

# HABER VE İDEOLOJİ İLİŞKİSİ: HABER METİNLERİNDE GERÇEKLIĞİN SUNUMU

Yrd.Doç.Dr. Soner YAĞLI\*

## ÖZET

*Medya bireyler üzerinde karşı konulamaz bir güç kurmaktadır. Bireylerin sahip oldukları düşünce yaşayış farklılıklarını ortadan kaldırmak ve kendi çıkarına uygun bir tek anlam oluşturmak amacı medyanın günümüzde geldiği noktayı işaret etmektedir. Medya ve onun kültürünün kapsadığı her eylem bireylerde manipülasyona/yönlendirmeye neden olmakta, bu da toplumsal yaşantıda tek tipleşmeye doğru gidişin bir örneğini oluşturmaktadır. Medyanın bu işleyiş yapısı, kendi ürettiği kültürün ve egemen/başat ideolojinin sürekli beslendiği, yeniden üretildiği ve ona meşru bir zemin kazandıran bir mekanizmadır. Bunun somucunda haber metinlerinin üreticisi ve toplumu olaylara dair bilgilendiren medya yoluyla alıcılara sunulan gerçeklik kurgulanmış bir gerçeklik olmaktadır. Gücü elinde bulunduranlarla güce bağımlı olanlar arasında aracı konumda olan medyanın gerçeklik kurgusunda egemen düşünce biçimleri yer almaktadır. Medya daha çok ekonomik gücü elinde bulunduranların çıkarına göre gerçekliği inşa etmektedir. Bunu yaparken de önceden belirlenmiş kalıplara göre kendi anlam dünyasını biçimlendirerek bireyler sunmaktadır. Haber metinlerinde sunulan gerçeklik, ideoloji, güç, anlam, dil ve söylem ile kurgulanmış bir gerçekliktir.*

**Anahtar Kelimeler:** Haber, gerçeklik, ideoloj, medya, dil, anlam, söylem

## ABSTRACT

*Media has set up a seductive power on individuals. Individuals different thoughts and life styles have been reduced in to unique meaning by media messages. Media culture manipulates the individuals' social life and it cause to appear an unique meaning values and life styles. This structure of media is a mechanism that promoted by the dominant ideology and its culture and in consequence of the working mechanism of media the reality which is formed in news texts is re-produced. Media constructs and produces the reality for the benefit of the owners at the powers. In this construction process there have been designated patterns that has formed the media meanings.*

**Key Words:** News, reality, ideology, media, language, meaning, discourse.

---

\* Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü

## GİRİŞ

Medya çalışmaları içerisinde haber kavramı önemli ve sorunlu bir alanı oluşturmaktadır. Buradaki ana neden habere bakış açısı ve bu bakış açısının temellendiği yaklaşımlardır. Haber çalışmalarında liberal çoğulcu yaklaşım ve eleştirel yaklaşım ikiliği belirleyici olmaktadır. Haber metinlerinde alıcılara (okuyucu, dinleyici, izleyiciler) bir dünya sunulmaktadır. Haber bir kurgudur ve dil dolayısıyla aktarılır. Bu gerçekleştirilirken, haber, kendini üreten kurum ve kişinin dünya görüşünden, kurumun biçimlendiği toplumsal, ekonomik, kültürel ve ideolojik ortamdan kendisini soyutlayamaz. Bu nedenle liberal görüş bu noktada haber değerlendirmelerinde yetersiz kalmaktadır. Haberin nasıl üretildiği, hangi koşulların bu üretim sürecini etkilediği, alıcılara nasıl aktarıldığı ve hangi biçimlerde algılandığı soruları geniş bir perspektifte yer alan ve araştırmacılara zengin bir alan sunan eleştirel çalışmaların kapsamı dahilindedir. Buradaki temel çıkış noktasını oluşturan soru, haberin birebir gerçekliği yansıtıp yansıtmadığı, yansıtmıyorsa anlamın haber içinde hangi belirleyenlere göre kurulduğu ve gerçekliğin kimin gerçekliği olduğudur.

Medyadaki anlamların nasıl oluştuğu, nasıl yapılandığı ve nasıl tüketildiği eleştirel çalışmaların kapsamına girmektedir. Aynı zamanda medyanın yapısının ekonomik bir örgütlenme olarak ele alınması ve mülkiyet ilişkilerine odaklanan çalışmaları da kapsayan eleştirel çalışmalar, medya çalışmalarında ideolojinin nasıl işlediğinin ve ideolojik sürecin mekanizmalarını kavramakta işlevseldir.

