleştirilmiş haberlerle değil dışarıda var olan olay veya olguların gerçeğe en yakın anlatımıyla kavraması söz konusudur. Popülerleştirilmiş veya magazinelleştirilmiş haber bültenleri bağımlılık yaratan etkisiyle insanı gerçekdışı yaşama ve toplumsal iktidar ilişkilerinin uzağına itmektedir.

III- TÜRKİYE’DE TELEVİZYON HABERCİLİğİ

A- Kamu Televizyon Haberciliği: TRT

Günümüzde haber akışının önemli bir bölümü, 60 yıllık kısa tarihine rağmen televizyon sayesinde yapılmaktadır. “Ülkemizde de ilk televizyon yayınları 16 Temmuz 1952 yılında İTÜ’de başlamıştır. 100 watt gücündeki bir vericiyle Taşkışla binasının üç odasına yerleştirilen cihazlardan yapılan yayın, dördü İTÜ’ye ait olmak üzere 10 adet televizyon alıcısına gönderiliyordu. Bu yayınlar Cuma günleri 17.00-18.00 saatleri arasında düzenli olarak gerçekleştiriliyordu.”⁵¹

Daha sonraki yıllarda, TV alıcı cihazı satın alanlar komşu ülkelerin televizyon yayınlarını izlemişlerdir. “1964-1968 yılları arasında televizyon alabilenler, Bulgar, Romen, Yugoslav televizyonlarının yayınlarını izleyebilmek amacıyla güçlü olduğu iddia edilen antenler yaptırmışlardır.”⁵²

Kamuoyunda artan ilgiye karşın, devletin televizyon yayınlarına başlaması konusundaki girişimleri daha sonraki yıllarda başlamıştır. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında Türkiye’de televizyon yayınları öngörülmemiştir. Plan, eğitim ve ulusal bütünlüğün sağlanması konusunda etkili bir araç olan radyolardan, daha iyi

⁵⁰ Erol Mutlu, **Televizyonu Anlamak**, Ank., 1991, s. 16.

⁵¹ Mustafa Şeker, a.g.y. s. 40.

⁵² Haluk Şahin, **Medya ve Demokrasi**, İst., Ayrıntı, , 1992, s. 22.

yararlanılması ve yurdun her köşesinde en az bir milli istasyonun dinlenmesinin sağlanmasını ana amaç olarak belirlemiştir. Yurdun her yanında en az bir radyo dinlenmesi sağlandıktan sonra da radyo yayınları batı radyoları seviyesine çıkıncaya kadar televizyonun ekonomimiz için pahalı olduğu görüşü savunulmuştur.⁵³ “İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planında ise, televizyon şebekesinin kurulması işinin beşer yıllık üç plan döneminde gerçekleştirilmesi kararlaştırılmıştır.”⁵⁴

Ankara Televizyonu, TRT’nin ilk yönetim kurulu kararıyla, Devlet Planlama Teşkilatı’nın bu görüşüne karşın, Ocak 1968’de deneme yayınlarına başlamıştır. Türkiye’de televizyon yayınlarının başladığı bu dönemde, kurumun genel müdürü aynı zamanda TRT’nin genel müdürü olan Adnan Öztrak’tı.⁵⁵ Öztrak’ın karşısında önemli bir sorun olarak TRT dışındaki güçler görünüyordu. Bunlar siyasal görüşleri değişik bazı partilerle, onların yandaşlarıydı. 359 sayılı yasa ile özerk bir kurum durumuna gelen TRT, daha ilk günlerden başlayarak bu çevrelerin boy hedefi olmuştur.⁵⁶

Ankara televizyonu ilk deneme yayını 31 Ocak 1968’de 3. band 5. kanaldan gerçekleştirmiştir. Federal Almanya’nın teknik desteğiyle başlayan televizyon yayınları, Ankara’nın Dede doruk tepesinden 600 watt verici güç, 5 KW anten çıkış gücüyle 1276 km alana ve 1.070.000 kişiye ulaşıyordu. Bir tek stüdyodan yapılan yayınlarda, teknik sorunlar dışında personel yetersizliği de mevcuttu. 1968 yılında, Ankara televizyonu toplam 453 saat 56 dakika yayın yapmıştır. Program yapısı açısından dikkat çeken nokta ise, yerli yapımların egemenliğidir. Günlük yayın amatör bir ruhla, sayıca yetersiz programcı kadrosuyla, yerli yapımların ağırlıkta olduğu biçimde gerçekleştirilmiştir.⁵⁷

⁵³ İlal Ersan, **İletişim, Yıgınsal İletişim Araçları ve Toplum**, Der yay., İst., 1989.

⁵⁴ TRT Genel Yayın Planı, Ank., 1990, s.11.

⁵⁵ A.g.e., s.13.

⁵⁶ Jülide Gülizar, **TRT Meydan Savaşı**, Ank., Ümit yay. S. 22.

⁵⁷ Tuğrul Semih, **Türkiye’de Televizyon ve Radyo Olayları** İst., Der yay. 1985.

İlk televizyon yayınlarının gerçekleşmesinden otuz iki yıl sonra Türkiye'ye gelen ve önceleri deneme yayını olarak yapılan yayınlar, başlangıçta hafta da üç gün iken 1972 yılında hafta da dörde, 1974 yılında ise günlük yapılmaya başlanmıştır.

Türkiye'de 1961 yılında meydana gelen olaylar ve yeni anayasa, elektronik kitle iletişim araçlarının büyük bir duyarlılıkla düzenlenmesi sonucunu doğurmuştur. 1 Mayıs 1964'te yürürlüğe giren ve 1961 anayasasının 121. maddesine dayanılarak çıkarılan 359 sayılı TRT yasası Türkiye Radyo ve Televizyon kurumunun özerk ve tarafsız bir kamu kurumu olarak örgütlenmesini gerçekleştirmişti. Özerklik; idari, mali ve yayıncılık alanlarını kapsıyordu. Bu iyi niyetli ve yayıncılık açısından önemli görünen düzenleme, ancak 1972 yılına kadar sürebilmiştir. 1972 yılında çıkarılan 1568 sayılı yasayla TRT kurumu özerkliğini yitirmiş ve yalnızca tarafsız bir kamu kurumu haline getirilmiştir.⁵⁸

Televizyonda ilk naklen yayın da 1971 yılında, spor haberleri niteliğindeki Akdeniz Oyunları ile gerçekleştirilmiştir. O dönemde Avrupa ile teknik bağlantı olmadığı için Akdeniz Oyunları ancak yurt içinde naklen yayınlanmıştır. 1972 Münih Olimpiyatları'ndan önce PTT tarafından Bulgaristan ile Türkiye arasında gerçekleştirilen link sayesinde Türkiye ile diğer ülkeler arasında haber değişimi yapılmaya başlanmıştır.⁵⁹ Özellikle 1968 ile 1972 yılları arasında Türkiye'de özerk anlamda ve ideale yakın yayıncılık yapılmıştır. Bu dönemden sonra ise radyo ve televizyon daha önceki dönemlerde olduğu gibi siyasal güçten yana olmak zorunda kalmıştır.

1980 ihtilalinden sonra, 1961 anayasası uygulamadan kaldırılarak TRT askeri rejim kumandasına girmiştir. 1982 anayasasında Türkiye'deki radyo ve televizyon yayınları ile ilgili maddelerde değişikliğe gidilmiştir. Bu anayasanın 133. maddesinde yer alan 2594 sayılı kanun ise, getirdiği örgütsel yapı ile radyo ve televizyonda 'hükümet ağız TRT' yayıncılığının oluşmasını sağlamıştır. Haber

⁵⁸ Özden Cankaya, **Türkiye'de Televizyonculuğun Gelişimi ve Bugünkü Durumu**, Marmara İletişim yay., s.221, 1993.

⁵⁹ Reyman Somer, **Televizyonda Bilgisayar Teknikleri ve Redaksiyona Yansımaları**, Hürriyet Vakfı Eğitim yay. 1996, s.102.

yayınlarında tarafsızlık sağlanamamış, haberler memur zihniyetiyle, eski anlayış ve sıralama ile verilmiş, toplumsal gereksinimler karşılanamamıştır. Çeşitli baskı gruplarının önemli önemsiz her haberinin radyo ve televizyonda yer alması TRT'nin yasayla tanınan haber politikasını izlemediğini ortaya koymuştur.⁶⁰ O dönemde haber değeri standartlarında haberlerin protokol sırasına göre dizilmesi gündemdeydi. Bir haber ne kadar önemli olursa olsun protokol haberlerinin önüne geçemezdi. Haber gündeminin birinci sırasında devlet başkanına ait haberler, onun ardından başbakan, bakanlar gelmekteydi. Yeni yasanın ilgili maddeleriyle, ülkedeki radyo-televizyon yayıncılığı tamamen devletin tekeline girmiştir. Böylelikle, TRT kurumu eskisinden daha bağımlı hale gelmiş ve tarafsızlık ilkesine rağmen haber politikalarında bu tarafsızlığı sağlayamamış, bir anlamda protokol haberciliğine teslim olmuştur.

TRT kurumunun haber yayıncılığında temel ve TRT kanununda yer alan yayın ilkeleri şunlardır;

- “Haberlerin toplanması, seçilmesi ve yayınlanmasında tarafsızlık, doğruluk ve çabukluk ilkeleri ile çağdaş habercilik teknik ve metodlarına bağlı kalmak
- Haber ile yorumları ayırmak ve yorumların kaynaklarını açıklamak
- Kamuoyunun sağlıklı ve serbestçe oluşabilmesi için, kamuoyunu ilgilendirecek konularda yeterli yayın yapmak, tek yönlü, taraf tutan yayın yapmamak ve bir siyasi partinin, çıkar çevresinin, inanç veya düşüncenin menfaatlerine alet olmamak.⁶¹

Ancak yazılı olarak belirlenen bu ilkelere rağmen, 1990'lı yıllara kadar geçen dönemde personel yapısı ve programcılık anlamında önemli aşamalar kaydedilen TRT kurumunda, televizyon haberlerinin devlet tekeline kaldığı ve TRT haberlerinin toplumun ihtiyacını karşılayamadığı kabul görmüştür. Oluşan bu ihtiyaç ve boşlukta ise, henüz hukuksal yapı hazırlanmadan bir çok özel televizyon kanalı fiili bir durum yaratarak yayına hayatlarına başlamıştır.

Türkiye’de TRT tekelinin kırılma eğilimleri, resmi kurumlarını da yeni düzen arayışlarına zorlamıştır. Toplumdaki bu istem ve değişimler, 2594 sayılı yasanın 6. ve 7. maddelerine göre, TRT yayınlarının ilkelerini saptayıp, gözetim, denetim ve

⁶⁰ Hıfzı Topuz, Yarının Radyo ve Televizyon Düzeni, İlad yay. İst., 1990, s.112.

⁶¹ TRT Genel Yayın Planı, Ank., 1990, s.13 .

değerlendirmesini yapmakla görevlendirilen Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulunu, bu konudaki görüş ve önerilerini açıklayan bir rapor yazmaya yöneltmiştir. Rapor özellikle 2. dünya savaşından sonra, devlet tekelli yerine ikili bir sisteme geçilmesinin nedenlerini şöyle açıklamaktadır; ‘...Bunlardan birincisi, insan hakları, ifade, iletişim hürriyetleri, çoğulculuk bakımlarından hukuk alanında ortaya çıkan yeni bakış alanları ve görüşler, ikincisi de teknolojinin olağanüstü gelişmesi dolayısıyla haberleşme alanında meydana gelen önemli değişim ve oluşumlardır’⁶²

Görüldüğü gibi üst kurulun görüşü, ifade ve iletişim özgürlüğünün serbest bırakılması yönündedir. Yasada yer almamasına rağmen fiili olarak yayına geçecek olan özel televizyon yayınlarının bir anlamda önü açılmıştır. Liberal yapılarda çoğulcu sistemler gereği haber alma özgürlüğü ve çok seslilik kavramına zemin hazırlanmış, teknolojinin getirdiği bu kaçınılmaz ortam sayesinde Türkiye’de özel televizyon kanalları, yayın hayatlarına, yasal olmasa ve çeşitli tartışmalara yol açsa da başlamışlardır.

Türkiye’de konu ile ilgili yasal düzenlemeler özel televizyonların kurulup yayına başlamasından sonra yapılmıştır. Özel kanalların kurulmasıyla beraber yıllardır **TRT**’de tek sesli devlet ve protokol haberciliği izlemeye alışmış olan TV izleyicileri de bir başka kanalda aynı olayı farklı bir yorumla izleme olanağına kavuştular. Devletin haber bültenlerinde görülmeyen olaylar özel televizyonlarda izleyiciye ulaştırılmaya başlandı. Olayların farklı açıları sınırlı bir şekilde izleyiciye yansısı da ‘haberde çok seslilik’ sağlanmış oldu.⁶³

B-Özel Televizyon Haberciliği

1990 yılında **Star** televizyonunun yayına başlamasıyla bu dönem açılmış, ülkemizde TRT tarafından oluşturulan yayın tekeli fiilen ortadan kalkmıştır. 20 Ekim

⁶² Özden Cankaya, **Türkiye’de Televizyonculuğun Gelişimi ve Bugünkü Durumu**, Marmara İletişim yay., s.226, 1993.

⁶³ Cemalettin Özdoğan, **Haber-İzleyici Ölçüm İlişkisi**, İzmir ,Yayınlanmamış doktora tezi.1996,s.39.

1991 seçimlerinden sonra işbaşına gelen Süleyman Demirel başkanlığındaki koalisyon hükümeti de, toplumun bu güncel ve öncelikli konusuna hükümet programında yer vermiştir. 25.Kasım.1991 tarihinde TBMM’de okunan bu program özel radyo ve televizyon konusunda şunları söylemektedir;

‘Halkımıza, gerçekleri yansıtan ve doğru haber alma olanağı sağlayan tarafsız bir devlet radyo ve televizyonu mutlaka sağlanacak ve özel televizyon ve radyo istasyonlarının da kurulmasına olanak veren hukuksal ortam hazırlanacaktır. Bu amaçla hükümetimiz bir yandan bunun gereği olan Anayasa değişikliklerini sağlamaya çalışacak, öte yandan da Anayasa değişikliğini gerekli kılmayan yasal düzenlemeleri gerçekleştirecektir.’⁶⁴

1993 yılında anayasanın 133. maddesinden **TRT**’ye tanınan yayın tekeli kaldırılmış ve radyo-televizyon istasyonları kurmak ve işletmek kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbest bırakılmıştır. Devletçe kamu tüzel kişiliği olarak kurulan tek radyo-televizyon kurumu ile kamu tüzel kişilerinden yardım gören haber ajanslarının özerkliği ve yayınlarda tarafsızlık esastır’ şeklinde düzenleme yapılmıştır.⁶⁵ Bu düzenlemeden daha önce fiili olarak **Star** televizyonun ardından 1992 yılında **Hürriyet** ve **Sabah** gazetelerinin kurmuş oldukları **BRT** (Birleşik Radyo Televizyon) şirketi, **Show TV** adıyla yayın yapmaya başlamış, **Kanal 6** ve **Tele ON** kanalları da aynı şekilde yayın hayatlarına başlamışlardır.

Bu kanalların yayın hayatına başlamaları ve **TRT** tekelinin yıkılması ile beraber özel kanallarındaki haberler **TRT** haberlerini haber olmaktan çıkarmış, ‘Resmi olmayan’ haberi ekrana taşımaya başlamışlardır. **TRT**’nin siyasi, kültürel, sportif tüm yasakları **TRT**’de kalmış, ‘devlet televizyonu’nun tüm tabuları, özel televizyonlar tarafından yerle bir edilmiştir.⁶⁶ Bu dönemde özellikle televizyon

⁶⁴ Özden Cankaya, **Türkiye’de Televizyonculuğun Gelişimi ve Bugünkü Durumu**, Marmara İletişim yay.,s.226, 1993.

⁶⁵ Resmi Gazete,10 Temmuz 1993,Sayı 21633,s.2.

⁶⁶Emir Turam,2000’li Yıllara Doğru Türkiye’de **TV**,İst.,Altın Kitaplar yayınevi,1996,s. 217.

haberlerinde protokol sırasına uyulmaması dikkat çekmekteydi. Türkiye’de ilk kez televizyon haberlerinde kamu ilgisini en fazla çeken bir haber, bir sel baskını birinci haber olabildi.

Ancak kamu televizyonunun tek sesliliğine karşın, özel televizyonların sağladığı çok seslilik, tek düzelikten öte gitmemektedir. Bu çok seslilik kavramının tıpkı bir Türk Halk Müziği konserinde oturup aynı anda aynı hareketi yapıp, aynı sesi çıkaran sazların sesine benzediği, yani ‘çokseslilik’ değil, ‘çok sazla çokseslilik’ olduğunun anlaşılması fazla vakit almamıştır.⁶⁷

Ülkemizde özel kanalların yayına hayatına başlamasıyla oluşan bu fiili durumla beraber, Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesinin 5.5.1989 tarihli toplantısında imzaya açılan ve bizim de devlet olarak kabul etmiş olduğumuz Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesinin hükümlerine uyulmadığı görülmektedir. Sözleşme önsözünde; ‘...Bütün demokratik gruplar ve siyasi partiler arasında eşitlik ve çoğulculuğun korunarak, düşüncenin serbestçe oluşumunda ve kültürün gelişmesinde yayıncılığın önemi’ vurgulanmaktadır. Bunlar gerçekleşmediği gibi, programcılıkla ilgili 7. maddenin 2. fıkrasındaki ‘program hizmetlerinin çocukların ve ergenlik çağındakilerin fiziki, zihni ve ahlaki gelişimini bozabilecek parçaları yayına veriş ve alış saati nedeniyle onların seyretmeleri kuvvetle muhtemel zamanlarda yayına konulamaz’ hükmü özel televizyonlar tarafından sıkça ihlal edilmektedir.⁶⁸

C- ÖZEL TV HABERCİLİĞİ VE MAGAZİNLEŞME EĞİLİMİ

Günümüzde özel televizyon yayıncılığında bir çok yasak kalkmış ve daha çok görselliğe dayalı popüler bir yayıncılık anlayışı oluşmuştur. Bu nedenle kitle iletişim araçları ve sahiplerinin ana amacı olan kar etme güdüsü özel televizyon kanallarının

⁶⁷Emir Turam,2000’li Yıllara Doğru Türkiye’de TV,İst.,Altın Kitaplar yayınevi,1996,s. 217.

⁶⁸ Özden Cankaya,**Türkiye’de Televizyonculuğun Gelişimi ve Bugünkü Durumu**, Marmara İletişim yay.,s.227, 1993.

yayınlarında zararlı bazı içeriklerin de eğlence olgusuyla beraber sunulmasına neden olmuştur. İzleyicilerin, haber alma ve eğlendirme ihtiyaçlarını, bu dönemde, TRT yerine özel televizyon kanallarından gidermesi bu anlayışı pekiştirmiştir. Dolayısıyla, kaliteli yayıncılık değil ticari kaygılarla yapılan popüler yayıncılık anlayışı tercih edilmiş ancak bu olumlu bir manzara koymamıştır ortaya. Özel televizyon yayıncılığında en önemli amaç seyirciyi ekran karşısında tutabilmektir. Kurumun prestiji olarak kabul edilen ana haber bültenlerinde seyirciyi kanalda tutmanın yolu da, izleyiciye farklı olan ve onun ilgisini çekebilecek olanı vermekten geçmektedir. Bu nedenle, haberin oluşumunda ve sunumunda farklılıklar yapılarak özel televizyonların kamusal yayıncılık anlayışından koparılması sağlanmıştır.

Özellikle ana haber bültenlerinde, haberin içine yerleştirilen dramatizasyon, müzik ve aşırı vurgulanan cinsellik öğeleriyle, siyasi haberlere daha az yer verilerek ve magazin haberleri kullanılarak, magazinelleşme olgusuyla beraber ortalama beğeni ve algılama düzeyi tutturulmaya çalışılarak, izleyiciyi kanalın başında tutmak ve izlenme oranlarını arttırmak, özel televizyonların haber bültenlerinde sık yaptığı bir eylem haline gelmiştir. Ciddi haber bülteni sayılan periyodik akşam haberlerinin haber aralarında kamu televizyonculuğu döneminde reklam almak büyük “*günah*” iken özel televizyonlar bunu rutin bir gelenek haline getirdiler Bu da haberlerin magazinleşmesinin göstergelerinden biri oldu. Haber bültenleri reklam aldıkları sürece daha fazla “*meta*”laşmıştır.

İzleyicinin siyasi haberlerle canını sıkarak kanalın değiştirilme riski göze alınamamaktadır. Bu yüzden, televizyon haberciliğini ucuzlatmak pahasına da olsa, haberleri yapan kişiler, izleyicileri tavlama amacıyla sansasyonel olanı yeğlemektedirler.⁶⁹ Böylece ana haber bültenleri, popüler olanla, özel yaşamlara ilişkin dedikodularla, magazin, sansasyonel haberlerle doldurulmaktadır. Örneğin, bültenlerde yer alan siyasi haberlerde, haberin daha çok ikincil öğeleri vurgulanmakta, haber kendi gerçek bağlamından koparılmakta, siyasetçiye ilişkin magazin yaklaşımlar ağır basmaktadır. ‘Kimi yapımcılar izleyiciye muhabbet

⁶⁹ Marilyn Matelski, **Televizyon Haberciliğinde Etik**, Türkçesi: Bahar Öcal Düzgören, İst.: Yapı Kredi Yay. 1995, s.25.

tellallığı yaparak, sağlam haberden sakınıp, onu kurnaz bir duygusallıkla doldurarak, haberle kesilen bir televizyon reklam programı sunarak, haberi alt üst edebileceklerini öğrenmişlerdir⁷⁰ bu şekilde insanlar çok sayıda televizyon kanalı, çok sayıda haber bülteni arasında seçim yapma özgürlüğüne sahipmiş gibi görünse de, aslında bu bombardıman altında gerçek bilgilerden uzaklaştırılarak önemli olaylardan soyutlanmaktadır.

IV-TELEVİZYON HABERCİLİĞİNİN YAPISAL ÖZELLİKLERİ

Televizyon, yapısal özellikleri nedeniyle, izleyicinin kendisini olaylara tanık gibi hissetmesini ve olayları, örneğin, canlı yayın tekniği sayesinde anında yaşıyor duygusunu insana verebilmektedir. Ayrıca televizyon, yapısal özellikleri sayesinde bugüne kadar hiçbir kitle iletişim aracının ulaşamadığı kadar geniş kitlelere yayılabilmektedir. Burada, ucuz maliyet ve izleyicinin seçeneklerinin olması önemli bir faktördür.

Televizyon haberciliği yeni bir gazetecilik modelidir. Radyo haberciliğinin, yazılı basından röportaj tekniklerinin, belgesel sinema film tekniklerinin sentezidir. Konuşma biçiminde haber veren yeni gazetecilik modeli görsel işitseldir ve okuma-yazma bilme zorunluluğunu ortadan kaldırmaktadır. Televizyon haberciliğinin yapısal özelliklerini şöyle sıralayabiliriz:

- “Televizyon haber yayıncılığının temel özelliği konuşma biçiminde haber vermesidir. Haber verme ortaçağın kent tellalları gibi ağızdan çıkan sözcük kanalıyla yapılmaktadır.
- Televizyon haberciliğinin en önemli özelliği canlı yayın yapabilme yeteneğidir. Televizyon güçlü bir araç haline gelebilmesini canlı yayına borçludur.
- Televizyon haberciliği hızlıdır. En azından gazetelerden daha hızlı haber ulaştırabilmektedir. Gazeteler çoğu zaman bir gün öncesinin haberlerini yazarlar, zamana karşı yapılan yarışta televizyon haberciliği önder durumdadır.
- Televizyon haberciliğinde süreklilik yoktur. Televizyon haberleri okunmaya başlamasından yaklaşık 30 saniye sonra kaybolmaktadır.

⁷⁰ N.Postman-S.Powers, **Televizyon Haberlerini İzlemek**, Çeviren Aslı Tunç, İst., Kavram yayınları, 1996, s.28.

- Televizyon haberciliğinde seçme kolaylığı bulunmamaktadır. İzleyicinin izlemekten başka seçeneği yoktur. Oysa gazete okuru manşetleri gözden geçirdikten sonra ilgisini çeken bölüme dönebilmektedir.
- Televizyon haberciliğinde süre sınırlıdır. Günümüzde televizyon en önemli kitle kültürü üreticisidir. Bilindiği gibi kitle kültürünün en önemli özelliğinden biri ürünlerin standart yapıda olmasıdır.
- Televizyon haberlerinin görüntüye olan ölmez bağlılığı, kulak yanında göze de hitap etmesi çoğu zaman sadece görüntüsü olan haberlerin bültenlere alınması gibi bir dezavantajı da beraberinde getirir.
- Televizyon görsel-işitsel bir medya olduğu için okuma-yazma zorunluluğunu ortadan kaldırmaktadır.
- Haberciliğe insan ögesi katılmaktadır. Radyodan haberleri okuyan insan değil sestir. Duygudan yoksun, bedensel işlevleri yoktur. Televizyon ise duygusuz, kişiliksiz sesleri insanlaştırır.
- Televizyon çekim ekibinin varlığı girdiği her alanda hemen dikkat çektiğinden dolayı, olayların gerçekliğini, seyrini bozabilmektedir.
- Televizyon haberleri daha canlıdır. Onun görüntüye dayanması, akıldan çok duyguya yönelmesi onu canlı ve güçlü kılmaktadır.
- Televizyon haberlerinde uzmanlaşmaya, yazılı basında olduğu kadar gidilmemektedir. Spor ve hava durumu dışında uzman muhabirler yer almamaktadır.
- Televizyon yayınladığı içeriklere talep yaratmaktadır. Programlar adeta bir gereksinim halindedir. karmaşıklaşan toplumda haber, bilgi, enformasyon belli bir ihtiyaç halini almaktadır.
- Dünyanın her yerinde televizyon ruhsatlı bir teknolojidir. Kapalıdır, denetime tabidir. Her ülkenin televizyonunun örgütlenme biçimi, sistemi, kendi ekonomik, sosyal, politik görünümünün uzantısıdır.
- Dünyanın hemen her ülkesinde yapılan alan araştırmalarında televizyon en güvenilir haber verme kaynağı olarak öndedir. Kameraların olayları olduğu gibi göstermesi, haberin gazetecinin beyin süzgecinden geçmeden, öznelleşmeden geçmesi televizyona puan kazandırmaktadır.⁷¹

Televizyonu diğer kitle iletişim araçlarından ayıran en önemli özelliği görsel-işitsel olmasıdır. İnsanlar radyo dönemlerinde dinleyerek, gazetelerin ilk çıktığı dönemlerde ise okuyarak olaylardan haberdar olmuşlardır. Ancak televizyon sayesinde, okuma-yazma bilinmese bile olaylardan görsel-işitsel biçimde haberdar olmak mümkündür. Bunun için, bulunduğumuz yerde bir alıcı olması yeterlidir. Bu şekilde, aynı zamanda aracın yüksek teknolojisi sayesinde, hızlı bir şekilde çevremizde olup biteni öğrenmek mümkündür. Yapılan araştırmalarla insanların dünyada neyin olup bittiği ile ilgili haberleri televizyon sayesinde öğrendiğini ortaya koyulmuştur. Nesnellik ilkesi, tarafsızlık, dengelilik anlayışı, haberin yorumda uzak

⁷¹ Seyide Parsa, a.g.e. s. 25-26.

ve yansız olması gerektiği konusundaki yaygın ilkeler televizyon haberciliğinin de temel doğrularını oluşturmaktadır. Haberin aktarım sürecinde ise, olayların doğru, tarafsız, açık ve nesnel olarak sunumlarında göreceli sorunlar veya farklılıklar yaşanmaktadır.

Televizyon dilinin belirleyiciliğinde ve ekonomik sürecin etkisi altındaki televizyon haberleri, neredeyse kimliğinin bir parçası haline gelen dramatize etme özelliği dolayısıyla, gerçekte nesnel bilgidен uzaklaşmaktadır. Yazılı dilin ayrıntılı ve görece bütünlüklü anlatımından, görsel dilin gösteriye dönük, yüzeysel ve parçalı anlatımına geçişle birlikte, haber kavramı da önemli değişiklikler göstermiştir.⁷² En kapsamlı, en yansız en çabuk ve en açık haberlerin televizyon haberleri olduğunu var sayan izleyici, profesyonel haberciler tarafından en gerçek, en doğru, en objektif ve en tarafsız haberlerin kendileri tarafından verildiğine ikna edilmeye çalışılmaktadır. Bu profesyonel ilkeler, izleyici tarafından ayırt edici özellik olarak benimsenen ve dikkat edilen unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Haberleri izlemekle ile bilgilenmek arasında bir fark olduğu konusu önemlidir. ‘çağımızı bilgi çağı diye adlandıranlar, bununla, kitle iletişim araçlarının geliştiğini, yaygınlaştığını, bunun sonucu olarak da, gittikçe daha çok sayıda insanın daha çok şeyden haberdar olduğunu söylemek istiyorlar. Ne var ki biraz düşününce, bir şeylerden haberdar olmakla bir şeyleri bilmenin aynı şey olmadığını kolaylıkla söyleyebiliriz... bu dünya, bizim yaşadığımız dünya değil, haberdar olduğumuz bir dünyadır’⁷³

V- TELEVİZYON HABER DEĞERLERİ

A- HABERİN TANIMI:

⁷² Hakan Ergül,a.g.e. s. 10.

⁷³ Nabi Avcı,**Enformatik Cehalet**,Kitabevi Yayınları,İst.,1999,s.34 .

Bu tanım, pek çok araştırmacı tarafından farklı şekillerde yapılmış ancak belli bir ortak noktaya varılamamıştır. Akademisyenler, uygulamacılar ve araştırmacılar tarafından farklı özellikleri dikkate alınarak yapılmış bir çok tanım vardır. Bazıları habercilik ilkelerini ön plana çıkararak olması gereken ideal tanımı yapmaya bazıları da bilinen haber pratiklerinden yola çıkarak daha gerçekçi tanımlar yapmaya çalışmıştır. Bazı tanımlarda, haberin üretildiği toplumsal, siyasal ve ekonomik yapıyı göz önüne alarak yapılmıştır.

İngilizce’de ‘news’ kelimesi haber anlamına gelir. News kelimesi, İngilizce’deki North (kuzey), East (doğu), West (batı) ve South (güney) kelimelerinin bir araya getirilmesinden meydana gelmiştir.⁷⁴ Yönlerin baş harflerinden oluşan ‘news’ kelimesi böylece her yönde meydana gelen olaylar olarak tanımlanabilmektedir.

Habere ait ilk tanımlamalar da, ‘olan her şey haberdır, dün bilmediğimiz haberdır, haber bir olayın raporudur, haber zamana uyum her şeydir’ şeklindedir.⁷⁵ Sözlük anlamında ise ‘herhangi bir konu, olay, buluş ve şahıslar hakkında verilen veya edinilen bilgi olarak’ tanımlanmıştır.⁷⁶ Çalışmamızın ana temasını oluşturan haber için yapılan bu tanımlar oldukça yüzeyseldir ve haberin derinlemesine bir tanıma ihtiyacı bulunmaktadır.

Haber, dün bilinmeyen bir şeydir denmiş yada çok sayıda insanı ilgilendiren önemli ve güncel olayların doğru, tarafsız, çabuk bir biçimde aktarılması olarak benimsenmiştir. Kesin olan şey haberin olaylarla ilgisidir. Ancak ‘haber bir olaydır’ biçiminde yapılacak bir tanımlama doğru olamaz, çünkü dünyanın her hangi bir yerinde meydana gelen bir olay kendi içinde bütünlüğü olan bir gerçekliktir. Bu olayın gazetecinin beyin süzgecinden geçerek, gazete kanalı ile okuyucuya aktarılması ayrı bir gerçekliktir. Wilbur Schramm’a göre haber insanların kafalarında

⁷⁴ Ünal Uyguç-Ali Genç, Radyo ve Televizyon Haberciliği, İst., 1996, s. 107.

⁷⁵ Oya Tokgöz, Temel Gazetecilik, Ank., A.Ü. B.Y.Y.O yayınları, No 8, 1987, s.56.

⁷⁶ Türkçe Sözlük, Ank: M.E.B. Yayınları, 1995, s.1088.

oluşmaktadır. Başka bir deyişle haber düşünsel bir boyuta, sübjektif bir yapıya sahiptir. ‘haber bir olayın kendisi değil, olaydan sonra ortaya çıkan kavrama, olayın yeniden düzenlenmesidir’ Buna göre haber bir olay değil, bir olayın gerçek çatısını tekrar kurmak için yapılan girişimdir. Farklı tanımlardan biride Neil Postman ve Steve Powers’ın hakim Oliver Holmes’un hukuk için yaptığı ‘hukuk mahkemeler ne derse odur’ tanımından uyarladıkları, ‘haber, haber müdürleri ve muhabirler ne derse o olduğunu’⁷⁷ söyledikleri tanımdır.

Evrensel anlamda haberin tanımının yapılamamasının bir nedeni de, bu tanımın farklı kuram ve yaklaşımlara göre yapılmasındandır. Her kuram ve yaklaşımın haber değeri kriterleri farklıdır. Sözelimi liberal yaklaşımın, habercinin, dolayısıyla haberin objektif olması gerektiği tanımı mevcuttur. Bu da konuya eleştirel perspektiften bakanlarca eleştirilir. Yapılan her tanım farklı görüşler tarafından eleştirilmektedir. Bununla birlikte kapsamlı bir haber tanımı olarak şunu vermek mümkündür; “Gazeteciliği meslek edinmiş kişilerin, haber konusu olarak seçtikleri konularda topladıkları ve kuralına göre formatladıkları, yine gazeteciliği meslek edinmiş kitle iletişim araçlarının sorumluları tarafından seçilerek, yazılı, sesli yada görüntülü mesajlar şeklinde, okuyucu, dinleyici yada izleyiciye ulaştırılan bilgilerdir’⁷⁸

Haberin içinde insan olgusunun var olması, onu bulunduğu toplum içinde diğer insanlarla ve ekonomi-politik yapı ile ilişkilendirmemize de neden olmaktadır. Bir anlamda haber toplumsallaştırma sürecinin bir aracıdır. Haber nedir? Sorusuna çeşitli yanıtları vermek mümkündür. Haber öncelikle duymak, farkında olmak, bilmekle ilgilidir. Haber herhangi bir şeyle ilgilidir. Bu haberin, günlük gerçek ilişkilerden soyutlanıp idealleştirilmiş, nesneleştirilmiş yanıdır. Günlük kapitalist, gerçek ilişkiler dünyasında ise haber, metadır, maldır. Nasıl ve hangi biçimlerde gelirse gelsin, her mal gibi mülkiyet ilişkilerinde haberinde bir sahibi vardır, ticari mal olarak alınır ve satılır. İrfan Erdoğan’ın saptamalarına göre haber, malın üç ana karakterini taşır;

⁷⁷ Neil Postman-Stewe Powers,a.g.e. s.19.

⁷⁸ Şebnem Soygüder,a.g.y. s.34.

1. “Haber endüstriyel kapitalist ortamda gelişmiştir, üretim ilişkilerinin ve ilişki düzeninin ürünü ve ifadesidir.
2. Alınıp satıldığı veya belli çıkarlara hizmet yönünde kullanıldığı için, kullanım değerine sahiptir.
3. İnsan emeğinin bir ürünüdür. Kapitalist Pazar sisteminde başkalarının kullanması için el değiştirir.”⁷⁹

Haberi ekonomi-politik açıdan ele alan ve kavramı politik yapı içerisindeki endüstriyel ilişkilerle açıklayan çalışmalara göre haber, bir meta olarak değerlendirilmelidir. “Haber, doğrudan doğruya gerçekliğin kendisinden ortaya çıkan doğal bir olgu değil, bir üründür. Haber, bir endüstri tarafından üretilir; bu endüstrinin ekonomik ve bürokratik yapısı ile medyanın diğer endüstrilerle arasındaki ilişki tarafından biçimlendirilir. Bu ilişkilerin en önemlisi ise haber endüstrisinin hükümetle ve diğer politik örgütlerle arasındaki ilişkidir. Geniş bir açıdan bakıldığında haber, tarihsel bağlamda üstün gelen değerleri biçimlendirir ve yansıtır”⁸⁰

Haberin hangi bilgileri içermesi, hangi kurallar çerçevesi içinde yazılması gerektiğini dikkate alan tanımlamalarda haber; “Bir olay yada olguyu, okuyana/izleyene net olarak aktarabilen, 5N+1K olarak sıralanan ne, nerede, ne zaman, nasıl, neden/niçin ve kim sorularının cevabını içeren düzenlenmiş metinler olarak açıklanmaktadır”⁸¹.

Haberin ne olduğuna dair tanımlar bunlarla sınırlı kalmamıştır. Kimi tanımlar haberi, izleyici ve haberin sunum şekline göre sınıflandırmışlardır. “Haber gerçekte var olan ve insanlar için ilgi çekici her oluşumun ortak adı şeklinde tanımlanmış yine aynı şekilde haber ölçütlerine göre hazırlanmış, okur yada izleyici için önemli olan toplumun büyük kesiminin ilgi, çıkar ve yaşam alanı içinde var olan ve en kısa sürede verilen olaylara haber denmiştir”⁸². Fakat bu ve benzeri tanımlarda halkın ilgisini çekme yada ilginç olaylar kavramı, ideolojik bağlamda ele alınarak

⁷⁹ İrfan Erdoğan, **Dünyanın Çarpık Düzeni: Uluslar arası İletişim**, İst., Kaynak Yay., 1995, s. 62.

⁸⁰ Hakan Ergül, a.g.e. s.59.

⁸¹ Şebnem Soygüder, a.g.y. s.34.

⁸² Filiz Seçim, a.g.e. s. 207-208.

eleştirilmektedir. ‘halkın ilgisini çekme’ kavramı genelde kitle iletişimin, özelde ise, haberin toplumsal işlevinin bir sonucudur; “Halkın ilgisini çeken olayları halka duyurma, son çözümlemede, halkın ilgisini ikincil, önemsiz olaylar üzerinde odaklaştırarak, insanlar için gerçekten önemli olgulardan uzaklaştırmak biçiminde ortaya çıkmaktadır”⁸³

B- HABER DEĞERİ KAVRAMI VE ÖLÇÜTLERİ

1-Liberal /Klasik Görüşe Göre Haber Değerleri

Haberde bulunması gereken temel öğeler, haber değeri kriterlerini oluşturmaktadır. Kim/ne, nasıl, nerede, neden/niçin, ve ne zaman haber olur? sorularının yanıtı, aynı zamanda bir olgunun haber değeri taşıyıp taşımadığının yanıtını da içinde barındırır. Haber değeri kavramı, daha çok haberi açıklama yada haberi doğrudan veya dolaylı olarak anlamlandırmaya yöneliktir. Liberal görüş, haber değerini, kamu yararı kıstasının belirlediğini, eleştirel görüş ise, haber değerini medya seçkinlerinin belirlediğini ifade etmektedir.⁸⁴ Haberin içinde yer alan temel öğeler olan, haber değerlerini dikkate alarak haberi tanımlamadan çok haber kavramını açıklamak olasıdır. Dünyada veya çevremizde haber olabilecek binlerce olay bulunmakta iken, medya’da bunların sadece bir kısmı yer bulmaktadır. Buradan anlaşılan, yazılı veya görsel basının kendine göre bir takım haber kıstasları olduğudur. Bu açıdan, bir olayın kitle iletişim araçlarında haber olabilmesi için bir takım ortak noktalara veya profesyonel kodlara sahip olması gerekmektedir. Bu durumda haberin oluşturulmasında öncelikle yapılan iş bir seçme işlemidir ve bu işlem, olayın, profesyonel haber kodlarına sahip olduğunun kontrolüdür. Bu sayede, haber, üretim aşamasından sunumuna kadar geçen sürede bir takım karar mekanizmalarından geçmektedir.

