

HABER ÜRETİMİ ARAŞTIRMALARI

Haber üretimi araştırmaları, haberin bir enformasyon biçimi olarak yaygınlaşmasıyla başlamıştır. Kitle iletişim araçlarının gelişimine paralel olarak üretilen ve tüketilen haber miktarı da artmış, böylelikle haberin toplumsal etkileri önem kazanmıştır. 1920'li yıllardan itibaren, "haber" iletişim araştırmalarında önde gelen bir inceleme konusu olmuştur. Haber ne olduğu, nasıl üretildiği, hangi ölçütlere göre seçildiği, sunumunda hangi faktörlerin etkili olduğu gibi soruların cevabını araştıran pek çok araştırma yapılmıştır. Bu bölümde, haber üretimi araştırmalarının önemlileri ele alınmış ve incelenmiştir.

1. Haberin Seçim Süreci

Öteden beri haberin ne olduğuna ilişkin bir çok tanım yapılmıştır. Üzerinde uzlaşılan evrensel bir haber tanımı bulunmamakla birlikte varolan tanımlar, haberin mahiyetini ve haberi oluşturan temel etkenleri içermektedir. Haberin yeni, ilginç ve anlamlı olayların raporu olduğu vurgusuna hemen her tanımda rastlanmaktadır. Haber; bir olay, fikir ya da sorunu ele alarak özetleme, hikaye etme yoluyla kamuoyuna aktarma işidir (Tokgöz, 2000: 162-167).

Haber; yeni, gerçeklerle ilgili, önemli ve/veya ilginç bilgidir. Yeni olmak haberin en temel özelliklerinden biridir. İngilizce'deki haber kelimesi (~~haber~~ ^{news}) bu özelliği vurgulayacak bir şekilde etimolojik olarak yeni kelimesinden üretilmiştir. Yeni olanı bilmek istemek, kamunun en temel ihtiyacıdır. Bu ihtiyaç, haber üretiminde güncellik yarışını beraberinde getirir. Olayın gelişimiyle, iletilmesi arasındaki sürenin kısalığı haberin değerini artırır. Medya kuruluşları günlük rutinleri içinde daima yeni olanı diğerlerinden önce duyurmak yarışındadır. Yeni olan olay habere dönüştürülüp duyurulduktan sonra bu özelliğini önemli oranda kaybeder. Önemlilik ise olayın bir şekilde okuyucu ya da izleyici için anlam taşıması, hayatına etki etmesi demektir. Bir başka deyişle olayın anlamlılığıdır. Anlamlılık olayın zaman ve mekan içindeki yankılarıdır. Bazı olayların taşıdığı anlam ilk bakışta anlaşılabilirken bazen bu anlam zaman içinde gelişebilir. İnsanlar kendilerine coğrafi, kültürel, psikolojik ya da insanî açılardan anlamlı gelen olaylarla ilgilenirler. Dolayısıyla olayın anlamı, haberin sunulacağı kitlenin özelliklerine göre farklılık gösterebilir. Dünyanın çeşitli ülkelerinde haber üreten medya kuruluşlarının farklı olayları haber yapmaları, hedef kitlenin anlamlı bulduğu olayların farklılığından kaynaklanır. Haberin temel gereklerinden üçüncüsü olan ilginçlik, haberin hedef kitlenin mümkün olduğunca büyük bir kısmının dikkatini çekmesi zorunluluğudur. Bir olay önemli veya anlamlı olmasa bile ilginç olduğu için haber yapılabilir. Dramatik ve garip olaylar, kazalar, spor etkinlikleri, ünlülerle ilgili dedikodular gibi olaylar önemli olmadıkları halde ilginçtirler. (Schneider ve Raue, 2000:40-42; Gaillard, 1991: 32-37; Schlapp, 2000: 18-20). İnsanlar için önemli, anlamlı olaylar ciddi haber (ciddi haber) insan yaşamının ilginç yönlerine dair olaylar ise magazin haber (öykü ^{soft news} -haber) tarzının hammaddesini oluşturmaktadır (Tuchman, 1978: 47).