Bu çalışmada haberdeki sunulan gerçekliğin nasıl kurgulandığı ve bu gerçekliğin kimin gerçekliği olduğu, haberin üretiminde, aktarılışında ve algılanışında medyanın hangi faktörlere bağımlı olduğu ortaya konulmaya çalışılacaktır. Kimi imkansızlıklardan dolayı ve çalışmanın konusu açısından, haber metinlerinde dil ve anlam ilişkisinde, toplumsal pratiklerin dil dolayımı ile gerçekleşmesinde temel iki yaklaşım olan; yapısalcı ve postyapısalcı görüş ayrıntılı olarak ele alınmayacak, ancak bunun bilgisi çalışma içerisinde ilgili bölümlerde değerlendirilecektir.

### **Haber Metinlerinde İdeolojinin Yeniden Üretimi**

Klasik bir yaklaşımla dördüncü güç olarak kabul edilen basın (günümüzde geldiği nokta ile medya) günümüzde geleneksel, alışılagelmiş işlevlerinin dışına taşmıştır. Bu durumun medyanın ürettiği ürünlerle ilgili olmakta, bu ürünler içinde de temel ürün oranı haber önemli bir yer tutmaktadır. Haber üzerinde belirlenmiş önceden tanımlı yapılabilecek üzerinde uzlaşmış tanımlarının olmaması onu sorunlu bir alan olarak ortaya koymaktadır. Haber çalışmalarında habere yaklaşım biçimi ve onu değerlendiriliş tarzı önemli bir yer tutmaktadır.

Medyanın ürettiği haber, açık ve kesin sınırlar taşımamakta, bu nedenle de haberin net bir tanımını yapmak da olanaklı olmamaktadır. Haber kavramının tanımını, içeriğini ve özelliklerini iki kategori üzerinden yapmak mümkündür (Tokgöz, 2000: 51-55): Haberleşmenin içeriğini belirleyen mesleki, teknolojik ve toplumsal etkenler ile haberin toplumsal işlevine ve niteliğine dair belirleyici dış koşullar (bağımsız değişkenler). Haber kavramının tanımının yapılmasının sorunlu bir alan olması onu ele alan yaklaşımlardan kaynaklanmaktadır, çünkü bu yaklaşımlardan hangisinin ele alınacağı habere bakış açısını değiştiren önemli faktördür.

Haberin değerlendirilmesi üzerine yapılan çalışmalar; liberal çoğulcu yaklaşım ve eleştirel yaklaşım ikiliğinde ele alınabilir. Temelde yansızlık / nesnellik, çeşitlilik, olabilirlik vurgusunu benimseyen, özgürlük idealini temsil eden, haber hakkının ve basın özgürlüğünün yüceltilmesini savunan liberal çoğulcu yaklaşım, medya ve güç ilişkisini tanımlarken de toplumu, grupların ve çıkar gruplarının kompleks bir rekabet alanı olarak görmektedir (Sözen, 1997: 53-54). Buna karşılık liberal çoğulcu yaklaşımı eleştiren ve liberal yaklaşımın sorgulanması esasına dayanan eleştirel yaklaşım kendi içinde çok zengin ve perspektifli bir yapıya sahip olmasından dolayı haber ve haberin değerlendirilmesinde daha çeşitli bir alan sunmaktadır. Eleştirel yaklaşım, ideolojik olanın ortaya çıkışıyla kendini göstermektedir.

Habere ilişkin olarak liberal görüş içinde, nesnellik ve yansızlık ilkeleri, habere konu olan olayların taraflarının dengeli bir biçimde yer alacağı bir haber kurgusuyla garanti almaya çalışılmaktadır. Ancak okuyucu ve olay arasındaki her aktarma girişiminde değişim ve farklılaşma potansiyeli bulunmaktadır. Tarafsızlık / nesnellik ilkesi de bunu gizlemek için kullanılmaktadır (Dursun, 2001: 128). Haber metinlerini üreten medyanın yapısı, haberi işleyen gazetecinin kimliği, yetiştiği ortam, kullandığı cümleler, seçtiği sözcükler tamamıyla kendi öznel koşullarından ortaya çıktığı için haberin tarafsızlığı gibi bir ölçüt çok da mümkün olmamaktadır.

Haber, oluşum sürecini ve aktarımını temelde yanlı bir haber akışı biçiminde değerlendirilen eleştirel yaklaşım, medyanın ideolojik etkisini vurgulamaktadır. Medya çalışmalarında ideolojik yönün yeniden keşfedilmesiyle şekillenen eleştirel yaklaşım, ideolojik sürecin nasıl işlediği ve mekanizmalarının neler olduğuna odaklandığı için haber çalışmalarında haberi, üretim sürecini ve algılanışı daha iyi açıklamaya olanak sağlamaktadır.

