

**T.C.**  
**SELÇUK ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**RADYO TELEVİZYON ANABİLİM DALI**  
**RADYO TELEVİZYON BİLİM DALI**

**EGEMEN SÖYLEMİN YENİDEN ÜRETİLMESİNDE**  
**HABER ÇERÇEVELEME: KANAL D VE STV ÖRNEĞİ**

**Melek ÇOBAN**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**DANIŞMAN**  
**Yrd. Doç. Dr. Mete KAZAZ**

**Konya- 2009**

<b>İÇİNDEKİLER</b>	<u>Sayfa No</u>
<b>Bilimsel Etik Sayfası</b> .....	vi
<b>Tez Kabul Formu</b> .....	vii
<b>Önsöz</b> .....	viii
<b>Özet</b> .....	x
<b>Summary</b> .....	xi
<b>Kısaltmalar Listesi</b> .....	xii
<b>Tablolar Listesi</b> .....	xiii
<b>GİRİŞ</b> .....	1

## **BİRİNCİ BÖLÜM**

<b>HABER VE TELEVİZYON HABERLERİNDE ÇERÇEVELEME</b> .....	3
<b>1.1. Haber ve Televizyon Haberleri</b> .....	3
<b>1.1.1. Habere Olan Farklı Bakış Açıları</b> .....	4
<b>1.1.2. Haber Kriterleri</b> .....	6
<b>1.1.2.1. Gerçeklik</b> .....	6
<b>1.1.2.2. Yenilik- Güncellik</b> .....	7
<b>1.1.2.3. İlginçlik</b> .....	8
<b>1.1.2.4. Önemlilik</b> .....	8
<b>1.1.2.5. Anlaşılabilirlik</b> .....	9
<b>1.1.3. Haberin İşlevleri</b> .....	9
<b>1.1.4. Televizyon Haberlerinin Tarihsel Gelişimi</b> .....	11
<b>1.1.4.1. Dünyada Televizyon Haberciliği</b> .....	11

1.1.4.2. Türkiye’de Televizyon Haberciliği .....	13
1.1.5. Televizyon Haberlerinin Özellikleri .....	15
1.1.6. Televizyon Haberlerinin Önemi.....	18
1.2. Haber Çerçeveleme .....	20
1.2.1. Çerçeveleme Kavramı.....	21
1.2.2. İzleyici Algısı ve Çerçevelerin İşleyişi.....	22
1.2.3. Medya Çerçeveleri ve Birey Çerçeveleri.....	23
1.2.4. Haber İnşası Olarak Çerçeveleme .....	24
1.3. Televizyon ve Gerçeklik.....	26
1.3.1. Gerçeklik Kavramı .....	27
1.3.2. Televizyonda Gerçekliğin Kurulması.....	28

## İKİNCİ BÖLÜM

### İDEOLOJİ VE MEDYADA EGEMEN SÖYLEMİN YENİDEN ÜRETİMİ ....33

2.1. İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları.....	33
2.1.1. İdeoloji Kavramı .....	33
2.1.2. İdeolojinin İşleyişi .....	37
2.1.3. Devletin İdeolojik Aygıtları.....	41
2.1.3.1. Dinsel DİA .....	42
2.1.3.2. Öğrenimsel DİA.....	43
2.1.3.3. Aile DİA’sı.....	44
2.1.3.4. Hukuksal DİA .....	44
2.1.3.5. Siyasal DİA .....	45
2.1.3.6. Sendikal DİA.....	45

2.1.3.7. Kültürel DİA.....	46
2.1.3.8. Haberleşme (İletişimsel) DİA'sı .....	46
2.2. Medyada Egemen Söylemin Yeniden Üretimi .....	47
2.2.1. Söylem ve İdeoloji .....	47
2.2.2. Hegemonya .....	50
2.2.3. Yeniden Üretim .....	53
2.2.4. Medya- Söylem, İdeoloji, Hegemonya ve Yeniden Üretim İlişkisi.....	55
<b>ÜÇÜNCÜ BÖLÜM</b>	
<b>EGEMEN SÖYLEMİN YENİDEN ÜRETİLMESİNDE HABER</b>	
<b>ÇERÇEVELEMESİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA.....</b>	
3.1. Araştırmanın Konusu .....	60
3.2. Amaç.....	61
3.3. Önem .....	61
3.4. Sınırlılıklar.....	62
3.5. Evren ve Örneklem .....	65
3.6. Yöntem.....	65
3.7. Varsayımlar (Sayıtlar).....	66
3.8. Tanımlar .....	66
3.9. Verilerin Toplanması .....	67
3.10. Bulgu ve Yorumlar.....	71
3.10.1. Uygulamaya Yönelik Genel Değerlendirmeler .....	72
3.10.1.1. Kanallara Göre Dağılımlar.....	72
3.10.1.1.1. İncelenen Kanalların Bülten Süreleri.....	73

3.10.1.1.2. İncelenen Kanalların Haber Süreleri .....	73
3.10.1.1.3. Kanalların Genel Haber Konuları .....	74
3.10.1.1.4. Kanallara Göre Haber Konuları .....	75
3.10.1.1.5. Kanallara Göre Haberde Adı Geçenler .....	78
3.10.1.1.6. Kanallara Göre Haber Türleri .....	80
3.10.1.1.7. Kanallara Göre Haberde İdeoloji İnşa Stratejileri .....	83
3.10.1.1.8. Kanallara Göre Haber Öğeleri .....	86
3.10.1.2. Haber Konularına Göre Dağılımlar .....	88
3.10.1.2.1. Haber Konularına Göre Sıraları .....	88
3.10.1.2.2. Haber Konularına Göre Haber Süreleri .....	91
3.10.1.2.3. Haber Konularına Göre Haber Kaynakları .....	93
3.10.1.2.4. Haber Konularına Göre Haberde Adı Geçenler .....	96
3.10.1.2.5. Haber Konularına Göre Haber Türleri .....	100
3.10.1.2.6. Haber Konularına Göre Haberde İdeoloji İnşa Stratejileri .....	102
3.10.1.2.7. Haber Konularına Göre Haber Öğeleri .....	105
3.10.1.3. Haberde İdeoloji İnşa Stratejilerine Göre Dağılımlar .....	109
3.10.1.3.1. Haberde İdeoloji İnşa Stratejilerine Göre Haber Kaynakları .....	109
3.10.1.3.2. Haberde İdeoloji İnşa Stratejilerine Göre Haberde Adı Geçenler .....	112
3.10.1.3.3. Haberde İdeoloji İnşa Stratejilerine Göre Haber Öğeleri .....	117
<b>SONUÇ .....</b>	<b>121</b>

<b>EKLER</b> .....	137
<b>ÖZGEÇMİŞ</b> .....	168



T.C.  
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



### **Bilimsel Etik Sayfası**

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Öğrencinin Adı Soyadı  
Melek ÇOBAN

## Tez Kabul Formu



T.C.  
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



### YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU

**Melek ÇOBAN** tarafından hazırlanan **Egemen Söylemin Yeniden Üretilmesinde Haber Çerçeveleme: KANAL D ve STV Örneği** başlıklı bu çalışma 03/07/2009 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

DOÇ.DR. A.YALÇIN KAYA

Başkan

İmza

YRD.DOÇ.DR. MERAL SERARSLAN

Üye

İmza

YRD.DOÇ.DR. METE KAZAZ

Üye

İmza



## Önsöz

Kitle iletişim araçlarının insan yaşamındaki olumlu ya da olumsuz tüm etkileri geçmişten beri araştırıla gelen konular arasında yer almıştır. Özellikle televizyon haberleri yapısal özellikleri nedeniyle kitleler üzerinde yarattıkları etkiler açısından araştırmalara konu olan bir kitle iletişim ürünüdür.

Televizyon, görsel ve işitsel bir kitle iletişim aracı olması, gelişen teknoloji sayesinde olayları anında canlı bir şekilde bireylere ulaştırması, direkt olarak izleyicisine sesleniyormuş imajı yaratması, onlarda tarihe tanıklık ediyormuş hissi yaratması gibi nedenlerle izleyicilerde gerçeklik duygusu uyandırmaktadır. Televizyon haberleri de bu açıdan bakıldığında bireyler tarafından dış dünyanın algılanmasının bir aracı olarak görülmektedir.

Diğer tüm kitle iletişim aracı ürünleri gibi televizyon haberleri de bir takım egemen söylemlerin çizdiği çerçeveler içinde gerçekleri yansıtmaktadır. Elinizde tuttuğunuz bu araştırmada da televizyon haberlerinin bireylere gündelik hayatta olup bitenleri aktarırken verdikleri mesajlar, egemen söylemin yeniden üretilmesini sağlayıp- sağlamadığına yönelik incelemiştir. İki özel kanalın incelemeye alındığı çalışmada, farklı egemen söylemlerin televizyonların ana haber bültenlerinde nasıl inşa edilme fırsatı bulduğu üzerinde durulmuştur.

Uzun bir süreç sonunda ortaya çıkan ve okuyanlara bir nebze olsun katkı sağlayacağına inandığım bu çalışmanın hazırlanmasında birçok kişi maddi ve manevi yardımlarıyla beni yalnız bırakmayarak destek olmuştur.

Çalışmamda bilgi birikimini benimle paylaşan tez danışmanım ve değerli hocam Yrd. Doç. Dr. Mete KAZAZ'a,

Manevi desteği ile beni bu işi başaracağıma inandıran kıymetli hocam Yrd. Doç. Dr. Meral SERARSLAN'a,

Akademik tecrübesiyle çalışmama yön veren dayım Yrd. Doç. Dr. İbrahim BAKIR'a

Eğitim hayatım boyunca maddi ve manevi desteklerini benden esirgemeyen  
YILMAZ Ailesine,

Son olarak da bu süreçte kendi zamanından fedakarlık ederek beni yalnız  
bırakmayan eşim Murat ÇOBAN'a en içten teşekkürlerimi sunarım.

Sizler olmasaydınız bu çalışma da olmazdı...

## Özet

Bireyler, gündelik yaşamın anlamlandırılması sürecinde doğruluğunu sorgulamaksızın sıklıkla televizyon haberlerine başvurmaktadırlar. Bireylerin bu derece önem verdikleri haberlerin oluşmasında, aslında iktidar sahiplerinden tutunda, iş dünyasının önde gelen isimleri, medya patronları ve bu alanda girişimde bulunması uygun görülen birçok kişi söz sahibidir.

Bu çalışmada da televizyon haberlerinin, kullanılan çerçevelerle söz konusu egemen söylemlerin yeniden üretim sürecine nasıl katkıda bulunduğu sorunsalı üzerinde durulmuştur. İzleyicilerde oluşturduğu gerçeklik duygusuyla, mevcut durumun sürekliliğini sağlamak için televizyon haberlerinin nasıl çerçvelendiği tespit edilmeye çalışılmıştır.

## **Summary**

Individuals have frequently turned to television news without questioning its truth in the process of reasoning the daily life. In the process of such valuable items, so many people from governmental bodies, leading business owners to media patrons, and a great number of people promoted to indulge in the matter have words to say.

This study focuses primarily on the problem of how such sovereign statements contribute to the process of reproduction. How television news are framed in order to keep the present position going with a created sense of reality on audience.

### **Kısaltmalar Listesi**

AKP: Adalet ve Kalkınma Partisi

Akt.: Aktaran

CHP: Cumhuriyet Halk Partisi

DİA: Devletin İdeolojik Aygıtları

M.Ö.: Milattan Önce

STV: Samanyolu Televizyonu

## Tablolar Listesi

Tablo 1: Kanallara Göre Haber Sayısı .....	63
Tablo 2: Kanallara Göre Haberin Genel Konularının Dağılımı .....	63
Tablo 3: Kanallara Göre Tekrar Edilen Haberlerin Dağılımı.....	63
Tablo 4: Kanallara Göre Bülten Sürelerinin Dağılımı .....	73
Tablo 5: Kanallara Göre Haber Sürelerinin Dağılımı .....	73
Tablo 6: Kanallara Göre İncelenen Haberlerin Genel Konularının Dağılımı .....	74
Tablo 7: STV'de Haber Konularının Dağılımı .....	75
Tablo 8: KANAL D'de Haber Konularının Dağılımı .....	76
Tablo 9: Kanallara Göre Haber Konularının Dağılımı.....	76
Tablo 10: Kanallara Göre Haberde Adı Geçenlerin Dağılımı.....	78
Tablo 11: Haber Türlerinin Dağılımı .....	80
Tablo 12: STV'de Haber Türlerinin Dağılımı .....	81
Tablo 13: KANAL D'de Haber Türlerinin Dağılımı .....	81
Tablo 14: Kanallara Göre Haber Türlerinin Dağılımı.....	82
Tablo 15: Haber İdeoloji İnşa Stratejilerinin Dağılımı .....	83
Tablo 16: STV'de İdeoloji İnşa Stratejilerinin Dağılımı .....	84
Tablo 17: KANAL D'de İdeoloji İnşa Stratejilerinin Dağılımı .....	84
Tablo 18 : Kanallara Göre İdeoloji İnşa Stratejilerinin Dağılımı.....	85
Tablo 19: Haber Öğelerinin Dağılımı .....	86
Tablo 20: Kanallara Göre Haber Öğelerinin Dağılımı.....	87
Tablo 21: STV'de Haber Konularına Göre Haber Sıralarının Dağılımı .....	89
Tablo 22: KANAL D'de Haber Konularına Göre Haber Sıralarının Dağılımı.....	90
Tablo 23: STV'de Haber Konularına Göre Haber Sürelerinin Dağılımı .....	91
Tablo 24:KANAL D'de Haber Konularına Göre Haber Sürelerinin Dağılımı.....	92
Tablo 25: STV'de Haber Konularına Göre Haber Kaynaklarının Dağılımı .....	93
Tablo 26: KANAL D'de Haber Konularına Göre Haber Kaynaklarının Dağılımı.....	94
Tablo 27: STV'de Haber Konularına Göre Haberde Adı Geçenlerin Dağılımı.....	96
Tablo 28: KANAL D'de Haber Konularına Göre Haberde Adı Geçenlerin Dağılımı .....	97
Tablo 29: STV'de Haber Konularına Göre Haber Türlerinin Dağılımı.....	100
Tablo 30: KANAL D'de Haber Konularına Göre Haber Türlerinin Dağılımı .....	101
Tablo 31: STV'de Haber Konularına Göre İdeoloji İnşa Stratejilerinin Dağılımı.....	102
Tablo 32: KANAL D'de Haber Konularına Göre İdeoloji İnşa Stratejilerinin Dağılımı .....	103
Tablo 33: STV'de Haber Konularına Göre Haber Öğelerinin Dağılımı Tablo .....	105
Tablo 34: KANAL D'de Haber Konularına Göre Haber Öğelerinin Dağılımı .....	107
Tablo 35: STV'de İdeoloji İnşa Stratejilerine Göre Haber Kaynaklarının Dağılımı .....	109
Tablo 36: KANAL D'de İdeoloji İnşa Stratejilerine Göre Haber Kaynaklarının Dağılımı.....	110
Tablo 37: STV'de İdeoloji İnşa Stratejilerine Göre Haberde Adı Geçenlerin Dağılımı.....	112
Tablo 38: KANAL D'de İdeoloji İnşa Stratejilerine Göre Haberde Adı Geçenlerin Dağılımı .....	113
Tablo 39: STV'de İdeoloji İnşa Stratejilerine Göre Haber Öğelerinin Dağılımı.....	118
Tablo 40: KANAL D'de İdeoloji İnşa Stratejilerine Göre Haber Öğelerinin Dağılımı.....	119

## GİRİŞ

Kitle iletişim araçlarının en önemli işlevlerinden birisi de haber verme işlevidir. Yaşanılan dünyanın algılanmasında sıklıkla başvurulan toplumsal- kültürel bir kurum olan haber, kendisine yüklenen nesnellik, yansızlık, dürüstlük, açıklık gibi nitelikleri dolayısıyla izleyicinin, güvenilirliğini en az sorguladığı metinler arasında yer almaktadır. Haber metinlerinin izleyiciye aktarıldığı araç olarak televizyonun, kendine özgü karakteristik özellikleri nedeniyle, haberler, izleyiciler tarafından sorgulanmadan kabul edilmektedir (Ergül, 2005; 9-10).

1940'lı yılların sonunda başlayan televizyon haberciliği günümüze yaklaştıkça, gelişen teknolojinin de etkisiyle, bir takım sorunları beraberinde getirmiştir. Günümüz toplumlarını derinden etkileyen televizyon haberleri, insanlığın geleceğini şekillendirmede etkili olurken, haber kavramının geleneksel tanımları ve haber değerleriyle ilgili belirlenmiş ölçütler televizyonla birlikte önemli değişimler göstermiştir(Şeker, 1999;8- 9). Bunun farkında olanlar -özellikle bir toplumda otorite konumunda bulunanlar ve egemen güç, ideoloji ya da söylem olarak değerlendirilebileceğimiz gruplar- görüşlerini yaymak için televizyon haberlerini kullanma yolunu seçmiştir.

Söz konusu gruplar bunu açık bir şekilde değil de bir olay ve bilginin kimi zaman bazı yönlerini seçerek ve öne çıkararak, kimi zaman da bazı yönlerini saklayarak, kamuoyunun belirli bir yönde oluşmasını amaçlanmaktadır. Çerçeveleme olarak adlandırılan bu yaklaşımla haber metinlerinde nelerin yazılıp, nelerin dışarıda bırakılacağı belirlenmektedir. Çerçeveleme mevcut düzenin karmaşıklığından yararlanan egemen söyleme, meseleleri bireylerin zihninde dili ve sembolleri belli kategorileri uyandıracak şekilde çerçeveleyerek 'halklar inşa etme' imkanı sunmaktadır (Özarlan, 2008: 58).

Genel anlamda haberlerin egemen söylemlerin yeniden üretilmesinde etkin bir araç rolü üstlendiği konusu üzerine çeşitli araştırmalar yapıldığı bilinmektedir. Ancak çerçevelemenin bu süreçteki önemi üzerinde fazla durulmamıştır. Bu

noktadan hareketle araştırmanın ana konusunu, televizyon haberlerinin egemen söylemin yeniden üretimi sürecinde çerçeveslenmesi olarak ele alınmıştır.

Çalışma 3 bölümden oluşmaktadır. ‘Haber ve Televizyon Haberlerinde Çerçeveleme’ başlıklı ilk bölümde, haber kavramı farklı bakış açılarından ele alınarak, haberin kriterleri ve işlevleri üzerinde durulmuştur. Televizyon haberlerinin kısa bir tarihi geçmişine değinilen ilk bölümde ‘Televizyon haberlerinin niçin önemli?’ olduğu sorusuna yanıt aranarak, bireyler üzerinde gerçeklik duygusunu nasıl oluşturduğu tartışılmıştır. Haberın çerçeveslenmesi, çerçeveslerin izleyicilerde oluşturduğu algı ve haber inşası olarak çerçeveleme birinci bölümde yer alan başlıklardır.

İkinci bölüm ‘ideoloji ve medyada egemen söylemin yeniden üretilmesi’ başlığı altında değerlendirilerek, ideoloji kavramı ve işleyişi, devletin ideolojik aygıtları, medyanın söylem, ideoloji, hegemonya ve yeniden üretim ilişkisi üzerine bir literatür taraması yapılmıştır.

Çalışmanın son bölümü ise araştırmanın uygulama kısmı olup, araştırma için seçilen kanalların (Kanal D ve STV) ana haber bültenleri, belirlenen kriterlere göre incelenmiştir. İki farklı kanalın gündemdeki aynı konuları nasıl ele aldıkları, kullandıkları ideoloji inşası stratejileriyle egemen söylemlerin yeniden üretim sürecine nasıl katkıda buldukları ve bunun için kullandıkları çerçevesler incelemeye alınmıştır.

Sonuç bölümünde de çalışma çerçevesinde elde edilen bulgular ortaya konulmuştur.



## **BİRİNCİ BÖLÜM**

### **HABER VE TELEVİZYON HABERLERİNDE ÇERÇEVELEME**

#### **1.1. Haber ve Televizyon Haberleri**

Kitle iletişim aracı olarak televizyonun bireyi, gündelik ve toplumsal yaşamın gerilimi ve rutininden uzaklaştırmak için eğlendirme; yakın ve uzak çevrede gelişen olaylar hakkında bilgilendirme; bilimsel ve teknolojik alanlardaki gelişme ve yenilikleri aktararak eğitime gibi farklı temel işlevleri bulunmaktadır. Ancak en temel işlevlerinden birisi de haber verme işlevidir.

Haber, artık günümüzde hemen herkesi ilgilendiren bir kavramdır. Dünyada nelerin olup bittiğini ve bu olanların ne anlama geldiğini anlamak için tarihsel, siyasal, ekonomik ve toplumsal koşulların bilinmesine gereksinim vardır ve özellikle demokratik toplumlarda haber yaşamsal bir gereksimin olarak değerlendirilmektedir. Morse, haberin toplumsal yaşamdaki yerini “modern batı toplumlarında haber zorunlu ve olmazsa olmaz ideolojik bir araç haline gelmiştir. Amerika’da haber, demokrasinin hammaddesi olarak düşünülmektedir” ifadesiyle açıklamaktadır (Akt., Vural, 2004 145-146).

Yaşanılan dünyanın algılanması sürecinde, günümüz insanı için bir gereksinim haline gelen haberler, izleyiciler tarafından kendine yüklenen bir takım nitelikler dolayısıyla doğruluğu sorgulanmadan kabul edilen metinler arasındadır. Haber metinlerinin izleyiciye aktarıldığı araç olarak televizyonda ise, kendine has özellikleri nedeniyle, inandırıcılık oranı daha fazladır. Çünkü televizyon resim, grafik, oyun, film vb. araçlardan kolaylıkla yararlanarak, canlı, film, görüntü kayıt teknikleriyle gerçeklik dünyasını evlere kadar taşımaktadır. İnsanların görüntülerini ve seslerini hızlı bir şekilde aktaran televizyonlar, bireyler için haberin iletilmesinde en güvenilir araçtır (Aşkun, 1982;113). Hedef kitleler tarafından sorgulanmadan doğruluğu kabul edilen haberler, içerik bakımından değişime maruz kalan program türleri arasında ilk sıralarda yer almaktadır. Yaşanan siyasi, ekonomik ve teknolojik gelişmeler sonunda, tekel olmaktan çıkan televizyon kanallarının, egemen ideolojinin sözünün geçtiği, onun çıkarlarının gözetildiği birer araç halini alması bunun açık bir göstergesidir.

Hal böyle olunca haberler farklı içerik düzenlemeleriyle alıcılara farkı mesajlar gönderme çabası içine girmiştir. Egemen olanın varlığını sürdürebilmesi için sürekli zihinlerde canlı tutulması gerekliliği, haberi yeni bir boyuta taşımıştır. Haberin içine girdiği bu boyutu tartışmadan önce, haber kavramı üzerine bir çerçeve oluşturulmasında fayda vardır.

### **1.1.1. Habere Olan Farklı Bakış Açıları**

Haberin tarihsel gelişim sürecine bakıldığında bizi M.Ö.'ki dönemlere kadar götüren çeşitli bulgulara rastlamak mümkündür. 15 ve 16. yüzyılda keşifler ve icatlar bireylerin merakını kamçulamış ve ortaya çeşitli adlar altında basılmış haber bültenleri çıkmıştır. 17. yüzyılın ilk yarısından itibaren, özellikle Avrupa'da bazı bilgilerin toplanması, derlenmesi ve bedel karşılığı pazarlanmak üzere yayımlanması sürekli bir biçime dönmüştür. Bu uygulama 19. yüzyılda gelişen teknik imkanlara paralel olarak günümüze kadar yoğunlaşarak devam etmiştir (Girgin, 2002:3).

Peki, yüzyıllardır süre gelen ve insanların çevrelerini algılamalarında, yaşamlarına yön vermelerinde, toplum üzerinde etki alanı oluşturulmasında önemli bir yere sahip olan haber, nedir?

Haber, yenileri, yeni olanları ifade eder (Orhon, 2004:2),

Bir olayın bildirilişidir (Uyguç- Genç, 1998:108),

Haber, gerçekte var olan ve insanlar için ilgi çekici olan her oluşumun ortak adıdır (Ergül, 2000:77-78),

Haber, vaktinde verilen, toplumda çok sayıda kişiyi ilgilendiren ve etkileyen, bu kişilerin anlayabileceği bir dille yazılan bir olay, fikir ya da görüştür (Kaptan, 1999:1),

Haber, bir olay değil, olduktan sonra algılanabilecek bir olgudur (Tokgöz, 2000:163),

Muhabirin yaptığı işidir( Girgin, 2002:5),

Bir yerlerde birilerinin basılı olarak görmek istemediğidir (Keane, 1999:134),

Bir olay, bir olgu üzerine edinilen, iletişim ya da yayın organlarıyla verilen bilgi, insanları ilgilendiren zamanlı olan, fikrin, olayın, sorunun özetidir (Yüksel-Gürcan, 2005:55),

Toplumun bilgi ve ilgisini geliştirecek, dönüştürecek, gerçekliğin kurgusal olarak yayımlanacak medya organizasyonunun yapısına, teknolojisine ve ideolojisine göre yeniden kurgulanmasıdır (Ulus, 2006:261),

Yeni ve anlamlı olan, yayınlandığında hedef kitlenin mümkün olduğunca büyük kısmını ilgilendiren olay ya da bilgilerdir (Şeker, 1999:11),

Belirli bir zamanda meydana gelen ve çok sayıdaki kişiyi ilgilendiren önemli olayların, doğru ve tarafsız bir şekilde en kısa zamanda verilmesidir (Uyguç- Genç, 1998:109),

Güncel ve ilginç bir olayın olabildiğince nesnel ve gerçeğe uygun bir biçimde sunulmasıdır (Şimşek, 2006:285),

Vaktinde verilen, toplumda çok kişiyi ilgilendiren ve etkileyen, anlaşılır bir dille anlatılan bir olay, fikir ya da kanıdır (Yüksel- Gürcan, 2001:58),

Haber, okumak, dinlenmek ya da seyretmek için bireyin zaman veya para ödeyerek satın almayı istediği şeylerdir(Seçim, 1993:208),

Haber, bir endüstri tarafından üretilen, alınıp satılan bir ürün; toplanması ve dağıtılması pahalı olan günlük olayların metalaşmış halidir (Orhon, 2004:7-8).

Görüldüğü gibi farklı kişiler tarafından yapılan, birçok haber tanımlaması mevcuttur. Kimileri haberi, habercilerin kullandıkları yöntemlerin bir sonucu olarak tanımlarken, kimileri, habercilerin yaptığı iş olarak tanımlamıştır. Bazı taraflar, haberin basın özgürlüğü, bilginin güvenilirliği, gazetecilerin politik yanlılığı gibi konuları da içermesi gerektiğini ileri sürerken, bir kısım kuramcılar ise haberin

toplumun büyük kesimini ilgilendiren, çıkar ve yaşama alanı içinde var olan ve en kısa zamanda verilen olaylar biçiminde tanımlamalar yapmıştır (Ergül, 2000:76-77).

Ancak genel çerçevede bu tanımların birleştiği belirli noktalar vardır. Bunların başında, haberin bir olay değil, haberci tarafından algılanmış ve yeniden düzenlenmiş olay ve bilgiler olduğu, yeni ve anlamlı olması, yayınlandığı vakit hedef kitlenin büyük bir kısmını ilgilendirmesi gerektiği görüşleri yer almaktadır (Şeker, 1999:11).

### **1.1.2. Haber Kriterleri**

Gündelik yaşam içerisinde ortaya çıkan sayısız olay ve tartışılması gereken olgu arasında bir habere konu olabilecek niteliğe sahip olanların ayırt edilebilmesi, bu alanda geliştirilen bir takım kavram ve yaklaşımların ölçüt olarak benimsenmesiyle gerçekleşmiştir(Ergül, 2000:87). Haberin açık ve kesin tek bir biçimde ifade edilememesi, haberin işlevlerinin çeşitliliğinden ve insanlar üzerinde bıraktığı etkinin yoğunluğundan kaynaklanmaktadır. Haberin değişik tanımlamalarına bakıldığında gerçeklik, nesnellik, yenilik, ilginçlik, önemlilik ve anlaşılabilirlik gibi bir takım temel kavramlar karşımıza çıkmıştır(Girgin, 2002:10).

#### **1.1.2.1. Gerçeklik**

Türkçede hakikat- doğruluk sözcükleri ile kullanılan gerçeklik kavramı, var olan şeylerin tamamı, bilinçten bağımsız olarak var olan günlük hayatta karşılaşılan somut şeyler olarak tanımlanmaktadır. Gerçeklik bilenden, bilinçten bağımsız olarak var olan şeylere ilişkin bir özelliktir (Karaduman, 2007:46).

Bir haber kriteri olarak gerçeklik ise, haberin doğru olması, haberde verilen bilgilerin doğru olması anlamına gelmektedir. Haberin kaynaktan ilk önce alınması kadar, doğru olarak alınması da habercilik açısından önemlidir (Aslan, 2002: 61). Haberler, habere konu olan olayların en kısa süre içinde ve doğru bir biçimde toplanıp, kitlelere aktarılmasıyla oluşmaktadır (Kaptan, 1999:39).

Haberde gerçeklik olmazsa olmaz temel kriterler arasındadır. Haber, izleyicilere, kişisel bir takım algılamalar ve anlatımlardan sonra ulaşmaktadır. Bu

nedenle bazı çevreler tarafından haberin, aktarıcının kişisel iz ve değerlerini taşıması doğal olarak görülmektedir. Haberin gerçeğe en yakın anlatımı, haber kaynağının güvenilirliğinin yanı sıra habercinin kişilik yapısına, deneyimlerine, kişisel ya da toplumsal beklentilerine, etik değerlerine bağlanmaktadır (Girgin, 2003:80).

Bir takım araştırmacılara göre ise gerçeklik kavramı, toplumsal bir boyuta ulaştığında, bireylerin bakış açılarına ve durdukları yere göre değişen çok yönlü bir görünüme bürünmektedir. Haber, içinde üretildiği toplum dikkate alındığında, toplumsal yapının eşit olmayan bir temel üzerine kurulması nedeniyle gerçeklik, yansızlık ve nesnellik ilkelerini olabildiğince koruması gerektiği görüşü hakim olmuştur. Herkes için tek ve mutlak bir doğrudan söz edilemeyeceği gibi, haber içeriği ile yansıtılan gerçeğin de kimin gerçeği olduğu sorusu, haberin doğruluk niteliğinin tartışılabilir olmasına zemin hazırlamıştır (Ergül, 2000:79).

Haberin alıcılara doğru bir şekilde ulaşması, nesnel ve yansız bir habercilikle gerçekleşebilir. Haberde nesnellik, toplumsal olayların, deneysel sonuçlar ya da istatistik verileri kadar tarafsız ve yorumdan uzak yansıtılmasıdır. Nesnellik, daha çok habercinin kişisel değer yargılarını haber içeriğine mümkün olduğunca dahil etmeden, metin içinde açık biçimde görülebilecek yorum öğelerinin en az seviyeye indirilmesi gerekliliğini doğurmuştur. Haber metninin nesnel ölçütler gözetilerek oluşturulması, hedef kitlenin çıkarımlar yapabilmesi ve olayları yorumlaması bakımından önem kazanmıştır. Haberin yansız olması ise kamuoyunun doğru oluşmasına yardımcı olacak önemli bir niteliktir. İşi yapan muhabirin haberi olabildiğince tarafsız görüntü ve haber metniyle izler kitleye ulaştırması kamuoyunun serbestçe oluşmasında büyük rol oynamaktadır.

#### **1.1.2.2. Yenilik- Güncellik**

Haberin yeni olması, konu olacak olayın güncel olması, topluma yeni bir katkı sağlaması ya da yeni bir bakış, duruş getirmesidir (Yüksel- Gürcan, 2001:88). Yenilik ya da en son olarak olayın oluşması, habere konu olacak olayın yeni oluşmasını değil, yeni olarak bildirilmesini işaret etmektedir (Tokgöz, 2000:178).

Haberde yenilik- güncellik iki şekilde ifade edilmektedir. Bunlardan ilki ya eylem, ya da söylemin yeni gerçekleştirmiş olmasıdır. Bu tür haberler genelde rutin ya da ‘spontane’ haberler olarak değerlendirilmektedir. İkincisi ise eylem ya da söylemin eski olmasına rağmen, yeni fark edilmiş ve yeni ortaya çıkarılmış olaylar habere konu olma özelliği taşımaktadır (Girgin, 2002:12). Daha başka bir deyişle, unutulmuş, ihmal görmüş bir enformasyonun gün ışığına çıkarılması, ona yenilik kazandırılmasıdır (Tokgöz, 2000:178).

### **1.1.2.3. İlginçlik**

Haberin ilginç olması, ilgi çekmesiyle, kişisel ya da toplumsal gereksinimlere cevap vermesi amaçlanmıştır. Kişiler daha çok kendilerini birinci dereceden ilgilendirdiğini düşündükleri sorunlara odaklanmaktadırlar. İnsanlar ilginç olan olaylarla, sıradanlıktan kurtularak, olağan dışı eylemlere ya da söylemlere yönelmiştir. Amerikalı gazeteci John Bogart, haberin ilginçlik içermesi durumunu, “*Köpek insanı ısırırsa haber değil, insan köpeği ısırırsa haberdır*” şeklinde ifade etmiştir (Girgin, 2003:86).

### **1.1.2.4. Önemlilik**

Bir olay toplumsal, siyasal, ekonomik ya da kültürel yaşamı doğrudan etkiliyor ve bu alanlarda herhangi bir gelişmeye ya da değişmeye yol açıyorsa önemlidir (Girgin, 2002:14). Bir ülkede devalüasyonun olması, bulaşıcı hastalıklara karşı alınması gereken önlemler, herhangi bir toplumsal ya da ekonomik krizin nedenlerine ilişkin bilgiler insanlar açısından önem taşıyan ve bu anlamda da haber olma potansiyelini barındıran konulardır. Bunların dışında ünlü kişiler, garip olaylar, zıtlıklar, sayılar haberi önemli kılan kavramlar arasında yer alırlar. İnsanoğlu doğası gereği tanınmış kişiler hakkında haberleri zevkle ve merakla izlerken, bazı ülkeler, kentler, kurumlar ve kuruluşlar haber değeri bakımından önemlilik arz edebilir (Tokgöz, 2000:180).

### 1.1.2.5. Anlaşılrlık

Haberin önem taşıyan bir diğer özelliği ise, anlaşılır olması ya da anlam taşımasıdır. Haberin anlaşılması dili kullanma özelliği ile örtüşmektedir. Dile insanoğlunun konuşması, başkalarıyla iletişim kurmasının yanı sıra dış dünyanın algılanmasında da insan gözü, ruhu, beyni ve düşüncesi gibi işlevler yüklenmiştir. Haberin ortaya konulması sürecinde seçilen kelimelerin ve cümlelerin yanı sıra haberin bir bütünlük içinde anlam taşımasına özen gösterilmelidir (Girgin, 2002:15). Habere konu olan olayın kendini izleyiciye anlatabilme niteliğine sahip olması onun habere konu olma özelliğini de artırmaktadır (Ergül, 2000:88).

Özellikle televizyon haberlerinde, haber kulak ile dinlenmekte, göz ile takip edilmektedir. Bu nedenle haberlerin aktarılması sırasında kelime ve cümleleri tekrar etme imkanı olmadığından haberin anlaşılır bir dile sahip olmasının önemi artar (Kaptan, 1999:40) .

Yukarıda sözü edilen kriterlerden herhangi biri, bir olgu ya da olayın haber değeri kazanmasına yetebileceği gibi, bazen bir haberde birden fazla haber kriterini de görmek mümkündür.

### 1.1.3. Haberin İşlevleri

İletişim araçlarının okul, aile, eğitim kurumları, arkadaş ve iş çevresi, meslek grupları ve kişisel deneyimler gibi bireyin toplumsallaşmasından önemli bir rolü olduğu öteden beri bilinmektedir (Işık, 2002:3). Kitle iletişim araçlarının en temel görevlerinden birisi de haber verme işlevidir. İzleyiciler kitle iletişim araçlarını takip ederek yaşadıkları çevreden haberdar olmak isterler. Haberlere de hizmet ettikleri çevrede kamuoyunun serbestçe oluşabilmesi için bir takım işlevler yüklenmiştir.

Hiç kuşkusuz ki insanları yaşadıkları dünyada olup bitenlerden haberdar etmek ve bilgilendirmek bu işlevlerin başında gelmektedir. Haberde verilen bilgi, insanları hem çevrelerini hem de yaşamlarını denetim altında tutabilmelerini sağlayacak en önemli faktördür (Uzun, 2002:14). Haber verme işlevinin bir başka yansıması da

eğitimidir. Medya haber verme işlevi ile topluma siyasal, ekonomik, sanatsal ve bilimsel bir takım enformasyon akışını gerçekleştirmektedir. Haberle bilgi verme, haberdar etmenin yanı sıra fikirler ve değerler de topluma aktarılmakta, toplumsallaşmaya katkıda bulunmaktadır. Yine haber verme işlevi içerisinde reklam yoluyla ekonomik sistem hakkında bilinçlendirme, ürün tanıtmaya ve tanıtılan ürünü satın alma yönünde toplumu ikna etme durumu gerçekleştirilebilmektedir. Eğlendirme ve dinlendirme de haberin işlevleri arasında yer almaktadır. Haberin bu işlevi özellikle günümüz habercilik anlayışında egemendir. Çünkü haberciliği magazin, eğlenceli haber içerikleri ve sunumlarıyla kişileri hayal ve düş dünyasına çekmekte, onları hüzünlendirerek veya güldürerek sıkıntularından arındırmakta ve dinlendirmektedir (Tokgöz, 2000:94-95).

Haberler, alıcılarını çevrelerinde olan bitenden haberdar etmenin yanı sıra toplum kültürünün kayıt altına alınmasında da önemli bir araçtır. Medyanın ürettiği bu kayıt daha sonra yeniden gözden geçirilmek üzere toplumun kullanımına sunulmaktadır. Hükümet çalışmaları, seçimler, siyasi karşıtlıklar, anlaşmazlıklar, politika kararları ve siyasilerin yaşamları ile ilgili olayların haberlere konu olması ile haberler, izleyicileriyle kendi arasında var olduğu düşünülen sözleşme gereğince, yönetenlerin ellerindeki yetkileri kötüye kullanmaları sonucunda, bireylerin sahip olduğu hakların ve özgürlüklerin sınırlanması olasılıklarının önüne geçilmesi adına toplumun koruyuculuğunu da üstlenmiştir (Çaplı, 2002:76-77).

Toplumsal olaylarla ilgili olarak kamuoyu oluşturmak, bazı fikirlerin savunuculuğunu yapmak, belirli konuların ve fikirlerin kabulü için toplumu ikna etmek ya da fikirlerin değiştirilmesini sağlamak da haberin diğer önemli işlevleri arasındadır (Göktaş, 2006:51)

İnsan hayatında bir gereklilik konumuna gelen haberler, kendilerine yüklenen işlevlerle, kamuoyu oluşturmada etkin bir araç haline gelmiştir.



#### **1.1.4. Televizyon Haberlerinin Tarihsel Gelişimi**

Haberlerin ortaya çıkması her ne kadar milattan önceki tarihlere kadar dayandırılrsa da televizyon haberlerinin ortaya çıkması geçtiğimiz yüzyılda gerçekleşmiştir. Öncelikle gelişmiş ülkelerde birbirini takip eden teknolojilerin bir araya gelmesiyle hayata geçirilen televizyon, zaman içerisinde izler kitlesinin hayatının her alanında yer edinebilmek için, bünyesine haberleri de eklemiştir.

##### **1.1.4.1. Dünyada Televizyon Haberciliği**

Televizyon başlangıçta radyonun bir tür uzantısı olarak doğmuştur. Bu nedenle televizyon haberleri de ilk yayınlanmaya başladıkları yıllarda radyo haberlerinin televizyon ekranında okunmasından öteye geçememiştir (Şeker, 1999:44).

Tarihsel kökenlerine bakıldığında ise televizyon haberciliğinin ilk örneğini 1948 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde görmek mümkündür. Philadelphia'daki Ulusal Politik Kongre'nin televizyon tarafından ilk kez toplantı sırasında görüntülenmesi, hem izleyiciler hem de delegeler açısından yeni bir gazetecilik olayı olmuştur. Truman, 1948 yılında seçimleri sürpriz bir şekilde kazanırken televizyon ekranlarından görünen ilk başkan adayı olarak tarihe geçmiştir (Uyguç- Genç, 1998: 144).

İlk akşam haberleri, CBS televizyonu tarafından, 15 Ağustos 1948 tarihinde başlatılmıştır. Amaç etkili bir haber sunumu gerçekleştirmek olmamakla birlikte, televizyon yöneticileri, bu tür bir programla, televizyon kanalının kamuya hizmet ettiği izleniminin yaratılması ve siyasi iktidarla iyi ilişkiler kurulmasını hedeflemiştir. Bu dönemde radyo halen altın çağını sürdürürken, Amerika'da haber gereksinimi radyonun yanında gazete ve sinemalarda oynayan haber filmleri ile giderilmeye çalışılmıştır. Radyoya olan ilginin yüksek olmasının önemli bir nedenini, radyoda yayınlanan haberlerin Amerikalılar tarafından hoşça giden bir üslupla gerçekleştiriliyor olmasıdır. Döneminin ünlü radyo spikerleri, haberlerin yanında, günün olayları ile ilgili kişisel düşüncelerini de aktarma imkanı bulmuştur. Uzun yıllar radyoda spikerlik yapan bu insanlardan alınan haberler, o dönemde yaşayan

insanlara, dünya meseleleri hakkında bilgi ve denetim sahibi olduğu hislerini uyandırmıştır (Matelski, 1996: 30).

İlk kez 1951 yılında kadar resimli radyo haberi olarak yapılmaya devam edilen televizyon haberleri bu tarihten itibaren hareketli resim, yani film kullanılmaya başlanmasıyla birlikte yeni bir boyut kazanmıştır. CBS'in gerçekleştirdiği haber programları karşısında etkinliğinin azaldığını hisseden NBC de bu konuda harekete geçmekte gecikmemiş ve televizyonda haber yayınlarına yer vermiştir (Şeker, 1999:45).

NBC'de haberler CBS'e kıyasla biraz daha farklı gelişmiştir. NBC, televizyon yayınlarına başladığı dönemde haber bülteninin tamamını bir reklam verene satmayı başarmış ve böylelikle haber bültenleri açısından yeni bir düzenleme getirmiştir. Bu dönemde aynı zamanda haber bültenlerinin inandırıcılığının artırılmasına yönelik saat, dünya haritası, telefon gibi küçük detaylar stüdyoya eklenmiştir. Daha çok bir şov programına yönelik düzenlemeler yapılan televizyon haberlerinde, sponsorlar ve reklam verenler, daha çok televizyon haberlerinin eğlendirici olması yönünde istekte bulunmuştur (Matelski, 1996:36).

Televizyon haberlerinin izleyicilerin ilgisini toplaması ise ancak radyoda ön plana çıkan sunucuların ekranlara çıkartılmasıyla mümkün olmuştur. Edward R. Murrow isimli radyo spikeri 1951 yılında CBS haberlerini sunmaya başlamış ve 1960'lı yıllara kadar devam eden bu süreç medya tarihçileri tarafından Murrow Dönemi olarak anılmıştır. Murrow, dönemin en yetenekli muhabirlerinden oluşan ekibiyle, televizyon haberlerine kişilik kazandırmayı başarmıştır(Şeker, 1999:46).

İkinci Dünya Savaşı'nı takip eden yıllarda Amerika'da gelişen ve oradan Avrupa ve tüm dünya ülkelerine yayılan televizyon, kamuoyu oluşumunda radyonun üstlendiği rolü üstlenmiştir (Işık, 2000: 19-20). Savaş sonrası yeniden bir yapılanmaya giren televizyonculuk hem teknik hem de yaygınlık konusunda 50'li yıllarda radyo ile rekabet eder konuma gelmiştir. 1960'lı yıllara gelindiğinde ise Amerika'da CBS ve NBC'ye yeni bir rakip doğmuştur: ABC. Artan kanal sayısı ile birlikte haberciliğe verilen değeri ve ciddiyet de artarak gelişmiştir. 1960 seçimleriyle

birlikte ekranı iyi kullanan Kennedy'nin seçimi kazanması, artık gücün radyoda değil televizyonda olduğunun bir göstergesi olmuştur. Kennedy'nin uydu yayıncılığı ile Fidel Castro'ya bir ultiatom vermesi, 1963 yılında Kennedy'e düzenlenen suikastın görüntülenmesi televizyon haberciliği açısından önemli kilometre taşları olarak tarihe geçmiştir. Televizyon haberciliğinin gücü, Vietnam Savaşı'nda hiç kimsenin reddedemeyeceği bir biçimde bir kez daha ortaya çıkmıştır. Oturma odası savaşı olarak tarihe geçen bu olayla birlikte, televizyon haberlerinin savaşın gidişatını değiştirdiği ileri sürülmüştür. 1970 ve 1980'li yıllarda ise televizyon haberleri kamu hizmeti olmaktan çok eğlence niteliği taşıdığı gerekçesiyle eleştirilere maruz kalmıştır.

80'li yılların başında zamanla dünya haberciliğinde önemli bir yer edinen CNN kurulmuştur. 24 saat boyunca haber içerikleri ile dikkatleri üzerine çeken CNN, Amerika'daki televizyon kanallarının işleyişini ve televizyon haberciliği anlayışını etkilemiştir. CNN'in yayın hayatına başlamasıyla birlikte televizyon haberciliği konusunda önemli gelişmeler yaşanmıştır. 16 uluslar arası bürodan sürekli olarak haber akışı sağlayan CNN, yalnızca Amerika'da 300 bin haneye ulaşmıştır. Ayrıca Pekin'de yaşanan öğrenci olayları, Doğu Bloğu ülkelerindeki rejim değişikliklerini ve Körfez Savaşı'nı aktaran bir yayın kuruluşu olarak ilklere imza atmıştır (Şeker, 1999: 45-52). Habercilik alanına önemli katkılarının bulunduğu CNN, aynı dönemde yayın hayatını sürdüren birçok kanala da öncülük etmiştir.

#### **1.1.4.2. Türkiye'de Televizyon Haberciliği**

Ülkemizde ilk televizyonun deneme yayınları 31 Ocak 1968 yılında başlamıştır (Yengin, 1994:68-69). Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de televizyon haberciliği radyo haberciliğinin devamı niteliğinde kendisini göstermiştir. 1964 yılında TRT bünyesinde kurulan haber merkezi ile birlikte ajanslardan geçen haberler redakte edilerek, radyo haberi haline getirilmeye başlanmıştır.

İlk televizyon haber bülteni ise, 1968 yılında TRT televizyonunun deneme yayınına başlamasıyla sunulmuştur (Akt., Kazaz, 2007:151). Dönemin teknik

imkanlarının yeterli olmaması nedeniyle haberler fotoğraflar kullanılarak yapılmıştır. Televizyon haber yayıncılığında ilk iş, radyoda verilen haberlerle bu şartlarda hazırlanan görüntülerin verilmesi şeklinde olmuştur. Bu dönemde televizyonda çalışan bazı personellerin yurt dışına gönderilerek BBC’de televizyon haberciliği eğitimi almaları sağlanmıştır (Uyguç- Genç, 1998:100-106 ).

Yurt içi ilk canlı haber yayını 1971’de gerçekleştiren TRT, ertesi yıl Münih Olimpiyat Oyunları öncesi Bulgaristan’la yaptığı link değişiklikleriyle yurt dışı canlı haber yayını imkanına kavuşmuştur (Akt., Kazaz, 2007:151).

Gelişen siyasal olaylara paralel olarak Türkiye’deki yayın içerikleri farklı şekillerde düzenlenmiş ve haberlerde bu düzenlemelerden nasibini almıştır. 1971 yılına kadar özerk bir kamu tüzel kişiliği olarak faaliyetlerine devam eden TRT, bu dönemden sonra özerklik kaldırılarak daha çok siyasi iktidara bağımlı hale getirilmiştir. Protokol haberciliğinin ağır bastığı bu dönemde, başbakan ve ilgili bakanlığa bağımlı hale getirilen TRT’de, 12 Eylül Askeri Darbesi sonrası gerçekleştirilen anayasa değişikliğiyle yeniden düzenlemeler yapılmıştır. Tarafsız kamu tüzel kişiliği olarak örgütlenmesine karar verilen TRT’nin, söz konusu dönemde, haberleri türlerine göre dengeli bir şekilde dağıttığı ancak politik ve protokol haberlerine sayı ve süre olarak daha fazla yer ayırdığı tespit edilmiştir.

1990 yılına gelindiğinde ise Türkiye açısından bir ilk gerçekleşmiş ve özel televizyonlar yayın hayatına girmiştir. Birçok Avrupa ülkesinde de yaşandığı gibi, Türkiye’de de yayıncılık bir kamu hizmeti olmaktan çıkıp alış- veriş haline gelmiş ve haberler metalaştırılarak müşterileştirilen izleyiciye sunulmuştur. Ticari birer kuruluş olarak faaliyet gösteren özel televizyon kanallarının temel amacı kar elde etmek olduğu için, haber seçiminde sansasyonel olaylar daha çok tercih edilmiştir. Kuruluşlarından itibaren Amerika’yı örnek alan özel televizyonlar, kurgusal düzenlemeler ve müzik desteğiyle daha çok duygulara hitap eder bir yol izlemiştir. Haber bültenlerinin süresi ise 30 dakika ile 50 dakika arasında değişiklik göstermiştir. Haberlerin ilginçleştirilmesi için etkileyici spikerler tercih edilirken, söz ya da sunucunun beden dili kullanması teşvik edilmiştir (Şeker, 1999:52-57).

Yapılan bir araştırmaya göre, özel kanalların yayın hayatına girmesinden sonra karma bir yayın düzeninin izlendiği Türkiye’de, her ne kadar özel televizyonların haber bültenleri daha fazla izlense de haber bültenlerinin güvenilirliği açısından TRT haberlerinin ilk sırada yer aldığı tespit edilmiştir (şeker, 1999:59).

### **1.1.5. Televizyon Haberlerinin zellikleri**

Televizyon haberleri diğer kitle iletişim araçlarının haberlerinden birçok noktada farklılıklar göstermektedir. Televizyon, insanın birden fazla duyu organına seslenmesi, yaygın olması ve farklı sunum biçimleri kullanması nedeniyle kitle iletişim araçları içerisinde en çok başvurulan iletişim aracı olarak görülmektedir (Kazaz, 2007:156).

Televizyon haberleri, televizyonun özelliklerinden, yapısından, yaygınlığından ve teknolojisinden kaynaklanan bazı nedenlerden dolayı gazete, radyo ve ajans haberlerinden farklılık arz etmektedir. Bu farklılık televizyon için haber seçimiyle başlamakta, haber üretim sürecinin her aşamasında devam etmektedir. Televizyonun tecimsel açıdan reklam ve dolayısıyla izleme oranına bağlı oluşu, teknolojisi gereği zet habercilik yapması, görüntü ihtiyaı, haber üretimi ve sunumu için daha az zamana sahip olması gibi özellikler, televizyon için haber seçimi ve üretimi işlemini farklılaştırmaktadır (şeker, 2003:53).

Televizyon haberlerinin görüntüye olan lmez bağlılığı, kulak yanında göze de hitap etmesi çoğu zaman sadece görüntüsü olan haberlerin bültenlere alınması gibi bir dezavantajı da beraberinde getirmektedir (Uğur, 2006:34). Televizyon diğer kitle iletişim araçlarında yer alan haberlerden farklı olarak görüntüye ihtiyaç duymaktadır. Yazılı basında haberlerin birçoğu fotoğrafsız bir şekilde yayınlanırken, televizyon haberciliğinde görüntünün olmaması son derece istenmeyen bir durumdur. Bu yüzden televizyon haberi yazılırken, eldeki görüntü materyali önceden gözden geçirilir ve haberde verilecek enformasyonun uzunluğuna göre ayarlanmaktadır. Görüntünün gücü binlerce haber arasından seçim yapılırken, temel ölçü haline gelmekte, haber değer olması nağmen görüntüsü olmayan olayları seçim dışı bırakabilmektedir (şeker, 2003:54).

