

ANA HABER BÜLTENLERİNDE İDEOLOJİ VE SÖYLEM:
NTV VE SHOW TV KARŞILAŞTIRMASI

Cem Koray Olgun

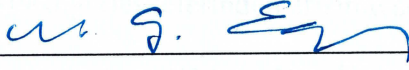
Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Sosyoloji Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

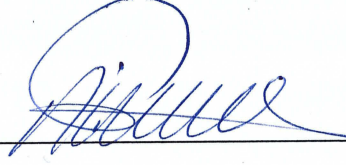
Ankara, 2009

KABUL VE ONAY

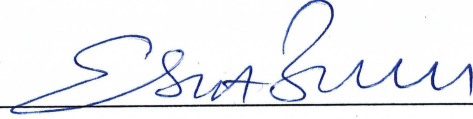
Cem Koray OLGUN tarafından hazırlanan “Ana Haber Bültenlerinde İdeoloji ve Söylem: Ntv/Show Tv Karşılaştırması” başlıklı bu çalışma, 12.01.2009 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.



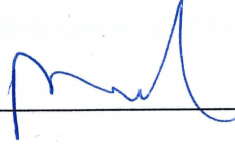
Prof. Dr. Nevin GÜNGÖR ERGAN (Başkan)



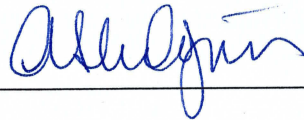
Doç. Dr. Aylin GÖRGÜN BARAN (Danışman)



Doç. Dr. Esra BURCU



Doç. Dr. Nefise BULGU



Doç. Dr. Aslıhan ÖĞÜN BOYACIOĞLU

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. İrfan ÇAKIN

Enstitü Müdürü

BİLDİRİM

Hazırladığım tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin kağıt ve elektronik kopyalarının Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezim sadece Hacettepe Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

12.01.2009


Cem Koray Olgun

ÖZET

OLGUN, Cem Koray. *Ana Haber Bültenlerinde İdeoloji ve Söylem: NTV/Show TV Karşılaştırılması*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2009.

TV haberleri, söylem ve ideoloji üretmek anlamında her zaman problemlili bir alan olmuştur. Kültürel bir ürün olarak görülen haber bültenleri, asıl işlevleri bilgi aktarmak olarak görülmesine karşın, bireyi toplumla uyumlaştırıcı biçimde rıza üretmeye çalışırlar. Bu anlamda TV haberleri, izleyicileri özne olarak çağırarak, ikna oluşturma çabasıındadır. Bu işlevlerini temsil aracılığıyla söylem üreterek gerçekleştiren haberler böylece kendi hegemonyalarını inşa ederler. Böylelikle ideolojik bir aygıt haline gelen haberler toplumu uyumlaştırıcı yönde en önemli görevi üstlenmektedir.

Bir haber kanalı olarak NTV ve bir özel kanal olarak Show TV kanallarının karşılaştırıldığı bu çalışma; sunum biçimleri ve haber seçimleri farklılık göstermesine karşın, hem NTV hem de Show TV ana haber bültenlerinin ikna oluşturarak, kendi hegemonyalarını inşa etmeye çalıştıklarını göstermeye çalışmaktadır. Bu amaçla her iki kanalın iki ay boyunca haber bültenleri izlenmiş ve içerik analizi uygulanarak veriler toplanmıştır. Çalışmanın sonucunda her iki kanalın da kendi izleyici kitlesine göre farklı temsil etme biçimlerini kullanarak söylem ve ideoloji ürettiklerine ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *İdeoloji, Söylem, Hegemonya, Temsil Etme, Rıza.*

ABSTRACT

OLGUN, Cem Koray. *Ideology and Discourse in Prime News Bulletin: NTV/Show TV Comparison*, Master's Thesis, Ankara, 2009.

The news are always a problematic sphere in the meaning of producing ideology and discourse. Although the principle functions of the news that seen as a culturel product seem to announce the information, it has worked to produce consent for person adapt to society. In this meaning, the news aim to generate persuasion by calling the audience as a subject. The news create its functions through the representations by producing discourse. Thus, they construct their own hegemony. Consequently, the news which has become an ideological apparatus undertake the most important assignment at the direction of adapting to the society.

This study, which compared NTV as a news channel and Show TV as a private channel, argue that main news bulletin of these two channel try to construct their own hegemony by producing persuasion in spite of differences between their own presentation format and news choice. To achieve this aim, both channels news bulletin watched for two months and the data is obtained through content analysis. In conclusion of the study, it can be observed that, according to the their own audience crew, both channel produce ideology and discourse by using the different representatations formats.

Key Words: *Ideology, Discourse, Hegemony, Representation, Consent.*

ÖZET.....	I
ABSTRACT.....	II
İÇİNDEKİLER.....	III
TABLolar.....	IV
ÖNSÖZ.....	VI
GİRİŞ.....	1
1. BÖLÜM ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE YÖNTEMİ.....	6
1.1. Araştırmanın Konusu ve Önemi.....	6
1.2. Araştırmanın Amacı.....	7
1.3. Araştırmanın Yöntemi.....	7
1.3.1. Araştırmanın Hipotezleri.....	7
1.3.2. Araştırmanın Örneklem Seçimi.....	8
1.3.3. Veri Toplama Tekniği.....	9
1.3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Uygulamada Karşılaşılan Güçlükler.....	9
1.3.5. Araştırmanın Uygulanması.....	10
1.3.6. Kavram Tanımları.....	11
2. BÖLÜM KURAMSAL ÇERÇEVE: İDEOLOJİ VE SÖYLEM.....	14
2.1. İDEOLOJİ.....	14
2.1.1. Antonio Gramsci ve Hegemonya Kavramı.....	17
2.1.2. Lois Althusser ve Devletin İdeolojik Aygıtları.....	22
2.2. SÖYLEM.....	27
2.2.1. Stuart Hall: Hegemonya ve Temsil.....	28
2.2.2. Foucault'da Söylem Kavramının Oluşumu.....	35
2.3. KONUYA İLİŞKİN ARAŞTIRMALAR.....	39
3. BÖLÜM ARAŞTIRMANIN BULGULARI.....	42
3.1. ARAŞTIRMANIN FREKANS DAĞILIMLARI.....	42
3.1.1 Haber Bülteninin İçeriğine ve Sunumuna İlişkin Soruların Dağılımı.....	42
3.1.2 İdeolojinin Oluşumunda Kullanılan Anlatım Biçimleri.....	56
3.1.3 Saptanan Söylemsel Kategoriler.....	67
3.2 Çapraz İlişkiler ve hipotezlerin testi.....	76
4. BÖLÜM ARAŞTIRMANIN BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ.....	85
SONUÇ.....	92
KAYNAKÇA.....	94
EK 1	

TABLOLAR

Tablo 1. İfade ve Kelime Tekrar Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı.....	42
Tablo 2. Görüntü Tekrar Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı.....	43
Tablo 3. Müzik Kullanma Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı.....	44
Tablo 4. Ekranaya Yazılan Cümle Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı.....	45
Tablo 5. Canlı Bağlantı Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı (muhabir).....	46
Tablo 6. Canlı Bağlantı Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı (uzman).....	47
Tablo 7. Vatandaşa Yöneltilen Soru Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı.....	48
Tablo 8. Aktarılan Açıklama Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı.....	49
Tablo 9. Tabloid Haber Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı.....	50
Tablo 10. Haber Bülteninde Reklama Yer Verilmesinin Kanallara Göre Dağılımı.....	51
Tablo 11. Yan Hikaye Oluşturma Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı.....	51
Tablo 12. Özete Yer verilmesinin Kanallara Göre Dağılımı.....	52
Tablo 13. Haber Bültenlerinde Haberlerin Onaylama Reddetme Durumunun Kanallara Göre Dağılımı.....	53
Tablo 14. Haber Bülteninin Haberleri Yanlı–Yansız Sunma Durumunun Kanallara Göre Dağılımı.....	54
Tablo 15. Haber Bülteninin Haberleri İkna Edici Biçimde Sunma Durumunun Kanallara Göre Dağılımı.....	55
Tablo 16. Eğretileme Kullanılma Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı.....	56
Tablo 17. Düzdeğişmece Kullanılma Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı.....	58
Tablo 18. İronik İfade Kullanılma Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı.....	60
Tablo 19. İma Yapılma Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı.....	61
Tablo 20. Yadsıma Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı.....	63
Tablo 21. Olumsuz Ötekileştirme Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı.....	64
Tablo 22. Uslamlama Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı.....	65
Tablo 23. Duygusallaştırma Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı.....	66
Tablo 24. Devletin Bağımsızlığı ve Bütünlüğüne Vurgu Yapılmasının Kanallara Göre Dağılımı.....	67
Tablo 25. Ümitleştirici Haberlerin Yapılmasının Kanallara Göre Dağılımı.....	68
Tablo 26. Kahramanlık Vurgusu Yapılmasının Kanallara Göre Dağılımı.....	69

Tablo 27. Ulusal Övünç Vurgusu Yapılmasının Kanallara Göre Dağılımı.....	70
Tablo 28. Milli His, Duygu Yart. Ulusal. Bilinç Oluşturmanın Kanallara Göre Dağılımı.....	71
Tablo 29. Vatandaşın Devlete Karşı Sorumluluklarının Kanallara Göre Temsil Edilme Biçimlerinin Dağılımı.....	72
Tablo 30. Devletin Vatandaşa Karşı Sorumluluklarının Kanallara Göre Temsil Edilme Biçimlerinin Dağılımı.....	73
Tablo 31. Güven Duygusu Yaratılmasının Kanallara Göre Dağılımı.....	74
Tablo 32. Ekonomik Yapının Belirleyiciliğinin Gerekliliği Vurgusu Yapılmasının Kanallara Göre Dağılımı.....	75
Tablo 33. Haber Bültenlerinde Haberlerin İkna Etme Durumu ile Eğretileme Sıklığı Arasındaki İlişkinin Dağılımı.....	76
Tablo 34. Haber Bültenlerinde Haberlerin İkna Etme Durumu ile Uzmana Yapılan Canlı Bağlantı Sıklığı Arasındaki İlişkinin Dağılımı.....	77
Tablo 35. Haber Bültenlerinde Haberlerin Onaylama Reddetme Durumu ile Uslamlama Sıklığı Arasındaki İlişkinin Dağılımı.....	78
Tablo 36. Vatandaşın Devlete Karşı Sorumlulukları ile Devletin Vatandaşa Karşı Sorumlulukları Arasındaki İlişkinin Dağılımı.....	80
Tablo 37. Vatandaşın Devlete Karşı Sorumlulukları ile Milli His Duygu yaratarak Ulusal Bilinç Oluşumu Arasındaki İlişkinin Dağılımı.....	81
Tablo 38. Devletin Vatandaşa Karşı Sorumlulukları ile Ekonomik Yapının Belirleyiciliğinin Gerekliliği Arasındaki İlişkinin Dağılımı.....	82
Tablo 39. Vatandaşın Devlete Karşı Sorumlulukları ile Ekonomik Yapının Belirleyiciliğinin Gerekliliği Arasındaki İlişkinin Dağılım.....	83

ÖNSÖZ

Bu çalışma, alternatif bir kanal olarak değerlendirmelerine karşın haber kanallarının da en az diğer özel kanallar kadar bireyi toplumla uyumlaştırma çabasında olduklarını ve her ne kadar sunum biçimleri farklı olsa da rıza ürettiklerini göstermeyi amaçlamıştır. Bu amaç doğrultusunda, çalışmanın başlangıcından sonuçlandırılmasına kadar bana yol gösteren sabırla destekleyen danışman hocam Doç. Dr. Aylin Görgün BARAN'a teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca aziz dostum ve yüksek lisans arkadaşım Cihad Özsöz'e yaptığımız beyin fırtınaları ve kodlama aşamasındaki yardımlarından dolayı teşekkür ederim.

ANA HABER BÜLTENLERİNDE İDEOLOJİ VE SÖYLEM: NTV/SHOW TV KARŞILAŞTIRILMASI

GİRİŞ

Kitle iletişim araçlarının vazgeçilmez olduğu ve her gün yepyeni bir gelişmenin gerçekleştiği bir dönemde yaşıyoruz. Yazılı belgelerle başlayan serüven, gazete, radyo ve televizyon derken internetinde gelişimiyle küresel bir ağa dönüşüp, seyrini her geçen gün biraz daha hızlandırarak devam ettiriyor. İster ticari ister kamu kurumu biçiminde örgütlensin, haber denen dedikodusuyla, eğlencesiyle, müziğiyle ve belgeseliyle merkezileşmiş öykü sistemi olan kitle iletişimi olgusu (Erdoğan ve Alemdar 2005:17) kitle iletişim araçları olarak adlandırılan teknolojik araçlarla gerçekleştirilmektedir. Bu teknolojik araçların önemine dikkat çeken Baran'a göre (1997:54) "mesajların hem görsel, hem de işitsel olarak iletilmesini sağlarlar. Kitle iletişim araçlarının gelişmesiyle yüz-yüze olan iletişimin önemi bugün tartışılmaktadır. 20. yüzyılın ikinci yarısında gerçekleşen teknolojik gelişmeler, kitle iletişim araçlarının karmaşık bir yapı almasına neden olmuştur".

Günümüzde bilgisayarların kullanım alanlarının genişlemesine ve internete olan ilginin giderek artmasına rağmen halen izleyicisini yitirmemiş bir kitle iletişim aracı olan televizyon ise, bizi içinde bulunduğumuz dünyadan düşsel olarak başka dünyalara götürmektedir. Televizyon her ne kadar boş zaman gidermek için kullanılan araçlar sıralamasında yerini internete bırakmış gibi görünse de, internet üzerinden yapılan video paylaşımını, yani televizyonda yayınlanan görüntülerin internet ortamında yoğun bir şekilde izlenilme durumunu dikkate aldığımızda televizyonun önemini sanıldığı kadar kaybetmediğini söyleyebiliriz. Hatta bu anlamda internetin; dizi, haber, magazin v.b. gibi televizyon programlarını yeniden izletebildiği ölçüde televizyonun varlığına destek

verdiğini ifade etmemiz yanlış olmaz. Bu bağlamda hala televizyonun baskın olduğu bir sistemin içinde olduğumuzu söyleyebilir ve Castells'in deyiimiyle (2005:444) bu sistemi kolayca kitle iletişim diye niteleyebiliriz.

Çağdaş toplumlardaki en önemli mit¹ üretme aracı olarak gösterilen televizyon, Kaplan'a göre (1992:116), Frankfurt okulu terminolojisiyle kültür endüstrisinin seslenerek görüntülendiği bir biçimdir. Ve beraberinde "köklü felsefi, ideolojik ve siyasal sorunlar getirmiştir". Bu bağlamda Kaplan'a göre (1992:137) mit üretme sürecinde televizyonun işlevi, çoklukla egemen ideoloji ve toplumsal yapıyı desteklemesi; kimi zamansa çağdaş toplumlarda karşıt mitler üretilmesine katkıda bulunması düzeyindedir.

Kuşkusuz mit üretiminde ortaya çıkan enformasyon bolluğu, Castells'in deyiimiyle iletişim üzerine düşünmede devrim yaratan Marshall McLuhan'ın "araç mesajdır" düşüncesiyle daha anlaşılır hale gelebilir. Herkes tam bir mesaj bombardımanının ortasında kalmaktadır. McLuhan'a göre (2005:24) "şimdi herkes, herkesin hakkında gereğinden çok şey biliyor. Yeni hayatımız, bu yeni yaşam ortamımız kenarda kalmayıp olan bitene katılmamızı , etrafla ilgilenmemizi zorunlu kılıyor. Şimdi herkes karşılıklı olarak birbiriyle ilintili birbirinden sorumlu. Benliğimizi tümüyle medya teslim aldı". Televizyon, McLuhan'ın bahsettiği bu olan bitene katılma zorunluluğumuzu sağlayan bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Sinemayla kıyaslandığında imgeler ve görüntüler açısından zayıf kalan televizyon McLuhan tarafından soğuk bir araç olarak tanımlanır. Buradaki soğukluk McLuhan'a göre televizyonun izleyicileri katılıma yöneltten bir araç olmasından kaynaklanmaktadır. (akt:Berger 1991:37). McLuhan'a göre, televizyon (2005:125) "...insanın duygular sistemini tanımlar...Televizyon sayesinde yalnızca bakışımızın, görebildiğimiz değil, aynı anda bütün duyularımızın işin içinde yer aldığı aktif ve keşfedici bir duyumsama yetisi kazanmış oluyoruz. "İşte siz de ordasınız" duygusunu kazanmış oluyoruz...Televizyon bütün benliğimizle katılmamızı, olayın içinde yer almamızı gerektiriyor. Yalnızca bir arka plan gibi duran bir işleyişi yok televizyonun izleyici olarak sizi kendine bağlıyor." Castellls'e göre (2005:445)

¹ Fiske'ye göre (2003:118) "Mit,bir kültürün, gerçekliğin ya da doğanın bazı görünümünü açıklamayı ya da anlamasını sağlayan bir öyküdür.ilkel mitler yaşam ve ölüm,insan ve tanrılar, iyi ve kötü hakkındadır. Bizim sofistike mitlerimiz ise erillik, dişilik, aile, başarı ve bilim hakkındadır"

Mcluhan televizyonun açıklığının düşüklüğünden dolayı izleyicilerin “görüntüdeki boşlukları doldurması gerektiğini, böylece izlemeyle duygusal bakımdan daha fazla haşır neşir olacağını savunur”. Bunu Castells’in deyimiyle paradoksal olarak duygusuz iletişim diye niteler.

Fransız sosyolog Bourdieu (1997:22) ise televizyonun “nüfusun çok büyük bir bölümünün beyinlerinin oluşturulmasında bir tür fiili tekele sahip olduğundan” bahseder ve televizyonun yapması gereken işlevinin dışına çıktığına vurgu yapar. Bourdieu (1997:23) “Televizyonun tuhaf bir şekilde, yapılması gereken şeyin, yani bilgilendirme işinin yapılması için gösterilmesi gerekenden daha başka şeyler göstererek; ya da yine, gösterilmesi gerekeni gösterirken, bunu göstermeyecek ya da anlamsızlaştıracak bir tarzda yaparak, ya da onu gerçeğe hiçbir şekilde uyuşmayan bir anlam kazanacak tarzda kurarak nasıl gizleyebildiğini” göstermeye çalışır.

Araştırmamızın verilerini oluşturan “haber” kavramı ise hem yazılı hem de görsel basın içerisinde önemini asla yitirmeyecek bir olgudur. Van dijk’a göre “Haber, gerçek dünyada bir yerlerde meydana gelen olaylar, kişiler ya da şeyler hakkındaki en son en yeni enformasyona işaret etmektedir”(akt.Dursun 2001:123).

Haber kitle iletişim araçlarının en önemli etkinliğidir. Bu durum Macbride raporu olarak bilinen metinde de görülmektedir. Haberin kitle iletişim araçlarının en önemli işlevini oluşturduğunu söyleyen Macbride’e göre (Akt.Baran 1997:56) ; “bireysel, toplumsal, ulusal ve uluslar arası boyutta haber, veri, olgu, mesaj, görüş ve yorumların toplanması, depolanması, işlenmesi ve dağıtılması işlevi önem taşır. Tüm bilgilerin toplanması, depolanması, işlenmesi ulusal ve uluslar arası ilişkilerin akılcı ve gerçekçi bir şekilde kavranmasına ve gerekli kararların alınmasına yardımcı olur. Bu işlev bilgi aktarma işlevi olarak belirtilen enformasyon işlevi ile iç içedir”.

Dursun’a göre (2001:133) haberi bir söylem olarak ele alan yaklaşımlar, onu taşıdığı olayların anlamlarını denetleme ve sınırlandırmasına yarayan uzlaşımlar seti ile ilgilenmektedirler. Bu uzlaşımlar seti, haber metninin diğer televizyon metinlerinden

daha kapalı ve sıkı metinler olarak yapılanmasını gerektirmektedir. Haberin söylemi içinde güçlülerin tanımlarının yeniden üretilmesini sağlamakta anahtar uzlaşılardan olan, saygı kişilerin görüşlerine yer vererek resmi söylemi destekleyici yapı bulunmaktadır.

Dursun bu durumla ilgili Hall ve arkadaşlarının çalışmalarından da bahseder. “Onlara göre medya özerk bir şekilde haber konularını yaratmaz; ancak güvenilir kurumsal kaynaklarca belirli haber konularına işaret eder. Birincil tanımlayıcılar olarak nitelendirdikleri kaynaklar, kurumsal güçleri kadar temsiliyet konumları nedeniyle de saygın kabul edilen kaynaklardır. Bu kaynaklara otoriterlik ve nesnelliğe dayanan uzman görüşlerini de eklemenin önemine işaret eden Hall ve arkadaşlarına göre böylece birincil tanımlayıcılar, sorun içinde yer alan konunun ilk tanımını oluşturmakta yada birincil yorumunu kurmuş olmaktadır. Birincil tanımlayıcıların işlevi “sorunun ne olduğu” çerçevesinde tartışmaya belirli sınırlar getirirler. “Bu uzlaşım seti ve yapılmış ilişkiler içerisinde gazeteciler, medyaya ayrıcalıklı erişime sahip kaynakların durum tanımlarını halkın diline dönüştürerek yeniden üreten ikincil tanımlayıcılar olarak iş görmektedir”(akt:Dursun 2001:133).

Haberlerin temelini oluşturan görüntüsel söylem ise izleyici için orada olma hissi yaratmasıyla duyumsatması ve bir yandan da izleyiciye gösterilen eylemlerin üzerinde dışında olduklarını hissettirmesiyle haberin gerçekçi metinler olarak iş görmesini kolaylaştırmaktadır. Dursun (2001:139) görüntü boyutunun dışında farklı söylemler arasındaki hiyerarşiden de bahseder. Bu hiyerarşi haberler içinde bir söylemin hakikatin sesi gibi sunulması, diğer söylemlerin ise ona bağımlı kılınarak marjinalleşmesi şeklinde işlemektedir.

Araştırmamız 4 bölümden oluşmuştur. İlk bölümde araştırmamızın metodolojisine yer vererek, araştırmamızın nasıl yapıldığından, verileri nasıl analiz ettiğimizden kodlama cetvelini neye göre oluşturduğumuzdan bahsedilmiştir. İkinci bölümde ise araştırmamızın kuramsal çerçevesini oluşturan İdeoloji ve Söylem kavramları ile ilgili, Gramsci, Althusser, Hall ve Foucault'nun düşünceleri ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

Üçüncü bölümde ise araştırmamızın bulgularına yer verilmiş, dördüncü bölüm verilerin değerlendirilmesine ayrılmıştır. Sonuç kısmı ile araştırmamız tamamlanmıştır.

1. BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE YÖNTEMİ

1.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU VE ÖNEMİ

Bu araştırmanın başlığı “Ana Haber Bültenlerinde İdeoloji ve Söylem :NTV ve Show TV Karşılaştırması” dır. Çalışma, haber kanalları olarak nitelendirilen ve bu bağlamda ilk kurulan kanallardan olan NTV ile ilk kurulan özel tv kanallarından Show TV kanallarının ana haber bültenlerinin ideolojilerini ve söylemlerini araştırmanın kuramsal çerçevesi bağlamında karşılaştırılmalı olarak çözümlemesini içermektedir.

Televizyonun kuşkusuz en önemli programlarından biri haber bültenleridir. Haber bültenlerinin amacı ilk bakışta ülkede ve dünyada gün boyunca olan gelişmeler hakkında bireyi bilgilendirmek olarak görülse de, salt işlevi bu değildir. Dursun’un da (2001:11) belirttiği gibi “belirli anlamların üretildiği ya da ideolojilerin yeniden üretildiği alanlar olarak son derece problemlidir”. Dolayısıyla haber bültenleri, haberi aktararak bireyleri bilgilendirirken bir ideoloji üretmekte ve yaymaktadır.

Türkiye’de özel kanalların gelişmesiyle, haber kanalları da kurulmaya başlanmıştır. Bu kanallar haberi, diğer özel kanallara göre daha sade ve magazinsel olmayan biçimde sunma amacındadırlar. Fakat bu söylem üretmedikleri anlamına gelmez. Bu çalışma, özel kanalın ve haber kanalının sunum biçimlerinde farklılık olsa da kendi söylemlerini ve ideolojilerini ürettiklerini ve bir rıza üretme aracı olarak hizmet ettiklerini savunmaktadır.

Televizyon haberleri ile ilgili, bir çok benzer çalışma yapılmıştır. Fakat bu çalışmaların neredeyse tümü iletişim alanındadır. Bu araştırma ise konuya sosyolojik boyutta yaklaşmaktadır.

1.2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırma, diğer özel kanallardan farklı şekilde alternatif bir kanal olarak değerlendirilmelerine rağmen haber kanallarının sundukları haber bültenlerinin de özel kanallar kadar, bireyi toplumla uyumlaştırıcı yönde bir söylem içerdiğini, toplumsal rızanın ve uyumlaştırmanın inşa edilmesinde nasıl ideoloji ve söylem ürettiklerini saptamayı amaçlamaktadır.

1.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu araştırma, betimsel ve açıklayıcı nitelikte bir çalışmadır. Araştırmanın kavramları olan ideoloji ve söylem kavramları, çalışmanın başında kuramsal çerçevemizi oluşturan Gramsci, Althusser Foucault ve Hall'un düşünceleri çerçevesinde incelenmiştir. Haber bültenlerinin nicel içerik analizi tekniğiyle çözümlenmesi yapılırken yaygın olarak ideoloji çözümlenmelerinde kullanılan eğretileme ve düzdeğişmece kavramlarının yanı sıra, Van dijk'ın ideoloji ve söylem çözümlenme çalışmalarında kullandığı ironik ifade, ima ve uslamlama kavramlarından da yararlanılmıştır.

1.3.1. Araştırmanın Hipotezleri

Haber bültenleri izlendikten sonra kuramsal çerçeveye uygun olarak oluşturulan ve kodlama cetveline kodlanan kategoriler ile ilgili olarak aşağıdaki hipotezler kurulmuştur.

1. Hem Show TV hem de NTV ana haber bültenlerinde eğretileme ifadelerinin kullanılması haberin ikna oluşturularak sunulmasıyla paralellik göstermektedir.
2. NTV ana haber bültenlerinde uzmanlara yapılan canlı bağlantılar haberin ikna ediciliğini arttırmaktadır.
3. Hem Show TV hem de NTV de ana haber bültenlerinde uslamlama ifadelerinin kullanılması ile haberin onaylanarak sunulması arasında doğrusal bir ilişki vardır.

4. Vatandaşın devlete ve devletin vatandaşa karşı sorumlulukları kategorileri ile Show TV ana haber bültenlerinde vatan borcu (askerlik) ve ulusal güvenlik temaları ve NTV ana haber bültenlerinde ekonomik fedakarlık ile ekonomik ve sosyal beklentiler temaları arasında doğrusal bir ilişki vardır.
5. Show TV ana haber bültenlerinde, vatan borcu (askerlik) temasının temsil edilmesi ile ulusal bilinç oluşturulan haberler arasında doğrusal bir ilişki vardır.
6. NTV ana haber bültenlerinde, ekonomik fedakarlık temasının temsili ile ekonomik yapının belirleyiciliğinin gerekliliğine vurgu yapılması arasında doğrusal bir ilişki vardır.

1.3.2. Araştırmanın Örneklem Seçimi

Araştırmanın örneklem seçiminde kanalların, ilk haber kanalı ve ilk özel kanalı olarak belirlenmesi planlanmıştır. Bu çerçevede 1996'da yayın hayatına başlayan, Türkiye'nin ilk haber kanalı olan NTV ele alınmıştır. İlk özel kanal 1990'da kurulan Star Tv (magic box) olmasına rağmen, haber bültenlerini izlemek için planlanan sürenin hemen öncesinde söz konusu kanalın Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonuna (TMSF) satılması yüzünden, ileride doğabilecek aksaklıklar düşünülerek bu kanalın yerine Star Tv den sonra kurulan 1992 yılında yayın hayatına başlayan ve varlığını hala sürdüren² ikinci özel kanal olan Show TV'nin ele alınmasına karar verilmiştir.

Araştırma da yer alan haber bültenleri çalışmamızın başlangıç tarihi göz önüne alındığında yeni yayın döneminin beklenmesine karar verilmiş ve yeni yayın döneminin başlangıcı olan 2007 yılının Ekim ayının 15'inden başlayarak Aralık ayının 15'ine kadar iki aylık bir süre içinde iki kanalın ana haber bültenleri izlenmiştir.

² Show TV'den önce yayın hayatına başlayan teleon ve kanal 6 kanalları yayın hayatlarına son vermişlerdir. Bu yüzden Türkiye'nin ikinci kurulan özel kanalı olarak Show TV den bahsedilmektedir.

1.3.3. Veri Toplama Tekniği

Araştırmada İçerik analizi (Content Analysis) tekniği kullanılmıştır. İçerik analizi, sosyal bilimlerde gerek bir araştırma sonucu elde edilen transkript yada kayıtların, gerekse yazılı veya görsel medya mesajlarının üzerinden çıkarımlar yapılmasıyla kullanılan biçimci bir araştırma tekniğidir. Özellikle iki dünya savaşı arası gelişen bu yönteme ilişkin farklı tanımlamalar yapılmıştır. En çok gönderme yapılan tanım Bernard Berelson'a aittir. Berelson'a göre (akt. Hansen 2003:54) "İçerik özümlemesi, iletişim sürecinde iletilen mesajların açık/belirgin nesnel, sistematik ve nicel bakımlardan betimlemek için kullanılan bir araştırma tekniğidir.

Daha farklı tanımlara da bakılacak olursa; Holsti' ye göre (akt. Herkner 2003:129) "İçerik analizi, mesajların belirgin niteliklerinin nesnel ve sistematik bir biçimde tanımlanması yoluyla çıkarımlar yapılmasına imkan veren bir araştırma tekniğidir.

Krippendorff (2004:18) ise içerik analizini, verilerden, elde edildiği bağlama yönelik tekrar edilebilir ve geçerli çıkarımlar yapmak için kullanılan bir araştırma yöntemi olarak tanımlar. Görüldüğü zere Krippendorff içerik analizinden yöntem olarak söz etmektedir.

İçerik analizi 6 aşamadan oluşur. Bu aşamalar, araştırma problemini tanımlama, araştırma evrenini belirleme ve örneklem seçimi, araştırma kategorilerini oluşturma ve tanımlama, kodlama cetvelini oluşturma, kodlama cetvelini sınama ve güvenilirliği lme, veri girişi, analizi ve yorumlama (Hansen 2003:60).