Haberlerin seçimi ve değerlendirilmesi yapılırken haberin sunulacağı kitlenin konulara vereceği önem derecesinin de dikkate alındığı varsayılmaktadır. Haber değerinin belirlenmesine ilişkin kriterler oldukça çeşitlidir. Bunlar; haber

⁸³ Uygur Kocabaşoğlu,a.g.y. s.340.

⁸⁴ Nahide Karabay,**Gazetecilik ve Haber (Kuramsal Bir Yaklaşımla)**,İzmir,Meta Basım,2000,s.92.

medyasının ve özel amaçlarının belirlediği yayın politikalarına uygunluk, ele alınan olayla ilgileneyeceği varsayılan kitlenin büyüklüğü, olayın şiddeti, ritmi, zaman ve mekansal açıdan yakınlığı, beklenilirliği, beklenmedikliği, sıra dışılığı, olayın aktörlerinin seçkinliği/popülerliği vb. olarak sıralanabilir. Ancak, şiddet, gerilim ve çatışmanın her dönemde evrensel haber değerini oluşturduğu bilinmektedir. Haberlerin büyük bölümünün olumsuzluğa dayandığı anımsandığında, bir olayda olumsuzluğa ilişkin verilerin fazlalığının haber değerini arttırması nedeniyle olumsuzluk özelliğinin de evrensel boyuta taşındığı söylenebilir. Ancak, yukarıda sıralanan özellikler her zaman ve her koşulda aynı ölçüde haber değerini ortaya koymamaktadır. Haber kuruluşlarının tümü tarafından benimsenen ortak kriterler ise haber değerine ilişkin genel kriterleri ortaya koymaktadır. Bir değerlendirmeye göre bu kriterlerde şu özelliklere dikkat edilmiştir;

“A-İzleyici: izleyiciler genellikle birbirinden farklıdır. Bir olay her izleyici için aynı öneme sahip değildir.

A- Etki: haberin etkilediği izleyici sayısı ne kadardır? Haberin etkisi üç değere bağlanabilir:

- a-** Ne kadar sayıdaki izleyiciyi etkilemektedir?
- b-** Etkileme ne ölçüde doğrudandır?
- c-** Etkileme ne ölçüde çabuktur?

B- Mekansal Yakınlık: izleyicinin kendine yakın bir yerde meydana gelen bir olay doğal olarak daha uzakta meydana gelen bir olaydan önemlidir.

C- Yakın Zamanda Meydana Gelmiş Olma: haberde hız çok önemlidir ve haber olarak verilen bir olayın üzerinden fazla zaman geçmesi durumunda haber eskimiş sayılır.

D- Kişisellik: toplumda tanınan ünlü bir kişiye ait olaylar, diğerlerine göre daha çok haber değerine sahiptir. Zaman sınırlılığı nedeniyle muhabirlerin toplumda ön plana çıkmış bu tür kişilerin dolaştıkları yerlere gittikleri bilinir.

E- Tek Olma – Nadirlik: ilk kez, son kez veya tek sefer için meydana gelen olaylar insanlarda merak uyandırdığı için büyük haber değerine sahiptir.

F- Basitlik: Basitçe açıklanabilecek olaylar, karmaşık olanlardan daha çok tercih edilir. Bunun sebebi, hem televizyonun zaman açısından fazla karmaşık olayları anlatma olasılığı olmadığından, hem de izleyicilerin sıkılmadan kanalı izlemeye devam etmesidir.

G- Devamlılık: İsyanlar, savaşlar vb. olaylar, uzun süre devam edeceği belli olan konulardır. Özellikle iyi dramatik sunum ile, izleyiciyi günlerce ekran başında tutabilir. Bu nedenle, bu tür olaylarında haber değeri yüksektir.

H- Olumsuzluk: Habercilikte genel olarak olumsuz olaylar haber yapılır. Bu tür haberler her zaman istikrarlı bir politikaya, iyi işleyen bir ekonomiye ilişkin haberlerden daha değerlidir. Çünkü izleyicilerde heyecan uyandırır.⁸⁵

Bu şekilde sınıflandırılan haber değerleri, haber yayınının yapıldığı kurum içerisinde çeşitli karar mekanizmalarından geçerken dikkate alınır. Son zamanlarda ise haberlerin giderek magazinelleştiği görülmektedir. Neredeyse bütün medya kuruluşlarında haberlerde eğlence olgusu işlenmeye başlanmıştır. Geleneksel habercilik anlayışının bozulmasına neden olan bu anlayışla, ciddi olması gereken haberler bile eğlence unsurları ile donatılmıştır.

Magazin söyleminde ‘kim’, ‘ne’, ‘ne zaman’ ve ‘nerede’ sorularına cevap verilmekte, ‘nasıl’ ve ‘niçin’ sorusu yüzeysel olarak geçilmektedir. Televizyon haber metinleri üzerinde bir çalışma yapan Doris Graber televizyon habercilerinin haber metinlerini bu şekilde hazırladıklarını tespit etmiştir. Bu da haberlerin magazin söylem biçimine dönüştüğünü göstermektedir.⁸⁶

Bu haber seçme kıstaslarına bir ölçüde Johann Galting ve Mari Ruge tarafından yapılan çalışmada özetlenmiştir. Buna göre, bir olayın haber olarak seçilmesi sürecinde şunlara dikkat edilir;

“A-Zaman Aralığı: Bir olay, söz konusu kitle iletişim aracının zaman programına uygun ise farkına varılması daha olasıdır. Örneğin; birkaç saat veya daha az süre içinde başlayıp biten bir olay günlük bir gazete veya TV yada radyoya uygun iken gelişmesi birkaç gün alan karmaşık bir olay haftalık bir gazeteye uygundur. Bazı olayların gelişmesi çok yavaştır ancak kitle iletişim aracı için ‘haber değeri olabilen’ önemli olaylardır.

B-Yoğunluk veya Eşik Değeri: Geniş çaplı bir olayın veya normal düzeyde bir öneme sahip iken önemi ansızın belli bir ilgi çekecek kadar artan bir olayın fark edilme olasılığı daha fazladır. İkinci durum, kitle iletişim araçlarınınca normalde bir takım gözetmenliğin olduğu durumlarda söz konusudur. Örneğin, hükümeti veya finans konularını yada devam etmekte olan bir çatışmayı ele aldığı zaman.

C-Açıklık/Belirsizliğin Olmaması: Bir olayın anlamı hakkında şüphenin az olması, haber işlemine uygun olma olasılığını beraberinde getirir.

D-Kültürel Yakınlık veya Geçerlilik: Olayın hedeflenen izleyicinin ilgi ve kültürüne yakın olması seçilme olasılığını artırır.

E-Ahenk: Yerleşik bazı beklentilere veya kavramlara uygunluk gösteren bir olayın seçilme olasılığı beklentilere uygun olmayana göre daha

⁸⁶ Şebnem Soygüder, a.g.e. s. 38.

fazladır. Örneğin dünyanın bazı bölümlerinde çatışma beklenir, bazı eylemler zaten tehlikelidir, diğerleri siyasal değişim vs. ile ilişkilidir.

F-Umulmazlık: 5. madde bakımından eşit düzeyde uyumlu olaylar arasında bir olayın daha umulmadık ve öngörülemeyen olması olayın seçilme olasılığını artırır.

G-Süreklilik: Olay bir kez haber değeri olan bir olay olarak tanımlandıktan sonra olayın veya ilgili olayların sürekli bir şekilde farkına varılması yönünde bir eğilim doğacaktır.

H-Kompozisyon: Haber olayları dengeli bir bütün (gazete veya radyo-televizyon haberleri) içindeki yerlerine göre seçilirler.⁸⁷

Bu haber etmenlerinin birlikte eylemde bulunması konusunda başlıca üç hipotez vardır. Öncelikle bir ekleme hipotezi vardır. Bu hipotez belli bir olay ile ne kadar çok haber etmeni ilgilirse olayın ‘haber’ olma olasılığı yüksektir der. İkincisi, tamamlayıcı hipotez. Eğer bir olayda bir etmen alt düzeyde ise dengenin bir başka etmenin üst düzeyde olması ile sağlanacağını ileri sürer. Üçüncü olarak, dışarıda bırakma hipotezi. Buna göre tüm etmenlerin alt düzeyde olduğu bir olay haber olmayacaktır.⁸⁸

Haber üretim sürecinde, yukarıda sayılan bu ‘seçme’ kıstasları çoğunlukla dikkate alınmaktadır. Haber konuları kimi kuramcılara göre politika haberleri, ekonomi haberleri, dış haberler, durum haberleri, spor haberleri vb. gibi başlıklar altında toplanmaktadır ve haberin sınırlarının çizilmesinde çoğunlukla bu kıstaslara vurgu yapılmaktadır.

2-Eleştirel Kültürel Çalışmalar Yaklaşımına Göre Haber Değeri Ölçütleri

Liberal yaklaşımların dışında, haberin ne olduğuna ve habercilik yapmanın ne tür bir faaliyet olduğuna ilişkin başka bir yaklaşım daha söz konusudur. İngiltere’de Birmingham Üniversitesi bünyesinde çalışmalarına başlayan ‘Cultural Studies’ Grubunun Marsist bakış açısıyla başlattıkları eleştirel yaklaşımlar habercilik alanını da içermektedir. Bu yaklaşımlar, haberin gerçeği olduğu gibi yansıtan metinler olduğuna ve habercinin de sadece olay ve kamu arasındaki bir aracı olduğuna kuşkulu bakmaktadır. Özellikle de haberin ‘ DOĞRULUĞU ‘ ve ‘NESNELLİĞİ’ kavramlarını sorgulamaktadırlar. Eleştirel yaklaşımlar, başlangıcında, medyanın

⁸⁷ Denis McQuail-Sven Windahl, **Kitle İletişim Modelleri**, Ank:, İmge Kitabevi, ,1997,s. 205.

⁸⁸ A.g.e.,s.205.

kapitalist bir toplumda iş görmesinden ötürü, belirli sınıfsal çıkarları yansıtması nedeniyle **‘nesnel ve tarafsız haberciliğin olamayacağını’** vurgulamaktaydılar. Habercinin yaptığı işin, medya patronunun kişisel ve patronun ait olduğu sınıfın, yani sermayedarların sınıfsal çıkarlarını sürdürecektir ölçüde varolan gerçeği çarpıtmak olduğunu öne sürmektedirler.

Yine eleştirel yaklaşımlar içindeki bir başka değerlendirmeye göre haberin ve habercinin gerçeği yansıtması olanaklı değildir. Ancak bu olanaksızlık kapitalist bir toplumsal yapıdaki sınıfsal sömürüyü gizleme ve sürdürmeye aracılık etme işleviyle olduğu kadar, bir başka konuyla daha yakından ilgilidir. Yaşadığımız gerçeğin yaşadığımız haliyle yansıtılabilmemesinin güçlüğüyle, bir bakıma gerçeğin doğasına ilişkin sorunlarla ilişkilidir.⁸⁹

Bu yaklaşıma göre gerçeğe dair bilgi, ancak bir temsil etkinliğiyle kendini göstermektedir. Başka bir ifadeyle gerçeğin bilgisi gerçeğin kendisi değildir, gerçeği temsil etmektedir. Dolayısıyla haberci, gerçeği büsbütün yakalayıp yansıtabilen değil, onun yerini tutan yani gerçeği temsil eden bir metin olarak, haber metnini üretmektedir., yazmaktadır, sunmaktadır. Eleştirel yaklaşım açısından haber, dünyada olup bitenleri öznenin yani insanın (gazetecinin/habercinin) onun içinde yer aldığı kurumun anlaşılır kılmasıyla oluşan bir metindir. Dolayısıyla habercilikte inşa edici, kurucu bir pratiktir, bir iştir.⁹⁰ Eleştirel yaklaşımlarda haber değerini belirlemekteki ölçüler, içinde bulunduğumuz toplumsal yapılara ve kitle iletişim araçlarının sahiplik ve yayın politikalarına göre belirlenir.

Eleştirel yaklaşımlardan Kültürel Çalışmalar; kültürel pratikler ile toplumsal ilişkiler ve iktidarın düzenlenmesi arasındaki ilişkilerin disiplinler arası bir şekilde incelenmesini ve bunlara müdahale edilmesini ifade eder. Hartley’e göre Kültürel Çalışmalar üretim, dağıtım, değişim ve tüketim yapılarının karmaşık eklemlmelerinin ürünü olarak kültürü araştırır ve kuramsallaştırır. Kültürel

⁸⁹ Çiler Dursun, **Haber ve Gazetecilik Üzerine Düşünmek**, Ank., Üni. İletişim Fak. Yay., Ankara, s.64.

⁹⁰ A.g.e., s.67.

Çalışmaları daha genel bir biçimde Bennett'in ortaya koyduğu gibi "Kültürel formları ve pratikleri toplumdaki iktidar ilişkileri bağlamında kavramayı amaçlayan disiplinler arası bir yaklaşım" olarak tanımlamak da mümkündür.⁹¹

Kültürel Çalışmaların ne olup olmadığı konusundaki tartışmaların öncülüğünü yapan bilim adamlarından biri, İngiltere'de Birmingham Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi'nde eğitim görmüş Kuzey Amerikalı iletişimci Lavrence Grossberg'dir. Kültürel Çalışmaların ne olmadığına dair süregelen tartışmalarda en önemli başlıklardan birisi, Kültürel Çalışmaların '**Eleştirel Kültür Kuramı**'yla aynı şey olmadığıdır. Grossberg'e göre cevapları, olguların içinde yer aldığı bağlamdan bağımsız olarak verebilen bir kuram, kendi içinde ilginç ve önemli olsa bile, Kültürel Çalışmalar içine dahil değildir. Bu bağlamda, Kültürel Çalışmaları tanımlayan önemli bir özellik '**Radikal Bağlamsallık**'tır. Kültürel Çalışmalar, geleneğinde hiçbir kuramsal tavrın mutlak doğruluğu söz konusu değildir. Farklı stratejiler, farklı bağlamlarda doğrudur. Kültürel Çalışmalar içindeki pozisyonlar, farklı toplumsal, tarihsel, politik ve entelektüel bağlamlarda oluşmuş tartışmalara birer cevap niteliğindedir. Bu çerçevede **Kültürel Çalışmalar**, doktrinlerin belirleyiciliğinde değil, soruların belirleyiciliğinde oluşmuş bir alandır.

Kültürel Çalışmalar alanının başlangıcı, 1950'ler İngiltere'sine, bugün alanın kurucu isimleri olarak kabul edilen Richard Hoggart, Raymond Williams ve E. P. Thompson'ın o dönemde yapmış oldukları çalışmalara uzanmaktadır. 1950'lerden 60'ların ortasına kadar olan dönemde Hoggart, Williams ve Thompson'ın münferit olarak yapmış oldukları ve ortak paydaları kültür kavramının İngiliz edebiyat geleneği içerisinde egemen kullanımın sorunsallaştırmak ve yeni bir kültür nosyonu kavramsallaştırmak olan çalışmaları, alanın erken dönemini, karakterize eder. 1964'te Birmingham Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi'nin Hoggart ve Stuart Hall tarafından kurulması, Kültürel Çalışmalar alanının gelişimde önemli bir dönemeç niteliğindedir. Kültürel Çalışmalar alanının klasikleri kabul edilen ve kapsayıcı, nüanslı ve politik bir kültür kavramsallaştırmasını olanaklı kılacak biçimde gündelik hayat kültürünü mercek altına alan bir dizi etnografik araştırma 1964'ten 70'lerin

⁹¹ Asuman Suer, **İletişimde İki Gelenek: Medya ve Kültür Çalışmaları**, İst., 2000, s.9.

sonuna kadar olan dönemde yapılmıştır. Aynı biçimde bu dönemde alan kendi konumunu kuramsal olarak da netleştirme çabasına girmiş ve özellikle Marksist gelenekle eleştirel bir diyalog başlatılmıştır. 1980'lerle birlikte Kültürel Çalışmaların büyük oranda Amerika'ya transfer olmuş ve Kuzey Amerikan üniversitelerinin 'insan bilimleri' bölümlerinde hızla kurumsallaşmaya başlamıştır.⁹²

Bu eleştirel yaklaşımların bakış açılarına göre haberin kurgulanma süreci oldukça yapılaşmıştır. Haberciliğin mevcut haliyle yapılaşmasına, kısmen gazeteciliğin profesyonel pratiklerinin getirdiği sınırlamalar neden olmuştur. Bu sınırlamalar, haber üretim süreçlerine ciddi bir dikkatin yöneltilmesini gerektirmiştir. Bu süreçte haber metninin nihai belirleyenleri olarak şunlar belirtilmektedir;

- “Haber yapımı sürecinde içinde muhabirlerin yer aldıkları kurumun politikalarına ve önceliklerine yönelik iş görme pratikleri içinde olmaları
- Yine muhabirlerin haber konusuna kendi değer yargıları ve dünya görüşünün getirdiği çerçevelendirme içinde bakmaları
- Nihayet gazeteciliğin kapitalist bir ekonomik sistem içinde süre gidiyor olmasının dayattığı öncelikler”.⁹³

Sonuç olarak eleştirel bakış açısına göre haber değeri olarak haberin DOĞRULUĞUNUN ve NESNELLİĞİNİN sorgulanması ön planda gelmelidir.

C- HABER-GERÇEK İLİŞKİSİ

Televizyon, kitle iletişim araçları içerisinde, gerçeği aslına en yakın olarak aktaran araç gibi görünmekle beraber bu yanılsamadan dolayı belki de en çok çarpıtıcı araç olduğu düşüncesi giderek yaygınlık kazanmaktadır. Çünkü televizyon, kendine özgü tekniğiyle olayları aktarırken, aslında yeni bir gerçeklik yaratmaktadır. Amerikalı araştırmacı Gerbner ve grubu tarafından yürütülen kültürel çalışmalarda,

⁹² Hardt, Hanno. ‘Eleştirelin Geri Dönüşü ve Radikal Muhalefetin Meydan Okuyuşu : Eleştirel Teori, Kültürel Çalışmalar ve Amerikan Kitle İletişimi Araştırması’ çev.Mehmet Küçük.Medya, İktidar, İdeoloji,Ank.:Ark Yayınları,1999.

⁹³ Çiler Dursun,a.g.e.,s.70-71.

en popüler kitle iletişim aracı olan televizyon, kurulu sanayi toplumunun kültürel kolu olarak nitelendirilmektedir.⁹⁴

Sadık Güneş'in ortaya koyduğu tanıma göre haber gerçek değildir, gerçeğin belli bir şekilde kurulmuş zihinsel yansımasıdır. Haberin içerdiği tek mutlak gerçek, kendisinin bizzatı haber olduğudur. Biz bu yanılsamadan hareket ederek habere ulaşmaya çalışırız.⁹⁵

Aslında haber, var olan gerçeği mi yansıtmaktadır, yoksa haberde gerçek yeniden inşa mı edilmektedir? Akademik çevrelerde tartışmalar bu konu üzerinde yoğunlaşmaktadır. Günümüz insanı, televizyonun simgesel dünyası içinde doğar ve televizyonun tekrarlanan pratiği ile yaşar. Televizyon, tutum ve davranışları ekmektedir. Gerbner'e göre, televizyon sanayi sonrasında beri ilk defa güçlü bir kültürel bağ oluşturmuştur. Çalışmalarını Amerikan toplumu üzerine yoğunlaştıran Gerbner, televizyonun bu toplum üzerindeki etkisini şöyle analiz etmektedir; 'Televizyon tıpkı Amerikan okulları gibi, Amerikan sistemi için fonksiyonel açıdan okur yazar cahiller üretir. Halka neyi ve nasıl tüketeceğini öğretir. Sonuç olarak televizyon, insan düşüncesini demokratikleştirmiyor. Tam tersine ekonomik, kültürel ve siyasal olarak bağımlı hale getiriyor. Toplumsal olarak televizyondan edinilen ortak deney, birinin gerçeğinin ötekini hayali umudu olmasıdır; yani bu gerçek, günlük ilişkilerde kendini ezenle ezilen, işverenle işçi, işten kovanla kovulan, toprak sahibi ile topraksız arasındaki ilişki olarak gösterir.'⁹⁶

Genel olarak baktığımızda, her hangi bir olay var olması açısından gerçektir. Ancak gazetecinin bu olayı ele alışı ve işleyişi sırasında kendi beyin süzgecinden geçişi ve algılama şekliyle, kameranın olay yerindeki konumlandırılması farklı

⁹⁴ Bedriye Poyraz, **Haber Programlarında İdeoloji ve Gerçeklik**, ,Ank: ,Ütopya Yayınevi,2002,s.22

⁹⁵Sadık Güneş,a.g.e. s.194.

⁹⁶Bedriye Poyraz,a.g.e. s.23 .

gerçeklikler üretmektedir. Televizyonun en önemli yeteneği olarak görülen canlı yayın da bile yönetmenin bir çok kameradan gelen görüntüleri sıraya koyarken bile gerçekliğin yeniden üretimi söz konusudur.

Ayrıca kurumun da hegemonyası ve dünya görüşü haberin yapılışı ve aktarılışında önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin medyanın neden özelleştirmeyi desteklediği, karşı çıkanları tutucular olarak tanımladığı, yada yanlılığın neden hep statükodan yana olduğu gibi soru işaretleri vardır. Dolayısıyla şunu vurgulamak gerekiyor; aslında piyasada kar etmeyi amaçlayan şirketler olarak örgütlenmiş kitle iletişim araçlarının ekonomi ve siyasal güç merkezleriyle ilişkileri, belirli parti veya siyasal güçleri desteklemeyi aşan, dolayısıyla bütün siyasal-ekonomik-toplumsal yapı ve iktidar ilişkileri içinde ortaya çıkan eşitsizlikleri sorgulama dışı bırakan bir tavidir.⁹⁷

Ayrıca alıcısının başındaki izleyicinin de gerçeği veya olayı algılayış biçimi ve kapasitesi farklılıklar yaratacaktır.İnsanın toplumsal yapıdan ve yetiştirme tarzından ortaya çıkan farklılıklar olması kaçınılmazdır. Gerçekliği etkileyen bu unsurları şu şekilde sıralayabiliriz;

- 1- Doğa ve toplumsal yaşamdaki dış gerçeklik
- 2- Haberi yapanların kendi gerçekliği
- 3- Haberle buluşan izleyicinin gerçekliği

Gerçekliğin aktarımında aynı olayın farklı gazeteciler tarafından değişik yorumlandığı ve aktarıldığı durumlarda sıkça görülmektedir. İki ayrı muhabirin aynı olayı haber yaparken ortaya koydukları bakış açıları, onların bağlı oldukları kurumun politikası, siyasal görüşleri doğrultusunda farklılaşmaktadır;

Birkaç yıl önce hem Wall Street Journal hem de şimdi kapanmış olan World Telegram and Sun, Moskova'nın sokakları hakkında bir haber yayınladı. Wall Street Journal muhabirinin yayınladığı haber şöyleydi;

“Moskova'nın sokakları rehber kitaplarının söylediği gibi temiz ve düzgün, metro da öyle, bağış bedeli olarak ayda 35 ruble kazanan süpürgeli, faraşlı ve

⁹⁷Ayşe İnal, **Medyanın Etkisi Sorunsalına Başka Bir Bakış** Ank.;A.Ü. İletişim Fak. Yıllık,1998, s.64

el arabalı bir kadın ordusu sayesinde bu böyle. Bütün Moskova'da bir tane bile mekanik sokak yıkayıcısı göremedik.

World Telegram and Sun muhabirinin haberi ise ilkinden farklıdır;

“Dört yıl önce Moskova'da yüzlerce kadın, koca şehrin sokaklarını süpürürdü. Şimdi seyrek olarak bir düzineden fazlasını görürsünüz. Sokaklar dev fırçalama ve su püskürtme makineleriyle temiz tutulmaktadır.”⁹⁸

Görüldüğü gibi bir olayın haber olarak aktarılması sırasında algılama ve bağlı olduğu kurumun politikalarına kadar pek çok etken söz konusudur. Televizyonda yayınlanan haberlerin görsel olmasından dolayı kendi bağlamında gerçeğe daha yakın bir anlatım söz konusu olsa da yeniden gösterim ve yavaş çekim gibi özelliklerinden dolayı zaman atlamalı kurgular söz konusu olabilmekte böylece olaylar kendi doğal akışından koparılmakta ve olaylar öznel bir şekilde bu şekilde de analiz edilebilmekte ve sunulabilmektedir.

Aslında televizyon ve mikrofonu gerçekliği kaydetmez, gerçekliği kodlar; bu kodlama ideolojik olan bir gerçeklik duygusu üretir. Bu nedenle yeniden sunulan gerçeklik değil, ideolojidir; ve bu ideolojinin işleyişiyle televizyonun görselliği sağlanır. Böylelikle, doğruluk iddiasını gerçeğin nesnelliği içinde konumlandırmaya çalışır. Ve dolayısıyla ürettiği her doğrunun gerçek değil ideoloji olduğu gerçeğini gizler.⁹⁹

İzleyici için televizyon haberlerini görece gerçeğe daha yakın kılan etmenlerden biri aracın kendine özgü teknolojik olanakları sayesinde yaşamın kendisine tanıklık ediyor/ettiriyor görünmesidir. Oysa, televizyon haberlerinin nesnelliği, aracın kendisi tarafından kurgulanan ve gerçeğin yalnızca gösterilmek istenen yanına tanıklık eden bir görsellikle değil, bilinen habercilik ölçütleriyle

⁹⁸ Neil Postman-Steve Powers, **Televizyon Haberlerini İzlemek**, çeviren Aslı Tunç, İst.: Kavram Yayınları, 1996, s.22.

⁹⁹ Bedriye Poyraz, a.g.e. 25.

değerlendirilebilecektir. Bu anlamda izleyicinin tanıklık ettiği dünya, kurgulanmış gerçeklik yanılsamasına tanıklık ettiği bir dünyadır.¹⁰⁰

Haberin gerçeklik değeri aynı zamanda haber içeriğinin doğruluğu konusunda da belirleyici olmaktadır. Dolayısıyla haber içeriği kadar, haber sunumunun da bu anlamda, nesnelliği bozmayacak tekniklerle gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Nitekim, televizyon haberlerinde verilen bilgilerle yaşananlar arasındaki örtüşmenin bire bir olduğunu kanıtlamak için, televizyon haber üreticileri olayla ilgili görüntülerin sunulmasıyla ‘**muhabirlerimizden biri oradaydı**’ izlenimini yaratmaktadır. Fakat izleyicilerin canlı olarak yayınlanan bir haber bülteninde bile, çeşitli dramatik öğelerle karşı karşıya bırakıldığını da belirtmek gerekir.

Türkiye’de Özel televizyon yayıncılığına geçildikten sonra TRT’nin yaratmış olduğu ‘ciddi haber’ görünümü bozulmaya başlamıştır. Kamusal yayıncılık örneği olan TRT döneminde akşam haberlerinden hiçbir zaman müzik kullanılmadı. Şimdi haber programlarının daha ilk başında izleyiciyi duygusal bir ortama sürükleyen, haberin önemini vurgulayan türde müzik kullanılmaktadır. Gerçek hayatta olan olayların meydana gelişinde müzik yoktur. Bu nedenle gerçekliğe müdahale söz konusudur. Haber bültenlerinin arasında reklamın girmesi de haberin gerçekliğini bozan bir yaklaşımdır. Haber alınıp satılan bir meta durumuna düşmektedir.

VI- TELEVİZYON HABER PROGRAM TÜRLERİ

Televizyonda yayınlanan programları haber içeriklerine göre beş ana başlıkta incelemek mümkündür.

1- Günlük Haber Bültenleri:

Televizyon haber yayıncılığının en yaygın biçimiyle kullanım şeklidir. Gün içerisinde belli zamanlarda ve genellikle saat başlarında yayınlanır. Ulusal, yerel, uluslar arası alanlarda meydana gelen önemli olaylar, ana haber bültenlerinde yer alır

¹⁰⁰ Ayşe İnal,a.g.e.,s. 103.

ve bu bültenler akşam saatlerinde yer alır. Sadece haber yayını yapan televizyon kanallarında, saat başı habercilik olarak yer bulur. Kurumların prestiji olarak kabul edilen ana haber bültenlerinde en geniş izleyici kitlesine ulaşılmaya çalışılır ve prime time'da zaman kısıtlaması olduğundan çeşitli konulardan haberlerle izleyici sayısı arttırılmaya dikkat edilir. Siyaset, ekonomi, adli olaylar ve magazin gibi çeşitli konuların işlendiği bültenlerde genellikle ulusal veya uluslar arası haber ajansları veya kurumların bünyelerinde ki muhabirler bu bültenlerin oluşturulmasına katkıda bulunurlar.

2- Canlı Yayın Haber Programları

Haber bültenlerinde izleyiciye en çok anımsalılık hissi veren türdür. Olayları hemen ve doğal olarak gerçekleştiği mekanlarda aktarabilme özelliğine sahiptir. Televizyonlar canlı yayın sayesinde yazılı basına göre haberi daha hızlı iletmektedir. Haber, televizyonda elektronik olarak havadan iletilir ve kitlelere çok hızlı bir biçimde ulaştırılır. Bu durumda izleyici habere yorum katılmadan görgü tanığı olduğu hissine kapılır.

3- Geniş Kapsamlı Haber Programları:

Geniş kapsamlı haber programları ana haber bültenlerine göre, haberin daha derinlemesine ve detaylı olarak incelenmesine olanak sağlar. Zaman kısıtlaması daha azdır ve gizli kalmış bir takım gerçekler daha net bir biçimde ortaya koyulur. Ayrıntılarıyla incelenen olaylara, sebep-sonuç ilişkilerine göre bakılır. Önemli ve güncel sorunlar çeşitli çözüm yolları ile birlikte ortaya koyulur. Örnek olarak, açık oturumlar, paneller, ayrıntılı röportajlar, özel haber programları ve haber belgeselleri verilebilir.

4- Tartışma Programları:

Bu program türünde işlenen konuların uzmanları vardır. Sansasyon ile tartışmanın ayrıldığı bu türde, programı sunanlar yansızdır ve amaç seyircinin ne olup bittiğini anlamasını sağlamaktır. Zaman zaman ülkemizde izleyici oranlarını arttırmak adına kavgalara da yer verilse de iyi örnekler de görmek mümkündür. Farklı görüşlere sahip konukların davet edildiği bu program türünde, olaylara da

farklı yaklaşımlar sunmak amaç edinilmiştir. Çoğu zaman iki farklı tartışmacı arasında yönetici olan sunucunun özellikle profesyonel gazeteci birikiminin olması önemlidir. Ülkemizde özellikle Siyaset Meydanı, Politika Durağı, Objektif, Ceviz Kabuğu gibi programlar bu başlığa uygun örneklerdir.

5-Yorum Programları:

Haber bültenlerinin hemen ardından tanınmış bir gazeteci tarafından sunulan yayınlardır. Gündemdeki önemli bir konu ile ilgili kurumun görüşüne paralel yorumların yapıldığı yerdir. Yorum, haberin ayrılmaz bir parçasıdır. Haberlerden bağımsız yorum olmaz. Habercilikte yorum, haberin içindeki detayları ortaya çıkarılması ve mercek altına alınmasıdır.

Ayrıca Akçalı'nın belirttiği gibi haberleri, genel ayrımlardan başka olarak haberlerin konuları ile ilgili ayırım da vardır. Bu ayırım sadece haberin ilgili olduğu konuyu vurgulamanın ötesinde, haberler üzerindeki uzmanlaşma ile de ilgilidir. Bu türde bir ayırım yapmamız gerekirse;¹⁰¹

- Siyaset-Politika Haberleri
- Dış Haberler
- Ekonomi-Finans Haberleri
- Polis-Adliye Haberleri
- Spor Haberleri
- Kültür-Sanat Haberleri
- Magazin Haberleri
- Çevre Haberleri
- Teknoloji-Bilgisayar Haberleri
- Eğitim Haberleri
- Sağlık Haberleri
- Kent Haberleri
- Taşra Haberleri

Bu türde ayrımlar çoğaltılabilir, fakat bazı haberleri sıralananlar arasında eritmek mümkündür. Örneğin belediye haberleri, kent haberleri başlığı altında yada politika-siyaset haberleri arasında ele alınabilir.

¹⁰¹ Selda İçin Akçalı,a.g.e. s.21.

BÖLÜM 2

TELEVİZYON HABERLERİ MAGAZİNELLEŞME VE POPÜLER KÜLTÜR İLİŞKİSİ

Bir önceki bölümde televizyon haberciliğinin tarihsel gelişimi, özellikleri, TV haber değerleri kapsamlı bir biçimde yer aldı. Bu bölümde televizyon haberlerinde magazinleşmesi, nedenleri, kültürel ortamdaki değişikliklere yer verilmektedir.

I-TELEVİZYON HABERLERİNİN MAGAZİNLEŞMESİ

Televizyonlar toplum ve bireyleri gündelik sıkıntılarından kurtarma işlevine soyunmuş görünmektedir. Bunu haberleri magazinleştirerek oluşturma yolunu seçmektedirler. Ciddi haberlerin yerini daha hafifletilmiş haberler almaktadır. Medya ünlülerine, mankenlere, sanatçılara ilişkin haberler giderek artan bir sıklıkta akşam haberlerini işgal etmeye başlamaktadır. Bunun nedenleri izleyiciyi günlük sıkıntılarından kurtarmak mı yoksa tüm özel televizyonların korkulu gerçeği “rating” savaşları mıdır? Habercilikteki bu yeni yönelişi “HABEĞLENCE” olarak isimlendiren Haluk Şahin’e göre;

“Ülkemizdeki genç özel televizyonların haber bülteni yöneticilerinden büyük bir bölümünün ‘rating terörü’ karşısında yenik düşüp, habercilikten uzaklaşma eğilimi gösterdikleri bilinmektedir... Habercilikten uzaklaşan, ‘Ana Haber Bültenleri’ni ‘HABEĞLENCE’ şeklinde tanımlamaktadır...Haber yöneticisi ile rating kavramı arasındaki ilişki, çelişkili ve sorunlu bir ilişki. Ayrıca, Türk ticari televizyonlarının kıran kırana rekabet ortamı içinde yorucu bir ilişki de olduğunu söyleyebilirim”¹⁰² Televizyon kurumları gelirlerini reklamlardan sağlamaktadırlar. İzlenme oranı kavramı da televizyonların reklam aracı olmalarından türemiş bir kavramdır. Reklam verenler yayınlar ne boyutta izleyiciye ulaştığına çok ilgilenmektedir. Reklamcı kapitalizmin bilinen mantığı ile hareket etmektedir. Buna

¹⁰² Aktaran Cemalettin Özdoğan, “**Haber-İzleyici Ölçümü İlişkisi (TV Ana Haber Bültenlerinin İzlenme Pay/Oranı Açısından değerlendirilmesi, İzleyici Ölçüm Sonuçlarının Güvenilirliği ve Kamuoyu Üzerindeki Etkileri)** Yayınlanmamış Doktora Tezi, E.Ü. Sosyal Bilimler Ens.,1996,s.218.

karşın TV habercisinin, gazetecisinin bilinen mesleki ölçütleri bulunmaktadır. Günümüzde televizyon gazeteciliği ticari bir yarışma ortamı içinde yapılmaktadır. H.Şahin'e göre, "Televizyon haber yöneticisi de ister istemez bu ortamın etkisinde kalıyor. Onu tümünden görmezden geleni zaten yaşatmazlar. Evet, haberci izlenme oranlarının etkisinde kalıyor"¹⁰³

Televizyon haberlerinin magazinleşmesi popüler kültür kavramıyla yakından ilişkilidir. Bu bakımdan popüler kültürün irdelenmesi, Frankfurt Okulu'nun tanımlamaları ve kitle kültürü ile ilişkilendirilmesi daha ayrıntılı olarak incelenmektedir.

A- POPÜLER KÜLTÜR

Popüler kültür, hayatımızın her alanını kapsamaktadır. Konsantre biçimde yaşanan ve tüketilen popüler kültür, kapital sahipleri tarafından üretilir, denetlenir ve geniş kitlelere sunulur. Günümüzde kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ile birlikte toplum üzerinde etkisini arttıran popüler kültürü, insanlar medya şirketlerinin sayısal olarak da çoğalmasıyla daha kolay tüketmeye başlamışlardır. Kapital sahipleri tarafından büyütülen kitle iletişim araçları sayesinde yaygınlaşan popüler kültür, dünyanın bütün ülkelerinde marka olan ürünleri ve medyanın meşhur ettiği insanların yaşamlarını iyi tanıtır, örneğin çocukların Barbie veya Ninja Kaplumbağalar gibi 'evrensel' oyuncaklar ile oynamasına vesile olur. Bu sayede popüler televizyon programları, popüler film yıldızı, popüler sporcu ve popüler pop gibi halkın ortak beğenisi oluşturulur ve tüketim toplumuna doğru bir ivme yaratılır.

Popüler kültür ise gündelik yaşamın kültürüdür. Genel anlamıyla belirli bir yaşam tarzının ideolojik olarak yeniden üretilmesi olarak kabul edilebilir. Gündelik ideolojinin yaygınlaşma ve onaylanma ortamını yaratır.¹⁰⁴

Popülerin anlamını popüler olmayana bakarak da açıklamak mümkündür. Şu anda Pokemon oyuncakları popülerken Action Man ya da Pembe Panter oyuncakları raflarda eskimektedir. Bir kaset modası geçtiği yada popüler kimlikle sunulmadığı

¹⁰³ Aktaran:C.Özdoğan, A.g.t.,s.219.

¹⁰⁴ Veysel Batmaz,**Popüler Kültür Üzerine Değişik Yaklaşımlar**, Ank:İletişim Yay.,s.163.

için çok kaliteli olmasına rağmen alıcı bulamamaktadır. Magazin sayfalarında popüler olmayan kişilerle ilgili haberlere yer verilmezken, popüler kişiler, gazeteyi satabilmek amacıyla ön plânda sunulmaktadır. Popüler kültür, belirli malların yanında belirli düşünce ve dünya görüşlerini de popülerleştirir. Popüler kültür ürünü olan dergiler, dizi filmler, kitaplar, oyuncaklar, çizgi filmler ticari kültürün çıkarına ve kapitalist toplum biçimi ve ilişkilerinin evrenselliğini getiren ideolojiye hizmet etmektedirler. Örneğin; günümüzün en popüler televizyon programları olan paparazzi programları, televoleler ve yarışma programlarının en fazla izlenen programlar olduğu görülmektedir. Bunlar kapitalist düzene hizmet edip, kitleleri tüketime yönlendirmektedir. Yarışma programlarında bilginin kullanılışının, sadece yarışmada dağıtılan malların satılmasını desteklemek için olduğu bilinmektedir. Bir başka ifade ile o malların reklâmı yapılmaktadır. Aynı şekilde kadınlara yönelik magazin dergileri moda, kadın erkek ilişkisi, seks, evlilik, boşanma, doğum, güzellik, zayıflama, yemek tarifleri, dekorasyon gibi de pek çok konuyu işlemektedir. Bu dergilerle bilgi, haber ve fikirleri iletmenin ötesinde bireyleri tüketime yönleltmekte, onlarda ihtiyaçlar yaratılmaktadır. Bu anlamda magazin dergileri tüketimi teşvik etmekte büyük rol üstlenmektedir. Popüler Kültür, bir toplumda yaygın biçimde paylaşılan inançları, pratikleri ve nesneleri ifade ederken, daha politik tanımıyla kitlelerin yada bağımlı sınıfların kültürü olarak tanımlanmaktadır. Bu kültür hem geleneklerde bulunan halk inançlarını, pratikleri ve nesneleri hem de moda olan popüler inançları, bunların yanı sıra siyasal ve ticari merkezlerden yayılan kitlesel inançları, pratikleri ve nesneleri içermektedir. Popüler kültür, kültürel değerleri, gelenekleri belli şifreler ve kodlarla aktarmaktadır. Popüler kültür günlük yaşamın kültürüdür, çok ucuza satın alınabilir ve temelinde eğlence vardır.¹⁰⁵

Günümüzde yaygın olarak kullanılan yüksek kültür-popüler kültür ayrımı, modernizmle beraber ortaya çıkmıştır. Sanayi kapitalizminin gelişimiyle birlikte ‘pazar’ ve ‘tüketim’ kategorilerinin benimsenmesi, Marksist çözümlemelerin sunduğu egemen ideoloji kavramı, çoğunlukla sanat yapıtlarıyla özdeşleştirilen kültür tanımının iki ayrı düzlemde ele alınmasına neden olmuştur. Kültür üzerine bir

¹⁰⁵ Meral Özbek, **Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski**, İst.:iletişim yayınları,1991,s.86.

genelleme yapıldığında; bir yanda mevcut dünya ve gündelik yaşamı aşarak bir ütopya yaratabilen sanatçının yapıtı olan ‘**yüksek kültür**’ öte yanda egemen sınıfların kitleleri güdüp yönetebilme, manipüle edebilme amacıyla oluşturup yaygınlaşmasını sağladıkları ‘**kitle kültürü**’ ve halkın yüzyıllarca bağrına bastığı kendi özgün kültürü ‘**popüler kültür**’ ayrımını yapabiliriz. Her ne kadar manipülasyon kavramı daha çok Marksist yaklaşımı yansıtırsa da, ‘**kitle kültürü**’ kavramı, toplum içindeki egemenlik ilişkilerini bu açıdan irdeleyen daha muhafazakar görüşlerce de kullanılmıştır. Özbek’in de altını çizdiği gibi, kitle kültürü kavramı kitle toplumuyla bitişik bir kavramdır. Batılı kapitalist toplumların 19. yüzyılın sonundan itibaren atomlaşmış bireylerden oluşan benzer bir toplum haline geldiğini varsayan bu kavram, toplumsal grup ve sınıfların varlığını yok sayan bir kurama yaslanmaktadır. Böylece kitle kültürü kavramını kullananların, gerçekte, salt sanatı yani yüksek kültürü ayrı tutarak, modern toplumlarda tek bir kültür olduğunu ileri sürdükleri söylenebilir.¹⁰⁶

Popüler kültürü daha iyi anlayabilmek için öncelikle Frankfurt Okulu’nun tanımlamalarına değinmek gerekmektedir.

