



**BİR FORMAT VE ANLATI YAPISI  
OLARAK HABER PROGRAMLARI**

**Gülizar ÖZTÜRK**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Radyo Televizyon Sinema Anabilim Dalı**

**Doç. Dr. Abdulkadir ATİK**

**2018**

**Her Hakkı Saklıdır**

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

**Gülizar ÖZTÜRK**

**BİR FORMAT VE ANLATI YAPISI OLARAK HABER  
PROGRAMLARI: 5N1K HABER PROGRAMI ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**TEZ YÖNETİCİSİ  
Doç. Dr. Abdulkadir ATİK**

**ERZURUM – 2018**



T.C.  
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
TEZ BEYAN FORMU



11/07/2018

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

BİLDİRİM

*Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının ilgili maddelerine* göre hazırlamış olduğum " Bir Format ve Anlatı Yapısı Olarak Haber Programları: 5N1K Haber Programı Örneği" adlı tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

*Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının* ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim \*.

Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

Tezimin/Raporumun makale için **altı ay**, patent için **iki yıl** süreyle erişiminin ertelenmesini istiyorum.

11.07.2018

GÜLİZAR ÖZTÜRK

\* LİSANSÜSTÜ TEZLERİN ELEKTRONİK ORTAMDA TOPLANMASI, DÜZENLENMESİ VE ERİŞİME AÇILMASINA İLİŞKİN YÖNERGE

.....  
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Çeşitli ve Son Hükümler

**Lisansüstü tezlerin erişime açılmasının ertelenmesi MADDE 6– (1)** Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.

**(2)** Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.

**Gizlilik dereceli tezler MADDE 7– (1)** Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

**(2)** Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.

F-83/00/22.12.2016



T.C.  
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Doç. Dr. Abdulkadir ATİK danışmanlığında, Gülizar ÖZTÜRK tarafından hazırlanan bu çalışma 11 / 07 / 2018 tarihinde aşağıda isimleri yazılı jüri tarafından, Radyo, Sinema ve Televizyon Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

**Başkan** : Doç. Dr. Abdulkadir Atik

**Jüri Üyesi** : Dr. Öğr. Üyesi Duygu Özsoy

**Jüri Üyesi** : Dr. Öğr. Üyesi Seda Kayapahı Yıldırım

İmza:

İmza:

İmza:

Prof. Dr. Mehmet TÖRENEK

Enstitü Müdürü

F-85/01/21.10.2016

## İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	III
ABSTRACT .....	IV
KISALTMALAR DİZİNİ .....	V
RESİMLER DİZİNİ .....	VI
ÖNSÖZ.....	VII
GİRİŞ .....	1

## BİRİNCİ BÖLÜM

### TELEVİZYON HABERCİLİĞİ OLGUSU

1.1. HABER KAVRAMI .....	4
1.2. HABERİN UNSURLARI .....	5
1.2.1. Gerçeklik (Doğruluk) .....	5
1.2.2. Yenilik (Güncellik).....	6
1.2.3. İlginçlik (İlgi Uyandırma) .....	6
1.2.4. Önemlilik (Önemli Sayılma) .....	6
1.2.5. Anlaşılabilirlik (Anlam Taşıma) .....	7
1.3. TELEVİZYON .....	7
1.4. TELEVİZYON HABERCİLİĞİ .....	8
1.4.1. Televizyon Haberciliğinin Yapısal Özellikleri.....	9
1.5. TELEVİZYON HABERİNE KURAMSAL YAKLAŞIMLAR.....	13
1.5.1. Gerçeğin Yeniden İnşası Olarak Tv Haberleri .....	13
1.5.2. Gösteri-Eğlence Olarak Televizyon Haberi .....	16
1.5.3. Bir Ürün Olarak Haber .....	20
1.6. TELEVİZYON HABERİ VE İZLEYİCİ İLİŞKİSİ.....	24

## İKİNCİ BÖLÜM

### HABER PROGRAMLARININ ANLATI YAPISI

2.1. DÜNYADA HABER PROGRAMLARININ TARİHSEL GELİŞİMİ .....	29
2.2. TRT TELEVİZYONLARINDA HABER PROGRAMLARININ GELİŞİMİ	34
2.3. HABER PROGRAMI KAVRAMI.....	35
2.3.1. Haber Bülteni ve Haber Programı Arasındaki Farklar .....	38

<b>2.4. BİR TÜR OLARAK HABER PROGRAMLARI .....</b>	<b>39</b>
<b>2.5. HABER PROGRAMLARININ ANLATI YAPISI .....</b>	<b>41</b>
2.5.1. Televizyonda Anlatı Kavramı .....	41
2.5.2. Haber Programlarında Anlatı Formunun Oluşturulması .....	41
<b>2.6. HABER TELEVİZYONCULUĞU .....</b>	<b>46</b>
2.6.1. Dünya’da ve Türkiye’de Tematik Haber Kanallarının Tarihsel Gelişimi.....	46

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 5N1K HABER PROGRAMI ÜZERİNE BİR ANALİZ ÇALIŞMASI

<b>3.1. 5N1K HABER PROGRAMININ FORMATI .....</b>	<b>51</b>
<b>3.2. 5N1K HABER PROGRAMININ ANALİZİ .....</b>	<b>53</b>
<b>SONUÇ.....</b>	<b>77</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>82</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>86</b>

## ÖZET

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**  
**BİR FORMAT VE ANLATI YAPISI OLARAK HABER PROGRAMLARI:**  
**5N1K HABER PROGRAMI ÖRNEĞİ**

**Gülizar ÖZTÜRK**

**Tez Danışmanı: Doç. Dr. Abdulkadir ATİK**

**2018, 86 sayfa**

**Jüri: Doç. Dr. Abdulkadir ATİK**

**Dr. Öğr. Üyesi Duygu ÖZSOY**

**Dr. Öğr. Üyesi Seda KAYAPALI YILDIRIM**

Televizyon haberciliği, sahip olduğu özelliklerle kamusal alanın ve siyasi süreçlerin önemli bir parçası haline gelmiştir. Özellikle televizyonun prestijli yapımlarından olan haber programları, izleyicilerin algılama ve anlamlandırma süreçlerini doğrudan etkilemektedirler. Haber programları ayrıca gündem belirleme, kamuoyu oluşturma gibi niteliklerinden dolayı diğer program türleri arasında önemli bir yer tutmaktadır. Bu çalışmada, haber programlarının sunum özellikleri ve anlatı yapısı ele alınmıştır. Haber programları belirli bir anlatı yapısına sahiptir. Bu anlatı yapısı içerisinde gerçeklik, bir takım kurgusal süreçlerden geçerek aktarılmaktadır. Haber programlarının anlatı yapısı oluşturulurken; dramatik unsurların kullanımı, öyküsel anlatım, eğlence ögesini öncelikli kılma gibi yollara başvurulmaktadır. Böylece izlenme oranlarının artması amaçlanmakta ve gerçeklik yeniden inşa edilerek izleyicilere aktarılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Haber, Televizyon Haberciliği, Haber Programları, Anlatı Yapısı

**ABSTRACT**

**MASTER THESIS**

**THE NEWS PROGRAMS AS A FORMAT AND NARRATIVE STRUCTURE:  
FOR EXAMPLE 5N1K NEWS PROGRAM**

**Gülizar ÖZTÜRK**

**Advisor: Assoc. Prof. Dr. Abdulkadir ATİK**

**2018, 86 sayfa**

**Jury: Assoc. Prof. Dr. Abdulkadir ATİK**

**Assist. Prof. Dr. Duygu Özsoy**

**Assist. Prof. Dr. Seda KAYAPALI YILDIRIM**

Television journalism is the important part of public arena and political processes with its features. Specially, the news programmes that one of prestigious production of the television effects directly detection and explanation processes of audiences. Besides, the news programmes have a place in other programme types due to its features like agenda setting and molding public opinion. In this study, presentation specialities and narration structure of the news programmes is examined. The news programmes has a determined narration structure. The reality in this narration structure is transferred by passing some fictional processes. While creating the narration struction of the news programmes is used the ways like dramatic factors, fabular narration and using of the entertainment factor. In this way, raising of the watching ratio is aimed and reconstructed realty is transferred to audiences.

**Key Words:** News, TV journalism, News programmes, Narration structure



**KISALTMALAR DİZİNİ**

- ABD : Amerika Birleşik Devletleri  
RTÜK : Radyo ve Televizyon Üst Kurulu  
TRT : Türkiye Radyo Televizyon Kurumu  
TV : Televizyon  
VTR : Video Tape Recorder (Video Kayıt ve Okuma Sistemi)



## RESİMLER DİZİNİ

<b>Resim 3.1.</b> 19 Mayıs 2018 Tarihli 5N1K Haber Programı.....	56
<b>Resim 3.2.</b> 19 Mayıs 2018 Tarihli 5N1K Programı Uzman Konuk Röportajı.....	57
<b>Resim 3.3.</b> 5N1K Programında Filistin Vatandaşı ile Gerçekleştirilen Röportaj.....	58
<b>Resim 3.4.</b> 5N1K Programının Sunucusu Cüneyt Özdemir, Newyork'ta Mahkeme Salonunun Önünden Dava Sürecini Anlatıyor.....	61
<b>Resim 3.5.</b> 19 Mayıs 2018 Tarihli 5N1K Programında Arşiv Görüntülerin Kullanımı.....	62
<b>Resim 3.6.</b> 19 Mayıs 2018 Tarihli 5N1K Programında Grafik Kullanımı .....	62
<b>Resim 3.7.</b> 19 Mayıs 2018 Tarihli 5N1K Programında Dramatik Unsurların Kullanımı.....	63
<b>Resim 3.8.</b> 19 Mayıs 2018 Tarihli 5N1K Programında İllüstre Edilmiş Görsellerin Kullanımı.....	64
<b>Resim 3.9.</b> 19 Mayıs 2018 Tarihli 5N1K Programında İllüstre Edilmiş Görsellerle Dava Süreci Aktarılıyor.....	64
<b>Resim 3.10.</b> 19 Mayıs 2018 Tarihli 5N1K Programına Londra'dan Bağlanan Muhabirle Gerçekleştirilen Görüşme.....	66
<b>Resim 3.11.</b> 19 Mayıs 2018 Tarihli 5N1K Programında Yer Verilen Magazinel Unsurlar .....	69
<b>Resim 3.12.</b> 19 Mayıs 2018 Tarihli 5N1K Programının Son Bölümünde Haberler Arası Geçisi Sağlayan Jenerikte Kullanılan Dünya Sembolü.....	70
<b>Resim 3.13.</b> 5N1K Programının Bitiş Jeneriğinde Yer Alan Görsel İmge.....	71
<b>Resim 3.14.</b> 5N1K Programının Sunucusu Cüneyt Özdemir .....	72
<b>Resim 3.15.</b> 5N1K Programı Sunucusu Cüneyt Özdemir'in 19 Mayıs 2018 Tarihli Yayından Bir Görüntüsü.....	75
<b>Resim 3.16.</b> 5N1K Programı Sunucusu Cüneyt Özdemir'in 19 Mayıs 2018 Tarihli Yayından Beden Dilini Yansıtan Bir Görüntüsü .....	75

## ÖNSÖZ

Televizyon haberleri, diğer programlar arasında önemli bir yer tutan, izlenme oranı en yüksek olan programların başında yer almaktadır. Haber programları ise dünya ile ilgili sahip olduğumuz enformasyonun ana kaynaklarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Haber programlarının anlatı yapısını irdelemek, aktarılan enformasyonun niteliğini anlamak açısından önemlidir. Bu bağlamda 5N1K haber programının anlatı yapısı ve sunum biçimi sorgulanmıştır. Programın anlatı yapısı değerlendirilirken aynı zamanda mevcut sistemi nasıl yansıttığı da ortaya konmaya çalışılmıştır. Haber programları izlenme oranlarını arttırmak için, anlatı yapılarına dramatik unsurları hakim kılmaktadır. Ele aldıkları konular drama saymacalarıyla kurgulanmaktadır. Bu durum da haberin nesnelliği konusunda bir takım eleştirileri beraberinde getirmektedir.

Türkiye’de lisansüstü düzeyde yapılan çalışmalarda genel anlamda haber ve haber bültenleri incelenmiştir. Haber programlarına ilişkin kayda değer bir çalışma bulunmaması ve bu alandaki bilgi eksikliğinin giderilmesi tezi, literatüre katkı bağlamında önemli kılmaktadır.

Tez çalışmamın planlanmasında, araştırılmasında, yürütülmesinde ve oluşumunda ilgi ve desteğini esirgemeyen, engin bilgi ve tecrübelerinden yararlandığım, yönlendirme ve bilgilendirmeleriyle çalışmamı bilimsel teknikler ışığında şekillendiren başta danışmanım sayın Doç. Dr. Abdulkadir ATİK olmak üzere, her şeyim annem ve babama, bu süreçte nazımı çeken kardeşlerime ve dostlarıma sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

**Erzurum 2018**

**Gülizar ÖZTÜRK**

## GİRİŞ

Bu tezde bir tür olarak, haber programlarının format ve anlatı yapıları incelenmektedir. Toplum güncel gelişmelere ilişkin olarak bilgilendiren ve özellikle de kamuoyu oluşumu sağlayan haber programlarının nasıl bir anlatı yapısına sahip oldukları sorgulanmaktadır.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Tezin birinci bölümünde haber olgusuna, televizyon haberciliğinin yapısal özelliklerine ve televizyon haberine dair kuramsal yaklaşımlara yer verilmiştir. Bu eleştirel yaklaşımlar televizyon haberini, gerçeğin yeniden inşası olarak, bir gösteri-eğlence unsuru olarak ve bir ürün olarak değerlendirmektedir. İkinci bölümde, Dünya’da ve Türkiye’de haber programlarının tarihsel gelişimine yer verilmiştir. Aynı zamanda haber programı kavramı irdelenmiş ve haber bültenleri ile arasındaki mevcut farklılıklar ortaya konularak bu konudaki kafa karışıklığı giderilmeye çalışılmıştır. Haber programlarının anlatı yapısına değinilmiş ve bu anlatı formunun oluşturulmasında öne çıkan unsurlara yer verilmiştir. Sonuçta ise, haber programlarının genel niteliklerini yansıttığı düşüncesinden hareketle, Türkiye’nin en uzun soluklu haber programı olan 5N1K programının bir bölümü seçilerek, anlatı yapısı ve sunum özellikleri detaylı bir şekilde analiz edilmiştir.

Özellikle son yirmi yılda, genel anlamda habercilik sektörü özel de ise televizyon haberciliğinde niteliksel olarak belirgin değişiklikler gözlemlenmektedir. Bu anlamda en fazla tartışılan konu, haber bültenleri ve haber programları gibi içeriği haber olan türlerde, dış dünyayla ilgili gerçekliğin tam anlamıyla aktarılmadığı, hatta bu gerçekliğin büyük oranda çarpıtılarak aktarıldığı yönündedir. Bilindiği üzere televizyon haberciliğinin en başat işlevi, insanları dünyada yaşanan olaylara dair bilgilendirmek ve haberdar etmektir. Fakat görevi insanları bilgilendirmek olan haber bültenleri ve haber programları yoğun bir biçimde kurmaca unsurlar barındırmaktadırlar. Kullandıkları etkili görsel ve işitsel anlatım yöntemleriyle izler kitlenin akıllarından ziyade duygularına seslenmektedirler.

Televizyon, yalnızca teknik açıdan bakacak olursak yirminci yüzyılın bir icadıdır. İçerik açınsından, insanlığın başlangıcından beri, yaşamının neredeyse her alanında gerçekleştirdiği öykü anlatma işlevini yerine getirmektedir. Bu çalışma bir öykü anlatıcısı olarak televizyonu ve bir öykü anlatıcısı olarak haber programlarının dramatik unsurlarla

olan bağı tartışmaktadır. Bu sebeple televizyon anlatısı ile dramanın dramatik unsurlarla haber ve haber programlarının bağlantısı ortaya konulmaktadır.

Anlatıların tümü, bir başlangıç, gerilimin yükselişi ve düşüşü ve bir sonuçtan meydana gelmektedir. Dolayısıyla televizyon anlatıları da, diğer tüm anlatılar gibi bir başlangıç, bir gerilimi ve bir sonucu içermektedir. Diğer bir deyişle televizyon anlatısı ve televizyonun kapsadığı tüm program türleri ve onların alt bölümleri ayrı ayrı birer dramatik anlatı, yani birer öykü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Anlatı, televizyona henüz hiçbir şey yansımada düzenlenmektedir. Fikir olarak anlatı, izleyicinin tüketimine sunulan ürünün düzenlenme biçimiyle ilgilidir. Anlatı, medya materyalinin “anlatım”ını düzenlediği gibi, izleyicinin anlayışını da düzenler. Önemli olan öykünün ne ile ilgili olduğudur. Diğer bir deyişle anlam, anlatının kalbini oluşturmaktadır. Anlatı, medya materyalini zaman ve mekan açısından tanımlamaktadır (Burton, 1995: 126-130). Dolayısıyla haber programlarının anlatı yapısını irdelemek, sunulan medya materyallerini doğru bir biçimde analiz etmek açısından önem taşımaktadır.

Martin Esslin’e göre (Esslin, 1991: 16) en gerçekçi görünen haber bile, gerçekte tıpkı bir drama sahnesi gibi sergilenmektedir. Televizyon olan biteni hedef kitleye sunarken, kendine has teknikleriyle ve kullandığı teknolojik araçlarla gerçekliği yeniden üretmekte ve bir “televizyon gerçekliği” inşa etmektedir (Poyraz, 2002: 22). Televizyon, var olan görüntüleri ayıklar, seçer, kurgular; üzerinde açı, mesafe, ışık ayarlamaları yaparak onları yeniden anlamlandırır (Temizkan, 2012: 347). Tüm bu aşamalardan geçen haber, izleyenlere inşa edilmiş bir gerçeklik halinde sunulur.

Böylelikle televizyonun niçin bilhassa dramatik anlatımı benimsediği yönünde bir sorgulama gerçekleştirmek mümkündür. Dramatik yapı ile televizyon anlatısı arasında ne şekilde bir bağ vardır? Bu bağ program türlerinde kendisini ne şekilde ortaya koymaktadır? Drama nasıl oluyor da esas amacı bilgi vermek olan haber programı türünü bu denli etkisi altına alabilmektedir? Ya da haberler, kendi amaçlarını gerçekleştirebilmek için dramatik unsurlara neden ihtiyaç duymaktadırlar? Dramatik unsurlar, haber programlarında kendilerini ne şekilde göstermektedir? Tez çalışmasında bu soruların cevabı aranmaya çalışılmıştır. Bu soruların sorulması; haberin nesnelliği

söyleminin, farklı bir açıdan eleştirilebilmesi ve bu konuda bir sorgulama başlatılması açısından anlamlı görünmektedir.



## BİRİNCİ BÖLÜM

### TELEVİZYON HABERCİLİĞİ OLGUSU

#### 1.1. HABER KAVRAMI

“Bütün insanlar doğal olarak bilmek isterler.” Bu cümle Aristoteles’in Metafizik isimli ünlü eserinde geçen ilk cümledir. Felsefenin özü olarak nitelendirebileceğimiz bu cümle, aslında bir yönüyle haberin de temelini ifade etmektedir. Tüm insanlar doğaları gereği bilme arzusu ile doludur. Bunun nedeni içinde buldukları kainatı ve bu kainatın bir parçası olarak kendilerini anlamlandırabilme isteğidir (Narmanlıoğlu, 2005: 33). Dolayısıyla haberin temelinde de, insanların bilme arzusu ve dünyada gelişen olayları anlamlandırabilme isteği yatmaktadır.

Tarihsel çerçeveye baktığımız zaman, birtakım bilgilerin elde edilmesi ve insanlara aktarılması olarak nitelendirilen “haber” kavramının kökeni; oldukça eskilere, dayanmaktadır. Basın yayın tarihine göre, içerisinde çeşitli bilgileri bulunduran ilk resmi gazete M.Ö 1750’li yıllarda, Mısır’da yayımlanmıştır. Çeşitli fikir, bilgi ve haberlerin el yazısı ile kağıda geçirilip, bir bedel karşılığında satılmasına ise ilk olarak Venedik’te 14. yy’ın sonlarına doğru rastlanmıştır (Doğan, 1993: 51). Dolayısıyla haber kavramının kökeni, toplumsal yaşamın ortaya çıktığı zamanlara kadar uzanmaktadır.

Bununla beraber ilkçağ uygarlıklarında agora, forum, tapınak ve ya panayır gibi haberlerin ve bilgilerin dolaşıma girdiği ortak mekanlar bulunmaktaydı. Eski Roma’da o güne dair haberler, agorada halka duyurulurdu. Acta publica, Acta diurna adını verdikleri resmi gazeteler Romalı vatandaşların okuması için duvarlara asılırdı (Jeanneney, 1998: 23). Özellikle İtalya ve Almanya da bulunan, büyük iş merkezlerinden, ekonomik ve politik durumlarını yansıtan özetlenmiş bilgiler istenir, daha sonra bu bilgiler elle yazılarak çoğaltılırdı. Bu el yazmalarına 15.yy sonlarından itibaren Venedik’te “avvisi”, daha sonra da Hollandalılar tarafından “zeytungen” adı verilmiştir (Jeanneney, 1998: 23-24). Böylelikle günümüzde gazetelerin ataları olarak nitelendirebileceğimiz “el yazması haberler”, yoğunlaşan bir bilgi ağının ortaya çıkmasına sebep olmuştur.

İngilizce de yer alan North (kuzey), East (doğu), West (Batı) ve South (Güney) kelimelerinin baş harflerinden meydana geldiği bilinen haber (news) kelimesi, “dünyanın

dört bir yanında meydana gelen olaylar” olarak da tanımlanmaktadır (Uyguç-Genç, 1998: 107). Bu tanım haberin küresel boyutuna da vurgu yapmaktadır.

En etkili medya içeriği olarak nitelendirilen haberin esas amacı, bireyleri dünyada gelişen olaylar hakkında bilgilendirmektir (Girgin, 2003: 73). O halde haberin “olay” tabanlı olup temelde “olayların bilgisi”ne dayandığını söyleyebiliriz (Narmanlıoğlu, 2005: 33). Olay ise belli yer ve zaman aralığında meydana gelen olguları ve oluşumları ifade eder. Ancak olay kavramını, geniş bir yelpazede düşünmemiz gerekmektedir. Olay, herhangi bir eylem olabileceği gibi bir söylem bir durum da olabilir. Fakat ortada bir olayın olması, haber olması için yeterli değildir. Olayı gözlemleyen ve gözlemlerini ileten olduğu vakit, mevcut olay haber olmaya adaydır (Girgin, 2003: 73). Dolayısıyla haberin temelinde yatan “olay”ın varlığı tek başına yeterli olmamakta, aynı zamanda olayı gözlemleyen ve ileten “insan” unsuruna ihtiyaç duyulmaktadır.

## **1.2. HABERİN UNSURLARI**

Bir olayın haber olarak nitelendirilebilmesi için bazı özelliklere sahip olması gerekir. Bu beş temel özellikten ilki haberin temel ilkesi olan gerçekliktir.

### **1.2.1. Gerçeklik (Doğruluk)**

Haber gerçeğe uygun olmalı ve gerçeğe en uygun biçimde aktarılmalıdır. (Dilekçen, 2005: 29). Bir haberde, aktaran kişinin kendi değer ve izlerini görmek olasıdır. Çünkü haber bireysel algılamalardan geçerek aktarılır (Girgin, 2003: 80). Ancak haber, habercinin vicdani sorumluluğu altındadır. Bu nedenle gerçeğe en uygun biçimde yazılmalı, haber kaynağının güvenilir olup olmadığına dikkat edilmeli ve gerekirse haber birkaç kaynaktan doğrulatılmalıdır (Dilekçen, 2005: 30). Çeşitli ülkelerin basın meslek ilkelerine baktığımızda “olayların gerçekleştiğinden emin olmak, kesin bilgilere erişmeden iddialarda bulunmamak, olaylar hakkında gerekli araştırma ve soruşturmaları gerçekleştirmek, şüpheli bilgileri yayınlamaktan kaçınmak, olayları tahrif etmemek” gibi maddeler üzerinde durulduğu görülmektedir (Girgin, 2003: 80). Dolayısıyla “doğruluk” unsuru izleyicilerde güven unsurunu oluşturmak açısından önemli olmakla beraber, haberin değerini belirleyen en başat öğelerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.



### 1.2.2. Yenilik (Güncellik)

Bir olayın haber olarak anılması için gerekli olan ikinci unsur ise “yeni”(güncel) olmasıdır. Olay ya yeni meydana gelmiş olmalı ya da yeni fark edilmiş olmalıdır. Güncellik kavramı sadece yeni meydana gelmiş olaylar için kullanılmaz. Bazen eski bir olay hakkında yeni bir durum ortaya çıkmış ya da çıkartılmış olması da olaya haber niteliği kazandırabilir (Dileklen, 2005: 30). Daha aktüel olan hikayeler, izleyiciler daha yakından takip edilmektedir. Eğer bir konu güncelliğini yitirmişse izleyicilerin dikkatini çekmeyeceği gibi, gazetecilerin de gündeminden düşmektedir (Küçüközyiğit, 2016: 86). Tüm bu nedenlerden ötürü haberi yapılacak hikaye aktüel (güncel) olmalıdır.

### 1.2.3. İlginçlik (İlgi Uyandırma)

İlginçlikten kasıt, sıradan olmaktan kurtulma, olağan dışı ve farklı olanı aramadır. İlginçliğin hafızalarda yer etmiş en açık tanımını 1880 yılında New York Sun gazetesinden John Bogart, “*Köpek insanı ısırırsa haber değil, insan köpeği ısırırsa haberdir.*” diyerek yapmıştır (Girgin, 2003: 86). Dolayısıyla günlük hayatın olağan akışına ters olan her şey izleyicide ilgi uyandırmakta ve haber konusu olabilmektedir

İlgi uyandırmanın başka bir yönü de hedef kitlenin konuya olan fiziksel ya da psikolojik yakınlığıdır. Çünkü coğrafi olarak kendilerine yakın bir yerde gerçekleşen olaylar, insanlarda daha çok merak uyandırmaktadır. Bu yakınlığın fiziksel olduğu gibi psikolojik olması da muhtemeldir. Şöyle ki, olay coğrafi olarak uzakta gerçekleşmiş olsa da, hedef kitlenin o coğrafyada yaşayan insanlarla duygusal bağları bulunabilmektedir (Dileklen, 2005: 33, Girgin, 2003: 86-87). Bu gibi yakınlıklar, haberi izleyiciler için ilgi çekici kılmaktadır.

### 1.2.4. Önemlilik (Önemli Sayılma)

Bir olayın, toplum hayatına doğrudan etkisi varsa, o olay önemlidir. Haberi oluşturan kişi, içinde bulunduğu toplumu yakından ilgilendiren olayları, ilginç olmasa dahi aktarmak durumundadır (Dileklen, 2005: 33). Dolayısıyla haberin belli bir öneme sahip olması gerekte ve bu önem, toplumun büyük bir bölümünü etkileyip etkilemediğiyle yakından ilişkilendirilmektedir.

### 1.2.5. Anlaşılrlık (Anlam Taşıma)

Bir olayı biçimlendirip haber haline getirme aşamasında, sözcüklerin ve cümlelerin beraberinde, haberin bir bütün olarak anlaşılır olmasına dikkat edilmelidir (Girgin, 2003: 87). Haberci hedef kitle ile arasında ortak bir dil oluşturarak, haberi anlaşılır bir biçimde aktarmalı ve ilgiyi azaltmamak adına gereksiz ayrıntılardan, devrik cümlelerden, uzatmalardan kaçınmalıdır (Girgin, 2003: 87, Dilekçen, 2005: 34). Haberin izleyici üzerinde etkili olabilmesi aynı zamanda haber değeri taşıyabilmesi için, açık ve anlaşılır olması gerekmektedir.

### 1.3. TELEVİZYON

Ortaya çıktığı günden bu yana bireylerin sosyal çevrelerinde yaşam tarzlarında, kültürel ve zihni yapılarında güçlü etkilere sebep olan televizyon, bir anlamda insanların evrene açılan penceresidir (Cereci, 1992: 35). Zaman ve mekan mefhumlarını ortadan kaldırarak dünyayı algılayış tarzımızı değiştiren bu araç; bulunduğumuz konumdan çok uzakta, yerkürenin öte tarafında gerçekleşen olayları görmemize ve işitemize imkan sağlamaktadır (Esslin, 1991: 11). Bu anlamda televizyon, Cerecinin'de belirttiği gibi evreni küçülterek insanlara sunma özelliğine sahiptir (Cereci, 1992: 35). Dünyanın dört bir yanındaki gözümüz olarak, yaşananları ayağımıza getirmektedir.

Televizyon, kitle kontrolü açısından iletişim teknolojisindeki en önemli icatlardan biri, belki de en önemlisi olarak karşımıza çıkmaktadır. 1980'li yıllardan bugüne dek hayatımızın oldukça büyük bir yerini dolduran, hem görsel hem işitsel bir araç olan televizyon, okuma yazma yetisine sahip olmayı gerektirmez. Televizyonun, içeriklerini görüntü eşliğinde aktarması, akıldan ziyade duygulara yönelik olması, bu aracı daha canlı ve güçlü kılmaktadır. Ayrıca televizyonun bu yönü; en etkili medya içeriği olan ve gerçeklik iddiası taşıyan "haber" in hedef kitleye daha etkili bir biçimde aktarılmasını sağlamaktadır. Televizyon, düşünceden ziyade eylemlerin ön plana çıktığı haberleri; spor müsabakası, kaza, doğal felaketler ya da savaş gibi her türlü olayı canlı bir biçimde aktarabilmektedir. Böylelikle hedef kitlenin dikkatini daima üzerinde tutabilmekte ve haber metinlerini daha inanılır kılmaktadır (Temizkan, 2012: 331-332). Bu yönüyle televizyonla birlikte kulağın göze teslim olduğu bir çağa girilmiş, görsellik önem kazanmıştır.