1.3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Uygulamada Karşılaşılan Güçlükler

Araştırmamız sözü edilen iki kanalın ana haber bltenleriyle sınırlıdır. Özellikle NTV de saat başi haber yayınlanmasına rağmen örneklemimiz saat 19:00'da başlayan "Akşam Haberleri" dir. Araştırmamızın örneklemini 2 aylık bir süreyi kapsamaktadır. (15 Ekim-15 Aralık 2007) Araştırmada seçili olan haber bültenleri ele alınan süre içerisinde hafta sonu hariç aynı saatlerde yayına girmektedir. Bu iki kanalın yayınlarına ulaşmasını zorlaştırmaktadır. Kanalların söz konusu haber videolarını vermeye pek yanaşmamaları

ve yetkililer ile görüşmek için İstanbul'a yönlendirmeleri nedeniyle kendi imkanlarımızla görüntülerin kaydedilmesine karar verilmiştir. Ama elimizde bulunan DVD-Recorder sadece tek bir kanalın kaydedilmesine izin vermektedir. Show TV kanalının, kendi sitesi üzerinden tüm haber videolarına, o haber bülteninin üzerinden 7 gün geçene kadar izlenmesine izin verilmesi, söz konusu haber bültenlerinin görüntü kaydetme programıyla (Snagit-8) kaydedilmesine olanak vermiştir. Bu durumda NTV kanalının haber bültenleri ise DVD-Recorder'a kaydedilmiştir. İki kanalın da videoları DVD'lere yazılarak saklanmıştır.

1.3.5. Araştırmanın Uygulanması

Haber bültenlerine ilişkin kodlama cetvelleri hazırlamak üzere, haber videoları beş aylık bir süre izlendikten sonra gerek hipotezler gerekse kategoriler oluşturulmuştur. Daha sonra geliştirilen kodlama cetveline ilişkin sorular ile ön çalışma yapılmıştır. Ön çalışma neticesinde, gerekli düzeltmeler yapıldıktan sonra yeniden kodlama cetveli ile izlenerek sorular netleştirilmiş ve kodlanmıştır. Üç ana başlıkta saptanan kategoriler içerik analizi kodlama cetveli oluşturularak haber bültenlerine uygulanmıştır. Kodlama cetvelimizi oluşturan kategoriler şu başlıklara ayrılmıştır

1. Haberin sunumuna ve içeriğine ilişkin sorular.
2. İdeolojik anlatım biçimleri.
3. Saptanan söylemsel kategoriler.

Haberin sunumuna ve içeriğine ilişkin kategoriler içerisinde ifade ve kelime tekrarları görüntü tekrarları , ekrana yazılan cümleler, müzik kullanımı, canlı bağlantı, reklam, tabloid haber kullanımı, özet kullanımı gibi haberin biçimsel özelliklerinin yanı sıra habere ilişkin onay/red, yanlı/yansız ve ikna edici olma soruları yer almaktadır.

İdeolojik anlatım biçimleri başlığı altında ise; ideolojik çözümleme araştırmalarında sıklıkla kullanılan eğretileme, düzdeğişmece, ima, ironi, yadsıma olumsuz ötekileştirme ve uslamlama gibi kategoriler yer almaktadır. Bu kategorilerin kodlaması yapılırken sıklık aralıkları dikkate alınmıştır. Burada önemli olan bu ifade biçiminin kullanılmış

olmasıdır. Aralıklar bize kullanılma sıklığı hakkında fikir vermektedir. Bu ifade biçimlerinin örnekleri araştırmamızın bulguları kısmında yer almaktadır.

Saptanan söylemsel kategorileri ise izlenen dönem boyunca kanallarda tespit edilen devletin bağımsızlığı ve bütünlüğüne vurgu, vatandaşın devlete karşı, devletin vatandaşa karşı sorumlulukları kahramanlık, ulusal övünç, milli his/duygu yaratarak ulusal bilinç oluşturma, ümit verme, ekonomik belirleyiciliğin gerekliliğine vurgu soruları kapsamaktadır.

Her kanala ait 2 aylık veriler (62 gün) bilgisayar programına girilerek kodlanmış ve analizleri yapılmıştır. Kodlama sırasında ikincil bir kodlayıcıdan daha yardım alınmıştır. Çıkan sonuçlar sonrası her iki kanala göre verilerin dağılımı alınmıştır. Kategoriler arasındaki ilişkileri ortaya koymak için hipotezlere ilişkin çapraz tablolar kurulmuş, Ki-kare (IAR Conduct Research 2007) anlamlılık testine göre hipotezler test edilmiştir.

1.3.6. Kavram Tanımları

a) İdeoloji: Van dijk'a göre (2003:111) "ideolojiler hem söylediğimiz şeyi ve onu nasıl söylediğimizi, hem de bunun tersini ifade etmektedir". Dolayısıyla bir şey söylediğimizde aynı zamanda onun karıştını da söylememiş oluruz. Bu anlamda ideoloji sadece egemen sınıfın görüşlerinden oluşmaz. Bütün sınıfların görüşü ideolojiktir.

b) Söylem: Foucault'ya göre toplumsal pratiklerden oluşan söylem kavramı "dilini anlam yaratma ve düzenleme işlevi sayesinde kapatmacı toplumsal kurumların bireyleri sarmalayarak, onları üretken ve itaatkar bedenler haline nasıl getirdiğini açıklama çalışır" (Akt.Üşür 1997: 94).

c) Haber: Van dijk'a göre "Haber, gerçek dünyada bir yerlerde meydana gelen olaylar, kişiler ya da şeyler hakkındaki en son en yeni enformasyona işaret etmektedir" (akt.Dursun 2001:123). Fiske tarafından erkeklere yönelik pembe diziler olan haberlerin en önemli stratejisi kendisini gerçeklik olarak kurmasından kaynaklanmaktadır (Dursun 2001:138). Haber basit ve saf olgulardan ibaret değildir. İçinde zorunlu seçme, çözümleme ve gerçekliğin değerlendirmesini barındırır.

Dolayısıyla habere Hall'un belirttiği gibi "kültürel bir ürün" olarak bakılmalıdır. Postman ve Powers'a (1996:28) göre ise haber en kötü biçimiyle sadece bir "dolgu", reklâmlar gelene kadar izleyicinin ilgisini ayakta tutan bir "tuzak"tır.

d) Tabloid Haber: Temel amacı insanı bilgilendirmekten çok onların hoş vakit geçirmelerini sağlamak olan tabloid haberlerin içeriklerinde, genelde insan ilgisine yönelik magazin olayları, kaza, cinnet, şiddet ve trajedi yer almaktadır. Çaplı'nın da belirttiği (2002:92) gibi tabloid haberler, magazin haberlerinden farklı olmak üzere haber içeriklerinin ve üsluplarının sansasyonelleşmesi sulandırılması ve haber toplanmasında etiğe aykırı yöntemlerin kullanıldığı habercilik anlayışını temsil etmektedir.

e) Eğretileme (metaphor): Fiske'ye göre (2003:123-124) eğer bir geminin dalgaları yarıp geçtiğini söylersek, bir eğretileme kullanıyoruz demektir. Burada saban demirinin hareketini bir geminin baş tarafının hareketinin yerine geçecek biçimde kullanıyoruz. Yaptığımız şey, bilinmeyen bir şeyi bilinen bir şey açısından ifade etmektir. Bilinmeyenlerin "anlamı" bilinenlerin "araçları" aracılığıyla ortaya konmaktadır. İşaret etmemiz gereken diğer bir özellik de, eğretilemenin benzerlik ve farklılığı eş anlı olarak kullanmasıdır. Böylece eğretilemenin paradigmasal olarak çalıştığını söyleyebiliriz, çünkü aracın ve anlamın aynı paradigmaya yerleştirilebilmeleri için yeterli bezeliğe sahip olmaları ve aynı zamanda gerekli karşılaştırmayı yapabilmek için de yeterli farklılığa sahip olmaları gerekmektedir.

f) Düzdeğişmece (metonymy): Eğer eğretileme, nitelikleri bir gerçeklik düzleminden diğerine yer değiştirerek işliorsa, düzdeğişmece de aynı düzlemdeki anlamları birbirleriyle ilişkilendirerek işler. Düzdeğişmecenin temel tanımı, bir parçanın bütünü temsil etmesini sağlamaktır. Gerçekliğin temsil edilmesi kaçınılmaz olarak düzdeğişmeceyi gerektirir. Gerçekliğin bir parçasını, bütünü temsil etmesi için seçeriz. Düzdeğişmecenin seçimi, olayla ilgili inşa edeceğimiz fotoğrafın geri kalanını belirlemektedir (Fiske 2003:127-128). Tüm haber filmleri düzdeğişmecelerdir. Haberde

sunulmak istenen gerçeğin yaratılmasında düzdeğişmeceler kullanılır. Gerçeğin bir parçasını bütünü temsil etmesi için seçtiğimizde düzdeğişmecedan yararlanılır.

g) İroni (Irony): Dolaylı ya da alaylı anlatım olarak tanımlanabilecek olan ironi, işaret ettiği şeyin anlamını değil de tam tersini işaret ederek farklı bir anlam yaratmaktır. İroni bir konuşmacı ya da yazarın düşüncelerini veya hislerinin karşıt anlamını ya da dışarıdaki gerçeğin tam tersini yansıtabilir. Örneğin ıssız bir yerde “Burada gerçek bir kalabalık var” derken ironi yapmış oluruz. (Chandler 2007:134)

h) Yadsıma (Denial): Yadsıma kavramı, ideolojilerin doğallaştırılmasında kullanılan en önemli kavramlardan biridir. “Ben böyle biri değilim ama...” diye başlayan bir cümle yadsıma örneğidir. Yadsıma da, cümlenin başında dile getirilen görüşe ya da fikre tabi olunmadığını ama o fikrin içindeki bir düşüncenin onaylandığı belirtilir. Bu, dolayısıyla o görüşe sahip olduğunu ortaya koyar. Van Dijk’ın (2003:84) dediği gibi yadsıma ifadeleri olumsal kendini sunma ve olumsuz ötekini-sunma biçiminde gerçekleşir.

i) Uslamlama: İfade edilen, benimsenen bir görüşü güçlendirmek için ileri sürülen “sav”ları anlatarak bu görüşü daha inanılır ve gerçeğe uygun hale getirilmeye çalışılmasıdır (Van Dijk 2003:71). Bu tanım çerçevesinde, kanıt gösterme, kişiselleştirme, karşıt gerçeklik oluşturma, örnekleyerek açıklama gibi ifade biçimleri de Van Dijk’e göre uslamlama içinde yer almaktadır.

2. BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE: İDEOLOJİ VE SÖYLEM

2.1. İDEOLOJİ

İdeoloji kavramının şimdiye kadar net bir tanımı yapılamamıştır. İdeolojinin ne olduğuna ilişkin çeşitli anlamlar üretilmişse de hiçbir tanım bu kavramın anlamını net olarak yansıtamamıştır. İdeoloji nedir? Sorusuna kesin bir cevap vermek işte bu noktada olanaksızdır. İdeoloji kavramının tanımlamaları kullanıldığı yere göre farklı anlamlar içerdiğinden kavramın anlamının bu bağlamda nesnelliğini sorgulamak manasız olacaktır. Eagleton (2005) çalışmasının başında bir çok ideoloji tanımından bahsederek bu durumu ortaya koymaktadır. Eagleton'un bahsettiği tanımlardan ikisi ele alınacak olursa kavramın tanımlanmasındaki ve anlamlandırılmasındaki zorluk görülecektir.

İdeoloji, hem bir egemen siyasi iktidarı meşrulaştırmaya yarayan fikirler, hem de bir siyasi iktidarı meşrulaştırmaya yaratan yanlış fikirler olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda eğer fikirlerin yanlışlığından söz edeceksek o zaman ideoloji'nin tamamen kandırmaca üzerine kurulu bir yapısı olduğundan bahsetmemiz gerekir. Meşrulaştırma için kullanılan yanlış fikirler şimdi egemen olan siyasi iktidarı bu konumuna getirmek için kullanılmışsa eğer, burada ideoloji'nin yapısına ilişkin bir sorun ortaya çıkmaktadır.

Şöyle ki; İdeoloji yalnızca yanlış fikirlerden ibaretse, bu yalnızca egemen iktidarın söylemleri için geçerli olamaz. Çünkü İdeoloji yalnızca egemen iktidarın elinde olan ya da daha doğru bir ifadeyle egemen iktidarın sahip olduğu bir şey değildir. Muhalefet de bir ideolojiye sahiptir. "eğer ideoloji terimi egemen siyasi düşüncenin biçimleriyle sınırlı ise bu tür bir hareket hatalı ve gereksiz şekilde kafa karıştırıcı olur -Sosyalist ideoloji'yi bir muhalif ideoloji olarak göz önüne alırsak,- ideoloji sadece hakim inanç sistemleri anlamına gelseydi ya da ideoloji en azından bir sosyalist için kaçınılmaz

olarak yanılısamaya,mistifikasyona ve yanlış bilince gönderme yapan bir şey olsaydı “sosyalist ideoloji”den bahsetmek anlamlı olmazdı” (Eagleton 2005:25).

İdeoloji dil ile ilgili değil söylemle ilgili bir meseledir. Bu yüzden her şeyin ideolojik olduğunu söylemenin bir yararı yoktur. Bu bağlamda ideoloji kimin kime hangi amaçlarla ne söylediğine ilişkin bir mesele olarak görülmektedir. Bu anlamda bir örnek verilecek olunursa, “Britanya’da anayasal monarşi olduğunu belirtmek siyasi bir önermedir; buna karşılık , ancak bazı inançlar içermeye başladığında-örneğin “...ve bu da iyi bir şeydir” gibisinden örtük bir ima taşıdığına- ideolojik bir önerme olur” (Eagleton 2005:32).

Eagleton (2005:69) bu düşünceler üzerine şöyle bir değerlendirme yapar: “Bir başka anlatımla, ideoloji yalnızca bu durum hakkında ne düşündüğümüz meselesi değildir; ideoloji bir biçimde o durumun içine işlenmiştir. Bir parkta üzerinde “Yalnızca Beyazlar!” Yazılı bir bankta otururken, kendi kendime ırkçılığa karşı olduğumu anımsatmanın faydası yoktur, bu bankın üstünde oturma edimimle ırkçı ideolojiyi desteklemiş ve yaşatmış oluyorum. İdeoloji, deyim yerindeyse, kafamda değil oturduğum banktadır”.

İdeolojinin meşrulaştırma ve rasyonalleştirme unsurları özellikle egemen sınıfın elinde ve onlar tarafından savunulurken daha bir göz önünde olmaktadır. Çünkü, egemen sınıflar ne her zaman kendilerini aldatırlar, ne de her zaman yaptıkları propagandaya tamamen inanırlar. Meşrulaştırma ve rasyonalleştirme kavramlarının ilgili olduğu önemli bir unsurda çıkar kavramıdır. Çıkar ideolojilerin kendilerini evrenselleştirmesine ve ölümsüzleştirmesine de doğrudan hizmet eder. Egemen ideolojinin olduğu kadar, ezilen grubunda bir çıkarı söz konusudur. Bir anlamda boyun eğmenin mantığı olarak nitelendirilebilecek durumu, Eagleton (2005:87) şöyle açıklar: “Ezilen bir grubun kendi durumu hakkında, kendini kandırması bir anlamda açıkça kendi çıkarına değilse de, bir başka anlamda çıkarınadır. Çünkü bu tür bir kendini aldatma, mevcut koşulları daha katlanabilir kılabilir”.

İdeolojinin kendini evrenselleştirmesi ya da meşrulaştırmasına doğrudan hizmet eden bir başka süreçten daha bahsedilmesi gerekirse bu da doğallaştırma kavramıdır. Eagleton bireyleri son günlerde moda olan bir inanca karşı, öznenin sözlerine belli bir mesafeden bakmasının kesinlikle ilerici bir hareket olduğu karşısında uyanık olması konusunda uyardığıdır. “Bir batılı liberal olarak düşündüğümün farkındayım, ama İslamiyet’in barbarlara özgü bir inanç olduğuna bütün kalbimle inanıyorum” (Akt:Eagleton 2005:93).

“Başarılı ideolojilerin , çoğu kez, kendi inançlarını doğal ve apaçık kılmayı, onları hiç kimsenin daha farklı olabileceklerini hiçbir zaman aklına bile getirmeyeceği şekilde bir toplumun “sağduyusu” ile özdeşleştirmeyi başardığı düşünülür. Pierre Bourdieu’nun doxa adını verdiği bu süreç, ideolojinin , kendi ile toplumsal gerçeklik arasında mümkün olduğunca sıkı bir örtüşme yaratmasını ve böylece eleştiri manivelasının yerleştirilebileceği, yarığı kapatmasını içerir. Toplumsal gerçeklik, ideoloji tarafından (ideoloji’yi yaratanın aslında gerçekliğin kendisi olduğu hakikatini örtecek bir şekilde) kendisi ile aynı alanı kaplayan bir şey olarak yeniden tanımlanır” (Eagleton 2005:94).

İdeoloji kavramının oluştuğu ve geliştirildiği kuramsal köken Marxist kuramdır. Marx’ın ideoloji tanımı Alman İdeolojisi’nden Kapital’e kadar farklılık gösteren kavramlar içermektedir. Literatürde yaygın olarak yer alan görüş Marx’ın ideolojiyi yanlış bilinç³ olarak tanımladığına ilişkindir. Burada bu düşüncenin Marx’dan miras alındığı görüşü genel bir kabul içermesine rağmen yanlış bilinç tezi Engels’e aittir. Marx ve Engels Alman İdeolojisinde yaşamın bilinç tarafından değil bilincin yaşam tarafından belirlendiğini vurgulamaktadırlar.

“Bilinç, demek ki, daha baştan toplumsal bir üründür ve insanlar mevcut oldukları süreçte böyle kalır. Elbette ki, bilinç, her şeyden önce, yalnızca en *yakın* duymusal çevrenin bilincidir, ve bilinçlenmekte olan bireyin, kendisi dışında yer alan öteki şeyler ve öteki kişiler ile olan sınırlı bağlantısının bilincidir; bilinç, aynı zamanda, insanların karşısına önceleri baştan aşağı yabancı, mutlak güçlü ve karşı çıkılmaz bir güç olarak dikilen,

³ Yanlış bilinç kavramından hareketle Peter Sloterdijk “aydınlanmış yanlış bilinç” kavramından söz eder. Sloterdijk bu kavramı “kendi yapmacık rasyonalizasyonlarının iç yüzünü çok iyi bilen bir toplumun kendisine durmadan ironik bir biçimde bakması ya da kendi kötü niyetinin tamamen farkında olması durumu” biçiminde açıklar. Sloterdijk’in bu açıklamasının üzerine Zizek yaptığı düzeltmeyle kavramın anlamını genişletir. Sloterdijk: Ne yaptıklarını çok iyi bilirler, ama buna rağmen yapmaya devam ederler. Zizek: Kendi etkinliklerini yerine getirirken, bir yanılısamın peşinde koştuklarını bilirler, ama yine de koşmaya devam ederler. (Akt:Eagleton 2005:67-69)

insanların kendisine karşı düpedüz hayvanca bir davranış içinde buldukları ve insanları da hayvanları ürküttüğü kadar ürküten bir doğa bilincidir; o halde salt hayvansal bir doğa bilinci (doğa dini) —ve, öte yandan, çevresindeki bireylerle ilişki kurmak zorunluluğunun bilinci, toplum halinde yaşamakta olduğu bilincinin başlangıcıdır. Bu başlangıç, hayvansaldır; basit bir sürü bilincidir, ve burada, insan, koyundan, yalnızca bilincin içgüdünün yerini alması olgusuyla ya da içgüdüsünün bilinçli bir içgüdü olması olgusuyla ayırt edilir. Bu sürücül, ya da kabilesel bilinç, üretkenliğin artmasıyla, gereksinmelerin çoğalmasıyla ve daha önceki iki unsurun temeli olan nüfusun çoğalmasıyla orantılı olarak gelişir ve yetkinleşir.” (Marx ve Engels 2004:55-56)

Eagleton’a göre (2005:110) Marx’ın İdeoloji kuramı, muhtemelen en uygun şekilde Ekonomi ve Felsefe Elyazmaları eserinde (1844) ve başka yerlerde geliştirdiği daha genel yabancılaşma kuramının bir parçası olarak görülebilir. Marx’ın 1844 elyazmalarında bahsettiği yabancılaşmanın dört temel özelliği vardır: bunlar insanın önce doğadan sonra kendisinden daha sonra türsel varlığından ve son olarak da başkalarından yabancılaşmasıdır. Yabancılaşmaya daha detaylı olarak bakılırsa Marx’ a göre (2005:140)

“İşçi ne kadar çok zenginlik üretir, üretimi erk ve hacim bakımından ne kadar artarsa, o kadar yoksul duruma gelir. Ne kadar çok meta üretirse o kadar ucuz bir meta olur. insanların dünyasının değersizleşmesi, nesnelere dünyasının değer kazanması ile orantılı olarak artar. Emek sadece emtia üretmekle kalmaz; genel olarak emtia ürettiği ölçüde, kendi kendini ve işçiyi de meta olarak üretir.”

Eagleton’a (2005:131) göre Alman İdeolojisi ve Kapital’de bahsedilen ideoloji arasındaki fark, ideolojinin Alman İdeoloji’inde şeyleri gerçekte oldukları gibi görmeme meselesi iken, Kapital’de gerçekliğin kendisinin iki yüzlü ve aldatıcı olması meselesidir.

İdeoloji hakkında genel bir girişten sonra araştırmamızın kuramsal çerçevesini oluşturan düşünürlerin ideoloji hakkındaki görüşleri aşağıda ele alınmaktadır.

2.1.1. Antonio Gramsci ve Hegemonya Kavramı

Marx’ın en önemli kuramsal mirasçılarından olan Gramsci’nin düşüncesindeki kilit kavram ideoloji değil hegemonyadır. Hegemonya kavramı Gramsci için, yönetici gücün hükmettiği bireylerin rızasını alma anlamını taşır. Bu bağlamda hegemonya kavramının içerisinde rıza üretme mekanizması da bulunur. Hegemonya ve ideolojinin arasındaki farktan bahseden Eagleton (2005:164) bunu bir örnekle açıklar;

“Güney Afrika’daki ırkçı ideolojinin işleyiş biçimini düşünelim, fakat aynı zamanda hegemonya, ideolojiden daha geniş bir kategoridir; ideolojiyi kapsar, ama ona indirgenemez. Bir egemen grup veya sınıf kendi iktidarı için gerekli rızayı ideolojik araçlarla sağlayabilir, ama aynı ölçüde, vergi sistemini desteğine gereksinim duyduğu kesimin yararına olacak şekilde değiştirerek, ya da nispi olarak refaha ulaşmış ve dolayısıyla siyasi yönden uyusuk bir işçi tabakası yaratarak da hedefine ulaşabilir; ya da hegemonya, ekonomik olmaktan çok siyasi bir biçim alabilir.”

Anlaşılacağı üzere hegemonya kavramı hem yönetici bir sınıf olarak proletaryaya hem de bu yönetimin uygulanmasına ilişkindir. Bu, egemen sınıfın, karşıt gruplar üzerinde zorunlu olarak uygulayacağı zorlama demektir. Fakat bu aynı zamanda proletarya ile işbirliği yapmaya razı olan ve destekçilerinin de fikir ve kültür alanında yönetilmesi anlamına da gelir. Burada hükmeden ile yöneten arasındaki ayırmadan söz edilebilir. Gramsci’nin ifade ettiği anlamda iktidarı ele geçirerek hükmetme sağlanabilir, ama bundan sonra yönetimi ele geçirmek söz konusudur. Dolayısıyla bu iki durum arasında diyalektik bir bağ vardır. Bir grup ya da zümre iktidarı ele geçirmeden yönetici olabilir, hükmeden olduğu zaman bu yönetici rolünü kaybederse bu onun için felaket demektir (Gramsci 2007:31-32).

Gramsci hegemonya kavramını sivil toplum alanı ile ilişkilendirir. Gramsci’ye göre sivil toplum alanı devlet ile ekonomi arasındaki bütün aracı kurumlardan oluşur. Gramsci’nin sivil toplum kavramı Marx ve Engels’ten çok Hegel’e yakın durmaktadır. Çünkü devleti ekonomik ilişkilerden doğan çıkar çatışmalarının düzenlenme biriminden çok üstyapıya ait bir hâkimiyet alanı olarak görür (Çaha 2004:38). Sivil toplum, yalnız karmaşık maddi ilişkiler bütününe değil aynı zamanda ideolojik-kültürel ilişkileri, manevi ve entelektüel yaşamın tümünü içerir (Woolcock 1985:204). Özel televizyon kanalları, aile,erkek izci hareketi, Metodist kilisesi, anaokulları, İngiliz ordusu, Sun gazetesi. Bütün bunlar bireyi egemen iktidarı baskıdan çok rıza ile bağlayan hegemonik aygıtlar olarak görülür (Eagleton 2005:165).

Anlaşılacağı gibi bu durum kamuoyu oluşturulması anlamına gelmektedir. Devlet popüler olmayan bir eyleme başlamadan önce sivil toplumun gazete, radyo v.b. bazı öğelerini örgütleyerek uygun bir kamuoyu yaratmaya çalışabilir. Böylelikle rıza üretme de sağlanmış olur. Üşür’ünde belirttiği gibi (1997:28) Gramsci’nin geliştirdiği kuramsal

modelinin temeli sivil toplum ve devlet arasındaki ilişkinin tarihsel blok kavramı aracılığıyla hegemonya kavramına bağlanmasına dayanmaktadır. Laclau'ya (2000:47) göre Gramscici anlamda sivil toplumun hegemonyasının tipik bir örneği orta çağdaki klise de görülebilir.

Gramsci'ye göre bir sınıf hegemonik sınıf haline üç aşamada gelir. Birinci aşamada söz konusu sınıf ekonomik olarak devrimci hale gelir; diğer bir deyişle ekonomik temeli değiştirme ve üretici güçlerin kendilerini ve olası geleceklerini dönüştürebilmelerini sağlayacak yeni üretim ilişkileri kurma becerisine sahip olur. Gramsci'ye göre bir sınıf devlet iktidarını almaz; devlet haline gelir (Laclau ve Mouffe 2008:120). İşte ikinci aşamada, siyasi egemenliği yeniden şekillendirmek ve kendi çıkarları doğrultusunda kullanmak için devletin kontrolü ele geçirme aşamasıdır. Üçüncü aşama ise entelektüel ve ahlaki düzlemde gerçekleşir. Egemen sınıf, toplumun diğer kesimlerine sınıf egemenliğinin karakterini perdeleyen bir dünya tasarımı empoze eder. Diğer sınıflar bu dünya tasarımını doğal ve evrensel olarak kabul ederler. Bu son aşama sivil toplum alanında gerçekleşir (Woolcock 1985:205). Gramsci için bu aşamada ekonomik, politik ve entelektüel hedefler ideolojik mücadele sayesinde bütünleşir (Üşür 1997:31). Bir sınıf bu üç noktadan geçerek hegemonik sınıf olur, sosyal formasyon ise bir tarihsel blok teşkil eder; yani egemen sınıf diğer sınıflarla bloklaşarak hegemonyaya dayalı bir blok oluşturur. Hegemonik bir iktidar kapitalist üretim biçiminin temel sınıflara yapısal bir zorunluluk olarak getirdiği nesnellik değil, sınıf mücadelesi içinde toplumsal sınıfların politik ve ideolojik düzeydeki becerisine bağlı olarak gelişen bir durumdur. Yani hegemonya kurulabilir, ama kurulmayabilirdir. Gramsci'nin kuramının özgünlüğü bu bağlamda hegemonya kavramının kuramlaştırılmasına ve bu kavramın tarihsel blok kavramıyla bağlantısına bağlı görünmektedir (Üşür 1997:31-32).

Gramsci organik ideolojiler ve keyfi ideolojiler arasında bir ayrım yapar. Organik ideolojiler belli bir toplumsal yapıda bütünlüğü sağlamak için gerekli olan bilinç formlarını tanımlar ve varlığı toplumsalın devamında yapısal bir zorunluluktur. Diğerleri ise kişisel spekülasyonlar olarak tanımlanabilecek tasarımlardır (Üşür 1997:32). Gramsci şöyle der (2007:82);

“Organik ideolojiler, tarih bakımından zorunlu olmaları nedeniyle bunların bir geçerliği vardır; bu da psikolojik bir geçerliktir; bu ideolojiler insan yığınlarını örgütler, insanların üzerinde harekete geçecekleri, durumlarının bilincine erecekleri, savaşıacakları, vb. zemini hazırlar; keyfi olanlar ise bireysel hareketlerden, polemiklerden, vb. başka bir şey meydana getirmez (bunlar da büsbütün yararsız değildir, çünkü hakikate karşı çıkan ve onu pekleştiren bir hata rolünü oynarlar).”

Gramsci'nin organik ideoloji anlayışı bilinç kavramını da beraberinde getirir. Gramsci'ye göre devrimin gerçekleştirilmesi için halkın bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Marxist kurama göre bu kendiliğinden gelişecektir. Fakat Gramsci buna itiraz eder. O'na göre halkı bilinçlendirmek gerekir. Bunu yapacak kişiler ise aydınlardan başkası olamaz. Organik ideolojiler halkı bilinçlendirecek bunu da organik aydınlar sağlayacaktır.

“Organik aydınlar (ki Gramsci'nin kendisinde onlardan biridir) oluşmakta olan bir toplumsal sınıfın ürünleridir ve rolleri, söz konusu sınıfa kültürel ,siyasal ve ekonomik alanlarda homojen bir öz bilinç kazandırmaktadır. Organik aydın kategorisi yalnızca ideologları ve felsefecileri kapsamaz...bu tür bir figür eski idealist tarz aydın gibi, derin felsefi düşüncelere dalan bir kimse olmaktan çok, toplumsal yaşama etkin bir biçimde katılan ve bu yaşamda zaten içerilmekte olan olumlu siyasal akımların kuramsal ifade kazanmasına yardım eden, örgütleyen inşa eden durmaksızın iken eden bir kimsedir” (Eagleton 2005:172).

Anlaşılabacağı gibi aydınların görevi hem sınıfsal örgütlenmeler ve hegemonya aracılığıyla sınıf iktidarını sağlamlaştırmak hem de sınıf mücadelesinden karşı hegemonyanın doğmasını sağlamak rolünü üstlenirler. Her iki durumda da organik aydının oynadığı rol, Gramsci'nin deyişiyle belirli bir pratik üzerine teori kurmaktır. “Teori, pratiğin temel unsurlarına uygun düşüp, onlarla özdeşleşir,tarihsel süreci davranış haline getirerek hızlandırır. Böylece pratiği daha bir cinsten (homojen) daha bütün öğeleri üzerinde daha etkili kılar, yani bunlara en büyük gücü kazandırır ya da herhangi bir teorik durum yaratılarak, gerçekleştirilmesi için gerekli unsur organize edilir” (Gramsci 2007:68).

Organik aydınının karşıtı ise Eagleton'ın (2005:174) ifadesiyle kendisinin toplumsal yaşamdan büyük ölçüde bağımsız olduğuna inanan geleneksel aydındır. Aydın bu hale değerlerini savunduğu sınıfın oluşturduğu tarihsel bloğun “eskimeye” başlamasıyla, egemenlik mücadelesine giren yeni sınıfların sahneye çıkmasıyla gelir. "Geleneksel" denmesinin nedeni bu tip aydınların yürürlükte olan ancak bir yandan da değişme

sürecine girmiş üretim tarzına bağlı ve hem de kaybolmakta olan bir sınıfın "organik" aydınları oluşları, şu anda yükselmekte olan sınıfa organik olarak bağlanmayışlarıdır.

