

TELEVİZYON HABERLERİNİN ANLATI YAPISININ OLUŞTURULMASINDA KATEGORİZASYON SÜRECİ

Yusuf YURDİGÜL*
Naci İSPİR*
Yavuz KÜÇÜKALKAN*

Özet

Geleneksel normlar içinde düşünüldüğünde haber, “olaya” ilişkindir ve “olay” olgusundan özgür bir biçimde düşünülmesi çok mümkün değildir. Fakat olayın oturduğu bağlamın ekonomik, siyasal ve ideolojik pratiklerin eklemelendiği toplumsal yapı ve bu yapılanma sürecinde ortaya çıkan iktidar / güç ilişkileri gibi etkenler düşünüldüğünde anlatı yapısının önemi ortaya çıkacaktır. “Biz” ve “onlar”, “yerli” ve “yabancı”, “iyi” ve “kötü” gibi kategoriler olayların oturduğu bağlamlar olarak toplumsal kategoriler meydana getirmekte, haberin anlatı yapısının kurulmaktadır. Kategorizasyon süreci de haberin anlatı yapısının kurulması sürecinde “olay” ile “anlam” ilişkisini kuran bir bağlam pratiği olarak iş görmektedir. Çalışma televizyon haberlerinin anlatı yapısının kurulması sürecinde iş gören bir etken olarak kategorize etme pratiğinin nasıl geliştiğini ele almaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Televizyon Haberleri, Kategorizasyon, Anlatı Yapısı*

Categorization Process in Creating Narrative Structure of Tv News

Abstract

Inside of traditional norms and rules the News are communicating with the “Events” and can't using and thinking without from one another. The

* Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon Sinema Bölümü, yusufyurdagul@atauni.edu.tr

* Prof. Dr., Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon Sinema Bölümü, naciispir@atauni.edu.tr

* Arş. Gör., Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon Sinema Bölümü

narrative structure is important to understand power and power relationships which exists out by economical ,political and ideological practices which create the social structure. As "We" and "they", "domestic" and "foreign", "good" and "bad" categories sit in the context of events, to arise social categories and are established the news of narrative structure. Categorization process also establishing "event" with "means" relationship serves as a practical context in the process of establishment of the narrative structure of news. This work tackles how to categorize the advent of practice in the process, creation of narrative structure of television news as a working factor.

Keywords: *TV News, Categorization, Narrative Structure*

GİRİŞ

Toplumdaki kategorizasyon işleminin yaratıcısı, günümüzde medya ve onun bir türü olan televizyon haberleridir. Haber değeri taşıyan olaylar bazı ideolojik değişimlere uğrayarak, ikili karşıtlıklara göre yapılır. Haberlerde “biz” ve “onlar”, “yerli” ve “yabancı”, “iyi” ve “kötü” kategorileri, birbirlerinden kesin hatlarla ayrılıp farklı niteliklere bürünürler. Sosyal yaşamın belirlediği rollere uygun davrananların normal, egemen sosyal normlara karşı gelenlerin de sapkın olarak kategorize edildiği bir ortam olarak haberler, sosyal normların benimsemesinde etkili bir araç olmaktadır.

Haber değeri taşıdığı varsayılan bir konunun, haberin sunum biçiminde başarılı olabilmesi için, verilmek istenen mesajın izleyici üzerinde ereklene etkisi yaratması gerekmektedir. Bunun için haberi yapanın (verilen mesaj açısından) uyması ve yerine getirmesi gereken bazı kurallar bulunmaktadır.

Günümüz televizyon haberciliğinin, bu kuralların hepsine birden uyduğunu söylemek mümkündür. Gerçeklik konusunda deneyimler edindiğimiz haberler aracılığıyla; olaylar ve kişiler hakkındaki deneyimlerimizi, kültürel ve sosyal deneyimlerimizle, gereksinimlerimizle ve ilgilerimizle ilişkilerine göre sınıflandırır ve kategorilere ayırırız. Çünkü kategorizasyonun rolü, çevreyi sistematikleştirmektir ve sistematikleştirme, basitleştirmeye mümkündür (Bilgin, 2001: 79). Haberler de aynı şekilde konuları kategorize ederek sunmaktadır, insanların (özellikle birbirlerini tanımayan insanların) birbirlerini tanımak için tekil ve kişisel özelliklerden hareketle değil de, ait oldukları kategoriler hakkındaki bilgilerden yola çıkarak birbirlerini değerlendirdiklerini çok iyi bilen haber yapımcıları, konuları kategorilere ayırarak sunmaktadırlar.

Haberlere konu olan olay ve şahısların kategorize edilerek sunulmasını, “haberde çerçeve kuramı”na göre de açıklamak mümkündür. Çerçeve kuramına göre bireyler, yeni enformasyonu anlamak ve öncekilerle ilişkilendirmek için yeni enformasyona “çerçeveler” veya “şemalar” uygularlar. Çerçeveler, yeni enformasyon birimlerinin biliş, değerlendirme ve yerleşimine ilişkin rehberlik sağlarlar. Çoğu kez kolektif olarak kurulmuşlardır ve toplumda veya sosyal bir grupta geniş biçimde paylaşırlar (Quail ve Windahl, 1997: 106).