Günümüz insanı, televizyonun sunduğu imkanlar sayesinde homo-videns'e (gören insan) dönüşmüştür (Sartori, 2004: 11). Raymond Williams televizyonla ilgili yapmış olduğu saptamaların birinde, televizyonun sosyal bir iletişim aracı olarak büyük bir güce sahip olduğuna, geleneksel kurumlarımızın ve sosyal ilişki biçimlerimizin birçoğunu değiştirdiğine değinmiştir (Williams, 2003: 11). Böylelikle Williams televizyonun hem teknik hem de kültürel yanına vurgu yapmıştır. Onu kültürün üretildiği, aktarıldığı bir ortam olarak betimlemiştir

Televizyon kullandığı dil yoluyla hem var olan egemenlik ilişkilerini yansıtmakta, hem de mevcut toplumsal yapıyı başat kültürün ilkeleri doğrultusunda yeniden üretmektedir (Ergül, 2000: 67). Özellikle bireyler ve toplum üzerindeki güçlü etkisi nedeniyle televizyon, kültür endüstrisinin vazgeçilmez bir enstrümanı olarak görülmektedir (Özel, 2015: 6). İnsanların büyük bir kısmı boş vakitlerinin çoğunu televizyon karşısında geçirmekte, dünyada gelişen olaylarla ilgili bilgilerinin çoğunu bu araçtan elde etmektedirler. Hatta televizyon, almaya ikna ettiği mallarla insanların yaşam tarzlarını belirleyebilip, siyasi tutumlarının şekillenmesinde etkin rol oynayabilmektedir (Esslin, 1991: 10). Eleştirel paradigma içinde sıkça tekrarlanan bu yaklaşımlarda televizyonun, bireylerin düşünce ve davranışları üzerinde oldukça etkili olduğu kabul edilmektedir.

#### **1.4. TELEVİZYON HABERCİLİĞİ**

Televizyon haberleri, diğer programlar arasında önemli bir yer tutan, izlenme oranı en yüksek olan programların başında yer almaktadır. Gazeteciliğin önemli bir formu olarak değerlendirilen televizyon haberciliği, taşıdığı niteliklerle modern toplumlarda, kamu alanının ve siyasi süreçlerin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Temizkan, 2012: 342). Televizyon, Körfez Savaşında gücünü kanıtlanmasından bu yana, özellikle habercilik alanında diğer medya organları arasında başı çeken konumda yer almaktadır. Artık televizyon sadece güzel vakit geçirme, eğlendirme işleviyle değil; haberlere yön verme, gündem belirleme gibi işlevleriyle de ön plana çıkar olmuştur. Yazılı basın haberciliğini geride bırakarak egemen medya haline gelen televizyon, diğer iletişim araçlarını kendi koyduğu kurallara uymaya zorlamaktadır (Ramonet, 2000: 29). Bu durumun bir sonucu olarak basın organları, gazetelerin ilk sayfalarını televizyon ekranı gibi biçimlendirme, gün geçtikçe kısalan yazılar, heyecan veren manşetlere çokça yer verme gibi televizyon

ekranına has nitelikleri benimsemeye yönelmişlerdir. Televizyonla beraber, haberin üç ana niteliği olan “kolay anlaşılabilirlik, hız ve eğlendiricilik” ön plana çıkmıştır (Ramonet, 2000: 162-163). Böylelikle haber, gösteri dünyasına uyumlu olarak yeniden yapılanmıştır.

#### 1.4.1. Televizyon Haberciliğinin Yapısal Özellikleri

**a. Görüntüye Bağlılık:** Televizyon haberciliği kendisine özel yapısal özellikleriyle diğer haber türlerinden bazı farklılıklar göstermektedir. Görüntüye bağlı olması, mevcut yapısal özelliklerinin başında yer almaktadır. Televizyon görsel bir araç olması niteliğiyle, fotoğraf geleneğinin bir uzantısıdır (Postman, 2012: 90). Kendisine aktarılan bu dilsel mirası kullanarak bir “gösteri işi” ortaya koymaktadır (Ergül, 2000: 60). Buna bağlı olarak televizyon haberciliğini, diğer medya organlarının haberlerinden farklı kılan en belirgin özellik resim, fotoğraf veya film gibi çeşitli görsel materyalleri kullanma imkanına sahip olmasıdır (Kars, 2010: 15). Televizyon haberlerinin, arka arkaya beliren, kısa süreli ve durmaksızın değişen hareketli görüntüler eşliğinde sunulması esastır (Postman, 2012: 106). Çünkü kelimeleri ve kısa vadeli iç gözlemleri geride bırakmak, görüntüler için oldukça kolaydır (Postman, 2012: 118). Dolayısıyla televizyon haberlerinde yer alan görüntü bombardımanı, hem haber metnini desteklemekte, hem de izleyicileri haber konusu olan olaylar hakkında derinlemesine düşünmekten alıkoymaktadır.

Ramonet, görüntü için “kral” nitelemesini yaparak, tek bir görüntünün bin kelimeye bedel olduğunu ve kelimelerin yarattığı etkinin görüntülerin yarattığı şoka denk olmadığını ifade etmiştir. Güçlü bir görüntü her zaman sese baskın çıkmaktadır (Ramonet, 2000: 31). Doğal olarak, görüntüye önem verme gerekliliğinin bilincinde olan yapımcılar, haberlerden ziyade görüntüler üzerine yoğunlaşmaktadırlar. Bunun sonucunda, yeterli görsel güce sahip olmayan bazı haberler geri planda bırakılmakta hatta kullanılmazken, güçlü görselliğe sahip olan haberler ise ön plana çıkartılmaktadır (Matelski, 2000: 22). Öyle ki sadece görülebilir olanın medyatik olarak varlığından söz edilmektedir. “görüntü yoksa gerçek de yoktur.” (Ramonet, 2000: 30-31). Televizyon haberi için çekilmiş hareketli bir görüntü olmadığında ise haber; dia, fotoğraf, grafik gibi çeşitli öğeler kullanılarak desteklenmektedir (Uyguç-Genç, 1998: 156). Haberin bu

şekilde görsel unsurlarla desteklenmesi izleyicilerin ilgisini çekerek, habere daha kolay odaklanmalarını sağlamaktadır.

İzleyicide heyecan, üzüntü, korku gibi duygular uyandıran çarpıcı görüntülere sahip olan haberler ilk sıralarda yer almaktadır. Televizyon görüntüleri, insanın aklından ziyade duygularına hitap etmektedirler (Ramonet, 2000: 30-31). Televizyon görüntülerinin oluşmasını sağlayan kamera, sadece olayları kayıt altına alan bir argüman olarak değil, aynı zamanda olayların bir parçası olarak işlev görmekte, Kılıç'ın deyimiyle olayları adeta “yeniden yaratmak”tır. Kamera açıları, çekim ölçekleri, kamera konumları, ışık ve renk kullanımı, çerçeveleme, kurgu gibi birçok aşamadan geçerek izleyiciye ulaşan olay, yönetmenin kendi üslubunu ve bakış açısını da yansıtmaktadır (Kılıç, 2000: 40-53). Bütün bu unsurlar “aktarılan” olayı “anlatılan” olay haline dönüştürmektedir (Ergül, 2000: 98). Haber belli bir süreçten geçip, işlenerek izleyicilere sunulmaktadır.

**b. Sözlü Anlatım:** Televizyon sadece görsel bir medya aracı değil, aynı zamanda bir anlatı (narrative) aracıdır (Gremer'den akt. Ergül, 2000: 99). Televizyon haberciliğinin anlatı yapısı yalnızca görselliğe dayanmamakta, işitsel unsurlar da televizyon haberciliğinde estetik bir yapıyı meydana getiren önemli bir öge olarak kabul edilmektedir. Ses ve görüntü, birbirini destekleyen, tamamlayan ve güçlendiren bir etkiye sahiptir. Televizyon haberciliğinde ses, görüntülerin bilgisini taşımaktadır. Habere konu olan olay içindeki insan ve nesnelere ait verilerin aktarımında, görüntülerin yanında ses de kullanılmaktadır. Herbert Zettl'in belirttiği gibi, gerekli ve ek bilgileri sunmada, ruhsal durumları ve estetik boyutu oluşturmada, olaylara ritmik bir yapı katmada ses etkili bir argümandır (Zettl'den akt. Orhon, 2004: 29). Bu nedenle televizyon haberlerinde görüntüleri desteklemek amacıyla haber metni okunmaktadır. Haber metni oluşturulurken; cümleler olabildiğince yalın, öz, anlaşılır ve konuşma diline yakın biçimde oluşturulmaya çalışılmaktadır (Parsa, 1993: 23). İşitsel unsurlar, televizyon haberciliği içinde önemli bir yer tutmakta, görüntüleri destekleme işleviyle anlatı yapısını güçlendirmektedir.

**c. Özet Habercilik:** Haberi olabildiğince kısa ve özet olarak aktarmak, televizyon haberciliğinde önemlidir. Yarım saat süren bir haber bülteninde habere ayrılan gerçek zaman, yaklaşık 22 dakika 15 saniyeye tekabül etmektedir. Bu süre, eldeki malzemeler düşünüldüğünde çok da yeterli gelmemektedir. Televizyonda haberlere ayrılan zamanın

bu şekilde sınırlı olması; haberlerin kısa başlıklar şeklinde ve özetler halinde aktarılmasını gerekli kılmaktadır. Daha ayrıntılı bilgi edinmek isteyen bireyler gazete veya dergi okumaktadır (Matelski, 2000: 21). Kısıtlı zaman dilimi ve izlenme kaygısı nedeniyle haberin detaylarına inilmemektedir.

Kısa ve parçalar şeklinde aktarılan haberler, arka arkaya hızlı bir biçimde geçmektedir. Bu iki yönlü hızlı akış gereğinden fazla sayıda haberin sunulmasına imkan tanımakla beraber, hiçbir haberin üzerinde yeterince durulmamaktadır (Ramonet, 2000: 162). Yani insanlar televizyon ekranında başlıkları izleyerek, olayların yalnızca eksik bir resmini seyretmektedir (Matelski, 2000: 21). Böylece haber konularının tüm yönleriyle anlaşılmasından ziyade, olaylar hakkında genel bir fikir sunulmaktadır.

**d. Teatral Unsurlar ve Canlandırmalar:** Televizyon haberciliğinde görsel ve işitsel unsurların beraberinde teatral anlatım ve canlandırma gibi birtakım sinemasal anlatım öğelerine de yer verilmektedir. Televizyon haberciliğinde, haberi yapılacak olaya dair görüntü bulunamadığında, olayın orijinal akışını, izleyenlere aktarabilme gayesiyle canlandırma teknikleri kullanılmaktadır (Matelski, 2000: 76). Bu tekniklerin diğer bir kullanım amacı da aktarılan olayı daha dramatik, daha ilgi çekici bir hale getirmektir. Müzik, canlandırmalar ve efektler yoluyla kurgulanan televizyon haberi; dramatik bir yapıya dönüştürülmektedir. Bu kurmaca anlatımla beraber, haber gerçekliği de önemli ölçüde değişmektedir (Poyraz, 2002: 25). Nitekim haber işlenip farklı aşamalardan geçerek, ham halinden uzaklaştırılmakta, olaylar olduğu gibi değil belirli bir kurgu dahilinde aktarılmaktadır.

Bazen olaya ait görüntü bulunamadığında, sahte görüntüler veya arşivde yer alan benzer görüntüler aracılığıyla hedef kitleyi aldatacak biçimde canlandırma yapılabilmektedir (Ramonet, 2000: 33). Bu nedenle canlandırma tekniği, televizyon haberciliğinde oldukça tartışılan tekniklerden bir tanesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

**e. Canlı Yayın:** Televizyon haberciliğinin en önemli özelliklerinden birisi de, haber konusu olan olayları hedef kitleye, meydana geldikleri anda, ilk sıradan izleyebilecekleri bir “anıdalık”la aktarma kabiliyetidir (Matelski, 2000: 75). Televizyon, 80’li yıllardan günümüze dek, görüntülerin gerçekleştiği anda aktarılabilmelerini sağlayan teknolojik altyapıya erişmiştir. Bu ışık hızıyla aktarım kabiliyeti; televizyonu, diğer medya organları ile kıyaslandığında daha hızlı işlev gören bir iletişim aracı konumuna getirmiştir

(Ramonet, 2000: 30). Hızın böylesine önemli olduğu bir çağda, televizyon bu yönüyle daha fazla tercih edilir hale gelmektedir.

Neredeyse tüm haber yönetmenleri, bir prestij kaynağı olarak görülen canlı yayını gerçekleştirmek için olabildiğince gayret göstermektedirler. Çünkü televizyon haberciliğinde gerçekçi ve inanılır olma ihtiyacı; doğrudan, aracısız biçimde gerçekleştirilen canlı yayın tekniğini gerekli kılmaktadır (Poyraz, 2002: 52). Meydana geldiği anda, canlı olarak aktarılan görüntüler, insanlarda “gerçeklik algısı” yaratmaktadır (Ramonet, 2000: 108). Oysa televizyonda yer alan görüntülerin, gerçek hayattakiyle aynı olması mümkün değildir. Çünkü televizyon bizlere kurgusal bir dünya sunmaktadır (Poyraz, 2002: 52).

Canlı yayın ideolojisi, haber anlayışında bir takım farklılıklar yaratmıştır. Artık haber aktarmak, olayı meydana gelirken göstermek, olaylara tanıklık etme imkanını izleyicilere sunmak anlamına gelmektedir. İzleyicilerin ve olayın bu şekilde karşı karşıya gelişleri, izleyici açısından oldukça doyurucu olmaktadır. Bu doyumu sağlayan etmen, bir olayın önemini kavramaktan ziyade, o olayın gözlerinin önünde meydana gelişini seyretmektedir (Ramonet, 2000: 157-158). Canlı yayın bu bağlamda izleyicilere “orada olma deneyimi” yaşatarak, gerçeklik algısını güçlendirmektedir.

Televizyon haberciliğinde olayları hedef kitleye olabildiğince hızlı aktarmak gerekmektedir. Ancak medya kuruluşlarındaki bu canlı yayın (live) saplantısı bazı durumlarda, eksik bilgi iletimi, bilgiden öte prim yapan duyguların ön plana çıkarılması gibi sorunlara yol açmaktadır. Muhabirler, bazı durumlarda canlı yayında yeterince bilgi edinmeden bilgi aktarımı yapmakta, olay hakkında yeterince düşünme fırsatı bulamadan, anlık tepkiler vermektedir (Ramonet, 2000: 71). Böyle durumlarda muhabir, meslekin gerekliliklerini göz ardı edebilmektedir.

Tüm bunlara rağmen, televizyon kanalları için canlı yayın ilkesi önemini korumaktadır. Öyle ki kanallar, yayınladıkları programların canlı olduğu göstermek için ayrıca bir çaba sarf etmektedirler. Bu çabaya örnek olarak “Star” kanalının, haber bültenlerinde kullandığı “banttan canlı yayın” ifadesini gösterebiliriz. Bu ifadeden olayın naklen kaydedildiği ve bu haliyle herhangi bir kurgusal işleme başvurulmadan aktarıldığı anlaşılmaktadır. Bu durum aslında olayları çarpıtmadan nesnel bir biçimde aktardıklarını kanıtlamak ve güven oluşturmak için sarfedilen bir çaba olarak karşımıza çıkmaktadır

(Poyraz, 2002: 54). Dolayısıyla canlı yayın ideolojisi; gerek izleyicilerde güven oluşturmak gerekse gerçekliği vurgulamak açısından, televizyon haberciliği için önemli bir yer tutmaktadır.

## 1.5. TELEVİZYON HABERİNE KURAMSAL YAKLAŞIMLAR

### 1.5.1. Gerçeğin Yeniden İnşası Olarak Tv Haberleri

İgnacio Ramonet, televizyon için “olayları yeniden üreten bir aygıt” ifadesini kullanmıştır (Ramonet, 2000: 42). Televizyon olan biteni hedef kitleye sunarken, kendine has teknikleriyle ve kullandığı teknolojik araçlarla gerçekliği yeniden üretmekte ve bir “televizyon gerçekliği” inşa etmektedir (Poyraz, 2002: 22). Televizyon, var olan görüntüleri ayıklar, seçer, kurgular; üzerinde açı, mesafe, ışık ayarlamaları yaparak onları yeniden anlamlandırır (Temizkan, 2012: 347). Tüm bu aşamalardan geçen haber, izleyenlere inşa edilmiş bir gerçeklik halinde sunulur.

Bu kurgusal gerçeklik meydana getirilirken çeşitli yollara başvurulmaktadır. Ray Funkhouser ve Eugene Shaw bu yolları şu şekilde sıralamıştır:

- a) Hareketlerin hızlarının yavaşlatılması ya da hızlandırılması,*
- b) Bir sahneden diğerine geçmek için kullanılan geçiş teknikleri,*
- c) Olayı fragmanlara ayırmak,*
- d) Çok daha geniş bir zaman ve mekana ayrılan olayları bir araya getirmek,*
- e) Bakış açılarını değiştirmek (kamera hareketleri, zoom mercekleri ve birden fazla kamera kullanımı ile),*
- f) Farklı kaynaklardan gelen görüntü ve sesi bir araya getirmek (Fon müziği, ses efektleri... ile),*
- g) Bilgisayar grafik teknikleri ve işlemleri ile görsel imajları birleştirmek, ayırmak, bozmak,*
- h) Animasyon ve bilgisayar grafikleri ile olaylar yaratmak.”* (Funkhouser ve Show’dan akt. Türkoğlu, 2004: 257) Böylece haber içerikleri belli bir süreçten geçerek hedef kitleye aktarılmaktadır.

Televizyon haberi, hem olayın kendisini hem de yeniden inşasını, diğer bir deyişle türetilmiş yeni bir versiyonunu içerir. Bu süreci bilgisayar animasyon sanatçısının izlediği



yola benzeten John Hartley’e göre hedef kitleye aktarılan bir ürün olarak haber şu özellikleri bünyesinde taşımaktadır:

*“a. Yerini aldığı olaydan daha gerçekçi bir olay gibidir, çünkü eski olay geçmişte kalmış, yerini alan ise gözümüzün önündedir;*

*b. Tekniğin olanakları ile olayın dışında olan şeyler de eklenebilmekte ve bunu şu anda gözümüzün önünde yapmaktadır;*

*c. Habere olayın dışındaki şeyleri de ekleyebiliyor, hem de şu anda tam gözlerimizin önünde bunu yapıyorsa bu inşa da ilk olay gibi, ilk olayı da içine alarak vardır ve bir olay olarak yer almaktadır”* (Hartley’den akt. Orhon: 2004: 49). Dolayısıyla habere konu olan olayın söz konusu süreçlerden geçilerek türetilmiş versiyonu, en az olayın işlenmemiş hali kadar değer taşımaktadır. Çünkü hem gözümüzün önündedir, hem de ilk olayı içinde barındırmaktadır.

Televizyon mevcut gerçekliği dönüştürme aşamasında; dramatik unsurları ekleme, mit üretme, canlı yayın özelliğini kullanarak bir yanılsama oluşturma ve eğlence ögesini öncelikli kılma gibi yollara başvurmaktadır (Poyraz, 2002: 25). Başvurduğu bu yolların somut bir örneği olarak Körfez Savaşını gösterebiliriz. Körfez Savaşı habercilik açısından büyük bir başarı olarak anılmasının beraberinde, televizyon haberciliğinin en çok sorgulandığı dönem olmuştur. Bu savaşın sonrasında “Körfez Savaşı Gerçekleşmedi” adlı bir makale yazan Baudrillard, Körfez Savaşının diğer bütün savaşlardan farklı olduğunu belirtmek istemiştir (Temizkan, 2012: 349). Televizyonun hakikati olduğu gibi değil de, göstermek istediği biçimde işleyerek aktardığı gözler önüne serilmiştir.

Ellis Cashmore, CNN’in savaşı aktarış tarzı üzerinde durmuş, aktarılan olayların aslında seçilmiş belli parçalardan oluşturulan bir drama olduğunu ifade etmiştir. CNN savaşı epik bir drama haline getirerek, yeniden üretmiştir. Körfez savaşının çok sayıda üretilen sloganları, grafikleri ve yazılarıyla, izler kitle olayları çölden ziyade çok yakından izliyor gibi olmuştur. İzleyenler bakımından değerlendirdiğimiz de, savaşa dair en önemli şey kaybedilen hayatlar, acımasızlık ve ölüm olmalıdır. Ancak, CNN’in savaşı aktarış tarzına baktığımızda, yok oluşlara, şiddete, acıya ve özellikle savaşın niçin gerçekleştiğine pek de yer vermemiştir. Aslında hissedilmesi gereken duyguların içi boşaltılmış, anlamları sulandırılmıştır. Ellis Cahmore, duruma ilişkin verdiği örnekte, savaşın başlangıç saldırılarını Gary Shepard’ın şu şekilde aktardığını belirtir: “4

Temmuz'da yer alan havai fişek gösterilerinin 100'le çarpılmışına benziyor!" Bu ifade CNN'in savaşı bir oyun, bir toplumsal kutlama olarak aktaran söylemini açıkca ortaya koymaktadır (Cashmore'dan akt. Orhon, 2004: 47). Savaş gibi ciddi bir konu eğlenceye dönüştürülerek aktarılmış, oluşturulmak istenilen anlam dahilinde izleyenlerin algısı yönlendirilmiştir.

Tuchman, Haber Yapmak: Gerçekliğin İnşası Üzerine Bir Çalışma (Making News: A Study in the Construction of Reality) kitabında konuya ilişkin: "*Haber, toplumsal anlamları sürekli bir biçimde tanımlamak ve kurmakla kalmaz, varolan kurumlarda var olan süreçleri ve işlerin yapılma biçimlerini de sürekli olarak kurar ve tanımlar.*" ifadesini kullanmıştır (Tuchman, 1978: 196). Böylece haberin, toplumsal anlamların oluşturulmasında ve mevcut süreçleri tanımlama da etkin bir rol oynadığı vurgulanmaktadır.

Fiske'e göre televizyon kamerasının ve mikrofonun kaydettiği şey gerçeklik değil, gerçeğin şifrelenmiş halidir. Bu şifrelemeyle üretilen gerçekliğin yapısı ise ideolojiktir. O halde tekrardan sunulan gerçeklik değil, ideolojiktir. Endüstriyel sistem, ekonomik ortamda nasıl yapılanıyorsa; televizyon da gösterge bilimsel alanda aynı şekilde yapılanmaktadır. Endüstriyel sistemin görevi yalnızca mal üretmek ya da o malları çoğaltmak değildir. Sonuç olarak yaptığı şey, kapitalizmin kendisini güçlendirir. Televizyon da yarattığı tele-görüntü gerçekliğiyle, kapitalizmi yeniden üretmektedir. Şeffaflık mecazına dayandırılan bu büyülü pencere, imgeleri kaydedip dolaşıma sunmasının beraberinde imge ile imgeyi yaratan arasındaki ilişkiyi tersine çevirmektedir. Diğer bir deyişle imgesini, yaratıcısından daha önemli bir hale getirmektedir. Bunun sonucu olarak gerçeklik değerini taşıyıp taşımadığı göz ardı edilerek, daha çok dağıtım ve çoğaltma üzerine yoğunlaşan endüstri "imge manipülasyonu" nu geliştirmektedir. Gerçekliği bu şekilde yorumlamasına ideolojik bir eleştiri getirilecek olursa, televizyonun yanlış temsil ettiği veya gizemli kıldığı şey, aslında kendi ideolojik pratiğidir (Fiske'den akt İnceoğlu, 1995: 234-235). Dolayısıyla televizyon bize gerçeği tüm çıplaklığıyla değil, kodlanmış haliyle aktarmaktadır.

"Merkezileşmiş bir öykü anlatma sistemi" olarak anılan televizyon, ürettiği programlarla her haneye "bir ortak imajlar ve iletiler" dünyası sunmaktadır. İnsanlar televizyonun sürekli tekrarlanan simgesel yapısı içinde yaşamaktadır. Televizyon insanın

tercihlerini biçimlendiren tutum ve davranışları ekmektedir. Sanayi öncesi dönemde din, toplumu bir arada tutma hususunda nasıl bir bağ işlevi gördüyse; televizyon da ortaya çıktığı dönemden bu yana insanlar arasında güçlü bir kültürel bağ oluşturmuştur (Gerbner'den akt Erdoğan ve Korkmaz, 2005: 174-175). Televizyon izleyicilere sunduğu ortak iletilerle, insanların seçimleri üzerinde etkili olmakta ve toplumda birleştirici bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Gerbner'e göre televizyon, bir okul işlevi görerek kapitalist sisteme eklemek için çok bilmiş cahiller meydana getirmektedir. Televizyon yoluyla insanlara, neyi nasıl tüketecekleri öğretilmektedir. Ancak yine de bu sistem içerisinde insanlar kendilerini kıymetli ve özgür zannetmektedirler. Burada cevap verilmesi gereken sorulardan biri şudur: Televizyon insan zihninin demokratlaştırılmasını mı, yoksa insanın düşünce ve davranışları üzerinde bir egemenlik mi oluşturmaya çalışır? Bakıldığı zaman kültürel manada birileri(üst sınıf) kendi gerçeklerini yaşamakta iken, diğerleri(halk) mevcut gerçeklerin hayalleri ile avunmaktadır. Yani görülmektedir ki: birinin gerçeği, ötekinin umudu ve hayalidir. İnsanlar simgelerden ziyade, simgelerin ortaya çıkardığı ilişkilerle hayatlarını idame ettirmektedirler. Bu nizam içinde ya aç ya tok, ya köle ya efendi, ya izleyici ya da izletici olmaktadırlar (Gerbner'den akt Erdoğan ve Korkmaz, 2005: 174-175). Dolayısıyla televizyonun sunduğu özgürlük, bir yanılsama olarak karşımıza çıkmakta ve önümüze koyulan seçenekler, televizyonun çizdiği özgürlük sınırları dahilinde belirlenmektedir.

### **1.5.2. Gösteri-Eğlence Olarak Televizyon Haberi**

1980'li yıllarla beraber özellikle yayıncılık konusunda büyük bir değişim ve dönüşüm yaşanmıştır. Yeni teknoloji sistemlerinin, ve özel yayıncılık girişimlerinin ortaya çıkmasıyla birlikte yayıncılık anlayışında bir takım değişiklikler meydana gelmiştir. Dünyadaki bu durum ülkemizde de etkisini göstermiş Magic Box Star1 televizyonu, ilk özel televizyon kanalı olarak yayın yapmaya başlamıştır. Kamu yayıncılığı ile kıyaslandığında daha canlı daha renkli olan özel yayıncılığın devreye girmesiyle beraber, yayın içeriği ve yapısında da belirgin değişiklikler olmuştur (Yurdigül, 2013: 133). Özel yayıncılık girişimleri televizyon dünyasına yeni ve oldukça farklı bir soluk getirmiştir.

Uslu, medyadaki bu yeni içerik yapılanmasının diğere bir sebebi olarak, değişen medya sahipliğine vurgu yapmıştır. Bu hızlı dönüşümde, medya sektörünü ele geçiren büyük sermaye gruplarının önemli bir payı olduğunu belirtmiştir. Medya sektörüne ve teknik altyapısına büyük yatırımlar yapan medya grupları, bütçe açıklarını kapatmak ve yatırımdan yüksek kar elde etmek amacıyla içerikte çarpıcı değişikliklere gitmişlerdir. Reklam gelirlerini yükseltmek amacıyla daha vurucu, daha ilgi çekici, temelde satış odaklı bir içerik yapılanmasına yönelinmiştir (Uslu, 2001: 14). Gün geçtikçe çoğalan özel televizyon kanalları, rekabetçi bir ortamın yaratılmasına sebep olmuştur. Kar amaçlı olan bu kanallar eğlence ögesini ön plana çıkararak izleyicinin programlara olan ilgisini canlı tutmaya çalışmışlardır. Diğere bir deyişle yayın içeriklerini insanların beğeneceği biçimde popüler kültür, magazin ve eğlence odaklı şekillendirmişlerdir (Yurdigül, 2013: 133-134). Bu durum, birincil niteliği haber verme ve bilgilendirme olan, eğlenceyle herhangi bir ilgisi bulunmayan haber ve haber programları gibi türleri de etkilemiştir (Poyraz, 2002: 55). İzlenme kaygısı, programların konu ve içeriklerinde değişikliklerin yapılmasına ve daha çok “eğlence” odaklı bir yapılanmanın ortaya çıkmasına sebep olmuştur.

Postman’ın “eğlence her türlü söylemin üst ideolojisidir.” (Postman, 2012: 102) yaklaşımı üzerinden düşünenecek olursak program türlerinden biri olan “haber”in de bu üst ideolojinin etkisi altında kalmaması neredeyse imkansızdır (Ergül, 2000: 177-178). “Eğlence, eğlendirmek” kavramlarının Fransızca sözlük anlamlarına baktığımızda, ilginç karşılıkları olduğu görülmektedir. Fransızcada “divertissement, divertir” olarak kabul gören “eğlence” kelimesinin sözlük anlamı “Para aşırma, birini bir şeyden uzaklaştırmak, yoldan çıkarmak”tır. Hal böyleyken eğlence, Ragıp Duran’ın deyimiyle “acı ilacın içine konan şeker” konumundadır. Bu durumda eğlendirme işlevi yerine getirilmek isteniyorsa, insanları içinde buldukları gerçek ve doğal alanlarından uzaklaştırmak, başka ortamlara yöneltmek, ve “yoldan çıkarmak” eylemlerinin yerine getirilmesi gerekmektedir (Duran, 2001: 41). Dolayısıyla özel kanalların artışıyla birlikte televizyon programlarına egemen olan eğlence söylemi, içinde manipülasyonu ve yönlendirmeyi de barındırmaktadır.