Geleneksel aydınlar egemen sınıfın ekonomik, politik ve kültürel çıkarlarının ve değerlerinin savunucusudurlar. Kendilerinin yönetici sınıftan bağımsız olduklarına duydukları inanç Gramsci'ye göre felsefi idealizmin –Alman İdeolojisinde ahmaklıkla ithaf edilen fikirlerin başka fikirler olduğu inancının maddi temelidir. (Eagleton 2005:174-175) Marx ve Engels'e göre fikirlerin bağımsız bir tarihi olmadığı gibi aynı zamanda özgül tarihsel koşulların ürünleridir.

“...fakat düşüncenin bağımsızlığına duyulan bu inanç, belirli bir yönetici sınıfın fazlasıyla çıkarına olabilir ve bu bağlamda şimdi geleneksel olan aydın, bir zamanlar tam da bu toplumsal bağlantısızlığı içinde organik bir işlevi yerine getirmiş olabilir. Aslında Gramsci de spekülative dünya görüşünün, gücünün doruğunda olan bir sınıfa özgü olduğunu iddia ederken bunu vurgulamaktadır. Geleneksel aydının fikirlerin özerkliğine duyduğu inancın basit bir yanılsama olmadığını her zaman aklımızda tutmamız gerekir. Orta sınıf toplumunun verili maddi koşullarında, aydınlar sınıfının bu tür üyeleri toplumsal yaşamla ilişkili olarak oldukça “dolayımli” bir konum işgal ederler” (Eagleton 2005: 175).

Görüldüğü gibi organik aydınlar savundukları sınıfın oluşturduğu tarihsel bloğun eskimeye başlamasıyla organik aydın niteliklerini kaybedip geleneksel aydına dönüşmektedir. Yeni oluşan tarihsel blok ise kendi organik aydınlarını yaratmaktadır. Halkı yeni dönemin tarihsel bloğuna göre bilinçlendirmek yeni organik aydınlarında en önemli görevidir.

Gramsci'nin İdeoloji kuramına en büyük katkısı hegemonya kavramını ortaya koyması olmuştur. Hegemonya ve ideoloji kavramları arasında ki ayrımı belirtip, hegemonyanın işleyişinde rıza üretme mekanizmasının işleyişinden bahsederek, egemen sınıfın baskı olmadan bireyleri nasıl ikna ettiğini göstermiştir. Gramsci'nin düşünceleri Althusser ve Stuart Hall gibi kuramcılarını da etkilemiştir. Ayrıca Marx'ın ve Lenin'in teorilerinde boş kalan halkın nasıl bilinçleneceği noktasında aydının rolünü vurgulayarak, bu anlamda öncüllerinin analizini bir adım daha ilerletmiş olmaktadır. Üşür'e göre Gramsci'nin kuramsal katkısının önemi, “kapitalist devletin zor adayalı iktidarını vurgulamak yerine, bu zoru görünmez, hatta giderek gereksiz kılacak iktidar biçimlerine dikkati çekmesidir. Bu tür bir iktidar, ideolojinin dolayımı ile olanaklıdır ve hegemonya kavramında somutlaşır”(Üşür 1997:28).

Laclau ve Mouffe ise Gramsci'nin kuramını şöyle değerlendirirler.

“...Gramsci'nin düşüncesi, işçi sınıfının-sonuçta sınıfı çelişkili duruma götüren-statüsüne ilişkin temel bir muğlaklık çevresinde boşluğa düşmüş görünmektedir. Bir yandan, işçi sınıfının politik merkeziliği tarihsel, olumsal bir karaktere sahiptir: sınıfın kendi dışına çıkmasını, kendi kimliğine bir mücadeleler ve demokratik talepler çoğulluğunu eklemeyerek, bu kimliği dönüştürmesini gerektirir. Diğer yandan, bu eklemleme rolü ona ekonomi tarafından verilmiş gibidir.” (Laclau ve Mouffe 2008:122)

Gramsci'nin ardından, çalışmamız için önem taşıyan bir başka kuramcı Lois Althusser'i ele alacağız. Şimdi onun Devletin İdeolojik Aygıtları ve onların işleyişlerini açıklamaya çalışarak ideoloji kısmını sonuçlandıracağız.

2.1.2. Lois Althusser ve Devletin İdeolojik Aygıtları

Althusser ideoloji kavramını olumsal bir anlamda kullanarak Marxist ideoloji kavramını alt üst eder. Klasik Marxist terminolojide, ideoloji bilim karşıtı bir kavram olarak hakim sınıfın işçi sınıfının bilincini çarpıtmak üzere nesnelere farklı ele almasıdır. Fakat Althusser işçi sınıfının bilincini yansıtan görüşleri de ideoloji olarak görür, bunlara olumsal değerler atfeder ve bilimden de ayrı tutar. Althusser'e göre ideoloji her yerdedir ve tüm sistemler özü itibarıyla birer ideolojidir. Althusser'e göre ideoloji egemen sınıfların ideolojisiyle birleştirilmiş kurumlar olarak karşımıza çıkmakta ve kurumlar bireylerin yada Althusser'in deyimiyle öznelere üretim ilişkileri ile ilgilenmekte ve onların mevcut üretim ilişkilerini kabul etmelerini şart koşmaktadır.

“Marxist bir dil kullanırsak, üretim sömürü, baskı ideolojikleştirme ve bilimsel pratik etmeni konumunda bulunan bireylerin gerçek varoluş koşullarının tasarlanması, son kertede üretim ilişkilerinden ve üretim ilişkilerinden türeyen ilişkilerden kaynaklanıyorsa şöyle diyebiliriz: her ideoloji, yarattığı ve imgesel olması zorunlu çarpıtmasında, varolan üretim ilişkilerini değil ama her şeyden önce, bireylerin üretim ilişkileri ve bu ilişkilerden türeyen ilişkilerle kurdukları ilişkiyi tasarılar. Demek ki, ideoloji de tasarılanan, bireylerin varoluşunu yöneten gerçek ilişkiler sistemi değil, bu bireylerin boyun eğerek yaşadıkları gerçek ilişkilerle kurdukları imgesel ilişkidir.” (Althusser 2003:92)

Bu koşullar altında birey, pasif bir alıcı olarak görülmekte ama kendilerine sürekli olarak ideoloji tarafından “özne” diye seslenilmektedir. Şöyle der Althusser; (2003:101-102)

“İdeoloji bireylere özne diye seslenir... “yaptığım bu saptama ve verdiğim somut örneklerle, benimde sizlerinde zaten hep birer özne olduğumuzu ve özne olduğumuz için , ideolojik kabul etme kurallarını durmaksızın yerine getirdiğimizi belirtmek istedim; işte bu kuralları uygulamamız sayesinde ki, bizim somut, bireysel, başkasıyla karıştırılmaz ve doğaldır ki yeri tutulmaz özneler olmamız güvenceye alınır. Şu an yaptığım yazma eylemi ile sizin şu an yerine getirdiğiniz okuma eylemi, bu eylemlerin her ikisi de, bu açıdan bakıldığında ideolojik kabul etme kurallarıdır; benim ileri sürdüğüm düşüncelerin “hakikaten böyle olmalarının” (hakikaten böyle! diyeceksiniz belki de) kendilerini zorla kabul ettiren apaçıklığı da aynı çerçevede kalır...Her tür ideoloji, özne kategorisinin işleyişi sayesinde, somut bireylere somut özneler olarak seslenir.”

Anlaşılabileceği üzere bireyler kendilerini ideolojinin dışında sanırlar. Ama her zaman içindedirler. Çünkü yukarıda da belirtildiği gibi İdeoloji her yerdedir. Ayrıca İdeoloji hiçbir zaman ben “ideolojiğim” demez. Bu duruma Althusser (2003:104-105) şöyle açıklık getirir;

“İdeolojinin dışında olup bitirmiş gibi gelenler, gerçekte ideolojinin içinde olup bitenler. Gerçekte ideolojinin içinde olup bitenler, demek ki ideolojinin dışında olup biten gibidirler. İşte , ideolojinin içinde olanlar da, yani sizler ve ben , tanım gereği ideolojinin dışında olduklarını sanırlar: ideolojinin ideolojik kimliğinin ideoloji tarafından pratik düzlemde yadsınması da ideolojinin yol çatığı sorunlardan biridir: ideoloji asla “ideolojiğim” demez, ideolojideyim (tümüyle kural dışı bir durum) ya da ideolojideydim (genel durum) diyebilmek için ideolojinin dışında , yani bilimsel bilgide olmak gerekir... Başka deyişler İdeolojinin (kendisine göre) dışarıyı yoktur ama bir yandan da (bilim ve gerçekliğe göre) dışarıdan başka bir şey değildir”.

Althusser her ideolojinin yapısının ayna nitelikli ve çifte yansımali olduğunu, aynadaki suretin ideolojiyi oluşturduğunu ve ideolojinin işleyişini sağladığından bahseder. O’na göre ideolojinin çifte ayna nitelikli yapısı aynı anda şunları sağlar:

- 1) Bireylere özne olarak seslenilmesi
- 2) Özne ile öznelerin, öznelerin kendi aralarında birbirlerini tanımaları ve öznenin kendi kendisini tanınması
- 3) Her şeyin tam da böyle olduğuna ilişkin mutlak bir güvence. (Althusser 2003:112)

Althusser ideolojinin bu çifte yansımali yapısını gösterdikten sonra İdeolojinin nasıl somut olarak işlediği sorusuna yanıt vermeye çalışır. O’na göre bunun nedeni basittir. “Yaratılan ideolojik etkinin dayandığı ilke basit bu ilke tanıma/kabul etme, özneleştirme/tabii kılma ve güvencedir, bu üç terimin merkezi ise özneleştirme/tabii kılmadır. İdeoloji zaten hep özne olan bireyleri, yani beni ve sizleri “işletir”. (Althusser 2003:115)

Althusser her fırsatta ortaya koymuş olduğu ideolojilerin bireyleri özne olarak çağırmasını burada bir kez daha vurgulayarak analizinin temel noktasını belirtir. Şimdi incelenmesi gereken ideolojinin devlet tarafından nasıl kullanıldığının anlaşılmasıdır. İdeoloji Devletin İdeolojik Aygıtları tarafından üretilmekte ve yayılmaktadır. Dolayısıyla Devletin İdeolojik Aygıtlarının (DİA) asıl işlevi egemen sınıfın ideolojisini diğer sınıflara taşımak ve bu ideolojiyi yeniden üretmek olmaktadır. Althusser DİA'ların nasıl işlediğine geçmeden önce, alt yapı-üst yapı ilişkisinin analizinin yapılması konusunda bizleri uyarır.

“Devletin İdeolojik Aygıtlarının öyle bir özelliği vardır ki, bu aygıtlar, üst yapıya ait oldukları için, devletin baskı aygıtının koruması ve yardımı sayesinde üretim ilişkilerinin yeniden üretimini sağlarlar. Üretim ilişkilerinin yeniden – üretimini, üretimin vb etmeni olan öznelerin vicdanında sağladıkları için üretim ilişkilerinin ideolojik aygıtlar tarafından söz konusu yeniden üretimin ve bu aygıtların üretim etmeni olan özneler üzerinde yarattığı ideolojik etkilerin üretim ilişkilerinin kendi işleyişi içinde sağlandığını belirtmek zorundayız...Dinsel ideoloji, ahlaki ideoloji, hukuki ideoloji, hatta siyasal ideoloji gibi ideolojiler, üretim ilişkilerinin yeniden üretimini (yani üst yapıdan kaynaklanan DİA sıfatıyla) kendi başına işlemesine katkıda buldukları üretim işleyişinin bağrında sağlamaktadır. (Althusser 2003: 117-118)

Althusser'e göre alt-yapıya üretim ilişkileri egemendir. Üretim ilişkileri hem üretim ilişkileri hem de sömürü ilişkileri olarak işlerler.

“Üretimde, üretim ilişkilerinin işleyişi, ideoloji ile baskının bir düzenlenişi ile sağlanır; bu düzenlenişeyse ideoloji egemen rol oynar. Üst-yapı tümüyle devletin çevresinde toplanır. İktidardaki sınıf (ya da sınıfın) temsilcilerine hizmet eden devlet aygıtlarını, yani Devletin İdeolojik aygıtları ile baskı aygıtını kapsar. Üst- yapının, dolayısıyla tüm devlet aygıtlarının temel rolü, proleterlerin ve diğer ücretli emekçilerin sömürülmesinin sürmesini sağlamaktır, yani aynı zamanda sömürü ilişkileri de olan üretim ilişkilerinin sürdürülmesini, yani yeniden-üretimini sağlamaktır”. (Althusser 2003:120)

Althusser'e göre Üst- yapı ile Alt-yapı en başta Devletin İdeolojik Aygıtları içerisinde (keskin bir biçimde) iç içe geçmektedir. Dolayısıyla aynı bağlamda Devletin İdeolojik aygıtları da etkinliklerinin büyük bir kısmını üretim ilişkilerinin yeniden-üretimini sağlamak amacıyla, üretim ilişkilerinin işleyişinde gerçekleştirdikleri ölçüde üst yapıda yer alabilecektir.

Alt-yapı ve Üst-yapı arasında ilişkiden bahsettikten sonra DİA'ların ne olduğu sorusuna geçilebilir. Althusser'e göre DİA'lar devletin (baskı) aygıtlarıyla aynı şeyler değildir.

Althusser devletin baskı aygıtlarını oluşturan kurumlara örnek olarak hükümet, ordu, polis, mahkemeleri gösterir. Burada baskı sözcüğünün anlamı “zor kullanma”dır. Bu Althusser’in deyimiyse hiç olmazsa en uç noktada zor kullandığını belirtmeye yöneliktir. DİA’lara örnek olarak ise şu kurumları verebiliriz. Dinsel DİA, Öğrenimsel DİA, Hukuki DİA, Siyasal DİA, Sendikal DİA, Haberleşme DİA’sı ve Kültürel DİA.

Althusser Devletin İdeolojik Aygıtları ve Devletin Baskı aygıtları arasında ki ayrımı belirttikten sonra bu iki aygıtın yapısını çözümlenmeye girişir. Ona göre ne sadece ideolojiye dayanan aygıt vardır ne de sadece baskıya. Şöyle der Althusser (2003:170-171);

DİA’lar Devletin (baskı) aygıtından şu temel farkla ayrılırlar. Devletin (Baskı) aygıtı “zor kullanarak” işler oysa DİA’lar ideoloji kullanarak işlerler...Devletin (Baskı) Aygıtının, öncelikle baskıya (fizik baskı dahil) ağırlık vererek işlenmesi, ancak ikincil olarak da ideolojiyi kullanarak işlenmesidir. Bütünüyle baskıya dayanan aygıt yoktur.Aynı biçimde ancak tam tersine , Devletin İdeolojik Aygıtlarının da öncelikle ideolojiye ağırlık vererek işlediği, ikincil anlamda da uç durumda, ancak bir tek uç durumda, çok hafifletilmiş, gizlenmiş, hatta simgeselleşmiş bile olsa, baskı kullanarak işlediğini söylemek gerekir. Salt İdeolojik aygıt yoktur.

Althusser söz konusu iki aygıtın işleyişinden de söz eder. Althusser’e göre (2003:171-172) DİA’lar ideolojiye öncelik vererek işlerler. “Eğer ilke olarak “egemen sınıf”ın devlet iktidarını elinde tuttuğunu dolayısıyla Devletin (Baskı) Aygıtını elinde bulundurduğunu düşünürsek, egemen sınıfın DİA’larda etkin olduğunu kabul etmemiz gerekmektedir” çünkü Devletin İdeolojik Aygıtlarında gerçekleşende egemen sınıfın ideolojisinin ta kendisidir. Dolayısıyla, hiçbir sınıf Devletin İdeolojik Aygıtları içinde ve üstünde kendi hegemonyasını uygulamadan devletin iktidarını kalıcı olarak elinde tutamaz.

Althusser Devletin (Baskı) Aygıtının rolünü ve Devletin İdeolojik Aygıtlarının işleyişine olan katkısını da şu şekilde belirtir; “son kertede sömürü ilişkileri olan üretim ilişkilerinin yeniden üretiminin siyasal koşullarını, baskı aygıtı olarak, özünde zor(fiziksel ya da değil) kullanarak sağlamaktan ibarettir. Devlet aygıtı büyük ölçüde kendi yeniden üretimine katkıda bulunmakla kalmaz aynı zamanda ve de özellikle, baskı yoluyla (en sert fiziksel güçten basit idari yasak ve emirlere, açık ya da gizli

sansüre vb. kadar) Devletin İdeolojik Aygıtlarının işleyişinin siyasal koşullarını sağlar. (Althusser 2003:174-175)

Althusser'in DİA'ların nasıl işlediğini gösterirken ve özellikle öğrenimsel aygıtın kapitalist toplumlarda neden egemen DİA olduğunu açıklarken aşağıdaki maddelerden söz eder. Bu maddeler özetlenirse; (Althusser 2003:179)

- 1) Tüm DİA'la hangisi olursa olsun, aynı hedefe yönelir: üretim ilişkilerinin yeniden üretimi, yani kapitalist sömürü ilişkilerinin yeniden üretimi.
- 2) Her biri bu tek hedefe kendine özgü yoldan katkıda bulunur: Siyasal aygıt bireyleri devletin siyasal ideolojisine uydurur.- bu ya “demokratik” ya da “dolaylı” (parlementer) ideolojidir, ya da dolaysız (plebistçi ve faşist) ideoloji. Haber aygıtı tüm “yurttaşları” basın , radyo, televizyon ile günlük milliyetçilik, şovenizm, liberalizm, ahlakçılık vb. dozlarıyla besler. Kültürel aygıt da aynı şeyi yapar
- 3) Bu konsere zaman zaman çelişkilerin bulandırdığı tek bir partiyon günümüz egemen sınıf ideolojisinin partiyonu egemendir. Milliyetçilik , ahlakçılık, ekonomizm.
- 4) Okul egemendir bu konsere.

Görüldüğü üzere öğrenimsel DİA, haberleşme DİA'sı ve kültürel DİA yoluyla işleyişini sürdürmekte ve işlevini gerçekleştirmektedir. Yani kapitalist formasyonun üretim ilişkileri, “yani sömürülenlerin sömürenlerle, sömürenlerinde sömürülenlerle olan ilişkilerinin büyük bir bölümünün yeniden üretimi, egemen sınıf ideolojisinin kitlesel biçimde “kafalara yerleştirilmesi” ile kaplanmış birkaç becerinin öğrenilmesi ile sağlanır. (Althusser 2003:181)”

Sonuç olarak Althusser'in ideoloji kuramı, ideolojilerin üretilmesi, bireyi nasıl çağırdığı ve nasıl işlediği konusunda yanıtlar vermektedir. Althusser, Devletin İdeolojik Aygıtları ve Devletin Baskı Aygıtları tanımlamalarını yaparak, hem bu aygıtların birbirinden farkını ortaya koymakta hem de ideolojinin nasıl işlediğini, bu aygıtların birbirleriyle alt-yapı üst-yapı ilişkileri aracılığıyla birbirlerinin varlıklarını sağladıklarını

göstermektedir. DİA'lar toplumda ideolojiyi oluşturan yayan ve yeniden üreten kurumlar olmakla beraber, Althusser bunların içinde özellikle öğrenimsel DİA'nın kapitalist toplumlarda başat DİA olduğundan bahseder.

Son olarak Eagleton'un Althusser üzerine değerlendirmesinden bahsedilirse; Eagleton'a (2005:211) göre;

“Hataları ve sınırları ne olursa olsun, Althusser'in ideoloji anlayışı, bu alanda modern Marxist düşünce içinde gerçekleştirilmiş en önemli hamlelerden birisini temsil eder. İdeoloji artık, sırf çarpıtma veya yanlış düşünme, bizler ile gerçeklik arasına giren bir perde ya da meta üretimin otomatik bir sonucu değildir; insani öznelere için vazgeçilmez bir araçtır. Her toplumda, çeşitli üretim tarzları arasında görevi, öznellik biçimlerinin kendilerini üretmek olan bir üretim tarzı vardır. bu, çikolata veya otomobil üretimi ne kadar maddi ve tarihsel olarak değişken ise o ölçüde maddi ve tarihsel olarak değişken bir şeydir. İdeoloji, öncelikle fikirlerle ilgili bir mesele değildir. Kendisini, ille de bilince işlemek zorunda olmaksızın, bize zorla kabul ettiren bir yapıdır.”

2.2. SÖYLEM

Söylem kavramı sosyal bilimlerde iki farklı nitelikte gözükmektedir. Söylem bir yandan dil ile ideoloji arasındaki ilişkiyi anlamakta geniş bir alan açarken, öte yandan ideoloji kuramının sorunları karşısında alternatif bir yaklaşıma odaklanma gereksinimi duyan, postyapısalcılık, postMarxizm, ve postmodernizm gibi akımların merkezi kavramı olarak ortaya çıkmaktadır. (Dursun 2001:46) Dursun'a göre “medya çalışmaları açısından söylem kavramı ideoloji ile birlikte ele alındığında medya metinlerinin toplumsal rolü toplumsal iktidarın kurulmasındaki rolünü sergilemekte çıkış noktaları sağlamaktadır” (Dursun 2001:46).

Söylem Foucault'ya göre dil ile yakından ilgilidir. Foucault'nun çalışmalarının merkezinde duran söylem kavramından, iktidar, özne, bilgi gibi temel bir çok kavramın tanımlanmasında ve birbirleriyle olan ilişkilerinde bahsedilir. Sözelimi, iktidarın hem yaratıcı hem de bastırıcı niteliğinden bahsederken bu etkileri yaratan söylem kavramından hatta Foucaultcu anlamda “kışkırtan söylem” den de bahsedilebilir. Foucault'nun söylem ile ilgili düşüncelerinin derli toplu olarak bulunabileceği eseri “Bilginin Arkeolojisi” olsa da, bu eserin taslağını oluşturduğu “Kelimeler ve Şeyler” önemlidir. Söylem kavramının temellerini burada atan Foucault aynı zamanda insan

bilimlerinin arkeolojisini yaparak tüm bilimleri sınıflandırma çabasındadır. Ayrıca Foucault Kelimeler ve Şeyler' de dil, temsil ve söylem kavramları arasındaki ilişkiyi vurgulamaktadır. Temsil etme ve anlamlandırma kavramları üzerinde duran Stuart Hall'a göre bu kavramlar ideoloji ve söylem kavramıyla yakından ilgilidir. Bu yüzden öncelikle söylem kavramının dilsel kökenlerini ortaya koymak amacıyla temsil etme ve anlamlandırma kavramları üzerinde durulması gerekir. Aşağıda Hall'un hegemonya tanımlamalarının yanı sıra, temsil kavramının Foucault'da nasıl ortaya çıktığından, dil ve söylem ile olan ilişkisinden, daha sonra ise, söylem ve iktidar ilişkilerinden bahsedilecektir.

2.2.1. Stuart Hall: Hegemonya ve Temsil

2.2.1.1. Hegemonya

Stuart Hall İngiliz kültürel çalışmalar geleneğinde ideoloji kavramlaştırmasını gerçekleştiren düşünürlerdendir. Hall'in kuramsal çerçevesini oluşturmaya Marxist olumsuz ideoloji kavramını ve Althusser'in üretimin toplumsal ilişkilerinin yeniden üretimini içeren ilk olumsuz ideoloji anlayışını terk ederek başlar. (Dursun 2001:34) Hall'e göre (1999b:206) ideoloji kavramı herhangi bir toplumsal formasyonun farklı düzeyleri arasında ki kökten ve sistematik ayrılmaları düşünme ihtiyacını başlatır. Burada ideolojinin görünen problemi daha objektif temeldedir. İlk olarak kültür endüstrilerinin kitlesel büyümesi ile kitle bilinçsizliğini geliştirmiş ve dönüştürmüştür. İkinci olarak ise, Avrupada'ki gelişmiş kapitalist sistem içindeki işçi sınıfının kitlesinin rızasını alarak onların tüm beklentilerini stabilize etmiştir. Elbette rıza tek başında ideolojinin mekanizması değildir. Fakat bu ikisi birbirinden ayrılamaz (Hall 1996:26).

Hall ideoloji alanını ele alırken, bu alanı kendine özgü mekanizmaları olan, göreceli olarak özerk bir inşa düzenleme ve mücadele alanı olarak tanımlar. Hall bu açıklamayı getirirken, ideolojik biçimleri düşünceler değerler ve inançlardan farklı olarak ele alır (Hall 2005:207). Kurulan, düzenlenen ve üzerinde mücadele edilen ise, toplumsal

pratiklerin, bilinçlerin, kimliklerin ve öznelliklerin yerleştiği anlamlar örüntüsü, söylemler, yan anlamlar zincirleri ve onların temsiliyet araçlarıdır (Dursun 2001:35-36).

Hall'e göre tekil bir egemen ideoloji ya da boyun eğen ideoloji yoktur, ancak söylem ve biçimlerin anlamsal bir örüntüsü vardır. Hall bu örüntüyü başat ideolojiler repertuarı olarak adlandırır. Bu repertuar başat söylemler çoğulluğundan oluşmaktadır (Hall 1999b). Dursun'a göre (2001:36-37) Hall'un vurguladığı nokta "yönetici sınıflar için ekonomik temelin denetiminin her zaman yeterli olamayabileceğidir. Egemen ideolojinin hegemonyası, üst yapılar düzeyindeki var olan ideolojiler içinden geliştirilmeli ve sürdürülmelidir."

Hall'un hegemonya kavramı da Gramsci'nin düşüncesindeki gibi sürekli değildir. Hall'e göre hegemonya kısmen tabi sınıfların üst yapıya dahil olmasıyla başarılıdır. Ama bu hegemonya yapıları ideoloji ile çatışır (Hall 1999a:222).

Hall'e (1999a:223) göre "hegemonya devletin baskıcı yönünün -ideoloji yoluyla işleyen yasa polis ,ordu- yanı sıra üst yapılara ait failler- aile ,eğitim sistemi, klise , medya ve kültürel kurumlar aracılığıyla başarılıdır. Hegemonyanın olayların verili ve sürekli bir durumu olmayıp, aktif bir şekilde kazanılması ve sağlamlaştırılması gerektiği olgusu hegemonya kavramının anlaşılabilirliği açısından hayati bir önem taşır. Hegemonya yitirilebilir de". Hall hegemonyanın genel anlamda sınıf mücadelesinde belli bir dengenin sağlanmasını başardığını belirtir. "öyle ki, yönetici bloğun rıza ve meşruluğu kazanması için ne gibi ödünler gerekirse gereksin, hegemonyanın asıl temeli alt üst edilemeyecektir" (1999b:224).

Hall buradan yola çıkarak medyanın ideolojik rolünü vurgular. Stevenson'a göre (2002:37) Hall, kitle iletişim araçlarının çağdaş kapitalizmin başlıca ideolojik kurumunu oluşturduğunu ileri sürer. Hall'e göre kitle iletişim araçları,

- a) grupların ve sınıfların öbür gruplara ve sınıflara ilişkin bir hayat, anlam, pratik ve değer imgesi inşa etmelerinin temelini sağlamaktan

b) çağdaş sermaye ve üretim koşulları altında daha karmaşık hale gelen ve bölük pörçük parçalardan oluşan toplumsal totalitenin çoğulcu bir bütün olarak kavranabilmesi için gereken imgeleri , temsilleri ve düşünceleri sağlamaktan giderek daha sorumlu hale gelmektedir. (Hall 1999b:231)

Medya işlevseldir ve çoğulculuğu sağlama bağlamaktadır. Hall'e göre bu yaklaşım etkiyi bireysel bazda sadece farklılık üzerinden ele almasıyla ideolojiyi göz ardı etmektedir. Oydaşmaya tabi olmayan gruplar sapkın olarak değerlendirilmekte ve bu yüzden değerler sisteminin dışında ele alındıkları için norm dışı olarak değerlendirilmektedir. Hall'a göre bu durum bir tarafın diğerini tanımlama iktidarına sahip olmasından ileri gelir. oydaşmanın kimin çıkarına olduğunu, iktidara sahip olan kim? olduğu sorusu ile cevaplanmaktadır. Hall bu düzenlemenin oydaşmanın toplumda doğal olarak varolduğu iddiasının, özel bir toplumsal düzene gösterilen rızayı pekiştirdiğini belirtmektedir. Rıza özel bir toplum biçimine gösterilen rızadır. Oydaşma varolana eklemelenmiştir, verili sınıfı iktidar ve otorite düzenlemelerine eklemelenmiştir. Medya varolan yapıyı destekleyen ve meşrulaştıran bu durum tanımlarını yeniden üretme eğilimindeyse o zaman ilkin oydaşmayı pekiştirici gibi görünen medya anlamı bizzat üretmektedir (Hall 1999a:86-88).

2.2.1.2. Temsil Etme ve Anlamlandırma

Hall'e göre temsil etme (representation) yansıtmadan farklı bir nosyondur ve aktif seçme, sunma yapılandırma ve bizi yönlendirmeyi ima etmektedir. Temsil etmede söz konusu olan anlam pratiği, anlam üretimidir. Medya anlamlandırma failidir (Hall 1999a:88). Bu anlamda söylem üretir.

Temsil, anlam ve dil aracılığıyla kültürle bağlantı kurma anlamına gelir. Kültür paylaşılan anlamları içerir. Bu bağlamda temsil etme kültürle ilişkili bir kavramdır. Hall'ın belirttiği (Du Gay) kültür devri şeması kültürün kendi devri içinde (devinim) temsil etme ile birlikte düzenleme, kimlik, üretim ve tüketim kavramlarının her birinin

birbirleriyle teker teker olan bağlantılarını göstermektedir. Kısaca bu beş madde kültürün oluşumunda, anlamın üretiminde etkili olmaktadır (Hall 1997:3).

Anlamlar dil aracılığıyla paylaşıldığından dilin burada anahtar bir rolü vardır. Dil düşünceleri fikirleri ve duyguları, kültür içinde temsil eden bir araçtır. Dil katılımcılar arasındaki kültürel anlam paylaşımını sağlar. Dilin klasik çağdan itibaren temsilin içinde sergilenmeye başladığını söyleyen Foucault'ya göre (2001:129-130) “Artık ilk metin silinmekte, ve onunla birlikte, sessiz varlığı şeylerin içinde yazılı olan kelimelerin bütün tükenmez tabanı da yok olmaktadır; bir tek onu dışı vuran sözel işaretlerin içinde cereyan eden ve böylece söylem haline gelen temsil var olmaya devam etmektedir”.

Bu noktada Foucault'ya göre söylemin altına gizlenmiş olan şeyin ne olduğu sorgulanmaktan ziyade ona nasıl işlediği sorulmaktadır, “hangi temsilleri işaret etmekte, hangi unsurları bölümlere ayırmakta ve devşirmekte, nasıl çözümlenmekte birleştirmekte, ona temsil etme görevini yerine getirmesinde hangi ikamelerin oyunu olanak vermektedir.”