Televizyonda haber yayıncılığında görüntü kadar önem taşıyan bir diğer özellik ise, haberlerin konuşma biçiminde sunulmasıdır. Televizyon haberi, sözlü anlatıma dayanmaktadır (Postman, 2001:64). Gazete haberine oranla daha kısa olan televizyon haberlerinde haber üslubu daha basit ve konuşma diline yakındır. Televizyon haberleri okuma- yazma zorunluluğunu ortadan kaldırdığı için daha geniş kitlelere ulaşmakta (Şeker, 1999:108), dolayısıyla genel izleyici kitlesinin anlayacağı bir dil kullanımı zorunluluğunu doğurmaktadır.

Televizyonda zaman kavramının önemli oluşu, haberlere ayrılan sürenin az olmasına neden olmaktadır. Özellikle tecimsel televizyonculukta habere ayrılan süre kısıtlı olduğu için seçilen haber sayısı ve bu haberlerin uzunluğu sınırlıdır. Bir saatlik bir haber bülteninde en fazla 30 haber yayınlanabilirken, aynı sayıdaki haber bir gazetenin ancak birkaç sayfasını doldurmaktadır (Şeker, 2003:53). Bu zorunluluğunun sonucu olarak televizyon haber bültenleri kısa, başlıklar halinde, birbirinden kopuk haberlerin art arda sıralanmasıyla oluşmaktadır (Postman, 2001:64).

Televizyon haberlerinde, sözlü ve görüntülü anlatımın yanı sıra başka teatral ve sinemasal anlatım özellikleri de kullanılmaktadır. Anlatılan olayı daha dramatik, daha heyecan verici, daha komik veya daha merak uyandırıcı hale sokmak için zaman zaman müzik, bazı efektler haberle birlikte kurgulanmaktadır. Müzik ve efektlerle, kurgu tekniklerinden yararlanılarak oluşturulan yeni durum haberin gerçekliğini önemli biçimde değiştirmektedir (Şeker, 2003:55).

Televizyon haberinin gerçeklik etkisi, haberi sunan kişinin özelliklerine, sunum tekniklerine ve kullanılan dekora kadar birçok ayrıntıdan etkilenmektedir. Sunucu, ev sahibi rolüne bürünürken, güvenilir, sakin, otorite sahibi, becerikli, duruma hakim biri olarak, görüntülü haberden sonra kanala geri dönen izleyiciyi karşılamaktadır. Sunucunun özellikleri ve sunuş sırasındaki tavırları gazetecilik özelliklerinden çok kişiliğiyle ilgilidir. Bu özellikler sunulan haberin gerçekliğini, inandırıcılığını etkilemektedir (Uğur, 1993:34). Televizyon haberini sunan kişinin habere insan

ögesini de katmasıyla, haberin güvenilirliğine kadar uzanan bir etkileme sürecini de başlatmış olur (Uyguç- Genç, 1998:147).

Gazete ve televizyon arasındaki temel yapısal farklardan birisi de tecimsel amaçlarını gerçekleştirme yönetiminin farklılığından kaynaklanmaktadır. Bir gazete okuyucu tarafından satın alındığı anda tecimsel amaçlarına ulaşmış olmaktadır. Ancak bir televizyon haberi, ancak izleyiciyi bülten sonuna kadar kendi kanalında tutabilirse tecimsel amacına ulaşmaktadır. Tecimsel televizyonculuk sisteminde televizyonların gelirinin tamamıyla reklamlardan geliyor oluşu, reklam verenlerin televizyon kanalının izlenme oranlarıyla yakından ilgilenmesine neden olmaktadır. Bu durum televizyon haberinin metalaşmasının yolunu açarken, haberin, izleyiciyi reklamcılara satmaya yönelik tecimsel yaklaşım doğrultusunda paketlenmesi televizyon haberciliğinin en temel yapısal sorunlarından biri olarak görülmektedir (Şeker, 2003:59).

Televizyonun en önemli yapısal özelliklerinden birisi de yaşanan olayları anında izleyiciye ulaştırabilmesidir. Olayların canlı ve görüntülü olarak verilmesi televizyon haberine olan güveni de sağlamlaştırmaktadır (Uyguç- Genç, 1998:147). Kullandığı teknoloji itibarıyla görüntünün alınmasıyla izleyiciye ulaşmasını anında gerçekleştiren televizyonda, canlı yayın sırasında, olayın meydana geldiği zaman ve izleyiciye ulaştığı zaman birbirine denktir (Özkanal, 1998:137 ). Sahip olduğu naklen yayın özelliği ile televizyon haberciliği hız gerektirmektedir. Gazeteye kıyasla izleyicilerine daha hızlı bir şekilde haber ulaştırmaktadır (Uğur, 2006:34). Haberi diğerlerinden önce vermek, diğerlerini atlatmak televizyon habercileri için gazeteden daha önemlidir. Çünkü televizyon habercilik anlayışı doğası gereği anındalık esasına dayanmaktadır. Haber iletme günümüzün üstün teknolojiye sahip televizyonculuğunda olayı oluşum halinde göstermek, izleyicilerin olaya ve oluşmakta olana tanıklık etmelerini sağlamak demektir (Şeker, 2003:62).

Görüntüye bağımlılık, yüzeysellik, izlenme oranı kaygısı ve özet haberciliğinin bir sonucu olarak, televizyon için haber seçiminde olaya dayalı haberler yeğlenmektedir. Yapılan araştırmalarla da televizyon haberlerinin ağırlıklı olarak

olaya dayalı olduğu tespit edilmiştir (Şeker, 1999:107). Haberlere konu seçilirken aktörü insan olan olaylar tercih edilmekte, soyut konular, olgular ya haber bülteni dışında kalmakta ya da insanlarla bağlantılı hale getirilerek haberleştirilmektedir (Şeker, 2007:39). Olguların görüntüsünün bulunamaması, olayların ise televizyona uygun görüntülerinin olması buna neden olmaktadır. Olguları özet olarak anlatmak mümkün değilken, yüzeysel bir bakış açısı ile ancak olaylar anlatılabilmektedir. Bunun sonucunda televizyon haberciliğinde olguları kişileştirme yöntemi doğmuştur. Çünkü kişilerin eylemlerini anlatmak, yapıları ya da kurumları tanıtmaktan daha kolaydır. Bu yüzden televizyon haberleri olaya dayalı bir haberciliği benimsemiştir (Şeker, 2003:61).

Görsel- işitsel bir kitle iletişim aracı olan televizyon, okuma- yazma bilmeyen bireylere de ulaşabiliyor olması nedeniyle, verdiği haberlerin ulaştığı kitle oranı açısından gazete okuyucusu oranına göre çok ileridedir. Bu ve yukarıda sayılan özellikleri dolayısıyla televizyon haberleri, kamuoyu oluşturma işlevini giderek büyütülmektedir (Uyguç- Genç, 1999:147).

### **1.1.6. Televizyon Haberlerinin Önemi**

İnsan yaşamının ayrılmaz bir parçası haline gelen kitle iletişim araçlarının önemine değinen Pierre Denyore, onlar olmadan yönetmenin, muhalefet etmenin, öğrenmek ve öğretmenin, inandırmanın, çalışmak veya dinlenmenin, satın almak veya satmanın artık imkansız hale geldiğini savunmaktadır. Ona göre kitle iletişim araçları hiçbir şeye yeterli değil ancak kitle iletişim araçları her şeye ve herkese gereklidir (Akt., İnuğur, 1993: 20). Bu araçlardan biri olan televizyonun doğası gereği çok tercih ediliyor olması, bu aracın önemini de artırmıştır.

Televizyonla iletişim, diğer kitle iletişim araçlardan çok daha güçlü bir etki yaratmaktadır. Televizyon kullandığı teknoloji nedeniyle gerçeklik dünyasını evlere kadar getirebilmekte, bunu canlı veya film görüntü kayıt teknikleriyle gerçekleştirmektedir (Oskay, 1982:99). Kitle iletişim araçları içerisinde, bilginin hızlı ve etkili yayılımı denildiğinde ilk akla gelen televizyon, bu özellikleri sayesinde yazılı kitle iletişim araçlarının ulaştığı izleyici sayısını defalarca katlamıştır.



Özellikle gelişmiş ülkelerde, dünyada ve yakın çevresinde neler olup bittiği ile ilgili olarak televizyon haberleri sıklıkla başvurulan kaynakların başında gelmektedir (Ergül, 2000: 97).

Gazeteye kıyasla çok daha büyük kitlelere ulaşılan televizyonda, verilen haberlerden etkilenme gücü de aynı oranda artmıştır. Ayrıca kullandıkları yayın teknikleri itibariyle de birbirinden farklı etki düzeylerine sahip olan basılı haber ve televizyon haberciliğine Fang'ın getirdiği değerlendirme ise şöyledir: “ Televizyon haberleri, gazete haberlerinin yüksek sesle okunuşu değildir. Televizyon haberleri içerik, düzen, stil, sunuş biçimi gibi bazı noktalarda gazete haberinden ayrılır. Çoğu zaman haberleri dinleyen kişi aynı zamanda bir gazete okuyucusu da olduğu halde, bu bilgilerin ulaştığı kişi farklıdır” (Akt., Uyguç- Genç, 1998: 167).

Gazete haberlerine ulaşmak için insanların satın almak amacıyla gazetenin ayağına gitmesi gerekirken, televizyon haberleri izleyenin ayağına kadar ulaşmaktadır. Ayrıca gazete gibi okuma-yazma gerektirmeyen bir araç olması televizyon haberlerinin tercih edilirliliğini artırmıştır. Televizyon haberlerinin düşünceden çok harekete, açıklıktan çok şaşırtıcı unsura, fikirlerden çok kişisel düşünceye dayandırılması, onu iletişimin güçlü bir aracı yapmıştır. Haberde kurgusal düzenlemelerin bir sonucu olarak karşımıza çıkan bu durum, izleyicinin istenilen şekilde yönlendirilmesine ve gündemin farklı şekillerde oluşturulmasına neden olmuştur. Hareketin, ilgi çeken unsurların ön plana çıkartıldığı televizyon haberleri ile kitleler gösteri dünyasına alıştırılmış ve bunu talep eder hale getirilmiştir. Duruma alışan seyirci ise haberlerden ilginç görüntüler kaldırıldığında haber programına kayıtsız kalmıştır (Uyguç- Genç, 1998:169).

İzleyicilerin habere olan ve gittikçe artan talepleri, onun yaşamın bir zorunluluğu haline getirmesine neden olmuştur. Yapılan araştırmalar da insanların haber edinmelerinin artık isteğe dayalı bir uğraş olmaktan çıktığını, yerine getirmekle yükümlü olunan bir görev olarak benimsendiğini ortaya koymuştur (Çaplı, 2002:76).

Televizyonun toplumsal kalkınmanın en büyük aracı olarak düşünülmesi ona yüklenen işlevlerin önemini, dolayısıyla yaşanan dünyanın kavranmasında bir araç

olan haberin değerini artırmıştır. Bu açıdan bakıldığında kendisinden beklenen işlevleri yerine getirmesi adına haberin oluşturulması sureci işin önemli bir boyutunu oluşturmuştur.

## 1.2. Haber ereveleme

Gnledik yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelen kitle iletişim araçlarının izleyicilerine sundukları haberleri hangi ölçütlere göre seçtikleri ve hangi süreçlerden geçerek haber haline getirildikleri merak konusudur. Bireyin çevresinde gelişen olaylar ve sorunlar arasında bazıları, haberciler tarafından bir takım özellikleri nedeniyle seçilerek televizyon haber bültenlerine ve gazetelerde haber olarak yayınlanma imkanı bulmaktadırlar (Atabek, 1998: 20).

Yapılan araştırmalar sonucunda medyanın olayları hangi kıstaslara göre seçerek haber haline getirdiğini tek başına bir teoriyle açıklamak henüz mümkün değildir. Bu konuda yapılan çalışmalar genel olarak eşikbekiliği teorisi içerisinde kavramsallaştırılabilmektedir. Eşikbekiliğini dar anlamda, habere konu olan olayın seçiminin, geniş anlamda ise haber içeriğinin ne şekilde ve kimler tarafından denetlendiği üzerine kurulduğunu ifade etmektedir. Buna göre muhabir, sorumlu yazı işleri müdürü, genel yayın yönetmeni veya medya patronları eşikbekisi olma görevini üstlenmekte, çeşitli kaynaklar aracılığıyla gelen haber seçenekleri karşısında zorunlu bir seçim işlemi yapmaktadırlar. Seçme işleminden sonra onaylanan haberlerde gerekli düzeltmeler, özetleme ve kurgulamalar yapılmaktadır. Bu onaylama ve yapılandırma aşamalarında eşikbekilerini bir takım etkenler yönlendirmektedir. İlk başta ferdi ereve olarak ifade edilebilecek, habercinin düşünme modeli, kişiliği, önsezileri, önyargıları, ahlak ilkeleri, eğilimleri ve mesleki rol anlayışları bu sureci etkileyebilmektedir. Ayrıca gazetecilik faaliyetleri ve uygulamalarındaki kullanıla gelen pratikler ve rutinler, medya kurumunun özellikleri ve kurum içi ilişkiler, medya dışı sosyal ve kurumsal çerçevedeki haber kaynakları, baskı grupları, reklam verenler, medya alıcıları, hükümet, diğer sosyal kurum ve sosyal sistem içerisindeki ideolojiler, haber seçimi ve yapılandırma sürecinde rol oynamaktadır (Göktaş, 2006: 58-59). Haber seçimi ve haber içeriğini belirleyen

nedenlerin ve şartların bireysel, kurumsal ve toplumsal özellikler taşımakta oldukları görülmektedir. Haberin ideolojik kavramsallaştırmalarının altında, haber tarafından pekiştirilen ve yerleştirilen çerçevelerle, toplumsal ilişkilerin doğallaştırılarak bireyleri belirli ideolojik konumlara çağrıldığı ifade edilebilmektedir (Göktaş, 2006:70 )

Çerçeveleme, haberlerin hazırlık sürecinde, habere konu olan olayın belli yönlerinin seçilip önem verilmesini ön gören bir yaklaşımdır. Haberlerin çerçevenmesine geçmeden önce çerçeveleme kavramına kısaca değinilecektir.

### **1.2.1. Çerçeveleme Kavramı**

İletişimsel bir metnin gücünü tanımlamak için tutarlı bir yol sunan çerçeveleme ile ilgili farklı tanımlamalar ve özel nitelermeler yapılmaktadır. Genel olarak tanımlar, haber öykülerinin ve diğer söylemlerin, seçme, vurgulama, yorumlama ve dışta bırakma kalıpları yoluyla düzenleme biçimlerini vurgulamaktadır.

Robert M. Entman çerçevelemeyi, bir gerçeklik algılanmasının belli bir sorun tanımlamasını, neden sonuç yorumunu, ahlaki bir değerlendirmeyi ve/veya anlatılan şeye yönelik bir muamele önerisini destekleyecek şekilde bazı yönlerini seçerek onları bir iletişimsel metinde daha önemli hale getirmek olarak tanımlamaktadır. Gamson ve Modiglian'a göre çerçeveleme, önemli olaylara anlam kazandırmak için meselenin ne olduğunu ortaya atan bir merkezi düzenleyici fikirdir (Entman, Gamson ve Modiglian'dan Akt., Özarıslan, 2007: 29).

Çerçeveleme yaklaşımı, kitle iletişim araçlarının bir olayın ve bilginin bazı yönlerini seçerek ve öne çıkararak (kimi zaman da bazı yönlerini saklayarak), kamuoyunda belirli bir yorumlama, değerlendirme ve sorun çözme yaklaşımı oluşturma çabası üzerinde durmaktadır. Çerçeveleme temelde seçim yapma ve bu seçimi öne çıkartma şeklinde gerçekleşmektedir (Yüksel, 2008).

Kosicki'ye göre çerçeveleme, olayları sınıflandırmaya, yorumlamaya ve kısa sürede anlamaya yardım etmektedir. İyengar ise çerçeveleme kavramını, bir

durumdaki, bir değer yargısının sunulmasındaki veya problemlerin seçilmesindeki kurnazca yapılan değişikliklere işaret eder. ereveleme etkisi ise sözü edilen değişiklikler nedeniyle ortaya çıkan düşünce değişiklikleri sonucu meydana gelir (Kosicki ve İyengar'dan Akt., Atabek ve Uztuğ, 1998: 99).

### 1.2.2. İzleyici Algısı ve erevelerin İşleyişi

Bireyler gündelik yaşamda bir sorunla ilgili olarak karar alırken veya düşüncelerini ifade ederken çevresel unsurlara karşı çok duyarlıdırlar. Birey bir sorunla ilgilendiği zaman kaçınılmaz olarak o sorunu çerçeveleyen diğer bazı sorunları ya da unsurları da dikkate almak durumunda kalmaktadır. Bu anlamda, her sorun farklı çerçeveler içinde değerlendirilmektedir. Her sorunu çerçeveleyen farklı olaylar ve unsurların varlığı, bireylerin olay ya da sorunlar hakkında alacağı kararları önemli ölçüde etkilemektedir (Atabek ve Uztuğ, 1998: 99).

Ancak bireyin, çevresinde olup biten sayısız denebilecek kadar çok olay ya da soruna dikkat etmesi, onlar hakkında düşünmesi ve bazı çıkarımlarda bulunması mümkün değildir. Bu nedenle bireyin algısı, kendilerini ilgilendiren olay ya da sorunlar konusunda seçici olmak zorundadır. Bunun bilincinde olan haber medyası olayların bazı yanlarını görmezden gelirken, bazı yanlarını ön plana çıkararak, hangi siyasal yargıların ve tercihlerin yapılacağını belirlemektedir (Atabek ve Uztuğ, 1998: 101- 102). ereveler bir iletişime konu olan bir Şey hakkında bazı bilgi parçalarını işaret ederek bu parçaların nemce belirginleşmesini sağlamaktadır. Belirginlikten kasıt, bir bilgi parçasının izleyiciler için daha çok dikkat çekici, anlamlı veya hatırlanabilir olmasının sağlanmasıdır. Belirginlikteki bir artış alıcıların bilgiyi anlayacakları, anlam çıkaracakları ve böylece bilgiyi işleyecekleri, sonrada onu hafızalarında tutacakları olasılığını kuvvetlendirmektedir (zarslan, 2007: 31).

erevelemeyi medya etkileri alanında ilk kullanan Entman, erevelerin teşhis koyduğunu, değerlendirdiğini ve öneriler getirdiğini savunmaktadır. ereveleri işlevsel açıdan değerlendiren Entman, bu süreci Şu Şekilde ifade etmektedir:

a) Problemi tanımlar: Bir nedensel kaynağın neyi, hangi maliyet ve yararlarla yaptığını, genellikle ortak kültürel değerler bağlamında ölçerek tanımlar,

b) Nedenleri tanımlar: Problemi yaratan güçleri tespit eder,

c) Ahlaki yargılarda bulunur: Nedensel kaynakları ve bunların etkilerini değerlendirir.

d) Tedavi önerir: Problemlere tedavi önerir, bunları haklı gösterir ve olası etkileri hakkında tahminde bulunur. Tek bir cümlenin bu dört çerçeveleme işlevinden daha fazlasını yerine getirebilmesine rağmen, bir metindeki birçok çerçeve bunlardan hiçbirini de yerine getirmeyebilir. Herhangi bir metindeki bir çerçeve her 4 işlevi de bir arada içermek zorunda değildir (Akt: Özarslan, 2007: 30).

Atabek ve Uztuğ da çerçevelerin, bireylerin olayları ve bilgileri belirleme, algılama, teşhis etme ve adlandırma sürecine yardımcı olan araçlar olarak değerlendirirler (Atabek ve Uztuğ, 1998: 99).

### 1.2.3. Medya Çerçeveleri ve Birey Çerçeveleri

İletişim araştırmalarında çerçevelerin hem haber sunumu hem de haberin anlaşılması için bilişsel şemalar olarak kabul edilmesi gerektiğinden, çerçevelemeye dair iki konsept ortaya çıkmıştır: medya çerçeveleri ve bireysel çerçeveler.

Gamson ve Modigliani medya çerçevesini, tartışmanın nedenini yani konunun özünü bildiren; yani bir olay akışına anlam veren merkezi bir fikir veya anlatım akışı olarak ele almaktadırlar. Tuchman ise medya çerçevelerini “Haber çerçevesi günlük gerçekliği düzenler, o hem günlük gerçekliğin bir parçası hem de günlük gerçekliğin bir biçimidir... Haber çerçevesi haberin asli bir özelliğidir” şeklinde tanımlamaktadır (Akt.: Özarslan, 2007: 55). Entman ise medya çerçevelerinde asli unsurun seçme ve öne çıkarma olduğunu belirterek çerçevelemeyi, algılanan bir gerçekliğin bazı yönlerini seçip onları bir iletişim metninde daha önemli hale getirerek belli bir problem tanımını, neden sonuç yorumunu, ahlaki değerlendirmeyi ve/veya çözüm önerisini destekleyecek biçimde kullanılması olarak değerlendirmektedir (Akt.,

Özarslan, 2007: 56). Medya çerçeveleri, olaylar hakkında belli bir yönde bir anlayış oluşturmaya yönelik algı ve düşünmeyi teşvik eden belli haber anlatılarında yerleşiklerdir. Haber çerçeveleri bir haber anlatısında öne çıkarılan anahtar sözcükler, mecazlar, kavramlar ve sembollerden oluşturulmakta ve bunlarda temsil edilmektedir.

Birey çerçevelerini bireylerin bilgiyi işleyiş biçimlerini yönlendiren zihinde depolanmış fikir grupları olarak tanımlayan Entman, bilgiyi yorumlama ve işleme için kullanılacak iki referans çerçeve olduğunu iddia eder: evrensel ve uzun vadeli siyasal görüşler ile kısa vadeli konulara ilişkin çerçeveler. Ona göre, evrensel siyasal görüşler, bireylerin belli kişisel niteliklerinden kaynaklanmakta ve siyasal sorunların algılanıp yorumlanması üzerinde daha ziyade sınırlı bir etkiye sahip olmaktadır. Kısa vadeli konularla ilişkili referans çerçeveler ise, karşılaşılan bilginin algılanması, düzenlenmesi ve yorumlanması ile bu bilgiden bazı hükümler çıkarılması üzerinde önemli bir etki oluşturabilmektedir (Akt., Özarslan, 2007: 57-58).

#### **1.2.4. Haber İnşası Olarak Çerçeveleme**

Televizyon haberinin tamamlanmış bir biçim içerisinde izleyicinin karşısına gelmesi artık gerçekte onun ne olduğu ve neyi temsil ettiği sorularını da beraberinde getirmiştir. Çünkü televizyon haberleri sadece olayın aktarılması, olaya ilişkin bilginin verilmesi değil, aynı zamanda bir üretim sürecinin belli aşamalarından geçerek hazırlanan bir ürün haline gelmiştir (Orhon, 2004: 45).

Zaman zaman haberde ele alınan konunun genellikle kamuoyunun istendik yönde dikkatini çekebilecek şekilde bazı yönlerinin seçilerek, kimi zaman belirli çağrışımlarla birlikte sunulduğunu söylemek mümkündür (Yüksel ve Gürcan, 2005: 98). Gerçekliğin inşasında haberlerin rolünü araştıran yazarlar da gerçekliğin bazı yönlerinin seçilip diğer yönlerinin ihmal edilerek bireyin algı ve tercihlerini biçimlendirmede çerçevelemenin önemli bir yer tuttuğunu belirtmektedir (Özarslan, 2007: 58).

Bir olayla ya da sorunla ilgili haberi anlamlı hale getirmek için haberde nelerin yazılacağı ve nelerin dışarıda bırakılacağını belirlerken, çerçeveleme kullanılmaktadır (Yüksel ve Gürcan, 2005: 98). Bennet'a göre çerçeveleme ile iletişim araçları haberi verirken onu nasıl anlamlandırılacağına ilişkin sınırları da birlikte aktararak izleyicinin bilincini, sosyal ve politik sonuçları olacak şekilde oluşturmaktadır (Akt., Poyraz, 2002: 18-19). Bir olay habere dönüştürülürken, belli özellikleri seçilir ve bu özellikler haber metninde öne çıkartılarak okuyucular ve dinleyiciler için daha kalıcı ve anlamlı bir hale getirilmektedir (Yüksel, 2008). Haber çerçevesi, bir olayla ya da sorunla ilgili haberi anlamlı hale getirmek için oluşturulan; haberde nelerin içerileceğini, nelerin dışarıda bırakılacağını belirleyen genel bir bağlamdır (Atabek ve Uztuğ, 1998: 100).

Çerçeveler, mükerrer sunum kalıplarıyla insanların olayları tespit edip etiketlendirmelerine imkan vermekte, bir çok muhtemel gerçekliği içeren toplumsal aleme düzen yüklemektedir. Bu alemin karmaşıklığı, seçkinlere, meseleleri vatandaşın zihninde dili ve sembolleri belli kategorileri uyandıracak şekilde çerçeveleyerek 'halklar inşa etme' imkanı sunmaktadır (Özarslan, 2008: 58). Bireylerin olayları ve bilgileri belirleme, algılama, teşhis etme ve adlandırmasına olanak sağlayan bir araç biçiminde tasarlanan çerçeveleme, medyanın bir konunun anlaşılması zor bir seçimle bazı yönlerini seçerek, o konunun önemli kılınması ve böylece bir olgudaki bazı nedenlere dikkat çekilmesine imkan sağlar. Haber çerçeveleri ele alınan sorunun ne olduğunu belirli bir bakış açısından tanımlayarak, soruna kimin ya da nelerin neden olduğunu vurgulamakta, ahlaki yargılarda bulunmakta ve sorunun nasıl çözümlenmesi gerektiğine işaret etmektedir (Yüksel ve Gürcan, 2005:98).

Haber editörleri ve muhabirlerinin çabuk ve sürekli bir düzende haber üretebilmek için belli prosedürler, ölçütler ve iş süreçleri geliştirmeleri haberin sadece editörlerin tercihinde değil, aynı zamanda muhabirlerin haber sunumlarında tercih ettikleri yollarla da sızılmaktadır. Bunun sonucunda haberci temalar ve bakış açıları haber akışına hakim olabilmektedir (Özarslan, 2007:59). Haber bültenini hazırlayan bu kişiler, sosyal bir hareketi verirken pek çok alternatif çerçeveleme

stratejileri de seçebilmektedirler. Haber, sosyal sorunun kapsamını anlatabilir, sorunla baş edebilmek için ileri sürülen alternatif önerileri eleştirebilir ya da hükümetin sorunun üstesinden gelebilmek için yaptığı çalışmalar üzerine yoğunlaşabilir. Hangi sorunun ülke için daha önemli olduğu, hükümetin bu sorunları çözüme doğrultusundaki temposunun yeterli olup olmadığı ve siyasal liderlerin özelliklerini değerlendirirken başvuracakları ölçütleri veya standartları biçimlendirebilir (Atabek ve Uztuğ, 1998:100, 103).

Scheufele, haber seçim süreci hakkındaki araştırmalar ve medya içeriği üzerinde yapılan çalışmalara göre, üç muhtemel etki kaynağının mesajın çerçevesini inşa ettiğini ileri sürmektedir:

- İlk etki kaynağı, haberci merkezli etkilerdir. Haberciler genellikle haberin kaynağından gelen bilgileri anlamlandırarak, çerçevelerin yapısını inşa ederler. Çerçevelerin yapısı, çeşitli profesyonel normlar, ideolojiler ve tavırlardan etkilenebilir ve genellikle habercilerin haber çerçevelemesi yoluyla yansıtılır.
- Haber çerçevelemeyi etkileyen ikinci faktör, örgütsel rutinler olarak ifade edilen, orta düzeyde siyasi yönelimlerin sonucunda çerçevenin seçimidir.
- Haber çerçevelemeyi etkileyen son faktör ise siyasal aktörler, yetkililer, ilgi grupları ve diğer seçkinler gibi dışsal etki kaynaklarıdır (Scheufele, 1999:115).

Bu nedenle çerçeveleme, basit bir kelime seçimi değil, bir haberin nasıl yorumlanması ve değerlendirilmesi gerektiğine ilişkin bir çaba (Yüksel, 2008) olması nedeniyle, egemen söylemin yeniden üretilmesi açısından önem taşımaktadır.

### **1.3. Televizyon ve Gerçeklik**

Kitle iletişim araçları, özellikle de daha fazla tercih edilmesi nedeniyle televizyon toplumsal yapı içinde bireylerin neyi, ne kadar bilmesi gerektiği



konusunda belirleyici bir araçtır. Bireyleri neyi düşüneceklerinden çok, ne hakkında düşünecekleri konusunda yönlendiren televizyonda, medyatik gerçeklik kurgusu içinde yeniden inşa edilen haberlerle olaylar çoğu zaman nesnel gerçekliğin önüne geçmekte; bireyler de dış dünyadaki gerçeklikleri medya nasıl sunuyorsa o şekilde algılamakta ve öğrenmektedir (Karaduman, 2007: 45). Bu durumun başlıca nedeni televizyonun gerçeklikle olan yakın ilişkisidir.

### 1.3.1. Gerçeklik Kavramı

Türkçede hakikat, doğruluk sözcükleriyle kullanılan gerçeklik kavramı, Felsefi Doktrinler ve Terimler Sözlüğü'nde 'varolan şeylerin tamamı, bilinçten bağımsız olarak varolan günlük hayatta karşılaşılan somut şeyler' olarak tanımlanmaktadır. Gerçeklik, bilenden, bilinçten bağımsız olarak varolan şeylere ilişkin bir özelliktir (Karaduman, 2007: 46).

Descartes'e göre gerçekliğin ölçütleri açık ve seçik sıfatlarıdır. Gerçek olmak, varolmak demektir. Gerçeklik geçici, değişken, görelî, kuşkulu ve öznel olmamalıdır. Gerçeklik yalındır ve giderek gerçeğin yalınlığı ilke olarak kabul edilmektedir. Platon'a göre gerçek, düşünce olarak 'öz'dür, yalnızca 'olan'dır. Ne başka bir şeyden doğar ne de geçicidir (Akt: Göktaş, 2006: 16). Gerçek, söylenen şeyin, iddianın konusu olan şeydir ve dış dünyada, nesnel dünyada bulunur. Weimann'a göre ise gerçeklik üç şekilde karşımıza çıkar: Nesnel gerçeklik, medyatik gerçeklik ve öznel gerçeklik. Nesnel gerçeklik bireyin bilincinin dışında dış dünyada varolan gerçeklik, medyatik gerçeklik dış dünyadaki olay, olgu, konu, sorun veya aktörlerin kitle iletişim araçlarında seçimi ve düzenlenmesiyle inşa edilen gerçeklik, öznel gerçeklik ise gerçek dünyada varolan nesnelere, durumların insanların bilincinde oluşturduğu imgeler olarak ifade edilmektedir (Akt., Göktaş, 2006: 17).

Gerçeklik, hemen hemen tüm sanat ve düşünce akımlarına konu olan bir olgudur. Bu olgu ele alındığında, kişinin onun varlığına ait olan bilgileri edinme süreci gündeme gelmektedir. Bu yüzden insan bilgisinin içinde geliştiği toplumsal süreç büyük önem taşımaktadır. Çünkü gerçeklik, hem bireysel hem de toplumsal olarak kavranan bir süreci içermektedir. Bu süreç içerisinde toplumsal bir varlık olan

insan, aile, okul ve iş yaşamından edindiği bilgilerle kendi gerçeklik algısını belirlemekle birlikte, bireyin dışındaki fiziksel nesnelere de kişinin bireysel gerçekliğini oluşturmaktadır (Derman, 1989: 20-25). Böylelikle birey duyu organlarıyla elde ettiği bilgileri değerlendirmekte, yorumlamakta ve toplumsal bir varlık olmasından dolayı da deneyimlemektedir. Birey hem algıları aracılığıyla hem de edindiği deneyimlerle, dışındaki gerçekliğin yeniden sunumunu yaratmaktadır (Özkanal, 1998:135). Buradan hareketle gerçeklik yalnızca nesnelere değil, insanlar ve onların düşünceleri, değerlendirmeleri, yargıları ve duygularından da oluşmaktadır (McCarthy, 2002: 22). İletişimin özünde de, insanın duygu ve duyguları ile algıladığı dış dünyayı yansıtma isteği yer almaktadır. Dış dünya, bir başka deyişle gerçeklik olarak tanımlanan şeyleri birbirine aktarma isteğinden yola çıkan insan, gerçeğin ne olduğuna ve gerçeklik içerisindeki konumuna sürekli yanıt arama çabasıdadır (Özkanal, 1998: 134).

İnsanın bu çabası günümüz toplumlarında, onların gerçek dünyaya ilişkin bilgilerini televizyondan edinme düzeyi ile toplumsal gerçekliği algılamalarındaki düzey arasındaki ilişkinin sorgulanmasını gündeme getirmiştir.

### **1.3.2. Televizyonda Gerçekliğin Kurulması**

Günümüzde insanın yaşadığı dünyayı tanıması kendi kişisel deneyimleriyle birlikte, bu deneyimi aktaran araçlar sayesinde gerçekleşmektedir. Bu araçlar bireylerin kendilerini ifade etmede kullandığı dil, yazı, çizgi vb.'den oluşmaktadır. Bu araçlar, bireylere içinde yaşadıkları gerçekliğin bir sunumunu göstermekte ve sunulan gerçeklik de sunumda kullanılan aracın özelliklerine göre değişmektedir. Gerçeklik olgusu, onu aktaran aracın teknolojisine göre farklı boyutlar kazanmaktadır (Özkanal, 1998: 135). Mc Luhan'a göre araçların yayın tekniği bireylerin düşünme, duyma ve hareket şekillerini ortaya çıkarmakta, özellikle elektronik medya kişilere gerçeği daha geniş anlamıyla kavrama imkanı sunmaktadır (Akt., Erdoğan ve Alemdar, 1990:155-156).

Televizyon da söz konusu elektronik medya içinde insanların çevrelerini anlamlandırırken sıklıkla başvurdukları araçlardan birisidir. Televizyon hazırladığı

programlarla, insanların farkında olmadan, duygu dünyasına direkt müdahale eden, bireylerin küçük yaştan beri alışkanlık haline gelen bir davranış şekline dönüşmüştür. Gündelik yaşam içerisinde hayat sıkıntı ve gerilimlerinden kaçmak isteyen insanların tercih ettiği televizyon, kullandığı basit dil ve çoğu düşünsel etkinliğe itmeyen program içerikleriyle hedef kitlesini kendisine bağımlı hale getirmiştir (Karaboğa). Gerçekliğin yansıtılması açısından bakıldığında televizyon, kitle iletişim araçları içinde, gerçeği aslına en yakın olarak aktaran araç olarak görülmektedir. Bu duruma televizyonun anlatı yapısı içinde dört temel stratejinin neden olduğundan söz edilebilir. Televizyon gerçekliği, dramatik unsurları kullanarak, mit üreterek, yayınların canlı olması özelliğinden dolayı bir yanılsama oluşturarak ve eğlence unsurlarını ön plana çıkararak dönüştürmektedir (Poyraz, 2002: 25).

Drama sanatı, seyirci önünde oynanmak üzere hazırlanıp seyirci önünde oynanarak tamamlanır. Televizyonda canlı programlar da dahil olmak üzere hiçbir programın, seyirciye tiyatro gibi dolayimsız ulaşması mümkün değildir. Televizyon yayıncılığının karmaşık bir teknolojinin ürünü olması dramının doğal olarak farklı bir biçimde ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ancak dram sanatının dramatik olanı içermesi, içeriği en etkili biçimde yansıtması, televizyon içinde yadsınamaz bir özelliktir. Hangi program türü olursa olsun dramatik unsurlar televizyon için vazgeçilmez bir konumdadır (Poyraz, 2002: 26-27). Dram sanatında olaylar dizisi serim, çatışma, düğüm, doruk nokta, çözüm olarak gelişmekte (Nutku, 2001: 170) ve bunlar birbirini gündüzün geceyi izlemesi gibi her dramda birbirini izlemektedir (Egri, 1996: 272). Televizyonda da olaylar dizisi dramda olduğu gibi sunulmaktadır.

Dramatik olanı, insanın, eylemi, davranışı, tavrı, tutumu ile ortaya çıkan, eylem öncesi tahmin ya da umut edilenle daha sonra gerçekleşen arasındaki uyumsuzluk yüzünden düş kırıklığı yaratan, düşündürücü ve etkileyici insanlık gerçeği olarak tanımlayan Sevdâ Şener, drama özgü olan bu alanların ustalıkla bir biçimde kurgulanması ile ortaya çıktığını ve seyirciye ulaşmasıyla gerçekliğin tamamlandığını ifade etmektedir (Şener, 1997:38-39). Televizyon bütün dramalar gibi, en büyük görsel ve duygusal etkiye sahip önemli sahnelerle faaliyetlerini

yoğunlaştırırken, görsel dramayı yavaşlatan veya ortadan kaldıran tüm malzemeleri de görmezden gelmektedir (Esslin, 2001:71). Tüm program türlerinde olduğu gibi en temel işlevi izleyiciyi bilgilendirmek olan haberlerde de dramdaki gibi öyküler aktararak gerçeklik duygusu pekiştirilir (Poyraz, 2002:30). Haberler, bugün dramatik dilin en çok kullanıldığı programlardır (Yalsızuçanlar, 1997:123). Televizyon haberlerinin bu özelliği başı, ortası ve sonu olan tıpkı Aristo'nun bütünlük anlayışı gibi anlamlı bir şekilde düşünülerek kaleme alınmasını gerektirmektedir. Ancak dram sanatının tersine televizyon haberlerinde olayın doruk noktası olayın neden ve sonuçlarını görebilmek için, haberin ya başında ya da başlangıca yakın bir kısmına yerleştirilmektedir (Tokgöz, 2000:333).

Televizyonun canlı yayın yapabilme yeteneği izleyenlerde tarihe tanıklık etme duygusunu uyandırmaktadır (Şeker, 1999: 108). Olayın meydana geliş ve izleyiciye aktarılış anının hemen hemen aynı olması, video teknolojisiyle görüntü alınması sırasında birden fazla kameranın kullanılması ve bu kameraların olayı farklı açılardan görüntülemesi (Özkanal, 1998:137) tanıklık duygusunu güçlendirmektedir. Televizyon, kendisini anında var hissettirmesiyle, gerçekliği, anında yaşanan bir olayı, anında doğrudan ve aracısız aktarıyormuş gibi sunmaktadır. Bu nedenle televizyon programlarında canlılık hissi kuvvetlendirilmesine hareket edilmekte ve doğrudan hitap etme tekniklerini kullanmaktadır (Poyraz, 2002:52). Özellikle televizyon haberlerinde olayın tamamı ya da bir bölümünün canlı olarak yayınlanması, izleyicinin habere olan güvenini artırmakta, olaylara şahit olduğu hissini uyandırarak(Güzel, 2007: 30) gerçekliğin kurulmasına yardımcı olmaktadır. Ancak televizyonun olay yerinde bulunmasının yalnız birkaç saniye de olsa hakkında bilgi verilen katılımcıların davranış biçimlerini değiştirmelerine neden olduğu görülmektedir. Kitle iletişim araçlarının özellikle de televizyonun görüşme yaptığı kişiler çoğunlukla gergin, tutuk davranış biçimleri sergilemekte, yapmacık konuşmalar yapmakta, medya karşısında adeta bir tiyatro oyuncusu edasıyla rol kesmektedir (Kepplinger, 2003: 15).

Televizyondaki her türlü söylemin üst ideolojisinin eğlence olduğunu savunan Postman, temel amacın izleyiciyi eğlendirmek olduğunu belirtmektedir. (Postman,

2004). Haberden, haber programlarına, siyasi yayınlara kadar birçok televizyon içeriği, aslında eğlenceyle hiçbir ilgisinin olmamasına karşın eğlendiriciliğin bir değerlendirme unsuru haline gelmesi sonucu doğmuştur. Bütün televizyon program türlerinde eğlence faktörünün ön plana çıkması, psikolojik bir boyut taşımaktadır. Bireyin, herhangi bir felaketle yüz yüze gelen karakterin yerine kendisini koyması, iyinin kötüyü yenmesi sırasındaki ferahlama gibi durumlarla, kişi heyecan, tatmin olma ve boşalma gibi duygular yaşayarak psikolojik bir rahatlama ulaşmaktadır (Poyraz, 2002: 55).

Televizyonun bir diğer gerçeği yansıtma unsuru mit üretmesidir. Tuchman mitin, hayal değil, gerçekle yakından ilgili olduğunu savunmaktadır. Ona göre mit, günlük hayat imgelerinin kapalı olarak kodlanmasıdır. Fiskeye göre ise mit, bir kültürün, doğanın ya da gerçekliğin herhangi bir yanını açıklamak ya da anlamlandırmak için geliştirilen bir öyküdür (Akt., Poyraz, 2002: 67- 41). Mitler, dünyanın, insanın ve yaşamın doğaüstü bir kökeni ve öyküsü bulunduğunu, bu öykünün de anlamlı, değerli ve örnek gösterilecek nitelikte olduğunu ortaya koymaktadır. Bir kitle iletişim aracının mit üretmesi söz konusu olunca, akla mitin ideolojik bir görüntü olduğu gelmektedir. Televizyon, genellikle egemen ideoloji ve toplumsal yapıyı destekleyerek, bazen de çağdaş toplumlarda kaşıt mitler üretilmesine katkıda bulunarak mitleştirme ya da bir başka deyişle mit üretme sürecine yardımcı olmaktadır (Poyraz, 2002: 45-46). Mit tanımlarından yola çıkarak televizyon, kodlanmış ya da öykü haline getirilmiş gerçeklerin iletilmesini sağlamaktadır.

Televizyon doğasıyla, görüntüsüyle ve yolladığı mesajlarla diğer kitle iletişim araçlarından daha gerçekçi bir görünüme sahiptir. Bu gerçekçilik bir anlamda televizyonun var oluşuna dayanmaktadır. Çünkü televizyon, şimdiki zamanı ve şimdiki zamanda olan olayların belirsizliğini izleyicisine sunan bir ideolojiyi yansıtmaktadır. Bu görünümüyle televizyona ve özellikle de sunduğu haber programlarına gerçek demek olasıdır (Özkanal, 1998: 141). Televizyon haberlerinde yer alan görüntüler, gerçek yaşamın içinden alınmış kesitler olarak haberlerde yerini alırken, görsel ve sözel imgeleri izleyici, imgelerin gösterdiğini değil, gönderilen

imgelerle kendi kendisinin karşı karşıya kaldığını sanarak algılamaktadır. Gerçeklikle izleyicinin içine girdiği bu oyun, haber metinlerini bozmaz aksine izleyicinin zihninde devamlı olarak pekiştirilmesine neden olmaktadır (Tokgöz, 2000:158).

Ancak televizyonun aktardığı gerçeklik, yaşanmakta olan, yani hakiki gerçeklikten farklıdır. Televizyon, yaşanmakta olanı aktarırken kendisine özgü birtakım işlemlerden geçirir. Bu süreçte aktarılan, farklı bir boyut kazanarak kitlelere ulaşmaktadır. En gerçekçi gibi görünen haberlerde, hatta canlı yayınlarda bile her şey belli bir perspektif ile çerçevelenmektedir (Poyraz, 2002: 58). Gerçekleşmiş bir olayla o olayın haber olarak aktarılması sırasında habercinin yorumunun girmesi, olayın gerçeklik boyutunu etkilemektedir (Özdenören, 2002:47).

## İKİNCİ BÖLÜM

### İDEOLOJİ VE MEDYADA EGEMEN SÖYLEMİN YENİDEN ÜRETİMİ

#### 2.1. İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları

Medyada egemen söylemin üretilmesine geçmeden önce egemen söylemin temelinde yatan ideoloji kavramı ile ideolojinin işleyişi ve ideolojinin kendini yeniden üretirken kullandığı araçlar üzerine durulacaktır.

##### 2.1.1. İdeoloji Kavramı

İdeolojinin günlük hayatın birçok alanında, belki de tümünde yer aldığını belirtmek gerekir. Yaşam alanlarının oluşturulmasından biçimlendirilmesine, kararların alınmasında, üretilen birçok malın ortaya çıkışında, günlük hayatta değerlendirilişinde ve sayılamayacak kadar çok alanda ideolojinin etkili, belirleyici olduğunu söylemek mümkündür. İdeolojinin yaşamın neredeyse tümünde etkili olan belirleyiciliği farklı tanımlarla da ele alınmasına neden olmaktadır (Orhon, 2004: 35).

Terry Eagleton halihazırda geçerliliği olan çok sayıda ideoloji tanımı yapmıştır. Eagleton'a göre ideoloji, toplumsal yaşamda anlam, gösterge ve değerlerin üretim sürecidir; bir egemen siyasi iktidarı meşrulaştırmaya yarayan fikirlerdir; bir egemen siyasi iktidarı meşrulaştırmaya hizmet eden yanlış fikirlerdir; sistematik olarak çarpıtılan iletişimdir; özneye belirli bir konum sunan şeydir; toplumsal çıkarlar tarafından güdülenen düşünme biçimleridir; özdeşlik düşüncesidir, toplumsal olarak zorunlu yanlısamadır; söylem ve iktidar konjonktürüdür; bilinçli toplumsal aktörlerin kendi dünyalarına anlam verdikleri ortamdır; eylem amaçlı inançlar kümesidir, dilsel ve olgusal gerçekliğin birbirine karıştırılmasıdır; anlamsal kapanımdır; içinde, bireylerin, toplumsal yapıyla olan ilişkilerini yaşadıkları vazgeçilmez ortamdır; toplumsal yaşamın doğal gerçekliğe dönüştürüldüğü süreçtir (Eagleton, 2005:18). Eagleton, aynı zamanda ideolojiyi bir dil meselesinden öte bir söylem meselesi olarak tanımlamaktadır. Eagleton'a göre ideoloji kavramı daha çok belirli bir söz ile

bu sözün olanaklılık koşulları arasındaki ilişkiye dair şeyler ifşa etmeyi amaçlamaktadır (Diktaş, 2001: 10).

James Lull ideolojiyi, iletişim ortamında ifade edilen görüşler sistemi olarak adlandırır (Lull, 2001: 239). Raymond Williams ideolojiyi, bir dünya görüşü ya da bir sınıf bakışı olarak soyutlanabilecek, göreceli olarak biçimsel ve eklemlenmiş anlamlar, değerler ve inançlar sistemi olarak tanımlamaktadır (Akt., Shoemaker ve Reese: 2002: 127). Ona göre ideoloji bir dünya görüşü veya bir toplumsal sınıfın dünya görüşü olarak soyutlanabilen görsel olarak biçimsel ve birbirine bağlanmış anlamlar, değerler ve inançlar sistemidir (Akt., Erdoğan ve Alemdar, 1990:177). Gramsci'ye göre ideoloji, sistemin sürekliliğini sağlayan, ana yapılar arasında olduğu kadar dönemler arasında da bağlantıyı kuran dokudur (Akt., Kazancı, 2006: 70).

Toplumsal düşüncede en tartışmalı ve sorunlu kavramlardan biri olan ideoloji konusu en ayrıntılı biçimiyle Marksist düşünce geleneğinde ele alınmıştır (Mutlu, 1998:161). Marx ideolojik düşünceyi diğer düşüncelerden ayırarak sadece egemen maddi ilişkilerin devamını olanaklı kılan düşünceye ideolojik niteliğini yapmıştır. Yani, ideoloji ancak iktidar ilişkilerinin asimetrik kıldığı toplumsal ilişkiler içinde oluşan toplumsal bilinçtir ve sürekli iktidar ilişkilerinin çarpıtıldığı, bozduğu bilinç biçimlerinin dikkate alınmasını öngörmektedir (Sancar Üşür, 1997: 22). İdeolojinin belirtilen tanımlarının ötesinde özellikle günümüzde gerçekleri olduğu gibi yansıtmamak olarak görüldüğünü ileri süren Şerif Mardin, ideolojiyi Marx'ın belirttiği şekilde ele alarak, gerçeği maskeleyen, doğruyu olduğu gibi yansıtmayan bir sistem olarak çalıştığı şeklinde değerlendirilebileceğine işaret etmektedir (Mardin, 1992: 14-15). Bu doğrultuda ideoloji kavramının gerçeği etkilediğini, insanlara yansımada, içinden geçtiği ortamların etkisiyle, bir sapmaya uğratıldığını ve insanlarda yanlış bir imge ve izlenimler yaratabileceği, başka bir deyişle bazı insanların gerçek olarak bildiklerinin aslında daha derin ve doğru bir gerçeği maskelediği düşüncesini yaratmaktadır (Mardin, 1992: 24). İdeolojinin gerçeklik hakkında bir yanılsama, bir illüzyon değil, onun bilinç üzerindeki izi ya da görünümü olduğunu savunan Marx ideolojiyi, kapitalist düzende siyasal iktidarı



meşrulaştırmaya, bireyi sisteme entegre etmeye yardımcı fakat genellikle de yanlış fikirler kümesi olarak ifade etmektedir (Kazancı, 2006: 71).

Althusser'e göre ideoloji, bireyin beynindeki manevi bir var oluş biçimi olarak tanımlanmalıdır. İdeoloji, toplumsal bütünlüğün çeşitli düzeyleri arasındaki işleyişin bireysel bilinçler üzerinde oluşturduğu bir şekillenmedir. Bu anlamda ideoloji bireylere dışsal ve nesnedir; özne tarafından üretilmeyen, fakat özneyi üretendir (Sancar Üşür, 1997: 43). Metin Kazancı, Althusser ideolojisinin en basit anlatımı için "balığın içinde yaşadığı su" benzetmesini yapmaktadır. "Su balığın ayrılmaz ya da varlık nedenidir. Su olduğu için balık vardır ama balık başka yerde olamadığı için suyun içindedir. Balık için su her yerdedir ve her yerdir. Ama o, içinde yaşadığı suyun farkında değildir. Onula ilgili her şey aynı zamanda suyla da ilgilidir. Sanır ki, bütün dünya sudur. Yalnız suyu bilir ve tanır. Çünkü su kendisi ile birliktedir ve o, suyun içinde var olmuştur. Var oluşu suya bağlıdır. Suyun dışına çıktığında suyun ne olduğunu anlayabilir. Ama hiçbir zaman (çıkarılmadığı sürece) suyun dışına çıkamaz. Suda yaşayabilmesi için yaratılmış, adlandırılmıştır. Suyun dışında yaşayabilmesi için balıktan başka, farklı bir şey olması gerekir (Kazancı, 2003: 48-49)."

Fransız düşünür Louis Althusser'e göre ideoloji, toplumsal yaşantıyı farklı biçimde fakat her zaman ve her aşamada kendiliğinden etkileyen bir oluşumdur. Daha doğrusu toplumsal pratik ile ideoloji iç içedir (Kazancı, 2006: 72). Althusser'in ideoloji kavramsallaştırmasında, ideolojinin doğasına ilişkin üç tezi bulunmaktadır (Dursun, 2001: 28). Bunlardan ilki, ideolojinin bireylerin gerçek var oluş koşullarıyla kurdukları imgesel ilişkinin bir tasarımlanması olduğudur (Althusser, 2003: 89). İdeoloji gerçekliğin bir temsili değil, gerçeklikle kişilerin yaşadıkları bir ilişkinin temsilidir. İdeoloji, gerçekliğe ilişkin çarpıtılmış düşüncelere değil, gerçeklikle gerçek ilişkilere gönderme yapmaktadır (Dursun, 2001: 28). Hem gerçek hem de imgesel bir ilişkiyi varsayar. Dolayısıyla ideoloji birey ile bireyin dünyası arasındaki ilişkinin ifadesinden başka bir şey değildir. İdeoloji gerçekliğe ilişkin çarpıtılmış, manipüle edilmiş düşüncelere değil gerçek ilişkilere gönderme yapmaktadır (Kazancı, 2002: 60).

İkinci tez, ideolojinin maddi bir var oluşa sahip olmasıdır (Althusser, 2003: 93). İdeoloji maddidir, çünkü daima aygıtlar ve pratikler içerisindedir (Dursun, 2001: 29). Bir ideoloji, bir aygıtta ve bu aygıtın pratik ya da pratiklerinde var olur. Bu da maddi bir var oluştur (Althusser, 2003:94). Althusser'e göre nesnenin bilgisi nesnenin yerine geçmez, geçemez. Onun varlığını ortadan kaldıramaz. Bilgiyi üreten bilimden, ideolojik kip tümüyle farklıdır. İdeoloji maddi oluşumdan hem etkilenir hem de onu etkiler. Maddi pratikler ya da ritüeller (ayinler, törenler) tarafından yönetilmesi ona maddi bir özellik kazandırır (Kazancı, 2002:64). Oluşumun maddi olması Kazancı'ya göre ideolojinin sonuçlarının da maddi olduğu sonucuna götürür. İdeoloji maddi etkinlikleri, maddi ilişkileri onları pratiğinde onlarla birlikte var olması nedeniyle etkilemekte, maddi sonuçlar doğurmaktadır (Kazancı, 2006: 75).