Haber üreten kuruluşlar ve haber üretiminde çalışan gazeteciler, hangi kademedede olurlarsa olsunlar gün boyu, binlerce olay arasından bazılarını haber yapmak üzere seçmek, bazılarını ise çöpe atmak gibi bir değerlendirme işlemini gerçekleştirirler. Gazetecilik örgütlenmesinin en uç noktasında bulunan bir taşra muhabiri gün içerisinde muhtemelen birkaç olay arasında seçme işlemi yapar. Yazı işlerinde görevli olan ve önüne, muhabirler ve ajanslardan gelen binlerce haberi değerlendiren editör için bu seçim işlemi daha kapsamlı ve karmaşıktır. Her gün meydana gelen binlerce olay arasından bazılarının haber haline dönüştürülmesi, birçoklarının ise görmezden gelinmesi şeklindeki süreç haber üretimi araştırmalarının temel ilgi noktasıdır. Cevabı aranan iki temel soru bulunmaktadır. Bunlardan ilki, olayları habere dönüştürmek üzere seçmeyi ya da reddetmeyi sağlayan ölçütlerin ne olduğudur. Bu ölçütler haber değeri olarak adlandırılmaktadır. İkinci temel soru ise haber yapılmak üzere seçilen olayların gerçek dünyada olduğu gibi aktarılıp aktarılmadığıdır.

Olaylar, nesnel bir şekilde mi haber haline dönüştürülmektedir yoksa bir takım ön yargıların, ideolojik yaklaşımların, ekonomik ve politik müdahalelerin sonucunda mı şekillenmektedir?

Cohen ve Young (1981: 17-18) çoğulcu medya yaklaşımında nesnellığe verilen öneme dikkat çekmektedir. Profesyonel gazeteci sahip olduğu meslek ilkeleri doğrultusunda olayları takip eder ve nesnel bir yaklaşımla habere dönüştürür. Elette nesnellik ilkesine uymayan kötü gazeteciler vardır ancak bunlar istisna olarak kabul edilir. Eleştirel yaklaşımın haber seçimi ve sunumuyla ilgili temel öngörülleri çoğulculardan tamamen farklıdır. Eleştirel yaklaşımın değişik alt türlerinde keskinliği farklı olmakla beraber medyaya biçilen rol, hakim güçlerin sözcülüğü rolüdür. Medya; devletin, hakim ideolojinin, büyük ekonomik güçlerin, dini kurumların vs. egemenliğini pekiştirmek için çalışır. Gazeteciler de bu temel amaç için çalışan kişilerdir. Dolayısıyla haber seçimi ve sunumu egemen güçlerin çıkarlarına hizmet etmeyi sağlayacak bir şekilde yapılmaktadır. Gazeteci olayları bu amaç doğrultusunda seçer ve haberi yazarken gerçekleri egemenler lehine çarpıtır. Haberin temel amacı gerçeği gizlemektir. Çoğulcu yaklaşımda haber gerçekliğin yansıtılması olarak tanımlanırken, eleştirel yaklaşımda ise gerçekliğin saklanması olarak değerlendirilmektedir. Eleştirel yaklaşımla yapılan haber üretimi araştırmalarının temel konusunu haberin seçimi ve sunumunda egemen ideolojinin nasıl ve ne şekilde yansıtıldığı sorusu oluşturur. Glasgow Üniversitesi Medya Grubu'nun (1976) grevlerin İngiliz televizyonlarında nasıl yansıtıldığına ilişkin çalışmaları, Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi'nin (Hall;1981; Hall vd., 1981) yaptığı araştırmalar, ekonomi politik yaklaşımçıların araştırmaları (Murdock, 1981; Herman ve Chomsky, 1999) haberlerin mevcut statükoyu koruyacak ve sağlamlaştıracak şekilde seçildiğini ve yapılandırıldığını, haberin söylemi içinde egemen söylemlerin doğallaştırılıp yeniden kurulduğunu (Elliot, Murdock ve Schlesinger, 1986) ortaya koymayı amaçlar.

Haber üretimi konusunda uygulamada çalışan gazeteciler ile bu süreci inceleyen araştırmacılar arasında önemli görüş ayrılıkları bulunmaktadır. Haber, gazetecilere göre gerçek olayların meslekî ilkelere uygun bir şekilde seçilmesi ve rapor edilmesi işidir. Haber sosyolojisi konusunda çalışan araştırmacılar ise öteden beri, haberlerin seçimi ve yapılandırılması sürecinde rol oynayan çeşitli faktörlerin gerçekliği zedelediğini ileri sürmüşlerdir. "Haber olan bir olay değil, birilerinin olduğunu söylediği şeydir" (Manoff ve Schudson, 1986: 15) tanımında olduğu gibi haberin gazeteciler tarafından yapıldığını ileri sürmüşlerdir.