Frankfurt Okuluna Göre Popüler Kültür

Kültürün modernizmle ilişkisi üzerine tavrı alan ve ideolojik boyutun altını çizen en önemli akımlardan biri Frankfurt Okulu’dur. Marksist yaklaşım doğrultusunda, kitle kültürünün eğlence sanayinin kendi mantığı doğrultusunda belirlendiğini söyleyen Frankfurt Okulu, özellikle de kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla beraber kültürün kendisinin de sanayiye dönüştüğünün altını çizmiştir. Bu doğrultuda, kültür endüstrisi tarafından üretilen kültür ürünleri, sonuçta toplumda kültürel anlamda egemen olanların kendi istekleriyle sınırlı kalırlar ve toplumsal kontrol için birer araçtır.

Kitlelere hem ‘sahte bilinç’ hem de ‘sahte ihtiyaçlar’ yaratırlar. ‘Yüksek kültür’ü bu kültür sanayinin dışında tutma açısından muhafazakar görüşlerle birleşen Frankfurt Okulu’nun kitle kültürüne getirdiği indirgemeci

¹⁰⁶ Meral Özbek, a.g.e., s. .

yaklaşımına, 60'lı yıllarla birlikte yoğun eleştiriler gelmeye başlamıştır. Tartışmaların yaşandığı yıllarda ortaya çıkan bir konu da kitle kültürü-popüler kültür ayrımıdır. Popüler kültür, bu deyimde yer alan 'popüler' sıfatının çifte anlamından hareketle iki farklı biçimde tanımlanmıştır. Bunlardan ilki, popülere '**yaygın olarak beğenilen, tüketilen**' anlamını veren ticari tanım, diğeri ise '**halka ait olan**' biçiminde değerlendirilen betimleyici tanımdır. Böylelikle birinci tanımı benimseyenler genellikle popüler kültür terimini kitle kültürüyle eş anlamda kullanır ve bu doğrultudaki kuramsal yaklaşımı benimserler. Buna karşılık, popülerin ikinci anlamını benimseyenler, genellikle popüler kültüre daha geniş bir perspektiften bakan ve bu konuda daha olumlu bir yaklaşım benimseyenlerdir.¹⁰⁷

Bu nedenlerle, muhafazakar ve Marksist kitle kültürü ve Frankfurt Okulu'nun kültür endüstrisi kuramlarına eleştirel yaklaşanlar, popüler kültürün salt bir egemenlik aracı olmadığıнын altını çizerler. Bu doğrultuda Stuart Hall, "sıradan insanlar kültürel aptallar olmadıklarına göre popüler kültür biçimlerinde kendi hayatlarına ilişkin gerçeklerin nasıl temsil edildiğinin farkındadırlar"¹⁰⁸ demektedir.

Popüler kültür kavramına '**halka ait**' anlamını yükleyerek olumlu bir açıdan yaklaşanların benimsedikleri kuramsal arka planda sınıflar arası egemenlik ilişkisinin yerini, Gramsci'nin geliştirdiği '**hegemonya**' ilişkisi kavramı yer almıştır. Gramsci'ye göre, burjuva egemenliği işçi sınıfının kültürünü değiştirerek yada yok ederek değil fakat burjuva kültür ve ideolojisine eklemlenmesi, burjuva kültürü biçiminde ifadesi, burjuva kültürü ile birlik olmasıyla güvence altına alınabilir.¹⁰⁹

Popüler kültür her şeyden önce bir kullanım ve tüketim kültürüdür. Popüler ürünlerin yaratılmasında popüler kişiler kullanılır. Popülerle paketlenmiş olan popüler metaları tüketiciler alır ve kullanır. Popüler makyajını yapmamış bir popçu popüler makyajını yapana dek basının karşısına çıkmak istemez. Popüler kültürde kimse kendi gibi değildir. Sanatçılar belli bir imajla halka empoze edilmişlerdir.

¹⁰⁷ Hülya Tufan Tanrıöver, **Popüler Kültür Ürünlerinde Kadın İstihdamını Etkileyebilecek Öğeler**, İst.: Cem Yay., 2000, s. 7.

¹⁰⁸ Meral Özbek, a.g.e., s. 87.

¹⁰⁹ Hülya Tufan Tanrıöver, a.g.e., s. 8.

Popüler kültür, kültürü tek bir alana, o da tüketim alanına indirgemektedir. Popüler kültürü üretenler halkın istediğini verdiklerini iddia etmektedirler. Gazetelerin magazine ağırlık vermesi eleştirildiğinde kendilerini, halk istediği için magazine ağırlık verdiklerini söyleyerek savunmaktadırlar. Aslında amaç daha çok satmak ve daha çok kazanmaktır. Bu nedenle kültürel üretimde estetik ve kalite ölçütü o kadar da önemli değildir. Önemli olan alıcı sayısının miktarıdır. Formül şudur; hangi ürün çok satıyorsa o popülerdir.¹¹⁰

Popüler kültür kavramı çoğu zaman **‘halkın tuttuğu’** yada **‘birçok kişi tarafından çok sevilen’** yakıştırmaları ile anılmaktadır. Popüler kavramı üzerinde, **‘halkın’** ile **‘birçok kişi tarafından sevilen’** arasında, tutulan karmaşıklık, sadece masum anlamadan veya geçmiş tarihin hareketine bağlı fikirlerin karmaşıklığından değildir. Bugün **‘halk’** terimini belli kültürel, siyasal ve toplumsal fikirlere, belli halkın fikri ve bilincine ve sonuçta halk ne idi, nedir, ne olabilir veya ne olacak fikrine bağlamak yararlıdır.¹¹¹

Popüler kültürü **‘halkın’** veya **‘halk için’** veya **‘halk tarafından halk için’** veya **‘başkaları tarafından halk için’** çerçevesinde ele alırsak bazı sınırlamalarla karşılaşırız. Ama popüler kültürü ne tamamen **‘halkın’** ne de **‘halk için’** olarak alırsak, çerçevemizi biraz daha genişletmiş oluruz.

Çerçevenin genişliği ile daha sağlıklı veya doğru sonuçlar elde edeceğimizin garantisi yoktur. Her durumda çıkış noktamız ne olursa olsun popüler kültürü toplumsal yapı ve ilişkiler, güç ilişkileri biçimleri içinde ele almamız daha doğrudur.¹¹²

Popülerleri anlam olarak halka ait olarak kullanan yaklaşımlar bu kültüre olumlu yaklaşmaktadırlar. Temel kriterlerden birinin de çoğunluk olduğu bu yaklaşımlarda küçük bir entelektüel grubun statü hobisi olarak görülebilen yüksek kültüre karşı, halkın çoğunluğunun beğenerek tükettiği ve ürettiği popüler kültürün üstünlüğü savunulmaktadır. Jameson’a göre de kitle kültürü popüler kültür olduğu için yüksek

¹¹⁰ Şebnem Soygüder, a.g.t., s.11.

¹¹¹ Korkmaz Alemdar-İrfan Erdoğan, **Popüler Kültür ve İletişim**, Ank.: Ümit Yay., 1994, s.110.

¹¹² Hülya Tufan Tanrıöver, a.g.e., s.21.

kültürden daha hakikidir. Kültürü eylem olarak açıklayan Craig Mc Gregor'da 'müzelerin duvarlarında asılı yıldız çerçeveli resimler değildir kültür, özel evlerde kilit altında tutulan alüminyum çerçeveli resimler, kütüphaneye sıra sıra dizilmiş kitaplar hiç değildir' derken benzer bir düşüncenin farklı bir boyutunu ifade etmektedir.¹¹³

Popüler kültür, kitle kültürünün somut şekillerinden biridir. Kitle kültürü tekelleri kapitalizmin hem mal hem de imajlar satışını yapan, uluslararası pazarın değişmelerine ve ihtiyaçlarına göre biçimlenip değişen, önceden-yapılmış, önceden kesilip biçilmiş, paketlenip sunulmuş bir kültürdür. Kapitalizmin kendi için üretirken bu amaçla, kitleleri ücretli köle olarak kullanarak "kitleler için" yaptığı üretim ve bu üretimle gelen 'yaşamı yapma yoludur.' Bu anlamda, popüler kültür pazar tarafından pazarda tüketim için "sipariş edilen, ısmarlama" kitle kültüründe, en popüler ürünleri ve tüketimleri anlatır. Popüler kültürde, son zamanların en popülerleri, siyasal ve ekonomik yönetim alanında, örneğin özelleştirme, demokratikleştirme, post-modernlik ve deregülasyondur. Bu tür popülerlik kalıcılık ve süreklilik arayan bir karaktere sahiptir. Popüler kültürde, aynı zamanda, sürekli kalıcılıkla değil, sürekli değişimle süreklilik aranır: Müzik alanında, popülerlik her hafta değişen "top 40" içine girmektir. Giyim'de mevsimlerle değişen modayla gelen güdümlü kültürel yaşamdır. Yeme ve içmede pepsi ve Coca Cola; Marlboro ve Kent; Pizza Hut ve Pizza King; McDonalds ve Burger King arasındaki özgür seçim için tüketici kazanma mücadelesidir. Popüler kültür kullanım ve tüketim kültürüdür: Kullanım ve tüketim popülerin üretiminin ilk safhasından son-kullanım safhasına kadar her safhada vardır. Popülerin yaratılmasında, diğer popülerler kullanılır: Popüler spor; popüler sporcu ve sanatçılar; popüler edilen fikirler ve ideolojiler; popülerleştirilmiş anneler ve kaynaklar; popüler televizyon ve televizyon programları; popüler magazin ve dergi kahramanları; ve elbette zaman ve dil sınırlarını aşan popülerlerin en popülerleri seks ve seksüel umutlar... Popülerlerle paketlenmiş popülerleri, tüketiciler alır ve popülerleri boğazlarına, saçlarına, yüzlerine, midelerine, üstlerine, ayaklarına "uygulayarak" popülerin popülerleştirilme sürecini tamamlarlar. Bu tamamlamada, tüm pazar mekanizması memnun gülümser; popüler makyajı bittiği için, kendi

¹¹³ Meral Özbek, a.g.e., s.86.

olmayan kendini kendine ve başkalarına göstermeme telaşındaki popçu, popüler makyajını alıncaya kadar tedirgindir, huzursuzdur; Popülerini alır popçu, sürer ve kendini bulur, gülümser. Bunu her gün pazar mekanizması ve popçu yapar. Popüler pazar, doğal rengi kaçmış ve kullanım maddesine bağımlı duruma gelmiş popçunun özgürlüğü türküsünü okur. Yıllardır bir kez bile kendine kendi olarak bakmadan korkan popçu, kendini kendinden alan popülerlerden birine kurtarıcı olarak sarılıp özgürlüğünü ifade eder: Kendinin sandığı önemli kendi olur.¹¹⁴

B-POPÜLER KÜLTÜR KİTLE KÜLTÜR İLİŞKİSİ

Kitle kültürü, kitle iletişim araçları ile yayılan bir kültür olduğuna göre, kitleyi iletişim açısından tanımlamakta da yarar vardır. Denis Mc Quail'e göre iletişim açısından kitle ortak bir çıkar çevresinde birleşmiş bireylerin oluşturduğu bir bütündür. Bu ortak çıkar bireyleri özdeşleşmiş bir davranışa ve aynı amaca yöneltir. Bununla birlikte kitleyi oluşturan bireyler birbirini tanımazlar ve aralarında çok sönük bir ilişki vardır. Eylemleri birbirine yönelik değildir. Bu bireylerin örgütlenme düzeyleri düşüktür yada hiç örgütlü değildirler. İzleyicilerin düzeni süreklilik kazanmamıştır, ne bir öndere nede bir kimlik duygusuna sahiptirler, homojen bir toplum yapısına sahip olmayan kitle, kolaylıkla kalabalığın ruhuna sahip olabilmekte, heyecanlar ön plana çıkarken çarpık bir düşünme mekanizması içinde sloganlar önem kazanmaktadır.¹¹⁵

Ünsal Oskay'a göre ise kitle kültürü burjuvazinin tarihin en ileri sınıfı olarak hayatta gerçekleştirdiği büyük dönüşümlerden sonra tutuculaşmasıyla birlikte ortaya çıkan siyasal ve kültürel bir tercihin ürünüdür. Teknolojinin bu yöndeki belirleyiciliğinin de ilk biçimlenişi bu siyasal/kültürel tercihten kaynaklanmıştır. Eğlence endüstrisi ve bilinç endüstrisi olarak adlandırdığımız basın ve radyo-televizyon şebekeleri ile halkla ilişkiler ve tanıtım sektörleri ile ilgili eğitim ve dinden de büyük etkinliklerle modern toplumların kültür hayatını biçimlendiren

¹¹⁴ İrfan Erdoğan, **Popüler Kültür: Kültür Alanında Egemenlik ve Mücadele**, Der.N.Güngör, Popüler Kültür ve İktidar, Ank.: Vadi yay., s.18, 1999.

¹¹⁵ Ertuğrul Özkök, **Kitlelerin Çözülüşü**, İst.: Tan Yay., 1985, s.93-94.

kitlesel üretim/kitlesel tüketim olgusunun yaşandığı kitle toplumu, popüler kültüre 1950'lere kadar karşı çıkmıştır.¹¹⁶

Televizyon tarihsel olarak kitle iletişim araçlarının en yenisi ve en güçlüsü olduğu bilinir. 1952'de siyah-beyaz olarak başlayıp daha sonra renkli yayına geçen televizyon, belki de o güne kadar hayal bile edilemeyecek olan bir etkileşim ağı kurarken kültür olgusunu da direkt olarak etkiliyor ve kitle kültürü olarak adlandırdığımız kültür egemenliğini yavaş yavaş ilan etmeye başlıyordu. Ahmet Oktay, "popüler kültürün giderek kitle kültürü tarafından emilmesi ve kitle iletişim araçlarının özellikle televizyon ve videonun yaygınlaşarak kırsal kesimi de kuşatmasının siyasal sonuçları da olan gelişmelere yol açtığını"¹¹⁷ söylemektedir. Kitle kültürünün ortaya çıkışı direkt olarak kitlesel üretimin ve kitlesel tüketimin yaygınlaşmasıyla ilişkili olup teknolojiyle, teknolojiyi istihdam eden sermayeyle doğrudan bağlantılıdır. Kitle kültürü, kültür ürünlerinin çoğaltılabilmesiyle zaman ve mekan sınırı tanımaksızın piyasaya sokulup sistemleşmekte ve kitle kültürü bütün eski popüler kültürleri yutarak yerel yada yöresel farklılıkları homojenleştirmektedir.¹¹⁸

Kitle kültürü ile popüler kültür ilişkisini belirlemekte şu sonuca varabiliriz. Popüler kültür Batı'da sanayileşme ve modernleşmeyle beraber kentin kültürü olarak ortaya çıkmış, kentte gün boyunca çalışan insanlara, yorgunluklarını ve sorunlarını unutturan günlük hayatın kültürü olarak kabul edilmiştir. Başta televizyon olmak üzere kitle iletişim araçlarının yaydığı kültürü ise kitle kültürü olarak adlandırmak mümkündür.

Halk kültürü ile yüksek kültür arasındaki ayırım ise kendini en fazla ortaçağda hissettirmiştir. Ortaçağ'da yüksek kültürü yaşayan aristokrat sınıf emekten bütünüyle soyutlanmıştır. Çünkü halk kültürünün kaynağını halkın hayatı oluşturur. Daha sonra Batı'da yaşanan önemli dönüşümler, endüstrileşme ve modernleşme, yüksek kültür-düşük kültür arasındaki tarihsel ayırımı ortadan kaldırmamış ama

¹¹⁶ Ünsal Oskay, a.g.e., s.6-7.

¹¹⁷ Ahmet Oktay, **Popüler Kültür ve Kitle Kültürü**, Varlık, Sayı: 1012, Ocak 1992, s.8.

¹¹⁸ Meltem Ahıska, a.g.e., s.7.

düşük kültürü besleyen folk kültürü kentleşme olgusu ile beraber kentlerde popüler kültüre dönüşmüştür.

II- POPÜLER KÜLTÜRE İLİŞKİN YAKLAŞIMLAR

Bu alanda, popüler kültüre ilişkin bir takım eleştiriler bulunmaktadır. Bu eleştirilerin bir kısmı olumlu yaklaşımlar biçiminde olmasına karşın bazıları eleştirel yaklaşımlardır.

A- POPÜLER KÜLTÜRE OLUMLU YAKLAŞIMLAR

Popüler kültüre olumlu bakanlar popüler kültürü demokratlaşmanın, çoğulcu demokrasinin ve bireysel özgürlüğün göstergesi olarak kabul eder. Bu anlayışa göre popüler kültür, demokrasinin bir nimetidir. Popüler kültürü bir direniş ve mücadele alanı olarak görürler. Bu görüşün savunucularından Amerika'dan M.Mead, Cooley, W.Carey, Gerbner, Grossberg; Avusturalya'dan Fiske; İngiltere'den D. Mc Quail'i örnek verebiliriz.¹¹⁹

Liberal kanat popüler kültürü, kültürel bir akım olarak kabul eder. Seçkin görüşe göre kalite ve nicelik arasında zıt bir ilişki vardır. Yani, nicelik arttıkça kalite düşer. Ernest Van Haag'a göre yüksek kültürü kalitesini düşürmeden alt sınıflara iletme imkansızdır. Çünkü kitle adamı öğrenmeyi ve sanatı sevmeyi ve hiçbir zaman da sevmemiştir. Kitle adamı yaşamı anlamak yerine, dikkatini başka yere çekerek rahatlamayı arzular. Heyecanlandırılmayı ve eğlenmeyi ister.¹²⁰

Popüler kültüre iyimser bir bakış, onu halkın sesi olarak görür ve onun sıradan insanların değerlerini, deneyimlerini, çıkarlarını yansıttığını ileri sürer. Yani “halk için halkın kültürü”dür ve “halkın yaptığı her şey” popüler kültürün bir

¹¹⁹ Nazife Güngör, **Popüler Kültür ve İktidar**, İst.: Vadi Yayınları, 1999, s.14 .

¹²⁰ Erdoğan-Alemdar, **Popüler Kültür ve İletişim**, Ank.: Ümit Yayıncılık, 1994, s.15.

¹²¹ Ülkü Doğanay, “**Türkiye’de Popüler Kültüre Bir Bakış: Pehlivan Tefrikaları**”, İletişim, Gazi Üniversitesi İLEF, Ankara, Bahar 2000/5, s.10.

ürünüdür. Popüler kültürü “halka ait olan” olarak tanımlama eğilimi, ideoloji ve sosyal kontrol sorunlarını tümüyle göz ardı etmek anlamına gelmektedir.¹²¹

Halk klasik tiyatro eserlerini izlemek yerine, kabarelere veya stand-up gösterileri tercih etmektedir. Bu oyunlar daha anlaşılması kolay, argo, günlük dili kullandığı ve eğlendirici olduğu için halkın çoğunluğu tarafından izlenmektedir. Ancak klasik bir tiyatro eseri sözcüleri Shekspear’ın Hamlet’i popüler bir havada oynandığında yine halkın çoğunluğu tarafından izlenir. Ama klasik bir eser olarak sahneye konduğunda sadece üst kültüre sahip kişiler, seçkinler tarafından izlendiği bilinmektedir. Halkın büyük bir çoğunluğuna ulaşabilme yeteneğinden dolayı popüler kültürün önemine dikkat çekilmektedir.

Olumlu yaklaşımlara göre; popüler kültür bir mücadele alanıdır. İnsanlar moda olan çok pahalı ürünlerin taklitlerini kullanabilmekte, böylece toplumdaki sınıflar arası gerilim azalmaktadır. Deri pantolonların, markalı kıyafetlerin taklitlerini giyen gençler, içinde yaşadığı topluma barışık olurlar. Yine magazin programlarında yada dizi filmlerde sunulan hayatlarla bastırılmış duyguların başkaları tarafından da yaşanıldığını görmekten haz duyulur. Bu örnekleri çoğaltmak mümkündür. Halk, bu ürünlerle gündelik hayatı arasında bir ilinti kurabildiği ölçüde mutludur. Eğer bu ilintiyi kuramıyorsa zaten o ürünlere popüler diyemeyiz. Bu bağlantı mutlaka olmalıdır. Tutucu yaklaşımın pasif olarak nitelendirdiği halk, bu anlayışa göre aktif olarak tanımlanmaktadır. Popüler kültür direnenlerin, egemenliğe karşı mücadele edenlerin kültürüdür. Bu kültür kendi başına varolmaz. Egemen kültüre karşıtlık süreci içinde oluşur ve tanımlanabilir. Kitle kültürü üretimi popüler kültürün ürün ve pratiklerini gasp edebilir, kendine mal edebilir, onları mitlere döndürür ve böylece diğer sınıfların etkinliğine dayanan kendinin egemen işlevini biçimlendirir. Aynı zamanda popüler kültür asimilasyon yoluyla kitle kültürünü yeniden kendine alabilir. Bu tanıma göre popüler kültür, örneğin Türkiye’de geniş yerel ve bölgesel kültürleri içerir. Popüler kültür folklörcülüğün reddidir. Geçmişin iç burukluğunu ve özlemini ekip biçen, sürekli dile getiren bir müze kültürü değildir.

Popüler kültür egemen bir örgütselliğe karşı geliştirilmiştir. Direniş tarafından yaratılmış, artık yaşanmayan uzak geçmişin değil şimdinin, günlük yaşamın kültürüdür.¹²²

B- POPÜLER KÜLTÜRE ELEŞTİREL YAKLAŞIMLAR

Bu yaklaşım popüler kültürü, kitle kültürüyle aynı olarak ele alır ve işler; popüler kültür yüksek ve alçak kültür ikilem tartışması içinde incelenir. Yüksek kültür olarak Batının klasik ve aristokrat kültürü ve geleneği, alçak kültür olarak nitelenen popüler kültür karşılaştırılır. Popüler kültürün uygarlık, ciddi ve saf kültür için tehlike olduğu, alçak zevklerin ve ilgilerin kültürü olduğu belirtilir, ve popüler kültür aşağılanır. Bu tür yaklaşımlara Amerikan kültürel geleneğinin egemen sağının yaklaşımlarını örnek olarak verebiliriz.¹²³

Tutucu okullar, popüler kültürü ciddiye almaya bile gerek olmayan değersiz bir toplumsal olgu olarak görmektedir. Bu yönüyle popüler kültürün, modern toplumlar için büyük bir tehlike oluşturduğu üzerinde önemle durulan bir konudur. “T.S. Eliot bu kaygılarla, kültür standartlarının gitgide gerilediğini ve öyle bir zaman gelecek ki ortada hiçbir kültürün kalmayacağını savunmaktadır. Yine Dwight McDonald 1960’da seçkinlerin ve ciddi kültürün ortadan silindiğini bunun da tek sorumlusunun popüler kültür olduğunu belirtir”.¹²⁴

Bu yaklaşım popüler kültürü kitle kültürüyle eş anlamlı olarak ele alır. Popüler kültür, yüksek ve alçak kültürlerle kıyaslanarak açıklanır. Popüler kültürün uygarlık, ciddi ve saf kültür için tehlike olduğu, alçak zevklerin ve ilgilerin kültürü olduğu belirtilir ve bu nedenle popüler kültür aşağılanır. Stuart Hall, Habermans, Colin Sparks bu görüşün savunucularıdır.¹²⁵ Bu anlayışa göre popüler kültür yüksek kültürün öğelerine sahip değildir. Yüksek kültür seçkinlere aittir, geleceğe dönük,

¹²² Korkmaz Alemdar-İrfan Erdoğan,a.g.e.,s.110.

¹²³ N.Güngör,a.g.e.,s.21.

¹²⁴ Aktaran: İrfan Erdoğan- Korkmaz Alemdar, a.g.e., s.114.

¹²⁵ İrfan Erdoğan,“**Popüler Kültür: Kültür Alanında Egemenlik ve Mücadele**”, Popüler Kültür ve İktidar, der: Nazife Güngör, İst.:Vadi Yayınları, 1999, s. 46.

mükemmel bir kültürdür. Popüler kültür ise yüksek kültürün tersidir. Düzeyi düşük, sayısal olarak çoğunluğun kültürü, genellikle kitle iletişim araçlarıyla yayılan kültürdür. Yüksek kültür bugün yine seçkinlerin elindedir. Düzenlenen müzayedelerde klâsik eserler fahiş rakamlarla birbirlerinin ellerinde dönmektedir. Çok zengin olan, fakat seçkin olmayanlar ise yüksek kültür ürünlerinin kopyalarını tüketmektedir. Günümüzde yüksek kültür ürünü nadiren üretilmektedir. Fakat üretilen bu ürünler, kitle iletişim araçları tarafından yeniden üretilerek halka sunulmaktadır.

Halk (folk) kültürünü de bozan popüler kültür, aynı zamanda kendi biçimlerinin çoğunu halk kültüründen almıştır. Örneğin, futbol 19.yüzyılda yerel, geleneksel oyun biçiminden profesyonel spor biçimine dönüşmüş, futbolcular bu oyunla yaşamlarını kazanırken, seyirciler de zevk için para harcamaya başlamışlardır. Kapitalizm, folk kültürünü zamanla popüler kültüre dönüştürdü. Popüler kültür, sadece parayı verip veya zamanını harcayıp düdüğü çalma düzeyinde, yani bitmiş ve paketlenmiş bir malı tüketme düzeyindedir.¹²⁶ Bu görüşe göre popüler kültür çok sayıda insan tarafından talep edilen, kabul gören, kitlesel olarak üretilen ve tüketilen bir ticari kültürdür. İşte bu yüzden de kitle kültürü ile özdeşleştirilmektedir.

Kentleşme ve endüstrileşme sürecinin topluluk duygusunu ve toplumun etik değerlerini bozduğu düşüncesinden yola çıkılarak geliştirilen bu yaklaşımın temelinde; yüksek ahlâki değerlere dayanan geçmişe duyulan özlemin izlerini görülmektedir. Buna göre popüler kültürün alıcısı (okuru/izleyicisi) edilgin tüketici kitlesinden başka bir şey değildir. Popüler kültür ürünleri yönlendirilmeye açık ve etik olarak tutarlı ilişkilere sahip olmayan kişilere hizmet vermektedir. Kısaca bu yaklaşım; alıcıyı (okur/izleyici) pasif; talepleri olmayan, kolay yönlendirilebilir, kolay sömürülebilir duygusal bir kitle olarak görmektedir.

Hall'e göre; popüler kültür ürünleri kurulu düzeni ve egemen toplumsal

¹²⁶Erdoğan-Alemdar, a.g.e., s.122.

ilişkileri meşrulaştırır. İktidar, popüler kültür ürünlerini kullanarak hegemonyasını sürdürülebilir. Hegemonya; hem çatışmacı hem de uzlaşmacı bir yapıdadır. Sabit bir süreci ifade etmez. Sürekli olarak yeniden ve yeniden üretilir. Yani popüler kültür, hegemonyanın ortaya çıktığı ve arandığı yer olarak değerlendirilmelidir. Demek ki popüler kültür ürünleri egemen toplumsal güçlerin hegemonyalarını kurar, sürdürür ve yeniden üretir.¹²⁷

Frankfurt Okulu, popüler kültürü kültür üretimi ve mülkiyet ilişkileri içinde ele alır. Horkheimer'a göre halk kendi bireysel kararlarıyla hareket ettiğini sanır. Aslında davranışları sosyal mekanizmalar tarafından biçimlendirilir. Gelecekleri bağımsız bireylerin rekabetiyle saptanamaz. Onun yerine yönetimdeki yönetici klikler ve ekonomik sistem arasındaki ulusal ve uluslararası çatışmalarla belirlenir. Artık hiç kimse kendine özgü fikirlere sahip değildir. Kamuoyu denen şey egemen, özel ve kamu bürokrasilerinin bir ürünüdür. Kültür endüstrisi kitleleri ideolojik bakımdan köle gibi yönetmekte ve yönlendirmektedir.¹²⁸ Frankfurt Okulu'nun anlayışına göre popüler kültür endüstrisi insanlara yanlış ihtiyaçlar, yanlış arzular aşılarmakta ve onları kendi gerçek ihtiyaçlarını anlamaktan uzak tutmaktadır. Kapitalist sistemin varlığını sürdürmesi, yanlış gereksinimlerin yaratılması ve tatmini üzerine kurulmuştur. Kitle kültürü anlamsız, duygusal, anlık ve yanlış tatminler ortaya koyarak ciddi ve entelektüel değerleri ortadan kaldırır. Kitle kültürü entelektüel karşı çıkışı reddeden bir pasifleştirme kültürüdür. Mutlak bir hegemonya kuran kitle kültürünün, medyanın modern toplumlarda yayılmasına aracılık ettiği, sıkı ideolojik doğasından dolayı toplumsal sorunlarla ilgili gerçek eleştiriler getirmek gibi bir çabasının olmadığı, toplumda yanlış bilincin yerleşip yaygınlaşmasına yol açtığı, özgür düşünce, entelektüel merak ve eleştirel düşünceyi yok ettiği ve bu özellikleriyle muhalefet etme olanaklarını çeşitli yollarla sınırladığı, özellikle

¹²⁷Aktaran: Ülkü Doğanay, “Türkiye’de Popüler Kültüre Bir Bakış: Pehlivan Tefrikaları”, İletişim Dergisi, Gazi Üniversitesi İLEF, Ank., Bahar 2000/5, s.9.

¹²⁸ İrfan Erdoğan , a.g.m., s.48.

¹²⁹ Arus Yumul, “Hayatımız Eğlence”, Karizma, Sayı: 5, Ocak-Şubat-Mart 2001, s.114.

Frankfurt Okulu kuramcılar tarafından dile getirilmiştir.¹²⁹ İster popüler kültür ister kitle kültürü olarak adlandırılsın, söz konusu kültürel olgu egemen konumdakilerin, diğerleri üzerindeki egemenliklerini güçlendirmek ve sürekli kılmak için kullandıkları önemli bir araçtır.

Stuart Hall, önceleri gücünü çok daha doğrudan gösteren devletin, 20.yy'da biraz daha perde arkasında durmayı yeğlediğini belirtmektedir. Ama bu onun gücünde azalma olduğu anlamına gelmez. Yalnızca doğrudan egemenliğin yerini daha dolaylı ama çok daha etkili ve kalıcı olan hegamonik tavır almıştır. Bu hegamonik tavır içinde popüler kültür, devletin elinde önemli bir araçtır. Baskıyı hissettirmeden uygular. Açıkça hissedilen baskıya halk direnebilir. Ancak popüler kültür ürünleri bu baskıyı hissettirmeden halka ulaştırır.¹³⁰ Sözelimi popüler medyanın halka sunduğu haber olmayan haberler ve eğlence programları halkı depolitize etmektedir.

III-POST MODERNİZM ÇAĞINDA POPÜLER KÜLTÜR VE TÜKETİM KÜLTÜRÜ

Postmodern sözcüğünde belirleyici olan 'post' eki, İngilizce'de 'sonrası' anlamına gelir. Postmodern sözcüğünün anlamı modern sözcüğü tarafından belirlenmekte ve modern olarak tanımlanan bir aşamadan sonra gelen yeni bir durumu ifade etmektedir. Modern, modernizm, modernite, modernleşme gibi kavram modelitelerinin her biri farklı kullanım alanlarına sahiptir ve bu modelitelere göre belirlenmiş semantik bir çerçeve bulunmaktadır. Aynı durum postmodern kavramının modeliteleri açısından da geçerlidir. Bu doğrultuda modeliteleri anlamlandırmak için onları bir kavram çifti olarak ele almak belli bir kolaylık sağlayacaktır.¹³¹

¹³⁰ Nazife Güngör, Popüler Kültür ve İktidar, İst.: Vadi Yayınları, , 1999, s.12.

¹³¹ Gencay Şaylan, Postmodernizm, Ankara, İmge Yay., 2002, ,s.,55.

Postmodernizm ne her hangi bir kuram ne de bir ilkeler bütünüdür. Yine postmodernizme özgü bir metodoloji de söz konusu değildir. Bu nedenle postmodernizm tanımını yapmak yada alanı ile ilgili herhangi bir çerçeve çizmek pek kolay değildir. Ancak postmodern çözümleme yada yaklaşımlar için en azından ortak bir noktadan söz edilebilir. Postmodernizm genel olarak modernizmin temel kavramlarından biri olan rasyonelliğin ve bilim felsefesinin yadsınması olarak düşünülebilir. Bir başka deyişle postmodernizm olumsuzlukla tanımlanabilmektedir. Bununla beraber, bu ortak çizginin dışında postmodern söylemin farklı hatta karşıt çözümlemeler içerdiği açıktır. Örneğin bazı düşünürler postmodern kavramını bir özgürleştirme süreci, yeni toplumsal oluşumlar, yeni tür siyasi kimlikler yaklaşımı ile özdeş bir çerçevede ele almaktadırlar. Bunun tam tersi olarak, umutsuzluğu ve toplumsal çaresizliği yansıtan bir yorumlama yaklaşımı olarak da kullanılabilmektedir. Bu çerçeve içinde, postmodernizmi bir kuram veya kuramlar bütünü olarak tanımlamak pek mümkün değildir. Bu nedenle postmodernizmi, içinde farklı eğilim ve yaklaşımların yer aldığı, sınırları belli olmayan bir alan olarak düşünmek gereklidir¹³² Bu çalışmada postmodernizme değinme nedenimiz magazinleşme, popüler kültür kavramlarını içinde barındıran bir terim olmasıdır.

Postmodernizm terimi ilk olarak Federico de Onis tarafından 1930'lu yıllarda modernizme karşı küçük çapta bir tepkiyi anlatmak için kullanılmıştır. 1960'lı yıllarda New York'ta popülerlik kazanan terim 1970 ve 80'li yıllarda daha çok mimaride, görsel sanatlar ve entelektüeller arasında ilgi uyandırmıştır. Kimileri terimi geçici ve sığ bir heves olarak nitelendirir ve ilgilenmezken, kimilerinin ise çok dikkatini çekmiş ve özellikle de bütün bir modern çağdan kopmayı simgelediğine inanarak bu konunun üzerine yoğunlaşmıştır.¹³³ O yıllarda New York'da Andy Warhol'un yaptığı deneysel filmlerle ve kokakola kutularına Marilyn Monrea' resimlerini basarak yarattığı çılgın sanat çalışmaları ya da Yoko Ono ve John Lennon'un tüm basın mensuplarının kameraların önünde bir yatakta çıplak görüntüler vermeleri ilk postmodern sanat çalışmaları olarak tarihe geçmiştir.

¹³² Gencay ŞAylan, a.g.e., s.28.

¹³³ Aktaran Burcu Balcı, **1990'lı Yıllarda Amerikan Bilim Kurgu Sinemasında Muhafazakar Değerler**, İzmit, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2000, s., 61.

Postmodernizme iki ayrı bakış açısı mevcuttur. Birincisi; modernlikten kopulduğu ve tamamen yeni bir çağda yaşamakta olduğumuz, dolayısıyla yeni teorilerin ve kavramların gerektiğidir. Buradaki post ön eki kendisini öncelemiş olandan aktif bir kopuşu gösterir. Bu kopuş olumlu olarak, eski kısıtlayıcı ve baskıcı koşullardan bir özgürleşmedir, yeni gelişmelerin onaylanmasıdır, yeni bölgelere yapılan bir hamledir, yeni söylem ve düşüncelerin işlenerek geliştirilmesidir. Modern teori ve politikayı reddederek aşırı bir postmodernizmi savunmaktadır. Buna karşılık yeni postmodern durum, olumsuzdur, gerilemedir, geleneksel değerlerin, istikrarın kaybıdır yada modernliğin hala değer taşıyan öğelerinden vazgeçilmesidir.

İkincisi, **‘post’** ön eki aynı zamanda izlediği şeye bağımlılığı, onunla sürekliliği gösterir. Bu da postmoderni **‘modernin şiddetlenmesi’**, **‘hipermodernlik’**, ‘modernliğin yeni yüzü’ yada **‘modernlik içindeki bir postmodern gelişme’** olarak kavramsallaştırılmasına yol açmıştır. Hatta bir postmodernik dönemine girmek yerine, modernliğin sonuçlarının eskisinden daha çok radikalleştiği ve evrenselleştiği döneme girdiği iddia edilmektedir. İşte bu, modernliğin ötesinde oluşan yeni ve farklı bir düzenin ana hatlarıdır; yani postmodernizmin. Kısacası burada tartışılan sorun, postmodernizmin modernizmden belirgin bir kopuş mu olduğu yada yalnızca modernizm içinde bir gelişimi olduğudur. Genelde postmodern teorisyenlerin çoğu, terimi ilk anlamda kullanmaktan yana olmuştur.¹³⁴

Popüler kültürü modern kültür içerisinde gündelik yaşam kültürü olarak algılayan dar anlamli yaklaşımların dışında geniş anlamda popüler kültür belirli bir yaşam tarzının ideolojik olarak yeniden üretilmesinde ön koşulları sağladığı varsayılır. Gündelik ideolojinin yaygınlaşma ve onaylanma ortamını yaratır. Bedensel emeklerini ortaya koyarak hayatlarını kazanan insanlar, toplumun en geniş

¹³⁴ Burcu Balcı,a.g.e.,s.66.

kitlelerini oluşturmaktadırlar. Yaşam tarzının ideolojik olarak doğrulanması da hegemonik ilişkilerin bozulmadan sürmesi demektir.¹³⁵

Postmodern dönemde Mc Luhan televizyonun doğu toplumlarında; bu toplumlar yazılı kültürün getirdiği parçalanmışlığı yaşamadığı için, bütünselleştirici bir işleve sahip olabileceği yorumu tutarlı görünmektedir. Özellikle Türk toplumunun '**yazılı kültür geleneği**'ni tam olarak oluşturamadan '**görsel kültür**'e geçtiği sık sık ifade edilmektedir. Mc Luhan'ın yorumuna göre; televizyon yayınlarının Türk toplumu üzerinde bütünselleştirici bir etkisi olması gerekmektedir. Ve bu yorumda, bütünsellik olumlu bir işleve sahiptir. Oysa televizyonun batılı toplumlarda olduğu gibi, Türkiye'de yaptığı etki, bütünsellikle değil kitlesellikle açıklanabilir. Bu kitleselliği doğuran en önemli faktörde kitle iletişim araçlarının mülkiyeti ve Ertuğrul Özkök'ün de belirttiği gibi, batılı topluluklarla doğulu toplulukların tükettikleri televizyon programlarının giderek birbirine benzer duruma gelmesidir.¹³⁶

Televizyonun doğduğu dönemde kapitalizm popüler kültür aracılığıyla insanları tüketime doğru itmiş ve toplumlar üzerinde etkili olmuştur. Popüler kültür her şeyden önce bir kullanım ve tüketim kültürüdür. Popüler ürünlerin yaratılmasında popüler kişiler kullanılır. Popülerle paketlenmiş olan popüler metaları tüketiciler alır ve kullanır. Popüler makyajını yapmamış olan bir popçu popüler makyajını yapana dek basının karşısına çıkmak istemez. Popüler kültürde kimse kendi gibi değildir. Sanatçılar belli bir imajla halka empoze edilmiştir.¹³⁷

Popüler kültürün modern toplumlarda modernitenin ilerisinde postmodern yapılar içinde dahi toplumu tüketime yönlendirdiği ve kapitalizme hizmet ettiği söylenmektedir. Medyada olduğu kadar yüksek sanat eserlerinde de popülerlik yaygınlaşmıştır. Resim, tiyatro, heykel gibi sanat alanlarında ürünler kopya edilerek ve çoğaltılarak alt tabakadaki insanlara dağıtılır ve tüketilmeleri sağlanır. Aslında

¹³⁵ Veysel Batmaz,a.g.e.,s.163.