Özetle haber anlatı formunun oluşturulmasında etkili olan kategorize etme süreci, toplumsal kategorileri ve belirli özelliklere sahip olan insanların neden belirli kategorilere dahil olması gerektiğine ilişkin anlayışımızı düzenlemektedir. Bu kategoriler, haberlerde olduğu kadar gerçek hayatta da, insanları yargılamak için kullanılan düşünme sürecinin bir parçası haline gelir. Bu gibi kategoriler algısal kümeler olarak adlandırılır. Yani insanların medyada kategorize edilerek temsil edilmesi, bu algısal kümelerin inşa edilmesine ve sürdürülmesine yardımcı olmaktadır (Burton, 1995: 111). Çalışma haber, televizyon haberciliği, kategorizasyon süreci ve toplumsallaşma konuları üzerinden bir kavramsal çerçeve belirleyerek, haberlerin yapılış sürecinde meydana gelen kategorilendirme işlemini literatür taraması yöntemiyle ele almaktadır.

TELEVİZYON HABERCİLİĞİ

Haber, toplumun bilgi ve ilgisini geliştirecek, dönüştürecek, gerçekliğin kurgusal olarak yayımlanacak medya organizasyonunun yapısına, teknolojisine ve ideolojisine göre “yeniden” kurgulanmasıdır. Medya kurumları habersiz varolmaz. Haber, medya organizasyonlarının kalite ve prestijlerinin yanı sıra, güvenilirliklerinin de garantisidir. Bu nedenle haber, Medya da merkezi bir pozisyona sahiptir (Rigel, 2000:177).

Haberin bir medya organizasyonu için vazgeçilemez önemi, televizyon da çok daha fazladır. Bu nedenlerdir ki televizyonun ilk kez yayın yaşamına başladığı günden beri televizyon haberciliği olgusu var olmuştur. Televizyon yayıncılığının başlamasından kısa bir süre sonra, 15 Ağustos 1948 tarihinde CBC televizyonu tarafından ilk televizyon bu dönemde, yayıncılığın ayrılmaz bir parçası değil de, programcılık işinin yanında bir çeşit (tür) olarak var olmuştur (Kars, 1996: 90).

Televizyon haberciliği bir tür olarak, medya ürünün bir çeşidi ya da kategorisidir. Kesin, belirli ve temel özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikler

belirli bir süre “yinelendikten” sonra çok iyi anlaşılmış ve tanınmış olmalıdır. Televizyonda türler konuludur. Casusluk filmi, ya da uzay bilim kurgu filmleri, dramalar, televizyon türlerinin bazılarıdır (Burton, 1995: 92-93). Tür terimi daha çok kurmaca materyaller için kullanıldığından dolayı haberler de televizyon için bir tür sayılabilmektedir. Türleri jenerikle yazan isimlere göre tanımlamak mümkün olabildiği gibi, televizyondaki bir programı bir tür kategorisine yerleştirebilmek için programın “yinelenebilir” özelliğinin olması gerekmektedir (Yurdigül, 2013: 73). Örneğin korku filminin, gerilim, fon müziği, belirli açılardan standart kadrarlar ve senaryonun yapısı gibi tür olarak tanımlayıcı unsurları bulunmaktadır.

Denis Mc Quail ve Sven Windahl bir çok ulusal televizyon kanalının çoğu kez kamu iletişim kanalları olarak egemenliklerini sürdürmesi nedeniyle, televizyon haberlerinin önemli bir araştırma konusu olduğunu söylemektedirler. Kitlesele olarak iletilen haberler, enformasyon veren iletişimin farklı bir biçimdir ve aşağıdaki genel özelliklere sahiptir:

- Haberler nadiren amaca yönelik iletişimdir.
- Kamu ilgisi her zaman isteğe bağlıdır.
- İlgi çoğu zaman belirgin değildir, geniş dürtüler yelpazesi veya yalnızca genel bir çevresel “gözetim” ile yönlendirilir.
- Sağlanan enformasyonun çoğu gelip geçicidir ve daima günden güne değişir (Quail ve Windahl, 1997: 101).

Yazarlar tüm bu özellikler nedeniyle haberden öğrendiklerimizde çok az bir artış olduğunu, öğrenilenin ise çoğu kez günlük yaşama uygulanamayacağını söylemektedirler. Oysa birçok haberden, özellikle şiddet ve cinsellik içeren haberlerden toplumun en üst seviyede etkilendiği ve bunlardan birçok şey öğrendiği, konu ile ilgili araştırma yapan iletişim bilimciler tarafından sıklıkla tartışılmaktadır.

