

# HABER DEĞERİ VE TELEVİZYON HABERCİLİĞİNİN SİYASAL İLETİŞİM ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: ŞİŞLİ – AYAZAĞA KÖYÜ SAKINLERİNİN TELEVİZYON HABERLERİNİ OKUMA BİÇİMLERİ ÜZERİNE BİR ALIMLAMA ÇALIŞMASI

E. Gülbuğ Erol\*

## ÖZET

*Bu çalışmanın birincil amacını seçimlere yönelik televizyon haberlerinin sunuş biçimleri ve görsel yapısıyla haber içeriklerinin yani seçim haberlerini oluşturan farklı unsurların Şişli - Ayazağa Köyü örneğinde televizyon haber bültenlerinde yer alan haberleri alımlama / okuma biçimleri üzerindeki etkilerinin ortaya konması olarak tanımlamamız mümkündür. Bu amaç doğrultusunda çalışmada medya sosyolojisi içinde yer alan bir yöntem olarak alımlama çözümlemesi kullanılmıştır. İzleyicilerin haberlere katılma yani seçimler üzerine yapılan siyasal haberlere katılma ve özellikle bu haber kategorisini yorumlama biçimlerini kavrama noktasında yine alımlama çözümlemesi içinde değerlendirilebilecek Tamar Liebes'in "izleyicilerin televizyon metinlerine katılma biçimleri" modeli uygulanmıştır.*

*Haber bültenleri katılımcılarla birlikte izlenmiştir. Her katılımcıyla ayrı ayrı derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Sonuçta örneklemin siyasal içerikli televizyon haberlerini seçim öncesinde değerlendirirken en çok yapısal okumaya başvurdukları ve bu okumalarla özellikle haberlerde kullanılan sunum biçimi ve görsel yapı üzerine yoğunlaştıkları bulgulanmıştır. Ayrıca izleyicilerin televizyon haberleri karşısında genel olarak etken bir konumda oldukları, haberler üzerine konuştukları ve bunun bir müzakere süreci olduğu tespit edilmiştir.*

*Anahtar sözcükler: Televizyon haberleri, alımlama çalışmaları, medya sosyolojisi*

## NEWS VALUE AND THE EFFECTS OF TV NEWSGIVING ON POLITICAL COMMUNICATION: A RECEPTION ANALYSIS ON THE ŞİŞLİ – AYAZAĞA VILLAGE RESIDENTS' WAYS OF TV NEWS READING

### ABSTRACT

*We can define the major aim of this paper as the ways the Şişli Ayazağa Village residents read TV news, especially how these people read political news, their visual content and presentation pattern, in addition to different elements of the news. In doing this, reception analysis which is a method in media sociology is used. In this study the effects of presentation of the television news on readings of the tele-viewers, reception studies in general, and Tamar Liebes's model in particular are chosen.*

*By the help of ethnographic method, the bulletins are followed with the tele-viewers and each of them is reported intensively. In conclusion the types of reception are proposed and we can note that most viewers prefer structural reading and they concentrate on the visual structure. Furthermore, viewers in general are active while viewing TV news and they comment on them, which is considered as a period of discussion.*

*Keywords: TV news, reception analysis, media sociology.*

### GİRİŞ

Habercilik alanında son yıllarda belirgin değişimler yaşandığı gözlemlenmektedir. Televizyon haberciliği, görsellik unsurunu inandırıcılık unsuru ile birleştirerek kamuoyunu bilgilendirmek, kademeli bir biçimde yakından uzağa gelişen olaylar hakkında haberdar etmek

olmuştur. Bununla birlikte televizyon haberlerinin tam anlamıyla dış dünyaya ait gerçekliği sunmadığı, hatta sözü edilen gerçekliği büyük ölçüde çarpıttığına ilişkin tartışmalar süregelmektedir. Özellikle siyasal iletişim kapsamında düşünüldüğü zaman haberlerin de propaganda amacına hizmet ettiği, haberlerde kullanılan görsel ve işitsel anlatım teknikleri ile seçim dönemlerinde akıldan çok duygulara hitap ede-

\* Yrd. Doç. Dr., Beykent Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi

rek bir tür eşik beççiliği görevi üstlendikleri ve kanaat ortamı yarattıkları iddia edilmektedir.

Elektronik iletişim teknolojisindeki gelişmeler, kitle iletişim araçlarının çeşitlenmesi, televizyonun görselliği, siyasal ve ekonomik gelişmelerin okuyucu ve izleyici eğilimlerini değiştirilmesi medyanın eğitim, yönlendirme ve eğlendirme gibi işlevlerinde değişikliklere sebep olmuştur. Ancak kitle iletişim araçlarının en temel işlevi olan haber verme halen önemini korumaktadır. Çünkü elle yazılan haber mektuplarından internete değin medya için en önemli temel öge haberdır.

Televizyon haberleri hızla gelişen web ortamına rağmen Türkiye’de hala toplumun duygu ve düşüncelerini şekillendirmesi bakımından birinci konumdadır. Detay ve tekrar tekrar okunabilme açısından gazete haberinin televizyon haberinden daha üstün olduğu (Yalçın 2001: 137) vurgulansa da gazete okuma alışkanlığının zayıf olduğu bir ülkede izlenmesi daha kolay olan ve akıcı görüntü unsurları ile desteklenen, özellikle de kendisine uzun yıllar güven duyulmuş, inanılabilirlik faktörü yüksek gazetecilerin sundukları televizyon haberleri daha üstün görünmektedir. Türkiye’de çarpık kentleşme oranının hızla yükselmesi ve elektronik kitle iletişimnin buna paralel gelişimi toplumsal değerlerin ve normların yeniden üretilmesini gündeme getirmiştir. Elektronik medya, özellikle televizyon ile yaşam biçimleri ve düşünme sistemleri bireylere empoze edilmektedir.

Medya dolaylı ve doğrudan topluluk içinde yaşayan herkesi etkilemektedir. Medya siyasi kesim için de oldukça önemli bir yere sahiptir. Seçkin veya sıradan her insanın bilgisinin, tutum ve davranışlarının, ideolojinin temel kaynağı medya söylemidir. Medya, politika, meslek temsilcileri ortak bir söylem üretmektedir (van Dijk 2000).

2000’li yılların başından günümüze dünya genelinde bilgi akışının hızlanması ve bilgi çağından katılım çağına geçiş haber akışını önemli ölçüde değiştirerek hızlandırmış ve genelde habercilik özelde televizyon haberciliğinin niteliğinde belirgin değişimler yaratmıştır. Televizyon haberlerinin sunduğu dış dünya ve yansıtılan gerçeklik çoğunlukla çarpıtılmıştır. Modern demokrasilerde elektronik basın

en önemli işlevi vatandaşları günlük gelişmelerden haberdar etmek, kamuoyunu aydınlatmak, kamuoyu oluşturmaktır (Alemdar 1990: 33).

Gerçekliğin bilinçli olarak yanlış temsili ve yeniden üretimiyle algılanan yeni bir dış dünya anlayışıyla karşı karşıya bulunuyoruz (Fiske 1991: 57). Bu anlayış yalnızca televizyon haberlerine özgü değil, aynı zamanda tüm televizyon içeriği için geçerlidir.

Televizyon haberciliğinin başlangıcından beri üstlendiği rol haklı gelişen olaylardan, yakın ve uzak çevresinden haberdar etmek ve halkı bilgilendirmek olmuştur. Öte yanda gelişen teknoloji televizyon haberlerini de etkilemiştir. Bilgilendirme işlevi olan ve gerçeğin bir aynası olarak kabul edilen televizyon haberleri dahi kurmaca unsurlar taşımakta ve bu anlamda televizyon haberi gerçekten uzaklaşmaktadır.

Video ve küresel haberleşme ağının gelişmesiyle birlikte haberi üretme ve yayma tekniklerinde köklü değişimler görülmüştür. Görüntülü medya ortamının gelişmesi ve artan kullanım yoğunluğu görüntünün anlamını ve ona atfedilen değeri de değiştirmiştir. Görüntünün gücünü fark eden haberciler 1990’dan bu yana televizyon haberini yeniden tanımlamaya başladılar. Bugün artık içinde gösterilecek bir şey olan haberdır (Ramonet 2000: 54).