Hall temsil etme kavramının oluşumunda kültüre vurguyu ihmal etmemektedir. Çünkü herhangi bir kültürde herhangi bir konunun anlamları hakkında büyük farklılıklar olabilir ve birden daha çok yolla temsil edilebilir ya da yorumlanabilir. Hall'un deyimiyle; (1997:3)

Yüzümdeki ifade benim kim olduğum, neler hissettiğim ve neye ait olduğum hakkında bir şeyler söyleyebilse ve diğer insanlar bunu yüzümden okuyabilse bile eğer ben kasıtlı bir şekilde formal bir mesaj vermediysem diğer kişiler benim söylediklerim dışında mantıklı bir şey anlamayacaklardır. Çünkü kültürel anlamlar yalnızca kafamızın içinde değildir. Onlar (Kültürel anlamlar) sosyal pratikler tarafından düzenlenir, bizim davranışlarımızı ve davranışlarımızın pratik etkilerinin sonuçlarını gerçek kılar. Kültürel pratikleri vurgulamak önemlidir. Bir kültür içindeki katılımcılar insanlara nesnelere ve olaylara anlam verirler. Şeyler kendi içlerinde yalnız tek, karışık ve değişmez anlamları olabilir. Bir taş yalnızca bir taş olabilir. Fakat neredeki bir taştır. (Bir heykelde ya da sınır kapısında ya da bir kale surundaki taş gibi) Bu ne anlama geldiğine bağlıdır. Biz bir şeyi kullanıp onu söylerken onun hakkında düşünerek ve hissederek ona bir anlam veririz. Yani onu nasıl temsil ettiğimizi düşünürüz.

Bu bağlamda işaret devreye girer. Foucault'ya göre (2001:57) “bir işaretin bizi uyarması gerekir”. Bu bağlamda, bir şeyin ne olduğunu anlamamız için Foucault'nun deyişiyle bir imzasının olması gerekmektedir. Bir şeyin temsil edilebilir olması için bir işaretinin

olması gerekir. “Bir fikir bir diğ erinin aralarında yalnızca bir temsil bağı kurulabilmesinden ötürü de ğ il, aynı zamanda bu temsilin kendini her zaman temsil eden fikrin içinde temsil edebilmesinden ötürüde iş areti olabilir...İş aret klasik çağdan itibaren, temsil etmenin temsil edilebilir olması içinde temsil edilebilirliktir” (Foucault 2001:108-109).

Hall’a göre (1997) temsil etme; aktif seçme, sunma, yapılandırma ve “bizi” yönlendirmeyi ima etmektedir. Temsil etmede söz konusu olan anlam prati ğ i, anlam üretimidir. “Anlam toplumsal bir üretimdir, pratiktir. Dünyanın anlamlı kılınması gerekir”. (Hall 1999a:93) Bireylerin birebir aynı düşünme biçimlerinin bulunmamasına karşın birbirlerini anlayabilmesi paylaşılan benzer anlamlandırma pratiklerine sahip olmalarından dolayıdır. Ortak kültür bu paylaşılan anlamlar üzerinden üretilmektedir.

Temsil etme zihnimizdeki kavramlardan dil aracılığıyla anlam üretmektir. Dil ve kavram arasındaki ba ğ hem gerçek dünyadaki objelere hem de hayali (imaginary) objelere gönderme yapabilir. Temsil etme anlamın üretildi ğ i ve kültürün üyeleri arasında de ğ iş tokuş edildi ğ i bir süreçtir. Şeyleri sunan dilin, iş aretlerin ve imajların kullanımını içermektedir. Fakat bu basit bir süreçten daha fazlasıdır. Temsil etme kavramı anlam ve dili kültüre nasıl ba ğ lantılandırmaktadır? Dille şeylere anlam verilmekte ve insanların, nesnelerin ve olayların dünyasına nasıl anlam verdi ğ ini anlatmaktadır. Temsil etme kavramların anlamlarının dil aracılığıyla üretimidir. Kavramlar ve dil arasındaki ba ğ lantıdır. Dil düşüneyi, tıpkı düşüncenin kendi kendini temsil etti ğ i gibi temsil etmektedir der, Foucault (2001:127-128). Dili oluşturmak veya ona dıştan hayat vermek üzere, esas ve ilkel bir iş aret etme eylemi de ğ il de, yalnızca temsilin göbe ğ inde, onun kendi kendine kısım kısım eklenerek, kendi kendini çözümlenme ve kendini, onu sürdüren bir ikame içinde kendinin temsilcisi haline getiren bir güç bulunmaktadır.

Foucault’ya göre dil onyedinci yüzyılın başında ortadan kalkmıştır. Dilden geriye kalan tek şey ise temsil iş levidir. Yani söylem olarak sahip oldu ğ u do ğ a ve erdemler. Dolayısıyla Megill’in deyimiyle ayna imgesi olan söylem ortaya çıkar. Dil on sekizinci yüzyılda geri döndüğünde ise söylem ortadan kalkmış olur (Meggil 1998:314-315).

“Temsil, dil, doğal düzenler ve zenginlikler çözümlemeleri birbirleriyle tamamen tutarlı ve türdeşlerse de gene de derin bir dengesizlik bulunmaktadır. Bunun nedeni temsilin, dilin, bireylerin, doğanın ve bizzat ihtiyacın varoluş tarzına hükmetmesidir. Öyleyse temsilin çözümlenmesinin bütün ampirik alanlar için belirleyici değeri vardır...Dil kelimelerin temsilinden başka bir şey değildir; ihtiyaç ihtiyacın temsilinden başka bir şey değildir” (Foucault 2001:299)

İki temsil etme sistemi mevcuttur. İlki kavramların, olayların ve insanların kafamızda taşıdığımız zihinsel temsilleri veya bir dizi kavramla birbiriyle ilişkilenmesini sağlayan sistemdir. Onlarsız dünyayı anlamlı olarak yorumlayamayız. İkincisi “temsil sistemidir” bu sistemde söz konusu olan somut nesnelere değil, soyutlandırmalar, kategorilendirmelerdir. Sistemler içinde anlamlar üretilmektedir. Kişiler biricik düşünme yollarının bulunmasına daha doğru bir ifadeyle birebir aynı düşünme biçimlerinin bulunmamasına karşın kişilerin birbirini anlaması paylaşılan benzer anlamlandırma pratiklerine sahip olmalarıdır. Ortak kültür bu paylaşılan anlamlar üzerinden üretilmektedir. Anlamları taşıyan göstergelerdir. Göstergeler dillerin içinde organize edilmektedir. Onlar yoluyla davranışlarımızı düşüncelerimizi kelimelere tercüme edebilmekteyiz, anlamları ifade edebilmekte ve diğer insanlarla iletişim kurabilmekteyiz. Bu anlamda dil yazılı ya da sözlü olmak zorunda değildir. Hatta müzik de farklı soundları ve akordlarıyla bir dildir. Anlam taşıyabilen her şey için dil diyebiliriz. Yalnız göstergeler her ne kadar tekabül ettikleri şeylere ne kadar benzerlerse benzesinler hala göstergedirler. Ayrıca gösterenin anlamı kişiden kişiye geçtikçe farklılaşabilmektedir, hiçbir zaman tamamen açık olarak ifade edilemez (Hall 1997:17-19).

Görsel göstergeler ikonik göstergelerdir⁴. Gösterge, kavram ve nesne arasındaki ilişki yapaydır, keyfidir (arbitrary). Farklı diller aynı nesneyi farklı kelimelerle anlatmaktadır. Dolayısıyla kelime nesneye birebir gönderme yapmaz. Anlamı o dilin içinde bilinmektedir. Burada Barthes’ın düz anlam ve yan anlam kavramlarından söz edilebilir. Barthes’a göre düz anlam görünen anlamı ifade etmektedir. Düz anlam “göstergenin gösterileni ve gösteren arasındaki ilişkiyi ve göstergenin dışsal gerçeklikteki

⁴ Hall burada şöyle bir ironi yapar: “Bir gösterge ile şeyin kendisi arasındaki fark nasıl tespit edilir? Bir koyun ne zaman bir koyun değildir? bir sanat işi olduğunda!” (Hall 1997:20).

göndergesiyle ilişkisinin betimlenmesidir” (Fiske 2003:116). Düz anlam görülen öğelerin sözlük anlamlarından oluşur. Bu Barthes’a göre birincil anlamlandırma düzeyidir. İkinci anlamlandırma düzeyi ise yan anlamdır. Yan anlam “göstergenin, kullanıcıların duygularıyla ya da heyecanlarıyla ve kültürel değerleriyle buluştuğunda meydana gelen etkileşimi betimlemektedir” (Fiske 2003:116). Barthes, *Myth Today* makalesinde Fransız bayrağını selamlayan siyahî bir askerin resmi üzerine çözümleme yapar.

Resim, Fransa’nın büyük bir uygarlık olduğundan, bütün evlatlarının hangi ırktan olursa olsun bu bayrağa sadakatle hizmet etmeye hazır olduklarından, sömürgecilik iddialarına bu siyahî askerin sözde sömürgecisine hizmet ederken harcadığı çabanın ortaya konmasından daha iyi bir cevap olamayacağını göstermektedir. Böylece yine daha büyük bir göstergibilimsel sistemle karşılaşıyorum: önceki sistem tarafından zaten şekillendirilmiş olan bir gösteren (Fransız bayrağını selamlayan bir siyahî asker); bir gösterilen (bu, Fransız olmanın ve militarizmin anlamlı bir bileşimidir); son olarak gösterilenin gösteren aracılığıyla var olması söz konusudur. (Akt,Hall 1997:39)

Barthes’a göre burada düz anlam resimde görülen şeylerin sözlük anlamlarından oluşmaktadır. Yan anlam ise dil sisteminde gösterge olan bayrak, asker gibi göstergelerin gösteren haline gelerek militarizm, milliyetçilik gibi gösterilenlerle bağlanması ile meydana gelmektedir.

Anlam ise temsil sistemi tarafından kurulmaktadır. Temsil sistemleri yoluyla kurulan anlamın göstergeler sistemi yoluyla iletilmesi gerekmektedir. “İdeolojilerinde temsil sistemleri olarak görülmesinin nedeni bundandır” (Hall 2005:377). Olaylar kendi başlarına anlamı iletmez. Olayların ister gerçek, ister kurmaca olsun anlaşılabilir kılınması için sembolik biçimlere dönüştürülmesi gerekir. Bu işleme ise kodlama adı verilir. Kodlama olaylara anlam yükleyen kodları seçmek, olayları kendilerine anlam yükleyen göndergesel bir bağlama yüklemek demektir. Trafik ışıkları, zaferi simgeleyen V işareti kodları anlatmaktadır. Kodlar, kavramlar ve göstergeler arasındaki ilişkiyi sabitlemektedir. Anlamı stabilize etmektedir ve hangi göstergeleri duyduğumuzda ya da okuduğumuzda hangi kavramlara tekabül ettiğini anlatmaktadır. Bu anlamda kodlar bir kültürde anlamın konuşmacıdan duyucuya geçmesini ve kültürde etkili bir şekilde iletişim kurulabilmesini sağlamaktadır. Bu kodlar içinde insanlar “kültür”lenmektedir. Bu yolla bilinçsizce temsil sistemlerinde belli düşünceler ve kavramları ifade etmelerine

izin veren kodları içselleştirmektedirler. Hall'ün deyimiyle “kodlar bir kültürün anlam haritalarıdır” (Hall 1997).

Hall kodlamayı şöyle açıklamaktadır: (Hall 1999b:236-237) Bizim normal, ortak duyuşsal beklentilerimizi ihlal eden ya da şeylerin verili eğilimlerinin tersine giden ya da statükoyu bir şekilde tehdit eden sorunlu ve rahatsız edici olaylar, önemli ölçüde farklılık içeren biçimlerde kodlanabilirler. Farklı bölgelerde yeğlenen kodlar olan ve toplumun üyelerinin çoğunun kabul edeceği “doğal” açıklamaları cisimleştiriyor görünen kodların seçimi, bu sorunlu olayları uylaşıma dayalı olarak başat ideolojilerin repertuarı içinde bir yere yerleştirir. Kodlayıcı bunu ideolojik bir söylem temelinde gerçekleştirir fakat bu ideolojik söylemler, kodlama amaçları onları kullanarak güdüp yönetmek olanlara bile “zaten bildiğimiz şeylerin özeti olarak görünür.. böylece olaylar sistematik olarak çok sınırlı bir ideolojik ya da açıklayıcı repertuara dayanma eğiliminde olacaktır ve bu repertuar şeyleri başat ideolojinin alanı içinde anlamlı kılma eğilimine sahip olacaktır.”

Hall'e göre “tanıdıklık” bu anlamda önemli bir kavramdır. Foucault'da buna yakın bir anlamda benzerliğe vurgu yapar (2001:45-47). Dünya şeylerin evrensel yakınlığıdır. Temsil ise kendini bir benzerlik ilişkisi bağlamında tekrar olarak sunmaktadır. Sunulanların bildik şeylerin özeti gibi gelmesi bu tanıdıklığa bağlıdır. Tanıma etkisi sözcüklerin berisindeki gerçekliğin tanınması değil, söylemin örgütlenme tarzının ve aslında ifadenin bağımlı olduğu temel öncüllerin aşikarlığının sorgulanmaksızın kabul edilışinin bir tür onaylanmasıdır.

2.2.2. Foucault'da Söylem Kavramının Oluşumu

Kelimeler ve Şeyler'de oluşturduğu taslağı Bilginin Arkeolojisinde anlamlı bir hale getiren Foucault, Bilginin Arkeolojisi'nde düşünceler tarihini söylemsel oluşumlar olarak yeniden ele almanın, böylelikle zaman düzleminden çıkararak söylemler arasındaki parçalı, süreksiz ve çatlaklı yapısı içinde görmenin yolunu gösterme girişiminde bulunmaktadır. Bu girişim, yani arkeoloji, söylemsel oluşumların ve ifadelerin bir kez baştanbaşa kat edilmiş alanı, onların bir kez tasarlanmış genel teorileri

ve mümkün uygulama alanları hakkında yapılan çözümlerle olarak açıklanmaktadır (Foucault 1999: 11).

Foucault'ya göre söylem her türlü öz göndermenin, her türlü iç oyunun, her türlü metaforik çarpıtmanın ortadan kaldırıldığı dildir. Söylemin tek işlevi kendi dışındaki şeyleri ve fikirleri saydam bir biçimde temsil etmektir. Bu yüzden dil ve söylem birbirine tamamen zıttırlar. Dilde anlamın yönü tümüyle içe yöneliktir , çünkü dil kendisini dünya olarak görür; söylemde ise, tümüyle dışa yöneliktir, çünkü söylem kendisini yalnızca dünyayı temsil eden bir şey olarak görür (Megill 1998:314).

Foucault dünyaya söylemiş gibi bakmaktadır. Megill'e göre (1998:353) bu önemli bir hamledir. Çünkü “eğer dünya söylemsel bir şeyse, o zaman mevcut düzenin tamamında söylemseldir; ve eğer mevcut düzenin tamamında söylemselse o zaman söylemsel bir saldırıya açık demektir. Hakim söylemin yerine bir başkasını koymamızı engelleyen nedir? Hakim söylemin ne gibi bir ayrıcalığı olabilir?”

Foucault (2001:433-434) şöyle der: “Klasik düşüncenin ortaya çıkardığı şey söylemin iktidarındır. Yani temsil ettiği kadarıyla dilin- adlandırılan bölümlere ayıran birleştiren şeyleri kelimelerin şeffaflığı içinde göstererek birbirlerine bağlayan ve çözen dil ... Söylemin olduğu yerde temsiller kendilerini sergilemekte ve çakışmakta, şeyler birbirlerine benzemekte ve eklemleşmektedir.

Burada söylemin iktidar ile olan ilişkisi ortaya çıkmaktadır. Foucault'ya göre iktidar ilişkilerinin üretilmesi, yerleştirilmesi ve güçlendirilmesi söylemlerin üretimi ve dolaşımıyla ilgilidir. Söylemi, bilgi ve iktidar ilişkilerinin iç içe geçtiği bir öge olarak tanımlar (Canpolat 2003:106).

Foucault'ya göre iktidar; “somut olarak her bireyin elinde bulundurduğu ve bir iktidar, bir siyasal hükümlerlik oluşturmak için devredilecek olduğu şeydir” (Foucault 2003a:29). Foucault'nun iktidar anlayışı tek yönlü bir kavrama değildir. Bu yüzden de diğer iktidar anlayışlarıyla karşılaştırdığımızda Foucault'nun iktidar kavramının diğer tanımlamalardan ne denli farklı olduğunu görebiliriz. Foucault iktidar kavramını açıklarken bilgi ve iktidar arasındaki ilişkiye vurgu yapar ve bu ilişkiye dayalı yaygın

görüşü ters yüz eder “ genelde bilgiyi biz, iktidar eliyle yapmak istediklerimizi yapabildiğimiz ama o olmadan yapmak istediklerimizin hiçbirini yapamadığımız bir bağlamda düşünürüz. Foucault bilginin başkaları üzerine abanan bir iktidar olduğunu, buna bağlı olarak da başkalarını tanımladığını öne sürer. Ona göre bilgi, özgürleşimin önünü keserek gözetlemeye, düzene sokmaya , disipline etmeye yönelik bir kip halini alır” (Sarup 2004:101).

Buradan da anlaşılacağı gibi iktidarla bilgi dolaysız olarak birbirlerini içerirler. Bilgiyi üreten iktidardır. Ne eşgüdümlü bir bilgi alanı olmaksızın herhangi bir iktidar ilişkisi varolabilir, ne de iktidar ilişkileri varsaymayan ve oluşturmayan bir bilgi alanının varolabileceğini kabul edebiliriz. (Canpolat 2003:86) Dolayısıyla bilgi-iktidar hem bilgiyi hem de iktidarı biçimlendiren bir konuma gelmiş olmaktadır. Bu bağlamda Foucault’ya göre iktidar, “kendi örgütlenmelerini kendi oluşturan, güç ilişkilerini dönüştüren, güçlendiren yada tersine çeviren bir süreç ve bu güç ilişkilerini etkili kılan stratejiler olarak anlaşılmalıdır” (Canpolat 2003:99).

Foucault, iktidarı incelemesinin nedeni olarak “özne”yi gösterir. Ona göre araştırmalarının temel teması öznedir. İktidarla olan ilgisi ise özneyi anlama çabasında bu kavramı araç olarak kullanmasından ibarettir. Foucault özne ve iktidar adlı makalesinde (Foucault 2005b:58) bu durumu şöyle anlatır.

“Gerçi iktidar sorununa epeyce içli dışlı oldum. İnsan öznenin, bir yandan üretim ve anlamlandırma ilişkilerine girerken, öbür yandan ve aynı derecede, çok karmaşık nitelikte olan iktidar ilişkilerine de girdiğimi anlamam uzun sürmemişti. Bana kalırsa, ekonomi tarihi ve kuram üretim ilişkileri açısından iyi bir araçtı. Dilbilim ve göstergebilim ise anlamlandırma ilişkilerini incelemenin araçlarını sunuyordu. Ama iktidar ilişkilerini incelememiz için elimizde bir araç yoktu. Bir tek yasal modeller temelinde iktidar hakkında düşünme yollarına “iktidarı meşru kılan nedir?” sorusuna başvurabilirdik. Ya da kuramsal modellere dayalı iktidar hakkında düşünme yollarına yani Devlet nedir? sorusuna başvurabilirdik. Bu yüzden, bu tanımdan öznenin dışsallaştırılmasını incelerken yararlanmak isteniyorsa, iktidar tanımının boyutlarını genişletmek bir zorunluluktur.”

Anlaşıldığı gibi Foucault temelde özne ile ilgilenirken iktidarı özneyi anlamanın bir aracı olarak incelemektedir. Yani dışsallaştırılan özneyi incelemek için kullanılan araç “iktidar”dır ve özneyi incelemede ne kadar derine inilecekse iktidarın boyutlarını bir o kadar genişletmek gerekir.

“Foucault iktidarın ne bir kapasite ne de bir sahip olma olduğunu ifade eder. İktidar ekonomiye ikincil bir konumda ya da onun hizmetinde olan bir şeyde değildir. İktidar ilişkilerinin egemenden yada devletten yayılmadığını özellikle vurgular; ne de iktidar belli,bir bireyin ya da sınıfın özel mülkiyetinde olan bir şey olarak kavramsallaştırılabilir.

Elde edilebilecek ya da gasp edilebilecek bir mal değildir iktidar, daha çok bir ağ niteliği taşı; iplikleri her yere uzanır. Foucault herhangi bir iktidar çözümlemesinin bilinçteki niyet düzeyine yoğunlaşmakla değil iktidarın uygulanması üzerine yoğunlaşarak yapılması gerektiğini öne sürer. Başka bir deyişle, dikkatleri iktidar kimin elinde? Ya da iktidar sahiplerinin niyetleri ve amaçları nedir? Gibi sorulardan iktidarın yol açtığı sonuçlara bağlı öznelerin oluşum süreçlerine yöneltir” (Sarup 2004:111-112).

Görüldüğü üzere söylemin özne kavramıyla yakından ilişkisi vardır. Söylem, söylemsel pratikler aracılığıyla oluşurken özne konumları dizisi açmakta ve bireyler de bunların içini doldurmaktadır. Keskin (2005:18-19) bu durumu şöyle açıklar:

“Söylem bir düşünen, bilen, konuşan öznenin görkemli bir biçimde gelişen ortaya çıkışı değil, tersine öznenin dağılımının ve kendisiyle süreksizliğinin belirlenebileceği bir bütündür. Söylem birbirinden ayrı bir mevkiler ağının yayıldığı mekandır. Bu anlamda söyleme göre öncelik taşıyan, söylemden bağımsız, söylemi mümkün kılan, ona anlamını veren bir merci değil. Tersine söylem, söylemsel pratikleri belirleyen kurallara göre oluşurken bir özne konumları dizisi açıyor ve bireyler bu konumların içini dolduruyorlar. Foucault’ya göre özne konumlarını tanımlamada üç aşama söz konusu. Bu aşamalardan birincisi, kimin konuştuğunu, yani belirli bir söylemi kimin kullanma gücüne sahip olduğunu sormak, (doktor savcı, yargıç psikolog) ikinci olarak verili bir söylemin meşruiyetine ve gücünü aldığı kurumsal mevkiye bakma (hastane, kütüphane, hapisane) son olarak öznenin konumu bilgi alanları ya da bilgi nesnelere girilebilecek potansiyel ilişkiler alanına bağlı olarak belirleniyor. Sonuç olarak öznenin, söyleme kaynaklık eden ve söylemin birliğini sağlayan, yani söylemi mümkün kılan bir merci olmadığını, tersine özgül bir söylemsel oluşuma yayılmış farklı konumlardan oluşan ve bütünlük göstermeyen bir kategori olduğunu söyleyebiliriz. Bu anlamda özne bilginin koşulu olarak değil, bilgiyi oluşturan söylem özne deneyin kurulduğu tarihsel pratiklerden biri olarak ortaya çıkıyor”.

Foucault’ya göre iktidar istediği düzeni, baskı ve yasaklama yoluyla sağlamak yerine “söyleme kışkırtma” yoluyla gerçekleştirdiğini savunur (2003b:32).

“Herhangi bir alanın ya da olgunun söyleme kışkırtılması o şeyden söz etmenin belli bir biçim verilerek düzenlenmesidir. Başka bir şekilde ifade etmek gerekirse iktidar işlevini ya da kendisini gerçekleştirme biçimini, bastırma yoluyla değil, pozitif etkiler ya da bilmeyi artıracak alanlar yaratarak ortaya koyar; bu alan yaratma çabası ise toplumun belirli bir düzen adına disipline edilmesidir. Buradan hareketle Foucaultcu perspektiften yola çıkarak konuşacak olursak; modern toplum söylemler yoluyla disipline edilen bir toplumdur (akt:Demir 2008:51-52).

Burada bahsedilen disiplin, söylemler aracılığıyla oluşur. Söylemi oluşturan kurumlar ise yukarıda sözü geçen hastane, hapisane ve okul gibi kurumlardır. Foucault’ya göre (2000:146) iktidar kişinin bilinci üzerinde ideolojik bir etkide bulunmadan önce çok daha fiziksel olarak bedenleri üzerinde işler. Böylelikle bu kurumlar kişinin önce bedeni üzerinde denetim sağlamaktadırlar.

Foucault beden üzerinde denetimi ve yukarıda bahsettiğimiz söyleme kışkırtma kavramından Cinselliğin Tarihi yapıtında bahsetmektedir. Foucault’ya göre 17. yüzyılla beraber cinselliğin söyleme geçirilmesine tanık oluruz. (2003b:20) O’na göre bu söylemleştirmenin gereği ise kuşkusuz kamu düzenidir. Şöyle der Foucault (2003b:26).

“Cinsellikten yalnızca suçlanacak ya da hoşgörülecek değil, yönetilecek, yararlılık sistemleri içine sokulacak, herkesin azami iyiliği için düzenlenecek, en yüksek verim amacıyla işletilecek bir şey olarak söz etmek gerekmektedir. Cinsellik yalnızca yargılanmaz, yönetilir de. Kamu gücünün yetkisi dahilinde yer alır; işletme yöntemleri gerektirir; analitik söylemlerce üstlenilmesi gerekir. Cinsellik 18. yüzyılda bir “polis” işine dönüşür...Cinsellik polisi, yani bir yasaklamamanın katılığı değil, cinselliği yararlı ve genel (kamusal) söylemler yoluyla düzenlemenin gerekliliği.”

Görüleceği üzere Cinselliğin denetimi ve kontrolü onun söyleme geçirilmesi ile gerçekleşir. Söyleme geçirme, saklamak ya da yasaklamak şeklinde değil, açmak, deşifre etmek ve sınıflandırmak vasıtasıyla sağlanır. Söyleme geçirme sırasında gerçekleşen sınıflandırma bilim insanları tarafından gerçekleştirilir (Demir 2008:53).

Sonuç olarak Foucault'nun söylem kavramı oldukça geniş bir anlam içermektedir. Foucault kavramın hem dilbilimsel kökenini belirtmiş hem de temsil etme ile olan bağlantısını vurgulamıştır. Ardından temel ilgisi olan “özne” kavramını açıklarken iktidar ilişkilerine ve iktidar tarafından üretilen söyleme, söylemsel pratiklere değinmiştir. Bir boyun eğme(me) problemi olan özne-iktidar ilişkisi bağlamında bahsettiği kapatma kurumları ise bu söylemleri oluşturan hapishane, hastane, okul vb. kurumlardır. Dolayısıyla söylem kavramı Foucault'nun teorisinde çok geniş bir alana yayılmış ve gerek dilbilimsel gerekse iktidar ilişkileri açısından tanımlanabilecek bir anlama sahiptir. Unutulmaması gereken başka bir nokta ise Foucault'nun söylemi, ideoloji kavramının yerine kullanmayı tercih etmesidir.

2.3. KONUYA İLİŞKİN ARAŞTIRMALAR

Sosyal bilimlerde haberlerin üzerine yapılmış en önemli araştırmalar Glasgow Üniversitesi Medya Grubu'nun (GUMG) yaptığı araştırmalardır. GUMG'un araştırmaları üzerinde özellikle ağır basan konu ideolojidir. Kurum 1970'lerde ve 1980'lerin ilk yılları boyunca haberlerin yanlılığı üzerine araştırmalar yapmıştır. Kötü haberler ve iyi haberler olarak çalışmalarını bölümlendiren GUMG, kötü haberler çalışmalarında 1975 yılının ilk 22 haftasında endüstriyle ilgili verilen haberlerin en az üç bakımdan yanlı olduklarını söylemektedir. İlk gerekçeleri medyanın toplumsal gerçekliği yanlış temsil ettiği yönündedir. İkinci olarak televizyon haberleri

kapitalizmin merkezi ekonomik ilişkilerini yeniden olumlamaları ya da sorgulamaları ölçüsünde yanlıdır. Üçüncü olarak da işçi sınıfının sesleri kitle iletişim araçları tarafından dışlanması bakımından yanlıdır (Stevenson 2002:26-27)

GUMG, iyi haberler çalışmalarında ise (Akt.Stevenson 2002:27) endüstriyel anlaşmazlıklara ilişkin araştırmalarını savaş ve barış döneminde nasıl ele aldığına ilişkin analizlerle sürdürür. Bu çalışmada dikkat çeken en önemli nokta Falkland savaşına katılan askerlerin ailelerinin sunumunda kadınlara odaklanmasıdır. Kadınlara çoğunlukla nasıl hissettiklerine dair soruların sorulması kadınların görünürdeki özel acıları etrafında toplumsal dayanışma nosyonunu yaratmaktadır. Bu bakımdan bu haberler yanlıdır. Stevenson'a göre (2002:28) Televizyon haberlerinin egemen ideolojisi, kadınların toplum içindeki çeşitliliğini bastırır, bir aile ideolojisini yeniden üretir ve ayrık sesleri susturur.

GUMG'un çalışmalarına getirilen eleştiri, "izleyicilerin yorumlayıcı kavrayışlarına dair varsayımlar, grubun nesnellik sorunuyla ilgili yaşadığı kafa karışıklığı ve kurumsal analizin eksikliği yönündedir" (Stevenson 2002:28).

Çiler Dursun'un "Tv Haberlerinde İdeoloji"(2001) çalışması Türkiye'de televizyon haberlerinin analizini ilk çözümleyen araştırmalardan biridir. Dursun ele aldığı dönemde (Eylül 1994-Aralık 1994) en çok izlenen dört televizyon kanalının (Star, Show TV, Atv, Kanal 6) haber bültenlerini özelleştirme politikaları konusu üzerinden inceleyerek toplumsal rızanın nasıl ve neden oluştuğunu sorgulamaya ve bunun nasıl gerçekleştiğini göstermeye çalışmaktadır. Dursun çalışmasında öncelikle televizyon haberlerinin anlatsal özellikleri ve sunum yapılarıyla, cümle yapılarını, sözcük seçimlerini, görüntülerle üretilen simgesel inşayı ele aldıktan sonra, özelleştirme temasına ait geliştirdiği kategorilerden oluşturduğu tematik çözümlemeyi yapmıştır. Dursun, daha ideolojik ifade biçimlerini, söylem ve iktidar arasındaki ilişkiyi ve ideolojik seslenişleri, eğretileme düzdeğişmece, karşıtlıklar dışlamalar gibi kavramları örnekleyerek açıklamaktadır. Dursun çalışması sonucunda, asıl vurgulanması gereken noktayı ideolojinin belirli anlamların örgütlendiği ve yeniden üretildiği, maddi bir pratik olarak işleyişinin mikro düzeyde de sergilenebileceğini gösterilmesi olarak açıklar.

Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo-Televizyon Sinema anabilim dalında Ahmet Zeki (2006) tarafından hazırlanan Türkiye'deki Özel Televizyon Haberciliğinde İki Farklı Anlayış: Show TV -NTV Örneği konulu yüksek lisans tezi örneklem olarak aynı kanalların seçilmiş olması açısından önem taşımaktadır. Zeki, çalışmasında iki haber bülteninin de haber anlayışını karşılaştırmak için 4 yıl arayla (2002-2006) her iki kanalın birer haftalık haber bültenlerini yayınladıkları tüm haberleri inceleyerek karşılaştırma yapmıştır. Zeki çalışması sonunda, Show TV ve NTV haberlerinde ortak haberlere sık rastlanamamakla birlikte, Show TV nin haberciliğin etik anlayışına sığmayan haberler yaptığını belirtir ve öneriler kısmında Show Tv'nin bu anlayışa dikkat etmesi gerekliliğini vurgular.

Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo-Televizyon-Sinema anabilim dalında, Zühal Göktaş tarafından (2006) hazırlanan Televizyon Haberlerinde Duygusallaştırma Ya Da Duygu Ötesi Toplum Yaratma adlı yüksek lisans tezi, üç özel kanalın (Atv, Star, Show TV) haber bültenlerindeki duygusallaştırma temasını göstermeye çalışmaktadır. Tezin temel savı, bu haber bültenlerinin duygu ötesi toplum yaratma amacıyla olduklarıdır. Göktaş çalışmasının sonucunda, TV kanallarının duygusallaştırmayı örtük ve etkili olarak kullandıklarını tespit eder. TV haberleri duygusallaştırmayı sağlayıcı yöntemleri seçmektedir. Göktaş çalışmasında haberde duygusallaştırmanın nedeni olarak ideolojik unsurları görmektedir. Burada ifade edilen ideoloji tek biçimli duygular yaratarak işlemektedir.

3. BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

3.1. ARAŞTIRMANIN FREKANS DAĞILIMLARI

Bu bölümde bulguların frekans dağılımları ve çapraz ilişkilerin dağılım üzerinde durulmaktadır.

3.1.1. Haber Bültenlerinin İçeriğine Ve Sunumuna İlişkin Soruların Dağılımı

Tablo 1. İfade ve Kelime Tekrar Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı

TV Kanalı		İfade ve Kelime Tekrar Sıklığı		Toplam
		Kodlanamıyor	1-3	
NTV	Frekans	62	0	62
	Satır %	100,0%	,0%	100,0%
	Sütun %	60,2%	,0%	50,0%
	Toplam %	50,0%	,0%	50,0%
SHOW TV	Frekans	41	21	62
	Satır %	66,1%	33,9%	100,0%
	Sütun %	39,8%	100,0%	50,0%
	Toplam %	33,1%	16,9%	50,0%
Toplam	Frekans	103	21	124
	Satır %	83,1%	16,9%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	83,1%	16,9%	100,0%

Sözü edilen kanalların ana haber bültenlerinde ifade ve kelime tekrarı sıklığına bakılmıştır. Tablo 1'e göre NTV ana haber bülteninde ifade ve kelime tekrarı tespit edilemezken; Show TV de bu sıklık 1-3 aralığında %33,9 oranında görülmektedir.

Örnek İfadeler:**Show TV**

Türkiye'nin kararlı tutumu 17,18,19 Ekim 2007

Gazi olmanın onuru 28 ekim 2007

ABD'den etkili adım 2 kasım 2007

ABD'nin elini kuvvetlendirdiğine dair yorumlar yapıldı 4 kasım 2007

DTP'lilerin rol çalma çabası dikkatlerden kaçmadı 4 aralık 2007

Tablo 2. Görüntü Tekrar Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı

TV Kanalı		Görüntü tekrarı sıklığı				Toplam
		1-3	4-6	7-9	10 ve üzeri	
NTV	Frekans	34	27	1	0	62
	Satır %	54,8%	43,5%	1,6%	,0%	100,0%
	Sütun %	100,0%	56,3%	3,2%	,0%	50,0%
	Toplam %	27,4%	21,8%	,8%	,0%	50,0%
SHOW TV	Frekans	0	21	30	11	62
	Satır %	,0%	33,9%	48,4%	17,7%	100,0%
	Sütun %	,0%	43,8%	96,8%	100,0%	50,0%
	Toplam %	,0%	16,9%	24,2%	8,9%	50,0%
Toplam	Frekans	34	48	31	11	124
	Satır %	27,4%	38,7%	25,0%	8,9%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	27,4%	38,7%	25,0%	8,9%	100,0%

Tablo 2'de her iki kanalda izlenen haber bültenlerinin hepsinde görüntü tekrarı yapıldığı saptanmıştır. Show TV'de en çok 7-9 aralığında görüntü tekrarı sıklığına (%48,4) rastlanmıştır. Bu sıklığı 4-6 aralığı (%33,9) izlemektedir. Ayrıca 10 ve üzeri aralığında, %17,7 oranında görüntü tekrarı tespit edilirken 1-3 aralığına ise hiç rastlanmamıştır. NTV'de ise bu durumun tersine en çok tespit edilen aralık 1-3 aralığı (%54,8) olmuştur. Bu sıklığı %43,5 ile 4-6 aralığı izlemiştir. 7-9 aralığına sadece %1,6 oranında rastlanmış. 10 ve üzeri aralığa ise hiç rastlanmamıştır. Anlaşılacağı gibi görüntü tekrarı iki haber bülteninde de yapılmaktadır. Ancak, Show TV de yapılan görüntü tekrarları, NTV kanalına göre daha yüksek sıklıklarda yapılmaktadır. Görüntü tekrarı NTV'de bir uzmana canlı bağlantı yapıldığında daha sıklıkla kullanılırken, Show TV kanalında

özellikle askeri operasyon haberlerinin hepsinde görüntü tekrarı görülmektedir. Bu görüntüler makineli tüfek sesiyle başlamakta ve askerleri görev başında göstermektedir.

Tablo 3. Müzik Kullanma Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı

Tv Kanalı		Müzik kullanma sıklığı			Toplam
		Kodlanamıyor	1-3	4-6	
NTV	Frekans	62	0	0	62
	Satır %	100,0%	,0%	,0%	100,0%
	Sütun %	100,0%	,0%	,0%	50,0%
	Toplam %	50,0%	,0%	,0%	50,0%
SHOW TV	Frekans	0	52	10	62
	Satır %	,0%	83,9%	16,1%	100,0%
	Sütun %	,0%	100,0%	100,0%	50,0%
	Toplam %	,0%	41,9%	8,1%	50,0%
Toplam	Frekans	62	52	10	124
	Satır %	50,0%	41,9%	8,1%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	50,0%	41,9%	8,1%	100,0%

Tablo 3'e göre müziğin haber bültenlerinde kullanılmasına bakıldığında, NTV kanalında haber videosu gösterilirken hiç müzik kullanılmadığı tespit edilmiştir. Show TV ise her gün haberlerde müzik kullanımına rastlanmıştır. En çok 1-3 aralığına %83,9 oranında rastlanırken onu 4-6 aralığı (%16,9) izlemektedir. Müzik haber içinde, haber videosu gösterilirken fonda kullanılarak haberin ilgi çekiciliği arttırılmaktadır. Özellikle karşılaşılan durum askeri operasyon haberlerinde fonda verilen coşkulu ve tempolu müziklerdir. Bu müziklerden en çok kullanılan iki tanesi Karayip Korsanları filmi ile Bir Rüya İçin Ağıt filmlerinin müzikleridir. Bu iki müzik bir çok haberde fonda kullanılmaktadır. İki müziğin de ortak yanı hareketli, coşkulu ve cesaretlendirici nitelikte olmasıdır. Bu müzikler dışında şehit ya da ölüm haberlerinde duygusal müzikler kullanılmaktadır.

Tablo 4. Ekrana Yazılan Cümle Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı

Tv Kanalı		Ekranda yazılan cümle sıklığı				Toplam
		Kodlanamıyor	4-6	7-9	10 ve üzeri	
NTV	Frekans	62	0	0	0	62
	Satır %	100,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	Sütun %	100,0%	,0%	,0%	,0%	50,0%
	Toplam %	50,0%	,0%	,0%	,0%	50,0%
SHOW TV	Frekans	0	9	33	20	62
	Satır %	,0%	14,5%	53,2%	32,3%	100,0%
	Sütun %	,0%	100,0%	100,0%	100,0%	50,0%
	Toplam %	,0%	7,3%	26,6%	16,1%	50,0%
Toplam	Frekans	62	9	33	20	124
	Satır %	50,0%	7,3%	26,6%	16,1%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	50,0%	7,3%	26,6%	16,1%	100,0%

Tablo 4'e göre ekrana yazılan cümlelere NTV de hiç rastlanmamaktadır. Show TV de ise bu cümleler yoğun biçimde kullanılmaktadır. En çok 7-9 %53,2 ile 10 ve üzeri %32,3 aralığında sıklığa rastlanmıştır. 4-6 aralığında sıklık ise %14,5 olarak tespit edilmiştir. Ekrana yazılan cümleler, haber başlığının, habere ilişkin ifadelerin yer aldığı alt yazıdan farklı olarak büyük puntolarla ekrana yansıtılan ve çoğunlukla yorumlanan ifadelerin yer aldığı yazılardan oluşmaktadır. Bu yazılar değişik büyüklükte ve bazen farklı renklerle verilerek, haberde verilmek istenen mesajın etkinliği ve dikkat çekiciliği arttırılmak istenmektedir. Ayrıca bu yazıların büyük bölümü yorumlardan oluşmakta, ve üst sesin ifadelerinde ortaya çıkan anlamları vurgulamak için üst ses söylemeden yazı ekrana getirilmekte ve arkasından gelen sesli ifade ile birlikte anlam pekiştirilmektedir.

Örnek İfadeler:

Show TV

Tunceli de 8 bin asker operasyona katılıyor 28 Ekim 2007

15 terörist öldürüldü (resmi kaynaklardan doğrulanmamasına rağmen böyle yansıtılıyor ekrana) 28 Ekim 2007

Pazarlık kartı olarak kullanıyor 29 Ekim 2007

Kobra helikopterleri ateşi gündüzü geceye çeviriyor 30 Ekim 2007

En büyük sorun sınırdaki sarp dağlar 30 Ekim 2007

Fatma tatile çıkacak 31 Ekim 2007

*Ortak operasyon önerisi masada
Biz istihbarat verelim siz vurun
Ortak operasyonu ima etti 5 Kasım 2007*

*İl binaları adeta terör örgütünün kampı gibi
İddianamede yok yok
Savcını istekleri sınırsız 17 Kasım 2007*

Şehitlerin kanını yerde bırakmadılar 4 Aralık 2007

Ezber bozan konuşma 12 Aralık 2007

Tablo 5. Canlı Bağlantı Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı (muhabir)

TV Kanalı		Canlı bağlantı sıklığı (muhabir)				Toplam
		Kodlanamıyor	1-3	4-6	7-9	
NTV	Frekans	3	47	12	0	62
	Satır %	4,8%	75,8%	19,4%	,0%	100,0%
	Sütun %	21,4%	54,7%	54,5%	,0%	50,0%
	Toplam %	2,4%	37,9%	9,7%	,0%	50,0%
SHOW TV	Frekans	11	39	10	2	62
	Satır %	17,7%	62,9%	16,1%	3,2%	100,0%
	Sütun %	78,6%	45,3%	45,5%	100,0%	50,0%
	Toplam %	8,9%	31,5%	8,1%	1,6%	50,0%
Toplam	Frekans	14	86	22	2	124
	Satır %	11,3%	69,4%	17,7%	1,6%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	11,3%	69,4%	17,7%	1,6%	100,0%

Tablo 5'e göre iki kanalında canlı bağlantı sıklıklarına bakıldığında, bültenlerin izlendiği dönemde en az bir kez (% 90,3, NTV) (%69,4, Show TV) muhabire canlı bağlantı yapılma oranları göze çarpmaktadır. 4-6 aralığındaki bağlantı sıklığı ise NTV de %19,4 Show TV de ise %16,1 oranlarında tespit edilmiştir. 7-9 aralığına ise sadece Show TVde %3,2 oranında rastlanmıştır. İki kanalda da sık sık rastlanan bu bağlantıların önemli bir özelliği, muhabirinde kendi yaptığı haberi bir daha sunucuya dönmeden sunabilmesi ve haber videosunun ekrana getirilmesini sağlamasıdır.

Aralıkların büyüdüğü günlerdeki haberler gündemin yoğun olduğu zamanlara denk düşmektedir.

Tablo 6. Canlı Bağlantı Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı (uzman)

TV Kanalı		Canlı bağlantı sıklığı (uzman)			Toplam
		Kodlanamıyor	1-3	4-6	
NTV	Frekans	3	58	1	62
	Satır %	4,8%	93,5%	1,6%	100,0%
	Sütun %	4,8%	95,1%	100,0%	50,0%
	Toplam %	2,4%	46,8%	,8%	50,0%
SHOW TV	Frekans	59	3	0	62
	Satır %	95,2%	4,8%	,0%	100,0%
	Sütun %	95,2%	4,9%	,0%	50,0%
	Toplam %	47,6%	2,4%	,0%	50,0%
Toplam	Frekans	62	61	1	124
	Satır %	50,0%	49,2%	,8%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	50,0%	49,2%	,8%	100,0%

Tablo 6'ya göre NTV de neredeyse her gün (%93,5) bir uzmana canlı bağlantı yapılmaktadır. Show TV de ise bir uzmana canlı bağlantı sadece (%4,8) görülmüş ve bu bağlantılar stüdyoya uzman konuk alma şeklinde gerçekleşmiştir. Uzmana yapılan canlı bağlantılar haberin içeriğine ilişkin yargılara bir dayanak göstermek bu konuda görüş almak amacıyla yapılmaktadır.

Tablo 7. Vatandaşa Yöneltilen Soru Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı

TV Kanalı		Vatandaşa Yöneltilen Soru Sıklığı			Toplam
		Kodlanamıyor	1-3	4-6	
NTV	Frekans	5	57	0	62
	Satır %	8,1%	91,9%	,0%	100,0%
	Sütun %	22,7%	58,8%	,0%	50,0%
	Toplam %	4,0%	46,0%	,0%	50,0%
SHOW TV	Frekans	17	40	5	62
	Satır %	27,4%	64,5%	8,1%	100,0%
	Sütun %	77,3%	41,2%	100,0%	50,0%
	Toplam %	13,7%	32,3%	4,0%	50,0%
Toplam	Frekans	22	97	5	124
	Satır %	17,7%	78,2%	4,0%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	17,7%	78,2%	4,0%	100,0%

Tablo 7'ye göre Her iki kanalda da en az bir kez vatandaşa soru yöneltme sıklığı (1-3 aralığı) yüksek görülmektedir. NTV de bu aralığa %91,9 oranında rastlanırken Show TV de ise %64,5 oranında tespit edilmiştir. Show TV de 4-6 aralığı da %8,1 oranında saptanmış, NTV de bu aralığa rastlanmamıştır. Fakat genel orana bakıldığında 2 ay süresince daha fazla vatandaşa soru yönelten kanal NTV olarak görülmektedir.

Tablo 8. Aktarılan Açıklama Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı

Tv Kanalı		Aktarılan Açıklama Sıklığı				Toplam
		1-3	4-6	7-9	10 ve üzeri	
NTV	Frekans	15	47	0	0	62
	Satır %	24,2%	75,8%	,0%	,0%	100,0%
	Sütun %	30,6%	68,1%	,0%	,0%	50,0%
	Toplam	12,1%	37,9%	,0%	,0%	50,0%
SHOW TV	Frekans	34	22	5	1	62
	Satır %	54,8%	35,5%	8,1%	1,6%	100,0%
	Sütun %	69,4%	31,9%	100,0%	100,0%	50,0%
	Toplam	27,4%	17,7%	4,0%	,8%	50,0%
Toplam	Frekans	49	69	5	1	124
	Satır %	39,5%	55,6%	4,0%	,8%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam	39,5%	55,6%	4,0%	,8%	100,0%

Tablo 8'e göre izlenen süre boyunca her iki kanalda da aktarılan açıklamaların yer aldığı tespit edilmiştir. Fakat aralık sıklıklarına bakıldığında 4-6 aralığındaki sıklığın NTV 'de (%75,8) (Show TV %35,5) daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum NTV'de bu açıklamaların daha çok kullanıldığını ortaya koymaktadır. Öte yandan Show TV de daha çok 1-3 aralığı tespit edilmiştir. (%54,8). NTV'de bu aralık %24,2 olarak saptanmıştır. Aktarılan açıklamalar, birebir kişi yada kurumdan aktarılarak verilmektedir. Bu esnada konuşmanın belli bölümlerinde, üst ses yorumlarıyla müdahale ederek çıkarımlarda bulunmakta, çıkarımların nasıl ortaya çıktığı da konuşmacının özgün konuşması verilerek gösterilmektedir.

Tablo 9. Tabloid Haber Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı

TV Kanalı		Tabloid Haber Sıklığı			Toplam
		Kodlanamıyor	1-3	4-6	
NTV	Frekans	22	40	0	62
	Satır %	35,5%	64,5%	,0%	100,0%
	Sütun %	56,4%	48,2%	,0%	50,0%
	Toplam %	17,7%	32,3%	,0%	50,0%
SHOW TV	Frekans	17	43	2	62
	Satır %	27,4%	69,4%	3,2%	100,0%
	Sütun %	43,6%	51,8%	100,0%	50,0%
	Toplam %	13,7%	34,7%	1,6%	50,0%
Toplam	Frekans	39	83	2	124
	Satır %	31,5%	66,9%	1,6%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	31,5%	66,9%	1,6%	100,0%

Tablo 9'a göre 1-3 aralığı dikkate alındığında iki kanalın da en az bir gün tabloid haber yayınlama sıklığı birbirine yakın oranlarda görülmektedir (NTV %64,5, Show TV %69,4). Burada dikkat çekilmesi gereken nokta iki kanalında tabloid haberlere yer vermesine rağmen, bu haberlerin Show TV'de yerel NTV'de ise ulusal olmalarıdır.

Örnek haberler:

Show TV:

İnsansı Robotlar 11 Kasım 2007

Yabancılaşan Kelimeler 17 Kasım 2007

Kargalara karşı eski cdlere umut bağladı belediye 8 Aralık 2007

Kedisini öldüren öz amcasına dava açtı 8 Aralık 2007

Hayat kurtarayım derken neredeyse bir yaralıyı hayatından edeceklerdi 12 Aralık 2007

NTV

Amerika'da yapılan Sarkozy röportajı 29 Ekim 2007

ABD ordusunda bunalım 1 Kasım 2007

Mtv Avrupa müzik ödülleri 2 Kasım 2007

ABD'li senaristler kalem bıraktılar 5 Kasım 2007

Altın Pusula filmi vizyonda 27 Kasım 2007

Tablo 10. Haber Bülteninde Reklama Yer Verilmesinin Kanallara Göre Dağılımı

TV Kanalı		Haber Bülteninde Reklama Yer Verilmesi		Toplam
		Kodlanamıyor	En az bir kez	
NTV	Frekans	62	0	62
	Satır %	100,0%	,0%	100,0%
	Sütun %	100,0%	,0%	50,0%
	Toplam %	50,0%	,0%	50,0%
SHOW TV	Frekans	0	62	62
	Satır %	,0%	100,0%	100,0%
	Sütun %	,0%	100,0%	50,0%
	Toplam %	,0%	50,0%	50,0%
Toplam	Frekans	62	62	124
	Satır %	50,0%	50,0%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	50,0%	50,0%	100,0%

Tablo 10'a bakıldığında izlenen süre içerisinde NTV' de haber bülteni süresince reklam kuşağına yer verilmediği görülmektedir. Show TV'de ise her gün haberin sonunda reklam kuşağı girilmekte ve haber bültenine geri döndüğünde haber bülteni sonlandırılmaktadır. Reklam kuşağına bir kez yer verildiğinden kodlama cetvelimizde reklama yer verilme durumu en az bir kez olarak kodlanmıştır.

Tablo 11. Yan Hikaye Oluşturma Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı

Tablo 15. Yan Hikaye Oluşturma Sıklığının Kanallara Göre Dağı

TV Kanalı		Yan hikaye oluşturma sıklığı			Toplam
		Kodlanamıyor	1-3	4-6	
NTV	Frekans	59	3	0	62
	Satır %	95,2%	4,8%	,0%	100,0%
	Sütun %	79,7%	6,3%	,0%	50,0%
	Toplam %	47,6%	2,4%	,0%	50,0%
SHOW TV	Frekans	15	45	2	62
	Satır %	24,2%	72,6%	3,2%	100,0%
	Sütun %	20,3%	93,8%	100,0%	50,0%
	Toplam %	12,1%	36,3%	1,6%	50,0%
Toplam	Frekans	74	48	2	124
	Satır %	59,7%	38,7%	1,6%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	59,7%	38,7%	1,6%	100,0%

Tablo 11'e göre yan hikaye oluşturma aralığına bakıldığında Show TV'de en yüksek aralık 1-3 aralığı olarak görülmektedir (%72,6). Yan hikayeler bir haber öyküsünden hareketle oluşturulurlar. Örneğin sınır ötesi operasyon haberlerinin yapıldığı bir haber bülteninde, askeri mühimmatlarla ilgili ayrı bir haber yapılması yan hikaye oluşturmaktır. Yinede izlediğimiz dönem boyunca karşılaştığımız en dikkat çekici örnek Isparta da yaşanan trajik uçak kazası haberidir. 30 Kasım 2007 Show TV ana haber bülteninde önce haberin kendisi yapılıp daha sonra ölen kişilerin hayatı ve yaptıkları iş, son görüntüleri, kaza yapan firma, cenaze haberleri ve uçağa binmeyen kişiler hakkında haberler yapılmıştır. Uçak kazası trajiktir. Haber bülteninde detaylı olarak aktarılacaktır. Fakat aynı gün NTV ana haber bülteni de aynı haberi ilk sıradan vermiş hiçbir şeyi eksik bırakmadan yaklaşık 10 dk yayınlamıştır. Show TV'de ise bu haberlerin tamamı yaklaşık 36 dk boyunca ekranlara gelmiştir. Bu durum da zaten trajik olan bir haberin duygusallaştırılarak nasıl daha dikkat çekici hale getirildiği görülmektedir.

Tablo 12. Özete Yer verilmesinin Kanallara Göre Dağılımı

TV Kanalı		Özete Yer verilmesi		Toplam
		Yer Veriliyor	Yer Verilmiyor	
NTV	Frekans	45	17	62
	Satır %	72,6%	27,4%	100,0%
	Sütun %	100,0%	21,5%	50,0%
	Toplam %	36,3%	13,7%	50,0%
SHOW TV	Frekans	0	62	62
	Satır %	,0%	100,0%	100,0%
	Sütun %	,0%	78,5%	50,0%
	Toplam %	,0%	50,0%	50,0%
Toplam	Frekans	45	79	124
	Satır %	36,3%	63,7%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	36,3%	63,7%	100,0%

Tablo 12'ye göre NTV ana haber bültenlerinde ise özetlere yer verilme oranı %72,6 olarak saptanmıştır. Show TV ana haber bülteninde ise özetlere yer verilmemektedir. NTV ana haber bülteninde özetlerin yer almadığı günler hafta sonu haberlerine denk gelmektedir. Özetler haberin başında ve sonunda yer almaktadır. Haber bülteninin başında verilen satırbaşlarından başka, haber bülteninin sonunda 90 saniyede 1 gün

adıylay günün önemli gelişmelerinden önemli bulunan ifadeler vurgulanmaktadır. Burada önemli nokta, ana haber bülteninde yer almayan haberlerin de 90 saniyede 1 gün içerisinde görüntülerinin vurgulanmasıdır.

Tablo 13. Haber Bültenlerinde Haberlerin Onaylama Biçiminin Kanallara Göre Dağılımı

TV		Onay Biçimi		Toplam
		Görüntü ve İfade Tekrarları	ıkarım Yapılarak	
NTV	Frekans	17	45	62
	Satır %	27,4%	72,6%	100,0%
	Sütün %	34,0%	60,8%	50,0%
	Toplam %	13,7%	36,3%	50,0%
SHOW TV	Frekans	33	29	62
	Satır %	53,2%	46,8%	100,0%
	Sütün %	66,0%	39,2%	50,0%
	Toplam %	26,6%	23,4%	50,0%
Toplam	Frekans	50	74	124
	Satır %	40,3%	59,7%	100,0%
	Sütün %	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	40,3%	59,7%	100,0%

Tablo 13'e göre izlenen dönem içerisinde haberlerin sunucular tarafından onaylama biçimine bakıldığında, NTV'de çıkarım yapılması %72,6 oranında görülürken görüntü ve ifade tekrarlarına ise %27,4 oranında rastlanmıştır. Show TV'de ise görüntü ve ifade tekrarları %53,2, çıkarım yapılması ise %46,8 oranında tespit edilmiştir. NTV haber bülteninde ki onay biçiminin çıkarım yapılarak çıkmasının nedeni uzmana yapılan canlı bağlantılarda sunucunun sorduğu sorulara karşılık gelen cevaplar üzerinden tekrar soru yöneltmesidir. NTV haber bültenlerinde, haberlerin çoğunlukla yorumsuz verildiğini gözlemlememize rağmen, uzmana yapılan canlı bağlantılar, sunucuya ifade biçimlerinde özgürlük tanımaktadır.

Show TV de ise her iki tema birbirine yakın oranlarda görülmekle birlikte görüntü ve ifade tekrarlarına daha çok rastlanmıştır. Görüntü ve ifade tekrarları operasyon haberlerinin yoğunlukla verildiği günlerde, bölgede her an bir hareketlilikten söz edilebileceği ve operasyonların başarıyla srdrldği izlenimini yaratmaktadır.

Çıkarım yapılması ise muhabire yapılan bağlantılarda daha sık görülmektedir. Canlı bağlantıların haberin onaylanarak sunulmasında ki önemi, sunucunun sorular sorarak çıkarım yapmasına ve haberi yorumlamasına olanak vermesinden kaynaklanmaktadır.

Tablo 14. Haber Bülteninin Haberleri Yanlı–Yansız Sunma Durumunun Kanallara Göre Dağılımı

TV Kanalı		Haber (yanlı/yansız)			Toplam
		Kodlanamıyor	Tamamen Yanlı	Kısmen Yanlı	
NTV	Frekans	3	0	59	62
	Satır %	4,8%	,0%	95,2%	100,0%
	Sütun %	60,0%	,0%	100,0%	50,0%
	Toplam %	2,4%	,0%	47,6%	50,0%
SHOW TV	Frekans	2	60	0	62
	Satır %	3,2%	96,8%	,0%	100,0%
	Sütun %	40,0%	100,0%	,0%	50,0%
	Toplam %	1,6%	48,4%	,0%	50,0%
Toplam	Frekans	5	60	59	124
	Satır %	4,0%	48,4%	47,6%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	4,0%	48,4%	47,6%	100,0%

Tablo 14'e göre, hem Show TV hem de NTV ana haber bültenlerinin yaklaşımı yanlı olarak görülmektedir. Ancak Show TV haber bülteninde tespit edilen yanlılık durumu %96,8 oranında tamamen yanlı olarak görülürken iken NTV haber bülteninde ise kısmen yanlılık durumu görülmektedir. Show TV haber bültenlerinde görülen tamamen yanlılık durumunun sebebi, tüm haberlerinde yer alan yorumlar ve kategorilerimiz içinde yer alan değerlere, kavramlara yönelik vurgulardır. NTV haber bülteninde ise her ne kadar haberlere öznel yorumlar yapılmasından kaçınılsa da, NTV ana haber bülteninin sloganı haline gelmiş olan “*Bugüne dair bilmek isteyeceğiniz her şey az sonra bu ekranda*” açılış cümlesi, verilen haberlerin ve haber seçiminin kısmen de olsa yanlı yapıldığını göstermektedir.

Tablo 15. Haber Bülteninin Haberleri İkna Edici Biçimde Sunma Durumunun Kanallara Göre Dağılımı

TV Kanalı		İkna Biçimi		Toplam
		Görüntü ve İfade Tekrarları	Kanıtsallık	
NTV	Frekans	17	45	62
	Satır %	27,4%	72,6%	100,0%
	Sütun %	25,8%	77,6%	50,0%
	Toplam %	13,7%	36,3%	50,0%
SHOW TV	Frekans	49	13	62
	Satır %	79,0%	21,0%	100,0%
	Sütun %	74,2%	22,4%	50,0%
	Toplam %	39,5%	10,5%	50,0%
Toplam	Frekans	66	58	124
	Satır %	53,2%	46,8%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	53,2%	46,8%	100,0%

Tablo 15'e göre haber bültenlerindeki ikna biçimlerine bakıldığında NTV ana haber bülteninde %72,6 oranında kanıtsallık, Show TV ana haber bülteninde ise %79 oranında görüntü ve ifade tekrarları görülmektedir. Her iki kanalında ikna biçimleri farklılık göstermektedir. Burada bahsedilen kanıtsallık teması hem uzman görüşlerini, hem de vatandaş görüşlerini birlikte ele almaktadır. Bu bağlamda NTV ana haber bültenlerinde daha çok görülen ikna biçimi uzman ve vatandaş görüşlerine dayanan kanıtsallık teması olmuştur. Show TV ana haber bülteninde ise 2 aralık 2007 tarihinden itibaren bir hafta boyunca her gün güneydoğudan bir ile gidilerek vatandaşın görüşlerine geniş biçimde yer verilmesi bu sebeple kanıtsallık teması içinde yer almaktadır. Show TV için asıl önemli olan durum, görüntü ve ifade tekrarlarının sık yapılması durumudur. Tekrar yapılması ikna ediciliği arttıran en önemli faktörlerden biridir. Show TV ana haber bülteninde bu durum ifade görüntü ve müzik kullanımında yapılan tekrarlarda görülmektedir.

3.1.2 İdeolojinin Oluşumunda Kullanılan Anlatım Biçimleri

Tablo 16. Eğretileme Kullanılma Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı

TV Kanalı		Eğretileme kullanılma sıklığı			Toplam
		Kodlanamıyor	1-3	4-6	
NTV	Frekans	19	34	9	62
	Satır %	30,6%	54,8%	14,5%	100,0%
	Sütun %	63,3%	56,7%	26,5%	50,0%
	Toplam %	15,3%	27,4%	7,3%	50,0%
SHOW TV	Frekans	11	26	25	62
	Satır %	17,7%	41,9%	40,3%	100,0%
	Sütun %	36,7%	43,3%	73,5%	50,0%
	Toplam %	8,9%	21,0%	20,2%	50,0%
Toplam	Frekans	30	60	34	124
	Satır %	24,2%	48,4%	27,4%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	24,2%	48,4%	27,4%	100,0%

Tablo 16'ya göre her iki kanalda da eğretileme (metaphor) ifadelerinin kullanımına rastlanmıştır. Eğretileme sıklıklarına bakıldığında 1-3 aralığı NTV de % 54,8 iken, Show TV de ise bu oran %41,9 olarak tespit edilmiştir. Dikkat çekici olan 4-6 aralığının Show TV de daha yüksek oranda çıkmasıdır. %40,3 NTV de bu oran %14,5 olarak tespit edilmiştir. Bu da eğretileme ifadeleri kullanma sıklığının Show TV de daha çok yer aldığını göstermektedir.