Medyanın öteki dallarından farklı olarak televizyonda, göz ile kulak arasında sürüp giden duyumsal bir rekabet vardır. Doğal olarak bu yarışı göz kazanır ve resim sesin önüne geçer. Bu yaklaşım uç noktalara taşındığında, resme önem verme düşüncesi önceden kabullenilmiş olur ve yapımcılar haberler yerine resimler üstünde yoğunlaşırlar (Malesky, 2000: 22) . Özellikle kişisel haberlerin sunumunda dramatik öğelerin, canlandırma tekniğinin, elde mevcut olmayan görüntülerin yerine animasyon ortamında hazırlanmış efektlerin sık sık kullanıldığı görülmektedir (Yurdigül ve Yurdigül, 2014: 125). Bu şekilde haberin inandırıcılığı arttığı ve izleyiciye teknolojik gelişmelerin gerisinde

kalinmadığı ispatlanmaya çalışılmaktadır. Görüntü televizyon haberi açısından o kadar önemlidir ki; önemli bir olay olmasına rağmen birçok haber görüntü olmadığı için bülten dışı bırakılmakta ve haberciler arasında bu tür haberlere çöp haber denmektedir. Kısacası bazı haberler, görsel güçleri olmadığı için tamamen göz ardı edilirken, bazıları da bu güç yüzünden ön plana çıkartılmaktadır (Yurdigül ve Yurdigül, 2014: 127).

Televizyon haberciliği açısından görüntünün çok önemli olduğu açıklamaları, bir başka önemli unsuru, haber dilini ikinci planda bırakmaktadır. Herhangi bir konuyu ya da görüşü, görüntünün savunduğu, kullanılan dilin sadece bunu tamamladığı görünse bile, bir haber metni her şeyden önce inandırıcı olmayı amaçlamaktadır. Çünkü gerçeği iletliğini duyumsatmak için buna ihtiyacı bulunmaktadır. Haber cümlelerinde dil sanatlarından fazla yararlanılmadığı, fakat dikkat çekmek için bazı özel sıralama tekniklerinin kullanıldığını görülmektedir. Televizyon haberlerinde kullanılan dil, çoğunlukla algılamayı ve hafızada tutmayı kolaylaştırmaya yönelik olarak yapılan düzenlemelerden oluşmaktadır. Keskin anlamlı yüklem kullanımı, güçlü negatif ya da pozitif cümleler kullanılarak iknaya doğru uzanan bir yöntem belirlenir (Özerkan, 2001: 121-122).

ANLATI YAPISI

Haberin anlatı yapısı göz önünde bulundurulduğunda genel kural; sözel gramer yapısının görsel gramerle kompozisyonunu grafik ve diğer sembolik ifadelerin kullanımını, kimlerle görüşmeler yapıldığını ve onların karşıtlarının biçimsel ve içeriksel sunumunu kapsamaktadır (Dursun, 2001: 153). Aslında haber, geleneksel normlar içinde düşünüldüğünde “olaya” ilişkindir ve “olay” olgusundan özgür bir biçimde düşünülmesi mümkün değildir. Fakat anlamlandırma süreci; haber anlatı yapısının oluşturulması süreç içerisinde de düşünülmesi gerekliliğini doğurur. Bunun biraz daha ötesinin; olayın oturduğu bağlamın ekonomik, siyasal ve ideolojik pratiklerin eklemlendiği toplumsal yapı ve bu yapılanma sürecinde ortaya çıkan iktidar / güç ilişkileri (İnal, 1995: 69) olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Yani, televizyon haberlerinin sosyal olgular ya da süreçler için değerlendirilmesi durumunda, “olay” ile “olan” ilişkisinin yanı sıra ekonomik, siyasal, ve ideolojik etkenlerden oluşan toplumsal yapıya yönelik iktidar ilişkilerinin de göz önünde bulundurulduğu bir haber “bağlam” pratiği geliştirilmesi gerekmektedir. Zaten, Fiske’in de tespitiyle televizyon metinlerini diğer bütün metinlerden ayırmak kolay değildir

ve TV metinleri de diğerleri gibi anlam için bir mücadele alanına sahiptir. Hall'dan da alıntı yapan Fiske, TV haberlerinde anlatının içerik ve biçimin birlikte kurgulanarak oluşturulduğunu ve aslında habere konu olan hikayelerin toplumda dolaşımda olan önceden yazılmış hikayeler olduğunu vurgulamaktadır (Fiske, 1987: 93) . Dolayısıyla televizyon haberlerinde kurgulanan metin içerisinde oluşturulan hegemonik tavrın “bağımsız” olduğunu düşünmek yanlış olacaktır. Kapalı olması zor olan bu metinlerin, izleyiciler tarafından okunması ve anlamlandırılması metnin bu kapalı içeriği ile ilgili bir süreçten olmaktan çok, haberin bağlam ile olan ilişkisi ile ilintilidir. Ayrıca, Garnham'ın tespitiyle, medya içeriklerini basit bir araz talep mantığına oturtmak yerine, haberin hangi koşullarda oluşturulduğuna dikkati çevirmek (İnal, 1995: 75) takip edilecek en doğru rota olacaktır.