¹³⁶ Ertuğrul Özkök,a.g.e.,s.175.

¹³⁷ İrfan Erdoğan,a.g.e.,s.23.

amaç daha çok satmak ve kazanmaktır. Bu nedenle kültürel üretimde estetik ve kalite ölçütü o kadar da önemli değildir. Önemli olan satın alabilecek insan sayısını arttırmaktır.

Popülerlik genellikle medya aracılığıyla taşınmakta, tamamen şöhret alanına sıkıştırılmaktadır. Popülerde temel olarak eğlence, satın alma veya moda egemendir. Siyasal alanda popülerlik deyince ise ön planda olan ve daha çok sansasyon yaratan politikacılar akla gelmektedir. Popüler kültür sürekli kalıcılık değil sürekli değişim ister. Popüler kültür özgürlüktür. Bir gazete bayisinde her yaşa ve cinsiyete göre dergiler ve gazeteler bulunmaktadır. Örneğin kadın dergileri onların özgürlüklerini geliştirici, eğitici, öğreticidir. Ama hangi özgürlük? Bu dergileri dikkatlice incelediğimizde satın alma ve kullanma ile özgürlük elde etmenin ‘kendine güven ve kendini bul’ propagandasının altında kendine **‘bizim malımızı kullanarak güven bul’** gerçeği saklıdır. Kısaca popüler kültürün özgürlüğü, özel sektörün özgürlüğü, yani satış özgürlüğüdür.¹³⁸

Popüler kültür sayesinde üretilen çoğaltılan ve dağıtılan ürünler postmodern yapılarda da etkisini gösterir. Ne zaman doğduğu, ne olduğu veya olmadığı, öncülerinin kimler olduğu, hangi alanda etkin olduğu konusunda belirsizliklerin egemen olduğu hatta **‘belirsizlikler alanı’** olarak da adlandırılan postmodernizmin özellikleri kısaca gerçekliğin taklitlere dönüşümü, zamanın sürekli bir şimdiler dizisine parçalanması, parçalılık, anarşi, farklılık, etkinlik, çok kültürlülük ve yerellik olarak gösterilebilir.¹³⁹

Postmodernizmin bu fikirlerinden farklı olarak küreselleşme, farklılıkları, gelişen teknolojinin yardımıyla birleştirir. Yerel ekonomileri çok uluslu şirketlere bağlar. Küresel ekolojik bilincin geliştirildiği, farklılıkları bütünleştirici bir özelliği vardır. Batı kapitalizminden kaynaklanan ve 1960’lardan bu yana hız kazanan postmodernizm küreselleşme adı verilen gelişmelerle doğrudan ilintilidir.¹⁴⁰ Buda doğal olarak tüketim toplumunun yaratılmasına katkıda bulunur ve kültürel ürünleri

¹³⁸ İrfan Erdoğan,a.g.e.,s.28.

¹³⁹ Akt: Burcu Balcı,a.g.e.,s.79.

¹⁴⁰ Necdet Sümer,Postmodernizm,**Yeni Dünya Düzeni ve Türkiye**,Cumhuriyet Gazetesi,14 Ocak 2000,s.2.

taşıyan araç olarak karşımıza günümüzde medya çıkmaktadır. Medya sayesinde küreselleşmeyle beraber sanatsal postmodern ürünler popüler kültür ürünleri gibi medya sayesinde tanıtılmakta ve dağıtılmaktadır. Küreselleşmeyle beraber interaktif araçlar ve medya sayesinde uluslar arası sınırlar kalkmış ve dünya Mc Luhan'ın söylediği gibi evrensel bir köye dönüşmüştür. Haberlerin de CNN BBC World vb. kanalların sayesinde küreselleşmesi haberlerde magazinleşme olgusunu beraberinde getirmiştir.

A- KÜRESELLEŞME

1960'larda ortaya çıkan ve yirminci yüzyılın ikinci yarısının genel entelektüel düşüncesinin bir parçası olarak karşımızda duran 'kültürel emperyalizm' teriminin baş aktörü Amerika Birleşik Devletleri'dir. Bu bağlamda kültürel emperyalizm ile kültürel bir fenomen olan küreselleşme kavramının birbiriyle bağlantılı olduğu ve Amerikan hayat tarzı ile tüketimin egemen olduğu bir söylem biçiminin giderek yayılması söz konusudur. Taner Timur ulusal devletlerde egemen sınıfların ideolojisi geniş ölçüde ezilen sınıflara da nüfuz ettiği, küreselleşme ideolojisinin de ileri kapitalist ülkelerin ideologları tarafından tüm dünyaya empoze edildiği görüşündedir.¹⁴¹

1970'li yıllardan itibaren kapitalist üretim , ortaya çıkan teknolojik gelişmeler sayesinde ulusal sınırlardan ulus ötesi alanlara taşınarak çok çeşitli, hızlı ve ucuz olacak biçimde yeniden yapılanmasıyla birlikte, küresel dediğimiz bir üretim organizasyonu biçimini almıştır. Üretimin uluslararası organizasyonla küresel biçimde örgütlenmesiyle pek çok toplumun ekonomisinin de bu yapılanmadan etkilenmesi ve buna paralel olarak da bu toplumların siyasetlerinde ve kültürel yapılarında da değişimlerin ortaya çıkması söz konusu olmaktadır. Küreselleşme olgusu ile birlikte bilgi ve iletişim akışının yaygınlaşması ve kitlesel göçler sonucu ulusal sınırlar gitgide aşınmaktadır. Kültürlerle kimlikler giderek daha fazla karşı

¹⁴¹Taner Timur, **Küreselleşme ve Demokrasi Krizi**, Ank:, İmge Kitabevi, ,1996,s. 339.

¹⁴² Akt: Hürriyet Konyar, **Küreselleşen Yerel Değerler ve Medyanın Rolü**", VI. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi, Mersin, 2001.

karşıya gelmektedirler. Sabit, bütüncül ve sınırlarla çevrili kültür kavramının yerini, kültür kümelerinin akışkanlığı ve nüfuz edilebilirliği kavramına bırakmıştır. Yeni küresel mekanda insan kendini "yurdunda" hissetme arzusu duymaktadır.¹⁴²

Küreselleşme olgusu ile birlikte gelişen yeni teknolojiler sayesinde hızlı bilgi aktarımının mümkün hale gelmesiyle kültürel alışverişlerin daha hızlı yapılmaya başlanması ve küresel kültür olgusunun oluşması mümkün hale gelmiştir. Küresel kültür olgusu tarihin çeşitli dönemlerinde çeşitli biçimlerde ortaya çıkmakla birlikte her dönem farklı içerikler halinde meydana gelmiştir. Küreselleşme olgusu ile birlikte ortaya çıkan bu küresel kültürün içeriği tüketim ağırlıklı olmaktadır. Tüketim alanı içerisinde küresel kültür oluşmakta ve gelişimini sürdürmektedir. Küresel kültürün temelinde yatan tüketim olayı, üretimin çok çeşitli, hızlı ve ucuza yapılabilmesine olanak tanıyan teknolojik gelişmeler sayesinde çeşitlenmiş, farklılaşmış, bireyin seçimine kadar inen hızlı bir sürece erişmiştir. Tüketimin böylesine hızlı biçimde ve fazla olabilmesi için gelişen teknoloji kadar tüketime odaklı yeni bir kültür yapılanmasının ortaya çıkması da kaçınılmaz hale gelmiştir. Tüketime odaklı bu yeni kültürel yapılanma, uydu teknolojileri ve kitlesel iletişim araçlarını içeren yeni küresel iletişim biçimleri sayesinde uluslararası seyahatin ve ulus devlet ilişkileriyle bağlantısız "küçük dünyalar"ın gelişimini hızlandırırken , uluslararası kurum ve kuruluşların sayılarının artmasını, küresel yarışmaların ortaya çıkmasını, ödüllerin artmasını, az sayıda iletişim dilinin özellikle İngilizce'nin ortaya çıkmasını ve daha yaygın olarak yurttaşlık ve politik demokrasiye ilişkin ortak kavramların gelişimini de sağlamıştır.¹⁴³ Öte yandan tüketim temelli küresel kültürün içinden çıktığı postmodern toplum artık bireyleri hısım yada sınıf yoluyla toplumda konumlandırmamakta, her birey "bilinçli" olarak şahsi kimliğini oluşturmaya ve yaratmaya yönelmekte ve bireylerin kimliğini belirleyen toplumsal etik ise tüketim temelinde yükselen bir hayat tarzı ile belirlenmektedir.

¹⁴³ Akt: Hürriyet Konyar, **Küreselleşen Yerel Değerler ve Medyanın Rolü**", VI. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi, Mersin, 2001.

Tüketim temelli küresel kültürün tüketim ürünlerinin pek çoğunun çok uluslu şirketler tarafından üretiliyor olması ve bu şirketlerin de genelde ABD'nin başını çektiği gelişmiş ülkelerden oluşuyor olması, ayrıca bu kültürün oluşmasında temel rolü oynayan teknolojinin de gelişmiş ABD'den üretiliyor olması bu kültürün içeriğinin, değerlerinin, simgelerinin amerikan hayat tarzına odaklanıyor olmasına neden olmaktadır. Tüketim temelli "Küresel" kültür amerikan kültürü ile oluşmaktadır. Bunun temel nedeni, ABD'nin kitle iletişim araçları alanında ve ticari boş zaman malları ve hizmetlerinin kullanılması konusunda savaş sonrası dönemde göstermiş olduğu ilerlemedir". Öte yandan Bu kültürün amerikan kökenli olmasında bir başka etken de burada ortaya çıkan kültür endüstrisinin (film, müzik, ticari radyo ve tv) dikey bir biçimde bütünleşmiş olması, büyük şirketlerin erken gelişmesi v.b. olgular popüler kültür formlarının içeride ve dışarıda yayılması için elverişli koşullar yaratmıştır. Bu kültür, kültürel üretimin modern araçlarının egemenliğindedir. Dilsel sınırları hızla ve kolayca geçebilen, tüm dillerde anında konuşan görüntünün egemenliğindedir. Popüler hayatın, eğlencenin ve dinlenmenin yeniden inşasına doğrudan katılan görsel sanatların her türlü müdahalesinin egemenliğindedir. Televizyonun ve sinemanın, görüntünün, görselleşmenin ve kitle reklamcılığının sunduğu tarzların egemenliğindedir. Amerikan biçimli bu kültür formu 1950'den beri pek çok ülkenin ulusal kültür kimliğiyle bütünleşmiş ve bir üst kültür olarak içeriğinin özgürlük, rahatlık, liberallik, canlılık, modernlik ve gençliğin temel ifadeleri ile biçimlenmiş şekilde karşımıza çıkmaktadır.¹⁴⁴

Çağımızda elektronik medya fiziksel ortam ile toplumsal durum arasındaki geleneksel ilişkiyi artık eskisi gibi belli bir yerde olmadığıımız yada olduğumuzu düşünmüş olmamız ölçüsünde tahrip eder. Medya, bizi başka yerlerde yapılan gösterilerin izleyicileri haline getirir. Başka yerlerdeki ve fiziksel olarak mevcut olmayan izleyicilere erişebilmemizi sağlar. Yeni medya, toplumsal "konum" ve "yer" kavramlarını yeniden tanımlayarak deneyim ile fiziksel yer arasındaki bağı koparmaktadır. Bu şekilde medya aktarım uzamlarını aşarak yeni topluluklar

¹⁴⁴ Hürriyet Konyar, Küreselleşen Yerel Değerler ve Medyanın Rolü", VI. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi, Mersin, 2001.

yaratmakta , birbirinden ayrı olan grupları ortak bir televizyon deneyimi etrafında bir araya getirmekte, orası ve burasının kültürel bir karışımını oluşturmaktadır. Televizyon böylece ortak deneyimlerin ve etkileşimlerin tabanını oluşturur. Elektronik medya, bizim yer kavramımızı bu anlamda değiştirmekte, uzak yerlerin ve "yerel olmayan" insanların "genelleştirilmiş başka bir yeri" anlamında yerimizi değiştirmektedir. Böylece elektronik medya aracılığı ile sanal bir uzam ve yer, sanal bir topluluk yaratılmaktadır." Küreselleşmiş medyanın yarattığı bu yeni küresel kültür alanı, anlık ve derinliği olmayan bir iletişim dünyasıdır. Bu zaman ve mekan ufuklarının sıkıştırıldığı ve ortadan kaldırıldığı bir dünyadır. Küreselleşmiş medyanın yaratmış olduğu küresel kültür içinde bireyler kendilerini küresel mekanlara ait olarak hissederek içinde gerçek olarak yaşadıkları sınırlardan düşünsel olarak kopmakta ve kendilerini yaratılan bu sanal küresel mekanlara ait olarak hissetmektedirler. Böylesi bir tüketime dayalı küresel kültürün oluşturulmasını, sanal mekan ve toplulukların yaratılması işlevini üstlenen ise medya aktörleri olmaktadır. Burada Bourdieu'nun saptamasını vermek gerekmektedir. Bourdieu "yeni kültür araçları" grubundan söz etmektedir. Bunlar simgesel malların ve hizmetlerin sağlanmasıyla uğraşır. Bunlar, pazarlama, reklam, halkla ilişkiler, radyo ve televizyon yapımcıları, sunucular, magazin muhabirleri, moda yazarları ve yardım meslekleridir. Bu grup entelektüellerin hayat tarzını aktif olarak destekler ve daha geniş bir izleyiciye aktarır. Spor, moda, popüler müzik ve popüler kültür gibi yeni alanları geçerli düşünsel analiz alanları olarak meşrulaştırmak konusunda entelektüellerle ortaklık kurar. Medya ile akademik düşünsel hayat arasında çalışırlar. Popüler düşünsel programların medyada aktarılmasını kolaylaştırırlar. Bu grup, yeni orta sınıf içinde entelektüel mallara entelektüel ve sanatsal hayat tarzı ve simgesel mallar ve tecrübeler için postmodernizme yayılmış duyarlılıklardan bazılarını edinmeye hazır olabilecek bir izleyici kitlesinin yaratılmasına yardımcı olur. Bourdieu'nun bir başka saptaması da bu grubun yeni küçük burjuvaziye ilettiği olduğu entelektüel bilgiler sayesinde küçük burjuvazinin de birer kültür aktarıcısı haline dönüşmesi ve bu entelektüel bilgileri popüler hale getirerek daha geniş kitlelere aktarmasıdır.¹⁴⁵

¹⁴⁵ Mike Featherstone, **Postmodernizm ve Tüketim Kültürü**, İst.:Ayrıntı yay, 1996.

Ortaya çıkan bu yeni olgunun Türkiye bağlamında ne anlam taşıdığını yada Türk medyasının ve yeni orta sınıfının ‘tüketici yurttaş’ sanal topluluğuna nasıl eklendiğini anlamak için ise medyayı incelemek gerekmektedir. Bu konu ile ilgili olarak günlük ve haftalık basının devamlı olarak işlediği konuların neler olduğu önem taşıırken, bu konuların ‘tüketici yurttaş’ yaratma konusunda nasıl bir işlev taşıdıkları esas mesele haline gelmektedir. Öncelikle Türk basınında bu türden ‘tüketici vatandaş’ yaratma uğraşısının 1980 sonrası başlatılan yeni siyasi ve ekonomik yapılanmaların basında da meydana getirmiş olduğu değişiklikler ile ortaya çıktığını belirtmek gerekiyor. Bu dönemde medya değişik sermaye gruplarının medya alanına girmesiyle hızlı bir değişime girerek özel radyo ve televizyon kanallarının yaygınlaşmasıyla, '80 öncesine göre daha fazla çeşit, kalite ve sayfa açısından değişim geçirerek bir sanayi sektörü haline gelmiştir. Medya'nın bu yeni dönemden itibaren üstlenmiş olduğu en önemli işlev, tüketimi teşvik ederek tüketici kitlelerin oluşmasını sağlamaktır. Bunun için kendisine hedef kitle olarak özellikle lise, üniversite çağlarındaki genç kitle ile üniversiteden mezun olup iş hayatına atılmış olan genç profesyonelleri seçmiştir. Basın böyle bir kitleye seslenirken yeni bir format oluşturmuştur. Bu, haber biçimli reklam yazıları şeklindedir. Reklam amaçlı haberlerde çeşitli ürünlerin tanıtımı haber biçiminde yada toplumun çeşitli kesimlerinin örnek gösterilerek yapılması biçiminde olabiliyordu. Bununla birlikte bu dönemden itibaren basında tüketim dünyasını topluma aktarıp toplumsal yapıda yeni aidiyetliklerin oluşmasını sağlayacak yeni bir gelişme olan köşe yazarlarının ortaya çıktığı görülmektedir. Özellikle genç ve gelir düzeyi ortanın üstünde olan bir kesime hitap edilmeye başlanmış, bu kesimin global tüketici kültür ile bütünleşmeye çalışılmaları sağlanmıştır. Böylece 1980'li ve '90'lı yıllar ben'in ön plana geçtiği, keyif ve haz kelimelerinin telaffuz edilmesinden özel bir keyif alındığı, bunun da özellikle yazılı ve görsel medya kullanılarak teşhirciliğe kaçan bir şekilde vaaz etmenin artık "in" olduğu yıllar oldu.¹⁴⁶ Dergi ve gazetelerin köşe yazarlarının yazdıkları magazin yazılarında Amerika'ya ve Amerikan kültürüne olan hayranlığın sık sık dile getirilmesi söz konusudur. Amerikan kültürüne duyulan hayranlığın

¹⁴⁶ Rıfat N Bali, **Yeni Aristokratlar: Köşe yazarları**, Birikim Dergisi, 1999, Sayı 117, s.48.

belirtilmesinin yanı sıra keyif ve haz kültürüne yönelik yazıların da çıkmaya başladığı görülür. Lüks ve seçkin yaşam tarzını anlatmak moda olur. Seçkin markalardan oluşan yeni bir yaşam tarzı, keyif, haz, eğlence anlayışından oluşan kısaca turistik bir yaşam tarzı çizilir. Bu kültürel etkinlikleri uygulayanların da toplumda iyi eğitim görmüş ve toplumun ortalamasından daha iyi maddi olanaklara sahip kesimler oldukları ve aynı zamanda belli bir kültürel sermayeye sahip olduklarının da altı çizilmektedir. Bu yazıların hedefi hitap ettiği kitleye yeni tüketim alternatifleri sunmasıdır. Bununla birlikte sunulan bu alternatif tüketimlerin artık sınırsız olabildiğini yani belli bir yer yada zamanla sınırlı olmayan alternatifler olmalarına karşılık ortaya çıkan bu sınırsız alternatif tüketim şekillerinin belli zamanlarda belli ürünlere yönelik modalar halini aldıklarıdır. Yeni orta sınıfa hitap eden haftalık magazin basınının hedefi, bu sınıfa yeni tüketim alternatifleri yaratırken aynı zamanda bu sınıfı dünyanın pek çok bölgesinde küreselleşme ile meydana gelen diğer orta sınıflar ile aynı zevklerde birleştirmekte aynı yaşam tarzlarının paylaşılmasında aracı rolü oynamaktadır. Bu tür turistik bakış açısı ile yazılan çeşitli kültürleri tüketmeye yönelik yazılar bize artık tüketim alanı olarak ulusal sınırların tükendiğini gösteren en güzel örnekler olmaktadır. Artık herkesin tüketebileceği farklı coğrafi bölgeler vardır. Mekan kavramının giderek kaybolduğunu bu yazıları izleyerek rahatlıkla görebiliyoruz. Kısacası bu magazin medyası belli sınırlara bağlı olmayan tüketim alternatifleri ile seslendiği yeni orta sınıfın belli bir coğrafi yere bağlılığını engellemekte, aynı zamanda varolan bağlarını da zayıflatarak kopmasını sağlamaktadır. Bunu bu kesimlerin tüketim alışkanlıklarının değiştirerek yapmaktadır. Bu durumda bu tür magazinelleşen medyanın seslendiği kitleler üzerinde Amerikan kültürü ile çerçevelenmiş olan küresel kültür ile bir aidiyetlik kurmakta, bu tüketimci küresel kültür ile kendilerini tanımlamaktadırlar. Bu kesimin bir tarafı küreselleşmiş sermayenin hizmetinde olarak ve yeni tüketim kültürünün bizzat uygulayıcıları olarak belirlenirken, diğeri '80 sonrasında belirlenen yeni ekonomik politikalar ile ortaya çıkan uluslar arası sermaye ile ortaklıklara giren ama hizmetinde olmayan ve yeni tüketim kalıplarını pazarlayan bir kesim olarak belirlenmektedir. Bu tür magazin medyasındaki egzotik olanı bulma, yaşama ve saklama konulu yazıların, Batı dışı kültürleri özelleştirdikleri bununla da kalmayıp zamansal olarak geriye ittikleri ve böylece batı ile batı dışı arasında hiyerarşik bir

ilişki kurdukları görülmektedir.¹⁴⁷ Sonuç olarak küresel ilişkilerin ortaya çıkardığı tüketim kültürü ile içerik kazanan "tüketimci yurttaş" kavramı, küresel sermayenin hizmetinde olan üst orta sınıfların benimsediği yaşam tarzını ifade eden bir kavram olarak dünyanın farklı yerlerindeki bu sınıfın birbirleri ile aidiyetlik kurmasını sağlarken Türkiye'de bu aidiyetliğin oluşmasını 1980 sonrasında yeniden biçimlenen basın getirdiği oryantalist söylemle üstlenmektedir.

Günümüzde birçok tartışmaya neden olan küreselleşme kavramına farklı yaklaşımlar getirilmiş, değişik tanımlar yapılmıştır. Nazım Güvenç küreselleşme kavramının tanımını şöyle yapıyor: “Küreselleşme; hangi alanda olursa olsun, ekonomiden sanata, bilimden iletişime, herhangi bir çalışmada, üretimde, yapımda, dünya çapında geçerliliği, ağırlığı, öncülüğü olan normların, ölçütlerin dikkate alınması yada etkili hale gelmesi, benimsenmesi; dünyaya açılarak yerelliğin, ulusallığın reddedilmeksizin dışına çıkılması ve evrenselleşmeyle bağdaştırılması, birleşilmesidir.”¹⁴⁸

Küreselleşme sürecinde dünya bir yandan küçülmekte, parçalanmakta ve “tek zaman, tek mekan” olma özelliği göstermektedir. Bu süreçle dünyadaki tüm toplumlar sosyal, kültürel, ekonomik ve teknolojik anlamda yoğun bir iletişim ve etkileşim içine girmekte, mekan ve zaman sınırları ortadan kaldırılmaktadır. Başka bir deyişle “küreselleşme, ülkeler arasındaki ilişkilerin yaygınlaşması ve gelişmesi, ideolojik ayrımlara dayalı kutuplaşmaların çözülmesi, farklı toplumsal kültürlerin, inanç ve beklentilerin daha iyi ancak, birbiriyle bağlantılı olguları içerdiği, bir anlamda maddi ve manevi değerler çerçevesinde oluşmuş birikimlerin milli sınırları aşarak dünya çapında yayılması”dır.¹⁴⁹

Küreselleşme süreçlerinin ayrılmaz bir parçası, mekanı giderek bölme, insanları ayırma ve dışlamadır. Küreselleşmeye maruz kalan insanların yeni kabileci

¹⁴⁷ Asena Günel ‘**Otantik**’ Olanı Aramak, İst., 1998, Birikim Dergisi, Sayı.111-112, Birikim.

¹⁴⁸ Nazım Güvenç, **Küreselleşme ve Türkiye**, BDS Yayınları, İstanbul, 1998, s. 318.

¹⁴⁹ Akt. Sadi Özdemir, Medya Emperyalizmi ve Küreselleşme, , İst. :Timaş Yayınları, 1998, s.171.

ve köktenci eğilimi kadar üst kültürün (küreselleşen üst kültürün)yaygın olarak lafı edilen “melezleşmesi” de küreselleşmenin meşru çocuğudur. Giderek daha fazla küresel ve yurtsuz bir hale gelen elit kesimle geride kalan “yerelleşmiş” kesim arasındaki iletişim kopukluğu endişe verici gözükmektedir.¹⁵⁰

Küreselleşmeye her ne kadar bazı görüşler sadece ekonomik boyutu olan bir olgu olarak yaklaşılar da, kültürel olarak da önemli bir dönüşümü ifade etmektedir. Özellikle yeni teknolojilerin kullanımıyla yeni kültürel kodlar tüm dünyaya rahatlıkla yayılmaktadır. Bu türden bir yapının getireceği, dünya çapında kendine özgü bir düzene sahiptir. “Gündelik tecrübe ve pratikleri dönüştüren yeni kültürel üretim ve yeniden üretim tekniklerinin ortaya çıkışının vurgulanması¹⁵¹ olarak tanımlanabilecek küresel kültürel dönüşüm, küreselleşmenin boyutlarının anlaşılmasında önemli bir sacayağını oluşturmaktadır.

“Global bir kültürün varlığını savunanlar yerel olanın küreselleşmesiyle ve özgün yerel kültürel ürünlerin kozmopolitleşmesiyle artık bir global kültürün oluştuğunu ortaya atmaktadırlar”¹⁵². Ancak bu global kültürün niteliği üzerinde farklı yorumlar yapılmaktadır. Bazı görüşler, bu türden bir kültürel yapının dünyanın farklı alanlarındaki çeşitliliği ortadan kaldırarak hem de iletişim kanallarını kullanarak “kültürel farklılık üzerinde bir hegemonya yarattığını” hem de bu durumun farklı kültürlerde farklı gerilimler yarattığını öne sürmektedirler. Ancak karşıt görüştekiler bu yapının alt kültürler üzerindeki baskıyı kaldırdığını ve “başkalarının sesinin tüm dünya yüzeyine yayılmasını sağladığına dikkat çekmektedirler”¹⁵³. Aslında günümüzde global kültüre yapılan şiddetli eleştirilerin başında küreselleşmeyle beraber kültürel motiflerin kullanılarak emperyalizmin yayılmasıdır.

¹⁵¹ Mike Featherstone, “Postmodernizm ve Tüketim Kültürü” İst., Ayrıntı Yayınları,1996.

¹⁵² E.Fuat Keyman, “Radikal Demokrasi ve Türkiye”, ,Ank.,Bağlam Yayınları,1999.

Küreselleşmenin en önemli taşıyıcıları arasında televizyon veya yeni teknolojiler vardır. Uluslar arası yayıncılıkla beraber sınırların ortadan kalkması toplumların ve kültürlerin de birbirine benzemesi sonucunu doğurmuştur. Dünyanın bir çok ülkesinde aynı şekilde formatlanmış yarışma programları, soop operalar, çizgi filmler ve benzer haber programları görülmektedir. Haber bültenleri de bu yoğunlaşmadan nasibini almış, magazin olgusu bir çok ülkede bültenlere yerleşmiş, izlenme oranlarının yüksek tutulması adına bu sulandırılmış habercilik biçimine itibar edilmiştir.

B- POSTMODERN KÜLTÜRDE HABERİN MAGAZİNELLEŞMESİ

Yazılı ve görsel basında haberin günden güne daha fazla magazinelleştiği görülmektedir. Bu olgu, haberin hem niteliğini bozuyor, hem de izleyicide habere karşı bir güvensizlik doğuruyor. izleyiciyi bilgilendirmekten çok, ona eğlenceli zaman geçirtmek amaçla yapılan magazin haberciliğinin bu kadar tutulmasında sadece haberi yapanlar değil onu izleyenler de sorumludur.

Haberin magazinleşmesi halka dönük gazetecilik yapmak adı altında öncelikle Avrupa daha sonra A.B.D.'de yaygınlaştı. Halka dönük gazetecilik iki temel unsura dayanır: Birincisi, ilk anda dikkat çekebilecek konuları incelemek, ikincisi ucuza satmak. Toplumun ilgisi genellikle ulaşmak istediği yaşam standardına sahip olan zengin tabakaya ve ünlülerin hayatına kaymaktadır. Magazin haberleri yapmak hem gazete patronlarının hem de çalışanlarının işine gelmektedir, çünkü hiçbir kültür ve bilgi birikimine dayanmayan bu haberlere ulaşmak çok kolaydır. Bu tür gazetelerde çok büyük resimlerin altına kısa kısa yazılar yazılarak ilgi çekilmeye çalışılır. Televizyon haberlerinin magazinleşmesine bakacak olursak aracın piyasa koşullarında egemenlik ilişkilerinin yeniden üretildiği modern işletme haline geldiğini görüyoruz. Tecimsel bir araç olan televizyon bu nedenle izleyiciden gelen istemleri dikkate almakla sorumludur. Haberlerin seçiminden sunuluşuna kadar pek çok aşamada istemlerin belirleyici rol oynadığı bilinmekte. "Halk bunu istiyor , biz de yayınlıyoruz." sözleri de medyaya yöneltilen pek çok eleştirinin bahanesi olarak devamlı söylenmekte. Unutulan nokta medyanın halkı yönlendirmesi ve bilgilendirmesi sorumluluğudur. İlk bulvar gazeteleri önce İngiltere 'de basın

hayatına girmiş daha sonra Avrupa'nın tamamına ve Amerika Birleşik Devletleri'ne yayılmıştır. Bulvar gazeteleri hafif ve eğlenceli haberlerin yer aldığı, fikir gazetesi olmaktan çok halkın kolayca ilgisini çekebilecek resimlerle ve karikatürlerle dolu gazetelerdir. Türkiye'ye gazete geç geldiği ve ilk gelen gazeteler de yabancı fikir gazeteleri olduğu için bulvar gazetelerinin Türkiye'ye girişi geç olmuştur. Türk gazeteleri 1980'lerin başına kadar ciddi haber ağırlıklı gazetelerdir. Bulvar gazetesi diye tanımlayabileceğimiz birkaç tane gazete vardır ama bunların işleri zaten magazin olduğu için ayrı bir kategoride tutulabilir. 1980'lerin başı büyük holdinglerin basın işine girmesi dönemi olmuştur. Daha önce tek bir gazete yada dergi tek bir kişiye aitken birçok gazete yada dergi tek bir kişiye ait olmaya başlamıştır.¹⁵⁴

Magazin, modern insanın psikolojik bir rahatlama sağlaması, gündelik yaşamın streslerinden uzaklaşması türünden doğal taleplerini tatmin eder gibi görünerek, serüveni kalmamış insanlara hayalî bir serüven yaşatmaktadır. Magazinel içeriğin işleyişinin birkaç ana yönü olduğu söylenebilir. Birincisinde, uzak ve erişilmez görüneni gündeliğin bayağılığı içinde sunarak evcilleştirir, büyüsünü bozar ve sıradan hayatın dışına kimsenin çıkamadığını göstererek rahatlatır. İkincisi, olağan olanı fantastikleştirir ve yapay heyecanlar yaratır. Üçüncüsü ise, gerçekliği nedensellik ilişkilerinden kopararak sunar ve bireyi olup bitene yönelik zihinsel çaba harcamaktan kurtarır.¹⁵⁵ Magazin ve eğlence dünyasını konu alan kitle iletişim araçları, egemen ideolojinin yeniden üretiminde önemli bir rol oynamaktadır. Tüketim kültürünü temsil eden metinlerin görsel medyadaki görünümünün yazılı basında da uzantılarına rastlanılmaktadır. Yazılı basının 1980 sonrasında aile şirketlerinin mülkiyetinden çıkıp, sermaye ve finans sektörü ile bütünleşmesinden bu

¹⁵⁴ Rengin Güldemir-Göksel Geçin, ilef. Ank., edu. tr.

¹⁵⁵ Murat Belge, **Tarihten Güncelliğe**, İst., İletişim Yayınları, 1997, s. 307.

yana haberciliğin popülerleştğini, haber değerlerinde bir değişim yaşandığı gözlemlenmektedir.¹⁵⁶

Kitle iletişim araçları, eğlence endüstrisinin karakterini paylaşmaktadır. Temel fonksiyonu kaçış, boşalma, boş vakit geçirme, bilgi alma gibi nedenlerden geçerek sağlanan doyumla “bilinç yönetimi”ne önemli katkıda bulunmaktadır. Kitle iletişimi, eğlence ve bilgilendirme adı altında paketlenmiş dünya görüşleri ve yaşam tarzları sunmaktadır.¹⁵⁷ Medya gündelik yaşamın akışı içinde çoğunlukla adı konmayan bir arayış içindeki bireylerin bütün gereksinimlerini tatmin ederek yada bu yanılgıyı üretirek varlığını sürdürmeyi ve güçlendirmeyi hedeflemekte; bu ihtiyacı tatmine yönelik yapay hazlar üretmektedir.¹⁵⁸

Magazin medyasının içeriği, tıpkı yerli ve yabancı diziler, komedi programları, talk showlar, yarışma programları ve reklâmlar gibi izleyiciyi tüketim alışkanlıkları içinde konumlandırmaktadır. Tüm bu medya metinlerinde, egemen ideolojinin temsilinin öne çıktığı gözlemlenmektedir. Medya, farklılıklara seslenmek, farklı beğenilere programlarla yönelmek yerine; mümkün olduğu kadar çok izleyiciyi yada okuru ekran başına çekme yada gazete satın aldırtma yönünde eğilim sergilemektedir. Reklam pastasından alınan payı arttırmak, bir yandan kısa dönem karlılığı korumak açısından önemliyken, bu tarz bir yayın politikası pazarda özel bir girişim olarak varlığını meşrulaştıran medyanın uzun dönem çıkarlarına da hizmet etmektedir. Bu sürecin sonunda, medya metinlerinde çeşitlilik ve farklılığın yerine,

¹⁵⁶ Ayşe İnal, “Medya, Dil, İktidar Sorunu: İletişim Çalışmalarında Medya ve Siyaset İlişisini Nasıl Tartışmalıyız?”. İletişim 3, 1999,s. 13-36.

¹⁵⁷ İrfan Erdoğan, “Kitle İletişimi Örneğinde Siyasal Ekonomi Yaklaşımı Üzerine Bir Tartışma”. Praksis. Sayı: 4 (Güz),2001,s. 276-313.

¹⁵⁸ Zeynep Uslu Karahan “Yazılı ve Görsel Medyada Magazinelleşmenin Tarihsel ve Sosyolojik Dinamikleri”. İletişim. Sayı: 12 (Kış), 2001,s. 1-23.

bir tek tipleşme ve homojenleşmenin ortaya çıktığı gözlemlenmektedir.¹⁵⁹ Bununla birlikte, varlığını reklam gelirlerine borçlu olan, bu nedenle de reklâm piyasasında daha büyük bir pay kapmak isteyen medya ve dönemin “yeni aristokratları” olarak tanımlanan medya profesyonelleri; Türkiye’de temelleri 1970’li yıllarda atılan, 1980 ve 1990’lı yıllarda yaşanan ekonomik gelişmeler sonucu şekillenen “yeni orta sınıf”ı okur olarak kazanmaya çalışmıştır. Bunun için de, bu kesimin beğeni ve yaşam tarzlarını dikkate alarak, gazete ve dergi içeriklerini onları cezbedecek bir hale dönüştürmeye çalışmıştır. Bu karşılıklı etkileşim, belli bir toplumsal kesimin elitizme gitgide daha çok kaymasına yol açmıştır.¹⁶⁰ Bu bağlamda magazin medyası dolayısıyla sunulan içerikler, hayatlarında hiçbir zaman bu tür yerlerden içeri adım atamayacak ancak, atmayı hayal eden bir kesimi kısa bir süre için de olsa, sihirli, yalan bir dünyanın aralanan perdesinden içerisini imrenerek seyretme imkanı veren ve seyir ihtiyacını karşılayan görüntü ve yazılardan oluşmaktadır.¹⁶¹

Böylece, reklamın ötesinde, reklam unsuruna bürünen magazin medyası, egemen sistemin temelinde yatan değerlerin meşrulaştırılması ve sistemin ideolojik düzlemde yeniden üretilmesi açısından kilit bir rol oynamaktadır. Toplumsal egemenliğin arka planında magazin medyasının en önemli işlevi ise, tüketim kültürünün tesisinin pekiştirilmesidir. Bir başka deyişle, magazin medyası bir eğlence endüstrisi olarak, anlam üretimini ve sistem içinde dönüşümünü sağlayarak, toplumsal rızanın üretilmesine/yapılandırılmasına katkıda bulunmaktadır. Tirajı yüksek gazetelerin ücret karşılığında satışa sundukları ilaveler, gerek medyadaki magazinelleşme eğiliminin gösterenlerini sergilemesi gerekse biçimsel ve özellikle içeriğinde yer

¹⁵⁹Ayşe İnal,a.g.e.,s.31.

¹⁶⁰ Rıfat N. Bali,**Yeni Seçkinler, Yeni Mekânlar, Yeni Yaşamlar**,İst.:: İletişim Yayınları,2002,s.353.

¹⁶¹Murat Belge,a.g.e.,s.306.

verilen konular itibariyle tüketim kültürünün desteklenmesi ve yaşam tarzlarının okurlara sunulması açısından önemli bir örnek oluşturmaktadır.¹⁶²

1- MAGAZİN SÖYLEMİ VE ÖNERİLEN YAŞAM BİÇİMİ

Özellikle 1980'den sonra izlenen liberal ekonomi politikalar ile kapitalist sistemde özel girişimciliğin önü açılmış, serbest piyasa koşullarında medya da kendini amansız bir rekabet içinde bulmuştur. Son dönemde daha belirgin olarak, bu rekabet, tekelleşme ve magazinelleşme sonucunu doğurmuştur. Bu gelişmeye göre en çok satan gazete, en çok izlenen televizyon programı başarılı kabul edilmektedir. Bu izlenme oranlarında magazin unsurunun etkisi gözle görülmektedir. Konuya eleştirel açıdan yaklaşanlar, kapitalist sistemde insanların çeşitli yollarla uyuşturulduğunu, toplumsal sorunlardan uzaklaştırıldığını söylemektedir. Magazin ise bu yolda kullanılan bir unsurdur. Murat Özgen, 12 Eylül döneminde gazetelerin, üzerlerindeki olumsuz etkiler nedeniyle 'apolitik' bir tavır benimsemek zorunda kaldıklarını, yazılı basının asıl görevi olan haber verme, bilgilendirme, toplumsal muhalefeti dillendirme işlevinden uzaklaşarak magazinleşme eğilimine girdiklerini ifade etmektedir.¹⁶³

İnfotainment, yani bilginin eğlence içeriğine bürünmesi, haber içeriğinin magazinleşmesiyle eğlence ve bilginin birlikte sunulmasıdır. Haber içeriğini oluşturan iletilerin kodlanmasında magazin değerlerin ağırlık kazanması olgusu ve sürecidir. Yada haber değeri taşımayan haber unsurlarının haber bülteni içerisinde görece ağırlık kazanmasıdır. Magazinleşme liberal ekonomik politikalar aracılığıyla güçlenen sermaye gruplarının toplumsal ve siyasal düzlemde varlığını sürdürmek amacıyla, kitle iletişim araçlarında daha somut yaşanmaktadır. Bu noktada haberin magazinleşen içeriğiyle birlikte üstlendiği yeni işlevin, popüler kültür ideolojisiyle önemli ölçüde yakınlık gösterdiği düşünülmektedir.¹⁶⁴ John

¹⁶²Erdal DAĞTAŞ, meb.gov.tr/Dergiler, Kasım 2004, yıl 5, sayı 57.