Lippmann'ın erken dönemde haberle gerçeğin aynı şey olmadığı yönündeki saptaması, daha sonrasında editörlerin seçimiyle ilgili araştırmaları gündeme getirmiştir. Bazı araştırmalar editörlerin haberi, kişisel inançları ve değer yargılarıyla seçtiklerini ortaya koyarken, başka araştırmalar seçim işleminin teknik ve meslekî normlara göre yapıldığını belirleyerek bu ilk bulguları geçersiz kılmıştır (Schudson, 1997). Seçim işleminin, gazeteciden çok, gazetecinin içinde çalıştığı örgütün istek ve yargıları sonucunda gerçekleştiği ve gazetecilerin de çeşitli yollarla örgütün normlarına uyduğu yönündeki örgüt sosyolojisine dayanan görüşler ileri sürülmüştür. Bu görüş, gazetelerin yeni elemanları işe alırken kendi görüşlerine paralel olanları seçtiğini, gazetecilerin zaten kişisel görüşlerine çok uzak olan kurumlardan uzak durduğunu savunur. Ayrıca gazeteci bir kurumda işe başladıktan sonra o kurumun yayın politikalarına uyum sağlar, editörlerin sürekli yönlendirmesi, yapılan günlük toplantılar, gazetecinin ürettiği haber üzerinde yapılan düzeltmeler gazetecinin haberle ilgili yargılarının kurumla özdeşleşmesini sağlar. Ancak bu yaklaşım, örgütü haber seçimi ve üretiminde tek belirleyici olarak görmesi bakımından yeterince açıklayıcı olamamıştır (İnal, 1994: 162-164).

Gazetecilik çıktılarının öncelikle yayıncının politikalarına ve haber bürosunda yaşanan sosyo-kültürel dinamiklere bağlı olduğunu belirten Breed (1997: 281) gazetecilerin meslektaşlarından, sosyal ve profesyonel ideallerinden, haber bürosundaki grubun

düzeyinden ve ödüllere etkilendiğini ve ortaya çıkan üretimin geniş bir demokratik ihtiyacı karşılamaktan uzak olduğunu belirtmektedir.

Hangi olayların haber olarak seçileceğine, gazetecilerin ya da gazetecilik örgütlenmesinin tek başına karar vermediğini, haber kaynaklarının da bu seçimde önemli payı bulunduğunu öne süren araştırmacılar ise haberin medyanın bürokratik yapısı ile haber kaynağı olan bürokrasilerin sürekli etkileşimi sonucu oluştuğunu savunurlar (Tuchman, 1978; Fishman, 1990; Molotch ve Lester, 1981) Bu etkileşimin sonunda haberlerler öncelikle birincil tanımlayıcılar tarafından belirlenir ve medya tarafından halk diline dönüştürülerek haber yapılır (Hall vd., 1981). Bu yaklaşım haberin olaylar içinden tesadüfen seçilmediğini, haberin kullanılan yöntemlerin sonucu olarak ve haber bürokrasisinin işleyişi içinde “yapıldığını” ileri sürmektedir.

Haberin, toplumsal ve kültürel sembollerin etkisiyle seçilip yapılandırıldığını öne süren bir başka görüş ise seçimdeki temel belirleyicinin, gazetecinin kişisel yargıları, örgütün ya da gazetecilik kurumunun bürokratik yapısı veya kaynaklarla ilişkiler olmadığını savunur. Gazeteci, içinde yer aldığı toplumsal ve kültürel yapının olaylara bakış açısından bağımsız davranamaz. Dolayısıyla haberi seçerken ve yapılandırırken bu toplumsal yargılara uygun davranır. Bu görüşteki araştırmacılar, azınlıklar, eşcinsellik, alkolizm, uyuşturucu bağımlılığı, yabancılar gibi konulardaki haberlerin seçimi ve sunumunda toplumsal-kültürel yargıların ne şekilde belirleyici olduğunu ortaya koyan birçok haber üretimi araştırması yapmışlardır (Hartmann ve Husband, 1981; Pearce, 1981; van Dijk, 1999; Gans, 1979).