Özdoğan konuya ilişkin olarak şunları söylemiştir: “Ülkemizdeki genç özel televizyonların haber bülteni yöneticilerinden büyük bir bölümünün “rating terörü” karşısında yenik düşüp, habercilikten uzaklaşma eğilimi gösterdikleri bilinmektedir... Habercilikten uzaklaşan, ‘Ana Haber Bültenleri’ni “Habegence” şeklinde

*tanımlamaktadır... Haber yöneticisi ile rating kavramı arasındaki ilişki, çelişkili ve sorunlu bir ilişki. Ayrıca Türk ticari televizyonlarının kıran kırana rekabet ortamı içinde yorucu bir ilişkide olduğunu söyleyebilirim.” (Özdoğan’dan akt. Yurdigül, 2013: 134).* Bu ifadeleriyle Özdoğan, magazinleşme ve eğlence olgusunun, habercilik sektörüne nedenli hakim olduğunu belirtmiştir.

Eğlencelik çerezler olarak ön plana çıkan haberlerin yapılarında bazı özel unsurlar kullanılmaktadır (Orhon, 2004: 60). Bu haberler, özellikle seyirciyi duygusal olarak etkileyebilecek doğal felaketler, kazalar, polisiye gibi konulara yer vermektedir. Söz konusu konular hedef kitlede acıma, üzüntü, korku, kızgınlık gibi hisleri aktifleştirecek şekilde dramatize edilerek sunulmaktadır. Bunu sağlamak için olay kahramanları birer meta olarak kullanılarak, hisleri göz ardı edilmektedir. Bir konunun dramatize edilmesine katkıda bulunan diğer unsurların arasında görüntülerin kurgulanış biçimi ve müzik seçimi yer almaktadır (Yurdigül, 2013: 138). Tüm bu unsurlar bir araya gelerek, habere konu olan olaylar yeniden şekillendirilmektedir.

Neil Postman’a göre haber programlarında müziğin kullanılma sebebi, tiyatro ve sinemada müziğin kullanılma sebebi ile aynıdır. Müzik unsuru, eğlenceye elverişli bir atmosfer yaratmak adına kullanılmaktadır. Haber programlarında tamamlayıcı bir unsur olarak müziğin kullanımı, seyircide kaygılanacak herhangi bir şey olmadığı algısını yaratmaktadır. Postman, haber programlarında müzik kullanılmadığı takdirde, izleyenlerin gerçekten ürkütücü, ciddi ve hayatlarını biçimlendirecek derecede önemli haberler duyma beklentisi içinde olacağını belirtmiştir. Müzik kullanımı, şov programı etkisi yaratarak, izleyenleri kaygılanmaktan ve düşünmekten uzaklaştırmaktadır. Asıl sorun televizyonda eğlence içeriği aktarılması değil, önemli haberler dahil her içeriğin sanki eğlenceymiş gibi aktarılmasıdır (Postman, 2012: 117). Dolayısıyla haber programlarında müzik kullanımı, anlatıyı kuvvetlendirmek ve izleyicilerde istenilen etkiyi yaratmak adına önemli bir yer tutmaktadır.

Televizyon haberlerinin eğlence ve magazin içerikli bu durumları üç farklı şekilde belirtilebilir. Birincisi, eğlendirebileceği düşünülen olayların haberlerde kullanılmak üzere seçilmesidir. İkinci olarak, eğlenceli olmayan ciddi konuların bile eğlenceliymiş gibi aktarılması ve son olarak haberlerin iş yerlerinde meşrubat makinesi başında gerçekleştirilen ayaküstü sohbet gibi bir anlayış tarzı ile aktarılma durumu giderek

belirginleşmektedir (Orhon, 2004: 60). Bu üç durumda da aslolan izleyiciyi bilgilendirmekten ziyade, hoş vakit geçirme ve oyalama çabasıdır.

Ragıp Duran, bu şekilde eğlencelik çerezler olarak görülen haber ve haber programlarına yönelik düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir: “...Yirmi yıl öncesiyle bugünkü haber bültenleri kıyaslandığında, siyasal ve toplumsal haberlerin sayı ve oran olarak olağanüstü azaldığı, buna karşılık ekonomik ve mali içerikli haberler ile magazin haberlerinde esaslı bir artış olduğu saptanıyor. Magazinleşen, daha doğru bir deyişle magazinleştirilen dünyada haber bültenleri de sulandırılmış durumda. Bu sulandırma hareketi, ABD’de yeni bir haber türünün doğmasına neden oldu: İngilterede “watercooler” tabir edilen, dilimize “çeşme başı” olarak çevrilebilecek bu tür, ABD’de işyerlerinde çalışanların mola sırasında soğuk su ya da meşrubat makinelerinin başında toplandıklarında konuştukları konularla ilgili haberler. Bir başka deyişle havadan sudan haberler. Biraz günlük hayat, biraz dedikodu... Bu tür hafif konular aracılığıyla geri plandaki siyasal, sosyal ve ideolojik gerçekler izleyiciye adeta şekere bulanmış bir şekilde aktarılıyor. Ancak özel hayata müdahale haberin özünü gizleyip magazin boyutunu öne çıkartmak, kimi zaman milliyetçi hatta ırkçı yaklaşımlara göz kırpmak gibi temel habercilik ilkelerinden önemli kaymalar birkaç uzmanın dışında kimseyi ilgilendirmiyor.” (Duran, 2001: 21). Böylesi bir yaklaşım, haber programlarının asıl işlevi olan bilgilendirme ve eğitime niteliklerini geri planda bırakarak, haberciliğin temel ilkelerine ters düşen durumlar yaşanmasına sebep olmaktadır.

Haberin magazinelleşmesi haber yapısı içinde, hazırlanma sürecinden başlayıp sunum sürecine dek süren bir takım değişim ve dönüşümleri gerekli kılmıştır. Öncelikle haberi yapılacak konun seçilmesi, haber konusu içinde yer alan kişilerin yeniden kurgulanması, haber içeriğinin müzikle, efektlerle ve canlandırmalarla desteklenmesi ve son olarak da sunucunun haberi aktarış tarzı önem kazanmaktadır. Sunucunun haberi eğlenceli bir biçimde mi yoksa dramatize ederek mi aktaracağı merak edilmekte ve bu konularda başarılı olması istenmektedir. Sunum bu şekilde meslekten ziyade gösteri sanatına dönüşmekte ve bu gösteriyi kimin sürdüreceğini reytingler belirlemektedir. Sunum niteliğinin değişmesiyle haberlerde kullanılan dil de değişime uğramıştır. Eskiden haber sunucuları, “taraf tutmayan, yorumsuz ve güvenilir” bir sunum tarzını benimserken, bu yapısal dönüşümle birlikte yorum yapan, taraf tutan bir tarza yönelmişlerdir (Yurdigül,

2013: 139). Böylece sunucularda kullandıkları dil ve sunum tarzlarıyla bu gösteri sanatının büyük ve önemli bir parçası olarak karşımıza çıkmaktadırlar.

Ertan, gösteri amaçlı kullanılan bu dilin akıldan ziyade duygulara hitap ettiğine ve haberlerde yer alan öykülerin bu yapı üstünden biçimlendiğine dikkat çekmiştir (Ertan, 2011: 52). Seyredenlere, önemli bilgiler aktardıkları izlenimi vermek isteyen haberler, bu yeni halleriyle içlerinde “reklam ve rating kaygısı” barındıran yapay oluşumlar haline gelmişlerdir (Orhon, 2004: 61). Sonuç olarak televizyon kanalları izlenme kaygısıyla, eğlence ve magazin ögesini ön planda tutarak hedef kitlelerini genişletmeyi amaçlamış ve bu durumdan haber yapımları da payını almıştır.

### 1.5.3. Bir Ürün Olarak Haber

Habere dair eleştirel yaklaşımlara göz atıldığında, aslında bütün yaklaşımların ortak bir paydada birleştiği görülmektedir. Bu ortak payda, haberin bir inşanın ürünü olarak ele alınmasıdır. Diğer bir deyişle haberin yönlendirici, eğlendirici ve gösteri olarak görülmesinin temelini, onun bir inşa olarak görülmesi oluşturmaktadır. Sonuçta olay, belli bir amaçla, başka bir biçime dönüştürülerek aktarılmaktadır. Varılan diğer bir ortak nokta ise, televizyon haberinin, ticari bir değer olan “ürün” ün niteliklerini taşıyor olmasıdır. (Orhon, 2004: 61-62). Mark bu konuyla ilgili olarak. “Bilgilendirmek gibi bir görevimiz yok: müşterilerimize –karşılığını ödemeye hazır oldukları- bilgiyi sağlamak gibi bir görevimiz var.” (Mark’dan akt. Orhon, 2004: 75) ifadesini kullanmıştır. Dolayısıyla haber, ticari değeri olan ve bedel karşılığında aktarılan bir ürün olarak görülmektedir.

Bir endüstrinin ürettiği ürün olarak karşımıza çıkan haberin, kapitalist sistem içinde toplanması ve dolaşıma sokulması maliyetlidir. Olay, satışa hazır paketler halinde bir “ürün” vasfıyla bireylerin tüketimine sunulmaktadır (Orhon, 2004: 7-8). Ticari bir niteliğe bürünen haber, pazar ekonomisinin yasalarına tabi olup, arz talep dengesine bağlı hale gelmiştir (Ramonet, 2000: 69). Tecimsel bir iletişim aracı olan televizyon liberal ekonominin kuralları çerçevesinde hareket etmektedir. Aynı kurallar, bu tecimsel aracın bir içeriği olan televizyon haberciliği içinde geçerli olmaktadır. Kanal sahipleri, büyük sermayelerle ortaya çıkarttıkları tüm programlardan, harcadıkları sermayenin karşılığını almayı ummaktadırlar. Haber bültenleri de bu beklentiyle hazırlanmakta olduğu için,

aktarılabacak olan içerikler, izleyicilerin ve reklam verenlerin istekleri doğrultusunda şekillendirilmektedir. Ancak tüm içeriklerin izleyici odaklı oluşturulması; önemli olmayan bazı haberlere sırf eğlenceli diye yer verilmesi, aktarılması gereken bazı haberlerinde sıkıcı bulunacağı için göz ardı edilmesi gibi çeşitli sorunlara yol açmaktadır (Şeker, 1999: 38). Bu durum bazen izleyenlerin gereksiz enformasyonlara maruz kalmasına, bazen de aktarılması gereken asıl enformasyonlardan mahrum kalmalarına neden olmaktadır.

Televizyon haberinin izleyici odaklı oluşturulan bir ürün olması, olayı haber haline getirenleri farklı yollara yöneltmektedir. İzleyicilerin dikkatini çekebilmek adına, haberlere ‘eğlence’ ögesi de ekleyerek, haber-magazin formatında yayınlamaktadırlar. Bu şekilde haberler, herkesin rahatlıkla tüketebileceği bir ambalajın içinde sunulmakta ve hızlı biçimde tüketilmektedir. Olaylar yüzeysel şekilde ele alınıp, izleyicilerin çok fazla düşünmelerini gerektirmeyen biçimde sunulmaktadır. İzleyicilerin düşüncelerinden ziyade duyguları harekete geçirilmeye çalışılmakta ve bunu başaran ürünler üzerinde durulmaktadır. (Orhon, 2004: 66). Bir haber ürüne dönüştürülme aşamasında iken öncelikle haber olabilecek olay seçilmekte, daha sonra senaryolaştırılmış, kaydedilmiş bazı çekimlerle zenginleştirilmekte son olarak da kurgu ile biçimlendirilmektedir. Bu biçimlendirme haberin, hedef kitlenin önüne nasıl bir ürün olarak çıkacağını belirlemektedir (Orhon, 2004: 68-69). Haberin değişime uğramış bu yeni hali, alınıp satılan, dağıtılan bir mal(ürün) olarak karşılık bulmaktadır. Meta olarak haber, şu üç ana özelliği bünyesinde taşımaktadır:

*“1. Haber, endüstriyel kapitalist ortamda gelişmiştir, üretim ilişkileri ve bu ilişki düzeninin bir ürünü ve ifadesidir.*

*2. Alınıp satıldığı veya belli çıkarlara hizmet ettiği yönünde kullanıldığı için kullanım(fayda) değerine sahiptir.*

*3. İnsan emeğinin bir ürünüdür, kapitalist pazar sisteminde başkalarının kullanması için el değiştirir, kullanım değerinin ötesinde değişim değerine geçer, para kazanmayı hedefler.”* (Orhon, 2004: 84)

Kurgudan geçirilerek yeniden biçimlendirilen bu ürün, kendisini üreten güçlerin etkisinde olacağından “tarafsız” olmayacaktır (Orhon, 2004: 73). Haber biçimlendirilirken; yalnızca teknik biçimlendirmenin değil sermaye ve güç ilişkilerinin



de etkisi altında kalmaktadır. Chomsky medya alanındaki sermaye ve güç ilişkilerine dair fikirlerini şu şekilde ifade etmiştir: “*Medyayı devlet-şirket bağının gereksinimlerine uyum sağlamaya teşvik eden başka faktörlerde vardır. Güçle kapışmaya girmek pahalıya mal olan ve zor bir iştir. Bunun için kanıtların ve savların çok kuvvetli olması gerekmektedir ve eleştirel bir çözümlenmeye kalkışmak doğallıkla, güçlü bir tepki gösterip ödülleri ve cezaları belirleyecek bir konumda olanlar tarafından hoş karşılanmaz. Buna karşılık ‘yurtsever bir gündem’e uyum sağlamanın buna benzer hiçbir bedeli yoktur. Resmi düşmanlara yöneltilen suçlamaların kanıtlanması gerekmez; dahası bu tür suçlamaların düzeltilmesi bile engellenir.*” (Chomsky, 2002: 13-14). Bu ifadeler haber aktarımında, sermaye ve güç ilişkilerinin etkisinde kalınması nedeniyle her zaman objektif bir ürün ortaya koyulmadığını vurgulamaktadır. Egemen söyleme karşıt haberler ortaya koymanın bir bedeli olması nedeniyle, medya bu tür söylemlerden uzak durmaktadır.

Televizyon haberinin bir ürün olarak karşımıza çıkma aşamasında teknik biçimlendirme ve güç ilişkilerinin yanında başka unsurlarında etkisi olmaktadır (Orhon, 2004: 70). Bu unsurlar şu şekilde sıralanabilir:

**Kurumsal Güçler:** Kurumsal güçler, haberlerin televizyonda ne şekilde, hangi sırada, nasıl bir içerikle yer alacağını belirlemede önemli bir yere sahiptir. Büyük medya firmaları karşılıklı olarak sıkı bir ilişki içerisindeyler. Bu büyük işletmeler aynı zamanda hükümetle, bankalarla ve diğer büyük şirketlerle de karşılıklı çıkar ilişkisi içinde bulunmaktadır (Herman-Chomsky, 2012: 83-84). Bu çıkara dayalı ilişkiler bütünü, haberin ürün olarak aktarılma aşamasında oldukça etkilidir.

**Ekonomik Bakış Açısı:** Haberın ekonomik sistemdeki yeri, üç şekilde kendini göstermektedir. İlk olarak haber medyası, özel bir sermayenin egemenliğinde olabilmektedir. İkincisi, ister kamusal isterse de özel bir yapısı olsun haber medyası, her halükarda tecimsel bir yapıya sahip olup piyasa şartları içinde yer almaktadır. Son olarak haberin, günlük ekonomik etkilerle de iç içe olması, ekonomik yapı ile haber arasındaki etkileşimi belirlemektedir (Ergül, 2000: 116). Haberlerin yeniden biçimlendirilmesinde belki de en önemli unsur, mevcut ticari yapıdır. Medya organları, izleyici ve reklam odaklı olup sürekli birbirleriyle rekabet içinde olan ticari işletmelerdir (Orhon, 2004: 70). Tüm bu ekonomik unsurlar haberin yeniden biçimlenmesinde etkin rol oynamaktadır.

**Reklam Verenler:** Haber medyası kar amaçlı bir yapı olup, genelde reklam gelirlerine dayanmaktadır. Bu nedenle üretilme aşamasında, haberin sermaye kaynağı olan reklam verenlerin çıkarları ve istekleri de göz önünde bulundurulmaktadır (Orhon, 2004: 71). Postman ve Powers, bu konu hakkındaki düşüncelerini şu şekilde belirtmişlerdir: “*Bir TV haber programının bir kamu hizmeti ve bir hizmet kurumu olduğunu sanabilirsiniz. Fakat bunun ötesinde, TV haber programı inanılmaz derecede başarılı bir iş yatırımdır ve bu, değer taşımadığı anlamına da gelmez. İlk anlamı, ‘haber’in sadece reklamcılara satılacak izleyiciyi bir araya getirmek için kullanılan bir meta olduğudur. İkinci anlamı ‘haber’in bir eğlence biçiminde iletilmesi, ... izleyicinin bunu makbul bulmasıdır ve üçüncü anlamı ise şöyledir: Bütün paket öyle bir şekilde bir araya getirilmelidir ki gösteri dünyasının değerlerine öncelik tanıyan herhangi bir tiyatro yapımcısı bile bunu sürdürebilecektir.*” (Postman ve Powers’dan akt. Ergül, 2000: 117). Bu ifadeleriyle Postman ve Powers haberin, bir tür kamu hizmeti değil de, ideal bir iş yatırımı olduğunu vurgulamaktadırlar.

Son noktada biçimlendirdiğimiz bu ürünler bizi biçimlendirmekte ve yönlendirmektedir (Orhon, 2004: 74). Haber, bir meta olarak görülmenin yanında, düşünceleri yaymada kullanılan etkili bir ortam olarak karşımıza çıkmaktadır (Ergül, 2000: 117) Bir ürün olarak karşımıza çıkan televizyon haberinin, ticari özellikler taşıması oldukça doğaldır. Ancak yalnızca kar amaçlı düşünmek birtakım sorunlara yol açabileceğinden, bazı noktalara dikkat edilmesi gerekmektedir.

4 Temmuz 1998 tarihinde yayınlanan The Economist dergisi, televizyonların iyi gitmeyen durumunu bazı istatistiki verilerle ifade etmiştir. Ragıp Duran, The Economist dergisinin vardığı sonucu şu şekilde aktarmaktadır: “*Televizyonların bütün bunlardan çıkarması gereken bir ders var; haberi, satışa hazır bir ürün gibi işlemenin hiçbir yanlış yanı yoktur; ancak bu ürün özenli bir şekilde işlenmelidir. Çünkü söz konusu ürünün içinde kolayca bozulabilen güven ve dürüstlük gibi hammaddeler vardır.*” (Duran, 2001: 22). Güven ve dürüstlük unsuru, haberin izleyiciler üzerinde etkili olmasını sağlayan iki başat unsur olarak, zedelenmeleri ya da eksiklikleri halinde, haber değerinde sorunlar ortaya çıkabilmektedir.

## 1.6. TELEVİZYON HABERİ VE İZLEYİCİ İLİŞKİSİ

Üretim ve tüketim aşamasında bir televizyon haberinin izler kitle ile arasında ideolojik bakımdan karşılıklı bir ilişki mevcuttur. İzleyici bu sürece ‘rating’ aracılığıyla katılmaktadır. (Orhon, 2004: 39) Televizyonun izleyici kitlesini tanımlamak bir hayli güçtür. Çünkü söz konusu kitle; yaş, cinsiyet, meslek, eğitim-kültür açısından farklı özelliklere sahip olup, birbirleriyle bağlantısı olmayan çok sayıda bireyin oluşturduğu bir kitledir. Ancak tüm bu güçlükler rağmen kitle iletişimi kapsamında televizyon izleyicisi, sosyo-ekonomik yapıları, büyüklük ve genişlikleri, izleme amaçları ve izleme süreleri dikkate alınarak kategorize edilmeye çalışılmıştır (Aziz, 2013: 145-146). Çünkü hedef kitlenin tanımlanması, program içeriğini düzenlerken göz önünde bulundurulması gereken en önemli faktörlerden biridir.

Günümüzde iletişim teknolojilerindeki hızlı dönüşüm, kitle iletişim araçlarının yapılarında ve içeriklerinde olduğu gibi izler kitlede de bazı değişim ve dönüşümlere sebep olmaktadır. Öyle ki artık izleyici terimi aynı zamanda “kullanıcı” ve “içerik tüketicisi” kavramlarını da içine alacak şekilde genişlemiştir. İzleyici hem bir anda kaynağın kendisine dönüşebilirken hem de mevcut iletişim sürecinde daha aktif rol almaya başlamıştır. Bu aktiflik izleyiciye daha fazla fırsat sunmasının yanında, onu daha rahat sınırlandırmanın ve denetlemenin de kapılarını açar olmuştur (Özsoy, 2011: 105). İletişim sürecinde kullanılan gelişmiş teknoloji bir yandan izleyiciye aktif bir nitelik kazandırmakta, diğer yandan da izleyicinin gözetimini kolaylaştırmaktadır.

İzleyicinin iletişim sürecinde aktif bir biçimde yer aldığını savunan bu fikrin temelleri Elihu Katz’ın ‘Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı’na (Uses and Gratification) dayanmaktadır. 1959 yılında geliştirilip 1970’lere kadar kullanılan bu yaklaşıma göre, izleyiciler ihtiyaçları dahilinde medya içerikleri seçmekte, aktif ajanlar olarak amaçlarına uygun seçimler yapmaktadırlar. Birey kendi enformasyonunun yaratıcısı olarak görülürken, kitle iletişim araçları ise dünyanın izlendiği “mercek”ler olarak görülmektedir. İzleyici bu mercekten (iletişim araçları) görüneni, kendisine özgü bir anlam oluşturarak yeniden biçimlendirmektedir. İnsanların özgür iradeleri dahilinde hareket ettiklerini varsayan bu yaklaşıma göre; izleyiciler aktif, etkiye karşı direnci olan, akılcı ve arzuları dahilinde seçim yapan bireyler olarak görülmektedir (Erdoğan-Alemdar, 2005: 162-163). İzleyicilerin kitle iletişim araçlarını ‘ne için’ kullandığı sorunsalından

yola çıkan kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına göre; izleyici kullanacağı iletişim aracını seçerken, hangisinin ihtiyaçlarına yanıt verebileceğini düşünerek seçim yapmaktadır. Bunu nedeni kitle iletişim araçlarından aktarılan içeriklerle, insanın içgüdüsel doyumları arasında nesnel ilişkiler bulunmasıdır (Türkoğlu, 2015: 119). Dolayısıyla izleyici, iletişim sürecinde pasif değil etkin bir rol oynayarak gereksinimleri doğrultusunda seçim yapmakta, aynı zamanda kendi enformasyonunu kendisi hazırlayabilmektedir.

McQuail ve arkadaşları (1972), izleyicilerin televizyon kullanma sebeplerini ‘Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı’ndan hareketle araştırmıştır. Bu alan araştırmasında izleyicilerin gereksinimlerine dayanarak televizyondan beklentileri şu şekilde açıklanmaktadır. İlk beklenti oyalanma, diğer bir deyişle kaçıştır. Oyalanma kategorisinin içinde, gündelik yaşamın rutinlerinden uzaklaşma, sorunların yol açtığı sıkıntılardan kaçma, rahatlama ve duygusal boşanma ihtiyaçlarını gidermek için televizyon izledikleri bulgulanmıştır. Televizyonun bir tür yatıştırıcı ilaç işlevi yaparak gerginliği azaltmak amacıyla kullanılmasının yanında diğer sebepler, kişisel kimlik ve kişisel ilişkilerdir. Kişisel ilişkiler kategorisinin içinde, televizyonun can yoldaşı olması, ahabalık etmesi ve toplumsal kullanım gereksinimlerini karşıladığı belirtilmektedir. İzleyiciler yalnızlık duygularını televizyondaki karakterlerle kurdukları “sözde samimi ilişkiler” yoluyla gidermekle birlikte, aynı programı kendileri dışında birçok insanın da izlediğini bilmektedirler. Böylece zamansal bir cemaat oluşmakta ve bu kitle aynı zamanda, aynı uyarılara maruz kalarak, bu uyarılara benzer tepkileri vermektedirler. Televizyonun gözetim altına alma işleviyle kullanılması ise daha çok haberlerin ve güncel olayları konu alan programların seyredilmesiyle alakalı bir süreçtir. Televizyon haberlerini seyretmemizin sebebi, haberde aktarılan konulara duyduğumuz derin ilgi değil, daha çok dünyayla ilişkimizi koparmama çabasıdır. 1970’lerden bu yana birtakım eleştirilere maruz kalan ‘Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı’nın ihmal ettiği noktalardan biri; iletişim sürecinin yalın olmayan karmaşık yapısıdır. İzleyici televizyonla kurduğu ilişkide iddia edildiği gibi tamamen özerk olamaz çünkü bu süreç izleyicilerin her biri için farklı işlemekte olup, oldukça karışık bir süreçtir. (McQuail’den akt. Mutlu, 2005: 94-100). İzleyici, televizyonla olan ilişkisinde gereksinimlerine göre seçim yapmakta, ancak bu seçim yine televizyonun kendisine sunduğu fırsatlar dahilinde yapılmaktadır.

Alvin Toffler “Üçüncü Dalga” adlı kitabında, üretici ile tüketici arasındaki sınırların giderek silikleştiğini ve bu iki kavramın yavaşça birleşeceğini öngörmüştür. 1980 yılında yayınlamış olduğu bu kitapta “tüketen üretici- prosumer” kavramını ortaya atmıştır. Bu terim producer (üretici) ve consumer (tüketici) sözcüklerinin bir araya gelmesinden üretilmiştir. Toffler “tüketici” kavramının endüstri çağının bir sonucu olduğunu ve post endüstriyel dönemde saf tüketicilerin sayısının azalacağını belirtmiştir. Bu tüketicilerin yerini ise “tüketen üreticiler” yani kullandıkları bazı ürün ve hizmetleri kendileri üreten kimseler alacaktır (wikipedia.org/wiki/Prosumer). Gerçekten de Toffler’ın belirttiği üzere, günümüzde üretici ile tüketici arasındaki sınır giderek kaybolmakta ve sadece içeriği tüketen değil aynı zamanda içerik üreten bir kitle ortaya çıkmaktadır.

Spordan müziğe, günlük alışverişten sağlığa kadar toplumun birçok konusundaki beklentisini karşılayabilen televizyon programları, hedef kitleyi etkisi altına almakta, izleyicilerin alışkanlık isteklerini yeniden biçimlendirmektedir. (Mete, 1999: 37). Televizyon yayınları, izleyicileri eğlendirmek, haber ve bilgi vermek, kültür seviyelerini arttırmak, hoş vakit geçirmelerini sağlamak gibi amaçlara sahiptir. Bu amaçlara yönelik programlar oluşturulmaktadır. Program yapımcıları izleyicilerin arzularını, düşüncelerini ve yönelimlerini dikkate almazsa, hazırlanan programlar izleyiciye erişmeden kaybolabilmekte ve çabalar boşa gitmektedir. Bu nedenledir ki bir program yapımında dikkate alınması gereken ilk nokta izleyici kitlesinin eğilimlerini bilmektir (Mete, 1999: 89-90). Etkili olabilmek için programın amacının ve içeriğinin, izleyici profiliyle uyumlu olması gerekmektedir.

Marshall McLuhan, haberin izleyici kazanmaya çalışan bir eğlence aracı olarak görülmesinin nedenini, haberin kendisinden ziyade onları izleyen insanlara bağlamaktadır. ‘The World at One’ isimli radyo programında, “...belki de politika ve eğlence aynı şeylerdir... uydular gezegenimizin çevresinde dönmeye başladığından beri dünya kocaman bir tiyatro görünümüne ulaşmıştır. Artık tüm yerküre bir sahnedir ve hepimiz birer oyuncuyuz...” der ve şu şekilde devam eder, “...böylece tüm dünya bir eğlence yeri oldu ve bizler şimdi eğlence dünyasının birer üyesi durumuna geldik.” (McLuhan’dan akt. Orhon, 2004: 61). McLuhan bu ifadeleriyle izleyicilerin algısının ve beklentilerinin değişmesiyle, talep ettiği ürünün(haber) de değişime zorlu kılındığını

belirtmiştir. Böylece haber içerikleri de izleyicinin beklentileriyle bağlantılı olarak daha çok eğlenceye yönelir hale gelmiştir.

Televizyon haberi bir ürün olarak karşımıza çıkarken bu ilişki içerisinde izleyiciler de “tüketici” konumunda yer almaktadır. Bu konum Hegel ve Marx tarafından şu şekilde değerlendirilmektedir:

*“a. İnsan piyasa şartlarının parçası olarak görülüp tüketici konumuna itildikçe kendi çevresine, yaşamına olayı soyutlanmaktadır.*

*b. Yer aldığı ortamı, izlediği olayları tanıyamaz duruma gelen kişi kendisine karşı rahatsız hissetmektedir.*

*c. İzledikleriyle gördükleri arasında anlamsal ve biçimsel uçurumlar yaşaması kendisini de nerede tutacağını bilememesine neden olmakta, gördüğüne mi yoksa yaşadığına mı inanması gerektiğini sorgulatmaktadır.*

*d. Çevresindeki olaylara, insanlara daha da farklı bir gözle; sürekli etkileşim içinde olduğu ürünlerle adeta kıyaslayarak bakmasına neden olmaktadır.”* (Hegel ve Marx’dan akt. Orhon, 2004: 81-82). Bu maddelere göre, “tüketici” konumuna itilmek, izleyicinin çevresine ve kendisine karşı yabancılaşmasına, gerçeklik ile gerçeğin görüntüsü arasındaki ayrımı yapamayacak boyuta gelmesine neden olmaktadır.