Haber ve ideoloji ilişkisinde, haber metinlerinde egemen/başat olanın ideolojinin yer alması haberin hangi amaca uygun olarak işleyeceğini

ve nasıl bir amaca işaret edeceğini etkilemektedir. İdeolojinin haber metinlerinde işletilmesi medyanın egemen/başat olan iktidarın bir aracı olarak hizmet etmesine yol açmaktadır. Eleştirel teoriden beslenen bu görüşlere kaynaklık eden temel çıkış noktalarından biri, Frankfurt Okulu'ndan yola çıkan ve gelişen çalışmalardır.

Frankfurt Okulu'nun temel görüşlerinden birisi olan, medya aracılığıyla gerçekleşen sembolik üretimler önem kazanmış ve kültür endüstrisi global bir nitelik kazanmıştır. İdeolojiyi üreten, bununla birlikte buna gereksinim de duyan yapıda olan medya, üretim ve tüketim süreçlerinde yer alarak, ideolojik, siyasi ve ekonomik gücün iktidarını meşrulaştırmakta ve pekiştirmektedir. Medya, karşı konulamaz bir güç konumundadır ve kitleleri etkileyerek onların düşüncelerini tek tipleştirir. Büyüsel ve ayinsel formüller gibi işlev gören, kendini doğrulayan ve çözümleyen önermeleri içeren bir dil kullanarak sürekli anlamdaşlarla, tekrarlamalarla ve genellemelerle kendini konuşulur kılan medya bu biçimde etkisini göstermektedir. Yerleşik düzenin yayın organları olarak kitle iletişim araçları/medya, efendilerle onlara bağımlı olanlar arasında aracı bir işlev görmektedir (Köker, 1998: 52-59; İnal, 1996: 38-39; Jay, 1989: 99). Eleştirel yaklaşım içinde Althusser'in ve Gramsci'nin düşüncelerinde, kitle iletişim araçlarına yaklaşımlarında ortaya çıkan "devletin ideolojik aygıtı" ve "hegemonya" kavramları ideolojinin bu araçlar yoluyla nasıl işletildiği konusunda açıklayıcı olmaktadır.

Althusser, kitle iletişim araçlarını devletin ideolojik aygıtları olarak değerlendirir. Dolayısıyla medya, bu aygıtlar vasıtasıyla ideolojisini toplum üzerinde yeniden kurmaktadır. Devlet, ideolojik aygıtları aracılığıyla bireyleri kendi çıkarlarına cevap ver(e)meyen düşüncelerle manipüle eder ve ideolojisini toplumsal ilişkilerin yeniden üretilmesi üzerine kurar. İdeolojiyi kullanarak işleyen bu ideolojik aygıtlar, baskıya hafifletilmiş, gizlenmiş, hatta sembolik bir ikincil işlev de kazandırmaktadır (Althusser, 1991: 32-35; Halimi, 1997: 68). İdeolojik aygıt olan medya, işleyiş biçimiyle iktidara ve ekonomik gücü elinde bulunduranlara dair egemenliği daha da güçlendirmektedir. Kimi konuları özellikle gündem dışı tutan medya, kimi yapay gündemlerin üzerine de giderek kabul görmüş fikirlerin alanını genişletmektedir (Köker, 1998: 73). Althusser'in düşüncesinde temel ayırım noktası medyanın bir baskı aygıtı gibi işlemeyen bir yönlendirme ve yaptırıma yol açmaktadır.

Medya, topluma yukarıdan aşağıya istediğini yaptırırken, bunu zor kullanmadan rızanın üretimi dolayısıyla gerçekleştirmektedir. Bu da, Gramsci'nin düşüncesinde, hegemonya kavramıdır. Kitle iletişim araçları

ideolojik mücadele siteleri olarak kabul edilmelidir (Üşür, 1997: 32; Tılıç, 1998: 44; Hall, Lubbley ve McLennan, 1985: 23-27). Bu araçların ürettiği haber metinleri, başat/egemen gücün/iktidarın yaygınlaştırılmasına ve alıcı konumunda olan bireylerde belli bir çıkara uygun olarak yönlendirmeye hizmet ettiği için egemen ideolojinin sürekli kendini kurmasını da sağlamaktadır.

Medya egemenin/başatın ideolojisinin üretiminde ve yeniden üretiminde önemli bir işlev üstlenmiştir. Toplumsal, ekonomik ve siyasal gücün/iktidarın kendini meşrulaştırmasında/haklılaştırmasında medya iletileri/haberleri anlam kurgusu nedeniyle başat/egemen ideolojiyi destekleyen bir yapıdadır. Haber içinde güç/iktidar sahibi olan kişi ve kurumların söylemleri kurulmaktadır.