Haber üretimi sürecinde, gazetecinin ve kurumun yargıları, gazetecilik işinin bürokratik örgütlenmesi, günlük rutinler, kaynaklara bağımlılık medya kuruluşunun ekonomi-politik öncelikleri ve kâr kaygısı, toplumsal-kültürel yargılar, haber değerleri, meslekî norm ve ilkeler gibi birçok faktörün çeşitli ölçülerde etkili olduğu söylenebilir. Bütün bunların sonunda haber seçimi -Lippmann’ı haklı kılacak şekilde- gerçeğin aynen yansıtılması şeklindeki bir süreç değil, gerçeğin birçok etki altında yeniden inşa edilmiş, “yapılmış” bir biçimini üretme sürecidir. Batı ülkelerinde yapılan araştırmalarda olduğu gibi Türk gazeteleri üzerine yapılan haber üretimi araştırmalarında da haberin yapılmış bir söylem olduğu, haber seçimi ve sunumunun meslek pratikleri, haber değerleri, kaynaklarla ilişkiler, örgütün öncelikleri gibi etkenlerin belirleyiciliği altında gerçekleştiği ortaya konmuştur (İnal, 1992).

Haberleri, haberi oluşturan ve Türkçe’de 5 N 1 K olarak adlandırılan what (Romano, 1986: 38-78), who (Sigal, 1986: 9-37) where (Hallin, 1986: 109-145), when (Schudson, 1986: 79-108), why ve how (Carrey, 1986: 146-198) soruları etrafında inceleyen bir başka araştırmada da haberlerin gazetecilerin söyleminden çok, kaynakların söylemi çerçevesinde oluştuğu belirtilmektedir (Sigal, 1986: 9). Aynı çalışmada (Schudson, 1986: 79-108) bürokrasilerin haber kaynağı olarak önemine değinilmekte, gazetecilerin güçlü haber kaynaklarının söylemlerini kırarak (refract) yeniden ürettiklerini ancak bunu kabul etmedikleri belirtilmektedir. Farklı gazetelerin haberlerinin karşılaştırılması sonucunda da, haber üretimi ve öykü anlatma üslubundaki benzerlikler göz önüne serilmektedir (Manoff, 1986: 197-230).

Sonuç olarak hangi bakış açısıyla yapılmış olursa olsun, bütün haber üretimi araştırmaları, haberin olayın ya da olgunun aynısı olmadığını, belli bir süreç içinde ve belli ölçütlere göre seçilip sunulan başka bir olgu olduğunu ortaya koymaktadır (İnal, 1997).

2. Haber Üretimi Araştırmalarının Gelişimi

Haberle ilgili araştırmaların tarihi çok eskilere uzanmamaktadır. Bu çalışmaların ilk örneği, Lippmann ‘ın, 1922’de yayınlanan “Public Opinion” adlı kitabıdır. Araştırmacı, haberle ilgili ilk teorik değerlendirmeleri yaparken, haberin toplumsal koşulların ve durumun bir aynası olmadığını saptamıştır. Lippmann (1945: 358-365), günlük haberlerin o günün

olaylarının bir dökümü olmadığını, gazetecilerin rutin olayların büyük çoğunluğunu görmezden geldiklerini belirtmekte, haberin okuyucuya ulaşma sürecinde pek çok müdahaleye maruz kaldığı değerlendirilmesini yapmaktadır.

Gazeteciliğin bilimsel olduğu ölçüde nesnelliğe uyabileceğine inanan Lippmann'ın, New York World editörlerinden Charles Merz ile birlikte New York Times gazetesinin Rus devrimini nasıl yansıttığını tespit etmek üzere yaptığı araştırma, haber seçimi ve yapılandırılması konusundaki ilk örneklerdendir. Lippmann ve Merz araştırmanın sonunda haberin, haber organizasyonunu oluşturan insanların yargılarıyla şekillendirildiği ve Rus devrimi hakkındaki haberlerin insanların görmek istediği yönde işlendiği sonucuna ulaşmışlardır (Schudson, 1978: 153)