İzleyici yoğunluğu açısından haber bültenlerine göz attığımızda şöyle bir tabloyla karşılaşmaktayız. Haber bültenlerinin izlenme oranı hafta içi akşam 19: 00 sularında yüzde doksanlara ulaşırken, sabah saatlerinden akşam 19’a kadar olan zaman diliminde ise bu oran %9'lara kadar düşmektedir. Saat 20: 00'den sonra yayınlanan haberlerin izleyici sayısı ise giderek azalmakta olup, gece yarısında %15'lere kadar düşmektedir. Yaş sınıflandırılmasına baktığımız zaman (50-54) ve (55-60) yaş aralığının, haber bültenlerine diğer yaş gruplarından daha çok rağbet gösterdikleri gözlemlenmektedir. Sabah yayınlanan haberlere daha çok kadınlar, akşam ve gece aktarılan haberlere ise daha çok erkeklerin ilgi gösterdiği anlaşılmaktadır. Haberler ve izleyiciler arasındaki bir diğer bağlantıda eğitim durumudur. Eğitim seviyesi arttıkça, akşam ve gece yayınlanan haber bültenlerine ilgide doğru orantılı olarak artmaktadır. Haberler ve izleyici arasındaki bir başka dikkat çekisi husus ise kuşkusuz “güvenilirlik”tir. Bakıldığı zaman televizyonda yer alan haber bültenlerine izleyenlerin güvenme oranı en yüksek %30.2'yi bulabilmektedir. Bazı televizyon kanalları ise “güven verme” hususunda %1'in altında

kalmaktadır. (Metel, 1999: 94). Bu veriler haber bültenlerinin izleyici profili ile ilgili olarak genel bir bilgi sunmakla birlikte haber bültenlerinin güvenilir olma konusunda birtakım problemler yaşadığı anlaşılmaktadır.



## İKİNCİ BÖLÜM

### HABER PROGRAMLARININ ANLATI YAPISI

#### 2.1. DÜNYADA HABER PROGRAMLARININ TARİHSEL GELİŞİMİ

İlk akşam haberleri, 15 Ağustos 1948 tarihinde CBS televizyonu tarafından başlatılmıştır. Bu tür bir haber programını ortaya çıkartmalarının amacı; etkili bir haber sunumu gerçekleştirmekten ziyade, CBS'in kamuya hizmet ettiği yönünde olumlu bir algı oluşturmak, Devlet'le bu yeni iletişim aracı arasındaki ilişkileri kuvvetlendirmektir. Programcılığın hoş bir yoldaşı olarak görülen televizyon haberciliği, o yıllarda henüz yayıncılığın ayrılmaz bir parçası olarak görülmemektedir. Radyo ise o dönemde, kendine has üsluplara ve dramatik seslere sahip olan, olaylara ilişkin kişisel düşüncelerini dile getiren sunucularıyla hala altın medyum olarak popülerliğini korumaktaydı. Amerikalıların çoğu, enformasyona erişmek için, sinemada oynatılan haber filmleri ve gazetelerin yanında radyoyu da kullanmaktaydı (Matelski, 2000: 30). Günümüz dünyasında enformasyona erişmek için en etkili ve en çok tercih edilen yollardan biri olarak karşımıza çıkan televizyon haberciliği, o yıllarda henüz bu etkiyi gösterememişti.

Televizyonda görüntülenen ilk olay, Philadelphia'da gerçekleştirilen Ulusal Politik Kongre'dir. 1948 seçimlerini sürpriz bir biçimde kazanan Truman tarihe, televizyonda görünen ilk başkan adayı olarak geçmiştir. Başlangıçta resimli radyo haberleri şeklinde sunulan haber bültenlerinde, ilk olarak 1951 tarihinde hareketli resim yani film kullanılmıştır (Kavaklı'dan akt. Şeker, 1999: 44). Hareketli resmin kullanılmaya başlaması, televizyon haberlerine bir dinamik kazandırmıştır. Haber metinlerinin, hareketli resimlerle desteklenmesiyle beraber izleyicilerin dikkatini çekmede aşama kaydedilmiştir.

CBS'te başlayan haber yayınları, rakibi NBC'nin de harekete geçmesine sebep olmuştur. Günde 15 dakika haber yayını gerçekleştiren ve görüntü malzemesini çoğunlukla haber filmi çeken ajanslardan elde eden CBS ve NBS kuruluşları, 1951 yılıyla birlikte haber yayınlarına biraz daha önem vermeye başlamışlardır. ABC televizyonu, 1953 tarihine kadar televizyon haberi yayınlamazken, bu iki kuruluş arasındaki rekabet haber stüdyosuna telefon, dünya haritası, saat, kalem seti gibi çeşitli dekoratif unsurların



dahil edilmesini sağlamıştır (Matelski, 2000: 31). Özellikle BBC televizyonu, kullandığı kurgu tekniği, perfore kullanımı, stüdyoda kullandığı çeşitli materyallerle televizyon haberciliğine farklı bir boyut getirmek adına birtakım faaliyetlerde bulunmuştur (Uğurlu-Öztürk, 2006: 50). Böylelikle rekabet, kanalların kendilerini değiştirme ve geliştirme yönünde olumlu adımlar atmasına sebep olmuş ve bu durum televizyon haberciliğine de yansımıştır. Kanallar, biçim ve içerikte kullandıkları farklı yöntemlerle, televizyon haberciliğine yeni bir soluk getirmeye çalışmışlardır.

Radyoda ünlenmiş sunucular, televizyon ekranına çıkarılmaya başlanmış, böylelikle televizyon haberleri, hedef kitlenin ilgisini çekmeyi başarabilmiştir. Bu sunuculardan en önemlisi Edward R. Murrow'dur. 30'lu yıllarda ikinci dünya savaşını radyodan Amerikalılara aktararak ünlenen, hedef kitlenin güvenini kazanan Murrow, dönemin en nitelikli muhabirlerinden oluşturduğu ekibiyle radyo haberlerine kişilik kazandırmıştır. Savaşta gösterdikleri yayıncılık başarısından sonra CBS'de William Paley, televizyon haberlerini sunması için Murrow ve ekibine teklif sunmuştu. Murrow, başlangıçta televizyona kuşkuyla baktığı için bu teklife gönülsüz yaklaştı. Ancak Paley, Murrow'u radyoda uzun dönem beraber görev aldıkları Fred Friendly'yle çalışmasını kabul edince, televizyon dünyasına geçmek için aklında herhangi bir şüphe kalmamıştı. Murrow ilk olarak 18 Kasım 1951 tarihinde CBS televizyonunda ekrana çıkmıştır. 50'li yıllardan başlayarak, 60'lara kadar süren dönem medya tarihçilerinin çoğu tarafından "Murrow Dönemi" olarak tanımlanmıştır (Matelski, 2000: 32, Uğurlu-Öztürk, 2006: 50). Murrow, tıpkı radyo haberlerinde olduğu gibi, kendine özgü üslubu, ve yorumuyla televizyon haberlerine de kişilik kazandırmıştır.

Murrow ve Friendly beraber, See It Now ve Person to Person gibi birçok belgesel ve röportaj meydana getirdiler. Murrow güven veren duruşuyla televizyona inandırıcılık katmış ve böylece haber sunumunda önemli bir yere sahip olmuştur. Özellikle See It Now, saldırgan habercilik açısından televizyon haberlerine yeni bir boyut getirmiştir (Matelski, 2000: 33-34). Murrow'un haber programlarına getirdiği bu yeni boyuta göre, amaç yalnızca olan biteni göstermek değil, bunun yanında neyin yanlış olduğunu da göstermektir. Murrow geleneğine göre, işlenen konu ve olaylar, sosyal çarpıklıklardan ve seyircinin hakkında pek fazla enfomasyona sahip olmadığı konular içerisinden seçilmekteydi (Poyraz, 2002: 86). Böylelikle yaptıkları iş yalnızca enfomasyon aktarımı değil, toplumsal sorumluluk da içermekteydi.

Anındalık algısı yaratmak için oluşturulmuş bir stüdyo ortamından Murrow ve Friendly, Amerika'nın göz ardı edilen, üzeri örtülen önemli konularını gündeme taşıyorlardı. Bunlar arasında en önemlisi Murrow'un, Senatör Josep McCarthy'nin kara listesi üzerine yaptığı araştırmaydı. CBS, böylesine tartışmaya açık bir konuyu yayınlamak hususunda kaygılıydı. Program beklenen etkiyi yaratmazsa hem hükümet hem de izleyenler tarafından tepkiye maruz kalacaklardı. Murrow ve Friendly bu nedenle, yayını kendileri gerçekleştirmeyi üstlendiler. Bunun üzerine gerekli araştırmaları yaparak, programın basın ilanlarını dahi kendi paraları ile ödediler. Nihayetinde program yayınlanmış, McCarthy'nin iş başında olduğu görüntüler aktarılmış ve kendisine yönelik suçlamalar üzerine çözümlenelerde bulunmuşlardı (Matelski, 2000: 34-35). Friendly ve Murrow bu girişimleriyle televizyon tarihinde gerçekleştirilen oldukça çarpıcı yayınlardan birine imza atmışlardır.

Gerçekleştirilen bu programa, izleyiciler tarafından gösterilen ilgi oldukça yoğun olmuştur. Bu cesaretli girişimlerinden dolayı tebrik edilen Murrow ve Friendly, aynı zamanda politik yorumların, televizyon programlarında kabul görmesine ön ayak olmuşlardır. Programda McCarthy'nin kendisini ifade etmesine olanak sağlayan Murrow, programın bitiminde şunları söylemiştir: *“Birbirimizden korkarak ilerlemeyeceğiz biz; korku yüzünden mantıksızlığın egemen olduğu bir döneme girmeye bizi kimse zorlayamayacak. Yeter ki kendi tarihimizin ve doktrinimizin derinliklerine inelim ve korku içindeki insanların; yazmaktan, konuşmaktan, iş birliği yapmaktan ve içinde yaşanan an için popüler olmayan gerekçeleri savunmaktan korkan insanların soyundan gelmediğimizi hatırlayalım... Bu, onun yöntemlerine karşı çıkan insanların susabileceği bir zaman değildir. Mirasımızı ve tarihimizi reddedebiliriz ama o zaman sonuçların sorumluluğunu üstlenmekten kaçınamayız.”* (Matelski, 2000: 34-35) Murrow bu sözleriyle yayıncılığın, herhangi bir kurum veya kuruluşun çıkarları doğrultusunda olmaksızın kamu hizmeti adına, sorumlu yayıncılık anlayışıyla yürütülmesi gerektiğine vurgu yapmıştır.

CBS'de görev alan Murrow ve ekibi geniş bir hedef kitleyi etkilemeyi başarmıştı ancak bu esnada NBC'de kolları sıvamıştı. 50'li yılların ortalarına doğru NBC'nin başına geçen Kintner, akşam haberlerinde beraber sunculuk yapmaları için, kısa zaman içinde çok başarılı olacak iki ismi, Chet Hunter ile David Brinkley'i bir araya getirmiştir. 1950'li yılların sonuna gelindiğinde NBC VE CBS kanalları, Amerika'da 200 yerel kanalı kendi

bünyelerine dahil edecek kadar büyümüşlerdi. Bu durum, haberlerin çok hızlı bir şekilde toplanabilmesinin beraberinde; televizyon haberciliğinin siyaset, eğitim, tarih gibi toplumu ilgilendiren her konuda önemli bir yere sahip olduğu anlamına geliyordu. (Matelski, 2000: 36) Bu etki, kitle iletişim eleştirmenlerini kaygılandırmış ve bunun üzerine 1961'de FCC (Federal İletişim Komisyonu) Başkanı Newton Minow şöyle bir açıklamada bulunmuştu: *“Lisansınız size, kamuya ait hava dalgalarını 180 milyon Amerikalı'nın mutemeti olarak kullanma hakkını veriyor. Bu durumda halk sizlerin eline bırakılmış oluyor. Mutemet olarak kalmak istiyorsanız, yalnızca hisse sahiplerinizi değil, halkı da ön planda tutmak zorundasınız... İçinde yaşadığımız çağa jet çağı, atom çağı, uzay çağı gibi isimler veriliyor. Ben ayrıca, televizyon çağı olarak kabul ediyorum. Ve günümüzün liderlerinin atomu, dünyayı yok etmek yönünde mi yoksa insanoğlunun yararına yeniden inşa etmek yönünde mi kullandığına nasıl tarih karar verecekse, günümüzün yayıncılarının, gür seslerini, insanlığı yüceltmek yönünde mi kullandığına da yine tarih karar verecek.”* (Matelski, 2000: 36). Minow bu sözleriyle, televizyonun mevcut gücünün doğru bir şekilde kullanılması gerektiğini, aksi takdirde yaşadığımız ve geleceğimiz üzerinde tehdit edici etkilere sahip olabileceğini vurgulamıştır.

Minow'un bu ikazına kulak asmayan televizyon haberciliği, 60'lı yılların başında, kendisini güç ve prestij açısından belirgin bir biçimde göstermeye başlamıştır. CBS, NBC VE ABC televizyonları birçok yerel kanalı bünyelerine dahil ederek büyümüş, ABD sınırları içinde her yerden ve anında haber toplayabilecek duruma gelmişlerdi. John F. Kennedy 1960 yılı başkanlık seçimlerini televizyon ekranını etkili bir biçimde kullanarak kazanmıştır. 1962 yılında ise Telstar I adlı uydunun uzaya fırlatılmasıyla beraber, dış haberler dünyada ilk kez anında yayınlanabilir duruma gelmiştir (Matelski, 2000: 36). Böylelikle dünyanın dört bir yanından, anında haber almak mümkün hale gelmiş ve bu durum televizyon haberlerini küresel anlamda oldukça etkili kılmıştır.

1963 tarihinde Kennedy suikastına dair görüntülerin yayınlanması da televizyon için önemli bir başarı olmuştur. Aynı yıl ABC televizyonu akşam haberlerinin süresini 15 dakikadan yarım saate çıkarmıştır. 1965 yılına gelindiğinde NBC, CBS ve ABC şebekelerinin üçü de renkli yayına geçiş yapmışlar, böylelikle görüntünün gücünü haberlerde daha etkili bir biçimde kullanmışlardır. 60'ların sonunda ise teknolojik imkanlarla donatılmış muhabirler, dünyanın dört bir yanından haber toplayabilir duruma

gelmişlerdir (Matelski, 2000: 37). Tüm bu gelişmelerle birlikte teknolojik açıdan da desteklenen televizyon haberleri, gücünü pekiştirmeye devam etmiştir.

Öte yandan tarihe “oturma odası savaşı” ya da “televizyonda gösterilen ilk savaş” olarak geçen Vietnam Savaşı, televizyonun ve televizyon haberciliğinin ne derece etkili olduğunu gözler önüne sermiştir. Öyle ki savaşa ilişkin yayınlanan görüntü ve haberler savaşın gidişatını değiştirmiştir. Televizyon haberleri bir yandan büyük bir güç oluşturmaya devam ederken, 70’li ve 80’li yıllarda birtakım eleştirilere maruz kalmıştır (Uğurlu-Öztürk, 2006: 51). Eleştirilerin odak noktası, televizyon haberciliğinin kamu hizmeti olarak değil de “eğlence gösterisi” olarak gelişim göstermesiydi. Hedef kitlenin sayısını arttırmak için şova dönüştürülen televizyon haberlerinde, çok dolgun ücretler alan, Amerikan kamuoyunun kutsal sözcüsü olarak yüceltilen “haber enkırları” yer almaya başlamışlardır (Matelski, 2000: 40). Haberlerde aktarılan bilgi, içi boşaltılarak eğlence niteliğinde sunulur hale gelmiş, temel amaç izleyicileri bilgilendirmekten öte onları rahatlatmak ve iyi vakit geçirmelerini sağlamak olmuştur.

Televizyonda aktarılan haberlerin sunum biçimi de zamanla farklılaşmıştır. İlk sunum biçimi, sinemalarda film başlamadan önce haftalık haber özetlerinin gösterildiği bir döneme tekabül etmektedir. O dönemde sinemalarda gösterilen haber filmleri, sıfır yorumla aktarılmış, kim olduğu belli olmayan anonim bir sesle sunulmuştur. Sessiz ve karanlık bir salonun içinden seslenen, dinsel nitelikleri çağrıştıran, haberin kendi sesiymiş gibi algılanan bu ses; izleyiciler üzerinde güçlü bir inandırıcılık etkisine sahip olmuştur. Haber programlarının ikinci sunum modeli ise 70’li yıllarda Amerika’da ortaya çıkan Hollywood modelidir. İlk olarak CBS’nin sunucusu Walter Cronkite’in kullandığı bu sunum biçiminde; konuşan ses, kimliği açıkça belli edilen bir sestir. Anonim olmayan, bir yüzü ve bir adı olan bu ses, izleyicinin gözünün içine bakarak konuşan spikerin sesiydi. Böylece izleyici ile sunucu arasında bir tanışıklık hissi yaratılmakta, bu his ise haberin inanılabilirliğini arttırmaktaydı. Üçüncü model ise günümüz habercilik anlayışının bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Canlı, sürekli ve anında yayın ideolojisi sebebiyle televizyon kanalları tek bir sunucuyla bu yoğun işi yürütemez hale gelmiştir. Bu modelde merkez stüdyo, muhabirlerin oluşturduğu ağlarla kurulan bir kavşak noktası işlevi görmektedir. Dolayısıyla sunucunun yüzü yeniden silikleşmekte, kimliği yeniden belirsizleşmektedir. (Ramonet, 2000: 40-41). Görüldüğü üzere bu üç sunum modelinde birbirinden farklı yöntemler denenmiş olsa da ortak nokta; izleyiciler üzerinde inandırıcılık etkisini

sağlayabilme çabası olmuştur. Çünkü izleyiciler ile sunucu arasındaki güven ilişkisi ve inandırıcılık, enformasyonun etkili bir şekilde iletilmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

## 2.2. TRT TELEVİZYONLARINDA HABER PROGRAMLARININ GELİŞİMİ

Haber programları bir tür olarak öncelikle radyoda yayınlanmaya başlamıştır. Türkiye’de de süreç bu şekilde işlemiştir. O dönemde televizyon henüz yayın hayatına başlamadığı için, radyo birçok farklı konuda haber programları gerçekleştirmiştir. Türkiye Radyo Televizyon Kurumunun (TRT) ilk haber programı ise, 01.01.1964 tarihinde yayına giren “Kısa Süren Mütareke” isimli programdır. Bunun akabinde 1996 yılında, gündemdeki olayların sebeplerini, geçmişini, neden olabileceği sorunları dinleyiciye ulaştırabilmek için geniş kapsamlı röportaj yayınlarına yer verilmiştir. Bu şekilde röportaj haberciliği 1967 yılında, “Günün Olayları” başlığı altında radyodan aktarılmıştır. Radyodaki haber programları giderek artış göstermiş, “Kıbrıs Saati, Olayların Ardından, Spor Dergisi, TBMM’de Geçen Hafta, Çevremizde Bugün” gibi programlara yer verilmiştir (Poyraz, 2002: 97-98). Program sayısı arttıkça radyodan aktarılan haber programlarının içerik bağlamında ele aldığı konular da genişlemiştir.

Televizyon ise 1968 tarihinde yayın dünyasına girdiği halde “haber programı” özelliklerini taşıyan türü, ancak 1973 senesinden itibaren yayına taşımıştır. “Son Haber Bülteni” ismiyle televizyon yayınının bitiminde aktarılan program, 1974 senesinden sonra “Güne Bakış” adıyla yayın hayatına devam etmiştir. Güne Bakış programı, gün içinde gelişen olayları daha detaylı bir şekilde aktarmış ve hep aynı spikerin (Can Akbel) tarafından sunulmuştur. Bununla beraber TRT’de yayınlanan ilk haber programı “Olayların İçinden” dir. Programın sunucuları TRT tarafından BBC’de eğitim görmeye gönderilen Zeki Sözer ve Örsan Öymen’dir. “Olayların İçinden” programı, BBC’nin yayınlamakta olduğu “Panorama” isimli haber programının bir adaptasyonu biçiminde yayınlanmıştır. Program, perşembe günleri yayınlanmakta ve 45 dakikalık bir zaman dilimi içinde, gündemdeki konuların bir panoramasını izleyicilere aktarmaktaydı. Açık Oturum adlı diğer bir programda ise, gündemdeki bir olayı farklı bakış açılarından değerlendiren konuklar, konuşmayı yönlendiren bir oturum başkanının aracılığıyla olayı farklı perspektiflerden tartışarak kamuoyunun konuyla ilgili bilgi sahibi olması sağlanmaktaydı (Poyraz, 2002: 97-99). Bu programlarda gerçekleştirilen; gündemdeki bazı olayların seçilerek daha ayrıntılı biçimde aktarılması, aynı spiker tarafından

gerçekleştirilen sunum, uzman konuklarla olayın değerlendirilmesi gibi unsurların kullanılması; haberciliğe, anlatım ve haber programcılığı anlayışını getirmiştir.

TRT Haber Merkezi, 1974 senesinde 70 kişilik bir ekip kurarak haber kadrosunu büyütmüş, dış ülkedeki bazı şehirlerde 11 haber ünitesi kurarak etki alanını genişletmiştir. 1974-88 zaman aralığında da çok sayıda haber programı yayınlanmıştır. 1981 senesinde Altan Aşar'ın sunumuyla ekranlara gelen "Yurttan Dünyadan" isimli programda, Mehmet Ali Birand ve Ali Kırca gibi isimlerinde katkısı olmuştur. Bu programda ülke içi ve ülke dışı konulara yer verildiği gibi bazı magazin konulara da değinilmekteydi. 1985 senesinde ise TRT'de, yapımını Mehmet Ali Birand ve Ali Kırca'nın üstlendiği "32.Gün" isimli haber programı yayınlanmaya başlamıştır. "32.Gün" adlı bu program, haber programı anlayışına yeni bir soluk getirmiştir. Yayınlandığı dönemde Türkiye'de izleyiciler tarafından oldukça yoğun ilgi gören "32.gün", bu konuda çok sayıda eleman yetiştirmiştir. (Poyraz, 2002: 100-103). Genel çerçeveye baktığımız zaman Türkiye'de, haber programı formatının birçok başarılı örneği karşımıza çıkmaktadır.

### **2.3. HABER PROGRAMI KAVRAMI**

Televizyon programları zaman içerisinde içerik ve biçim bakımından bir takım gelişmeler göstermiştir. Bu gelişmeler bazı program türlerinin alt dallara ayrılmasına böylelikle yeni tür ve formatların ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Sonradan türetilen formatlardan biri olan haber programları, biçim açısından ele aldığımızda belgeselin alt türü, içerik açısından ele aldığımızda ise haberin alt türü olarak karşımıza çıkmıştır (Poyraz, 2002: 79). Haber programı, içerisinde belgesel ve habere ait birtakım unsurlar barındıran, bu iki tür arasında yer alan melez bir tür olarak karşımıza çıkmaktadır. Belgesel (documentary) terimi kökü sinema sanatından gelen, ancak kullanımı yalnızca sinema ile sınırlı olmayan bir terimdir.(Poyraz, 2002: 80). Televizyon sektöründe belgesel programlar çoğunlukla konuları detaylı bir biçimde ve belli bir perspektiften ele alma yönelimi göstermektedir. Bunun yanında belgesel belgeleyicidir. Yani malzemesi hakikat olan bu tür, ele aldığı konuyu kurmacaya çevirmekten sakınır (Mutlu, 1995: 116-117). Araştırmacıların bazıları haber programlarını belgeselin bir alt türü olarak sınıflandırmışlardır. Bazı araştırmacılar ise içerik açısından değerlendirerek; haber programlarını, haberin bir alt türü olarak değerlendirmişlerdir. (Poyraz, 2002: 82). Ancak

haber programlarında, farklı olarak zaman zaman kurmacaya da yer verilmekte, ve konular daha geniş bir zaman diliminde ve detaylı olarak ele alınmaktadır.

Rtük'ün (Radyo Televizyon Üst Kurulu) program türlerinin tanımlarına dair internet sitesinde yayınladığı kitapçıkta, haber programları hakkında şu tanımlamaya yer verilmiştir: *“Kamuoyunun bilgi edinmek ihtiyacını karşılamak amacıyla olay, konu ve gelişmeleri ayrıntıları ile ele alan ve değerlendiren; olağandışı durumlar dışında belirli yayın günü ve saatinde ve genellikle belli bir süre ile sınırlı olarak, düzenli biçimde izleyici ya da dinleyicilere sunulan program türü. Genellikle bültenler içinde değinilen aktüalite, siyaset, ekonomi gibi çeşitli konuların daha geniş ve daha detaylı bir şekilde aktarıldığı programlar, haftanın ekonomik olaylarının tartışıldığı yapımlar, günlük gazetelerin okunup yorumlandığı program türü.”*(www.rtük.gov.tr). Görüldüğü üzere haber programları içerik olarak geniş bir yelpazeye sahip olmakla beraber, kamuoyunun enformasyon ihtiyacını karşılamaya yöneliktir.

Türkçe’de yayıncılık alanında kullanılmakta olan “haber programı” teriminin İngilizce’de net ve tek bir karşılığı bulunmamaktadır. Türkiye’de haber programı adı verilen bu tür için, İngilizce’de “Documantaries, News Features, Current Affairs, News Magazines” gibi terimler kullanılmaktadır. Türkçe’de kullanılan haber programı türü ile, A.Swanson’un aktüel belgesel, magazinel belgesel şeklinde nitelendirdiği belgesel çeşitlerinin de denk düştüğü söylenebilir. Bu program türlerini birbirinden net çizgilerle ayırmak çok olası olmamakla birlikte, nerdeyse hepsinin ortak noktası magazinel bir boyut içermeleridir (Yorke’den akt. Poyraz, 2002: 82-83). Genel çerçeveye bakıldığında haber programları; hakikati esas almalarının beraberinde, zaman zaman magazinel ve kurmaca içeren bir boyutu da bünyesinde barındırmaktadır.

Burada değinilmesi gereken bir başka husus, TRT’nin yayıncılık literatüründe kullanılan “haber programı” teriminin bu program türünü tam olarak doğru ve net karşılayabilen bir kullanım olmadığıdır. Çünkü TRT günlük yayınlanan haber bültenlerinin haricinde, Haber Dairesinde meydana getirilen her çeşit programı, “haber programı” başlığı altında tanımlamaktadır. Oysa TRT’nin bir başka dairesi olan Televizyon Dairesi’nde de aynı konu ele alınabilir. Fakat durum böyle olursa işlenen program; belgesel, eğitim-kültür veya başka bir tür olarak çıkmaktadır. Çünkü bir programın formatı, işleyişi, konusu ne olursa olsun, Televizyon Dairesi’nde meydana

getiriliyorsa, haber programı olarak nitelendirilemez. Anlaşıldığı üzere TRT’de programların türü hususunda belirleyici kıstas, hazırlandıkları ünite olmuştur. Ancak doğru bir sınıflandırma yapmak için göz önünde bulundurulması gereken asıl kıstaslar içerik ve biçimdir. Bununla beraber haber programı terimi, insanın zihnine ilk olarak günlük yayınlanan haber bültenlerini getirmektedir. Bu sebeple bile “haber programı” doğru bir nitelendirme olarak görülmemekle birlikte, Türkçe’ye ve yayıncılık diline yerleşmiş durumdadır (Poyraz, 2002: 83). Dolayısıyla haber programlarını tam olarak karşılayan net bir terimin olmayışı, bir takım kavramsal çelişkileri ve terimsel kafa karışıklarını beraberinde getirmektedir.

Haber programı, temel olarak kayda alınmış gerçekliğin bir hikaye oluşturarak ve fikir beyan edecek şekilde sunulmasına dayanmaktadır. Uyumlu bir hikaye oluşturmak için haber program yapımcısı, verileri toplar ve ardından editörlük aşamasından geçirir. Haber programı özü itibarıyla aktüaliteye yani gerçekliğe ve çözümleyici açıklamalara dayanmaktadır. Ancak bazı durumlarda dramalaştırılmış kesitler ve canlı yayın pratiği de haber programlarında kullanılabilir. Haber programları, diğer program türlerine oranla daha fazla tepki çekmektedirler. Bunun sebebi, programda ele alınan konu ve olayların genellikle tartışmalı konular olmasıdır. Haber programları bu yüzden, haber kanallarının bazen en güçlü prestij kaynağı, bazen de en büyük baş ağrısı olmuşlardır. Bu yönüyle haber programlarını gazetelerin yorum sayfalarına benzetmek mümkündür. Dolayısıyla salt bir nesnellikten bahsedilememektedir (Poyraz, 2002: 85). Bu nedenle televizyon kanallarını vitrini konumunda olan haber programlarında ele alınan konuların nasıl işlendiği, olumlu tepkiler alabilmek ve kanalın prestiji açısından oldukça önemlidir.

Haber programları da, diğer program türleri gibi zamanla bünyesine birtakım yenilikler eklemiştir. Av Westin, izleyenlerin hep aynı kişinin sesini duymaktan sıkılabilme ihtimali üzerinde durmuş, bunun için yeni bir şey denemek istemiştir. Günümüzde de kullanılmakta olan bu tekniğe göre, haber programlarında iki sunucu olacaktır. Biri görüntülerin beraberinde hazır bir metni görünmeden okumakta, diğeri ise kameranın önünde konuları ve olayları açıklayıp, bu olaylar arasında bağlar kurmaktadır. Bu izleyicinin dağılmış ilgisini toplamaya yardımcı olmaktadır. Ayrıca Westin, ABC kanalında yer alan belgeseller üzerine birtakım temel ilkeler tespit etmiştir. Bunlardan biri programın başından sonuna kadar olan süreçte gittikçe yoğunlaşan ve şiddetlenen iki karşıt fikirle izleyenlerin merakını cezbetmek ve sonuna dek izlemede kalmalarını



sağlamaktır. Bir diğeri ise, röportajı yapan muhabirin doğru ve yerinde sorular sorabilmesi aynı zamanda olası cevaplar üzerinde de yeterli bilgi birikimine sahip olması gerektiğidir. Bu tür bir muhabire örnek olarak Mike Wallance gösterilebilir. Wallance, gerçekleştireceği görüşmelere öncesinde sıkı bir şekilde çalışmakla birlikte beden dilini oldukça iyi kullanmıştır. Karşısındaki dinlediğini mimikleriyle de belirtmiş, kuşkuya düştüğü anlarda alnını kaşıyarak ve gülerek bu durumu bir şekilde ifade etmiştir (Westin'den akt. Poyraz, 2002: 87). Çift sunucu kullanımı, müzakere tekniği, donanımlı muhabirlerin kullanımı gibi unsurlar günümüz haber programlarında da etkili bir biçimde kullanılmaya devam etmektedir.