Baudrillard’ın da belirttiği gibi, görüntü çağı içinde imgelerle yaşayan ve düşünebilen insanoglu, dış gerçekliği kameranin lensleri aracılığıyla alıyor ve anlamlandırmaya çalışıyor (Baudrillard 2000). Fiske’e göre ise günümüzün bireyinin 1 saat boyunca televizyondan izlediği görüntü miktarı, endüstrileşmemiş bir toplumun bireyinin ömrü boyunca izlediği görüntü miktarına eşittir (1991: 59).

İçinde yaşadığımız çağda imge ve gerçek iç içe geçmiştir ve bu olgusal gerçeği televizyon haberleri fazlasıyla kullanmaktadır. Televizyon haberi artık kendini olayın yerine koymakta ve görüntünün mutlak egemenliğiyle haberin kendisi bir gösteri halini almaktadır (Baudrillard 2000: 139). Bu anlamda izleyicinin haberi alımlama ve değerlendirme sürecinde haberin görselliği ve sunuş biçiminin işlevi daha çok önem kazanmaktadır. Bu eleştirel perspektif

çerçevesinde bu çalışma izleyicilerin televizyon haberlerini ve haberciliğini nasıl değerlendirdikleri, kısaca izleyicilerin haberle olan ilişkisini anlamaya yöneliktir.

Zira medya tüketimi konusunda bireyler salt birer pasif tüketici değildir. Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımının insanlar kitle iletişim araçları ile ne yapar sorusu, bireylerin sanıldığı aksine pasif olmadıklarının bir göstergesidir. 1970'lerde Kültürel Çalışmalar kapsamında Hall, kodlama ve kod açılma yaklaşımı ile Kullanımlar ve Doyumlar modelinin çıkmazlarını açma yolunda önemli bir yere sahiptir (McQuail ve Windahl 1997: 154)

### 1. ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ

Haber üretim sürecinde profesyonel meslek ilkeleri ön plandadır ve haber değeri bilgisine sahip olmak bu ilkelerin başında yer almaktadır. Ancak haber değeri büyük ölçüde kitle iletişim araçlarının yayın politikalarına bağlıdır. Reklam, haber ve magazinellerin etkili görüntülerle beslenerek bir haber dilinin oluşturulması haberin bir tüketim nesnesi olmasına yol açmıştır. Oysa ki televizyon haberleri izleyenlerin duygularının ve düşüncelerinin şekillenmesi bakımından son derece önemli bir yere sahiptir. Anlaşılmadığı zaman tekrarı mümkün olmayan televizyon haberinin kamuoyunu aydınlatması ve vatandaşların doğru bir biçimde günlük gelişmelerden haberdar olmasını sağlaması gerekmektedir. Bilgilendirme işlevi modern demokrasinin olmazsa olmaz şartı olan televizyon haberlerinin kurmaca unsurlar taşıması televizyon haberini gerçekten uzaklaşmaktadır. İmge ve gerçekliğin iç içe geçmesi olgusunu televizyon haberleri fazlasıyla kullanmaktadır. Bu nedenle izleyicinin haberi alımlama ve değerlendirme sürecinde haberin görseelliği ve sunuş biçiminin işlevi daha çok önem kazanmaktadır. Bu eleştirel perspektif çerçevesinde bu çalışma izleyicilerin televizyon haberlerini ve haberciliğini nasıl değerlendirdikleri, kısaca izleyicilerin haberle olan ilişkisini anlamaya yöneliktir. Medya tüketimi konusunda bireyler pasif tüketici değildir. Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımının insanlar kitle iletişim araçları ile ne yapar sorusu bireylerin sanıldığı aksine pasif olmadıklarının bir göstergesidir.

Bu anlamda çalışmanın sorunsalı, örnekleme ve yöntemi bu saptamadan hareketle yapılmıştır. Dolayısıyla bu çalışmanın temel amacını televizyon haberlerinin sunuş biçimleri ve görsel yapısıyla haber içeriklerinin, bir başka deyişle haberi oluşturan farklı unsurların Şişli – Ayazağa Köyü sakinlerinin televizyon haber bültenlerinde yer alan haberleri alımlama / okuma biçimleri üzerindeki etkilerinin ortaya konulması olarak tanımlanabilir.

Bu çalışmada Şişli – Ayazağa Köyü sakinlerinin örneklem olarak seçilmesinin birinci nedeni Ayazağa Köyü'nün İstanbul'da bir kasaba görüntüsüne sahip olmasıdır. Ayazağa Köyü'nün profilini düşük eğitilmiş, hatta okuma-yazma bilmeyen, düşük gelirli ve az kültürlü olarak tanımlamak mümkündür. Bu bakımdan yönlendirilmeye açık bir görüntü vermektedir. Bu anlamda Ayazağa Köyü pasif ve eleştirel bakışa fazla sahip olmayan kesim olarak nitelendirilmektedir. Bu noktada çalışmadaki ilk sorunsal Ayazağa Köyü sakinlerinin bu potansiyellerini haberleri alımlama / okuma konusunda nasıl değerlendirdikleridir. Çalışmanın başat varsayımı Tamar Liebes'in izleyicilerin televizyon metinlerine katılma biçimleri modeliyle ilişkilendirilmiştir. İzleyiciler aynı haber bültenlerindeki televizyon haberlerini izlerken farklı oranlarda göndergesel (gerçekçi ve oyuncu) ve yapısal (ideolojik ve estetik) okumalar gerçekleştirirler. Bu okumalar hem haberin sunulma biçimine, haberlerin türüne ve haberlerin görsel ve anlatsal yapılarına; dolayısıyla haber değerlendirme ölçütlerine hem de izleyicilerin sosyo-ekonomik ve kültürel özelliklerine göre farklılıklar gösterir. Medya metinleri ile izleyici arasındaki hegemonik ilişkiyi çözümlenme amacıyla olan metin-okuyucu modeli temelli bir sosyolojik çalışma tercih edilmiştir ve farklı metin okuma biçimlerinin ortaya konması ve tartışılması hedeflenmiştir.

Bu varsayım çalışma bağlamında Ayazağa Köyü sakinlerinin televizyon haberlerini okuma biçimleriyle bu okumaları yönlendirdiği düşünülen haberlerin sunulma biçimi, haberlerin türü ve içeriği ve haberlerin görsel ve anlatsal yapıları arasındaki ilişkiyi tanımlama noktasında yeniden sorunsallaştırılmıştır.

Çalışma esas olarak iki ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde sorunsalı ortaya koy-

makta ve toplanan veriyi yorumlamakta kullanılan kuramsal model açıklanarak tartışılmaktadır. İkinci bölümde de toplanan veri Tamar Liebes'in televizyon metinlerine katılma biçimleri modeli ve sorunsal bağlamında belirlenen haber değerlendirme kategorileri çerçevesinde değerlendirilmektedir. Çalışmada 29 Mart 2009 yerel seçimlerine ilişkin seçilen TRT1, KanalD, Kanal7 ve NTV televizyonlarının haber bültenlerinde yer alan siyasal haberler ile ilgili alımlama analizi yapılmıştır. Alımlama analizi aşağı yukarı eşit seviyede sosyo-demografik özelliklere sahip 12 izlerin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Belirlenen gün ve saatlerde haber bültenleri katılımcılarla birlikte izlenmiştir. İzlemenin ardından programın katılımcılarda bıraktığı bilişsel etkileri, bir başka deyişle program ile ilgili alımlamalarını tespit etmek amacıyla her katılımcıyla ayrı ayrı derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Katılımcıların yorumları içlerinde yaşadıkları ortama paralel olup bu şekliyle değerlendirilmiştir.

