

Türkiye’de Televizyon Haberciliği ve Tabloidleşme

Mine Gencil Bek

Özet:

Bu makale dört özel TV kanalında ve TRT’de bir hafta boyunca yayınlanan haberlerin hem biçimsel (sunucu ögesi, sunuş biçimi, görsel öğeler, müzik), hem de içerik bakımından (hangi aktörler ve temaların nasıl temsil edilip çerçeveselendiği) nicel ve nitel analizine dayanır. Bu analizin sonuçlarından birisi, özel TV kanallarındaki haberlerde esas olarak iki aktörün yer aldığıdır: Geçirdikleri kazalar ve trajediler ile yoksullar/ ‘sıradan’ insanlar ve gösterişli yaşam tarzları, varlıkları ve dedikodularıyla zenginler/ ünlüler. TRT’de hala protokol haberciliğinin devam ettiğini vurgulayan araştırmada özel kanallarda haberlerin nasıl siyaseti kişiselleştirdiği ve tabloidleştirdiği ve medya gruplarının kendi çıkarları için haberleri nasıl kullandıkları örneklerle gözler önüne serilmektedir.

News Reporting in Turkish Television and Tabloidisation

Abstract:

This article aims to explore the issue of tabloidisation of the news in the Turkish context by analysing the news texts of four commercial channels and a public service channel. The analysis covers both the formal characteristics and the content of the news in Turkey. While the former consists of elements such as the presenter and presenting style, visual elements, and music, the content is considered mainly by focusing on how actors and themes are represented, framed and focused and how the language is used, both quantitatively and qualitatively. Examples from the news are provided throughout the text to show the relationship within the specific Turkish context. The article argues that TRT still relies on the protocol news reporting while in the commercial channels the news personalises and tabloidises politics, and at the same time pays less attention to international issues. Furthermore, the media groups exploiting the news for their own gain are critically examined in the article as well as the two main actors of the news: poor people with their tragedies and accidents, and rich people with their wealth, gossip and glamorous life style.

Türkiye’de Televizyon Haberciliği ve Tabloidleşme

Birbirleriyle ilişkili olan tabloidleşme (*tabloidisation*) ve bil-eğlence (*infotainment*) kavramları, özellikle son yıllarda medya araştırmacılarının büyük ilgisini çekmektedir. Tarihsel çalışmalarında Mc Lachlan ve Golding (2000) tabloidleşmenin kodlarını daha az metin, siyasal haber, uluslararası haber ve daha çok görüntü, eğlence ve insani ilgi (human interest) haberi olarak sıralarlar. Bir bakıma, tabloidleşme bilgi programlarına eğlencenin eklenmesi boyutuyla bil-eğlencenin ileri bir biçimidir (Brants ve Neijens, 1998). Sparks’ın (2000: 10) tanımına göre, *info-tainment* tabloidleşmenin ikili yapısının birini oluşturur. Birinci boyut, siyasete, ekonomiye ve topluma daha az ilgi gösterilip spora, skandallara ve popüler eğlenceye çok daha fazla ilgi gösterilmesiyle; kişisel olana, hem ünlülerin, hem de sıradan insanların özel hayatlarına daha fazla ilgi gösterilip siyasal süreçlere, ekonomik ve toplumsal değişimlere daha az ilginin gösterilmesiyle ilgilidir. İkinci boyutu oluşturan *info-tainment* ise iletişim ara-

cındaki önceliklerin haber ve bilgiden eğlenceye doğru kaymasıyla ilişkilidir (Sparks, 2000: 11).

Tabloidleşme eğilimine karşı uyarılara tepki olarak, son bir kaç yılda, daha ihtiyatlı, hatta iyimser görüşler ağırlığını arttırmaktadır. Bu çalışmalarda kuramsal olarak temel alınan kişi, hakim güçlerin resmi gazetecilik anlayışından farklı olarak tabloid gazeteciliğın hakim anlayışları eleştirerek bunları altüst edebileceğini, hatta resmi ve hakim olana alternatif bir gerçeklik kurarak özgürleşme sağlayacağını savlayan John Fiske’dir (1992). Liesbet van Zoonen (1998: 188) Fiske’yle hemfikir olarak tabloid gazeteciliğın hegemonik normları ve değerleri eleştirme potansiyelinden söz eder. Bird (2000: 216) tabloidleşmenin en azından bazı meseleleri görünür kılma anlamında iyi bir şey olabileceğini öne sürer. Uzmanlar tarafından işgal edilen kamusal alandan hem katılım hem de karar verme anlamında yurttaşların dışlandığını belirten Ulrike Klein

(2000: 192) ise Almanya'daki tabloid Bild gazetesini katılımcı temsili siyasal etkinliği arttıran araçlardan biri olarak görür. Ona göre, Bild siyaseti popülerleştirerek öbür türlü siyasetten kaçınacak halka ulaştırır. Böylece, gazete siyasal yaşamdan insanların tümüyle kopmasını önleme işlevini yerine getirir. Ancak, Klein'in analizine dayanarak, Bild olmasa ne olacağını, okuyucuların tamamen siyasal dünyadan kopup kopmayacağını bilmek çok zor. Belki bu durumda Bild'in yerine okuyucular başka bir alternatifi geçirebilirler. Üstelik, şunu da unutmamalı ki, tabloid medyada (aslında tüm medyada) haberler sadece siyasetle ilgili "bilgi" anlamında haber vermiyor, aynı zamanda haber söylemi zaman zaman ırkçı ve cinsiyetçi öğeleri de içerecek şekilde hakim iktidar/ güç ilişkilerini kuruyor (İnal, 1996). Bu nedenle, "en azından siyasetten haberdar ediyor, böylece okuyucular siyasetten tamamen kopmamış oluyorlar" diyerek kendimizi avutmamız oldukça zor. Dolayısıyla kültürel çalışmalar perspektifi-

ni benimseyen bu araştırmalar, tabloidleşmenin ihmal edilen yanlarını ele alalım derken aslında yüceltmış oluyorlar ki, bu zaten kültürel çalışmalarla iletişim ve kültüre ekonomi politik açıdan bakanlar arasında süre giden çatışmanın bir ögesi olarak da değerlendirilebilir (Gencel Bek, 2003). Nitekim, tabloidleşmeye iyimser bakan bu araştırmacılar, tabloid haberciliğin demokratik kültür ve yurttaşlık için tehlikeli olduğunu öne sürenleri aslında popüler kültüre karşı olmakla suçluyorlar. Örneğin, Graeme Turner (1999) tabloidleşme konusunda kaygılarını dile getirenlerin konumunu uzunca zamandır süren popüler kültür düşmanlıklarına bağlıyor. Ya da Brants'a göre, "info-tainment korkusu" (1998: 316) üzerine konuşanlar aslında tamamen kamu hizmeti yayıncılığına bağlılıklarının bir uzantısı olarak eleştirilerini temellendiriyorlar:

Bunun (info-tainment) tam olarak ne anlama geldiğini açıklamadılar, ama açıkçası iyi bir şey değildi ve onların siyasete yaklaşım konusunda olması

gerektiđini dūřündükleri ciddi tutumla tam bir zıtlık içerisindeydi. Daha sonra, kamu yayıncılıđının hala tekeli elinde tuttuđu ve herkesin ticari televizyonun Amerikalıların kendilerine saklamaları gerektiđi birşey olduđu konusunda anlařmıř gōzūktūđū eski gūzel gūnler konusuna geldiler (Brants: 1998: 316).

Bu araştırmacıların 'iyimserliği'nin kaynağı ise *info-tainment* ve tabloidleşme meseleleri konusunda sordukları sorular olabilir. Örneđin, Brants (1998: 316) bil-eğlencenin "yapısal bir fenomen" olup olmadığı; siyasetin temsilini "sistematik" bir biçimde değiştirip değiştirmedeği ve "siyasal iletişimin demokrasideki rolüne dair bir krizin kanıtı" olup olmadığı gibi sorular sorar. Kendisinin tabloid televizyon haberlerinin Avrupa'da olmadığına dair sonucu (s. 323) aslında siyasetçiye karşı "sıradan" insanın övūldūđū TV *cynicizminin* kūltürün bir parçasını oluşturduğu ABD (Hallin, 1994: 102-103) ile karşılaştırıldığında anlamsız da değildir. Bu anlamda, ABD ile karşılaştırıldığında Avrupa için çok erken kaygılanılıyor olabilir, Brants'a göre. Ancak, bu konuda başka sorular da tūretmek mümkündür: Tabloidleřmenin yapısal bir konu haline gelip içeriği sistematik olarak değiştirmesini mi beklemek gerekir eleştirmek için? Eđer öyleyse, o zaman siyasal iletişimin krizini özlemek için çok geç kalınmış olmaz mı? Bu araştırmacıların tabloidleşme ve *info-tainment* eğilimlerini

dikkate almamalarının bir nedeni, popūler kūltüre öncelik vermeleri olabilir. Ancak popūler kūltür ve siyaset de birbirinden ayrı olmak zorunda ve medya arařtırmacıları varolan "kamp"lardan birini seçmek zorunda deđildirler. Çünkü, burada eleřtirilen siyasetin popūleleřmesi deđil; onun yerine içeriđinin tabloidleřmesidir. Hollanda'daki 1994 seçimlerinin temsiline iliřkin yaptıkları arařtırmanın sonucunda Brants ve Neijens (1998) siyasetçilerin çođunun eđlence programları yerine bilgilendirici programlarda ve haberlerde gōzūktūđūnün altını çizerler. Ancak bu zaten seçim döneminde normal olarak beklenebilecek bir durumdur. Siyaset sadece seçimlerle sınırlı olmadıđından, diđer zamanlarda siyasetin nasıl temsil edildiđinin de arařtırılması gerekir. Ayrıca haber programlarında siyasetin temsil edilmesi, siyasetçilerin yer alması, bunun ciddi ve bilgilendirici bir temsil olduđu anlamına da gelmeyebilir. Bu nedenle, haber içeriđinde tabloid öđelerin arařtırılması önemli bir çalıřma alanı olacaktır.

Peck (2000: 232-233) tabloidleřme konusundaki görūřleri "eleřtirel modernist" ve "eleřtirel postmodernist" olarak ikiye ayırır. Buna göre, modernist perspektif medyayı, yurttařlara bilgi sađlama ideal rolū çerçevesinde kamusal alanın yařamsal bir öđesi olarak kavrar. Oysa eleřtirel postmodernistler, Peck'e

göre, tabloid medyayı kamusal meselelerin geleneksel medyada evrenselleştirici, kişisel olmayan bir şekilde temsil edilmesini düzeltecek bir potansiyel olarak görürler. Onlara göre, tabloid medya tarihsel olarak medya temsilinde sesleri ve deneyimleri yok sayılan toplumsal grupların bütünleştirilmesi aracılığıyla resmi medyadan daha içerici, katılımcı ve demokratik olabilir (s. 233). Eğer son iddiadan başlanacak olursa, diğer sesleri içermek ve göstermek hiç temsilin olmamasından, tamamen dışlanmasından daha iyi bir gelişme olarak görülebilir. Ancak burada görmezden gelinen şudur ki, medya bu sesleri malzeme olarak sansasyonel bir biçimde kullanarak sömürebilmektedir. İkinci olarak, tabloidleşmeyi eleştirip onun demokrasi için tehlikelerine işaret edenler modernist olmak zorunda değildirler ya da, Peck'in ileri sürdüğü gibi "ana kuramsal dayanak" olarak Habermas'ı koşulsuz bir biçimde kabul etmezler (örneğin, bkz. Golding, 1995). Peck'in önerdiği ikili model, ayrıca modernist kutupta alıntılanan araştırmacıların aslında tamamen bu pozisyonun savunucusu olmayıp, hatta tam tersi bunu eleştirmeleri nedeniyle de tartışmaya açıktır.² Benimsenen kuramsal yaklaşım gerçekliğe bakışımızı büyük ölçüde etkilese de, bu kuramsal perspektifleri geliştirmek ve zenginleştirmek için katkıda bulunmak üzere özgül bağlamlardaki özgül araştırmalara ihtiyaç vardır.

