

PIERRE BOURDIEU VE TELEVİZYON ALANI: TÜRKİYE'DEKİ ANAAKIM TELEVİZYON HABERCİLİĞİNDE BİR SAHA ARAŞTIRMASI

Deniz Tansel İlic*

ÖZET

Sosyolog Pierre Bourdieu'nün habitus ve alan kavramları çerçevesinde şekillenen yapı-eylem kuramı, özneyi ve nesneyi birbiri için feda etmeden, araçsalcılık ve yapısalcılık arasında bir köprü kurmaktadır. Bourdieu'nün kuramı, sosyolojinin önemli bir parçası olan televizyon haberciliğinde özerklik, sansasyonel haber değerleri, rekabetçilik gibi unsurlar açısından da değerlidir. Bu çalışmada, Bourdieu'nün yapı-eylem kuramından yola çıkarak, Türkiye'de anaakım televizyon haberciliğine dair bir saha araştırması yapılmıştır. Araştırma kapsamında, İstanbul'da Fox TV, TGRT Haber, Kanal D, TV8 ve STV Haber'de katılımlı gözlemler yapılmıştır. Eğlence kanallarından Fox TV Amerikan sermayesine dayandığı, Kanal D çok reyting aldığı ve kurumsallaşmış bir yapı içerisinde işlediği, TV8 ise butik bir televizyon kanalı olduğu için seçilmiştir. TGRT Haber ve STV Haber ise haber kanallarının rutinlerini izlemeye olanak sağlayan yapısı nedeniyle tercih edilmiştir. Bu kanallardaki sansasyonel haber içerikleri reklam ve reyting beklentisi saptanmıştır. Haber üretiminin bu yapısal unsurlarının, muhabirlerin özerklik ve bağımsızlık alanlarını ne ölçüde daralttığı ortaya konmaya çalışılmıştır. Türkiye'de anaakım televizyon haberciliğinde, bu yapısal unsurların habercilerin karşı koyuş ve özgürleşim dinamiklerine olanak tanımadığı iddia edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Habitus, haber üretim süreci, sansasyonellik, reklam, reyting

PIERRE BOURDIEU AND THE TELEVISION FIELD: A FIELD RESEARCH IN MAINSTREAM BROADCASTING IN TURKEY

ABSTRACT

The structure-action theory of sociologist Pierre Bourdieu that is shaped in the context of the concepts habitus and field builds a bridge between instrumentalism and structuralism without sacrificing the subject and the object. The theory of Bourdieu is also valuable for autonomy, sensational news values, competitiveness in broadcast journalism which is an important issue in sociology. In this study a field research about mainstream television journalism in Turkey is conducted from the departure point of Bourdieu's structure-action theory. In the context of the research, participant observations are realized in Fox TV, TGRT Haber, Kanal D, TV8 and STV Haber in İstanbul. Fox TV is chosen because of the American capital it is based on, Kanal D for its high rating numbers, TV8 for its boutique structure, TGRT Haber and STV Haber for being news channels. The sensational news contents, advertising and rating expectations are revealed. It is

* Arş. Gör. Dr., Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi

attempted to display how those structural elements of newsmaking process constrain the autonomy and independence zones of the journalists. It is claimed that those structural elements provide no opportunity for the dynamics of opposing and emancipation of the journalists.

Keywords: Habitus, newsmaking process, sensationalism, advertisement, reytig

GİRİŞ

Pierre Bourdieu yapı-eylem sorununda, ara köprü kurmaya çalışan kuramcılardan biridir. Bourdieu, öznenin yapı-eylem denkleminde atılmasına karşı çıkmaktadır. Eyleyen ile yapı arasında dönüşlü bir ilişki kurma çabasında olan yazar, alan, *habitus*, sermaye (*capital*) kavramları çerçevesinde, öznel olanı saf dışı etmeyen bir yapı-eylem kuramı geliştirmeye çalışır.

Habitus, bireylere içkin olan, zihinsel ve bedensel kaynaklardır. *Habitus*ün bireyin kaynakları olduğu vurgusu, Bourdieu'nün öznel alanı kuramına dâhil ettiği yerdir. Ancak, bu bireysel özelliğine karşın, *habitus*ün toplumsal olanla doğrudan bir ilişkisi vardır. Böylece Bourdieu, hem öznel, hem de nesnel nitelikleri aynı anda içinde barındıran, toplumsal yaşamın iki önemli bileşeni olan yapıyı ve özneyi kapsayan bir kuram geliştirmiştir.

Toplumsallıkla bireyselliği bir arada barındıran *habitus* kavramı üzerinden, haberci ve habercilik alanı da dengeli bir şekilde birleştirilebilir. Haberciler, haber değeri taşıyan bir olayla karşılaştıklarında ne yapmaları gerektiğini bilirler. Haberci olarak sahip oldukları *habitus*, onların nasıl davranmaları gerektiğini belirler. Ancak, bu eylemler onların muhabirler olarak toplumsal uzamdaki konularından ve sosyal eşitsizlik tayfındaki yerlerinden de ayrı değildir. Bu toplumsal eşitsizlik ve uzamsal belirlenmişlik, *habitus*leri üzerinden habercilerin içine işlemiştir.

1. PIERRE BOURDIEU'DE YAPI-EYLEM SORUNU

1.1. Pierre Bourdieu'nün *Habitus* Kavramı

Pierre Bourdieu yapı-eylem sorununu dengelemek isteyen önemli bir sosyologdur (1). Yapı-eylem sorununa ilişkin yeni bir sentez geliştirmede Bourdieu, *habitus* kavramından yola çıkmıştır (Tatlıcan ve Çeğin 2010: 305). Bu kavram düşünürün, özne-nesne dengesini sağlamayı amaçlayan yapı-eylem kuramının temel yapıtaşıdır. Bourdieu, toplumsal düzenin temeli olarak *habitus*ü alır (Mouzelis 2010: 202). Özne ile nesneyi bir araya getiren bir kavram olması, *habitus*ü özellikle değerli kılmaktadır. Bu haliyle *habitus*, yapı-eylem dengesini kuran düşünümsel bir sosyolojinin temeli olma iddiasını taşımaktadır. *Habitus* kavramı, sosyal bilimlerdeki yapı-eylem uçurumu için hayati önem taşımaktadır. Hatta *habitus*,

“yapısalcılık ve fenomenolojik / etnometodolojik yaklaşımlar arasındaki eksik halka olarak görülebilir” (Mouzelis 2010: 200).

Bireylerin *habitus*leri ve bu bağlamdaki yapıp etmeleri toplumsal konumları ile ilişkilidir. Bu bağlamda, *habitus* her ne kadar bireye ait, öznel bir kavrammış gibi görünse de, asıl köklendiği nokta toplumsal eşitsizliktir. “*Habitus*, iktidar ve sınıfla yapılanan bir toplum içindeki sistematik eşitsizliklerle bağlantılıdır. *Habitus*, bu eşitsizliklerden kaynaklanır” (Smith 2007: 189).

Bourdieu, *habitusten* köklenen insan eylemlerinin niyetten ve belli hedefe yönelik olmaktan muaf olduğunu savunmaktadır (Bourdieu 1995: 182). Eylemin kökeninde edinilmiş, içselleştirilmiş yatkınlıklar bulunmaktadır. Bourdieu, eylemin erekselliğini yok saymasıyla ve onu geçmişten edinilmiş bazı eğilimlere indirgemeyle de araçsalcılıktan uzaklaşmaktadır.

Habitus kavramının bir özelliği de tarihselliğe bağlı olmasıdır. “En önemli şeyler, evrenin bütünüünün yapısal tarihi düzeyinde ortaya çıkarlar” (Bourdieu 1997: 48). Özneye ait olan, kişisel sayılan, aktör tarafından içselleştirilen aslında toplumsal ve tarihseldir. Bu noktada özne ile nesne, kişisel ile toplumsal çok belirgin bir şekilde ilişkilendirilmiş ve hem eylem, hem de yapı tarihsellikle bağlantılandırılmıştır.