## 2. TELEVİZYON HABERLERİNİN ALIMLANMASINDA YENİ BİR MODEL: ALIMLAMA ÇALIŞMALARI

Alımlama çalışmaları farklı araştırma geleneklerinin iç içe geçtiği ve kaynaştığı bir alandır. Alımlama çalışmaları açısından 3 gelenek bir araya gelmiştir. İlk olarak metin okuma ve kavrama edebiyat çalışmaları ile başlamıştır. Edebi metnin anlamı okuyucunun deneyimleri ile biçimlenir, dolayısıyla kişiden kişiye değişiklik gösterir. Kültürel Çalışmalar Geleneği ise bir metnin kodlanmış olduğunu ve değişik kod açımalarının mümkün olduğunu önererek alımlama çalışmalarına katkıda bulunur. Ayrıca Barthes'in göstergebilimsel yöntemi ile mesajların yapısına yerleştirilen ideoloji anlayışı da alımlama çalışmalarına katkıda bulunmaktadır. Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı da izleyicinin kitle iletişimi karşısında aktif bir konumda olduğunu iddia ederek alımlama çalışmalarını etkilemiştir (Pasquier 1997).

Günümüzde izleyicilerin haber metinlerini nasıl anlamlandırdıkları, onunla nasıl bir ilişki kurduğu üzerine yapılan ve medya sosyolojisi kapsamında değerlendirilen çalışmalar iki model üzerine yoğunlaşmaktadır. Bunlardan biri metin-okuyucu modelidir. Bu modelde izleyicinin haber metnini nasıl okuduğu ortaya çıkar-

tılır, izleyicinin haber metninin içindeki anlamları nasıl alımladığı ve anlamlandırdığı araştırılır.

Diğer model alımlamanın bağlamı modelidir. Bu model etnografik ve antropolojik yöntemlerle beslenir ve izleyicilerin haber metinleriyle kurdukları ilişkilerin sosyal ve kültürel bağlamlarını ortaya çıkartmaya çalışır.

Genellikle edebi alanda uygulanan alımlama kuramına göre yapıt ancak okurun zihni tarafından boşlukların doldurulmasıyla bütünlüğe kavuşur. Yani okurun alımlama etkinliği olmaksızın yapıt varlığını tamamlayamaz, dolayısıyla yapıt olamaz. Fish bu tanımı biraz daha ileri götürür ve yapıtın yalnızca boşluklarının değil, tümünün alılmayıcının zihninde kurulduğunu, dolayısıyla yapıt diye sözünü ettiğimiz şeyin yalnızca her alımlayıcının zihninde farklı farklı canlandığı gerçeklikler olduğunu vurgular (Pasquier 1997).

Alımlama çalışmaları Stuart Hall'un kodlama ve kod açımama kuramından etkilenir ve haber metinlerinin izleyiciler tarafından nasıl okunduğunu araştırır. Bu çalışmanın ise temelinde iki ana yaklaşım bulunur. İdeolojik çözümleme yaklaşımının temel varsayımı bütün görsel – işitsel söylem yapılarının izleyici karşısında hegemonik bir değeri olabileceğidir. Bu yaklaşım, televizyon haberlerinin izleyiciye sadece haber aktarmadığını aynı zamanda izleyici için fazla açık ve görülür olamayan ideoloji içeren iletiler aktardığını ifade etmektedir. Bu eleştirel yaklaşım, 1970'li yıllardan itibaren yerini televizyon haberlerinin anlamı nasıl ürettiği ve ilettiği sorunsalına bırakır. Bu yeni yaklaşımda televizyon haber bültenleri için değişik çözümleme yöntemleri bulunur; bunlardan en sık kullanılanı anlamın küresel karakteristikleri ve haberler tarafından nasıl kodlandığı ve iletildiğidir. Bu noktada eleştirel kuram televizyon haberlerinde üretilen anlamları televizyon haberlerini oluşturan tüm unsurların birlikteliğinden yola çıkarak tanımlamaktadır (Dahlgren 1990: 300-302'den akt. Cankaya ve Köksalan).

Kültürel çalışmalar kapsamında görülen metin-okuyucu modeli haberlerin çözümlenmesi alanında kendini göstermektedir. Model, medya metniyle üretilen ve gösterilen anlamların izleyici tarafından nasıl okunduğuna dayanmak-

tadır. Bu modelin temelinde Hall'un kod açım-  
lama modeli yatmaktadır. Medya metnlerinin,  
üretim ve tüketim süreçlerinin ideoloji merkez-  
li çalışılması, İngiliz Kültürel Çalışmaları ile  
başlamıştır. İngiliz Kültürel Çalışmaları, med-  
yayı, toplumda hakim ideoloji ve değerleri ye-  
niden üreten bir kurum olarak görür (Dağtaş  
2003: 17). Kültürel çalışmalar, anlamların şef-  
faf taşıyıcıları olarak medya metinleri kavra-  
mından koparak, metnlerin ideolojik ve dilsel  
yapılanmalarına odaklanır. Öte yandan etkin  
izleyici ve etkin okuma anlayışı ile medya ileti-  
lerinin kodlanmaları ve izleyicilerin değişik  
kod açımlarıyla ilgilenir (Dursun 2001: 40).

Kültürel Çalışmalar toplumsal bir teori olmadı-  
ğı gibi kitle iletişimi teorisi de değildir. Ancak  
kültür endüstrileri ve onların izleyicileri ara-  
sındaki ilişkiyi yorumlayış biçimleri onları hem  
işlevselci okulun hem de alımlamaya verdikleri  
önem nedeniyle Frankfurt Okulu kuramcılarının  
karşısında konumlandırılmaktadırlar. 1980'li  
yıllarda kültürel çalışmalar medya içeri-  
klerinin incelenmesiyle ivme kazanır ve bu  
yıllarda farklı eğilimler ortaya çıkar.

Marksist kuram içine eklenen İngiliz Kültü-  
rel Çalışmaları'nın önemli temsilcilerinden  
Stuart Hall, ideolojiyi, anlamlar çerçevesinde  
geçen bir mücadele olarak görür. O'na göre,  
olaylar kendi başlarına bir anlam ilemezler.  
Olayların ister gerçek ister kurmaca olsun anla-  
şılabilir kılınması için sembolik biçimlere dö-  
nüştürülmesi gerekir. Bu işleme kodlama adı  
verilir. Hall, göstergenin çok anlamlılığından  
bahseder ve kodların açımında yan-  
anlam düzeyinin daha açıklayıcı olduğunu ileri  
sürer (Dağtaş 2003: 25-27).

Saussure'ün etkisiyle yapısalcı yaklaşımı be-  
nimseyen Hall, her metnin sınırlı sayıda oku-  
nabileceğini söyleyerek okuyucunun bu sınırlı  
biçimler arasından bir seçim yaptığını iddia  
eder. Ancak Hall daha sonra önerdiği kodlama  
ve kodaçım modelinde bu iddiasından  
vazgeçer ve medya içeriği ile izleyici arasında-  
ki ilişkiyi üretimsel bir paradigma içinde ta-  
nımlar (Mutlu 1999: 99-100).

Hall medya metnlerinin çokanlamlı olduğunu  
iddia etmiştir. Alımlama süreci açısından  
Hall'a göre simgesel olarak kodlanan bir metni  
okumanın üç farklı yolu vardır (Hall 1997: 62-  
63).

- (i) **Hakim – hegemonik Okuma** metnin me-  
saj tarafından önerilen biçimiyle yorum-  
lanmasıdır. Burada kodlama ve kod açım-  
lama arasında tam bir denklik sözkonusu-  
dur.
- (ii) **Pazarlıklı Okuma** biçiminde kodlanan  
mesaj ile izleyicinin yorumu arasında uz-  
laşma ile sonuçlanan bir alımlama sürecin-  
den söz edilebilir. Burada, kodlanmış me-  
saj izleyici tarafından kabul edilse de izle-  
yici mesajın hakim anlamını değerlendir-  
me konusunda çelişkili anlamlar üretir.
- (iii) **Muhafif Okuma** modelinde izleyici prog-  
ramda sunulan tüm mesajları tümünden red-  
detmektedir (Hall 1999: 59-61).