### **Haberin Dil, Anlam ve Söylem ile ilişkisi**

Haber metinleri gerçekleşen olaylara dair bilgilendirme, haberdar etme işlevini yerine getirirken haber ile ilişkili bir çok faktörden etkilenir. Haberde gerçeklik kurgusu değerlendirilirken ideoloji, anlam, dil ve söylem kavramları ön plana çıkmaktadır.

Medya çalışmalarında, medyanın ürettiği habere dair çalışmalarda yapı, anlam ve iktidarın bir bütün olduğu gözden kaçırılmamalıdır. Toplumdaki tahakküm içinde sürekli yapılanan temsil pratikleri ile birlikte, medya kurumlarının sürdürdüğü temsil ilişkileri bulunmaktadır. Bu bağlamda anlama pratiklerinin sürdürülmesini sağlayan kültürel ve ideolojik çerçeveler, sistemler ve kodlar oluşmaktadır (Mutlu, 1987: 151; İnal, 1996: 46). Medya, üretimini yaparken kendine uygun kodları seçerek, belirli formülasyonlarla bunu topluma sunmaktadır. Bu sunuş da, medyanın kullandığı dil ve yapısı ön plana çıkmaktadır.

Öncelikli olarak dil, sosyal pratiği inşa eden gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktadır (Fowler, 1985: 64). Dil dolayısıyla kurulan gerçeklik medyanın iddia ettiği gibi nesnel ve yansız bir sunum olmamakta, anlamın dil içinde hareketini sağlayan bir çok faktörden etkilenmektedir.

Dil, tarafsız olamayacağı için ve haberde de dil kullanıldığından dolayı haberin tarafsızlığı diye bir şey mümkün olmamaktadır. Haber içinde farklı vurgulara sahip sözcüklerin kullanımı düzenlamlara ilişkin bir uzlaşımın olmamasındandır. Bu durum farklı söylemler içinde aynı sözcüklerin farklı vurgular taşımaya neden olmaktadır. Haber söylemi açısından başat/egemen ideolojinin inandırıcı/ikna edici bir nitelik taşıması sadece sözcük seçimleriyle ilgili değildir. Aynı zamanda dilin cümle yapıları içinde oluşması ve belli vurgularla habere yorumun sızmasıdır (İnal, 1995: 115). Medya profesyonelleri konumundaki gazeteciler tarafından haberin

içine sızdırılan bu yorum, haber metninin alıcısı konumundaki bireyler tarafından farkedilmeden alınılacak bir formatta sunulmaktadır. Medya kurumları, habere yorum sızmasını üstü kapalı bir biçimde gerçekleşmesini sağlamak için, haber metinlerinde nesnellik ve tarafsızlık iddialarını öne sürmektedir.

Bireylerin kendi dünyalarını anlamlı kıldıkları, nesnel durumu öznel tecrübe olarak yaşadıkları, kim ve ne olduklarının bilincine vardıkları dil, kendi denetimlerinin altında bulunmamaktadır. Ve dil, bireyin kendi durumunu saydam bir halde yansıtamaz. Anlam dil yoluyla verilmekte, bu anlam da temelde bireylerin gösterimleri olmamaktadır. Dil, diğer toplumsal pratiklerle birlikte yapılanarak göstergelerin anlamın maddi kayıtları olarak ortaya çıkmasını sağlar. Bununla birlikte göstergeler diğer yandan toplumsal olgular olarak maddi gerçekliğin bir parçası olduğu gibi, bu gerçekliği kırılmaya da uğratmaktadır. Bu nedenle göstergeler anlamı üretmenin aracı konumundadır. Bu bağlamda ideolojik mücadelenin amacı, dilin gerçekleri olduğu gibi açıkladığına inandırmak ve gerçekleri söylediğine ikna etmektir. Dolayısıyla iktidarın/ hegemonyanın yeniden üretimidir (Hall, 1999: 85-97). Bu yeniden üretiliş, Gramsci'nin vurguladığı gibi, zor kullanmadan, bireylerde rızanın üretilmesine dayanarak gerçekleştirildiği için çoğu zaman bireyler tarafından farkına varılmaz. Medya, toplumsal yaşamda ortak kalıplar üreterek herkesin buna uygun davranmasını ve sanki olması gerekenin bu olduğu konusunda anlamlar üretir.