Türkiye'de medya ve tabloidleşme:

Neden tabloidleşme medya araştırmacılarının ana ilgi konularından biri haline geldi? Tabloidleşmenin ve medya tüketicilerinin bu tür ürünlere yönelmelerinin nedenleri nelerdir? Bu sorulara farklı yanıtlar vermek mümkündür. Sparks'a göre, tabloidleşmenin temel nedeni, istikrarlı bir burjuva demokrasisinin olduğu ülkelerde sıradan insanların yaşamlarında siyasal ve ekonomik iktidarın ayrılmış olmasıdır. Ona göre, burjuva demokrasisi ne kadar istikrarlı ve yerleşikse, kitleler de demokrasinin işleyişiyle o kadar az ilgilenecek ve onun yerine daha çok apolitik popüler basına yöneleceklerdir (Sparks, 1998: 217). Eğer Türkiye demokrasisini Sparks'ın tanımladığı anlamda istikrarlı bir demokrasi olarak kabul etmezsek, bu görüşler Türkiye özelinde geçerli olmayacaktır. Hatta Türkiye'de depolitizasyon süreci tam tersine demokrasinin istikrarsızlığının bir sonucu olarak gündeme gelmiştir: Özellikle de üçüncü askeri darbe olan 12 Eylül darbesinin ardından büyük bir depolitizasyon süreci yaşanmış, pek çok siyasi etkinlik ve örgütlenme sona erdirilmiş ve ifade özgürlüğü kısıtlanmıştır. Kamunun siyaset konuşma yerine, özellikle de sol siyasetin panzehiri olarak dine odaklanması ya da futbol ve sansasyonel basınla ilgilenmesi teşvik edilmiştir.

Haberlerin tabloidleşmesinin ya da Türkiye’de daha çok tercih edilen terimle magazinleşmesinin ilk örneklerini 1960’larda endüstrileşen basın sektörünün ürünü olan bulvar basınında (Uslu, 2001: 4), hatta Ahmet Oktay’ın dönemeleştirmesinde ele aldığı gibi 1950’lerin Demokrat Partisi’nde Amerikan yaşam biçiminin hakim olarak özel hayatlara ilginin arttığı ve böylece edebiyat ve sanata daha çok önem verilen 1923-1950 döneminden farklı olarak popüler kültürün önemini arttırdığı 1950-1970 döneminde görmek mümkündür (Oktay, 1993). Oktay’ın, 1970-1990 döneminde porno dergilerin fazlaşması, TV kültürünün hakimiyetini arttırışı, sanatın büyük sermayenin desteğine girerek metalaşması ve çok çeşitli konularda (yemek, eğlence, tatil, ev bakımı moda... vs.) yayınlanan dergilerin tüketim ideolojisini yaymasıyla açıkladığı eğilim, aslında 1980 darbesinin ertesindeki neo-liberal ekonomi politikalarının ağırlık kazanması ve 1990’larda özel TV’lerin de ortaya çıkışıyla da, hem sayı, hem de yoğunluk olarak etkisini arttıran bir sürece dönüşmüştür. 2000’ler Türkiye’inde artık tüketicimin teşvikini sadece dergilerde değil, özel TV kanallarındaki “life-style” programlarında, hatta gazetelerde aslında ana odağı siyaset olagelmış köşe yazılarında görmektediriz.

Gazetelerdeki değişime bakıldığında ise, 1960, 1980 ve 2000 yıllarında Hürri-

yet ve Milliyet gazetelerine dönük olarak gerçekleştirilen araştırma³, 1960 yılında ön sayfadan sonra ikinci en büyük alan spora ayrılırken, 1980 ve 2000 yıllarında reklamın en fazla yer kaplayan konu olduğunu ortaya koymuştur (Reklamın kapladığı alan 1960’da % 1. 44, 1980’de % 9. 75 ve 2000’de % 26. 75). Reklamın temalarında da yıllar içinde bir değişim görmek mümkündür: 1960’larda genel ev ürünleri ana tema iken, 1980 ve 2000 yıllarında reklamlar ağırlıklı olarak hizmetler ve medya teknolojisi odaklıdır.

Türkiye’de tabloidleşme ve magazinleşme haber programlarından⁴ daha çok, futbol, *paparazzi* ve ünlülere ilişkin dedikodulardan medyana gelen “televole” programları özelinde tartışılmaktadır. Bu programlarda sürekli olarak ünlülerin eğlenerek zenginliklerini göstermesi üzerine, MİT bu tür programların özellikle mahrumiyet içinde olan kesimlerde tepki yaratarak neredeyse onların komünizmi benimsemelerine yol açacağı konusunda üst düzey medya profesyonellerine uyarı getirdi. Hürriyet gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Ertuğrul Özkök, şarkıcı Derya Tuna’nın vurulmasının ardından, daha önce magazin hayatın tuzu biberi olduğu şeklindeki görüşlerini yeniden gözden geçirerek bu programların maço bir kültür yaratma konusundaki etkisi açısından daha ciddi bir konum sergiledi.⁵ Ancak

genel olarak medyada arz-talep ilişkisiyle konuyu açıklayan pazar perspektifinin hakimiyetini koruduğunu söylemek mümkündür. Örneğin, Posta gazetesi genel yayın yönetmeni ve eski magazin gazetecisi Rifat Ababay⁶, bu programların halk istediği için yayınlandığını, genelde halkın televoleleri beğendiğini, ancak sadece sınırlı sayıda bir entelektüel kesimin şikayet ettiğini öne sürer. Ona göre, Hülya Avşar'ın hamileliği mi yoksa cumhurbaşkanı Sezer'in açıklaması mı daha ilginç ve heyecan verici diye genel yayın yönetmenlerine sorulursa, hepsi Hülya Avşar'ı seçeceklerdir, çünkü zaten halk da onu seçecektir. Ababay'ın magazin haberciliğinin önlenemez yükselişine dair yaptığı açıklama ise çok ilginçtir: Ona göre, halkı umutsuz hale getiren Ankara'dır; magazin sorumlusu da hiçbir şey üretmeyen siyaset ve siyasetçilerdir. Burada Ababay ilk bakışta devlete ya da hükümete karşı eleştirel gibi gözükebilir. Ancak, aslında eleştirilen kamusal olan, desteklenen ise özel sektördür. Ankara neo-liberal köşe yazarları ve gazetecilerce de çoğu kez, kendi medya gruplarının da merkezlerinin olduğu İstanbul'un karşısında, piyasanın işlemlerini engelleyen meclisin şehri olarak kullanılmıştır. Bu, siyasetin yapıma tarzına dair bir eleştiri değil, Schudson'ın (1999) "siyasal cynicism" olarak adlandırdığına benzer bir biçimde, aslında doğrudan siya-

setin kendisini hedef alan bir eleştiridir. Medyada "nerede bu devlet?" şeklinde tekrarlanan sorunun da arkasında yatan temel dinamik olarak pazarın kamu kuruluşlarından daha verimli çalıştığına dair görüş çok farklı biçimlerde ifade edilmektedir. Sağlık sisteminden sosyal güvenceye, milletvekili maaşlarından TRT'nin finansmanına kadar uzanan çeşitli konularda devlet harcamalarının yüksekliği ya da devletin verimsizliğine ilişkin sorgulamalar, örneğin medya gruplarının da sosyal güvenlik şirketlerine sahip olduğu gerçeği hatırlandığında salt "demokrasi" yanlısı söylemler olarak görülemeyeceklerdir.

Türkiye'de tabloid ya da magazin habercilik konusunda pek fazla çalışma yapılmamıştır. İstisnai çalışmalardan *Televizyonda Haberin Magazinleşmesi* adlı kitapta Hakan Ergül (2000: 11-2), oldukça yararlı bir biçimde, haberde magazinleşmeyi hem haber bültenlerinde daha az haber değeri taşıyan öğelerin artması hem de haberde ikincil öneme sahip popüler ve magazin öğelerin öne çıkartılması olarak iki şekilde tanımlar. Bu makalede de bu tanımlama benimsenecek, ama Ergül'den farklı olarak haberin magazinleşmesi ya da tabloidleşmesi TV aracının doğasından kaynaklı yapısal bir sorun şeklinde görülmeyecektir. Ayrıca bu makalede konu sadece kuramsal boyutuyla ele alınmayacak, makalenin geri kalanında TV haberlerine ilişkin

olarak araştırmacının gerçekleştirdiği metin analizine yer verilecektir.

Araştırma Bulguları:

Farklı gruplara ait özel kanallar (Star, ATV, Kanal D, Show) ile TRT 1 kanallarında rastgele bir haftada⁷ (11-17 Mart) yayınlanan tüm haberler (toplam 529 haber) kaydedildikten sonra hem biçimsel (sunucu, sunuş biçimi, görsel öğeler, müzik) özellikler, hem de içerik (aktörler ve temaların çerçeveleme biçimi, dilin kullanımı) açısından haberlerin metin analizi yapıldı. TV kanalları haber sayıları açısından karşılaştırıldığında Kanal D 121 haberle birinci sırayı alır, ATV 115 haberle onu izler, TRT-1 106 haberle üçüncü sıradadır. Aynı haftada Show TV 104, Star ise 83 haber yayınlamıştır. Eğer bu bilgiyi haber bültenlerinin uzunluğunu göz önüne alarak değerlendirirsek (Show TV, 75; ATV, Star ve TRT 1, 45 ve Kanal D haberleri genelde 45 dakika sürmüştür), en uzun haberlerin Show TV bültenlerinde yayınlandığı ortaya çıkacaktır.

Biçimsel özellikler ve izleyiciyle ilişki kurma biçimleri

Haberlerin daha az olaylara ve daha çok gazetecilerin kendilerine odaklanmasının sonucu olarak Barnhurst'un

(1998) Amerikan gazeteciliğinde yükseldiğini belirttiği "yıldız" anlayışı Türkiye'deki televizyon kanalları için de doğruluk payı taşır. Özellikle incelenen kanallardan Show TV ve Kanal D, TV haberciliğinde star-sunucu anlayışının en bariz görüldüğü kanallardır.

Show TV'de incelenen dönemde hafta içi haberleri sunan kişi Reha Muhtar idi. Tartışma ve hatta kavgaları provoke ettiği Ateş Hattı ve kişisel itiraflara dayalı İtiraflar gibi programları ile de birlikte düşünüldüğünde kendisinin sadece sıradan bir haber sunucusu olmadığı anlaşılabilir. Show TV haber bülteni başlamadan, seçilmiş ses ve görüntüleriyle ve "inanılmaz görüntüler sadece Reha Muhtar'la Haber" sloganı eşliğinde, genellikle en sansasyonel ve abartılı olan haberlerin reklamı yapılır. Haberler başlayınca Muhtar "Sizlerin Haber Bülteninden İyi Akşamlar" diye karşılar izleyiciyi. Biterken de "İyi Geceler Türkiye" diye tüm Türkiye'ye seslenir.

Kanal D'nin haber sunucusu, eski model Defne Samyeli (şu anda Show TV haberlerini sunmaktadır) ise Muhtar'dan farklı olarak ayakta karşılar izleyiciyi ve arkasındaki ekranları gösterecek haberleri tanıtmaya geçer. Bir ekrana işaret eder, kameralar oraya zoom yaparak haberi gösterir ve o haber bittikten sonra Samyeli bazen biten haber hakkında yorum yaptıktan sonra diğer

ekrana yürüyerek o ekrandan gösterilecek haberi tanıtmaya başlar. Bu ekranlar ve onun da ekrandan haberi izliyor oluşu sanki "bizden biri, bizimle aynı anda, birlikte haberi izleyen" imajını yaratmaya yarayabilir. Ancak Samyeli aktiftir ve bir kristal küre okuyucusu ya da bize gerçeği gösteren bir otorite gibidir. Biz onun yorumları dolayısıyla haberleri izleriz. Haberlerde resimsiz parçalar, durağan resimli parçalar ve hareketli resimli parçalar olarak üç form olduğunu belirten Heinderyckx'in (1993) analizine ek olarak burada tüm bunların kombinasyonuna rastlamaktayız. Defne Samyeli'nin burada yaptığı aslında TV haberciliğindeki stratejilerden biri olan "bağ kurma" ve "özetleme"dir (Brundson and Morley, 1996). Biz haberin önemini ve bağlamını onun yorumlarıyla işitiriz. Samyeli de neredeyse Muhtar gibi, bir TV sunucusundan öte bir TV kişisidir. Özellikle canlı yayında intihara teşebbüs eden birini intihardan vazgeçirmesinden sonra (kendisinin bu konuda yetkin olmadığı ve bunun onun işi olmadığı şeklindeki eleştirilere rağmen) popülerliği arttı. Kanal D de Show TV gibi duygusal görüntüler ve "Sesinizin karanlıkta kaybolmasını istemiyorsanız bizi izleyin" sloganı eşliğinde diğer haber programlarının reklamını yapar. Haberler bitince izleyiciye şöyle hitap edilir: "Yurttan ve dünyadan en doğru, en tarafsız, en kaliteli haberlerle sizlerle

olacağız. Bizi izleyin ve dünyadan haberdar olun".