Araştırmaya yol gösteren Tamar Liebes ise  
yeni bir okuma modeli önermiştir: Televizyon  
metnlerine katılma biçimi. Liebes televizyon  
metnlerine katılma biçimlerini değerlendirir ve  
her birinde iki kavram bulunan iki ayrı kategori  
oluşturur. Birinci kategoride yer alan kavramlar  
metin okumasının kapalı ya da açık olma du-  
rumunu ifade eden haber metninin açıklığı ya  
da kapalılığı kavramlarıdır. Bir haber metninin  
açık ya da kapalı olması, metnin çoklu okuma-  
ya veya anlamlandırmaya imkan verecek bi-  
çimde oluşturulmuş olması anlamına gelir. Ka-  
palılık ise metnin çoklu okumaya veya anlam-  
landırmaya imkan vermeyecek biçimde oluşturu-  
lmuş olması demektir. İkinci kategoride,  
göndergesel ve yapısal okumalar yer almaktadı-  
r. Liebes, göndergesel okuma kavramıyla  
televizyon metninin gündelik yaşama gönder-  
melerle yorumlanmasını yani televizyonun  
göndergesel kullanımını ifade etmektedir. Ya-  
pısal okumalar ise izleyicilerin televizyon me-  
tinlerini oluşturan yapıların, kodlanan mesajlar-  
ın ve bu kodlamaları yapanların gizli ideolojik  
niyetlerinin eleştirel bir biçimde yorumlanma-  
sını karşılamaktadır.

Liebes bu iki kategorinin kombinasyonlarından  
dört farklı okuma biçiminin çıktığını iddia  
eder.

- (i) Göndergesel ve kapalı okumadan **gerçek  
okuma** ortaya çıkar. Bu, metinlerde yer  
alan unsurların eleştirilmeden gündelik ya-  
şama eklenmesine dayanır. Bu okuma-  
da metin üzerine yapılan gözlemler metnin-  
de sunulan enformasyona karşı olma veya  
onu onama şeklinde gerçekleşir. Bu oku-

mada eleştirel bir yaklaşım sözkonusu değildir; metnin kabulü veya reddi sözkonusudur. Bu tür okuma televizyonda drama türü için yaygındır.

- (ii) Göndergesel okuma ve açık okumadan **oyuncul okuma** ortaya çıkar. Bu okumada izleyici metninle ilişkiye girer, empati kurar, metni ve kendi yaşamını ifade etmeye yönelir. Bu tür okuma televizyon haberleri için haberde dramatik unsurların çok az kullanılmasından ötürü yaygın olmamakla birlikte bu çalışmada seçim dönemine ilişkin olarak izleyicilerin oyuncu okuma ve gerçek okuma yaptıkları ortaya konmuştur.
- (iii) Yapısal ve kapalı okumadan **ideolojik okuma** ortaya çıkar. İdeolojik okuma öncelikle metni üretenin niyetinin yani vermek istediği gizli anlamın açığa çıkarılmasına yönelik bir okuma biçimidir. Bu tür bir okumada karşıt olma ve / veya teşhis koyma arzusuyla metnin üreteni tarafından ortaya konulan ve çoğunlukla izleyicilerin çıkarına uymayan anlamların açığa çıkarılması hesaplanır. Bir başka deyişle ideolojik okuma metni açıklamaz; ideolojik okuma metni üretenin niyetlerini açıklar.
- (iv) Yapısal ve açık okumadan **estetik okuma** ortaya çıkar. Bu metnin oluşumu üzerine eleştirel ve analitik bir okuma biçimidir. Bu okumada izleyicilerin metinlerdeki dramatik unsurların farkında olma ve bunları kabul veya red etme durumları önem kazanmaktadır. İzleyici metnin içeriğinden çok mesajın aktarılma biçimini değerlendirir (Liebes 1997: 798-809'den akt. Cankaya ve Köksalan 13-15).

Bütün bu saptamalar ve metin okuma biçimleri üzerine sağlanan teorik zeminden sonra bu çalışmada Ayazağa Köyü sakinlerinin televizyon haber bültenlerinde yer alan haberleri okuma / alımlama biçimleri araştırılacaktır.

### 3. HABER, İZLEYİCİ VE OKUMA BİÇİMLERİ

İnal'ın da belirttiği gibi (1996: 146) haber metinlerindeki bilgi içeriği geleneksel ve eleştirel kuram tarafından yapılan araştırmalarda sorun

olarak algılanır. Bunun nedeni geleneksel yaklaşım açısından haber medyasının kendi gündemine göre haber yapması, kamuoyunun beklentilerini yok sayarak bazı haberleri hiç gündeme getirmemesi ve medyaya ulaşım açısından toplumda farklılıklar yaratmasıdır; Geleneksel yaklaşım açısından da haber içeriklerinin iktidar sahiplerince belirlenmesidir. 1970'li yıllardan itibaren araştırmacılar haber üzerinde çalışsalar da alımlama sorunu üzerinde fazla durmamışlardır. Haberlerin alımlanmasında bilişsel modelleri kullanan alımlama araştırmalarının yoğunlaştığı konular metindeki bilginin depolanış biçimi, anımsanış biçimi ve dünyayı anlamlandırırken ne tür şematik açıklamalara ve bilişsel haritalara yol açtığıdır.

Daha önce de belirtildiği üzere, bu çalışma Yerel Seçimler öncesinde Şişli – Ayazağa Köyü sakinlerinin seçim haberlerini nasıl izlediklerini, okuduklarını ve değerlendirdiklerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Televizyon haberlerinde görselliğin kullanımı ve sunum biçimleri üzerine uygulamalı çalışmaların sayısı azdır. Bu tespit doğrultusunda bu çalışmada Şişli – Ayazağa Köyü sakinlerinin televizyon haber bültenlerinde yer alan seçim haberlerini nasıl okuduklarını araştırmıştır. 16 Mart - 29 Mart arası kapsayan 14 gün boyunca süren araştırmada televizyon haberlerinin sunuluş biçimleri, görsel unsurların sunumda baskın bir rol oynaması ve bunun sonucunda siyasal içerikli haberlerin izleyiciler üzerinde ne kadar etkili oldukları ve izleyicilerin bu haberleri nasıl okudukları bulgulanmaya çalışılmıştır.

Bu bağlamda araştırma için TRT 1, KANAL D, NTV VE KANAL 7 ulusal televizyon kanalları seçilmiştir. 25 Mart 2009 Çarşamba günü belirlenen kanalların haber bültenleri kayıt edilmiştir. Daha sonra Şişli – Ayazağa Köyü'nde oturan ve önceden belirlenen 4 aile seçilmiştir. Bu 4 aileye 1 televizyon haber bülteni yakıştırılmıştır. TRT 1'i izleyen aileye TRT kodu verilmiş ve aileyi oluşturan bireylere 1'den başlayarak rakam verilmiş bu suretle katılımcılar kodlanmıştır. Odak grupların her biri alt sosyo ekonomik seviyededir ve yaş ortalamaları 30'un üzerindedir. Her aile bir grup olarak tasarlanmış ve grupların her birine kayıt altına alınan haber bültenlerinden biri seyretilmiştir. Bir görüşme kılavuzu hazırlanmıştır ve bu kılavuz eşliğinde, odak grup tartışması

teknîği ile haber bültenlerinin yorumlanması istenmiştir.

Çalışmayı yöneten çözümleme modeli alımlama çözümlemesidir. (i) Haber içeriği, (ii) haberin görsel yapısı, (iii) haberin sunum biçimleri haber değerlendirme kategorileri olarak tespit edilmiştir ve Tamar Liebes'in izleyicilerin televizyon metinlerine katılma biçimleri adlı çözümleme modeli kullanılmıştır.