Söylem ve anlam arasındaki ilişki, söylemin anlamı taşıması, kurması ve değiştirmesidir. Ancak bu ilişkinin bir diğer boyutu da söylemin anlamı sabitlemesi ya da kapatmasıdır (İnal, 1996: 45-47). İdeoloji, haber metni içinde dil dolayımı ile anlamların aktarılışı sırasında bireylere de geçirilmiş olmaktadır. Bu ideoloji de resmi, egemen/başat söyleme işaret etmektedir.

Haber söyleminin analizinde kullanılan sözcükler ve cümle yapıları önemlidir. Sözcükler kendi sahip oldukları anlamların dışında farklı anlamlar yüklenerek haber metninin içine girebilir. Söylem kavramı, anlamın dil içerisinde hareket etmesiyle ortaya çıkan şey olmaktadır. Bu anlamın belli kişiler ve gruplar çıkarına harekete geçiriliş biçimiyle de ideoloji ilgilenmektedir (Üşür, 1997: 89). Sözcükler tek başlarına bazen bir anlam ifade etmeyebilir, başka bir deyişle medyanın ya da iktidarın ortak çıkarlarına uygun bir anlam dolaşımı yaratmayabilir, cümle içinde ele alındığında ve cümleye kendilerine önceden yüklenmiş anlamlarla girdiklerinde amaca uygun hale gelirler.

Haber söylemi içinde güçlülerin tanımlarının yeniden üretimi sağlanmaktadır. Aynı zamanda toplum içinde anahtar ve belirleyici konumda

bulunan saygın ve güvenilir kişilerin görüşlerine de ver verilerek, resmi ideolojiyi, resmi söylemi destekleyen, uzlaşım sağlayan bir yapı oluşturulmaktadır (Dursun, 2001: 132). Haber söylemi içindeki bu güçlü tanımları, kendine uygun güce işaret eden tanımlardır. Önceden belirlenmiş ve kendi oluşturmak istediği evrenin içinde kalan kısımdır. Diğerleri çoğunluk dışında değerlendirilmek için kimi yollarla dışsallaştırılır.

Haberde yer alan her sözcük, her kavram, her cümle, her paragraf, her konu ve her resim belli bir anlamla yüküdür. Haberi ideolojik kalıplara sokarak toplumsal gerçeklikten uzaklaşmak sadece siyasal sistemin yapısıyla da açıklanamaz. Haber, iktidar karşısında bir baskı unsuru olarak kalmayıp, aynı zamanda ekonomik bir güçtür. Haberin değerini belirleyen bir ölçüt de onun bir meta olarak sahip olduğu değişim değeridir (Erdoğan ve Alemdar, 1990: 57; Oktay, 1987: 20; Topçuoğlu, 1996: 56-58). Haberin bilinen klasik işlevlerinin dışında, ekonomik bir güç haline dönüşmesi ve bir değer olarak kabulü, onun ideolojiden bağımsız değerlendirmeye almanın eksik olacağını ifade etmektedir.

Haber medyası hegemonyacı bir yapıya sahiptir ve işleyişi buna uygundur. Hegemonya sürekli olarak yenilenmek, yeniden üretilmek, savunulmak ve değiştirilmek durumundadır. Hegemonyanın medyada varoluşu, tüm gerçeklik tanımlarının içinde mücadele edilecek alanın sınırlarının belirlenmesini, olaylar üzerinde resmi görevliler tarafından dayatılan çerçevelerin benimsenmesini ve egemenin dışında kalanın marjinalleştirilerek (ötekileştirme) gayrimişrulaştırılmasını gerektirmektedir. İktidardan yana etkin durumda olan medya, haber söyleminin üretiminde içselleştirme yaparak kimi kesimleri içteki dünyanın bir parçası haline getirir. Bazen de bu kesimler ulusallıkla özdeşleştirilerek topluma sunulur. Böylelikle birey, medya yoluyla kendine sunulan gerçekliği yaşar (Shoemaker ve Reese, 1997: 117-121; Konyar, 2001: 83; Featherstone, 1996: 146). Medya, bireylere kendi gerçekliğini kurgulayıp sunarken, bunu önceden benimsenmiş ifadelendirme biçimleri üzerinden yapar. Üzerinde uzlaşmış tanımlardan yola çıkmak her zaman bir diğerinin dışarıda kalmasına yol açmaktadır. Bu da bireylerde, sunulan evrenin zaten içinde yaşanılan evren olduğu duygusuna yol açmaktadır. Çünkü haber metinlerinin alıcısı konumundaki birey, kendisine yabancı olmayana daha kolay kabul etmektedir.