1.2. Pierre Bourdieu’de Nesnelcilik – Öznelcilik Tartışması

Bourdieu, nesnelcilik ve öznelcilik arasındaki “tuzağa düşmemeye gayret etmesine” karşın, nesnelciliğe daha yakın durmaktadır. Bourdieu felsefesi, belli oranda toplumsal yaşantıda bireyleri görmekten uzaktır. Toplumsal yaşamı inorganik, eyleyenleri ise pasif bir şekilde algılar. Bourdieu, aktörlerin büyük oranda yapıya ve alandaki (2) konumlarına bağımlı olduğunu vurgulamaktadır. Bu halyle tek başına eyleyenlerin eylemleri ve kararları belirleyici değildir. Alandaki konumun, aktöre oranla üstünlüğü söz konusudur:

İnsan sosyolojiyle uğraştığı zaman, kadınların ya da erkeklerin sorumluluk taşıdıklarını, ama kendi imkânları ve imkânsızlıkları içinde, büyük ölçüde, içine yerleştirilmiş oldukları yapı ve bu yapı içinde işgal ettikleri konum tarafından belirlendiklerini öğreniyor (Bourdieu 1997: 60).

Mouzelis, Bourdieu’nün kavramsal çerçevesinde eksik öge olarak iradeyi saptar. “Yapı-*habitus*-pratik çıkmaz sokağından kurtulmanın yolu, toplumsal oyunların iradi boyutunu daha ciddiye almaktır” (Mouzelis 2010: 207). Buna göre, Bourdieu’nün terminolojisinde “istendikliğe” hiç yer ayrılmadığı sonucuna ulaşmak için bir adımlık mesafe gereklidir.

Bourdieu'nün *habitus*, sermaye ve alan / uzam gibi kavramlar üzerinden öznenesne ikiliğini belli bir oranda dengeye getirdiği söylenebilir de, düşünürün denklemin özne kısmına yeterli vurgu yapmadığı iddia edilebilir. Bourdieu öznel niteliği bir güçsüzlük kostümü ile kuşatarak, *habitus* kavramına dâhil etmiştir. Bu özelliği ile *habitus* öznenin bir parçası olmaktan kopuk değildir; ancak toplumsal eşitsizlikten kaynaklandığı ve onu tekrar yarattığı için yapının egemen olduğu bir kavramdır.

2. PIERRE BOURDIEU VE TELEVİZYON ALANI

2.1. Televizyon Alanında Sansasyonellik

Bourdieu için haberci faillerin eylemlerinin önünde duran önemli yapısal belirleyenlerden biri sansasyonelliktir. Bourdieu'ye göre, sansasyonellik haber üretim sürecinin yapısal belirleyenlerinden biridir. Eyleyen olarak haberci seçicidir ve bu seçimin temel kriteri haberin sansasyonellik düzeyidir. Dolayısıyla, bu seçicilik, haberin yapısal olarak bağlı olduğu unsurlardan biri olan sansasyonellik niteliği ile ilişkilidir. Bu nedenle, habercinin eyleyen olarak seçim kriterinin tamamen yapısal olduğunu söylemek mümkündür:

Habercilerin 'gözlükleri' vardır ve bunlarla bazı şeyleri görürken bazılarına görmezler ve gördükleri şeyleri de belli bir tarzda görürler. Bir ayıklama yapar ve ayıklanmış olan şeyi belli bir tarzda kurarlar. Ayıklama ilkesi, sansasyonelin, gösteri niteliği taşıyanın aranmasıdır (Bourdieu 1997: 24).

Bu sayede, sansasyonellik, tüm gazetecilik alanının yapısal belirleyenlerinden biri haline gelmektedir. Böylece, haberler siyasal odaktan koparılmakta ve sansasyonellik haber değeri (3) olarak habercilik alanında kurulmaktadır. "Bu haberlerin, siyasal boşluk yaratmak, siyasetdışlaştırmak ve dünyadaki yaşamı öyküm-süye ve dedikoduya... indirgemek gibi bir etkileri vardır" (Bourdieu 1997: 57):

Ama en önemlisi; televizyonun ve rakip televizyonlar arasından da, sansasyonelin, gösterisel olanın, olağandışının aranışında en fazla sinizm ve de başarı gösterenlerin simgesel ağırlığının büyümesiyle birlikte, şimdiye kadar sansasyon basını denem ve spor haberleri ile gelgeç haberlerde yoğunlaşan gazetelere bırakılmış olan belli bir enformasyon anlayışının, kendini gazetecilik alanının bütününe dayatmakta oluşudur (Bourdieu 1997: 56).

Bourdieu, televizyonların izlenme oranlarının da, özerkliğin önünde önemli bir problem olduğunu savunmaktadır. Tecimselleşme ve rakamların tüm üretim sürecine hâkim olması öznelerin eylemlerini belirlemektedir:

İzlenme oranları hâlihazırda gazeteciliğin en özerk olduğu mekânlarda bile bütün beyinlere yerleşmiştir. Bugün yazı işleri odalarında, yayınevlerinde vb. bir 'izlenme / okunma anlayışı' egemendir. Her yerde, tecimsel başarı terimleriyle düşünülmektedir (Bourdieu 1997: 31-32).

2.2. Televizyon Alanında Reytinq Rekabet ve Özerklik

Bourdieu için alanların özerkliliğini belirleyen bir nokta da, orada yaşanan mücadele ve rekabettir. Habercilik gibi daha çok izlenen haberi yapmak yönünde rekabetin yoğun olduğu alanlarda, bu durum özellikle önemlidir. Bu alanlarda, eyleyenler kıyasıya bir şekilde birbirleriyle rekabet etmektedir:

Bir alan, aynı zamanda *bir çatışma ve rekabet mekânıdır*; bu bir savaş alanı analogisidir, bu savaşa katılanlar, bu alanda etkili olan özgül sermaye türü- sanatsal alanda kültürel yetke, bilimsel alanda bilimsel yetke, dinsel alanda papazların yetkesi vs.- üzerinde tekel kuram ve iktidar alanında farklı yetke biçimleri arasındaki 'dönüşüm oranlarına' ve hiyerarşiye karar verme gücünü elde etme amacıyla birbirleriyle rekabet etmektedirler (Wacquant 2012: 26).

Rekabetçilik, habercilerin özerkliğinin önünde bir engel olarak durmaktadır. Bourdieu'nün rekabet üzerinden kurguladığı aynı alandaki aktörlerin ortak bir *habitusü* paylaştıkları fikrini beraberinde getirmektedir. Bu noktada, habercilerin, ortak *habitus*lerinin resmini çizmek önem taşımaktadır. Bu ortak *habitusün* özellikle reyting üzerinden şekillenen rekabete bağlı olarak işlemesi, televizyonun özerk bir alan olmasını engellemektedir:

Televizyon, pek az özerkliği olan ve gazeteciler arasındaki toplumsal ilişkilerden, saçmalık derecesinde acımasız, azgın *rekabet ilişkilerinden* kaynaklanan bir dizi baskıların ağırlığı altındaki bir iletişim aygıtıdır; bu rekabet ilişkileri, aynı zamanda da, gazetecilerin simgesel üretim alanındaki konumlarına bağlı ortak çıkarları ve onların toplumsal kökenlerine, formasyonlarına (ya da formasyonsuzluklarına) bağlı ortak algılama ve değerlendirme kategorilerine, ortak bilişsel yapılarına sahip olmaları üzerine kurulmuş olan nesnel suç ortaklığı, *birliktelik ilişkileridir* (Bourdieu 1997: 41).

Bourdieu, iletişim alanındaki eylemlerin sorumlusu olarak bireylerin görünmesi gerektiğini savunmaktadır. Etik kavramının çözümlenmesinde serimlendiği gibi, tüm sorumluluğu bireye yükleyen araçsalcı bakıştan uzaklaşarak daha kapsamlı mekanizmalar üzerinden düşünmek Bourdieu düşüncesinde esastır:

Sözünü ettiğim ve bütün çabalarıma karşın, sunucuların, iletişimcilerin bireysel sorumluluklarına yüklediğim izlenimini verebilecek olan bütün

bu şeyleri anlamak için, global mekanizmalar düzeyine geçmek gerekiyor (Bourdieu 1997: 43).