Althusser'in her şeyin merkezinde yer alan son tezi ise ideolojinin bireyleri özne olarak çağırmasıdır. Gündelik yaşamın maddi ritüelleri içindeki somut işlevinden dolayı her bir birey bir özne olarak kendisinin farkına varmaktadır. Çağırma, ideolojik pratiğin anahtar parçasıdır (Dursun, 2001: 29). İdeolojiler ancak somut özneler için vardır ve ideolojinin bu hedefi de ancak özne sayesinde, başka deyişle, özne kategorisi ve işleyişi sayesinde imkan kazanabilir. Özne kategorisi her tür ideolojinin kurucusudur (Althusser, 2003:99- 100). İdeoloji özneleri adlandırır ve çağırır: Türk, Müslüman, öğrenci, asker, kadın, genç, anne vb. Özneler bu ritüeller içindeki pratikler aracılığıyla, adlandırma, karşılama, ibadet etme, oy verme, vatani savunma gibi eylemler ile kendi özne konumlarının farkına varırlar. Althusser'e göre ideolojinin işlevi, ideolojik aygıtlar içindeki özneleri, bu aygıtların pratikleri içindeki maddi eylemleriyle belirleyerek tanımlamaktadır (Sancar Üşür, 1997: 43- 44). İdeoloji bireyleri adlandırma yoluyla onları bir özne haline dönüştürmektedir. Çağırma ile toplum nesnelere özellik kazandırmakta, bireyin ideolojik olarak adı konulmuş olmaktadır. Yani ideolojik etki ve oluşum çağırma ile başlayıp daha sonra da yeni çağırımların etkisiyle bir toplumsal bileşke olarak sürüp gidecektir (Kazancı, 2002: 61).

Bu üç tezin yanı sıra Kazancı, Althusser'in "İdeolojinin tarihi yoktur" tezi üzerinde de bir takım kavramsallaştırmalara gittiğini belirtir. Bu teze göre ideolojiler

kuramının, toplumsal formasyonların, sınıf mücadelesinin tarihine dayalı olduğu ifade edilebilir. Böylelikle kuram ve tarih, kendi kendine sivrilmeyen, belirmeyen fakat sınıf mücadelelerinin bir değişkeni olarak ortaya çıkan kavramlar, gerçekliklerdir (Kazancı, 2006:79).

Althusser'in ideoloji üzerine kurduğu bu tezler bizi, ideolojinin toplumsal bütünlüğü yeniden üretebilmesi, siyasal ve ekonomik iktidarın ideolojik bir ikna sürecine dayanarak var olabilmesi için bir takım aygıtlara ihtiyaç duyduğu sonucuna götürmektedir. Devletin ideolojik aygıtlarının neler olduğuna geçmeden önce ideolojinin işlevleri ve işleyişi üzerinde durmakta fayda vardır.

### **2.1.2. İdeolojinin İşleyişi**

Hemen hemen her toplumda ideolojinin yerine getirdiği işlevlerin başında, dizgeyi ve önderlerin eylemlerini meşrulaştırmak için bir araç olarak kullanılması gelmektedir (Yavaşgel, 2004:170). Egemen olanın meşruluk kazandırılması sürecinde ideoloji bazı düşünürlere göre belli işleyiş stratejileri izlemektedir.

Poulantzas, ideolojinin eleştirel işlevlerini incelerken, ideolojinin maskeleye ve yerinden etme, parçalama- ayırma ve gerçek yerine hayali ilişkilerin koyulması şeklinde işlediğini ifade etmektedir. Poulantzas, kapitalizmin ilk ideolojik etkisinin maskeleye ve yerinden etme olduğunu belirtmektedir. Egemen kültür ideolojisi, sistemin sınıfa dayanan sömürgeci doğasını maskeleymektedir. İkinci etkisi parçalama- ayırmadır. Devletin farklı alanlarının birliği güçler ayrılığı kuramı içinde dağıtılır. İşçi sınıfının ortak çıkarları bu sınıfın farklı tabakaları arasındaki içsel muhalefet biçiminde kalifiye işçi, tarım işçisi, endüstri işçisi, kamu sektörü işçisi, memur vb. şekilde parçalara ayırmaktadır. Poulantzas'ın üçüncü ideolojik etkisi hayali bir birlik veya uyum empoze ederek, gerçek yerine hayali ilişkilerin konulmasıdır. Bu bireyi, grupları, çeşitli ideolojik bütünlükleri yeniden oluşturmayı içermektedir (Erdoğan ve Alemdar, 1990:212). Eagleton ise ideolojinin işleyişinin, belirli tür çıkarların siyasal iktidarın belirli biçimleri adına birleştirdiği, eyleme yönlendirdiği, rasyonalize edildiği, meşrulaştırdığı, genelleştirdiği ve doğallaştırıldığı süreçler boyunca gerçekleştiğini savunmaktadır (2005: 75). Bu stratejilerin fark

gözetmeyen, şekilsiz bir çıkarlar kategorisi içinde eritilmesiyle, birçok şey, siyasi yönden etkisiz hale getirilmiş olur (Eagleton, 2005:281).

Fiske ideoloji çözümlemesi adı altında bir takım terimleri açıklayarak bu sürece katkıda bulunmuştur. Yer değiştirme, dahil etme- birleştirme, maskeleye ve anlamlı yokluklar, metalaştırma bu terimler arasında sayılabilir. Fiske, ideoloji kuramlarının Freudcu rüya kuramından ödünç aldıkları bir terim olan yer değiştirmeyle, bir konu ya da endişe, ideolojik bastırıldığında, bu konuya duyulan ilginin meşru ve toplumsal açıdan kabul edilebilir bir konuyla yer değiştirilmesini ifade etmektedir. Dahil etme- birleştirme, başat sınıfların, ikincil sınıflardan gelen direnç öğelerini ideoloji içine dahil ederek karşıtlıkların yoksun bırakılmasıdır. Bireylere “Endişelenme sen de dahil ol” mesajını vermektedir. Fiske, toplumsal hareketleri toplumsal çıkarlara bağlayarak, ortaya çıkan sorunları kapitalizmin neden olduğu gerçeğini gizlenmesini ise maskeleye ve anlamlı yokluk olarak değerlendirmektedir. Yine bir diğer terim metalaştırmadır. Kapitalizmin her şeyden öte meta üreten bir sistem olması nedeniyle üretilen metaların doğal görünmesini sağlamak, çoğu ideolojik pratiğin kalbinde yer almaktadır. Bireyler, arzuları gidermek için üretilen metalar aracılığıyla anlamayı öğrenmekte, sorunları çözmek için üretilen metalar aracılığıyla düşünmekte ve böylece metalara ihtiyaç duyar hale getirilmektedir (Fiske, 1996:230-233)

John Thompson, Eagleton’a benzer bir şekilde, ideolojinin işleyişinde meşrulaştırma, gizleme/ gizemleştirme, birleştirme, parçasallaştırma ve şeyleştirme olmak üzere beş genel yöntem ve bu yöntemlerin karşılık geldiği bazı tipik sembolik inşa stratejileri ortaya koymuştur (Orhon, 2004: 38, Dursun, 2001: 76, Kazancı, 2002: 74- 76).

- Meşrulaştırma: Rasyonalizasyon, evrenselleştirme ve anlatisallaştırma stratejileri, meşrulaştırmanın belirli tipik stratejileridir. Bireylerin, toplumda var olan asimetrik ilişkileri yani haksız oluşumları, eşit olmayan ilişkileri doğal sayıp, benimsemesidir. Bu konuda hem sisteme hem bireye hukuk sistemi ve uluslar arası normlar yön vermektedir. Özellikle hukuk sistemi hem bireylerin rızası üzerine kurulmuş geniş bir

uzlaşmayı hem de uyulmadığında yaptırım uygulanacak bir kurallar sistemini ifade eder. Dayanağı “meşruiyettir”. Meşruiyet mutlaka egemen bir sınıfın varlığını gerektirir. Yönetenin olmadığı ortamda meşruiyet olmaz. Meşruiyet egemenliği başka bir deyişle hegemonyaya bağlıdır. Hegemonya ise yöneten sınıfların toplumsal uzlaşma yani rızayı sağlama biçimidir (Kazancı 2002: 74).

- Gizleme/ Gizemleştirme: Yer değiştirme, mistikleştirme ve mecaz (düzdeğişmece, eğretileme ve bütünden parçaya, parçadan da bütüne yöneltme) ideolojinin bu tipik işleyişinin stratejileridir. Sorunun, olayın özünü saklanarak, daha doğrusu bir yandan itilerek ilgi, başka alanlara kaydırılmaktadır. Bu kaydırma egemen ideolojik düşünce tarafından hem gerçekleştirilmekte hem de doğal sayılması için çaba harcamaktadır (Kazancı, 2002:75).
- Birleştirme: Standartlaştırma ve birliğin sembolleştirilmesiyle ideolojinin işlemesidir. Herhangi bir sorun karşısında aralarında hiçbir maddi bağ olmayan, çıkar ilişkisi olmayan insanları bir kavram altında, bir şemsiye içinde toplamaktır. “Biz” nitelemesi ön plana çıkar. Ülke, bayrak, milli birlik gibi kavramlarla ideolojik platforma ulaşılmaktadır. Bu bağlamda, yapılacak çalışmalar için en uygun yöntemin propaganda olduğu bilinmektedir (Kazancı, 2002: 75).
- Parçasallaşma: Farklılaşma ve ötekinin tasfiyesi ile işlemektedir. Birleştirmenin tam tersi bir yol izler. Büyük ana sistem subjektif ölçülere dayanılarak parçalara bölünür. Belirli bir görüş etrafından toplananlar merkezi oluşturur, dışarıda kalanlara yabancı, hain, düşman sıfatları yakıştırılır (Kazancı, 2002: 76).
- Şeyleştirme: Doğallaştırma, sonsuzlaştırma ve yalınlaştırma/ edilginleştirme ile ideolojinin işlemesidir. Burada geçici tarihi durumların doğallığı iddia edilir ve sürekli devam edeceği teması ön plana çıkarılır. Sözelimi kadınların erkeklere göre geride kalmasının

tarihsel açıklamaları ve gerekçeleri günümüze taşınır ya da kadının fiziksel eksikliği, eşitsizliğin doğal gerekçesi olarak adlandırılıp topluma bu yönde inanç aşılanır (Kazancı, 2002: 76).

Bu kategoriler aynı zamanda Fiske'nin de ileri sürdüğü ideolojik çözümlemenin de oldukça genel bir çerçevesini oluşturmaktadır (Dursun, 2001:76).

David J. Sholle de yaptığı analizler sonucunda televizyon pratiğinin nasıl ideolojik bir işlev gördüğü konusunda bir takım saptamalarda bulunmuştur. Sholle'e göre ideoloji televizyonda aşağıdaki şekilde işlemektedir.

- Çökelme (sedimentation): Dibe yerleşen, deyim yerindeyse kendini gömülü bir ideoloji olarak depolayan söylemdir. Geçmişte yaşanmış olaylara gönderme yaparak toplumsal ilişkilerin ortadan kalkmasından uzun zaman sonra bile yeniden canlandırılmasını sağlamaktadır. Televizyon, bu çökelmiş söylemlerin toplumsal yaşam içinde yer alabileceği bir alan kurarak ve mevcut alana destek yaparak ideolojinin işlemesine yardımcı olmaktadır.
- Şeyseleşme (reification): Mevcut olanın doğallaştırılmasıdır, nesnelerin bilinçli yorumunun ve nesnelere belli bir algılama tarzının sabit kılındığı bir söylemdir. Şeyseleşme medya pratiklerinin (standartlaştırma, işlevin tanımı ve temaların saymacalaşması), yeni yorumları dışta bıraktığı bir dışlama mantığına dayanmaktadır.
- Uyarılma (adaptation): Yavaş yavaş gerçekleşen değişme yoluyla uyumluluğun yaratılmasıdır. Televizyon gözle görülürün gerçekliğinin tek rasyonel söylem alanı haline geldiği bir görsel kültür yaratmaktadır.
- Yatıştırma (mollification): Yoğunluğu azaltmak, pasif kılmak ve susturmaktır. Televizyon söylemi, bir temaşa, seyir söylemi yaratmaya hizmet ederek tecrübenin yeğinliğini yok etmektedir.

- Meşrulaştırma (legitimation): Resmi ya da biçimsel onayın verilmesidir. Meşrulaştırma işlemini televizyon haberleri destekler. Televizyon haberleri, olayları bağlamından koparan nesnel ama birbiriyle bağlantısız olguların ve olayların toplamından oluştuğu için enformasyonu anlamlı bir bütün haline getirme yeteneksizliği yaratmaktadır.
- Depolitizasyon: Pratik sorunların kamusal tartışmadan dışlanmasıdır. Televizyon bireylerin kendi kültürlerini ve böylece toplumsal dünyanın karşı açıklamalarını üretme kapasitelerini azaltırken, aynı zamanda demokratik bir seçim yanılması da yaratmaktadır.
- Fosilleşme: Değiştirme yetisinden yoksunlaştırma. Dışlama sürecinin, alternatif söylemsel oluşumların önünü kesme etkisi vardır.
- Ters yönde tartışma (Reverse Contestation): Kendi formüleştirdiği çatışmalarla beslenen söylemdir. Medya öbür sınıfların imgelerini inşa eder ve sınıfların farklılıklarını bir bütünlük, çoğulluk içinde birlik yaratacak şekilde dokur. Medya çoğulluğu sunar, ancak bunu yalnız söz konusu farklılık ve alternatiflerden bir oydaşma meydana getirecek şekilde yapmaktadır (2005: 278-284).

Başat azınlığın fikirlerini tabi çoğunluğa zorla kabul ettirmesi olarak görülen ideoloji, yukarıda bahsedilen stratejiler sayesinde fiziksel zor kullanmaya ihtiyaç duymadan öznelerin ideolojileri kendilerininmiş gibi savunur hale gelmelerine neden olmaktadır.

### **2.1.3. Devletin İdeolojik Aygıtları**

Althusser'e göre bir devletin biri baskıcı, diğeri de ideolojik olmak üzere iki tür aygıtı vardır.

Bu iki aygıtın birbirinden ayrılması gerektiğini belirten Althusser, devletin baskı aygıtının devlet başkanlığını, hükümeti ve yürütme erkinin aracı olan idareyi,

silahlı kuvvetleri, adaleti, mahkemeleri ve imkanlarını (hapishaneler, vb.) kapsadığını ifade eder. Devletin başı egemen sınıfın birliğini ve iradesini temsil etmektedir. Hükümet, egemen sınıfın siyasetini yürütürken, idare ise hükümetin emirlerine uyarak bu siyaseti en ince ayrıntısına varıncaya dek uygular (Althusser, 2003: 134). Baskı aygıtı iktidarın egemenliğini saptarken, ideolojik aygıtlar rıza ile bu egemenliğin sürdürülmesini sağlamaktadır. Devletin baskı aygıtı zor kullanarak işler ve tümüyle kamusal alanda işlerken, devletin ideolojik aygıtları (DİA) ise hem kamu hem de özel alanda ideolojiyi kullanarak işlev görmektedir (İnceoğlu, 2006 ). Polis, ordu, mahkeme, hapishane vb. kurumlar fiziksel baskıya kadar uzanan zor kullanma tekeline sahipken (Kardaş, 2007), devletin ideolojik aygıtları eğitim kurumları, aile, din, medya araçları, siyasal partiler ve sendikalar vb. kurumlar ideolojik onaylama mekanizmalarına dayalı olarak var olurlar (Sancar Üşür, 1997: 44).

Temel işlevi egemen ideolojiyi aşlamak olan devletin ideolojik aygıtları (Althusser, 2003:132), üst yapıya ait oldukları için devletin baskı aygıtının koruması ve yardımı sayesinde üretim ilişkilerinin yeniden üretilmesini sağlamaktadır (Althusser, 2003:117). Devletin ideolojik aygıtı denildiğinde, birbirinden ayrı ve özelleşmiş kurumların akla gelmesi gerektiğini vurgulayan Althusser, devletin ideolojik aygıtlarını şu şekilde sıralar: Dinsel DİA (farklı kiliselerin oluşturduğu sistem), Öğrenimsel DİA (farklı, gerek özel gerekse devlet okullarının oluşturduğu sistem), Aile DİA'sı, Hukuki DİA, Siyasal DİA (değişik partileri de içeren sistem), Sendikal DİA, Kültürel DİA (edebiyat, güzel sanatlar, spor vb.), Haberleşme DİA'sı (basın, radyo- televizyon vb.) (Althusser, 2003:169). Althusser söz konusu toplumsal kurumları ideoloji taşıyıcısı olarak görmekte ve bu kurumların öznel aracılığıyla var olduklarını ve pratikte hem ideolojiyi hem de özneyi yeniden ürettiğini vurgulamaktadır ( Canbulat, 2006:38).

### **2.1.3.1. Dinsel DİA**

Din, bireylerin, kaderini bağlı gördükleri üstün bir güç veya ilkeye inancı; bu inancın sonucu olan ve bir yaşama kuralı yaratabilecek zihni ve ahlaki tutumların



tümüdür (Meydan Larousse, 1992: 343). Bireylerin kişilik ve karakterlerini düzenleyen bir güç olması bakımından sosyal ve kültürel bir kontrol görevine sahiptir. Kuralları değişmez ve bireyler neredeyse hiç sorgulamadan bu kuralları alır ve hayatlarına tatbik ederler. Çünkü din kurallarına yüklenmiş bir kutsallık vardır. Devlet, özellikle bireyleri doğru yola yönlendiren, toplumsal uzlaşa ve uyuma katkı sağlayan dini bilgilerin topluma yayılmasını destekler.

Din Althusser için devletin ideolojik aygıtları arasında önemli bir yer tutar. Özellikle kapitalizm öncesi dönemde, yalnızca dini işlevleri ile değil, aynı zamanda öğretimsel işlevleri, kültür ve haberleşme işlevlerinin büyük bir bölümünü de kendinde toplayan egemen bir DİA'nın, Kilise'nin varlığının kesinlikle açık olduğunu bildirir. Bunu "16. yüzyıldan 18. yüzyıla kadar ilk reform sarsıntısından beri tüm ideolojik mücadele, dine ve papazlığa karşı bir mücadelede yoğunlaşmışsa bu bir rastlantı değil, fakat Dini DİA'nın egemen konumuna bağlı bir olgudur" sözleriyle ifade eder (Akt., Yavuz, 2007).

### **2.1.3.2. Öğrenimsel DİA**

Gerek özel, gerekse devlet okullarının oluşturduğu sistemdir. Althusser, okulları, bireylere bir sürü beceri öğretilen ve bunu egemen ideolojiye tabi olmayı ya da bu ideolojinin pratiğinin egemenliği sağlayan biçimlerde yerine getiren kurumlar olarak görür (Althusser, 2003:159). Çünkü bu kurumlarda ders programları, ders kitapları, eğitime dair malzemeleri ve dersler çoklukla çeşitli iktidar seçkini grupların değerleri ya da çıkarlarıyla tutarlı şekilde düzenlenir (Van Dijk, 2005:359). Okul tüm toplumsal sınıfların çocuklarını anaokulundan başlayarak alır ve de ana okulundan başlayarak yeni ya da eski yöntemlerle, yıllar boyunca, çocuğun etkiye en açık olduğu çağda, aile DİA'sı ve öğrenimsel DİA arasında sıkıştığı yıllar boyunca egemen ideolojiyle kaplanmış becerileri (aritmetik, doğa tarihi, fen bilgisi, edebiyat) ya da sadece katıksız egemen ideolojiyi (ahlak, felsefe, yurttaşlık eğitimi) çocukların kafasına yerleştirir (Althusser, 2003:180). Kimi becerilerin öğretilmesi adı altında, sömürü ilişkilerinin yeniden üretildiği ve hakim sınıfın ideolojisinin aktarılması

işlevi yüklenen bir kurum olarak değerlendirilen okullara, toplumu modernleştirici bir misyon yüklenmiştir (Tanrıverdi, 2008).

Althusser, kapitalist formasyonlarda eski egemen devletin ideolojik aygıtına karşı verilen şiddetli bir siyasal ve ideolojik sınıf mücadelesi sonunda egemen kılınan devletin ideolojik aygıtının, öğrenimsel ideolojik aygıtı olduğunu düşünmektedir (Althusser, 2003:177).

### **2.1.3.3. Aile DİA'sı**

Aile, sosyal yapının hem üretim hem de tüketim birimidir. Aile kurumu hem devrimlerin hem de egemen ideallerin ve çıkarların iletiildiği, yaşatıldığı ve değiştirildiği bir konumdur. Aile siyasal birimler olarak, egemenlik ve mücadele ilişkilerinin olduğu ve siyasal ideolojilerin kültürel anlayış ve pratikler biçiminde yeni nesle aktarıldığı ortamlardır (Erdoğan, 1997:234-237).

Birey dünyaya geldiği aile içinde bir özne halini alır. Babasının soyadını taşır, bir kimliği olur. Doğumun tasarlanmasından itibaren, dolayısıyla daha doğmadan önce bile çocuk, kendisini bekleyen özgül aile ideolojisinin biçimlenişi içinde ve ideoloji tarafından olması beklenen özne konumuna sokulur (Althusser, 2003:106). Böylelikle özne olarak çağırılan birey ideolojinin bir parçası olur.

### **2.1.3.4. Hukuksal DİA**

Hukuk hem devletin baskı aygıtı hem de devletin ideolojik araçları sisteminde yer alır (Althusser, 2003:169). Temelde polis kuvvetleri, mahkemeler, ceza ve hapisaneleri kapsayan baskı aygıtları içerisinde yer alan hukuk kuralları özellikle edimsel baskıya dayanmaz, baskı çoğu zaman önleyicidir. Baskı aygıtının bizzat müdahalesi olmadan ve bir baskı süreci başlatılmadan uyulan çok sayıda sözleşme ile kıyaslandığında devletsel biçimde bir müdahale görülür. Taraflar jandarma korkusu ile suç işlememe durumuna girer. Althusser, hukuki ideoloji sayesinde birçok durumda devlet şiddetinin müdahalesine ihtiyaç duyulmadığını ortaya koymaktadır. Hukuki ideoloji sayesinde her öznenin vicdanında üretim ilişkilerinin yeniden

üretimi ara verilmeksizin sağlanır. Bu bağlamda da hukuk, üretim ilişkilerini ifade eden, söz konusu bu ilişkileri kendi kuralları içerisinde gizleyen bir sistemdir (Onay, 2006: 37).

### **2.1.3.5. Siyasal DİA**

Zenginlik ve mülkiyetin belli bir sınıf tarafından gasp edildiği sistemlerde sadece devlet örgütünün olması zorunluluğu çıkmaz, aynı zamanda gaspın ve devletin varlığının meşrulaştırılması zorunluluğu doğar. Meşrulaştırma da zenginliği ve mülkiyeti kontrol eden güçler tarafından kurdukları ve yürüttükleri siyasal sistemle mümkündür. Siyasal yapı belli amaçlarla topluluğun çıkarını gerçekleştirmek için inşa edilmiş, biçimlendirilmiş, yönetim ağları bütünüdür. İrfan Erdoğan'a göre, siyasal yapı, amaçlı politikaların tartışıldığı, yapıldığı, uygulamaya konulduğu, gerektiğinde reformlara ve değişikliklere uğratıldığı kurumlar, yasalar ve ilişkiler bütünüdür (1997: 189-194). Althusser ise siyasal düzenin, bireyleri devletin siyasal ideolojisine uydurduğunu savunmaktadır. Bu yapılırken, ya demokratik, dolaylı (parlamentar) ideoloji kullanılır, ya da dolaysız (plebisitçi ve faşist ) ideoloji tercih edilir (2003:179). Siyasal partiler, bireylerin eşit ve özgür olduğu yolundaki ideolojiye dayanır ve halkın temsilcilerinin, her bireyin devletin izlemesi gereken siyaset konusundaki düşüncesine göre, halkı oluşturan bireyler tarafından özgürce seçilmesini gerektirir. Althusser, ulusun izlemesi gereken siyaset konusunda birbirinden ayrılan önemli tercihleri dile getirip temsil ettiği varsayılan siyasi partilerin, kendilerine oy veren bireylerin görüşlerini özgürce dile getirmesi gerektiği üzerinde durmaktadır. Siyasi partilerin gerçekliği belirli ölçüde yansıtılabileceğinin altını çizen Althusser, genel iradenin yalnızca bir sınıfın, egemen sınıfın siyasetinin oluşturduğunu ileri sürmektedir (Althusser, 2003:136-138).

### **2.1.3.6. Sendikal DİA**

Sendikalar, işçilerin ve işverenlerin iktisadi, sosyal ve kültürel ortak çıkarlarını korumak ve geliştirmek amacıyla kurdukları, tüzel kişiliği olan meslek teşekkülleridir (Meydan Larusse, 1992: 498). Yasalar çerçevesinde faaliyet gösteren sendikalar, işveren- işçi, işçi- hükümet, işveren- hükümet arasındaki köprü vazifesini

görmektedir. Bu bağlamda devlet, sendikaların kurulmasına izin vererek, sendikalar yoluyla bir çeşit uzlaşma ortamının da oluşmasına izin vermektedir (Aktaş, 2007:40). Althusser sendikaların bir taraftan bireylere bilinçli ve örgütlü biri olma duygusunu aşılarken, diğer taraftan belli bir güdümün çizgisine soktuğunu belirtmektedir (2003:125).

### **2.1.3.7. Kültürel DİA**

Son derece karmaşık bir kavram olan kültür insanların, ortak değerler, kabuller, kurallar, kişisel ve ortak kimlik ve güvenliğin oluşmasında katkıda bulunan sosyal pratikler gibi yaşam biçimleri bağlamında tanımlanabilir (Lull, 2001: 241). Ortak değerlerin ve kabullerin yaratılmasında kültür, bir tür güvenilirlik, meşruluk ve sorgulamaksızın kabullenilirlik ortamı oluşturmaktadır (Hall (a), 2005: 89). Althusser, edebiyat, güzle sanatlar ve spor gibi alanlar başta olmak üzere kendini gösteren Kültürel DİA'yı tek bir örnekle ifade ederken sansürü kullanmıştır (2003:169- 171). Yani halk için olan sanat, edebiyat vs. izin verilen ölçüde kişilere ulaşabilmektedir. Yine Althusser, sporun şovenizm açısından Kültürel DİA'lar içinde en önemli rolü üstlendiğini düşünmektedir (Althusser, 2003:179).

### **2.1.3.8. Haberleşme (İletişimsel) DİA'sı**

Medya, yerel, bölgesel, ulusal veya uluslar arası bağlamda asli görevi olan haber ve bilgi verme işlevini yerine getirmek suretiyle bireyleri bilgilendirirken, kamuoyunun serbestçe oluşmasına katkı sağlamak, bir nevi eğitici ve eğlendirici çalışmalar yapmak, yönetenlerin toplumun düşüncelerinden haberdar olmasını ve kendisini bu düşünce yapısına göre şekillendirmesine yardımcı olmaktır. Ayrıca hükümetin ve toplumdaki tüm kurumların çalışmalarını halk adına gözlemleyip, denetleyerek ve gerektiğinde eleştirmek de medyanın belli başlı görevleri arasındadır (Işık ve Akbaba, 2004:144 ). Karmaşık toplumlarda kitle iletişim araçlarının ana işlevlerinden birisi de toplumsallaşma ve bu çerçevede değer yargılarının pekiştirilmesidir. Kitle iletişim araçları toplumsallaşma sürecinde düşünceyi yönlendiren norm ve değer sistemleri ile toplumda örnek kimselerin tanıtılması ve karmaşık bir toplumda, yaşamı kolaylaştıran düşünce ve davranış şekillerinin

aktarılarak sosyal sürekliliğin korunmasının yolunu açmaktadır (Gökçe, 2002:172-173). Bu durum da her iktidarın kendi medyasını, kendi yandaş medyasını yaratma arayışına girmesine neden olmaktadır (Bozdağ, 2006:334).

Devlet bürokrasisinin iktidar aygıtlarını elinde tuttuğu ülkelerde, kitle iletişim araçları üzerinde uygulanan ve genellikle resmi sansürle desteklenen tekelci denetim, iletişim araçlarının egemen seçkinlerin amaçlarına hizmet ettiğini açıkça göstermektedir (Chomsky ve Herman, 1998:21). Althusser'e göre haberleşme aygıtı ya da genel anlamıyla kitle iletişim araçları, tüm yurttaşları günlük milliyetçilik, şovenizm, liberalizm, ahlakçılık vb. dozlarıyla besler ve denetim altında tutar (2003:179). Eleştirel yaklaşımlar bağlamında yaklaşıldığında medya, toplumsal, siyasal, ekonomik, iktidar odaklarının ve elitlerin, kendi kurdukları mevcut sistemin devamlılığını sağlayacak, statükoyu koruyacak, toplumu dönüştürecek en önemli araçlardan biridir. Bu yönüyle medya, devletin ya da iktidar odaklarının "ideolojik aygıtları" arasında yer almaktadır (Damlapınar, 2007:131).

Stuart Hall da medyanın devletin bir ideolojik aygıtı olarak görev yaptığını inanmaktadır. Ona göre medyanın siyasal sorunlardaki işlemlerini meşru ve yansız kılan bağlantılar sorunu, kurumsal birer sorun değil, Devletin toplumsal çatışmalardaki dolayımının rolüne ilişkin daha geniş bir sorundur. Böylelikle medyanın devletin ideolojik aygıtı olduğu tezi ileri sürülebilir ((a) 2005:118).

## **2.2. Medyada Egemen Söylemin Yeniden Üretimi**

Çalışmanın bu kısmında söylem ve hegemonya kavramları üzerinde durularak medyada egemen söylemin yeniden üretilmesi sürecinde söylem, ideoloji ve hegemonya ilişkisine yer verilecektir.

### **2.2.1. Söylem ve İdeoloji**

Tezin ana başlığının söylem üzerine kurulu olması nedeniyle bu kavramın ideoloji ile olan ilişkisi üzerinde durulmasında fayda vardır.

İdeoloji, farklı insan gruplarının kendi pratiklerini tecrübe ettikleri, bu pratiklere belli türden bir anlam verdikleri, açıklamalar getirdikleri ve belli bir imgesel tutunum kazandırmak için düşünceleri kullandıkları gerçekliği şifreleyen düşünsel yapıyı anlatmaktadır. Bir anlamda ideoloji, çıkar çatışması durumlarında toplumsal grupların çıkarlarının meşrulaştırılması ve desteklenmesi sürecindeki söylemsel bir mücadele alanını kapsamaktadır (Duruoğlu, 2007:2).

Van Dijk'e göre ideolojiler dil kullanımı yolu ile edinilmektedir ve dil kullanımı yolu ile aktarılmaktadır. İdeolojik fikirlerin birçoğu ya aileden, arkadaşlardan başlayarak diğer grup üyelerinden ya da dinleyerek, okuyarak ve izleyerek öğrenilmektedir. Böylece ideolojiler, söylemler yolu ile ifade edilmekte ve toplumda yeniden üretilmektedir (Akt., Mora (a), 2007). Tüm günlük yaşamda ideolojinin anlam üretmek için işlediği temel ortam dil pratiğidir. Dil anlamın üretildiği araçtır ve sadece gereksinimlerle, zorunluluklarla ve öteki insanlarla ilişkilerle gelişmektedir. Dolayısıyla dil, söylemsel olmayan nesnelere dünyasında doğrudan atıfta bulunabilen tarafsız bir aracı değil, yapılandıran, gerçekliği kuran bir araç konumundadır (Duruoğlu, 2007:2). Bildirişimin gerçekleştirildiği dışlaştırma aracı olan söylem, gerçekliği, düşünsel olarak yeniden üretildikten sonra bu tasarımların insanlar arası bir dolaşıma sokmaktadır. Bu dolaşım, genelde sözel ya da grafiksel olarak bir nesnelleştirme tabanı olan dil üzerinde gerçekleşir. Düşüncelerin anlatımı ise, bu amaca göre organize edilmiş, o dil yapısı içinde geçerli ve anlamlı olan söylemler aracılığıyla sağlanmaktadır (Diktaş, 2001: 12). Söylem anlamın dil içinden hareket etmesi ile ortaya çıkmaktadır (Sancar Üşür, 1997: 89). Tüm söylem süreçleri ideolojik sınıfın ilişkilerinden kaynaklanmaktadır (Dursun, 2001:49) ve dil ile ideolojik sistem birbirleriyle etkileşen, birbirlerini oluşturan bir döngü içinde bulunmaktadır (Mora (b) 2007).

İdeoloji bireyleri toplumsal özne olarak yaratmaktadır (Eagleton, 2005:276). Özneler, toplumsallaşma süreci içinde bulunduğu topluluğu yöneten inançlar, değerler ve tutumlardan oluşan ideolojiyi, söylem aracılığıyla içselleştirmektedir. Bu nedenle bireyler kendilerine açık tutulan ve ulaşılabilir kılınan söylemler tarafından özneleştirilmektedir. İdeolojik bir bütün oluşturan güçlerin baskın hale geçerek

hegemonya oluşturabilmeleri için yazılı ve sözlü iletişimin yapısal özelliklerini denetim altına alabilmeleri yaşamsal önem taşımaktadır. Verili durumlarda, güçlü olanlar, güçsüz olanların neyi nasıl söylemeleri konusunda kısıtlamalar getirerek, belirleyici bir rol üstlenmektedir. Bu nedenle toplumsal gerçekliği belli bir ideolojiye göre düzenleyen söylem, en önemli siyaset aracıdır (Mora (a), 2007).

İdeoloji ve söylem arasındaki bu ilişki bazı düşünürler tarafından “İdeoloji ve söylem kavramlarını birlikte kullanabilir miyiz?” sorusunun ortaya atılmasına neden olmuştur. Foucault’a göre söylem ve ideoloji kavramı birbirinden ayrıdır. Söylemin kendisinin bir iktidar olduğunu düşünen Foucault, bir iktidar etkisi olmayan söylemin söz konusu olamayacağını belirtir. Söylem bu iktidarı, bilginin üretilmesi sayesinde yaratır. İdeoloji kavramında ise, özneler önceden kurulmuş varlıklar olarak, maddi/nesnel yapıdan türetilen çıkarlarının bilincine varabilirler ve bu bilinci ideolojik ifadelerle tercüme edip iktidarı ele geçirebilirler. İktidar bütün bunların sonunda ele geçirilip, kendi çıkarlarını egemen kılmanın nihai aracı olarak kullanılacak bir sahiplenme ilişkisi olarak tanımlanır (Akt., Sancar Üşür, 1997:107).

Foucault’un tersine toplumsal anlamların nasıl üretildiğine dair açıklayıcı bir model elde edilebileceğini savunan Marksist geleneğe göre, söylem ve ideoloji kavramı birlikte kullanılabilir. Onlara göre sorun birini ya da diğerini tercih etmek değil, ideolojik olanın dilsel ve göstergesel olarak da çözümlenebilirliğine ilişkin somut adımlar atmaktır. Hem ideoloji hem de söylem, toplumsal edinimlerin iletişime dayalı dilsel pratikler dolayısıyla oluşumuna işaret etmekte, bu arada söylem kavramı daha çok dilsel pratiklere içsel olan üzerinde yoğunlaşmakta, ideoloji ise daha çok dışsal özelliklere gönderme yapmaktadır (Sancar Üşür, 1997:108). Üşür, ideoloji ve söylem arasındaki ilişkiyi bilgisayar programı ile bu programın kullanılarak üretildiği bilginin ilişkisine benzetir. İdeoloji bir bilgisayar programı, söylem ise bu programın kullanılarak yaratılan çıktılar ve doğrulardır. İdeolojiyi okumak demek mesajların görünmeyen yüzünü okumak demektir. Söylem mesajın söylediği, ideoloji ise söylenebilecek olanı belirleyen kodlamalardır (Sancar Üşür, 1997:109-110). İdeolojinin yarattığı etki, söylemdeki mesajın belli bir yönde kodlanmasını sağlamaktadır (Mora (a), 2007).

Söz konusu iki kavramın birbirini dışlamadan kullanılışı dilsel ve simgesel iletişim içinde iktidar ilişkilerinin görünmez kılıfına dikkati çektiği için yararlıdır. Bu tartışmaların ışığında artık ideoloji kavramı, kullanılsa bile, klasik ideoloji kuramları bağlamındaki anlamını yitirmiş, bunun yerine söylemselliğe ya da göstergeler sistemi olarak simgeselliğine gönderme yapan bir bağlama oturmuştur (Eagleton, 2005:194).

### **2.2.2. Hegemonya**

Egemen ideoloji kuramına göre, kapitalizmi bir ekonomik sömürü sistemi olarak tanımlamak yetersizdir. Kapitalizm bir toplumsal sistem olarak dikkate alınmalı ve onun bir sistem olarak krize girmemesi ve kendini yenileyebilmesinin temelindeki nedenler ideolojik alanda da aranmalıdır. Kapitalist sistem ancak bir egemen ideolojinin yaratılması sayesinde krizden kurtulabilmektedir. Sistemin içinde bir egemen ideolojinin oluşumu da hegemonyanın oluşumundan bahsetmek anlamına gelmektedir. Kapitalizmin istikrar içinden yaşayabilmesi için yönetilenlerin onayına dayalı, egemen sınıf çıkarlarının yeniden üretimini sağlayacak ve kapitalist devletin açık şiddete başvurmasına gerek bırakmayacak bir ideolojik ve politik oluşumun gereğini vurgulamak egemen ideoloji kuramının temel tezidir. Bu tez kapitalizmin ekonomik düzeyde egemen sınıflarının varlığını açık bir şiddete başvurmadan sürdürebilmesinin belli bir politik ve ideolojik dolayımın gerçekleşmesine bağlı olduğu iddia edilmektedir (Sancar Üşür, 1997: 27).

Egemen ideoloji kuramını erken bir tarihte formüle etmiş olan Gramsci'nin hegemonya çözümlemesi, iktidarın öznelere dışsal, zora dayalı, merkezi devletin kurumsal özelliklerinden türetilen tanımları yerine, ideolojik süreçler boyunca, zihinlerde kurulan ve onaya dayanan nitelikleri vurgulayan çözümlemelerin önünü açmıştır (Sancar Üşür, 1997: 28). Kavramın kurucusu olan Gramsci, hegemonyayı kapitalist toplumlardaki sosyal düzeni korumanın başlıca aracı olarak görmektedir (Aytaç: 2004:118). İdeolojiyi sadece üstyapısal alanda işleyen toplumsal bir pratik olmaktan çok, üretim süreçlerinin şekillenmesinde işlevsel olan ve bu sayede altyapı ile üstyapının uyumunu sağlayan temel toplumsal pratiklerden birisi olarak



değerlendiren düşünür, hegemonya kavramını ise bize egemen bir ideolojinin oluşumu sayesinde olanaklı hale gelen iktidarın alanının sivil toplum olduğunu göstermektedir. Gramsci hegemonyayı, egemen sınıfın bir egemen olma pratiği olarak tanımlamaktadır (Sancar Üşür, 1997:29). Hegemonya kavramını rızanın örgütlenmesi ve bağımlı, bilinç biçimlerinin şiddet ya da zor kullanılmadan inşa edildiği süreç olarak gören Gramsci, hegemonyayı siyasal, kültür ve toplumsal otorite olarak kavramsallaştırmaktadır. Gramsci, kapitalist devletin zora dayalı, bir diğer ifadeyle siyasal egemenliğe, diktatörlüğe dayalı olan iktidar alanına karşılık sivil toplum onayına dayalı hegemonya alanını içeren iktidar ilişkisinin var olmasını savunmaktadır (Canbulat, 2006:38).

Hall ise hegemonyayı, bir sosyal grubun diğerleri üzerinde egemenlik ya da güç kurması olarak değerlendirmektedir (Akt., Aytaç: 2004:118). Lull'a göre hegemonya, egemen ideoloji aktarımı, bilinç biçimlendirmesi ve sosyal iktidar deneyimi aracılığı ile işleyen bir süreçtir. Eleştirel yaklaşım, gücü ve egemenliği kötüye kullanmanın bütün biçimlerine karşı yöneltilmekte ve egemenliğin ideolojik temeline odaklanmaktadır. İdeoloji, iletişim içinde ifade edilen fikirler sistemi; bilinç grupları ya da bireyler tarafından taşınan duygular, kanılar, tutumlar toplamının temelini oluşturmaktadır. Hegemonyayı bir toplumsal grubun diğerleri üzerinde egemenlik ya da güç kurması olarak değerlendiren Lull, hegemonyayı işleyişte olmasa bile insanlar tarafından birtakım ilkeler, kurallar ve kendi çıkarları yönünde istediklerine inandıkları yasalarla yönetilmek için ortaya konan, rızaya dayalı bir uzlaşma ya da sözleşme olarak ifade etmektedir. (Lull; 2001; 19, 54). “Hegemonya, kendilerini ikincil konuma iten sistemde rızalarının kazanılma aracıdır” diyen Fiske, hegemonya ile kazanılan zaferlerin asla mutlak ya da istikrarlı olmadığını düşünmektedir. Ona göre hegemonik alanda gündelik yaşamın çelişkili deneyimleri yüzünden mücadele asla sona ermez ve başat ideolojinin kazandığı her zeminin sürekli biçimde savunulması ve etkin biçimde elde tutulması gerekmektedir (1996:234). Gitlin hegemonyayı, kurulu düzene gösterilen kitle rızasının sistemli biçimde yönlendirilmesi olarak tanımlamaktadır. Denetim egemen iktidarın kendi otoritesini sürdürmek için aradığı meşruluğu feda etmeden sürdürülmelidir. Gitlin'e

göre hegemonya altında ideoloji, farklı değerleri sürekli olarak özümsemek ve birleştirmek zorunda olan özünde çatışmacı ve dinamik bir süreç olarak kabul edilmelidir (Akt., Shoemaker ve Reese, 2002: 151).

Hegemonya olarak ideoloji, dışta olanları bir ayna gibi aynen yansıtmaktadır; reel-olanı sağduyu, gerçekçilik ve şeylerin doğal düzenlenimi olarak göstermektedir. Bu nedenle, hegemonik ideoloji, toplumdaki otoritenin dağılgınlaştırılmış ve araçları yenilenmiş bir sesidir. Kişileri toplum yapısı neyin, nasıl yapılmasını istiyorsa onlara ve öyle yapılmasına yönelten toplumsal, siyasal üst- beni olan ideoloji, insanın rüyalarına, umutlarına, fantazyalarına, aklına yerleşip tüm buraları mekan tuttuğu için hegemonyasını sürdürebilmektedir (Oskay, 2000:287). Hegemonyanın devamının sağlanabilmesi için meşruluk ve rıza kavramlarının öne çıktığını belirten Gramsci, belli oluşumların tahakkümlerinin ideolojik zorla değil, kültürel önderlikle sağlandığının altını çizmektedir. Başat sınıfların ideolojiler alanını olumlu bir şekilde hegemonya inşa etmek için kullanabilmelerinin yolunun bu kavramlardan geçtiğine inanan Gramsci, aynı zamanda başat sistemin tahakküm altında kalan sınıflardan belli bir kabul görebilmesinin de ancak meşruluk ve rıza yoluyla mümkün olabileceğini savunmaktadır (Akt., Hall (b), 2005: 222). İdeoloji hegemonyasını kurduğu zaman, yani rızaya dayanıp hükmettiği zaman siyasal alanı ve toplumu kontrol altında tutmaya başlar. Bu yüzden iktidar mücadelesi bir hegemonya mücadelesi olup, hükümet olup da iktidar olamamak, aksine resmi bir sıfat taşımadan fiilen yönetimi ele geçirmek mümkün hale gelebilmektedir (Türköne, 2006). Hegemonya, meşruluk ve rıza kazanma işini devletin baskıcı yönünün aynı zamanda kısmen ideoloji yoluyla işleyen yasa, polis, ordu (devletin baskı aygıtları) yanı sıra üstyapılara ait failler, aile, eğitim sistemi, din, medya ve kültürel kurumlar (devletin ideolojik aygıtları) aracılığıyla başarmaktadır (Hall (b), 2005:215). Hegemonya hükmünü sürdürdükçe söz konusu ideolojik aygıtlarını bulur ve istediği gibi kullanma şansına sahiptir (Türköne, 2006).

Bireylerin, kendilerini ikincil konuma iten sistemde rızalarının kazanılma aracı olan hegemonyanın elde ettiği zafer asla sürekli değildir ve elde tutulması için sürekli savunulma ihtiyacı duymaktadır (Fiske, 1996: 234). Bu nedenle hegemonik

ideoloji yapı olarak bulunduğu koşullara göre kendini yenileyebilme özelliğine sahiptir. Bu durum hegemonik ideolojinin toplum yaşamının farklı koşullardaki değişimleri izleyebilmesine, kendini onlara uyumlayarak bu değişimlerin içinde yer almasına yardımcı olmaktadır (Orhon, 2000:302).

### 2.2.3. Yeniden Üretim

İdeoloji kuramları, her türlü iletişimin ve tüm anlamların toplumsal- siyasal bir boyutu olduğunu ve bunların toplumsal bağlamları dışında anlaşılacaklarını vurgular. Bu ideolojik işleyiş daima statükoyu kayırır, çünkü iktidarı elinde bulduran sınıflar yalnızca malların değil aynı zamanda fikirlerin ve anlamların da üretimini ve dağıtımını kontrol etmektedir. Ekonomik sistem onların çıkarları doğrultusunda düzenlenmiştir ve bu sistemden türeyen ideolojik sistem de bu sınıfın çıkarlarını ilerletmeye, doğallaştırmaya ve gizlemeye çalışır (Fiske, 1996:226).

Althusser'e göre kapitalizm, üretken bir sistem olarak üretim koşullarını genişletilmiş ölçüde yeniden üretir. Bunu yaparken de üretici güçleri ve var olan üretim ilişkilerinin yeniden üretilmesi gerekmektedir. Üretici güçlerden kasıt, maddi üretim araçları ve emek gücüdür. Maddi üretim araçları, üretimde kullanılan ya da tükenenin yerine konulacak olan hammadde, sabit kuruluşlar, üretim aletleri (makinaları) ve buna benzer şeylerin bir sistem dahilinde döngüsünden oluşur. Örneğin, bir yün kumaş fabrikası üretim yapabilmek için hammadde ve makinelere ihtiyaç duyar. Gerekli makinaları başka bir fabrikadan alırken, hammaddeyi bir koyun yetiştiricisinden temin eder. Onlar da kendi hammaddelerini üretmek için başkalarına ihtiyaç duyarlar ve bu durum üretim araçları talebinin karşılanabilmesi için sonsuza dek uzayıp gider. Emek gücünün yeniden üretimi ise, emek gücüne kendini yeniden üretmesinin maddi aracı, yani ücret vererek sağlanır. Emek gücü elde ettiği ücretle barınır, giyinir, yemeğini yer, kısacası ertesi gün işletmenin kapısında hazır bulunur. Althusser ayrıca ücretin, emek gücünün kendi emek gücü olarak bedenlerinde yeniden ürettiği çocuklarının eğitimi ve yetişmesi için vazgeçilmez olan bir şey olduğunun altını çizmektedir (2003:153-157). Grubun çıkarına hizmet eden bu süreçte Althusser, toplumsal bütünlüğün yeniden üretildiğini

kaydeder. İdeoloji, Althusser için toplumsal bütünlüğü yeniden üreten temel bir işleve sahiptir. Sistemin yeniden üretilmesinin temeli ise siyasal ve ekonomik iktidarın ideolojik bir ikna sürecine dayanarak var olabilmesinde yatmaktadır (Sancar Üşür, 1997: 41).

Üretim ilişkilerinin yeniden üretilmesi ise hukuki- siyasal ve ideolojik üstyapı yoluyla sağlanmaktadır. Emek gücünün oluşturduğu ve bu emek gücünü bir arada tutmak, geliştirmek ve değiştirmek için karşılık veren örgütlenmeler, düşünceler, ideolojiler ve ilişkiler olarak tanımlanan üst yapı (Erdoğan ve Alemdar, 1990:175), üretim ilişkilerinin yeniden üretimini büyük ölçüde devlet iktidarının devletin baskı ve ideolojik aygıtlarında uygulanmasıyla gerçekleştirmektedir. Devletin baskı aygıtının rolü, sömürü ilişkileri olan üretim ilişkilerinin yeniden üretiminin siyasal koşullarını özünde zor kullanarak sağlamaktan ibarettir. Devletin baskı aygıtı aynı zamanda baskı yoluyla devletin ideolojik aygıtlarının işleyişinin de siyasal koşullarını sağlar. Egemen ideolojinin, yani devlet iktidarını elinde tutan egemen sınıfın ideolojisinin rolü de ağırlıklı olarak bu noktada gerçekleşir ve devletin baskı ve ideolojik aygıtları arasındaki uyum egemen ideolojinin aracılığıyla sağlanır. Kısacası devletin tüm ideolojik aygıtlarının yöneldiği tek bir hedef vardır o da üretim ilişkilerinin yeniden üretimi, yani kapitalist sömürü ilişkilerinin yeniden üretimidir (Althusser, 2003:173-179).

Erdoğan ve Alemdar ise Althusser'in yeniden üretim ilişkisini şu şekilde özetler: “Bu yeniden üretim, iş gücünün ücretlerini, yeteneklerini ve uygun düşünceleri içerir. Bu iş gücünün kurulu düzenin kurallarına uymasının sürdürülmesidir. Örneğin, işçilerin yönetici ideolojiye baş eğmesi, bu ideolojiyi sömürü ve baskı ajanları için doğru bir şekilde manipüle etme yeteneğinin yeniden üretilmesidir. İş gücünün üretilmesi aileyi gerektirir; ustalığın ve tekniklerin üretilmesi öğretim ve eğitim sistemini gerektirir; yönetici ideolojiye baş eğmenin üretilmesi kültürel örgütleri, kiliseyi ve kitle iletişim araçlarını, siyasal aygıtları ve devletin genel yönetimini gerektirir. Devlet, bu toplumsal üretimin tümünün rızasıyla yapılmasını, uzun dönemde sermayenin ve yönetici sınıf bloğunun hegemonyasını sürdürmesini güvence altına alan yapıdır” (1990: 211).

Dallas Smythe, kapitalist sistemde insanların uyku dışındaki bütün zamanlarının üretim sürecine dahil olduğunu savunmaktadır. Birey bir işte çalışarak bu sisteme dahil olur ve çalıştığı sürece kapitalist üretim ilişkileri çerçevesinde bir artı değer üretir ve buna kapitalistler tarafından el konulmaktadır. Tekelci kapitalizmin bir buluşu olan kitle medyası aracılığıyla da iş dışı zamanda yani emeğin yeniden üretim zamanı olan dinlenme zamanı da işin bir uzantısı haline getirilmektedir. Çünkü birey bu zaman dilimi içinde medya izleyicisi olarak tüketim malları üreticileri için pazar olma işlevini yerine getirmektedir. Böylelikle birey hem emek gücünün üretiminde hem de üretim ilişkilerinin yeniden üretiminde çalışarak kapitalist üretim sistemine katkıda bulunmaktadır (Akt., Bulut ve Yaylagül, 2004: 120).

Egemen ideolojinin yeniden üretimi, egemen sınıfın kendi var oluşunun maddi, siyasal ve ideolojik koşullarını yeniden üretmek demektir. Egemen ideolojinin yeniden üretimi, basit bir tekrar, basit bir yeniden üretim değildir. Daha önceki dağınık ve çelişkili ideolojik öğelerin, yeni karşıt eğilimler ve önceki biçimlere karşı verilen sınıf mücadelesi içinde ve bu mücadele sayesinde kazanılmış bir birlik bünyesinde yenilenmesi ve birleştirilmesi için yapılan sözleşmedir (Althusser, 2003: 130).