### **Haber Metinlerinde Gerçekliğin Sunumu**

Haber ve habere ilişkin çalışmalarda haber, ilk dönemlerde gerçekliğin bir sunumu olarak değerlendirilirken toplumsal, siyasal ve ekonomik değişimlerin etkisiyle dilinde ve formatındaki farklılaşmalar

sonucu işlevi de değişen bir yapıya bürünmüştür. Gerçekliğin aktarılması ve anlamlandırılmasında aracı bir role sahip medyanın da bunu yaparken hangi toplumsal bağlamda yer aldığı ön plana çıkmıştır.

İnsanın kendisinin dışında, öteki insanla olan ilişkisinde, bu ilişkinin değişmesi, öteki insanı kölesi, kendisini de efendi olarak kurgulamasıyla başlamaktadır. Bu süreç içinde kendini efendi – köle ilişkisinde meşrulaştıran, haklılaştıran ve onu kutsayacak değerleri geliştirmiştir. Sözü edilen ilişkiye uygun olarak bu değerleri öğreten, aktaran ve kabul ettiren bir iletişim ortamı gelişmiştir (Oskay, 1996: 1516-1518). Tarihsel süreç içinde bütün ilişkilerin doğasında yer alan bu karşılıklı durum, günümüz medya anlayışını da içine alan bir görüş olarak karşımıza çıkmaktadır.

Günümüz medya anlayışında; geçerliliğini kaybederek eskimeye yüz tutmuş, haber vermek, bilgilendirmek, eğitmek, eğlendirmek gibi klasik işlevlerin yerini, bütünüyle ekonomik gereklere göre oluşmuş, ekonomik terminolojiye uygun bir çıkara dönük yapı almıştır. Ekonomik bir değer olarak değerlendirilen medya ürünleri tüketici kimliği giydirilmiş ve yine ekonomik bir değer taşıyan okurlara/izleyicilere/ dinleyicilere ortak, üzerinde uzlaşmış çıkarlara dönük olarak pazarlanmaktadır. Bugünkü medya yapısını kavrayabilmek için medyanın bugünkü anlayışa kavuşmasının uzun bir süreçte ortaya çıkan gelişmelerle ve bu gelişmelerin onu etkilemesiyle gerçekleştiğinin kabulü gereklidir. Toplumsal, siyasal, ekonomik ve kültürel değişimlerin belirleyici olduğu bu süreçte medya, her zaman olduğu gibi, siyasal ve ekonomik sistemin ona yüklediği misyonu yerine getirmiştir.

Medya üzerine yapılan çalışmalarda, medyanın eğlence, enformasyon, kültürel ve politik işlevlerini nasıl kullandığı, kitleleri nasıl ve hangi yönde etkilediği önemli bir sorundur. Medya, kamuoyunu etkileme gücünden dolayı kitlelerin düşün(e)mediği bir konuyu ortaya çıkarıp, onu işleyerek, bu yönde düşünceleri pekiştirebilmektedir (Burton, 1995: 84). Çoğunlukla da bu ele alınan ve işlenen konu, gerek siyasal gerekse de ekonomik gücü/iktidarı elinde bulunduranların çıkarına göre belirlenmiş bir konu olmaktadır.

Medyada haber üretim sürecinde simgesel iletilerin üretimi, anlam veren işaretler sistemi olarak tanımlanan dilin taşınmasından geçmeden anlaşılammaktadır. Habere konu olan olaylar kendi başlarına bir anlam kazanamaz. Olayların anlaşılır kılınması için olayları simge düzeni içine yerleştiren pratikleri içermesi gerekmektedir. Bu, kodlama olarak tanımlanan süreçtir (Alemdar ve Erdoğan, 2002: 295-296): Kodlama, olayların anlam veren bir içeriğe kavuşmasını sağlamaktadır. Egemen ideoloji içinde bir yere



yerleştirilen kodlar, anlam verdikleri her olayı inşa etmektedir. Kimi zaman bu süreç, sunuş biçimi, nesnellik ve yansızlık ile maskelenerek, "şeylere" egemen ideolojinin alanı içinde anlam kazandırılmış olmaktadır. Böylelikle bir yandan kodlama / şifreleme ve çözme aşamalarını kuran ideolojik inşa sürecinin meşruluğu desteklenir, diğer yandan da kapitalist sistemde egemen ideolojilerin söylemleri içinde "dünyayı tasnif etme" ideolojik amacı sürekli yerine getirilmiş olur.