ATV'de hafta içi iki sunucu yer alır. Bu sunucular diğerleriyle karşılaştırıldığında pek de "star sunucu" değillerdir. Erkek sunucu daha çok stüdyodaki röportajları gerçekleştirerek daha aktif bir rol oynarken, kadın sunucu sadece metni okuyarak daha pasif bir konumda kalmaktadır. Programın sonunda onların sloganı da "haber merkezinden ayrılmayın"dır. ATV ve Kanal D'de olduğu gibi, Star haberlerini sunan kadın sunucunun da ana özelliği fiziksel güzelliğidir. Star'ın sloganı ise "Canlı programları ve haberleri Star'da izleyin, gündemi yakalayın"dır.

Analiz edilen tüm özel kanallar ortak bir biçimsel özelliğe sahiptir: O da, gazetelerdeki manşetler gibi, TV haberlerinde "alt yazı"ların olmasıdır. Bu alt yazılar genellikle duygusal ifadelerden oluşur, büyük harflerle yazılır, müzik ya da çarpıcı efektler eşliğinde verilirler. Haberi tanıtmaya amaçlı olabileceği gibi, haber sırasında da haberdeki sansasyonel öğelerin vurgulanmasına hizmet ederler. Bazen, bir haber sürerken, sonraki daha sansasyonel haberin reklamı da alt yazı ile geçebilir.

TRT-1 haberleri de alt yazı kullanır, ancak bunlar sansasyonel değildir. Genellikle hiç sıfat kullanılmaz, sadece ne olduğu ya da kimin ne dediği özetlenir.

TRT alt yazıları kısa ve bilgilendiricidir. TRT de özel kanallarla rekabete giriş ve rating'ini arttırmayı hedeflese de, hala TRT haberleri biçimsel olarak ticari kanalların haberlerinden farklıdır. TRT'de star sunucu anlayışı yoktur; her gün farklı sunucu fiziksel görünümü ile değil, deneyimi ile oradadır. TRT de bazı biçimsel değişiklikler geçirmiyor değildir. Örneğin, eski günlerdekinin aksine, incelenen günlerde sunucu bülten müzik eşliğinde ve izleyiciye doğru yürüyerek başlar. Sunucu gündemi kısaca özetler ve haberler çok hızlı, özel kanallardan farklı bir biçimde tekrara⁸ dayanmadan sunulur. "TRT'desiniz, doğru karar verdiniz" sloganı da aslında TRT'nin özel kanalların olduğu yeni medya ortamında izleyicinin başka kanalları da seçebileceğinin farkında olduğunu gösterir. Hiçbir gülümsemenin, hareketin olmadığı geçmişe oranla sunucular daha rahat bir sunuş tarzına sahiptirler. Ancak yine de sunucuların sesi, özel kanaldakiler gibi heyecan dolu değil, sakindir. TRT ve özel kanalların haberlerindeki ortak nokta ise, haber bülteni bittiğinde hepsinin diğer haber programlarının ve dizilerinin reklamını yapmalarıdır.

Eğer diğer biçimsel özellikler özetlenecek olursa, şunlar tüm özel kanal haberlerinde görülen ortak noktalar: Haber sırasında ve sonrasında dramatik

müzik parçaları kullanılır. Haber sırasında kullanılan müzik aslında kişisel trajedilerle ilgili haberlerde duygu sömürsünü arttırma amaçlı olabildiği gibi, aynı zamanda, aşağıda görülebileceği gibi, haberlerin ana aktörlerinden olan şarkıcılarla ilgili haberlerde onların kendi şarkıları da olabilir.

Animasyon/ yeniden inşa Show TV ve Kanal D haberlerinde, özellikle suçla ilgili haberlerde bolca kullanılır. Neredeyse bu kanaldaki tüm "kapkaç" haberleri izleyicinin panik duygusunu arttıracak animasyonlarla doludur.

Show TV'de kullanılan bir diğer görsel strateji de tüm ekranı, fotoğrafıyla ya da canlı görüntü olarak, iki aktörün kaplamasıdır. Bunun ile ise elde edilmeye çalışılan etki, bir tartışma olduğu ve haber programının tartışmanın tüm yönlerini demokratik bir biçimde ele aldığıdır. Bu aslında yanıltıcıdır, çünkü en başta gerçekten bir tartışma değil sansasyonel amaçlarla yaratılan yapay bir tartışma olabilir.⁹ Ayrıca, gerçekten bir tartışma olduğunda da bu sadece iki tarafı değil, daha fazla tarafı ilgilendirebilir. İkili karşıtlıklar yaratmak meselelerin demokratik olarak tartışıldığı anlamına gelmez.

Temalar: Haberler ne hakkında?

Tablo 1: Temaya göre haberler	Kaza/felaket	Polis/ adliye	Siyaset	Ekonomi	Spor	Popüler kültür/ eğence/Ünlüler	İnsani ilgi	İlginc/Tuhaf olaylar/insanlar	Diğer	Toplam
	1	16	28	7	6	13	1	2	9	83
Star	4	20	32	2	6	22	12	2	15	115
ATV	3	33	30	6	9	22	11	4	3	121
D	1	19	15	-	3	40	15	3	8	104
Show	-	2	77	8	3	-	-	-	16	106
TRT-1	9	90	182	23	27	97	39	11	51	529

Tablo 1, incelenen zaman diliminde *polis/adliye* haberlerinin büyük ağırlık taşıdığını gösterir. Kanal D'de *polis/adliye* haberleri ana temadır; siyasetten bile daha fazladır. O hafta, istisnai bir biçimde üç banka soygunu olması kuşkusuz burada belirtilmelidir, zira bu olaylar sayıyı arttırmıştır. Ancak, yine de özel kanallarda *polis/adliye* haberlerine daha çok sansasyonel bir malzeme kaynağı olarak bakıldığı da TRT ile karşılaştırılarak söylenebilir. Nitekim özel kanallardaki *polis/adliye* haberleri TRT'nin iki mislidir. Özel kanalların haberlerindeki ikinci büyük tema 'ünlü'lerle (çoğunlukla manken, şarkıcı ve film yıldızı) ilgilidir. Show TV bu konuda 40 haber işlerken, siyaset konusunda sadece 15 haber içermektedir. Ekonomi de haberlerde az sayıda çıkan temalardan biri olmuştur, ama bu daha çok ekonominin kendi başına ayrı bir

uzmanlık alanı olarak ayrıntılı bir biçimde özel olarak tasarlanmış "finans bültenleri"nde uzmanlar tarafından sunulmasıyla da ilişkili olabilir. Haberlerde "yüksek kültür" ya da "sanat" konularının hiç yer almaması da çarpıcıdır. Üstelik bu konular, ekonomi kadar yoğun bir biçimde ayrı programlarda da ele alınmamakta, alındığında ise tüketim odaklı olarak çerçevelenmektedir.

Hangi konuya ne kadar önem verildiğinin kriteri olarak sayının yanısıra haberlerin uzunluğuna ve hangi sırada verildiğine de bakmak gerekir. Bu anlamda hem sıralama, hem de uzunluk açısından ATV ve Kanal D haberlerinin öncelikleri şöyledir: 1. Polis/ adliye, 2. Spor, 3. Siyaset. Yine, araştırmanın yapıldığı sırada İtalya'daki bir futbol maçının ardından bir kavga çıktığını da belirtmek gerekir burada. Ancak, bu

olaya çoğu özel kanalın haber bültenlerinde bir günde 30 dakika ayrılmış olması, hatta örneğin 14 Mart tarihinde ATV’de bu olayın Ortadoğu’daki olaylarla ilgili haberin önüne geçmesi, aslında bu olayın özel kanalların haberciliğindeki temel öğeleri içermesinden kaynaklanıyor olabilir: Sansasyonizm, futbol ve Türklük. Show TV için ise sıra 1. Polis/ adliye, 2. Spor, 3. Ünlüler şeklindedir. Eğer o hafta banka soygunları ve İtalya’daki çatışma olmasaydı, muhtemelen ünlüleri ilk sırada görürdük Show TV haberlerinde. Zira ünlülerle ilgili herşey bu kanalda haber değerine sahiptir ve bu haberlerin çoğunda da haberler bir şekilde kadın bedeninin teşhirine dayanır.¹⁰

Özel kanalların haberleri zaten Ergül’ün yukarıda ele alınan magazinleşme tanımlarından birinde belirttiği gibi, eğlence öğeleri taşır, ancak bu yeterli görülmemiş olacak ki, incelenen haber bültenlerinde bazı bölümler sadece eğlenceye ayrılmıştır.¹¹

Haberlerde Siyasetin Temsili: Özel Kanallarda Kişiselleştirme ve Tabloidleşme, TRT’de Protokol Haberciliği

Bu araştırmada haberler analiz edilirken ünlülerle ilgili haberler ya da kişisel olaylar aslında tamamen önemsiz

oldukları varsayımıyla değerlendirilmeyip; tam tersine bunların siyasal anlamlar içerebileceği düşünülerek analiz edildi. Ancak, araştırma sonucunda ortaya çıkan şudur ki, haberlerde siyasal olan kişiselleşmiş, ama tersi gerçekleşmemiştir; yani analiz edilen haberlerde kişisel olanın siyasetle bağının kurulduğu bir örneğe rastlanmamıştır.¹²

Analize konu olan haftada Show TV’de (15 Mart) ev içi şiddetle ilgili bir haber vardı. Ancak bu da aynı zamanda Dünya Kadın Günü olan 8 Mart gününde evlenen bir kadının evliliğinin ilk gününde kocası tarafından dövülmesi üzerineydi. Yani, konu aslında bir çeşit “tuhaf” neredeyse “komik” görüldüğü için haber olabilişti. Üstelik haber çoğunlukla kadının kocasının beyanatına dayalı olarak yapılandırılmıştı. Kadının yara izleri, röportajı yapan muhabirin “aç, tüm Türkiye görsün” sözlerinin ardından gösterilerek konu siyasallaşmak yerine yine teşhire dayandı.

Kadınların haberde sadece fiziksel özellikleri ile yer alıp almadığına ilişkin yapılan inceleme sonucunda bir başka farklı haber öyküsü de ilginç bir örnek oluşturdu: 15 Mart tarihinde Kanal D’de yayınlanan haberde İsrail devlet bakanı ile yapılan röportajda bakan, “kadın bakan” ve “evli ve iki çocuklu” olarak tanıtıldı ve kendisine

"Çok yoğun çalışıyorsunuz. Aileniz, çocuklarınız bundan şikayet etmiyor mu?" şeklinde bir soru yöneltildi. Böylece bakanın özel yaşamına odaklanılmış ve siyasal olan kişiselleştirilmiş oldu yine. Burada bu tutumun sadece yerleşik cinsiyetçi yargılarla ilişkili olmakla kalmayıp aynı zamanda siyaset haberlerinde kurumsallaşma yerine gittikçe artan kişiselleşme eğiliminin de bir uzantısı olduğu düşünülmektedir. Nitekim, aynı muhabir İsrail-Filistin çatışması üzerine gerçekleştirdiği röportajda Arafat'a sorar: "Kızınızı öz-lüyor musunuz?" (11 Mart).

Analiz yapılırken, kodlanan bir di-ğ er konu da haberin mesele/kurumla mı yoksa kişiyle mi ilgili olduğuydu. Bunu tüm haberlere uygulamak mümkün olmasa da, genel olarak TRT'nin ağırlıklı olarak mesele ya da kurum odaklı haber yaptığını söylemek mümkündür (68 haber). Star'da bu konuda hemen hemen eşit, dengeli bir oran çıkmıştır. Ancak Show TV haberlerinde kurum ya da mesele ile ilgili haberlerin sayısı 5 iken, doğrudan kişilerle ilgili haberin sayısı 59'dur. Bu anlamda, di-ğ er medya çalışanları, siyasetçiler ve izleyicilerin eleştirileri ile uyumlu bir biçimde, Show TV haberlerinin gerçekten tabloid haberciliği yaptığını söylemek mümkündür. Öte yandan, bu araştırmanın ortaya çıkardığı şu sonuç

da son derecede önemlidir ki bu durum sadece Show TV haberleri ile sınırlı olmayıp diğ er kanallara da yayılmıştır. Mesele ya da kurum odaklı haber sayısı ATV'de 19 ve Kanal D'de 24 iken, kişilere odaklı haberler sırasıyla kanallarda 44 ve 59 olarak görülmüştür.