#### **2.2.4. Medya- Söylem, İdeoloji, Hegemonya ve Yeniden Üretim İlişkisi**

Egemen sınıfın fikirleri her dönemde egemen fikirlerdir. Yani toplumdaki maddi gücü yöneten sınıf aynı zamanda entelektüel gücü de yönetmektedir. Maddi üretim araçlarını kendi tasarrufu altında tutan sınıf aynı zamanda zihinsel üretim araçları üzerinde de denetime sahiptir. Bu nedenle genel olarak, zihinsel üretim araçlarından mahrum kalanların fikirleri, egemen sınıfın fikirlerinin etkisi altında kalır (Shoemaker ve Reese, 2002: 127). Önceki egemen sınıfın yerini alan her sınıf, belli amaçlara ulaşmak için, kendi çıkarlarını toplumun bütün üyelerinin ortak çıkarları olarak sunarlar (Erdoğan ve Alemdar, 1990:178). Bu süreçte kitle iletişim araçları önemli bir basamaktır. Bu durum kitle iletişim aracı dışında haber ve bilgi alma gibi olanak ve koşulları bulunmayan bireyler için dünyayı o kitle iletişim

aracının gözünden görmek, onun anladığı gibi anlamak ve hatta onun davranmasını istediği gibi davranmak anlamına gelmektedir. (Kaya ve Serarşlan, 2004: 306).

Althusser, kitle iletişim araçlarını egemen olanın ideolojisini meşrulaştırmak için kullandığı devletin ideolojik aygıtlarından biri olduğunu savunmaktadır. Ona göre kitle iletişim araçları, devletin ideolojik bir aygıtı olarak ideolojiyi kullanarak işlemektedir(Althusser, 2003). Kitle iletişim araçları diğer devletin ideolojik aygıtları gibi aynı hedefe yönelmekte, üretim ilişkilerinin yeniden üretimi, yani kapitalist sömürü ilişkilerinin yeniden üretimi amacına katkı sağlamaktadırlar. Siyasal aygıt, bireyleri devletin siyasal ideolojisine uydururken, haber aygıtı tüm bireyleri medya yoluyla günlük milliyetçilik, liberalizm, ahlakçılık vb. dozları ile beslemektedir. Söz konusu aygıtlar, evrensel olarak egemen burjuva ideolojisi ile örtülmüş ve gizlenmiş şekilleriyle sömüren ve sömürülen ilişkilerinin yeniden üretimiyle, egemen sınıfın ideolojisinin zihinlere yerleştirilmesi için çalışmaktadırlar (Mora (a), 2007). Gramsci'nin ideolojik hegemonya kuramına göre kitle iletişim araçları yönetici seçkinlerin, zenginliklerini, güçlerini ve konumlarını (kendi felsefelerini, kültürlerini ve etik değerlerini yayarak) sürdürmekte kullandıkları araçlardır. Bu araçlar gerekli öğeleri bireylerin bilincine, başka türlü orada asla yer alamayacak şekilde öylesine yerleştirir ki bilinç, onları asla ret edemez. Çünkü bu öğeler söz konusu toplumsal kültürde olabildiğince derin bir paylaşım alanına sahiptir (Lull, 2001: 52). Bu yüzden yazılı ve sözlü iletişimin yapısal özelliklerinin denetim altına alınması ideolojik bir bütün oluşturan güçler için yaşamsal önem taşımaktadır (Mora (a), 2007).

Chomsky ve Herman'ın güdümlü piyasa olarak adlandırdıkları bu ortamda hükümet, iş dünyasının önde gelen isimleri, önemli medya kuruluşlarının sahipleriyle üst düzey yöneticileri ve bu alanda yapıcı girişimlerde bulunmaları uygun görülen kişiler kitle iletişim araçlarında neyin yer alıp almayacağına karar veren önemli aktörlerdir. (Chomsky ve Herman: 1998: 13). Dördüncü kuvvet olmaktan çıkarak etkinlik açısından bakıldığında çoktan ilkö sıraya yerleşen kitle iletişim araçları ya da benzer bir deyişle medya, toplumsal normların ve kültürü korumanın çok ötesinde sözü edilen aktörlerin söylem aracı haline gelmiştir. İlk bakışta bireyleri istemediği kadar eğlenceye, özgürlüğe, algılayamayacakları kadar çok enformasyona, bilgiye ve

gerçek görünen imajlara boğan medya aslında, akışına bilinçli ya da bilinçsiz kapılan, egemen kültürün sunduğu, etkin bir birey olarak yer alınmayan ve kendi rızalarıyla kabul edilerek taraftarı olunan bir dünya oluşturmaktadır (Albayrak, 2008). Toplumsal gerçekliğin belli bir ideolojiye göre düzenlenmesinin sağlanmasında önemli bir siyaset aracı olan söylem, medya yoluyla güçsüz olanların neyi nasıl söylemeleri konusunda kısıtlamalar getirerek egemen güç için belirleyici bir rol üstlenmektedir (Mora (a), 2007). Kapitalist sermayenin egemen olduğu yönetimsel bir egemenliğin sürdürüldüğü mücadele alanı olarak nitelendirilen bu sistemde (Duruoğlu, 2007: 2-3), kitle iletişim araçları ürettikleri içerikleriyle bir takım anlamları ve ideolojileri barındırır olmanın yanı sıra izleyenlere sahip olunması gereken ortak değerleri yani üretici gücün, egemen sınıfın ve ideolojinin değerlerini aşmaktadır (Orhon, 2004: 41). Böylece onların bakış açıları kamusal alanda sürekliliğe ve çekici bir yerleşmeye sahip olurken, kendilerine yakın gelen fikirleri, tonlamaları ve içeriği dolayısıyla söylemi ellerinde tuttukları medya ile toplumsal gruptan çok daha kolay üretme ve yeniden üretme gücüne sahiptir (Lull, 2001: 53). Medyanın bu durumu onun, kitle kültürünü hakim kıldığı, iktidarı yönetilenin aleyhine pekiştirdiği, bir propaganda aracı olarak bireyleri yönlendirdiği, egemen söylemleri yaygınlaştırdığı görüşünü desteklemektedir (Damlapınar, 2007:129). Özellikle değişim süreci içindeki toplumlarda kitle iletişim araçları, egemen ideolojinin yansıtılması ya da iletilmesi işlevini üstlenmektedir (Özer, 2000). Kitle iletişim araçları, mesajların kodlanması sürecinde bir gerçeklik duygusu yaratarak, medyayı bir söz üreticisi konumunda getirmekte ve gerçekliği kodlayıp yeniden üretmek yapılandırmaktadır (Canbulat, 2006: 41).

Kitle iletişim araçlarında hayatı anlamlandırmak için takip edilen haberler, bireyler tarafından kendilerine yüklenen değer nedeniyle nesnel gerçekliğe en yakın metinler olarak görülmektedir. Bireyler özellikle haber metinlerinin kendi gerçekliklerine yakın olması beklentisi içindedirler (Ergül, 2001). Yapısı gereği gerçeğe en yakın gibi görünen televizyon haberlerinde bile, yaşanmakta olanla haber formatı içinde aktarılan gerçeklik farklıdır (Poyraz, 2002:12). Haberler ortalama insanın önyargılarını çoğaltarak, gerçekliği olduğu gibi görmesini engellemekte ve

kurulu düzeni kabullenmeye yönelmektedir. Haberlerde, olaylar, söylemler tek tek birbirinden kopuk bir yaşamın görünümüleri olarak yer almakta, böylelikle haberlerle betimlenen yaşam bütünlük ve tutarlılık içinde değil, rastgele olaylar, durumlar olarak sunulmaktadır. Bir söylem olan haberlerde, yeniden oluşturulan verili hayat, hedef kitleye efendi- köle diyalektiği içinde ve yaşanan gerçekliliği pekiştirecek şekilde sunulmaktadır (Mora (a), 2007). Gündelik yaşam karşısında izleyiciye sunulan haberler, bireyleri yaşadığı dünyaya daha da yabancılaştırırken, maddi temelleri olmayan bir dünya yanılısamasını da yeniden üretmektedir (Ergül, 2001). Haber medyası aynı zamanda egemen söylemleri uyuşma dönüşürmekte ve bu süreç içinde hegemonyaya yönelik rızanın oluşumunda aktif bir rol oynamaktadır (Mora (a), 2007). Televizyonlardaki haber söylemi, toplumdaki kanaat oluşumunu, siyasi ve kültürel iklimi belirlemede etkin bir rol oynarken, egemen gücü elinde bulduran aktörler, kendi söylemlerini anlaşılması kolay kalıplara dönüştürerek, alternatif direniş odakları ve diğer marjinal söylemlerin kendilerini temsil etmelerini kısıtlayabilmektedir (Köse, 2001).

Topluma haber yayan kuruluşlar, hem maddi oluşumun ideolojik çıktısı fakat aynı zamanda maddi oluşuma katkıda bulunan kuruluşlardır. Bunların temel işlevi olan haber öz itibarıyla maddi olay ve katmanlar içinde doğup, gelişir, sonunda çökelti olarak ideolojik oluşumu bırakır. İşte bu aşamada kitle iletişim araçlarının çıktısı olan haberin farklı bir kimliğe büründüğü görülmektedir. Haber ideolojinin kurucu öğelerinden biri olmuştur (Kazancı, 2002: 67).

İdeolojinin etkisi altında şekillenen haberler, sanki seçeneklerin olduğu bir sanal özgürlük ortamı oluşturmaktadır. Televizyon haberi yer verdiği tüm aşamalar göz önüne alındığında ve sonuçta ortaya koydukları bakımından, görünenin aksine olayları sunmadan öte olayı başka alt ve üst söylemlerle yeniden üretmektedir. Egemen olanın etkisi altında, ideolojik bir aygıt olarak yer alan haberler, olayın daha yer aldığı andaki içeriği, haber olarak yer bulmaya layık görülmesi, belli bir düzen ve sırada yer bulması da söylemin bir parçası olduğunu göstermektedir. Televizyon haberinde yer alan kamera, mikrofon ve daha birçok araç, olayı kaydetmenin ötesinde, onu kodlamakta ve bu kodlama ideolojik olan bir olaya aitlik duygusu



üretmektedir. Dolayısıyla, ortaya yeniden konulan olayın tam da kendisi değil, ideolojik bir üründür. Bu şekilde televizyon haberciliği olayın kendisinden çok üretimin ait olduğu ortamı, düşünce sistemini her seferinde yeniden üretir. Bu üretim, maddi bir üretim olduğu kadar, ideolojik bir üretimdir (Orhon, 2004:43- 44). Haber olarak seçilmesindeki tek ölçüt nesnellik olmayan olaylar, dünyayı olduğu gibi yansıtmaya kaygısından uzak, oluşturulmak istenen dünyayı resmeden, duyurulan olaya ilişkin belli bilgi ve inancı oluşturmak amacıyla üretim sürecine alınmaktadır. Haber, üretim aşamasında kurumsal kararlar çerçevesinde değerlendirilmekte ve devlete ve özel sektör etkinliklerine hükmeden özel çıkarlara destek sağlama işlevini yerine getirmek için eşik bekçiliği denilen filtreleme sistemi ile ideolojisini yaymaktadır (Mora (a), 2007).

Kitle iletişim araçları, özellikle televizyon açısından düşünüldüğünde, ister ideoloji olsun, ister hegemonya, ister söylem olarak adlandırılınsın, egemen olanın çıkarlarının, özellikle de kapitalist üretim açısından, kitlelerin belli yönde hareket ettirilmesinde, bilinçlerin şekillendirilmesinde etkin rol oynamaktadır. Bu durum, yani yaşamın içine girme ve kitleleri belli bir yönde düşünme ve duymaya itme sanki kendiliğinden olan bir süreçmiş gibi gözükmektedir. Oysaki ideolojinin kitle iletişim araçları üzerinde işleyişinde sembolik inşa stratejilerinin önemli bir yeri vardır. Kitle iletişim araçları daha öncede belirtildiği üzere, meşrulaştırma, gizleme, birleştirme, parçasallaşma, doğallaştırma gibi işlevleriyle bu sürecin oluşumun sağlamaktadır (Orhon, 2004: 38).

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### EGEMEN SÖYLEMİN YENİDEN ÜRETİLMESİNDE HABER ÇERÇEVELEMESİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA

#### 3.1. Araştırmanın Konusu

İktidarlar güçlerini, denetim altında tutmaktan almaktadır. Egemen olanlar, iktidarlarını devam ettirebilmek için öncelikle kendisini iktidar yapan üretim araçlarının sahipliğinin sürekliliğini sağlamak durumundadır. Bunun için de ordu, polis gibi kolluk kuvvetlerinin yanı sıra, kendisini günlük hayat içinde var etmek ve yeniden üretmek ihtiyacı duyarlar. Bu yüzden iktidar olanlar ideolojilerini, kendini yeniden üretmek ve varlığını meşrulaştırmak için çeşitli aygıtlar kullanırlar. İktidarlar için önemli olan direnen karşıt güçlerin kendi taraflarına çekilmesi değil, söz konusu karşıt güçlerin hiç oluşmamasının sağlanmasıdır. Bu da kontrol etmekten geçer. Kontrol altında tutmanın yollarının başında kitle iletişim araçlarını kullanmak yer almaktadır.

Olayların ve olguların aktararak yaşanan dünyanın algılanmasında önemli görevler yüklenen kitle iletişim araçları, başka bilgi ve haber alma imkanı bulunmayan bireyler için dünyayı kendi gördüğü, anladığı şekliyle sunar ve hazır davranış kalıpları oluşturarak bireylerin nasıl davranması gerektiği konusunda yönlendirmeler yapar. Gelişen iletişim teknolojisiyle birlikte bireylerin günlük yaşamları içinde sürekli etkileşim halinde oldukları kitle iletişim araçları, iktidarı meşrulaştıran yaşam biçimlerinin sunulmasında iktidarın vazgeçilmez aygıtlarından birisidir.

Hedef kitlenin büyük bir kısmı tarafından sorgulanmadan doğruluğu kabul edilerek özümşenen haberler de egemen söylemin yeniden üretildiği kitle iletişim sürecinin önemli bir parçasıdır. Haber, kitle iletişim araçlarının güçlü ve egemen ideoloji tanımlarına yönelik bir yeniden üretimin gerçekleştirildiği, gerçekliğin ideolojik temsiliyeti ve inşasında oldukça stratejik metinsel bir söylemdir. Olayların habere dönüşmesi sürecinde kullanılan çerçeveler ise haberde egemen söylemi

yeniden üreten ve öne çıkaran önemli araçlardır. Haberde egemen söylemin devamlılığını sağlayacak ve onu meşrulaştıracak yönlerin ön plana çıkarılması, egemen söylemin sürekliliğini tehlikeye sokacak noktaların önemsizleştirilerek göz ardı edilmesi çerçeveleme ile sağlanmaktadır.

Egemen söylemin halk yararına kullandığını iddia ettiği haberler, halkın egemen söylemi içselleştirmesi sürecini doğallaştırarak, kabul edilirliliğini kolaylaştırmaktadır. Bu noktadan hareketle, bireylerin içinde yaşadıkları dünyayı anlamalarına yardımcı olan haberlerin, egemen söylemin yeniden üretilmesi için çerçevelenerek egemen söylem tarafından bir meşrulaştırma aracı olarak görülmesi, bu araştırmanın temel problemini oluşturmaktadır.

### **3.2. Amaç**

Bu araştırma ile egemen söylemin yeniden üretilmesi sürecinde haberlerin çerçevelenmesi konusu ele alınarak, değerlendirilecektir. Bu amaçla cevaplandırılması düşünülen sorular şunlardır:

- 1- Kitle iletişim araçlarının egemen söylem için önemi nedir?
- 2- Bireyler üzerinde etki gücünün yüksek olduğu bilinen televizyon içerikleri, özellikle de haberlerin inşa edilmesi sırasında egemen söylemin rolü nedir?
- 3- Egemen söylemin yeniden üretilmesinde haberlerin çerçevelemesi nasıl yapılmaktadır?

### **3.3. Önem**

Haberler yaşanan dünyanın algılanmasında önemli birer araçtır. Bireyler, kendisine yüklenen nitelikleri gereği, çok fazla güvenilirliğini sorgulamadan kabul ettikleri haberlerle, yaşamlarına yön vermektedirler. İnsanlar için bu derece önem taşıyan haberler, egemen söylemin varlığını devam ettirebilmesi ve ideolojilerini meşru hale getirebilmesi için vazgeçilmez bir aygıttır.

Egemen söylemin tekrar tekrar üretildiği metinler arasında yer alan haberlerin kodlanarak izleyicilere sunulması, her defasında egemen söylemin varlığını içselleştirmelerine neden olmaktadır. Bireyler dünyadan haberdar olmak için izledikleri haberlerde, aslında her seferinde egemen söylemin yeniden üretilmesini izlemek zorunda kalmaktadır. Egemen söylem varlığını, gücünü, devamlılığını ve meşruluğunu iletildiği haberlerle, bireylere kabul ettirmektedir. Bu yüzden haberlerin belirli bir sistem içinde sunulması yani haberde belli kalıpların ön plana çıkarılarak çerçevelenmesi, egemen söylemin yeniden üretilmesi açısından önem taşımaktadır.

Bu araştırma, bireylerin, televizyon haberlerinde egemen söylemin yeniden üretilmesi amacıyla çerçevelenerek bir takım ideolojik söylemlerle karşı karşıya bırakıldığı gerçeğini ve bu ideolojilerin içselleştirilmesi sürecinin ortaya konularak daha dikkatli ve seçici bir izler kitle haline getirmeleri açısından önem arz etmektedir.

### **3.4. Sınırlılıklar**

Araştırma konusu itibarıyla Türkiye’de yayın yapan bütün ulusal- özel televizyon kanallarının ana haber bültenleri araştırmaya dahil edilebilir. Ancak bunu yapmak araştırmacının zamanı ve araştırmanın maliyeti açısından çok da mümkün değildir. Bu nedenle araştırma için aşağıda yer alan bir takım sınırlılıklar belirlenmiştir:

- Araştırma, televizyon haberlerini temsilen, bağlı olduğu yayın grubu, hedef kitleleri ve bu kitleleri temsil yeteneği göz önüne alınarak daha çok genel bir izleyici kitlesine hitap ettiği düşünülen KANAL D ve STV’de (Samanyolu Televizyonu) yayınlanan ana haber bültenleri ile sınırlıdır.
- Araştırma, söz konusu kanalların, aynı dönemini kapsayan (15.09.2008- 29.09.2008) 15 günlük ana haber bültenleriyle sınırlandırılmıştır.

**Tablo 1: Kanallara Göre Haber Sayısı**

	STV		KANAL D		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
<b>Haber Sayısı</b>	<b>255</b>	<b>53,3</b>	<b>223</b>	<b>46,7</b>	<b>478</b>	<b>100</b>

• 15 günlük dönemde, ana haber bültenlerinde Tablo 1’de görüldüğü gibi KANAL D’de 223 ve STV’de 255 olmak üzere toplam 478 haber yer almıştır. Tablo 2’de ise bültenlerde yer alan haberlerin genel konularına göre dağılımları görülmektedir.

**Tablo 2: Kanallara Göre Haberin Genel Konularının Dağılımı**

	STV		KANAL D		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
<b>Siyaset- Politika</b>	<b>63</b>	<b>28,3</b>	<b>42</b>	<b>16,5</b>	<b>105</b>	<b>22</b>
<b>Asayiş- Adliye</b>	<b>36</b>	<b>16,1</b>	<b>47</b>	<b>18,4</b>	<b>83</b>	<b>17,4</b>
<b>Ekonomi</b>	<b>18</b>	<b>8,1</b>	<b>7</b>	<b>2,7</b>	<b>25</b>	<b>5,2</b>
<b>Magazin</b>	<b>17</b>	<b>7,6</b>	<b>29</b>	<b>11,4</b>	<b>46</b>	<b>9,6</b>
<b>Askeri- Güvenlik</b>	<b>6</b>	<b>2,7</b>	<b>9</b>	<b>3,5</b>	<b>15</b>	<b>3,1</b>
<b>Diğer</b>	<b>83</b>	<b>37,2</b>	<b>121</b>	<b>47,5</b>	<b>204</b>	<b>42,7</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>223</b>	<b>100</b>	<b>255</b>	<b>100</b>	<b>478</b>	<b>100</b>

Bu tablodan çıkan sonuçlar dikkate alınarak kayıt yapılan süreç boyunca bültenlere en çok konu edilen haberler tespit edilmiştir. Yapılan ön inceleme sonucu kayıt edilen dönem boyunca en az dokuz ve daha fazla sayıda bültenlere konu edilen haberler araştırmaya dahil edilmiştir.

**Tablo 3: Kanallara Göre Tekrar Edilen Haberlerin Dağılımı**

	STV	KANAL D	TOPLAM
<b>Ergenekon Soruşturması</b>	<b>39</b>	<b>27</b>	<b>66</b>
<b>Deniz Feneri Davası</b>	<b>7</b>	<b>30</b>	<b>37</b>
<b>Kılıçdaroğlu-Fırat Düellosu</b>	<b>5</b>	<b>12</b>	<b>17</b>
<b>Boycot Çağrısı</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>9</b>
<b>Çankaya Belediye Başkanı rüşvet iddiası</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
<b>Pakistan’da bombalı saldırı</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>6</b>
<b>Sahte sağlık raporu</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>4</b>
<b>Bandırma’da batan gemi</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>4</b>
<b>Türkiye genelindeki yağışlar</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>CHP yurt dışından yardım</b>	<b>3</b>	<b>-</b>	<b>3</b>
<b>Şiddetli yağışlar</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>İzmir’de bebek ölümleri</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>3</b>

İstanbul'da fırtına	1	2	3
Kafkaslarda kriz	2	-	2
Acaristanbul	2	-	2
Kuduz köpek çocuğu ısırıldı	1	1	2
Çin'de mama skandalı	2	-	2
Üniversite öğrencisine af	1	1	2
Güvenlik kamerasının yakaladığı kaza anı	1	1	2
Emniyetteki yer değişiklikleri	2	-	2
Bolu'da zincirleme kaza	1	1	2
Askerlikten soğutma davası Bülent Ersoy	1	1	2
Gerede'de kaza	1	1	2
Şiddetli rüzgar	1	1	2
Şırnak'ta şehit	1	1	2
Cezaevinde isyan	1	1	2

- Tablo 3'te haber bültenlerinde tekrar edilen haberlerin kanallara göre dağılımı görülmektedir. **Ergenekon Soruşturması** (Ümraniye'de bir gecekonuda 27 el bombası bulunmasıyla başlayıp zamanla genişleyen, askeriye, emniyet, basın ve sanat camiasından kişilerin yer aldığı, silahlı terör örgütü kurmak, hükümeti görev yapamaz hale getirmek, halkı isyana teşvik etmek gibi çeşitli iddialarla gündeme gelen soruşturma süreci (www.wikipedia.org)), **Deniz Feneri Davası** (Almanya'daki Deniz Feneri Derneği'nin bağışçıların paralarını amaç dışı kullanarak yolsuzluk yaptığı iddiası ile ilgili dava süreci), **Başbakan'ın Boykot Çağrısı** (Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın Doğan Yayın Grubu'na ait gazeteleri vatandaşların almamasına yönelik yaptığı çağrı) ve **Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosu** (CHP (Cumhuriyet Halk Partisi) Milletvekili Kemal Kılıçdaroğlu ve AKP (Adalet ve Kalkınma Partisi) Milletvekili Dengir Mir Mehmet Fırat'ın basın karşısında yaptığı tartışma programı), bahsedilen seçim kriterlerinde öne çıkan ve inceleme sürecine alınan haber konularıdır. Haber bültenleri içinde tekrar edilme şansı bulan diğer haberler söz konusu kriterleri sağlamadıkları için araştırma dışında bırakılmışlardır.
- Araştırmada, her iki televizyon kanalına ait, 15 günlük ana haber bülteninde yer alan ve yukarıda belirtilen konulardaki haberlerin tam metinleri incelenmeye alınmıştır.

### 3.5. Evren ve Örneklem

Televizyon ana haber bültenlerinde yer alan haberlerin çerçevelenerek egemen söylemin yeniden üretimine katkı sağladığı yargısı etrafında şekillenen araştırmanın evreni, Türkiye’de ulusal çapta yayın yapan televizyonların ana haber bültenleridir. Ancak evrenin geniş olması ve araştırmacı açısından tümünün analiz edilmesinin güçlüğü göz önüne alınarak seçilen iki televizyon kanalının (KANAL D ve STV) ana haber bültenleri araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır.

Bu kanalların ve televizyon haberlerinin seçilmesinde öncelikli olarak açık yayın yapan, tecimsel kanal özelliği taşıyan, tematik olmayan, farklı yayın gruplarına ait televizyon kanalları tespit edilmiştir. Tespit edilen televizyon kanalları içerisinde yapılan kura sonucu STV (Samanyolu Televizyonu) ve KANAL D araştırmanın örneklemini olarak belirlenmiştir.

Yine belirlenen kanalların ana haber bültenlerinin kayıt edilerek incelenmesi için KANAL D’nin saat 18.00’da, STV’nin 17.20’deki ana haber bültenlerinin 15 Eylül- 29 Eylül 2008 tarihleri arasındaki 15 günlük bir tesadüfi dönem seçilmiştir.

### 3.6. Yöntem

Çalışmada hem teorik hem de pratik araştırma yönteminin kullanıldığı bir yol izlenmiştir. Önce konuya ilişkin literatür taramasına başvurularak gerekli kuramsal çerçeve oluşturulmuştur. Uygulama bölümünde ise içerik çözümlemesi\* yöntemi kullanılmıştır. Niceliksel yöntemin somut çözümler üzerinde yararlı bir denetim sağlayabilmesi (Dursun, 2001: 203) nedeniyle bu araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Ayrıca toplumsal davranışı etkilemeden, kayıtlı iletişim belgelerine dayalı bir

---

\* İçerik çözümlemesi ile ilgili daha fazla bilgi için bakınız:

- Orhan Gökçe’nin İçerik Çözümlemesi, Selçuk Üniversitesi Yaşatma ve Geliştirme Vakfı Yayınları, Yayın No: 36, Konya, 2001.
- Şener Büyüköztürk’ün Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı, Pegem A Yayıncılık, Ankara, 2002.

araştırma olması ve gizli içeriğin araştırma konusu edilerek içeriğin esas anlamının ortaya konulmasını sağlaması (Tonga, 2005) diğer tercih sebepleridir.

### 3.7. Varsayımlar (Sayıtlar)

Bu çalışmada aşağıda belirtilen varsayımlardan yola çıkılarak hareket edilecektir.

Egemen söylem, televizyon haberlerinin oluşturulması ve aktarılması sürecinde kendini yeniden üretme fırsatı bulur.

Haberlerin oluşturulması sürecinde kullanılan çerçeveler, egemen söylemin devamlılığını sağlayacak ve onu meşrulaştıracak yönlerin ön plana çıkarılması, egemen söylemin sürekliliğini tehlikeye sokacak noktaların önemsizleştirilerek göz ardı edilmesini sağlamaktadır.

Egemen söylemin yeniden üretimi sürecinde meşrulaştırma ve parçasallaştırma kanallarının haberlerinde sıklıkla kullandıkları ideoloji inşa stratejileridir.

### 3.8. Tanımlar

**Egemen Söylem:** İktidar, güç sahibi kimselerin ( Hükümet, iş dünyasının önde gelen isimleri, önemli medya kuruluşlarının sahipleriyle üst düzey yöneticileri ve bu alanda yapıcı girişimlerde bulunmaları uygun görülen kişi ya da gruplar) oluşturdukları söylem, baskın olan söylemdir.

**Yeniden Üretim:** Üretim kelime anlamı olarak belirli faaliyet ve işlemler sonucu yeni bir mal veya hizmet meydana getirme, istihsal, tüketimin karşıtı anlamlarına gelmektedir (www.tdk.gov.tr). Yeniden üretim ise daha çok siyasal ideolojilerin çeşitli yol ve araçlarla hedef kitlelere ulaştırarak, kendilerini birey zihinlerinde canlı tutma, meşrulaştırma, egemenliğini sürdürmenin yoludur.



**Haber Çerçeveleme:** Bir olayla ya da sorunla ilgili haberi anlamlı hale getirmek için haberde nelerin yazılacağı ve nelerin dışarıda bırakılacağını belirlenmesidir.

### 3.9. Verilerin Toplanması

Çalışma için belirlenen sınırlılıklar ve kapsam doğrultusunda incelemeye alınan veriler, 15 Eylül- 29 Eylül 2008 tarihleri arasında KANAL D ve STV ana haber bültenlerinin kaydedilmesi yoluyla elde edilmiştir.

Araştırma süresi içinde KANAL D'den 223, STV'den 255 olmak üzere toplam 478 adet haber kaydedilmiştir. Bu haberlerin içinde kayıt dönemi boyunca en az dokuz ve daha fazla sayıda haber bültenlerine konu olan haberler tespit edilerek araştırmaya konu edilecek haberler belirlenmiştir. Tespit edilen haberlerin kayıtları tek tek deşifre edilerek yazıya dökülmüş ve daha önceden hazırlanan kodlama formuna aktarılmıştır. Kodlama formunda yer alan kavramlar ise şu şekildedir:

**Kanalın Adı:** 15 günlük süre boyunca kaydedilen 2 kanaldan (STV ve KANAL D) birinin adını ifade etmektedir.

**Bülten Süresi:** Söz konusu televizyon kanallarında haber bültenlerine ayrılan sürenin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda haber bülteni sürelerinin tespiti için 30 dakikadan az, 30 dakika – 1 saat arası ve 1 saatten fazla olmak üzere aralıklar belirlenmiştir. 30 dakika ile 1 saat arası haber bültenleri ideal olarak görülmüştür.

**Haber Sırası:** Araştırmada, hangi haber konularına hangi haber sıralamalarında yer verildiği incelenmiştir. Kodlama formunda açık uçlu olarak yer verilen haber sırasında genel anlamda bültendeki ilk 5 haber, kanal için önemli, gündemin konusunu oluşturan haberler olarak değerlendirilirken, ilerleyen sıralarda yer alan haberlerin ise önemce daha az değer taşıdığı ifade edilebilmektedir.

**Haber Süresi:** Bülten içerisinde yer alan haberlerin süreleri tespit edilerek haber konularına göre ayrılan süreler belirlenmeye çalışılmıştır. Haberler 1 dakikadan az, 1 ile 3 dakika arası, 3 dakikadan uzun olarak kodlanmış, 1 dakikadan

az haberler kısa, 1-3 dakika arası haberler orta, 3 dakikadan fazla olan haberler ise uzun olarak değerlendirilmiştir. Burada da haber konularına göre haber süreleri karşılaştırılarak kanalların hangi haber konularını öne çıkarmak istedikleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

**Haberin Genel Konusu:** İncelemeye alınan haberlerin genel konularını tespit etmeye yönelik bir seçenektir. Haberler, bilgi parçalarını sunulmaları nedeniyle kendi içlerinde kategorize edilmektedirler. Araştırmada da haberler Siyaset – Politika, Ekonomi, Magazin, Askeri – Güvenlik, Asayiş- Adliye ve Diğer şeklinde kategorilere ayrılmıştır.

**Haber Konusu:** İncelenen haberlerin, araştırmaya dahil edilen hangi haber konusuna girdiğini belirlemek için kullanılmıştır. Söz konusu kayıt döneminde en az dokuz ve daha fazla sayıda bültenlerde yer alma fırsatı bulunan haberler belirlenmiştir. Deniz Feneri Davası, Ergenekon Soruşturması, Başbakanın Boykot Çağrısı ve Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosu ile ilgili haberler bu kriteri sağladıkları için araştırmaya alınmış ve incelenen 127 haber bu haber konularına göre kodlanmıştır.

**Haber Kaynağı:** Kanalların ana haber bültenlerinde yer verdikleri haberlerin daha çok hangi haber kaynağına dayandırarak hazırlandığının tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Her haberin bir kaynağa dayanması nedeniyle haber kaynakları kategorize edilerek, birincil kaynakların açıklamaları, kanal muhabirinin olay yerinden aktarımı, canlı yayında röportaj/ telefon bağlantısı, kanalın kendi özel haberi, kaynak belirtilmeyen haberler, başka kitle iletişim araçlarının haberleri olarak alt başlıklara ayrılmıştır. Birincil kaynakların açıklamaları ile açıklama ve eylemleriyle topluma yön veren kaynakların açıklamaları ifade edilmektedir. Haberlerin nesnel bir boyut kazanabilmesi için habercilerin kendi düşünce ve yorumlarını haberlere yansıtılmaları gerekmektedir. Bunun içinde birçok haber doğrudan birincil kaynakların açıklamalarına dayandırılmaktadır. Bu araştırmada da birincil kaynak adlandırılması hükümet, ana muhalefet ve muhalefet partileri, sivil toplum kuruluşları, akademik ve askeri çevreler ile bu alanda söz hakkı tanınan kişi ve kurumlar gibi haber kaynakları için kullanılmıştır. Kanal muhabirinin olay

yerinden aktarılması, devam etmekte olan herhangi bir olayın kanal muhabiri tarafından haber bülteni içerisinde izleyicilere aktarılmasıdır. Kanal muhabiri canlı yayında olay yerinden gelişmeleri aktararak, izleyicilere tarihe tanıklık ettikleri duygusunun uyandırılması amaçlanmıştır. Canlı yayında röportaj/ telefon bağlantısı, herhangi bir haberde, birincil kaynakların ya da konunun uzmanı olan kişilerin görüşlerine haber bülteni içerisinde yer verilmesidir. Söz konusu kişiler canlı bağlantıyla haber bültenlerine dahil olarak habere kaynaklık etmektedirler. Kanalin kendi özel haberi, bir takım kaynaklara dayanmakla birlikte, kanalın kendi muhabirlerinin katkılarıyla oluşturulmuş ve zaman zaman kanalın kendi görüşünün de yansıtıldığı haberlerin dahil edildiği haber kaynağı kategorisidir. Kaynak belirtilmeyen haberler, haberlerin kanal tarafından yapılmadığı açık, ancak hangi kaynaktan alındığı belirgin değilse bu sınıflamaya sokulmuştur. Başka kitle iletişim araçlarının haberleri ise televizyon kanalının dışında başka medya kuruluşları veya kitle iletişim araçlarının haberlerinin habere kaynaklık ettiği haberlerdir.

**Haberde Adı Geçen Kişi, Kurum ya da Kuruluşlar:** Araştırmada belirlenen haber konularında geçen kişi, kurum ya da kuruluş isimlerinin belirlenmesine yönelik kategoridir. İncelenen haberlerde daha çok kimlerin, hangi kurum ya da kuruluş isimlerinin geçtiği ile haber konularının söz konusu gruplardan hangileriyle daha çok ilişkilendirildiği saptanmak istenmiştir. Böylelikle hem egemen söylemin yeniden üretilmesi, hem de haberlerde hangi isimler doğrultusunda çerçevelemenin yapıldığının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda haberde en çok adı geçen kişi, kurum ya da kuruluşlar belirlenmeye çalışılmıştır.

**Haber Türü:** Haber bültenlerinde yer alan haberler ciddi haber, öykü haber, sıcak haber, devam eden haber ve gelişen haber olmak üzere 5 kategoride değerlendirilmiştir. Ciddi haber, anlamlılık ve önemlilik özellikleri ön plana çıkan, öğrenilmesi veya öğrenilmemesi durumunda bireylerin bilgi açığını büyütecek olayların konu edildiği haberlerdir. Çalışmada siyasi, askeri, asayiş- adliye olaylarına dayanan haberler ciddi haber olarak değerlendirilmiştir. Öykü haber, insan hayatının ilginç yönlerini içeren, duygulara yönelik haberler olup üslup olarak genellikle öykü biçiminde aktarılmaktadır. Sıcak haber, gerçekleşeceği önceden bilinmeyen,

planlanmamış, bir anda ortaya çıkan durumları anlatan haberlerdir. Gelişen haber, önceden planlanan, gerçekleşeceği bilinen olaylara dayanan, planlanmış gösteri, basın toplantısı gibi olayların haberleridir. Devam eden haber, başlangıcı ve sonuçlanması arasında belli bir zaman diliminin geçtiği, habercilik açısından sürekli takibi gereken olayların aktarıldığı haberlerdir. Mahkemelerdeki davalar, bir tasarının yasalaşması, savaş gibi uzun süreli olaylar bu tür haberlere girmektedir.

**Haberde İdeoloji İnşa Stratejileri:** Kitle iletişim araçlarında ideolojinin işleyişine yönelik John B. Thompson tarafından 5 genel yöntem belirlenmiştir. Bunlar meşrulaştırma, gizleme/ gizemleştirme, birleştirme, parçasallaşma, şeyleştirmedir (Orhon, 2004: 38 ve Dursun, 2001:76).

**Meşrulaştırma:** Rasyonalizasyon, evrenselleştirme ve anlatisallaştırma stratejileri, meşrulaştırmanın belirli tipik stratejileridir. Toplumda egemen söyleme ilişkin resmi ya da biçimsel onayın verilmesini sağlayacak şekilde işler. Meşrulaştırma işlemini televizyon haberleri desteklemektedir. Televizyon haberleri bireylerde, olayları bağlamından koparan nesnel ama birbiriyle bağlantısız olguların ve olayların toplamından oluştuğu için enformasyonu anlamlı bir bütün haline getirme yeteneksizliği yaratmaktadır. Ayrıca televizyonun, söylemi tüketim terimlerine indirgemesi meşrulaştırmanın diğer boyutunu oluşturmaktadır. Boş zaman tüketimi bilincin yerini aldığında, tüketicinin üretilmesi en az şeylerin ya da resmi görüşlerin üretilmesi kadar önem kazanmaktadır.

**Gizleme/ Gizemleştirme:** Yer değiştirme, mistikleştirme ve mecaz (düzdeğişmece, eğretileme ve bütünden parçaya, parçadan da bütüne yöneltme) ideolojinin bu tipik işleyişinin stratejileridir. Egemen söylemin var olan olumsuz yönlerinin pasif kılınarak, iyi ve olumlayıcı yönlerini ön plana çıkarılmasıyla işlemektedir.

**Birleştirme:** Standartlaştırma ve birliğin sembolleştirilmesiyle ideolojinin işlemedir. Başat sınıfların ikincil sınıflardan gelen direnç öğelerini statükoyu sürdürmede kullanmaları sürecine gönderme yapmaktadır. Bu ideoloji inşa stratejisinde dirençler başat ideoloji içine dahil edilerek karşıtlıklarından yoksun

birakılmaktadır. Dönemsel olarak yaşanabilecek siyasal karşıtlıkları tehlikesiz hale getirerek basat ideolojiyle birleştirilmesi amaçlanmaktadır.

**Parçasallaşma:** Farklılaştırma ve ötekinin tasfiyesi ile işlemektedir. Karşıt egemen söylemlerin küçük parçalara ayrılarak sistem dışında bırakılmasını amaçlamaktadır. Yeri ve zamanı geldiğinde bu küçük parçalar birleştirilerek karşıt egemen söylemlerin kabullenilirliğini olumsuz yönde etkileyecek biçimde sunulur.

**Şeyleştirme:** Doğallaştırma, sonsuzlaştırma ve yalınlaştırma/ edilginleştirme ile ideolojinin işlemesidir. Mevcut olanın doğallaştırılmasıdır. Nesnelerin bilinçli yorumunun ve nesnelere belli bir algılama tarzının sabit kılındığı bir söylemdir. Medyanın seslendiği bölgede mevcut olan hakkında resmi bir görüşün geliştirilmesini amaçlar.

Araştırmada, kanalların belirlenen haber konularını ele alırken hangi ideoloji inşa stratejilerini kullandığı incelenmiştir. Egemen söylemin yeniden üretimi sürecinde egemen söylemleri daha çok hangi ideoloji inşa stratejileri ile sundukları tespit edilmeye çalışılmıştır.

**Haber Öğeleri:** Bir haberin olmazsa olmazları olarak görülmektedir. Bir haber içinde Kim?, Ne?, Nerede?, Ne zaman?, Nasıl? ve Neden? sorularına verilen cevaplar izleyiciler için o haberi tüm yönleriyle anlamlandırmalarına ve yorumlamalarına yardımcı olmaktadır. Araştırmada da ele alınan haberlerin bu sorulardan hangilerine yanıt verdiği tespit edilmeye çalışılmıştır.

Kodlama formunda belirtilen kategorilere göre araştırmacı tarafından kodlanan haberlerden elde edilen veriler, yine araştırmacı tarafından bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Dijital ortamdaki veriler ileri istatistik programı kullanılarak değerlendirilmiş, sonuçlar elde edilerek yorumlanmıştır.

### 3.10. Bulgu ve Yorumlar

Araştırmanın bu bölümünde örneklem olarak seçilen KANAL D ve STV kanallarında 15- 29 Eylül 2008 döneminde yayınlanan haberlerin içerik çözümlemesi

yer almaktadır. Bu çözümlemenin yapılma nedeni, söz konusu kanallarda egemen söylemin yeniden üretilmesine yönelik bir haber çerçevelemesinin yapılabildiğinin ortaya konulmasıdır. Oluşturulan kodlama formuyla tespit edilen veriler, SPSS (istatistik programı) ile anlamlı değerler haline dönüştürülerek tablolar halinde sunulmuştur.

### **3.10.1. Uygulamaya Yönelik Genel Değerlendirmeler**

Çalışma için belirlenen ve kodlama formunda yer alan analiz birimleri ile ilgili elde edilen veriler tablolara dönüştürülerek yorumlanmıştır. Öncelikle araştırmaya alınan kanallar hakkında genel bir bilgiye ulaşmak üzere kanalların bülten süreleri, haber süreleri, haberlerin genel konularına göre dağılımları, haber konularına göre dağılımları, haber kaynakları, haber türleri, haberde ideoloji inşa stratejileri ve haber öğelerine göre dağılımlarına yer verilmiştir.

Kanalların yayın çizgileri hakkında genel bir bilgi edindikten sonra, belirlenen haber konularına göre, haber sıra, haber süresi, haber kaynağı ile ilişkisi, haberde adı geçen kişi, kurum ya da kuruluşlarla ilişkisi, haber türü, haberde ideoloji inşa stratejileri ve haber öğeleri açısından değerlendirmeye alınmıştır.

Çalışmanın genelinde de savunulduğu üzere, televizyon haberlerinin belirli egemen söylemlerin yeniden üretimine katkı sağladığı ve bunu yaparken de haberleri çerçevelediği düşünülmektedir. Bununla ilgili olarak da televizyon kanallarının haberde ideoloji inşa stratejilerinin kanalın kullandığı haber kaynaklarına, haberde adı geçen kişi, kurum ya da kuruluşlara ve haber öğelerine göre dağılımlarına yer verilmiştir.

#### **3.10.1.1. Kanallara Göre Dağılımlar**

Araştırmanın uygulama kısmı kendi içinde 3 bölüm olarak değerlendirilmiştir. İlk bölümde kanallar hakkında genel bir bilgi edinilmesi amacıyla incelemeye alınan haberler bülten süresi, haber süresi, haber konuları, haberde adı geçenler, haberde ideoloji inşa stratejileri ve haber öğeleri açısından değerlendirilmiştir.

### 3.10.1.1.1. İncelenen Kanalların Bülten Süreleri

Araştırma kapsamında yer alan KANAL D ve STV kanallarının ana haber bültenlerine ayırdığı süre Tablo 4’te yer almaktadır. Bir haber bülteni süresi için 30 dakikadan az olması kısa, 60 dakikadan fazla olması uzun 30 ile 60 dakika arasında olması ise ideal haber bülten süresi olarak değerlendirilmektedir.

**Tablo 4: Kanallara Göre Bülten Sürelerinin Dağılımı**

	STV		KANAL D		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
30 dk, Az	-	-	-	-	-	-
30 dk- 60 dakika arası	15	50	15	50	30	100
60 dk fazla	-	-	-	-	-	-
<b>TOPLAM</b>	<b>15</b>	<b>50</b>	<b>15</b>	<b>50</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

İncelen kanallara ait 30 haber bülteninde, tüm haber bültenlerinin 30 ile 60 dakika arasında olduğu görülmüştür. Haber bültenleri süreleri açısından kanallar arasında bir farklılık görülmemesinin yanı sıra, haber bülten süreleri de ideal olan süre içindedir.

### 3.10.1.1.2. İncelenen Kanalların Haber Süreleri

Kanal D ve STV ana haber bültenlerinde yer alan ve araştırmaya dahil edilen haberlerin süreleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

**Tablo 5: Kanallara Göre Haber Sürelerinin Dağılımı**

	STV		KANAL D		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1 dk dan az	4	7,8	7	9,2	11	8,7
1-3 dk arası	27	52,9	34	44,7	61	48
3dk dan fazla	20	39,2	35	46,1	55	43,3
<b>TOPLAM</b>	<b>51</b>	<b>100</b>	<b>76</b>	<b>100</b>	<b>127</b>	<b>100</b>

Haberler süreleri, 1 dakikadan az, 1 ile 3 dakika ve 3 dakikadan fazla kategorilerine göre değerlendirilmiştir. STV’de 1 dakikadan az 4 tane haber yer alırken, KANAL D aynı kategorideki haber sayısı 7’dir. 1 ile 3 dakika arası STV’de 27 haber, KANAL D’de 34 haber tespit edilmiştir. Değerlendirmeye alınan haberlerin

STV’de 20 tanesi, KANAL D’de ise 35 tanesi 3 dakikadan fazla süreyle haber bültenine konu edilmiştir. Haber süreleri bakımından her iki kanalda da belirgin bir fark gözlenmemiştir. 1 ile 3 dakika arası haberlerin oranı % 48, 3 dakikadan fazla haberlerin oranı % 43 olarak tespit edilmiştir. Genel olarak haber kanallarının -incelemeye alınan haberler açısından- haberlere ayırdıkları süre orta uzunlukta ve uzun süreli haberler olarak ifade edilebilir.

### 3.10.1.1.3. Kanalların Genel Haber Konuları

KANAL D ve STV kanallarının ana haber bültenlerinde araştırma sürecinde incelemeye alınan haberlerin hangi genel haber konularına yer verdiği tespit edilmeye çalışılmıştır. Tablo 6’da incelenen kanalların haberlerin genel konularına göre dağılımları görülmektedir.

**Tablo 6: Kanallara Göre İncelenen Haberlerin Genel Konularının Dağılımı**

	STV		KANAL D		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
<b>Asayiş- Adliye</b>	<b>45</b>	<b>77,6</b>	<b>56</b>	<b>53,8</b>	<b>101</b>	<b>62,3</b>
<b>Siyaset- Politika</b>	<b>13</b>	<b>22,4</b>	<b>48</b>	<b>46,2</b>	<b>61</b>	<b>37,7</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>58</b>	<b>100</b>	<b>104</b>	<b>100</b>	<b>162</b>	<b>100</b>

127 haberin incelemeye dahil edilmesine karşın bazı haberlerin birden fazla haber konusuna giriyor olması nedeniyle 162 genel haber konusunun haberler içinde işlendiği görülmektedir. 127 haberde, 101 kez (% 62,3) asayiş- adliye, 61 kez (%37,7) de siyaset- politika, haber konuları işlenmiştir. STV’de 13 kez (%22,4) siyaset- politikaya ilişkin konulara yer verilirken, 45 kez (%77,6) asayiş- adliye konuları haberler içinde yer almıştır. Her iki haber konusunun işlenişi noktasından bir değerlendirme yapıldığı zaman STV’nin büyük çoğunlukla asayiş- adliye konularına yer verdiği haberler ana haber bültenlerinde daha sık tekrar edilme şansı bulmuştur.

Aynı durum KANAL D açısından değerlendirildiğinde 48 kez (%37,7) siyaset- politika, 56 kez de (%62,3) asayiş- adliye konularının haber içerisinde işlendiği görülebilmektedir. Yine KANAL D’de de incelemeye alınan haberler içerisinde



asayiş- adliye konulu haberlerin siyaset- politika konulu haberlere göre daha fazla işlendiğini söylemek mümkündür.

Araştırmanın yapıldığı süreçte söz konusu kanallarda ekonomi, magazin, askeri- güvenlik, eğitim, sağlık vb. konularda haberler de yer almıştır. Ancak bu konular, sınırlılıklar bölümünde dile getirilen kriterlere uyan ve araştırmaya dahil edilen haberlerde gözlenmemiştir.

#### 3.10.1.1.4. Kanallara Göre Haber Konuları

Araştırmanın sınırlılıklar bölümünde de belirtildiği üzere, incelemeye alınan 15 günlük süreçteki iki kanala ait 30 ana haber bülteninde, en az dokuz ve daha fazla sayıda, bültenlerde yer alma fırsatı bulan haberler araştırmanın haber konuları olarak belirlenmiştir.

Tablo 7’de STV’de yayınlanan ve araştırmada incelenen haberlerin konularına göre dağılımı görülmektedir.

**Tablo 7: STV’de Haber Konularının Dağılımı**

	STV	
	Sayı	%
<b>Ergenekon Soruşturması</b>	<b>39</b>	<b>75</b>
<b>Deniz Feneri Davası</b>	<b>7</b>	<b>13,5</b>
<b>Kılıçdaroğlu-Fırat Düellosu</b>	<b>5</b>	<b>9,6</b>
<b>Boycot Çağrısı</b>	<b>1</b>	<b>1,9</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>52</b>	<b>100</b>

STV’de 51 haber incelemeye alınmıştır. Ancak bir haberin birden fazla haber konusunu aynı anda işlemesi nedeniyle ele alınan haber konu sayısı 52’dir. STV’de %75’lik oranla Ergenekon Soruşturması ile ilgili haberler bu kanalda işlenen birinci konu olmuştur. Ergenekon Soruşturması 39 kez haberlere konu edilmiştir. İkinci sırada 7 kez (%13,5) haberlere konu edilen ve Almanya’daki Deniz Feneri Derneği’nin bağışçıların paralarını uygunsuz şekilde kullanıldığının iddia edildiği Deniz Feneri Davası gelmektedir. AKP Milletvekili Mehmet Mir Dengir Fırat ile CHP Milletvekili Kemal Kılıçdaroğlu arasında yaşanan ve karşılıklı söz düellosuna kadar giden olayları anlatan Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosuna ilişkin haber konusu STV’de 5 kez (%9,6’1) işlenerek üçüncü sırada yer almıştır. Son sırada ise Başbakan

Recep Tayyip Erdoğan'ın bir medya grubuna ait gazetelerin, yalan haber yaptıkları gerekçesiyle partililer tarafından alınmayarak boykot edilmesini istediği haber vardır. Bu konu STV'de 1 kez (%1,9) gündeme getirilmiştir.

Aynı haber konularının dağılımı KANAL D için Tablo 8'de görülebilmektedir.

**Tablo 8: KANAL D'de Haber Konularının Dağılımı**

	KANAL D	
	Sayı	%
<b>Ergenekon Soruşturması</b>	<b>29</b>	<b>37,7</b>
<b>Deniz Feneri Davası</b>	<b>28</b>	<b>36,4</b>
<b>Kılıçdaroğlu-Fırat Düellosu</b>	<b>12</b>	<b>15,6</b>
<b>Boykot Çağrısı</b>	<b>8</b>	<b>10,4</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>77</b>	<b>100</b>

Ergenekon Soruşturması 29 kez (%37,7)KANAL D'de işlenen haber konusu ile ilk sırada yer almıştır. Onu çok az bir farkla, 28 kez (%36,4) işlenen Deniz Feneri Davası konusu izlemiştir. Kemal Kılıçdaroğlu ve Mehmet Mir Dengir Fırat'ın sözlü atışmalarının konu edildiği Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosu 12 kez (% 15,6)haberlere konu olmuştur. 8 kez (% 10,4')bültene konu edilen Boykot Çağrısı ise son sırada yer almıştır.

Tablo 9'da haber konularının kanallara göre dağılımları yer almaktadır.

**Tablo 9: Kanallara Göre Haber Konularının Dağılımı**

	STV		KANAL D		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
<b>Ergenekon Soruşturması</b>	<b>39</b>	<b>57,4</b>	<b>29</b>	<b>42,6</b>	<b>68</b>	<b>100</b>
<b>Deniz feneri davası</b>	<b>7</b>	<b>20</b>	<b>28</b>	<b>80</b>	<b>35</b>	<b>100</b>
<b>Kılıçdaroğlu-Fırat düellosu</b>	<b>5</b>	<b>29,4</b>	<b>12</b>	<b>70,6</b>	<b>17</b>	<b>100</b>
<b>Boykot Çağrısı</b>	<b>1</b>	<b>11,1</b>	<b>8</b>	<b>88,9</b>	<b>9</b>	<b>100</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>52</b>	<b>40,3</b>	<b>77</b>	<b>59,7</b>	<b>129</b>	<b>100</b>

Burada göze çarpan ilk durum, incelemeye alınan haberler doğrultusunda KANAL D'de bu konulara ilişkin daha fazla sayıda habere yer verilmiş olmasıdır. Boykot Çağrısına ilişkin haberler KANAL D'de 8 kez (% 88,9) işlenirken, aynı haber konusu STV'de 1 haber (% 11,1) konusuyla sınırlı kalmıştır. Deniz Feneri davasının işlendiği haberler açısından değerlendirildiğinde KANAL D'de 28 (% 80) kez bu konu ele alınırken, STV'de 7 kez (% 20) işlenmiştir. Aynı durum Kılıçdaroğlu- Fırat düellosu için de söz konusudur. KANAL D Kılıçdaroğlu- Fırat

düellosu ile ilgili 12 (% 70,6) haber tespit edilirken, STV’de bu konuya ilişkin haberlerin sayısı 5’tir (%29,4). İki kanalın oran olarak birbirine yaklaştığı tek konu Ergenekon Soruşturmasına ilişkin haberler olmuştur. STV bu konudaki haberlerin sayısı 39’ken (%57,4), KANAL D’de Ergenekon Soruşturmasına yönelik işlenen haberlerin sayısı 29’dur (% 42,6).