Bu ilişkilendirme ile ilk varsayımımız araştırmannın evrenini oluşturan Şişli – Ayazağa Köyü sakinlerinin sahip oldukları konum dolayısıyla en çok gerçek okumaya başvurduklarıdır. Ancak bir izleyicinin televizyonda yer alan seçim haberlerini sosyo ekonomik ve kültürel altyapısına indirgeyerek sonuca varmak yetersiz olacaktır. Ayrıca bu çalışma haberi ve haber değerlendirme kategorilerini de ele aldığı için izleyicilerin haber değerlendirme süreçlerini nasıl yaşadıkları, bu süreçlerin siyasal konularda kararlarını etkileyip etkilemediği gibi konuları da tartışmaktadır.

Seçilen televizyon kanallarının haber bültenlerinde yer alan seçim haberlerine ilişkin olarak belirlenen haber değerlendirme ölçütleri ise sunum ve anlatım biçimi, görsel yapı ve haber içeriğidir.

TRT 1, NTV, KANAL D VE KANAL 7 ulusal televizyon kanallarının seçilme nedenleri:

TRT 1; Ana haber bülteni yayın saati 19.30'dur. Yayın süresi 32 dakikadır. TRT'nin genel olarak devletle olan ilişkisinin habercilik anlayışına yansımaları TRT seçim haberlerinin izleyiciler tarafından okunma biçimi üzerinde etkili olmuştur.

NTV; Ana Haber bülteni yayın saati 20.00'dir ve süresi 30 dakikadır. NTV tarafsızlık ilkesine sadık bir haber kanalıdır. Bu durum kanalın haberlerine de yansımıştır, sunum biçiminde seçici ve haber içeriğinde tarafsız ve objektiftir. Hedef kitlesi orta üst ve üst sosyo ekonomik seviyedir.

KANAL D; Ana Haber bülteninin yayın saati 19.00 olup ünlü bir gazeteci olan Mehmet Ali Birand tarafından sunulmaktadır. Yayın süresi yaklaşık olarak dakikadır. Hedef kitlesi orta ve

orta alt olarak tanımlanabilir. Kanal D haberleri magazinel bir içerik taşımakta ve haberleri duygusal bir üslupla vermektedir.

KANAL 7; Ana Haber bülteni yayın saati 20.00'dir. Süresi 30 dakikayı geçmektedir. Kanal 7'nin hedef kitlesi muhafazakar İslami kesim ve orta alt sosyo ekonomik sınıftır. Bu durum izleyicilerin kanal haberlerini okuma tarzlarına yansımıştır.

İzleyicilerin haber bültenlerini izlerken odak grup tartışması olaya veya konuya dayalı haber kategorileri çerçevesinde yönlendirilmiştir. Haber değerlendirme kategorileri olarak haber içerikleri, sunum biçimleri ve görsel yapıları içeren bir çözümleme çerçevesi oluşturulmuştur. Grup tartışmasının deşifre edilmesinin ardından elde edilen bulgular ışığında odak gruplarının haber bültenlerini hangi okuma biçimini kullanarak değerlendirdikleri sorusuna cevap aranmıştır.

#### 4.KANALLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Haber metinlerinin alımlanması için izleyici söylemleri, metni çözümlemeleri yani izleyici ile metnin etkileşimi gerekmektedir.

Araştırma sonucunda ulaşılan bulgular Şişli Ayazağa Köyü örnekleme üzerine yapılan ilk varsayımı doğrular niteliktedir. Haber bültenlerinin tüm haber değerlendirme kategorileri açısından değerlendirilmesinde en çok gerçekleştirilen okuma biçimi "yapısal okuma"dır. Katılımcılar yaptıkları yorumlarda önemli ölçüde yapısal okuma gerçekleştirirken göndergesel (gerçek ve oyuncu) okumaya çok az başvurmuşlardır. Bu bize herşeyden önce örneklemin haber bültenlerini kendi yaşamlarına ve deneyimlerine göndermeler yaparak değil eleştirel bir bakış açısıyla haberi sorguladıklarını ortaya çıkartmaktadır. Örnekleme, izledikleri haber bültenlerinde kendilerini doğrudan ilgilendiren, ilgilerini çeken haberi izleyerek üzerinde tartışmaktadır; bu nedenle kendilerine yöneltilen soruları tartışırken ideolojik ve estetik okuma biçimlerini farkında olmadan kullanmaktadırlar.

Katılımcılar öncelikle haberlerde yer alan görsel içerik ve sunum biçimi üzerine okuma yapmışlardır. İkinci olarak haber içeriğini de

ğerlendirmişlerdir. Çünkü katılımcılar haber içerikleri ve kendi yaşantıları arasında bağ kurmakta zorlanmışlar ve zaten haber bültenlerinde yer alan haberlerde yoğun bir biçimde görüntülere ağırlık verilmiştir.

#### KANAL D

Daha önce de belirtildiği gibi Kanal D'nin hedef kitlesi ve genel olarak yayıncılık anlayışı doğrudan haber bültenlerine yansımaktadır. Katılımcılar da bu noktada yapısal okuma yapmaktadırlar ancak ikinci olarak da katılımcıların göndergesel okuma yaptıkları tespit edilmiştir.

Kanal D'nin ana haber bültenlerinde yer alan haberleri değerlendiren izleyicilerin gerçekleştirdikleri yapısal okumanın büyük bir kısmı haberin sunum biçimi ve görsel yapısı üzerine gerçekleşmiştir. Ergenekon Soruşturmasına ilişkin haberlerde katılımcılar yapısal okuma yapmışlardır, yani metin içinde yatan gizli anlamları ortaya çıkarmaya çalışmışlardır. Katılımcılar, Kanal D'nin Deniz Feneri ile olan ilişkisi nedeni ile "Ergenekon Sanıklarının adeta aklandığını ve yok yere, nedensiz tutuklamalar yapıldığına ilişkin bir üslup benimsendiğini" ifade etmişlerdir. Bunu da Aydın Doğan ve AKP arasındaki husumetin bir yansıması olarak değerlendirmişlerdir.

Odak grup tartışması süresince Kanal D'nin haberlerinde kolaylıkla fark edilebilen göstermecî, yer yer dramatik anlatımın ağırlık kazandığı, magazinel üslubun üzerinde tartışma yapmaya zemin hazırladığı ortaya çıkmıştır. Bu durum estetik okumayı öne çıkartmıştır.

Ancak genel olarak bakıldığında ideolojik okumanın ön planda olduğu görülmektedir. Örneğin, KanalD 1 kodlu katılımcı, haber biçimine ilişkin yaptığı ideolojik okumada sunucunun gerektiğinden fazla ön planda olduğunu, yüz ifadesi ve ellerini kullanım tarzı ile birşeyler yapmaya, etkilemeye çalıştığını ifade etmiş ve "Mehmet Ali Birand zaten her zaman haberin önündedir" demiştir. KanalD 2 kodlu katılımcı ise "Kanal D, Deniz Feneri davasından ötürü AKP'ya savaş açtı" diyerek ideolojik okuma yapmıştır.

Ayrıca Kanal D'de sunulan yerel seçimlere ilişkin haberler izleyicinin ilgisini çekmiştir.

Katılımcılar sunulan haberleri kendi yaşantılarıyla ilişkilendirmişler ve göndergesel okumalar yapmışlardır. KanalD 3 kodlu katılımcı "kendisine yolunu bulamaz dediği Kılıçdaroğlu'nun 'yolumu bulmaya gelmedim'" sözlerinin haber olarak yapılmasına "bak, gelip buraları da incelese, bakalım yolunu bulacak mı" , "gerçi Ayazağa küçük yer yol bulmak kolay, burada Kılıçdaroğlu'na taş atıldı, yol bulma çalıp çırpma anlamında kullanıldı" diyerek kendi yaşadığı rutin çevreye gönderme yapmıştır.

MAB yorumluyor köşesinde de yer alan Sayın Cumhurbaşkanının "Kürdistan" dedi mi demedi mi konulu haberi için ise çoğu katılımcı doğu ve güneydoğu kökenli olduğu için bu habere özel bir yer vermiştir. Bu haber için ideolojik okuma yapılmış ve Kürdistan var mıdır, yok mudur ve Sayın Birand'ın bu habere ilişkin düşünceleri sorgulanmıştır.