Bourdieu, televizyon alanının yapı-eylem konusunda özellikle çatışmalı olduğunu savunmaktadır. Bu alanda, eyleyenler, özerklik izlenimi ile kukla görünümünü aynı anda üzerlerinde taşımaktadır. Alanın kendine özgü bir gösterişi olması, eyleyicilere özerklik görünümü kazandırmaktadır. Ancak, bu evrende eyleyenler aynı zamanda "eyleyemez" gibi de görünmektedir:

Televizyon, toplumsal edimcilerin bir yandan önemin, özgürlüğün, özerkliğin ve hatta kimi zaman da olağanüstü bir halenin (televizyonda haberleri okumak yeter) görüntülerini taşırlarken, betimlenmesi gereken bir zorunluluğun, ortaya çıkarılıp gün ışığına getirilmesi gereken bir yapılanmanın kuklaları oldukları izleniminin edinildiği bir evrendir (Bourdieu 1997: 43).

"Gazetecilik alanı, tıpkı öteki alanlar gibi, bir paylaşılmış ön-varsayılmışlar ve inançlar bütünü üzerinde durmaktadır" (Bourdieu 1997: 53). Haber değerleri ve profesyonellik ideolojisi, alanın aktörleri olan haberciler tarafından "paylaşılmış ön-varsayılmışlar" ve doğruluğu önceden ve kati bir şekilde kabul edilmiş, içselleştirilmiş inançlar bütünü oluşturur.

Televizyonun ve gazeteciliğin özerkliğini iddia edenlere karşı Bourdieu, bu alanların özellikle diğer alanlara bağımlı olduklarını söyleyerek bir karşıt tez geliştirmektedir. Bu haliyle habercilik alanı, pek çok alana göre daha bağımlıdır. Örneğin, gazetecilik evreni iktisadın alanına bağlıdır:

Gazetecilik alanının bir özelliği vardır: Dış güçlere, kültürel üretimin bütün öteki alanlarından, matematiğin alanından, edebiyatın alanından, hukukun alanından, bilimsel alandan vb. çok daha fazla bağımlıdır... Gazeteciliğin evreni bir alandır ama izlenme-oranı aracılığıyla ekonomik alanın baskısı altındadır (Bourdieu 1997: 59).

Bourdieu, haberciliğin diğer alt-evrenlerle ilişkili bir alan olduğunu savunmaktadır. Bu alanın özerk olduğunu iddia etmek, bu alt-evrenler arası ilişkileri göremekten kaynaklanır. Bourdieu bu bağlamda, habercilik alanının olduğu gibi ekonomiye indirgenmesine de karşı çıkarak, bu tarz bir Marksist geleneği eleştirmektedir:

Gazeteciliğin dünyası, kendine özgü yasaları olan ve global dünya içindeki konumuyla, maruz kaldığı ve öteki mikro kozmoslardan kaynaklanan çekim ve itimlerle tanımlanan bir mikro kozmostur. Onun özerk olduğunu, kendine özgü yasaları olduğunu söylemek, orada cereyan eden şeyin, dış etmenlerden yola çıkarak doğrudan bir tarzda anlaşılmasının

mümkün olmadığını söylemektir. Bu, gazetecilikte cereyan eden şeyin ekonomik etmenlerle anlaşılmasına yönelttiğim itirazın ön varsayılmıştı... Marksist geleneğe bağlı güdük bir materyalizm (4) biçimi vardır ki, hiçbir şeyi açıklamaz, hiçbir şeyi aydınlatmadan suçlar (Bourdieu 1997: 45).

Düşünür, sosyolojinin, yapıya dâhil olan aktörlere belli bir miktar özgürlük kazandırabileceğini vurgular. Böylelikle, görelî özerkliğin imkânsız olmadığını altını çizmiş olur. Bu durum, televizyon alanı için de geçerlidir:

Sosyolog da, gazetecilik gibi bir uzamı, daha yola çıkarken oradaki itkileri, duyguları, tutkuları, çözümlene çabasıyla arılaşan tutku ve itkileri betimlediğinde belli bir etkinlik umudu taşır. Örneğin, mekanizmalara ilişkin bilinci yücelterek, ister gazeteci ister televizyon izleyicisi olsunlar, bu mekanizmalar tarafından kullanılan insanlara bir parça özgürlük kazandırmaya katkıda bulunabilir (Bourdieu 1997: 60-61).

Bourdieu, eylemin olanaklılığını yapısal mekanizmaların fark edilmesine bağlar. "...eğer ahlaki savaşımları doğuran yapısal mekanizmaların bilincine varılsaydı, bunları kontrol altına almaya yönelik bilinçli bir eylem de mümkün hale gelirdi" (Bourdieu 1997: 61). Bourdieu, gazetecilik ve televizyonculuk alanındaki kontrolün sahiplerin veya yöneticilerin denetimleri değil, yapının kendisinden kaynaklanan daha büyük ve kapsamlı bir baskı olduğunu savunmaktadır. Bu haliyle sürecin, sadece aktörlere indirgenmesine engel olmaktadır:

Ben, hâlihazırda bütün kültürel üretim alanlarının gazetecilik alanının yapısal baskısına maruz olduklarını düşünüyorum; yoksa kendileri de alanın güçleri tarafından aşılmış bulunan falan ya da filan gazetecinin, falan ya da filan kanal yöneticisinin baskılarına değil (Bourdieu 1997: 62).

Bourdieu, gazetecilik alanının sadece ekonomiye indirgenmesine karşı çıkmasına karşın, bu uzamda pazarın baskılayıcı gücü üzerine sıklıkla vurgu yapar. Kültürel alan, ekonomik alandan bağımsız değildir. Bu aşamada, alanların tümünün ekonomik alana bağımlı olduğunu söylemek aşırıya kaçmak olmayacaktır. Yanlış olan, bu noktadan harekete geçtikten sonra, diğer faktörleri dikkate almamaktır. Bourdieu, dördüncü güç gibi ideallerin önünde dikilen en büyük engelin de, gazetecilik alanının ekonomi alanı tarafından kuşatılmışlığı olduğunu vurgular:

Burada konu, 'gazetecilerin sahip oldukları erk' değil -'dördüncü erk' olarak gazetecilik de değil- ama pazarın (okurlar ve ilan verenler) taleplerine giderek daha fazla boyun eğen bir gazetecilik alanındaki *mekanizmaların, önce gazeteciler (ve gazeteci-entelektüeller) üzerinde*, sonra da ve kısmen onların aracılığıyla, kültürel üretimin farklı alanları, edebiyat alanı, sanat

alanı, bilim alanı üzerinde uyguladıkları baskı gücüdür (Bourdieu 1997: 77).

Habitus kavramı, habercinin toplumsal eşitsizliği yeniden kuracak eylemlere yöneleceğini ima etmektedir. Her ne kadar muhabir, kendi *habitus*ünden güç alarak aniden karar (5) verme becerisine sahipse de; bu eylemler özgürleştirici değil, var olanı muhafaza edici nitelikte olacaktır. Bu haliyle, habercinin bir eyleyen olarak gücünün olmadığı açıktır. Haberci, haber kurumunu çevreleyen içsel ve dışsal engellerin sınırlayıcılığını tekrar kuracak eylemlerle yapının eşitsizliğini bizzat pekiştirecektir.

Bourdieu'ye göre, "özerkliği elde etmek için, içinde kendi kendimizle kavga ettiğimiz, ama bütün bunların nedenini bilerek yaptığımız o bir tür fildişi kuleyi inşa etmek gerekir" (Bourdieu 1997: 67). Ama gazetecilik ve televizyonculuk gibi diğer uzamların müdahalesine açık alanlarda, o fildişi kuleyi inşa etmenin zor olduğu açıktır. Bourdieu'ye göre boyun eğme, öznelere *habitus*lerinin uzamla, bilinçdışının toplumsalla buluştuğu yerde köklenir. "İtaat, onların *habitus*leri ile içinde eyledikleri alanın bilinçdışı denkliğinden doğar. Toplumsallaşmış beden en derinine yerleşir" (Wacquant 2012: 31). Bu bağlamda, gazetecilerin diğer alanların belirleyiciliğine itaat etmelerinin kaynağı, onların toplumsallaşmış ve içselleştirilmiş eylemlerinde aranmalıdır.

3. TÜRKİYE'DEKİ TELEVİZYON ALANINA DAİR BİR SAHA ARAŞTIRMASI

3.1. Saha Araştırmasının Yöntemi

Bu çalışma kapsamında, Pierre Bourdieu'nün yapı-eylem kuramı çerçevesinde, sansasyonellik, rekabetçilik ve özerklik konularını Türkiye'de anaakım haberciliğinde test edebilmek için bir katılımlı gözlem yapılmıştır.