Her iki kanalda da en çok yer bulan haber Ergenekon Soruşturması ile ilgili haberler olmuştur. Bunu sırasıyla Deniz Feneri davası, Kılıçdaroğlu- Fırat düellosu ve Başbakanın Boykot Çağrısı takip etmiştir. Haber konularının sıralanması açısından iki kanal paralellik gösterse de haber sayıları açısından iki kanal arasında farklılıklardan söz etmek mümkündür. Bu fark Ergenekon Soruşturması konulu haberlerde birbirine yakın olsa da, Deniz Feneri davası, Kılıçdaroğlu- Fırat düellosu, Başbakanın Boykot Çağrısı ile ilgili haberlerde daha belirgindir.

Ergenekon Soruşturmasına ilişkin haberler, her iki kanalda da incelemeye alınan haberler içinde en çok konu edilen haberler olduğu görülmektedir. Bunun nedenini, soruşturma sürecinde gerçekleşen operasyonlara bağlamak mümkündür. Araştırma için kayıt yapıldığı dönemde Ergenekon adı altında yürütülen soruşturmaya ilgili çeşitli operasyonlar düzenlenmiş (7., 8. ve 9. dalga operasyonları) ve bu operasyonların yankıları ile ilgili haberler sıklıkla ana haber bültenlerine konu edilmiştir.

Almanya’daki Deniz Feneri Derneği yöneticilerinin bağışçılardan topladıkları bağış paralarını uygunsuz bir şekilde kullandıklarına ilişkin dava sürecinin konu edildiği haberler KANAL D ve STV’nin ikinci sırada işledikleri haber konusunu oluşturmaktadır. KANAL D dava sürecini Almanya’dan gün gün izleyip detaylı bir şekilde işlenirken, STV ise bu konu ile ilgili gelişmeleri yüzeysel bir şekilde aktarmıştır. Bunu haber sayılarından anlamak da mümkündür. KANAL D Deniz Feneri davası ile ilgili 28 haber yer alırken, STV’de bu sayı 7 haberde kalmıştır.

### 3.10.1.1.5. Kanallara Göre Haberde Adı Geçenler

Araştırmanın genel konusu itibariyle haberde adı geçen kişi, kurum/ kuruluş, veya ülke isimlerinin tespit edilmesindeki amaç, egemen ideoloji, söylem veya iktidar olarak ifade edilenlerin (hükümet, iş dünyasının önde gelen isimleri, önemli medya kuruluşlarının sahipleriyle üst düzey yöneticileri ve bu alanda yapıcı girişimlerde bulunmaları uygun görülen kişiler ile tüm bu kişilerin bağlı oldukları kurum ve kuruluşlar) haber içerisinde tekrarlarla yeniden üretilmesi ve çerçevelenip çerçevelenmediğinin saptanmasıdır. Bu doğrultuda kanallara göre haberde adı geçen kişi, kurum veya kuruluş adlarına ilişkin durum, Tablo 10'de verilmiştir.

**Tablo 10: Kanallara Göre Haberde Adı Geçenlerin Dağılımı**

	STV		KANAL D		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Ergenekon	252	71,8	99	28,2	351	100
Recep Tayyip Erdoğan	17	8,4	186	91,6	203	100
Deniz Feneri Derneği	15	9,9	137	90,1	152	100
Şener Eruygur	67	45	82	55	149	100
Kemal Kılıçdaroğlu	48	35	89	65	137	100
Tuncay Özkan	72	53,3	63	46,7	135	100
Adil Serdar Saçan	59	43,7	76	56,3	135	100
Mehmet Mir Dengir Fırat	43	34,1	83	65,9	126	100
Zahit Akman	16	14,8	92	85,2	108	100
AKP	3	4,6	62	95,4	65	100
Seyhan Soylu Sisi	26	44,8	32	55,2	58	100
Gürbüz Çapan	19	33,9	37	66,1	56	100
Deniz Baykal	14	25,5	41	74,5	55	100
Mehmet Gürhan	13	25	39	75	52	100
Hürşit Tolon	36	70,6	15	29,4	51	100
CHP	10	21,3	37	78,7	47	100
Nurseli İdiz	14	30,4	32	69,6	46	100
Levent Temiz	17	41,5	24	58,5	41	100
İstanbul Emniyet Müdürlüğü	12	32,4	25	67,6	37	100
Alman Büyükelçisi	0	0,0	36	100,0	36	100
AKP Hükümeti	9	25,7	26	74,3	35	100
Köksal Toptan	7	21,9	25	78,1	32	100
Zekeriya Karaman	0	0,0	31	100,0	31	100
TBMM, Meclis	10	32,3	21	67,7	31	100
Alman Savcı Fertsin Löst,	0	0,0	30	100,0	30	100
Zekeriya Öz	25	83,3	5	16,7	30	100
Hizbutahrir	26	92,9	2	7,1	28	100

<b>Mehmet Ali Şahin</b>	<b>8</b>	<b>29,6</b>	<b>19</b>	<b>70,4</b>	<b>27</b>	<b>100</b>
<b>Cumhuriyet Gazetesi</b>	<b>20</b>	<b>76,9</b>	<b>6</b>	<b>23,1</b>	<b>26</b>	<b>100</b>
<b>Tanju Güvendiren</b>	<b>19</b>	<b>76,0</b>	<b>6</b>	<b>24,0</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

Araştırma kapsamında incelemeye alınan haberlerde en az 25 kez geçen kişi, kurum ve kuruluş isimleri belirlenmiş ve ilk 30 tanesi Tablo 10'da gösterilmiştir. Tabloda yer alan isimlerden en çok tekrar eden ilk 10 tanesi araştırma kapsamında yorumlanacaktır. Bu doğrultuda, tabloda en çok tekrar eden kişi, kurum ya da kuruluş isimlerinin başında Ergenekon (Ergenekon Terör Örgütü, Terör Örgütü) gelmektedir. Toplamda 351 kez yer alan bu isim STV'de 252 (% 71,8), KANAL D'de 99 (% 28,2) kez tekrar edilmiştir. İkinci sırada Recep Tayyip Erdoğan (Başbakan, Başbakan Erdoğan) ismi STV'de 17 (%8,4), KANAL D'de 186 (%91,6) kez olmak üzere toplam 203 kez tekrarlanmıştır. Üçüncü sırada Deniz Feneri Derneği (Deniz Feneri, Dernek), STV'de 15 (%9,9), KANAL D'de 137 (% 90,1) defa olmak üzere toplam 152 defa tekrarlanan isim olmuştur. Bunu sırasıyla STV'de 67 (% 45), KANAL D'de 82 (% 55) kez olmak üzere toplam 149 kez Şener Eruygur (Emekli Orgeneral, Jandarma Eski Genel Komutanı ), STV'de 48 (% 35), KANAL D'de 89 (% 65) kez olmak üzere toplam 137 kez Kemal Kılıçdaroğlu (CHP Milletvekili, CHP Grup Başkan Vekili, Kılıçdaroğlu), STV'de 72 (% 53,3), KANAL D'de 63 (% 46,7) kez olmak üzere Tuncay Özkan (KANAL 1 sahibi, Gazeteci, Biz Kaç Kişiyiz Platformu Genel Başkanı, BİZ TV sahibi), STV'de 59 (% 43,7), KANAL D'de 76 (% 56,7) kez olmak üzere toplam 135 kez Adil Serdar SAÇAN (Organize İşler Şube Eski Müdürü, Eski Polis, Avukat), STV'de 43 (% 34,1), KANAL D'de 83 (% 65,9) kez olmak üzere toplam 126 kez Mehmet Mir Dengir Fırat (AKP Milletvekili, Fırat), STV'de 16 (% 14,8), KANAL D'de 92 (% 85,2) kez olmak üzere toplam 108 kez Zahit Akman ( RTÜK Başkanı, Akman, RTÜK Başkanı Akman), STV'de 3 (% 4,6), KANAL D'de 62 (% 95,4) kez olmak üzere toplam 65 kez AKP (Adalet ve Kalkınma Partisi, AK Parti, Akpliler, AKP Yöneticileri)ismi geçmektedir.

Tekrar edilme oranları olarak KANAL D'de ilk 3 sırada yer alan isimlere bakıldığında, ilk sırada % 95,4'lük oranıyla AKP, ikinci sırada % 91,6'lık oranıyla Recep Tayyip Erdoğan ve üçüncü sırada % 90,1'lik oranıyla Deniz Feneri Derneği

gelmektedir. Aynı isimlerin STV’de tekrar edilme oranları ise AKP’nin % 4,6, Recep Tayyip Erdoğan’ın % 8,4 ve Deniz Feneri Derneğinin de % 9,9’da kalmıştır. KANAL D’de oran olarak ilk 3 sırada tekrar edilen isimler, bu kanalın bağlı olduğu medya grubuna göre karşıt bir egemen söylemi temsil etmektedir. STV’de tekrar edilme oranı açısından KANAL D’ye göre yalnızca iki isimin öne çıktığı görülmektedir. Bu isimler ise % 71,8’lik oranıyla Ergenekon ve % 53,3’lük oranıyla Tuncay Özkan olmuştur. Söz konusu isimlerden ilki mevcut siyasi iktidarın gücünün darbe yoluyla kırılarak ele geçirilmesini amaçlayan ve bir terör örgütü olduğu iddia edilen Ergenekon’u, ikincisi ise bu oluşum içinde yer alarak çeşitli faaliyetlerde bulunduğu iddia edilen bir medya mensubu olan Tuncay Özkan’ı ifade etmektedir. Yani her iki isimde mevcut siyasi iktidarın karşısında yer alan, karşıt söylem sahibi egemen güçler olarak görülmektedir. Karşıt bir egemen söylemin hem KANAL D, hem de STV’de neden bu kadar çok tekrar edildiği sorusu, haber konuları ve haberde kullanılan ideoloji inşa stratejilerine ilişkin tablolarda daha net bir şekilde ifade edilebilecektir.

### 3.10.1.1.6. Kanallara Göre Haber Türleri

Çalışma kapsamındaki kanallarda incelemeye alınan haber konuları haber türlerine göre karşılaştırılmıştır. Karşılaştırmadaki amaç kanalların incelemeye alınan haberleri hangi haber türünde izleyicilerine ulaştırmayı hedeflediğinin tespit edilmesidir. Tablo 11’de incelemeye alınan haberlerin haber türlerine göre dağılımına yer verilmiştir.

**Tablo 11: Haber Türlerinin Dağılımı**

	Haber Türü	
	Sayı	%
<b>Ciddi haber</b>	<b>127</b>	<b>100</b>
<b>Devam eden haber</b>	<b>23</b>	<b>18,1</b>
<b>Gelişen haber</b>	<b>6</b>	<b>4,7</b>
<b>Sıcak haber</b>	<b>3</b>	<b>2,4</b>
<b>Öykü haber</b>	-	-

Her iki kanalın ana haber bülteninde yayınlanan ve incelemeye alınan toplam 127 haberin tamamı ciddi haber türüne girmektedir. Ayrıca haberlerin bir kısmı ciddi

haber kategorisinin yanı sıra diğer haber türlerini de kapsamaktadır. Tablo 11’de de görüldüğü gibi, haberlerin 23 tanesi (% 18,1) devam eden haber özelliği de taşımaktadır. 6 haber (% 4,7) gelişen haber olma özelliği sergilerken, 3 haber de (% 2,4) sıcak haber kategorisine girmektedir.

Haber türleri kanallar açısından değerlendirildiğinde ise Tablo 12 ve Tablo 13’de yer alan veriler karşımıza çıkmaktadır.

**Tablo 12: STV’de Haber Türlerinin Dağılımı**

	STV	
	Sayı	%
<b>Ciddi haber</b>	<b>51</b>	<b>86,4</b>
<b>Devam eden haber</b>	<b>7</b>	<b>11,9</b>
<b>Gelişen haber</b>	<b>1</b>	<b>1,7</b>
<b>Sıcak haber</b>	-	-
<b>Öykü haber</b>	-	-
<b>TOPLAM</b>	<b>59</b>	<b>100</b>

STV’de incelenen 51 haberin tamamı ciddi haber kategorisine girmekle birlikte haber türü dağılımında %86,4’lük bir orana sahiptir. Bunun nedeni bazı haberlerin ciddi haber olmalarının yanı sıra devam eden ve gelişen haber kategorilerine değerlendirilmelerinden kaynaklanmaktadır. Bunlardan 7 tanesi (% 11,9) devam eden haber, 1 tanesi de (% 1,7) gelişen haber kategorisinde değerlendirilmiştir. STV’de incelenen haberler içinde öykü ve sıcak haber türlerine rastlanmamıştır.

**Tablo 13: KANAL D’de Haber Türlerinin Dağılımı**

	KANAL D	
	Sayı	%
<b>Ciddi haber</b>	<b>76</b>	<b>76</b>
<b>Devam eden haber</b>	<b>16</b>	<b>16</b>
<b>Gelişen haber</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
<b>Sıcak haber</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>Öykü haber</b>	-	-
<b>TOPLAM</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

KANAL D’de de araştırmaya dahil edilen 76 haberin tamamı ciddi haber kategorisine girmektedir. 76 haberden bazıları, ciddi haber olmasının yanı sıra diğer

haber türlerini de kapsayabilmektedir. Bu haberlerden 16'si (% 16) devam eden haber, 5 tanesi (% 5) gelişen haber ve 3 tanesi de (% 3) sıcak haber türüne girmektedir. KANAL D'de sadece öykü haber türünde habere rastlanmamıştır.

Tablo 14'de haber türlerinin kanallara göre dağılımı ele alınmaktadır.

**Tablo 14: Kanallara Göre Haber Türlerinin Dağılım**

	STV		KANAL D		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
<b>Ciddi haber</b>	<b>51</b>	<b>40,2</b>	<b>76</b>	<b>59,8</b>	<b>127</b>	<b>100</b>
<b>Devam eden haber</b>	<b>7</b>	<b>30,4</b>	<b>16</b>	<b>69,6</b>	<b>23</b>	<b>100</b>
<b>Gelişen haber</b>	<b>1</b>	<b>16,7</b>	<b>5</b>	<b>83,3</b>	<b>6</b>	<b>100</b>
<b>Sıcak haber</b>	-	-	<b>3</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>100</b>
<b>Öykü haber</b>	-	-	-	-	-	-
<b>TOPLAM</b>	<b>59</b>	<b>37,1</b>	<b>100</b>	<b>62,9</b>	<b>159</b>	<b>100</b>

Haber türlerinin kanallara göre dağılımına bakıldığında ilk sırada ciddi haber türü gelmektedir. KANAL D'nin 76 kez (% 59,8), STV'nin 51 kez (% 40,2) yani her iki kanalın incelenen tüm haberinin ciddi haber türünü kullandığı söylenebilir. Kanallar devam eden haber türü açısından incelendiğinde KANAL D'nin 16 kez (% 69,6), STV'nin 7 kez (% 30,4) bu türü kullandığı saptanmıştır. Gelişen haber türünü KANAL D 5 (%83,3), STV ise 1 kez (16,7) kullanmıştır. Sıcak haber türü STV'de rastlanmazken, KANAL D 3 kez (% 100) sıcak haber türünde yayın yapmıştır. Hem STV'de hem de KANAL D'de öykü haber türüne rastlanmamıştır. İncelenen 127 haberde toplam 159 haber türü tespit edilmiştir. Bu nedenle bazı haberlerin birden fazla haber türünü barındırdığını belirtmekte fayda vardır.

İncelenen haberlerin tamamının ciddi haber kategorisine girmesi, haber bülteni içerisinde tekrar edilme imkanı bulan haberlerin izleyiciye aktarılırken bu türü çok sık kullandığını ortaya koymaktadır. Her iki kanalda da incelemeye alınan konular öykülemekten uzak, ciddi bir şekilde izleyicilere aktarılmıştır. Haberlerin ciddi olması, izleyici tarafından ciddiye alınarak takip edilmesi ve bu doğrultuda yorumlanması anlamına geldiğinden özellikle bültenlerde tekrar eden haberler, izleyici zihninde belirli bir yer edinme açısından önem taşımaktadır. Araştırmada incelenen haber konuları dikkate alındığında öykü haber türüne ilişkin haberlere rastlanmaması da beklenen bir durumdur. Gündemin önceden planlanmış, rutin



haberlerinin işlendiği gelişen haber türünde her iki kanalda da çok fazla yer ayrılmadığı söylenebilir. Sıcak haber açısından bakıldığında ani gelişmelerin konu edildiği bu haber türünün sadece KANAL D’de 2 haberde kullanıldığı görülmüştür. Habercilik açısından uzun süreli takibi, araştırmayı, konu üzerinde uzmanlaşmayı gerektiren devam eden haber türü ise her iki kanalda da % 11 ile 16 arasında değişen oranlarda yer bulmuştur.

### 3.10.1.1.7. Kanallara Göre Haberde İdeoloji İnşa Stratejileri

Araştırmanın odak noktasını haberde egemen söylemin yeniden üretilmesi ve bu süreçte çerçevelenmesi oluşturmaktadır. Bu doğrultuda incelemeye alınan haberlerle kanalların yayın çizgilerine ilişkin verilere ulaşırken, bir taraftan da incelenen haberlerde egemen söylemin hangi işleyiş stratejileriyle yeniden üretildiği tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda incelenen tüm haberlere ilişkin ideoloji inşa stratejilerinin frekans dağılımı Tablo 15’te yer almaktadır.

**Tablo 15: Haberde İdeoloji İnşa Stratejilerinin Dağılımı**

	TOPLAM	
	Sayı	%
<b>Parçasallaşma</b>	<b>86</b>	<b>67,7</b>
<b>Meşrulaştırma</b>	<b>25</b>	<b>19,7</b>
<b>Şeyleştirme</b>	<b>16</b>	<b>12,6</b>
<b>Birleştirme</b>	<b>8</b>	<b>6,3</b>
<b>Gizleme/ Gizemleştirme</b>	<b>6</b>	<b>4,72</b>

Bazı haberlerde birden fazla ideoloji inşa stratejisinin kullanıldığı dikkate alınarak incelendiğinde haberlerin büyük bir çoğunluğunda parçasallaşma ideoloji inşa stratejisinin öne çıktığını söylemek mümkündür. Parçasallaşma, 86 haberde (% 67,7) kullanılmıştır. İkinci sırada 25 haberle (% 19,7) meşrulaştırma gelmektedir. 16 haberle (% 12,6) şeyleştirme üçüncü sırada yer alırken, birleştirme 8 haberle (% 6,3) dördüncü, gizleme 6 haberle (%4,72) beşinci sırada kullanılan ideoloji inşa stratejileri olmuştur.

Tablo 16’da STV’de incelenen 51 haberde kullanılan ideoloji inşa stratejilerinin dağılımları görülmektedir.

**Tablo 16: STV’de İdeoloji İnşa Stratejilerinin Dağılımı**

	STV	
	Sayı	%
<b>Parçasallaşma</b>	<b>39</b>	<b>76,5</b>
<b>Meşrulaştırma</b>	<b>7</b>	<b>13,7</b>
<b>Şeyleştirme</b>	<b>6</b>	<b>11,8</b>
<b>Gizleme/ Gizemleştirme</b>	<b>4</b>	<b>7,8</b>
<b>Birleştirme</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

STV’nin incelemeye alınan haberler içinde en çok 39 kez (% 76,5) ile parçasallaşma gelmektedir. Bunu 7 haberle (% 13,7) meşrulaştırma, haberle 6 (% 11,8 ) şeyleştirme ve 4 haberle (% 7,8) gizleme ideoloji inşa stratejisi takip etmiştir. STV’de incelenen haberler arasında birleştirmeye ilişkin herhangi bir habere rastlanmamıştır.

Tablo 17’de ise KANAL D’de incelenen 76 haberde kullanılan ideoloji inşa stratejilerinin dağılımlarına yer verilmiştir.

**Tablo 17: KANAL D’de İdeoloji İnşa Stratejilerinin Dağılımı**

	KANAL D	
	Sayı	%
<b>Parçasallaşma</b>	<b>47</b>	<b>61,8</b>
<b>Meşrulaştırma</b>	<b>18</b>	<b>23,7</b>
<b>Şeyleştirme</b>	<b>10</b>	<b>13,2</b>
<b>Birleştirme</b>	<b>8</b>	<b>10,5</b>
<b>Gizleme/ Gizemleştirme</b>	<b>2</b>	<b>2,6</b>

STV’de gözlenen durum KANAL D için de geçerli olup, bu kanalda incelemeye alınan 76 haberden 47’sinde (% 61,8) parçasallaşma ideoloji inşa stratejisi ilk sırada gelmektedir. Bunu 18 haberle (% 23,7) ile meşrulaştırma izlemiştir. Şeyleştirme 10 haberle (% 13,2) üçüncü sırada yer alırken, birleştirme 8 haberle (10,5) dördüncü ve son sırada 2 (2,6) haberle gizleme ideoloji inşa stratejisi kullanılmıştır.

İdeoloji inşa stratejilerinin kanallara göre dağılımı incelendiği zaman karşımıza Tablo 18’deki durum çıkmaktadır.

Tablo 18 : Kanallara Göre İdeoloji İnşa Stratejilerinin Dağılımı

	STV		KANAL D		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
<b>Parçasallaşma</b>	<b>39</b>	<b>45,3</b>	<b>47</b>	<b>54,7</b>	<b>86</b>	<b>100</b>
<b>Meşrulaştırma</b>	<b>7</b>	<b>28</b>	<b>18</b>	<b>72</b>	<b>25</b>	<b>100</b>
<b>Şeyleştirme</b>	<b>6</b>	<b>37,5</b>	<b>10</b>	<b>62,5</b>	<b>16</b>	<b>100</b>
<b>Birleştirme</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>
<b>Gizleme/ Gizemleştirme</b>	<b>4</b>	<b>66,7</b>	<b>2</b>	<b>33,3</b>	<b>6</b>	<b>100</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>56</b>	<b>40</b>	<b>85</b>	<b>60</b>	<b>141</b>	<b>100</b>

Araştırmaya dahil edilen haberlerin bazılarında birden fazla ideoloji inşa stratejisinin kullanılması nedeniyle STV'deki 51 haberde 56, KANAL D'deki 76 haberde 85 ideoloji inşa stratejisinin varlığı saptanmıştır. İdeoloji inşa stratejilerinin kullanımı açısından her iki kanal karşılaştırıldığında parçasallaşmanın her iki kanalda öne çıktığını söylemek mümkündür. Parçasallaşma KANAL D'de 47 kez (% 54,7) kullanılırken, STV'de 39 kez (% 45,3) kullanılmıştır. Meşrulaştırma her iki kanalda da ikinci sırada kullanılan ideoloji inşa stratejisi olmuştur. KANAL D'de incelemeye alınan haberlerin 18'i (% 72) meşrulaştırma stratejisi üzerine kurulurken, STV'de incelemeye alınan haberlerin 7'si (% 28) bu strateji doğrultusunda şekillenmiştir. Meşrulaştırmayı işlevce kendisine yakın olarak değerlendirebileceğimiz şeyleştirme izlemektedir. KANAL D'de 10 kez (% 62,5) gözlenen bu ideoloji inşa stratejisi STV'de 6 kez (% 37,5) gözlenmiştir. İki kanal arasında gizleme ve birleştirme ideoloji inşa stratejilerinin kullanımı arasında fark vardır. KANAL D'de 8 kez (%100) birleştirme ideoloji inşa stratejisi işlenirken, STV'de incelenen haberler içinde bu stratejini türüne hiç rastlanmamıştır. Gizleme ideoloji inşa stratejisi açısından bakıldığı zaman da STV'de 4 kez (% 66,7) kullanılan bu strateji türü, KANAL D'de 2 (% 33,3) kez haberlerde kullanılmıştır.

Her kanal mutlaka etkisi altında olduğu egemen söylem ya da söylemleri, haber yayınlarında farklı şekillerde ideoloji inşa stratejileri kullanarak yeniden üretilmelerine katkı sağlamaktadır. Ağırlıklı olarak her iki kanal için de karşıt görüşlerin, diğer egemen söylemlerin sistem dışında bırakılmasını, farklılık yüklenmesini sağlayan parçasallaşmanın kullanıldığını söylemek mümkündür. Kanalların kendi egemen söylemlerini güçlendirmek ve desteklemek için meşrulaştırma ve şeyleştirmeye de sıklıkla başvurdukları görülmektedir. Her iki

kanalda sık olmamakla birlikte zaman zaman egemen söylemlerin gizlenmesi/maskelenmesi yönünde ideoloji inşa stratejisi kullandıkları belirtilebilir. Başat ideolojilerin tek bir egemen söylem altına alınmasını ifade eden birleştirme ideoloji inşa stratejisi, araştırmada sadece KANAL D'nin ana haber bülteninde incelemeye alınan haberlerde gözlenmiştir. STV'de bu ideoloji inşa stratejisine yer verilmemiştir.

### 3.10.1.1.8. Kanallara Göre Haber Öğeleri

Bir haberde izleyicilerin olayı her yönüyle anlayabilmeleri için cevaplanması beklenen 6 temel soru vardır. 5N 1K olarak ifade edilen haber öğelerinden Kim?, Ne?, Nerede?, Ne zaman?, Nasıl? ve Neden? sorularının incelemeye alınan haberlerin aktarımında hangilerinin öncelikli olarak cevaplandığı belirlenmeye çalışılmıştır.

Tablo 19'da incelemeye alınan haberlerde haber öğelerinin ne oranda cevap bulunduğunu görülebilmektedir.

**Tablo 19: Haber Öğelerinin Dağılımı**

	Haber Öğeleri		
	Sayı	%	
<b>Kim</b>	<b>127</b>	<b>23,5</b>	<b>100</b>
<b>Ne</b>	<b>127</b>	<b>23,5</b>	<b>100</b>
<b>Neden</b>	<b>83</b>	<b>15,4</b>	<b>65,4</b>
<b>Nerede</b>	<b>81</b>	<b>15</b>	<b>63,8</b>
<b>Ne zaman</b>	<b>77</b>	<b>14,3</b>	<b>60,6</b>
<b>Nasıl</b>	<b>45</b>	<b>8,3</b>	<b>35,4</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>540</b>	<b>100</b>	

İncelenen haber sayısının 127 olmasına karşın bu sayıdan farklı olarak 540 haber öğesinin ortaya çıkma nedeni haberlerde birden fazla haber öğesinin yer almasıdır. Tablo bu husus dikkate alınarak açıklanmıştır. Kim ve Ne soruları incelenen 127 haberin tamamında (% 100) yanıtlanmış ve kanalların haberleri aktarımında öncelikli olarak aktardıkları haber öğesi olmuştur. Bu öğeleri 83 kez (% 65,4) yanıt bulan Neden sorusu, 81 kez (% 63,8) yanıtlanan Nerede sorusu, 77 kez

(% 60,6) yanıtlanan Ne zaman sorusu ve 45 kez (35,4) yanıtlanan Nasıl sorusu takip etmiştir.

Tablo 20’de de kanallara göre haber öğelerinin dağılımına ilişkin veriler yer almaktadır. Kanallar hakkında yorum yapabilmek için bu tablonun incelenmesi daha sağlıklı olacaktır.

**Tablo 20: Kanallara Göre Haber Öğelerinin Dağılımı**

	STV		KANAL D		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
<b>Kim</b>	51	100	76	100	127	23,5
<b>Ne</b>	51	100	76	100	127	23,5
<b>Neden</b>	37	72,5	46	60,5	83	15,4
<b>Nerede</b>	30	58,8	51	67,1	81	15
<b>Ne zaman</b>	28	54,9	49	64,5	77	14,3
<b>Nasıl</b>	14	27,5	31	40,8	45	8,3
<b>TOPLAM</b>	211	39,1	329	60,9	540	100

Tablo 19’da da belirtildiği gibi, Kim ve Ne soruları incelenen kanalların tamamında yanıtlanarak (% 100) öncelikli olarak sunulan haber öğeleri olmuştur. Habere konu olan olayın geçtiği yeri izleyicilerine aktaran Nerede sorusu STV’de 30 (% 58,8) kez yanıt bulurken, KANAL D’de 51 (% 67,1) kez yanıtlanmıştır. Olayın geçtiği zamanı bildiren Ne zaman sorusu STV’de 28 kez (% 54,9), KANAL D’de 49 kez (% 64,5) cevaplanmıştır. Olayın nasıl meydana geldiğine ilişkin sorulara ışık tutan Nasıl sorusu STV’de 14 kez (% 27,5), KANAL D’de 31 kez (% 40,8) cevaplanan soru olmuştur. Yine habere konu olan olayın gerçekleşme nedeni hakkında izleyicilere bilgi veren Neden sorusu ise STV’de 37 kez (% 72,5), KANAL D’de ise 46 kez (% 60,5) yanıtlanmıştır.

Her iki kanalda da Kim ve Ne sorularına verilen cevaplarla habere konu olan olayların aktarımı sırasında işi yapan bir özne öncelikli olarak aktarılan haber öğesidir. KANAL D’de en çok yanıtlanan Kim ve Ne sorularından sonra haber öğeleri sırasıyla: 76 haberden 51’inde (% 67,1) yanıt bulan Nerede, 76 haberden 49’unda (% 64,7) yanıt bulan Ne zaman, 76 haberden 49’sında (% 60,5) yanıt bulan Neden ve 76 haberden 31’ine (% 40,8) yanıt bulan Nasıl sorusu gelmektedir. STV’de

ise en çok yanıtlanan Kim ve Ne sorularından sonra haber öğeleri sırasıyla: 51 haberden 37'sinde (% 72,5) yanıt bulan Neden, 51 haberden 30'unda (% 58,8) yanıt bulan Nerede, 51 haberden 28'inde (% 54,9) yanıt bulan Ne zaman ve 51 haberden 14'üne (% 27,5) yanıt bulan Nasıl sorusu gelmektedir.

KANAL D'de incelemeye alınan haberler içinde izleyici açısından yorum gerektirmeyen Kim, Ne, Nerede, Ne zaman soruları öncelikli olarak yanıt bulurken, izleyicinin yorumuna açık olan nasıl ve neden soruları daha az sayıda haberde yanıt bulabilmiştir. STV'de ise incelenen haberlerde Kim ve Ne sorularından sonra en çok yanıt bulan haber öğesi Neden sorusu olmuştur. STV'de habere konu edilen olayların neden gerçekleştiğine ışık tutan Neden sorusu, kim ve ne sorularından sonra öne çıkan haber öğesidir. Bunu Nerede ve Ne zaman soruları izlerken diğer yandan olayların anlaşılması açısından yanıt bulması beklenen Nasıl sorusu, Neden sorusunun aksine en az sayıda yanıtlanan haber öğesi olmuştur.

### **3.10.1.2. Haber Konularına Göre Dağılımlar**

Şimdiye kadar incelemeye alınan kanallar, araştırmaya dahil edilen haberler ışığında genel bir çerçeve oluşturması adına değerlendirilmiştir. Bu ve bundan sonraki bölümde ise incelemeye alınan haberlerin konularına göre ve ideoloji inşa stratejilerine göre dağılımlarına yer verilecektir. Böylelikle incelemeye alınan haber konularının (ki bu konular sıklıkla haber bültenlerine tekrar edilen ve sınırlılıklar bölümünde çizilen çerçeve doğrultusunda araştırmaya dahil edilen konulardır) egemen söylemin yeniden üretim sürecinde, bülten içerisinde nasıl işlendiği ve çerçevesi tespit edilmeye çalışılacaktır.

#### **3.10.1.2.1. Haber Konularına Göre Sıraları**

İncelemeye alınan haber konuları haber bültenleri içinde yer aldıkları sıraya göre değerlendirilmiştir. Tablo 21'de STV'ye ait haber konularının haber sırasına göre dağılımına yer verilmiştir.

Tablo 21: STV'de Haber Konularına Göre Haber Sıralarının Dağılımı

	Haber Konusu									
	Deniz Feneri Davası		Ergenekon Soruşturması		Boykot Çağrısı		Kılıçdaroğlu & Fırat Düellosu		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
İlk 5 haber	2	28,6	-	-	1	100	2	40	5	9,6
6-10. haber	4	57,1	33	85	-	-	1	20	38	73
11- 16. haber	1	14,3	6	15	-	-	-	-	7	13
16 ve sonrası	-	-	-	-	-	-	2	40	2	3,8
<b>TOPLAM</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>5</b>	<b>100</b>	<b>52</b>	<b>100</b>

STV'de 51 haber incelemeye alınmasına karşın bir haberde iki haber konusunun işlenmesi nedeniyle 52 haber konusu üzerinden değerlendirme yapılmıştır. Buna göre STV'de yer alan haberlerin bültenin ilk 5 sırasında toplam 5 haber yer almaktadır. Bunlardan 2'si (% 28,6) Deniz Feneri Davası, 1'i (% 100)Boykot Çağrısı, 2'si de (% 40) Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosuna ilişkin haberlerdir. Bülten içerisinde 6 ile 10. haber sırasında toplam 38 haber gözlenmiştir. Bunlardan 4'ü (% 57,1) Deniz Feneri Davası, 33'ü (% 85) Ergenekon Soruşturması, 1'i (% 20) Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosunu konu edinen haberlerdir. İncelenen haber konuları içinde bültenlerin 11 ile 16. haberleri arasında 13 haber tespit edilmiştir. Deniz Feneri Davası bu aralıkta 1 kez (% 14,3), Ergenekon Soruşturması 6 kez (% 15) ele alınmıştır. Bültenin 16. sıra ve sonraki sıralarında ise 2 kez (% 40) Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosuna ilişkin haber gözlenmiştir.

KANAL D'de haber konularının haber sıralarına ilişkin verilerin dağılımı ise Tablo 22'de özetlenmiştir. Yine KANAL D'de 76 olan haber sayısı, bir haberde iki haber konusu işlenmesi nedeniyle 77 olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 22: KANAL D'de Haber Konularına Göre Haber Sıralarının Dağılımı

	Haber Konusu									
	Deniz Feneri Davası		Ergenekon Soruşturması		Boykot Çağrısı		Kılıçdaroğlu & Fırat Düellosu		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
İlk 5 haber	17	60,7	19	66	7	88	7	58	50	65
6-10. haber	9	32,1	5	17	1	13	5	42	20	26
11- 16. haber	2	7,2	5	17	-	-	-	-	7	9,1
16 ve sonrası	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOPLAM</b>	<b>28</b>	<b>100</b>	<b>29</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>12</b>	<b>100</b>	<b>77</b>	<b>100</b>

KANAL D'de incelemeye alınan haber konuları açısından yapılan değerlendirme sonucu, bültenlerin ilk 5 sırasında toplam 50 haber konusu işlenmiştir. Buna göre bu 50 haberden 17'si (% 60,7) Deniz Feneri, 19'u Ergenekon Soruşturması (% 66), 7'si Boykot Çağrısı (% 88) ve 7'si de (% 58) Kılıçdaroğlu-Fırat Düellosunun işlendiği haberlerdir. Bültenlerin 6 ile 10. sıralarında yer alan toplam 20 haber vardır. Bunlardan 9 tanesi (% 32,1) Deniz Feneri Davası, 5 tanesi (% 17) Ergenekon Soruşturması, 1 tanesi (% 13) Boykot Çağrısı ve 5 tanesi de (% 42) Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosu ile ilgilidir. Haber bültenlerinin 11 ile 16. haber sıraları arasında ise toplam 7 haber tespit edilmiş olup, bunlardan 2'si (% 7,2)Deniz Feneri Davası, 5'i de (% 17) Ergenekon Soruşturması ile ilgili haberlerdir. KANAL D'nin incelenen haber konuları doğrultusunda bültenin 16 ve sonrasında haber konularına yer verilmemiştir.

STV'de incelemeye alınan haberlerin daha çok bültenin 6 ile 10. sıraları arasında yoğunlaştığı görülmektedir. Bu aralıkta 38 haber (% 73) yer almaktadır. Haber bültenlerinde öne çıkan Ergenekon Soruşturması ve Deniz Feneri Davasına ilişkin haberler yoğunlukla bu aralıkta gözlenmiştir. KANAL D'de ise araştırma sürecine dahil edilen 4 haber konusunda toplam 50 haber (% 65) bültenlerin ilk 5 haberi arasında verilmiştir.



Egemen söylemlerin yeniden üretim sürecinde haber sıraları açısından bir değerlendirme yapıldığında haber bültenlerinin ilk 5 sırasında yer alan haberlerin bülten içinde önem taşıdığını söylemek mümkündür. Çünkü bir kanalda haber bültenini izleyen bir bireyin genellikle bültenin başında yer alan haberleri izleyip devamında kanalı değiştirmesi söz konusu olabilir. Bu nedenle televizyon kanalları özellikle vermek istedikleri mesajlara ilişkin haberleri bültenlerin ilk sıralarına yerleştirmektedirler. Bu duruma göre Kanal D’de buna uygun bir durumun gözlemlendiği söylenebilir. STV’de ise daha çok bülten ortalarında söz konusu haber konularının işlendiği görülmektedir.

### 3.10.1.2.2. Haber Konularına Göre Haber Süreleri

Çalışma kapsamında incelemeye alınan haber konularının haber bültenlerinde hangi sürelerde işlendikleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Söz konusu haber konuları daha öncede belirtildiği üzere bültenler içinde en fazla tekrar edilen haber konuları olup, kanalların bülten içerisinde bu haber konularına ayırdıkları süreler belirlenmek istenmiştir. STV ve KANAL D’ye ait durumlar Tablo 23 ve Tablo 24’de özetlenmiştir.

**Tablo 23: STV’de Haber Konularına Göre Haber Sürelerinin Dağılımı**

	Haber Konusu									
	Deniz Feneri Davası	%	Ergenekon Soruşturması	%	Boykot Çağrısı	%	Kılıçdaroğlu & Fırat Düellosu	%	TOPLAM	%
1dk dan az	3	42,9	1	2,5	-	-	-	-	4	7,7
1-3dk arası	4	57,1	20	51,3	1	100	3	60	28	53,8
3dk dan fazla	-	-	18	46,2	-	-	2	40	20	38,5
<b>TOPLAM</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>39</b>	<b>100</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>5</b>	<b>100</b>	<b>52</b>	<b>100</b>

STV’de süre olarak 1 dakikadan az 4 tane haber görülmektedir. Bunlardan 3 tanesi (% 42,9) Deniz Feneri Davası ile ilgiliyken, 1 tanesi (% 2,5) Ergenekon Soruşturması ile ilgilidir. Sayıca en çok haberin bulunduğu 1 ile 3 dakika arasında toplam 28 haber vardır. Bu haberlerden 4 tanesi (% 57,1) Deniz Feneri Davası, 20 tanesi (% 51,3) Ergenekon Soruşturması, 1 tanesi (% 100) Boykot Çağrısı ve 3 tanesi de (% 60) Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosu ile ilgili haberlerdir. Haber süresi açısından 3

dakikadan fazla olan haber sayısı 20'dir. Söz konusu 20 haberden 18'i Ergenekon Soruşturması (% 46,2), 2'si (% 40) de Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosu'na ilişkin haberlerdir.

**Tablo 24:KANAL D'de Haber Konularına Göre Haber Sürelerinin Dağılımı**

	Haber Konusu									
	Deniz Feneri Davası	%	Ergenekon Soruşturması	%	Boykot Çağrısı	%	Kılıçdaroğlu & Fırat Düellosu	%	TOPLAM	%
1dk dan az	2	7,1	2	6,9	-	-	3	25	7	9
1-3dk arası	14	50	14	48,3	5	62,5	2	16,7	35	45,5
3dk dan fazla	12	42,9	13	44,8	3	37,5	7	58,3	35	45,5
<b>TOPLAM</b>	<b>28</b>	<b>100</b>	<b>29</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>12</b>	<b>100</b>	<b>77</b>	<b>100</b>

Haber sürelerine ilişkin durum Kanal D açısından incelendiğinde ortaya çıkan durum şöyledir: 1 dakikadan az 7 haberden 2 tanesi (% 7,1) Deniz Feneri Davası, 2 tanesi (% 6,9) Ergenekon Soruşturması, 3 tanesi (% 25) Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosu konulu haberlerdir. 1 dakika ve 3 dakika arasında toplam 35 haber tespit edilmiştir. Bunlardan 14'ü (% 50) Deniz Feneri Davası, 14'ü (% 48,3) Ergenekon Soruşturması, 5'i (% 62,5) Boykot Çağrısı, 2'si (% 16,7) Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosuna ilişkin haberlerdir. Bültende ayrılan haber süresi açısından 3 dakikadan uzun 35 haber vardır. 35 haberden 12 tanesi (% 42,9) Deniz Feneri Davası, 13'ü (% 44,8) Ergenekon Soruşturması, 3 tanesi (% 37,5) Boykot Çağrısı ve 7 tanesi de (% 58,3) Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosu konularındaki haberlerdir.

STV'de ağırlıklı olarak haber sürelerinin 1 ile 3 dakika arasında, orta uzunlukta olduğu gözlenmiştir. 52 haber konusundan 28'i (% 53,8) 1 ile 3 dakika arasında yer alarak incelenen haber konularının hepsinde ilk sıradadır. Yani tüm haber konularının büyük bir çoğunluğunda, Deniz Feneri Davası % 57,1, Ergenekon Soruşturması % 51,3, Boykot Çağrısı % 100, Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosu % 60 oranında 1 ile 3 dakika arası haberlerden oluşmuştur. STV açısından söz edebileceğimiz bir diğer husus da, haberlerin 20 tanesinin (% 38,5) 3 dakikadan uzun haberler olduğudur. Ergenekon Soruşturmasına ilişkin haberlerin 18'ine (% 46), Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosu haberlerinin 2'sine (% 40) haber bültenleri içinde 3 dakikadan fazla yer

ayrılmıştır. STV açısından bakıldığında haber bültenlerinde sıklıkla tekrar edilen yani egemen söylemin yeniden üretilme şansı bulunduğu haberlerin yaklaşık % 92'si orta uzunlukta ve uzun olarak nitelendirilebilecek haberlerdir.

KANAL D'de ilk göze çarpan 1 ile 3 dakika arası haber sayısı ile 3 dakikadan fazla olan haber sayılarının eşit olmasıdır. Her iki aralıkta da 35'er haber konusu gözlemlenmiştir. Haber konuları açısından bakıldığında dağılımların Deniz Feneri Davası ve Ergenekon Soruşturmasına ilişkin haberlerde paralellik gösterdiğini söylemek mümkündür. 1 ile 3 dakika arasında Deniz Feneri Davasına ilişkin 14 (% 50), Ergenekon Soruşturmasına ilişkin 14 (% 48,3) haber yer almıştır. 3 dakikadan uzun zaman ayrılan haberlerde ise Deniz Feneri Davası ile ilgili 12 (% 42,9), Ergenekon Soruşturması ile ilgili 13 (% 44,8) haber bulunmaktadır. Egemen söylem konusunda STV'de bahsedilen durum KANAL D içinde geçerli olup, yeniden üretilme açısından değerlendirilen haberlerin % 90'ı orta uzunlukta ve uzun olarak nitelendirilebilecek haberlerdir.

### 3.10.1.2.3. Haber Konularına Göre Haber Kaynakları

Haberlerin oluşturulması sürecinde başvurulan ve haberlerin nesneliliği açısından önem taşıyan haber kaynakları, incelemeye alınan haber konuları ile karşılaştırılmıştır.

**Tablo 25: STV'de Haber Konularına Göre Haber Kaynaklarının Dağılımı**

	Haber Konusu									
	Deniz Feneri Davası		Ergenekon Soruşturması		Boykot Çağrısı		Kılıçdaroğlu & Fırat Düellosu		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Birincil Kaynakların Açıklamaları	7	100	36	87,8	1	100	5	100	49	91
Başka Kitle İletişim Araçlarının Haberleri	-	-	3	7,3	-	-	-	-	3	5,6
Kanal Muhabirinin Olay Yerinden Aktarımı	-	-	2	4,9	-	-	-	-	2	3,7
Canlı Yayında Röportaj /Telefon Bağlantısı	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kanalın Kendi Özel Haberi	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOPLAM</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>41</b>	<b>100</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>5</b>	<b>100</b>	<b>54</b>	<b>100</b>

Tablo 25’te STV’de yayınlanan ve incelemeye alınan haber konularının haber kaynaklarına göre dağılımları verilmiştir. Araştırmada STV’de 52 haber konusu incelenmesine karşın bazı haberlerin birden fazla haber kaynağından alınan bilgiler ışığında ortaya çıkarılması nedeniyle toplam 54 haber kaynağı görülmektedir. Tabloda da görüldüğü gibi Deniz Feneri Davası (% 100), Boykot Çağrısı (% 100) ve Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosu (% 100) konulu haberlerin tamamı birinci kaynakların açıklamalarına dayanan haberlerdir. Ergenekon Soruşturması dışında hiçbir haberde birincil haber kaynaklarının dışında kaynak kullanılmamıştır. Ergenekon Soruşturmasına ilişkin haberlerin –ki STV’de bu konuyla ilgili toplam 39 haber yer almaktadır- 36’sı (%87,8) birincil kaynakların açıklamalarına dayanırken, 2’si (% 4,9) kanal muhabirinin olay yerinden aktarımına, 3’ü de (% 7,3) başka kitle iletişim araçlarının haberlerine dayandırılmıştır.

**Tablo 26: KANAL D’de Haber Konularına Göre Haber Kaynaklarının Dağılımı**

	Haber Konusu									
	Deniz Feneri Davası		Ergenekon Soruşturması		Boykot Çağrısı		Kılıçdaroğlu & Fırat Düellosu		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Birincil Kaynakların Açıklamaları	21	60	19	54,2	6	75	6	54,5	52	58,4
Kanal Muhabirinin Olay Yerinden Aktarımı	7	20	14	40	-	-	2	18,2	23	25,8
Canlı Yayında Röportaj/ Telefon Bağlantısı	3	8,6	1	2,9	1	12,5	-	-	5	5,6
Kanalın Kendi Özel Haberi	1	2,8	1	2,9	1	12,5	2	18,2	5	5,6
Başka Kitle İletişim Araçlarının Haberleri	3	8,6	-	-	-	-	1	9,1	4	4,6
<b>TOPLAM</b>	<b>35</b>	<b>100</b>	<b>35</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>11</b>	<b>100</b>	<b>89</b>	<b>100</b>

KANAL D’de incelemeye dahil edilen ve haber kaynakları açısından değerlendirilen haber konularına ilişkin veriler Tablo 26’da görülmektedir. Toplam 89 haber kaynağı görülmektedir. Bunun nedeni KANAL D’de incelemeye alınan 77 haber konusundan bazılarının birden fazla kaynağa dayanılarak oluşturulmasıdır. Haber konuları oluşturulurken en çok birinci kaynakların açıklamalarından (% 58,4) faydalanılmıştır. Deniz Feneri Davası ile ilgili 21 (% 60) haber, Ergenekon Soruşturması ile ilgili 19 (%54,2) haber, Boykot Çağrısı ile ilgili 6 (% 75) haber ve

Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosuna ilişkin 6 (% 54,5) haber birincil kaynakların açıklamaları üzerine kurulmuştur. İkinci sırada kanal muhabirinin olay yerinden aktarımı (% 25,8) ile gerçekleştirilen haberler yer almaktadır. Bu kaynak türünde ise Deniz Feneri Davası ile ilgili 7 (% 20), Ergenekon Soruşturması ile ilgili 14 (% 40) ve Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosu ile ilgili 2 (% 18,2) haber tespit edilmiştir. Canlı yayında röportaj/ telefon bağlantısı tekniği ile yapılan haberlerin toplam sayısı 5'tir. Deniz Feneri Davası ile ilgili 3 (% 8,6), Ergenekon Soruşturması (% 2,9 )ve Boykot Çağrısı (% 12,5) ile ilgili 1'er haberde canlı yayına katılan kişilerden bilgi alınmıştır. Kanalın kendi özel haberi kategorisinde 5 haber görülmektedir. Bültende yayınlanan ve haber spikerinin yorumlaması üzerine kurulan –“Birand Yorumluyor” başlığı altında, gündemdeki konular hakkında haber spikerinin yaptığı yorumlara dayanan haberler bu kategoride değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda incelenen haberler arasında, Deniz Feneri Davası ile ilgili 1 (% 2,8), Ergenekon Soruşturması ile ilgili 1 (% 2,9), Boykot Çağrısı ile ilgili 1 (% 12,5) ve Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosu ile ilgili 2 (% 18,2) haber olduğu belirlenmiştir. Değerlendirilen son haber kaynağı olan başka kitle iletişim araçlarının haberlerine ilişkin toplam 4 haber olup, bunlardan 3 tanesi (% 8,6) Deniz Feneri Davası, 1 tanesi de (% 9,1) Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosuna ilişkin haberlerdir.

STV'de yayınlanan ve araştırmaya dahil edilen haberlerin büyük bir çoğunluğu (% 90) birincil haber kaynakları üzerine kurulmuş haberlerdir. Haberin birincil kaynaklardan aktarılmasının ilk nedeni haberin olabildiğince tarafsız olmasının sağlanmasıdır. Ancak kanallarda bültenlere konu edilen haberlerle ilgili olabilecek birincil kaynaklardan tamamının görüşlerine yer verilmeyebilmektedir.

KANAL D'de ise haber kaynakları açısından oldukça farklı bir tablo oluşmuştur. İncelenen haber konularına ilişkin haberlerin çoğunlukla birincil kaynaklara dayanmakla birlikte farklı haber kaynaklarının da kullanıldığını söylemek mümkündür. Ayrıca KANAL D'de gündemin ilk sıralarında yer alan haberlere ilişkin anchorman kategorisinde değerlendirilebilecek bir haber spikeri olan Mehmet Ali Birand'ın yorumları dikkat çekmektedir. “Birand Yorumluyor” başlığı altında bültende belirli bir süre ayrılan bölümde, Mehmet Ali Birand günün gelişmeleri ile

ilgili yorumlarını yaparken, hem kendi, hem de mensubu olduğu medya grubunun konuya ilişkin görüşlerini yansıttığını söylemek yanlış olmayacaktır.

#### 3.10.1.2.4. Haber Konularına Göre Haberde Adı Geçenler

İncelemeye alınan haber konularında, tekrarlarla ön plana çıkarılan ve haberin çerçevesini oluşturan haber aktörlerini tespit etmek amacıyla, haber konuları ile haberde adı geçenler karşılaştırılmıştır. Her kanal için ayrı ayrı tespit edilen dağılımlara Tablo 27 ve Tablo 28’de yer verilmiştir.