Daha sonra yapılan görüşmede KanalD 1, KanalD 4, KanalD 7, KanalD 8, KanalD 10 ve KanalD 11 kodlu katılımcılar bu haber üzerine gerçek okuma yapmışlardır ve Sayın Cumhurbaşkanının "Kürdistan" ifadesini kullanmadığına inandıklarını ifade etmişlerdir.

Katılımcıların gerçek okuma yaptıkları bir başka haber ise YSK'nın türbana ilişkin karar haberidir. Tüm katılımcılar gerçek okuma yaparak metni kabul etmişlerdir.

Muhsin Yazıcıoğlu'nun içinde bulunduğu helikopterin düşme haberinde ise katılımcılar daha çok estetik ve göndergesel okumaya başvurmuşlardır. Haberde gösterilen karlı dağlara bakarak Türkiye'nin sarp dağlarla dolu bir ülke olduğunu söyleyerek kendi doğdukları illeri ve köyleri anlatmışlar ve oradaki coğrafi koşulları tanımlamışlardır. Hatta KanalD 4 kodlu katılımcı yaşadığı bir çığ kazası ile Yazıcıoğlu haberini ilişkilendirmiş ve kayıplara ancak yaz gelip karlar gerileyince ulaşıldığını anlatmıştır.

Seçimler esnasında Melih Gökçek'in haber yapılmasına ilişkin olarak katılımcılar çoğunlukla göndergesel okuma yapmışlardır. "Gökçek'in Kanal D ve Star çalışanlarını özellikle Mehmet Ali Birand ve Uğur Dündar'ı tehdit etmesi ilginç geldi bana, Gökçek daha önce de saldırgan bir tavır almıştı seçimlerde, demek



bunu benimsemiş, tarzı bu” şeklinde açıklamalarda bulunan katılımcılar göndergesel okuma yapmışlardır. Ayrıca “Gökçek’in korumaları tarafından salondan yaka paça muhabirlerin ne suçları var, yazık onlar emir kulu” ifadesi kullanılarak estetik okuma da yapılmıştır.

Göndergesel okumanın gerçekleştiği bir başka haber de Sanatçı Levent Kırca’nın aday olarak seçim haberlerine girmesidir. KanalD 4 kodlu katılımcı “halkın içinden çıkan insanların siyasete girmesi dürüstlük getiriyor, Fatma Girik’te de bunu yaşamıştık” derken KanalD1 kodlu katılımcı “herkes kendi işini yapsa daha iyi” diyerek mankenlik yaparken dizi filmlerde oyunculuk yapan isimleri eleştirmiştir.

Üzerinde durulması gereken bir başka nokta da Çankırı Mitinginde 5 maddelik bir ekonomik paket açıklayan Başbakan Erdoğan’a ilişkin yorumlardır. Bu haberde katılımcılar oyuncu okuma yapmışlardır. Bu haberde tüm katılımcılar haber ile ilişkiye girmişlerdir ve yaşamlarından örnekler verip empati kurarak haber üzerine konuşmuşlardır.

Genel olarak katılımcılar, izledikleri haberin içeriğinde kendilerini ilgilendiren bir konu bir bilgi bulduklarında çoğunlukla göndergesel; haberin kendilerini ilgilendirmediği zamanlarda ideolojik ve estetik okumaya yönelmektedirler.

#### KANAL 7

Kanal 7’nin hedef kitlesi hem Radikal İslami kesim, İslami muhafazakar kesim hem de alt-orta sınıf kesim olarak ifade edilebilir. Bu anlamda Şişli - Ayazağa Köyü İslami yaşam tarzını benimsemiş hem de gelir seviyesi düşük olan kesimin yaşamakta olduğu bir semt olarak nitelendirilmelidir. Semtte yaşayan vatandaşlar aynı zamanda düşük gelirlidirler. Zaten katılımcılara en çok hangi kanalda haber izledikleri sorulduğunda Kanal 7, Samanyolu ve Flash TV cevabı alınmaktadır. Dolayısıyla Kanal 7 haberlerinde çoğunlukla gerçek okuma kullanılmıştır. Haberi kendi yaşam deneyimleri ile örneklemek sözkonusu olduğunda az da olsa göndergesel okuma yapılmıştır.

Kanal 7 mevcut hükümete ilişkin seçim haberlerinde halkla ilişkiler faaliyetlerini konu alan

ve öne çıkartan haberleri ile dikkat çekmektedir. Bu kanalın İslami ideolojiye yakınlığı olarak değerlendirilebilir. Araştırmaya dahil edilen haberler içinde SP’ye en çok yer veren kanaldır.

Ergenekon Soruşturmasına ilişkin haberlerde “soruşturmanın adeta analiz edilerek haber yapıldığı” ifade edilmiştir. Kanal7 3 kodlu katılımcı “askerler ve siviller farklı cezalar alıyor” diyerek soruşturmanın özünü Kanal 7 haberleri sayesinde kolay anladığını ifade etmektedir. “İddianamelerin içinde neler olduğu çok iyi anlatılıyor, insan ne oldu ne bitti anlıyor” ifadeleri kullanılmıştır. Benzer şekilde Ergenekon olarak anılan örgütün bombalama ve suikast eylemlerini gerçekleştirdiğine ilişkin yaygın bir kanaat ortamı oluşmuştur.

AKP’nin Ankara adayını açıklamaması üzerine yapılan haberlerde ideolojik okuma yapılmıştır. Bu açıklamanın yapılmama nedenleri üzerine tartışılmış ve kanalın haberleri Kanal7 1 ve 2 “acaba ne zaman açıklanacak, Gökçek mi olacak” şeklinde sorularla metin içinde yatan anlamlar zinciri araştırılmıştır.

Gökçek – Kılıçdaroğlu tartışmalarında ideolojik okumaya yönelen katılımcılar bunu en çok Kılıçdaroğlu haberleri için yapmışlardır. “Bak bak ne güzel söyledi çünkü...” diyerek kişisel görüşlerini aktarmışlardır. Bu noktada oyuncu okuma da yaparak yaşamakta oldukları İstanbul’da mevcut büyükşehir belediye başkanının uygulamalarından son derece memnun olduklarını, AKP’nin iyi hizmet verdiğini ifade etmişlerdir. Bitlis’te beyaz eşya dağıtılmasını ise “keşke Sarıgül de buralarda bir şeyler dağıtsa” diyerek yorumlamışlardır.

CHP’nin Antalya büyükşehir belediye başkan adayının Akdeniz Üniversitesi eski Rektörü Prof. Dr. Mustafa Akaydın olması ve bu konuya ilişkin diğer haberlerde de ideolojik okuma yapılmıştır. “Gül, onu rektör atamadı ama bak şimdi belediye başkanlığına aday oldu” şeklindeki yorumlara rastlanırken Akdeniz Üniversitesi eski Rektörü Prof. Dr. Mustafa Akaydın’ın kazanma haberinde de “rektör olamadı, belediye başkanı oldu” yorumu yapılmıştır.

Yazıcıoğlu’nun helikopterinin düşmesi haberinde yapılan canlı görüşmelerin açıklayıcı

olduğu tüm katılımcılar tarafından ifade edilmektedir.

Ayrıca AKP seçim mitingleri, CHP ve MHP'ye ilişkin açıklamaları haberin okunması konusunda değişik örnekler vermektedir. Sözgelimi, AKP'nin MHP'ye yönelik eleştiri ve iddialarını konu alan haberlerde metinler kabul edilip haber söylemi benimsenmiştir.

Kanal 7'nin CHP ve MHP ile ilgili haberlerinde ise katılımcılar ideolojik okumaya yönelmişlerdir. CHP İstanbul adayının rant peşinde olabileceği ve kendisine ilişkin mal varlığı konularında çelişkili bilgiler olduğunu ifade etmişlerdir. Kanal7 8 kodlu katılımcı CHP'li eski Belediye Başkanı Nurettin Sözen zamanında da CHP'nin iyi belediye başkanlığı yapamadığını; Kanal7 5, Kanal7 1, Kanal7 7 ve Kanal7 9 kodlu katılımcılar ise Mustafa Sarıgül'ün Ayazağa için büyük yatırımlar yaptığını, kendilerini hem yol ve okul gibi temel olanaklarla donattığını hem de spor klübü, el sanatları gibi imkanlarla donattığını ifade ederek Onun da CHP'den DSP'ye geçtiğini anlatıp göndergesel okuma yapmışlardır.