¹⁶³ Murat Özgen, 2000'e Girerken Türkiye'de Medya ve Demokrasi Anlayışı, Bizim Gazete, 1999, s.5.

¹⁶⁴ Aktaran Şebnem Soygüder, a.g.e., s.66.

Keane, iletişim özgürlüğünün ancak pazar mekanizmasıyla sağlanabileceğini öne sürmüştür. Medya, izlenme oranlarını arttırabilmek için sansasyonalizme dayanan, cinsellik sömürsü yapan, asparagas haberlere yönelmiştir. En fazla izleyici sayısına ancak ilkesiz yayıncılıkla ulaşmaya çalışmıştır. Böylece serbest rekabetin özgürleştirici olduğu kadar felç edici etkilerinin de olabileceğini belirtmiştir.¹⁶⁵

Bir başka görüşe sahip olanlar ise magazin haberlerinin toplumsal gerilimi azalttığını, modern toplumun, bireylerini gündelik hayatın sıkıntılarından uzaklaştırdığını, insanlara geleceğe yönelik umut verdiğini, yaşamı onlar için daha çekilir hale getirdiğini savunmaktadır. Modern toplumlarda iş bölümü, geniş halk kitlelerinin özellikle doğrudan politik katılımını engellemektedir. Eğitim yoluyla bilginin ve kültürün bölüşümü de yine geniş kitleleri toplumun en yüksek düzeydeki entelektüel üretimin dışında tutmakta iletişim araçlarının da etkisiyle sokaktaki adam, kendi gündelik hayatının içine itilmektedir. Gündelik hayat monotondur, tekrarlarla doludur, sıkıcıdır. Ancak modern toplumlarda bir takım yapılar, kitleleri oluşturan insanların bu sıkıcı hayatlarından çıkıp toplumların gidişini belirleyen mekanizmalarla daha yakından ilişkiye geçmesini önleme işlevini yerine getirmektedir. Bunu da haberlerin magazin boyutu sağlamaktadır.¹⁶⁶

Tam bir özgürlük ve güvenlik ortamında bile mükemmel bilgiye ulaşmanın garanti edilemeyeceğini savunan Lipmann, özgür iletişim ortamının da böylesi bir bilgiye ulaşmak için tek başına yeterli olamayacağını ileri sürmektedir. Bu anlamda, özgürlük olgusunun karşısındaki güçler sadece devlet yada pazarın kendi koşulları değildir; haberin kendi doğası, haber toplama süreci, izleyicinin psikolojik durumu ve modern yaşamın karakteristik yapısı da bu etmenler arasında yer almaktadır. Lipmanna'ya göre gerçek, betimlenebilir bir özelliğe sahiptir. Ancak, haber gerçekliği betimleyebilme yetisine sahip olmadığı gibi, gerçekliğe uygun bir yapıya da sahip değildir. Haber "bir snorskop sinyali gibi, yalnızca bir şeyler olduğunun işaretlerini verir. Ekonomik-politik açıdan ele alındığında, özellikle Türk toplumu için pek çok siyasi, ekonomik ve toplumsal dönüşümün tarihi olarak bilinen 1980 yılı, bu anlamda

¹⁶⁵ John Keane, **Medya ve Demokrasi**, İst., Çev. Haluk Şahin, Ayrıntı Yay., 1999, s.16.

¹⁶⁶ Aktaran Şebnem Soygüder, Murat Belge, **Tarihten Güncelliğe**, İst., Alan Yayıncılık, 1986, s.423.

da bir dönüm noktası oluşturmaktadır. 1980 sonrasında, o güne dek yaşanan genel anlamdaki bürokrasi-burjuva çatışması bir anlamda sona ermiş, uygulamaya başlayan yeni liberal ekonomi politikaları aracılığıyla özel girişimin önü açılmış, bir anlamda özel sermayeden yana bir yaklaşım benimsenmiştir.¹⁶⁷ Kamera çekimleri, gözcü belgeleri, şok röportajlar, gerçeklik röntgenciliği yeni bir çeşit kamusal eğlencenin temeli olmaya başlamıştır. Bunlara neo-televizyon veya daha uygun bir deyişle reality televizyonu denilmektedir. Aslında bu, kentte ve caddelerde, sokaklarda, evlerde neler olup bittiğinin televizyonudur. İzleyiciler kendilerini, komşularını ve etraflarındaki tanımadıkları kişileri, yabancıları izlerler. Yıldızları sıradan insanlardır ama konuları çekici ve magazinseldir. Burada söz konusu olan artık gerçek dünyanın, hayali özdeşleşmeye, derin düşünelere ve yansımaya yol açacak biçimde sunulması değildir. Asıl mesele izleyiciyi doğrudan ve anında duygusal bir bağlantı içine sokmaktır.¹⁶⁸ Robin Day, bu yaklaşımı bir adım daha ileriye götürerek: “Gerçek şu ki televizyonun görüntülere bağıllığı onu yalnızca güçlü bir iletişim aracı değil, aynı zamanda akıldan çok duyguları hedef alma eğiliminde olan acemi bir iletişim aracı yapar. Televizyon gazeteciliği için bunun anlamı, haberde düşünceden çok hareketin, tartışmalardan çok olayların, açıklamalardan çok çarpıcı konuların, fikirlerden çok kişilerin üzerinde artan bir yoğunlaşma demektir ve bu tehlikelidir” der.¹⁶⁹

Gerçekliğin saptırılmasında tam bu nokta karşımıza magazin söylemini çıkarır. Toplumun kendi içerisinde ürettiği, kültürel değerleri, egemen ideolojinin başat kültürel değerleriyle harmanlayarak “herkes için” yeniden üreten yapılarıyla - başta televizyon olmak üzere- kültür endüstrileri, bireyin var olan dizgeye bağıllığını sağlamak ve pekiştirmek amacıyla magazin söylemini kullanmaktadır. Magazin söylemi, gerçek dünyayı nedensellik ilişkilerinin dışında yapılandıran, olguları bağlamlarından koparan, “geçiciliğin sürekli kılınmasını” yücelten ve “ideolojiyi

¹⁶⁷Özden Cankaya,**Dünden Bugüne Radyo Televizyon**,1997,İst., Beta yayıncılık,s.85.

¹⁶⁸Kevin Robins,**İmaj-Görmenin Kültür ve Politikası**, Çev. Nurçay Türkoğlu. İst.,1999,Ayrıntı yayınları,s.224.

¹⁶⁹Brian Groombridge,**Television and People**,1972, Middlesex, Penguin,s.119.

eğlence aracılığıyla aktaran” yapısıyla bu sürecin vazgeçilmez bir üreticisi/taşıyıcısı durumundadır.¹⁷⁰

Kültürel yapının gerçeklik adına sundukları, izleyiciyi kendi yarattıkları dünyada yaşatma istekliklerini ve magazin söyleminin bir yaşam biçimi önerisi olarak üstlendiği işlev doğrudan medya araçlarına aktarılmayacaktır. Bu noktada, medya kendi karakteristik yapısından yararlanacaktır. Groombridge’nin televizyon üzerine yaptığı yorum, aracın bu kendine özgü yayın anlayışını özetler niteliktedir. “...Televizyon şu ilke üzerinde hareket eder: Eğer hareket varsa kaydet; hareket yoksa iletilecek bir şey de yoktur...Eğer dramatik bir olay varsa, bunu rapor et; dramatik değilse dramatikleştir; eğer bu da yapılamıyorsa, sorun çok da önemli değildir.” Günümüz de Groombridge’nin ileri sürdüğü ilkedен çok daha ölçüsüz bir medya ile karşı karşıyayız. Olmayan bir olay yada olgu haber olarak izleyiciye sunulabilmektedir. Haber değeri taşıyıp taşımadığı sorgulanmaksızın “hareketlilik, yüzeysellik, parçalılık, bağlamsızlık, basitlik ve çarpıcılık” gibi magazin söyleminin temelinde yer alan bu ölçütlerin televizyon haberlerinde giderek ağırlık kazanıyor olması, var olan dizgeyi anlamak açısından işlevsel olabilecek bilgi ile aynı dizgesel yapıyı daha da parçalı ve anlaşılmaз kılan “magazinel bilgi”nin yerini almaktadır. Olumsuz olanın yüceltilmesi, güncelliğın öne çıkartılması, sürekliliğı olabilecek konuların seçilmesi, popüler olguların tercih edilmesi, her türlü olgunun basite indirgenerek aktarılması ve konuların olabildiğince kişilere dayandırılması gibi olguların önemsendiğı gözlemlenmektedir.¹⁷¹

Ragıp Duran medyanın en önemli işlevinin eğlendirmek olduğunu, eğlendirirken de bizi başka dünyalara sürüklediğini iddia eder. “Magazinciler haber yaparken bizi eğlendirmeye çalışıyor. Ancak biraz deşince acı ilacın içine konan şeker konumuna düşürüyor magazin.” Magazinin İngilizce ve Fransızca anlamlarını yorumlandığında para aşırma, eğlenme, oyalanma, birini bir şeyden uzaklaştırma,

¹⁷⁰ Hakan Ergül, **Televizyonda Haberin Magazinelleşmesi**, 2000 İst., İletişim yayınları, s.71.

¹⁷¹ Graemer Burton, **Görünenden Fazlası: Medya Analizlerine Giriş**, İst., 1995 Çev. Nefin Dinç, Alan yayınları, s.139.

koparma, birini bir şeyden caydırma, çelmek, yoldan çıkarma anlamlarının magazin kelimesi tarafından karşılandığı sonucuna varır. Bu anlamda magazinleşmiş haberlerin ve magazin haberlerinin izleyiciyi egemenin yanında, dikkati farklı yönlere kaydırma ve yaşanan gerçekliği, maddi temelleri olmayan bir başka gerçekliğe dönüştürme gibi işlevlerinin de olabileceği, bu açıdan konunun ideolojik boyutunun gözden kaçırılmaması gerektiği ileri sürülebilmektedir.¹⁷²

İnsanların toplumsal hayatın yükünden ve günlük yaşamın sıkıcılığından bir tür kaçış içinde oldukları görülmektedir. Bu kaçış olgusunda televizyonun yoğun olarak kullandığı eğlence ögesinin özel bir yer tuttuğu gözlemlenmektedir. Yaşamın her alanında kültür endüstrisinin sayısız görünümüyle karşılaşan birey, özellikle boş zamanlarında eğlencenin zorunlu bir etkinlik gibi sunulduğu ürünlerle karşılaşmaktadır. Konuya bu açıdan yaklaşan yazarlara göre bireyin içerisinde yaşadığı gerçeklikten kaynaklanan sorunlarıyla yüzleşerek çözüm yolları üzerinde düşünebileceği serbest zamanı, kendisine bir ‘rüşvet’ gibi verilen eğlence aracılığıyla, var olan dizgenin bir parçasına dönüştürülmektedir.¹⁷³

2- MAGAZİNLEŞEN TV HABERLERİNİN TOPLUMA ETKİSİ

Günümüzde televizyon sosyal alışkanlıkları, kültürel yapıyı, hayat tarzlarını, eşya ve olayları algılayış tarzlarını, duygu ve düşünce biçimlerini, davranış kalıplarını, tavırları, tutumları, anlayışları, kararları, zevkleri, ahlaki değerleri, ihtiyaçlarımızı, örf ve adetleri, aile içi ilişkileri ve daha sayısız alanı biçimlendirmede topluma referans olmuş bir kitle iletişim aracıdır. Hızla gelişen iletişim ve bilişim teknolojileri sayesinde insan hayatının en önemli ihtiyaçlarından biri olan bilgi sahibi olma, yani çevresinde ve dünyada olup bitenden haberdar olma istek ve ihtiyacı, televizyon haberlerinde son dönemde magazinelleşme yani verilen bilginin eğlence içeriğine büründürülmesi şeklini almış ve almaktadır. Bu sayede ticari birer kuruluş olan medya ve özelinde televizyon kanalları izleyiciyi yakalayabilmekte ve hafif

¹⁷² Hakan Ergül, a.g.e., s.179.

¹⁷³ Ahmet Oktay, **Türkiye’de Popüler Kültür**, İst.: YKY, 1994, s. 29.

içerikli haberler veya haberlerin ikincil öğeleri sunularak izlenme oranlarının devamlılığının sağlanılmasına çalışılmaktadır. Televizyonun en önemli özelliklerinden biri olan görsellik yani okuma yazma bilmeden dahi haberdar olabilme ayrıcalığı sayesinde birey olan bitenden en hızlı biçimde haberdar olabilmektedir.

İnsanların izlemekten hoşlandıkları şey hareketli resimlerdir, kısa süreli ve durmadan değişen milyonlarca resim. Görsel ilginin gerekliliklerini karşılamak, yani gösterinin değerlerini karşılamak amacıyla fikirlerin içeriğinin geri plana atılması zorunluluğu bu aracın doğasından gelmektedir.¹⁷⁴

Televizyon, gerek sahip olduğu dil ve gerekse de kendi gelişim tarihi göz önüne alındığında önemli ölçüde eğlendirme özelliği öne çıkan bir araçtır. Dolayısıyla gündelik yaşam alışkanlıklarının ayrılmaz bir parçası olan televizyon haberlerinin de bu işlevle uyum içerisinde olması sonucunda, haber içeriğinin önemsiz konular üzerinde gereksiz bir merak ve aşırı bir eğlence anlayışıyla doldurulması olgusu yaşanmaktadır. Bu durum, haberin bugüne kadar bilinen yapısı ile arasında niteliksel bir tutarsızlık yaratmaktadır. Bir başka deyişle televizyon, eğlendirme yada eğlendirerek aktarma gibi kendine özgü yayıncılık anlayışını, görece en yalın, nesnel ve gerçeğe yakın olması gereken haber metinlerinde de sergileyerek, geleneksel habercilik anlayışında önemli bozulmalara neden olabilmektedir. Son gözlemde, bu bozulmanın temelinde, eğlence öğeleriyle haber programlarının içeriğindeki yoğunluğun azaltılabilmesi ve haber metninin karmaşıklığından arındırılabilmesi için (programlara müzikal öğelerin yerleştirilmesinden görsel öğelerin seçimine kadar) pek çok yöntem kullanılması yatmaktadır.¹⁷⁵

Neil Postman medyadan edindiğimiz haberlerin önemsiz ve genellikle işimize yaramayan bilgiler olduğunu savunmaktadır. Gazete ve televizyonlar için eğlendirme işlevinin ön planda olduğunu ısrarla vurgulamakta ve sorunun insanların

¹⁷⁴ Neil Postman,a.g.e.,s.104.

¹⁷⁵ Hakan Ergül,a.g.e.,s.97.

eğlendirilmesi değil tüm konuların eğlendirici içerikle verilmesine dikkat çeker. Eğlence, günümüzde medyanın üst ideolojisidir ve eğlendirme kaygısı her şeyin üstündedir. Öyle ki izlediğimiz, okuduğumuz haberler okunacak yada dinlenecek nitelikte değil, bakılacak nitelikte hazırlanmaktadır.¹⁷⁶

İnsanların televizyon sayesinde bilgilenmek ve dünyada olup biten hakkında haberdar olmak için izlediği televizyon haberlerinde sunulan magazinел öğeler, kendi gerçeklik bağlamından koparılmış, daha çok yüzeysel bilgi sunan metinler olduğu için insanı sıradan bir değerlendirme anlayışına götürmektedir. Son dönemde reklamlarla bölünen haber bültenleri, insanları direkt bilgidен uzaklaştırmakta ve sunulan veya sunulmayan haberler hakkında ayrıntılı bilginin gözden kaçmasına neden olmaktadır. İnsanların bilgilenmekten çok iyi vakit geçirme ve eğlenme ihtiyaçlarının giderildiği son dönem haber bültenleri toplumu rahatlatmakta ve eğlence öğeleriyle donatılan haber bültenleri izlenme oranları yakalamaktadırlar.

İzleyici akşam yemeği saatinde, üç çok önemli sorunun yanıtını öğrenmek istiyor;Yaşadığım kent ve evim güvenliklimi? Eşim ve çocuklarım güvenliklimi? Peki geçen 24 saat içinde onların kendilerini daha iyi hissetmelerini yada eğlenmelerini sağlayacak neler oldu?¹⁷⁷ Bu anlamda haber bültenlerinin magazinел öğelerle donatılması biraz bu amaca hizmet etmekte, bu tür bültenlerin izlenme oranlarındaki yüksek oranların da nedenini açıklamaktadır.

Bir yaşam biçimi önerisi olarak sunulan magazin, televizyon haberlerinde kullanarak, var olan acımasız dünyanın yerine özenilen dünyanın portresini çizmektedir. Magazin televizyon haberlerinde kullanımı noktasında temel işlevi, izleyiciyi, eğlenceyle donatılan bir tüketim ideolojisine çekerek, üretici firmaların hedef kitle beklentisine yanıt vermektedir. Ayrıca, magazin söylemiyle var olan tüketicilerin yanına aynı sınıfta olmayan potansiyel tüketiciler de çekilmektedirler.

¹⁷⁶ Akt., Şebnem Soygüder,a.g.e.,s.29.

¹⁷⁷ Marilyn Matelski,a.g.e.,s.23.

Asıl amacın ise, kapitalist ideolojinin başat değerlerini yerleştirmek olduğu söylenebilir.¹⁷⁸

Postman, medyanın gereğinden fazla gereksiz enformasyon iletilmesini bir tür sansür aygıtı olarak görmektedir. Televizyonu hiç aralıksız izlememiz için gereken her şey yapılmaktadır. Günümüz medyası enformasyonu basitleştirmiş, tarihsel içerikleri boşaltılmış, enformasyonu eğlence paketi içine sokan araçlar olarak görmektedir. Bu tutumun direk yapılan sansürden aslında hiçbir farkı olmadığını, tarih boyunca diktatörlerin sansüre başvurduğunu, oysa halkı eğlenceye boğmuş olsalardı hedeflerine daha çabuk ve sorunsuz ulaşacaklarını ve diktatörler sansürün bu kadar basit bir yolu olduğunu bilselerdi şüphesiz sevinçten deliye döneceklerini belirtmektedir.¹⁷⁹

Postman, bugün gazete ve televizyonların yayın politikasının kesinlikle bir ideolojiyi temsil ettiğini ve kültürün kahrkahanadan boğulmasının panzehirini bulmamız gerektiğini ısrarla vurgulamaktadır. Medyada o kadar eğlence yoğunluktadır ki, içindeki ciddi söylemler algılanamaz, seçilemez durumdadır. Postman'a göre problem, insanların içinde yaşadıkları toplumun sorunlarını düşünmek yerine gülmeyi tercih etmeleri değil, neye güldüklerini ve düşünmeyi niçin bıraktıklarını bilmemeleridir.¹⁸⁰

Popüler medyanın verdiği haberlerin halka dayatma olduğu gazetelerde genellikle eğlence içerikli haberlerin sunulduğu ve bu tür haberlerin de halkın ilerici özelliklerini bastırdığı savunulmaktadır.¹⁸¹ Bu şekilde, özellikle de televizyon haber bültenleri sayesinde magazinleşen ve magazin el öğeler taşıyan ve aslında halkın bilgilenmesini ve aydınlanmasını sağlaması gereken medya, yaşanan sistemi desteklemekte var olan tüketim ideolojisinin devamının sağlanmasına katkıda bulunmakta ve insanların sorunlardan uzak kalarak arındırılmasına yol açmaktadır.

¹⁷⁸ Hakan Ergül, a.g.e., s.141.

¹⁷⁹ Neil Postman, **Televizyon Öldüren Eğlence**, Çev. Osman Akınhay, İst.:Ayrıntı yay., 1994, s.154.

¹⁸⁰ a.g.e., s.176.

¹⁸¹ Erdoğan Alemdar, a.g.e., s.156.

Haber içeriğinin pazara uyarlanması aşamasında giderek magazinelleştirilmesi, dramatize edilmesi, basitleştirilmesi ve eğlence ağırlıklı bir içeriğe büründürülmesi, gün geçtikçe izleyicinin haber karşısındaki duruşunu da değiştirmektedir. Bu anlamda izleyicinin olup bitenden haberdar olma ve yaşanan dünyayı anlamlandırma aşamasında başvurduğu haber, bu temel işlevinden uzaklaşmaktadır. İzleyicinin bilgilendiricilik, yansıtıcılık, aydınlatıcılık gibi nitelikleriyle tanımladığı haber, yerini eğlendirici, çarpıcı, kolay anlaşılır, çabuk unutulur, kendi yorumunu içinde barındıran, sıkıcılıktan ve ciddiyetten uzak haberlere bırakmaktadır. Eğlence içerikli programlarla haber içerikli programların arasındaki farkın hızla kapanıyor olması, izleyicinin her iki program türüne karşı benzer bir tutum geliştirmesine neden olabilecektir. Bu noktada bir türden diğerine evrilebilen haberin eğlenceyle birlikte algılanması, eğlendirici olmayan haber programlarının tercih edilmemesi sonucunu da doğurabilecektir.¹⁸²

Televizyon haberlerinde izleyici oranlarını yakalamak adına yapılanlar aslında ekonomi-politik amaçların yaşama geçirilmesi için fırsat olmuştur. İzleyici araştırmalarından elde edilen veriler, reklam veren firmaların beklentileriyle bir araya getirilerek istenilen haberin oluşmasına neden olmaktadır. Sunulan haberlerin hedeflenen kitleye ulaşması gerekmektedir. Yayın kuruluşları hedef kitleyi en yüksek izleyici oranı içerisinde yakalamak durumundadır. Böyle bir amaçla kodlanan iletilerin, hem toplumun geneli için, hem de önceden saptanmış bir tüketici kitle için geçerliliğini eş zamanlı olarak sağlamak gerekmektedir. Bir başka deyişle, yayın süresi içinde elde edilmeye çalışılan bir meta değeri taşıyan izleyici grubu vardır ve yayın, bu grubun beklentilerine seslenmek durumundadır.¹⁸³

İzleyicinin kendisini iyi hissetmesi amacıyla hazırlanan haberler (feel good news) genel olarak ticari, serbest ve parçalı bir yapı gözetilerek izleyicinin düşünmesine gerek kalmadan eğlenebileceği bir formatta üretilmektedir. Haberi aktaran karakterin haberi sunuş biçimi, habere konu olan insanların öykülerinin dramatik biçimde verilmesi haberlerin soop operalara benzetilmesine neden

¹⁸² Hakan Ergül, a.g.e., s.103.

¹⁸³ A.g.e., s.106.

olmaktadır. Popüler konular, entrikalar, ünlüler halkın ilgisini çeken her konu ve olay aynı filmlerde olduğu gibi haberlerde dramatize edilmekte ve bu ‘haberi gerçeğin kendisidir’ ön kabulüyle izleyen seyirci üzerinde etkili olmaktadır.¹⁸⁴

Magazin, ortaya çıktığı tarihsel koşullardan, popüler olan’la yakın ilişkisine kadar pek çok özelliği dolayısıyla medyanın kullanım alanında oldukça önemlidir. Bir yaşam biçimi olarak önerilen magazin, belirlenen amaçlara ulaşabilmek adına medya için vazgeçilmez bir materyeldir. Televizyon haberlerine yerleştirilen magazin el içerik, var olan dünyanın basite indirgenmiş, olumsuz yanları törpülenmiş, daha kolay anlaşılır hale getirilmiş şekliyle yaşanan gerçeğin yerine özlenilen gerçeği yerleştirmektedir. Bu nedenle, popüler kültür ürünlerine dayalı bir söylemi benimseyen magazin, izleyiciyi, eğlenceyle dolaymlanan bir tüketim ideolojisine çekerek, üretici firmaların hedef kitle beklentisine de yanıt vermektedir. Kitle iletişim araçları karşısındaki birey, kendi gerçeğini belirleyen olaylara ulaşmasının olanaksızlaştığı bir dünyada, gündelik yaşamın anlaşılmasını kolaylaştıracak kamusal bir iletişim politikasından çok, an’lık bir tarih anlayışına dayalı, manipülatif bilgiyle karşılaşmaktadır.¹⁸⁵

Bu bölümde popüler kültür, kitle kültürü, magazin el söylem ve bu söylemin toplum üzerindeki etkilerini anlatmaya çalıştık. Üçüncü ve son bölümde ise TRT 1 ve SHOW TV’de Ana Haber Bültenlerinde oluşturulan haber sunumu, haberlerin süresi ve sıralaması ile var olduğunu iddia ettiğimiz magazin el öğeleri araştıracağız.

¹⁸⁴ Şebnem Soygüder,a.g.e.,s.70.

¹⁸⁵ Hakan Ergül,a.g.e.,s.107-108.

BÖLÜM 3

TRT-1 VE SHOW TV ANA HABER BÜLTENLERİNDEKİ HABERLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI

Çalışmamızın bu son bölümünde televizyon haberlerindeki magazinleşmenin derecesi ölçülmeye çalışılmaktadır. Bir kamu televizyonu örneği olan TRT-I Ana Haber Bülteni ile özel televizyon örneği olarak SHOW TV'nin Ana Haber Bülteni karşılaştırılarak magazinleşme eğilimleri ölçülmeye çalışılmaktadır.

Haber bültenlerinde, magazin boyut veya magazinel yönler öne çıkarılarak yapılan haberciliğin, son dönemde televizyon yayıncılığı alanında sıkça rastlanan bir durum olduğu gözlemlenmiştir. Bu şekilde yapılan haberler özel ve kamu yayıncılığında içerik olarak benzerlikler ve farklılıklar göstermekte sunum veya sayısal ağırlık olarak ise izlenme oranı kaygılarına göre farklı oranlarda yer almaktadır.

Haber bültenlerinde olay veya olguların ikincil öğeleri ön plana çıkarılarak, tarihsel bağlamından koparılmış ve üzerinde fazla düşünmeye gerek olmayan televizyon haberleri, ülkemizde olduğu kadar dünyada da yer bulmaya başlamıştır. Amerika'da water cooler denen haber türü, yani dilimize 'çeşme başı haberciliği' olarak çevrilen televizyon haberciliği bunun en güzel örneğidir. Çalışanların iş molaları sırasında ayaküstü bir şeyler içerken konuştukları günlük olaylar gibi yapılandırılan bu tür haberler izlenme oranlarını yükselttiği için oldukça tercih edilir olmuştur.

Çalışmamız boyunca dünyada da sıkça örneği görülen bu tür haberciliğin ülkemizdeki yansımaları araştırılmış ve kamu-özel televizyon olmak üzere iki farklı haber bülteni ele alınarak içerik analizi uygulanmıştır. İçerik analizi, mesajların sistematik olarak ve objektif bir şekilde belirlenen birimlerin değerlendirilmesiyle sonuçların ortaya konması tekniğidir. Bu tekniğin medya üzerinde oldukça yoğun kullanıldığı bilinir. İçerik analizi yöntemi, nitel ve nicel olarak ayrılmakta, nitel

analizde anlam birimleri üzerinde çalışılırken, nicel analizde saptanan birimler sayılmaktadır.¹⁸⁶

İçerik analizi, çeşitli söylemlere uygulanan birtakım metodolojik araç ve teknikler bütünüdür. Birbirinden az veya çok farklılaşan bu teknikler, kontrollü bir yorum çabası ve çıkarsamaya dayalı okuma yöntemidirler. İçerik analizi teknikleri okuyucunun bilgisine, sezgisine, tutumlarına ve değerlerine bağlı kolayca ve otomatik bir şekilde yapılan yorumuna karşı, objektif okuma ilkeleri sağlama amacındadır.¹⁸⁷

İçerik analizi altı temel evrede ele alınabilir:

- Araştırma amaçlarını ve hipotezlerini geliştirme
- Analiz birimleri kurma
- Örneklerin seçimi
- İçerik kategorilerinin belirlenmesi

Bu çalışmada TV haberlerinde magazinelleşmeye örnek kategoriler şunlardır;

- Muzik kullanımı
- Dramatizasyon
- Görüntü tekrarı ve slow-motion
- Üst yazılardaki büyük puntolar
- Kişiselleştirme
- Cinsellik kullanımı
- Habere katılan yorum
- Kodlama ve güvenilirlik
- Bulguları çözümleme

İçerik analizi kitle iletişim araçlarının mesajlarını değerlendirmede en çok kullanılan araştırma tekniklerindendir. Niteliksel ve niceliksel olarak ikiye ayrılan bu teknik, elde edilen verileri objektif olarak değerlendirerek sunulan haberlerin önemi ve diğer hangi konularla ilişkili oldukları konusunda değerlendirme yapmamıza yardımcı

¹⁸⁶ Nazife Güngör, **Televizyonda ve Basında Haberler: Karşılaştırmalı İçerik Çözümlemesi**, Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi yay., cilt 26, sayı 3, 1993, s. 126.

¹⁸⁷ Nuri Bilgin, **Sosyal Psikolojide Yöntem ve Pratik Çalışmalar**, İst.: Sistem yay., 1995, s.95.

olacaktır. Niteliksel içerik analizi ise, mesajların anlam birimleri üzerinde durarak onları değerlendirmeyi amaçlar.

Çalışmamızda kullanılan yöntem olan niceliksel analiz ise; birim veya öğelerin sayısal, yüzdesel ve oransal bir tarzda görünme sıklığını ortaya koyar.¹⁸⁸ Çalışmamızda, kamu ve özel televizyon yayıncılığı ele alınarak rastgele örneklem yolu ile belirlediğimiz birer haftalık haber bültenleri niceliksel açıdan incelenecektir. 26.09.2005 ile 02.10.2005 tarihleri arasına denk gelen bu bir haftalık süreç aynı zamanda Türkiye'nin Avrupa Birliği üyeliğinin tartışıldığı döneme denk gelmiştir. İncelenen bu yedi günlük süreç içerisinde **TRT 1** ve **Show TV** ana haber bültenlerinde 'haberlin magazinelleşmesi', nedenleri ve topluma etkisi araştırılmış, niceliksel içerik analizi ile de sayısal ve oransal değerler saptanmaya çalışılmıştır. İki farklı televizyon kuruluşunun haberlerde magazine, magazineli öğelere ne kadar yer verdiği ve bu haberleri sunuş biçimleri karşılaştırılmıştır. İncelememizde, araştırdığımız konu yani magazinelleşme haber birimine puanlama sistemi getirilerek ve ağırlıklı ortalamayla sonuçta değerlendirme yapılmıştır. Her iki haber bülteninde haberlerin sunum sırasına ve sürelerine göre oluşturdukları puanlar hesaplanmıştır. Yapılan haberlerde, aşırı müzik kullanımı, cinsellik, görüntü tekrarı olup olmadığı, görüntünün arşivden kullanılması, kullanılan malzemenin haberle ne kadar ilgili olup olmadığı, yorum yapıp yapılmadığı, konuyla ilgili bilgi verilip verilmediği, hikayeleştirme ve birinci ağızdan mı yoksa dolaylı olarak mı yapılandırıldığı, magazinelleşmeye kanıt öğeler olarak değerlendirilmiştir. Puan sıralaması haberin yayınlandığı sıraya göre aşağıdaki sayfadaki gibi hesaplanmıştır:

¹⁸⁸ Nuri Bilgin, **Sosyal Psikolojide Yöntem ve Pratik Çalışmalar**, İst.: Sistem yay., 1995, s.96.

<u>PUAN</u>	<u>HABERİN SIRASI</u>
10	0-3
9	3-6
8	6-9
7	9-12
6	12-15
5	15-18
4	18-21
3	21-24
2	24-27
1	27-30

Bu sisteme göre eğer haber üst sıralarda yer almış ise yüksek puan, alt sıralarda yer almış ise düşük puan almıştır. Yani değerlendirme önem sırasına göre yapılmış olacaktır. İncelemeye aldığımız magazinelleşme konusunun bir haftalık süre içerisinde **TRT 1** ve **Show TV** ana haber bültenlerindeki kamuoyu oluşturma etkisi araştırılmış, haber süresine göre puanlama ise şu şekilde hesaplanmıştır;

<u>PUAN</u>	<u>SÜRE</u>
1	0-1 dk. arası
2	1-2 dk. arası
3	2-3 dk. arası
4	3-4 dk. arası
5	4-5 dk. arası
6	5-6 dk. arası
7	6-7 dk. arası
8	7-8 dk. arası
9	8-9 dk. arası
10	9-10dk. arası

Bu araştırmada elde edilen veriler aynı zamanda haber bültenlerinin toplam süreleri içerisinde magazinél anlatım öğelerinin oluşturduğu haberlerin süreleri ile

karşılaştırılarak elde edilen bilgiler grafiksel olarak gösterilmiştir. Ağırlık puanlandırması ile beraber elde edilen grafikler ile ana haber bültenlerinde magazin el unsurlara ne kadar yer verildiği saptanmaya çalışılmıştır.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Bir haftalık sürede **TRT 1** ve **Show TV**'de yayınlanan ana haber bültenlerinde incelenen toplam haber sayıları ve magazin el unsurların oluşturduğu haberlerin günlük dökümünün yapılacağı bu bölümde elde edilen veriler daha sonra kanallar arasında karşılaştırılmıştır. Elde edilen bulgular sayısal ve grafiksel olarak incelenmiş ve sonuçta araştırdığımız konunun ana haber bültenlerinde ne kadar yer tuttuğu gösterilmiştir. Bu bölümde öncelikle incelenen süre içerisinde bültenlerde oluşan haberlerde magazin el öğelere ne kadar yer verildiği araştırılmıştır. Bu magazin el unsurlar yukarıda da belirtildiği gibi, müzik kullanımı, cinsellik öğesi, dramtizasyon, kişiselleştirme, yorum ve görüntüye kurguda müdahale v.s. olarak belirlenmiştir.

		TRT1	27.09.2005
SIRA	SÜRE	HABERİN ADI	SES VE GÖRÜNTÜ
1	46"	AP Türkiye İle İlgili Karar Tasarısını Oylayarak Kabul Etti	Parlamento uyum paketinin tam olarak uygulanmasını, liman ve havaalanlarının Rum'lara açılmasını talep etti.Müzik yok, görüntü tekrarı yok.Görüntüler haberle ilgili.
2	1'27"	Oylama Öncesi Sert Tartışmalar	Yeşil grup sözcüsü 11 eylül sonrası dönemde Türkiye'nin katılımının gerekli olduğunu ve Ermeni - Kıbrıs konularındaki tabuların yıkıldığını belirtiyor. Müzik kullanılmamış ve görüntü tekrarı yok, AP' de konuşan milletvekilleri.
3	1'15"	Oli Rehn: AP' nin Erteleme Kararı Müzakereleri Etkilemez	AP' nin uyum protokolünü onaylayacağını söylüyor ve Türkiye'nin de üzerine düşenleri yapması gerekenleri anlatıyor. Müzik ve görüntü tekrarı yok, röportaj görüntüleri.
4	55	Sözde Ermeni Soykırım Kararı Hukuki Değil	Avrupa Adalet Divan'ında açılan dava reddedildi,karar hukuki değil siyasi açıklamaları.Adalet divanı görüntüleri, dış bina, bayraklar, müzik yok.
5	1'55"	Erdoğan: Alınan Karar Avrupa Birliği Sürecini Etkilemez	Dışişleri bakanlarının B.A.E. 'nde toplanacağını söyleyen Erdoğan, kararın kendisinde olumsuzluk yaratmadığını, Arap sermayesini Türkiye'de akladığı suçlamalarına cevap veriyor,müzik, görüntü tekrarı yok.
6	54"	Tan: Müzakerelere Başlama Süreci İçindeyiz	Kıbrıs Rum kesiminin Avrupa Birliği sürecini kullanarak taviz koparmaya çalıştığını anlatıyor. Basın açıklaması şeklinde. Müzik yok.
7	1'10"	Baykal:Sözde Ermeni Soykırım Yasa Tasarısı Hukuki Değil Siyasi	Avrupa Birliği Türkiye'yi mümkün olan en kısa zamanda tam üye yapma anlayışı içinde değil. Ayak üstü yapılan röportaj. Müzik yok.

8	1'15"	Talat:Türkiye'yi Kıbrıs'ı Tanımaya Zorlamayın	Talat:Kıbrıs Rum Kesimi'ni çözüm istememekte ve Türk tarafı ile görüşmeye yanaşmamakta. Talat'ın basın açıklaması görüntüleri. Müzik kullanılmamış.
9	1'10"	Can İzbul Telefon Bağlantısı	AP görüntüleri üzerine İzbul gelişmeleri anlatıyor: AP 2006'da uyum protokolünün tam olarak uygulanmasını istiyor.Görüntü tekrarı ve müzik yok.
10	1'10	Romanya:Türkiye AB'ye Giriş Sürecinde Bize Güvenilebilir	Cumhurbaşkanı Sezer Romanya'nın Avrupa Birliği'ne giriş sürecinde Türkiye ile daha yakın ilişkilerde bulunacağını anlatıyor. Basın toplantısı görüntüleri. Görüntü tekrarı yok.
11	1'15"	Terörle Mücadele Hükümet Gündeminin En Önemli Maddesini Oluşturuyor	MGK 4,5 saat süren toplantıda son dönemde meydana gelen terör olaylarını değerlendirdi. Toplantı ve terörist görüntüleri.Müzik yok.
12	1'10"	Hughes:PKK'yı El-Kaide Gibi Şiddetle Kınıyoruz	Türkiye'de her hafta PKK terörü yüzünden Türk insanının öldürüldüğünü biliyoruz.Toplantı ve basın açıklaması görüntüleri.
13	1'25"	Uzan' larla İlgili Soruşturma	Bir milyar dolar civarında paranın yurt dışına çıkarıldığı tahmin ediliyor.İmar Bankası ve Rumeli Holding görüntüleri.Müzik yok.
14	1'20"	Erdoğan Arap İşadamlarını Yatırıma Davet Etti	Erdoğan 100'ü aşkın iş adamıyla geldiği Abu Dabi'de arap iş adamlarıyla yatırım olanaklarını görüştü. Toplantı ve uçakla geliş görüntüleri,Erdoğan konuşma yapıyor,sarayda görüşme görüntüleri. Müzik yok.
15	1'04"	Bireysel Silahsızlanma Günü	Dünya silahsızlanma gününde taksim meydanında yapılan eylem. Göstericilerle yapılan röportajlar ve silah görüntüleri var.Tekrar yok.
16	1'35"	Bireysel Silahlanma, Önce Eğitim Sonra Ruhsat	Havaya ateş edenler, silah görüntüleri, filmden sahneler ve emniyet görüntüleri,maganda kurşunuyla ölümlerin önüne geçmek için yeni önlemler geliyor, müzik kullanılmış,korku filmi müziği.