Özel kanal haberleriyle ilgili sorun, sadece siyasetle ilgili haberlerin sayıca azlığı¹³ değil, aynı zamanda siyasetle ilgili varolan haberlerin de magazinleştirilerek verilmesidir. Siyasetin nasıl çerçevesine, hangi konuların ele alındığına ilişkin birkaç örnek bu noktayı açıklığa kavuşturabilir: Show TV ve Kanal D'de yayınlanan siyasetle ilgili pek çok haberde "İslamcı parti" (analizin yapıldığı 2002 yılında henüz AKP iktidara gelmemişti) ve bu partilerden politikacıların yer aldığı görülmektedir. Haberler görüşleri "İslamcı" ve "laik" şeklinde kutuplaştırarak ve kendileri de ikinci kutupta yer alarak bir dizi sansasyonel haber üretmektedirler. Kullanılan alt yazılar bu konudaki haberlerin niteliği hakkında bir fikir verebilir: "Camide Türk bayrağı olmalı mı?" (15 Mart), "AKP lideri Tayyip Erdoğan Türk üniversitelerindeki türban yasağı nedeniyle kızlarını ABD üniversitesine gönderdi" (12 Mart). "AKP lideri Tayyip Erdoğan'ın geç kalması üzerine Cuma namazı geç başla-

di" (15 Mart). Bu haberlerin sansasyonel olarak görülmesinin bir nedeni de, aslında haberin oluşturucu ögelerin eksikliğidir. Örneğin, son haberde, aslında bir dayanak ya da kanıt yoktur "iddialara göre" nitelendirmesi dışında. Buradaki lider, yani yine kişi odaklı haber anlayışına başka kişiler özelinde de rastlanmaktadır. Örneğin, 11 Mart tarihli haberde eski politikacı Nazlı Ilıcak hedef alınarak Ilıcak'ın açıklamalarının büyük bir tartışma ve tepkiye yol açacağı vurgulanır. Haberde Ilıcak'ın Atatürk ilkelerinin çağdışı olduğunu söylediği öne çıkarılır. Oysa, kendisinin söylediği Meclis yemin törenlerinde Atatürk ilkelerine dayalı olarak yemin etmenin çağdışı olduğudur.¹⁴ Kanal D'de de aynı haber benzer bir perspektifle ele alınarak Nazlı Ilıcak açıklamaları ve davranışlarıyla Refah Partisi'nin kapanmasından sorumlu kişi olarak tarif edilir. "Atatürk ilke ve devrimlerine eleştiri" alt yazılı haber Defne Samyeli'nin yorumuyla sona erer. Samyeli, bazılarının şimdi özgürce yaşamamızı bazı insanlara ve mücadelelere bağlı olduğunu unuttuğunu ya da bundan habersiz gözüktüğünü, neyse ki Ulu Önder'e bağlı milyonlarla karşılaştırıldığında bu insanların bir değerinin olmadığını belirtir.

Siyasetin kişiselleştirilmesi ayrıca siyasetçilerin "insani" yanlarına odak-

lanan haberlerde de görülebilir. Bu haberler, neredeyse ünlüleri kovalayan paparazzi haberlerinden ayırdedilmez hale gelmiştir. Örneğin, "Ecevit'lerin Kek Keyfi" (15 Mart, Show TV) başlıklı haber boyunca dönemin başbakanı Bülent Ecevit'in eşi Raşan Ecevit'in arabadan inerek pastaneden kek alması, pastaneden çıkması, sürücünün paketleri bagaja yerleştirmesi...vs. gibi tüm ayrıntılar, kendilerini habersizce takip eden bir kameramanın çektiği görüntülerle gösterildi. Bu görüntülerden sonra alışverişin toplam kaç dakika sürdüğü, hangi kekleri aldığı gibi daha ayrıntılı "bilgi"yi elde etmek için muhabirler pastane çalışanlarıyla röportaj yaptılar. Ecevit'lerin AB Barselona zirvesi seyahatlerinde yürüyüş yapmaları ve Picasso müzesini gezmeleri de, Kanal D ve ATV kanallarında aynı şekilde haberleştirildi. ATV haberinde yer alan "Ecevit'lerin Picasso müzesinde elele geçirdiği keyifli anlar" alt yazısı bile haberin temsil biçimi konusunda bir bilgi verecektir. Siyasetçilerin bu şekilde "insani yanlar"ının öne çıkarılarak temsil edilmeleri, aslında siyasetle ilgili daha az bilgi verme ve onların siyasal tercih, siyasal önerileri etrafında sahip oldukları farklılıkların da gizlenmesine yarayacaktır.

Mac Donald (2000: 264) kişiselleştirmenin eleştirel bir sorgulama potansiy-

li olabileceğini öne sürerek böylece pek tartışılmayan meselelerin açılabilme, kişisel ile siyasal arasında bağ kurabilme, kendi peşin hüküm ve kavramlaştırma-larımızın sınırlarıyla bizi yüzyüze getirme ve resmi söylemlerin dışına çıkabilme potansiyelinden söz eder. Burada, analiz edilen haberler özelinde bunların hiçbirinin gerçekleşme potansiyeli olduğu düşünülmemektedir. Kişisel ile siyasal arasındaki bağ yokluğu üzerinde zaten durulmuştu. Haberlerin resmi söylemin dışına pek de çıkamadıklarını ise yukarıda belirtilen "İslamcı" partiler ve liderleri ile ilgili haberler göstermektedir. Bird de (2000: 217-24) benzer bir biçimde kişiselleştirmenin izleyicinin kamusal olayların etkisini anlamalarına yarayacağını savunarak kişiselleştirmeye olumlu açıdan bakar. Burada analiz edilen, siyasetin kişiselleştirildiği haberlerde ise aslında kamusal olay yerine daha çok kamusal kişilerin kişiselleştirilmesi söz konusudur. Bird'in ihtiyatlı bir biçimde "tabloidleşmenin gerçek tehlikesi" olarak adlandırdığı haberlerin daha geniş bağlamdan kopuk olmaları durumu, analiz edilen özel TV haberleri için geçerlidir.

Siyaset TRT-1 haberlerinde ana temadır. Ancak, buna dayanarak Türkiye'de TRT'nin ticari kanallardan daha iyi bir biçimde kamusal alana hizmet ettiğini söylemek mümkün değildir. Gerçekten

de, haberlerin içeriğine ve siyasetin nasıl ele alındığına bakıldığında, TRT'nin hala protokol haberciliğini sürdürdüğü görülecektir. Genellikle başbakanın ve bakanların düz açıklamalarının yer aldığı TRT haberlerinde bağlam, farklı yorum, tartışma ve eleştiriler pek yer almaz. Onun yerine kimin ne söylediği ya da nerede toplandığı protokol sırasına göre verilir. TRT-1 haberlerinin, her biri 20 saniye kadar süren 10-12 farklı haberde çok kısaca bir bakanın ya da siyasetçinin açıklamalarının yer aldığı "Yurttan" bölümü tamamen hükümetin etkinlik listesi gibidir. Yani "yurt" demek "hükümet" demektir TRT'ye göre. Bazen söylediklerinin haber değeri olup olmadığı da tartışılabileceği bu bölümde söyleyenin "bakan" olması haber değeri için yeterli gözükmemektedir. Başka aktörlerin katıldığı toplantıların haber yapılma biçimi de son derecede ilginçtir. Zira, bu durumda da yine haber sadece toplantının yapıldığını ve başbakanın, bakanların katıldığını belirterek onların açıklamalarına dayanmakta, toplantıda başka kimlerin neler söylediği belirtilmemektedir. Ulusal kutlamalar ve anmalara¹⁵ büyük önem veren ve kamuya ulusal tarihi resmi hafızaya dayanarak hatırlatan TRT bu anlamda ulus-devletin kanalıdır.

Reklam-haberler ve medyanın ekonomi-politiği

Tablo 2: Reklam-haberlerin sayısı

	Gruba bağlı diğer medya ürünleri/ şirketleri ile ilgili reklamlar	Grubun medya dışı ürün ve hizmetlerine ilişkin reklamlar	Diğer ürün ve hizmetler	Toplam
Star	19	5	1	25
ATV	10	1	1	12
Kanal D	7	-		7
Show	8	-	2	10
TRT-1	3	-		3
Toplam	47	6	4	57

Gazetecilik ve popüler kültürle ilgili tartişmalar, TV haberlerinin tüm bir TV programı akışı ve hatta tüm kültürle ilgili olduğunu belirtir (Dahlgren, 1992: 11). Bunu daha genişletip ekonomi-politik dinamiklerle de ilgili olduğunu vurgularsak, medya ve medya dışı sektörlerde büyük yatırımları olan medya gruplarının tablo 2'de görüldüğü gibi haberleri bile kendi gruplarının medya kaynaklı (aynı kanalda yayınlanan başka bir TV programı, çoğunlukla da rekabetin kızıştığı diziler, gazeteleri...vs) ya da medya dışı ürün ve hizmetlerinin (banka, sigorta şirketi...vs) reklamı için kullandıkları görülmektedir. İncelenen haftada TRT'nin bile 3 reklam-haberi olması, TRT'nin özel kanallarla girdiği rekabetin göstergesi olarak değerlendirilebilir. Ancak, özel kanallar daha çok dizilerinin, yarışma programlarının reklamını yaparken, "kaliteli yayıncılığın tek adresi" olarak kendini tanımlayan TRT dizi yanısıra belgeselleri de tanıtılmaktadır. Medya kaynaklı

reklam-haberlere örnek verilecek olursa, Show TV, sunucunun İtirafı ve Ateş Hattı gibi diğer programlarının reklamını yaparken, ATV (14 Mart) Radyo-TV Gazetecileri Derneği'nin kendi haberlerine ve kendi kanallarında yayınlanan dizilerine verdiği ödülü haberleştirmiştir.

Analiz edilen haberlerde ayrıca medya gruplarının diğer işleri ya da medya grubunun yakın ilişki iğerisinde bulunduğu başka grupların da reklamının yapıldığı görülmüştür. Berke Barajı'nın açılışı 16 Mart tarihli Star haber bülteninin ana haberini oluşturup kanalın sahibi olduğu Uzanlar'ın eseri olarak bir saate yakın bir zaman zarfında övülmüştür. Tam tersi de söz konusudur. Yani, bir TV kanalı rakip grubun ürün ve hizmetlerinden eleştirel ya da alaycı haberler de üretmektedir. Nitekim, Kanal D'nin 13 Mart tarihli Berke Barajı haberi aslında açılışın nasıl 5 yıl geciktiği ve bunun hem devlete hem de çevreye zarar verdiği üzerinedir.

Yerel ve Uluslararası Olayların Temsili

Tablo 3: Yerel ve Uluslararası Haberlerin Sayısı	Yerel	Uluslararası	Toplam
Star	7	17	24
ATV	11	21	32
Kanal D	9	22	31
Show	4	5	9
TRT	1	38	39
Toplam	32	103	135

Yerel ve uluslararası haberlerin sayısının çok düşük olduğunu gösteren tablo 3'de de görüleceği gibi, analiz edilen hafta içinde toplam 529 haberde sadece 32 yerel ve 103 uluslararası haber yer almaktadır. Uluslararası haberin oranı yerelden fazla olmakla birlikte Ortadoğu'da özellikle İsrail'de çatışmaların tırmandığı bu hafta aslında çok daha fazla haber olması da beklenebilirdi. Uluslararası habere verilen önem, özellikle sayıya değil, sıralamaya ve ayrılan zamana bakıldığında ortaya çıkmaktadır.¹⁶

Yerel haberler ise bölgeler arası büyük farklılıkların bulunduğu büyük bir ülke olan Türkiye için çok önem taşıması gereken haberler olmalıdır. Haberlerin daha çok başkent Ankara'da ve endüstri ve finansın şehri İstanbul'da neler olduğunu içermesi, özellikle yerel medyanın sınırlı gücü düşünlüğünde tüm halkın temsili açısından kaygı vericidir. Farklı ulusal bağ-

lamalarda yapılan araştırmalar da, yükselen küreselleşme rüzgarıyla çelişkili bir biçimde, giderek uluslararası haberlerde bir azalma olduğunu ortaya koymaktadır. Örneğin, Winston'un araştırması (2002), 1975 Glasgow araştırmalarıyla bir karşılaştırma yapar ve 1975'de Britanya'da 2001'de olduğundan daha fazla uluslararası haber olduğunu ortaya koyar.

Haber metinlerinin içeriklerine baktığımızda görünen odur ki, uluslararası haberlerde de yine ulusal boyut odağa alınmaktadır. Örneğin, Afganistan'daki barış düzenlenmeleriyle ilgili haberde oradaki Türk askerlerin varlığı üzerinde durulmuştur. ABD'de 11 Eylül'ü anma gününde, törende Türk elçinin yaptığı konuşmaya odaklanılmıştır. Bush'un konuşması verilirken dahi, Bush'un Türkiye ile ilgili sözlerinin altı çizilmiştir. Kanal D ve ATV, benzer bir biçimde, AB'nin Barselona zirvesini Türkiye ile ilgili boyutlarıyla

ele almıştır: Ecevit'in açıklaması, Ecevit'in AB aile fotoğrafında yer alışı, Türkiye'nin AB üyeliğini neden istediğine ilişkin açıklamaları üzerinde yoğunlaşmıştır. Bu konular zaten bilinmekte ve çoğu zaman haberlerde ele alınmaktadır. Öte yandan, AB zirvesinde konuşulan diğer konular, TRT'de başlıklar halinde kısaca yapılan değinme dışında, incelenen kanallarda pek yer bulamamıştır. AB ile ilgili haberlerin çoğunlukla sadece Türkiye ile ilgili mevzuları ele alıp diğerlerini yok sayması neredeyse Türkiye mediasında bir ortak özellik haline gelmiştir (Gencil Bek, 2001).