1950'lerde eşik bekçiliği kavramı gazeteciliğe uyarlanmış ve bu çerçevede bazı haber araştırmaları yapılmıştır. Bunlardan en önemlileri White'ın 1950'de, Gieber'in 1964'te yaptıkları araştırmalardır (Schudson, 1997: 308-309). Her iki araştırma editörlerin haberleri hangi ölçüte göre seçtiğini belirlemeyi amaçlamaktadır. White, küçük bir Amerikan gazetesinde ajanslardan gelen haberleri seçen bir editörü incelemiştir. Editör, bir hafta boyunca kullandığı ve reddettiği haberlerin birer kopyasını, gerekçeleriyle birlikte White'a vermiştir. Editörün haberleri reddetme gerekçelerinin bir kısmı teknik sebeplere dayanan profesyonel mazeretlerdir. Bir kısım haberleri ise politik, dini, sosyal, ekonomik ve kişisel inançlarıyla çeliştiği için reddetmiştir. White, araştırmasının sonunda haberin editörün deneyim, tutum ve beklentilerinin sonucunda oluştuğu sonucuna ulaşmıştır.

White'ın 1949 yılında yaptığı araştırmayı aynı editörle 1966 yılında tekrarlayan Snider (1997: 283-286) de benzer sonuçlara ulaşmıştır. White'ın Mr. Gates adını verdiği editör 17 yıl sonra bir başka gazetede telgraf editörü olarak çalışmaktadır. Snider, White'ın araştırmasındakine benzer soruları aynı editöre sormuş ve elde ettiği bulguları 1949'daki araştırmanın sonuçlarıyla karşılaştırmıştır. White'ın araştırmasında Mr Gates'in seçtiği haberler arasında insani ilgi (yüzde 23.2), ulusal politika (yüzde 15.8), uluslar arası politika (yüzde 13.6), yerel politika (yüzde 6.3) ulusal tarım (yüzde 6.0) uluslar arası savaş (yüzde 5.6) ağırlık oluşturmuştur. Snider'in araştırmasında ise Mr Gates'in seçtiği haberlerin konulara dağılımı şu şekilde gerçekleşmiştir: Uluslararası savaş (yüzde 17.7), suç haberleri (yüzde 16.8), ulusal ekonomi (yüzde 13.6), insani ilgi (yüzde 13.6), felaket haberleri (yüzde 10.3). Snider'a göre Mr Gates'in 1949'da verdiği cevaplar ile 1966'da verdiği cevaplar tutarlıdır. Ancak hem telgraf servisleri hem de Mr Gates, haber seçiminde 1949'a göre daha dengeli hale gelmişlerdir.

Gieber ise 1956'da 16 editör üzerinde benzer bir araştırma yapmış ve farklı sonuçlara ulaşmıştır. Editörler seçimlerini yaparken, haberlerin toplumsal anlamı ve etkisini düşünmek yerine işin teknik yönü ile daha fazla ilgilenmektedirler ve kişisel değerlendirmelerini çok ender olarak seçim ölçütü olarak kullanmaktadırlar. Gieber'in kurumsal etkileri öne çıkaran bu saptaması, White'ın haber seçiminin önemli ölçüde bireysel kanaatlere göre yapıldığı iddiasını geçersiz kılmıştır (Çebi, 1996: 252). White'ın modeli, kurumsal etkileri dikkate almaması, haber seçiminde sadece bir eşik bekçisi bulunduğunu varsayması ve edilgin bir seçme eylemi imâ ettiği için eleştirilmiştir (McQuail ve Windahl, 1997: 196). White'ın tek eşik bekçisi içeren modeli, McNelly tarafından geliştirilmiş ve haberin okuyucuya ya da izleyiciye ulaşmaya kadar birçok aşamada eşik bekçiliği eylemine maruz kaldığı belirlenmiştir (McQuail ve Windahl, 1997: 198-199).

White ve Gieber'in editörlerin haber seçimi konusundaki araştırmalarını televizyon haberleri için tekrarlayan Buckalew (1969: 135-137), 12 televizyon editörünün haberleri hangi ölçütlere göre seçtiğini araştırmıştır. Çalışmada televizyon editörlerinin; normallik, önemlilik, yakınlık, zamanlılık ve görsel kullanıma uygunluk değerlerini taşıyan haberleri

seçtikleri ortaya çıkmıştır. Araştırmanın en önemli noktası, televizyon editörlerinin gazete editörlerinden farklı olarak, haberleri görüntüsünün bulunup bulunmadığına göre seçtiğini belirlemiş olmasıdır.