Literatürde anlam konusu temel olarak semantics ve pragmatics başlıkları altında incelenmekte bağlam genellikle ikincil anlamda ele alınmaktadır (Çakır, 2004: 245-246). Aslında anlambilim üzerindeki tartışmalar pragmatics ile olan ilişkisinden ötürü ortaya çıkmaktadır. Şöyle ki; anlambilim ve pragmaticsin konuları itibariyle amaçları, ifadenin dinleyici/izleyici üzerindeki etkileri, belirli bir yolla söylenen bir şeyden çıkarılanları ve bilgi ve inançlarla konuşmacı ve dinleyici/izleyicinin etkileşim halindeyken bağlı oldukları dünya ile ilgi varsayımları hesaba katar (Akşehirli, www.ege-edebiyat.org). Her ikisinin de varsayımlar üzerinden bir etkileşim pratiği geliştirmesi tartışmaların merkezini oluşturur. Pragmatics'in kesin sınırlarla bir araştırma alanının olmaması ve ilkelerinin belirsiz ve bulanık olması bu tartışmaları daha da alevlendirmektedir.

Anlambilimin araştırma konuları literatürde şöyle sıralanmaktadır.

- Söz edimleri kuramı (speech acts)
- Yerindelik koşulları (felicity conditions)
- Konuşma zımniliği (conversational implicature)
- İşbirliği ilkesi (cooperative principle)
- Konuşma Kuralları (conversational maxims)
- İlgi (relevance) teorisi
- Kibarlık (Politeness)
- Sembolik İşaretler (phatic tolors)
- Gösterim (deixis)

Anlambilim yukarıda ifade edildiği gibi doğruluk (gerçeklik) ile olan ilişkisi, tv haberlerinde anlatı yapısının oluşturulmasında doğruya (gerçeğe) duyulan özlemin/ihirasın yansıtılması açısından üzerinde durulması gereken

temel prensiplerden biridir. Gerçeklik iddiası anlatı yapısının oluşturulmasında başat etkileyicidir.

Televizyon haberleri Fiske'nin tespitiyle toplumun başat kültürel sayıtlıardan çoğunu taşıyan önceden üretilmiş iletiler ve kültürel yapıtlardır ve haber anlatı yapısı, habercilerden kamera açılarna, kimlere ekran verileceğinden sorulacak sorulara kadar oldukça yüksek derece dolaylanmış bir yapıdır. Ian Connel bu dolaylanmış yapı içerisinde biçimlenen haberlerin “gerçeğe” dayalı anlatısal öğelerini 14 başlık altında toplamıştır.

- 1- “Kamera parçası” olan canlı stüdyo
- 2- Canlı stüdyo röportajı
- 3- Canlı stüdyo görüşmesi
- 4- Canlı stüdyo tartışması
- 5- Film akışıyla sahicilik
- 6- Üzerine yorum verilerek film akışıyla sahicilik
- 7- Üzerine yazı bindirilmiş görüntü sıralamasıyla sahicilik
- 8- Özetlenmiş güncel olaylar
- 9- Kamera parçasının sahiciliği
- 10- Röportajın sahiciliği
- 11- Görüşmenin sahiciliği
- 12- Üzerine yorum verilen grafikler
- 13- Üzerine yazı/ses verilerek dondurulmuş görüntüler
- 14- Üzerine müzik verilen başlıklar ve saygın kişiler (Dursun, 2001:

143)

Haber metinlerinin anlam için bir mücadele alanına sahip olması ve bu anlama yönelik anlatının gerçekmiş gibi gösterilmesi, bir kaygı olarak haber yapımcılarının karşısına her zaman çıkmaktadır. Dolayısıyla haberin bağlam ile olan ilişkisinin kaçınılmazlığı bir tarafa, anlatının gerçeklik iddiası, neredeyse haber konulu çalışmaların başat sorunsalıdır. Çünkü haberin metni ya da bağlama yönelik anlatı ne kadar gerçek olursa diğer metinlerin de içerisinde bulunduğu anlama yönelik mücadele alanında o kadar güçlü olunacaktır. Bu amaçla, televizyon haberleri açısından anlatının oluşturulması, diğer metinlerden farklı olarak görsellikle desteklenmekte ve görselin de ötesinde bir anlatı yapısı oluşturulmaktadır. Gerçeklik olgusuna mümkün olan en yakın mesafede olma kaygısı ise diğer taraftan bir başka sorunu, gerçeğin ötesini/ kurgulanan gerçeklik tartışmasını doğurmaktadır. Haberın gerçeklik etkisi

yaratmak için bu stratejik öğeleri çok sık kullandığını belirten Connel bu öğelerin etki derecelerini de tartışmaktadır.

KATEGORİZASYON

Toplumsallaşmada grup kimliğinin kategorizasyon sürecinde önemli bir yerinin bulunduğunu vurgulayan Bilgin, toplumdaki kategorizasyon sürecin şöyle açıklamaktadır.