**Tablo 27: STV’de Haber Konularına Göre Haberde Adı Geçenlerin Dağılımı**

	Haber Konusu									
	Deniz Feneri Davası		Ergenekon Soruşturması		Boykot Çağrısı		Kılıçdaroğlu & Fırat Düellosu		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
<b>Ergenekon</b>	6	2,4	246	97,6	-	-	-	-	252	100
<b>Tuncay Özkan</b>	-	-	72	100	-	-	-	-	72	100
<b>Şener Eruygur</b>	-	-	67	100	-	-	-	-	67	100
<b>Adil Serdar Saçan</b>	-	-	59	100	-	-	-	-	59	100
<b>Kemal Kılıçdaroğlu</b>	-	-	-	-	-	-	48	100	48	100
<b>Mehmet Mir Dengir Fırat</b>	-	-	-	-	-	-	43	100	43	100
<b>Recep Tayyip Erdoğan</b>	3	17,6	7	41,2	6	35,3	1	5,9	17	100
<b>Zahit Akman</b>	14	87,5	-	-	2	12,5	-	-	16	100
<b>Deniz Feneri Derneği</b>	12	80	2	13,3	-	-	1	6,7	15	100
<b>AKP</b>	-	-	-	-	3	100	-	-	3	100
<b>TOPLAM</b>	35	5,9	453	77	11	1,9	93	16	592	100

Tablo 27’de STV’de haberde adı geçenlerin haber konularına göre dağılımlarını görmek mümkündür. STV’de en çok 252 kez tekrar edilen Ergenekon ismi geçmektedir. Bu ismin haber konularına göre dağılımlarına bakıldığında zaman zaman Deniz Feneri Davası ile ilgili haberlerde 6 kez (% 2,4), Ergenekon Soruşturması ile ilgili haberlerde 246 kez (% 97,6) geçtiği saptanmıştır. STV’de ikinci sırada en çok tekrarlanan isim 72 kez adı geçen Tuncay Özkan yer almaktadır. Tuncay Özkan ismi (% 100) sadece Ergenekon Soruşturmasına ilişkin haberlerde geçmektedir. Bunu 67

tekrarla Şener Eruygur ismi takip etmektedir. Bu isimin de tamamı (% 100) Ergenekon Soruşturması konulu haberlerde yer aldığı belirlenmiştir. Bu sıralamayı takip eden adlar ve haber konularına göre dağılımları şu şekildedir: Adil Serdar Saçan isminin tamamı (% 100), Ergenekon Soruşturması ile ilgili haberlerde geçmektedir. Kemal Kılıçdaroğlu isminin tamamı (% 100) Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosu ile ilgili haberlerde geçmektedir. Mehmet Mir Dengir Fırat isminin tamamı (% 100) Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosu ile ilgili haberlerde geçmektedir. Toplamda 17 kez tekrarlanan Recep Tayyip Erdoğan ismi 3 kez (% 17,6) Deniz Feneri Davası, 7 kez (% 41,2) Ergenekon Soruşturması, 6 kez (% 35,3) Boykot Çağrısı ve 1 kez de (% 5,9) Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosuna ilişkin haberlerde geçmektedir. Toplamda 16 kez tekrarlanan Zahit Akman ismi 14 kez (% 87,5) Deniz Feneri Davası ve 2 kez de (% 12,5) Boykot Çağrısı ile ilgili haberlerde geçtiği belirlenmiştir. Toplamda 15 kez geçen Deniz Feneri Derneği ismi 12 kez (% 80) Deniz Feneri Davası, 2 kez (% 13,3) Ergenekon Soruşturması ve 1 kez de (% 6,7) Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosuna ilişkin haberlerde geçmektedir. AKP isminin tamamı (% 100) ise Boykot Çağrısı ile ilgili haberlerde yer almaktadır.

**Tablo 28: KANAL D'de Haber Konularına Göre Haberde Adı Geçenlerin Dağılımı**

	Haber Konusu									
	Deniz Feneri Davası		Ergenekon Soruşturması		Boykot Çağrısı		Kılıçdaroğlu & Fırat Düellosu		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
<b>Recep Tayyip Erdoğan</b>	99	53,2	-	-	65	34,9	22	11,9	186	100
<b>Deniz Feneri Derneği</b>	116	84,7	4	2,9	11	8	6	4,4	137	100
<b>Ergenekon</b>	2	2	97	98	-	-	-	-	99	100
<b>Zahit Akman</b>	90	97,8	-	-	-	-	2	2,2	92	100
<b>Kemal Kılıçdaroğlu</b>	22	24,7	-	-	-	-	67	75,3	89	100
<b>Mehmet Mir Dengir Fırat</b>	8	9,6	-	-	1	1,2	74	89,2	83	100
<b>Şener Eruygur</b>	-	-	82	100	-	-	-	-	82	100
<b>Adil Serdar Saçan</b>	-	-	76	100	-	-	-	-	76	100
<b>Tuncay Özkan</b>	-	-	63	100	-	-	-	-	63	100
<b>AKP</b>	31	50	-	-	4	6,5	27	43,5	62	100
<b>TOPLAM</b>	368	38	322	33	81	8,4	198	20	969	100

Tablo 28’de ise KANAL D’de geçen adların haber konularına göre dağılımları özetlenmiştir. KANAL D’de en çok adı geçen kişi 186 kez tekrarlanan Recep Tayyip Erdoğan olmuştur. Bu isim ismi 99 kez (% 53,2) Deniz Feneri Davası, 65 kez (% 34,9) Boykot Çağrısı ve 22 kez de (% 11,9) Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosuna ilişkin haberlerde geçmektedir. En çok tekrarla ikinci sırada yer alan isim 137 tekrarla Deniz Feneri Derneğidir. Deniz Feneri Derneği ismi 116 kez (% 84,7) Deniz Feneri Davası, 4 kez (% 2,9) Ergenekon Soruşturması, 11 kez (% 8) Boykot Çağrısı ve 6 kez de (% 4,4) Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosu ile ilgili haberlerde yer almaktadır. Üçüncü sırada en çok tekrar eden isimse, 99 kez geçen Ergenekon ismidir. Ergenekon ismi 2 kez (% 2) Deniz Feneri Davası ve 97 kez de (%98) Ergenekon Soruşturmasına ilişkin haberlerde geçmektedir. Diğer isimlerin sıralaması da şu şekildedir: KANAL D’de 92 kez tekrarlanan Zahit Akman ismi 90 kez (% 97,8) Deniz Feneri Davası ve 2 kez (% 2,2) Boykot Çağrısı konulu haberlerde geçmektedir. 89 kez tekrar edilen Kemal Kılıçdaroğlu ismi 22 kez (% 24,7) Deniz Feneri Davası ve 67 kez de (% 75,3) Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosuna ilişkin haberlerde geçmektedir. 83 kez tekrar edilen Mehmet Mir Dengir Fırat ismi ise 8 kez (% 9,6) Deniz Feneri Davası, 1 kez (% 1,2) Boykot Çağrısı ve 74 kez de (% 89,2) Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosu konulu haberlerde geçtiği belirlenmiştir. Sırasıyla Şener Eruygur, Adil Serdar Saçan ve Tuncay Özkan isimlerinin tamamı (% 100) Ergenekon Soruşturması konulu haberlerde geçmektedir. 62 kez tekrar edilme fırsatı bulan AKP ismi ise 31 kez (% 50) Deniz Feneri Davası, 4 kez (% 6,5) Boykot Çağrısı ve 27 kez de (% 43,5) Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosuna ilişkin haberlerde geçtiği tespit edilmiştir.

Haber konularına göre, haberde adı geçenlerin oranlarına bakıldığı zaman habere konu olan aktörlerin öne çıktığını söylemek mümkündür. STV’de Deniz Feneri Davası ile ilgili haberlerin ana aktörlerinin % 87’lik oranıyla RTÜK Başkanı Zahit Akman ve % 80’lik tekrar edilme oranıyla Deniz Feneri Derneği olduğu söylenebilir. Ergenekon Soruşturması ile ilgili haberlerde Şener Eruygur, Adil Serdar Saçan ve Tuncay Özkan % 100’lük oranlarıyla ve terör örgütü olarak ifade edilen Ergenekon oluşumu % 97,6’lık oranıyla bu haber konusunun ana aktörleridir. Boykot



Çağrısı konulu haberlerde % 100'lük tekrar edilme oranıyla AKP bu haberin ana aktörü olarak değerlendirilebilir. Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosu konulu haberlerde % 100'lük tekrar edilme oranlarıyla Kemal Kılıçdaroğlu ve Mehmet Mir Dengir Fırat öne çıkan haber aktörleri olarak ifade edilebilir.

KANAL D'de ise Deniz Feneri Davası ile ilgili öne çıkan isimler % 97,8'lik oranıyla Zahit Akman, % 84,7'lik oranıyla Deniz Feneri Derneği ve % 53,2'lik oranıyla Recep Tayyip Erdoğan olmuştur. Ergenekon Soruşturması konulu haberlerde % 98'lik oranıyla Ergenekon, % 82'lik oranıyla Şener Eruygur, % 76'lık oranıyla Adil Serdar Saçan ve % 63'lük oranıyla Tuncay Özkan isimlerinin haber aktörleri olarak karşımıza çıktığını söylemek mümkündür. Boykot Çağrısı ile ilgili haberlere bakıldığında bu haber konusunda en çok tekrar edilerek öne çıkan isim % 34,9'luk oranıyla Recep Tayyip Erdoğan olmuştur. Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosuna ilişkin haberlerde % 89,2'lik oranıyla Mehmet Mir Dengir Fırat ve % 75,3'lük oranıyla Kemal Kılıçdaroğlu haber aktörleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Her iki kanalda haberde öne çıkan isimler karşılaştırıldığında haber aktörleri açısından büyük oranda benzerlik gösterdiği söylenebilir.

Kanallarda ve araştırmaya dahil edilen haber konularında öne çıkan bu isimlerin, söz konusu haber konularının bir anlamda çerçevelerini de oluşturduğu şeklinde yorumlanabilir. Çerçeveleme haberlerde bir seçim sürecini karşımıza çıkartmaktadır. Haberlere konu olan olaylarda bazı kelimeler seçilerek öne çıkarılırken, bazı kelimeler ise haber dışı bırakılarak, haberler seçimi yapılan kelimeler etrafından çerçevelenebilmektedir. Araştırma kapsamında incelemeye alınan haber konularında en çok tekrar eden kişi, kurum ve kuruluş isimleri tespit edilerek bir anlamda haberin çerçevelerinin de ortaya çıkarıldığı söylenebilir. Yukarıda haber aktörü olarak ifade edilen kişiler ilişkilendirildikleri haberlerin aynı zamanda çerçevelenerek öne çıkarılan kişi, kurum ya da kuruluşları, bir anlamda da habere hakim olan egemen söylem ya da karşıt egemen söylemleridir.

### 3.10.1.2.5. Haber Konularına Göre Haber Türleri

Araştırma çerçevesinde kanalların, incelenen haber konuları dahilinde hangi haber türlerini kullandıklarını belirlemek amacıyla haber konuları ve haber türleri karşılaştırılmıştır. Tablo 29’da STV’ye ait haber konularının hangi haber türü kullanılarak bültende yer aldıkları görülmektedir.

**Tablo 29: STV’de Haber Konularına Göre Haber Türlerinin Dağılımı**

	Haber Konusu									
	Deniz Feneri Davası		Ergenekon Soruşturması		Boycot Çağrısı		Kılıçdaroğlu & Fırat Düellosu		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
<b>Ciddi Haber</b>	7	77,8	39	86,7	1	100	5	100	52	86,7
<b>Devam Eden Haber</b>	1	11,1	6	13,3	-	-	-	-	7	11,7
<b>Gelişen Haber</b>	1	11,1	-	-	-	-	-	-	1	1,67
<b>Sıcak Haber</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Öykü Haber</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOPLAM</b>	9	100	45	100	1	100	5	100	60	100

Tabloda bültenlere konu olan ve sıklıkla tekrar edilen Deniz Feneri Davası, Ergenekon Soruşturması, Boykot Çağrısı ve Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosuna ilişkin haberler haber türlerine göre incelenmiştir. Deniz Feneri Davasına ilişkin 7 (% 77,8) haber, Ergenekon Soruşturması ile ilgili 39 haber (% 86,7), Boykot Çağrısı ile ilgili 1 haber (% 100) ve Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosuna ilişkin 5 (% 100) ciddi haber kategorisinde değerlendirilmiştir. Değerlerden de anlaşılacağı üzere STV’de incelemeye alınan haberlerin tamamı ciddi haber türünde haberlerdir. Aynı zamanda Deniz Feneri Davası ile ilgili 1 (% 11,1) haber, Ergenekon Soruşturması ile ilgili 6 (% 13,3) haber devam eden haber türüne girerken, Deniz Feneri Davası ile ilgili 1 (% 11,1) haber de gelişen haber türüne girmektedir. STV’de incelemeye dahil edilen haberler doğrultusunda öykü haber ve sıcak haber türlerine rastlanmamıştır.

**Tablo 30: KANAL D'de Haber Konularına Göre Haber Türlerinin Dağılımı**

	Haber Konusu									
	Deniz Feneri Davası		Ergenekon Soruşturması		Boycot Çağrısı		Kılıçdaroğlu & Fırat Düellosu		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
<b>Ciddi Haber</b>	28	71,8	29	72,5	8	100	12	85,7	77	76,2
<b>Devam Eden Haber</b>	8	20,5	8	20	-	-	-	-	16	15,8
<b>Gelişen Haber</b>	3	7,7	-	-	-	-	2	14,3	5	5
<b>Sıcak Haber</b>	-	-	3	7,5	-	-	-	-	3	3
<b>Öykü Haber</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOPLAM</b>	39	100	40	100	8	100	14	100	101	100

Tablo 30'da KANAL D'de yer alan haberlerin, türlerine göre haber konularının dağılımına yer verilmiştir. STV'de de olduğu gibi KANAL D'de de incelemeye alınan tüm haberler ciddi haber kategorisine dahil edilmiştir. Deniz Feneri Davası ile ilgili 28 (% 71,8), Ergenekon Soruşturması ile ilgili 29 (% 72,5), Boykot Çağrısı ile ilgili 8 (% 100) ve Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosuna ilişkin 12 (% 85,7) haber ciddi haber türüne girmektedir. Bu haberlerde, ciddi haber türüne girmelerinin yanı sıra diğer haber türleri de gözlemlenmiştir. Deniz Feneri Davası ile ilgili 8 (% 20,5) haber, Ergenekon Soruşturması ile ilgili 8 (% 20) haber devam eden haber kategorisinde değerlendirilmiştir. Gelişen haber kategorisinde ise Deniz Feneri Davasına ilişkin 3 haber (% 7,7) ve Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosuna ilişkin 2 (% 14,3) haber tespit edilmiştir. Sıcak haber türü iki kanaldan sadece KANAL D'de gözlenmiştir. Ergenekon Soruşturması ile ilgili 3 (% 7,5) haber sıcak haber türüne incelenmiştir. KANAL D'de de incelen haber konuları dahilinde öykü haber türüne rastlanmamıştır.

Her iki kanalda incelemeye dahil edilen bütün haberler ciddi haber şeklinde sunulmuştur. Haber bültenlerinde sıklıkla tekrar edilen haberlerin genel konularının siyaset- politika ve asayiş- adliye konularına girmesi nedeniyle öykü haber türü her iki kanalda da kullanılmamıştır.

### 3.10.1.2.6. Haber Konularına Göre Haberde İdeoloji İnşa Stratejileri

Araştırmaya dahil edilen haber konuları ışığında kanalların hangi ideoloji inşa stratejilerini kullandıklarını belirlemek amacıyla aşağıdaki tablolar oluşturulmuştur.

**Tablo 31: STV'de Haber Konularına Göre İdeoloji İnşa Stratejilerinin Dağılımı**

	Haber Konusu									
	Deniz Feneri Davası		Ergenekon Soruşturması		Boykot Çağrısı		Kılıçdaroğlu & Fırat Düellosu		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
<b>Parçasallaşma</b>	1	12,5	35	85,3	1	50	3	50	40	70,2
<b>Meşrulaştırma</b>	2	25	2	4,9	1	50	2	33	7	12,3
<b>Şeyleştirme</b>	3	37,5	2	4,9	-	-	1	17	6	10,5
<b>Gizleme / Gizemleştirme</b>	2	25	2	4,9	-	-	-	-	4	7
<b>Birleştirme</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOPLAM</b>	8	100	41	100	2	100	6	100	57	100

STV'de araştırmaya dahil edilerek incelemeye alınan 57 haber konusu ile ideoloji inşa stratejileri arasındaki ilişki Tablo 31'de verilmiştir. 57 haber konusunda 7 kez (% 12,3) meşrulaştırma, 4 kez (% 7) gizleme, 40 kez (% 70,2) parçasallaşma ve 6 kez de (% 10,5) şeyleştirme kullanılmıştır. İdeoloji inşa stratejileri içinde birleştirmeye STV'de hiç rastlanmamıştır. Haber konuları ile karşılaştırıldığında ise Deniz Feneri Davası ile ilgili haberlerde 2 kez meşrulaştırma (% 25), 2 kez gizleme (% 25), 1 kez parçasallaşma (% 12,5), 3 kez şeyleştirme (% 37,5) ideoloji inşa stratejisi kullanılmıştır. Ergenekon Soruşturması konulu haberlerde 2 kez (% 4,9) meşrulaştırma, 2 kez (% 4,9) gizleme, 35 kez (% 85,3) parçasallaşma ve 2 kez de (% 4,9) şeyleştirme kullanılmıştır. STV'de yayınlanan Boykot Çağrısı ile ilgili 1 haber bulunmaktadır. Bu 1 haberde hem meşrulaştırma (% 50), hem de parçasallaşma stratejisi (% 50) yer almıştır. Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosuna ilişkin 6 haberden 2'si (% 33,3) meşrulaştırma, 3'ü (% 50) parçasallaşma ve 1 tanesi de (% 16,7) şeyleştirme ideoloji inşa stratejileri arasında değerlendirilmiştir.

**Tablo 32: KANAL D'de Haber Konularına Göre İdeoloji İnşa Stratejilerinin Dağılımı**

	Haber Konusu									
	Deniz Feneri Davası		Ergenekon Soruşturması		Boykot Çağrısı		Kılıçdaroğlu & Fırat Düellosu		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
<b>Parçasallaşma</b>	21	72,4	13	43,3	6	67	7	38,9	47	54,7
<b>Meşrulaştırma</b>	2	6,9	5	16,7	1	11	10	55,6	18	20,9
<b>Şeyleştirme</b>	4	13,8	6	20	1	11	-	-	11	12,8
<b>Birleştirme</b>	1	3,4	5	16,7	1	11	1	5,5	8	9,3
<b>Gizleme / Gizemleştirme</b>	1	3,4	1	3,3	-	-	-	-	2	2,3
<b>TOPLAM</b>	29	100	30	100	9	100	18	100	86	100

KANAL D'de araştırmaya dahil edilen 77 haber konusunda 86 ideoloji inşa stratejisi tespit edilmiştir. Bu kanaldaki incelemeye alınan haber konuları ile ideoloji inşa stratejileri arasındaki bağlantı ise şöyledir: 77 haber konusunda 18 kez (% 20,9) meşrulaştırma, 2 kez (% 2,3) gizleme, 8 kez (% 9,3) birleştirme, 47 kez (% 54,7) parçasallaşma ve 11 kez de (% 12,8) şeyleştirme kullanılmıştır. Haber konuları açısından bakıldığında ise Deniz Feneri Davası ile ilgili yayınlanan haberlerinde 2 kez (% 6,9) meşrulaştırma, 1 kez gizleme (% 3,4), 1 kez birleştirme (% 3,4), 21 kez (% 72,4) parçasallaşma, 4 kez de (% 13,8) şeyleştirme karşımıza çıkmaktadır. Ergenekon Soruşturması konulu haberlerde 5 kez (% 16,7) meşrulaştırma, 1 kez gizleme (% 3,3), 5 kez (% 16,7) birleştirme, 13 kez (% 43,3) parçasallaşma ve 6 kez (% 20) şeyleştirme gözlenmiştir. Boykot Çağrısı ile ilgili haberlerde 1 kez (% 11) meşrulaştırma, 1 kez (% 11) birleştirme, 6 kez (% 67) ve 1 kez de (% 11) şeyleştirmeye yönelik ideoloji inşa stratejisi belirlenmiştir. Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosu konulu haberlerde 10 kez (% 55,6) meşrulaştırma, 1 kez (% 5,5) birleştirme ve 7 kez de (% 38,9) parçasallaşma ideoloji stratejilerinin varlığı tespit edilmiştir.

Her iki kanalda en çok kullanılan ideoloji inşa stratejisi parçasallaşmadır. İncelenen haber konuları genelinde parçasallaşmanın STV'de % 70, KANAL D'de ise % 54,7 oranında ilk sırada yer alan haber ideoloji inşa stratejisi olduğunu söylemek mümkündür. Her iki kanalda da sıklıkla başvurulan bu ideoloji inşa stratejisi kanallarda yer alan ve incelenen haber konularına göre farklılık

göstermektedir. STV en çok 35 haberle Ergenekon Soruşturması ile ilgili haberlerde bu ideoloji inşa stratejisini kullanırken, KANAL D’de en çok 21 haberle Deniz Feneri Davası ile ilgili haberlerde parçasallaşma kullanılmıştır.

Hem STV’de hem de KANAL D’de ikinci sırada en çok kullanılan ideoloji inşa stratejisi meşrulaştırma olmuştur. Bu oran incelemeye alınan haber konuları genelinde STV’de % 12,3 iken, KANAL D’de % 20,9 a ulaşmıştır. Meşrulaştırma STV’de Deniz Feneri Davası ve Ergenekon Soruşturması ile ilgili haberlerde 2’şer kez kullanılırken, KANAL D’de Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosuna ilişkin haberlerde 10 kez meşrulaştırmaya başvurulmuştur.

Şeyleştirme haber konularının genel toplamında STV’de % 10,5, KANAL D’de de % 12,8 oranlarıyla üçüncü sırada kullanılan ideoloji inşa stratejileridir. STV’de en çok Deniz Feneri Davası ile ilgili haberlerde 3 kez, KANAL D’de ise Ergenekon Soruşturması ile ilgili haberlerde 6 kez bu ideoloji inşa stratejisine başvurulduğu belirlenmiştir.

Gizleme ve birleştirme ideoloji inşa stratejileri açısından iki kanalda farklılıkların olduğu söylenebilir. STV’de birleştirme stratejisinin kullanıldığı herhangi bir haber konusuna rastlanmazken, KANAL D’de haber konuları genelinde % 9,3 oranıyla dördüncü sırada kullanılan ideoloji inşa stratejisi olmuştur. KANAL D’de en çok Ergenekon Soruşturması ile ilgili haber konusunda 5 kez bu strateji türü saptanmıştır. Gizleme ideoloji inşa stratejisi ise STV’de Deniz Feneri Davası ve Ergenekon Soruşturması konulu haberlerde 2’şer kez, KANAL D’de ise yine aynı haber konularında 1’er kez kullanıldığı gözlenmiştir.

Parçasallaşma ile savunulan egemen söylemin, mevcut durumun yerine geçmesi, diğer baskın karakterdeki güçlerin söylemlerinin dışarıda bırakılması veya başkalaştırarak farklı kılınması amaçlanmaktadır. STV’de Ergenekon Soruşturması ile ilgili haberlerin bu strateji doğrultusunda öne çıktığı görülmektedir. Siyaset kimliklerden, sivil toplum örgütleri yöneticilerine, askeri kanattan, medyatik isimlere kadar çok yönlü bir soruşturmayı içine alan Ergenekon Soruşturması, mevcut iktidarın darbe ile yıkılarak, yerine askeri yönetimin geçmesini isteyen bir örgütün

varlığı iddiası üzerine kurulan haber konusudur. Mevcut siyasi iktidara yakınlığı ile bilinen STV’de Ergenekon Soruşturması ile ilgili haberlerin, terör örgütü olduğu iddia edilen oluşumu dışlayan çizgide ele alındığını söylemek mümkündür.

KANAL’D’de parçasallaşma ile ilgili Deniz Feneri Davası konulu haberlerin öne çıktığı görülmektedir. Habere konu olan ve Almanya’da faaliyet gösteren Deniz Feneri Derneği, Alman Mahkemelerinde bağışçıların paralarını uygunsuz şekilde kullandıkları iddiası ile yargılanmaktadır. Türkiye’de aynı adla faaliyet gösteren ve mevcut iktidara yakın olduğu gözlenen Dernek’in söz konusu yolsuzlukta payı olduğu da iddialar arasındadır. Genel olarak haber bültenlerinde mevcut siyasi iktidarın karşısında yer alan bir tutum sergileyen KANAL D’nin, söz konusu haberlerde Deniz Feneri Derneği’ne bağlı olarak mevcut siyasi iktidarı parçasallaştıran bir yol izlediği gözlenmektedir.

### 3.10.1.2.7. Haber Konularına Göre Haber Öğeleri

Çalışmada incelemeye alınan haber konularında hangi haber öğelerinin kullanıldığı tespit edilerek, o konularda öne çıkması istenen ya da haberde öncelikli olarak verilmek istenen haber öğeleri tespit edilmek istenmiştir. Bunun için STV ve KANAL D’de araştırmaya dahil edilen haber konuları ile haber öğelerinin karşılaştırması yapılmıştır. Tablo 33 ve Tablo 34, STV ve KANAL D’deki haberlerde tespit edilen haber konularının, haber öğelerine oranlanmasından elde edilen verilerden oluşturulmuştur.

**Tablo 33: STV’de Haber Konularına Göre Haber Öğelerinin Dağılımı Tablo**

	Haber Konusu									
	Deniz Feneri Davası		Ergenekon Soruşturması		Boycot Çağrısı		Kılıçdaroğlu & Fırat Düellosu		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Kim	7	100	39	100	1	100	5	100	52	24,9
Ne	7	100	39	100	1	100	5	100	52	24,9
Neden	3	42,9	25	64,1	1	100	3	60	32	15,3

<b>Nerede</b>	<b>3</b>	<b>42,9</b>	<b>23</b>	<b>59</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>3</b>	<b>60</b>	<b>30</b>	<b>14,4</b>
<b>Ne zaman</b>	<b>4</b>	<b>57,1</b>	<b>20</b>	<b>51,3</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>4</b>	<b>80</b>	<b>28</b>	<b>13,4</b>
<b>Nasıl</b>	<b>4</b>	<b>57,1</b>	<b>11</b>	<b>28,2</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>15</b>	<b>7,1</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>28</b>	<b>13,4</b>	<b>157</b>	<b>75,1</b>	<b>4</b>	<b>1,9</b>	<b>20</b>	<b>9,6</b>	<b>209</b>	<b>100</b>

STV’de araştırmaya dahil olan tm haber konularında, Kim ve Ne sorularının tamamının (% 100) cevaplanarak ne çıktığı görülebilmektedir. Haber konularının genelinde Kim ve Ne haber ögelerinden sonra en çok yanıtlanan haber ögesi % 15,3 ile Neden sorusu olmuştur. Bunu sırasıyla % 14,4 ile Nerede, % 13,4 ile Ne zaman ve % 7,1 ile Nasıl soruları takip etmiştir. Haber geleri ile haber konularının ilişkisine bakıldığında ise araştırmaya dahil edilen 4 haber konusunun hepsinde, Kim ve Ne soruları yanıt bularak, habere konu olan olayların aktörlerinin kimler ve neler oldukları işaret edilmiştir. Kim ve Ne sorularından sonra en çok cevaplanan haber ögesi olan Neden sorusu, Deniz Feneri Davası ile ilgili 7 haberde 3 kez (% 42,9), Ergenekon Soruşturması ile ilgili 39 haberde 25 kez (% 64,1), Boykot ağrısı ile ilgili 1 haberde 1 kez (% 100), Kılıdarğlu – Fırat Düellosu ile ilgili 5 haberde 3 kez (% 60) cevaplanarak olayların oluş nedenine ışık tutmuştur. Habere konu olan olayların geçtiği mekanlar hakkında izleyicilere bilgi veren Nerede sorusu Deniz Feneri Davası ile ilgili 7 haberde 3 kez (% 42,9), Ergenekon Soruşturması ile ilgili 39 haberde 23 kez (% 59), Boykot ağrısı ile ilgili 1 haberde 1 kez (% 100), Kılıdarğlu – Fırat Düellosu ile ilgili 5 haberde 3 kez (% 60) yanıt bulmuştur. Habere konu olan olayların oluş zamanını aktaran Ne zaman sorusu ise Deniz Feneri Davası ile ilgili 7 haberde 4 kez (% 57,1), Ergenekon Soruşturması ile ilgili 39 haberde 20 kez (% 51,3), Kılıdarğlu – Fırat Düellosu ile ilgili 5 haberde 4 kez (% 80) yanıtlanmıştır. Boykot ağrısı ile ilgili haberde Ne Zaman sorusuna yanıt bulunamamıştır. Cevaplama oranı olarak son sırada yer alan Nasıl sorusu Deniz Feneri Davası ile ilgili 7 haberde 4 kez (% 57,1) ve Ergenekon Soruşturması ile ilgili 39 haberde de 11 kez (% 28,2) karşılık bulmuştur. Haberin bu gesi Boykot ağrısı ve Kılıdarğlu- Fırat Düellosu konulu haberlerde yanıtız kalmıştır.



**Tablo 34: KANAL D'de Haber Konularına Göre Haber Öğelerinin Dağılımı**

	Haber Konusu									
	Deniz Feneri Davası		Ergenekon Soruşturması		Boykot Çağrısı		Kılıçdaroğlu & Fırat Düellosu		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
<b>Kim</b>	28	100	29	100	8	100	12	100	77	23,2
<b>Ne</b>	28	100	29	100	8	100	12	100	77	23,2
<b>Nerede</b>	17	60,7	25	86,2	4	50	5	42	51	15,4
<b>Ne zaman</b>	18	64,3	22	75,9	4	50	5	42	49	14,7
<b>Neden</b>	16	57,1	20	69	4	50	7	58	47	14,2
<b>Nasıl</b>	14	50	10	34,5	2	25	5	42	31	9,3
<b>TOPLAM</b>	121	36,4	135	40,7	30	9	46	14	332	100

Tablo 34'de KANAL D'de yer alan haber konuları ile haber öğelerinin karşılaştırması yapılmıştır. Genel olarak haber konularına bakıldığında bu kanalda yer alan 77 haberden tamamında Kim ve Ne soruları yanıtlanmıştır. Yani habere konu olan olayların aktörleri bellidir. Kim ve Ne sorularından sonra en çok cevap bulan haber öğeleri Nerede (% 15,4), Ne zaman (% 14,7), Neden (% 14,2) ve Nasıl (% 9,3) şeklinde sıralanmıştır. Haber konuları ile ilişkilendirildiğinde az öncede belirtildiği üzere, Kim ve Ne soruları tüm haber konularında yanıt bularak habere ilişkin aktörlerin kimler ya da neler olduğuna ışık tutulmuştur. Bu haber öğelerinden sonra en çok yanıt bulan haber öğesi olan Nerede sorusu, Deniz Feneri Davası ile ilgili 28 haberde 17 kez (% 60,7), Ergenekon Soruşturması ile ilgili 29 haberde 25 kez (% 86,2), Boykot Çağrısı ile ilgili 8 haberde 4 kez (% 50), Kılıçdaroğlu – Fırat Düellosu ile ilgili 12 haberde 5 kez (% 42) yanıtlanmıştır. Üçüncü sırada cevap bulan Ne Zaman sorusu, Deniz Feneri Davası ile ilgili 28 haberde 18 kez (% 64,3), Ergenekon Soruşturması ile ilgili 29 haberde 22 kez (% 75,9), Boykot Çağrısı ile ilgili 8 haberde 4 kez (% 50), Kılıçdaroğlu – Fırat Düellosu ile ilgili 12 haberde 5 kez (% 42) karşılık bulmuştur. Haber öğelerinden Neden sorusu, Deniz Feneri Davası ile ilgili 28 haberde 16 kez (% 57,1), Ergenekon Soruşturması ile ilgili 29 haberde 20 kez (% 69), Boykot Çağrısı ile ilgili 8 haberde 4 kez (% 50), Kılıçdaroğlu – Fırat

Düellosu ile ilgili 12 haberde 7 kez (% 58) cevaplanmıştır. Son sırada yer alan Nasıl sorusu ise Deniz Feneri Davası ile ilgili 28 haberde 14 kez (% 50), Ergenekon Soruşturması ile ilgili 29 haberde 10 kez (% 34,5), Boykot Çağrısı ile ilgili 8 haberde 2 kez (% 25), Kılıçdaroğlu – Fırat Düellosu ile ilgili 12 haberde 5 kez (% 42) cevaplanan haber ögesi olmuştur.

Kanalların incelemeye alınan haber konuları ile haber ögeleri karşılaştırıldığında, her iki kanalın da habere konu olan olayların kimler ya da neler olduğuna önem verdiği ortaya çıkmaktadır. Tüm haber konularında cevap bulan Kim ve Ne soruları ile olaylar belli bir özneye dayandırılarak izleyicilere aktarılmıştır. Bu açıdan kanallar arasında bir farktan söz edilemez.

Kim ve Ne sorularından sonra haber konuları genelinde STV’de en çok yanıtlanan sorusu Neden sorusu olmuştur. Bu haber ögesinin en çok Ergenekon Soruşturması ile ilgili haberde ön plana çıktığını söylemem mümkündür. Haber konuları genelinde % 15,3 oranında yanıt bulan bu soru Ergenekon Soruşturmasına ilişkin haber konusunda % 64,1 oranında cevap bulmuştur. Bu da bize STV’de bu konular arasında en çok Ergenekon Soruşturmasına yönelik haberlerin nedeninin ortaya konulmak istediğini göstermektedir. Neden sorusunun en az oranda yanıtlandığı haber konusu ise % 42,9’luk oranıyla Deniz Feneri Davasına ilişkin haber konusudur. Bu haber ögesi açısından, genel anlamda siyasi iktidarın ve siyasi iktidar tarafından atanan kurum yetkililerinin ilişkilendirildiği Deniz Feneri Davası ile ilgili olayların nedeni, STV’de ele alınan haberler içinde en az ortaya konulmak istenen haber konusu olmuştur. Bu haber konusunu nerede, ne zaman ve nasıl haber ögeleri izlemiştir.

KANAL D’de ise Kim ve Ne sorularından sonra en çok yanıtlanan haber ögeleri Nerede, Ne zaman, Nasıl ve Neden olmuştur. KANAL D’de genel anlamda izleyicilerin üzerinde çok fazla yorum yapmalarını gerektirmeyecek Kim, Ne, Nerede, Ne Zaman sorularının öncelikli olarak yanıtlandığını söylemek mümkündür. KANAL D’de, Neden ve Nasıl soruları, bir haber için çoğu zaman izleyiciler

tarafından yanlış anlama ve yönlendirmeye açık olmalarına rağmen, daha az yanıtlanan haber öğeleri olmuştur.

### 3.10.1.3. Haberde İdeoloji İnşa Stratejilerine Göre Dağılımlar

Uygulama kısmının üçüncü bölümünde haberde egemen söylemin yeniden üretim sürecinde kullandığı stratejilerin dağılımlarına yer verilmiştir. Buradaki amaç incelemeye alınan haberler ile ideoloji inşa stratejileri arasındaki ilişkinin ortaya konulmasıdır.

#### 3.10.1.3.1. Haberde İdeoloji İnşa Stratejilerine Göre Haber Kaynakları

Habere konu olan olayların aktarımında kullanılan haber kaynaklarına göre haber ideoloji inşa stratejileri karşılaştırılarak hangi haber kaynağında hangi ideoloji inşa stratejisinin kullanıldığı tespit edilmek istenmiştir. Bunun için Tablo 35 ve Tablo 36’da STV ve KANAL D’de söz konusu duruma ilişkin veriler yer almaktadır. STV’de toplam 58, KANAL D’de ise toplam 98 haber kaynağı görünmektedir. Her iki kanalda da incelenen haber konusundan daha fazla sayıda haber kaynağının görülme nedeninin, bazı haberlerde birden fazla ideoloji inşa stratejisi tespit edilmesinden kaynaklandığını belirtmekte fayda vardır.

Tablo 35: STV’de İdeoloji İnşa Stratejilerine Göre Haber Kaynaklarının Dağılımı

	İdeoloji İnşa Stratejileri											
	Meşurlaştırma		Gizleme/ Gizlemeleştirme		Birleştirme		Parçasallaştırma		Şeyleştirme		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
<b>Birincil Kaynakların Açıklamaları</b>	7	13,2	3	5,7	-	-	37	69,8	6	11,3	53	100
<b>Başka Kitle İletişim Araçlarının Haberleri</b>	-	-	1	33,3	-	-	2	66,7	-	-	3	100
<b>Kanal Muhabirinin Olay Yerinden Aktarımı</b>	-	-	1	50	-	-	1	50	-	-	2	100
<b>Canlı Yayında Röportaj/ Telefon Bağlantısı</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Kanalın Kendi Özel Haberi</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOPLAM</b>	7	12,1	5	8,6	-	-	40	69	6	10,3	58	100

STV’de Tablo 35’te haber kaynaklarının ideoloji inşa stratejilerine göre dağılımları görülebilmektedir. STV’de 58 haber kaynağının 40’ında (%69) parçasallaştırma, 7’sinde (% 12,1) meşrulaştırma, 6’sında (% 10,3) şeyeleştirme ve 5’inde de (% 8,6) gizleme ideoloji inşa stratejisi kullanılmıştır. İdeoloji inşa stratejileri açısından bakıldığında birincil kaynakların açıklamalarına dayanan haberlerde 7 kez (% 13,2) meşrulaştırma, 3 kez (% 5,7) gizleme, 37 kez (% 69,8) parçasallaştırma ve 6 kez (% 11,3) şeyeleştirmeye başvurulduğu tespit edilmiştir. Kanal muhabirinin olay yerinden aktarımına dayanan haberlerde 1 kez (% 50) gizleme, 1 kez de (% 50) parçasallaştırma kullanılmıştır. STV’de canlı yayında röportaj/ telefon bağlantısı ve kanalın kendi özel haberi olarak değerlendirilebilecek kaynaklara rastlanmadığı için bunlarla ilgili herhangi bir ideoloji inşa stratejisi de tespit edilmemiştir. Başka kitle iletişim araçlarının haberlerinin konu edildiği haberlerde ise 1 kez (% 33,3) gizlemeye, 2 kez de (% 66,7) parçasallaştırmaya yönelik ideoloji inşa stratejisi kullanıldığı belirlenmiştir.

**Tablo 36: KANAL D’de İdeoloji İnşa Stratejilerine Göre Haber Kaynaklarının Dağılımı**

	İdeoloji İnşa Stratejileri											
	Meşrulaştırma		Gizleme/ Gizemleştirme		Birleştirme		Parçasallaştırma		Şeyeleştirme		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
<b>Birincil Kaynakların Açıklamaları</b>	9	16,4	2	3,6	7	12,7	30	54,6	7	12,7	55	100
<b>Kanal Muhabirinin Olay Yerinden Aktarımı</b>	5	18,5	1	3,7	3	11,1	15	55,6	3	11,1	27	100
<b>Kanalın Kendi Özel Haberi</b>	3	42,9	-	-	-	-	4	57,1	-	-	7	100
<b>Canlı Yayında Röportaj/ Telefon Bağlantısı</b>	-	-	-	-	-	-	4	80	1	20	5	100
<b>Başka Kitle İletişim Araçlarının Haberleri</b>	1	25	-	-	-	-	3	75	-	-	4	100
<b>TOPLAM</b>	18	18,4	3	3,1	10	10,2	56	57,1	11	11,2	98	100

Tablo 36’da ise KANAL D’de haber kaynaklarının haber ideoloji inşa stratejilerine göre dağılımlarına yer verilmiştir. Genel olarak incelendiğinde KANAL D’de kullanılan haber kaynağının 98’inden 56’sında (% 57,1) parçasallaştırma, 18’inde (% 18,4) meşrulaştırma, 11’inde (% 11,2) şeyeleştirme, 10’unda (% 10,2)

birleştirme ve 3'ünde de (% 3,1) gizleme ideoloji inşa stratejisi kullanılmıştır. İdeoloji inşa stratejileri açısından bakıldığında birincil kaynakların açıklamalarında 9 kez (% 16,4) meşrulaştırmaya, 2 kez (% 3,6) gizleme/ gizemleştirmeye, 7 kez (% 12,7) birleştirmeye, 30 kez (% 54,6) parasallaştırmaya ve 7 kez de (% 12,7) Şeyleştirmeye rastlanmıştır. Kanal muhabirinin olay yerinden aktarımına ilişkin haberlerde 5 kez (% 18,5) meşrulaştırma, 1 kez (% 3,7) gizleme/ gizemleştirme, 3 kez (% 11,1) birleştirme, 15 (% 55,6) kez parçasallaştırma ve 3 kez de (% 11,1) Şeyleştirme kullanılmıştır. Canlı yayında roportaj/ telefon bağlantısı ile yapılan haberlerde 4 kez (% 80) parasallaştırmaya ve 1 kez de (% 20) Şeyleştirmeye başvurulduğu belirlenmiştir. Kanalın kendi özel haberi olarak değerlendirilen haberlerde 3 kez (% 42,9) meşrulaştırma, 4 kez (% 57,1) parasallaştırmaya yer verilmiştir. Başka kitle iletişim araçlarının haberlerinin konu edildiği haberlerde ise 1 kez (% 25) meşrulaştırmanın, 3 kez de (% 75) parçasallaşmanın kullanıldığı gözlenmiştir.

STV'de haber kaynaklarına göre en çok kullanılan ideoloji inşa stratejisinin, parçasallaştırma (% 69) olduğu tespit edilmiştir. STV'nin haberlerde nesnel bir anlatım yolu yakalamaya çalışan ve bunun için de haberlerini ağırlıklı olarak birincil kaynaklara, yani habere konu olan olayla ilgili kişi, kurum ve ya kuruluşlara dayandırdığı söylenebilir. Ancak bir yandan böyle bir yol izleyen STV'nin, diğer yandan bu haberlerde, desteklediği egemen söylemin karşısında yer alan başat güçlerin farklılaştırılmasından, saf dışı bırakılmasından yana bir yol izlediği ifade edilebilir.

KANAL D için de benzer bir durumdan söz etmek mümkündür. Haber kaynakları içinde en çok başvurulan kaynak olan birincil kaynakların açıklamalarına ilişkin haberlerde, %57,1'lik oranla ilk sırada yer alan parasallaştırmayla, KANAL D'de alternatif egemen söylemlerin, sistem dışına itilmesine yönelik bir ideoloji inşa süreci izlendiği söylenebilir.

### 3.10.1.3.2. Haberde İdeoloji İnşa Stratejilerine Göre Haberde Adı Geçenler

İncelemeye alınan haber konuları dahilinde sıklıkla tekrar edilerek öne çıkan kişi, kurum ya da kuruluş adları, haber ideoloji inşa stratejileri ile karşılaştırılmıştır. Bundaki amaç, adı geçen kişi, kurum ya da kuruluşların daha çok hangi ideoloji inşa stratejisi ile ilişkilendirildiğinin ortaya konulmasıdır. Böylelikle kanallara göre ayrı ayrı tespit edilen bu durumla, adı geçen kişi, kurum ve kuruluşların, başka bir değişle egemen söylemlerin, yeniden üretim sürecinde kullandıkları ideoloji inşa stratejileri ile hangi mesajları vermek istedikleri tespit edilebilecektir. Tablo 37’de STV ve Tablo 38’de KANAL D’ye ait verileri görmek mümkündür.

**Tablo 37: STV’de İdeoloji İnşa Stratejilerine Göre Haberde Adı Geçenlerin Dağılımı**

	İdeoloji İnşa Stratejileri											
	Meşrulaştırma		Gizleme/ Gizlemeleştirme		Birleştirme		Parçasallaştırma		Şeyleştirme		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
<b>Ergenekon</b>	12	4,5	10	3,7	-	-	243	90,7	3	1,1	268	100
<b>Tuncay Özkan</b>	-	-	-	-	-	-	72	100	-	-	72	100
<b>Şener Eruygur</b>	5	7,5	14	20,9	-	-	27	40,3	21	31,3	67	100
<b>Adil Serdar Saçan</b>	-	-	-	-	-	-	59	100	-	-	59	100
<b>Kemal Kılıçdaroğlu</b>	19	33,9	-	-	-	-	29	51,8	8	14,3	56	100
<b>Mehmet Mir Dengir Fırat</b>	27	49,1	-	-	-	-	22	40	6	10,9	55	100
<b>Recep Tayyip Erdoğan</b>	9	36	2	8	-	-	13	52	1	4	25	100
<b>Zahit Akman</b>	13	59,1	4	18,2	-	-	2	9,1	3	13,6	22	100
<b>Deniz Feneri Derneği</b>	3	17,6	2	11,9	-	-	9	52,9	3	17,6	17	100
<b>AKP</b>	3	50	-	-	-	-	3	50	-	-	6	100
<b>TOPLAM</b>	91	14,1	32	4,9	-	-	479	74	45	7	647	100

STV’de araştırmaya alınan haber konuları dahilinde adı geçenlerin geneline göre ideoloji inşa stratejilerinin dağılımı şöyledir: 647 adı geçen kişi, kurum ya da kuruluştan, 91’inde (% 14,1) meşrulaştırma, 32’sinde (% 4,9) gizleme, 479’unda (% 74) parçasallaştırma ve 45’inde (% 7) şeyleştirme tespit edilmiştir. STV’de incelenen haberde adı geçen kişi, kurum ve kuruluşlar dağılımında, birleştirme ideoloji

stratejisine hiç rastlanmamıştır. Kişi, kurum ve kuruluş adlarına tek tek bakıldığında ise karşımıza şu durum çıkmaktadır. 268 kez geçen Ergenekon adında 12 kez (% 4,5) meşrulaştırma, 10 kez (% 3,7) gizleme, 243 kez (% 90,7) parçasallaştırma, 3 kez (% 1,1) şeyleştirme tespit edilmiştir. Toplamda 25 kez geçtiği belirlenen Recep Tayyip Erdoğan adında 9 kez (% 36) meşrulaştırma, 2 kez (% 8) gizleme, 13 kez (% 52) parçasallaştırma ve 1 kez (% 4) şeyleştirme kullanılmıştır. Deniz Feneri Derneği'ne ilişkin 17 tekrarda 3 kez (% 17,6) meşrulaştırma, 2 kez (% 11,9) gizleme, 9 kez (% 52,9) parçasallaştırma, 3 kez (% 17,6) şeyleştirme kullanılmıştır. Toplamda 67 kez geçen Şener Eruygur adında 5 kez (% 7,5) meşrulaştırma, 14 kez (% 20,9) gizleme, 27 kez (% 40,3) parçasallaştırma ve 21 kez (% 31,3) şeyleştirme kullanıldığı tespit edilmiştir. Toplam 56 kez tekrarlanan Kemal Kılıçdaroğlu adında 19 kez (% 33,9) meşrulaştırma, 29 kez (% 51,8) parçasallaştırma, 8 kez de (% 14,3) şeyleştirme tespit edilmiştir. 72 kez tekrar edilen Tuncay Özkan ve 59 kez tekrar edilen Adil Serdar Saçan isimlerinin tamamı (% 100) parçasallaştırma ideoloji inşa stratejisi olarak tespit edilmiştir. Toplamda 55 kez tekrarlanan Mehmet Mir Dengir Fırat adı ise 27 kez (% 49,1) meşrulaştırma, 4 kez (% 18,2) gizleme, 22 kez (% 40) parçasallaştırma, 6 kez de (% 10,9) şeyleştirmede kullanılmıştır. Toplamda 22 kez geçtiği belirlenen Zahit Akman adı, 13 kez (% 59,1) meşrulaştırma, 4 kez (% 18,2) gizleme, 2 kez (% 9,1) parçasallaştırma ve 3 kez de (% 13,6) şeyleştirme ile kullanılmıştır. AKP adı toplamda 6 kez geçmiş ve bunun 3 tanesi (% 50) meşrulaştırmada, 3 tanesi de (% 50) parçasallaştırmada kullanılmıştır.

**Tablo 38: KANAL D'de İdeoloji İnşa Stratejilerine Göre Haberde Adı Geçenlerin Dağılımı**

	İdeoloji İnşa Stratejileri											
	Meşrulaştırma		Gizleme/ Gizemleştirme		Birleştirme		Parçasallaştırma		Şeyleştirme		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
<b>Recep Tayyip Erdoğan</b>	48	20,3	3	1,3	23	10	148	62,7	14	5,9	236	100
<b>Deniz Feneri Derneği</b>	8	5,6	-	-	9	6	119	83,2	7	4,9	143	100
<b>Mehmet Mir Dengir Fırat</b>	58	43	-	-	11	8	66	48,9	-	-	135	100
<b>Kemal Kılıçdaroğlu</b>	52	39,1	-	-	16	12	65	48,9	-	-	133	100

<b>Ergenekon</b>	<b>11</b>	<b>10,7</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>22</b>	<b>21</b>	<b>49</b>	<b>47,6</b>	<b>20</b>	<b>19,4</b>	<b>103</b>	<b>100</b>
<b>Zahit Akman</b>	-	-	-	-	3	3	91	96,8	-	-	94	100
<b>AKP</b>	18	20,7	-	-	11	13	52	59,8	6	6,9	87	100
<b>Şener Eruygur</b>	27	32,9	-	-	17	21	1	1,2	37	45,1	82	100
<b>Adil Serdar Saçan</b>	4	5	3	3,8	16	20	48	60	9	11,3	80	100
<b>Tuncay Özkan</b>	5	7,4	-	-	19	28	41	60,3	3	4,4	68	100
<b>TOPLAM</b>	<b>231</b>	<b>19,9</b>	<b>7</b>	<b>0,6</b>	<b>147</b>	<b>13</b>	<b>680</b>	<b>58,6</b>	<b>96</b>	<b>8,3</b>	<b>1161</b>	<b>100</b>

Tablo 38’de KANAL D’de incelenen adı geçenlerin geneline göre ideoloji inşa stratejilerinin dağılımları ise şöyledir: 1161 adı geçen kişi, kurum ya da kuruluşun, 231’inde (% 19,9) meşrulaştırma, 7’sinde (% 0,6) gizleme, 147’sinde (% 13) birleştirme, 680’inde (% 58,6) parçasallaştırma ve 96’sında (% 8,3) şeyleştirme tespit edilmiştir. Kişi, kurum ya da kuruluş adları tek tek ele alındığında, kullanılan ideoloji inşa stratejilerinin dağılımları şu şekilde özetlenebilir: Toplamda 103 kez tekrarlanan Ergenekon adında 11 kez (% 10,7) meşrulaştırma, 1 kez (% 1) gizleme, 22 kez (% 21) birleştirme, 49 kez (% 47,6) parçasallaştırma ve 20 kez (% 19,4) şeyleştirme geçmektedir. Toplamda 236 kez tekrarlanan Recep Tayyip Erdoğan adında 48 kez (% 20,3) meşrulaştırma, 3 kez (% 1,3) gizleme, 23 kez (% 10) birleştirme, 148 kez (% 62,7) parçasallaştırma ve 14 kez (% 5,9) şeyleştirme geçmektedir. Toplamda 143 kez tekrarlanan Deniz Feneri Derneği adında 8 kez (% 5,6) meşrulaştırma, 9 kez (% 6) birleştirme, 119 kez (% 83,2) parçasallaştırma ve 7 kez (% 4,9) şeyleştirme geçmektedir. Toplamda 82 kez tekrarlanan Şener Eruygur adında 27 kez (% 32,9) meşrulaştırma, 17 kez (% 21) birleştirme, 1 kez (% 1,2) parçasallaştırma ve 37 kez (% 45,1) şeyleştirme geçmektedir. Toplamda 133 kez tekrarlanan Kemal Kılıçdaroğlu adında 52 kez (% 39,1) meşrulaştırma, 16 kez (% 12) birleştirme ve 65 kez (% 48,9) parçasallaştırma geçmektedir. Toplamda 68 kez tekrarlanan Tuncay Özkan adında 5 kez (% 7,4) meşrulaştırma, 19 kez (% 28) birleştirme, 41 kez (% 60,3) parçasallaştırma ve 3 kez (% 4,4) şeyleştirme geçmektedir. Toplamda 80 kez tekrarlanan Adil Serdar Saçan adında 4 kez (% 5) meşrulaştırma, 3 kez (% 3,8) gizleme, 16 kez (% 20) birleştirme, 48 kez (% 60) parçasallaştırma ve 9 kez (% 11,3) şeyleştirme geçmektedir. Toplamda 135 kez tekrarlanan Mehmet Mir Dengir Fırat adında 58 kez (% 43) meşrulaştırma, 11 kez (% 8) birleştirme ve 66 kez (% 48,9)



parçasallaştırma geçmektedir. Toplamda 87 kez tekrarlanan AKP adında 18 kez (% 20,7) meşrulaştırma, 11 kez (% 13) birleştirme, 52 kez (% 59,8) parçasallaştırma ve 6 kez (% 6,9) şeyeleştirme geçmektedir.