17	1'20"	İtfaiyeciler Risk Altında	Yoğun duman ve ani sıcaklık değişikliği itfaiyecileri tehdit ediyor, itfaiye aracı ve yangın görüntüleri, uzman ve itfaiyeci röportajları trafik kazası görüntüleri.Tekrar yok, Müzik yok.
18	1'06"	İstanbul'da Trafik Çalışmaları	Yol çalışmaları vatandaş için eziyet oluyor. Trafik ve yaya görüntüleri, yol çalışmaları ve vatandaş röportajları.Müzik yok.
19	1'12"	Sel ve Heyelanlar	Doğu Karadeniz'de sel ve heyelan uyarısı yapıldı. Bir uzmanla yapılan röportaj ve sel basan yerlerin görüntüleri, toprak kaymaları ve su altında araba görüntüsü
20	55"	CHP'den İstifa	Adıyaman milletvekili Şevket Gürsoy partisinden istifa etti, meclis ve istifa edenin görüntüleri,milletvekili dağılımı.Müzik ve tekrar yok.

SIRA	SÜRE	HABERİN ADI	SES VE GÖRÜNTÜ
1	1'10"	AB ile Müzakereler	Gül: Ciddi zorluklar ve sıkıntılarla karşı karşıyayız.Müzakere çerçeve belgesini görmeden Brüksel'e gitmem.Açıklama görüntüleri, müzik kullanılmamış, tekrar yok
2	1'05"	AP' nin Kararına Tepkiler	Erdoğan: Avrupa Birliği sürecini etkilemez.Basın açıklaması şeklinde, görüntü tekrarı yok, Bülent Arınç'ın açıklamalarına da yer veriliyor. AB dış bina ve bayrak görüntüleri var
3	55"	Özel Ortaklık Tartışması	AB bakanları Pazar günü olağanüstü toplanıyor. AB bayrakları, Avusturya diplomatları ve AB dış bina görüntüleri. Müzik yok, görüntü tekrarı yok.
4	1'08"	Müzakere Çerçeve Belgesi	İngiltere: Erteleme yok, kesin karar Pazar akşamı verilecek. AP görüntüleri, İngiliz diplomat konuşma görüntüsü, müzik ve görüntü tekrarı yok
5	40"	Villepin'in Açıklamaları	Türkiye'yi üye yapacak süreç denetim altında olmalı, basın toplantısı ve Fransız bakanın görüntüleri, haberle ilgili görüntüler kullanılmış.
6	1'20"	Cumhurbaşkanlığı seçimi	Arınç: Cumhurbaşkanını bu meclis niye seçmesin. Köşk ve Arınç görüntüleri, basın açıklaması şeklinde, TBMM görüntüleri var. Haberle ilgili görüntüler var.
7	55"	Teröre Darbe	Şırnak'ta iki terörist öldü, iki terörist teslim oldu. Arşiv askeri görüntüler, helikopter ve operasyon, dağlık bölge görüntüleri.
8	1'15"	Deniz Ürünlerindeki Sağlık	Uçuktan kansere bir çok hastalığın tedavisinde kullanılıyor. Uzman doktor görüntüsü, deniz ürünleri ve deniz altı görüntüleri. Müzik ve görüntü tekrarı yok.

9	1'20"	Gribe Dikkat	Yaşlılar ve hastalığı olanlar, mutlaka grip aşısı yaptırın. Uzman doktor röportajı, kalabalık insanlar ve vatandaş röportajı. Müzik ve görüntü tekrarı yok.
10	1'05"	UEFA Kupası	Telefon bağlantısı, Malmö-Beşiktaş maçına doğru. Muhabir bilgi veriyor. Maç görüntüleri arşivden kullanılmış. Müzik yok.
11	1'20"	UEFA Kupası	Canlı bağlantı. İlk maçın görüntüleri, müzik ve görüntü tekrarları yok. Haberle ilgili görüntüler kullanılmış.
12	1'30"	Futbol'da Bahis Skandalı	PFDK Trabzon'lu Gökdeniz'e 10 ay ceza verdi. Basın açıklaması ve Gökdeniz görüntüleri. Arşiv görüntüler kullanılmış.
13	1'50"	Kan Davasının Ürkütücü Boyutu	Aileler köyleri terk etmek zorunda kalıyor. Arşiv görüntüler. Köyü terk eden köylüler. Görüntü tekrarları yok.
14	1'15"	Kurbağalı Dere Temizleniyor.	Çalışmalar kapsamında Salı pazarı yeniden düzenlenecek. Belediye bşk. Röportajı, dere görün. ve deredeki pislikler, vatandaş röportajı.
15	55"	Telafer	Türkmen örgütler yardım kampanyası başlatıyor. Irak ve savaş görüntüleri. Röportaj yapılmış. Sivil toplum örgüt basın toplantısı.
16	1'16"	Irak'ta Arama	ABD ordusu Irak devlet başkanı danışmanının evini aradı. Aranan kişinin görüntüsü, ev arama ve Irak savaşı görüntüleri.
17	1'50"	Türkiye-Irak	Talabani terörü çözmek için Türkiye'ye mektup gönderdi. Basın açıklaması, Irak, PKK görüntüleri. Müzik ve tekrar yok.
18	1'36"	İsrail Operasyonu	Batı Şeria'da üç Filistinli öldürüldü. Savaş, silahlı insan ve ağlayan kadınlar. Basın açıklaması.
19	56"	Anavatan Partisi'ne Katılım.	Erzurum milletvekili Anap'a katıldı. Basın açıklaması ve meclis görüntüleri.

20	1'80"	Üniversite'lere Ek Yerleştirme	2005 ÖSYS için ek yerleştirme sınavları yapılacak. Sınava giren öğrenci görüntüleri. Üniversite içi ve dışı, öğrenci görüntüleri var.
21	50"	Avukata Silahlı Saldırı	Atalay Cebesoy Fatih'teki saldırıda yaralandı. Cebesoy'un görüntüsü, büro ve Adliye görüntüleri. Müzik yok. Görüntüler arşiv.
22	1'20"	ABD'de Uçak Faciası	Havadaki uçağın düşüş görüntüleri. Çıkan yangında itfaiye'nin çalışmaları.

TRT1			29.09.2005
SIRA	SÜRE	HABERİN ADI	SES-GÖRÜNTÜ
1	2'30"	Müzakerelere Doğru	Gerginlik artıyor, diplomasi trafiği yoğunlaşıyor. Dışişleri bakanı basın açıklaması ve hükümet ile AB görüntüleri. Müzik yok. Erdoğan açıklama yapıyor. Gazete manşetleri.
2	1'10"	Telefon Bağlantısı	Can İzbül gelişmeleri anlatıyor. AB diplomat görüntüleri. AP genel görüntüleri. Müzik ve görüntü tekrarı yok. Arşiv görüntüler var.
3	1'00	Canlı Bağlantı	Ziya Erel gelişmeleri anlatıyor. Arşivden AB görüntüleri.parlementerler, oylama ve AP görüntüleri.
4	1'05"	AB Süreci	Türkiye AB idealleri için anahtardır. Erdoğan konuşuyor. Kalabalık insanlar, müzik ve görüntü tekrarı yok.
5	1'06"	3 Ekim'e Doğru	Baykal: AB sürecinde artık hükümet değil TBMM karar versin. Baykal'ın AP'li diplomatlarla görüntüleri ve röportaj var. Müzik yok.
6	1'03"	Tüsiad'dan Hükümete Destek	Ayrıcalıklı ortaklık kabul edilemez. Sabancı konuşuyor. Salon görüntüleri. Kıbrıs konusundan bahsediyor. Görüntü tekrarı yok.
7	1'30"	Ele Geçirilen A 4 Patlayıcılar	Patlayıcıların Türkiye'ye Kuzey Irak'tan girdiği tesbit edildi. Emniyet'ten açıklama yapılıyor. Ele geçirilen maddeler gösteriliyor.müzik yok.
8	1'00"	Özel Üniversite'ler	Özel Üniversite'lere karşı değiliz ancak yasaya da karşı gelemeyiz. Teziç basın açıklaması yapıyor. Rektör toplantısı görüntüleri.
9	55"	Anayasa Mahkemesi	Mahkeme birliklere yapılan başkanlık sistemi kararını iptal etti. Arşiv kullanılmış, görüntüler haberle ilgili.

10	1'10"	Başbakan Çorum'da	19 plakalı Çorum'da 19 açılış yapıldı, 19 temel atıldı. Halka seslenen başbakan, kalabalık insanlar, görüntüler haberle ilgili.
11	40"	Yeni Yasama Yılı	TBMM yarın çalışmalarına başlıyor. Meclis görüntüleri. Milletvekilleri. Arşiv kullanılmış müzik yok.
12	40"	Kral TV Satıldı	Çukurova grubu, 45 milyon dolara satın aldı. TMSF başkanı açıklaması. Radyo görüntüleri. Arşiv kullanılmış. Müzik yok. İhale görüntüleri var.
13	40"	Benzin Zammı	Benzinin pompa fiyatına %3 zam yapıldı. Arşiv görüntüler. Benzin istasyonları ve araçlar. Müzik ve tekrar yok.
14	30"	TRT Genel Müdürlüğü	RTÜk'e 53 başvuru yapıldı. TRT görüntüleri. Arşiv. Müzik yok.
15	30"	Yağışlı Hava	Hafta sonu Trakya ve batı kesimlerde yağış görülecek. Arşiv görüntüler.
16	50"	Gribe Dikkat	Grip kalp krizi oranını % 50 artırıyor. Uzman görüşü. Hastane ve sağlık görevlisi görüntüleri. Aşı olanlar arşiv görüntü.
17	1'00"	Dünya Sağlık Örgütü Uyardı.	Kuş gribinden 5-150 milyon insan ölebilir. Aşı olan insanlar,sağlık örgütü ve başkanı görüntüleri. Hastane ve doktor görüntüleri var.
18	50"	Kuş Gribi	Sağlık Bakanlığı: Tüm önlemleri aldık. Hastane, aşı olanlar ve doktor görüntüleri. Müzik yok, görüntüler haberle ilgili.
19	1'05"	Hizb-ut Tahrir Operasyonu	Örgütün ele başı olduğu bildirilen Yılmaz Çelik tutuklandı. Slogan atan sakallı insanlar, polis-adliye görüntüleri. Haberle ilgili arşiv görüntüler kullanılmış
20	1'10"	Kuzey Kutbu Buzulu	Buzul eriyerek son 100 yılın en küçük yüz ölçümüne ulaştı. Buzul, bilim adamları ve kutup ayıları görüntüleri. Haberle ilgili görüntüler ve müzik kullanılmamış.

TRT 1			30.09.0205
SIRA	SÜRE	HABERİN ADI	SES-GÖRÜNTÜ
1	1'50"	Türkiye-AB İlişkileri	Türk Ulusu ayrımcılık yapılmasını kabul etmeyecektir. Cumhurbaşkanının konuşması. Mecliste alkışlayanlar. AB bayrakları. Milletvekili ve ab dış görüntüleri. Haberle ilgili görüntüler.
2	1'45"	3 Ekim'e Doğru	Türkiye Avrupalı liderlerin sözlerini tutmalarını bekliyor. Erdoğan konuşuyor. Kalabalık insanlar. Gül röportaj. AB görüntüleri. Müzik yok, görüntü tekrarı yok.
3	1'20"	3 Ekim'e Doğru	AB Dışişleri bakanlarının gündemi kesinleşti. AB'li dışişleri bakanlarının binaya gelişi. AB Meclis görüntüleri. Erdoğan Rum bakanla tokalaşıyor. Haberle ilgili görüntüler.
4	1'30"	3 Ekim'e Doğru	Düğüm Lüksemburg'ta çözülecek. Rum kesimi görüntüleri. Oylama ve AB iç ve dış bina görüntüleri. Muhabir anons yapıyor. Müzik yok. Görüntü tekrarı yok.
5	1'05"	Telefon Bağlantısı	Can İzbul gelişmeleri anlatıyor. Müzik yok. Arşiv görüntüleri kullanılmış. AB ve Meclis görüntüleri.
6	1'05"	Avrupa'dan Türkiye'ye Destek	İspanyol Solana konuşuyor. Avrupa basınından başlıklar. Dünya Bankası başkanı röportajı. Müzik yok. Haberle ilgili görüntüler.
7	45"	AB'nin Türkiye kararı	Gül:AB attığı imzayı şereflendirsin. Gül'ün basın açıklaması. Basın detayları. Müzik kullanılmamış.
8	1'20"	Yeni Yasama Yılı Başladı	Arıncı: Teröre en güzel cevabı meclis vermelidir. Açılan meclis, izleyenler, Arıncı'nın konuşması. Görüntü tekrarı yok. Alkışlayanlar.
9	1'05"	İhracat Artışı Sürüyor	Eylül ayı ihracatı 6 milyar dolara yükseldi. İhracat ve liman görüntüleri.Bürokrat toplantısı. Tekrar ve müzik yok. Ekonomi bakanı.

10	1'10"	Kayıt Dışı Ekonomi	Riskli mükellefler bilgisayardan takip edilecek. Unakıtan'ın konuşması. Esnaf ve kalabalık insan görüntüleri. Görüntüler haberle ilgili.
11	1'10"	Gıda Denetimi	Sebze meyvenin yarısı hallerden geçiyor. Hal ve sebze meyve görüntüleri. Arşivden kullanılmış. Röpörtaj var. Denetim görüntüleri.
12	40"	Doğalgaz Fiyatları	Fiyatlarda Ekim ayında da değişiklik olmayacak. Botaş ve doğalgaz hattı görüntüleri. Tekrar ve müzik yok.
13	55"	Sayısal Loto	Büyük ikramiyenin 3 milyon YTL'ye ulaşması bekleniyor. Sayısal oynayanlar, röpörtaj, bayi görüntüleri. İçerik haberle ilgili.
14		Başkent'e Yeni Piknik Alanı	Bayındır barajı yenilendi. Mavi Göl oldu. Erdoğan açılış yapıyor Kalabalık dinleyenler. Göl'den görüntüler. Nikah kısıyor ve Erdoğan şahit. Müzik yok. Görüntüler haberle ilgili.
15	50"	Küresel Tehdit: Terör	Türkiye'de ilk defa sertifika kapsamında. Programa katılanlar. Dinleyenler, basın açıklaması. Görüntüler haberle ilgili.
16	1'00	Terör Olayları	Teröristler iş makinalarını yaktı. Arşiv. Dağlık alan, tutuklananlar, operasyon görüntüleri. Helikopter ve askerler.
17	55"	Sahte YTL'ye Dikkat	İstanbul'da 100 bin adet sahte YTL ele geçirildi. Toplanan paralar, yakalananlar, polis operasyonu görüntüleri. Haberle ilgili görüntüler.
19	50"	İstanbul'da Yağış Beklentisi	Valilik yarın için yağış uyarısı yaptı. Yağmur ve sel basmış yerler, yağmurdan kaçanlar, yolda kalan araçlar. Haberle ilgili görüntüler arşiv.
20	55"	Sezeryan Doğum	Türkiye'de artıyor ancak riskleri fazla. Yeni doğan bebek görüntüleri, uzman doktor konuşuyor. Müzik ve tekrar yok.

21	1'00	Irak'ta Durum	Amerikan ordusu direnişçilere karşı operasyon başlattı. Savaş , direnişçiler ve Irak sokakları. Görüntüler haberle ilgili. Müzik yok.
22	1'05"	Endonezya'da Patlamalar	Bali adasındaki patlamalarda 23 kişi öldü. Patlama görüntüleri, gece çekilmiş. Yaralılar ve ambulans olayla ilgili. Görüntü tekrarı ve müzik yok.

SIRA	SÜRE	HABERİN ADI	SES-GÖRÜNTÜ
1	1'30"	Telefon Bağlantısı	Muhabir bağlantıda AB gündemini anlatıyor. Liderlerin verdikleri sözü tutacaklarından bahsediyor. AB ile ilgili detay görüntüler. Müzik yok.
2	1'55"	Canlı Bağlantı	Ankara'dan muhabir aktarıyor. AB ile hükümetin değerlendirmeleri. Toplantı görüntüleri ve Erdoğan'ın konuşması var. Basın açıklaması şeklinde. Tekrar yok arşiv görüntüler var.
3	30"	Canlı Bağlantı	Muhabir anlatıyor. Görüntü yok sadece muhabir bilgi veriyor.
4	1'20"	3 Ekim'e Doğru	Arınç: Avrupa Ekim'de önemli bir sınav verecek. Resepsiyon ve açıklama görüntüleri. Haberle ilgili görüntüler. Müzik yok.
5	1'10"	MHP'den Başbakana Çağrı	Bahçeli halka sesleniyor. Kalabalık ve konuşma görüntüleri. Haberle ilgili görüntüler. Tekrar ve müzik yok.
6	55"	AB Sürecini Protesto Mitingi	Kadıköy iskele meydanında yapılmış.kalabalık halk topluluğu. Sloganlar atılıyor. Yorum yok. Müzik yok
7	50"	Türkiye Ekonomisine Destek	AB müzakereleri zamanında başlamasa bile sorun yaşanmaz. Arşiv görüntüler, ekonomi ve halk görüntüleri. Alt ses anlatıyor ve bilgi veriyor.
8	40"	Korsan Gösteri Kanlı Bitti	Terör örgütü yandaşları polisle çatıştı. Olay sonrası görüntüler haberle ilgili. Tekrar yapılmamış
9	1'10"	Üniversitelere Ek Yerleştirme	57251 ek kontenjan belirlendi. Öğrenci, Üniversite ve sınav görüntüleri. Haberle ilgili ve bilgi veriliyor. Tekrar yok arşiv var.
10	55"	Canlı Bağlantı	Spor muhabiri Galatasaray maçıyla ilgili bilgi veriyor. Arşiv görüntüleri. Maç ve taraftar röportajları. Arşiv görüntü,müzik yok.

11	50"	Sel ve Su Baskınlarına Dikkat	Bodrum'da bir kişi sel baskınından öldü. Görüntüler haberle ilgili. Sel baskını ve mahsur kalanlar. Arşiv görüntü kullanılmış.
12	50"	Milletvekili Transferi	Bağımsız milletvekili AK Partiye katılıyor. Erdoğan ve basın açıklaması görüntüleri. Dağılım veriliyor. Görüntüler haberle ilgili.
13	1'10"	Daha Fazla Demokrasi Mesajı	Erdoğan açıklama yapıyor. Haberle ilgili görüntüler. Tekrar yok. Müzik kullanılmamış.Özelleştirmeye ilgili haber.
14	1'15"	Endonez'yada Saldırıları	İntihar saldırılarından amatör kamera görüntüleri. Haberle ilgili. Görüntü tekrarı var. Olay yerinin ve insanların görüntüleri.
17	55"	Sahte YTL'ye Dikkat	İstanbul'da 100 bin adet sahte YTL ele geçirildi. Toplanan paralar, yakalananlar, polis operasyonu görüntüleri. Haberle ilgili görüntüler.
19	50"	İstanbul'da Yağış Beklentisi	Valilik yarın için yağış uyarısı yaptı. Yağmur ve sel basmış yerler, yağmurdan kaçanlar, yolda kalan araçlar. Haberle ilgili görüntüler arşiv.

TRT1			26.09.2005
SIRA	SÜRE	HABERİN ADI	SES-GÖRÜNTÜ
1	1'30"	Star TV İhalesi	Star televizyonu 306 milyon dolara Doğan Grubunun. İhale görüntüleri. Haberle ilgili ve röportaj var. Müzik kullanılmamış.
2	1'20"	Erdemir İhalesi	6 firma teklif verdi. Erdemir arşiv görüntüleri, firmalarla ilgili görüntüler ve Erdemir'in yapısı ile ilgili bilgiler veriliyor.
3	1'10"	Büyükanıt'tan AP'ye Tepki	TSK'nın saldırganlıkla suçlanması çan sesleridir. Büyükanıt askerlere konuşuyor. Detay görüntüler, haber birinci ağızdan veriliyor.
4	1'15"	Müzakere Çerçeve Belgesi	Pazarlıklar sürüyor. AB ile ilgili bilgiler. Görüntüler Avrupa kentlerinden. Yunan ve Avusturya bayrakları. Arşiv kullanılmış
5	1'10"	AB ile Müzakereler	Arınç: Engel kalmadı. 3 Ekim'de başlayacak. Erdoğan konuşuyor. Haberle ilgili bilgiler veriliyor.
6	1'00	Bakanlar Kurulu	Konut finansman sistemi imzaya açıldı. Toplu konut görüntüleri. Arşiv kullanılmış. Cemil Çiçek konuşuyor. 1. ağızdan bilgi veriliyor. Müzik yok.
7	1'20"	Medeniyetler Buluşması	Semavi dinlerin temsilcileri Hatay'da toplandı. Erdoğan konuşuyor. Din adamları ve toplantı görüntüleri. 1. ağızdan bilgiler, müzik yok tekrar yok.
8	1'15"	Terör Olayları	Şırnak'ta 2 geçici köy korucusu şehit oldu. Arşiv görüntüler. Kırsal alanda köylüler ve güvenlik güçleri, helikopter ve korucu görüntüleri.
9	40"	Terörle Mücadele Çalışmaları	Terörle mücadele yüksek kurulu toplandı. Dış bina ve polis görüntüleri. Arşiv kullanılmış.
10	40"	Terör Olayları	Deniz Baykal açıklama yapıyor. Detaylar ve Baykal'ın konuşması. Birinci ağızdan bilgiler. Müzik yok.

11	1'05"	Likud'da Deprem	Şaron'un parti liderliği tartışılıyor. İsrail'den patlama ve çatışma görüntüleri. Haberle ilgili. Arşivden kullanılmış.
12	1'20"	Dünya Sağlık Örgütü	İsraili askerler kontrol yapıyor. Ambulans ve hamile kadınlar. Patlama görüntüleri ve çatışma. Arşiv kullanılmış.
13	1'15"	Irak'ta Saldırıları	Bağdat'taki saldırılarda 19 kişi öldü. Arşiv kullanılmış. Çatışma ve patlama askerler ve kontrol noktaları.
14	55"	Irak'taki İngiliz Askerleri	İngiliz halkı askerlerin çekilmesini istiyor. Askeri görüntüler, arşiv kullanılmış ve zayıf müzik var. Görüntüler haberle ilgili.
15	1'00	Dil Bayramı	Sezer: Türkçe'nin bozulmasında basın-yayın organlarının katkısı var. Eski cumhuriyet görüntüleri. Sezer konuşuyor. Toplantı detayları. 1. ağızdan bilgiler var. Arşiv kullanılmış.
16	1'30"	Otomobil Hırsızlarına Dikkat	İstanbul'da yılda yaklaşık 40 bin araç çalınıyor. Araba çalma tatbikatları. Röpörtaj yapılmış. Müzik kullanılmış. Polisiye görüntüler. Tedbirlerden bahsedilmiş. Muhabir araçta anons yapıyor.
17	1'10"	Okul Servislerine Denetim	Antalya'da kurallara uymayan araçlara cezalar yazıldı. Röpörtaj var. Servis ve öğrenci görüntüleri. Tekrar yok müzik yok.
18	1'15"	Taksicilerden Protesto	Taksiciler koruma istiyor. Taksici röpörtajları. Taksi ve güvenlik görüntüleri. Haberle ilgili görüntüler.
19	1'15"	İstanbul'da Sağanak Yağış	Etkili yağış nedeniyle trafik kazaları oluştu. Arşivden kaza yapan araçlar ve polisiye görüntüler. Müzik yok haberle ilgili görüntüler.
21	1'20"	Gıda Zehirlenmesi	Hastaneye başvuran öğrenciler. Haberle ilgili bilgiler veriliyor. Öğrenci ve hastane görüntüleri.

SHOW TV			26.09.2005
SIRA	SÜRE	HABERİN ADI	SES-GÖRÜNTÜ
1	2'10"	Star TV Aydın Doğan'ın	İhale görüntüleri,ekran ikiye bölünmüş diğer tarafta dolar ve sayılan paralar,yanlış anlaşılardan dolayı gülüşen insanlar,yan resimde reji odası,ihaleyi kazananların alkış ve sevinç görüntüleri.alt yazıda bir sonraki haberin kjsi.
2	2'05"	Bunlar Yabani Kazların Vahşi Çığlıklarıdır	Orgeneral Büyükanıt'ın konuşması ve tepkisi alkışlayan askerler,ekran ikiye bölünmüş,yanda AB toplantı görüntüleri,konuşma alt yazı ile de verilmiş.Haberin büyük bölümünde ekran ikiye bölünmüş.
3	2'50"	Medeniyetler Hatay'da Buluştu	Kalabalık ve yumruklaşan insanlar ile başlıyor. Protestocular.polis köpekleri arama yapıyor.Tutuklananlar,linç görüntüleri.din adamlarının gelişleri Emine Erdoğan'ın gözyaşları.T.Erdoğan ve kültür bakanının şekerleme görüntüleri.
4	1'55"	Tartışmalı Konferans Nasıl Geçti	Salona geliş ve yumurtalı saldırılar.Hararetli tartışmalar,dışarıda saldıranlar,kamera sürekli hareket ediyor.Bayraklar ve bağırانlar,yaşasın Cumhuriyet sesleri.
5	2'45"	Böyle Acı Tesadüf Olur mu?	Havaya ateş edenlerle başlıyor,komada çocuk,fluğ görüntüde ateş eden kalabalık,kamera sürekli hareketli.çocuk üstüne mix ile ateş edenler,görüntü ikiye bölünmüş doktor açıklama yapıyor,'Maganda','küçük Meryem' söylemleri,spiker ders olacak mı? Diye soruyor.

6	1'55"	Silahlar Hiç Susmadı	Ateş eden insanlarla başlıyor,düğün,davulcular çalıyor,sürekli ateş edenler,Aşiret yemek yiyor,başka bir düğün,havai fişek gösterisi yapılıyor,silah atmak yasak,para yağmuru gösterisi,müzik kullanılmamış,tekrar görüntüler var.
7	1'50"	Ankara'lı Turgut Tahliye Oldu	Yavaş adımlarla ceza evinden çıkış görüntüleri,alnına kurban kanı sürülüyor,güzel hapisane anıları olduğu söyleniyor,şarkı söylerken,'sağ olsun devletimiz bana 5 ay tatil yaptırdı' açıklaması,eller kınalı,'Ulucanlar merkez,akıllı olsun herkes' alt yazısı.
8	1'50"	Böyle Müdahale Olurmu?	İtfaiye kurtarma çalışmaları,kendini eve kapatan kadın ve kızı,kadın saldırıyor,vazo atıyor,kamera hareketli,birbirlerine sarılan anne kız kucaklanarak çıkarılıyor.balkonda ağlayan kadın görüntüsü,çığlıklar.
9	2'20"	Böyle Tezat Olurmu?	Karakola sığınan çocuklar dayakçı anneye geri verildi.Çocuk karakoldan çıkıyor,yüzü gizlenmemiş,sopayla dövüldüğünü anlatıyor,küçük erkek çocuk demirle ayaklarının yakıldığını söylüyor,çocukların vücutlarında darp izleri,baro başkanı açıklaması.Spiker 'bu çocukların başına bir iş gelse kim sorumlu olacak' diye soruyor.
10	2'05"	Kuyumcuyu Bir Dakikada Soydu	Güvelik kamerası ile başlıyor,hırsızlık yapan çocuk,korku filmi müziği döşenmiş,muhabir anons yapıyor ve dışarıdan içeriye doğru girerek olayı canlandırıyor.soyulan kuyumcu röportajı,'emniyet görevlilerine yalvarıyor' ifadesi.

11	2'10"	Panik Hırsızın Sonu Oldu	Gece görüntüleri,kamera polisi takip ediyor,ellerde silahlar,4. kattan atayan hırsızın yerdeki cesedi mozaiklenmiş,fotoğrafı var,diğer hırsız polis götürüyor,vatandaşlardan biri hırsız yumrukluyor,kamera hareketli.
12	1'30"	Polisler Buz Pistinde Nasıl Yumruklaştı?	Buz hokeyi oynarken Türk ve İspanyol polisleri,yumruklaşıyorlar,pois bandosu marş çalıyor,Bakan'da izliyor,gülüşmeler,maç sonu tokalaşmalar
13	2'10"	Yankesiciler Pazarlarda Nasıl Çalışıyor?	Pazar yerinde kovalamaca ile başlıyor,zabıta yakalamış,kamera koşuyor,'ekmek parası için yankesicilik yapıyormuş' alt yazısı',devlet bana iş versin' sesleri,tekrar görüntüleri.
14	2'25"	Pistlerde Kazalar Eksik Olmadı	Motor yarışları ve kaza görüntüleri,üç tekrar,kamera sürekli hareketli,bayan yarışmacı röportajı,İzmit'te otomobil yarışları,kameramana çarpan otomobil,kameramanın ambulansa taşınması,müzik yok.
15	1'30"	İstanbul'da Korkutan Yangın	Yangınla başlıyor,kamera sürekli hareketli,vinçle kurtarma,muhabir anonsla olayı anlatıyor,ağlayanlar,su isteyenler,yoğun duman.
16	1'40"	<u>İnci Doğan'ı Menajeri de Yalanladı</u>	İşkence gördüğünü söyleyen şarkıcı,hastanedeki görüntüleri yakın yüz,işkenceli,polis gerçek olmadığını tesbit etmiş menajeri de kabul etmiş.
17	2'20"	Bebeğin 8 Hücreli Hali Ekranlarda	Tüp bebek çalışmaları,anne adayı anlatıyor,ameliyathane görüntüleri,eşide girmiş izliyor,mikroskopta detaylara bakılıyor,doktor açıklama yapıyor.
18	2'30"	Buda Teke Rekoru	Burdur'da rekor denemesi.Stadyumda kalabalık zıplayarak birlikte dans ediyor,kumanya dağıtılıyor,20.328 kişi aynı anda zıplıyor ve rekorlar kitabına giriyor.

REKLAMLAR STÜDYOYA DÖNÜLÜYOR VE SİKER
GİRİYOR 12 DAKİKA BÜLTENİ KAPATİYOR

TRT1			01.10.2005
SIRA	SÜRE	HABERİN ADI	SES-GÖRÜNTÜ
1	1'50"	3 Ekim'e Doğru	Erdoğan açıklama yapıyor,AB binası ve bayrakları,Baykal'ın temasları,parlamenteler ve açıklamaları,İstanbul detay görüntüleri,haberle ilgili ve birinci ağızdan bilgiler var.
2	55"	AB-Türkiye	Avrupa'da gündemin Türkiye olduğu anlatılıyor. AB parlamenterleri görüntüleri,Avrupa basın özetleri.
3	1'05"	Terörle Mücadele Çalışmaları	MGK toplantısı görüntüleri,haberle ilgili görüntüler,terör olayları ve kırsal alan,toplantıdan detaylar.
4	20"	Canlı Bağlantı	Muhabir MGK gündemini anlatıyor,geliş ve toplantıya giriş görüntüleri
5	50"	Teröre Lanet	Halk Türk bayrağı ile yürüyüş yapıyor,alkışlayan ve protesto edenler,bayrak asan esnaf ve güvenlik güçleri detayları
6	1'05"	Başbakan Oman'da	Erdoğan Arap iş adamlarına konuşuyor,yatırıma çağırıyor,Şeyh ile el ele Erdoğan,Dinleyen Araplar,Müzik ve görüntü tekrarı yok
7	1'10"	Irak'ta Saldırıları	İntihar saldırısı,savaş ve detay görüntüler,açıklama yapan güvenlik görevlileri
8	55"	Ebu Gureyb Davası	İşkence görüntüleri,Amerikan askerleri detayları,gizli kamera gibi çekilmiş
9	50"	Ortadoğu'da Şiddet	Gece görüntüleri,saldırı olmuş,protesto edenler,halk 'Gazze'ye Girebiliriz' açıklamasını kutluyor.
10	1'05"	Film Setinde Ölüm	Dizi film setinde çekim sırasında yapılan kaza,oyuncu ölmüş ve fotoğrafı var,filminden detaylar,müzik yok tekrar yok.Haberle ilgili görüntüler.
11	55"	Trafik Kazaları	Kaza ile ilgili görüntüler,hastane ve yaralılar,araçlar kaldırılıyor,haberle ilgili görüntüler

12	1'10"	Trafik Kazaları	Yurdun diğer bölgelerinde meydana gelen kazalar,arşiv görüntüler,8 kişi ölmüş 16 yaralı,hastane görüntüleri
13	50"	İtfaiye'den Kurtarma Tatbikatı	İtfaiye araçları,yanan araca müdahale,kapanan trafik ve polisin çalışmaları
14	1'10"	Davulculara AB Kriteri	Herkes davulcu olamayacak,sınav yapılıyor,arşivden Ramazan davulcuları,sınavda canlı performans izleniyor,Ramazan manisi söyleyen davulcular.Röpörtaj var.
15	1'10"	Okul Kantinleri	Kalabalık şekilde denetim yapılıyor,tost ve satılan yiyecekler kontrol ediliyor,açıklama var,zabitanın operasyon görüntüleri.
16	60"	Uzan Medya Grubu İhaleleri	TMSF dış bina,yapılan satışların fiyatları belirtiliyor,radyolardan detaylar,Uzan grubuna ait dış görüntüler.
17	50"	Galataport İhalesi	İhale görüntüleri ve imzalar atılıyor,maket ve izleyenler,haberle ilgili bilgiler veriliyor
18	40"	Özelleştirmeler	Unakıtan açıklama yapıyor,özelleştirmelerin devam edeceğini anlatıyor.
19	35"	Polis Alınacak	Emniyet görüntüleri,şartlar anlatılıyor,detay görüntüler arşiv,haberle ilgili görüntüler.
20	50"	Preveze Deniz Zaferi	Tanıtım tatbikatı şeklinde,gemilerden görüntüler,helikopter ve askeri görüntüler haberle ilgili.Röpörtaj var.
21	1'15"	İDEF 2005	52 ülkeden katılan firmaların fuardaki görüntüleri,hava akrobasi timi gösteri yapıyor,tanklar tanıtılıyor,bilgi verici bir haber.
22	50"	Mağdur Tüketicinin Aldığı Ürün	Protesto.Bozuk mal alan tüketici bu malı sokakta yakıyor,halk slogan atıyor,görüntüler haberle ilgili.
23	1'30"	Meksika'da Boğa Güreşi	Boğalardan kaçanlar ve şenlik görüntüleri,boğa kalabalığa saldırıyor,kamera boğayı takip ediyor,47 yaralı.

SHOW TV
SIRA SÜRE HABERİN ADI

27.09.2005
SES-GÖRÜNTÜ

1 1'50" AB Gündemi

Erdoğan açıklama yapıyor,AB binası ve bayrakları,Baykal'ın temaslari,parlamenteler ve açıklamaları,İstanbul detay görüntüleri,arşiv görüntüler,müzik kullanılmamış.

2 2'10" Terörle Mücadele Çalışmaları

Dağlık alanda çatışma ve askeri görüntüler,helikopter uçuyor muhabir anons yapıyor,gece görüntüleri,ekran ikiye bölünmüş,arşivden kullanılmış,çatışma ve arama görüntüleri var.

3 2'15" AB-Türkiye

Avrupa Birliğinde Türkiye'ye yaklaşım anlatılıyor,basın manşetleri ve Avusturya'nın gazeteleri,Fransa'nın Ermeni tasarısına verdiği destek anlatılıyor,ekran sık sık bölünüyor arşiv kullanılmış.

4 2'10" Silahlar Hiç Susmadı

Ateş eden insanlarla başlıyor,düğün,davulcular çalışıyor,sürekli ateş edenler,Aşiret yemek yiyor,başka bir düğün,havai fişek gösterisi yapılıyor,silah atmak yasak,para yağmuru gösterisi,müzik kullanılmamış,tekrar görüntüler var.

5 2'05" Böyle Müdahale Olur mu?

İtfaiye kurtarma çalışmaları,kendini eve kapatan kadın ve kızı,kadın saldırıyor,vazo atıyor,kamera hareketli,birbirlerine sarılan anne kız kucaklanarak çıkarılıyor.balkonda ağlayan kadın görüntüsü,çığlıklar.

6 2'10" Hoş geldin Ramazan

Muhabir markette,ramazanlık gıdaların fiyatlarını araştırıyor,zeytinin tadına bakıyor kamera hareketli ,geçen yılla fiyatları tartışıyor,vatandaş görüntüleri,mallardan detaylar,müzik kullanılmamış.

7	2'15"	Nuri Alço Muradına Erdi	Kötü adam rolüyle ünlenen Alço'nun film setinden görüntüler,makyaj yapılıyor,ekran ikiye bölünmüş eski ve yeni film kareleri,Alço ağlıyor,alt ses tabuların yıkıldığını söylüyor,röpörtaj var,görüntü tekrarları var.
8	2'20"	Mali'den Tuğçe ve Gamze'ye Destek	Ekran ikiye bölünmüş,röpörtaj ve film görüntüleri,Tuğçe'nin düğünü,Gamze'ye destek çıkıyor,Erbil espriler yapıyor,elinde içki kadehi var.Müzik yok,arşiv var.
9	1'30"	Cem Yılmaz Şov Devam Ediyor	Reklam filminden ve setten görüntüler,müzik kullanılmış,elinde megafon espriler yapıyor,ekran ikiye bölünmüş,görüntü tekrarları var.
10	2'15"	Davula Geldi Kriter,Davulcular Bihaber...	Sınav yapılmış,davulcular mani söylüyor,belediye başkanı konuşuyor,büyük puntolarla yazılar görüntünün üzerine yazılmış,'ne de olsa içlerinde Avrupa görmüş olanlar da var' cümlesi ve davulcu röpörtajı.Kamera sürekli hareketli,davulcuların etrafında dönüyor.
11	1'40"	İnci Doğanı Menajeri de Yalanladı	İşkence gördüğünü söyleyen şarkıcı,hastanedeki görüntüleri yakın yüz,işkenceli,polis gerçek olmadığını tesbit etmiş menajeri de kabul etmiş.
12	2'45"	Böyle Acı Tesadüf Olur mu?	Havaya ateş edenlerle başlıyor,komada çocuk,fluğ görüntüde ateş eden kalabalık,kamera sürekli hareketli,çocuk üstüne mix ile ateş edenler,görüntü ikiye bölünmüş doktor açıklama yapıyor,'Maganda','küçük Meryem' söylemleri,spiker ders olacak mı? Diye soruyor.
13	2'05"	Bunlar Yabani Kazların Vahşi Çıgıllarıdır	Orgeneral Büyükanıt'ın konuşması ve tepkisi . Alkışlayan askerler,ekran ikiye bölünmüş,yanda AB toplantı görüntüleri,konuşma alt yazı ile de verilmiş.Haberin büyük bölümünde ekran ikiye bölünmüş.

14	2'10"	Harry Potter Bu Kez Korkutacak	Filmden sahneler,filmin özellikleri anlatılıyor,tanıtım gibi olmuş.
15	2'30"	Altın Portakal'da Kıskançlık Krizi	Kortej görüntüleri ile başlıyor,halkın arasında kamera dolaşılıyor,Ağaçlık bir alanda Madsen habercileri peşinden sürüklüyor,kameralar ve mikrofonlar,ödül töreni ve Sezen Aksu konseri.
16	3'25"	Her Keseye Göre Ev	Site görüntüleri,muhabir anonsla başlıyor,evleri tanıtıyorlar,müzik kullanılmış,röportaj var,odalar anlatılıyor.Vals müziği eşliğinde alternatif evler gösteriliyor. Muhabir anonsla mutfığa giriyor ve havuzu anlatıyorlar.Haber ve anlatılanlar bitmek bilmiyor,tanıtım filmi gibi olmuş.
17	1'20"	Ünlüler Dublörlerini Yalnız Bırakmadı	Yanan adamla başlıyor,sahne şovu gösterileri,aktörler,film sahneleri,ödül alanlar,müzik kullanılmış
REKLAM GİRİYOR 16 DAKİKA			STÜDYOYA DÖNÜŞTE SİKER BÜLTENİ KAPATİYOR

SHOW TV			28.09.2005
SIRA	SÜRE	HABERİN ADI	SES-GÖRÜNTÜ
1	2'30"	AB'de Türkiye İçin Kavgı	Konuşan parlamenterler,ateşli bir şekilde ve kurgu hızlı yapılmış,bir görüntü gidiyor diğeri geliyor,Meclisten görüntüler,Görüntünün üzerine büyük puntolarla yazılar yazılmış,Erdoğan geliyor ve büyük yazılarla ekran ikiye bölünüyor.
2	1'45"	Terör Örgütü Türkiye'ye Patlayıcı Sıktı	Polisiye görüntüler ve polise vurma yetkisinden bahsediliyor,helikopter ve askeri görüntüler,büyük puntolarla görüntünün üzerine yazılar yazılmış,ekran ikiye bölünmüş,müzik yok.
3	2'25"	Magandalar Neden Eğitime Alınacak	Arşivden ateş edenler,yakın silah görüntüleri,muhabir elinde silahla ateş ediyor ve anons yapıyor,yaralanmış bebek görüntüsü,muhabir şarjör değiştiriyor ve büyük puntolarla yazılar yazılmış.Görüntüler ağır okunmuş.Zaman zaman müzik var.
4	1'20"	Adı Dernek İçı Kumarhane	Polis kamerasından görüntüler,baskın yapılıyor,muhabir girişte anons yapıyor,görüntü mozaiklenmiş,kumar detayları,muhabir soruyor şahıs mozaiklenmiş. Müzik yok.
5	1'50"	Hapçılar Böyle Yakalandı	Polis kamerası,korku filmi müziğı,satıcı mozaiklenmiş,şahıs yuvarlak içine alınıyor,esrar paketleri gizlice verilirken,tutuklanmış satıcıya mikrofon uzatılıyor.
6	2'20"	Ali Kalkancı Maaşla Çalışıyormuş	Arşiv görüntüler,kafalarını sallayanlar,müzik var,adliye çıkışı ve kamera sürekli hareketli,eşinin röportajı var ekran ikiye bölünmüş,sık sık bölünen ekranda arşivden görüntüler var.