### **2.3.1. Haber Bülteni ve Haber Programı Arasındaki Farklar**

Haber bültenleri ve haber programları birbirinden farklı bazı özelliklere sahip olan iki program türüdür. Haber programları içerik bakımından haberlerle aynı konuları işlemekte, ancak konuları ele alış tarzları farklılık göstermektedir. Haber bültenlerinde kısaca ele alınan konular, yüzeysel biçimde aktarılmaktadır. Haber programları ise, haber bültenlerinde yüzeysel ve kısa olarak aktarılan olayları çok daha geniş bir zamana yayarak, detaylı bir şekilde işlemektedirler (Poyraz, 2002: 79). Haber bültenlerinde izleyicileri bilgilendirmek adına konular genellikle ana başlıklar şeklinde aktarılırken, haber programlarında detaylı bir biçimde işlenen konuyla ilgili uzman görüşlerine başvurulabilmekte, olayla bağlantısı olan kişilerle söyleşiler yapılabilmekte, konu dahilinde özel dosyalar açılabilir. (Cereci, 2001: 150) Dolayısıyla bu iki tür arasındaki en belirgin fark, ele aldıkları konuya ayırdıkları sürenin miktarıdır. Bu zaman farkı konuyu işleme tarzlarına da yansımaktadır.

Yayın periyotları bağlamında kıyaslayacak olursak; haber bültenleri belli saat aralıklarıyla haftanın her günü yayınlanırken, haber programları haftalık, on beş günlük, aylık periyotlar halinde karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte bir öykü anlatma biçimi olarak haber programları, dramatik unsurları sıkça kullanmaktadır. Örneğin, haber bültenlerinde rastlamadığımız müzik kullanımı, haber programları için olmazsa olmaz bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Yalnızca müzik kullanımı bile, haber programlarının dramatik yönüne örnek teşkil etmektedir. Müzik kullanımıyla beraber, haber programlarındaki içeriklerin dramatik ve duygusal yönü vurgulanarak aktarılmaktadır

(Poyraz, 2002: 80). Bu açıdan ele alındığında haber programları, yayın periyotları ve dramatik yapı bağlamında haber bültenlerinden ayrılmaktadır.

Haber bülteni ve haber programı içinde söylem hiyerarşisi açısından sunucunun ağzından çıkanlar en gerçek ve en doğru olarak algılanmaktadır. Haber bültenlerinin geneline baktığımız zaman sunucu, öncelikle genel planda haber stüdyosunun içerisinde görüntülenmekte, bu şekilde izleyiciler haberleri izlemek için kapalı haber bülteni anlatısında davet edilmektedir. Her şeyin ve herkesin işlevi bellidir. Sunucu, kameraların kayda aldığı görüntüleri, olayları “yorum katmadan” aktaracak, izleyicilere en yeni ve en canlı haberleri iletebilecektir. Ardından ilk haberi aktarırken yakın plan çekim kullanarak ekrana yaklaşan sunucu, izleyiciye kılavuzluk etmek adına hep orada bulunmaktadır (Dursun, 2014: 186). Bu iki program türünde de sunucunun rolü oldukça önemli olmakla birlikte, bazen kılavuzluk bazen moderatörlük bazen de her iki görevi üstlenerek programın akışını sağlamada etken rol oynadıkları görülmektedir.

Ana haber bültenlerinin süresi ortalama 30-45 dakika arasında değişirken, ara haber bültenlerinin süresi 5 ila 15 dakika arasında değişmektedir. Ana haber bültenlerinde bu süre içerisinde 22-25 haber aktarılırken, ara haber bültenlerinde ortalama 5-7 haber aktarılmaktadır (Aslan, 2014: 167). Bu kadar kısa zaman içerisinde yoğun bir enformasyon akışına maruz bırakılan izleyicilerin alabildiği ise, çoğunluğu sadece görüntüde kalan, aralarında bağlantı kurulamayan ve tarihsel bağı kopuk bir izlenim dizisinden ibaret olmaktadır (Kars, 2010: 164). Kısıtlı zaman dilimi içinde birçok haber kesitinin ardı ardına sıralanması, olaylar hakkında yalnızca yüzeysel bir enformasyon akışı sağlamak ve aktarılan konuların ardalanı eksik bırakılmaktadır.

#### **2.4. BİR TÜR OLARAK HABER PROGRAMLARI**

Medya ürünlerinin çeşitlerini ve kategorilerini adlandırma da “tür” kavramı kullanılmaktadır. Burton, türlerin kesin, belli ve temel özelliklere sahip olduğunu, ayrıca tekrarlandıkça daha iyi anlaşılacaklarını ve tanınacaklarını belirtmektedir. Türün, parçaların toplamından ayrı bir şey olduğunu; bazen bütün unsurları aynı anda içermeyip bazılarını kullandığı görüşündedir (Burton, 1995: 92-94). Dolayısıyla tür, zaman zaman kendisini oluşturan bütün nitelikleri aynı anda içermese de, o türe ait yalnızca bazı unsurları barındırması yeterli olmaktadır.

İlk bakıldığında konulu olmayan bir tür gibi görünen televizyon haberlerinin, dikkatli bir biçimde değerlendirildiğinde konulu olduğu ortaya çıkmaktadır. Burton bu konuyla ilgili düşüncelerini şu şekilde belirtmiştir: *“Yine karşımıza bizi günün olayları arasında gezdiren, kulaklıkla gelen haberleri uyarlayan, dramayı son olarak yapılan bir özet ve eğlendirici bir yorumla başarılı bir sona erdiren, her şeyi bilen, bir kahramandan daha üstün olabilen anlatıcı çıkar. Bu dramadaki stok karakterler, muhabirler, dünyadaki gelişmelerde ünlü olan kişiler, uzmanlar ve olaya şahit olanlardır. Haberlerin esas entrikası, her öyküde olduğu gibi yükselişleri ve düşüşleri olmasıdır. Kişilerle ilgili öyküler şu ya da bu ölçüde dramatize edilmiştir ve kimin kazanacağını görmek için bir sonraki bölümü izlememizi gerektiren, çatışma içeren ve şüpheli sonları vardır.”* (Burton, 1995: 104-105). Burton’un da belirttiği gibi televizyon haberlerinde, tıpkı diğer konulu program türlerinde olduğu gibi, belirli bir olay ölgüsü, anlatıcı, stok karakterler, dramatize unsuru ve çatışma mevcuttur.

Televizyon, gün içinde farklı zamanlarda çeşitli programlarla izleyicilere seslenmektedir. Günün sabah saatlerinde ev kadınlarına hitap eden programlar göze çarparken, izleyicilerin en çok ekran başında olduğu varsayılan prime-time vaktinde, haberlere ve dizilere yer verilmektedir. Bu akış bütün gün farklı program türleriyle yürütülmektedir. Aynı durumda olan tematik haber kanalları da, gün boyu yayın yaparak televizyon haberciliğinde ürün çeşitliliğini arttırmıştır. Tartışma, sohbet gibi az maliyetli program türlerinde artış meydana gelmiştir. Kuşak programlar yayınlanmaya başlamıştır. Eskiden ana haber bülten sayısı iki iken; sabah, öğlen, akşam, gece olarak dörde çıkarılmıştır. Bunun yanında saat başı ara haber bültenlerine yer verilmiştir. İstenilen yerden sürekli yayın yapabilmek mümkün olmuştur (Aslan, 2014: 162-163). Öyle ki canlı yayımlar, televizyonun “küresel bir köy” imgesine en fazla yaklaştığı yayın türü olarak karşımıza çıkmaktadır (Mutlu, 1999: 144). Tematik haber kanallarının, ve haber bültenlerinin sayısındaki bu artış; haber programlarının da sayıca artmasına, içerik ve biçim açısından gelişmesine önayak olmuştur.

Haberler kendi içinde bir otoriteye ve bütünlüğe sahiptir. Esas olan güven kazanmak ve inanılır olmaktır. Bu sebeple haberlerde kameraya dönük yüz, spikerin ve muhabirlerin alışlagelmiş görüntüsü, olaylardan gerçek kesitler gibi geleneksel geliştirimler kullanılır. Bu türün egemen iletileri, diğer türlerde olduğu gibi tekrarlanarak pekiştirilir. Ayrıca bu egemen iletiler, toplum içinde olaylara yön verenlerin bakış açısı

olan, egemen ideolojiyi güçlü bir biçimde desteklemektedir (Burton, 1995: 105). Dolayısıyla haber programları, birtakım geleneksel iletileri içerisinde barındırmakla beraber, belirli bir anlatı yapısına sahiptir.

## **2.5. HABER PROGRAMLARININ ANLATI YAPISI**

### **2.5.1. Televizyonda Anlatı Kavramı**

Medya sürekli öyküler anlatmaktadır. Yalnızca kurmacadan ibaret olmayan, gerçek öykülere de dayanan bu öyküler için “anlatı” kelimesi kullanılmaktadır. Medya, elindeki materyalleri göz önüne sermek durumunda olduğu için, birçok anlatı çeşidine sahiptir. Bir tiyatro oyununda, önce karakterlerin ve durumların takdim edilmesi gibi, gerçeklerden ya da kurmacadan bahsedilirken anlatı kullanılmaktadır. Anlatı, televizyona henüz hiçbir şey yansımadan düzenlenmektedir. Fikir olarak anlatı, izleyicinin tüketimine sunulan ürünün düzenlenme biçimiyle ilgilidir. Anlatı, medya materyalinin “anlatım”ını düzenlediği gibi, izleyicinin anlayışını da düzenler. Önemli olan öykünün ne ile ilgili olduğudur. Diğer bir deyişle anlam, anlatının kalbini oluşturmaktadır. Anlatı, medya materyalini zaman ve mekan açısından tanımlamaktadır. Aynı zamanda anlatı, drama ya da belgesel gibi herhangi bir türün öyküsünü anlatmak için kullanılan kurallar kümesini de içermektedir. Bazen bu kurallar, türlerin ve gerçekliğin de kurallarıdır (Burton, 1995: 126-130).

### **2.5.2. Haber Programlarında Anlatı Formunun Oluşturulması**

Medya çalışmalarında bir format olarak haber programlarına bu denli önem verilmesinin sebebi, dünya ile ilgili sahip olduğumuz enformasyonun ana kaynaklarından biri olmasıdır. İnsanların çoğu, haberlere ve aktardıklarına inanma eğilimindedirler. Bu nedenle haberlere, aslında sahip olmadığı, tarafsızlık ve otorite gibi nitelikler atfedilmektedir. (Burton, 1995: 136) Haber programlarının mevcut anlatı yapısı içinde, kendi iletişim kurma yolları ve kendi göstergeleri bulunmaktadır.

**a. Dramatik Yapı:** Haber programlarında, olayların ele alınış biçimi olarak dramatize edilmesi önemlidir. Görüntülü öyküler önemlidir. Çatışma önemlidir. Haber

öyküsü X, Y'ye karşı çıkmasa bile, bu açıdan anlatılabilir. Konusu insan olan öyküler ayrıca değerlidir. Örneğin; felaket haberlerinde, kazazedelerle ve onların yakınlarıyla yapılan röportajlar izleyiciyi cezbetmektedir. Yazı işleri müdürleri, bu bağlamda sürekli insanla ilgili bakış açısından bahsetmektedirler. Haberinin yalnızca gerçekler açısından değil, olayla bağlantısı olan insanlar açısından da ele alınması gerektiğini vurgulamaktadırlar. Bu insani açı fikri, haberinin sahip olduğunu savunduğu tarafsızlık ilkesiyle zaman zaman çatışabilmektedir (Burton, 1995: 139). Olaylar insani bakış açısı göz önünde bulundurularak değerlendirildiğinde, tarafsızlığı sürdürebilmek ve objektif olabilmek zorlaşmaktadır.

Esslin, televizyon haberlerinin dramatik yapısına vurgu yaparak şunları söylemiştir: *“Televizyon haberlerinde sunulan konuların büyük bir kısmını teşkil eden şiddet, savaş ve felaket sahnelerinin sansasyonel, hatta sadomazoistik bir cazibesi vardır; polis tarafından dövülen göstericiler, bir savaş ya da devrim sırasında idam edilen mahkumlar, bir uçak kazasının ardından kalan enkaz görüntüleri... Bu açıdan haberlerdeki şüphe götürmeyen “gerçeklik” unsuru, televizyonda yayınlanmasıyla kendiliğinden bir fantaziye, duygusal vurgularla yüklü olan ve bazen kurguda zorlukla ayırt edilebilen imajlarla anlatılan bir hikaye şeklindeki hülyaya -dramaya- dönüşür.”* (Esslin, 1991: 35) Olayın sunumunda kullanılan dramatik unsurlarla, duygular hedef alınmakta bu şekilde izleyicide belli bir etki yaratılmaya çalışılmaktadır.

Drama üretmek eğiliminde olan haberler, izleyicide merak uyandırmak için, çizgi roman serileri gibi kasıtlı olarak “heyecanlı anlar” yaratmaktadırlar. Programın ilerleyen zamanlarında önemli bir konu hakkında görüntüler aktarılacağı duyurulur. (Burton, 1995: 129). Bunun yanında teknolojinin gelişmesiyle beraber elektronik göstergelerin, grafiklerin ve altyazıların kullanılması televizyondaki drama hissini ve görsel vurguyu arttırmıştır.(Burton, 1995: 144) Haber programlarının müzikle başlayıp, müzikle bitmesi ve yine müzik eşliğinde ara verilmesi de, dramatik yapısına işaret etmektedir. (Postman, 2012: 117) Tüm bu unsurlar bir araya getirilerek izleyicilerin programa olan ilgisi canlı tutulmaya çalışılmaktadır.

**b. Gelenekler:** Haber programlarında tüm öykünün nasıl birleştirileceği ve ne şekilde ele alınacağına dair gelenekler vardır. Sunucunun olaylar arasında bir bağlantı kurucu ve ya öykü anlatıcı rolünü üstlenmesi bir gelenektir. Sunucunun arkasında arka

plan resimlerinin yer alması bir gelenektir. Muhabirlerin, sözü stüdyodakilere vermeden önce kendilerini tanıtmaları ve nerede bulduklarını belirtmeleri bir gelenektir. (Burton, 1995: 140). Zaman içerisinde sürekli tekrarlanarak kendine yer edinmiş bir uygulamalar bütünü olarak karşımıza çıkan bu gelenekler, haber programlarının anlatı yapısının oluşturulmasında oldukça etkilidir.

**c. Uzmanlar:** Haber programlarında “uzman” görüşüne başvurulması, otorite oluşturma çabasının bir parçasıdır. Diğer bir deyişle, kendi inanılırlıklarını pekiştirmek amacıyla, uzmanları kaynak olarak göstermektedirler. Uzmanları, haber programlarında masaya yatırılan neredeyse her konu hakkında düşüncelerini dile getirirken görebilmekteyiz. Yaptıkları ise genel olarak haberin anlaşılmasına temel bir katkıda bulunmaktan çok, haber çalışmalarına güvenilir bir görünüm katmaktır (Burton, 1995: 141). Haberin uzman kişilerce değerlendirilmesi, inanılırlığı pekiştirmektedir.

Belli bir konuyu ya da sorunu aydınlatmak için başvuru olan “uzman” görüşleri, televizyon haberlerinin söylemsel hiyerarşisi içinde önemli bir yere sahiptir. Çünkü uzman görüşü bilimi, yani olgusallığı temsil etmekte, böylelikle de haberciliğin profesyonellik kodlarından olan nesnellığın üretilmesine katkıda bulunmaktadır (Dursun, 2014: 188-189). Örneğin, haber programına uzman olarak davet edilen bir tarihçi, sanki bir tanrıymışçasına izleyicileri mekanlar, belgeler, yeniden inşa edilen yerler arasında gezdirmektedir. (Burton, 1995: 118). Böylelikle uzmanlar, konu hakkında bilgi birikimine sahip güçlü bir tanık olarak karşımıza çıkmaktadırlar.

Hall ve arkadaşları da haber anlatısı içinde, uzman görüşlerine yer verilmesinin habere olan katkısına değinmektedirler. Onlara göre medya, kendiliğinden değil, ancak güvenilir kurumsal kaynakların belirlediği haber konularına göre gündemini yaratmaktadır. Hem kurumsal güce sahip, hem de saygınlığı olan bu kaynaklara, nesnellik temelli olan “uzman” görüşlerini de eklemekte, ve bu kaynakları “birincil tanımlayıcılar” olarak nitelendirmektedirler. Bu birincil tanımlayıcılar “sorunun ne olduğunu” belirleyerek, oluşabilecek tartışmalara belli çizgiler koymaktadırlar (Hall’dan akt. Dursun, 2014: 157-158). Bu şekilde ilerleyen zamanlarda meydana gelebilecek tartışmaların sınırlarını çizmektedirler.

**d. Kişisel Görüşlerin Katılımı:** Kişisel görüşlerin katılımı, habere belli bir görüş açısının ya da düşüncenin eklenmesidir. Tarafsızlık, haberlerin değerlendirilişinde

ulaşılmak istenen bir idealdir. Ancak bazen, haberler ele alınırken bir bakış açısı, bir yorumlayış şekli diğerine yeğlenebilmektedir. Haberciler taraf tutmadıkları konusunda iddialarını sürdürseler de, hiçbir iletişim tam anlamıyla yansız olamaz. Çünkü arka planda habercilerin kendi inançları, geçmişi ve ideolojileri bulunmaktadır (Burton, 1995: 142-143). Nitekim haberciler için, benliklerini oluşturan bu etmenlerden sıyrılıp tam anlamıyla objektif bir haber değerlendirmesi yapmak pek de olası görülmemektedir.

Televizyon haberlerinin anlatsal bir karakteristiği olarak “yorumcular”, günün önemli konularına ve sorunlarına ilişkin görüşlerini, deneyimli gazeteciler olarak dile getirmektedirler. Gerçekte ise dile getirdikleri, “ortak duyu” olarak nitelendirilebileceğimiz bakış açıları ve değerlendirmelerdir (Dursun, 2014: 192). Diğer bir deyişle yorumcuların çoğu genel olarak belli bir çevrede herkes tarafından kabul edilebilir yargıları baz alarak, genel görüşe olabildiğince ters düşmeme çabası güderek görüşlerini ifade etmektedirler.

**e. Seçme ve İnşa Etme:** Haberler yaratılmaktadır. Tıpkı diğer medya materyalleri gibi seçme ve inşa etme süreçlerinin bir ürünü olan haberlerde, konular ayıklanmakta ve seçilmektedir. Haber yapımı bir araya getirilerek oluşturulan insan yapımı şeylerdir ve anlamlar da bu medya materyallerinin içine inşa edilmektedir. Bu inşa etme süreci iyice düşünülerek meydana getirilmiştir, iletişim bilinçli bir şekilde yapılandırılmıştır. Anlamların inşa edilmesine yardımcı olan kameramanlar hiçbir zaman gösterilmemektedir. Çünkü birilerinin kamera açılarıyla konuyu belirlediğinin farkına varmamız istenmeyen bir durumdur (Burton, 1995: 143). Her ne kadar programda aktarılan iletiler doğal akışında seyrediyor gibi görünse de, alt yapısında bilinçli bir iletişim yapılanması mevcuttur.

Anlamlar, özellikle gösterge ve gelenekler aracılığıyla pekiştirilmektedir. Örneğin; bir yıldızın davet edildiği bir televizyon eğlence programını ele alalım. Programın başında yıldız, gösterişli bir merdivenden orkestra eşliğinde iner. İzleyicilerin alkış sesi duyulur. Sahnede dramatik bir ışıklandırma mevcuttur. Yıldız kusursuz ve pahalı bir kıyafet giymiştir. Bütün bu göstergeler izleyicilere karmaşık bir anlamlar bütünü göndermektedir. “Cennetten iniyormuş gibi görünen bir kişi önemli bir insandır” , “Bu seyredilmeye değer bir yapımdır, çünkü üretimine çok para harcandı” , “Bu, gösterinin başlangıcıdır” , “Bu kişi bir yıldızdır” , “Bunu bir eğlence olarak kabul etmemiz ve ondan

zevk almamız beklenmektedir” vb. (Burton, 1995: 43-44). Dolayısıyla programlarda gördüğümüz neredeyse her gösterge ve sembol, belirli bir anlam ifade etmektedir. Seçilen kıyafetler, kullanılan jest ve mimikler, dekor, ışıklandırma ve kamera hareketleri; aktarılmak istenilen izlenim için bilinçli bir şekilde kullanılmaktadırlar.

**f. Güvenilirlik:** Haberde, olayın gerçekleştiği yerle kurulan canlı bağlantı, ikincil kodların bir parçasıdır. Bu durum, haberin hakikiliğine vurgu yapmaktadır. Haberde gerçeklik algısı oldukça önemlidir (Burton, 1995: 139-140). Bu gerçekliği sağlayan bir başka etmen ise, söylemin görüntüyle birleştirilmesidir. Görüntüsel söylem, izleyicide orada olma hissi oluşturmakta, doğrudanlığı hissettirmekte ve böylece haberlerin gerçekçi metinler olarak algılanmalarını sağlamaktadır (Dursun, 2014: 168). Dolayısıyla canlı yayın imkanı ve söylemin görüntüyle desteklenmesi, haberin gerçekliği ve güvenilirliği bağlamında oldukça etkili ve gerekli unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadırlar.

**g. Sunucular ve Kişilikler:** Sunucular tıpkı filmlerdeki yıldızlar gibi, izleyicileri programa çekmektedirler. Programı tüm anlam ve iletileriyle bir bütün olarak sunmakta ve yansıttıkları kişilik yoluyla izleyicilere anlamlar ulaştırmaktadır (Burton, 1995: 117). Postman bir haberin doğru olarak algılanmasının nihai ölçütü olarak, anlatıcının yani sunucunun güvenilirliğine değinmiştir “Güvenilirlik” kelimesiyle kastedilen, sunucunun başarılı açıklamalar yapma konusundaki sicili değil, izleyicilerde uyandırdığı sahicilik, içtenlik, hassaslık ve ya çekicilik izlenimidir (Postman, 2012: 116). İzleyiciler ve sunucu arasındaki böyle bir güven bağı kurulduysa, aktarılan habere duyulan güven de aynı oranda artacaktır.

Sohbet ve yarışma programları, magazin programları, belgeseller, haberler, haber programları gibi birçok program türünde sunucu, bağlantı noktası olarak karşımıza çıkmaktadır. Programda ele alınan öykünün anlatıcısı konumundadır. Gerekli yerlerde izleyicilere açıklamalarda bulunan sunucu, kişiliğiyle programın atmosferini belirlemektedir (neşeli, ciddi, zekice vs.). Sunucular genellikle yüzleri kameraya dönük konuşmaktadırlar. Yönetmen buna önem vermekte ve sunucuların kişiliklerini, izleyiciyle olan bağlarını ortaya koymaları için programda zaman ayırmaktadır. Programdaki diğer insanlara bu ayrıcalık tanınmamaktadır. Örneğin; konuk, kameraya doğru konuşursa izleyici bu durumdan rahatsız olur. Çünkü bu, onların izleyiciyle aralarında özel bir ilişki olduğu mitini zedeler. İzleyicilerin gözler aracılığıyla doğrudan



etki altına alınması ve yüz yüze olmanın gücü, haberin güvenilirliği açısından oldukça önemlidir (Burton, 1995: 117-118). Bu bağlamda programın moderatörü ve öykü anlatıcısı olarak karşımıza çıkan sunucunun, izleyicilerle kurduğu ilişki ve üzerlerinde bıraktığı izlenim büyük önem arz etmektedir.

Televizyon haberlerinde güvenilirliği sağlamanın bir diğer yolu da, programda muhabirlikten gelen haber spikerlerine yer verilmesidir. Gazetecilik deneyimiyle izleyicilerin güvenini kazanmış sunucuların, gerçekçiliği arttıracacağı düşünülmektedir (Kars, 2010: 155). Ali Kırca, Mehmet Ali Birand gibi isimler gazetecilik kökeninden gelen ve izleyicilerde güven duygusu uyandıran sunuculara örnek olarak gösterilebilirler.

Televizyonun sunduğu teknolojik yakınlığın insani tamamlayıcısı olarak spikerlerin, haberlere kişilik kazandıran bir yüz olarak dış görünüşleri de önem arz etmektedir. (Kars, 2010: 154-155). Neil Postman, *“Gazetecilerin çoğu berberlerine, haber metinlerinden daha fazla vakit ayırmaktadır Federal İletişim Yasası’nda o yönde hiçbir madde bulunmamasına rağmen, kamera karşısında güzel görünmeyen insanların günün haberlerinde halka hitap etmeleri fiilen olanaksızdır.”* diyerek bu noktaya değinmektedir (Postman, 2012: 13). Dolayısıyla anlatım üslubu kadar sunucunun dış görünümü de, izleyiciler üzerinde etkili olabilmek adına gerekli bir unsur olarak görülmektedir.

## **2.6. HABER TELEVİZYONCULUĞU**

### **2.6.1. Dünya’da ve Türkiye’de Tematik Haber Kanallarının Tarihsel Gelişimi**

1980’li yıllarda kapitalizmin girmiş olduğu kriz sebebiyle, Keynesyen üretim biçiminden neoliberalizme geçilmiş; Fordist rejim ise Post-Fordist birikim rejimine doğru evrilmiştir. “Yeni kapitalizm kültürü” şeklinde nitelendirilen bu yeni dönemde, çalışma saatleri esnekleştirilmiş, taşeronlar ve özelleştirmeler meydana gelmiştir. Standart üretim biçimleri yerini, pazar odaklı segmentleştirilmiş üretim biçimine bırakmıştır. 1970’li yıllardaki genel izleyici kitlesine hitap eden popüler televizyon kanalları yerine 1980’li yıllarda “dar yayıncılık” (narrowcasting) kendini göstermeye başlamıştır (Aslan, 2014: 148). Böylelikle televizyon kanalları, seslendikleri hedef kitleye göre tematikleşme yoluna gitmişlerdir.

Özellikle kablo şebekesinin yaygınlaşması kanalların sayısında dikkate değer bir artışa neden olmuştur. Bu artış izleyicilerin her türlü ilgisine karşılık verecek biçimde, ilgi alanlarına göre ayrılan kanalların ortaya çıkmasına imkan sağlamıştır. Günün her saati haber, müzik, spor gibi çeşitli alanlarda yayın yapan bu kanallar; izleyicilerin ilgi alanlarına göre bölünmesine, parçalanmasına neden olmuştur. Böylelikle genel ve kitlesel yayım anlayışından, bölünen izleyici odaklı tematik yayım anlayışına doğru bir geçiş yaşanmıştır (Mutlu, 1999: 13-14). 1990 yıllarında tematik kanallar giderek artmıştır. Dijital ortamlarda yapılan yayınlar, giderek artan kablolu yayınlar, portatif ve küçük araçlarla her yerden anında yayım yapılabilmesi gibi imkanlar, tematik kanalların ortaya çıkması için uygun koşulları hazırlamıştır (Aslan, 2014: 148). Uygun koşulların sağlanmasıyla tematik haber kanalları hızlı bir yayılım göstererek, belirlenen temalarda yayım yapmaya başlamışlardır.

Tematik kanallar 3984 sayılı yasada, “*haber, belgesel, spor, müzik ve benzeri türlerde olmak üzere yalnızca belli bir konuda yayım yapan kanal*” şeklinde ifade edilmektedir. 6112 sayılı yasada ise “*tematik yayımı günlük yayım süresinin en az yüzde yetmişini haber, belgesel, eğitim, ekonomi, kültür, tarih, spor, müzik, sinema, dizi, film, pazarlama ve benzeri konularda olmak üzere sadece belli bir türe veya genel izleyici kitlesi dışında belli bir izleyici kesimini hedef alan programlara ayıran yayım*” şeklinde tanımlanmaktadır ([www.rtuk.org.tr](http://www.rtuk.org.tr)). Anlaşıldığı üzere tematik kanal, belli bir türü baz alarak, belli bir hedef kitleye yayım yapmaktadır. Hedef kitle ve konu sınırlandırılarak, izleyicilere daha verimli bir bilgi aktarımı sağlamak amaçlanmaktadır.

Dünyada habercilik alanında yayım yapan ilk tematik kanal, 1 Haziran 1980 yılında faaliyete başlayan CNN (Cable News Network)’dir. Dünya çapında bir haber ağına sahip olan CNN, Ted Turner tarafından kurulmuştur. CNN’in yayım hayatına başladığı ilk gün Turner yayım politikasını şu şekilde dile getirmiştir: “*Dünyanın sonuna kadar yayım yapmaya devam edeceğiz. Dünyanın sonu geldiğinde onu da haber yapacağız ve “Tanrı’nın yanına gidiyoruz” diyerek bitireceğiz.*” (İnceoğlu, 2000: 67). Bu sözleriyle Turner, tek ve yegane amaçlarının haber yapmak ve kamuoyunu her koşulda bilgilendirmek olduğunu vurgulamıştır.

CNN ilk kurulduğunda yerel bir kablolu televizyon şebekesi halindeydi. Ancak kısa süre içinde büyüyerek Amerika dışındaki ülkelerde de faaliyet gösteren CNN

International'a (CNNI) dönüştürüldü (Uluç, 2008: 249). Dünyanın 24 saat yayın yapan ilk haber istasyonu CNN'dir. CNN'in bu hali, o zamanlar ABD'nin önde gelen medya şirketlerinden olan ABC, NBC VE CBS kanallarını, haber bülteni sayılarını arttırmaya yöneltmiştir. CNN'in bu başarısının arkasında yatan sebepler arasında "canlı haberlere" önem veriyor olması, farklı zamanlarda çalışmakta olan insanların her birine hitap edebilme imkanının olması ve bünyesinde çalışan yerel muhabirler vasıtasıyla ayrıntılı haberlere yer veriyor olmasıdır (İnceoğlu, 2000: 65).