Bir haber değeri olarak sansasyonellik, Bourdieu'ye göre, haber üretim sürecinin temel yapısal belirleyenlerinden biridir. Bu bağlamda Türkiye'deki anaakım televizyon haberciliğinde, bu kavramlar üzerinden yapı-eylem sorununu tartışmaya yönelik bir saha araştırması yapılmıştır.

Araştırmaya dâhil edilen televizyon kanallarının, Türkiye'deki anaakım haber üretimine dair veri üretmeye ve genelleme yapmaya olanak sağlayacak nitelikte olmasına dikkat edilmiştir. Bu çerçevede Fox TV ve Kanal D çok izlenen eğlence kanalları olduğu için araştırma kapsamına alınmıştır. Bu seçimin temelinde, reytingi yüksek televizyon kanallarının sansasyonel haber üretimine daha eğilimli olduğu varsayımı vardır. Fox TV'nin Amerikan sermayesine dayanmasının, Kanal D'nin Türkiye'nin en çok izlenen haber bültenine sahip olmasının araştırma katkı sağlayacağı düşünülmüştür. TV8 ise, az sayıda personelin çalıştığı, butik

bir kanal olduğu için seçilen kanallar arasında ayrıksı bir konuma sahiptir. Araştırmada, haber kanallarında da yer verilmiştir. TGRT Haber ve STV Haber ise bir haber kanalının üretim sürecini ana hatlarıyla yansıtaacağı düşünülerek araştırmaya eklenmiştir.

Söz konusu televizyon kanallarında katılımlı gözlem yapabilmek için gerekli izinleri almak zorlu bir süreç olmuştur. Genel yayın yönetmenleri, kanallarında haber üretim süreci üzerine bir gözlem yapılması konusunda istekli davranmamıştır. Araştırmacı, kanallara girebilmek için kilit konumlardaki kişilerden referans almak zorunda kalmıştır. Bunların yanında, ikna sürecinde, araştırmacı özgeçmiş ve niyet mektubu gibi belgeleri de kanal yönetimlerine sunmuştur.

Katılımlı gözlemlerin her biri kanalların İstanbul'daki haber merkezlerinde yapılmıştır. Fox TV ve Kanal D'de muhabirlerin, TGRT Haber'de istihbarat şefinin, TV8'de genel yayın yönetmeni asistanının, Samanyolu Haber'de ise editörün yanında bulunulmuş ve süreç onların durduğu noktadan gözlemlenmeye çalışılmıştır.

Bu bağlamda söz konusu kanallarda, sansasyonellik üzerinden haber üretiminin yapılaşma süreci izlenmiştir. Sansasyonelliğin bir haber değeri olarak reyting rakamları ve reklam gelirleri ile olan ilişkisi ortaya konmuştur (6). Bu çerçevede, bu değerlerin haber üretim sürecinin yapısal olarak belirlenmesinde etkili olduğu ve öznenin özgürlük alanını daralttığı iddia edilmiştir.

3.2. Fox TV'den Elde Edilen Bulgular

Fox TV, Ankara merkezli aktüel-politik-sıcak; İstanbul merkezli "özel" sokak olaylarına dayanan bir habercilik anlayışına sahiptir. Fox TV, ülkenin haberleri en çok izlenen eğlence televizyonlarından biridir. Kanalın yayın politikası, reyting beklentisi, reklama dayalı gelir politikası, çalışanların tümü tarafından içselleştirilmiş olan neo-liberal ve sansasyonel haberlere yaslanmaktadır.

Fox TV'nin İstanbul'daki merkezinde yapılan sabah toplantılarında, haber müdürleri, muhabirlerden özel haber önerisi sunmalarını istemektedir. Ana haber bülteni, doğrudan bu özel haberler üzerine inşa edilmektedir. Haber müdürü, haber müdür yardımcısı, istihbarat şefi ve muhabirlerden oluşan yaklaşık on kişilik bir ekibin katıldığı bu toplantılarda, hangi önerilerin kabul edileceği ve bültende yer alacağı tartışılmaktadır.

Reyting beklentisiyle habercilik yapılan Fox TV'de haber toplantısında araştırmacıdan bir haber önerisinde bulunması istenmiştir, araştırmacı İmralı tutanaklarının içeriğine ilişkin bir haber yapılmasını önerdiğinde, bu konu sakıncalı bulunmuştur. Araştırmacı, muhabirlerle ortak bir konuyu paylaşarak katıldığı haber toplantılarında yalnızca özel siyasi haber fikri üretebilmiştir.

Çünkü akademik düşünce tarzı, sokaktaki aktüel ve tüketilmesi kolay olay üzerine düşünmeye uyumlu değildir. Uzun erimli, toplumsal altyapısı olan konular üzerinde düşünmek haberciliğin kısa vadede tüketilen habercilik anlayışı ile karşıtlıklar içermektedir. Araştırmacının, kendi muhabirlik geçmişine (7) ve içselleştirme süreçlerine hâlihazırda maruz kalmış olmasına karşın Fox TV'nin talep ettiği şekilde düşünmeyi kolaylıkla öğrenebilmesi mümkün değildir. Televizyon kanalı, muhabirden politik duruşundan vazgeçmesini talep etmektedir. Özellikle eğlence kanallarındaki haber bültenlerinin temelini oluşturan, tekil öznelerin dramlarından yola çıkarak, bütün toplumsal resmi görmek olası değildir. Kanal, muhabirleri, öznelerin toplamının yaşamlarını politik ve ekonomik olarak belirleyen arka planı ve ideolojiyi düşünmemeye yönlendirmektedir.

Kanalın haber toplantılarında ön plana çıkan seçim kriteri ve haber değeri sansasyonelliktir. Muhabirlerin haber yaptıkları konular, günler öncesinden bağlantı kurdukları kaynaklar üzerinden akan sansasyonel haberlerden oluşmaktadır. Bu içeriğinden dolayı, Fox TV'de haberler, bir Hollywood filmiymişçesine sunulmakta ve izleyicinin öykü-anlatı ve heyecan beklentilerini karşılamaktadır.

Kanalda sansasyonel, magazin, şiddet odaklı habercilik anlayışı hâkimdir. Fox TV, belli bir politik duruştan ziyade izleyiciye ve reklamverene yakın durmaktadır. Sansasyonel içerikler tercih edildiği için Fox TV'de haber metinlerinde bir içeriksizleşme söz konusudur. Haberler, bir ambalajda sunulmakta, ancak paketi açan izleyici bir içeriğe ulaşamamaktadır. Kanalda, dünyaya ve ülkeye ilişkin politik içerik yok sayılmaktadır.

Fox TV'de herkesi ilgilendiren gündelik yaşam haberleri yapılmakta, muhabir haber konusu önerirken sokakta olanları ve "herkesi ilgilendiren yaşam haberi" kriterini gözetmeye dikkat etmektedir. Reytinglerde, Türkiye geneline ve AB sınıfından, reyting sayımına dâhil olan "seçkin" azınlığa ilişkin rakamlar ayrı ayrı değerlendirilmektedir. Kanalda, Türkiye'nin geriye kalanını yok sayan İstanbul haberlerine yer verilmekte, ülkenin ekonomi politik sürecini ilgilendiren konular dışlanmaktadır. Fox TV'nin konformist ideolojisi, izleyiciye "eğlence" sunmakla ve reklamverene yakın durmakla eşdeğerdir. Bu bağlamda, marjinal ve politik haber yapmaktan özellikle uzak durulmaktadır.

Reyting ölçüm şirketleri SBN ve TNS, izlenme verilerini, ülke geneline ve AB grubuna ilişkin olmak üzere ayrı ayrı sunmaktadır. AB grubunun satın alma gücü nedeniyle bir üstünlüğü bulunmaktadır. Fox TV'de muhabirlerin, bu grubun izleme rakamlarına özellikle dikkat ettiği gözlemlenmiştir. Fox TV'de reyting rakamları doğrudan muhabirlere e-posta olarak gönderilmektedir. Bu kurumda, muhabirlerin reyting üzerinden rekabet etmesi arzulanan bir durumdur.