Esasen eşik bekçiliği kavramı haber üretim sürecini açıklamakta yetersizdir. Schudson (1997: 309)'a göre eşik bekçiliği metaforu zaten hazır olan malzemenin editör tarafından kapıdan geçirilmesi ya da geçişine izin verilmemesi şeklindeki yaklaşımı nedeniyle niceldir. Eşik bekçiliği metaforunda yapılan iş enformasyonun niteliğiyle ilgili bir seçim değil, gazetede habere ayrılan yere uygun bir nicel bir işlem olarak gösterilmektedir. Oysa haber bu kadar basit bir şekilde seçilmemekte, üretim, seçim ve sunum süreci sonunda adeta yeniden inşa edilmektedir. Haber, seçme ve yorumlama yoluyla gazeteci tarafından üretilir ve hem kurumların bürokratik aciliyetinin hem de medyayı kontrol eden güçlerin müdahaleleriyle belirlenir (Cohen ve Young, 1981: 159).

Sonraki yıllarda yapılan haber araştırmaları, bu noktaya yönelmiştir. Ancak, iletişim araştırmalarındaki temel yaklaşımlara paralel olarak, haber üretimi araştırmalarında da birbirinden oldukça farklı yöntemler ortaya çıkmıştır. Çoğulcu iletişim yaklaşımına mensup araştırmacıların bir kısmı özellikle erken dönemlerde sadece haber üretiminin nesnel olarak yapılıp yapılmadığını araştırmışlardır (İnal 1994: 156). Nesnellik, çoğulcu yaklaşımın temel kabullerine uygun olarak haberciliğin temel gereklerinden biri sayılır. Gazeteciye yüklenen asıl rol, olayları mümkün olduğunca gerçeğe uygun ve nesnel bir şekilde aktarmaktır. Nesnellik Amerikan gazeteciliğinin amblemi ve temel taşı olarak tanımlanmaktadır (Schudson 1978: 9). Hackett'a göre (1999: 31-65), nesnellikle ilgili çalışmalar birinci olarak medyanın gerçek dünyayı doğru ve dengeli bir şekilde yansıtabileceği ve yansıtmaması gerektiği önermesine dayanır. Gazeteciler nötr bir dil kullanarak ve haber yazma tekniklerine uyarak doğruları aktarabilirler. İkinci temel önerme, dengeli ve doğru haberciliğin önündeki en önemli engelin siyasal önyargılar ve tutumlar olduğudur. Üçüncü önerme haberde ortaya çıkan siyasal yanlılığın varolan araştırma yöntemleriyle sergilenip denetlenebileceğidir. Son önerme ise medyadaki en önemli yanlılığın belli bir kişi ya da grubu farkında olmaksızın diğerlerine tercih etmektir. Hackett bu önermeleri tek tek ele aldıktan sonra, nesnelliğin önemini yitiren bir paradigma olduğu sonucuna varmaktadır. Gerçekten de nesnellikle ilgili haber üretimi araştırmaları çağdaş iletişim araştırmalarının son döneminde önemli bir yer tutmamaktadır. Bugün haberde nesnellik önemini yitirmiş bir paradigma (Hackett, 1999) ya da bir efsane olarak nitelenmektedir (Çebi, 1997: 40).

Çoğulcu yaklaşımın haber üretimindeki ikinci araştırma konusu ise haber araştırmalarında gazetecinin konumudur. Bu araştırmalar gazetecinin özerkliği ve karar verme gücü üzerinde durmuş, gazetecilerin mesleki çabalarının kuruluş ve meslek rutinleri tarafından nasıl baskı altına alındığını incelemiştir. Eleştirel yaklaşım çerçevesinde çalışan araştırmacılar ise medyanın ekonomi-politiği üzerinde yoğunlaşmışlardır. Bu yaklaşım, haber üretim sürecindeki çıktıları, haber kuruluşunun ekonomik ve politik yapısıyla açıklama eğilimindedir. Üçüncü yaklaşım ilk iki yaklaşımdan farklı olarak, kurumsal yapıları ve iş rutinlerini bir kenara bırakarak hakim kültürel sistemin zorlayıcı baskılarının haber üretim sürecinde en önemli belirleyici olduğunu savunan kültürel yaklaşımdır (Schudson, 1997: 310). Özellikle 60'lardan sonra yapılan haber üretimi araştırmaları bu üç kategori altında incelenebilir. Medyadaki araştırmalarıyla ilgili çalışmaları sınıflandıran Curran vd. (1990: 237-242) de benzer kategoriler belirlemişlerdir. Bu kategorilerin ilki kurumsal yapılar ve rol ilişkileri, ikincisi medya kurumlarının ekonomi politiği, üçüncüsü profesyonellerin ideolojileri ve çalışma pratikleri, dördüncüsü ise medya kurumlarıyla sosyo politik çevre arasındaki etkileşim şeklindedir.