CNN'in bu başarısı rakip kanallarında harekete geçmesine sebep oldu. 1991 yılında BBC World ve BBC Prime kanalları kurulurken, Rupert Murdoch'da SKY TV'yi yayın hayatına soktu. (Uluç, 2008: 253) CNN ve BBC World, uluslararası haber endüstrisi içinde diğer medya organları tarafından referans olarak görülmektedir. Dolayısıyla gündemin belirlenmesinde öncü rol almak, bu kanalların var olan gücünü pekiştirmektedir (Tutal, 2006: 148). CNN ve BBC bu yönleriyle haber endüstrisinde bir ekol haline gelmişler ve birçok kanalı etkilemişlerdir.

CNN'in bu gündem belirleyen yanı, farklı yorumları da beraberinde getirmiştir.. Kanal, olayları taraflı olarak sunduğu, haberleri Beyaz Saray'ın gözlüğüyle aktardığı yönünde birtakım eleştirilere maruz kalmıştır (İnceoğlu, 2000: 67). Görüntü piyasasının küresel televizyonu (Tutal, 2006: 148) olarak nitelendirilen CNN, ticari yapısından dolayı, Amerikan kültür hegemonyasını yaymayı amaçlayan bir aracı olarak değerlendirilmekte ve bu durum küresel bir kuruluş olan CNN'in inandırıcılığına gölge düşürmektedir (Morley-Robens, 1997: 36). Evrensel ve tarafsız bir haber anlayışı iddiasıyla yayın hayatına başlayan CNN, dünyanın/gerçeğin yalnızca belli bir yönünü ele almaktadır (Tutal, 2006: 162). Günümüzde küresel düzeyde televizyon haberciliği yapmakta olan ABD kökenli CNN VE Fox News kanalları ile, İngiltere kökenli Super Channel ve Sky News kanalları, yayınlarını uydu aracılığıyla dağıtıma sokmaktadırlar (Uluç, 2008: 248). Bu kanallar tüm dünyaya, Amerikan kültür hegemonyasını güçlendiren ve yayan ortak iletiler sunmakla eleştirilmektedirler.

Türkiye'de ise yayıncılık alanında tematik kanalların ortaya çıkışı 1990'lı yıllara tekabül etmektedir. 1992 yılında ilk ekonomi kanalı Kanal E, 1994'te ilk müzik kanalı Kral TV, 1996'da ilk haber kanalı NTV, 1997'de ilk spor kanalı SUPERSPORT, 2006'da ilk belgesel kanalı İZ TV kurulmuştur. (Aslan, 2014: 154) Türkiye'nin ilk tematik haber

kanalı olan NTV, 1 Kasım 1996 yılında Cavit Çağlar tarafından kurulmuştur. 9 Kasım 1996'da Hollanda-Galler maçını izleyiciye aktararak yayın hayatına geçmiş, 9 Aralık'ta ise düzenli haber yayınlarına başlamıştır. (Uğurlu-Öztürk, 2006: 113-114). Haber televizyonculuğundan sürekli bir haber aktarımı söz konusudur. Bu sürekli haber akışı bazen "haber enflasyonu"na neden olabilmektedir. İzleyiciler, yaşamlarına herhangi bir etkisi bulunmayan gereksiz haberlerle, zaman zaman karşı karşıya gelebilmektedirler. Fakat yine de ticari televizyon haberciliğiyle kıyaslırsak, haber televizyonculuğu izleyicilere, daha tutarlı ve daha ciddi bir habercilik sergilemektedir. (Şeker, 2007: 43). Bu yönüyle haber televizyonculuğu geleneksel haber değerlerine daha yakın bir yapıda karşımıza çıkmaktadır.



## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 5N1K HABER PROGRAMI ÜZERİNE BİR ANALİZ ÇALIŞMASI

**Kapsam ve Sınırlılıklar:** 5N1K haber programı iki aylık bir süreçte takip edilmiş ve bu zaman diliminde yayınlanan programların anlatı yapılarına göz atılmıştır. İki aylık inceleme sürecinin ardından, 5N1K haber programının farklı tarihlerdeki yayınlarında, anlatı ve format yapısında belirgin değişimler olmadığı gözlemlenmiştir. Programın farklı tarihlerdeki yayınlarında format ve anlatı yapısının değişmediği tespit edildiği için, 5N1K haber programının seçilen tek bir programı üzerinden analiz gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda haber programlarının genel niteliklerini yansıttığı düşüncesinden hareketle 19 Mayıs 2018 tarihli bölümü seçilmiş ve detaylı bir şekilde incelenmiştir. Programın nasıl bir anlatı ve format yapısına sahip olduğuna, nasıl kurgulanıp, nasıl sunulduğuna dair birtakım okumalarda bulunulmuştur. 5N1K haber programının anlatı yapısı ve sunum özellikleri incelenmiştir.

**Yöntem:** Bu tez çalışmasında program analizi gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen program analizinde öncelikle araştırma konusu ile ilgili kategoriler geliştirilmiş, daha sonra incelenen veri setinde, bu kategoriler içerisine giren kelime, cümle ya da resimler sayılmıştır. Programda kullanılan işitsel ve görsel unsurlar, kullanılan teknikler, sunum biçimi gibi unsurlar programın anlatı yapısının oluşturulması bağlamında irdelenmiştir.

**Amaç:** Haber hikayelerini, anlatı yapısı bağlamında değerlendirmek; olayların hikayelendiriliş tarzlarına ve sunuluş biçimlerine eğilmeyi gerekli kılmaktadır. Anlatısal yapı çözümlenmeleri, metinlerin biçimsel olarak düzenlenişine odaklanmaktadır ve bu nedenle biçimcidir. Bir haberin anlatı yapısı; haberdeki görsel ve sözel gramerlerin kompozisyonunu, grafik ve altyazı gibi sembolik ifadelerin kullanım şeklini, görüşmelerin kimlerle gerçekleştirildiğini ve onların karşıtlarının içeriksel ve biçimsel olarak sunumunu kapsamaktadır. (GUMG'dan akt. Dursun, 2014: 182). Haber programlarının kompozisyon ve formatları zaman zaman birbirinden farklı olsa da, ortak anlatısal öğelerin varlığı daha fazla göze çarpmaktadır. Bu çalışmada, izleyiciler üzerinde oldukça etkili olduğuna inanılan, popüler zevkler ve sosyal-eğitsel sorumluluk ölçütü arasında bir denge kurması gerektiği düşünülen, bazılarınca ise ticari bir girişim olarak görülen haber programlarının anlatısal yapısı değerlendirilmektedir.

Bu çalışmayla hedeflenen amaç, haber programının anlatı yapısına dair aktarılan özellikleri desteklemek ve bu türün başarılı bir örneği olan 5N1K programı hakkında ayrıntılı bir bilgi aktarımı gerçekleştirmektir. Çalışmada, 5N1K haber programının anlatı yapısına egemen olan dramatik öğeler ortaya konmaya çalışılmış ve bununla birlikte mevcut sistemi nasıl yansıttığı da irdelenmiştir.

### 3.1. 5N1K HABER PROGRAMININ FORMATI

5N1K programı 1999 yılında, CNN Türk kanalında yayın hayatına başlamıştır. Programın sunucusu Cüneyt Özdemir'dir. Özdemir, programın başladığı ilk zamanlarda kısa bir dönem Soner Yalçın'la birlikte sunduğu programı, daha sonra tek başına sunmaya devam etmiştir. Güncel haber ve araştırmacılık programı olan 5N1K'nın yayınlandığı süre boyunca zaman zaman, yayın günü ve saatinde, yayın periyotlarında birtakım değişiklikler söz konusu olmuştur. Ancak 2018 yılındaki son halini değerlendirecek olursak program, cumartesi günleri saat 20: 00'de yayınlanmaktadır. Programın ismi olan 5N1K, gazetecilikte oldukça sık kullanılan bir terimdir. Bu terim, haberin öğelerini oluşturan "ne? ne zaman? nerede? nasıl? neden? kim?" sorularını içermektedir. Özdemir, programın ismi ve ortaya çıkışı ile ilgili olarak bir internet sitesine verdiği röportaj da şunları söylemiştir: *"Önümde iki seçenek vardı. Ya CNN Türk'te yönetici pozisyonunda olacaktım, ya da tamamen kendi programımı yapacaktım. Kendi programımı yapmayı tercih ettim ve iyi ki de etmişim. Programın adını da 5n1k koyduk. Çünkü 5n1k gazeteciliğin en temel noktası. Bir haberde bundan yola çıkıyorsunuz, bu soruları sormadan bir haber yapamıyorsunuz. Kimlik olarak da çok özelleşmeyeceğini, herkesin bildiği bir şey olduğunu düşünüyorduk ama Türk insanına öğretilene kadar açıkçası canımız çıktı. Sayıyla ve yazıyla yazarak, ekranda sürekli söyleyerek anlatarak öğretmeye çalıştık. Artık insanlar beni görünce adımdan önce 5N1K diyorlar. Ve seviniyorlar da bir şey bildikleri için. Denklem gibi bir şey oldu. Bizim amacımız bir marka yaratıp o markanın altında kalmaktansa markayı kendi ismimizle koyup haberi ön planda tutmaktı. İkisi biraz birbirine karıştı herhalde."* ([kariyer.net](http://kariyer.net)) Bu ifadelerden de anlaşıldığı üzere 5N1K ismi, habercilik formatını vurgulamak amacıyla kullanılmıştır.

Uzun süre CNN Türk'te yayınlanan program Özdemir'in Kanal D ana haber direktörü ve anchormanı olması ile birlikte kısa bir süre (2014-2015) Kanal D'de yayın hayatına devam etti. Ancak bir sene sonra Kanal D ana haber bültenindeki anchormanlık

görevinden ayrılarak CNN Türk'e geri döndü ve 5N1K programını aynı formatla sunmaya devam etti. 5N1K programı, 23 Ekim 2014 tarihinde CNN Türk ekranlarında, programın 15 yıllık özetinin olduğu özel bir bölümle ekranlara geldi. Yayınlanan bu bölümde Özdemir, 5N1K programıyla ilgili şu ifadeleri kullanmıştır: *“Sevgili seyirciler, 1999 yılından beri, yani tam 15 yıldır CNN Türk ekranlarından neredeyse her akşam canlı yayında karşınıza çıkıyorum. İyi günde, kötü günde, sevinçlerinizde, üzüntülerinizde sizlere hayata dair bir şeyler anlatmaya, haber vermeye, gelişen haberleri değerlendirmeye çalışıyorum. Bu 15 yılda sadece Türkiye gündemini değil dünya gündemini de sizlere önemli konuklarla, tarafsız ve objektif bir biçimde elimden geldiği kadar, ekip arkadaşlarımla beraber, karınca kararınca anlatmaya çalıştım. Üstelik sadece Türkiye'den, yalnızca CNN Türk'ün içindeki bu stüdyodan değil; kimi zaman savaş meydanlarından, gündemin sıcak noktalarından, bir deprem ya da kaza bölgesinden, kimi zaman dünyaca ünlü bir şairin evinden, kimi zamansa dünyanın en önemli ceza evlerinden birinden karşınıza çıktım. Dünya ve Türkiye gündeminin en önemli isimlerini, çok özel röportajlarda konuk ettim. Bazen güldük programda, bazen yaşananlar karşısında gözyaşlarımızı siz de ben de zor tuttuk. Türkiye'deki yayıncılarla değil, dünyayla yarıştık. Bir sene boyunca yayınlarımızı Londra'dan gerçekleştirdik. Dünyanın hemen her yerine canlı bağlantılarla bağlandık. Gündemi her ne olursa olsun, farklı bir bakış açısı, tarafsız bir yayıncılık anlayışı ve en önemlisi vicdanlarımızla ekranlara taşıdık. Dile kolay 15 yıl, her ay, her hafta, hafta içi hemen hemen her gün karşınızda oldum.”* Kullandığı bu ifadelerle Özdemir, 5N1K programının hem yayın içeriğine hem de formatına değinmiştir. Aynı zamanda programda sıkça kullanılan canlı yayın ideolojisine ve programın küresel boyutuna vurgu yapılmıştır.

5N1K programında konular ve olaylar “haber dosyası” şeklinde ele alınmaktadır. Her programda gündeme damgasını vuran en önemli 3-4 olay(konu) güncel ve arşiv görüntüleriyle, röportajlarla, uzman konuk ifadeleriyle kapsamlı bir şekilde ele alınmaktadır. Programın sunucusu olan Cüneyt Özdemir, uzun yıllar habercilik sektöründe çalışmış ve muhabirlik geleneğinden gelen biri olarak; programın hem yapım hem de sunum aşamasında yer almaktadır. 19 yıldır programın daimi sunucusu olan Cüneyt Özdemir ismi, 5N1K programıyla özdeşleşmiştir. Programın uzun yıllar hedef kitlesini kaybetmeden yayınlarına devam etmesi 5N1K'yı, haber programları arasında bir klasik haline getirmiştir.

### 3.2. 5N1K HABER PROGRAMININ ANALİZİ

5N1K, haber programlarının dinamik atmosferini oldukça iyi yansıtan bir jenerikle başlamaktadır. Jenerikte önemli olayların izleneceği izlenimini veren bir müziğin üstüne, programın daha önceki yayınlarından kesitler art arda kurgulanmıştır. Jenerikte kullanılan bu kesitler, özellikle 5N1K'nın farklı ülkelerde gerçekleştirdiği yayınlardan alınmıştır. Böylelikle programın küresel boyutuna vurgu yapılmış, yalnızca Türkiye gündemini değil, dünya gündemini de konu edinen, geniş perspektifli bir program izlenimi yansıtılmıştır. Postman ve Powers'a göre, haber programlarında giriş jeneriğine eşlik eden fon müziğinin kullanım nedeni, ikili bir etki yaratmaktır. İlk olarak, müzik eşliğinde bir girişle izleyiciler hızlıca simgeselliğin diyarına götürülmekte, aktarılabacak önemli haberler olduğu sezdirilmektedir. İkinci etki ise müzik unsuru, haber programlarını, müzikal öğelerin olayların altını çizmekte kullanıldığı opera veya düğün gibi canlı ritüellerle denkleştirebilmektedir. (Postman ve Powers'tan akt. Dursun, 2014: 188) Bu bağlamda 5N1K programında kullanılan giriş jeneriği ve jeneriğe eşlik eden fon müziği, izleyiciler üzerinde merak uyandırarak, bahsedilen ikili etkinin oluşmasına katkıda bulunmuştur.

Jeneriğin ardından sunucu Cüneyt Özdemir, programı New York'tan gerçekleştirdiğini belirterek, izleyenlere coşkulu bir biçimde iyi akşamlar dilemektedir. Daha sonra programda ele alacağı konuların kısa bir özetini, kendi yorumuyla sunmaktadır. Hemen ardından program akışı içerisinde aktarılabacak ilk konunun tanıtım anonsunu gerçekleştirmektedir. 5N1K'nın ilk konusu, Ortadoğu'daki büyükelçilik açılışıdır. Cüneyt Özdemir, tanıtım anonsunu şu cümlelerle gerçekleştirmektedir: “*İlk olarak gelin sizleri Ortadoğu'ya götürelim. Kudüs'te bir büyükelçilik açılışı ve Kudüs'ten birkaç kilometre ötede ise neredeyse bir katliam yaşandı. 60 Filistinlinin öldüğü, 3 binden fazlasının yaralandığı bu büyükelçilik açılışında yaşananlar, dünyayı şok etti desek inanın yeridir. Birleşmiş Milletler acil olarak toplandı. Türkiye başta olmak üzere, İslam ülkeleri bir araya geldiler ve olaya tepki gösterdiler. Yenikapı'da büyük bir miting yapıldı. Peki ne yaşandı? Neden Türkiye ayağa kalktı? Gelin buna bakalım. Ardından sizleri Gazze'ye götüreceğim ve Gazze'den bizzat bu olayların içinden birisine soracağım neler yaşandığını.*” Tanıtım anonsunda yer alan ‘İlk olarak sizleri Ortadoğu'ya götürelim.’ ‘Neden Türkiye ayağa kalktı? Gelin buna bakalım.’ ‘Ardından sizleri



Gazze'ye götüreceğim.' ifadeleriyle Cüneyt Özdemir, izleyicilerle arasındaki zaman ve mekan sınırını kaldırmaktadır. Kullandığı bu ifadeler aracılığıyla, izleyicilerden kendisine eşlik etmelerini istemektedir. Böylelikle doğrudan bir bağ kurarak, izleyiciyi haber programının içerisine çekmektedir. Bu durum, kitlenin sunucuyu daha iyi dinlemesini ve sunucuya katılmasını sağlamaktadır.

Cüneyt Özdemir, Ortadoğu'daki büyükelçilik açılışının tanıtım anonsunu yapmasının ardından, konuyla ilgili görüntülerin yer aldığı bir VTR'ye geçilmektedir. VTR, Filistin'de yaşanan katliamın, bu katliamda çarpışan, hayatını kaybeden ve yaralanan insanların görüntüleriyle başlamaktadır. Bu görüntüler Ortadoğu'daki kaos halini etkili bir şekilde gözler önüne sermektedir. Mevcut çarpıcı görüntüler, duygusal bir sözlü müzik eşliğinde kurgulanmıştır. Aynı zamanda bazı görüntülerin ekrana getirilmesinde yavaş kurgu tekniği kullanılmıştır. Bu unsurlar haberin dramatik yapısına katkıda bulunmuştur.

VTR devam ederken müzik ve görüntüler üzerine, Ortadoğu'da yaşanan kaosun içeriğini ve önemini anlatan bir metne geçilmektedir. Cüneyt Özdemir'in seslendirdiği metinde şu ifadeler yer verilmektedir: *"Öyle bir yer ki, bir yanı çılglık çılgılığa. Öyle bir yer ki, bir yanı sessiz, ölüm ıssızlığında. Dostum bu ne beter çizgidir, bu ne çıldırtan denge. Yaprak döker bir yanı, bir yanı bahar bahçe."* Görüldüğü üzere metnin başlangıcında Özdemir'in anlatı tarzına hakim olan özellik, şiirselliktir. Bu anlatım tarzı, izleyiciler üzerinde oldukça etkili kabul edilmektedir. Platon'a göre, kontrol altında tutulan gözyaşı, hüznün, keder gibi duygular, şiirle kontrolden çıkmaktadır. Şiir, coşkularımızı tetiklemekte ve denetim altında tutulması gereken heyecanı beslemektedir. Aristo'ya göre ise bu, açığa çıkması gereken bir heyecandır ve insan ruhu için gerekli, bir o kadar da tehlikesizdir (Poyraz, 2002: 148). Dolayısıyla Özdemir'in anlatım tarzında kullandığı şiirsellik ile, izleyiciler bir arınma hali yaşamaktadır. 5N1K haber programında, Filistin'de yaşanan olaylar, oldukça dramatik bir anlatı yapısı ile sunulmuştur. Bu yapı, şiirsel bir üslup ve edebi benzetmeler kullanılarak kurulmuş; aynı zamanda kullanılan müzik ve çarpıcı kurgu teknikleriyle desteklenmiştir.

Ardından VTR perforesini seslendiren Özdemir, sözlerine şu ifadelerle devam etmektedir. *"Bu izlediğiniz görüntüler İsrail ve Filistin'den. Bir yanda gülen suratlar, diğer yanda can pazarı. Bir yanda kutlamalar, diğer yanda ağıtlar. Tarihe 'kanlı*

*pazartesi' olarak geçen öyle bir gün yaşandı ki; Kudüs'ün yorgun kehribar sokakları da, Filistin'in Gazze kıyısı da, böylesine büyük bir çelişkiyi aynı güne sığdıramamıştı. Bir yanda şarkılar, ilahiler yankılandı; diğer yanda taş atana, kurşun sıkıldı. Gün bittiğinde bilanço korkunçtu. Bir yanda Amerika Birleşik Devletleri'nin Kudüs elçiliği açılmış, kutlamalar bitmiş; diğer yandaysa 60 Filistinli öldürülmüş, 3 bini yaralanmıştı. Bundan tam 161 gün önce Trump'ın ağzından çıkan işte bu sözler, bugün Gazze'de tırmanan gerilimin fitilini ateşledi."* Cüneyt Özdemir bu ifadelerle, büyükelçilik açılışının, iki farklı kutuptaki yansımalarını aynı anda gözler önüne sermiştir. Böylelikle izleyenlerin olaya farklı açılardan bakabilmeleri sağlanmış, tek yönlü ve düz bir anlatımdan kaçınılmıştır.

Bilindiği üzere klasik dramının anlatı yapısı, bu türden karşıtlıklar üstüne kuruludur. Haber programları da tıpkı klasik dramada olduğu gibi genç-yaşlı, iyi-kötü, geleneksel-çağdaş, biz-onlar, gibi karşıtlıklara dayalı metinlerden meydana gelmektedir (Poyraz, 2002: 132) Filistin'de yaşanan olayları anlatan bu haber de, karşıtlıklar üzerine kurulmuştur. Buradaki karşıtlık "kaleyi koruyanlar" (Filistin halkı) ve "olumsuz eylem gerçekleştirenler" (İsrail askerleri) arasında oluşturulmaktadır. Bu gibi karşıtlıklar yan yana getirilip birlikte sunularak, izleyicinin dikkatini uyanık tutmak ve hafızalarında daha kolay yer edinmek amaçlanmaktadır.

Özdemir'in son cümlesinin ardından, Trump'ın 161 gün önce yaptığı basın toplantısından bir kesit ekranlara getirilmiştir. Bu kesitte Trump, Kudüs'ü resmi olarak İsrail'in başkenti yapmaya karar verdiğini belirtmektedir. Trump'ın konuşması ekrana geldiğinde, VTR'de yer alan duygusal ve ağır müzik yerini, gerilim hissi yaratan tempolu bir müziğe bırakmıştır. Bu müziğin üstüne, Filistin'deki vatandaşların direniş ve tepki görüntüleri art arda verilerek hızlı kurgu tekniğiyle kurgulanmıştır. Böylelikle 'gerilim fitilini ateşlediği' belirtilen Trump'a duyulan tepki, etkili bir şekilde izleyenlere aktarılmıştır.

Ardından elinde mikrofonla Gazze'nin işlek caddelerinden birinde yürümekte olan Cüneyt Özdemir'in görüntüsü karşımıza çıkmaktadır. Bu görüntülerde kullanılan müziğin temposu yeniden düşürülmekte, Ortadoğu kültürünü yansıtan sözsüz ve geleneksel bir müzik kullanılmaktadır. Bir yandan yürürken, bir yandan da şehrin içinde bulunduğu durumdan, insanların yaşadığı zorlu koşullardan bahsetmektedir. Böylelikle Özdemir, 5N1K izleyicilerine, Gazze'de yaşananları, olayların içinden güçlü bir tanık

gibi anlatmaktadır. Olayın yaşandığı yerde ve olayı yaşayan insanların arasına katılarak, izleyicilerde oluşturduğu inanılrlık ve güven duygusunu pekiştirmektedir.



**Resim 3.1.** 19 Mayıs 2018 Tarihli 5N1K Haber Programı

VTR'de ayrıca olayla ilgili bilgi ve görüşlerini almak için, Yeni Şafak gazetesi yazarı Taha Kılınç, Kadir Has Üniversitesi öğretim üyesi Ahmet Kasım Han, Şalom Gazetesi yazarı Karel Valensi ile gerçekleştirilen röportajlara yer verilmiştir. Böylelikle haber programında uzman konukların görüşlerine yer verilerek, programda bir otorite oluşturulmaya çalışılmıştır. Olayın uzman kişiler tarafından yorumlanması, haber çalışmasına güvenilir bir görünüm katmaktadır. Bunun beraberinde uzman görüşleri, konunun aydınlatılmasına ve haberin anlaşılmasına temel bir katkıda bulunmaktadır.



**Resim 3.2.** 19 Mayıs 2018 Tarihli 5N1K Programı Uzman Konuk Röportajı

Uzmanlardan biri olan Taha Kılınc'ın olaylar hakkındaki ifadelerinden birinde şunları söylemektedir: *“Şu anda İsrail ordusu özellikle dünyaya yaydığı bazı materyallerde, orda toplanan on binlerce kişi arasından birkaç kişinin atmış olduğu Molotof kokteyllerini ve taşları gündeme getirerek, sanki Filistinliler ile İsrail arasında denk bir savaş varmış gibi bir görüntü ortaya koymaya çalışıyor. Bu yanıldan uzak durmak lazım.”* Kılınc bu ifadesiyle, dünya üzerinde yaratılmaya çalışılan algının perde arkasını gözler önüne sermekte ve böylece İsrail'in uygulamaya çalıştığı algı yönetimi hakkında izleyenleri aydınlatmaktadır. Dolayısıyla 5N1K programında, genel anlamda küresel medyanın izleyicilere sunduğu medya materyallerini olduğu gibi kabul etmeyip, işin perde arkasını da ele aldıklarını göstermektedirler.

Uzmanlardan bir diğeri olan Şalom gazetesi yazarı Karel Valensi değerlendirmesinin bir kısmında şu ifadeleri kullanmaktadır: *“Gösteriler devam edebilir. Bu gösterilerin Batı Şeria'ya sıçraması sıkıntıyı daha da büyütecektir. Burada aslında Türkiye'ye iş düşüyor. Türkiye'nin yakın bir zamana kadar Suriye ile İsrail arasındaki görüşmelerde arabuluculuk yaptığını düşündüğümüz zaman, Türkiye'nin aslında her tarafla konuşması gereken ülke olması gerektiğini düşünüyorum. Fakat şu an bu konular Türkiye ile İsrail'in ilişkilerini zedeledi, dolayısıyla şu an için diyalog ya da her iki tarafla konuşmak gibi bir durum yok.”* Bu ifadelerden de anlaşılacağı gibi haber programında söz

hakkı verilen uzmanlar bir yandan sorunun ne olduğunu belirlemede, bir yandan da çıkabilecek tartışmaların sınırlarını çizmektedirler.

Programın 18. Dakikasında Özdemir, olayı bizzat yaşayan bir vatandaşa Gazze’de yaşanan durumu şu ifadelerle sormaktadır. *“Gelin isterseniz şimdi Gazze’ye gidelim. Enver Attallah, daha önce 5N1K’ya defalarca konuk oldu. Gazze’de yaşayan bir isim. Enver Bey, ilk olarak başınız sağolsun. Sanırım akrabalarınız da hayatını kaybetmiş, yaralananlar da var aralarında. Bize biraz bu olayın yaşandığı ortamı tarif eder misiniz? Gazze’nin neresinde oldu ve neden şimdi oldu acaba?”* Cüneyt Özdemir’in bu sözlerine Gazze vatandaşı olan Enver Atala ilk olarak şu ifadeyle karşılık vermektedir. *“Çok sağolun Cüneyt Bey, çok teşekkür ediyorum. Sizin de başınız sağolsun.”* Attallah’ın, Özdemir’e *“sizin de başınız sağolsun”* şeklinde karşılık vermesi, Türkiye ve Gazze vatandaşları arasında ortak duyuyu ve ortak acıyı yansıtmaya bakımdan bir köprü işlevi görmektedir.



**Resim 3.3.** 5N1K Programında Filistin Vatandaşı ile Gerçekleştirilen Röportaj

Ardından Enver Attallah, yaşanan olayları Gazze vatandaşlarının gözünden anlatmaya devam etmektedir. Özdemir röportajın ilerleyen dakikalarında Attallah’a ikinci bir soru daha yöneltilmektedir: *“Enver Bey, ölenler kim? Çocuk mu, büyük mü? 60’dan fazla ölü var. 3 bin yaralı var. Kim bu insanlar?”* Bu soruyla katliamda hayatını kaybedenler daha yakından tanınmak istenmekte, hikayeleri öğrenilmeye çalışılmaktadır.

Nitekim Enver Atala sorulan soruya etkili bir cevap vermektedir: *“Bunlar kimdir? Bunlar hakkını savunan insanlar. 60 insani hikaye, 60 insani roman. Çok acı bir hikayesi vardır. Birisi mesela benim akrabam, amcaoğlum. Bu ramazan ayında inşallah hanımı doğum yapacak. Kendisi şehit oldu. Doğacak çocuk dünyaya yetim gelecek, ona ne diyeceğiz?”* Bu ifadeyle ölen insanlardan birinin hikayesi öğrenilmekte ve ölen kişi, izleyici için kimlik kazanmaktadır. Haber programlarında böylesi kişisel ifadeler ve kişisel hikayelerin kullanımı izleyicilerin, olay mağdurlarını daha derinden anlamalarına, kendilerini onlarla özdeşleştirmelerine aracı olmaktadır. İzleyiciler kendilerini olayı yaşayan kişinin yerine koyarak, yaşanan durum sanki kendi başına gelmişcesine korku ve acıma duygusu hissetmekte, ve bu yolla arınmaktadırlar.

Bir başka açıdan Cüneyt Özdemir’in konuyla ilgili olarak, bizzat olayı yaşayan birine söz hakkı vermesi haberin değerini ve inanılabilirliğini arttırması bakımından önemlidir. Haber programlarında, kazazedelerle ve onların yakınlarıyla yapılan röportajlar insani bir bakış açısı sunması sebebiyle izleyiciyi cezbetmektedir. Böylelikle haber yalnızca ortadaki gerçekler açısından değil, olayla ilgisi olan kişiler açısından da ele alınmaktadır.

Fiske’ye göre “halkın sesi” olarak adlandırılan görüşlerin, sahici olma ve doğrundalık oluşturan nitelikleri bulunmaktadır. Tüm bu nitelikleriyle halkın sesi, kuralsız ve bozguncu olarak karşımıza çıkabilmekle birlikte, karşıt okumalar için yeni bir alan oluşturabilmektedir (Fiske’den akt. Dursun, 2014: 189) Bu anlamda izleyiciye alternatif bir perspektif sunulmakla birlikte böylesi röportajlar, haber programlarının anlatı yapısında kullanılan etkili bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır.