Reytingin bir değer olarak saptanması, yapılacak haberlerin içeriğini de belirlemektedir. Örneğin, 2 Mart 2013 tarihinde Fox TV'de HIV'den kurtulan bebek haberi, Türkiye'de HIV'li bebek sayısının az olduğu iddiasıyla yapılmamıştır. AB sınıfından İstanbullu kişileri ilgilendirmeyen konular da, aynı mantıkla dışarıda bırakılmaktadır. Reklam verenlerin haber içeriklerine yönelik beklentileri bunda etkili olmaktadır.

3 Mart 2013 tarihinde Fox TV haber toplantısında, THKP-C ve Grup Yorum ile ilgili haberlere, "bir öykü çıkarabilir miyiz?" sorusu ile yaklaşmıştır. Fox TV muhabiri, söz konusu politik haberleri, haber müdürünün yardımcısına bir öykü olarak sunmuştur. Çünkü bu kanalda en politik haberler bile artık bir öykü olarak görülmektedir. Haberin bir öykü olarak paketlenmesinde kanalın reyting alma arzusu etkili olmaktadır.

Fox TV'de habercilik, duyguların acıtılması ile ilişkilidir. 8 Mart 2013 Dünya Emekçi Kadınlar Günü için hazırlanan, Hülya Avşar ve Bergüzar Korel gibi iktidar seçkini kadınların rol aldığı, kadına yönelik şiddet konusundaki foto galeri haberi ve sansasyonel 'sözde' sosyal sorumluluk kampanyası (8 Mart 8 Kadın) tüm kanallarda en önemli haber olarak belirmiş ve arka arkaya defalarca yayına verilmiştir.

Her türlü yaşam haberi, sokaktaki insanları ilgilendiren her konu haber olmaktadır. Yaşam haberinin, haber bültenlerinde yer almak için aynı zamanda sansasyonel ve magazin (8) olması gerekmektedir. Örneğin, Fox TV'de plakalara çip takılarak denetim yapılması yerine, ameliyat hatası nedeniyle gözleri kör olan bebeğin hikâyesi tercih edilmiştir. Özetle Fox TV'de, reyting elde etmek için sansasyonel içeriklere bültenlerde yer verilmektedir.

3.3. Kanal D'den Elde Edilen Bulgular

Kanal D'de sabah toplantılarına haber müdürü, en az on beş muhabir ve stajyerler katılmaktadır. Haber toplantısında, ana haber bültenine yönelik haberler tartışılmaktadır. Toplantılarda, Fox TV'deki kadar sansasyonel, magazin ve şiddet odaklı haber önerilmemektedir. Kanal D'de, Fox TV'den daha az, TGRT Haber'den ise daha çok sansasyonel haber yapılmaktadır.

Kanal D'de, İstanbul'da yaşayan insanların gündelik yaşamına ilişkin haberler yapılmaktadır. Bu bağlamda otobanda olanlar, ekmek fiyatları gibi konular kanalın en temel haber konularıdır. Haber toplantısında çok az sayıda politik haber önerilmekte; bu haber önerileri de genel olarak haber müdürü tarafından reddedilmektedir. Dış haber ve emek haberleri, bültende ve dolayısıyla haber toplantılarında hiç yer almamaktadır.

Kanal D’de haber içeriklerini belirleyen temel unsur, görsellik ve biçimseliktir. Bu bağlamda, içerik ikinci plana atılabilmektedir. Bu haber seçim stratejisi, reyting ve reklam rakamlarını yükselttiği için sansasyonel haber yapan kanalların yaklaşımı ile çelişmemektedir. Örneğin İran’daki uranyum zenginleştirme haberi, kanalın haber müdürü tarafından önemli bulunmuş, ancak konuyla ilgili yeterli görüntü bulunamadığı için haber yapılmamıştır. Bu durum kanalda içeriğin biçime yenik düştüğüne önemli bir örnek teşkil etmektedir.

Kanal D’de sabah toplantısında önerilen bir yol durum haberi akşam bülteninde kısa bir film gibi sunulmuştur. Muhabir, haberinin bir kısa film gibi senaryosunu yazmış ve sonrasında da kurgulamıştır. Bu durum haberlerin gerçekten de “edebi” bir öykü veya kısa film gibi görüldüğünü ortaya koymaktadır.

Bu bağlamda, sokak ve yaşam haberleri üzerinden şekillenen, içeriği düşük haber metinlerinin kanalın bülteninde yer aldığını söylemek mümkündür. Dolayısıyla kanal, Fox TV kadar sansasyonel haberlere yer vermese de, izlenilirliği sağlamak için benzer bir şekilde sokak ve yaşam haberlerine başvurmaktadır.

3.4. TV8’den Elde Edilen Bulgular

Butik bir kanal olan TV8’de (9) az sayıda muhabir çalışmaktadır. Bu durumun kanalın temel konuları aktarmakla yetinmesine neden olmaktadır. Muhabirler reytingi artıracak, sansasyonel haberlerin peşinde koşma ‘olanağına’ pek sahip değildir. Bu nedenle, kanalda reyting rakamları düşüktür. Sansasyonel içerikler ise diğer eğlence kanallarındakinden azdır.

Kanalın ilk yıllarında ekonomi, eğitim, sağlık alanlarında uzmanlaşmış muhabirler olmasına karşın sonradan muhabir sayısı azaltılmıştır. Böylelikle uzmanlık alanları ortadan kalkmıştır. Kanalda toplam beş muhabir vardır ve bu muhabirler, her kategorideki haberle ilgilenmektedir.

Uzmanlaşma, televizyon kanallarının özellikle istemediği bir konudur. Belli konularda uzmanlaşmış muhabirler yerine yaşam haberlerine ve içi boş sokak haberlerine ilgi gösteren muhabirler kanal yönetimlerinin de tercih ettiği bir durumdur. Sokak ve yaşam haberlerine gösterilen ilgi açısından Kanal D ile TV8 arasında bir benzerlik yakalamak mümkündür.

Kanalın haber bülteni nispeten az izlenmektedir. Kanal yönetimi, ana haber bültenine ilişkin reyting rakamları, diğer eğlence kanallarına göre daha az önemsenmektedir. Yine de, SBN ve TNS’den reytingler dakika başına gelmektedir. Asistan her gün en az iki saatliğine, reyting ölçümünün hangi habere denk geldiğini anlamak için tüm yayını baştan sonra izlemektedir. TV8’de asistan, bu bilgileri sadece genel yayın yönetmeniyle paylaşmaktadır. Kanal yönetimi, şaşırtıcı bir şekilde muhabirlere kendi haberlerinin ne kadar izlendiği söylememektedir.

TV8 genel yayın yönetmeninin asistanı, bu bilginin gizlenmesinin nedeninin, muhabirler arası rekabeti engelleme çabası olduğunu söylemektedir. Bu nedenle TV8, rekabetin yüceltiği televizyon kanallarına karşı bir konum sergilemesi açısından önemlidir.

3.5. TGRT Haber'den Elde Edilen Bulgular

TGRT Haber'de, İHLAS Holding'in sahibi Enver Ören'in 2013 yılındaki ölümünün ardından bir yöneticilik krizi yaşanmıştır. Kanalin genel yayın yönetmeni işten çıkarılmış, sonra geri alınmış, ardından tekrar çıkarılmıştır. Bu dönemde oluşan denetimsizlik ortamı çalışanlar için bir esneklik ve görelî özerklik yaratmış, bu durum haber içeriklerine yansımıştır.

TGRT Haber'de, Fox TV'deki gibi büyük bir reklam departmanı yoktur ve söz konusu departman haber merkezine fiziksel olarak içkin değildir. Kanalda, araştırma için gidilen diğer televizyonların aksine, muhabirlerin katıldığı sabah toplantıları yapılmamaktadır. Yöneticiler ve editörler, haber seçimine dair kısa bir değerlendirme yapmaktadır. Bu nedenle haber içeriklerine nasıl karar verildiğini görmek için bültende yayınlanan haberlere bakmak gerekmiştir.

TGRT Haber'de çok fazla yurt haberi yapılmaktadır. Bu tercihin temel nedeni, yayını doldurabilme arzusudur. Kanalin -diğer haber televizyonlarında olduğu gibi- bir yurt haber masası bulunmaktadır. Yurt haberler, belli oranda sansasyonellik içermektedir.