↓ Kurumsal yapı ve rol ilişkileri sınıflandırmasındaki çalışmalar, örgüt teorilerinden hareketle, medya kurumlarını diğer büyük ölçekli örgütler gibi ele alır ve hiyerarşik yapılar,

kurum içi işbölümü ve rol farklılaşması; örgütsel amaçlar açıkça belirlenmiş ve kabul edilmiş örgütsel pratikler; sorumlulukların, rollerin paylaşımı, ast-üst ve eşitler arasındaki ilişki tarzları gibi noktalardan hareket eder. Bu çalışmalara göre medya ürünleri, medya kurumlarının örgüt içi etkileşimlerinin sonucudur. İktidarlar bu örgüt yapısındaki medyayı doğrudan kontrol edemezler ancak enformel kanallar aracılığıyla toplumsal bir kontrol mekanizması vardır. Bu mekanizmalar gazetecilere sağlanan örgütsel ve mesleki ödüllerden oluşmaktadır. Bu mekanizmanın sonucu olarak mesleki ürünlerin tutarlı olması sağlanır. Ayrıca gazetecilerin çalıştıkları örgütün politikalarına, amaçlarına ve yayın çizgilerine uyması böylece sağlanmış olur. Kontrol mekanizması baskıcı değildir. Aksine kurum içinde aşağı kademelerde bulunanlar, yukarıdakilerin otoritesini kendiliklerinden kabul ederler.

2. Medya kurumlarının ekonomi politikliği üzerine odaklanan çalışmalar ise medya içerikleri ve medya ürünlerinin taşıdığı anlamların, üretildikleri örgütün ekonomik temeline göre şekillendiğini ileri sürer. Tecimsel medya kuruluşları reklamcılarının isteğini karşılamak üzere çalışıp, izleyiciyi artırmaya yönelik üretim yaparken, kamusal medya kuruluşları da gelirlerinin tamamını ya da bir kısmını karşılayan devletin çıkarları doğrultusunda üretim yaparlar. Curran vd.'ne göre (1990: 239) ekonomi politik yaklaşımdaki öngörülerin medya örgütlerinde çalışanların ideolojileri ve meslek pratiklerinin analiziyle desteklenmesi gerekir. Aksi halde ortaya konulan kanıtlar çoğunlukla ikinci derecededir ve sözü edilen işleyişi sergilemek ya da ampirik olarak ortaya koymak kolay değildir.