“Gerçek gibi görünen bir takım enformasyonlar, insanlardaki bazı gruplara bir takım nitelikler atfetmeyi sağlayan bazı genel inançlara katılma eğiliminden gerçek ve bir projeksiyon mekanizmasıyla “şamar oğlanı” yaratır. Farklılıktan korku, değişme kaygısı ve endişeyi azaltma güdülerıyla, yoruma açık bir malzemeye duygusal ve “rasyonel” bir tutarlılık getirme çabasına gidilir ve bu çaba içerisinde insanların fantazmaları mitlere ve kolektif bir hezeyana dönüşür. İnsanlar kendilerini, dahil ettikleri bir iç-grup ve karşılarında bir dış-grup ya da “biz” ve “onlar” kategorileri yaratırlar. İç ve dış gruplar birbirinden kesin hatlarla ayrılıp farklı nitelikler yüklenirler. Bu “kategorizasyon” işlemidir.” (Bilgin, 2001: 79)

HABERLERDE KONUYA VE TOPLUMSALA DÖNÜK KATEGORİZASYON SÜRECİ

“Birçok Ses, Tek Bir Dünya” isimli çalışmasında iletişimin işlevlerini sekiz başlık altında toplayan Brayten bunları; habercilik, motivasyon, toplumsallaştırma, tartışma, diyalog kurma, eğitim, eğlence ve ekonomi olarak sıralamaktadır (İnan, www.byegm.gov.tr). Bu işlevlerden en önemlisi ve bilineni olan habercilik ile birlikte toplumsallaşma neredeyse bütün işlevleri kapsayan bir konudur. Çünkü, kitle iletişim araçları günümüzde ailenin, okullun, kimliğin oluşumuna etki eden grup kimliğinin ve çevrenin elinde bulunan toplumsallaştırma işlevini devralmıştır. Bilgin’in ifade ettiği kategorizasyon işlevinde gerçekleşen biz ve onlar temelli iç ve dış grup yapılanmalarının yaratıldığı alanlar da artık kitle iletişim araçlarının kontrolü altındadır. İç ve dış grupların kesin hatlarla ayrılıp farklı nitelikler yüklendiği kategorizasyon işlemi için kitle iletişim araçları her yerde hazır ve nazır yapılanmalarıyla topluma mükemmel zeminler sunmaktadır. Zira, kavramsal ve işlevsel olarak yerini ve önemini kabul ettirdiği sanayileşmiş toplumlarda kitle iletişim araçları, bireylerin toplumsallaşması sürecinde aktif rol oynamaktadır (Lazar, 1999: 289). Bunu, tek tek bireyler üzerine etkide bulunmak yerine

kültürü, bilgi birikimini, bir toplumun norm ve değerler sistemini etkileyerek toplumun genel yapısını belirleyecek bir dizi imaj, düşünce ve değerlendirme pratikleri sunarak gerçekleştirir.

Toplumsallaştırma sürecinde kitle iletişim araçları, olayların bazılarını “ihmal” ederek bazılarını ise “vurgulayarak” kamuoyunun oluşturulmasında ciddi bir biçimde etkili olmaktadır. Combs ve Show’a göre, konuları sıralayıp olayların çizelgesini çıkaran medya, insanların ne düşüneceklerini değil, neye odaklanacaklarını bildirmektedir. Medya tarafından çıkarılan bu hiyerarşik çizelge ile kamuoyunda gerçekleşen sorunlar sıralaması arasında bir ilişki söz konusudur. Daha çok gündem oluşturma kuramı çerçevesinde tartışılan bu konu, medya tarafından çıkartılan hiyerarşik çizelge ile kentlilerin ve kamunun önemlice bir diliminin bu sorunlara ilişkin sıralaması arasında bir ilişkinin bulunduğu (Matelski, 2000: 20-21) yolundaki yaklaşımlarla tartışılmaktadır. Buna göre, kitle iletişim araçlarında yer alacak olaylar, bir “konulaştırma” sürecinden sonra aktarılır. Örneğin, Chomsky’ye göre, kitle iletişim araçlarının gündemini siyasi iktidarı paylaşanlar belirler. İktidar, kitle iletişim araçları üzerinden, kamusal tartışmaların çerçevesini ve gündemini belirleyerek, bu konuları kamu gündeminden uzaklaştırma yeteneğine sahiptir (İnceoğlu, www.bianet.org/2006/10/27/86980.htm) . Ya da bu yetenek kitle iletişim araçlarında konu edilen olayların tartışılmasında genellikle seçilen çerçevenin belli bir tarihsel ve toplumsal kesitte egemen söylemlerin dolayısıyla kurulması yoluyla gerçekleştirilmektedir. Yani ele alınan herhangi bir sorun ya da konu hakkında önceki tartışmalarda kurulan çerçeveler daha sonraki tartışmaların da ana eksenini az çok, kimi durumlarda ise tamamen, belirlemekte, sorunun ya da konunun önceden ele alındığı çerçeveler içerisinde sabitleşen tartışma kapanmakta, sloganlaşmakta ve dolayısıyla sorunları alternatif bakış açıları ile ele almak bir o kadar zorlaşmaktadır (İnal, 1995: 68-69). Bu kategorize çerçevenin oluşturulmasında Chomsky’nin dediği gibi siyasi iktidarı paylaşanların etkisi olduğu gibi, haber yapımcılarının haber konularına yönelik geleneksel kalıplardan oluşturdukları haber anlatı yapısının konularına göre kategorizeleştirme uygulamasının da etkisi vardır. Medyada yer alan konuların siyasi iktidarı paylaşanlarca belirlenmesi durumuna Baker, basından örnek vererek şu ifadelerle konuya açıklık getirmektedir.