7	2'15"	Minibüsçüler Yol Kapattı	Trafikte minibüsçüler ve tartışan insanlar,polis ayırmaya çalışıyor,kendini yere atanlar,görüntünün üzerine yazılar yazılmış,ekran ikiye bölünmüş,yolda kalan bir hasta üzerinden haber öyküleştirilmiş.
8	2'40"	Kim Cinayeti Gördüm Diyecek	Oğlu öldürülen anne konuşuyor,olay hikayeleştirilmiş,müzik dramatik,fotoğraflar kullanılmış,cenazeden görüntüler var,spiker yorum yapıyor,dramatik bir metin yazılmış,görüntü tekrarları var.
9	2'15"	Devletin Yapamadığını Komşular Yaptı	Dayakçı annenin eline bırakılmayan çocuklara komşular sahip çıkıyor,anne ve çocuklar,ağlayanlar,ekran ikiye bölünmüş,sesler yazı ile verilmiş,kamera hareketli.
10	1'55"	Bu Sefer Kimi Göüntülediler	Kameralı telefonlarla görüntülenen mankenler,ağlayan mankenler,telefonla çalışanlar,mankenle röportaj,manken detayları,poz veren mankenler,müzik yok kamera sürekli hareketli.
11	2'20"	Kaya Çilingiroğlu Suskunluğunu Bozdu	Duygusal müzik kullanılmış,ekran ikiye bölünmüş,arşiv görüntüler,röportaj var,duygusal metin yazılmış,Hülya Avşar görüntüleri,müzik değişiyor yine duygusal,tekrarlar var,metinde yorumlar var.3. müzik ve kullanılmış.
12	2'15"	3 Ayda 43 Kilo Verilebilir mi?	Ekran ikiye bölünüyor,eski ve yeni haller gösteriliyor,büyük alt yazılar var,tartılırken ve röportaj,dans müziği kullanılmış,meyve-sebze görüntüleri var,ekran sık sık bölünüyor.
13	3'00	65 Milyara Daire Olur mu?	Bol müzikli görüntülerle başlıyor,site görüntüleri,evlerden detaylar,muhabir anons yaparak evlere giriyor ve tanıtıyor,zeminde halı ,duvarlarda kağıt kaplama olduğu anlatılıyor,muhabir mikrofon elinde sürekli anlatıyor.Fiyatlar büyük yazılarla gösteriliyor.

14	1'10"	Borcunu Ödeyemeyene Kart Yok	Yazar kasa ve A.Şener'in açıklamaları ile başlıyor,vatandaş röportajı,genel görüntülerin üzerine yazılar yazılmış,alış veriş yapanlar.
15	1'15"	Bebeğinizi Kendi Ellerinizle Zehirlemeyin REKLAM GİRİYOR 14 DAKİKA	Bebek görüntüleri,biberonun zararlı maddelerinden bahsediliyor,bebek görüntüleri,anne röportajı,doktor konuşuyor,müzik yok. SİKER BÜLTENİ KAPATİYOR

SIRA	SÜRE	HABERİN ADI	SES-GÖRÜNTÜ
1	2'20"	Avrupa Birliğinde Türkiye Gündemi Krizi	Erdoğan ve AB'li parlamenter görüntüleri,büyük harflerle yazılar yazılmış,Avusturya 'mızıkçılık yapıyor' söylemi,müzik kullanılmamış arşiv yok,bayrak ve hükümet görüntüleri var.
2	1'40"	Gül: Ciddi Zorluklar Var	Gül açıklama yapıyor,Erdoğan liderlerle,AB parlamentosu,müzakere çerçeve belgesi görülmeden Brüksel'e gidilmeyeceği 1. ağızdan açıklanıyor.
3	2'15"	Yağmur Başlayınca Trafik Durdu	İstanbul'da yağmur yağmış ve trafik görüntüleri hızlı okunmuş fakat yavaş gibi gösterilmiş,röpörtaj var,geri geri gidenlere muhabir 'kaçıyomursunuz' diye soruyor,anons var üç muhabir ayrı ayrı,haber önemliymiş izlenimi veriliyor.
4	1'10"	Aydın Polatçı 120 kiloda Dünya Şampiyonu	Güreş görüntüleri,madalya takılıyor,dönüşte spiker dopingle ilgili yorum yapıyor.
5	2'45"	Yıkılan Gecekondu'nun Sahibi Ne istedi?	Yıkılan gecekondu'nun üzerine ağır bir müzik döşenmiş,ağlayan kadınlar,bir aile üzerinden hikayeleştirilmiş,polisin müdahalesi,yaşlı kadının zaten hasta olduğu söyleniyor ve bir çocuk ile ördekleri hikayeleştiriliyor.
6	1'20"	Kanadı Kopan Uçak Düşerken Böyle Görüntülendi	Hayalet uçağın görüntüleri,amatör kamera,sol kanadı kopan uçak yere düşüyor ve müzik kullanılmış,çıkan yangın ve söndürme çalışmaları.
7	1'20"	Skandal Eylemin Sorumlusu Yakalandı	Son dakika verilmiş müzik kullanılmış,eylem ve yakalanan lider görüntüleri.
8	1'55"	Cinayet Zanlısına Kimler Saldırdı?	Ambulans,polis ve saldırganlar ile başlıyor,görüntü mozaiklenmiş,çığlıklar,müzik kullanılmamış,sürekli kargaşa görüntüleri.

9	1'50"	Adres Sordu Çantasından Oldu	Polis kamerası,macera filmi müziği kullanılmış,görüntü çerçeve içine alınarak belirginleştirilmiş,ağır çekim kullanılmış,ekran ikiye bölünmüş
10	1'45"	Minibüs Alev Alev Yandı	Yanan minibüs,söndürme çalışmaları,cep telefonu ile çekim yapan vatandaş,izleyen öğrenciler,tekrarlar var.
11	1'40"	Önce Sanık Sonrada Avukat Öldürüldü	Ekran ikiye bölünmüş,öldürülen avukat ve cinayet yeri,'mafya avukatı' ifadesi,adliye ve polisiye görüntüler.Ceset mozaiklenmiş.
12	2'20"	Hem Suçlu Hem Güçlü	Gece görüntüleri,büyük punto yazılar yazılmış,polisiye zabıta görüntüleri,fırında pislikler,kameramanlara saldıran vatandaş.
13	2'25"	Pitbulların Başı Artık Dertte	Disko müziği ve hızlı okunmuş koşturan inek görüntüleri,yakalamaya çalışanlar,evcil hayvanlarla ilgili yasa çıkmış o anlatılıyor,röpörtaj var,çeşitli hayvan görüntüleri,ördeklerin yanında anons yapan muhabir.
14	2'50"	Banu Alkan Yine Şaşırttı	Büyük puntolarla yazılar,Banu Alkan ve sevgilisi yürüyorlar ve hamile olduğunu söylüyor,müzik kullanılmamış ancak Alkan'ın şarkıları söylerken görüyoruz,bol bol tekrar var.klibinden görüntüler ve kız çocuğu olacağını açıklıyor.
15	1'50"	Torun Chaplin Büyüledi	Antalya film festivalinden görüntüler,Chaplin kılığında biri,eski film görüntüleri,havuz kenarında şezlonglarda yatan sanatçılar.
16	2'30"	Diyete Devam	Hızlı bir müzikle zayıflayan kadınlar ve hızlı okunmuş görüntüler,büyük yazılar yazılmış,Ayten Hanım üzerinden hikayeleştirilmiş,ekran ikiye bölünüyor eski ve yeni hali gösteriliyor.

17	2'25"	Seray Sever Dava Açacak mı?	Sahne görüntüleri,ekran ikiye bölünmüş iki kadın ayrı ayrı gösteriliyor,ilişkisini anlatan Sever Seda'ya kırıldığını anlatıyor,arabesk müzik döşenmiş,tekrar görüntüler çoğunlukta.
18	2'15"	İştahsız Çocuklar İçin Çözüm	Hızlı müzik ve çocuk görüntüleri,kontrol ediliyor ve doktor küçük ekrana alınmış anlatıyor,anne röportajları ve oyuncakla oynayan çocuklar.
19	2'35"	Aşırı Tüylene Neyin Habercisi?	Cilt merkezinde kontrol olan kadınlar,yüzüne makyaj yapılanlar,doktor röportajı,çeşitli güzellik görüntüleri.
20	2'00	Akıllı Ramazan Alışverişi Nasıl Yapılır?	Hızlı müzik ,'akıllı hurma nasıl olur' diye soruluyor,alaycı bir tavır,tadına bakıp alan vatandaş detayları,en ucuzu değil kullanışlı olanı alın tavsiyesi.
14 DAKİKA REKLAM GİRİYOR.			SPIKER DÖNÜŞTE BÜLTENİ KAPATIYOR.

SHOW TV			30.09.2005
SIRA	SÜRE	HABERİN ADI	SES-GÖRÜNTÜ
1	2'10"	Müzakereler 3 Ekim'de Başlayacak mı?	Görüntü yavaş okunmuş,altta gerginlik müziği var,ekranda büyük puntolarla yazılar var,'Avusturya mızıkçılık yapıyor' ifadesi,Erdoğan liderlerle,yavaş okunmuş görüntülerle devam edilmiş,tekrarlar var.
2	1'55"	AB İle Gemiler Yakılacak mı?	Gül konuşuyor,AB liderleri,Erdoğan dürüstlüğü davet ediyor,kalabalık ve bayraklar,vatandaş tezahürat yapıyor,Sabancı ve Koç hükümete destek veriyor.
3	55"	Kral TV Çukurova Grubunun	İhale görüntüleri,kral TV'den görüntüler,kendi grubuna ait şirketin girdiği ihale haberi 3. sırada yapılmış.
4	50"	Irak'ta Bombalar Ard Arda Patladı	Patlama görüntüleri,kamera hareketli,ambulans ve yaralılar,yanmış araçlar,müzik var,görüntü tekrarı yok.
5	45"	YÖK-Hükümet gerginliği Bitecek Gibi Değil	Yürüyüş yapan akademisyenler,Teziç'in açıklamaları,Erdoğan ve hükümet görüntüleri,alkışlayanlar ve haberle ilgili olabilecek görüntüler var.
6	1'25"	Skandal Eylemin Sorumlusu Tutuklandı	Yasadışı örgütün lideri tutuklanmış,büyük harflerle yazılar yazılmış görüntü üzerine,'medya meraklısı' ifadesi yer alıyor,eylemden görüntüler arşivden,Atatürk'e hakaret iddiası,ekran ikiye bölünmüş daire içine alınarak gösterilen eylemci.
7	1'50"	Hain Plan Tutmadı	Askeri görüntüler,patlama görüntüleri arşiv,kamera koşarak kaçıyor heyecanlı biçimde,bombalı piknik tüpü patlatılıyor,görüntü tekrarları var.
8	1'50"	UEFA'da Bir Hüzün Bir Sevinç	Kalabalık taraftarlar,ekrana yazılar yazılmış,yavaş okutulan görüntüler var,slogan atanlar ve 'satılmış adamsın' cümlesi yazıyla vurgulanıyor.

9	1'55"	O'na Ne Oluyorsa?	Gecekondu yıkımında çatıya çıkan vatandaş,mozaiklenmiş görüntü,eylemcinin olayı yanlış anladığı söyleniyor,büyük yazılar yazılmış ekrana,adamın 5 aylık bebeği olay yerine getirilmiş,'yakarım kendimi' ifadeleri,ağzında sigara ile müdahale eden polis.
10	1'10"	Haraç Cinayeti	Yerde yatan ceset,mozaiklenmiş ve çığlık atan kadın,cenaze kaldırılıyor görüntü tekrarları var,müzik yok.
11	2'10"	Şahin ve Saral Çetesi İstanbul'u Kana Buladı	Korku filmi müziği,yavaşlatılmış görüntüler,mozaiklenmiş cesetler,ekran ikiye bölünmüş,tutuklanan çete liderlerinin üzerine silah sesleri verilmiş,mahkeme,adliye ve ambulans görüntüleri,müzik sürekli devam ediyor.
12	2'15"	Kavgacıları Polis Bile Durduramadı	Pompalı tüfek,satır ve sopalarla kavga edenler,polis müdahale ediyor,görüntü büyütülmüş ve yuvarlak içine alınmış,yavaş okunuyor ve polis toplayıp götürüyor,görüntü tekrarları fazla.
13	2'10"	Sahteciliğin Böylesi	Hırsızlar yakalanmış,görüntü üzerine büyük harflerle yazılar yazılmış,suç aletleri yanında muhabir anons yapıyor,sahte evrakları tanıtıyor,gazeteye verilen satış ilanlarını muhabir gösteriyor.
14	1'50"	Kanlı Duruşma	Adliyede kayınvalidesine saldıran adam tutuklanmış götürülüyor muhabir soru soruyor,kadın sedyeye götürülüyor,büyük harflerle yazılar yazılmış,görüntü tekrarları bol.
15	1'45"	Huzurevinde Tatbikat	Yangın tatbikatı yaşlı bir kadın üzerinden hikayeleştirilmiş,büyük yazılar yazılmış ekrana,kadına tatbikat olduğu söyleniyor,dışarı çıkarılan yaşlılar ve görüntü tekrarları.

16	2'10"	Tatlises'e Dolar Yağdı	Sahne Tatlıses'in üzerine dolarlar fırlatılıyor, oynayanlar ve balkondan seyredenler, ağlayan kadın yakın plan, dolarları yerden toplayanlar ve görüntü tekrarları.
17	2'20"	Afrodit Ne Yapacağını Şaşırdı	Banu Alkan sahne görüntüleri, sevgiliyle öpüşürken ve ekranda adamın görüntüsü yırtılıyor Alkan geliyor, hamile olduğunu açıklıyor, arşiv görüntüler ve bir bebekle oynaşmaları, sürekli poz veren Alkan...
18	2'25"	Çelik:Seda Sayan Kendi Hayatına Baksın...	Çelik, Seda Sayan, Seray Sever ve Buket Saygı'nın görüntüleri peş peşe müzik destekli verilmiş, ekran ikiye bölünerek eşi bir yanda sevgilisi bir yanda gösteriliyor, müzik sürekli devam ediyor, 'Seray'la aşk yaşadığını itiraf etti' ifadesi, ikiye bölünen ekranda kavgalı taraflar gösteriliyor.
19	1'30"	Şebnem Zeyna'yı Aratmıyor	Film setinden sahneler, Şebnem Dönmez at üzerinde ve kılıç kullanıyor, çılgınlık atılıyor sürekli, büyük puntolarla yazılar yazılmış.
20	1'40"	Bunu Hak etmemişlerdi	17 yaş altı dünya futbol maçında millilerimizin görüntüleri, Spiker bağırarak maçı anlatıyor, 'bunu hak etmemişlerdi' ifadesi, arşiv görüntüler.
21	1'40"	Anne Adayları Hamilelikte Ne Giymeli?	Vals müziği eşliğinde hamile kadın görüntüleri ve hamile elbiseleri, hamile bir kadına modellik yaptırılmış, müzik sürekli, anne karnında bebek animasyonları, röportaj var, görüntü tekrarları sık kullanılmış. Tanıtım filmi gibi yapılmış, elbiselerin bütün detayları anlatılıyor.
22	3'10"	Beylikdüzü Düze Çıktımı?	Site dış görüntüleri ve dans müziği kullanılmış, huz ve evin diğer detayları tanıtım filmi gibi anlatılıyor, muhabir anonsla giriyor ve 'dairemiz 80 milyar' şeklinde anons yapıyor. Kamera odaları tek tek geziyor, müzik sürekli.

REKLAM GİRİYOR 14 DÖNÜŞTE SPİKER BÜLTENİ KAPATIYOR
DAKİKA

SHOW TV			01.10.2005
SIRA	SÜRE	HABERİN ADI	SES-GÖRÜNTÜ
1	2'10"	Meclis Avrupa Birliğine Meydan Okudu	Erdoğan ağır çekimde meclise geliyor, AB'li parlamenterler, kırmızı büyük puntolarla yazılar yazılıyor, mecliste alkışlar, askerler gösteriliyor Arınç konuşuyor, Sezer mecliste konuşuyor, ayakta alkışlayanlar
2	2'05"	Erdoğan'ın Güvenliği En Üst Düzeyde	Başbakan konuşma yapıyor, ellerinde şemsiyelerle yumurta saldırısı ihtimaline karşı korumalar, Norveç'te Erdoğan'a yumurtalı saldırı, Rusya'da benzer saldırı, Erdoğan yuvarlak içine alınmış.
3	1'55"	Vatandaş İsyanda Topbaş Gergin	Kalabalık trafik görüntüleri, muhabir soru soruyor, vatandaş tepkili, kamera sürekli hareketli, arşiv görüntüler, gece anonsları yapıyor muhabir, araçların arasından muhabir anonslarına devam ediyor.
4	1'50"	Hani Taklit Edilemezdi	Barlardan görüntüler, kaçak rakılar, flash atılarak morgdan çıkarılan cenazeye geçiliyor, röportaj yapılmış büyük harflerle yazıya dökülmüş, yeni şişeler ve kapaklar.
5	1'50"	Jokeyin Ölümü Gördüğü An	Mahalli at yarışlarından görüntüler, seyirciler ve jokeyin attan düşüşü, görüntü tekrar tekrar ve yavaşça okutuluyor.
6	2'10"	Polis Ne Umdu Ne Buldu	Gece görüntüleri, yuvarlak içine alınmış ve ağır çekim okutuluyor, trafikte kovalamaca, tekrar tekrar görüntü yuvarlak içinde gösteriliyor, büyük puntolarla yazılar yazılmış ekrana.
7	2'05"	250 Bin Liraya 1 Milyon	Ağır okunmuş görüntü, kalpazanların suç aletleri, polis merkezinde sahte YTL'ler kamera sürekli hareketli, muhabir elinde sahte-gerçek farklarını anlatıyor, adliye sevk.

8	2'30"	Belalı Çift Nasıl Dehşet Saçtı?	Elindeki şişeyi adamın kafasında parçalayan saldırgan,büyük yazılar var ekranda,görüntü yuvarlak içine alınmış,sürekli tekrarlar var ve ağır çekim okunmuş görüntü,mozaik içine alınmış yüzü kan içinde kavga edenler.
9	2'15"	Ay Bir Klisesi' ne Her Dinden Yoğun İlgi	Ağır çekimde dua edenler,kuyrukta bekleyenlerle röportaj,mumlar yakılıyor muhabir anons yapıyor,ilahi bir müzik,ellerinde anahtar tutanlara kameranın önüne anahtar koyularak zoom out yapılmış.
10	1'40"	Kızı İçin Çocuk Doğurdu	Taşıyıcı anne olan annenin haberi,duygusal müzik kullanılmış,hamile fotoğrafı var,aile bir arada,gözü yaşlı anne,müzik devam ediyor.
11	3'30"	Dikkat Ünlü Çıkabilir	Barda dans eden sanatçılar,'İstanbul'un Eski Günlerini Aratmayacağı' ifadesi,tabaklar kırılıyor,sürekli bar müziği,gece hayatındaki nargile kalabalığı gösteriliyor,çiçekçi kadınlara röportaj,eğlence mekanları tek tek tanıtılmış,cezaevinden çıkan İmren'in sahnesi ve Yıldız Tilbe göbek atıyor.
12	2'25"	İbrahim Tatlıses'i Kim Ağlattı?	Sahne Tatlıses,sarılmaya çalışanlar,ağlayanlar,özürlü çocuğu olan bir anne üzerinden hikayeleştirilmiş,yavaş okunmuş görüntü,halay çekiyor ve 'Bebeğim' şarkısında anneye göz göze gelen Tatlıses'in ağlayışı.
13	3'10"	Cem Yılmaz Neden Zor Anlar Yaşadı?	Tiyatro sahnesinde Yılmaz Erdoğan,izlemeye gelen ünlüler tanıtılıyor,kameralar Cem Yılmaz'ın etrafında,yazılar büyük punto yazılmış,görüntüler sürekli tekrar ediliyor ve arşivden kullanılmış.
		REKLAM GİRİYOR 13'50"	STÜDYOYA DÖNÜŞTE SİKER BÜLTENİ KAPATİYOR

SHOW TV			02.10.2005
SIRA	SÜRE	HABERİN ADI	SES-GÖRÜNTÜ
1	2'10"	AB Yolunda En Kritik Gece	AB liderleri,ağır çekim Erdoğan geliyor,büyük kırmızı puntolarla yazılar yazılmış,görüntü Avusturya liderine mix yapılmış,bayraklar ve liderler mixlenmiş,görüntü tekrarları ve arşiv var.
2	1'50"	Resepsiyonda AB Mesaisi	Erdoğan,Arınç ve askerler,Avusturya büyükelçisi ile Erdoğan konuşuyor,elçiye 'içkiyi fazla kaçırmadın değil mi?' diye sorduğu söyleniyor.Askerler ve Gül konuşuyor.
3	2'05"	AK Parti Kampa Girdi	Erdoğan konuşma yapıyor,AB'ye Hristiyan klübü şeklinde sesleniyor,alkışlayanlar,Sezer'e yanıt verdiğini söylüyor,milletvekillerinin spor performansının düşük kaldığı belirtilirken spor yapanlar gösteriliyor.
4	1'25"	Lüksemburg'a Gitme	MHP mitingi,aşırı kalabalık ve Bahçeli'nin hükümete seslenişi,illere göre yoklama yapılıyor polis ve keskin nişancı detayları,bayraklar sallanıyor.
5	2'15"	Bali'de Yine Bombalar Patladı	Gece görüntüleri,yuvarlak içine alınmış görüntüler,korku filmi müziği var,ağlayanlar,patlama ve ilk yardım görüntüleri,patlama anı ve saldırganın yuvarlak içine alınmış görüntüleri.
6	2'20"	Binlerce Türk Avrupa'ya Nasıl Akın Etti?	Boğaziçi köprüsünde koşu yapanlar,Asya'dan Avrupa'ya geçiliyor, fotoğraf çektirenler,bayrak sallayanlar,tekerlekli sandalyeli bir kız üzerinden hikayeleştirilmiş,köprüde kahvaltı yapanlar,tavla oynayanlar.
7	2'30"	Polis Nasıl Kapkaççı Oldu?	Basın için çekilen canlandırma,aşırı müzik kullanılmış,büyük yazılar yazılmış,çok gerçekçi olduğu söyleniyor,görüntü boyanmış,kapkaççılar adliyeye götürülüyor.

8	2'40"	Engel mi? O da Ne?	Otobanda engelin altından geçen çocuklu kadınlar,komik müzikle süslenmiş,görüntü hızlı okunmuş,trafik kalabalık,slow okunmuş görüntü,İbrahim Tatlıses sahnede şarkı söylüyor.
9	1'45"	Birkaç Adım İlerisi Hastane	Yaralı yerde yatıyor,başındaki adam iyimisin diye soruyor,büyük puntolarla yazılmış yazılar,kamera sürekli hareketli,vatandaş tepkili ve müdahale ediliyor,ambulans geliyor 55 dakikada.
10	1'15"	En Acı Tatil	Sinir krizi geçiren kadınla başlıyor,Belçika'lı turistin cesedi bulunmuş,ormanlık arazide arama ve jandarma,cesedin götürülüşü,fotoğraf kullanılmış ve görüntü yer yer mozaikli.
11	1'10"	Yağışlar Devam Ediyor	Çeşitli yağmur görüntüleri,trafik ve yağmurdan kaçanlar,illerin hava durumları veriliyor büyük puntolarla yazılarak.
12	2'10"	Onlar Erdi Muradına	Özlem Yıldız'ın nikah görüntüleri,kamera hareketli,röportaj var,üst üste bindirmeler,evet'ler tekrar ediliyor,düğüne katılan ünlüler,sürekli görüntü tekrarları var.
13	1'50"	Levent Kırca Ramazan Davulcusu Olursa	Kırca davul çalıyor,magazin dünyasındaki gelişmeleri yorumluyor,kamera sürekli hareketli,röportaj ve görüntü tekrarları var.
14	1'55"	Kumkapı'da Unutulmaz Gece	Dans edenler,içki ve nargile içenler,röportaj var vatandaşla eğlendiğini söylüyor,klarnetçi yakın plan ve göbek atanlar.
15	2'10"	Kim Daha Sert Vuruyor?	Boks maçından görüntüler,ağır çekim okunmuş,saçını ay yıldızla boyatmış yunanlı ve Türk'ün maçı,rakibine dil çıkaran king boksçu.
16	2'40"	Ortaköy'de Evler Kaç Para?	Tanıtım filmi gibi bir haber,vals müziği,Ortaköy ve evler tanıtılıyor,muhabir tek tek odaları anlatıyor,manzara güzel,fiyatlar görüntünün üzerine yazılıyor,banyo ve mutfakta detayları ile gösteriliyor.

17	1'45"	Buz Üstünde Evlendiler?	Buz pistinde evlenen çift,dans müziği kullanılmış,gelinle röportaj var,kamera sürekli hareket ediyor,görüntü tekrarları var,çiçeği kapalı gelinin arkadaşı ifadesi.
18	2'20"	Şarap Nasıl Yapılır?	Antalya'daki Rus turistlerin şarap yapmayı öğrenmeleri anlatılıyor,üzümleri eziyorlar,hızlı okunmuş görüntüler,denizde, botta kalabalık turistler birbirlerini devirmeye çalışıyor.
19	2'10"	Don Kişot Osman Atsız Kaldı	Akli dengesi bozuk vatandaş,atın üzerinde halkın arasında,atın sahibi gelip atı alıyor,adam peşinden gidiyor atı almak istiyor,'pazarlık yaptı ama yaya kaldı' ifadesi,görüntü tekrarları var.
REKLAM GİRİYOR 14 DAKİKA			SPIKER DÖNÜŞTE BÜLTENİ KAPATIYOR

TELEVİZYON HABERLERİNDE MAGAZİNELLEŞME ÖRNEKLERİ

Araştırmanın bu bölümünde metod olarak içerik analizi kullanılmaktadır. Bu amaçla 26.09.2005 ile 02.10.2005 tarihleri arasında TRT I ve Show TV Ana Haber Bültenleri rastgele örneklem yolu ile kayıt edildi. İzlenen haber bültenlerinden çıkan sonuca göre bu tarihler arasında **TRT- I** 'Ana Haber Bültenlerinde yayınlanan haber sayısı ortalama 18-24 arası, haber süresi ise spikerin sunum süresi ile beraber 24-26 dakika olduğu görülmektedir. **Show TV** Ana Haber Bültenleri'nde yayınlanan haber sayısı ortalama 18-22, spikerin sunum süreleri ile beraber haber süresinin ise 26-29 dakika olduğu tespit edilmiştir.

Her iki kanalda da haber bültenlerinde yer alan; **müzik kullanımı, cinsellik, dramatisasyon, kişiselleştirme, olayların tarihsel bağlamından koparılması, ikincil öğelere yer verilmesi , görüntü tekrarı** vs. gibi magazin öğeler çözümleme kategorilerimiz olmaktadır. Bu haberler sayısal ve yüzdesel olarak belirlenmekte ve magazinelleşmiş haber örnekleri olarak ortaya konmaktadır.

Belirtilen tarihler arasında incelenen **TRT-I** ve **Show TV** Akşam haber bültenlerinde yer alan haberlerin dökümü tarihleriyle verilerek aşağıda listelenmektedir.

Tarih: 26. 09. 2005

TRT-I Ana Haber Bülteni'nde 20 adet haber yayınlanmıştır.

Show TV Ana Haber Bülteni'ninde ise 18'dir.

TRT-I Ana Haberlerinde yayınlanan haberlerde görüntülerin genellikle haberle ilgili olduğu, sunulan haberlerde müzik kullanımının az olduğu, dramatisasyon ve cinselliğe yer verilmediği, öyküleştirmeye olmadığı ve bilgilerin röportaj tekniği kullanılarak birinci ağızdan verilmeye dikkat edildiği görülmektedir. 4. haber, yani **'müzakere çerçeve belgesi'** ile 8,9,11,12, ve 15. haberlerde arşiv görüntü kullanıldığı görülmektedir. Bunlar haberin içeriği ile ilgili oldukları için magazinelleşmeye örnek unsurlar olarak değerlendirilmemektedir. Ancak **'otomobil hırsızlarına dikkat'** başlıklı 16. haberde müzik kullanıldığı ve muhabirin araç içerisinde anons yaparak haberi sulandırdığı görülmektedir.

Yukarıdaki tarihte **TRT-I** 'de magazin haber oranı 20'de 1 olarak saptanmıştır.

Aynı tarihte **Show TV** Akşam Haber bülteninde 18 haber yayınlanmıştır.

Bu haberlerden; **'Star TV İhalesi'**, **'Büyükanıt'tan AP'ye Tepki'**, ve **'Medeniyetler Buluşması'** isimli haberler TRT ile ortak olarak yer almıştır. Ayrıca haberlerin alt yazılarında, **"Bunlar Yabani Kazların Vahşi Çılgınlardır"**, **"Tartışmalı Konferans Nasıl Geçti?"**, **"Böyle Acı Tesadüf Olurmu?"**, **"Silahlar Hiç Susmadı"**, **"Ankara'lı Turgut Tahliye Oldu"**, **"Polisler Buz Pistinde Nasıl Yumruklaştı?"**, **"Yankesiciler Pazarlarda Nasıl Çalışıyor?"**, **"Bebeğin 8 Hücreli Hali Ekranlarda"** gibi içeriğinin zaten magazine yakın olduğunu gösterir başlıklar ve merak uyandıracak ifadelerle bulunmaktadır.

Aynı tarihte yayınlanan **Show TV** Ana Haber Bülteninde yer alan **"Ankara'lı Turgut Tahliye Oldu"**, **"Polisler Buz Pistinde Nasıl Yumruklaştı?"**, **"İnci Doğan'ı Menajeri'de Yalanladı"**, **"Buda Teke Rekoru"** isimli haberler konu başlıklarından da anlaşılacağı üzere magazinle doğrudan ilişkisi olan haberlerdir. Magazin öğeler; 2. haberde ekran ikiye bölünmesi, 5. ve 9. haberlerde spikerin yorumu, 3. haberde kültür bakanının şekerleme görüntülerinin verilmesi, 14. haberde kameranın aşırı hareketli kullanılması, 13. haberde ise alt yazılarda **'Ekmek parası için yankesicilik yapıyormuş'** şeklinde alaycı bir ifade kullanılması magazin öğeleridir. Bu durumda Show TV Ana Haberleri'nde toplamda yayınlanan 18 haberin 14 tanesinde magazin unsurların tercih edildiği görülmektedir.

İki kanalın günlük karşılaştırmasında ortaya çıkan sonuca göre kamu televizyonu olan TRT-I'de magazin haber azdır. Buna karşın özel bir TV kanalı olan Show-TV'de magazin haberler geniş bir biçimde haberlerin bütün süresini kaplamaktadır. Magazin haberleri **Show TV'de % 75** olarak yer alırken, bu oran **TRT-I'de % 5** 'dir.

27.09.2005 :

Bu tarihte **TRT-I** Ana Haber Bülteninde toplam 20 haber yayınlanmaktadır. İlk on haber gündemdeki Avrupa Birliği ve dış politika ile ilgili haberlerden oluşmaktadır. Bu haberlerde müzik kullanılmamakta, görüntüler üzerinde oynanmamakta, yorum yapılmamakta ve dramatizasyondan uzak durularak ciddi haber formatı kullanılmaktadır. 15.ve 16. haberin içeriği '**Dünya Silahsızlanma Günü**'ne ayrılmaktadır. 15. haberde arşiv görüntüler kullanılarak oluşturulan haberde magazinел unsurlara rastlanmamaktadır. Konuyla ilgili görüntüler ve bilgiler verilmekte, ancak 16. haberde '**Maganda kurşunu**' ifadesi kullanılmakta ve altta korku filmi müziğine yer verilerek dikkat toplanmaya çalışılmaktadır. Bu haberin magazinел unsurlara yer verdiği söylenebilir.

O tarihte **Show TV** Ana Haber Bülteninde 17 haber yer almaktadır. İlk üç haberin ikisi AB gündemi ile ilgili. 2. haber; terör haberi ve arşivden alınan görüntülerle görüntülenmektedir. Müzik kullanma suretiyle magazinел öğelere yer verildiği görülmektedir. Ayrıca 2. haberde ekran ikiye bölünerek dikkat çekici unsur yaratılmaya çalışılmaktadır. 4. ve 5. haberde kamera hareketleri ve ekrana getirilen görüntülerle haber magazinleştirilmektedir. 7, 8, 9, 10 ve 11. haberler konu başlıklarından da anlaşılacağı gibi tamamen magazin haberi. 14. ve 16. haber tanıtım ağırlıklı, 15. haber ise dedikodu tadında yapılmakta ve 17. haberde ise yoğun şekilde müzik kullanılmakta, haber ciddiyetten uzaklaştırılmaktadır.

Bu tarih için yapılacak karşılaştırmada şu sonuca varılabilir. **TRT-I** Akşam Haber Bültenleri'nde kullanılan 20 haberin yalnızca 1 tanesi magazinел anlatım ögesi içermekte, bu oran **% 5** olarak gerçekleşmektedir.. **Show TV** Akşam Haber Bülteninde ise 17 haberin 12 tanesinde magazinел öğeler görülmektedir, yüzde oranı **% 70** oranındadır.

28.09.2005 :

TRT-I Akşam Haber Bülteni 22 haberden oluşmaktadır. İlk 5 haber AB süreci ile ilgili. 6, 7, 8, 9 ve 10. haberler gündemle ilgili olup, haberler müzik

kullanımı görüntü tekrarı gibi unsurlara yer verilmeden hazırlanmıştır. 10, 11 ve 12. haber ise spor içerikli. 12, 13 ve 21. haberlerde haberin içeriği ile ilgili arşivden görüntü kullanılmaktadır. Magazinel unsurlara rastlanmayan bu tarihli bültende haberler ciddi ve bilgilendirici formatta yapılmaktadır.

Show TV Ana Haber Bülteni ise 15 haberden oluşmaktadır. 1. haber AB ile ilgili, ciddi bir haber olmasına rağmen ekrana büyük puntolarla yazılar yazılarak sulandırılmaktadır. 2. haber terörle ilgilidir, kurgusu sırasında ekran ikiye bölünmekte ve büyük puntolarla yazılar görüntüye bindirilmek suretiyle haberin sunumu sulandırılmaktadır.. 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11 ve 12. haberler alt yazılarından da anlaşılacağı gibi direkt magazin haberi şeklinde yapılmıştır. Bu haberlerde müzik kullanımı, ekranın ikiye bölünmesi, büyük puntolarla yazı yazılması gibi anlatımda şeklinde yeni bir boyut oluşturulmuş. 13. haber daire tanıtımı şeklinde ve genelin dışında 3 dakika gibi uzun bir süreyi kapsamaktadır.

İki kanalın bu tarihteki karşılaştırılmasında ortaya çıkan sonuca göre;**TRT-I**'in Ana Haber Bülteni'nde yer alan 22 haberde magazinel unsurlara rastlanmamakta, buna karşın **Show TV** Akşam Haber Bülteninde yer alan 15 haberden 12'sinin magazin veya magazinel içerikten oluştuğu görülmektedir. Yüzde oran olarak % **80**'lik bir oran oluşturmaktadır.

29.09.2005

TRT haber bülteninde yapılan haber sayısı 21. ilk altı haber AB süreci ile ilgili. Bu haberlerde müzik kullanılmamış ve görüntü tekrarı yok. Haber sürelerinin ortalama bir dakika olduğu bültenin diğer bölümlerinde de magazinel öğelere rastlanmadı. 9, 10, 14, 15, 16 ve 19. haberlerde arşiv kullanılmış ancak görüntüler haberin içeriği ile ilgili.

Show TV haber bülteninde ise toplam 20 haber yapılmıştır. İlk iki haber AB süreci ile ilgili ve magazinel unsurlar bulunmamaktadır. 5. haber 2'45 yapılmış ve ağır müzik kullanımı görülmektedir. Olay hikayeleştirilerek verilmiş ve bol bol

ağlayan insan görüntüsü kullanılmaktadır. 5. ve 6. haberlerde müzik kullanılmış, 9. haberde ağır çekim ve müzik kullanılmış ve ekran ikiye bölünerek haber verilmiş. 10. haberde görüntü tekrarları 11. haberde ‘mafya avukatı’ şeklinde magazinél söylem ve mozaiklenmiş ceset görüntüsü yer verilmektedir. 12. haberde büyük puntolarla ekrana yazılar yazılmış ve magazinél bir anlatım biçimi gerçekleştirilmiştir. 14, 15, 16, 17 ve 19. haberler direkt olarak magazin haberi ve anlatım biçimi olarak da magazinél öğeler içermektedir.

Bu tarihli haber bültenlerinde **TRT**’nin 21 tane haberinde magazinél unsurlara rastlanmamakla beraber **Show TV**’nin 20 haberinin 12 tanesinde magazinél öğelere yer verilmiştir. Bu **% 60** gibi bir oranı ortaya çıkarmaktadır..

30.09.2005 :

TRT bülteninde toplam 22 haber yapılmıştır. İlk 7 haber Türkiye-AB ilişkileri üzerine ve yaklaşan 3 Ekim tarihine yönelik oluşmuş. Bu haberlerde magazinél unsurlara yer verilmemiş ve ciddi habercilik yapılmıştır. Diğer 15 haberde de magazinél unsurlara yer verilmediği görülmüştür. Haberle ilgili bilgiler 1. ağızdan verilmiştir.

Aynı tarihte **Show TV** bülteninde 22 haber yapılmış ilk ikisi AB gündemine ayrıldığı görülmüştür. 6. haberde ekran ikiye bölünerek farklı görüntüler kullanılmıştır, eylemci daire içine alınarak özel vurgu yapılmış ve ‘medya meraklısı’ ifadesiyle habere yorum katıldığı görülmektedir. 8. haberde ‘**Satılmış Adamsın**’ ifadesi, 9. ve 10. haberlerde magazinél anlatım öğeleri, 11. haberde korku filmi müziği, 15. haberden ise 22. habere kadar magazinél unsurlara içerik ve biçim olarak yer verilmiş.

Bu tarihte **TRT** haber bülteninde aradığımız unsurlara rastlanamazken **Show TV** haber bülteninde 12 haberde bu unsurlara yer verilerek **% 54** oranında magazinelleşme oluştuğu görülmektedir.