Filistin dosyasının tüm detaylarıyla ve perde arkasıyla birlikte değerlendirildiği programda Cüneyt Özdemir, ele alınacak bir diğer konuya geçmektedir. Özdemir, 5N1K’da değerlendirilecek ikinci konunun tanıtım anonsunu şu şekilde yapmaktadır: *“Sevgili seyirciler, şimdi sizleri burada, New York’ta bu hafta görülen bir davaya götürmek istiyorum. Reza Zarrab davası olarak başlayan, ancak daha sonra Zarrab’ın tanık sandalyesine oturmasıyla, Hakan Atilla davasına dönüşen bir dava sonuçlandı. Bu davada Reza Zarrab tanık, Hakan Atilla sanık olmuştu. ‘Oysa tam tersi olmalıydı’ diye sizlere anlatmıştım. Davayı yakından takip etmiş, 5N1K’da ekrana getirmiştik. İşte o davanın bu hafta sonucu belli oldu ve Hakan Atilla 32 ay hapis cezasına çarptırıldı. İyi*

*hal indirimini, bugüne kadarki yattıklarını çıkartırsak yaklaşık 15 ay kadar cezaevinde kalacak ve ardından yaklaşık bir buçuk yıl sonra Türkiye'ye geri dönebilecek. Davayı başından sonuna kadar izleyen birkaç gazeteciden biriydim ve dava sonrasında yaşananları da canlı yayında sizlere aktardım. Bakın neler yaşandı, o anlarda neler oldu?" Özdemir anonsta ' Bu davada Reza Zarrab tanık, Hakan Atilla sanık olmuştu. Oysa tam tersi olmalıydı diye sizlere anlatmışım' şeklinde bir ifadeye yer veriyor. Bu ifade haber programlarına kişisel yorumların katıldığına yönelik somut bir gösterge olarak karşımıza çıkmaktadır.*

Kişisel görüşlerin katılması demek, haber materyaline belli bir düşüncenin ya da belli bir bakış açısının eklenmesidir. Nesnellik haber çalışmalarında ulaşılmaya çalışılan bir idealdir. Ancak pratikte baktığımız zaman, iletişimde tamamen yansız olmak oldukça güçtür. Çünkü haberciler de çalışmalarında kullandıkları ifadelerde kendi inanç ve ideolojilerini, arka planlarını kullanmaktadırlar (Burton, 1995: 141-143). Ayrıca Özdemir, yaptığı anonsta, davayı başından sonuna kadar takip eden birkaç gazeteciden biri olduğunu özellikle vurgulamaktadır. Zarrab dosyasıyla ilgili yaptığı kişisel değerlendirme ve ardından bu dosyayla en başından beri yakından ilgilendiğini belirten vurguyla Özdemir; konuya muktedir, konu hakkındaki her şeyi bilen, iyiyle kötüyü birbirinden ayırt edebilen, gelecekle ilgili yorum ve çıkarsamalarda bulunabilen güvenilir bir kişi imajı çizmektedir.

Tanıtım anonsunun ardından Hakan Atilla davası ile ilgili olarak hazırlanan VTR'ye geçilmektedir. Bu VTR'de New York'ta görülen davaya bizzat katılan Cüneyt Özdemir'in, dava çıkışı mahkeme binasının önünden, dava sürecini anlattığı sunum izleyicilere aktarılmaktadır. Özdemir'in olayın yaşandığı anda orada olması ve mahkeme çıkışında sıcağı sıcağına izleyicilere gelişmeleri canlı olarak aktarması, programa güvenilirlik ve prestij kazandırmaktadır.



**Resim 3.4.** 5N1K Programının Suncusu Cüneyt Özdemir, Newyork'ta Mahkeme Salonunun Önünden Dava Sürecini Anlatıyor.

Çünkü yaşanan olayları izleyicilere, meydana geldikleri zamanda, ön saflardan izleyebilecekleri bir anıdalık hissiyatıyla aktarmak, televizyon haberciliği için büyük önem arz etmektedir (Matelski, 2000: 75). Özellikle haber programlarında gerçekçi görünmek gerekli bir unsur olarak karşımıza çıkmakta ve bu gereklilik canlı yayınlarla karşılanmaktadır. Canlı yayın, izleyicilerde gerçeklik algısını ve inanılabilirliği pekiştirmektedir. Ayrıca haber konusu olan olayın, izleyicilerin gözlerinin önünde gerçekleşmesi, hedef kitle bakımından oldukça doyurucu olmaktadır. (Ramonet, 2000: 108). Bu bağlamda değerlendirdiğimiz zaman Özdemir'in mahkemeye bizzat katılıp, olayları birinci gözden değerlendirip, ardından mahkemeden çıkan avukatlarla sığına sığına röportaj yapması, konunun haber değerini arttırmaktadır. 5N1K programı özellikle canlı yayın ideolojisini neredeyse tüm yayınlarında aktif ve etkili bir biçimde kullanmaktadır.

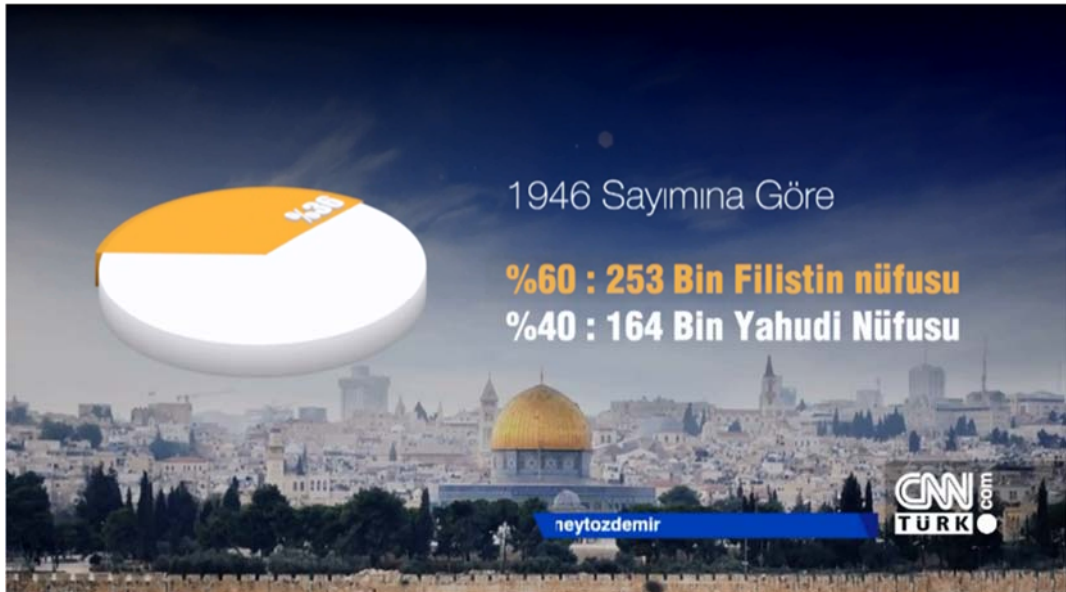
Haber programlarında dramatik anlatımı kuvvetlendiren bir başka unsur görüntülerin yetersiz kaldığı yerlerde, canlandırmaların, grafiklerin, arşiv görüntülerinin ve karikatürlerin kullanımınıdır. 5N1K programına baktığımız zaman bu unsurların gereklilik anlarında yeterli ve etkili bir biçimde kullanıldığını görmekteyiz. Özellikle Ortadoğu'daki çatışmayı anlatan ilk VTR'de geçmişten günümüze Filistin-İsrail ilişkilerini gösteren arşiv görüntülerine yer verilmiştir.





**Resim 3.5.** 19 Mayıs 2018 Tarihli 5N1K Programında Arşiv Görüntülerin Kullanımı

Çok eski zamanlara ait bu siyah beyaz görüntüler programın dramatik yapısına katkı sağlamış aynı zamanda nostaljik bir izlenim yaratmıştır. Aynı VTR’de ilk kurulduğundan bu yana Kudüs’te yaşayan Filistin ve Yahudi nüfusunun sayısal verilerini anlatmak için grafik kullanımına başvurulmuştur. Grafikler, kısıtlı zaman içinde habere dair aktarılması gereken birçok bilginin kapsayıcı bir biçimde bir veya birkaç görüntü ile verilmesini sağlamaktadır (Dursun, 2014: 2000). Bu durum, zaman kullanımı hususunda haberi serbestleştirmektedir.



**Resim 3.6.** 19 Mayıs 2018 Tarihli 5N1K Programında Grafik Kullanımı

Haber programlarında yazılar hala önemli bir yer tutmaktadır. Tarihler, insanlar, yerler program içerisinde tanımlanmak ve belirtilmek durumundadır. Haber programlarının anlatı çerçevesinde yazı, haber sunulurken ekrana gelen altyazılar/altbantlar şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Haber programlarında da sıkça rastladığımız bu altyazılar, aktarılmakta olan haberin içinden seçilmiş belli belli bir ifadenin kısaltıp verilmesiyle yer almaktadır. Aynı zamanda bir çeşit ‘fotoğraf altyazısı’ işlevi gören bu ifadenin içeriğinde bilgi ve yargı bulunduran ifadeler yer almaktadır.(Dursun, 2014: 196) 5N1K haber programında da altyazılar ve alt bantlar haber öyküsünün ayrılmaz bir parçası olarak sıkça kullanılmaktadır. Bu ifadeler genel olarak haber metninde detaylandırılan konunun bir kaç kelimelik özeti şeklinde karşımızda çıkmaktadır. Böylelikle kullanılan altyazılar, haber metnini ve anlatıyı desteklemektedir.



**Resim 3.7.** 19 Mayıs 2018 Tarihli 5N1K Programında Dramatik Unsurların Kullanımı

Haber programlarında, grafik, arşiv görüntüleri, altyazı, canlandırmalar ve illüstrasyonların kullanımı, drama hissini ve görsel vurguyu arttırmaktadır (Burton, 1995: 144). Örneğin; ele almakta olduğumuz Hakan Atilla davasına ilişkin VTR’de de, duruşma esnasında mahkeme salonundan direkt olarak görüntü almak yasak olduğu için, illüstre etme tekniğine başvurulmuştur. Hakan Atilla davasındaki anlar illüstre edilerek, dava hakkındaki anlatı, görsel öğelerle vurgulanmıştır.



**Resim 3.8.** 19 Mayıs 2018 Tarihli 5N1K Programında İllüstre Edilmiş Görsellerin Kullanımı

Bu durum haber programındaki dramatik anlatı yapısına katkı sağlamakla beraber, davayla ilgili resimleştirilmiş görsel öğeler kullanılarak, izleyicilerin belleğinde olayların daha etkili bir biçimde algılanması sağlanmıştır. Haberlerdeki çizimler haber öyküsüyle ilgili olarak kullanılmaktadır. Dava sürecini anlatan Özdemir'in ifadeleri bu görsellerle desteklenmiştir. Böylece izleyenlerin programda anlatılanlara karşı ilgisi canlı tutulmaya çalışılmıştır.



**Resim 3.9.** 19 Mayıs 2018 Tarihli 5N1K Programında İllüstre Edilmiş Görsellerle Dava Süreci Aktarılıyor

Hakan Atilla davasının anlatıldığı VTR ile ilgili son değerlendirmeleri yapacak olursak; Özdemir, dava süreciyle ilgili gerekli açıklamaları yaptıktan sonra, mahkeme salonundan çıkan avukatlarla bir dizi röportaj gerçekleştirmektedir. İzleyenlere dava sürecini ve detaylarını, bir de avukatların gözünden aktarmaktadır. Dolayısıyla Özdemir bu haber dosyasını da, alternatif görüş ve düşüncelere yer vererek noktalamaktadır. VTR'nin sonunda ise şu ifadelerle yer vermektedir: *“Evet sonuç olarak bence, daha azını bile alabilirdi ama, şu anda kötünün iyisi olarak tanımlayabileceğimiz bir cezayla Hakan Atilla davasını ‘şimdilik’ bitirdik.”* Özdemir kapanışı bu cümlelerle yaparak yine kişisel bir ifade de bulunmuş ve “şimdilik bitirdik” vurgusuyla, önemli bir konunun ilerideki gelişmelerini de seyretmeleri için virgül koyarak, izleyicileri takip etmeleri adına teşvik etmektedir.

VTR sona erdikten sonra, Cüneyt Özdemir programın başında ele alacağını söylediği üç konudan sonuncusunun tanıtım anonsunu yapmaktadır. Anonsa tıpkı bir öykü anlatıcısı gibi *“Sevgili seyirciler, şimdi sizleri New York’tan alıp Londra’ya götürmek istiyorum”* ifadesiyle başlamaktadır. Bu cümleyle Özdemir programın sunucusu olarak, olaylar arasında bağlantı kurucu olma ve öykü anlatıcı rolünü üstlenmektedir. Sunucunun bu rolü üstlenmesi haber programlarında tüm öykünün nasıl birleştirileceğine dair geleneklerden biridir.

Cüneyt Özdemir anonsa şöyle devam etmektedir: *“Cumhurbaşkanı Erdoğan seçim telaşı içinde üç günlük bir Londra çıkartması yaptı. Gerçi şu sıralar Londra, kraliyet düğünüyle yatıyor, kraliyet düğünüyle kalkıyor ama, inanın Erdoğan’ın bu üç günlük çıkartması Kraliçe’den Prens’e, Prens’ten Başbakan’a kadar görüşmeleri, özellikle ekonomi çevreleriyle yaptığı görüşmeler çok konuşuldu, çok tartışıldı bu hafta. İldem Wilson 5N1K’nın Londra temsilcisi şu anda karşımda. İldem anlat bakalım ne oldu? Cumhurbaşkanı neler yaşadı, neler tartışıldı orada?”* Özdemir’in bu cümleleri, izleyenlerde, Erdoğan’ın Londra’ya yaptığı çıkartmaya dair merak uyandırmakta, böylelikle hedef kitlenin ilgisini cezbetmektedir. Anonsun ardından Özdemir, 5N1K’nın Londra temsilcisi İldem Wilson’a bağlanarak; haber programlarının anlatı geleneklerinden birini daha yerine getirmiştir. Bu gelenek, haberin meydana geldiği yerle canlı bağlantı kurmaktır.



**Resim 3.10.** 19 Mayıs 2018 Tarihli 5N1K Programına Londra'dan Bağlanan Muhabirle Gerçekleştirilen Görüşme

Haber programlarının ikincil kodlarından biri olarak karşımıza çıkan haberin meydana geldiği yerle canlı bağlantı kurma durumu, haberin hakikiliğine işaret etmektedir. İzleyenlere aynı şeyleri anlatabilecek olan birini stüdyoya çağırmanın daha ucuz ve daha bilgilendirici bir yolu olarak karşımıza çıkmaktadır (Burton, 1995: 140). Fiske'e göre muhabir, bireysel ve aynı zamanda kurumsal bir ses olarak, saf gerçeklik ve sunucunun aktardığı son hakikat arasında bir dolayımamacı olarak konumlanmaktadır. Muhabirlerin söylemsel hiyerarşi içerisindeki mevkileri, sunucudan daha düşüktür ancak aynı gerçekliğe farklı katkıları olabilmektedir ( Fiske'den akt. Dursun 2014: 188). Dolayısıyla 5N1K programında, Erdoğan'ın Londra'ya çıkartmasını anlatmak için Londra'daki muhabirlerine canlı olarak bağlanmaları, inandırıcı ve hakiki olma algısını güçlendirmekte, aynı hakikate alternatif görüşlerle katkıda bulunarak, programın anlatı yapısına katkıda bulunmaktadır.

19 Mayıs 2018 tarihli 5N1K programının yayın süresi 45 dakika 50 saniyedir. Bu süre içerisinde toplamda üç konu detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Programda; ilk konu olan Filistin'de ki büyükelçilik açılışına 26 dakika, ikinci konu olan Hakan Atilla davasına 10 dakika ve son konu olan Erdoğan'ın Londra çıkartmasına 6 dakika ayrılmıştır. Dolayısıyla birden fazla konu 45 dakikalık bir zaman dilimi içerisinde incelenmektedir. Bu süre zarfında izleyiciye aktarılacak konular, "dosya" başlığı altında,

olayların tarihsel arka planı da yansıtılmaya çalışılarak ve görsel unsurlarla desteklenerek, belgesel havasında nakledilmektedir (Bali, 2001: 2). Böylece izleyenler, programda işlenen konularla ilgili olarak, hem bilgi hem de fikir sahibi olmaktadır.

Programın son beş dakikasında ise, haber programlarının geleneksel anlatı yapısında bulunmayan farklı bir bölüme yer verilerek dünyadan bazı haberlerin güncel bir panoraması izleyicilere sunulmuştur. Beş dakikalık dünya gündemini aktaran bu bölüme, üç konu sığdırılmıştır. İzleyicilere aktarılan olaylardan ilki, Londra'daki kraliyet düğünü, ikincisi Cannes film festivali, üçüncüsü ise Eurovision şarkı yarışmasıdır. Bahsi geçen konuları genel hatlarıyla aktaran gündem turuna geçmeden önce, Özdemir şu şekilde bir anons yapmıştır: *“Sevgili seyirciler, az önce bir kraliyet düğünü ve bu düğünün yankılarından bahsetmişim. Dedikodusu bol bir düğün oldu. Peki ne oldu? Neler konuşuldu? Gelin sizleri bir dünya turuna çıkartayım ve orada anlatayım.”* Bu anonsun hemen ardından dünyadan haberleri gösteren VTR'ye geçilmektedir.

VTR'ye giriş için 3 saniyelik bir mini jenerik kullanılmaktadır. Bu jenerikte, dönen bir yerküre görüntüsü dikkat çekmektedir. Haber jeneriklerinde bulunan dünya haritası ve yerküre görüntüleri, haber programlarının küresel düzlemde gerçekleşen olayların bir derlemesinden oluştuğunu vurgulamaktadır (Dursun, 2014: 185). VTR'de öncelikle Londra kraliyet düğünüyle ilgili olarak, Prens Hary ve nişanlısı Meghan Markle'ın görüntülerine yer verilmiştir. Bu görüntülerin üzerine Özdemir'in okumakta olduğu perfore metni ise, üslubu ve magazinsel söylemi bakımından oldukça dikkat çekicidir: *“Şu günlerde dünyada ne olduğu İngilizler için çokta önemli değil. Zira onlar yeni kraliyet düğünüyle yatıp, kraliyet düğünüyle kalkıyorlar. İngiliz kraliyet ailesinin veliahtlarından Prens Harry'nin nişanlısı Meghan Markle ile düğünü ve bu düğünün detayları neredeyse ada basınının tamamını kaplıyor. Özellikle tabloid gazeteler, gelin Meghan Markle'ın babası Thomas Markle'ı dillerine dolamış durumdadalar. Nasıl dolamaları? Thomas Markle, aslında Meksika'da yaşıyor. Son günlerde çeşitli haberlerle de dünya basınında sesini duyuruyordu ve sonradan anlaşıldı ki, meğerse haberleri yapan gelinin babasının anlaştığı bir paparaziymiş. Markle bunun ortaya çıkmasından sonra önce rezil oldu, sonra 'düğüne katılmayacağım' dedi. Bu tartışma da tabloid basınının günler boyunca manşetinde kaldı. Şimdi düğüne kim katılacak? Kim ne giyecek? Gelinin babası gelecek mi gelmeyecek mi? Tartışılıyor ve merak ediliyor. Anlayacağınız koskoca kraliyet düğünü mahalle düğüne dönmüşe benziyor.”*

Görüldüğü üzere Cüneyt Özdemir programın son bölümü için yaptığı anonsta, oldukça magazinel bir üslup kullanmıştır. Bu üslup günlük konuşma diline dayanan magazinel içerikli bir haber söylemi oluşturmuştur. Ertan'ın da belirttiği üzere, gösteri amaçlı kullanılan bu dil akıldan ziyade duygulara hitap etmektedir (Ertan, 2011: 52). Kullanım ve doyumlar yaklaşımında da ele alındığı üzere izleyicilerin, gereksinimleri dahilinde televizyondan bir takım beklentileri bulunmaktadır. Bu beklentilerden ilki oyalanma ve kaçıştır. Diğer bir deyişle, izleyicilerin televizyon izleme nedenlerinden bazıları, günlük hayatın rutinlerinden uzaklaşmak, sıkıntılardan kaçmak, rahatlamak gibi ihtiyaçlarını karşılayabilmektir. Televizyon bu durumda bir tür yatıştırıcı ilaç işlevi görmekte ve gerginliği azaltmaktadır.

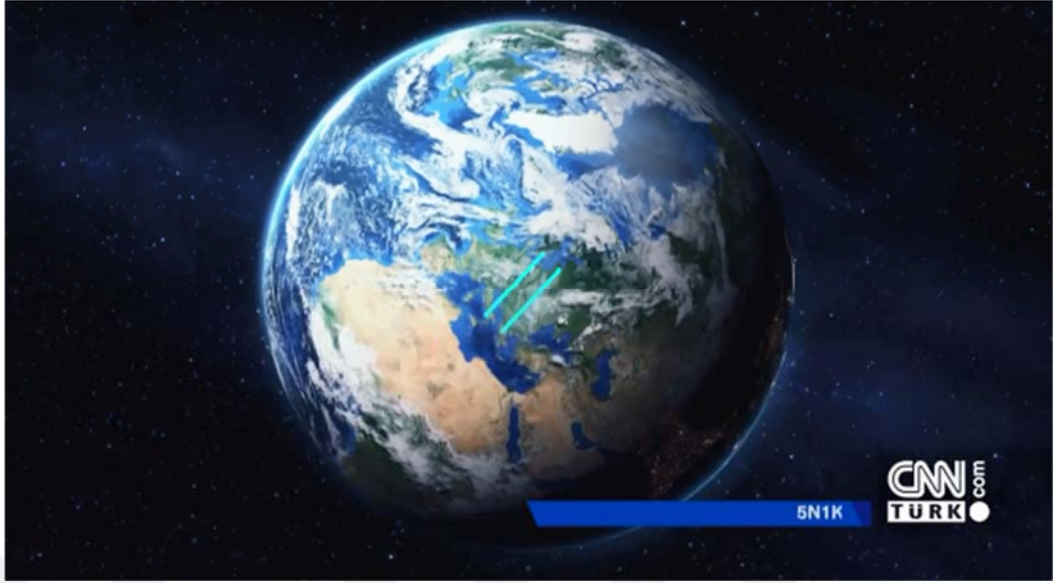
Dolayısıyla 5N1K programının son beş dakikasında bu şekilde eğlencelik çerez niteliğinde haberlere yer verilerek izleyiciler, ağır gündemden bir nebze olsa uzaklaştırılmaya çalışılmış, rahatlamaları sağlanmıştır. Son beş dakikalık bölümde verilen haberler, konusu ve işleniş tarzı bakımında “soft news” (yumuşak haber) kategorisine girmektedir. Tarihsel olarak 1980’lerde haberler, iletişim kuramcıları tarafından konularına göre; soft news(yumuşak haberler) ve hard news (sert haberler) olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Hard news haberler, izleyicilerin siyasi, sosyal ve ekonomik yaşantılarını doğrudan etkileyen konuları aktaran ciddi haberler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu tür haberler genellikle büyük liderleri, devlet sorunlarını, kamu politikasını ve doğal afetler, felaketler gibi önemli konuları kapsamaktadır. Soft news haberler ise, insani ilgi temalarına vurgu yaparak, daha kişisel ve doğaları gereği daha az kurumsal nitelikte olmaktadır. Moda, magazin gibi yüzeysel temaları işleyen soft news haberler; izleyiciyi ciddiyete sevk etmekten ziyade, gündemden uzaklaştırma ve oyalama işlevi görmektedirler. (britannica.com) 5N1K programına baktığımız zaman 45 dakikalık zaman dilimi içerisinde ilk 40 dakikada konusu bakımından hard news haberlere yer verilirken, son beş dakikada izlerkitleyi rahatlatmak adına soft news haberlere yer verilmiştir.



**Resim 3.11.** 19 Mayıs 2018 Tarihli 5N1K Programında Yer Verilen Magazinel Unsurlar

Kraliyet düğünü ile ilgili görüntülerden sonra, yerküre görüntüsünün bulunduğu mini jenerik tekrar ekrana gelmiş ve böylelikle bir diğer konu olan Cannes Film Festivali'ne geçilmiştir. Festivalden görüntülerin yer aldığı VTR'de, genel bilgi aktarımından ziyade dikkat çeken detaylara yer verilmiştir. Ardından yeniden aynı jenerik verilerek son konu olan, Portekiz'de gerçekleştirilen Eurovision şarkı yarışmasına geçilmiştir. Yarışmadan görüntülerin aktarıldığı VTR'de, bir protestocunun sahneye fırlaması ve gelecek sene İsrail'de gerçekleştirilecek yarışmaya bazı ülkelerin tepki amacıyla katılmayacağı gibi, yarışmanın dikkat çeken sansasyonel olaylarına değinilmiştir. Aynı zamanda konular arasında bağlantıyı sağlayan yerküre görüntüsü bulunan jenerik, programın küresel boyutuna vurgu yapmakla birlikte son bölümdeki haberler arasında bağlayıcı bir görsel unsur olarak geçiş işlevi görmüştür.





**Resim 3.12.** 19 Mayıs 2018 Tarihli 5N1K Programının Son Bölümünde Haberler Arası Geçisi Sağlayan Jenerikte Kullanılan Dünya Sembolü

Programın son 5 dakikasına üç farklı konu sığdırılmış ve bu konular oldukça genel hatlarıyla, magazinel yönleriyle ve izleyicilerin ilgisini çekecek şekilde aktarılmıştır. Böylelikle modern zamanın sabırsız izleyicilerini sıkmamak, zamanları olmasa da gündemden uzak kalmak istemeyen izleyicilere yüzeysel bir bilgi aktarımı sağlamak amaçlanmıştır. Reklamcı diliyle ifade edecek olursak, son beş dakikalık bölümde ele alınan olaylar, izleyicilere “brief” şeklinde aktarılmaktadır. (Bali, 2001: 3).

Cüneyt Özdemir, hürriyete verdiği bir röportajda, programda yaşamdan sanata, aktüaliteden magazine geniş bir yelpazeyi ele almasına ilişkin sorulan soruya şu cevabı vermiştir: *“Bizim izlenmek gibi bir kaygımız var. Bakın raitingle ölçülmeyen kanallarda pek çok programcının böyle bir endişesi yok. Nerede ise belli çevrelere kapalı devre yayın yapıyorlar. Mesela kimi Ankara’ya akıl veriyor, kimi borsacılar, kimi magazincilere... Hepsinin gündemi, kullandıkları dil konuştukları konular farklı. Biz hepsine bakmak istiyoruz. Bakabiliyor musunuz? Zor. Hatta apayrı bir şeyler yapmaya çabalıyoruz. Ama Türkiye ve dünyanın gündeminden de kopmadan. Bu program, o yayın saati babamızın malı değil. Sonuçta ticari bir kanalda yayın yapıyoruz ve izlenmek için de bazen konu seçiminde olmasını istediğimizi değil olanı yapıyoruz.”* (hürriyet.com.tr) Görüldüğü üzere Özdemir bu ifadesiyle programdaki konu yelpazesinin bu denli geniş olmasının nedenini, izlenme oranlarına ve ticari kaygılara bağlamaktadır.

Dünya panoramasını aktaran VTR'nin hemen ardından, Özdemir ekrana gelerek programın kapanış anonsunu yapmaktadır: “5N1K bir CNN Türk klasiği. Tam 19 yıldır bu ekranlarda karşına geliyoruz ve kimi zaman günlük yayınlarda kimi zamansa haftada bir sizlere dünyanın halini, Türkiye'nin halini anlatmaya çalışıyoruz. Yeni bir 5N1K'da buluşuncaya kadar, ben Cüneyt Özdemir, New York'tan hepinize iyi akşamlar, iyi geceler diliyorum.” Kapanış anonsunda programın 19 yıllık köklü geçmişine ve klasikleşmiş yapısına vurgu yapan Özdemir, izleyicilerin güvenini yeniden pekiştirmekte ve izleyicilerin gözünde programın prestijini arttırmaktadır. Programın kapanış jeneriği ise Özdemir'in dünyanın farklı yerlerinden gerçekleştirilen haber kesitlerinden oluşmasıyla, yine programın küresel boyutuna vurgu yapar niteliktedir.



**Resim 3.13.** 5N1K Programının Bitiş Jeneriğinde Yer Alan Görsel İmge

Programın interaktif boyutu ile ilgili olarak ise; program boyunca ekranın altında zaman zaman beliren “twitter” sosyal paylaşım sitesinin adresine yer verildiği söylenilebilir. Bu durum hem haber programı sunucusu ile hem de Özdemir'in ekibiyle her zaman iletişime geçilebileceğine dair bilgi vermektedir.



**Resim 3.14.** 5N1K Programının Sunucusu Cüneyt Özdemir

Cüneyt Özdemir, programda konular arası bağlantıyı sağlamak için gerçekleştirdiği anonslarla hem programın temposunu yükseltmekte ve programa dramatik bir anlatım katmaktadır. Anonslarda verdiği tepkilerle, olayı kendisi de yaşıyormuşçasına davranarak, daha inandırıcı görünmeyi başarmıştır. Cüneyt Özdemir, haberlerin sunumunu gerçekleştirirken, habere dair genel bilgiler ışığında, mecazi ve çağrışımsal ifadelerle haberi destekleyip öykülendirerek bir bağlam oluşturmaktadır. Dolayısıyla ele alınacak haberlerin konusu ne olursa olsun, olaylar arasında bir bağlantı ve nedensellik ilişkisi oluşturulmaya çalışılmaktadır. Cüneyt Özdemir programın birçok aşamasında aktif bir şekilde yer alan kişi olma niteliğiyle, aynı zamanda hangi olayın haber değeri taşıdığını ve haberlerin ne şekilde kurulacağını belirleyen eşik bekçisi konumunda bulunmaktadır.