TGRT Haber istihbarat şefi, sansasyonel haber içeriklerini eleştirmektedir. Bu içeriklerin medyada yer almasının, olumsuz davranışların toplumda yerleşik hale gelmesine neden olduğunu savunmaktadır. Böylelikle, istihbarat şefi haber üretiminin yapısal kurallarına ve haber seçim kriterlerine karşı çıkmaktadır. Buna karşın aynı haberci kendisi de belli sansasyonel içerikleri, haber metinlerine yerleştirmektedir.

İşletme müdüründen alınan bilgiye göre kanal, polis-adliye haberlerine açık değildir. Polis-adliye haberlerine yer vermemek, kanalın sansasyonel içeriğe de belli oranda kapalı olduğunu göstermektedir. Bu durum, kanalın ılımlı muhafazakâr yapısı ile ilişkilendirilebilir. Buna ek olarak, TGRT Haber belli oranda muhafazakâr ideolojiyi desteklemesine karşın, bu kanaldaki haberlerde, dini içeriğe veya imaya çok yer verilmemektedir.

Reytinge verilen önem, kanaldan kanala değişmektedir. Araştırma yapılan süre boyunca TGRT Haber'de reyting rakamlarından bahsedildiğine rastlanmamıştır. Muhabirler, haberlerinin ne kadar izlendiği ile ilgilenmemektedir. TGRT Haber, bir haber kanalı olduğu için burada çalışanlarda her konuda haber yapma kaygısı vardır. Bu nedenle muhabirlerin gündelik rutini, ajanstan yararlanarak çok

sayıda metin yazmayı içermektedir. Bu yoğun rutin, reyting beklentisini belli oranda ortadan kaldırmaktadır. Özetle TGRT Haber örneğinden yola çıkarak, tüm gündemi izlemek zorunda olan haber kanallarında, eğlence kanallarına göre, sansasyonel içeriğin ve reyting beklentisinin çok daha az olduğunu söylemek mümkündür.

3.6. STV Haber'den Elde Edilen Bulgular

STV Haber, karasal yayın yapmayan, sadece uydu aracılığıyla izlenebilen bir haber kanalıdır. Kanal çalışanları, bu durumun reyting üzerindeki olumsuz etkisinden sürekli söz etmektedir. STV Haber, haber kanalı olmasına karşın reyting ölçümlerine dâhil olmakta ve kanalda reyting rakamları -TGRT Haber'in aksine- çok önemsenmektedir.

Haber kanalları ile eğlence kanalları reyting konusunda farklılık göstermektedir. Samanyolu Haber, reklam pastasında tüm kanallarla değil, sadece kendi klasmanındaki kanallarla -diğer haber kanallarıyla- yarışmaktadır. Bir haber kanalının bülteni, eğlence kanalındaki bülten ile rekabet etmemektedir. Kanalın izlenme oranları reklam gelirlerini belirlediği için önem taşımaktadır. Haber atlatmak, alınan reklam sayısını, dolayısıyla da reklam gelirlerini artırmaktadır. Bu durumda, derinlemesine araştırılmış habere yer kalmamaktadır.

STV Haber, haber kanalı olmasına karşın her gün ne kadar izlendiğinin kaydını tutmaktadır. STV Haber yurt haber müdürü, reytingin bir haber kanalı olmasına karşın kurumları için önem taşıdığını belirtmiştir.

STV Haber bülten sorumlusundan alınan bilgiye göre, haber üretim sürecinde hız -haberi bir saniye önce girmek-, alınan reklam sayısını ve dolayısıyla reklam gelirlerini artırmaktadır. Bu nedenle kanal çalışanları, yüksek reyting rakamları elde etmek için hızlı bir üretim yapmaya özen göstermektedir. Bu durum, zaman zaman niteliğin, nicelik için feda edilmesine yol açmaktadır.

SONUÇ

Habitus, öznenin yapı ile ilişkiye geçtiği noktadır. Bireyin özneliği ile ilişkili olmasına karşın tamamen bireysel değildir, eylemin yapısal yanını içerir. *Habitus* içselleştirme stratejileri ile ilişkilidir ve yapısal olana verilen bir yanıttır. Bu yanıt yapının gereklilikleri ile paralellikler içerir. Bir muhabirin gazetecilik alanına aykırı bir şekilde eylemesi mümkün değildir. Aksine gazetecinin *habitusü* diğer alanlarla bağımlılık ilişkisi içerisinde bulunan habercilik alanının gerekliliklerini sindirmiş ve benimsemiş olmayı gerektirir. Haber üretim sürecinin belli aşamalarında stratejiler geliştiren habercinin eylemleri, uzamın diğer alanlarla ilişkisinden ve yapısal gerekliliklerinden kopuk değildir.

Bourdieu'nün alan-*habitus*-sermaye üçgeninde yer alan kuramı, haberciyi belli bir amaca ulaşma yönünde eylemekten mahrum etmektedir. Haberci, ereksel davranmak yerine, *habitus*üne yer etmiş mekanik hareket etme çerçeveleri içerisinde eylemektedir. Bu davranışlar, muhabirin bağlı olduğu kuruluşun yayın politikaları ve genel olarak televizyon uzamının kurallarına bağımlıdır. Bu uzamın temel kuralları ise sansasyonel haber değerinin peşinde koşmak, reklam gelirlerini ve reyting rakamlarını dikkate almaktır. İstanbul'daki eğlence kanallarındaki muhabirlerin asıl uzmanlığı yaşam ve sansasyon haberleridir.

Haber üretim süreci belli evrensel rutinleri izler. Bir haber merkezinin en temel rutini, kuralların ve haber değerinin içselleştirilmesinde çok etkili olan haber toplantılarıdır. Haber toplantıları, TGRT Haber dışında tüm kanallarda rutin olarak gerçekleştirilmektedir. İstanbul'daki eğlence kanallarındaki haber toplantıları, sansasyonel haberleri odağa alan önerileri içermektedir. Katılımlı gözlem yapılan süre boyunca, eğlence kanallarında çok sınırlı sayıda siyasi haber önerilmiş, bunlar da yayın akışına kabul edilmemiştir.

İstanbul'da gözlemlenen haber kanallarında, gündem birebir izlenmektedir. Bu kanallarda, eğlence kanallarının aksine, siyasi haberlere yer verilmektedir. Ancak bu kanallarda da, özel siyasi haber yapılmamaktadır. Kanalların bülten akışını, ilk sırada giren iktidar odaklı siyaset haberleri ve bunları takip eden magazin, sansasyonel, yaşam haberleri oluşturmaktadır. Bültenin sonunda yer alan bu haberler, reyting rakamlarının artmasına neden olmaktadır.

Sabah toplantılarında muhabirler tarafından sunulan özel haberler, televizyonun köşe yazısı ve imzasıdır. Televizyon kanallarında yapılan özel haberler ise, yalnızca yaşam ve sansasyon haberleridir. Yaşam haberleri, siyasi iktidarın beklentilerine uymayan politik ya da ekonomik haberlerden uzak kalmak ve reklamlarla bağlantılı olarak belli bir hayat tarzını izleyicilere benimsetmek açısından etkili olmaktadır. Sansasyon merkezli haber değerleri politik açıdan dönüştürücü olabilecek konuların üstünü örten bir seçme sürecine neden olmaktadır.

Yaşam ve sokak haberleri daha büyük ve yapısal bir sürecin parçası olarak işlev görmektedir. Ancak haber bültenlerinde bu büyük yapısal unsurlar es geçilmekte ve iktidarın bakış açısına hapsedilmektedir. Yaşam haberlerine odaklanırken, azınlıkların durumu gibi politik meseleler, eşitsizliğe neden olan ekonomi politik yapılar ve tercihler, ülkenin tarihsel olarak içinde bulunduğu süreç gibi konular önemsenmemektedir. Oysa mikro konuları ele alan yaşam haberleri, bu makro politikalara bağlıdır. Mikro ile makro yapılar arasındaki bağlantılar koparılmakta, bu anlamda haber de önemli bir iktidar aygıtı olarak iş görmektedir. Haberciler iktidarı en fazla ekmeğin kepekli olması-olmaması, poşete girmesi-girmemesi, katkısız üretilmesi-üretilmemesi gibi konulara odaklanan sokak ve yaşam haberleri üzerinden eleştirmektedir. Televizyonda

kalite haberciliğinden vazgeçilmiştir; yüzeysel, sansasyonel haber içerikleri sunan Türkiye televizyonculuğunda izleyiciye karşı sorumluluk söz konusu değildir.