Katılımcılar “yandaş medya” ifadesinin sıklıkla kullanıldığı haberlerde “TRT, Kanal D, Star, NTV, ATV gibi kanalların yandaş medya olduğunu” ifade etmişler bununla birlikte “bu kanallarda Yaprak Dökümü, Adanalı, Canım Ailem, Akasya Durağı gibi ilgiyle izledikleri diziler olduğunu” da açık yüreklilikle ifade etmişlerdir.

#### NTV

NTV'nin yayıncılık anlayışı ve haberleri sunma biçimi araştırma kapsamında yer alan kanallardan oldukça farklı bir görüntü sergilemektedir. Bu durum haberlerin alımlanma aşamasında kendini göstermiştir. NTV haberleri katılımcılar tarafından mesajın aktarılış biçimine göre yani estetik okuma yapılarak alımlanmıştır. Estetik okumanın yoğun bir biçimde kullanılmış olmasının temel nedenlerinden biri tüm katılımcıların NTV haber bültenlerini sıkıcı olarak değerlendirmeleridir. Gerçekten de NTV'nin olay çerçeveli haberleri tercih eden diğer kanallardan farklı olarak konu çerçeveli haberleri izleyicileri sıkıkmaktadır. NTV 3 kodlu katılımcı haber bültenlerinde daha çok kendilerini ilgilendiren konuların olabileceğini dile

getirirken NTV 2, NTV 5 ve NTV 7 kodlu katılımcılar ise “ben bu haberde yer alan kişileri dahi tanımıyorum” diyerek görüşlerini ortaya koymuşlardır. Bu noktada NTV'nin kalite gözeterek yaptığı haberlerde magazin unsurların olmadığı ve tarafsız bir bakış açısıyla yansıtıldığı ifade edilebilir.

NTV haberlerinde katılımcılar ikinci olarak gerçek okuma yapmışlardır ve okuma daha çok haber içerikleri üzerine olmuştur. Haber içeriğini anlamayan veya ilginç bulmayan veya ilginç bulmadığı için anlamaya çalışmayan katılımcılar metinde sunulan enformasyona karşı bir tavır alarak gerçek okuma yapmışlardır. “Bu kanalda her şey didik didik ediliyor” şeklinde açıklamalarda bulunmuş ve bunun “sıkıcı” olduğu yinelenmiştir.

Yazıcıoğlu'nu ve helikopterdeki diğer kişileri arama / kurtarma çalışmaları haberini NTV ayrıntılarla vermiştir. Diğer kanal haberlerinden farklı olarak BBP'de bir kriz masası kurulduğunu açıklamış, GSM operatörleri ve baz istasyonlarından çeşitli bilgiler almış, hava koşullarından bahsetmiş hatta helikopterdekilerin üzerlerinde takım elbiseler bulunduğuna, kalın giysiler giymediklerine kadar açıklamalarda bulunmuştur. Bu esnada daha önce Uludağ'da gerçekleşen bir arama / kurtarma çalışmasına da değinilerek önceki olay ile şimdiki olay arasında bağ kurulmuştur. Bu konu çerçevesi, arka planı iyice aydınlatılmış haber üzerine NTV 1 ve 2 kodlu katılımcılar yapısal okumaya başvurarak her bir cümle üzerine yorumlar yapmış ve kendi düşüncelerini açıklamışlardır. “Üzerlerinde takım elbiseler olduğu için soğuktan donmuş olduklarının ima edildiğini”, “Uludağ'daki olayda gençlerin öldüğünü, bu kazada da kurtulan olamayacağını” ifade etmişlerdir.

Ergenekon soruşturması haberlerinde ise katılımcılar gerçek okumaya başvurmuşlardır. “1909 sayfalık iddianame” ifadesini olduğu gibi kabul etmişlerdir. Ayrıca, NTV'nin JİTEM'in pek çok faili meçhul olaya karıştığı haberini de alımlamışlardır. Telefonların dinlendiğini kabul etmişlerdir. Yine bu haberlerin uzun uzun verilmesi, kod adların açıklanması ve telefon konuşmalarının deşifre edilmesinden ötürü katılımcılar haberleri hiç eleştirmeden kabul etmişlerdir.

NTV haberlerinde siyaset haricinde yapılan haberlerin yapısal okumaya tabi tutulduğu genellemesi yapılabilir. Sözgelimi Fransa’da küresel ekonomik kriz nedeniyle bir grup işçinin patronlarını rehin almaları ve protesto amacıyla sokağa dökülmeleri NTV1, 2, 3 ve 4 kodlu katılımcılar tarafından önce ideolojik biçimde okunmuştur. “Belki bizim de böyle yapmamız isteniyor”, “Başbakan ekonomik önlemler aldı fakat NTV bu konuda çok dikkatli olup hesap sormamız için dünyadan örnekler veriyor” şeklinde açıklamalarda bulunmuştur.

NTV’nin verdiği AB ve G8 zirvesine ilişkin haberler de ideolojik okuma kapsamında değerlendirilebilir çünkü katılımcılar “ben bu G8’in de ne olduğunu tam bilmiyorum” diyerek görüşlerini beyan etmişlerdir.

#### TRT 1

TRT bir kamu yayıncılık kuruluşudur. Geçmişten getirdiği gelenek hem TRT haberlerine hem de TRT haberlerinin okunmasına yansımıştır. TRT yayıncılık hayatına başladığı ilk yıllardan itibaren hükümet yanlısı olmakla ve protokol haberciliği yapmakla eleştirilmiştir. Katılımcılar toplumsal anlamda doğup büyüdüğü illerden İstanbul’a göç etmiş, kamu arazileri üzerine gecekonduyu yapan, sonradan gelip geçen hükümetler sayesinde tapu alan, İstanbul kültürüne yabancı olmalarından kaynaklanan sebeplerle haberler için çoğunlukla yapısal okuma yapmaktadırlar. Katılımcılar haberi oluşturanların amaçlarını ve bu amaçların ideolojik arka planlarını tartışmışlardır. İdeolojik okumaların neredeyse tamamında TRT’nin hükümetle, resmi ideolojiyle olan ilişkisi sorgulanmıştır.

Türkiye’de özel yayıncılığın gelişmesi ve TRT’ye bir alternatif olmasından sonra yayıncılık anlayışında yeni düzenlemelere giden TRT haberlerinde özel kanallarla rekabet edebilme anlamında haberlerin sunum biçimlerinin değişmesi ve görsel yapının magazinellerle taşınması katılımcıların az da olsa estetik okuma yapmalarına yol açmıştır.

Ergenekon soruşturmasına ilişkin haberlerde “bir darbe girişimi Türkiye’de ilk defa sivil yargı üzerinden yargılanıyor” anonsuna ideolojik okuma yapılmıştır. Yukarıda da belirtildiği gibi “Hükümetin ortaya çıkarttığı bu Ergene-

kon olayının bir darbe girişimi olduğu ve bunun da TRT tarafından doğrulandığı ve yine yargılamanın da Hükümet eliyle yasal yollarla yapıldığı ve TRT’nin de bunu doğruladığı” açıklanmıştır.

TRT’nin TOKİ’den ayda 100 TL’ye ev haberi oyunculuk okuma yapılmıştır. Haberi kendi yaşamları için alarak empati kuran katılımcılar “ayda 100 TL’ye bir apartman katında yaşamamanın, kaloriferli bir evde oturmanın faydalarını” anlatmışlardır.

Katılımcılar iki haber üzerine estetik okumaya başlamışlardır, bunlar sanat eleştirmenlerince imkansız bulunan yaşça küçük bir dahi ressam ve ABD’li haber spikerlerinin bir reklama çıkarak şov yapmaları haberleridir.