01.10.2005 :

TRT haber bülteninde 24 haber yapılmıştır. İlk 5 haber AB süreci ve terör haberidir. 23. haber içerik olarak magazinelle öğeler taşımakla beraber diğer haberlerde araştırdığımız unsurlara rastlanmamaktadır.

Show TV bülteninde 13 habere yer verilmiş, 1. haber AB gündemi ile ilgili ancak 'Meclis Avrupa Birliğine Meydan Okudu' ifadesi magazinelle bir söylem. 8, 11, 12 ve 13. haberler magazinelle direkt ilgisi olan haberler. 5, 6 ve 7. haberlerde de ağır çekim, görüntü üzerine yazı ve müzik kullanımı şeklinde magazinelle unsurların kullanıldığı görülmektedir.

Bu tarihte yapılan haberlerde **TRT**'de 1 haber magazinelle unsurlar içererek % 4 oranında gerçekleşirken **Show TV**'de 13 haberin 8'inde bu unsurlara yer verilerek % 61 oranında magazinelleleşme oluşmuştur.

02.10.2005 :

TRT haber bülteni bu tarihte 19 haberden oluşmuş. İlk 7 haber AB gündemi ile ilgilidir. 9, 10 ve 19. haberlerde arşiv kullanılmış ve 14. haberde görüntü tekrarı var ancak haberin içeriği ile ilgili ve magazinelle bir söylem oluşmamıştır.

Show TV haber bülteni de 19 haberden oluşuyor. 3 Ekim'e bir gün kala ilk dört haber AB süreci ile ilgili. 1. haberde görüntü üzerinde oynanmış, 3. haberde magazinelle unsurlar mevcut. 6, 7, 8 ve 9. haberler anlatım biçimi olarak araştırdığımız unsurları barındırmaktadır. 12,13,14,17 ve 19. haber magazinelle ile direkt ilgili magazinelle öğeler taşımaktadır. 18. haberde de bu unsurlar oluşmaktadır.

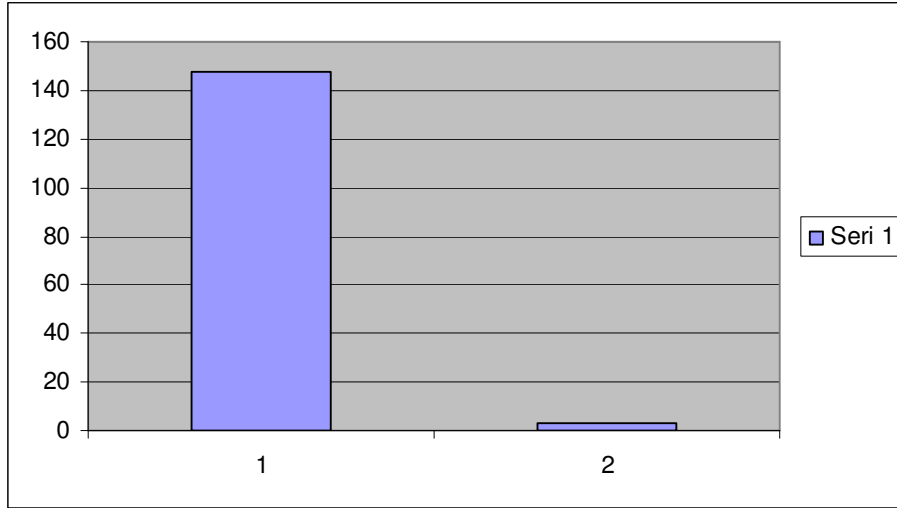
Bu tarihte **TRT-I** bülteninde 19 haberde araştırdığımız unsurlara rastlanmazken **Show TV** bülteninde 19 haberin 11'inde magazinelle öğelere yer verilmiş ve bu oran % 57 olarak gerçekleşmiştir.

ÇÖZÜMLEMELERİN SAYISAL TABLOLARLA SUNUMU

Araştırdığımız unsurlar yani müzik kullanımı, cinsellik, dramatizasyon, kişiselleştirme, olayların tarihsel bağlamından koparılması, ikincil öğelere yer verilmesi gibi haberi ciddiyetinden ve özünden uzaklaştırıp yoruma açık hale getiren öğeler her iki bültene, TRT-I ve SHOW TV'ye sayısal ve yüzdesel olarak toplamda şu şekilde (Tablo 1 ve Tablo 2) yansımıştır;

TRT –I ANA HABER BÜLTENİ

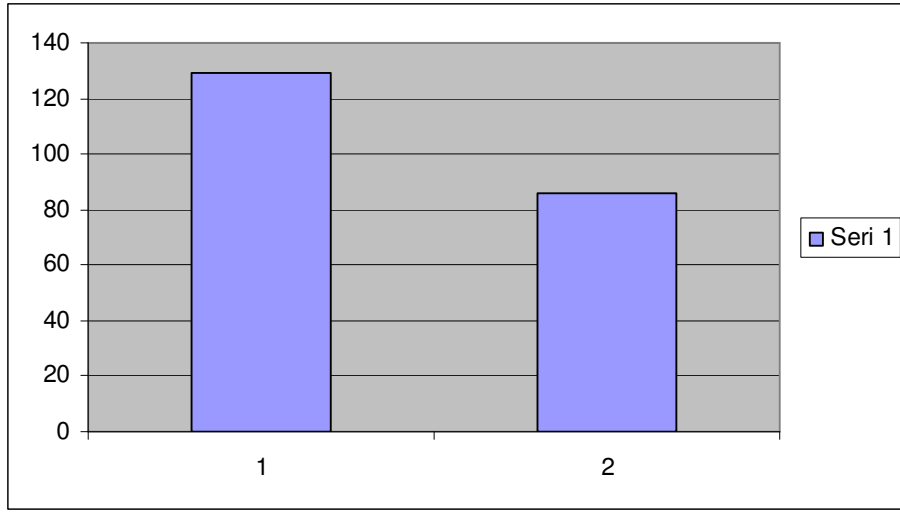
Yayınlanan Hab.	Toplam	Magazinel İçerikli Hab.	Yüzde Oranı
148		3	% 2



Tablo:1 TRT Ana haber Bülteninde sayısal ve yüzdesel görünüm

SHOW TV ANA HABER BÜLTENİ

Yayınlanan Hab.	Toplam	Magazinel İçerikli Hab.	Yüzde Oranı
129		86	% 66

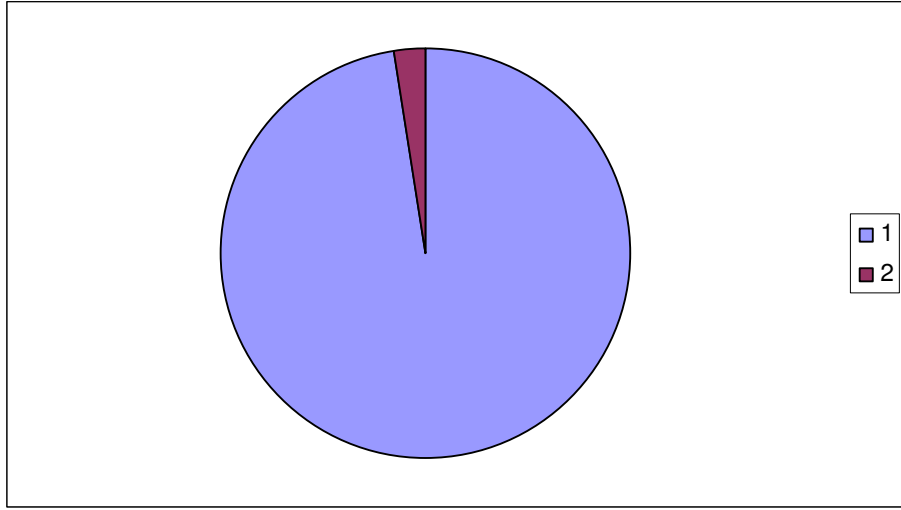


Tablo: 2 Show TV Ana Haber Bülteninde sayısal ve yüzdesel görünüm

Sayısal olarak bültenlerde yayınlanan haberler ortalama 18-24 civarında iken haberlerin süreleri, araştırdığımız unsurlara oransal olarak şu şekilde gerçekleşmiştir; (Bakınız Tablo:3 ve Tablo:4).

TRT I ANA HABER BÜLTENİ

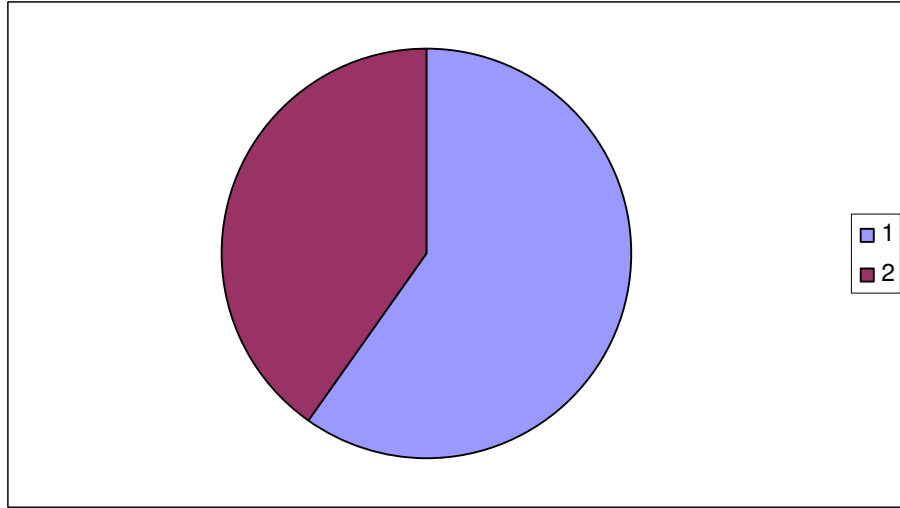
Toplam Haber Süresi	Magazinel İçerikli Süre	% Oranı
158 Dak.	4 Dak.	% 2.5



Tablo:3 TRT-I Ana haber Bülteninde haberlerin süreleri, magazinel kategorilerin oransal yerleştirilmesi

SHOW TV ANA HABER BÜLTENİ

Toplam Süresi	Haber	Magazinel İçerikli Süre	Yüzde Oranı
251		170	% 68



Tablo:4 Show TV Ana Haber Bülteninde haberlerin süreleri, magazinel kategorilerin oransal yerleşmesi

SONUÇ DEĞERLENDİRME

Puanlama sistemi haberin sırası ve süresine göre değerlendirilmektedir. Bu sisteme göre haber ilk sıralarda yer almışsa yüksek puan ve eğer haber uzun süreli yapılmışsa yine yüksek puan alarak yüzdesel oranlar oluşturulmaktadır.

Buna göre ;**26.09.2005** tarihli **TRT-I** Ana Haber Bülteni'nde 20 haber yayınlanmış ve araştırdığımız özelliklere uygun haber 16. sırada ve 1'30 saniye

yayınlanmıştır. 16. sırada yayınlanan haberin sıralama puanı 20 üzerinden 4 şeklinde oluşmuş, süre puanı ise 1-2 dakika arası olduğu içi 2 puan olarak oluşmuştur.

Aynı tarihli **Show TV** Ana Haber Bülteni'nde ise toplam 18 haber yayınlanmıştır. Bültende 1, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15 ve 18. haberler magazinél içerik taşımaktadır. Puanlama sistemine göre bu haberler 133 puan oluşturmaktadır. Süre hesabına göre ise bu haberler 36 puan oluşturmaktadır.

27.09.2005 tarihli **TRT-I** Ana Haber Bülteni'nde 20 haber yayınlanmış 16. haberde aradığımız özelliklere rastlanmıştır ki bu 4 puan anlamına gelmektedir. Haberin süresi 1'35 saniye olarak 2 puana denk gelmektedir.

Show TV Ana Haber Bülteni'nde 17 haber yayınlanmıştır. Yayınlananlardan 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15 ve 16. haberler araştırdığımız özellikleri taşımaktadır ki bu 104 puan oluşturmaktadır. Sürelerine göre hesapladığımızda ise ortaya 35 puan çıkmaktadır.

28.09.2005 tarihli **TRT-I** Ana Haber Bülteni'nde 22 haber yayınlanmıştır. Bu tarihli bültende araştırdığımız özelliklere rastlanmamıştır.

Show TV Ana Haber Bülteni'nde bu tarihte 15 haber yayınlanmıştır. Bunlardan 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11,12 ve 13.haberler incelediğimiz konu ile ilgilidir. Puanlama sistemine göre 98 puan sıralamaya göre 33 puanda süreye göre oluşmuştur.

29.05.2005 tarihli **TRT-I** Ana Haber Bülteninde 21 haber yayınlanmış ancak magazinél öğelere rastlanmamıştır.

Show TV Ana Haber Bülteni'nde ise 20 haber yapılmıştır. Bunlardan 5, 6, 9, 10, 11, 12,14,15,16,17 ve 19. haberler magazinél unsurlardan oluşmaktadır. Puanlama sistemine göre sıralama açısından 91 süre açısından ise 33 puan oluşmaktadır.

30.09.2005 tarihli **TRT-I** Ana Haber Bülteni 22 haber yapılmış ve magazinел ögelere rastlanmamıştır.

Show TV Ana Haber Bülteninde de 22 haber yapılmış bunlardan 6, 8, 9, 10, 11, 15 ve 22. haberler magazinел unsurlar içererek sıralamaya göre 70 süreye göre ise 17 puan oluşturmuştur.

01.10.2005 tarihli **TRT-I** Ana Haber Bülteni'nde 24 haber yapılmış ve sadece 23. haber magazinел unsurlar içermiştir. Sıralamaya göre 2 süreye göre de 2 puan oluşmuştur.

Show TV Ana Haber Bülteni'nde ise 13 haber yayınlanmış bunlardan 1, 5, 6, 7, 8, 11, 12, 13. haberler incelediğimiz konu ile ilgili görülmüştür. sıralamaya göre 49 süreye göre ise 24 puan oluşmuştur.

02.10.2005 tarihli **TRT-I** Ana Haber Bülteni 19 haberden oluşmuş ve magazinел ögelere rastlanmamıştır.

Show TV Ana haber Bülteni'nde de aynı sayıda haber yayınlanmış bunlarda 1, 3, 6, 7, 8, 9, 12, 13, 14, 17, 18, ve 19. haberler incelediğimiz magazinел kategorileri barındırmıştır. Sıralamaya göre 107 puan oluşurken süreye göre ise 30 puan oluşmuştur. (Bakınız Tablo:5).

TRT Bülteninde Oluşan Puan	
Sıraya göre:	Süreye Göre:
1637 puan üzerinden 10	Toplamda 6
Show TV Bülteninde Oluşan Puan	
Sıraya göre:	Süreye göre:
3576 puandan üzerinden 652	Toplamda 208
Puanlamaya Göre Yüzde Oranları	
TRT'de % 0.61	SHOW TV'de % 18.23

Tablo:5 Her iki kurumdaki magazinел kategorilerin sıraya ve süreye göre puanları

SONUÇ

Günümüzde televizyon işitsel görsel özellikleri nedeniyle gerçeğin en yakın aktarımının sağlandığı kitle iletişim aracı haline gelmiştir. İnsanlar Dünya'nın hemen her yerinde meydana gelen olayları televizyon sayesinde aynı anda izleyebilmekte ve haberdar olabilmektedirler. 20. yüzyılda gerçekleşen teknolojik gelişimler sayesinde Dünya iddia edildiği gibi 'küresel bir köye' dönüşmüştür. Bu bir anlamda demokratik açıdan sınırların kalkmasına ve gelişen olaylara insanların hızlı tepki verebilmelerine de neden olmuştur.

İnsanları bilgilendirmek, haberdar etmek ve kamuoyunu aydınlatmak televizyonun toplumsal sorumlulukları arasındadır. Ancak liberal ekonomik sistem içerisinde bu kitle iletişim araçlarının sahiplik yapısı ve ekonomi piyasası ile olan ilişkileri nedeniyle bu toplumsal sorumluluğu ne kadar yerine getirebildiği tartışılmaktadır. Reklam verenler ve ekonomik bağımlılıklar bu kuruluşların '**izlenme oranları**' sağlamasını zorunlu hale getirmiştir. Günümüzde bu iletişim aracı özellikle de tekelleşme çabalarından dolayı kamu hizmeti veya kamu yararına yayın yapmaktan uzaklaşmış genellikle kendisine sahip olan şirket topluluklarının sözcüsü durumuna gelmiştir.

Demokratik olduğu iddia edilen toplumlarda bile televizyon kamuoyunun yönlendirilmesinde önemli bir araç haline getirilmiştir. Aynı anda milyonlarca insana ulaşabilen bu araç insanları topluca etkileme ve yönlendirmede yeri tutulamayacak bir kitle iletişim aracı olmuştur. İnsanlar özellikle de haber bültenleri sayesinde kendi anlam çerçevelerini oluşturmakta ve değer yargılarını buna göre biçimlemekte veya haber bültenleri kısmen bu amaca hizmet eder hale gelmiştir. Haber bültenlerinin insanlar üzerindeki etkisi ve propaganda gücü sermaye grupları ve devletlerin göz ardı edemeyeceği bir gerçektir. Bu anlamda kamuoyu oluşturma ve kamuoyu önderliği görevini en iyi üstlenen program türü televizyon haberleri olmuştur.

Yayınlandığı kurumun prestiji olarak ta görülen haber bültenleri son zamanlarda toplumsal gelişmelere uygun olarak değişmektedir. Her şeyin bu kadar göz önünde olmadığı dönemlerden günümüze gelindiğinde televizyonun faydalı yanlarının dışında toplumsal tahribatlara da yol açtığı görülmektedir. Özellikle devlet televizyonculuğunun dışında kamu yararını esas amaç olarak ele almayan ve ticari kaygı taşıyan televizyon kuruluşları izlenme oranları adına hemen her şeyi yapar hale gelmiştir. Özelliklede magazine veya olayların magazinél boyutuna gösterilen ilgi başka türlü açıklanamamaktadır. **‘Halk bunu istiyor’** mantığı ile oluşturulan haber bültenleri insanları bir anlamda toplumsal gerçeklerden uzaklaştırmakta ve depolitize olmalarını sağlamaktadır. İzlenme oranları ile de seyircinin varlığı aslında reklamcıya pazarlanmakta ve bir tür ticari alış veriş ortaya koyulmaktadır. Bunun sonucu olarak daha çok reklam ve daha çok izleyici oranı hedeflenir olmuştur.

Son yıllarda özel televizyonların sayısındaki inanılmaz artış, mali açıdan iyi bir yatırım olmadığı bilinen televizyon kanallarının farklılaşma adına her taşın altına bakar ve her olaydan magazinél bir unsur bulmaya yönelir olmasını sağlar olmuştur. Günümüzde insanların bilgi bombardımanı altında kaldığı bilinmektedir. Bu bombardıman altında insan kendine sunulanı sorgulayamaz hale gelmiştir. Sürekli izlenen insan ve toplum bir anlamda televizyonda kendi hayatını, komşusunun başına geleni veya yakın çevresinde olup biteni televizyondan izleyecek duruma sokulmuştur. Bu nedenle sunulan haberlerin yumuşatılması için olayların magazinél unsurlarına yani ikincil derecede önemli olan ve tarihsel bağlamından koparılarak herkesin anlayabileceğı bir söyleme bürünen bültenler ortaya çıkmıştır.

Özel televizyonların yayın hayatına başlamalarıyla beraber televizyon haberciliğinin de çok farklı yapılanmalara gittiğı görülmektedir. Toplumsal ve kültürel boyuttan soyutlayamayacağımız televizyon haberciliğı son dönemde popüler kültürün etkisinden dolayı magazinelleşmeye doğru yönelmiştir. Televizyon haberleri sayesinde bu olgu geniş toplumlara empoze edilmiş, gösteri dünyasının bir parçası olan televizyon sayesinde bu değerler insanlara gerçekliğın bir parçası gibi sunulmuştur.

Küreselleşme sürecinde bir yaşam biçimi önerisi olarak sunulan magazinelleşme olgusu yorgun ve mutsuz olan insanı dinlendiren ve eğlendiren ancak aynı zamanda tüketime yönlendiren bir popüler kültür ürünüdür. En iyi haberin kamu yararına en fazla katkısı olan haber olduğu varsayımından yola çıktığımızda ise magazin toplum ve birey üzerinde yarattığı tahribat ve insanları gerçek yaşamdan soyutlayarak onları simülatif bir dünyanın ürünleri ile mutlu kılması sonucunda yaratılan bireyin tepkisizliği gözle görülür şekilde ortadadır. Bu anlamda liberal ekonomik sistemin istediği tipte yani tamamen tüketime yönelen ve benzer davranış biçimleri ortaya koyan bireyler yaratılmaktadır.

Magazinin yapısı gereği eğlenceyi içinde barındırması ve televizyonun teknik özelliklerinden dolayı bu yapıyı (**show- business yapı**) destekler olması sonucu araştırmamız sonucunda da ortaya çıkmıştır. İzleyicinin kendi çevresinde olup bitenleri daha çok televizyondan takip ettiği bu dönemde haberlerde sunulan bilginin gerçekliği bile, insanın daha çok hoşça vakit geçirmesi ve tepkisizleşmesi uğruna feda edilmektedir. Araştırma sonucunda sermaye yapısı özel olan televizyon kanalının haberlerinde magazin olgusunun abartılarak yüceltildiği kesin bir şekilde ortaya çıkmaktadır.

Okuma alışkanlığının oldukça düşük olduğu ülkemizde görsel algılarımızı oluşturan televizyon kanallarında da ciddi haberle magazin haberi arasındaki fark neredeyse ayırt edilemez duruma gelmiştir. Eğlendirme ve iyi vakit geçirme özelliklerinin ön plana çıkmasıyla beraber insanlar ciddi haberin ne olduğunu fark edemez olmuştur. Magazinin belki de ideolojik boyutu olarak yorumlanabilecek bu pasif izleyici yaratma ve herkesin kolaylıkla izleyebileceği türden haber bültenleri oluşturma güdüsü toplumun gerçek haber alma hakkını da elinden almaktadır.

Bilginin eğlence içeriğine büründürülerek sunulması anlamında televizyon haberlerinin toplumsal bir başvuru kurumu olması ve insanın buradan aldığı bilgi sayesinde kendi tavır ve davranışlarını biçimlediği düşünüldüğünde sunulan haberlerin ne kadar manipülasyona açık olduğu iki kat önem taşımaktadır.

Magazin veya magazineler unsurlar hayatın her boyutunda mevcuttur ve insanlara değişik biçimlerde sunulmaktadır. Burada tehlikeli olan kitle iletişim araçları tarafından haber bültenlerinde bu unsurların yapılandırılarak sunulmasıdır. Günümüz televizyon yayıncılığında geri dönüşlerin (feed back) pek sağlıklı olmadığı kabul edilir. Bu anlamda halkın gerçekte neyi istediği ölçülebilir durumda değildir. Ancak neredeyse dedikodu boyutunda yapılan son dönem televizyon haberciliği insanları özellikle de magazineler unsurlara doğru sürüklemektedir. Haberlerde müziğin kullanılması, aynı haberin bıktırarak kadar tekrar tekrar verilmesi, gong sesi gibi efektlerle ve iri harflerle haber başlıklarının verilmesi izleyiciyi nesnellikten uzaklaştırarak yönlendirmektedir. Toplumsal sorumluluğu kendine amaç edinen ancak yapısal anlamda devlet tekelinde olması kaçınılmaz olan televizyon kanalları ‘izlenmeme oranları’na rağmen bu tutarlı çizgiden ‘şimdilik’ ödün vermemektedir. Dünyada da oluştuğunu gördüğümüz bu magazineler anlayışın ülkemizde özellikle 1980 sonrası ön plana çıktığı söylenebilir. Amerika ve Avrupa’da popüler kültürün doğal sonucu olarak ortaya çıkan magazinelleşme olgusu ülkemizde hemen her alanda olduğu gibi aşırıya kaçmıştır. Hayatın her alanını kapsayan ve yoğun bir şekilde tüketilen bu kültür kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ile beraber magazinelleşmeye doğru yönelmiştir. Sermaye sahipleri tarafından kontrol edilen bu akım popüler olana ve popüler kişilere yer vererek topluma örnekler sunmaktadır. Televizyonda sunulan magazineler haberler bir anlamda günlük hayat ve sorunlardan kaçış sağlar gibi görünse de aslında uzak ve erişilmez olanı evlerimizin içine kadar soktuğu ve sıra dışı olayları normalleştirdiği için bir anlamda insanı geçici olarak rahatlatmaktadır. Toplumun çeşitli kesimlerinden insanların yoğun olarak izlediği ve izlemekten kaçmadığı bu tür haberler bir başka boyutuyla izlenilen değil o anda izlenemeyen başkaca programların da kültürel anlamda hayatımıza yapacağı katkıları engellemektedir. Toplum üzerinde yoğun etkisi olduğu bilinen bu tür televizyon haberlerini bir kamu kuruluşu olan TRT ile özel sektör kuruluşu olan SHOW TV ana haber bültenlerini içerik analizi uygulanarak incelenmeye çalışıldı. Girişte savunduğumuz gibi sermaye yapısı özel olan televizyon kuruluşu aşırı derecede magazinelleşmeye giderken devlet tekelinde yayın yapan kuruluşunun daha tutarlı bir çizgide olduğu görülmektedir. Çalışmamız içerisinde sunduğumuz sayısal değerler de bu çalışmayı doğrulamaktadır.

KAYNAKÇA

I- Türkçe Kaynaklar

A- Kitaplar

- 1- **AKÇALI** Selda İçin,Türkiye’de Araştırmacı Gazetecilik,Gazeteciler Cem. Yay.,2002
- 2- **ALEMDAR** Korkmaz – **ERDOĞAN** İrfan,**Popüler Kültür ve İletişim**,Ümit Yay.,Ankara,1994
- 3- **AVCI** Nabi,**Enformatik Cehalet**,K. Yayınları,İstanbul,1999
- 4- **AZİZ** Aysel,**Elektronik Yayıncılıkta Temel Bilgiler**,Ankara,1989
- 5- **BATMAZ** Veysel,**Popüler Kültür Üzerine Değişik Yaklaşımlar**,İletişim Yay.Ankara
- 6- **BİLGİN** Nuri,**Sosyal Psikolojide Yöntem ve Pratik Çalışmalar**,İstanbul,Sistem yay.,1995
- 7- **BURTON** Graemer, **Görünenden Fazlası: Medya Analizlerine Giriş**,1995 Çev. **DİNÇ** Nefin, İstanbul, Alan yayınları
- 8- **DURSUN** Çiler,**Haber ve Gazetecilik Üzerine Düşünmek**,Ankara Üni. İletişim Fak. Yay.,Ankara
- 9- **ERDOĞAN** İrfan, **Popüler Kültür:Kültür Alanında Egemenlik ve Mücadele**,Der.N.Güngör,Popüler Kültür ve İktidar,Vadi yay.,Ankara,1999
- 10- **ERDOĞAN** İrfan,**Dünyanın Çarpık Düzeni:Uluslar arası İletişim**,İstanbul,Kaynak Yay.,1995
- 11- **ERDOĞAN - ALEMDAR**, **Popüler Kültür ve İletişim**, Ümit Yayıncılık, Ankara, 1994
- 12- **ERGÜL** Hakan,**Televizyonda Haberin Magazinelşmesi**, İletişim Yay.İstanbul,2002
- 13- **ERSAN** İlal,**İletişim, Yıgımsal İletişim Araçları ve Toplum**, Der yay., İstanbul, 1989
- 14- **FEATHERSTONE** Mike , **Postmodernizm ve Tüketim Kültürü**,1996,Ayrıntı yay, İstanbul

- 15- **GÜLİZAR** Jülide, **TRT Meydan Savaşı**, Ankara, Ümit Yay.
- 16- **GÜNGÖR** Nazife, **Popüler Kültür ve İktidar**, Vadi Yayınları, İstanbul, 1999
- 17- **GÜVENÇ** Nazım, **Küreselleşme ve Türkiye**, BDS Yayınları, İstanbul, 1998
- 18- **İNUĞUR** M.Nuri, **Basın ve Yayın Tarihi**, Der Yayınları, İstanbul, 1993, s.28
- 19- **KARABAY** Nahide, **Gazetecilik ve Haber (Kuramsal Bir Yaklaşımla)**, İzmir, Meta Basım, 2000
- 20- **KAYPAKOĞLU** Serdar, **Küreselleşme ve Medya**, Birikim, Birikim yay. 1989
- 21- **KEANE** John, **Medya ve Demokrasi**, Çev. Haluk Şahin, Ayrıntı Yay., İstanbul, 1999
- 22- **MATELSKI** Marilyn, **Televizyon Haberciliğinde Etik**, Çev. Bahar Öcal Düzgören, İstanbul, Yapı Kredi yay. 1995
- 23- **MCQUAIL** Denis – **WINDAKL** Sven, **Kitle İletişim Modelleri**, İmge Kitabevi, Ankara, 1997
- 24- **MUTLU** Erol, **Televizyonu Anlamak**, Ankara, 1991
- 25- **N. BALI** Rıfat, **Yeni Aristokratlar: Köşe yazarları**, Birikim Dergisi, 1999, Sayı 117
- 26- **OKTAY** Ahmet, **Popüler Kültür ve Kitle Kültürü**, Varlık, Sayı 1012, Ocak 1992
- 27- **OKTAY** Ahmet, **Türkiye’de Popüler Kültür**, YKY, 1994, İstanbul
- 28- **OSKAY** Ünsal, **Kitle İletişiminin Temel İşlevleri**, S.B.F. yay., Ankara
- 29- **ÖZBEK** Meral, **Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski**, iletişim yayınları, İstanbul, 1991
- 30- **ÖZDEMİR** Sadi, **Medya Emperyalizmi ve Küreselleşme**, Timaş Yayınları, İstanbul, 1998
- 31- **ÖZKÖK** Ertuğrul, **Kitlelerin Çözülüşü**, Tan Yay., İstanbul, 1985
- 32- **PARSA** Seyide, **Televizyon Haberciliği ve Kuramları**, EÜİF. Yay., İzmir, 1993
- 33- **POSTMAN** N. - **POWERS** S., **Televizyon Haberlerini İzlemek**, Çeviren Aslı Tunç, İstanbul, Kavram yayınları, 1996
- 34- **POSTMAN** Neil, **Televizyon Öldüren Eğlence**, Çev. Osman Akınhay, Ayrıntı yay., İstanbul, 1994
- 35- **POYRAZ** Bedriye, **Haber Programlarında İdeoloji ve Gerçeklik, Ütopya** Yayınevi, Ankara, 2002

- 36- **ROBİNS** Kevin, **İmaj-Görmenin Kültür ve Politikası**, Çev. Nurçay Türkoğlu. İstanbul,1999, Ayrıntı yayınları
- 37- **SEMİH** Tuğrul, **Türkiye’de Televizyon ve Radyo Olayları** İstanbul, Der yay. 1985
- 38- **SOMER** Reyman, **Televizyonda Bilgisayar Teknikleri ve Redaksiyona Yansımaları**, Hürriyet Vakfı Eğitim yay. 1996
- 39- **SUER** Asuman, **İletişimde İki Gelenek: Medya ve Kültür Çalışmaları**, İstanbul,2000
- 40- **SÜMER** Necdet, **Postmodernizm, Yeni Dünya Düzeni ve Türkiye**, Cumhuriyet Gazetesi, 14 Ocak 2000
- 41- **ŞAHİN** Haluk, **Medya ve Demokrasi**, Ayrıntı, İstanbul, 1992
- 42- **ŞAYLAN** Gencay, **Postmodernizm**, İmge Yay., 2002, Ankara
- 43- **ŞENEL** Alaeddin, **Siyasal Düşünceler Tarihi**, AÜSBF yay., Ankara, 1982
- 44- **TANRIÖVER** Hülya Tufan, **Popüler Kültür Ürünlerinde Kadın İstihdamını Etkileyebilecek Öğeler**, İstanbul, 2000
- 45- **TİMUR** Taner, **Küreselleşme ve Demokrasi Krizi**, İmge Kitabevi, Ankara, 1996
- 46- **TOKGÖZ** Oya, **Temel Gazetecilik**, Ankara, A.Ü. BYYO yayınları, No 8, 1987
- 47- **TOPUZ** Hıfzı, **Yarının Radyo ve Televizyon Düzeni**, İlad yay. İstanbul, 1990
- 48- **TRT** Genel Yayın Planı, Ankara, 1990
- 49- **TURAM** Emir, **2000’li Yıllara Doğru Türkiye’de TV**, İstanbul, Altın Kitaplar yayınevi, 1996

B-Makaleler

- 1-**ATABEY** Melek, **‘Televizyon Haberciliğinde Ticarileşme’**, Siyasal İletişim, 1. Ulusal İletişim Bildirileri 3-5 Mayıs 2000, Gazi Üniversitesi İletişim Fak. Basım Evi, Ankara, 2000
- 2-**ÇANKAYA** Özden, **“Türkiye’de Televizyonculuğun Gelişimi ve Bugünkü Durumu”**, Marmara İletişim dergisi, Sayı 2, 1993

- 3- **DAĞTAŞ** Erdal, meb.gov.tr/Dergiler, Kasım 2004, yıl 5, sayı 57
- 4- **DOĞANAY** Ülkü, “Türkiye’de Popüler Kültüre Bir Bakış: **Pehlivan Tefrikaları**”, İletişim, Gazi Üniversitesi İLEF, Ankara, Bahar 2000/5
- 5- **ERDOĞAN** İrfan, “Eski Çağlar ve İlk İmparatorluklardaki Egemen İletişim Biçimleri Üzerine Bir Değerlendirme” **Kültür ve İletişim Dergisi**, Sayı; 1999.2/2
- 6- **ERDOĞAN** İrfan, “Kitle İletişimi Örneğinde Siyasal Ekonomi Yaklaşımı Üzerine **Bir Tartışma**”. **Praksis**. Sayı: 4 (Güz), 2001
- 7- **GÜLDEMİR** Rengin-Göksel Geçin,” Haber Magazinin Neresinde?” ilef.ankara.edu.tr, 16.04.2003.
- 8- **GÜNAL** Asena ‘Otantik’ Olanı Aramak, 1998, Birikim Dergisi, Sayı. 111-112, Birikim, İstanbul
- 9- **GÜNGÖR** Nazife, “Televizyonda ve Basında Haberler: Karşılaştırmalı İçerik Çözümlemesi”, Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi yay., cilt 26, sayı 3, 1993
- 10- **HANNO** Hardt , “Eleştirelin Geri Dönüşü ve Radikal Muhalefetin Meydan Okuyuşu : Eleştirel Teori, Kültürel Çalışmalar ve Amerikan Kitle İletişimi Araştırması” çev. Mehmet Küçük. Medya, İktidar, İdeoloji, Ark Yayınları, Ankara, 1999
- 11- **İNAL** Ayşe, “Medya, Dil, İktidar Sorunu: İletişim Çalışmalarında Medya ve Siyaset İlişkisini Nasıl Tartışmalıyız?”. İletişim 3, 1999
- 12- **İNAL** Ayşe, “Medyanın Etkisi Sorunsalına Başka Bir Bakış”, A.Ü. İletişim Fak. Yıllık, 1998, Ankara
- 13- **KARAHAN** Zeynep Uslu “Yazılı ve Görsel Medyada Magazinelleşmenin Tarihsel ve Sosyolojik Dinamikleri”. İletişim. Sayı: 12 (Kış), 2001
- 14- **KEYMAN** E. Fuat, “Radikal Demokrasi ve Türkiye”, Bağlam Yayınları, Ankara, 1999
- 15- **KONYAR** Hürriyet, “Küreselleşen Yerel Değerler ve Medyanın Rolü”, VI. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi, Mersin, 2001

- 16- **SEÇİM** Filiz, “**Haber Kavramı ve ABD Basınında Dış Haberler**”,Kurgu,12,Aralık 1993
- 17- **YUMUL** Arus ,“**Hayatımız Eğlence**”, Karizma, Sayı: 5, Ocak-Şubat-Mart 2001
- 18- **UYGUÇ** Ünal GENÇ Ali,Radyo ve Televizyon Haberciliği,İstanbul,1996

C-Tezler

- 1- **BALCI** Burcu,1990’lı Yıllarda Amerikan Bilim Kurgu Sinemasında Muhafazakar Değerler,Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi,İzmir,2000
- 2- **ÖZDOĞAN** Cemalettin , “**Haber-İzleyici Ölçümü İlişkisi (TV Ana Haber Bültenlerinin İzlenme Pay/Oranı Açısından değerlendirilmesi, İzleyici Ölçüm Sonuçlarının Güvenilirliği ve Kamuoyu Üzerindeki Etkileri)** Yayımlanmamış Doktora Tezi, E.Ü. Sosyal Bilimler Ens.,1996
- 3- **SOYGÜDER** Şebnem,Türk Magazin Gazeteciliğinde Kullanılan Fotoğraflarda Etik Sorunu,Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Ens. Yayımlanmamış doktora tezi,İzmir,2002

D- Ansiklopediler

- 1- **BÜYÜK** LAROUSSE Sözlük ve Ansiklopedisi,Cilt 15,İstanbul, İnterpress yay.1986
- 2- **TÜRKÇE SÖZLÜK**,Ankara M.E.B. Yayınları,1995

ÖZET

Televizyon, yayın hayatına başladığından bu güne kadar toplumsal yaşantının ayrılmaz bir parçası olmakta, işitsel-görsel özellikleri nedeniyle de insanların olup biteni anlama ve kendi anlam çerçevelerini oluşturmada önemli toplumsal başvuru kurumlarından biri haline gelmektedir. Teknolojinin hızlı gelişimi ile beraber ekonomik, sosyal ve politik gelişmelerde de televizyon önemli bir rol üstlenmektedir. İnsan, var olduğu ilk andan itibaren haberle ilgilenmiş ve dünyada neler olduğunu hep merak etmiştir.

Televizyonculuğun en önemli programları arasında habercilik vardır. Aynı zamanda yayımlandığı kurumun prestiji olarak da kabul edilen haber bültenleri izlenme oranlarının en yoğun olduğu saatlerde yayınlanır ve toplum üzerinde yoğun etkisi vardır. İnsanın gördüğüne inanması ve televizyonun bunu sağlaması nedeniyle gündem oluşturma ve yaratmada en önemli iletişim biçimlerinden biri televizyon haberciliğidir.

Özellikle son yirmi yıl içerisinde dünyada ve ülkemizde televizyon kanallarının sayısının hızla artması nedeniyle her yerde bir haber vardır mantığı gelişmiş, her taşın altına bakılır ve haber yapılmaya çalışılır olmuştur. Bu zorlama sonucunda ise televizyon haberleri olması gereken kaliteden uzaklaşmış ve farklılığa yönelme adına ciddi haber kavramından uzaklaşmıştır.

Günümüzde toplumsal yaşamın bir yansıması olan televizyon, rahatlama, sorunlardan kaçış ve eğlenme ihtiyacı olan bireyin bu duygusunu televizyon haberciliği ile gidermektedir. Bu noktada karşımıza en önemli bozulma olarak magazinelleşme olgusu çıkmaktadır. En ciddi haberde bile karşımıza çıkan bu olgu sayesinde televizyon haberleri ciddiyetten uzaklaşmakta magazin el öğelere büründürülen içeriksiz bültenler ortaya çıkmaktadır. Çalışmamızda magazinelleşme olgusu ve toplum üzerindeki etkisi nedenleriyle beraber incelenmeye çalışılmıştır.

ÖZGEÇMİŞ:

13.05.1969 Ankara doğumluyum. 1992 yılı Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi Sinema Televizyon Bölümü mezunuyum. 1993 - 1994 yılında ATV kanalında, 1994 - 1996 yılında İzmir EGE TV kanalında, 1996 – 2001 yılında İstanbul Kanal D 'de ve 2001 – 2002 yılında ise SHOW TV isimli kanallarda kameraman olarak çalıştım.

2002 - 2003 Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Araştırma Görevlisi olarak göreve başladım. 2004 yılında Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'ne 35. madde gereği geçici görevle atandım. Evli ve bir çocuk sahibiyim.