Haberin gerçeklikle ilişkisi bağlamında, iletişim, toplumun öznelere görünme ve bu öznelere toplumu algılama biçimlerini gelenekselleştirmiştir. Kendi amacına uygun formüller üreterek sürekli kendini doğrulayıcı iletiler alıcılara sunulmaktadır. Alıcının (okur, izleyici, dinleyici) kafasına çakılarak ve yeniden çakılarak, onu formül tarafından buyurulan koşullar çemberi içine kapama etkisi oluşturmaktadır. Böylelikle medyanın ürettiği haberin sunduğu evrenin gerçekmiş gibi algılanması sağlanmış olmaktadır. Dolayısıyla haber ile gerçek aynı anlamı taşımamaktadır. Medya, bizi dünyadan haberdar eder, ancak bu haberdar ettiği dünya, içinde yaşadığımız değil, haberdar olduğumuz dünyadır (Çiğdem, 1992: 96; Topçuoğlu, 1996: 53-59). Bireyler kendilerine sunulan kurgulanmış gerçekliği kendi dünyalarının bir tezahürü olarak algılamaktadır. Üzerinde uzlaşmış formülasyonlar bireyin içinde yaşadığını zannettiği evrene dair içselleştirmeleri kapsamaktadır.

Haber, olayın kendisi olmamakta, olaydan sonra algılanan bir olgu olarak belirlemektedir. Olayla özdeş olmayan haber, olayın ana çerçevesi içinde yeniden kurulmaktadır. Haber, özünde bir tür toplumsal gerçeklik taşıyorsa, bu gerçeklik belli ölçütlerle yeniden kurulmuş/üretilmiş gerçekliktir. Gerçeklik yerini yavaş yavaş simülasyonlara bırakmaktadır. Anlam zedelenmesine yol açılarak, gerek pratik, gerek eğitici, gerekse de kültürel içerikli olsun, amacın anlam ileterek kitleleri anlamın egemenliği altında tutmak önemli hale gelmektedir (Baudrillard, 1991: 12,24). Bu anlam yitimleri günümüzde daha çok ekonomik gücü elinde bulunduranların çıkarına uygun tüketici kimliklerinin oluşturulmasında daha işlevsel olmaktadır. Toplumsal, siyasal ve kültürel anlamda da büyük çoğunluğun dışında kalanın farklı, ötekileştirilmiş bir kimlik taşıyacağı duygusu uyandırılarak geniş bir çoğunluğa sahip ancak sessiz kitleler meydana getirilmektedir.

Haberin gerçeklikle ilişkisi bağlamında, haberin diğer kurgusal metinlerde olduğu gibi söylem olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Kurgusal metinlere benzer biçimde öyküler üreterek gerçekliği anlamlandırmaktadır. Gerçek bireylerden oluşan haber, gerçeğin anlaşılabilir

bir türünün, katılan insanların eylem, sözcük ve tepkileri yoluyla inşa edilebileceğini savunmaktadır. Ancak burada önemli olan nokta, bunu gerçekleştirirken, olayların toplumsal kökeninin kaybolmasıdır (Fiske, 1987: 294). Medya metinlerinin alıcısı konumundaki bireyler, olaylar ve gerçeklere dair medyada egemen olanın sunduğu gerçeğe tutunmaktan başka bir çıkış yolu bırakılmayacak şekilde üretilmiş ve kurgulanmış anlam içine hapsedilmektedir.

### **Sonuç ve Değerlendirme**

Medyanın temel karakteristik özelliği sürekli olarak yenilenen biçimde kendi doğrusunu yeniden üreten bir anlayışla işlemesidir. Toplum üzerinde herhangi bir konuda kitlelerin ne düşüneceğine dair önceden biçimlendirilmiş olan dilini ve söylemini oluşturmakta, haber metinlerinin anlamını kendi gerçeklik duygusuna dayandırarak kendi amacını karşılayacak belirli kalıplar ve önermeler sunmaktadır. Başat/egemen ideolojiye uygun meşrulaştırmalar yaparak medya kendi söylem evrenini meydana getirmektedir.

Haberde yer alan her kelimenin, her kavramın ve her cümlemin, hatta resimlerin kullanış biçimlerinin ve hangi konuların seçileceği tercihinin belirli bir anlamı bulunmaktadır. Bu, sadece içinde yaşanan toplumsal ve siyasi yapı ile açıklanması mümkün olmayan bir duruma işaret etmektedir. Günümüzde değişen dünya koşullarında ekonomi iktidarının kendi çıkarlarını kitlelere dayatması ve bu belirlenmiş ölçütlere uygun bir yapıyı oluşturması medya üzerinden daha kolay ve en etkin biçimde gerçekleştirilmektedir. Medya, gücü elinde bulunduranların bir aracı konumundadır.