“Gazete adını verdiğimiz nesnenin bir yapısı, görsel-işitsel malzemenin bir sunuluş biçimi vardır. Söz gelimi günün önemli haberleri, ekonomi-maliye sayfası, kültür sayfası spor vb. sayfası gibi. Üstelik bu sayfalar hiyerarşinin, söz

gelimi devletin, hükümetin bakanlıklar ve müdürlükler hiyerarşisiyle ne kadar koşut olduğuna dikkat edin. Kısaca söylemek gerekirse, belli konularla hasredilmiş özel basınla bulvar gazeteleri dışında gazete formu açıkça bir devlet formunu yankılamaktadır: Ekonomi sayfası, polis haberleri sayfası, spor sayfası, dış haberler servisi vb. Bu “ortak forma” güvenerek alın o günün belli başlı gazetelerini, sürmanşetlerden başlayıp, ilk sayfasından son sayfasına, baş sayfa haberlerinden spor haberlerine dek hiyerarşik düzenleri içine koyup kategorilendirir.” (Baker, 1995: 16)

Baker’in tavsiyesine uyup gazete haberlerinin konularına yönelik bir kategorilendirme çabasına girilmese de çalışma, televizyon haberlerinin konularına yönelik kategorizasyon süreci ile ilgilenmektedir. Buna göre, toplumdaki kategorizasyon sürecinde önemli bir dinamiği bulunan haberle/televizyon haberleri bunu, -daha önceki konu başlıklarında sıkça söz edildiği gibi- haber değeri taşıyan olaylara yönelik anlatı yapısını konuları ideolojik değişikliklere uğratarak ikili karşıtlıklara göre yapılandırma stratejisi ile gerçekleştirmektedir. Anlatı yapısındaki biz-onlar, yerli-yabancı, iyi-kötü kategorileri kesin hatlarla ayrılmış ve birbirinden bağımsız farklı niteliklere bürünmektedir. Egemen sosyal normlar çerçevesinde haberlere konu olan olaylar, egemene uyuyorsa normal, uymuyorsa anormal/sapkın olarak kategorize edilmekte, dolayısıyla toplumsal kategorizasyon sürecinde etkili olmaktadır.

Haberlerdeki bu kategorize yapılanmayı anlayabilmenin yolu, haberin merkezine (mesajın içeriğine), Schramm’ın haber bildirişim sürecinde mesajın izleyiciye ulaşması ve beklenen etkiyi uyandırması için koşul olarak öne sürdüğü kurallar dizisine bakmak olacaktır. Buna göre, herhangi bir konunun haber değeri taşıyıp taşıyamaması, anlatı yapısı ve sunumunun başarılı bir biçimde gerçekleşmesi anlatının içeriğine yönelik kurguladığı mesajın izleyici üzerinde hedeflenen etkiyi yaratması ile ilintilidir. İstenen etkinin yaratılması için de Schramm, haber yapımcılarının mesajın içeriğine yönelik bazı kurallar dizisi geliştirmiştir (Oskay, 2000:113-114).

1- Mesaj, ereklenen hedefin dikkatini çekecek bir şekilde kurulmalı ve sunulup dağıtılmalıdır.

2- Mesaj, “anlamı bozmadan aktarılabilecek şekilde” hem kaynağın hem de hedefin ortaklaşa sahip oldukları yaşam denemelerini ifade eden işaretlerle verilmelidir.

3- Mesaj, hedefte kişilik gereksinimleri uyandırmalı ve bu gereksinimlerin karşılanıp giderilmesi için bir şeyler önermeli, yol göstermelidir.

4- Mesaj, bu gereksinimlerin giderilmesinde öyle bir rol önermelidir ki bu yol; birey kendisinden yapması istenilen tepii (reponse) için harekete geçerken kendisini hangi grubun içinde bulacaksa o gruptaki durumuna uygun düşmelidir.