TRT'nin uluslararası konularda ulusalın yeri ve önemini daha da abarttığı söylenebilir. Örneğin, incelenen haftada TRT, her gün MGK başkanının yaptığı yurtdışı geziye sadece onun konuşma ve etkinlikleri kapsamında yer vermiştir. Siyasetin temsili bölümünde TRT için söylenenler burada da geçerlidir. Örneğin, Milano'da yapılan uluslararası enerji konferansına pek çok ülkeden katılımcı katılmıştır, ancak TRT haberleri sadece Türkiye Enerji bakanının açıklamaları ile konuyu işlemiştir. Aynı durum Uluslararası Turizm Forumu'nun sadece Türkiye Turizm bakanının açıklamalarıyla ele alınmasında da gözlenmiştir. Bir bakıma TRT haberleri hem dünyada neler olup bittiğinden,

farklı aktörlerin farklı konularda neler dediğinden izleyiciyi haberdar etmekte ve kamu hizmeti işlevini yerine getirmemekte, meseleye ekonomik açıdan bakılacak olursa da, yurtdışına sadece Türkiyeli aktörlerin demeçlerini kaydetmek üzere muhabirler gönderecek, canlı yayın yaparak kaynakları gereksiz yere harcamaktadır. Burada yapılan habercilik ise Billig'in "banal milliyetçilik" (1995) dediği her gün vatani, milliyeti hatırlatarak uluslar dünyasında bir ulusa ait olmayı yeniden üretmekten öteye geçememektedir.

TRT'den farklı olarak özel kanallarda uluslararası olayların haberi ise daha çok sansasyonel öğelerin, görüntülerin öne çıkarılması şeklinde yapılmaktadır. ATV ve Kanal D haberlerinde "küreselleşme karşıtları" ile ilgili haberler neredeyse hep aynı biçimde verilmektedir; iki kanalda da göstericiler ve polis arasında yaşanan çatışma, koşturmacaya dair görüntüler ağırlıkla ele alınırken, diğer tüm kanallarda olduğu gibi "kimdir bu küreselleşme karşıtları ve ne isterler?" gibi sorular hiç sorulmamıştır. Çatışma, şiddet ve kan öğelerinin sürekli vurgulandığı (örneğin, "kana ve ateşe bulanık Ortadoğu", 13 Mart, Kanal D) Kanal D haberlerinde yapılan bir canlı bağlantıda olay yerindeki muhabir neredeyse neden ceset ve kan gösteremediklerine

dair bir savunma yapmıştır. Bir binada mahsur kaldığı için olaylardan uzak kaldıklarını belirten muhabir şöyle devam etmiştir: “Neyse ki tam bizim bulunduğumuz binanın dışında bir çatışma çıktı da biz de her anını size görüntüleyebildik”. “An an çatışma” alt yazısı ile verilen haberde muhabir neredeyse, (belki de kendisinden istenen) görüntüleri göstermenin rahatlığı için dedir. Stüdyodaki sunucunun “Sayın seyirciler, bu çatışmalar Kanal D muhabirlerinin 100 metre uzağında meydana geldi” demesi de aslında “ideal haberin yakalandığı”nı gösterir. Aynı görüntüler birkaç kez tekrarlanan bir kurgu içinde gösterildikten sonra olay yerindeki muhabir orada ne kadar zor koşullarda yaşayıp, nasıl sandalyede uyuyup, birşey yemeden haber için çalıştıklarını görüntüler eşliğinde uzun uzun anlattı. Bir bakıma oradaki “tek Türk takımı, Kanal D”; Ramallah’taki insanlara ne olduğundan daha önemliydi.

Aşağıdaki tabloda görüleceği gibi haber aktörü olarak da uluslararası aktörlerin, politikacıların az sayıda yer alması, uluslararası haberlere ayrılan sınırlı zamanın, verilen sınırlı önemin göstergelerinden biri olarak değerlendirilebilir.

Aktörler: Haberlerde Kim Konuşuyor?

Tablo 4’de de görüleceği gibi, özel kanallarda “sıradan” vatandaşlar ve ünlüler ana aktörlerdir. Ünlülerin çoğu kadındır. Erkek olduklarında da (Show TV’de 3 kez), ana odak onların ilişki içinde olduğu kadınlardır. Haberlerde ünlülerin haber değeri taşımaları açıklanmaz, haber aktörü olarak Brundson ve Morley’in (1996) belirttiği anlamda, bir “statü” kurulması söz konusu değildir. “Ünlü şarkıcı A şöyle konuştu, şunu yaptı...vs” şeklindeki yaygın kullanımdan da anlaşılacağı gibi, kişinin ünlü olması habere konu olması için yeterli görmektedir.

Temalarla ilgili bölümde TRT’de özel alanla, ünlülerle ilgili pek haberin yer almadığı tablo 1’de görülecektir. Aktörlere bakıldığında da “sıradan” insanların ve ünlülerin pek TRT’de yer almadığı tablo 4’de görülmektedir. Yine daha önce tartışıldığı gibi, siyaset ise daha çok hükümetin açıklamalarından ibaret görülmekte, TRT’nin “hükümetin sesi” olduğuna ilişkin tartışmalar (Aziz, 1993: 59) bir kez daha doğrulanmaktadır. TRT’de askerinin de aktör olarak önemli olduğu yine tablodaki sayılardan anlaşılmaktadır. Siyasetin sınırlı bir biçimde temsili ise STK’larla ilgili aktörlerin sayıca azlığında da kendini göstermektedir.

Tablo 4: Aktörlere göre haberler

	Politikacılar(TR)	Uluslararası/ Yabancı Politikacılar	Uzmanlar	Ünlüler	"Sıradan" vatandaşlar	Asker	Polis	NGO/ STK	Gazeteci	Diğer	Toplam
Star	34	-	4	17	28	3	-	-	-	18	104
ATV	34	-	13	33	32	4	2	4	-	22	144
D	22	8	9	17	65	2	-	6	4	13	146
Show	12	16	14	59	39	1	1	-	6	7	155
TRT-1	114	11	2	1	2	10	4	7	-	3	154
Toplam	216	35	42	127	166	20	7	17	10	63	703

Star ve Kanal D'de "sıradan" vatandaşlar ve ünlüler ana aktörlerdendir. Ünlüler ATV ve Show TV'de siyasetçilerden daha çok haberin aktörü olmuşlardır. Bu da aslında yazıda öne sürülen tabloidleşme eğiliminin göstergesi olarak okunabilir.

"Sıradan vatandaşlar"ın aktör olarak çok yer alması olayların uzman gözüyle değil de, gündelik hayatlarına etki eden insanlar açısından ele alındığı anlamında olumlu olarak düşünülmemelidir. Örneğin, örneklem kapsamındaki özel kanalların kuyuya düşerek ölen çocuklarla ilgili haberinde, tüm özel kanallar çocukların ailesi, komşuları ve arkadaşlarıyla görüşme yaptığı halde, oradaki yerel yönetimin temsilci-siyle ya da kuyunun açık bırakılmasından sorumlu olabilecek kişi ve kuruluşlarla görüşme yapmadı. Haberin bir siyasetçiye de değışikliğine yön vermesi bir yana, haberlerde kazanın arkasında yatan nedenler bile araştırılmadı. Onun yerine yapılan sadece insanların acılarını, yaşa-

nan trajediyi tüm çarpıcılığı ile göstermek, dramatize etmektir. Haberin esas öğeleri olan kim, ne, neden, nerede, ne zaman, nasıl gibi sorular bile haberlerde yer almadı. Uzmanların yanısıra, haberlerde polis açıklaması gibi resmi kaynaklara da pek başvurulmadı. Ancak burada polisin bir kaynak olarak kullanılırken sorgulanıp mı sorgulanmadan mı kullanıldığı konusu da çok önemlidir. Örneğin, Adana'da 30 kişinin yaşadığı binaya yapılan kundaklama eylemi ile ilgili haberde (12 Mart, Show TV) polis açıklaması kullanılarak olayın nedeni "onların mahalleden ayrılmasını isteyen komşular"la açıklandı. Komiser mahallede hırsızlık gibi işlere karıştıkları için bu gruba yönelik tepkiler olduğunu belirterek neredeyse şiddeti doğallaştırdı ve haberde bu sorgulanmadan kabul edildi. Haber bu grupla mahalledeki çoğunluk arasındaki anlaşmazlığın nedenini araştırmadan doğrudan polisin açıklamasını doğru kabul etti. Ayrıca haberde, varolan düşmanlığı gidermek

için ne gibi önlemler alındığı, çözümler geliştirildiği gibi sorular da sorulmadı. Onun yerine Reha Muhtar Adana polisine, bu saldırının başarılı olmasını önledikleri için “toplum adına teşekkür” etti. Komiser de yanıt olarak Muhtar’a polisin fedakarca davranışının altını çizmelerinden ötürü saygılarını ilettiler. Bu haber medya ve otorite arasındaki ilişkiyi çok iyi özetlemektedir. Ayrıca tek haber de değildir.¹⁷

13 Mart tarihli banka soygununa ilişkin haberde ise Show TV haberi, bu olayı güvenlik görevlisinin “müdahale edip” soyguncuyu öldürdüğü daha önceki olayla bağlantılandırarak müdahale eden güvenlik görevlisi hapse atıldığı için son olayda görevlinin müdahale etmediğini ve böylece soygunun gerçekleştiğini öne sürdü. Banka soygunlarındaki artış, habere göre, hala güvenlik görevlisinin nasıl müdahale etmesi gerektiğine ilişkin tartışmanın sürmesinden kaynaklanmaktadır. Hem Show TV, hem de ATV haberlerinde olay tamamen tek taraftan çerçevelendi.¹⁸ Bu haber dizilerinden birkaç gün sonra bir vatandaş, sokakta bir kadının çantasını çalmak isteyen soyguncuyu vurarak öldürdü. Bu olayla diğerleri arasında bu kez bir bağlantı kurmayan medya, birini koruma ya da suçu önleme adına da olsa sınırsız ve sorumsuz bir biçimde şiddet kullanmayı özendirip özendirmediğini tartışmadı bile. Bazı haberler-

de “kapkaç” ahlaki bir sorun olarak görülerek bir panik havası yaratıldı. Çoğu haberde ise “kapkaç” konusu kendilerini tehdit altında hissedip hissetmedikleri ve ne gibi önlemler aldıkları gibi sorularla ünlülere yöneltildi. Bu haberlerde sınıflar arasında artan eşitsizlik sorgulanmadı. Yoksulluk yine kişisel bir problem olarak görülerek siyasetle ilişkilendirilmedi.¹⁹

14 Mart tarihli Kanal D bülteninin ilk haberi maç sonrası Türk ve İtalyan futbolcuların kavgasına ilişkindi. Stüdyoda haber sunucusu, görüştüğü Galatasaray yöneticisine, İtalyan futbolcuların ve polisin Türk futbolcularına saldırdığı görüntüleri işaret ederek şöyle sordu: “Böyle bir şey Türkiye’de olabilir miydi?” Yönetici olamayacağını, çünkü Türkiye’de polisin tarafsız olduğunu söylediğinde sunucu Samyeli şu yorumu yaptı: “Eğer bu olay Türkiye’de olsaydı, zaten tüm dünya bize karşı çıkardı”.

İncelenen haberlerde görülen en açık biçimde devletin (bu kez, daha çok “derin devlet”) tarafını tutma eski üst rütbeli asker Korkut Eken’in yasadışı etkinliklere katılmak suçuyla cezaevine gönderilmesiyle ilgili haberlerdi. ATV, haberi Eken’in “kahraman bir asker” olduğunu vurgulayan emekli generallerin seslerinden verdi. Haberde emekli generallerin Eken’in, Özel Harekat Ti-

mi'nin başkanı olarak terörle mücadelede büyük başarı kazanan, üstün başarı ve cesaret madalyaları bulunan, ülkesini seven, disiplinli ve kahramanca görev aşkıyla ülkesine hizmet eden, ama şimdi suçlanan bir kişi olduğu şeklindeki açıklamaları "belirttiler", "vurguladılar" sözleriyle alıntılı ve haberde bu emekli generallerden farklı görüşleri savunan kişilere yer verilmedi.