Yazıcıoğlu’nu arama çalışmaları üzerine yapılan haberi de çok açık ve kesin bulduklarını ifade eden katılımcılar bu haber için de estetik okuma yapmışlardır.

#### GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Bu çalışma televizyon haberlerinin nasıl okunduğu sorusundan yola çıkmıştır ve bu çalışma sonunda izleyicilerin televizyon haberleri karşısından pasif bir konumda olmadıklarını aksine haberleri okuyarak üzerine tartıştıklarını ve iletilerle başa çıktıklarını ortaya koymuştur.

Öncelikle çalışma, katılımcıların televizyon haberleri tarafından iletiler karşısında edilgen değil, etken bir konumda olduklarını ortaya çıkarmıştır. Katılımcılar iletilerle başa çıkmakta ve doğru tespitler yapmaktadırlar.

Liebes’in çözümleme modeli yardımıyla yapılan bu çalışmada Ayazağa Köyü sakinlerinin televizyon haberlerini okuma biçimleri içinde en çok yapısal okuma kullandıkları söylenebilir. Ancak bu sonuç Ayazağa Köyü sakinlerinin televizyon haberlerini okuma süreçlerini tam olarak yansıtmamaktadır. Öncelikle haberde kullanılan görsellik unsuru o haberin okunma biçimini doğrudan etkilemektedir. Haberin dramatik unsurları ve sunum biçimlerindeki görüntü yani magazinellerle katılımcıların eleştirel okumalarını daha çok haberin görsel yapısı ve sunum biçimine yönlendirdiklerini ortaya koymaktadır.

Çalışmanın sonucunda Şişli - Ayazaya Köyü örnekleminin siyasal içerikli televizyon haberlerini seçim öncesinde değerlendirirken en çok yapısal okumaya başvurdukları ve bu okumalarla özellikle haberlerde kullanılan sunum biçimi ve görsel yapı üzerine yoğunlaştıkları bulgulanmıştır. Ayrıca izleyicilerin televizyon haberleri karşısında genel olarak etken bir konumda olduklarını ve haberler üzerine konuştuklarını ve bunun bir müzakere süreci olduğu da tespit edilmiştir. Katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim gibi özelliklerinin alımlamayı doğrudan etkilemediği gözlemlenirken haberlerin katılımcılarda fikir değişikliğine yol açmadığı görülmüştür. Çalışmada katılımcıların siyasal düşüncelerini değiştirme hususunda televizyon haberlerinin sanıldığı gibi etkili olmadığı ortaya çıkmıştır.

Ayazağa Köyü sakinleri, her kanalın haber bültenlerindeki kendine özgü sunum biçimlerini farklı şekillerde okumuşlardır. Sözelimi Kanal 7'nin haberlerindeki görsellik ve sunum biçimi için ideolojik fakat aynı haberin NTV'deki sunumu için ise estetik okuma yönü tercih edilmiştir.

Günümüzde haber izlemek için televizyonunu açan ortalama izleyici "magazinel" veya "sansasyonel" bir üslupla hazırlanmış haberleri tercih etmektedir. Duygulara yüklenen bir haber bülteni daha çok izlenmektedir. Bu yüzden haberin sunum özelliği birinci sırada yer almaktadır.

Bu saptamalar dahilinde:

1. Şişli – Ayazağa Köyü sakinleri sahip oldukları toplumsal konumdan ötürü farklı televizyon kanallarını farklı biçimlerde okumaktadırlar.
2. Haberdeki görsellik yapısal okumayı ön plana çıkartmaktadır.
3. Katılımcılar bir kanalın belli bir ideolojinin temsilcisi olduğuna inandıklarında eleştirel okuma yapmaktadırlar.
4. Şişli – Ayazağa Köyü sakinlerinin haberi okuma biçimleri ve haber değerlendirme kategorileri arasındaki ilişki üzerine gerçekleştirilen bu sınırlı çalışmada haber üretim sürecinde bir bilgiyi aktarmak amacıyla yapılan kodlamanın izleyici ile buluş-

masında farklı şekillerde okunabileceği ortaya çıkmıştır.

Hall 1999'da da belirtildiği üzere, kodlama ve kod açıklama arasında tam bir denkleğin söz konusu olduğu hakim okuma katılımcıların daha çok güven duydukları televizyon kanalı için geçerli görünmektedir. Tüm katılımcılar çalışmamıza konu olan Kanal 7 haberleri için hakim okuma yapmışlardır. Pazarlıklı Okuma biçiminde kodlanan mesaj ile izleyicinin yorumu arasında uzlaşma ile sonuçlanan bir alımlama sürecinden söz edilebilir. Burada, kodlanmış mesaj izleyici tarafından kabul edilse de izleyici mesajın hakim anlamını değerlendirme konusunda çelişkili anlamlar üretir. Sözelimi bu çalışma kapsamında TRT haberleri için katılımcılar pazarlıklı okuma yapmışlardır. Ağırlıklı olarak Kanal D haberleri için de benzer bir okuma biçimi söz konusudur. Muhalif okuma modelinde izleyici programda sunulan tüm mesajları tümünden reddetmektedir ki bunun da daha çok NTV haberleri için geçerli olduğu iddia edilebilir.

Alımlama süreçleriyle ilgili yapılacak çalışmaların iletişim sürecinde bugüne değin ihmal edilmiş olan izleyicileri ve onların bu süreçte katkılarını aydınlatacağı kanısındayız. Çünkü televizyon haberleri sözkonusu olduğunda kişiler siyasal görüşlerini bir tarafa terk ederek haberi izlemekteler, ancak haberi izledikten sonra ciddi bir görüş değişikliği yaşamamaktadırlar.

#### KAYNAKLAR

- Alemdar K (1990) Medyanın Gücü Ve Demokratik Kurumlar, Afa Yayınları, İstanbul.
- Baudrillard J (1998) Simülarklar ve Simülasyon, O. Adanır (çev), 9 Eylül Üniversitesi Yayını, İzmir.
- Baudrillard J (2000) Tam Ekran, B. Gülmez (çev). YKY Yayınları, İstanbul.
- Cankaya Ö ve Köksalan E (2005) Günümüz Televizyon Haberciliğinin Sunuş Biçimlerinin Haber Değeri ve Habercilik Üzerindeki Etkileri: Üniversite Öğrencilerinin Televizyon Haberlerini Okuma Biçimleri, Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Akademik Yayını, 7-27.

Dağtaş B (2003) Reklamı Okumak, Ütopya Yayınları, Ankara.

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

Fiske J (der.) (1991) Postmodernism and Television, Mass Media and Society, Edward Arnold, London.

Hall S (1999) "Encoding / Decoding", Media Studies, Paul Morris & Sue Thornhom (ed), Edinburgh University Press, Edinburgh, 51-61.

İnal A (1996) Haberi Okumak, Timuçin Yayınları, İstanbul.

İrvan S (1994-1995) Eleştirel Yaklaşımlarda İzleyici Araştırmaları: Bir Yöntem Olarak Alımlama Çözümlemesi, İLEF Yıllık 94, A.Ü. İ.F. Yayını, Ankara.

Liebes T (der.) (1997) A Propos de la Participation de Téléspectateur, Sociologie de la Communication, Réseaux, Paris, 798-809.

Mc Quail D ve Windahl S (1997) Kitle İletişim Modelleri, Konca Yumlu (çev), İmge Yayınevi, Ankara.

Mutlu E (1999) Televizyon ve Toplum, TRT Yayınları, Ankara.

Pasquier D (1997) Les Travoux Sur la Reception, ed. Paul Beaud. Sociologie de la Communication ed. Reseaux, Paris.

Ramonet I (2000) Medyanın Zorbalığı, A. Derman (çev), Om Yayınları, İstanbul.

van Dijk T A (2000) New(s) Racism: A Discourse Analytical Approach.

Yalçın G Ü (2001) Türk Basınında Haber Metinlerinin Yapısı, İletişim, 9, Ankara, 137-148.