Hegemonyacı bir yapı içinde varolan medyanın ürettiği metinler, bu metinlerin alıcısı olan okuyucu/dinleyici/izleyiciler üzerinde manipülasyona/yönlendirmeye yol açmaktadır. Bu da, egemen/başat ideolojinin işlemesine ve kendini meşrulaştırmasına yönelik bir üretimdir. Medya, günümüz koşullarında toplumu olaylardan haberdar ederken, esasında kendi gerçeklik evrenini dayatmakta ve bilgisine sahip olduğumuz dünya içinde yaşadığımız dünya olmaktan çıkmaktadır.

### **KAYNAKÇA**

ALEMDAR, K., ERDOĞAN, İ., (1990), *İletişim ve Toplum*, Bilgi Yayınevi, Ankara.

ALTHUSSER, L., (1991), *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, Yusuf Alp, Mahmut Özışık (Çev.), İletişim Yayınları, İstanbul.

BAUDRILLARD, J., (1991), *Sessiz Yiğınların Gölgesinde ya da*

- Toplumsalın Sonu*, Oğuz Adanır (Çev.), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- BURTON, G., (1995), *Görünenden Fazlası – Medya Analizlerine Giriş*, Nefi Dinç (Çev.), Alan Yayıncılık, İstanbul.
- ÇİĞDEM, A., (1992), *Akil ve Toplumun Özgürleşimi Jürgen Habermas ve Eleştirel Epistemoloji Üzerine Bir Çalışma*, Vadi Yayınları, Ankara.
- DURŞUN, Ç., (2001), *TV Haberlerinde İdeoloji*, İmge Kitabevi, Ankara.
- ERDOĞAN, İ., ALEMDAR, K., (2002), *Öteki Kuram: Kitle İletişimine Yaklaşımların Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi*, Erk Yayınları, Ankara.
- FEATHERSTONE, M., (1996), *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, Mehmet Küçük (Çev.), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- FISKE, J., (1987), *Television Culture*, Routledge, London.
- FOWLER, R., (1985), *Language as Social Practice, Handbook of Discourse Analysis*, Teun A van Dijk (Edit.), London.
- HALİMİ, S., (1999), *Düzenin Yeni Bekçileri*, Çev.: Yaman Aksu, Fügen Eryılmaz, İstanbul.
- HALL, S., LUBBLEY, B., McLENNAN, G., (1985), *Siyaset ve İdeoloji: Gramsci*, Sadun Emrealp (Çev.), Birey ve Toplum Yayınları, Ankara.
- HALL, S., (1999), “İdeolojik Olanın Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulmanın Geri Dönüşü”, *Medya, İktidar, İdeoloji*, Mehmet Küçük (Der. Ve Çev.), Ark Yayınevi, Ankara.
- İNAL, A., (1995), “Yazılı Basın Haberlerinde Yapısal Yanlılık Sorunu”, *Toplum ve Bilim*, Sayı: 67.
- İNAL, A., (1996), *Haberi Okumak*, Temuçin Yayınları, İstanbul.
- JAY, M., (1989), *Diyalektik İmgelem: Frankfurt Okulu ve Sosyal Araştırmalar Enstitüsü Tarihi 1923-1950*, Ünsal Oskay (Çev.), Ara Yayıncılık, İstanbul.
- KONYAR, H., (2001), “Magazin Medyasında Popüler Milliyetçi Söylemlerin İşlevleri”, *Birikim*, Sayı:144, İstanbul.
- KÖKER, E., (1998), *Politikamın İletişimi İletişimin Politikası*, Vadi Yayınları, Konya.
- OKTAY, A., (1987), *Toplumsal Değişme ve Basın*, İstanbul.
- OSKAY, Ü., (1996), “İletişim ve İletişimde Çoğulculuğun Koşulları Üzerine Değinmeler”, *Yeni Türkiye. Medya Özel Sayısı II*.
- SHOEMAKER, P. ve REESE, S.D., (1997), “İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi”, *Medya Kültür Siyaset*, Süleyman İrvan (Der.), Ark Yayınevi, Ankara.
- SÖZEN, E., (1997), *Medyatik Hafıza*, Timaş Yayınları, İstanbul.
- TILIÇ, L.D., (1998), *Utanyorum Ama Gazeteciyim*, Su Yayınları, İstanbul.

TOKGÖZ, O., (2000), *Temel Gazetecilik*, İmge Yayınları, Ankara.

TOPÇUOĞLU, N.N., (1996), *Basında Reklam ve Tüketim Olgusu – Türkiye’de Yeni Gazetecilik Yönelimleri ve Basının Sosyo-Kültürel Değişimdeki Rolü*, Vadi Yayınları, Ankara.

ÜŞÜR, S.S., (1997), *İdeolojinin Serüveni Yanlış Bilinç ve Hegemonyadan Söyleme*, İmge Yayınevi, Ankara.