İncelenen haberlerde açıkça olayları çarpıtan, etik kuralları ihlal eden²⁰, haberler Kanal D'de 17, Show TV'de 17, ATV'de 16 ve Star'da 16 olarak belirlendi. Bunların yanısıra, pek çok haberde de tutarsızlık olduğu, haber anlatısının temel öğeleri olan 5N 1K'sında eksiklikler olduğu saptandı. Bu, sadece ünlülerle²¹ ilgili haberlerde değil, aynı zamanda "sıradan" insanlarla²² ilgili haberlerde de söz konusuydu. Bir anlamda, bu "uydurma" haberler kişilerin mahremiyetini de ihlal etmektedir. Ünlüler en azından medyada görünür olmak suretiyle bazı avantajlar kazanabilir, medyayı kullanabilirler, ancak medya "sıradan" insanların yaşamlarında daha yıkıcı etkiye yol açabilir. 16 Mart Show TV bültenindeki haberde muhabir akıl hastası kişilerden şarkı söylemesini ister. Hastaların dans etmesi görüntülenir. Başka bir Show TV haberinde 10 yaşındaki kız çocuğuna kardeşinin ölümüyle ilgili sorular sorulur; yapılan görüşmede kardeşinin nasıl ve neden öldüğünü

bilip bilmediği gibi sorular yöneltilir. Kanal D de haberde çocukları kullanır: 16 Mart tarihli haberde ölen çocukların 10-13 yaş civarındaki arkadaşlarıyla görüşme yapar. 13 Mart tarihli haberde hastanede yaralı yatan çocuğa yangının nasıl başladığı ve neyin yol açtığı soruları yöneltilir. Kanal D sunucusu Defne Samyeli, haberlerde çocukları daha fazla kullanmak için koşulları daha da zorlar: 13 Mart tarihli banka soygunu haberinde, küçük oğlu ile birlikte bankada olan bir kişiyle telefon konuşması yaparken "Oğlunuz nasıl tepki verdi? Zavalıcık daha 3 yaşında" der. Babası aslında oğlunun pek korkmadığını söyleyince Samyeli cevaptan pek memnun olmaz. Bir kaç soru sonra tekrar aynı konuya döner: "Ben oğlunuzu merak ettim. Nasıl acaba? Olaydan nasıl etkilendi?". Babasının henüz oğlunu ayrıntılı bir biçimde görmediğini söylemesi üzerine Samyeli profesyonel sunucu yerine şefkatli bir anneyi çağrıştıran bir sesle: "Nasıl etkilenmesin. Tabi ki etkilenmiştir" der. Daha sonraki gün kanal muhabirleri ailenin evine giderek orada çocukla görüşme yapar. Olayın nasıl olduğu, korkup korkmadığı sorulur. Bu arada da çocuğun oyuncak bir silahla oynama görüntüleri ise çocuğun soygundan etkilendiği iması ile şu sözleri "anamlı" kılmak için kullanılır: "Burada silahıyla duran küçük çocuk, çünkü banka soygununun en küçük tanığıydı".

Sonuç:

Yazının başında da tanımlandığı gibi, haberin tabloidleşmesi, uluslararası haber, siyaset ve ekonomiye verilen önem azalırken insani ilgi, eğlence, spor, skandal ve özel yaşama daha çok yer alması anlamına gelmektedir. Analiz edilen özel TV haberleri hem içerik hem de biçim açısından tabloidleşmenin özelliklerini göstermektedir. Tabloidleşmenin biçimsel boyutu, (Show ve Kanal D) çok açık yorumlar içeren ve kendilerine özgü sunuş biçimleriyle starlaşan haber sunucuları ile özellikle iki kanalda kendini gösterir. Haberlerin alt yazı, müzik, canlandırma gibi diğer biçimsel özellikleri ise tüm özel kanallarda ortak noktalar. Tabloidleşmenin içerik boyutu farklı öğelere sahiptir: Birincisi, kişiselleştirme ve siyasetin tabloidleşmesi eğilimidir. Analiz edilen haberler kişisel olanın siyasetle ilişkisini kurmazken, siyasetçilerin “insani boyutlar”ını öne çıkarmaktadır ki, yazıda bu siyaset konusunda bilgilendirme yerine tercih edildiği ve siyasetçilerin uyguladıkları politikalar arasındaki farklılıkları yok saymaya yol açtığı için eleştirilmiştir. Analiz edilen haberlerde siyaset, “resmi” perspektifler ışığında çerçevelenmiştir. Hakim olan habercilik anlayışı ise, olayın neden ve nasıl olduğunu, toplumsal bağlamını araştıran, çözüm önerilerine yol açan araştırmacı bir habercilik değil, özellikle

“sıradan” insanlarla ilgili kaza ve felaket haberlerinde görüldüğü gibi duyguların sömürüsüne dayalı bir haberciliktir.

Uluslararası haberlerin sayıca azlığının yanısıra, araştırmada dikkat çeken bir bulgu da haber uluslararası bir haber olduğunda dahi ulusal boyuta odaklanmasıdır. Benzer bir biçimde, yerel meseleler de haberlerde fazla yer bulmaz: Ankara ve İstanbul’da olanları haberleştiren medya pek çok açıdan farklı olan ülkenin değişik bölgelerinde olanları ihmal eder.

Haberlerde olmayanın, yani dışlanan konuların analizi hep zordur; zira zaten neyin olup bittiğine dair bilgiyi de medya dolayısıyla öğreniriz. Ancak, daha alternatif iletişim kaynakları izlenerek analizin gerçekleştiği sırada, en azından ulusal ölçekte hangi konuların ihmal edildiğini söylemek mümkündür. Bağımsız İletişim Ağı’nda ([www. bianet.org](http://www.bianet.org)) aynı haftada yer alan, ama analiz edilen TV kanallarınca hiç ele alınmayan konulardan bazıları ise şöyle sıralanabilir:

Okullarda Kürtçe öğrenim görme doğrultusunda dilekçe veren öğrenciler okul yönetimince cezalandırıldı (13 Mart).

Ölüm oruçları nedeniyle ciddi hastalıklara yakalananlar Türkiye İnsan Hakları Vakfı’na başvurdu (14 Mart).

F tipi cezaevlerini protesto için açlık grevi yapan 30 yaşındaki mahkum 290. günde öldü (16 Mart).

KESK, yüksek öğretimle ilgili düzenlemenin üniversite öğrencilerinin ödediği harç miktarını arttırmasını eleştiren bir bildiri yayınladı (16 Mart).

Bu konulara hiç değinmeyen inceleme kapsamındaki özel TV kanallarında çoğu kadın olan ünlüler (mankenler, şarkıcılar... vs) siyasetçilerden çok daha fazla yer kapladı. Bu yazıda ne ünlüler ne de "sıradan" insanlar üzerine yapılan haberler Langer'in tanımladığı gibi "öteki haberler" (1998) olarak olumlu bir açıdan değerlendirilmemektedir. Langer'e göre, bu haberler "gerçek insani ihtiyaçlara" hitap etmektedir. Ayrıca bu haberler dışlanan ya da azınlıkta kalanlarla ilgilidir. Halbuki, analiz edilen Türkiye'deki özel TV kanallarında ünlüler ya da "sıradan" insanlarla ilgili haberlerin tam da ana temayı oluşturduğu görülmektedir. Özel TV'deki haberlere bakıldığında aslında toplum iki gruptan oluşuyor gibi gözükmektedir: Trajedileriyle ve kazalarıyla gariban ve yoksullar; varlıkları, gösterişli yaşam tarzları ve dedikodularıyla zenginler. Bu kutuplaşma, elbette ki gelir dağılımının büyük bir uçurum gösterdiği bir toplumda çok önemlidir. Yazıda da belirtildiği gibi MİT zaten toplumsal patlama korkusuyla medyanın kontrol edil-

mesini istemiştir. Bu araştırmanın sonucunda ise, tam tersine aslında toplumsal patlama olmamasının nedenlerinden birisinin de bu haberler olduğu iddia edilebilir. Çünkü, analizin de ortaya koyduğu gibi, aslında özel TV kanalları sadece starların lüks yaşamlarını göstermemekte, ama aynı zamanda, siyasetle ilgili haberlerin analizinde de tartışıldığı gibi, "yapacak bir şey yok", "siyasetin çözebileceği birşey yok" fikrinin altını çizmektedirler. Öte yandan, bu haberlerin izleyici üzerine etkisi konusu elbette ki, başka araştırmalarda ele alınarak incelenecek bir konudur.

TV kanallarının "sıradan" insanlarla ilgili haberler yapmaları, mesleki ilkelere bağlayıcılığının ötesine geçerek, halkın gündelik yaşam deneyimlerinden yararlanarak çözümler üreten "kamusal" ya da "yurttaş" gazeteciliği²³ ile karıştırılmamalıdır. Burada geçerli olan anlayış Murdock'un da (1999: 15) dediği gibi, uzmanlığın yerinin gündeliğin tanıklığının aldığı "popülizmin ve ticarileşmenin ekonomi politiği" ile açıklanabilir. Türkiye'de ise bu habercilik biçimi daha çok gazetecilerin etik ihlali ile açıklanmaktadır. Medyanın güvenilirliğinde²⁴ yaşanan düşüşün ve yabancı ortakların da etkisiyle Doğan Medya Grubu gazetelerin ve TV kanallarının uyması gereken ilkelere dair bir bildirge yayınlayarak medya çalışanlarından bunlara uymalarını, izleyici/ okuyucu-

lardan da bunlara uyulup uyulmadığını denetlemelerini istedi. Ancak buna rağmen bu ihlaller devam ettiğine göre, sorun sadece tek tek gazetecilerin etik ihlali değil, aslında medya endüstrisinin rekabet ve kar güdümlü olması başta olmak üzere yapısal özelliklerin bir ürünüdür (Carey, 1987: 48, Çaplı, 2002: 216). Mac Lachlan ve Golding'in (2000: 88) Britanya özelinde tartıştıkları, Türkiye durumu için de geçerlidir: Sorun, mesleki alanda yön kaybından çok iletişimin ekonomi politikadaki daha geniş değişikliklerle ilgilidir. Türkiye'de bunun ne anlama geldiğini ise, yapılan analiz bir kez daha göstermektedir. TV haberleri büyük medya gruplarının diğer ürün ve hizmetlerinin reklamını yapıp rakipleriyle yarıştığı alanlardan biridir. TV haberlerinde sorumsuzca gücü kullanma, hatta uydurma haber yapma ise endüstride yaşanan "rating" savaşının bir uzantısıdır. Karı maksimize etmeye odaklanan medya endüstrisinde on yılı aşkın süredir medya çalışanları sendikası kalmıştır.

Burada alternatifin ne olduğu, acaba TRT'nin eleştirilen ticari haberciliğe demokratik bir seçenek oluşturup oluşturamayacağı yönünde bir soru sorulabilir. Analiz sonuçlarının da gösterdiği gibi, TRT biçimsel olarak diğerleri gibi sansasyonel ve tabloid bir haberciliği benimsemese de, günümüzde TRT haberciliği demokratik bir alternatif olarak

düşünülmeğe çok uzaktadır. Çünkü, özellerin tabloid anlayışından farklı olsa da, TRT de sürdürdüğü "protokol" habercilikle siyaseti Meclis'le, hatta hükümetle sınırlandırmaya devam etmekte, TRT haberleri halkın hükümetin etkinlikleri hakkında bilgilendirildiği bir forum olmaktan pek de öteye gidememektedir. Türkiye'deki siyasal kültürün sonucunda özerkliğini sağlayamayan TRT (Mutlu, 1999: 26) elektrik faturalarından yapılan kesintinin 2003 yılının Şubat ayı itibarıyla son bulmasıyla finansal olarak da zor bir döneme girmiştir.

Burada, ayrıca farklı bir habercilik anlayışına sahip olan ve sadece haber yayını yapan kanalların, özellikle NTV ve CNN-Türk yayınları hatırlandığında, en azından daha "ciddi" bir habercilikle alternatif oluşturdukları düşünülebilir. Ancak bu kanalların mülkiyet yapıları da (birincisi Doğuş, ikincisi Doğan grubu ile CNN ortaklığı ürünü) ihtiyatlı olmayı gerektirmektedir. Ayrıca, bu iki kanal da, hatta daha küçük ölçekli Kanal 7 gibi kanallar da, yukarıda büyük özel TV kanallarına dair tartışılan tabloidleşme eğiliminden kurtulmuş değildir.²⁵ Hatta, haberlerin tabloidleşmesi sadece TV kanallarıyla da sınırlı olmayıp gazetelere de yayılmaktadır.²⁶ İnternetteki haber siteleri değerlendirildiğinde ise bunların daha çok büyük medya gruplarının uzantısı olduğu; varolan ba-

ğimsız haber sitelerinin de ya ana akım medyadan çok farklı bir habercilik anlayışı geliştiremediği ya da sesini çok sayıda kişiye ulaştırarak büyük bir güce ulaşamadığı gözlenmektedir.