Her kanalın yazılı olmayan yayın politikaları vardır. Bu politikalar önemsiz değildir; örneğin muhafazakâr eğilimde olmalarına karşın, STV Haber ile TGRT Haber aynı çerçevede değerlendirilmemelidir. Yine de kanallar arasında ortak paydalar bulunmaktadır. Örneğin, Fox TV’de de, TGRT Haber’de de bireyin haberleri yapılmakta ve ekonomi politik yapıya ilişkin konular görünmez kılınmaktadır. Politik meseleler, eşitsizlik, tarihsel perspektif haberlerde es geçilmektedir. Kanal D’de ise, haberlerde burjuva değerlerin yüceltilmesine yönelik eğilim belirgindir. Bu kanalda, iktidar seçkinlerinin eylemleri, bültenlerde yer almakta ve iktidar seçkinlerine ilişkin konular bir değer olarak kutsanmaktadır. Seçkinler ve onların temsil ettikleri değerler, diğer insanlardan daha üstün sayılmakta; “sıradan” insanın hayatı değersizleştirilmektedir.

Reyting ve reklam alma beklentisi, İstanbul’daki eğlence kanallarında, haber içeriklerinin sansasyonelleşmesine neden olmaktadır. Haber içerikleri, Türkiye’deki temel reklamverenlerin beklentileri ile çelişmeyecek şekilde belirlenmektedir. İzlenme oranları ile sansasyonellik arasındaki bağlantıyı görmek için, kanalların reyting alma beklentilerini saptamak yeterli olmaktadır. Bir kanalda reyting beklentisi düştükçe, sansasyonel içerikler metinlerden ayıklanmaktadır; izlenme arzusunun arttığı durumlarda ise, niteliksizleşme artmaktadır. Buna ek olarak, reyting kaygısı ve sansasyonel seçim üzerinden belirlenen rekabet habercinin bağımsız eyleminin önünü tıkamaktadır.

Özellikle yaşam haberlerinde amaç, haberdeki kişiye yönelik sempati ve ilgi uyandırmaktır. “Toplumsalın ve politik olanın hikâyesi” yerine, “bireyin hikâyesi” önemsenmektedir. Bireye ilişkin olanın aslında politik olduğu gerçeği görmezden gelinmekte, bireysel-toplumsal ilişkisi koparılmaktadır. Haber; sansasyon, reyting, reklam üçgeni üzerinden, kof ve magazin bir öyküye dönüştürülmektedir. Sansasyon ve yaşam haberleri nedeniyle bültenler diğer televizyon türlerine (örneğin *reality show*lara) gittikçe daha çok yaklaşmaktadır.

Haber değeri açısından gidilen kanallarda bir ortak payda olduğu açıktır. Bu paydayı sansasyon, iktidar seçkinleri, çatışma, magazin gibi unsurları odağa almak oluşturur. Haber değeri, iktidar ilişkilerine ucu degen bir döngüdür. Bu nedenle habercilik yaşam öykülerine indirgenmekte, ancak her türlü yaşam haberi de ekrana getirilmemekte, haberde sansasyonel ve magazin içerik aranmaktadır. Sansasyonel habercilik, çilecilik, köle ahlakı ve değerleri pompalamaktadır. Sansasyon ve şiddet odaklı habercilik, Türkiye televizyonculuğunun temel hareket noktasıdır. Polis-adliye ve sansasyon haberlerinin fazla tercih edilmesinden dolayı özellikle, eğlence kanallarında muhabirler adeta ceset aramakta ve polisliğe soyunmaktadır. En politik olgu bile magazin bir öyküye dönüştürülmektedir. Kanallarda izleyicileri, yaşam koşullarını anlamaya yönlendirecek bir

habercilik anlayışı yoktur. Hep aynı görüntüleri tekrarlayan, basit ve içeriksiz metinlerden oluşan bir habercilik söz konusudur.

Türkiye'de anaakım televizyon haberciliğinde reyting, reklam gelirlerini etkilediği için önem taşımaktadır. Bir kanal ne kadar izlenirse, o kadar reklam almaktadır. Bu bağlamda habercilikte hız da büyük önem taşımaktadır. Kanal yönetimlerinin reyting beklentisi haber içeriklerini de belirlemektedir. Reyting ve reklam beklentisi haber seçimlerini ve yayın politikasını da etkilemektedir.

Reyting odaklı televizyonların amacının para kazanmak, ekonomik ve siyasi güç elde etmek olduğu görülmektedir. Reklam beklentisi kanalın muhalifliğinin önünde bir engel olarak belirlemektedir. Reyting odaklı bir yaklaşım yaşam haberlerine yakın, politika haberlerine uzak durmayı doğurmaktadır. Özetle Pierre Bourdieu'nün de önerdiği gibi televizyon alanı sansasyonel haber değerleri üzerinden yapılaşmakta ve bu durum muhabirlerin özgürleşmelerinin önünde bir engel olarak belirlemektedir.

SONNOTLAR

(1) David Hesmondhalgh, simgesel yaratıcılığın tarihselleştirilmesinin önemini altını çizerek, bu konuda en önemli kaynağın Pierre Bourdieu'nün *Sanatın Kuralları* eseri olduğunu vurgulamaktadır (Hesmondhalgh 2007: 5). Bu bağlamda hem yapı-eylem dengesini yakalayabilmek, hem de sembol üretiminin tarihsel haritasını çıkarabilmek için Bourdieu yazınının önemi büyüktür. Hesmondhalgh, "Bourdieu's theory of cultural production" adlı makalesinde Pierre Bourdieu'yü medya ve ağırlıklı olarak televizyon haberciliği ile ilişkilendirerek okumaktadır. Hesmondhalgh, Bourdieu'nün alanların bağıntısallığı ve bu alanların iktidarla olan ilişkiselliğine dayanan kültürel üretim üzerine kuramlarının, liberal çoğulcu yaklaşıma ve indirgemeci eleştirel teoriye karşı çok güzel bir alternatif oluşturduğunu söylemektedir. Bourdieu için küçük ölçekli üretim alanları nispeten -ama asla tamamen değil- diğer iktidar uzamlarından özerkken, gazetecilik ve televizyon gibi kitlesel üretimin yaşandığı alanlarda özerklikten bahsetmek mümkün değildir (Hesmondhalgh 2006: 213). Hesmondhalgh, Bourdieu'nün kuramının en etkin yanının, kültürel alanın, iktidar alanının (*field of power / champ du pouvoir*) iki temel belirleyeni olan ekonomik ve politik alanlarla olan ilişkiselliğini ve etkileşimini ortaya koyması olduğunu vurgulamaktadır (Hesmondhalgh 2006: 215). Hesmondhalgh, Bourdieu'nün kültürel üretim konusundaki özerklik vurgusunun onu, Marksist ekonomi politikçiler olan Herbert Schiller ve Robert McChesney'ye göre üstün kıldığını savunmaktadır. Benzer bir şekilde Göran Bolin, televizyon alanı ile Bourdieu'nün kuramını ilişkilendirmeye çalışmaktadır. Bunu yaparken faileri alanın içerisinde konumlandırmaktadır. Böylece, yapı ve eyleyen aynı şema üzerinde bir araya gelmekte ve bir sahada buluşmaktadır. Bu anlamda, Bourdieu'nün kuramı hem işlevseldir, hem de televizyon üretimine uyarlanabilir. Bolin, ayrıca bir alanın tek

eyleyenin aktörler olmadığını hatırlatarak, örgütler olarak saptadığı kolektif eyleyenleri de sahneye yerleştirmektedir. Bu şekilde kuruluşlar da yapısal unsurlardan ziyade, aktörler olarak işaretlenmektedir. Bolin, televizyon alanındaki aktörlerin özerklik oranlarının birbirinden farklı olduğunu söylemektedir (Bolin 2004: 278). Bu tabloda, eyleyenlerin özerkliği önemli bir unsur olarak belirmektedir.

(2) Bourdieu'nün kuramındaki *field* (Fr. *Champ*) kavramı, Türkçeye "alan" / "uzam" olarak aktarılmaktadır.