Mesajın izleyiciye ulaşmasına yönelik olarak haber yapımcılarının anlatının oluşturulmasında dikkate almaları gereken bu kurallar dizisi beraberinde haber konularına, haberin aktörlerine ve izleyicilere ilişkin bir kategorizasyon sürecini getirmektedir. Dikkat çekmek kuralı kategorizasyon süreciyle doğrudan ilintili olmamakla birlikte haber anlatı yapısının oluşturulması sürecinde haber yapımcılarının sıklıkla başvurduğu bir yöntem olduğu çalışmanın diğeri başlıklarında vurgulanmıştı. Ancak geriye kalan kurallar, haber bildirişim sürecinde haberlere konu olan olay, aktörler ve şahısların kategorize edilmelerinde önemli olmaktadır. Çalışmanın başında da vurgulandığı gibi toplumsal gerçeklik, haber anlatısının gerçeklik iddiasına yönelik geliştirdikleri bütün stratejiler sonucunda ekranlardan edinilen deneyimlerle biçimlenmektedir. Gerçeklik konusundaki deneyimlere ilişkin sınırlar, ekran başında izlenen haberlerden edinilen izlenim ile kültürel ve sosyal deneyimlerden edinilen gereksinim ve ilgiler arasında yapılan bir karşılaştırma süreci çerçevesinde çizilmektedir. Mesajın, hem kaynağın hem de hedefin ortak ilgi alanlarını ifade eden işaretlerle verilmesi, hedeflenen kişiye bir şeyler öneriyor olması ve bunu yaparken izleyicinin bir gruba ait olma hissini/güdüünü destekleyen bir yol izliyor olması, sosyal tanımlamalarda kategorizasyonun önemli rollerinden çevreyi sistematikleştirmek ve basitleştirmek (Bilgin, 2001: 79) ile doğrudan bağlantılıdır. Çünkü haberlerin anlatı yapısı da kategorize yapılarla sağlanmakta, insanların birbirlerini tanımak için tekil ve kişisel özelliklerinin yansıtılması yerine ait oldukları kategoriler hakkındaki bilgilerden yola çıkarak grup kimliğine yönelik kategorik yapılar tercih edilmektedir. Bilgin'in kategorizasyon sürecine yönelik aktardığı "birini tanıdın mı, hepsini tanırsın" (Bilgin, 2001: 78) pratiğı haber anlatısında bu tür bir yapılanmanın neden tercih edildiğini açıklamaktadır. Çünkü bu türlü bir anlatı biçimi, her aşamada basitleşir, hamlaşır, daha genel hale gelir, klişeleşir ve alternatif sunumların engellenmesiyle de izleyici kategorilendirmeyi bilinçsiz bir biçimde normal kabul eder.

Toplumsal kategorizasyon sürecinde önemli olan haberler, aynı zamanda anlatı yapısının içeriği açısından haber konularına getirdiği kategorize yöntem dolayısıyla da tartışılmaktadır. Örneğin Fiske, haberin inşasının kamusal bilginin parçasallaştırılmasına yönelik olduğunu söylemektedir. “Ekonomi, politika, çevre ya da toplum haberleri olarak, birbirlerinden herhangi bir neden-sonuç bağının görülmesini engelleyecek biçimde yalıtılan haberlerin parçasallaştırılmasıyla, olayların bütünlüklü bir şekilde değerlendirilmesi zorlaşmaktadır. Bu anlatsal özellik, televizyon haberlerinde yer alan konuların birbirleriyle ilişkilerinin kurulmasını önleyen bir sınıflandırma çalışmasının yapılaşmasıyla yerleşmektedir. Böylece her sorun, içinde bulunduğu kategori çerçevesinde çözümlenmek durumunda bırakılmaktadır. Ekonomik sorunlar ekonomik kararlarla, politik sorunlar politik kararlarla, polisiye sorunlar polisiye önlemlerle çözümlenmelidir.” (Dursun, 2001: 141-142) Yani, her anlatı yapısının oluşturulmasında bir çerçevelendirme yapı söz konusudur.

Haber anlatı yapısının oluşturulmasında kategorize yapılar olarak işlem gören olay ya da kurum ve şahıslar “haberde çerçeve kuramı” ekseninde değerlendirilebilmektedir. Bu kurma göre; bireyler/izleyici, yeni enformasyonu anlamak ve önceki konularla ilişkilendirmek için yeni enformasyona “çerçeveler” veya “şemalar” uygulamaktadır. “Çerçeveler, yeni enformasyon birimlerinin biliş, değerlendirme ve yerleşimine rehberlik sağlamaktadır. Çoğu kez kolektif olarak kurulmuşlardır ve toplumda veya sosyal bir grupta geniş biçimde paylaşılmaktadır.” (Quail ve Windahl, 1997: 106). Buna göre küreselleşme karşıtları, anarşist gruplar, eşcinseller, öğrenci gösterileri ve Fiske’nin yukarıda bahsettiği konu başlıkları gibi olaylar kategorize edilmiş ortak yorum çerçeveleri ile sunulmaktadır. Bu tür çerçevelendirilmiş bir kategorize sunumla daha önce gerçekleşen olaylar hakkında enformasyon biriktiren izleyici, yeni bir enformasyonla karşılaştığında zorluk çekmemiş olacak ve yeni enformasyona öncekilere ilişkin olarak anlam çerçeveleri ve şemaları uygulayacaktır. Örneğin Halloran, Eliot ve Murdoc’un “Gösteriler ve İletişim: Bir Örnek Olay” (1968) eleştirel perspektif içerikli bir metin analizinde, Londra öğrenci gösterilerinin basında sunumu incelenmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre ise; 1968’de Paris’te oluşan öğrenci hareketlerinin İngiliz basını tarafından çerçevelendirilme biçimi daha sonra Londra’da gerçekleşen öğrenci gösterilerinin habere dönüşürken oturtulduğu çerçeveleri belirlemiştir. Londra’daki olaylarda şiddet yer almamasına karşın İngiliz basını olaya şiddet içeren bir gösteri biçiminde yaklaşmış ve Paris’teki

olayları ele alırken kullanmış oldukları çerçevelendirmeden yararlanmışlardır (İnal, 1995: 69).