Notlar

Bu araştırma, Ankara Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Müdürlüğü tarafından desteklenmiştir (proje kodu: 2003. 09. 07. 001).

Araştırmanın bazı bulguları, araştırmacının kendi olanaklarıyla katıldığı, 3-5 Eylül 2003 tarihinde Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi'nde gerçekleştirilen Türk(İye) Kültürleri başlıklı 2. Ulusal Kültür Araştırmaları Sempozyumu'nda sunulmuştur.

¹ Burada tabloidleşme sözcüğü daha genel, magazinleşmeyi de içine alan bir sözcük olarak tercih edilmiştir. Infotainment ise Türkçede 'bil-eğlence' olarak yaygın bir biçimde kullanılmadığı için 'infotainment' olarak korunacaktır.

² Nitekim, Peck'in makalesiyle aynı kitapta yer alan ve Peck tarafından da alıntılanan Jostein Gripsrud (2000: 298), popüler gazeteciliğin popülizminin otoritelere saygı göstermemesinin sonucu olarak iktidar sahibi olanlarla ve daha ölçülü formlar kullanan geleneksel kamu hizmeti haberciliğiyle zıtlık içerebildiğini ve aslında popüler gazeteciliğin bazen aktif yurttaşlığı destekleyebildiğini söylemektedir.

³ Henüz yayınlanmamış olan bu araştırma 1999-2004 yılları arasında devam eden European Science Foundation, Changing Media, Changing Europe programı kapsamındaki *Four Decades of the European Press* araştırmasının bir parçasıdır.

⁴ Ancak bu, ilerleyen sayfalarda araştırmanın da göstereceği gibi, haberlerde bir sorunun olmadığı anlamına gelmemektedir. Alo-RTÜK hattına gelen şikayetlere bakıldığında yıl içinde 602 şikayet magazin haberleri, 316 şikayet abartılı haber, 287 şikayet ise şiddet içeren haberler konusunda yapılmıştır (Kent, 2001). Öte yandan Alo-RTÜK istatistiklerini ihtiyatlı kullanmakta da yarar vardır. Zira bu istatistikler

RTÜK tarafından toplum içindeki meşruiyetlerini artırma yönünde kullanılmaktadır. RTÜK dergisinde yayınlanan bir yazıda da Alo-RTÜK'ün yurttaşların sesi olduğu öne sürülerek RTÜK kararlarının yurttaşlar tarafından onaylandığının altı çizilir (Güven, 2001). Bu konuda bkz. Mine Gencel Bek, "Medyada Cinsiyetçilik ve İletişim Politikası", *İletişim* (10), 2001: 213-233.

⁵ Hürriyet, 17 Ekim, 2002.

⁶ Hürriyet, 20 Ekim, 2002.

⁷ Farklı haftalarda, aylarda farklı günler yerine bir tüm haftayı seçmenin temel nedeni haberlerin sürekliliğine bakabilmektir. Bu ayrıca, kaydetme açısından da daha pratik olduğu için tercih edildi.

⁸ Show TV, aynı görüntüleri sürekli tekrarlamakla ünlü bir kanaldır (Bir hafta boyunca 23 haberde defalarca aynı görüntünün tekrarlandığı görüldü). Bu tekrarlar, genellikle köprüden atlama suretiyle intihara teşebbüs etmede olduğu gibi sansasyonel amaçlıdır. Aynı kanal arşiv görüntüleri de yine sansasyonel amaçlı, çoğunlukla gereksiz bir biçimde defalarca kullanır (bir haftada böyle 26 haber görüldü, bunların çoğunda da manken ya da şarkıcı kadınların bedenleri teşhir ediliyordu).

⁹ İncelenen dönemde Show TV haberlerinde bu duruma pek çok örnek vardı: Örneğin 12 Mart'ta yayınlanan bir haberde şarkıcıların İlhan Şeşen'den beste almak için birbiriyle yarıştığı konu ediliyordu, görüşülen iki şarkıcı haberin vurgusunu haklı çıkarmasa da. Yine aynı gün showmen Mehmet Ali Erbil ve film yıldızı Aydan Şener arasında, 17 Mart'ta gazeteci ve politikacı Nazlı Ilıcak ile köşe yazarı Emin Çölaşan arasındaki tartışmalar hakkındaki haberler bu duruma örneklerdir.

¹⁰ Örneğin, 14 Mart tarihinde dindar kadınlar için tasarlanan özel mayolarla ilgili bir haber yayınlandı. Bu özel mayolar hakkında bilgi verildikten sonra haber bunların "seksi" mayolara alternatif olduğunu belirterek tekrar dikkatini "seksi mayo" ve aslında kadın bedenine çevirdi. 12 Mart tarihinde muhafazakar bir milletvekilinin milli saraylarda açık saçık kıyafet giymenin Türk insanına yakışmadığına ilişkin demecini haber yapan kanal bunun siyasal önemine değinmeden bu demeci yine ana malzemesini göstermenin bir fırsatı olarak

kullandı. Haber ilgisiz bir biçimde, bir iç çamaşırı defilesinden görüntülerle devam etti.

¹¹ Hem Show TV, hem de Kanal D her gün haber bültenlerinde 10-15 dakikayı amatör kamera çekimlerine ayırmıştır. Ayrıca "Bizim City" adlı, aslında önce grubun Sabah gazetesinde yayınlanmakta olan karikatür, TV haberlerinin ardından yayınlanarak siyasetin kişiselleştirilmesi ve gerilimin azaltılması yönünde işlev görebilir. Bunun haberlerin hemen ardından ve aslında haber bülteninin bir parçası olarak yayınlanması "her şeyi bir yana bırakın, sadece gülün, eğlenin" mesajını taşıyor olabilir.

¹² 15 Mart tarihli Kanal D haberi "kim ve neden Tarık Akan'a işkence yaptı?" başlığıyla başlangıçta bunların dışında bir haber gibi gözükte. Ancak, 1980 darbesi sonrasında maruz kaldığı işkenceyi de içeren anılarını kitaplaştıran film yıldızı Tarık Akan'la yapılan röportajda, Akan'ın kendisinin bunun sistemle ilgili olup Tarık Akan olmasıyla ilgili olmadığı yönünde ki vurgularına rağmen işkence konusu sanki sadece Tarık Akan'ın yaşadığı bir deneyimmiş gibi ele alındı. Ona sorulan soru şöyleydi: "Siz bunları sıradan bir insan olarak değil bir film yıldızı olarak yaşadınız. Bu, durumu olumlu ya da olumsuz olarak nasıl etkiledi?"

¹³ Genelde az sayıda olan siyaset haberine 14 Mart tarihli Show TV haber bülteninde hiç rastlanmamıştır.

¹⁴ Bu örneği, haberin İlicak'ı nasıl hedef aldığını ve aslında sözlerini çarpıtarak aktardığını görmelerini umarak "Haber Okumak dersi" öğrencilerine gösterdiğimde, sınıfta İlicak'a karşı öfke şeklinde kitlesel bir tepki oluşmuş olması da aslında öğrencilerin bu tarz haberleri ne kadar kanıksadıklarını gösterdiği gibi, ayrıca laikliğin radikalleşmesi konusunda medyanın güçlendirici etkisine de işaret ediyor olabilir.

¹⁵ İstiklal Marşı'nın yazarı Mehmet Akif Ersoy'un ölüm yıldönümü anması, Erzurum'un düşman işgalinden kurtulmasının yıldönümü ve Atatürk'ün askeri okuldan mezun oluşunun yıldönümü gibi anmalar analizini yapıldığı tarihte yer alan haberlerdendir.

¹⁶ ATV'nin 12 Mart tarihli bülteninde Türkiye'de yer alan bir kişisel kavga ve cinayet haberi İsrail'deki çatışmalardan önce yer bulur. Kanal D "Bizi izleyin ve dünyadan haberdar olun" sloganına rağmen, benzer bir biçimde İs-

tanbul'daki banka soygunu haberini Ramallah'daki işgalden önce gösterir. Hindistan'da yaşanan 700 kişinin öldüğü çatışmaya ancak 1 dakika 20 saniye ayrılır ve haber 14. sırada bülten.

¹⁷ 12 Mart tarihli başka bir Show TV haberinde yine mesele polisin perspektifinden ele alındı ve polis merkezine götürülen travestilerle ilgili haber "Bunları kim durduracak?" alt yazısı ile verildi. Haber polisin müdahalesinin olayların kontrolden çıkmasını önlediğini ve polisin öfkeli travestileri yatıştırmaya çalıştığını belirtti (12 Mart, Show TV).

¹⁸ Reha Muhtar sorar: "Silahlı soyguncuyu öldürmek suç mu?". Hukukçuların bu konuda ikiye bölündüğünü, bazı hukukçuların ABD örneğini vererek güvenlik görevlisinin görür görmez vurabileceği görüşünü savunduklarını belirten Muhtar, çoğu zaman olduğu gibi ikiye bölünmüş ekranda iki hukukçuyu tartıştırır. Hukukçulardan birisi, ABD'de bile canlı yakalamaya çalışıldığını ve güvenlik görevlisinin öldürmeye hakkı olmadığını, silah kullanmanın son çare olduğunu belirtirken, ikinci kouşmacı olan profesör ABD'de herkesin mülkiyetini korumak için silah kullanma hakkı olduğu görüşünü savunur. Reha Muhtar ikinci görüşü tercih eder. Bu haberde ayrıca karşılaştırma noktasının neden ABD olduğu, neden ABD'den soygun görüntülerinin yer aldığı da açık değildir. Belki ABD burada, medyanın metinlerarasılığına referansla yorumlanırsa, "tanıdık", "aşına" olan, "biz"im yerinde olmak istediğimiz, "gelişmiş ve uygar" ülke olarak görüldüğü için kullanılmış olabilir. Bu durumda ABD yerine adaylık sürecinde olunan AB'nin hiç belirtilmemesi de ilginçtir. Aynı olay Kanal D'de de benzer bir biçimde ele alındı (11 Mart). "Hangi güvenlik görevlisi haklı?" yazılı haber soyguncuyu öldürenin mi, yoksa öldürmeyenin ama parayı çaldırmanın mı haklı olduğunu sorar. Burada yine haber açıkça taraf tutar. Çünkü uzman kaynak olarak güvenlik şirketi sahibini davet eder; onun görüşünü destekler ve öldürenin haklı olduğu yorumuyla biter. Haberde güvenlik şirketi sahibi, personelini polis gibi gördüğünü belirterek, vuran polis olsaydı bunun tartışılmayacağını, dolayısıyla güvenlik görevlisi için de tartışılmaması gerektiğini vurguladı. Haber bülteni sunucusu ise güvenlik şirketi sahibine

hak vererek "Eğer güvenliğin görevi sadece soygunu izlemek, başka birşey yapmamaksa, o zaman tüm bankalar boşalır" yorumunu yaptı.

¹⁹ İncelenen haberler arasında sadece bir haberde (ATV, 17 Mart) "neden?" sorusu vardı. Soygunların artmasının toplumsal bir gerçeklik mi yoksa tesadüfi mi olduğu şeklindeki anlamlı soruyla başlayan haber, yine bu konuda sadece emniyet müdürünün görüşlerine başvurulması ve onun da bu olayların tesadüfi olduğu, bu suç olaylarının ekonomik krize bağlanarak açıklanmasının bu eylemleri hoşgörmek anlamına geleceği şeklinde yanıt vermesiyle çerçevesi belirlendi. Sunucunun İstanbul'un bir suç şehri olup olmadığına ilişkin sorularına emniyet müdürü istatistiklere dayanarak İstanbul'un en güvenilir şehir olduğu şeklinde bir yanıt verdi. Bu haberde hangi istatistiklerden söz edildiği, ayrıntıları, istatistiğin kim tarafından, ne zaman, nerede gerçekleştirildiği sorulmadan yine emniyet müdürünün görüşü desteklenerek yorumlandı: "Evet, sayın seyirciler, istatistiklere göre İstanbul en güvenilir şehirlerden biri".