STV’de adı geçen kişi, kurum ya da kuruluş açısından hangi ideoloji inşa stratejilerinin öne çıktığına bakıldığında içinde Ergenekon adı geçen haberlerde % 90,7 oranında parçasallaştırma ideoloji inşa stratejisinin kullanıldığı görülebilmektedir. STV’de, Ergenekon oluşumunun yeni yeni ortaya çıkması, mevcut siyasi iktidara karşı hareket ettiği iddiaları ile bir soruşturma sürecinin başlatılması ve tüm yönleriyle aydınlığa kavuşmamış bir süreç olması nedeniyle, konunun parçasallaştırılarak, mevcut düzenin dışına itilmesine yönelik mesajlar verildiği söylenebilir. Tablo 27’de yapılan tespitlerde de belirtildiği üzere Ergenekon Soruşturmasına yönelik haberlerin aktörleri arasında sayılan Şener Eruygur, Tuncay Özkan ve Adil Serdar Saçan isimlerinin de aynı doğrultuda parçasallaştırıldığını söylemek mümkündür. Recep Tayyip Erdoğan adının geçtiği haber konuları içinde de % 52’lik oranıyla parçasallaştırma öne çıkmaktadır. Bu durum ise, bu siyasi kimliğe yakınlığı ile bilinen STV’nin, bu isme yönelik karşıt görüşleri parçasallaştırmak istediği şeklinde yorumlanabilir. Deniz Feneri Derneği adında da parçasallaştırma % 52,9’luk oranıyla diğer ideoloji inşa stratejileri içinden öne çıkmaktadır. Bunda da Recep Tayyip Erdoğan adında olduğu gibi, tarafında yer aldığı söylemin karşısındaki söylemleri farklılaştırma isteği şeklinde yorumlanabilir. AKP Milletvekili Mehmet Mir Dengir Fırat adının geçtiği haberlerde % 49,1’lik oranıyla meşrulaştırma ilk sırada yer almaktadır. Belirtildiği üzere mevcut siyasi iktidara yakınlığı ile bilinen STV’de bu siyasi iktidar partisine mensup milletvekili ile ilgili haberlerin meşru bir temele oturtulduğu, bunun içinde izleyicilerin gözünde söz konusu söylemin onaylanmasını sağlayacak yönde haberlerini çerçevelediği söylenebilir. Zahit Akman adının geçtiği haberlerde % 59,1’lik oranla meşrulaştırma ideoloji inşa stratejisinin ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Deniz Feneri Dava sürecinde yapıldığı iddia edilen yolsuzlukla ilişkilendirilen ve mevcut siyasi iktidar tarafından göreve getirilen RTÜK Başkanı Zahit Akman hakkındaki haberlerin de yine STV’de meşruluk kazandırılmasına yönelik düzenlendiği ifade edilebilir. AKP

adının geçtiği haberlerde ise % 50 oranında meşrulaştırma ve % 50 oranında da parçasallaştırma ideolojilerinin kullanıldığı saptanmıştır. Bu duruma ilişkin de, bir yandan mevcut iktidarın otoritesi kabul edilebilir ve onaylanabilir şekilde sunulurken, diğer yandan da mevcut iktidara alternatif olabilecek ve bu egemen söylemin yerine geçebilecek karşıt egemen söylemlerin farklılaştırıldığı dile getirilebilir.

KANAL D’de haberde adı geçen kişi, kurum ve ya kuruluş adlarında öne çıkan ideoloji inşa stratejilerine bakıldığı zaman Ergenekon’da öne çıkan ideoloji stratejisinin % 47,6’lık oranla parçasallaştırma olduğu görülmektedir. KANAL D’de Ergenekon Soruşturmasına ilişkin haberler, taraflarının net bir şekilde belli olmadığı, askeriyeden emniyete, medya mensuplarından sanatçılara kadar tanınmış ve mevcut iktidarın karşısında faaliyet gösterdikleri iddia edilen kişilerin isimlerinin geçtiği bir yapılanma olarak aktarılmaktadır. Genel anlamda soruşturma kapsamında çok detaylı bilginin olmaması, devam eden bir operasyonlar dizisi olması nedeniyle ağırlıklı olarak KANAL D’de bu isim parçasallaştırma yönünde işlenmiştir. Ergenekon Soruşturmasına yönelik haberlerin aktörleri arasında sayılan Tuncay Özkan ve Adil Serdar Saçan isimlerinin de aynı doğrultuda parçasallaştırıldığını söylemek mümkündür. Yine aynı haber konusuyla ilişkilendirilen, Ergenekon operasyonları kapsamında tutuklanarak cezaevine konulan ve sağlık sorunlarıyla tekrar gündeme gelen Emekli Orgeneral Jandarma Eski Genel Komutanı Şener Eruygur’un en çok adının geçtiği ideoloji inşa stratejisi ise şeyleştirme olmuştur. KANAL D’nin Şener Eruygur’un adının geçtiği haberlerde şeyleştirme ile standartlaştırma, mevcut söylemin doğallaştırılarak bir rutin hale getirilmesi, dolayısıyla yeni yorumların dışta bırakılarak bir dışlama mantığının oluşturulması amaçlanmıştır. Başka bir deyişle KANAL D’de emekli bir asker olarak ülkenin üst düzey yönetim kademelerinde yer alan Şener Eruygur’un adının geçtiği haberler, onun söylemini, yaptığı işi doğallaştırmayı ve izleyicinin konu hakkında resmi bir görüş edinmesini sağlamaktadır. Recep Tayyip Erdoğan isminin geçtiği haberlerin % 62,7’lik bir oranıyla ilk sırasında parçasallaştırma yer almaktadır. Mevcut siyasi iktidarın karşısında yer alan KANAL D’de mevcut siyasi iktidarın liderinin söylemlerinin

farklılaştırılarak sistem dışına itilmesi doğal olarak görülmektedir. Burada da Recep Tayyip Erdoğan isminin geçtiği haberlerin gözle görülür bir çoğunluğunda, onun söylemini farklılaştıracak ideoloji inşa stratejisi seçilmiştir. Deniz Feneri Derneği adının geçtiği haberlerin % 83,2'sinde parçasallaştırma ideoloji inşa stratejisinin öne çıktığı belirlenmiştir. Yine bu isme paralel olarak aynı haber konusunun aktörlerine dahil edilen Zahit Akman'ın isminin de % 96,8'lik oranla parçasallaştırma ideoloji inşa stratejisi içinde değerlendirildiğini görmek mümkündür. Deniz Feneri Davası konulu haberlerde ön plana çıkan Recep Tayyip Erdoğan, Zahit Akman ve Deniz Feneri Derneği parçasallaştırılarak düzen dışında bırakılmak istenen isimler, dolayısıyla düzen dışında bırakılmak istenen egemen söylemler olarak değerlendirilebilirler.

Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosu konulu haberlerle ilişkilendirilen Kemal Kılıçdaroğlu ile Mehmet Mir Dengir Fırat'ın isimleri ideoloji inşa stratejilerinin içinde % 48,9'luk oranlarıyla parçasallaştırma ideoloji inşa stratejinde ilk sırada yer almışlardır. Genel olarak aynı haberlerde geçen bu iki ismin benzer şekilde ideoloji inşa stratejileri olması ve bu yönde bir sonuç çıkması doğaldır.

### **3.10.1.3.3. Haberde İdeoloji İnşa Stratejilerine Göre Haber Öğeleri**

Çalışmada incelemeye alınan haberler içinde ideoloji inşa stratejisi kullanılan haberlerin hangilerinde haber öğelerinin ne sıklıkla kullanıldığının tespit edilebilmesi için, ideoloji inşa stratejileri ile bir haberin temel taşları olan haber öğeleri karşılaştırılmıştır.

Her iki kanal için de elde edilen sonuçlar Tablo 39 ve Tablo 40'ta özetlenmiştir.

Tablo 39: STV'de İdeoloji İnşa Stratejilerine Göre Haber Öğelerinin Dağılımı

	İdeoloji İnşa Stratejileri											
	Meşrulaştırma		Gizleme/ Gizemleştirme		Birleştirme		Parçasallaştırma		Şeyleştirme		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
<b>Kim</b>	7	100	4	100	-	-	39	100	6	100	56	25
<b>Ne</b>	7	100	4	100	-	-	39	100	6	100	56	25
<b>Neden</b>	6	86	1	25	-	-	26	66,7	3	50	36	16
<b>Nerede</b>	3	43	3	75	-	-	22	56,4	4	66,7	32	14
<b>Ne zaman</b>	3	43	2	50	-	-	21	53,8	4	66,7	30	13
<b>Nasıl</b>	2	29	1	25	-	-	8	20,5	3	50	14	6
<b>TOPLAM</b>	28	13	15	6,7	-	-	155	69,2	26	11,6	224	100

STV ile ilgili verileri Tablo 39'da görmek mümkündür. Araştırmada tespit edilen ideoloji inşa stratejilerinin tamamında haber aktörlerinin kim ya da en olduğu sorusuna ışık tutan Kim ve Ne sorularının yanıtlandığı gözlenmiştir. Neden sorusu haber ideoloji inşa stratejileri genelinde 36 kez (% 16) yanıtlanarak Kim ve Ne sorularından sonra en çok yanıtlanan haber ögesi olmuştur. Neden sorusu, meşrulaştırma ile ilgili haberlerde 6 kez (% 86), gizleme ile ilgili haberlerde 1 kez (% 25), parçasallaştırma ile ilgili haberlerde 26 (% 66,7) ve şeyleştirme ideoloji inşa stratejisi ile eşleşen haberlerde 3 kez (% 50) yanıtlanmıştır. Meşrulaştırma ile eşleştirilen haberlerde 3 kez (% 43), gizleme ile eşleşen haberlerde 3 kez (% 75), parçasallaştırma ile eşleşen haberlerde 22 kez (% 56,4) yanıtlanan Nerede sorusu şeyleştirme ile eşleşen haberlerde de 4 kez (% 66,7) yanıtlanma imkanı bulmuştur. Ne zaman sorusu, meşrulaştırma ile ilgili haberlerde 3 kez (% 43), gizleme ile ilgili haberlerde 2 kez (% 50), parçasallaştırma ile ilgili haberlerde 21 (% 53,8) ve şeyleştirme ile ilgili haberlerde 4 kez (% 66,7) yanıt bulan haber ögesi olmuştur. Nasıl sorusu ise STV'de en az yanıtlanan haber ögesi olarak son sırada yer almıştır. nasıl sorusu meşrulaştırma ile eşleştirilen haberlerde 2 kez (% 29), gizleme ile eşleşen haberlerde 1 kez (% 25), parçasallaştırma ile eşleşen haberlerde 8 kez (% 20,5) ve şeyleştirme ile eşleşen haberlerde 3 kez (% 50) cevap bulmuştur.

**Tablo 40: KANAL D'de İdeoloji İnşa Stratejilerine Göre Haber Öğelerinin Dağılımı**

	İdeoloji İnşa Stratejileri											
	Meşrulaştırma		Gizleme/ Gizemleştirme		Birleştirme		Parçasallaştırma		Şeyleştirme		TOPLAM	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
<b>Kim</b>	18	100	2	100	8	100	47	100	10	100	85	23
<b>Ne</b>	18	100	2	100	8	100	47	100	10	100	85	23
<b>Nerede</b>	10	56	1	50	6	75	31	66	8	80	56	15
<b>Ne zaman</b>	8	44	2	100	6	75	29	61,7	8	80	53	15
<b>Neden</b>	11	61	2	100	6	75	26	55,3	6	60	51	14
<b>Nasıl</b>	11	61	0	0	2	25	19	40,4	4	40	36	9,8
<b>TOPLAM</b>	76	21	9	2,46	36	9,84	199	54,4	46	12,6	366	100

Tablo 40'ta da KANAL D'ye ait ideoloji inşa stratejileri ve haber öğeleri arasındaki ilişki özetlenmiştir. KANAL D'de de STV'de olduğu gibi tamamının yanıtladığı Kim ve Ne soruları ilk sırada yer alan haber öğeleridir. Diğer haber öğeleri ise yanıt bulma oranlarına göre Nerede, Ne zaman, Neden ve Nasıl şeklinde sıralanmıştır. Nerede sorusu meşrulaştırma ile ilgili haberlerde 10 (% 56), gizleme ile ilgili haberlerde 1 (% 50), birleştirme ile ilgili haberlerde 6 (% 75), parçasallaştırma ile ilgili haberlerde 31 (% 66), şeyleştirme ile ilgili haberlerde ise 8 kez (% 80) cevaplanmıştır. Bunu takip eden Ne zaman sorusu, meşrulaştırma ile ilişkilendirilen haberlerde 8 (% 44), gizleme ile ilişkilendirilen haberlerde 2 (% 100), birleştirme ile ilişkilendirilen haberlerde 6 (% 75), parçasallaştırma ile ilişkilendirilen haberlerde 29 (% 61,7) ve şeyleştirme ile ilişkilendirilen haberlerde de 8 kez (% 80) yanıtlanmıştır. Neden sorusu, meşrulaştırma ile ilgili haberlerde 11 (% 61), gizleme ile ilgili 2 (%100) birleştirme ile ilgili haberlerde 6 (% 75), parçasallaştırma ile ilgili haberlerde 26 (% 55,3), şeyleştirme ile ilgili haberlerde ise 6 kez (% 60) yanıt bulan haber öğesi olmuştur. En az yanıt bulan Nasıl sorusu ise meşrulaştırma ile ilgili haberlerde 11 (% 61), birleştirme ile ilgili haberlerde 2 (% 25), parçasallaştırma ile ilgili haberlerde 19 (% 40,4), şeyleştirme ile ilgili haberlerde ise 4 kez (% 40) cevaplanmıştır.

Her iki kanalda da genel toplama bakıldığında haber öğelerinin en çok yer aldığı, başka bir deyişle haber öğelerini ortaya çıkarmaya yönelik soruların büyük bir bölümünün yanıtlandığı ideoloji inşa stratejisinin parçasallaştırma olduğu görülmektedir. Bu durum, söz konusu kanalların taraf oldukları egemen gücün karşısında yer alan egemen güçlerin meşruluk kazanmalarının, izleyicilerin gözünde onay almalarının önüne geçerken, haber öğeleri ile hedef olan karşıt egemen güçleri ortaya çıkarmayı amaçladığı şeklinde yorumlanabilir.

## SONUÇ

Haber, birçok iletiye maruz kalan birey için ciddiye alınması ve yorumlanması gereken bir olgu olarak görülmektedir. Haberlere, haberdar etme, bilgilendirme, eğitme, siyasal, ekonomik, sanatsal ve bilimsel enformasyon akışını sağlama, fikir paylaşımı sağlayarak bireylerin toplumsallaşmasına katkıda bulunma, eğlendirme, dinlendirme, kültürel hayatı kayıt altına alarak yeni nesillere aktarma, siyasi iktidarların güçlerini kötüye kullanmalarını engelleme ve toplum adına toplumun savunuculuğunu yapma gibi bir takım işlevler yüklenmiştir. Kendisine yüklenen bu işlevler nedeniyle çoğu kez doğruluğu sorgulanmadan kabul edilen haberler, gündelik yaşamın planlanmasından tutun da geleceğin şekillenmesine kadar çok yönlü etkiye sahiptir. Bireylerin sıklıkla başvurdukları ve yaşamlarını yönlendirmelerinde büyük bir öneme sahip olan haberlerin gücü, özellikle siyasi ve ekonomik gücü elinde bulunduran kişi, grup, kurum ya da kuruluşların da dikkatinden kaçmamıştır.

Egemen söylem olarak da ifade edilebilecek bu kişiler, güçlerini halktan, halkın gözünde meşruluk kazanmaktan almaktadırlar. Bunun için kendi söylemlerinin sürekli taze tutulması, meşruluk kazandırılması, yeniden üretilmesi, hedef kitlelerin mevcut otoritenin meşruluğuna inandırılması ve karşıt söylemlerin ya da alternatif egemen güçlerin sistem dışında bırakılması gerekmektedir. Kitle iletişim araçları, özelliklede televizyon haberleri egemen güçler tarafından, söylemlerinin rahatça yer alabileceği ve hayat bulacağı bir ortam olarak görülmektedir. Egemen güçler televizyon haberlerinde bunu açıktan açığa değil de televizyon haberlerinde yer alan bir olay ve bilginin kimi zaman bazı yönlerini seçerek ve öne çıkararak, kimi zaman da bazı yönlerini saklayarak, kamuoyunun belirli bir yönde oluşmasını amaçlanmaktadır.

Bu bir anlamda televizyon haberlerinin çerçevelenmesi konusunu gündeme getirmektedir. Çerçeveleme, haber metinlerinde nelerin yazılıp, nelerin dışarıda bırakılacağı belirlendiği bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım, mevcut düzenin karmaşıklığından faydalanan egemen söyleme, meseleleri bireylerin zihninde istenen

etkiyi uyandıracak şekilde düzenleme imkanı sunmaktadır. Bu durum, egemen söylemin televizyon haberlerini, kendini yeniden üretme sürecinde çerçevelediği sorunsalını karşımıza çıkartmaktadır.

Elinizde tuttuğunuz bu araştırmada da televizyon haberlerinde egemen söylemin yeniden üretilmesi sürecinde haberlerin çerçevesi konusu ele alınarak incelenmiştir. Üç bölümden oluşan çalışmanın ilk bölümünde televizyon haberleri ve çerçeveleme üzerine kuramsal bir temel oluşturulmuştur. İkinci bölümde egemen söylemin yeniden üretilmesi üzerinde durularak, ideoloji ve devletin ideolojik aygıtlarının neler olduğu konusu işlenmiştir. Yine bu bölümde konunun da aslına oluşturan medyada egemen söylemin yeniden üretilmesi sorunsalı üzerine literatür çalışmasına yer verilmiştir. Araştırmanın üçüncü ve son bölümü olan uygulama bölümünde de araştırma kapsamına alınan iki özel televizyon kanalının (STV ve KANAL D) ana haber bültenlerindeki belirlenen haberler, egemen söylemin yeniden üretilmesi ve bu süreçte haberlerin çerçevesi açısından içerik çözümlemesi ile incelemeye alınarak bir takım sonuçlara ulaşılmıştır.

Varsayımlar kısmında da belirtildiği üzere incelemeye alınan haberler, haber süreleri, sıraları, dayandırıldığı haber kaynağı, kullanılan haber türü ve haberde öne çıkan aktörler dikkate alındığında egemen söylemin, televizyon haberlerinin oluşturulması ve aktarılması sürecinde kendini yeniden üretme fırsatı bulduğu yargısı doğruluk kazanmaktadır. Yapılan araştırmada kanalların genel olarak, incelemeye alınan haberlerin bültenlerde orta uzunlukta ve uzun olarak ifade edilebilecek sürelerde konu edilmeleri, bu haberlerin bülten içerisinde ön sıralarda yer verilerek önemlilik derecelerinin artırılması, haberlerin nesnellik boyutunu ön plana çıkaran birincil kaynakların açıklamalarına dayandırılması, konuların ciddi haber türünde işlenmesi, haber aktörleri açısından egemen söylem olarak ifade edebilecek kişi, kurum ve kuruluşların isimlerinin yoğun bir biçimde kullanılması bu yargıyı doğrular niteliktedir.

Kayıt döneminde sıklıkla tekrar edilen Ergenekon Soruşturması, Deniz Feneri Davası, Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosu ve Boykot Çağrısı konulu haberlerin



incelemeye alındığı araştırmada, haberler egemen söylemin yeniden üretilmesi sürecinde çerçevelenmesi açısından ele alınmıştır. Yapılan değerlendirmelerde, daha çok haber aktörünü ortaya çıkaracak nitelikteki haber öğelerinin yanıtlanması, haberde adı geçenlerde Recep Tayyip Erdoğan, Zahit Akman, Şener Eruygur, Tuncay Özkan, Adil Serdar Saçan, Ergenekon, Deniz Feneri Derneği, Mehmet Mir Dengir Fırat, Kemal Kılıçdaroğlu ve AKP gibi toplum üzerinde belli bir etkileme gücüne sahip, siyaseti, medyayı, askeriye, hükümet ve bazı kamu kuruluşlarını ilgilendiren isimlerin ön plana çıkması, haberlerin bir anlamda egemen söylemin yeniden üretilmesi sürecinde çerçevelendiğinin bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Bu durum şu: “Haberlerin oluşturulması sürecinde kullanılan çerçeveler, egemen söylemin devamlılığını sağlayacak ve onu meşrulaştıracak yönlerin ön plana çıkarılması, egemen söylemin sürekliliğini tehlikeye sokacak noktaların önemsizleştirilerek göz ardı edilmesini sağlamaktadır.” varsayımını desteklemektedir

Çerçeveleme bir seçme ve öne çıkarma sürecidir ve kanallar ana haber bültenlerinde yer verecekleri haberleri bu süreçten geçirerek şekillendirmektedir. Haberlerin oluşturulması sürecinde televizyon kanalları, kendi söylemlerini ya da destek verdikleri egemen söylemleri halkın gözünde kabul edilebilir hale getirmek için bir takım ideoloji inşa stratejileri kullanmaktadır. İncelemeye alınan haberlerde de kullanılan ideoloji inşa stratejilerine bakıldığında karşıt egemen söylemlerin farklılaştırılarak sistem dışına itilmesini sağlayan parçasallaştırma ve taraf olunan egemen söylemin içselleştirilerek onaylanırlılığının artırıldığı meşrulaştırma ideoloji inşa stratejilerinin öne çıktığı belirlenmiştir. “Egemen söylemin yeniden üretimi sürecinde meşrulaştırma ve parçasallaştırma kanalların haberlerinde sıklıkla kullandıkları ideoloji inşa stratejileridir.” varsayımında da belirtildiği üzere, haberlerin de çerçevelenmesiyle birlikte, incelenen kanallarda desteklenen söylemler halkın gözünde meşrulaştırılmakta, karşıt söylemler ise farklılaştırılarak parçasallaştırılmaktadır. Başka deyişle desteklenen söylemlerin olumsuz yönleri gizlenmekte, karşıt söylemlerin olumsuz yönleri ise kamuoyuna sunulmaktadır.

Televizyon haberleri günlük hayat içinde gerçekleşen olayları izleyicilerine aktarma sürecinde onları belli bir yapıya, anlatıma, söyleme dayalı bir biçimde şekillendirmektedir. Bu da televizyon haberlerinde sunulanların salt gerçek olmadığını, bilinçli bir şekilde üretilmiş ürünler olduğunu göstermektedir. İnsanların çevrelerini anlamlandırmaları, dünya görüşü edinmeleri, düşüncelerini yönlendirmeleri gibi çeşitli görevlerle donatılmış haberler, olayların aktarımında bazı noktaların göz ardı edilmesi, bazı noktaların ise gereğinden fazla öne çıkartılmasına neden olabilmektedir.

Haberler, günlük yaşamda bültenlere konu olabilecek olayların seçilmesinden, kaydedilmesine, kurgulanmasından yayınlanmasına kadar değişik noktalarda, habere konu olan, haberi hazırlayan kişiler ve haberin yayınlandığı yayın kurumu sahibi başta olmak üzere birçok egemen gücün ideolojisinin etkisi altındadır. Bu etki haberlerde açık bir şekilde görünmemekle birlikte, haberin oluşturulması sürecinde haber içerisine ustaca yerleştirilmektedir. Bilinçli bir seçim olarak ifade edilebilecek bu süreci çerçeveleme yaklaşımıyla açıklamak mümkündür.

Çerçeveleme, bir olayın haber olma sürecinde nelerin içerileceğini, nelerin dışarıda bırakılacağını belirleyen genel bir bağlamdır. Çerçevelenen haberlerle bireyler üzerinde, belirleme, algılama, teşhis etme ve adlandırma süreçleriyle etki kurulmaya çalışılmaktadır. Çerçeveler bir yandan gündelik yaşamda karmaşık bir çok olayın yorumlanarak anlamlandırılmasını kolaylaştırırken, diğer yandan egemen söylemin hakim olduğu mesajların şekillenmesine de olanak tanımaktadır.

Egemen gücü elinde bulunduran kişi ya da gruplar, varlıklarının devamı için egemen oldukları sınıfı denetim altında tutma zorunluluğu hissetmektedirler. İktidarlar güçlerini bu denetim altında tutma işinden alırlar ve iktidarlarını devam ettirebilmek için öncelikle kendisini iktidar yapan üretim araçlarının sahipliğini ellerinde tutmak isterler. Bunun için ordu, polis, okul gibi resmi yolları kullanan egemen güçler, kendilerini gündelik yaşam içinde de var etmenin, yeniden üretmenin yollarını ararlar. İşte bu yüzden iktidar olanlar ideolojilerini, kendilerini yeniden üretmek ve varlıklarını meşrulaştırmak için kitle iletişim araçlarına, özellikle de

televizyon haberlerine başvururlar. Yukarıda da sözü edildiği gibi haberler, bireylerin gündelik yaşamlarını anlamlandırma süreçlerinde sıklıkla başvurdukları önemli bir kitle iletişim ürünüdür. Bunun bilincinde olan egemen güçler, haberlerin kendi çıkarlarının gözetilerek yeniden üretilmelerine olanak sağlayacak şekilde düzenlenmeleri konusunda oldukça etkilidir.

Araştırmanın genelinde de aktarılmak istenen durum, bireylerin yaşamları için son derece önemli olan haberlerin, bir takım egemen söylemler tarafından etki altına alınarak, belirli mesajların verilmesi yönünde çerçvelendiği kanısıdır. İncelenen her iki kanalda da bu kanıyı destekleyecek durumların varlığı tespit edilmiştir. Kendisine yüklenen işlevler gereği, şimdiki zaman diliminde yaşayanlar kadar, gelecek nesillerin de şekillenmesinde haberler büyük önem taşımaktadır. Ayrıca kamuoyunun baskı ve manipülasyon ortamı doğurmadan serbestçe oluşabilmesinde haberlerin olabildiğince tarafsız, yorumdan ve farklı egemen güçlerin etkisinden uzak bir biçimde aktarılması demokratik toplumlar için bir gerekliliği oluşturmaktadır.

Araştırma sonunda ulaşılan veriler ışığında getirilecek önerilerin, bu alanda ileride yapılacak olan bilimsel çalışmalar için de yararlı olacağına inanılmaktadır.

- Televizyon ve televizyon haberleri halen bir çok yönüyle araştırmaya açık bir alandır.
- Televizyon haberlerinde egemen söylemin yeniden üretilmesinde haber çerçeveleme konusunun yanı sıra televizyonda yer alan diğer program türlerinde de egemen söylemin yeniden üretilmesi süreci incelenebilir,
- Televizyon haberlerinde kullanılan çerçevelerin bireyler üzerinde nasıl etkiler yarattığını belirlemeye yönelik çalışmalar yapılabilir,
- Ekonomik, sosyal, kültürel, siyasal vb. açıdan toplumsal hassasiyetin artabileceği (seçim öncesi ya da sonrası, ekonomik kriz dönemleri, ülkeler arası ilişkilerin yoğunlaştığı vb. dönemlerde) dönemlerde yapılacak incelemelerle, televizyon kanallarının egemen söylemin

yeniden üretilmesi sürecinde dönemsel farklılıklar yaşayıp yaşamadığı tespit edilebilir,

- Televizyon dışında diğer kitle iletişim araçlarında egemen söylemin yeniden üretilmesi konusu ele alınabilir,

Bu ve buna benzer konularda yapılacak araştırmalarla, kendisine toplumsal işlevler yüklenen başta televizyon olmak üzere kitle iletişim araçlarının yayın çizgileri hakkında daha net bilgilere ulaşmak mümkün olacaktır.

## KAYNAKÇA

Aktaş, Ayşe Melike (2007), **Egemen Kültür ve İdeolojinin Medya Aracılığıyla Yeniden Üretimi: “Babam ve Oğlum” Film Çözümlemesi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Albayrak, Emre İnanç (18.11.2008), **“İdeolojik Düzen, 1984 ve Medya”**, <http://www.jurnal.net/arastirma/2008/11/18/ideolojik-duzen-1984-ve-medya.htm>, Erişim Tarihi: 12.02.2009.

Althusser, Louis (2003), **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**, Çeviren: Alp Tümertekin, İthaki Yayınları, İstanbul.

Aşkun, İnal Cem (1982), **“Eğitim ve Renkli Televizyon”**, **Televizyonda Renkli Yayın Semineri 11-12 Mart 1982**, Yayına Hazırlayan: Zafer Özcan, Ankara İktisadi Ve Ticaret İlimler Akademisi Yayınları, Yayın No:213, Ankara.

Atabek, Nejdet (Temmuz 1998), **Medya Gündeminin Oluşumu**, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Kurgu Dergisi, Sayı 15, Eskişehir.

Atabek, Nejdet ve Uztuğ, Ferruh (Temmuz 1998), **“Haberde Çerçeveleme ve Öne Çıkarma”**, **Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Kurgu Dergisi**, Sayı 15, Eskişehir.

Aytaç, Ömer (Aralık 2004), **“Kapitalizm ve Hegemonya İlişkileri Bağlamında Boş Zaman”**, **Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, <http://www.cumhuriyet.edu.tr/edergi/makale/1014.pdf>, Erişim Tarihi: 19.02.2009.

Bozdağ, İsmet (2006), **Basın Kurt mu, Kuz mu?**, Emre Yayınları, İstanbul.

Bulut, Selda ve Yaylagül, Levent (2004), **“Türkiye’deki Yazılı Basında Yargıtay ve Mafya İlişkisine Yönelik Haberler”**, **Gazi İletişim Dergisi**, [www.ilet.gazi.edu.tr/iletisim\\_dergi/19/bulut-yaylagul.pdf](http://www.ilet.gazi.edu.tr/iletisim_dergi/19/bulut-yaylagul.pdf), Erişim Tarihi: 26.11.2008.

Canbulat, Olcay (2006), **Televizyonda Devlete İlişkin Haberlerin Söylemine Eleştirel Bir Bakış**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Chomsky, Noam ve Herman, Edward S, (1998), **Medya Halka Nasıl ‘Evet’ Dedirtir: Kitle İletişim Araçlarının Ekonomi Politikası**, Çeviren: Berfu Akyolda, Tamara Han, Metin Çetin ve İsmail Kaplan, Minerva Yayınları, İstanbul.

Çaplı, Bülent (2001), **Televizyon ve Siyasal Sistem**, İmge Kitabevi, 2, Baskı, Ankara.

Çaplı, Bülent (2002), **Medya ve Etik**, İmge Yayınevi, Ankara.

Damlapınar, Zülfikar (2007), **Medyaya Anadamar (Ampirik) ve Eleştirel Yaklaşımlar**, İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı, RTÜK Yayını, Ankara.

Derman, İhsan (1989), **Fotoğraf ve Gerçeklik**, Med- Campus Proje Yayınları, Ankara.

Diktaş, Erdal Onur (2001), **Mimarlık Bilgisi, İdeoloji, Söylem, Eleştiri İlişkisi ve Türkiye Mimarlık Yazınından Örneklerle İncelenmesi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Dursun, Çiler (2001), **Televizyon Haberlerinde İdeoloji**, İmge Kitabevi, Ankara.

Duruoğlu, Tuba (2007), “*Haber Yapmada İdeoloji Etkeni: 11 Eylül Olayı Üzerine Bir İnceleme*”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, Sayı: 25 Yaz- Güz, [http://www.ilet.gazi.edu.tr/iletisim\\_dergi/25/icindekiler.htm](http://www.ilet.gazi.edu.tr/iletisim_dergi/25/icindekiler.htm), Erişim Tarihi: 13.02.2009.

Eagleton, Terry (2005), **İdeoloji**, Çeviren: Muttalip Özcan, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Egri, Lajos (1996), **Piyes Yazma Sanatı**, Çeviren: Suat Taşer, Papirüs Yayınları, Ankara.

Erdoğan, İrfan (1997), **İletişim Egemenlik Mücadeleye Giriş**, İmge Kitabevi, Ankara.

Erdoğan, İrfan ve Alemdar, Korkmaz (1990), **İletişim ve Toplum**, Bilgi Yayınevi, Ankara.

Ergül, Hakan (2000), **Televizyonda Haberin Magazinelleşmesi**, İletişim Yayınları, İstanbul.

Ergül, Hakan (2001), “*Absürdün Sınırında Haber: Magazin Söylemi ve Duyargalarımız*”, <http://www.medyakronik.net/akademi/makaleler/makaleler28.htm>, Erişim Tarihi: 24.12.2007.

Esslin, Martin (2001), **Televizyon Çağı TV Beyaz Camın Arkası**, 3. Baskı, Pınar Yayınları, İstanbul.

Fiske, John (1996), **İletişim Çalışmalarına Giriş**, Çeviren: Süleyman İrvan, Bilim Sanat Yayınları, Ankara.

Girgin, Atilla (2002), **Haber Yazmak**, Der Yayınları, İstanbul.

Girgin, Atilla (2003), **Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etiği**, İnkılap Yayınevi, İstanbul.

Gökçe, Orhan (2002), **İletişim Bilimine Giriş**, 4. Basım, Turhan Kitabevi, Ankara.

Gökçe, Orhan (2001), **İçerik Çözümlemesi**, Selçuk Üniversitesi Yaşatma ve Geliştirme Vakfı Yayınları, Yayın No: 36, Konya.

Göktaş, Zühal (2006), **Televizyon Haberlerinde Duygusallaştırma ya da Duygu Ötesi Toplum Yatarma (Show TV- Kanal D- ATV Örneği)**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.

Gürses, Fatma (2005), “*İdeoloji, İktidar ve Siyaset İlişkilerinin Televizyon Dizileriyle Temsili: ‘Şubat Soğuğu’*”, *Medya ve Siyaset İlişkileri Üzerine*, Derleyen: Zülfikar Damlapınar, Turhan Kitabevi, Ankara.

Güzel, Meltem (2007), **Televizyon Haberciliğinde Magazinleşme (Karşılaştırmalı Bir Çalışma)**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Hall, Stuart (a), (2005), “*İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulanın Geri Dönüşü*”, *Medya İktidar İdeoloji*, Derleyen: Mehmet Küçük, Ark Yayınları, 3. Baskı, Ankara.

Hall, Stuart (b) (2005), “*Kültür, Medya ve ‘İdeolojik Etki’*”, *Medya İktidar İdeoloji*, Derleyen: Mehmet Küçük, Ark Yayınları, 3. Baskı, Ankara.

Işık, Metin (2000), **İletişimden Kitle İletişime**, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları No:2, Konya.

Işık, Metin (2002), **Dünya ve Türkiye Bağlamında Kitle İletişim Sistemleri**, Eğitim Kitabevi, Konya.

Işık, Metin ve Akbaba, Ebru (2004), “*Medyada Haber Seçimi*”, *Medyada Yeni Yaklaşımlar*, Editör: Metin Işık, Eğitim Kitabevi, Konya.

İnceoğlu, Yasemin (27.10.2007), “*Medya-İktidar İlişkilerinin Tarihsel Gelişimi*”, <http://eski.bianet.org/php/yazdir.php?DosyaX=./2006/10/27/86980.htm/>, Erişim Tarihi: 25.12.2008.

İnuğur, M, Nuri (1993), **Basın ve Yayın Tarihi**, 3. Baskı, Der Yayınları, İstanbul.

Kaptan, Ali (1999), **Radyo –TV Haberciliği ve Metin Yazma –Röportaj Teknikleri**, Maltepe Yayınları, İstanbul.

Karaboğa, Tahir, “*Bir Kitle İletişimsizlik Aracı Olarak Televizyon*”, <http://ilef.ankara.edu.tr/id/yazi.php?yad=3192>, Erişim Tarihi: 26.11.2008.



Karaduman, Sibel (Ocak, 2007), “*Medyatik Gerçeklikte Kimlik Temsilleri: Televizyon Haberlerinin Aktörleri Üzerine Düşünceler*”, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, Selçuk Üniversitesi Yayınları, Konya.

Kardaş, Ümit (17.06.2007), “*Çelikten Devlet*”, Radikal İki, <http://www.radikal.com.tr/ekhaber.php?ek=r2&haberno=7144>, Erişim Tarihi: 27.01.2009.

Kaya, Ahmet Yalçın ve Serarslan, Meral (2004), “*İstanbul Terör Saldırılarının İngiliz Basımına Yansıması*”, Terörün Görüntüleri, Görüntülerin Terörü, Editör: Orhan Gökçe ve Uğur Demiray, Çizgi Kitabevi, Konya.

Kazancı, Metin (2002), “*Althusser, İdeoloji ve İletişimin Dayanılmaz Ağırlığı*”, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, Ankara.

Kazancı, Metin (2003), *Althusser ile İdeoloji Üzerine Yapılamamış Bir Söyleşi*, Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi, Ankara.

Kazancı, Metin (2006), *Althusser, İdeoloji ve İdeolojiyle İlgili Son Söz*, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, İstanbul.

Kazaz, Mete (2007), *Televizyon Spor Haberleri*, Nüve Kültür Merkezi Yayınları, İstanbul.

Keane, John (1999), *Medya ve Demokrasi*, 3. Baskı, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Kepplinger, Hans Mathias ( 2003), *Etki Kavramının Sınırları*, Medya Etki Araştırmaları, Derleyen- Çeviren: Murat S, Çebi, Alternatif Yayınları, Ankara.

Köse, Hüseyin (Mayıs 2001), “*Konuşma, İfade Birlikleri ve İktidar Söylemleri*”, <http://www.istanbul.edu.tr/4.boyut/ilksayi/hkose-iktidarsoylemi.htm>, Erişim Tarihi: 26.11.2008.

Lull, James (2001), *Medya, İletişim, Kültür*, Çeviren: Nazife Güngör, Vadi Yayınları, Ankara.

Mardin, Şerif (2000), **İdeoloji**, İletişim Yayınları, 6. Baskı, İstanbul.

Matelski, Marilyn J, (1996), **TV Haberciliğinde Etik**, Çeviren: Bahar Öcal Düşgören, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Mc Carthy, E, Doyle (2002), **Bilgi Kültürü- Yeni Bilgi Sosyolojisi**, Çivi Yazıları, İstanbul.

**Meydan Larousse Büyük Lugat ve Ansiklopedi** (1992), 5. ve 17. Ciltler, Sabah Gazetesi Yayınları, Yayına Hazırlayanlar: Safa Kılıçoğlu, Nezihe Araz, Hakkı Devrim, İstanbul.

Mora, Necla (a) (17.01.2007), “**Haber ve Haber Söylemi**”, [www.dorduncukuvvetmedya.com/dkm/article.php?sid=7676](http://www.dorduncukuvvetmedya.com/dkm/article.php?sid=7676), Erişim Tarihi: 26.11.2008.

Mora, Necla (b) (30.01.2007), “**Haber Söylem Çözümlemesinde Van Dijk Yöntemi**”, <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/dkm/article.php?sid=7771>, Erişim Tarihi: 26.11.2008.

Mutlu, Erol (1998), **İletişim Sözlüğü**, 3, Baskı, Ark Yayınları, Ankara.

Nutku, Özdemir (2001), **Dram Sanatına- Tiyatroya Giriş**, 4, Baskı, Kabalcı Yayınevi, İstanbul.

Onay, Duygu (2006), **Louis Althusser’de İdeoloji ve Bilinç İlişkisi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe Anabilim Dalı, Ankara.

Orhon, Nezih E, (2004), ‘**Değişim Değeri Açısından Televizyon Haberi’- Teknolojik Ve İdeolojik Boyutuyla Metalaşan Televizyon Haberleri-**, Anadolu Üniversitesi Yayınları No:1537, Eskişehir.

Oskay, Ünsal(1982), “**Kültürel Gelişmemiz Açısından Televizyon ve Renkli Televizyon**”, **Televizyonda Renkli Yayın Semineri 11-12 Mart 1982**, Yayına

Hazırlayan: Zafer Özcan, Ankara İktisadi Ve Ticaret İlimler Akademisi Yayınları, Yayın No:213, Ankara.

Oskay, Ünsal (2000), **Tek Kişilik Haçlı Seferleri**, İnkılap Kitapevi, İstanbul.

Özarıslan, Hüseyin (2007), **Çerçeveleme Yaklaşımı Açısından Haber Çerçevelerinin İzler Kitle Düşünceleri Üzerindeki Etkisi**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Özdenören, Rasim (2002), **Yazı, İmge, Gerçeklik**, İz Yayıncılık, İstanbul.

Özer, İnan (2000), "*Medyanın Toplumsal Değişime Etkileri*", IV. Yerel Eğitim Semineri, [http://www.byegm.gov.tr/seminerler/erzurum-xv/erzurum\\_15.htm](http://www.byegm.gov.tr/seminerler/erzurum-xv/erzurum_15.htm), Erişim Tarihi: 21.01.2009.

Özkanal, Berrin (Temmuz 1998), "*Televizyon Haber Programlarında Gerçekliğin Sunumu*", **Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Dergisi**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, No:1057, Sayı: 15, Eskişehir.

Postman, Neil (2000), **Haber**, Çeviren: Bilge Gürsoy, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, Selçuk Üniversitesi Yayınları, Konya.

Postman, Neil (2004), **Televizyon Öldüren Eğlence**, Çeviren: Osman Akınhay, Ayrıntı Yayınları, 2. Baskı, İstanbul.

Rigel, Nurdoğan (2000), **İleti Tasarımında Haber**, Der Yayınları, İstanbul.

Sancar Üşür, Serpil (1997), **İdeolojinin Serüveni: Yanlış Bilinç Ve Hegemonyadan Söyleme**, İmge Kitabevi, Ankara.

Scheufele, Dietram A, (Winter 1999), "*Framing as a Theory of Media Effects*", **Journal of Communication**, <http://www.asc.upenn.edu/usr/ogandy/C45405%20resources/Scheufele%20framing20as%20effects.pdf>, Erişim Tarihi: 09.03.2009.

Seçim, Filiz (1993), “*Haber Kavramı ve ABD Basınında Dış Haberler*”, **Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Dergisi**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, No:779, Sayı:12, Eskişehir, Aralık.

Shoemaker, Pamela ve Resse, Setphen D., “*İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi*”, **Medya Kültür Siyaset**, Derleyen: Süleyman İrvan, 2. Baskı, Alp Yayınevi, Ankara.

Sholle, David J., “*Eleştirel Çalışmalar: İdeoloji Teorisinden İktidar/ Bilgiye*”, **Medya İktidar İdeoloji**, Derleyen: Mehmet Küçük, Ark Yayınları, 3. Baskı, Ankara.

Şeker, Mustafa (1999), **Televizyon Haberciliği**, Selçuk Üniversitesi Yaşatma ve Geliştirme Vakfı Yayınları No:14, Konya.

Şeker, Mustafa (1999), **Televizyon Haberlerinin İmge Üretme ve Anlam Yitirme Sorunu**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Şeker, Mustafa (2003), **Özel Televizyonlarda Haberin Seçimi ve Yapılandırılması (NTV, ATV ve SHOWTV Örneği)**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Şeker, Mustafa (Ocak 2007), “*Televizyon Haberciliğinde Küresel Format ve Haberciliğe Etkileri*”, **Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi**, Selçuk Üniversitesi Yayınları, Konya.

Şener, Sevda (1997), **Yaşamın Kırılma Noktasında Dram**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Şimşek, Sedat (2006), “*Dünya Kitle İletişim Araçlarında Yayınlanan Haberlerle İlgili Yapılan Etik Düzenlemeler*”, **Medya Mercek Altında**, Derleyen: Nesrin Tan Akbulut ve Elif Eda Balkaç, Beta Yayınları, İstanbul.

Tanrıverdi, Yusuf (21.11.2008), “*Okul İdeolojik Aygıt Olmaktan Çıkarılmalıdır*”, <http://platformhaber.net/?p=225>, Erişim Tarihi: 17.01.2009.

Tokgöz, Oya (2000), **Temel Gazetecilik**, İmge Kitabevi, 4. Baskı, Ankara.

Tonga, Yusuf (2005), “*İçerik Analizi/ Karşılaştırmalı Yöntem*”, <http://yunus.hacettepe.edu.tr/~tonta/courses/spring2005/bby208/bby208-4b-icerik-analizi.ppt>, Erişim Tarihi: 19.03.2009.

Uğur, Ufuk (2006), **Türkiye’de Televizyon Haberlerinde Magazinleşme Olgusu**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Ulus, Sema (2006), “*Haber Söyleminde Dönüştürülen Hakikat; Yoksullukla Kuşatılmış Çocukların Medyada Temsillerinin İki Örnek Haberle Eleştirel Karşılaştırması*”, **Medya Mercek Altında**, Derleyen: Nesrin Tan Akbulut ve Elif Eda Balkaç, Beta Yayınları, İstanbul.

Uyguç, Ünsal- Genç, Ali (1998), **Radyo Televizyon Haberciliği**, Avcıol Basım-Yayın, 2. Baskı, İstanbul.

Van Dijk, Teun A, (2005), “*Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları*”, **Medya İktidar İdeoloji**, Derleyen: Mehmet Küçük, Ark Yayınları, 3, Baskı, Ankara.

Vural, İzlem Keskin (2004), “*Kriz Haberciliği ve Haberci Kişilik Olarak Anchor*”, **Terörün Görüntüleri, Görüntülerin Terörü**, Editör: Orhan Gökçe ve Uğur Demiray, Çizgi Kitabevi, Konya.

Yalsızuçanlar, Sadık (1997), **Televizyon ve Kutsal**, Timaş Yayınları, İstanbul.

Yavaşgel, Emine (2004), “*Uluslar Arası Siyasette İletişim Politikaları Yaratan İdeolojik Tabanlı Olgu ve Kavramlar*”, **Medyada Yeni Yaklaşımlar**, Editör: Metin Işık, Eğitim Kitabevi, Konya.

Yavuz, Hilmi (13 Mayıs 2007), “*Yine Devletin İdeolojik Aygıtları*”, <http://www.zaman.com.tr/yazar.do?yazino=539276>, Erişim Tarihi: 29.12.2008

Yengin, Hülya (1994), **Ekranın Büyüsü Batıda Değişen Televizyon Yayıncılığının Boyutları Ve Türkiye’de Özel Televizyonlar**, Der Yayınları, İstanbul.

Yüksel, Erkan- Gürcan, Halil İbrahim (2005), **Haber Toplama ve Yazma**, Tablet Kitabevi, Konya.

Yüksel Erkan, Gürcan Halil İbrahim (2001), **Habercinin El Rehberi / Soru ve Örneklerle Toplama ve Yazma Kural ve Teknikleri**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, No,1263, İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları, No: 42, Eskişehir.