Haber anlatı yapısının çerçevesini çizen bu kategorize yapının etkisi sınırlıdır. Bu şekilde olayları bağlamından kopararak, birbirinden bağlantısız olaylar kümesi haline dönüştüren anlatı, enformasyonun anlamlı bir bütünlük haline getirilmesini engellemektedir (Dursun, 2001: 142). Bu süreci Scholle, “şeyleştirmenin süregitmesine ve bilincin kendi içinde bölünmesine hizmet etmesi açısından önemli bir ideolojik işleyiş” olarak değerlendirmektedir (Dursun, 2001: 142).

SONUÇ

Haberin anlatı yapısının oluşturulması sürecinde etkili bir yöntem olan kategorizasyon; toplumsal kategorileri, belirli özelliklere sahip olan insanların neden grup kimliğine yönelik belli kategoriler eşliğine dahil olmaları gerektiğine ilişkin algılamaları ve habere konu olan olayların daha öncekilerle belirli şema ve çerçevelerle birlikte hatırlanmalarını düzenleyen bir yapılanmadır. Oluşturulan bu kategorize yapı, haberlerde olduğu kadar gerçek hayat içerisinde de insanları yargılamak ya da onlar hakkında deneyim sahibi olmak için kullanılan algılama sürecinin bir parçası haline gelir. Bu gibi kategoriler algısal kümeler olarak adlandırılır ve Burton’un tespitiyle; insanların medyada kategorize edilerek temsil edilmesi, bu algısal kümelerin inşa edilmesine ve sürdürülmesine yardımcı olur (Burton, 1995: 111). Haberlerin anlatı yapısında ek tip bir “yeğlenmiş” yorumlamaya doğru yaklaşması ve diğer olası yorumları/okumaları da kapsaması ise haberlerin en sıkı program formatına sahip metinler olarak (Dursun, 2001: 132) medyanın dinamiğini oluşturmasına ve kategorizasyon sürecinde önemli bir yer teşkil etmesine neden olur.

KAYNAKÇA

AKŞEHİRLİ, S. (2006) “Anlambilime Yardımcı Bir Alan: Pragmatik Bilim”, Çevrimiçi: www.ege-edebiyat.org, 13.06.2006

BAKER, U. (1995), “*Medyaya Nasıl Direnilir?*”, Birikim Dergisi, Medya ve Siyaset Meydanı, Sayı: 68-69

BİLGİN, N. (2001), İnsan İlişkileri ve Kimlik, Sistem Yayıncılık, İstanbul

BURTON, G. (1995), Görünenden Fazlası - Medya Analizlerine Giriş; Çev. Nefin Dinç, Alan Yayıncılık, İstanbul

- ÇAKIR, C. (2004), “Anlamların Bağlam Açısından İncelenmesi: Kökenlamlar ve Artanlamlar”, G.Ü.Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt 24, Sayı: 3, Ankara
- DURŞUN, Ç. (2001), Tv Haberlerinde İdeoloji, İmge Kitapevi, Ankara
- FİSKE, J. (1987), Television Culture, Routledge, London
- KARS, N. (1996), Yazılı Basından Televizyona Geçişte Tekelleşme Eğilimleri Açısından Televizyon Haberciliği, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, S.B.E., İstanbul
- İNAL, A. (1995), “ Bir İzleyici Gözüyle Siyaset Meydanı”, Birikim Dergisi, Medya ve Siyaset Meydanı, Sayı: 68-69, İstanbul
- İNAN, Ö. (2007) , “Medyanın Toplumsal Değişime Etkileri”, Seminer Konuşmaları, Çevrimiçi: <http://www.byegm.gov.tr/seminerler/denizli.htm>. 12.03. 2007
- LAZAR, J. (1999), “Kitle İletişimi”, Çev: İlker Bıçakcı, İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi, İstanbul
- MATELSKİ, J.M. (2000), Tv Haberciliğinde Etik Çev: Bahar Öcal Düzgören, Y.K.Y. İstanbul
- MC QUAIL D., WINDAHL S. (1997), Kitle İletişim Modelleri, Çev. Konca Yumlu, İmge Kitabevi, İstanbul
- ÖZERKAN, Ş.,A. (2001), Medya Dil ve İletişim, Martı yay. İstanbul
- RİGEL, R. (2000), İletişim Tasarımında Haber, Der yay, İstanbul
- YURDİGÜL, Y. (2007), “Avrupa Birliği'ne Uyum Sürecinde Ulusal Kimlik Olgusu ve Ulusal Kimliğin Televizyon Haberlerinde Sunumu”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi S.B.E., İstanbul
- YURDİGÜL, Y. (2013), Habercinin Kimliği Türkiye’de Haber Emekçilerinin Demografik Haritası, Arı Sanat Yayınları, İstanbul
- YURDİGÜL, Y., YURDİGÜL. A, (2014), TV Haberlerinin Anlatı Yapısının Oluşturulması Sürecinde Özel Efekt Teknolojileri: NTV Ve CNN TÜRK Ana Haber Bültenleri Üzerinden Bir İnceleme. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, İstanbul