(3) Erol Mutlu, haber değerini "haber öykülerinin seçiminde, kurulmasında ve sunumunda kullanılan profesyonel kodlar" olarak tanımlamaktadır (Mutlu 2008: 124). Bob Roshier yaptığı araştırmada haber değeri kriterleri olarak konunun ciddiyeti, tuhaflığı (ironikliği, beklenmedikliği), duygusallığı, dramatikliği ve ünlü insanları içermesini saptamıştır (Roshier 1981: 46). Johann Galtung ve Mari Ruge ise haber değerlerini; frekans, kuvvet, açıklık, anlamlılık, beklenmediklik, seçkinlere ilişkin olma, olumsuz sonuçlar içermeye olarak sıralamaktadır (Galtung ve Ruge 1981). Neyin haber konusu olarak seçileceği haber değeri kriterini oluşturmaktadır (Cohen ve Young 1981: 17). Haber editörleri her gün basın duyuruları, polis-adliye haberleri, telefon istihbaratları gibi belli miktarda 'hammaddeyle' karşılaşır. Bu noktada habercilerin haber değeri üzerinden işlettikleri bir seçim süreci işler (Fishman 1981: 103). Haber üreticileri bir haberi diğerinden daha önemli görmektedir (GUMG 1980: 45). Bu, haber değerini oluşturmaktadır. Glasgow Üniversitesi Medya Grubu, "toplumsal ve profesyonel varsayımların belli referans çerçevelerine ve gerçekliğin yansız olmayan referans çerçevelerine yol açacağını göstermenin olası olduğunu" ileri sürmektedir. Onlara göre haber ve haber değeri, yansız ve yanlı haber tartışmasından daha önemli bir sorudur (GUMG 1980: 17). Habercilerin hangi haber konularının bültene dâhil edileceğini, hangilerinin ise dışarıda kalacağına ilişkin tercihleri, yani "editorial karar"ları (Bezanson 2003: 17) ve bu bağlamda yerleşik sunum ve seçim değerleri vardır. Haber değerlerini bilmek, haberciliğin profesyonellik ideolojisinin bir parçasıdır.

(4) Bourdieu'nün "güdüklü bir materyalizm" içine sıkıştırılmış Marksist geleneğe alternatif olarak sunduğu bir seçenek vardır. Bu bağlamda düşünür, fenomenolojik yaklaşım ile yapısal yaklaşımı dengeleyen, bu ikiliği aşan bir ekonomi politiğin gerekli olduğunu söylemektedir. Editorial bağımsızlık meselesine Bourdieu'nün tarif ettiği bir ekonomi politik yaklaşımla eğilmek ayrımları gören, sofistike bir bakışı beraberinde getirecektir. "Bourdieu, pratiğin özellikle iktidarın *birleşmiş bir ekonomi politiğinin* olanaklı olduğunu savunmuştur: Bu ekonomi politik, fenomenolojik yaklaşım ile yapısal yaklaşımı, epistemolojik olarak tutarlı ve evrensel olarak geçerli, bütünleşmiş bir araştırma kipliğinde kaynaştıracaktır" (Wacquant 2012: 14).

(5) Eli Avraham'ın editoryal bağımsızlık için de önem taşıyan "yapısal karar" kavramı bu bağlamda önemlidir (Avraham 2002: 72). Karar alma süreçleri de, sadece özneye içkin değildir, aktörler ile yapı arasındaki organik ilişki nedeniyle karar yalnızca eyleyene ait olmaktan çıkar. Haber üretim sürecinde kararın yapısal bir nitelik taşıdığı göz ardı edilmemelidir. Haber yapımına ilişkin kararlar yapısaldır ve yapının belirleyenlerine bağımlıdır.

(6) Philip Schlesinger'in de belirttiği gibi, "yayıncılık piyasası hem izleyici, hem de reklam geliri arama konusunda aşırı derecede rekabetçi ve agresiftir" (Schlesinger 2006: 300). Schlesinger bu değerlendirmeyi 2000 yılı sonrası İngiliz basını için yapmıştır, ancak bu durum Türkiye televizyon endüstrisi için de geçerlidir. Gözlemlenen televizyonlarda –özellikle de eğlence kanallarında- reklam geliri elde etmek temel hedeflerden biri olarak görülmektedir ve üretim sürecini doğrudan belirlemektedir.

(7) Araştırmacı 2004-2006 tarihleri arasında Kanal B'de ekonomi muhabiri olarak görev yapmıştır.

(8) Hakan Ergül, Türkiye'de televizyon haberlerinin % 40 oranında magazinel içerikten oluştuğunu belirtmektedir. Yazara göre bu durumun, ülkenin içinde bulunduğu 1980 sonrası ekonomi politikalarla doğrudan ilişkisi vardır (Ergül 2005: 187).

(9) TV8, araştırmanın yapıldığı dönemde Mehmet Nazif Günel'a ait MNG Medya Grubu sahipliğindeydi. TV8, 2013'te -araştırmanın yapıldığı periyottan kısa bir süre sonra- Acun Medya ve Doğuş Yayın Grubu ortaklığına geçmiştir. Kanalın haber bülteninin reytinglerine ve içeriklerine dair değerlendirme ilk dönemine aittir.

KAYNAKÇA

Avraham E (2002) Social-political environment, journalism practice and coverage of minorities, *Media, Culture and Society*, Sage, London, Thousand Oaks and New Delhi, Vol. 24(1): 69-86.

Bezanson R P (2003) *The Structural Attributes of Press Freedom: Private Ownership, Public Orientation, and Editorial Independence*, *Journalism and the Debate over Privacy*, C LaMay (ed), Routledge.

Bolin G (2004) *The Value of Being Public Service: the Shifting of Power Relations in Swedish Television Production*, *Media, Culture and Society*, London, Thousand Oaks and New Delhi, Sage Vol. 26(2): 277-287.

Bourdieu P (1995) *Pratik Nedenler Eylem Kuramı Üzerine*, Hülya Tufan (çev), Kesit Yayınları, İstanbul.

Bourdieu P (1997) *Televizyon Üzerine*, Turhan Ilgaz (çev), YKY, İstanbul.

Cohen S ve Young J (1981) *The Process of Selection, The Manufacture of News*, S. Cohen and J Young (eds), Sage, California.

Ergül H (2005) *Televizyonda Haberin Magazinelleşmesi*, İletişim Yayınları, İstanbul.

Fishman J (1981) *Crime Waves as Ideology, The Manufacture of News*, S Cohen and J Young (eds), Sage, California.

Galtung J ve Ruge M (1981) *Structuring and Selecting News, The Manufacture of News*, S Cohen and J Young (eds), Sage, California.

GUMG (1980) *Bad News*, Routledge, London.

Hesmondhalgh D (2007) *The Cultural Industries*, Sage, London.

Hesmondhalgh D (2006) *Bourdieu, the media and cultural production*, *Media, Culture & Society*, Sage, London, Thousand Oaks and New Delhi, Vol. 28(2): 211–231

Mouzelis N (2010) *Katılımcı-Toplumsal Bütün Sorunu: Parsons, Bourdieu, Giddens, Ocak ve Zanaat Pierre Bourdieu Derlemesi*, Ümit Tatlıcan (çev), Ü Tatlıcan ve G Çeğin (ed), İletişim Yayınevi, İstanbul.

Mutlu E (2008) *İletişim Sözlüğü*, Ayraç Yayınları, Ankara.

Roshier B (1981) *The Selection of Crime News by the Press, The Manufacture of News*, S Cohen and J Young (eds), Sage, California.

Schlesinger P (2006) *Is there a crisis in British journalism?*, *Media, Culture & Society*, Publications, London, Thousand Oaks and New Delhi, Vol. 28(2): 299-307.

Smith P (2007). *Kültürel Kuram*, Selime Güzelsarı ve İbrahim Gündoğdu (çev), Babil Yayınevi, İstanbul.

Tatlıcan Ü ve Çeğin G (2010) *“Bourdieu ve Giddens, Habitus veya Yapının İkiliği”*, Ocak ve Zanaat Pierre Bourdieu Derlemesi, Ümit Tatlıcan (çev), G Çeğin ve Ü Tatlıcan (ed), İletişim Yayınları, İstanbul.

Wacquant L (2012) *Giriş, Düşünsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar*, Nazlı Ökten (çev), İletişim Yayınevi, İstanbul.