²⁰ Gerek Radyo-Televizyon kanununda, gerek RTÜK yönetmeliğinde yer alan pek çok hüküm doğrudan tabloidleşme ya da magazinleşme diye bir sorun tanımlanmamakla birlikte etik ihlalle ilgili pek çok konuyu düzenlerler. Mevzuata bakarken iki temel kaynak dayanak alınırsa, bunlar 4756 sayılı yasa ile değişiklik yapılan 3984 sayılı Radyo Televizyon Kanunu ve RTÜK Yönetmeliği'dir ('Radyo ve Televizyon Yayınlarının Esas ve Usulleri Hakkında Yönetmelik, 17 Nisan 2003 tarihli, 25082 sayılı *Resmî Gazete*'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir). Analiz sonucu haberlerin ihlal ettiği konular aslında pek çok farklı maddede düzenlenmiştir. Örneğin yasanın 2. bölümünde yer alan, yayın ilkelerini düzenleyen 4. maddenin f ilkesi "özel hayatın gizliliğine saygılı olunması, kamu çıkarlarının gerektirdiği durumlar dışında kişilerin özel hayatının yayın konusu yapılmaması" nı öngörür. Yönetmelik de gizli kamera ve kurgulamayı yasaklar. Analizde ele alınan "reklam haberler" de yine hem yasaya hem de yönetmeliğe aykırıdır. Haksız rekabet ve ilan ve reklam niteliği taşıyan yayınların açıkça bu nitelikleri belirtilerek yayınlanması hem j hem de m ilkesinde

belirtilmiştir. Yönetmeliğin 14. maddesi gizli reklamı yasakladığını, yani açıkça reklam olduğu belirtilmeden reklam yapılmasını, ayrıca vurgular. Yine yayın ilkelerinden k ilkesi "suçlu olduğu yargı kararı ile kesinleşmedikçe kimsenin suçlu ilan edilmemesi veya suçluymuş gibi gösterilmemesi, kişileri suç işlemeye yönlendirecek veya korku salacak yayın yapılmasını" nı öngörür. l maddesi haberde tarafsızlık ve doğruluk ilkesini vurgular. Yönetmelik'te ise bu madde şöyle açıklanır: "Yorumlar, gerçekler ve konu içeriğinden saptırılacak şekilde yapılmamalı, herhangi bir fikir veya görüşün özü nitelik değiştirecek şekilde, yalnızca bir bölümüne yer verilerek veya diğer anlatım yöntem ve teknikleri kullanılarak çarpıtılmamalıdır. Aldatıcı canlandırılmalardan veya kurmaca haberlerden kaçınılmalı, canlandırmanın gerekli olduğu hallerde canlandırma olduğu açıkça belirtilmelidir". Hem ya da hem de yönetmelikte r maddesi altyazının gerekli olmayan hallerde kullanılmaması gerektiğini vurgular. Yönetmeliğin r maddesi aynı zamanda arşiv görüntülerinin tekrar olduğunun belirtilmesini öngörür. İnsan onuru ve insan haklarına saygı konusundaki s maddesi yönetmelikte ayrıntılı bir biçimde düzenlenerek "insanların ölüm anları ve benzeri durumlar, duygu sömürsüne yol açacak biçimde verilmemelidir. Yayınlarda sebepsiz korkular ve çelişkili duygular yaratacak, kaderciliğe veya intihara yönlendirecek unsurlara yer verilmemelidir" der. t maddesi yönetmelikte "cinsel duyguları sömürmeye yönelik, bireyle ri cinsel meta olarak gösteren, insan bedenini cinsel tahrik unsuruna indirgeyen" yayınların yapılmamasını öngörür. Medya siyaseti düzenlemesinde yapılması gerekenler bu kuralları uygulamaya sokarak ticari kanallara sadece resmi ideolojiye, "devlete" karşı olduklarında değil, yayınlarla kişilere ve topluma zarar verdiklerinde de yaptırım uygulamak ve bu konuda medya endüstrisiyle, medya örgütleriyle irtibata geçerek gerekli başka önlemleri almaktır. Dolayısıyla bu konuda medya siyaseti, düzenlemenin gerçekleştirilmesi ve öz-düzenlemenin harekete geçirilmesinden oluşacaktır.

²¹ Örneğin, 15 Mart tarihli Show TV haber bültenindeki tutarsız haberlerden biri, şarkıcı Shakira'nın estetik ameliyatı, hangi bölgeleri-

ne yaptırdığı, erkek arkadaşından ayrılıp ayrılmadığı...vs. üzerinedir.

²² 14 Mart tarihli Show TV haberinde şöyle bir nedensellik ilişkisi kurulur haberde: Koca, karısından kilolu olduğu için boşanmak istedikten sonra karısı kilo verdi. Haberdeki bu insanın aksine, kendisiyle görüşme yapılan kadın, eşinin kilolu olduğu konusunda kendisini eleştirmesine rağmen, aslında doktorun sağlığıyla ilgili tavsiyeleri üzerine kilo vermeye karar verdiğini belirtir. Görüşme yapılan koca ise sorunun kilo değil, kişilik uyumsuzlukları olduğunu belirtir. Ama bu açıklamalara rağmen haber "kocasına kızan kadın sadece meyve yiyerek 25 kilo verdi" şeklinde alt yazı yazar. Bu bilgi bile doğru değildir, zira kadın aslında özel bir tıp merkezindeki diyete uyarak kilo vermiştir.

²³ Yurttaş gazeteciliği konusunda bkz. Rağıp Duran "Yurttaş gazeteciliği" ve İncilay Cangoz, "Yurttaş gazeteciliği ve yerel basın", (der.) Seveda Alankuş Kural, *Gazetecilik ve Habercilik, Habercinin El Kitabı*, IPS İletişim Vakfı yayınları, İstanbul, 2003.

²⁴ Türkiye'de hakim olan değerlerle ilgili bir araştırmaya göre, Türkiye'de basına güvenmeyenlerin oranı % 20, TV'ye güvenmeyenlerin oranı % 18'dir, *Hürriyet*, 19 Mayıs, 2000.

²⁵ Bu araştırmadan sonra Reha Muhtar Star TV'ye geçti. Muhtar, yetiştirdiği ekibin farklı kanallara transfer olması ve genel olarak kanalların rating arttırmak için onun sansasyonel tarzını benimsemeleri nedeniyle aslında tüm TV kanallarını etkiledi. Böylece, günümüz medya endüstrisinin yapısal yönelimiyle ilişkili olarak tabloidleşme hem biçim, hem de içerik olarak tüm kanallara yayıldı (Kanal D'nin zaten benzer özellikler taşıdığı makalede belirtilmişti. Kanal D sunucusu Defne Samyeli de zaten şu anda Muhtar'ın ayrıldığı Show TV'de sunuculuk yapmaktadır). Daha ciddi ve siyasi haberleriyle bilinen Kanal 7 bile alt yazılar ve müzik eşliğinde haberleri daha sansasyonel bir biçimde vermeye başladı. Daha önce ATV ve Star TV haberlerini sunan Ali Kırca 2002 yılının Eylül ayında NTV genel yayın yönetmenliğine getirildiğinde, haberler hem biçimsel, hem de içerik olarak önemli ölçüde değişti. NTV haberleri özellikle sunuş biçimi, grafiğin ve rengin kullanımı, haberde ki-

şisel ve sansasyonel boyutların ağırlık kazanması gibi özelliklerle daha çok Kırca'nın daha önce çalıştığı kanallara benzemeye başladı (Kısa bir zaman içinde ise Kırca NTV'den ayrılarak ATV'ye döndü). Dolayısıyla, burada vurgulanmak istenen bir kişinin büyük bir değişiklik yaparak habercilik anlayışını önemli ölçüde değiştirebilmesinden ziyade TV kanallarının rating ve pazar baskılarıyla Kırca ve Muhtar gibi popüler kişileri transfer etme eğiliminde olduklarıdır.

²⁶ 1990 yılında beri, özellikle büyük TV kanallarının aynı zamanda gazetelerin de sahibi olmasının etkisiyle gazete haberleri de daha çok görsellik, sansasyonelizm içererek TV haberciliğine benzemeye başlamıştır. Hatta uzunca zamandır starlarla ilgili haberler birinci sayfadan verilmektedir. Siyah beyaz düşünce gazetesi olmakla övünen Cumhuriyet gazetesi bile 2003 yılının Mart ayından itibaren arka sayfasının bir bölümünü ayırdığı defile haberlerinde renkli fotoğraf kullanmakla başlayarak giderek renkli gazete olmaya doğru dönüşüm geçirmektedir.

Referanslar:

- Aziz, Aysel (1993). "TRT-Siyasal Yapı İlişkisi: Dünü, Bugünü, Yarını", *Yıllık*. Ankara: A. Ü. İletişim Fakültesi: 45-61
- Bird, S. Elizabeth (2000). "Audience Demands in a Murderous Market, Tabloidization in U. S. Television News", pp. 213-228 in Colin Sparks, John Tulloch (eds.) *Tabloid Tales Global Debates over Media Standarts*. Lanham, Boulder and New York, Oxford: Rowman&Littlefield.
- Brants, Kees (1998). "Who's Afraid of Infotainment", *European Journal of Communication* 13 (3): 315-335.
- Brants, Kee, Peter Neijens (1998). "The infotainment of politics", *Political Communication* 15 (2): 149-165.
- Çaplı, Bülent (2002). *Medya ve Etik*. Ankara: İmge

- Carey, James (1987). "Journalists Just Leave: The Ethics of an Anomalous Profession" in M. Sagan (ed.) *Ethics and the Media*, Iowa: Iowa Humanities Board.
- Ergül, Hakan (2000). *Televizyonda Haberin Magazinleşmesi*. İstanbul: İletişim.
- Fiske, John (1992). "Popularity and the politics of information", pp. 45-63 in P. Dahlgren C. Sparks (eds) *Journalism and Popular Culture*. London: Sage.
- Gencil Bek, Mine (2001). "Media and the Representation of the European Union, An Analysis of Press Coverage of Turkey's European Union Candidacy", *Kültür ve İletişim*, 4 (2), 121-146.
- Gencil Bek, Mine (2003). "Questioning the Division of Political Economy and Cultural Studies", (ed.) P. Remington, *Globalization and Transcultural Issues in the New World Order*, İzmir, Ege Üniversitesi.
- Golding, Peter (1995). "The Mass Media and the Public Sphere: The crisis of information in the "information society", in S. Edgell, S. Walklate and G. Williams (eds.) *Debating the Future of the Public Sphere*. Avebury.
- Gripsrud, Jostein (2000). "Tabloidization, Popular Journalism, and Democracy", pp. 285-300 in Colin Sparks, John Tulloch (eds.) *Tabloid Tales Global Debates over Media Standarts*. Lanham, Boulder and New York, Oxford: Rowman&Littlefield.
- Hallin, Daniel C. (1994). *We Keep America on Top of the World, Television Journalism and the Public Sphere*. London and New York: Routledge.
- İnal, Ayşe (1996). *Haberi Okumak*. İstanbul: Temuçin.
- Klein, Ulrike (2000). "Tabloidized Political Coverage in the German Bild-Zeitung", pp. 177-194 in Colin Sparks, John Tulloch (eds.) *Tabloid Tales, Global Debates over Media Standarts*. Lanham, Boulder and New York, Oxford: Rowman&Littlefield.
- Langer, John (1998). *Tabloid Television Popular Journalism and the Other News*. London: Routledge.
- McLachlan, Shelley ve Peter Golding (2000). "Tabloidization in the British Press A Quantitative Investigation into Changes in British Newspapers 1952-1997", pp. 75-89 in Colin Sparks, John Tulloch (eds.) *Tabloid Tales Global Debates over Media Standarts*. Lanham, Boulder and New York, Oxford: Rowman&Littlefield.
- Murdock, Graham (1999). "Rights and Representations, Public Discourse and Cultural Citizenship", pp. 7-17 in Jostein Gripsrud (ed.) *Television and Common Knowledge*. London and New York: Routledge.
- Mutlu, Erol (1999). *Televizyon ve Toplum*. Ankara: TRT.
- Oktay, Ahmet (1993). *Türkiye'de Popüler Kültür*. İstanbul: YKY.
- Peck, Janice (2000). "Literacy, Seriousness, and the Oprah Winfrey Book Club", pp. 229-250 in Colin Sparks, John Tulloch (eds.) *Tabloid Tales Global Debates over Media Standarts*. Lanham, Boulder and New York, Oxford: Rowman&Littlefield.
- Sparks, Colin (1988). "The Popular Press and Political Democracy", *Media, Culture and Society* 10: 209-223.
- Sparks, Colin (1992). "Popular Journalism: Theories and Practice", pp. 24-44 in Peter Dahlgren, Colin Sparks (eds.) *Journalism and Popular Culture*. London, Newbury Park and New Delhi: Sage.
- Sparks, Colin (2000). "Introduction: The Panic over Tabloid News", pp. 1-41 in Colin Sparks, John Tulloch (eds.) *Tabloid Tales Global Debates over Media Standarts*. Lanham, Boulder and New York, Oxford: Rowman&Littlefield.