Eğretileme Örnekleri:

NTV:

Hala atılabilecek adımlar olduğunun işaretini verdi 15 Ekim 2007

Bütçe memurları tatmin etmedi 18 Ekim 2007

Mesajların tonu değişmeye başladı 30 Ekim 2007

Namlunun ucundaki adam 30 Ekim 2007

Vekil maaşları yargıda 2 Kasım 2007

Türk gazeteciler sorularını sordular ama operasyona geçit vermedi...Bush operasyona açık çek vermeyeceğini en azından bunu basın önünde yapmayacağını göstermekle birlikte bunu telafiye dönük başka mesajlar verdi 6 Kasım 2007

Amerikanın aklına yatan operasyonun ne olduğu da bu sözlerle ortaya çıkmış oldu 6 Kasım 2007

Paris Londra ve New york'da yasaklar tiryakileri yendi 8 Kasım 2007

Ankara da hareketli Cuma 9 Kasım 2007

İtalya da Mafyanın 10 emri 9 Kasım 2007

Bu ahlak tanımlamasında bir sorun var sanki 9 Kasım 2007

YÖK'ten üniversite karnesi 26 Kasım 2007

Muhalefetin Sesi 2 Aralık 2007

Show TV:

Artık bıçağın kemiğe dayandığını... 15 Ekim 2007

Temsilciler meclisinde yaprak dökümü 17 Ekim 2007

CHP de sular durulmuyor 18 Ekim 2007

Barzani kantarın topuzunu kaçırdı iyice 21 Ekim 2007

Can değil canan yani vatan 28 Ekim 2007

Asker nefes bile aldırmadı 30 Ekim 2007

ABD bölgede dengeyi sağlıyor nabza göre şerbet veriyor 1 Kasım 2007

DTP'li vekillerin rol çalma çabası 5 Kasım 2007

Türkiye'nin kanayan yarası terör 15 Kasım 2007

Beyaz güvercinin yükseldiği milli piyango idaresinde cinayet 15 Kasım 2007

Soğuktan titreyen öğrenciler resmi işkenceye gözyaşlarıyla isyan etti 3 Aralık 2007

Darbe üstüne darbe yiyen terör örgütü 4 Aralık 2007

Sınıra yerleştirilen füze bataryaları sonun başlangıcının işaret fişeği gibiydi 8 Aralık 2007

Tablo 17. Düzdeğişmece Kullanılma Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı

TV Kanalı		Düzdeğişmece Kullanılma Sıklığı			Toplam
		Kodlanamıyor	1-3	4-6	
NTV	Frekans	3	46	13	62
	Satır %	4,8%	74,2%	21,0%	100,0%
	Sütun %	50,0%	49,5%	52,0%	50,0%
	Toplam %	2,4%	37,1%	10,5%	50,0%
SHOW TV	Frekans	3	47	12	62
	Satır %	4,8%	75,8%	19,4%	100,0%
	Sütun %	50,0%	50,5%	48,0%	50,0%
	Toplam %	2,4%	37,9%	9,7%	50,0%
Toplam	Frekans	6	93	25	124
	Satır %	4,8%	75,0%	20,2%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	4,8%	75,0%	20,2%	100,0%

Tablo 17'ye göre her iki kanalında düzdeğişmece sıklıklarına bakıldığında, birbirlerine çok yakın oranlar görülmektedir. 1-3 aralığında NTV %74,2 , Show TV %75,8. 4-6 aralığında NTV %21,0 , Show TV %19,4 olarak saptanmıştır. Düzdeğişmeceler bir haber bülteninde mutlaka görülen biçimler olduğundan oranların yüksek olmasını sağlamaktadır.

Örnek İfadeler

NTV:

Siyasi taraf----İşaret edilen (hükümet) böyle *Askeri taraf* işaret edilen----(TSK) 15 Ekim 2007

İbre Türkiye'den yana----İşaret edilen (hükümetin isteği) 17 Ekim 2007

Beyaz Sarayın----İşaret edilen (ABD hükümeti) ağırlığını koymasıyla birlikte. 18 Ekim 2007

Irak yönetiminden Türkiye'ye mesaj----İşaret edilen (hükümet) 22 Ekim 2007

Washington'dan ----İşaret edilen (ABD hükümeti) yeni adım 2 Kasım 2007

Heyet istediğini aldı mı? ----İşaret edilen (hükümet) 6 Kasım 2007

Ankara'da Ortadoğu zirvesi 13 Kasım 2007

Emekli Askerler----İşaret edilen (o dönemde açıklamada bulunan eski üst düzey generaller) 17 Kasım 2007

Ankara'da askeri zirve----İşaret edilen (Türk ve ABD Genel kurmay başkanlarının görüşmesi) 20 Kasım 2007

AKP' den ----İşaret edilen (hükümet) orta yol önerisi. 27 Kasım 2007

Show TV:

CHP'nin sürpriz retçisi Baykal'ın sağ kolu----İşaret edilen (CHP Ankara milletvekili Eşref Erdem) 18 Ekim 2007

Türkiye'nin----İşaret edilen (meclisten çıkan tezkere) kararlı tavrı 19 Ekim 2007

Türkiye----İşaret edilen (TSK) kuzey irak'a girdimi 27 Ekim 2007

Devletin zirvesi----İşaret edilen (Başbakan ve Genel kurmay başkanı) ne konuştu 29 Ekim 2007

Washington'a----İşaret edilen (ABD hükümeti) son uyarı 30 Ekim 2007

Erdoğan'ın eleştirilerinden Muhalefet de----İşaret edilen (CHP ve MHP) nasibini aldı 2 Kasım 2007

Tarihi buluşmaya----İşaret edilen (Erdoğan-Bush görüşmesi) dakikalar kaldı 5 Kasım 2007

Operasyon *Washington'a* ----İşaret edilen (ABD hükümetinin alacağı karar) bağlı. 5 Kasım 2007

Türkiye'ye----İşaret edilen (hükümet ve TSK) ihtiyacı olan istihbaratı vereceğiz 17 Kasım 2007

Hükümet yetkiyi verdi *asker* ----İşaret edilen (TSK) gereğini yaptı 3 Aralık 2007

Tablo 18. İronik İfade Kullanılma Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı

TV Kanalı		İronik İfade Kullanılma Sıklığı			Toplam
		Kodlanamıyor	1-3	4-6	
NTV	Frekans	18	44	0	62
	Satır %	29,0%	71,0%	,0%	100,0%
	Sütun %	66,7%	48,4%	,0%	50,0%
	Toplam %	14,5%	35,5%	,0%	50,0%
SHOW TV	Frekans	9	47	6	62
	Satır %	14,5%	75,8%	9,7%	100,0%
	Sütun %	33,3%	51,6%	100,0%	50,0%
	Toplam %	7,3%	37,9%	4,8%	50,0%
Toplam	Frekans	27	91	6	124
	Satır %	21,8%	73,4%	4,8%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	21,8%	73,4%	4,8%	100,0%

Tablo 18'e göre ironik ifadelerin kullanılma sıklığına bakıldığında her iki kanalda da hemen hemen her gün ironik ifadelerin en az bir kez (1-3 aralığı) kullanıldığı tespit edilmiştir. NTV de bu oran %71 iken Show TV de ise %75,8 olarak saptanmıştır. 4-6 aralığına NTV de hiç rastlanmazken Show TV de bu aralık %9,7 olarak tespit edilmiştir. Bu sıklık tablosunda NTV de %29 oranında kodlanamama yapılamamasının nedeni Eğretileme ifadelerinde olduğu gibi hafta sonuna denk gelen haberlerdir.

Örnek İfadeler

NTV

Taksici olmak için hiçbir şey gerekmiyor 15 Ekim 2007

Görüşmeden yoruma açık bir tablo çıktı 6 Kasım 2007

Bu ahlak tanımlamasında bir sorun var sanki 9 Kasım 2007

Kumkapılı balıkçılardan sonra Ankaralı taksicilerimizde oldu 9 Kasım 2007

Bu haberi maalesef birazdan izleyeceğiz (Fatih Terim'in basın toplantısına canlı bağlantı yapılırken) 17 Kasım 2007

Bu da bir DTP'linin ağzından bu konuda çıkmış en ileri sözler olarak nitelenebilir 21 Kasım 2007

Show TV

ABD kolay olsa biz yapardık dedi 17 Ekim 2007

Ayağının tozuyla bombalı suikasta uğradı 19 Ekim 2007

Rice pop star muamelesi görmekten memnun Beyonce (Amerikalı şarkıcı) değil Condi 3 Kasım 2007

Sosyete antikacısı olarak adını duyuramayan Nil Demirkazık DTP'ye katılıp birde ileri geri konuşunca amacına ulaştı. Diyarbakır'dan bağımsız milletvekili adayı olan ve 175 oy alarak kendi açısından oy patlaması yaşayan Demirkazığın cezaevi anılarını kaleme alıp almayacağı merak ediliyor. 13 Kasım 2007

Burası Türkiye şaşırmanın...Yabancı isime direnenler 17 Kasım 2007

Daha iki ay öncesine kadar Türkiye'ye verecek kedileri bile yoktu Kürt liderlerin 21 Kasım 2007

Amca yeğen arasındaki kedi cinayeti nasıl sonuçlanacak 8 Aralık 2007

Tablo 19. İma Yapılma Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı

TV Kanalı		İma Sıklığı			Toplam
		Kodlanamıyor	1-3	4-6	
NTV	Frekans	19	34	9	62
	Satır %	30,6%	54,8%	14,5%	100,0%
	Sütun %	57,6%	44,2%	64,3%	50,0%
	Toplam %	15,3%	27,4%	7,3%	50,0%
SHOW TV	Frekans	14	43	5	62
	Satır %	22,6%	69,4%	8,1%	100,0%
	Sütun %	42,4%	55,8%	35,7%	50,0%
	Toplam %	11,3%	34,7%	4,0%	50,0%
Toplam	Frekans	33	77	14	124
	Satır %	26,6%	62,1%	11,3%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	26,6%	62,1%	11,3%	100,0%

Tablo 19'a bakıldığında ima sıklığının her iki kanalda da yüksek oranda saptandığı görülmektedir. 1-3 aralığına Show TV'de %69,4, NTV de ise % 54,8 oranında rastlanılmıştır. 4-6 aralığında iki kanalın da oranları düşük çıkmıştır. (NTV % 14,5,

Show TV %8,1). Kodlanmayan günler ise NTV' de % 30,6 Show TV de ise %22,6 oranında saptanmıştır.

Örnek İfadeler:

NTV

Bugüne dair bilmek isteyeceğiniz her şey az sonra bu ekranda (hafta içi haberlerinde her gün)

Diplomasi Trafiği 17 Ekim 2007

Başkan Bush Pelosiyi aradı ve galiba bu telefon konuşması bir ölçüde etkili oldu 17 Ekim 2007

Pek çok kişi Yüksek Seçim Kurulunun yasaklarından haberdar değil bu vatandaşlar gibi 16 Ekim 2007

Rice Türkiye'nin kararlılığının farkına vardı 3 Kasım 2007

Görüşmeden yoruma açık bir tablo çıktı 6 Kasım 2007

Bugüne damgasını vuran haberlerden bazıları... 29 Kasım 2007

Show TV

Irakta sanki bir tiyatro oyunu sergileniyor 29 Ekim 2007

ABD bölgede dengeyi sağlıyor nabza göre şerbet veriyor 1 Kasım 2007

Rice çok da iyi çok da sıcak karşılandı diyemeyiz 2 Kasım 2007

Türkiye bazı şeyler değişti mesajını verdi 2 Kasım 2007

Çok daha net mesaj söz bitti aksiyon vakti yani Amerika'ya ya taşın altına elini koyarsın ya da biz gerekeni yapacağız 2 Kasım 2007

Kandırılmıştı, anladı idrak etti 3 Kasım 2007

Ya siz bitirin ya da biz bitirirken müdahale etmeyin 4 Kasım 2007

Gölge etmeyin ne gerekiyorsa yapalım denilecek 5 Kasım 2007

Tablo 20. Yadsıma Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı

TV Kanalı		Yadsıma Sıklığı		Toplam
		Kodlanamıyor	1-3	
NTV	Frekans	37	25	62
	Satır %	59,7%	40,3%	100,0%
	Sütun %	44,6%	61,0%	50,0%
	Toplam %	29,8%	20,2%	50,0%
SHOW TV	Frekans	46	16	62
	Satır %	74,2%	25,8%	100,0%
	Sütun %	55,4%	39,0%	50,0%
	Toplam %	37,1%	12,9%	50,0%
Toplam	Frekans	83	41	124
	Satır %	66,9%	33,1%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	66,9%	33,1%	100,0%

Tablo 20'ye göre yadsıma kullanılma sıklıklarına bakıldığında, NTV ana haber bülteninde bu oranın 1-3 aralığında %40,3 oranında görülmesine karşın, Show TV ana haber bültenlerinde bu oran %25,8 olarak saptanmıştır. Her iki kanalda da yadsıma ifadelerine rastlanma durumu birbirine yakın görülmesine rağmen genel olarak yadsıma ifadelerine çok sık rastlanmamıştır.

Örnek İfadeler

NTV

Onlar hakkında konuşmanızı beklemiyorum ama işbirliği ihtimali var mı? 18 Ekim 2007

...ki siz söylüyorsunuz ama yinede vaka biçiminde bakmak gerekmez mi? 13 Kasım 2007

Mevcut yasayla bile hükmet ile federasyon arasında uzlaşmazlık yaşandığını biliyoruz tam özerklik sağlandığı zaman bu her hangi bir konuda soruna yol açabilir mi? 26 Kasım 2007

Sonradan zorlanarak bir zorlamanın eseri olarak kurulan taşra üniversiteleri diyebileceğimiz okullarda bu bir ölçüde anlaşılabilir, kadro ve altyapı

zorluklarından...Evet ama vakıf üniversitelerinin de biraz daha avantajlı yola çıktıklarını söylemek mümkün...26 Kasım 2007

Show TV

Kandırılmıştı ama anladı idrak etti 3 Kasım 2007

Günün en flash ama aynı zamanda şaşırtmayan haberi 15 Kasım 2007

Atılan her adım, her ziyaret sonrası Sınır ötesi operasyon an meselesi gibi ifadeler kullanmamak gerektiği ortada ama şu da bir gerçeği Erdoğan Bush görüşmesinden sonra iraklı liderlerin üslup değiştirdiği de görülüyor 21 Kasım 2007

Tablo 21. Olumsuz Ötekileştirme Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı

TV Kanalı		Olumsuz Ötekileştirme Sıklığı			Toplam
		Kodlanamıyor	1-3	4-6	
NTV	Frekans	51	10	1	62
	Satır %	82,3%	16,1%	1,6%	100,0%
	Sütun %	82,3%	16,9%	33,3%	50,0%
	Toplam %	41,1%	8,1%	,8%	50,0%
SHOW TV	Frekans	11	49	2	62
	Satır %	17,7%	79,0%	3,2%	100,0%
	Sütun %	17,7%	83,1%	66,7%	50,0%
	Toplam %	8,9%	39,5%	1,6%	50,0%
Toplam	Frekans	62	59	3	124
	Satır %	50,0%	47,6%	2,4%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	50,0%	47,6%	2,4%	100,0%

Olumsuz ötekileştirme sıklığına ilişkin tablo 21'e bakıldığında, bu ifade biçiminin kullanımında iki kanal arasında büyük bir fark olmadığı görülmektedir. Show TV ana haber bülteninde bu oran 1-3 aralığında %79 iken, NTV' de %16,1 olarak saptanmıştır. Show TV de yapılan olumsuz ötekileştirmelerde failer Barzani DTP ve DTP'li milletvekilleri olarak öne çıkmaktadır. NTV ana haber bültenlerinde benzer failer olumsuz ötekileştirme örneklerinde görülmelerine karşın, bu ifade biçimine daha az rastlanmaktadır.

Tablo 22. Uslamlama Sıklığının Kanallara Göre Dağılımı

TV Kanalı		Uslamlama Sıklığı			Toplam
		Kodlanamıyor	1-3	4-6	
NTV	Frekans	5	55	2	62
	Satır %	8,1%	88,7%	3,2%	100,0%
	Sütun %	22,7%	58,5%	25,0%	50,0%
	Toplam %	4,0%	44,4%	1,6%	50,0%
SHOW TV	Frekans	17	39	6	62
	Satır %	27,4%	62,9%	9,7%	100,0%
	Sütun %	77,3%	41,5%	75,0%	50,0%
	Toplam %	13,7%	31,5%	4,8%	50,0%
Toplam	Frekans	22	94	8	124
	Satır %	17,7%	75,8%	6,5%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	17,7%	75,8%	6,5%	100,0%

Tablo 22'ye göre uslamlama sıklığına bakıldığında NTV' de bu oranın 1-3 aralığında (% 88,7) Show TV'ye göre (%62,9) daha yüksek olduğu görülmektedir. Show TV de kodlanamayan günlerin oranının % 27,4 olması NTV de ise bu oranın yalnızca %8,1 de kalması uslamlama ifadelerinin daha çok NTV de kullanıldığını göstermektedir. Uslamlama ifadelerinin NTV de daha çok uzmana yapılan canlı bağlantılar sırasında kullanıldığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla uzmana sorulan sorular bir uslamlama ifadesi olan kanıt göstermek için sorulmaktadır. Show TV ana haber bülteninde yer alan uslamlamalar muhabire yapılan canlı bağlantılarda sıkça yer alsa da, bu haber bülteninde sunucunun uslamlama ifadesi kullanmasına daha çok rastlanmıştır.

Örnek İfadeler

NTV

Peki ya referandum yapılırsa? 16 Ekim 2007

Hangi olasılık daha ağır basıyor? 23 Ekim 2007

Sınır ötesi operasyon söylentilerinin gerçekliği var mı? 13 Kasım 2007

Dokunulmazlık kalksın önerisine AKP'den destek gelir mi? 13 Kasım 2007

Başka üniversitelere göre daha iyi olmaları gerekmez mi? 26 Kasım 2007

Show TV

Özgür, Barzani ne yapmaya çalışıyor istiyor Ankara'dan ne istiyor? 29 Ekim 2007

ABD gezisinin ardından gerginlik bitecek mi? 31 Ekim 2007

Biz bu süre içinde istihbarat almıyor muyduk şimdi ne değişti de daha farklı bir istihbarat veriyorlarmış gibi bir görüntü var? Bu istihbaratın şimdiye kadar müttefiklik ilişkisinde verilen istihbarattan farkı, büyüklüğü, genişliği ne? 1 Kasım 2007

Peki tarihi buluşmada neler konuşulacak? 4 Kasım 2007

Tablo 23. Duygusallaştırma Oluşturulma Biçimlerinin Kanallara Göre Dağılımı

TV Kanalı		Duygusallaştırma Oluşturulma Biçimleri				Toplam
		Kodlanamıyor	Şehit Cenazeleri	Kahramanlık haberleri	Ölüme Sebebiyet Veren Kaza	
NTV	Frekans	60	1	0	1	62
	Satır %	96,8%	1,6%	,0%	1,6%	100,0%
	Sütun %	76,9%	12,5%	,0%	20,0%	50,0%
	Toplam %	48,4%	,8%	,0%	,8%	50,0%
SHOW TV	Frekans	18	7	33	4	62
	Satır %	29,0%	11,3%	53,2%	6,5%	100,0%
	Sütun %	23,1%	87,5%	100,0%	80,0%	50,0%
	Toplam %	14,5%	5,6%	26,6%	3,2%	50,0%
Toplam	Frekans	78	8	33	5	124
	Satır %	62,9%	6,5%	26,6%	4,0%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	62,9%	6,5%	26,6%	4,0%	100,0%

Tablo 23'e göre duygusallaştırma oluşturulma biçimlerine bakıldığında, bu durum Show TV ana haber bültenlerinde duygusallaştırmanın en çok oluşturulduğu haberler kahramanlık vurgusu yapılan haberlerdir. (%53,2), şehit haberlerine ise %11,3 oranında rastlanmıştır. NTV ise duygusallaştırma oluşturulmasına neredeyse hiç yer verilmemektedir. Duygusallaştırma haberlerinin daha çok kahramanlık vurgusunun yapıldığı haberler veya şehit cenazeleri haberler de karşımıza çıkması dönemselsel olarak anlamlı bir sonuçtur. Fakat saptanan duygusallaştırma haberleri şehit haberleri ile ilgili olmasa da, diğer ölüm haberlerinin hepsi duygusal ifadeler, yumuşak bir söylem biçimi, ve yavaş bir müzik ile verilmektedir. En somut örnek Isparta'da yaşanan uçak kazası haberidir. Bu haberde kullanılan bazı duygusallaştırma ifadeleri şöyledir. (Güvenlik

kamerasındaki görüntüler yayınlanırken) *hiçbir şey bilmeden kimisi gülerken son yolculuğuna çıktı, görüntüyü izliyorken insan keşke bir daha geri dönmese diyor, onlardan kalan son şey bu görüntüler oldu.*

Bu tür ifadelere yer verilmesi ve haberde sürekli olarak yapılan görüntü tekrarları, zaten acı olan haberin etkisini bir kat daha arttırmaktadır. Show TV ana haber bülteni bu kazayla ilgili 6 yan haber oluşturmuş ve NTV ana haber bülteninde yer verilmeyen duygusal detaylara yer verilmiştir. Bu detaylar uçağa binecekken binmeyip kurtulan kişilerin binmeme sebepleri ile ilgili verilen haberlerdir. Sonuç olarak, iki kanalda o günün en önemli haberine yer vermiş, fakat Show TV ana haber bültenindeki duygusallaştırma temasının yoğunluğu haberin ötesine geçmiştir.

3.1.3 Saptanan Söylemsel Kategoriler

Tablo 24. Devletin Bağımsızlığı ve Bütünlüğüne Vurgu Yapılmasının Kanallara Göre Dağılımı

TV Kanalı		Devletin Bağımsızlığı ve Bütünlüğüne Vurgu		Toplam
		Var	Yok	
NTV	Frekans	4	58	62
	Satır %	6,5%	93,5%	100,0%
	Sütun %	6,1%	100,0%	50,0%
	Toplam %	3,2%	46,8%	50,0%
SHOW TV	Frekans	62	0	62
	Satır %	100,0%	,0%	100,0%
	Sütun %	93,9%	,0%	50,0%
	Toplam %	50,0%	,0%	50,0%
Toplam	Frekans	66	58	124
	Satır %	53,2%	46,8%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	53,2%	46,8%	100,0%

Tablo 24'e göre devletin bağımsızlığı ve bütünlüğüne vurgu yapılması durumuna bakıldığında bu olgunun Show TV ana haber bültenlerinde her gün (%100) vurgulandığı görülmektedir. Bunun nedeni her gün yapılan askeri operasyon haberleri ve bu haberlerde kullanılan anlatım biçimleridir. NTV de bu oranın %6,5 de kalması

tamamen kanalın haberi sunum biçiminden kaynaklanmaktadır. NTV haberlerinde haberin sunumunda yorumdan mümkün oldukça kaçınılmaktadır.

Tablo 25. Ümit Verici Haberlerin Yapılmasının Kanallara Göre Dağılımı

TV Kanalı		Ümit Verici Haberler		Toplam
		Var	Yok	
NTV	Frekans	3	59	62
	Satır %	4,8%	95,2%	100,0%
	Sütun %	6,0%	79,7%	50,0%
	Toplam %	2,4%	47,6%	50,0%
SHOW TV	Frekans	47	15	62
	Satır %	75,8%	24,2%	100,0%
	Sütun %	94,0%	20,3%	50,0%
	Toplam %	37,9%	12,1%	50,0%
Toplam	Frekans	50	74	124
	Satır %	40,3%	59,7%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	40,3%	59,7%	100,0%

Tablo 25'e göre ümit verici haber sıklığına bakıldığında da Show TV ana haber bültenlerinde bu tür haberlerin yapılması oranının çok yüksek (%75,8) olduğu görülmektedir. Bu tür haberlerin en önemli özelliği, haberi izleyince sanki o gelişmelerin hemen gerçekleşeceğine dair bir beklenti içerisine girilmesini sağlamaktır. Haberlerin sunum biçimi, söz konusu gelişmelerin her an hazır olacağı mesajı vermekte ve böylece dikkat çekmektedir. Bu haberlerin diğer bir özelliği de haberlerde yapılan biz vurgusudur. Haberler çoğunlukla, emekliye müjde, çalışana müjde, artık hiçbir şey eskisi gibi olmayacak gibi ifadelerle başlamaktadır. İzlenen dönemde en çok dikkatimizi çeken örnek ise 11 Kasım 2007 tarihli Show TV ana haber bülteninde verilen asker robot haberi olmuştur:

Asker robotlar sayesinde artık analar şehit evlatları arkasından gözyaşı dökmeyecek. Robotik henüz prototip seri üretime geçildiğinde ise robot ordular kurulabilecek... Robot ordular kurulduğunda ise artık annelerin yüreği yanmayacak.

Söz konusu haber verilirken ekranda *Robocop* ve *I Robot* filmlerinden görüntüler verilmektedir. Bu prototipin seri üretime geçilip askeri alanda kullanılmasının önünde daha çok seneler olduğu haber bülteni tarafından belirtilmesine rağmen, hemen

arkasından sanki kısa sürede böyle bir şeyin gerçekleşeceğini belirtmesi çelişki içermektedir. Üstelik bu bir Üniversite projesidir ve askeri bir amaçla üretildiğine dair üreticiler tarafından bir açıklama gelmemiştir.

Tablo 26. Kahramanlık Vurgusu Yapılmasının Kanallara Göre Dağılımı

TV Kanalı		Kahramanlık Vurgusu		Toplam
		Var	Yok	
NTV	Frekans	3	59	62
	Satır %	4,8%	95,2%	100,0%
	Sütun %	5,0%	92,2%	50,0%
	Toplam %	2,4%	47,6%	50,0%
SHOW TV	Frekans	57	5	62
	Satır %	91,9%	8,1%	100,0%
	Sütun %	95,0%	7,8%	50,0%
	Toplam %	46,0%	4,0%	50,0%
Toplam	Frekans	60	64	124
	Satır %	48,4%	51,6%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	48,4%	51,6%	100,0%

Tablo 26'ya göre kahramanlık vurgusunun yapılmasına bakıldığında, yine Show TV Ana haber bülteninde bu oranın çok yüksek görüldüğü tespit edilmektedir (%91,9). Haber bültenlerini izlediğimiz iki ay içerisinde gündemin sınır ötesi operasyon olması, bu haberlerle karşılaşma oranımızı arttırmıştır. Show TV de bu haberler verilirken, askerler her zaman kahraman olarak tanımlanmakta, yaşadıkları zorluklara ilişkin bilgiler verilmektedir. NTV ise bu haberleri verirken herhangi bir nitelemede bulunmamaktadır.

Örnek İfadeler

Show TV

Kahraman Türk askerleri pkk'ların peşinde bu görüntüler hiçbir yerde yok. 31 Ekim 2007

Askerlerin marşlarla inlediği bu caddeler Diyarbakır'ın 15 Kasım 2007

TSK'nın göz bebeği bordo bereliler 2 Aralık 2007

Tablo 27. Ulusal Övünç Vurgusu Yapılmasının Kanallara Göre Dağılımı

TV Kanalı		Ulusal Övünç vurgusu		Toplam
		Var	Yok	
NTV	Frekans	5	57	62
	Satır %	8,1%	91,9%	100,0%
	Sütun %	10,2%	76,0%	50,0%
	Toplam %	4,0%	46,0%	50,0%
SHOW TV	Frekans	44	18	62
	Satır %	71,0%	29,0%	100,0%
	Sütun %	89,8%	24,0%	50,0%
	Toplam %	35,5%	14,5%	50,0%
Toplam	Frekans	49	75	124
	Satır %	39,5%	60,5%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	39,5%	60,5%	100,0%

Tablo 27'ye göre Show TV de ulusal övünç vurgusunun yapılma oranı %71,0 iken NTV' de bu oran %8,1'de kalmıştır. Ulusal övünç vurgusu da kahramanlık vurgusu gibi, sınır ötesi operasyon haberlerinde sıklıkla karşımıza çıkan bir olgu olduğundan Show TV ana haber bültenlerinde bu oranın yüksek olması doğaldır. NTV'de ise oranın düşük olmasının nedeni bu haberlerin yorumsuz olarak aktarılmasıdır.

Örnek İfadeler:

Show TV

Gözünü kaybetmiş ama gazi olmanın onurunu taşıyor 31 Ekim 2007

Gazi olanla konuşunca bu borcun ne kadar kutsal olduğunu daha iyi anlıyor insan 31 Ekim 2007

Askerlerin marşlarla inlediği bu caddeler Diyarbakır'ın 15 Kasım 2007

Türk yapımı tabanca... yerli üretim silahlar kadınlarında bunda payı var 16 Kasım 2007

Tablo 28. Milli His, Duygu Yart. Ulusal. Bilinç Oluşturmanın Kanallara Göre Dağılımı

TV Kanalı		Milli his, duygu yart. ulusal. bilinç oluşturma		Toplam
		Var	Yok	
NTV	Frekans	3	59	62
	Satır %	4,8%	95,2%	100,0%
	Sütun %	5,2%	89,4%	50,0%
	Toplam %	2,4%	47,6%	50,0%
SHOW TV	Frekans	55	7	62
	Satır %	88,7%	11,3%	100,0%
	Sütun %	94,8%	10,6%	50,0%
	Toplam %	44,4%	5,6%	50,0%
Toplam	Frekans	58	66	124
	Satır %	46,8%	53,2%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	46,8%	53,2%	100,0%

Tablo 28'e göre milli his duygu yaratarak ulusal bilinç oluşturma durumu da Show TV ana haber bültenlerinde % 88,7 oranında görülmektedir. NTV de ise bu oran %4,8 olarak saptanmıştır. NTV ana haber bülteninde yorumsuz bir biçimde haberlerin verilmesi bu durumda da etkilidir. Saptanan 3 gün 22 ekim (dağlıca şehitleri haberi) 29 ekim Cumhuriyet bayramı ve 10 kasım Atatürk'ün Ölüm Yıldönümü günü yayınlanan haberleri içermektedir. Show TV ana haber bültenlerinde yer alan haberlerde tespit edilen kahramanlık ve ulusal övünç vurgularının yapıldığı haberlerin hepsinde bu kategoriden bahsedilebilir. Ayrıca söz konusu dönemde teröre lanet mitingleri ve asker gönderme haberlerinde bu vurgudan bahsedilebilir. Yurt dışında yapılan teröre lanet mitinglerinde vatandaşlarımıza yapılan müdahaleler de geniş biçimde sunularak, ortalığı yatıştıramayan ve müdahaleyi engelleyemeyen yabancı güvenlik güçleri olumsuzlanarak verilmektedir. Ayrıca bu haberlerde vatandaşlarımıza yönelik yapılan müdahale anlarını içeren görüntü tekrarlarının sıklıkla yapılması ulusal bilincin oluşturulmasını pekiştirme görevi görmektedir.

Örnek Haberler:**Show TV**

Almanya ve İngiltere’de teröre lanet gösterilerinde polisin müdahalesi

İngiltere polisi bu olayda da çifte standardını konuştu Türk bayrağı indirildi. 29 Ekim 2007

Terör karşıtı gösteriler Norveç’te vatandaşlarımıza saldırı Küstahça tahriklere kapılmayan vatandaşlarımız... 4 Kasım 2007

Londra’da teröre lanet mitinginde olay. İngiliz polisi bir Türk göstericiyi göz altına aldı. 19 Kasım 2007

İngiltere’de teröre lanet mitingi 26 Kasım 2007

Tablo 29. Vatandaşın Devlete Karşı Sorumluluklarının Kanallara Göre Temsil Edilme Biçimlerinin Dağılımı

TV Kanalı		Vatandaşın Devlete Karşı Sorumlulukları			Toplam
		Vatan Borcu (Askerlik)	Fedakarlık (Ekonomik)	Birlik Beraberlik	
NTV	Frekans	0	45	17	62
	Satır %	,0%	72,6%	27,4%	100,0%
	Sütun %	,0%	83,3%	51,5%	50,0%
	Toplam %	,0%	36,3%	13,7%	50,0%
SHOW TV	Frekans	37	9	16	62
	Satır %	59,7%	14,5%	25,8%	100,0%
	Sütun %	100,0%	14,1%	69,6%	50,0%
	Toplam %	29,8%	7,3%	12,9%	50,0%
Toplam	Frekans	37	54	33	124
	Satır %	29,8%	43,5%	26,6%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	29,8%	43,5%	26,6%	100,0%

Tablo 29’a göre vatandaşın devlete karşı olan sorumluluklarının haber bültenlerinde vurgulanmasına bakıldığında NTV ana haber bülteninde bu sorumluluk en çok ekonomik fedakarlık (%72,6) olarak görülmekte iken, Show TV de ise vatan borcu (askerlik) (%59,7) tespit edilmektedir. Show TV de ekonomik fedakarlık oranı %12,9 Birlik beraberlik oranı %25,8 NTV de ise birlik beraberlik oranı %27,4 olarak saptanmıştır. NTV’de ekonomik fedakarlık teması bütçe görüşmeleri, enflasyon, küresel

piyasalar ve küçük esnafın koşulları haberlerinde tespit edilirken, birlik beraberlik teması ise tezkere ve sınır ötesi operasyon haberlerinin yoğun olduğu günlerde saptanmıştır. Show TV’de vatan borcu askerlik ve birlik beraberlik temasının tespit edildiği haberleri, sınır ötesi operasyon ve askerlerin koşullarına, kullanılan silah ve mühimmatlara ilişkin haberler oluşturmaktadır.