Televizyon haberlerinde güvenilirliği sağlamanın yollarından biri, programda muhabirlikten gelen haber spikerlere yer verilmesidir. Gazetecilik deneyimiyle izleyicilerin güvenini kazanmış sunucuların, gerçekçiliği arttıracığı düşünülmektedir. (Kars, 2010: 155) Ali Kırca, Mehmet Ali Birand gibi isimler, gazetecilik kökeninden gelen ve izleyicilerde güven duygusu uyandıran sunuculara örnek olarak gösterilebilirler. Cüneyt Özdemir de tıpkı bu isimler gibi uzun yıllar gazetecilik mesleğini icra etmiştir. 1992 yılında 32. Gün haber programının arşiv bölümünde göreve başlayıp muhabirlik,

kameramanlık, montajcılık, yönetmenlik de dahil olmak üzere genel yayın yönetmenliğine kadar bütün görevleri yapmıştır. Bu işin tabiri caizse mutfağında yetişmesi ve uzun yıllar edindiği tecrübelerle Özdemir, izleyicilerin güvenini kazanmıştır. Eski 32.Gün çalışanlarından biri olan Cüneyt Özdemir 5N1K programının hem sunucusu hem de yapımcısıdır. Yapımcı sıfatında olması Özdemir'i, programın içeriği ve konuları işleyiş tarzı bağlamında daha esnek ve özgür kılmaktadır. Çünkü programın sunumu olduğu gibi yönetimi de bir nevi onun elinden gerçekleşmektedir. 5N1K programının 19 yıldır aynı sunucuyla ve aynı anlatı gelenekleriyle devam ediyor oluşu hem Cüneyt Özdemir'i hem de 5N1K programını klasikleştirmiştir. Bu durum; programın prestijini, güvenilirliğini ve inanırlığını arttırmaktadır.

Haber sunucuları, kulağın göze teslim olduğu modern çağda, birer öykü anlatıcısı olarak kabul edilmektedirler. Cüneyt Özdemir de bu anlatıcılardan biri olarak, gerek dış görüntüsü gerekse kullandığı beden dili ve üslubu aracılığıyla söylemsel bir gösterinin parçası olarak karşımıza çıkmaktadır. Sunucuların izlerkitleyle kurdukları göz teması, onların hem inandırıcılığına hem de yetkin bir sunucu izlenimi vermelerine katkı sağlamaktadır. Bu sayede sunucunun anlattıkları daha inandırıcı gelmekte ve yine gözler aracılığıyla habere farklı anlamlar yüklenmektedir. Özdemir, haberin içeriğiyle uyumlu olarak gözlerini iri iri açarak, kapatarak veya kısarak programda ele alınan olayların önemine dikkat çekmektedir (Sevim, 2010: 13). İzleyicilerle kurduğu göz temasını kaybetmemeye özen gösteren Özdemir, izleyicilere doğrudan bakarak bir çeşit gerçeklik yaratmaktadır.

Göz teması ve yüz yüze iletişimle, sunucu izleyicilere yaklaşmakta ve el, kol, parmak hareketleriyle habere bir dinamik kazandırılmaktadır. Bu nitelikleriyle bir çeşit "aura" yaratılmaktadır. "Aura" Benjamin'in temel kavramlarından biri olarak karşımıza çıkmakla beraber, geleneksel sanat yapıtının bir anlık ve biricik oluşunu ifade etmektedir. Benjamin'in sanat yapıtlarının doğası üzerine söyledikleri, haber sunucularının ne şekilde bir imge ile ekrandan hitap ettiklerini anlamaya imkan sağlayabilecek niteliktedir. "Aura" sı olan sanat yapıtının "biricik", "burada" ve "şu anda" oluşu, "gerçeklik" kavramını oluşturmaktadır. (Benjamin, 1995: 48) Bunu haber programına uyarlayacak olursak canlı yayında yani, "şimdi" evlere konuk olan haber programı sunucusu, izleyicilere çok yakın, yani "burada"dır. Belli gün ve belli saatte ekrandan izleyiciyi selamlayıp "biricik"lik vasfıyla bir çeşit aura yaratan haber programı sunucusu, bağlantısı olmayan olaylar

arasında bir ilişki kurarak haberin odak noktasına konumlanan güçlü bir kişiliğe dönüşmektedir. (Sevim, 2010: 26) 5N1K programında da bu üç unsur bir araya gelerek bir çeşit aura yaratılmıştır.

Aynı zamanda Özdemir'in göze çarpan beden dili nitelikleri arasında, başını hep dik tutması dikkat çekmektedir. Bu durum, onun haber içindeki merkezi yerine, ilginin odağında yer aldığına ve özgüvenli kişiliğine işaret etmektedir. Böylelikle Özdemir haberin odağındaki güçlü kişilik olarak, haberde yer alan olaylarla ilgili duygu ve düşünceleri daha yakından duyumsanmaktadır. Sunucunun programda ele alınan konuların duygusuna uygun şekilde gülümsemesi veya dudaklarını sarkıtması, ona duygusal bir nitelik kazandırmaktadır. Böylece, daha içten ve daha gerçekçi bir görünüme bürünerek, izleyenlerin duygularına yön verebilmektedir.(Sevim, 2010: 9-16) Özdemir de program da eğlence içerikli haberleri sunarken ve kapanış anonsunu yaparken gülümsemektedir. Bu tavrıyla konuklarını güler yüzle uğurlayan bir ev sahibi edası sergilemektedir.

Beden dilinde el, kol, parmak hareketleri de önemli bir yer tutmaktadır. Haber programı sunucusu bu hareketlerle sözcüklerin etkisini arttırmaktadır. Böylece sunucunun konuya olan hakimiyeti ve haberdeki otoritesi hakkında fikir sahibi olunabilmektedir. Özdemir de el, kol, parmak hareketlerini program içerisinde aktif şekilde kullanmaktadır. Duygu ve düşüncelerini bu hareketlerle desteklemektedir.

Caradec (Caradec'ten akt. Sevim, 2010: 17), işaret parmağının söze eşlik ettiğini, hatta bazen sözün yerine geçebileceğini vurgulamıştır. bu bağlamda, bir şeyleri göstermek, reddetmek, yadsımak ya da otoriteyiz yansıtmak istediğimiz zaman işaret parmağının kullanımı etkili olabilmektedir. Özdemir de program içerisinde iki elini birleştirip işaret parmaklarını öne çıkararak anlattığı olayın farklı yönlerini vurgulamakta ve parmaklarının bu pozisyonuyla, özellikle altını çizmek istediği bir durumu ifade etmektedir.



**Resim 3.15.** 5N1K Programı Sunucusu Cüneyt Özdemir'in 19 Mayıs 2018 Tarihli Yayından Bir Görüntüsü

Özdemir, haber konusu olan olayı anlatırken elinin tüm parmaklarını yukarı doğru kaldırarak konuya olan hakimiyetini ve haberdeki yetkinliğini vurgulamaktadır. Aynı zamanda var olan duruma dikkat çekmektedir. Aynı zamanda kırışan alnı olayla ilgili kaygılı olduğunu işaret etmektedir. Etkin el, kol, parmak hareketleriyle haberdeki otoritesini göstermekte, dikkatleri haberin görüntüsüne çekmekte ve izleyicilerde merak uyandırmaktadır. (Sevim, 2010: 16)



**Resim 3.16.** 5N1K Programı Sunucusu Cüneyt Özdemir'in 19 Mayıs 2018 Tarihli Yayından Beden Dilini Yansıtan Bir Görüntüsü

Kullandığı beden diliyle endişe, hüzün, hoşnutsuzluk ve kızgınlık gibi duyguları yansıtarak haberi yaşıyormuş izlenimi veren Özdemir, programın anlatı yapısını etkilemekte ve inandırıcılığı pekiştirmektedir. Böylece “duygu oluşturunca” işlev ön plana çıkartılarak, izler kitlenin duygularına hitap edilmektedir. Bu durum izleyicilerle arasında duygusal bir bağ oluşmasını sağlamaktadır. Kurulan bu bağ sayesinde haber programında yer alan sunucu ile izleyiciler arasında bir tür paylaşım süreci meydana gelmekte ve bu durum, sunucunun inandırıcılığını güçlendirmektedir.



## SONUÇ

Televizyon programları zaman içerisinde, içerik ve biçim açısından bir takım gelişmeler yaşamıştır. Bazı program türleri alt dallara ayrılarak yeni tür ve formatlar ortaya çıkmıştır. Sonradan türetilen formatlardan biri olan haber programları, biçim açısından ele aldığımızda belgeselin alt türü, içerik açısından ele aldığımızda ise haberin alt türü olarak karşımıza çıkmıştır (Poyraz, 2002: 79). Haber programı, içerisinde belgesele ve habere ait birtakım unsurlar barındıran, bu iki tür arasında yer alan melez bir tür olarak karşımıza çıkmaktadır. Konu ve gelişmelerin daha detaylı bir şekilde ele alınması, her akşam değil belirli periyotlarla yayınlanması, kurmacaya yer verilmesi, bültenlere göre daha geniş zaman süresini kapsamaması, aktarılan haberlerin uzman konuklarla, kişisel yorumlarla tartışılması gibi unsurlar haber programlarını, haber bültenlerinden farklı kılmaktadır.

Bu tez çalışmasında, televizyon kanallarının vitrini konumunda olan haber programlarının, anlatı yapısı ve sunum biçimi ele alınmaktadır. Üç bölümden oluşan tezin ilk bölümünü; haber olgusu, televizyon haberciliğinin yapısal nitelikleri ve televizyon haberine dair kuramsal yaklaşımlar oluşturmaktadır. İkinci bölüm ise konu olarak, haber programlarının tarihsel gelişimini ele almaktadır. Aynı zamanda “haber programı” kavramı irdelenerek, bu konudaki kafa karışıklığı giderilmeye çalışılmış, diğer program türleri ile arasındaki farklılıklar ortaya konmuştur. Böyle bir kuramsal çerçevenin ardından tezin son bölümünde; kitle iletişiminin yapılanmış bir süreç olduğu yaklaşımından hareketle, televizyon haber programları irdelenmiştir. Haber programlarının genel niteliklerini yansıttığı düşüncesiyle, Türkiye’nin en uzun soluklu haber programlarından olan “5N1K”nın 19 Mayıs 2018 tarihli bölümü seçilerek analiz edilmiştir. Bu programın anlatı yapısı ve sunum özellikleri ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Gerçekleştirilen analize göre 5N1K haber programı gerçekleri, edebi, duygusal, şiirsel ve dramatik bir sunum tarzıyla aktarmaktadır. Böylece izleyici kitlesinin ilgisini çekerek, onları etki altında bırakmak amaçlanmıştır. Programda, dünya televizyonlarına hakim olan bir sunum tarzı kullanılarak, izlenme oranı arttırılmaya çalışılmıştır. 5N1K haber programı, yine aynı amaçla; olayları aktarırken, toplumu duygusal anlamda etkileyen, mevcut geleneksel yapıyı pekiştirip koruyan, onlara uyum sağlayan bir anlatım



tarzı benimsemiştir. Programın sunucusu olan Cüneyt Özdemir, oluşturduğu anlatım tarzıyla, güven veren ve her şeye muktedir bir imaj çizerek adeta mitik bir kahraman olarak karşımıza çıkmaktadır. Programın öykü anlatıcısı ve bağlantı noktası olarak, olaylar arasında gerekli geçişleri sağlamaktadır. Aynı zamanda olayların yaşandığı sıcak bölgelerden seslenerek, izleyici adına kendilerini orada hissetmeleri için gereken tüm çabayı göstermektedir.

Haber programlarında bütün öykünün nasıl birleştirileceği ve ne şekilde ele alınacağına dair gelenekler vardır. Sunucunun olaylar arasında bir bağlantı kurucu ve ya öykü anlatıcı rolünü üstlenmesi bir gelenektir. Muhabirlerin, sözü stüdyodakilere vermeden önce kendilerini tanıtmaları ve nerede bulduklarını belirtmeleri bir gelenektir. (Burton, 1995: 140). 5N1K programı üzerine gerçekleştirilen analizde, bu tür anlatı geleneklerine sıkça yer verilmiştir. Zaman içerisinde sürekli tekrarlanarak kendine yer edinmiş bir uygulamalar bütünü olarak karşımıza çıkan bu gelenekler, haber programlarının anlatı yapısının oluşturulmasında oldukça etkilidir.

5N1K haber programında, magazineller içeriklere ve eğlence unsurlarına da yer verildiği görülmektedir. Bu unsurlar, izleyicilerin “eğlence” ve “kaçış” ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Böylelikle izleyicilerin fantezilerini ve bilinçaltı duygularını geliştirmelerine katkıda bulunabilmekte, aynı zamanda psikolojik gerilimlerini ve sosyal gerginliklerini azaltmaya yardımcı olabilmektedir. Bu nedenle haber, eğlence ve kaçış işlevleriyle önemli toplumsal ve psikolojik uyum hizmetleri görebilmektedir. (Bennet, 2000: 366). Diğer yandan magazineller konuların yer alması, 5N1K haber programına magazineller bir boyut katmıştır. Türkiye ve Dünya gündemine dair önemli gelişmeleri konu alan program, aktardığı olayları, tempolu, ritmik bir müzikle ve dramatik kurgu tekniğini kullanarak, izleyicileri etkisi altına alan bir anlatıya dönüşmüştür.

Bu merak uyandırıcı ve duygusal nitelikler barındıran anlatıma ek olarak, ses ve görüntü üzerinde yapılan birtakım oynamalar da aktarılan haberleri, kurmaca bir öyküye dönüştürmektedir. Söz konusu analizde gerçekliğin; kurgu, müzik, masalsı anlatım, canlı yayın ideolojisi ve dramatik unsurlar aracılığıyla yeniden inşa edildiği görülmektedir. Böylelikle izleyicilerin dikkati çekilerek, habere odaklanmaları kolaylaşmaktadır. 5N1K haber programında izleyici kitlesini genişletmek amacıyla, dramatik unsurların hakim

olduğu bir sunum biçimi benimsenmiştir. Ancak haber programlarında kullanılan dramatik unsurlar bir takım sorunları ve eleştirileri de beraberinde getirmektedir.

Öncelikle haberlerin dramatikleştirilmesi, haberin içeriğini önemsizleştirmektedir. İzleyicilerin dikkati, haber konusu olan önemli olay ve sorunlar yerine, dramaya yönelmektedir. Böyle durumlarda drama, olayın gerçek önemini yansıtabilse bile izleyicileri, olayın barındırdığı kalıcı ve genel politik anlamdan uzaklaştırmaktadır. Ayrıca dramatik unsurlarla bezenmiş haberler genel anlamda kavranması kolay, basit ve eylemin arka perdesindeki bireysel faktörlere kısmi bir açıklama getirdiklerinden; izleyenlere durumun iç yüzünü anladıklarına yönelik yanlış bir izlenim verebilmektedir. Dramatik haberlerin neden olduğu bu yanlış anlayış bazı problemleri beraberinde getirmektedir. Bu noktadaki problem, bireylerin önemli sosyal sorunlarla aktif bir biçimde uğraşmak hususunda hazırlıksız bırakılmasıdır. İnsanların sahip olduğu uzlaşma, planlama ve ince analiz kapasitesi; dramatik haberlerin taşıdığı çatışma, kriz ve basitleştirilmiş imajlar karşısında eriyebilmektedir (Bennet, 2000: 113-114).

Televizyon yayıncılığı kar odaklı çalışan ticari bir sektör olması sebebiyle liberal ekonominin kuralları, her programda olduğu gibi, haber programları için de işlemektedir. Televizyon kanalları, büyük sermayelerle gerçekleştirdiği bütün programlardan olduğu gibi haber programlarından da ortaya konulan sermayenin karşılığını almayı beklemektedirler. Bu tarz bir bakış açısı, haber programlarının gerek içerik gerekse biçim açısından, reklam verenlerin ve izleyicilerin arzuları doğrultusunda hazırlanmalarına neden olmaktadır. Ancak haber söz konusu olduğunda, bu ticari bağın iki taraflı olumsuz yansımaları bulunmaktadır. Program içerikleri izleyenlerin arzularına göre hazırlanması, sıkıcı ama önemli konuların göz ardı edilmesine, hoş giden fakat önemsiz birçok enformasyonun ise haber olarak verilmesine sebep olmaktadır. Bu tarz bir işleyiş, haberin asıl nitelikleri olan bilgilendirme, sosyal tehlikeleri duyurma ve bu tehlikelere karşı önlem geliştirme gibi önemli işlevlerinde bir takım noksanlıklar yaşanmasına sebep olabilmektedir (Şeker, 2007: 39).

Haber programlarında gerçekliğin olduğu gibi aktarıldığı öne sürülmektedir ancak görüldüğü üzere haber, kurgunun bütün tuzaklarını içinde barındırarak kamuoyuna aktarılmaktadır. Haber programlarının anlatı yapısına baktığımız zaman yoğun sahneler, öykü formatının kullanımı, edebi anlatımlar, dramaya yapılan vurgu, gerçek yaşamda

rastladığımızdan daha büyük karakterler ve duygusal çatışmalar karşımıza çıkmaktadır. Haber programları gerçek olayları tasvir etmekte ancak nihayetinde izleyicilere sunduğu enformasyon, dramatik öğelerle harmanlanarak aktarılmaktadır. Haber programları, izleyicilere, her biri bütüncül nitelikte olan bir dramalar serisi sunmaktadır. İzleyicilere, söz konusu haber içinde başka dünyalar ve başka yaşantılar hakkında kısa bir algı deneyimi yaşatılmakta ve sonra bir diğerine hareket edilmektedir. Bu şekilde alıcı konumundaki izleyici kitlesini beslemek için dramatize edilmiş realite, aktif bir biçimde kullanılmaktadır (Bennet, 2000: 361-362). Bu haber dramaları, önemli, ciddi, gerçek ve herkesin dikkatini çekebilecek biçimde sunulmaktadır.

Fiske ve Hartley'e göre bu sunum özellikleriyle televizyon haberleri, modern toplumlarda öykü anlatma ve mit üretme işlevini üstlenmekte, ayrıca ilkel toplumlardaki ritüellerin yerini almaktadır. (Fiske ve Hartley'den akt. Şeker, 2007: 41). Diğer bir açıdan bakacak olursak, bu şekilde kurmaca sunum özellikleri barındıran haber programlarının yüksek izlenme oranları elde ettiği de kabul edilmektedir. Türk televizyonlarında canlandırma, müzik kullanımı, çarpıcı kurgu teknikleri, görüntü tekrarı, görsel-işitsel efektler, dondurma, grafik ve arşiv kullanımı gibi kurgusal unsurların izlenme oranıyla ilişkisini açıklamayı hedefleyen bir araştırma göstermiştir ki, bu kurgusal unsurların kullanımının artmasıyla, ratinglerde artmaktadır (Orhon, 2004: 105). Bu durum, ticari kanalların izlenme kaygısı güderek başvurduğu sunum tekniklerinin amacına ulaştığını göstermektedir.

Haber programlarında aktarılan haberler belli bir kurgu sürecinden geçirilerek yeniden tasarlanmakta ve gerçeklik, yeniden inşa edilmektedir. Bu yeni inşa dramatik unsurları, haberciliğin geleneksel kodlarını ve edebi bir anlatımı içermektedir. Haber programı birincil görevi olan bilgilendirme işlevini öykü (masal) anlatma ile yerine getirmektedir. Bu bağlamda haber sunucuları, 5N1K programında olduğu gibi, oldukça etkili kişilikler olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü haber programı sunucuları, düzenli aralıklarla ve sık bir biçimde ekranda görünmekte; sundukları gerçek yaşam örüntüleri kurgusal bir nitelik kazanırken, onlar gittikçe daha gerçek bir hale gelmektedirler.

Gerçek ve kurmaca kavramları bu denli iç içe geçtiği için, bireyler gerçek yaşama ve gerçek ilişkilere dramatik unsurlardan oluşan bir perspektiften bakar hale gelmektedirler. Diğer bir deyişle gerçek ve kurmaca arasındaki sınırın giderek

silikleşmesi, bireylerin gerçek olaylara; çatışma, doruk nokta, çözüm, aksiyon gibi dramatik saymacalardan meydana gelen bir anlam örüntüsünden bakmalarına sebep olabilmektedirler (Mutlu, 1999: 87-88).

5N1K haber programının jeneriğinde “5N1K Bir CNN Türk Klasığı” şeklinde bir ifadeye yer verilmektedir. Gerçekten de 5N1K programı Türkiye’deki yayıncılık sektörü içerisinde, 19 yıl gibi uzun denebilecek bir süreçte yayın hayatına, hedef kitlesini kaybetmeden devam etmeyi başarmıştır. Ancak böyle bir program bile, gerçeği yeniden inşa ederek izleyicilere aktarmıştır. 5N1K programına dair gerçekleştirilen bu çalışma, genel olarak Türkiye’deki haber programlarının anlatı yapılarını ve sunum biçimlerini anlamaya ışık tutmaktadır. Bir televizyon yapım türü olan ve gerçeği olduğu gibi aktardığı kabul edilen haber programlarının, görüntüsel anlatım dili, konuları ve içerikleri incelenmiş ve bu anlatım tarzının sunulan gerçeği etkileyip etkilemediği ortaya konmaya çalışılmıştır. Ortaya çıkan sonuçlar ise haber programlarının “nesnellik” iddialarının farklı bir açıdan eleştirilebilmesi ve sorgulanması gerekliliğini gözler önüne sermektedir.

## KAYNAKÇA

- Aslan, K. (2014). *İkna Ekranları (Neoliberal Dönemde Haber Kanallarında Editoryal İşleyiş)*. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Aziz, A. (2013). *Televizyon ve Radyo Yayıncılığı* (6.baskı). İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Bali, R.N. (2001). “Çağımız Sohbet Çağı, Çağımız Dosya Çağı”. *Virgöl Dergisi*. Sayı: 37.
- Bennet, W.L. (2000). *Politik İlizyon ve Medya* (çev: Seyfi Say). İstanbul: Nehir Yayınları.
- Burton, G. (1995). *Görünenden Fazlası Medya Analizlerine Giriş*. (Çev: Nefin Dinç). İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Cereci, S. (2001). *Televizyonda Program Yapımı*. İstanbul: Metropol Yayınları.
- Chomsky, N. (2002). *Medya Gerçeği* (çev: Abdullah Yılmaz-Osman Akınhay). (3.basım). İstanbul: Everest Yayınları.
- Dilekçen, T. (2005). *5N1K Televizyon Haberciliği*. İstanbul: Okumuş Adam Yayıncılık ve Eğitim Hizmetleri.
- Duran, R. (2001). *Burası Dünya Polis Radyosu: Global Medya Eleştirileri* (2.baskı). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Dursun, Ç. (2014). *TV Haberlerinde İdeoloji*. Ankara: İmge Kitapevi Yayınları.
- Erdoğan, İ., Alemdar, K. (2005). *Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi* (2.baskı). Ankara: Pozitif Matbaacılık.
- Ergül, H. (2000). *Televizyonda Haberin Magazinellesmesi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Ertan, B. (2011). *Televizyon Haberinde Magazinellesme*. Ankara: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Tezi.
- Esslin, M. (1991). *Tv (Beyaz Camun Arkası)*. (Çev: Murat Çiftkaya). İstanbul: Pınar Yayınları.
- Fiske J. (1995). *Postmodernizm ve Televizyon* (çev: Doç. Dr. Yasemin İnceoğlu). Marmara İletişim Dergisi. Sayı: 9 <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/2866>.

- Girgin, A. (2003). *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i* (2.baskı). İstanbul: İnkilap Kitapevi.
- Herman, E.S., Chomsky, N. (2012). *Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politikası* (çev: Ender Abadoğlu). (2.basım). İstanbul: BGST yayınları.
- İnceoğlu, Y.G. (2000). *Uluslararası Medya*. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş.
- Jeanneney, J.N. (1998). *Başlangıcından Günümüze Medya Tarihi*. (Çev: Esra Atuk). İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık.
- Kars, N. (2010). *Haberin Tarihi, Kuramları, Söylemi ve Radyo-Televizyon Haberciliği*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Kılıç, L. (2000). *Görüntü Estetiği*. İstanbul: Ankara Yayınları.
- Küçüközyiğit, U. (2016). "Teknolojiyle Hızlanan Haber Akışı ve Bir haber Değeri unsuru olarak güncelliğin dönüşümü". *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)*. 1(1).
- Matelski, M.J. (2000). *TV Haberciliğinde Etik*. (çev: Bahar Öcal Düzgören) (2.baskı). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Mete, M. (1999). *Televizyon Yayınlarının Türk Toplumunu Üzerindeki Etkisi*. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları.
- Morley, D., Robens, K. (1997). *Kimlik Mekanları Küresel Medya, Elektronik Ortamlar ve Kültürel Sınırlar*. (çev: Emrehan Zeybekoğlu). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Mutlu, E. (1995). *Televizyonda Program Yapımı*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.
- Mutlu, E. (1999). *Televizyon ve Toplum*. Ankara: TRT Eğitim Dairesi Başkanlığı
- Mutlu, E. (2015). *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Narmanlıoğlu, H. (2005). *Fıkra Tadında Haberler*, İstanbul: Dergah Yayınları.
- Orhon, E.N. (2004). *Değişim Değeri Açısından Televizyon Haberi: Teknolojik ve İdeolojik Boyutuyla Metalaşan Televizyon Haberleri*. Eskişehir: T.C Anadolu Üniversitesi Yayınları. No: 1537.
- Özel, S. (2015). *Yeni Medya Çağında Televizyon*. İstanbul: Derin Yayınları.

- Özsoy, A. (2011). *Televizyon ve İzleyici: Türkiye’de Dönüşen Televizyon Kültürü ve İzleyici*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Parsa, S. (1993). *Televizyon Haberciliği ve Kuramları*, İzmir: EÜİF. Yayınları.
- Postman, N. (2012). *Televizyon Öldüren Eğlence*. (Çev: Osman Akinhay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Poyraz, B. (2002). *Haber ve Haber Programlarında İdeoloji ve Gerçeklik*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Ramonet, İ. (2000). *Medyanın Zorbalığı*. (çev: Aykut Derman). İstanbul: Om Yayınevi
- Sevim, B. A. (2010). *Kulağın Göze Teslim Olduğu Çağda Yıldız Ana Haber Sunucusunun Beden İmgesi: Mehmet Ali Birand Örneği*.  
<http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/YildizSunucuHacettepe.pdf>.
- Şeker, M. (1999). *Televizyon Haberciliği*. Konya: Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Şeker, M. (2007). “Televizyon Haberciliğinde Küresel Format ve Haberciliğe Etkileri”. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 4, 36-44 <<http://dergipark.gov.tr/josc/issue/19014/200739>>
- Temizkan, A.C. “Televizyon Haberciliğine Bir Bakış” Özer, Ö. (Ed.) (2012). *Haberin Doğası: Gazetecilikte İdealler ve Sorunlar*. Konya: NKM Medya. Syf: 331-384
- Tuchman, G. (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. Londra: Collier-McMillan Publication.
- Total, N. (2006). *Küreselleşme İletişim Kültürlerarasılık*. İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Türkoğlu, N. (2015). *Toplumsal İletişim: İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara Toplumsal İletişim Tanımlar, Kavramlar, Tartışmalar* (5.baskı). Adana: Karahan Kitabevi.
- Uğurlu F., Öztürk Ş. (2006). *Türkiye’de Televizyon Haberciliği: Özel Televizyon Kanallarının Getirdikleri*. Konya: Tablet Kitabevi.
- Uluç, G. (2008). *Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı Olanaklar, Sorunlar, Tartışmalar* (2.baskı). İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.

- Uslu, K.Z. (2001). “Yazılı ve Görsel Medyada Magazinleşmenin Tarihsel ve Sosyal Dinamikleri”. *Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi*. Sayı: 12.
- Uyguç, Ü., Genç A. (1998). *Radyo, Televizyon Haberciliği*. İstanbul: Avcıol Basım-Yayın.
- Walter, B. (1995). “*Hikâye Anlatıcısı*”. *Son Bakışta Aşk*. (çev: Nurdan Gürbilek). İstanbul: Metis Yayınları.
- Williams, R. (2003). *Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim* (çev: Ahmet Ulvi Türkbağ). İstanbul: Dost Kitabevi.
- Yurdigül, Y. (2013). *Habercinin Kimliği: Türkiye’de Haber Emekçilerinin Demografik Yapısı*. İstanbul: Arı Sanat Yayınevi.

#### İNTERNET KAYNAKLARI

- Gazeteci ve Televizyoncu Cüneyt Özdemir (2008) <https://www.kariyer.net/kariyer-rehberi/gazeteci-ve-televizyoncu-cuneyt-ozdemir> Erişim Tarihi: 20 Haziran 2018
- Üretici- Tüketici kavramı. <http://en.wikipedia.org/wiki/Prosumer> Erişim Tarihi: 14 Nisan 2018
- Ben de üniversite sisteminin kurbanıyım. <http://www.hurriyet.com.tr/kelebek/ben-de-universite-sisteminin-kurbaniyim-15687151> Erişim Tarihi: 10 Mayıs 2018
- İnfotainment Television Program. <https://www.britannica.com/topic/infotainment> Erişim Tarihi: 26 Mart 2018
- RTÜK Program Türleri Kitapçığı. <https://www.rtuk.gov.tr/program-turleri-kod-kitapcigi/3734/3034/program-turleri-kod-kitapcigi.html> Erişim Tarihi: 12 Mart 2018



## ÖZGEÇMİŞ

<b>Kişisel Bilgiler</b>	
Adı Soyadı	Gülizar ÖZTÜRK
Doğum Yeri ve Tarihi	İstanbul, 1991
<b>Eğitim Durumu</b>	
Lisans Öğrenimi	Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, TV ve Sinema Bölümü
Y. Lisans Öğrenimi	Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Bildiği Yabancı Diller	İngilizce
Bilimsel Faaliyetleri	
<b>İş Deneyimi</b>	
Stajlar	TRT Harbiye Radyosu
Projeler	
Çalıştığı Kurumlar	102. Radyo Üniversite
<b>İletişim</b>	
E-Posta Adresi	
<b>Tarih</b>	