Yüksel, Yusuf (10.02.2008), “*Polisin Parlayan İmaji ve Medya*”, <http://www.isref.org/index.php?pid=43&page=view&id=798>, Erişim Tarihi: 09.03.2009

[www.tdk.gov.tr](http://www.tdk.gov.tr)

[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

**EKLER****Ek 1. Kodlama Formu****1. Kanal Adı**

- (1) STV
- (2) KANAL D

**2. Bülten Süresi**

- (1) 30 dakikadan az
- (2) 30 dakika – 1 saat arası
- (3) 1 saatten fazla

**3. Haber Sırası**

- |      |      |      |      |      |
|------|------|------|------|------|
| (1)  | (2)  | (3)  | (4)  | (5)  |
| (6)  | (7)  | (8)  | (9)  | (10) |
| (11) | (12) | (13) | (14) | (15) |
| (16) | (17) | (18) | (19) | (20) |
| (21) | (22) | (23) | (24) | (25) |

**4. Haber Süresi**

- (1) 1 dakikadan az
- (2) 1 dakika – 3 dakika arası
- (3) 3 dakikadan fazla

**5. Haberin Genel Konusu**

- (1) Siyaset - Politika
- (2) Ekonomi
- (3) Magazin
- (4) Askeri - Güvenlik
- (5) Asayiş- Adliye
- (6) Diğer

**6. Haberin Konusu**

- (1) Deniz Feneri Davası
- (2) Ergenekon Soruşturması
- (3) Boykot Çağrısı
- (4) Kılıçdaroğlu- Fırat Düellosu

**7. Haber Kaynağı**

- (1) Birincil kaynakların açıklamaları
- (2) Kanal muhabirinin olay yerinden aktarımı
- (3) Canlı yayında röportaj/ telefon bağlantısı
- (4) Kanalın kendi özel haberi
- (5) Kaynak belirtilmeyen haberler

(6)Başka kitle iletişim araçlarının haberleri

## **8. Haberde Adı Geçenler (Kişi, Kurum ya da Kuruluşlar)**

### **9. Haber Türü**

- (1) Ciddi Haber
- (2) Öykü Haber
- (3) Sıcak Haber
- (4) Devam Eden Haber
- (5) Gelişen Haber

### **10. Haberde İdeoloji İnşa Stratejileri**

- (1) Meşrulaştırma
- (2) Gizleme/ Gizemleştirme
- (3) Birleştirme
- (4) Parçasallaşma
- (5) Şeyleştirme

### **11. Haber Öğeleri**

- (1) Kim
- (2) Ne
- (3) Nerede
- (4) Ne zaman
- (5) Nasıl
- (6) Neden



### Ek 2. Kanallara Göre Bülten Sürelerinin Dağılımı

HABER SÜRESİ	KANAL		TOPLAM
	STV	KANAL D	
1dk dan az	4	7	11
	36,4	63,6	100
	7,8	9,2	8,7
1-3dk arası	27	34	61
	44,3	55,7	100
	52,9	44,7	48
3dk dan fazla	20	35	55
	36,4	63,6	100
	39,2	46,1	43,3
TOPLAM	51	76	127
	40,2	59,8	
	100	100	

### Ek 3. Kanallara Göre Genel Haber Konularının Dağılımı

HABERİN GENEL KONUSU	KANAL		TOPLAM
	STV	KANAL D	
Siyaset-Politika	13	48	61
	21,3	78,7	100
	22,4	46,2	37,7
Asayiş-Adliye	45	56	101
	44,6	55,4	100
	77,6	53,8	62,3
TOPLAM	58	104	162
	35,8	64,2	
	100	100	

#### Ek 4. Kanallara Göre Haber Konularının Dağılımı

HABERİN KONUSU	KANAL		TOPLAM
	STV	KANAL D	
Deniz feneri davası	7	28	35
	20,0	80,0	100
	13,5	36,4	27,1
Ergenekon soruşturması	39	29	68
	57,4	42,6	100
	75,0	37,7	52,7
Boycot çağrısı	1	8	9
	11,1	88,9	100
	1,9	10,4	7,0
Kılıçdaroğlu-Fırat düellosu	5	12	17
	29,4	70,6	100
	9,6	15,6	13,2
TOPLAM	52	77	129
	40,3	59,7	
	100	100	

#### Ek 5. Kanallara Göre Haberde Adı Geçenlerin Dağılımı

Haberde Adı Geçenler	KANAL		TOPLAM
	STV	KANAL D	
Ergenekon	252	99	351
	71,8	28,2	100
	26,5	5,7	13,1
Recep Tayyip Erdoğan	17	186	203
	8,4	91,6	100
	1,8	10,8	7,6
Deniz Feneri Derneği	15	137	152
	9,9	90,1	100
	1,6	7,9	5,7
Şener Eruygur	67	82	149
	45	55	100
	7,1	4,7	5,6
Kemal Kılıçdaroğlu	48	89	137
	35	65	100
	5,1	5,1	5,1
Tuncay Özkan	72	63	135
	53,3	46,7	100
	7,6	3,6	5
Adil Serdar Saçan	59	76	135
	43,7	56,3	100
	6,2	4,3	5
Mehmet Mir Dengir Fırat	43	83	126
	34,1	65,9	100
	4,5	4,8	4,7
Zahit Akman	16	92	108

	14,8	85,2	<b>100</b>
	1,7	5,3	<b>4</b>
<b>AKP</b>	3	62	<b>65</b>
	4,6	95,4	<b>100</b>
	0,3	3,6	<b>2,4</b>
<b>Seyhan Soylu Sisi</b>	26	32	<b>58</b>
	44,8	55,2	<b>100</b>
	2,7	1,9	<b>2,2</b>
<b>Gürbüz Çapan</b>	19	37	<b>56</b>
	33,9	66,1	<b>100</b>
	2	2,1	<b>2,1</b>
<b>Deniz Baykal</b>	14	41	<b>55</b>
	25,5	74,5	<b>100</b>
	1,5	2,4	<b>2,1</b>
<b>Mehmet Gürhan</b>	13	39	<b>52</b>
	25	75	<b>100</b>
	1,4	2,3	<b>1,9</b>
<b>Hurşit Tolon</b>	36	15	<b>51</b>
	70,6	29,4	<b>100</b>
	3,8	0,9	<b>1,9</b>
<b>CHP</b>	10	37	<b>47</b>
	21,3	78,7	<b>100</b>
	1,1	2,1	<b>1,8</b>
<b>Nurseli İdiz</b>	14	32	<b>46</b>
	30,4	69,6	<b>100</b>
	1,5	1,9	<b>1,7</b>
<b>Levent Temiz</b>	17	24	<b>41</b>
	41,5	58,5	<b>100</b>
	1,8	1,4	<b>1,5</b>
<b>İstanbul Emniyet Müdürlüğü</b>	12	25	<b>37</b>
	32,4	67,6	<b>100</b>
	1,3	1,4	<b>1,4</b>
<b>Alman Büyükelçisi</b>	0	36	<b>36</b>
	0	100	<b>100</b>
	0	2,1	<b>1,3</b>
<b>AKP Hükümeti</b>	9	26	<b>35</b>
	25,7	74,3	<b>100</b>
	0,9	1,5	<b>1,3</b>
<b>Köksal Toptan</b>	7	25	<b>32</b>
	21,9	78,1	<b>100</b>
	0,7	1,4	<b>1,2</b>
<b>Zekeriya Karaman</b>	0	31	<b>31</b>
	0	100	<b>100</b>
	0	1,8	<b>1,2</b>
<b>TBMM, Meclis</b>	10	21	<b>31</b>
	32,3	67,7	<b>100</b>
	1,1	1,2	<b>1,2</b>

<b>Alman Savcı Fertsin Löst,</b>	0	30	<b>30</b>
	0	100	<b>100</b>
	0	1,7	<b>1,1</b>
<b>Zekeriya Öz</b>	25	5	<b>30</b>
	83,3	16,7	<b>100</b>
	2,6	0,3	<b>1,1</b>
<b>Hizbutahrir</b>	26	2	<b>28</b>
	92,9	7,1	<b>100</b>
	2,7	0,1	<b>1</b>
<b>Mehmet Ali Şahin</b>	8	19	<b>27</b>
	29,6	70,4	<b>100</b>
	0,8	1,1	<b>1</b>
<b>Cumhuriyet Gazetesi</b>	20	6	<b>26</b>
	76,9	23,1	<b>100</b>
	2,1	0,3	<b>1</b>
<b>Tanju Güvendiren</b>	19	6	<b>25</b>
	76	23,1	<b>100</b>
	2	0,3	<b>0,9</b>

#### Ek 6. Kanallara Göre Haber Türlerinin Dağılımı

<b>HABER TÜRÜ</b>	<b>KANAL</b>		<b>TOPLAM</b>
	<b>STV</b>	<b>KANAL D</b>	
<b>Ciddi haber</b>	51	76	<b>127</b>
	40,2	59,8	<b>100</b>
	86,4	76	<b>79,9</b>
<b>Öykü haber</b>	0	0	0
	0	0	0
	0	0	0
<b>Sıcak haber</b>	0	3	<b>3</b>
	0	100	<b>100</b>
	0	3	<b>1,9</b>
<b>Devam eden haber</b>	7	16	<b>23</b>
	30,4	69,6	<b>100</b>
	11,9	16	<b>14,5</b>
<b>Gelişen haber</b>	1	5	<b>6</b>
	16,7	83,3	<b>100</b>
	1,7	5	<b>3,8</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>59</b>	<b>100</b>	<b>159</b>
	<b>37,1</b>	<b>62,9</b>	
	<b>100</b>	<b>100</b>	

**Ek 7. Kanallara Göre Haber İdeoloji İnşa Stratejilerinin Dağılımı**

HABERDE İDEOLOJİ İNŞA STRATEJİLERİ	KANAL		TOPLAM
	STV	KANAL D	
Meşrulaştırma	7	18	25
	28	72	100
	12,5	21,2	17,7
Gizleme / Gizemleştirme	4	2	6
	66,7	33,3	100
	7,1	2,4	4,3
Birleştirme	0	8	8
	0	100	100
	0	9,4	5,7
Parçasallaşma	39	47	86
	45,3	54,7	100
	69,6	55,3	61
Şeyleştirme	6	10	16
	37,5	62,5	100
	10,7	11,8	11,3
TOPLAM	56	85	141
	39,7	60,3	
	100	100	

**Ek 8. Kanallara Göre Haber Öğelerinin Dağılımı**

HABER ÖGELERİ	KANAL		TOPLAM
	STV	KANAL D	
Kim	51	76	127
	40,2	59,8	100
	24,2	23,1	23,5
Ne	51	76	127
	40,2	59,8	100
	24,2	23,1	23,5
Nerede	30	51	81
	37	63	100
	14,2	15,5	15

<b>Ne zaman</b>	28	49	<b>77</b>
	36,4	63,6	<b>100</b>
	13,3	14,9	<b>14,3</b>
<b>Nasıl</b>	14	31	<b>45</b>
	31,1	68,9	<b>100</b>
	6,6	9,4	<b>8,3</b>
<b>Neden</b>	37	46	<b>83</b>
	44,6	55,4	<b>100</b>
	17,5	14	<b>15,4</b>
<b>TOPLAM</b>	211	329	<b>540</b>
	39,1	60,9	
	100	100	

**Ek 9. KANAL D’de Haber Konularına Göre Haber Sıralarının Dağılımı**

<b>HABER SIRASI</b>	<b>HABER KONUSU</b>				<b>TOPLAM</b>
	<b>Deniz Feneri Davası</b>	<b>Ergenekon Soruşturması</b>	<b>Boykot Çağrısı</b>	<b>Kılıçdaroğlu &amp; Fırat Düellosu</b>	
<b>1</b>	3	3	1	2	<b>9</b>
	33,3	33,3	11,1	22,2	<b>100</b>
	10,7	10,3	12,5	16,7	<b>11,7</b>
<b>2</b>	5	4	2	1	<b>12</b>
	41,7	33,3	16,7	8,3	<b>100</b>
	17,9	13,8	25	8,3	<b>15,6</b>
<b>3</b>	3	5	2	1	<b>11</b>
	27,3	45,5	18,2	9,1	<b>100</b>
	10,7	17,2	25	8,3	<b>14,3</b>
<b>4</b>	2	4	1	2	<b>9</b>
	22,2	44,4	11,1	22,2	<b>100</b>
	7,1	13,8	12,5	16,7	<b>11,7</b>
<b>5</b>	4	3	1	1	<b>9</b>
	44,4	33,3	11,1	11,1	<b>100</b>
	14,3	10,3	12,5	8,3	<b>11,7</b>
<b>6</b>	2	0	1	2	<b>5</b>
	40	0	20	40	<b>100</b>
	7,1	0	12,5	16,7	<b>6,5</b>

<b>7</b>	1	2	0	1	<b>4</b>
	25	50	0	25	<b>100</b>
	3,6	6,9	0	8,3	<b>5,2</b>
<b>8</b>	2	2	0	2	<b>6</b>
	33,3	33,3	0	33,3	<b>100</b>
	7,1	6,9	0	16,7	<b>7,8</b>
<b>9</b>	1	1	0	0	<b>2</b>
	50	50	0	0	<b>100</b>
	3,6	3,4	0	0	<b>2,6</b>
<b>10</b>	3	0	0	0	<b>3</b>
	100	0	0	0	<b>100</b>
	10,7	0	0	0	<b>3,9</b>
<b>11</b>	1	0	0	0	<b>1</b>
	100	0	0	0	<b>100</b>
	3,6	0	0	0	<b>1,3</b>
<b>12</b>	1	1	0	0	<b>2</b>
	50	50	0	0	<b>100</b>
	3,6	3,4	0	0	<b>2,6</b>
<b>13</b>	0	2	0	0	<b>2</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	6,9	0	0	<b>2,6</b>
<b>14</b>	0	1	0	0	<b>1</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	3,4	0	0	<b>1,3</b>
<b>15</b>	0	1	0	0	<b>1</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	3,4	0	0	<b>1,3</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>28</b>	<b>29</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>77</b>
	<b>36,4</b>	<b>37,7</b>	<b>10,4</b>	<b>15,6</b>	<b>100</b>
	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Ek 10. STV’de Haber Konularına Göre Haber Sıralarının Dağılımı

<b>HABER SIRASI</b>	<b>HABER KONUSU</b>				<b>TOPLAM</b>
	<b>Deniz Feneri Davası</b>	<b>Ergenekon Soruşturması</b>	<b>Boykot Çağrısı</b>	<b>Kılıçdaroğlu &amp; Fırat Duellosu</b>	
<b>1</b>	0	0	0	0	<b>0</b>
	0	0	0	0	<b>0</b>
	0	0	0	0	<b>0</b>

<b>2</b>	1	0	1	0	<b>2</b>
	50	0	50	0	<b>100</b>
	14,3	0	100	0	<b>3,8</b>
<b>3</b>	0	0	0	1	<b>1</b>
	0	0	0	100	<b>100</b>
	0	0	0	20	<b>1,9</b>
<b>4</b>	0	0	0	0	<b>0</b>
	0	0	0	0	<b>0</b>
	0	0	0	0	<b>0</b>
<b>5</b>	1	0	0	1	<b>2</b>
	50	0	0	50	<b>100</b>
	14,3	0	0	20	<b>3,8</b>
<b>6</b>	1	4	0	0	<b>5</b>
	20	80	0	0	<b>100</b>
	14,3	10,3	0	0	<b>9,6</b>
<b>7</b>	2	7	0	0	<b>9</b>
	22,2	77,8	0	0	<b>100</b>
	28,6	17,9	0	0	<b>25</b>
<b>8</b>	1	12	0	0	<b>13</b>
	7,7	92,3	0	0	<b>100</b>
	14,3	30,8	0	0	<b>25</b>
<b>9</b>	0	6	0	1	<b>7</b>
	0	85,7	0	14,3	<b>100</b>
	0	15,4	0	20	<b>13,5</b>
<b>10</b>	0	4	0	0	<b>4</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	10,3	0	0	<b>7,7</b>
<b>11</b>	0	3	0	0	<b>3</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	7,7	0	0	<b>5,8</b>
<b>12</b>	0	3	0	0	<b>3</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	7,7	0	0	<b>5,8</b>
<b>13</b>	0	0	0	0	<b>0</b>
	0	0	0	0	<b>0</b>
	0	0	0	0	<b>0</b>
<b>14</b>	0	0	0	0	<b>0</b>
	0	0	0	0	<b>0</b>
	0	0	0	0	<b>0</b>



15	1	0	0	0	1
	100	0	0	0	100
	14,3	0	0	0	1,9
16	0	0	0	1	1
	0	0	0	100	100
	0	0	0	20	1,9
17	0	0	0	1	1
	0	0	0	100	100
	0	0	0	20	1,9
TOPLAM	7	39	1	5	52
	13,5	75	1,9	9,6	100
	100	100	100	100	100

**Ek 11. KANAL D'de Haber Konularına Göre Haber Sürelerinin Dağılımı**

HABER SÜRESİ	HABER KONUSU				TOPLAM
	Deniz Feneri Davası	Ergenekon Soruşturması	Boykot Çağrısı	Kılıçdaroğlu & Frat Düellosu	
1dk dan az	2	2	0	3	7
	28,6	28,6	0	42,9	100
	7,1	6,9	0	25	9,1
1-3 dk arası	14	14	5	2	35
	40	40	14,3	5,7	100
	50	48,3	62,5	16,7	45,5
3 dk dan fazla	12	13	3	7	35
	34,3	37,1	8,6	20	100
	42,9	44,8	37,5	58,3	45,5
TOPLAM	28	29	8	12	77
	36,4	37,7	10,4	15,6	100
	100	100	100	100	100

**Ek 12. STV’de Haber Konularına Göre Haber Sürelerinin Dağılımı**

HABER SÜRESİ	HABER KONUSU				
	Deniz Feneri Davası	Ergenekon Soruşturması	Boykot Çağrısı	Kılıçdaroğlu & Fırat Düellosu	TOPLAM
1dk dan az	3	1	0	0	4
	75	25	0	0	100
	42,9	2,6	0	0	7,7
1-3 dk arası	4	20	1	3	28
	14,3	71,4	3,6	10,7	100
	57,1	51,3	100	60	53,8
3 dk dan fazla	0	18	0	2	20
	0	90	0	10	100
	0	46,2	0	40	38,5
TOPLAM	7	39	1	5	52
	13,5	75	1,9	9,6	100
	100	100	100	100	100

**Ek 13. KANAL D’de Haber Konularına Göre Haber Kaynaklarının Dağılımı**

HABER KAYNAKLARI	HABER KONUSU				
	Deniz Feneri Davası	Ergenekon Soruşturması	Boykot Çağrısı	Kılıçdaroğlu & Fırat Düellosu	TOPLAM
Birincil kaynakların açıklamaları	21	19	6	6	52
	40,4	36,5	11,5	11,5	100
	60	54,3	75	54,5	58,4
Kanal muhabirinin olay yerinden aktarımı	7	14	0	2	23
	30,4	60,9	0	8,7	100
	20	40	0	18,2	25,8
Canlı yayında röportaj telefon bağlantısı	3	1	1	0	5
	60	20	20	0	100
	8,6	2,9	12,5	0	5,6

<b>Kanalın kendi özel haberi</b>	1	1	1	2	5
	20	20	20	40	100
	2,9	2,9	12,5	18,2	5,6
<b>Başka kitle iletişim araçlarının haberleri</b>	3	0	0	1	4
	75	0	0	25	100
	8,6	0	0	9,1	4,5
<b>TOPLAM</b>	35	35	8	11	89
	39,3	39,3	9	12,4	100
	100	100	100	100	100

#### Ek 14. STV'de Haber Konularına Göre Haber Kaynaklarının Dağılımı

<b>HABER KAYNAKLARI</b>	<b>HABER KONUSU</b>				<b>TOPLAM</b>
	<b>Deniz Feneri Davası</b>	<b>Ergenekon Soruşturması</b>	<b>Boykot Çağrısı</b>	<b>Kılıçdaroğlu &amp; Fırat Düellosu</b>	
<b>Birincil kaynakların açıklamaları</b>	7	36	1	5	49
	14,3	73,5	2	10,2	100
	100	87,8	100	100	90,7
<b>Kanal muhabirinin olay yerinden aktarımı</b>	0	2	0	0	2
	0	100	0	0	100
	0	4,9	0	0	3,7
<b>Canlı yayında röportaj telefon bağlantısı</b>	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
<b>Kanalın kendi özel haberi</b>	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
<b>Başka kitle iletişim araçlarının haberleri</b>	0	3	0	0	3
	0	100	0	0	100
	0	7,3	0	0	5,6
<b>TOPLAM</b>	7	41	1	5	54
	13	75,9	1,9	9,3	100
	100	100	100	100	100

**Ek 15. KANAL D’de Haberde Adı Geçenlerin Dağılımı**

Haberde Adı Geçenler	HABER KONUSU				TOPLAM
	Deniz Feneri Davası	Ergenekon Soruşturması	Boykot Çağrısı	Kılıçdaroğlu & Fırat Düellosu	
<b>Ergenekon</b>	2	97	0	0	<b>99</b>
	2	98	0	0	<b>100</b>
	0,2	18,7	0	0	<b>5,7</b>
<b>Recep Tayyip Erdoğan</b>	99	0	65	22	<b>186</b>
	53,2	0	34,6	12,2	<b>100</b>
	12,2	0	60,2	8	<b>10,8</b>
<b>Deniz Feneri Derneği</b>	116	4	11	6	<b>137</b>
	84,1	3,6	8	4,3	<b>100</b>
	14,1	1	10,2	2,1	<b>7,9</b>
<b>Şener Eruygur</b>	0	82	0	0	<b>82</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	15,8	0	0	<b>4,7</b>
<b>Kemal Kılıçdaroğlu</b>	22	0	0	67	<b>89</b>
	24,7	0	0	75,3	<b>100</b>
	2,7	0	0	23,2	<b>5,3</b>
<b>Tuncay Özkan</b>	0	63	0	0	<b>63</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	12,1	0	0	<b>4,7</b>
<b>Adil Serdar Saçan</b>	0	76	0	0	<b>76</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	12,1	0	0	<b>4,3</b>
<b>Mehmet Mir Dengir Fırat</b>	8	0	1	74	<b>83</b>
	9,6	0	1,2	89,2	<b>100</b>
	1	0	0,9	25,6	<b>4,8</b>
<b>Zahit Akman</b>	90	0	0	2	<b>92</b>
	97,8	0	0	2,2	<b>100</b>
	11	0	0	0,7	<b>5,3</b>
<b>AKP</b>	31	0	4	27	<b>62</b>
	50	0	6,5	43,5	<b>100</b>
	3,8	0	3,7	9,3	<b>3,6</b>

<b>Seyhan Soylu Sisi</b>	0	32	0	0	<b>32</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	6,2	0	0	<b>1,8</b>
<b>Gürbüz Çapan</b>	0	37	0	0	<b>37</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	7,1	0	0	<b>2,1</b>
<b>Deniz Baykal</b>	19	0	4	18	<b>41</b>
	46,3	0	9,8	43,9	<b>100</b>
	2,3	0	3,7	6,2	<b>2,4</b>
<b>Mehmet Gürhan</b>	39	0	0	0	<b>39</b>
	100	0	0	0	<b>100</b>
	4,8	0	0	0	<b>2,2</b>
<b>Hürşit Tolon</b>	0	15	0	0	<b>15</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	2,9	0	0	<b>0,9</b>
<b>CHP</b>	15	0	1	21	<b>37</b>
	40,5	0	2,7	56,8	<b>100</b>
	1,8	0	0,9	7,3	<b>2,1</b>
<b>Nurseli İdiz</b>	0	32	0	0	<b>32</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	6,2	0	0	<b>1,8</b>
<b>Levent Temiz</b>	0	24	0	0	<b>24</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	4,6	0	0	<b>1,4</b>
<b>İstanbul Emniyet Müdürlüğü</b>	1	24	0	0	<b>25</b>
	4	96	0	0	<b>100</b>
	0,1	4,6	0	0	<b>1,4</b>
<b>Alman Büyükelçisi</b>	36	0	0	0	<b>36</b>
	100	0	0	0	<b>100</b>
	4,4	0	0	0	<b>2,1</b>
<b>AKP Hükümeti</b>	18	3	1	4	<b>26</b>
	69,2	11,5	3,8	15,4	<b>100</b>
	2,2	0,6	0,9	1,4	<b>1,5</b>
<b>Köksal Toptan</b>	10	0	0	15	<b>25</b>
	40	0	0	60	<b>100</b>
	1,2	0	0	5,2	<b>1,4</b>
<b>Zekeriya Karaman</b>	31	0	0	0	<b>31</b>
	100	0	0	0	<b>100</b>
	3,8	0	0	0	<b>1,8</b>

<b>TBMM, Meclis</b>	4	0	0	17	<b>21</b>
	19	0	0	81	<b>100</b>
	0,5	0	0	5,9	<b>1,2</b>
<b>Alman Savcı Fertsin Löst,</b>	30	0	0	0	30
	100	0	0	0	100
	3,7	0	0	0	1,7
<b>Zekeriya Öz</b>	0	5	0	0	<b>5</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	1	0	0	<b>0,3</b>
<b>Hizbutahrir</b>	0	2	0	0	<b>2</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	0,4	0	0	<b>0,1</b>
<b>Mehmet Ali Şahin</b>	19	0	0	0	<b>19</b>
	100	0	0	0	<b>100</b>
	2,3	0	0	0	<b>1,1</b>
<b>Cumhuriyet Gazetesi</b>	0	6	0	0	<b>6</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	1,2	0	0	<b>0,3</b>
<b>Tanju Güvendiren</b>	0	6	0	0	<b>6</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	1,2	0	0	<b>0,3</b>

### Ek 16. STV’de Haberde Adı Geçenlerin Dağılımı

Haberde Adı Geçenler	HABER KONUSU				TOPLAM
	Deniz Feneri Davası	Ergenekon Soruşturması	Boykot Çağrısı	Kılıçdaroğlu & Fırat Düellosu	
<b>Ergenekon</b>	6	252	0	0	<b>258</b>
	2,3	97,7	0	0	<b>100</b>
	7,7	33,6	0	0	<b>26,5</b>
<b>Recep Tayyip Erdoğan</b>	3	7	6	1	<b>17</b>
	17,6	41,2	35,3	5,9	<b>100</b>
	3,8	0,9	37,5	0,8	<b>1,7</b>
<b>Deniz Feneri Derneği</b>	14	8	0	1	<b>23</b>
	60,9	34,8	0	4,3	<b>100</b>
	17,9	1,1	0	0,8	<b>2,4</b>
<b>Şener Eruygur</b>	0	67	0	0	<b>67</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	8,9	0	0	<b>6,9</b>

<b>Kemal Kılıçdaroğlu</b>	0	0	0	48	<b>48</b>
	0	0	0	100	<b>100</b>
	0	0	0	37,5	<b>4,9</b>
<b>Tuncay Özkan</b>	0	72	0	0	<b>72</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	10,1	0	0	<b>7,4</b>
<b>Adil Serdar Saçan</b>	0	59	0	0	<b>59</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	7,9	0	0	<b>6,1</b>
<b>Mehmet Mir Dengir Fırat</b>	0	0	0	43	<b>43</b>
	0	0	0	100	<b>100</b>
	0	0	0	33,6	<b>4,4</b>
<b>Zahit Akman</b>	14	0	2	0	<b>16</b>
	87,5	0	12,5	0	<b>100</b>
	17,9	0	12,5	0	<b>1,6</b>
<b>AKP</b>	0	0	3	0	<b>3</b>
	0	0	100	0	<b>100</b>
	0	0	18,8	0	<b>0,3</b>
<b>Seyhan Soylu Sisi</b>	0	26	0	0	<b>26</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	3,5	0	0	<b>2,7</b>
<b>Gürbüz Çapan</b>	0	19	0	0	<b>19</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	2,5	0	0	<b>2</b>
<b>Deniz Baykal</b>	0	12	0	2	<b>14</b>
	0	85,7	0	14,3	<b>100</b>
	0	1,6	0	1,6	<b>1,4</b>
<b>Mehmet Gürhan</b>	11	2	0	0	<b>13</b>
	84,6	15,4	0	0	<b>100</b>
	14,1	0,3	0	0	<b>1,3</b>
<b>Hürşit Tolon</b>	0	36	0	0	<b>36</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	4,8	0	0	<b>1,3</b>
<b>CHP</b>	1	3	3	4	<b>11</b>
	9,1	27,3	27,3	36,4	<b>100</b>
	1,3	0,4	18,8	3,1	<b>1,1</b>
<b>Nurseli İdiz</b>	0	14	0	0	<b>14</b>
	0	1000	0	0	<b>100</b>
	0	1,9	0	0	<b>1,4</b>

<b>Levent Temiz</b>	0	17	0	0	<b>17</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	2,3	0	0	<b>1,7</b>
<b>İstanbul Emniyet Müdürlüğü</b>	0	12	0	0	<b>12</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	1,6	0	0	<b>1,2</b>
<b>Alman Büyükelçisi</b>	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
<b>AKP Hükümeti</b>	1	4	1	4	<b>10</b>
	10	40	10	40	<b>100</b>
	1,3	0,5	6,3	3,1	<b>1</b>
<b>Köksal Toptan</b>	0	0	0	7	<b>7</b>
	0	0	0	70	<b>100</b>
	0	0	0	5,5	<b>0,7</b>
<b>Zekeriya Karaman</b>	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
<b>TBMM, Meclis</b>	2	1	0	7	<b>10</b>
	20	10	0	70	<b>100</b>
	2,6	0,1	0	5,5	<b>1</b>
<b>Alman Savcı Fertsin Löst,</b>	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
<b>Zekeriya Öz</b>	0	25	0	0	<b>25</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	3,3	0	0	<b>2,6</b>
<b>Hizbutahrir</b>	0	26	0	0	<b>26</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	3,5	0	0	<b>2,7</b>
<b>Mehmet Ali Şahin</b>	0	6	0	2	<b>8</b>
	0	75	0	25	<b>100</b>
	0	0,8	0	1,6	<b>0,8</b>
<b>Cumhuriyet Gazetesi</b>	0	20	0	0	<b>20</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	2,7	0	0	<b>2,1</b>
<b>Tanju Güvendiren</b>	0	19	0	0	<b>19</b>
	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	2,5	0	0	<b>2</b>



**Ek 17. KANAL D’de Haber Konularına Göre Haber Türlerinin Dağılımı**

HABER TÜRÜ	HABER KONUSU				TOPLAM
	Deniz Feneri Davası	Ergenekon Soruşturması	Boykot Çağrısı	Kılıçdaroğlu & Fırat Düellosu	
Ciddi haber	28	29	8	12	77
	36,4	37,7	10,4	15,6	100
	71,8	72,5	100	85,7	76,2
Öykü haber	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
Sıcak haber	0	3	0	0	3
	0	100	0	0	100
	0	7,5	0	0	3
Devam eden haber	8	8	0	0	16
	50	50	0	0	100
	20,5	20	0	0	15,8
Gelişen haber	3	0	0	2	5
	60	0	0	40	100
	7,7	0	0	14,3	5
TOPLAM	39	40	8	14	101
	38,6	39,6	7,9	13,9	100
	100	100	100	100	100

**Ek 18. STV’de Haber Konularına Göre Haber Türlerinin Dağılımı**

HABER TÜRÜ	HABER KONUSU				TOPLAM
	Deniz Feneri Davası	Ergenekon Soruşturması	Boykot Çağrısı	Kılıçdaroğlu & Fırat Düellosu	
Ciddi haber	7	39	1	5	52
	13,5	75	1,9	9,6	100
	77,8	86,7	100	100	86,7
Öykü haber	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0

<b>Sıcak haber</b>	0	0	0	0	<b>0</b>
	0	0	0	0	<b>0</b>
	0	0	0	0	<b>0</b>
<b>Devam eden haber</b>	1	6	0	0	<b>7</b>
	14,3	85,7	0	0	<b>100</b>
	11,1	13,3	0	0	<b>11,7</b>
<b>Gelişen haber</b>	1	0	0	0	<b>1</b>
	100	0	0	0	<b>100</b>
	11,1	0	0	0	<b>1,7</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>9</b>	<b>45</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>60</b>
	<b>15</b>	<b>75</b>	<b>1,7</b>	<b>8,3</b>	<b>100</b>
	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Ek 19. KANAL D’de Haber Konularına Göre Haberde İdeoloji İnşa Stratejilerinin Dağılımı**

<b>HABERDE İDEOLOJİ İNŞA STRATEJİLERİ</b>	<b>HABER KONUSU</b>				<b>TOPLAM</b>
	<b>Deniz Feneri Davası</b>	<b>Ergenekon Soruşturması</b>	<b>Boycot Çağrısı</b>	<b>Kılıçdaroğlu &amp; Fırat Dilellosu</b>	
<b>Meşrulaştırma</b>	2	5	1	10	<b>18</b>
	11,1	27,8	5,6	55,6	<b>100</b>
	6,9	16,7	11,1	55,6	<b>20,9</b>
<b>Gizleme / Gizemleştirme</b>	1	1	0	0	<b>2</b>
	50	50	0	0	<b>100</b>
	3,4	3,3	0	0	<b>2,3</b>
<b>Birleştirme</b>	1	5	1	1	<b>8</b>
	12,5	62,5	12,5	12,5	<b>100</b>
	3,4	16,7	11,1	5,6	<b>9,3</b>
<b>Parçasallaşma</b>	21	13	6	7	<b>47</b>
	44,7	27,7	12,8	14,9	<b>100</b>
	72,4	43,3	66,7	38,9	<b>54,7</b>
<b>Şeyleştirme</b>	4	6	1	0	<b>11</b>
	36,4	54,5	9,1	0	<b>100</b>
	13,8	20	11,1	0	<b>12,8</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>29</b>	<b>30</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>86</b>
	<b>33,7</b>	<b>34,9</b>	<b>10,5</b>	<b>20,9</b>	<b>100</b>
	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Ek 20. STV’de Haber Konularına Göre Haberde İdeoloji İnşa Stratejilerinin Dağılımı**

HABERDE İDEOLOJİ İNŞA STRATEJİLERİ	HABER KONUSU				
	Deniz Feneri Davası	Ergenekon Soruşturması	Boykot Çağrısı	Kılıçdaroğlu & Fırat Düellosu	TOPLAM
Meşrulaştırma	2	2	1	2	7
	28,6	28,6	14,3	28,6	100
	25	4,9	50	33,3	12,3
Gizleme / Gizemleştirme	2	2	0	0	4
	50	50	0	0	100
	25	4,9	0	0	7
Birleştirme	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
Parçasallaşma	1	35	1	3	40
	2,5	87,5	2,5	7,5	100
	12,5	85,4	50	50	70,2
Şeyleştirme	3	2	0	1	6
	50	33,3	0	16,7	100
	37,5	4,9	0	16,7	10,5
TOPLAM	8	41	2	6	57
	14	71,9	3,5	10,5	100
	100	100	100	100	100

**Ek 21. KANAL D’de Haber Konularına Göre Haber Öğelerinin Dağılımı**

HABER ÖGELERİ	HABER KONUSU				
	Deniz Feneri Davası	Ergenekon soruşturması	Boykot çağrısı	kılıçdaroğlu & fırat düellosu	TOPLAM
Kim	28	29	8	12	77
	36,4	37,7	10,4	15,6	100
	23,1	21,5	29,7	26,1	23,2

<b>Ne</b>	28	29	8	12	<b>77</b>
	36,4	37,7	10,4	15,6	<b>100</b>
	23,1	21,5	26,7	26,1	<b>23,2</b>
<b>Nerede</b>	17	25	4	5	<b>51</b>
	33,3	49	7,8	9,8	<b>100</b>
	14	18,5	13,3	10,9	<b>18</b>
<b>Ne zaman</b>	18	22	4	5	<b>49</b>
	36,7	44,9	8,2	10,2	<b>100</b>
	14,9	16,3	13,3	10,9	<b>14,8</b>
<b>Nasıl</b>	14	10	2	5	<b>31</b>
	45,2	32,3	6,5	16,1	<b>100</b>
	11,6	7,4	6,7	10,9	<b>9,3</b>
<b>Neden</b>	16	20	4	7	<b>47</b>
	34	42,6	8,5	14,9	<b>100</b>
	13,2	14,8	13,3	15,2	<b>14,2</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>121</b>	<b>135</b>	<b>30</b>	<b>46</b>	<b>332</b>
	<b>36,4</b>	<b>40,7</b>	<b>9</b>	<b>13,9</b>	<b>100</b>
	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Ek 22. STV’de Haber Konularına Göre Haber Ögelerinin Dağılımı**

<b>HABER ÖGELERİ</b>	<b>HABER KONUSU</b>				<b>TOPLAM</b>
	<b>Deniz Feneri Davası</b>	<b>Ergenekon soruşturması</b>	<b>Boycot çağrısı</b>	<b>Kılıçdaroğlu &amp; Frat düellosu</b>	
<b>Kim</b>	7	39	1	5	<b>52</b>
	13,5	75	1,9	9,6	<b>100</b>
	25	24,8	25	25	<b>24,9</b>
<b>Ne</b>	7	39	1	5	<b>52</b>
	13,5	75	1,9	9,6	<b>100</b>
	25	24,8	25	25	<b>24,9</b>
<b>Nerede</b>	3	23	1	3	<b>30</b>
	10	76,7	3,3	10	<b>100</b>
	10,7	14,6	25	15	<b>14,4</b>
<b>Ne zaman</b>	4	20	0	4	<b>28</b>
	14,3	71,4	0	14,3	<b>100</b>
	14,3	12,7	0	20	<b>13,4</b>



**Ek 24. STV’de Haber İdeoloji İnşa Stratejilerine Göre Haber Kaynaklarının Dağılımı**

<b>HABERDE İDELOJİ İNŞA STRATEJLERİ</b>						
	<b>Meşrulaştırma</b>	<b>Gizleme/ gizemleştirme</b>	<b>Birleştirme</b>	<b>Parçasallaştırma</b>	<b>Şeyleştirme</b>	<b>TOPLAM</b>
<b>Birincil kaynakların açıklamaları</b>	7	3	0	37	6	<b>53</b>
	13,2	5,7	0	69,8	11,3	<b>100</b>
	100	60	0	92,5	100	<b>91,4</b>
<b>Kanal muhabirinin olay yerinden aktarımı</b>	0	1	0	1	0	<b>2</b>
	0	50	0	50	0	<b>100</b>
	0	20	0	2,5	0	<b>3,4</b>
<b>Canlı yayında röportaj telefon bağlantısı</b>	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	0	0	0	0	0	<b>0</b>
<b>Kanalın kendi özel haberi</b>	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	0	0	0	0	0	<b>0</b>
	0	0	0	0	0	<b>0</b>
<b>Başka kitle iletişim araçlarının haberleri</b>	0	1	0	2	0	<b>3</b>
	0	33,3	0	66,7	0	<b>100</b>
	0	20	0	5	0	<b>5,2</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>40</b>	<b>6</b>	<b>58</b>
	<b>12,1</b>	<b>8,6</b>	<b>0</b>	<b>69</b>	<b>10,3</b>	<b>100</b>
	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Ek 25. KANAL D'de Haberde İdeoloji İnşa Stratejilerine Göre Haberde Adı Geçenlerin Dağılımı**

	<b>HABERDE İDEOLOJİ İNŞA STRATEJLERİ</b>					
	<b>Mesrulaştırma</b>	<b>Gizleme/ gizemleştirme</b>	<b>Birleştirme</b>	<b>Parçasallaştırma</b>	<b>Şeyleştirme</b>	<b>TOPLAM</b>
<b>Ergenekon</b>	11	1	22	49	<b>20</b>	<b>103</b>
	10,7	1	21,4	47,6	<b>19,4</b>	<b>100</b>
	3,4	3	8,9	4	<b>11,8</b>	<b>5,1</b>
<b>Recep Tayyip Erdoğan</b>	48	3	23	148	<b>14</b>	<b>236</b>
	20,3	1,3	9,7	62,7	<b>5,9</b>	<b>100</b>
	15	9,1	9,3	12	<b>8,2</b>	<b>11,8</b>
<b>Deniz Feneri Derneği</b>	8	0	9	119	<b>7</b>	<b>143</b>
	5,6	0	6,3	83,2	<b>4,9</b>	<b>100</b>
	2,5	0	3,7	9,6	<b>4,1</b>	<b>7,1</b>
<b>Şener Eruygur</b>	27	0	17	1	<b>37</b>	<b>82</b>
	32,9	0	20,7	1,2	<b>45,1</b>	<b>100</b>
	8,4	0	6,9	0,1	<b>21,8</b>	<b>4,1</b>
<b>Kemal Kılıçdaroğlu</b>	52	0	16	65	0	<b>133</b>
	39,1	0	12	48,9	0	<b>100</b>
	16,3	0	6,5	5,3	0	<b>6,6</b>
<b>Tuncay Özkan</b>	5	0	19	41	<b>3</b>	<b>68</b>
	7,4	0	27,9	60,3	<b>4,4</b>	<b>100</b>
	1,6	0	7,7	3,3	<b>1,8</b>	<b>3,4</b>
<b>Adil Serdar Saçan</b>	4	3	16	48	<b>9</b>	<b>80</b>
	3,8	3,8	20	60,3	<b>11,5</b>	<b>100</b>
	0,9	9,1	6,5	3,8	<b>5,3</b>	<b>3,4</b>
<b>Mehmet Mir Dengir Fırat</b>	58	0	11	66	0	<b>135</b>
	43	0	8,1	48,9	0	<b>100</b>
	18,1	0	4,5	5,3	0	<b>6,7</b>
<b>Zahit Akman</b>	0	0	3	91	0	<b>94</b>
	0	0	3,2	96,8	0	<b>100</b>
	0	0	1,2	7,4	0	<b>4,7</b>
<b>AKP</b>	18	0	11	52	<b>6</b>	<b>87</b>
	20,7	0	12,6	59,8	<b>6,9</b>	<b>100</b>
	5,6	0	4,5	4,2	<b>3,5</b>	<b>4,3</b>

<b>Seyhan Soylu Sisi</b>	4	0	2	19	<b>7</b>	<b>32</b>
	12,5	0	6,3	59,4	<b>21,9</b>	<b>100</b>
	1,3	0	0,8	1,5	<b>4,1</b>	<b>1,6</b>
<b>Gürbüz Çapan</b>	0	0	10	25	<b>2</b>	<b>37</b>
	0	0	27	67,6	<b>5,4</b>	<b>100</b>
	0	0	4,1	2	<b>1,2</b>	<b>1,8</b>
<b>Deniz Baykal</b>	12	0	6	39	0	<b>57</b>
	21,1	0	10,5	68,4	0	<b>100</b>
	3,8	0	2,4	3,2	0	<b>2,8</b>
<b>Mehmet Gürhan</b>	0	0	0	38	<b>1</b>	<b>39</b>
	0	0	0	97,4	<b>2,6</b>	<b>100</b>
	0	0	0	3,1	<b>0,6</b>	<b>1,9</b>
<b>Hurşit Tolon</b>	1	0	1	4	<b>9</b>	<b>15</b>
	6,7	0	6,7	26,7	<b>60</b>	<b>100</b>
	0,3	0	0,4	0,3	<b>5,3</b>	<b>0,7</b>
<b>CHP</b>	12	0	8	29	<b>1</b>	<b>50</b>
	24	0	16	58	<b>2</b>	<b>100</b>
	3,8	0	3,3	2,4	<b>0,6</b>	<b>2,5</b>
<b>Nurseli İdiz</b>	3	0	3	13	<b>13</b>	<b>32</b>
	9,4	0	9,4	40,6	<b>40,6</b>	<b>100</b>
	0,9	0	1,2	1,1	<b>7,6</b>	<b>1,6</b>
<b>Levent Temiz</b>	7	0	2	7	<b>8</b>	<b>24</b>
	29,2	0	8,3	29,2	<b>33,3</b>	<b>100</b>
	2,2	0	0,8	0,6	<b>4,7</b>	<b>1,2</b>
<b>İstanbul Emniyet Müdürlüğü</b>	6	1	6	10	<b>5</b>	<b>28</b>
	21,4	3,6	21,4	35,7	<b>17,9</b>	<b>100</b>
	1,9	3	2,4	0,8	<b>2,9</b>	<b>1,4</b>
<b>Alman Büyükelçisi</b>	0	11	0	25	0	<b>36</b>
	0	30,6	0	69,4	0	<b>100</b>
	0	33,3	0	2	0	<b>1,8</b>
<b>AKP Hükümeti</b>	3	1	7	15	<b>2</b>	<b>28</b>
	10,7	3,6	25	53,6	<b>7,1</b>	<b>100</b>
	0,9	3	2,8	1,2	<b>1,2</b>	<b>1,4</b>
<b>Köksal Toptan</b>	1	0	14	24	0	<b>39</b>
	2,6	0	35,9	61,5	0	<b>100</b>
	0,3	0	5,7	1,9	0	<b>1,9</b>
<b>Zekeriya Karaman</b>	0	0	1	30	0	<b>31</b>
	0	0	3,2	96,8	0	<b>100</b>
	0	0	0,4	2,4	0	<b>1,5</b>



<b>TBMM, Meclis</b>	6	0	7	16	<b>1</b>	<b>30</b>
	20	0	23,3	53,3	<b>3,3</b>	<b>100</b>
	1,9	0	2,8	1,3	<b>0,6</b>	<b>1,5</b>
<b>Alman Savcı Fertsin Löst,</b>	0	0	0	28	<b>2</b>	<b>30</b>
	0	0	0	93,3	<b>6,7</b>	<b>100</b>
	0	0	0	2,3	<b>1,2</b>	<b>1,5</b>
<b>Zekeriya Öz</b>	3	0	0	2	0	<b>5</b>
	60	0	0	40	0	<b>100</b>
	0,9	0	0	0,2	0	<b>0,2</b>
<b>Hizbutahrir</b>	0	1	0	1	0	<b>2</b>
	0	50	0	50	0	<b>100</b>
	0	3	0	0,1	0	<b>0,1</b>
<b>Mehmet Ali Şahin</b>	0	3	2	14	0	<b>19</b>
	0	15,8	10,5	73,7	0	<b>100</b>
	0	9,1	0,8	1,1	0	<b>0,9</b>
<b>Cumhuriyet Gazetesi</b>	0	0	6	0	0	<b>6</b>
	0	0	100	0	0	<b>100</b>
	0	0	2,4	0	0	<b>0,3</b>
<b>Tanju Güvendiren</b>	2	0	0	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>8</b>
	25	0	0	<b>62,5</b>	<b>12,5</b>	<b>100</b>
	0,6	0	0	<b>0,4</b>	<b>0,6</b>	<b>0,4</b>

**Ek 26. STV’de Haberde İdeoloji İnşa Stratejilerine Göre Haberde Adı Geçenlerin Dağılımı**

	<b>HABERDE İDEOLOJİ İNŞA STRATEJLERİ</b>					
	<b>Mesrulaştırma</b>	<b>Gizleme/ gizemleştirme</b>	<b>Birleştirme</b>	<b>Parçasallaştırma</b>	<b>Şeyleştirme</b>	<b>TOPLAM</b>
<b>Ergenekon</b>	12	10	0	243	<b>3</b>	<b>268</b>
	4,5	3,7	0	90,7	<b>1,1</b>	<b>100</b>
	10,3	18,9	0	31,5	<b>3,4</b>	<b>26</b>
<b>Recep Tayyip Erdoğan</b>	9	2	0	13	<b>1</b>	<b>25</b>
	36	8	0	52	<b>4</b>	<b>100</b>
	7,7	3,8	0	1,7	<b>1,1</b>	<b>2,4</b>
<b>Deniz Feneri Derneği</b>	3	2	0	9	<b>3</b>	<b>17</b>
	17,6	11,8	0	52,9	<b>17,6</b>	<b>100</b>
	2,6	3,8	0	1,2	<b>3,4</b>	<b>1,7</b>

<b>Şener Eruygur</b>	5	14	0	27	<b>21</b>	<b>67</b>
	7,5	20,9	0	40,3	<b>31,3</b>	<b>100</b>
	4,3	26,4	0	3,5	<b>24,1</b>	<b>6,5</b>
<b>Kemal Kılıçdaroğlu</b>	19	0	0	29	8	<b>56</b>
	33,9	0	0	51,8	14,3	<b>100</b>
	16,2	0	0	3,8	9,2	<b>5,4</b>
<b>Tuncay Özkan</b>	0	0	0	72	0	<b>72</b>
	0	0	0	100	0	<b>100</b>
	0	0	0	9,3	0	<b>7</b>
<b>Adil Serdar Saçan</b>	0	0	0	59	0	<b>59</b>
	0	0	0	100	0	<b>100</b>
	0	0	0	7,6	0	<b>5,7</b>
<b>Mehmet Mir Dengir Fırat</b>	27	0	0	22	<b>6</b>	<b>55</b>
	49,1	0	0	40	<b>10,9</b>	<b>100</b>
	23,1	0	0	2,8	<b>6,9</b>	<b>5,3</b>
<b>Zahit Akman</b>	13	4	0	2	<b>3</b>	<b>22</b>
	59,1	18,2	0	9,1	<b>13,6</b>	<b>100</b>
	11,1	7,5	0	0,3	<b>3,4</b>	<b>2,1</b>
<b>AKP</b>	3	0	0	3	0	<b>6</b>
	50	0	0	50	0	<b>100</b>
	2,6	0	0	0,4	0	<b>0,6</b>
<b>Seyhan Soylu Sisi</b>	0	0	0	26	0	<b>26</b>
	0	0	0	100	0	<b>100</b>
	0	0	0	3,4	0	<b>2,5</b>
<b>Gürbüz Çapan</b>	0	0	0	19	0	<b>19</b>
	0	0	0	100	0	<b>100</b>
	0	0	0	2,5	0	<b>1,8</b>
<b>Deniz Baykal</b>	0	0	0	12	<b>2</b>	<b>14</b>
	0	0	0	85,7	<b>14,3</b>	<b>100</b>
	0	0	0	1,6	<b>2,3</b>	<b>1,4</b>
<b>Mehmet Gürhan</b>	0	4	0	0	<b>9</b>	<b>13</b>
	0	30,8	0	0	<b>69,2</b>	<b>100</b>
	0	7,5	0	0	<b>10,3</b>	<b>1,3</b>
<b>Hurşit Tolon</b>	0	0	0	36	0	<b>36</b>
	0	0	0	100	0	<b>100</b>
	0	0	0	4,7	0	<b>3,5</b>
<b>CHP</b>	3	0	0	9	<b>1</b>	<b>13</b>
	23,1	0	0	69,2	<b>7,7</b>	<b>100</b>
	2,6	0	0	1,2	<b>1,1</b>	<b>1,3</b>

<b>Nurseli İdiz</b>	0	0	0	14	0	<b>14</b>
	0	0	0	100	0	<b>100</b>
	0	0	0	1,8	0	<b>1,4</b>
<b>Levent Temiz</b>	0	0	0	17	0	<b>17</b>
	0	0	0	100	0	<b>100</b>
	0	0	0	2,2	0	<b>1,7</b>
<b>İstanbul Emniyet Müdürlüğü</b>	0	0	0	12	0	<b>12</b>
	0	0	0	100	0	<b>100</b>
	0	0	0	1,6	0	<b>1,2</b>
<b>Alman Büyükelçisi</b>	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0
<b>AKP Hükümeti</b>	1	0	0	8	<b>1</b>	<b>10</b>
	10	0	0	80	<b>10</b>	<b>100</b>
	0,9	0	0	1	<b>1,1</b>	<b>1</b>
<b>Köksal Toptan</b>	0	0	0	0	<b>7</b>	<b>7</b>
	0	0	0	0	<b>100</b>	<b>100</b>
	0	0	0	0	<b>8</b>	<b>0,7</b>
<b>Zekeriya Karaman</b>	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0
<b>TBMM, Meclis</b>	3	0	0	4	<b>4</b>	<b>11</b>
	27,3	0	0	,36,4	<b>36,4</b>	<b>100</b>
	2,6	0	0	0,5	<b>4,6</b>	<b>1,1</b>
<b>Alman Savcı Fertsin Löst,</b>	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0
<b>Zekeriya Öz</b>	9	0	0	25	0	<b>34</b>
	26,5	0	0	73,5	0	<b>100</b>
	7,7	0	0	3,2	0	<b>3,3</b>
<b>Hizbutahrir</b>	0	0	0	26	0	<b>26</b>
	0	0	0	100	0	<b>100</b>
	0	0	0	3,4	0	<b>2,5</b>
<b>Mehmet Ali Şahin</b>	0	0	0	4	<b>4</b>	<b>8</b>
	0	0	0	50	<b>50</b>	<b>100</b>
	0	0	0	0,5	<b>4,6</b>	<b>0,8</b>
<b>Cumhuriyet Gazetesi</b>	0	0	0	<b>20</b>	0	<b>20</b>
	0	0	0	<b>100</b>	0	<b>100</b>
	0	0	0	<b>2,6</b>	0	<b>1,9</b>
<b>Tanju Güvendiren</b>	0	0	0	<b>19</b>	0	<b>19</b>
	0	0	0	<b>100</b>	0	<b>100</b>
	0	0	0	<b>2,5</b>	0	<b>1,8</b>

**Ek 27. KANAL D'de Haberde İdeoloji İnşa Stratejilerine Göre Haber  
Öğelerinin Dağılımı**

<b>HABERDE İDELOJİ İNŞA STRATEJLERİ</b>						
	<b>Meşrulaştırma</b>	<b>Gizleme/ gizemleştirme</b>	<b>Birleştirme</b>	<b>Parçasallaştırma</b>	<b>Şeyleştirme</b>	<b>TOPLAM</b>
<b>Kim</b>	18	2	8	47	10	<b>85</b>
	21,2	2,4	9,4	55,3	11,8	<b>100,0</b>
	23,7	22,2	0	23,6	21,7	<b>23,2</b>
<b>Ne</b>	18	2	8	47	10	<b>85</b>
	21,2	2,4	9,4	55,3	11,8	<b>100</b>
	23,7	22,2	0	23,6	21,7	<b>23,2240437</b>
<b>Nerede</b>	10	1	6	31	8	<b>56</b>
	17,9	1,8	10,7	55,4	14,3	<b>100</b>
	13,2	11,1	0	15,6	17,4	<b>15,3</b>
<b>Ne zaman</b>	8	2	6	29	8	<b>53</b>
	15,1	3,8	11,3	54,7	15,1	<b>100</b>
	10,5	22,2	0	14,6	17,4	<b>14,5</b>
<b>Nasıl</b>	11	0	2	19	4	<b>36</b>
	30,6	0	5,6	52,8	11,1	<b>100</b>
	14,5	0	0	9,5	8,7	<b>9,8</b>
<b>Neden</b>	11	2	6	26	6	<b>51</b>
	21,6	3,9	11,8	51,0	11,8	<b>100</b>
	14,5	22,2	0	13,1	13,0	<b>13,9</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>76</b>	<b>9</b>	<b>36</b>	<b>199</b>	<b>46</b>	<b>366</b>
	<b>20,8</b>	<b>2,5</b>	<b>9,8</b>	<b>54,4</b>	<b>12,6</b>	<b>100</b>
	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Ek 28. STV’de Haberde İdeoloji İnşa Stratejilerine Göre Haber Öğelerinin Dağılımı**

<b>HABERDE İDELOJİ İNŞA STRATEJLERİ</b>						
	<b>Meşrulaştırma</b>	<b>Gizleme/ gizemleştirme</b>	<b>Birleştirme</b>	<b>Parçasallaştırma</b>	<b>Şeyleştirme</b>	<b>TOPLAM</b>
<b>Kim</b>	7	4	0	39	6	<b>56</b>
	12,5	7,1	0	69,6	10,7	<b>100</b>
	25	26,7	0	25,2	23,1	<b>28,1</b>
<b>Ne</b>	7	4	0	39	6	<b>56</b>
	22,6	12,9	0	58,1	6,5	<b>100</b>
	25	26,7	0	25,2	23,1	<b>15,6</b>
<b>Nerede</b>	3	3	0	22	4	<b>32</b>
	9,4	9,4	0	68,8	12,5	<b>100</b>
	10,7	20	0	14,2	15,4	<b>16,1</b>
<b>Ne zaman</b>	3	2	0	21	4	<b>30</b>
	10	6,7	0	70	13,3	<b>100</b>
	10,7	13,3	0	13,5	15,4	<b>15,1</b>
<b>Nasıl</b>	2	1	0	8	3	<b>14</b>
	14,3	7,1	0	57,1	21,4	<b>100</b>
	7,1	6,7	0	5,2	11,5	<b>7</b>
<b>Neden</b>	6	1	0	26	3	<b>36</b>
	16,7	2,8	0	72,2	8,3	<b>100</b>
	21,4	6,7	0	16,8	11,5	<b>18,1</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>28</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>155</b>	<b>26</b>	<b>224</b>
	<b>14,1</b>	<b>7,5</b>	<b>0</b>	<b>67,3</b>	<b>11,1</b>	<b>100</b>
	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>



T.C.  
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



### ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı:	Melek ÇOBAN			
Doğum Yeri:	Bucak			
Doğum Tarihi:	17/05/1983			
Medeni Durumu:	Evli			
Öğrenim Durumu				
Derece	Okulun Adı	Program	Yer	Yıl
İlköğretim	Atatürk İlköğretim Okulu	İlköğretim	Bucak	1989- 1994
Ortaöğretim	Atatürk İlköğretim Okulu	Ortaöğretim	Bucak	1994- 1997
Lise	Bucak Sağlık Meslek Lisesi	Tıbbi Sekreterlik	Bucak	1997- 2001
Lisans	Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Konya	2001- 2006
Yüksek Lisans	Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü	Radyo Televizyon A.B.D. Radyo Televizyon Bilim Dalı	Konya	2006- 2009
Becerileri:	Dijital Kurgu, Orta Düzey İngilizce			
İlgi Alanları:	Bilgisayar, İnternet, Sağlık, Spor, Seyahat.			
İş Deneyimi:	ÜNTV Haber Merkezi Kurgu Operatörü			2004- 2005
	Yeni Meram Gazetesi Haber Merkezi Muhabir			2005- 2006
	Konya Numune Hastanesi Tıbbi Sekreter			2006- ...
Aldığı Ödüller:	Aydın Doğan Vakfı Genç İletişimciler Ödülü			
Hakkımda bilgi almak için önerebileceğim şahıslar:	Selçuk Üni. İletişim Fak. Dekan Yrd. Yrd. Doç. Dr. Mete KAZAZ Selçuk Üni. İletişim Fak. Öğretim Üyesi Yrd. Doç. Dr. Meral SERARSLAN Selçuk Üni. Müh.- Mim. Fak. Öğretim Üyesi Yrd. Doç. Dr. İbrahim BAKIR Konya Numune Hastanesi Hasta Hakları Birim Sorumlusu Bülent Kaya			
Tel:	0 535 787 15 66			
E-Posta:	melekyilmaz@gmail.com			
Adres	Sancak Mh. Dr. Sadık Ahmet Cd. Hürbel Sitesi B Blok No: 9/ 24 Selçuklu / KONYA			