Tablo 30. Devletin Vatandaşa Karşı Sorumluluklarının Kanallara Göre Temsil Edilme Biçimlerinin Dağılımı

TV Kanalı		Devletin Vatandaşa Karşı Sorumlulukları		Toplam
		Ekonomik ve Sosyal Beklentiler	Ulusal Güvenlik	
NTV	Frekans	45	17	62
	Satır %	72,6%	27,4%	100,0%
	Sütun %	83,3%	24,3%	50,0%
	Toplam%	36,3%	13,7%	50,0%
SHOW TV	Frekans	9	53	62
	Satır %	14,5%	85,5%	100,0%
	Sütun %	14,1%	88,3%	50,0%
	Toplam%	7,3%	42,7%	50,0%
Toplam	Frekans	54	70	124
	Satır %	43,5%	56,5%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam%	43,5%	56,5%	100,0%

Tablo 30’a göre devletin vatandaşa karşı olan sorumluluğuna bakıldığında, NTV ana haber bülteninde ekonomik ve sosyal beklentiler (%72,6), Show TV de ise ulusal güvenlik (%85,5) olguları en yüksek oranlar olarak görülmektedir. Bu durumdan da anlaşılacağı gibi NTV ana haber bülteninin yayının da ekonomik ve sosyal haberler daha çok yapılmakta iken, Show TV ana haber bülteninde ise ulusal güvenlik ile ilgili haberler daha çok ekrana gelmektedir. Bir önceki tabloda gösterilen temalar ile bu tabloda yer alan temalar birbirleriyle doğrudan ilişkili olduğundan her iki kategorideki belirlenen temaları içeren haberler aynıdır. Ekonomik ve Sosyal beklentilerin vurgulandığı haberler içerisinde yine bütçe, enflasyon ve piyasa haberleri yer alırken, ulusal güvenliğin vurgulandığı haberleri ise, sınır ötesi operasyon, askerlerin koşulları ve askerinin içinde bulunduğu koşullar ve mühimmatlara ilişkin haberler oluşturmaktadır.

Tablo 31. Güven Duygusu Yaratılmasının Kanallara Göre Dağılımı

TV Kanalı		Güven Duygusu Yaratılması	Toplam
		Var	
NTV	Frekans	62	62
	Satır %	100,0%	100,0%
	Sütun %	50,0%	50,0%
	Toplam %	50,0%	50,0%
SHOW TV	Frekans	62	62
	Satır %	100,0%	100,0%
	Sütun %	50,0%	50,0%
	Toplam %	50,0%	50,0%
Toplam	Frekans	124	124
	Satır %	100,0%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%
	Toplam %	100,0%	100,0%

Tablo 31'e göre güven duygusu her iki kanalda da yaratılmaktadır. Show TV güven duygusunu sınır ötesi operasyon sırasında askerlerin kahramanlıklarıyla, kullandığı silah ve mühimmatların ne derece gelişmiş olduğunu göstererek "güçlü ordumuz var" mesajı vererek yaratırken, NTV ana haber bültenlerinde ise çatışma olmadığı zamanlarda bölgeyle ilgili haberler kısa geçilerek bölgede sükunetin var olduğu gösterilerek yaratılmaktadır. Örneğin 29 Ekim 2007 günü Show TV haber bülteninde Tunceli, Siirt ve Şırnak'ta yapılan operasyonların detayları hakkında bilgi verilip, *kar yağışına rağmen operasyonlar devam ediyor* diyerek ifade edilerek verilmiş, NTV'de ise böyle bir operasyonun yapıldığı sade bir dille bir dakikadan az bir süre içerisinde ifade edilmiştir.

Tablo 32. Ekonomik Yapının Belirleyiciliğinin Gerekliliği Vurgusu Yapılmasının Kanallara Göre Dağılımı

TV Kanalı		Ekonomik Yapının Belirleyiciliğinin Gerekliliği Vurgusu		Toplam
		Var	Yok	
NTV	Frekans	45	17	62
	Satır %	72,6%	27,4%	100,0%
	Sütun %	83,3%	24,3%	50,0%
	Toplam %	36,3%	13,7%	50,0%
SHOW TV	Frekans	9	53	62
	Satır %	14,5%	85,5%	100,0%
	Sütun %	14,3%	86,9%	50,0%
	Toplam %	7,3%	42,7%	50,0%
Toplam	Frekans	54	70	124
	Satır %	43,5%	56,5%	100,0%
	Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%
	Toplam %	43,5%	56,5%	100,0%

Tablo 32'ye göre ekonomik yapının belirleyiciliğinin gerekliliğine vurgu NTV ana haber bülteninde %72,6 oranında yer alırken Show TV ana haber bülteninde ise bu oran %14,5 olarak saptanmıştır. Ekonomik yapının belirleyiciliği yukarıda devletin vatandaşa ve vatandaşın devlete karşı sorumlulukları kategorilerindeki ekonomik fedakarlık ve ekonomik ve sosyal beklentiler temalarıyla doğrudan ilişkilidir.

Örnek Haberler:

NTV

2008 bütçesi memurları tatmin etmedi 18 Ekim 2007

Yolsuzluk Operasyonu 19 Ekim 2007

Enflasyon, zam haberi 2 Kasım 2007

Emekli olan milletvekili maaşları 2 Kasım 2007

Ekonomik ve kültürel atılımlar 21 Kasım 2007

Hamsi bereketi 27 Kasım 2007

Vergi iadesi 28 Kasım 2007

3.2 ÇAPRAZ İLİŞKİLER VE HİPOTEZLERİN TESTİ

Tablo 33. Haber Bültenlerinde Haberlerin İkna Etme Biçimi ile Eğretilme Sıklığı Arasındaki İlişkinin Dağılımı

TV Kanalı				Eğretilme kullanılma sıklığı			Toplam	
				Kodlanamıyor	1-3	4-6		
NTV	İkna Biçimi	Görüntü ve İfade Tekrarları	Frekans	12	5	0	17	
			Satır%	70,6%	29,4%	,0%	100,0%	
			Sütun%	63,2%	14,7%	,0%	27,4%	
			Toplam%	19,4%	8,1%	,0%	27,4%	
	Kanıtsallık	Frekans	7	29	9	45		
		Satır%	15,6%	64,4%	20,0%	100,0%		
		Sütun%	36,8%	85,3%	100,0%	72,6%		
		Toplam%	11,3%	46,8%	14,5%	72,6%		
	Toplam			Frekans	19	34	9	62
				Satır%	30,6%	54,8%	14,5%	100,0%
			Sütun%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
			Toplam%	30,6%	54,8%	14,5%	100,0%	
SHOW TV	İkna Biçimi	Görüntü ve İfade Tekrarları	Frekans	11	14	20	45	
			Satır%	24,4%	31,1%	44,4%	100,0%	
			Sütun%	100,0%	53,8%	80,0%	72,6%	
			Toplam%	17,7%	22,6%	32,3%	72,6%	
	Kanıtsallık	Frekans	0	12	5	17		
		Satır%	,0%	70,6%	29,4%	100,0%		
		Sütun%	,0%	46,2%	20,0%	27,4%		
		Toplam%	,0%	19,4%	8,1%	27,4%		
	Toplam			Frekans	11	26	25	62
				Satır%	17,7%	41,9%	40,3%	100,0%
			Sütun%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
			Toplam%	17,7%	41,9%	40,3%	100,0%	

p=0,00 p<0,05 df= 2

Tablo 33'e bakıldığında eğretilme kullanılma sıklığının haberlerin ikna edici biçimde sunulmasında etkili olduğu görülmektedir. NTV ana haber bültenlerinde eğretilme ifadeleri kanıtsallık temasının kullanılmasında etkilidir (1-3 aralığında %64,4, 4-6 aralığında %20). Show TV ana haber bültenlerinde ise görüntü ve ifade tekrarlarında eğretilme ifadelerine daha çok rastlanmıştır (1-3 aralığında %31,1 4-6 aralığında %44,4). NTV ana haber bülteninde kanıtsallık temasının yüksek oranlarda görülmesinin nedeni uzman görüşlerine önemli ölçüde yer verilmesidir. Böylelikle verilen habere bir dayanak gösterilmekte ve ikna oluşturulmaktadır. Show TV ana haber

bülteninde ise görüntü ve ifade tekrarlarıyla ikna oluşturulmaktadır. Tekrar yapılmasının ikna oluşturulmasında önemli bir etkisi vardır. Buradaki görüntü ve ifade tekrarlarının içinde Show TV ana haber bülteninde yer alan ekrana yazılan (yönlendirici) cümlelerde yer almaktadır. Ayrıca bu tekrarlar yapılırken eğretilme ifadelerinin kullanılması, haberin sunumunda ikna edilme düzeyini arttırmaktadır. Her iki haber bülteni de bu ifade biçimlerini ikna oluşturmak için kullanmaktadır.

Kikare testine göre; hem Show TV hem de NTV ana haber bültenlerinde eğretilme ifadelerinin kullanılmasının haber bültenlerinde ikna ediciliğini arttırmakta olduğuna ilişkin hipotezimiz anlamlı bulunmuştur.

Tablo 34. Haber Bültenlerinde Haberlerin İkna Etme Biçimi ile Uzmana Yapılan Canlı Bağlantı Sıklığı Arasındaki İlişkinin Dağılımı

TV			Canlı bağlantı sıklığı (uzman)				
			Kodlanamıyor	1-3	Toplam		
NTV	İkna Biçimi	Görüntü ve İfade Tekrarları	Frekans	3	14	17	
			Satır %	17,6%	82,4%	100,0%	
			Sütun %	100,0%	23,7%	27,4%	
			Toplam %	4,8%	22,6%	27,4%	
	Kanıtsallık	Frekans	0	45	45		
		Satır %	,0%	100,0%	100,0%		
		Sütun %	,0%	76,3%	72,6%		
		Toplam %	,0%	72,6%	72,6%		
	Toplam			Frekans	3	59	62
				Satır %	4,8%	95,2%	100,0%
			Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%	
			Toplam %	4,8%	95,2%	100,0%	
SHOW TV	İkna Biçimi	Görüntü ve İfade Tekrarları	Frekans	46	0	46	
			Satır %	100,0%	,0%	100,0%	
			Sütun %	78,0%	,0%	74,2%	
			Toplam %	74,2%	,0%	74,2%	
	Kanıtsallık	Frekans	13	3	16		
		Satır %	81,3%	18,8%	100,0%		
		Sütun %	22,0%	100,0%	25,8%		
		Toplam %	21,0%	4,8%	25,8%		
	Toplam			Frekans	59	3	62
				Satır %	95,2%	4,8%	100,0%
			Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%	
			Toplam %	95,2%	4,8%	100,0%	

p=0,04 p<0,05 df= 1

Tablo 34'e bakıldığında uzmana yapılan canlı bağlantının haber bülteninin ikna etme durumunda NTV ana haber bülteni için kanıtsallık temasında yüksek düzeyde (%100) etkili olduğu görülmektedir. Show TV ana haber bültenlerinde ise ikna etme durumu için uzman bağlantısı sık yapılmamaktadır. Dolayısıyla bu biçim Show TV kanalının ikna edicilik için kullandığı sunum biçimlerinden değildir. Show TV de ikna ekrana yazılan cümlelerin ve görüntü tekrarlarının yapılması ile oluşturulmaktadır. NTV ana haber bültenlerinde ise hemen hemen her gün uzman bağlantısı gerçekleştirilmekte ve verilen haberin güvenilirliği, dayanağı sağlanarak ikna oluşturulmaktadır.

Ki kare testine göre; NTV ana haber bültenlerinde uzmanlara yapılan canlı bağlantıların haberin ikna ediciliğini arttırmakta olduğuna ilişkin hipotezimiz anlamlı bulunmamıştır.

Tablo 35. Haber Bültenlerinde Haberlerin Onaylama Biçimi ile Uslamlama Sıklığı Arasındaki İlişkinin Dağılımı

TV			Uslamlama sıklığı			Toplam	
			Kodlanamıyor	1-3	4-6		
NTV	Onay Biçimi	Görüntü ve İfade Tekrarları	Frekans	5	12	0	17
			Satır %	29,4%	70,6%	,0%	100,0%
			Sütun %	100,0%	21,8%	,0%	27,4%
			Toplam %	8,1%	19,4%	,0%	27,4%
		Çıkarım yapılarak	Frekans	0	43	2	45
			Satır %	,0%	95,6%	4,4%	100,0%
			Sütun %	,0%	78,2%	100,0%	72,6%
			Toplam %	,0%	69,4%	3,2%	72,6%
	Toplam		Frekans	5	55	2	62
			Satır %	8,1%	88,7%	3,2%	100,0%
		Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
		Toplam %	8,1%	88,7%	3,2%	100,0%	
SHOW TV	Onay Biçimi	Görüntü ve İfade Tekrarları	Frekans	17	12	4	33
			Satır %	51,5%	36,4%	12,1%	100,0%
			Sütun %	100,0%	30,8%	66,7%	53,2%
			Toplam %	27,4%	19,4%	6,5%	53,2%
		Çıkarım yapılarak	Frekans	0	27	2	29
			Satır %	,0%	93,1%	6,9%	100,0%
			Sütun %	,0%	69,2%	33,3%	46,8%
			Toplam %	,0%	43,5%	3,2%	46,8%
	Toplam		Frekans	17	39	6	62
			Satır %	27,4%	62,9%	9,7%	100,0%
		Sütun %	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
		Toplam %	27,4%	62,9%	9,7%	100,0%	

p=0,01 p<0,05 df= 2

Tablo 35'e göre ana haber bültenlerinde usamlama ifadelerinin kullanılmasının haberin onaylama biçimi arasındaki ilişkisine bakıldığında hem NTV (1-3 aralığı %95,6) hem de Show TV (1-3 aralığı %93,1) ana haber bültenlerinde çıkarım ya da yorum yapılırken usamlama ifadelerinin kullanıldığı görülmektedir. Usamlama ifadelerinin (Bkz.Tablo 22), kanıt gösterme, örnekleyerek açıklama, kişiselleştirme gibi ifade biçimlerini kapsayan bir kavram oluşu, bu ifade biçimi ile sık bir şekilde karşılaşılmasına neden olmaktadır.

Ki kare testine göre; hem Show TV hem de NTV ana haber bültenlerinde usamlama ifadelerinin kullanılması haberin onaylanarak sunulmasıyla paralellik gösterdiğine ilişkin hipotezimiz anlamlı bulunmamıştır.

Tablo 36. Vatandaşın Devlete Karşı Sorumlulukları ile Devletin Vatandaşa Karşı Sorumlulukları Arasındaki İlişkinin Dağılımı

TV			Devletin Vatandaşa Karşı Sorumlulukları		Toplam	
			Ekonomik ve Sosyal Beklentiler	Ulusal Güvenlik		
NTV	Vatandaşın Devlete Karşı Sorumlulukları	Fedakarlık (Ekonomik)	Frekans	45	0	45
			Satır %	100,0%	,0%	100,0%
			Toplam %	72,6%	,0%	88,7%
		Birlik Beraberlik	Frekans	0	17	17
			Satır %	,0%	100,0%	100,0%
			Toplam %	,0%	27,4%	27,4%
	Toplam		Frekans	45	17	62
		Satır %	72,6%	27,4%	100,0%	
		Toplam %	72,6%	27,4%	100,0%	
Show TV	Vatandaşın Devlete Karşı Sorumlulukları	Vatan Borcu (Askerlik)	Frekans	0	37	37
			Satır %	,0%	100,0%	100,0%
			Toplam %	,0%	59,7%	59,7%
		Fedakarlık (Ekonomik)	Frekans	9	0	9
			Satır %	100,0%	,0%	100,0%
			Toplam %	14,5%	,0%	14,5%
		Birlik Beraberlik	Frekans	0	16	16
			Satır %	,0%	100,0%	100,0%
			Toplam %	,0%	25,8%	25,8%
	Toplam		Frekans	9	53	62
			Satır %	14,5%	85,5%	100,0%
			Toplam %	14,5%	85,5%	100,0%

p=0,00 p<0,05 df= 1

Tablo 36'ya göre NTV ana haber bülteninde vatandaşın devlete karşı sorumluluklarının ekonomik fedakarlık olarak tespit edildiği günlerin karşılığında her zaman devletin vatandaşa karşı olan sorumlulukları ekonomik ve sosyal beklentiler (%100) olarak çıkmaktadır. Bu da bize NTV ana haber bültenlerinde vatandaşın devlete devletin vatandaşa karşı sorumluluklarının ekonomik ilişkiler bağlamında sunulma eğilimi olduğunu göstermektedir. Show TV ana haber bültenlerinde ise tersi bir durum söz konusudur. Vatandaşın devlete karşı sorumluluklarından Vatan borcu (askerlik) alt kategorisinin tespit edildiği günlerde, devletin vatandaşa karşı sorumlulukları kategorisinde ulusal güvenlik alt kategorisi (%100) göze çarpmaktadır. Ayrıca birlik beraberlik alt kategorisinin tespit edildiği günlerin hepsinde (%100) ulusal güvenlik alt kategorisi de gözlemlenmiştir.

Anlaşılabileceği gibi NTV ana haber bülteninde vatandaşın devletten, devletin vatandaştan beklentileri ekonomik ve sosyal beklentiler çerçevesinde yoğunlaşırken, Show TV de bu karşılıklı beklentiler ulusal güvenlik çerçevesinde görülmektedir. Bu iki değişkenin arasında bir eğilimden söz edebilmemize rağmen, iki değişken arasında ki ilişki anlamlı bulunmamıştır.

Tablo 37. Vatandaşın Devlete Karşı Sorumlulukları ile Milli His Duygu yaratarak Ulusal Bilinç Oluşumu Arasındaki İlişkinin Dağılımı

TV				Milli his, duygu yart. ulusal. bilinç oluşumu		Toplam
				Var	Yok	
NTV	Vatandaşın Devlete Karşı Sorumluluk-ları	Fedakarlık (Ekonomik)	Frekans	0	45	45
			Satır %	,0%	100,0%	100,0%
			Toplam%	,0%	72,6%	72,6%
	Birlik Beraberlik	Frekans	3	14	17	
		Satır %	17,6%	82,4%	100,0%	
		Toplam%	4,8%	6,5%	11,3%	
Toplam			Frekans	3	59	62
			Satır %	4,8%	95,2%	100,0%
			Toplam%	4,8%	95,2%	100,0%
Show TV	Vatandaşın Devlete Karşı Sorumluluk-ları	Vatan Borcu (Askerlik)	Frekans	37	0	37
			Satır %	97,3%	,0%	100,0%
			Toplam%	59,7%	,0%	59,7%
	Fedakarlık (Ekonomik)	Frekans	5	4	9	
		Satır %	55,6%	44,4%	100,0%	
		Toplam%	8,1%	6,5%	14,5%	
	Birlik Beraberlik	Frekans	14	2	16	
		Satır %	87,5%	12,5%	100,0%	
		Toplam%	22,6%	3,2%	25,8%	
Toplam			Frekans	56	6	62
			Satır %	90,3%	9,7%	100,0%
			Toplam%	90,3%	9,7%	100,0%

p=0,00 p<0,05 df= 1

Tablo 37'ye göre vatandaşın devlete karşı sorumlulukları ile milli his,duygu yaratarak ulusal bilinç oluşturma kategorileri arasındaki ilişkiye bakıldığında, NTV ana haber bülteninde yüksek oranda çıkan ekonomik fedakarlık alt kategorisi ile ulusal bilinç oluşturma kategorisi arasında hiçbir ilişki görülmemiştir. Aynı haber bülteninde tespit edilen birlik beraberlik alt kategorisinin karşılığında, ulusal bilinç kategorisine

ulaşılmasına rağmen tespit edilen gün sayısı (%17,6) yeterli olmadığından buradaki oran dikkate alınmamıştır.

Show TV ana haber bülteninde ise vatan borcu alt kategorisinin karşılığını bulduğu hemen hemen her gün (%97,3) ulusal bilinç oluşturulduğuna ilişkin bir eğilime rastlanmaktadır. Ulusal bilinç oluşturulması kategorisiyle ilişkisi olan bir başka alt kategori ise birlik beraberlik alt kategorisidir (%87,5). Show TV ana haber bültenlerinde vurgulanan vatan borcu (askerlik) ve birlik beraberlik olguları milli his duygu, yaratarak ulusal bilinç oluşturulması arasında bir eğilim vardır fakat bu iki değişken arasındaki ilişki anlamlı bulunmamıştır.

Tablo 38. Devletin Vatandaşa Karşı Sorumlulukları ile Ekonomik Yapının Belirleyiciliğinin Gerekliliği Arasındaki İlişkinin Dağılımı

TV Kanalı			Ekonomik Yapının Belirleyiciliğinin Gerekliliği Vurgusu		Toplam	
			Var	Yok		
NTV	Devletin Vatandaşa Karşı Sorumlulukları	Ekonomik ve Sosyal Beklentiler	Frekans	55	0	55
			Satır %	100,0%	,0%	100,0%
			Toplam %	88,7%	,0%	88,7%
		Ulusal Güvenlik	Frekans	0	7	7
			Satır %	,0%	100,0%	100,0%
			Toplam %	,0%	11,3%	11,3%
	Toplam	Frekans	55	7	62	
			Satır %	88,7%	11,3%	100,0%
			Toplam %	88,7%	11,3%	100,0%
	SHOW TV	Devletin Vatandaşa Karşı Sorumlulukları	Ekonomik Beklentiler	Frekans	9	0
Satır %				100,0%	,0%	100,0%
Toplam %				14,5%	,0%	14,5%
Ulusal Güvenlik			Frekans	0	53	53
			Satır %	,0%	100,0%	100,0%
			Toplam %	,0%	85,5%	85,5%
Toplam		Frekans	9	53	62	
		Satır %	14,5%	85,5%	100,0%	
		Toplam %	14,5%	85,5%	100,0%	

p=0,00 p<0,05 df= 1

Tablo 38'e bakıldığında devletin vatandaşa karşı olan sorumlulukları ile ekonomik yapının belirleyiciliği kategorileri arasındaki ilişki, NTV ana haber bülteninde

ekonomik ve sosyal beklentiler alt kategorisi ile ekonomik yapının belirleyiciliği kategorisi arasında bir eğilim söz konusudur. Ekonomik ve sosyal beklentilerin tespit edildiği her haber bülteninde (%100) ekonomik yapının belirleyiciliğine ilişkin haberler yer almaktadır. Show TV de ekonomik beklentiler alt kategorisi tespit edildiği günler ekonomik yapının belirleyiciline ulaşılmasına rağmen, saptanan gün sayısı düşük kalmıştır (%100). Dolayısıyla iki değişken arasında NTV ana haber bülteninde bir eğilim olduğundan söz edilebilir ancak iki değişken arasındaki ilişki anlamlı bulunmamıştır.

Tablo 39. Vatandaşın Devlete Karşı Sorumlulukları ile Ekonomik Yapının Belirleyiciliğinin Gerekliliği Arasındaki İlişkinin Dağılımı

TV				Ekonomik Yapının Belirleyiciliğinin Gerekliliği Vurgusu		Toplam
				Var	Yok	
NTV	Vatandaşın Devlete Karşı Sorumlulukları	Fedakarlık (Ekonomik)	Frekans	55	0	55
			Satır %	100,0%	,0%	100,0%
			Toplam %	88,7%	,0%	88,7%
		Birlik Beraberlik	Frekans	0	7	7
			Satır %	,0%	100,0%	100,0%
			Toplam %	,0%	11,3%	11,3%
Toplam			Frekans	55	7	62
			Satır %	88,7%	11,3%	100,0%
			Toplam %	88,7%	11,3%	100,0%
Show TV	Vatandaşın Devlete Karşı Sorumlulukları	Vatan Borcu (Askerlik)	Frekans	0	37	37
			Satır %	,0%	100,0%	100,0%
			Toplam %	,0%	59,7%	59,7%
		Fedakarlık (Ekonomik)	Frekans	9	0	9
			Satır %	100,0%	,0%	100,0%
			Toplam %	14,5%	,0%	14,5%
		Birlik Beraberlik	Frekans	0	16	16
			Satır %	,0%	100,0%	100,0%
			Toplam %	,0%	25,8%	25,8%
Toplam			Frekans	9	53	62
			Satır %	14,5%	85,5%	100,0%
			Toplam %	14,5%	85,5%	100,0%

p=0,00 p<0,05 df= 1

Tablo 39'a bakıldığında NTV ana haber bültenlerinde vatandaşın devlete karşı sorumluluklarından, ekonomik fedakarlık alt kategorisinden söz eden haberlerin nerdeyse tamamında (%98,2) ekonomik yapının belirleyiciliğine vurgu yapıldığı görülmektedir. Show TV ana haber bülteninde de benzer durum daha az günde (%100)

saptanmıştır. Fakat asıl vurgu vatan borcu ve birlik beraberlik yönündedir. Bu çapraz ilişkiye bakılmış ancak iki değişken arasındaki ilişki anlamlı bulunmamıştır.

4. BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Araştırmamız ana haber bültenlerinde ideoloji ve söylemin oluşturulmasını NTV ve Show TV kanalları örneği üzerinden açıklama amacındadır. Bu amaç çerçevesinde her iki kanalın ana haber bültenleri 2 ay (15 Ekim 2007- 15 Aralık 2007) boyunca izlenmiştir. Önce haberin bültenin sunumuna ve içeriğine ilişkin sorulara bakılmıştır. Bu soruların sorulmasının nedeni haber bülteninde yer alan ifade tekrarı görüntü tekrarı ve müzik kullanımı gibi etmenlerin haberin etkinliğini pekiştirdiğine ilişkin literatürde genel bir kabulün olmasındandır. İfade ve kelime tekrarlarının daha çok görüleceği beklentimize rağmen çıkan sonuç bu beklentinin altında kalmıştır. Bu kategoride karşılaşılan ifadeler nitelik belirten ifadeler olmuştur. Özellikle kararlılık, onurlu davranış gibi ifadeler en çok karşılaşılan ifadeler olmakla beraber, *kararlılık* ve Türkiye'nin *kararlı* tutumu ifadeleri, izlenen dönemde gündemin en önemli gelişmesi olan sınır ötesi operasyon haberlerinde rastlanan bir vurgudur. Tezkerenin meclisten geçmesiyle başlayan süreç haber bültenleri tarafından onaylanarak verilmiş ve Türkiye'nin kararlı tutumu tek başına bir kavram haline gelmiştir. Burada bu kavramın Show TV'nin dışında NTV'de kullanıldığını, fakat bir sıklık ifade etmediğini belirtmek gerekir.

Her iki kanalda tespit edilen görüntü tekrarlarının kullanımında farklılık söz konusudur. NTV ana haber bülteninde yapılan görüntü tekrarları, daha çok bir uzmana canlı bağlantı yapıldığında ekrana gelen arşiv görüntülerinin tekrarı ile oluşturulmaktadır. Show TV de ise verilen her haberde böyle bir tekrara rastlama durumu söz konusu olmakla beraber, sınır ötesi operasyon haberlerinin yapıldığı her gün, aynı görüntüler

yayınlanmaktadır. Bu görüntüler siper almış bir askerin makineli tüfek sesiyle başlar, askerlerin operasyon görüntüleriyle devam eder. Bu görüntüler operasyon haberlerinin hepsinde mutlaka gösterilir. Barthes'ın ifade ettiği biçimde bu görüntü tekrarları gösterge olarak izleyicilerin hem kültürel değerleri hem de milli duygu ve heyecanlarıyla bir araya gelmesiyle oluşan etkileşimi betimleyen yan anlamdır. Dolayısıyla bu tekrarlar kahramanlık ve ulusal övünç vurgusunun pekiştirilmesini sağlamaktadır.

Müzik kullanımı ise tek bir kanalda, Show TV de görülmektedir. Sınır ötesi operasyon haberlerinde, yüksek tempolu cesaretlendirici müzikler kullanılırken, şehit ya da ölüm haberlerinde duygusal bir müzik verilerek haberin etkisinin artırılması amaçlanmaktadır.

Ekrana yazılan cümleler de sadece Show TV'de görülmesine karşın, göz ardı edilemeyecek bir veri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu biçimin kullanımı alt yazılardan farklı olmak üzere, boyutları büyüklükleri ve renkleri verilmek istenen mesaja göre değişiklik göstermektedir. Ekrana yazılan yazılar çoğunlukla üst ses o bilgiyi vermeden az önce ekrana yansıtılmaktadır. Fakat üst sesin aktardığı direkt olarak haber metni olsa da ekrana yazılan, bu ifadeden çıkarılan yorum olmaktadır. Böylelikle izleyici duyduğu ifadeleri anlamlandıramadan, çıkarması gereken sonucu ekranda yazılı olarak görmektedir. Yazılar çoğunlukla ya büyük harflerle ve kırmızı renkle ya da daha küçük puntolarda fakat vurgulanmak istenen kelime sarı olarak ekrana yansıtılmaktadır.

Her iki kanalda haber bültenlerinde haberleri onaylayıcı ve ikna edici bir biçimde sunmaktadır. Haber bültenlerinin onaylanarak ve ikna edici biçimde sunulmasında eğretilme ve uslamlama ifadeleri kullanımına rastlanmıştır. Bu ifadeler haberin onay ve ikna düzeylerini pekiştirmektedir. İkna'nın oluşumunu sağlayan diğer bir önemli etmen ise yapılan tekrarlardır. Shannon ve Weaver'ın (Akt.Baran 1997:29) iletişim modelinde gösterdikleri gibi tekrarlar kolay anlaşıldığı için etkili olmaktadır. Tekrarlanım iletişimde önemli bir noktadır (Akt.Baran 1997:37). Dolayısıyla tespit edilen ifade ve görüntü tekrarları da ikna oluşturmaya yöneliktir.

NTV ve Show TV ana haber bültenleri farklı söylemler üretmektedirler ve her biri kendi söylemini onaylayıcı, izleyiciyi ikna edici bir biçimde haberlerini sunmaktadır. Bunun en açık göstergesi saptanan söylemsel kategorilerden olan vatandaşın devlete karşı, devletin vatandaşa karşı sorumluluklarını gösteren tablolarda görülebilir. Show TV ana haber bülteninde bu sorumluluklar vatan borcu, birlik beraberlik, ulusal güvenlik kategorilerinde anlam bulurken, NTV ana haber bültenindeki sorumluluklar, ekonomik fedakarlık ve ekonomik beklentiler kategorilerinde vurgulanmaktadır. Ayrıca devletin bağımsızlığı bütünlüğü, kahramanlık vurgusu , ulusal övünç vurgusu kategorilerinde baskın bir biçimde Show TV, ekonomik yapının belirleyiciliği kategorisinde ise NTV'nin baskın olması bu savı destekler niteliktedir. Bu anlamda her iki kanalda Gramsci'nin ve Hall'un ifade ettiği anlamda kendi hegemonyasını inşa etmektedir. Gramsci'ye göre hegemonya üretmek baskıya dayanmadığından bir rıza üretme işlevidir. Bu tanım bize Althusser'in Devletin İdeolojik Aygıtlarını ve işleyiş biçimlerini hatırlatmaktadır. DİA'lar da baskı kurmadan ve zorlamadan işlerler. Bu anlamda medya ve dolayısıyla ana haber bültenleri Althusser'in bahsettiği haberleşme DİA'sı olarak ideoloji üretmektedir. Gramsci ve Althusser'in görüşlerinden yola çıkan Hall'e göre de medya, kültürel alana egemendir ve ideolojinin aktarıldığı yerdir. Bu aktarımlar bireyler tarafından içselleştirildiğinden rızanın oluşumunu sağlar ve böylece bir hegemonya oluşmuş olur. Marx'ın sadece burjuva sınıfı, Gramsci'nin ise sadece egemen sınıfın hegemonya oluşturabileceğini söylemesine karşın, Hall'ün hegemonyanın herkes tarafından oluşturulabileceğini ifade etmesi karşılaştığımız hegemonya kavramının Hall'ün betimlediği biçimde olduğunu göstermektedir. Bu anlamda haberler de hegemonya üretmektedir. Ayrıca Foucault'nun ifade ettiği anlamda bir iktidar ilişkisi de mevcuttur. Çünkü haber bültenleri, söylem aracılığıyla tahakküm etmektedir. Foucaultcu bakış açısıyla modern toplumlar söylemler ile disipline edilmekte ve boyun eğme mekanizmasının işlemesi sağlanmaktadır.

Daha önce yapılan araştırmalar ve özellikle Van Dijk'ın (2000) çalışmaları, bu konu üzerine ışık tutacak niteliktedir. Van Dijk'ın kullandığı ideolojik anlatım biçimlerinin kullanılmasında ki amaç haber bültenlerinin ifade seçimleri hakkında bir fikir edinmektir. Eğretileme, düzdeğişmece, ironi, ima, olumsuz ötekileştirme,yadsıma , uslamlama kavramları her ideoloji çözümlemesinde karşımıza çıkan kavramlar

olduğundan bunların kullanılma sıklığının ideolojinin oluşturulmasında etkili olduğu düşünülerek bu ifadeler yer verilmiştir. Çiler Dursun da TV Haberlerinde İdeoloji (2001) çalışmasında Eğretileme ve Düzdeğişmece ifade biçimlerinin ideolojinin oluşturulmasında etkili olduğundan söz eder ve bu ifadelerin örneklerine yer verir. Bu kavramlara ilişkin örnek bulgularda ki örnekler incelendiğın de bu anlatım biçimlerinin ne denli yönlendirici olduğu görülmektedir. Show TV'nin eğretileme sıklığının daha fazla olması ironi ve ima sıklığının da yüksek olması üretilen ideolojinin yayılmasında bu anlatım biçimlerinin ne denli etkili olduğunu göstermektedir. NTV de ise bu anlamda, haberlerin yorumsuz verilme çabasına karşın, eğretilemeler, ince imalar ve ironik ifadeler yapılmaktadır. NTV kanalı ana haber bültenlerinin başında, *“Bugüne dair bilmek isteyeceğiniz her şey az sonra bu ekranda”* ifadesini kullanarak bu haber bülteninde yer almayan her şey gereksiz mesajı vermekte ve bu haberleri bilmeniz yeterli diyerek tek tipleştirme sağlamaktadır. Dolayısıyla kendi ideolojisini ürettiğini ve bir hegemonya oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Bu ifade bir anlamda Althusserci ifadeyle bireyleri özne olarak çağırmakta fakat nesne yerine koymaktadır.

Ana haber bültenlerinde yer alan duygusallaştırma sıklığı da ideoloji ve söylemin oluşturulmasını sağlar. Göktaş da (2006) çalışmasında haber bültenlerinin duygusallaştırma yaratacak öğeleri seçtiğini göstermiştir. Göktaş'a göre bu durum tek biçimli duygular yaratmaktan kaynaklanır. NTV de duygusallaştırmaya rastlanmamasına rağmen Show TV de duygusallaştırıcı haberlerin yoğun olarak yapıldığı gözlemlenmiştir.

Araştırmamızda saptanan söylemsel kategoriler her iki kanalın ana haber bültenlerinin izlenmesiyle ortaya çıkarılmıştır. İzlenen zaman dilimi içerisinde yoğun olarak gündemin, sınır ötesi operasyon gibi ülkemiz için hassas bir konu olması, ulusal söylemlerle normalden çok daha fazla karşılaşmamıza sebep olmuştur. Kahramanlık, ulusal övünç, milli his/duygu yaratarak ulusal bilinç oluşturma gibi kategorilerin vurgusu ile bu yüzden sıklıkla karşılaşmıştır. Teröre lanet mitingleri gibi toplumsal hareketlerin hemen hemen her gün meydanlarda düzenlenmesi, şehit cenazeleri ve operasyon hazırlıkları tabi ki habercilerin göz ardı edemeyeceği konulardır. Fakat burada dikkat çekilmek istenen nokta bu haberlerin oluşturduğu söylemin yoğun bir

biçimde yayılmasıdır. NTV kanalında 14 Aralık 2007 tarihli haber bülteninde yapılan bir haber de Şırnak'da ki sivil toplum örgütlerinin bölge hakkında abartılı haberlerin yapılmasından duydukları rahatsızlık dile getirilirken, vatandaşlar akrabalarının her gün kendilerini arayarak nasıl olduklarını sordukları, fakat burada ortalığın sakin olduğu haber kanallarının bölgede bir savaş var izlenimi yarattıklarını söylemektedir.

Ayrıca milli duyguların yoğun olduğu bir dönemde şöyle bir ifade dikkatimizden kaçmamıştır.

Asker olmak her Türk gencinin hayali çünkü vatan borcu bu ödemek gerek. Bölgeden gelen Mehmetçikle hele Gazi olanla konuşunca bu borcun ne kadar kutsal olduğunu daha iyi anlıyor insan. Gelin canını değil hayatının geri kalanını veren gazilerimize kulak verelim. (28 Ekim 2007 Show TV)

Bu ifade tamamen sunucunun haberi sunma ifadesi olup oluşturduğumuz söylemsel kategorilerin büyük bir kısmını içinde barındırması bakımından önemli bir örnektir. Vatan borcu, kahramanlık, ulusal övünç, milli his duygu yaratarak ulusal bilinç oluşturma bu ifadeden ortaya çıkmaktadır.

Güven duygusu yaratma kategorisi araştırmamız açısından oldukça önemli olmakla birlikte her kanalın kendi ideolojisini ürettiği savımızı kuvvetlendirecek niteliktedir. Show TV haberlerinde sınır ötesi operasyona geniş yer verip, askerlerin yaşam koşulları, kullanılan mühimmatlar (helikopter, mayın tarayıcı, Jammer cipleri ayrı günlerde haber yapılmıştır) hakkında yapılan haberler, daha önceki yıllarda yapılmış operasyon görüntüleri –ki bunlar üretilmiş yan hikayelerdir- güçlü ordumuz var güvendeyiz mesajı vermekte iken, NTV'nin mesajı önemli gelişmelerin olmadığı zamanlarda operasyon haberlerine daha az yer vermekte ve bölge sakin güvendeyiz şeklinde anlamlandırmamıza ve yorumlamamıza olanak vermektedir. Yani ironik bir ifadeyle, Show TV “savaş var ama güvendeyiz” derken, NTV “savaş yok güvendeyiz” biçiminde bir anlam üretmektedir.

Show TV ve NTV arasında bahsettiğimiz farklılığın bir başka nedeni ise iki kanalın farklı kodlarda yayın yapmalarındadır. Show TV haber sunumunda biraz daha halka hitap

etme amacındadır. Bu yüzden yapılan yorumlarda yansızlık söz konusu olmamaktadır. Sunucu sinirlenince tepkisini göstermekte, seyirciye sorduğu sorularla yönlendirmede bulunmaktadır. Verilen haberler yerel, ve ortalama bir izleyicinin kültürel arka planına uyacak şekildedir. Bu yayın türü geniş alan yayıncılığı (broadcast) olarak tanımlanmaktadır. NTV ana haber bültenlerinde ise haber sunumunda fazla yorum yapmamaya özen gösterilmekle beraber sunucunun kullandığı yorum inisiyatifi de varlığını korumakta fakat Show TV kadar net görülmemektedir. Verilen haberler daha küreseldir. Hatta magazin haberleri bile “Hollywood” ağırlıklıdır. Bu yüzden NTV ana haber bülteninin yayıncılığını da dar alan (narrowcast) yayıncılığı olarak tanımlayabiliriz. Bu kod daha sınırlı bir izleyiciye yöneliktir. Bireysel vurgular daha ön plandadır. Geniş alan kodu daha fazla toplumsal onaylama mekanizmalarını harekete geçirse bile, NTV kanalındaki dar alan kodu yayıncılığının da kendi kitesini yönlendirme amacı vardır. Dolayısıyla NTV ana haber bülteninin yönlendirme yapmadığını söylememiz mümkün değildir yukarıda belirttiğimiz alıntıyı bir daha hatırlatırsak “*Bugüne dair bilmek isteyeceğiniz her şey az sonra bu ekranda*” cümlesi ile başlayan bir haberde yansızlık arayamayız.

Show TV için burada söylediğimiz kategorilerimizi oluşturan haberlerine ilişkin o zaman ki Show TV haber müdürü ve sunucusu Defne Samyeli'nin Show TV ana haber bülteninde yayınlanan açıklamasını burada belirtmek, kendisinin Show TV ana haber bülteninin haber sunumu hakkındaki düşüncelerini ortaya koymak açısından faydalı olacaktır.

Haber: 16. kalite kongresi Show TV küresel etik ilkelerine imza atan ilk yayıncı kuruluş oldu. Defne Samyeli'nin bu kongredeki açıklaması. 13 Kasım 2007 Show TV

Medyanın kurumsal ve sosyal sorumluluğu tartışıldığı artık bu rekabet ortamında ürününüz üzerinde çok büyük sorumluluklar var kalite anlayışı ön plana çıkıyor. Bizim ekrana getirdiğimiz görüntü ve haberler elimize ulaşanların, şiddet iç burkma anlamında söylüyorum, insanların ya da duygularını kaşıma ve kullanma anlamında skalaya vuracak olursam % 10unu ekranlara getiriyoruz. Elbetteki bizim iç denetleme mekanizmalarımız var. Bizim yüreğimizi yakan görüntüleri elbetteki ekranlara getirmek istemiyoruz.

Zeki'nin (2006) çalışmasında ele aldığı dönemdeki kadar Show TV haberlerinde etik anlayışa sığmayan haberlere rastlanmamıştır. Bu dönemde gündemde olan sınır ötesi

operasyon haberlerinin etkisiyle, haberlerde ulusalcı söylemlere ve dolayısıyla kahramanlık ulusal övünç ve bilinç vurgularıyla karşılaştığı gibi Show TV'nin haber bültenlerinde her dönem sıklıkla yer alan duygusallaştırıcı haberlere de yer verilmiştir. Bu bağlamda Show TV ana haber bülteninin o dönemdeki sunucusu Defne Samyeli'nin yukarıda belirtilen açıklamasının ne kadar samimi olduğu tartışılır. Söz konusu dönem içerisinde haber bültenlerine sınır ötesi operasyonla ilgili sınırlama getirilmesine rağmen bu karar Danıştay tarafından reddedilmiştir. Bunu halkın haber almaya hakkı var diyerek niteleyen Show TV, 24 Ekim de *Kuzey Irak'a girdik diyebiliriz* başlıklı bir haber yapmıştır. Fakat böyle bir durum söz konusu olmadığı gibi Türkiye'nin Kuzey Irak'a yönelik ilk operasyonu 1 Aralık 2007 tarihinde gerçekleştirilmiştir. Yukarıda da belirttiğimiz gibi Show TV bir savaş var durumu yaratmaktadır. Ayrıca yine yukarıdaki açıklamayı dikkate aldığımız da haberin bir ürün (meta) olarak gösterilmesi haberin tarafsızlığını savunduğunu iddia eden bir kanalın söylemiyle çelişmektedir.

SONUÇ

İdeoloji ve söylem kavramlarını temel alarak yaptığımız araştırmamızın sonucuna geldiğimizde bu iki kavrama bakışımızı tekrardan anımsatmak gerekir. Bu iki kavram hakkında literatürde kimi düşünürler (Foucault gibi) iki kavramı bir arada kullanmaktan çekinirken, bazı düşünürler ise aralarında ki farkı göstermeye çalışmaktadır. Burada karşımıza çıkan farka göre her söylem ideolojik olamaz, ideoloji söylemin yarattığı bir etkidir. Bizim bakışımız da bu çerçeveye yakındır. Bu bağlamda haber kanalları söylemler aracılığıyla ideoloji üretirler. Burada söylemin dille değil, temsil etmeyle ilgili bir kavram olduğunu tekrar hatırlatmak gerekir. Hall'ü hatırlarsak ideolojiler temsil sistemleri olarak görülmektedir. Dolayısıyla bir şey söylem aracılığıyla temsil edildiğinde ideoloji üretebilir. Bizim savunduğumuz da budur.

Örneklemeimizi oluşturan kanallar Türkiye'nin ilk özel kanalı ile ilk haber kanallarıdır. İki kanalın arasında yayın politikası olarak büyük farklılıklar olduğu ilk bakışta anlaşılmasına rağmen, bizim çalışmamız bu kanalların, farklı sunum biçimi ve görüşlere sahip olmalarına karşın söylem ürettiklerini, ve ikna yoluyla rıza oluşturduklarını göstermeyi amaçlamıştır. Bu çerçevede 2 ay boyunca (15 Ekim-15 Aralık 2007) SHOW TV ve NTV ana haber bültenleri izlendikten sonra oluşturulan kodlama cetveli ana haber bültenlerine uygulanmıştır. Elde edilen veriler araştırmanın bulguları kısmında gösterilmiş ve örnek ifadeler yer verilmiştir. Kurduğumuz hipotezler de bu bölümde test edilmiş ve anlamlılık düzeyleri gösterilmiştir. Değerlendirme kısmında ise bütün bu veriler dikkate alarak yorumlanmıştır.

Sonuç olarak iki kanalında haber bültenlerinin farklı sunum biçimlerine sahip olmasına karşın, iki kanalın da rıza üretme düzeyleri aynıdır. Her iki haber bülteni de söylem ve ideoloji üreterek Hall'un ifade ettiği anlamda kendi hegemonyalarını oluştururlar. Aynı zamanda Foucaultcu bir dil kullanacak olursak haber bültenleri söylemler yoluyla iktidar oluşturmuş olmaktadır.

Çalışmamızda kanalların izlendiği dönemde başlayan sınır ötesi hareket ele aldığımız sürenin sonuna kadar gündemde kalmıştır. Dolayısıyla saptanan söylemsel kategorilerin büyük bir kısmını bu konu ile ilgili temalar oluşturmuştur. Sınır ötesi operasyon haberlerinin yapılması, özellikle Show TV'nin tabloid haberlere verdiği sürenin azalmasına neden olmuştur. Türkiye'de gündem oldukça sık değişmektedir. Önemli bir gelişme olmadığı sürece gündemin değişimi daha da hızlanmaktadır. Örneğin, bizim izleme dönemimiz sona erdikten sonra gündem türban tartışmalarına kaymıştır. Sınır ötesi operasyon haberlerinden tam bir sene sonra ise, haber bültenlerinde sınır ötesine ilişkin geriye dönük bir gönderme bile yapılmamaktadır. Dolayısıyla izleyici bu gündemin değişim hızı içerisinde nesne olarak haberleri izlemekte ama ironik anlamda tarihe tanıklık edememektedir. Çünkü geçen yıl yapılan sınır ötesi operasyonun sonucu ne olduğu sorulsa kimse kesin bir yanıt verememekle birlikte böyle bir gündemin olduğu da unutulmaktadır. Bu unutturma işlevini yapanda haber bültenlerinin kendileridir. İşte bu yüzden haber bültenleri üzerine yapılan çalışmaların handikabı da amiyane tabirle haberlerin eskimesidir. Yukarıda belirttiğimiz gibi habere bu nedenle bir ürün olarak bakılmaktadır.

Ancak haber üzerine yapılacak bir çalışma hangi dönemde yapılırsa yapılsın, kanalların yapıları değişmedikçe sunum biçimi aynı olarak kalacak sadece gündem farklı olacaktır. Kanallar yine söylem üretmeye, hegemonya oluşturmaya devam edeceklerdir. Seyirciyi özne olarak çağırıp nesneleştirerek rıza üreteceklerdir. Bu anlamda GUMG'un araştırmalarında belirttiği gibi haberler her zaman yanlı olarak kalmaya devam edecektir.

KAYNAKÇA

- ALTHUSSER, Louis (2003) *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*,
Çev. A.Tümertekin, İthaki Yay., İstanbul.
- BARAN, Aylin Görgün (1997) *İletişim Sosyolojisi*, Ankara.
- BERGER, Arthur A, (1991) “Bir Terör Aygıtı Olarak Televizyon”
Enformasyon Devrimi Efsanesi içerisinde, Der ve Çev, Y. Kaplan, Rey yay.,
Kayseri.
- BOURDIEU, Pierre (1997) *Televizyon Üzerine*, Çev. Turhan Ilgaz, YKY, İstanbul.
- CASTELLS, Manuel (2005) *Ağ Toplumunun Yükselişi*, Çev. E.Kılıç,
Bilgi Üniversitesi Yay., İstanbul.
- CANPOLAT, Nesrin (2003) “*Michel Foucault*” Kadife Karanlık içerisinde, Su
yay.İstanbul
- CHANDLER, Daniel (2007) *Semiotics The Basics* Routhledge, London
- ÇAPLI, Bülent (2002) *Medya ve Etik*, İmge yay., Ankara.
- DEMİR, İsa (2008) *Kapitalist Toplumda İktidar Ve Çalışma Etiği İlişkisi: İktidarın
Organı Olarak Tüsiad Örneği*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Mersin.
- DURSUN, Çiler (2001) *Tv Haberlerinde İdeoloji*, İmge yay., Ankara.
- EAGLETON, Terry (2005) *İdeoloji* Çev. M. Özcan, Ayrıntı yay., İstanbul.
- ALEMDAR, Korkmaz ve ERDOĞAN, İrfan (2005) *Öteki Kuram*, Erk Yay., Ankara.
- FISKE, John (2003) *İletişim Çalışmalarına Giriş*, Çev. S. İrvan,
Bilim ve Sanat yay. Ankara.
- FOUCAULT, Michel (1999) *Bilginin Arkeolojisi*, Çev. V. Urhan, Birey Yay., İstanbul.
- FOUCAULT, Michel (2000) *Büyük Kapatılma*, Çev. F. Keskin, Ayrıntı Yay,
İstanbul.
- FOUCAULT, Michel (2001) *Kelimeler ve Şeyler*, Çev: M.Ali Kılıçbay,
İmge yay, Ankara.
- FOUCAULT, Michel (2003a) *Toplumunu Savunmak Gerekir* Çev: Ş. Aktaş, YKY,

İstanbul.

FOUCAULT, Michel (2003b) *Cinselliğin Tarihi*, Çev: H.U.Tanrıöver,

Ayrıntı Yay, İstanbul.

FOUCAULT, Michel (2005a) *Entelektüelin Siyasi İşlevi*, Çev: F. Keskin,

Ayrıntı Yay, İstanbul.

FOUCAULT, Michel (2005b) *Özne ve İktidar*, Çev: F. Keskin, Ayrıntı Yay, İstanbul.

GRAMSCI, Antonio (2007) *Hapishane Defterleri*, Belge Yayınları, İstanbul: 2007.

HALL, Stuart (1996), “*The Problem of Ideology: Marxism Without Guarantees*”,

Critical Dialogues in Cultural Studies içerisinde, Routledge, London

HALL, Stuart (1997), “*The Work Of Representation*”, Representation içinde,

Der. Hall, S., Sage Publications, London.

HALL, Stuart (1999a) İdeolojinin Yeniden Keşfi:

“*Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulanın Geri Dönüşü*”

Medya İktidar İdeoloji içerisinde, Çev. M. Küçük, Bilim ve Sanat yay. Ankara

HALL, Stuart (1999b) “*Kültür, Medya ve “İdeolojik Etki”*”

Medya İktidar İdeoloji içerisinde, Çev. M. Küçük, Bilim ve Sanat yay. Ankara

HALL, Stuart.(2005) “*Anlamlandırma, Temsil ve İdeoloji*”

Kitle İletişim Kuramları içerisinde, der. E. Mutlu, Ütopya yay., İstanbul.

HANSEN, Anders (2003) “*İçerik Çözümlemesi*”, İletişim Araştırmalarında İçerik

Çözümlemesi içerisinde Çev.M.S.Çebi, Alternatif yay, Ankara.

HERKNER, Werner (2003) “*İçerik Çözümlemesi*” “İletişim Araştırmalarında İçerik

Çözümlemesi” içerisinde Çev.M.S.Çebi, Alternatif yay, Ankara.

KAPLAN, Yusuf (1991) “*Öykü Anlatma ve Mit Üretme Aracı Olarak Televizyon*”

Enformasyon Devrimi Efsanesi” içerisinde, Der, Y. Kaplan, Rey yay., Kayseri

KESKİN, Ferda (2000) *Büyük Kapatılma’ya Önsöz* Ayrıntı yay, İstanbul

KRIPPENDORF, Klaus (2004) *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*,

Sage Publications, New York

LACLAU, Ernesto (2000) “Identity and Hegemony” *Contingency, Hegemony,*

Universality içinde, Verso, London.

LACLAU, Ernesto ve MOUFFE, Chantal (2008) *Hegemonya ve Sosyalist Strateji*

Çev. A., Kardan, İletişim yay, İstanbul.

MARX, Karl ve ENGELS Friedrich (2004) *Alman İdeolojisi* Çev. S.Belli,

Sol yay. Ankara.

MARX, Karl (2005) *1844 El Yazmaları Ekonomi Politik ve Felsefe*

Çev.K.Somer, Sol yay. Ankara

MCLUHAN, Marshall (2005), *Yaradanımız Medya*, Çev.Ü. Oskay,

Merkez Kitaplar, İstanbul.

MEGILL, Alan (1998) *Aşırılığın Peygamberleri*, Çev. T. Birkan,

Bilim ve Sanat Yay., Ankara.

POSTMAN, Neil, ve POWERS, Steve, (1996) *Televizyon Haberlerini İzlemek*

Çev. A. Tunç, Kavram yay. İstanbul.

SARUP, Madan (2004) *Post-yapısalcılık ve Post-modernizm*, Çev.A.Güçlü,

Bilim ve Sanat Yay, Ankara

STEVENSON, Nick (2002) *Understanding Media Cultures*, Sage Publications. London.

ÜŞÜR ,Serpil Sancar, (1997) *İdeolojinin Serüveni*, İmge Kitabevi, Ankara,

VAN DIJK, Teun. A (2000) *Ideology*, Sage Publications, London.

VAN DIJK, Teun. A.(2003) “Söylem ve İdeoloji: Çok Alanlı Bir Yaklaşım”,

Söylem ve İdeoloji (ed. B. Çoban, Z. Özarslan) içinde, s. 14–113

WOOLCOCK, Joseph A.,(1985) Politics, “*Ideology and Hegemony in Gramsci's*

Theory”,*Social and Economic Studies* içinde 34: 3, 1985, p. 199-210.

IAR Conduct Resarch (2007) Analysing Quantitaive Content Analysis Data,

<http://www.utexas.edu/academic/diia/assessment/iar/research/report/content-analyze.php> (9 Ocak 2009).

EK 1**İÇERİK ANALİZİ SORU FORMATI****(KODLAMA CETVELİ)****1. Haber Bülteninin Sunumuna ve İçeriğine İlişkin Sorular**

1. İfade ve kelime tekrarı yapılıyor mu?

1. Kodlanamıyor
2. Evet
3. Hayır

2. İfade ve kelime tekrarının yapılma sıklığı?

- 1) Kodlanamıyor
- 2) 1-3
- 3) 4-6
- 4) 7-9
- 5) 10 ve üstü

3. Görüntü tekrarı yapılıyor mu?

1. Kodlanamıyor
2. Evet
3. Hayır

4. Görüntü tekrarı yapılma sıklığı?

- 1) Kodlanamıyor
- 2) 1-3
- 3) 4-6
- 4) 7-9
- 5) 10 ve üstü

5. Haber sunumunda müzik kullanılıyor mu?

1. Kodlanamıyor
2. Evet
3. Hayır

6. Müzik kullanılma sıklığı?

- 1) Kodlanamıyor
- 2) 1-3
- 3) 4-6
- 4) 7-9
- 5) 10 ve üstü

7. Haber videosu gösterilirken ekrana cümle yazılıyor mu?

1. Kodlanamıyor
2. Evet
3. Hayır

8. Ekrana yazılan cümle sıklığı?

- 1) Kodlanamıyor
- 2) 1-3
- 3) 4-6
- 4) 7-9
- 5) 10 ve üstü

9. Canlı bağlantı yapılma sıklığı (muhabir)

- 1) Kodlanamıyor
- 2) 1-3
- 3) 4-6
- 4) 7-9
- 5) 10 ve üstü

10. Canlı bağlantı yapılma sıklığı (uzman)

- 1) Kodlanamıyor
- 2) 1-3
- 3) 4-6
- 4) 7-9
- 5) 10 ve üstü

12. Vatandaşa soru yöneltiliyor mu?

1. Kodlanamıyor
2. Evet
3. Hayır

13. Vatandaşa soru yöneltme sıklığı?

- 1) Kodlanamıyor
- 2) 1-3
- 3) 4-6
- 4) 7-9
- 5) 10 ve st

14. Aktarılan açıklamalara yer veriliyor mu?

1. Kodlanamıyor
2. Evet
3. Hayır

15. Aktarılan açıklamalara yer verilme sıklığı?

- 1) Kodlanamıyor
- 2) 1-3
- 3) 4-6
- 4) 7-9
- 5) 10 ve st

16. Haber bülteninde tabloid haberlere yer veriliyor mu?

1. Kodlanamıyor
2. Evet
3. Hayır

17. Tabloid haberlere yer verilme sıklığı?

- 1) Kodlanamıyor
- 2) 1-3
- 3) 4-6
- 4) 7-9
- 5) 10 ve st

18. Haber bültenlerinde reklama yer veriliyor mu?

1. Kodlanamıyor
2. En az bir kez
3. Bir defadan fazla

19. Haber bültenlerinde özete yer veriliyor mu?

1. Kodlanamıyor
2. Evet
3. Hayır

20. Haber bültenlerinde yan hikaye oluşturuluyor mu?

1. Kodlanamıyor
2. Evet
3. Hayır

21. Yan hikaye oluşturma sıklığı?

- 1) Kodlanamıyor
- 2) 1-3
- 3) 4-6
- 4) 7-9
- 5) 10 ve üstü

22. Haberlerin Onaylanma Biçimi

1. Kodlanamıyor
2. Görüntü ve İfade Tekrarları
3. Çıkarım Yapılarak

23. Haberlerin Yanlı Sunulma Biçimi

1. Kodlanamıyor
2. Tamamen yanlı
3. Kısmen yanlı

24. Haberlerin İkna Etme Biçimi

1. Kodlanamıyor
2. Görüntü ve İfade Tekrarları
3. Kanıtsallık

2. İdeolojik anlatımda kullanılan anlatım biçimleri

25. Eğretileme kullanılma sıklığı?

- 1) Kodlanamıyor
- 2) 1-3
- 3) 4-6

4) 7-9

5) 10 ve üstü

26. Düzdeğişmece kullanılma sıklığı?

1) Kodlanamıyor

2) 1-3

3) 4-6

4) 7-9

5) 10 ve üstü

27. İma yapılma sıklığı?

1) Kodlanamıyor

2) 1-3

3) 4-6

4) 7-9

5) 10 ve üstü

28. İronik ifadelere yer verilme sıklığı?

1) Kodlanamıyor

2) 1-3

3) 4-6

4) 7-9

5) 10 ve üstü

29. Uslamlama yapılma sıklığı?

1) Kodlanamıyor

2) 1-3

3) 4-6

4) 7-9

5) 10 ve üstü

30. Yadsıma ifadesi kullanılma sıklığı?

1) Kodlanamıyor

2) 1-3

3) 4-6

4) 7-9

5) 10 ve üstü

31. Olumsuz ötekileştirme yapılma sıklığı?

1) Kodlanamıyor

2) 1-3

3) 4-6

4) 7-9

5) 10 ve üstü

32. Duygusallaştırma Oluşturulma Biçimleri

1) Kodlanamıyor

2) Şehit Cenazeleri

3) Kahramanlık Haberleri

4) Ölüme Sebebiyet Veren Kaza

3. Saptanan Söylemsel Kategoriler

33. Devletin bağımsızlığına ve bütünlüğüne vurgu yapılması

1. Kodlanamıyor

2. Var

3. Yok

34. Ümit Verici ifadelere yer verilmesi

1. Kodlanamıyor

2. Var

3. Yok

35. Kahramanlık vurgusunun yapılması

1. Kodlanamıyor

2. Var

3. Yok

36. Ulusal övünç vurgusunun yapılması

1. Kodlanamıyor

2. Var
3. Yok

37. Vatanseverlik vurgusunun yapılması

1. Kodlanamıyor
2. Var
3. Yok

38. Milli his duygusu yaratarak ulusal bilinç oluşturmaya çalışılıyor

1. Kodlanamıyor
2. Var
3. Yok

39. Yurttaşların devlete karşı sorumluluğunun vurgulanması

1. Kodlanamıyor
2. Vergi ödenmesi
3. Vatan borcu (askerlik)
4. Fedakarlık (Ekonomik)

40. Devletin yurttaşlara karşı sorumluluğu vurgulanıyor

1. Kodlanamıyor
2. Ekonomik ve Sosyal beklentiler
3. Ulusal Güvenlik

41. Güven duygusu yaratılmaya çalışılması

1. Kodlanamıyor
2. Var
3. Yok

42. Ekonomik belirleyiciliğin gerekliliğine yapılan vurgu

1. Kodlanamıyor
2. Var
3. Yok

Açıklama: 1,3,5, 7, 12, 14, 16 ve 20. sorular kendilerinden sonra gelen sıklık sorusunu doğrulamak ve kodlamada yapılabilecek olası hataları engellemek için yerleştirilmiştir. Frekans dağılımları alınmamıştır.