3. Profesyonellerin ideolojileri ve çalışma pratikleri üzerine yoğunlaşan haber üretimi araştırmaları ise meslek sosyolojisine dayanır (Curran vd., 1990: 239). Haber üretimiyle ilgili ilk dönem çalışmalarda da görülen bu yaklaşım, gazeteciliğin profesyonel bir meslek olup olmadığını ele almıştır. Bu profesyonellik araştırmaları, sonuçta gazeteciler için uygun davranış kuralları bulunup bulunmadığını, mesleğin üyelerini kontrol edip edemediğini bir başka ifadeyle gazeteciliğin bir mesleki kültür ve ideolojisi bulunup bulunmadığını sorgulamıştır. Bu araştırmaların sonucunda gazeteciliğin, meslekî özerkliğin temelini oluşturan ifade özgürlüğü ve kamunun bilme hakkı gibi meslek kültürlerine sahip olduğu belirlenmiş ve meslek ideolojisinde nesnellik, tarafsızlık ve doğruluk gibi değerler vurgulanmıştır. Ancak aynı noktadan hareket eden çoğulcu ve eleştirelci araştırmacılar farklı sonuçlara ulaşabilmişlerdir. Çoğulcular, medya profesyonelleri üzerinde bazı baskılar bulunabileceğini ancak özerklik, nesnellik, tarafsızlık gibi meslek ideolojileri sayesinde üretimin yine de bu profesyonellerin denetiminde gerçekleştiğini belirlemişlerdir. Eleştirel yaklaşımla hareket eden araştırmacılar ise, özerklik, nesnellik tarafsızlık gibi meslek ideolojilerinin, profesyonellerin hakim ideolojiye boyun eğişlerini gizlemekten başka işlevi bulunmadığını ileri sürmüşlerdir. Yine de son yıllarda gerçekleşen çoğulcu ve eleştirel yaklaşım arasındaki yakınlaşmanın sonucunda iki kutuptaki araştırmacılar bazı ortak noktalarda birleşmişlerdir. Çoğulcular medya profesyonellerinin bağımsızlığı üzerinde bazı sınırlamalar bulunabileceğini, tarafsızlığın sınırlarının ise var olan sosyo-politik konsensusun dışına çıkamayacağını kabul ederken, eleştirel araştırmacılar da medyanın görece bir özerkliği olduğunu dikkate almaktadırlar. Ayrıca her iki kutuptaki araştırmacılar toplumdaki güçlü kurum ve grupların medyaya ulaşmada daha avantajlı olduğunu, çünkü bu grupların medya tarafından inanılır ve güvenilir bulunduğunu ve sıklıkla kaynak olarak kullanıldığını kabul etmektedirler. Nesnellik ve tarafsızlık gibi mesleki ölçütlere gazetecilerin yürekten bağlandığı ilkeler olduğu da her iki kutup tarafından kabul edilmektedir. Ancak, bu ilkelerin medya ürünlerindeki bilgilerin sorumluluğunu kaynaklar üzerine yıktığı için, gazetecilerin eleştirilmesini önlediği de hem çoğulcu hem de eleştirel araştırmacıların ortak bulguları arasında yer almaktadır.

4. Curran vd. (1990: 241), medya araştırmalarında son yönelim olarak medya kurumları ile sosyo-politik çevre arasındaki etkileşimi inceleyen akımı göstermektedirler.

Medya ile çevresindeki kurumlar ve yapılar arasındaki çıkar ilişkilerini inceleyen bu yönelim, ekonomi-politik yaklaşıma benzemekle birlikte daha mikro yönleri incelemektedir. Bu yönler arasında medya profesyonelleri ile haber kaynakları arasındaki etkileşim temel inceleme alanıdır. Medya örgütleri sadece ekonomik anlamda değil ham haber malzemesi açısından da siyaset ve devlet kurumlarına ihtiyaç duyarlar. Çoğulcu araştırmacılara göre bu bağlılık karşılıklıdır. Bu da hem medyanın devlet kurumlarına, hem de devlet kurumlarının medyaya ihtiyacı olduğu anlamına gelmektedir. Gazeteciler bu ilişki sonunda ham malzeme ihtiyacını karşılarken, devlet kurumları da görüşlerini kamuya iletmış olurlar. Böylece medya toplumdaki diğer güç merkezleri karşısında en azından yarı özerk bir güce sahip olur. Eleştirel araştırmacılar ise, medyanın iktidar yapılarının dışında, özerk olarak hareket edemeyeceğine inanırlar ve gazetecilerin güç odaklarının görüşlerini yeniden üretmekten başka bir iş yapmadıklarını savunurlar.

3. Haber Üretimini İnceleyen Çağdaş Araştırmalar

Gerek eleştirelciler, gerekse çoğulcu akıma mensup araştırmacılar günümüzde haber üretiminde medyayla ilgili bazı noktalarda yoğunlaştırmışlardır. Bunlar temel olarak meslek rutinlerini inceleyen araştırmalar, medya kurumlarının ekonomi-politiği üzerine yapılan araştırmalar ve toplumsal kültürün etkilerini ele alan fenomenolojist yaklaşımla yapılan araştırmalar şeklinde üç başlık altında ele alınabilir.

3.1. Meslek RutinlerineYönelik Haber Araştırmaları

Haberle ilgili araştırmaların önemli bir kısmı, haber üreten kuruluşların bürokratik yapıları, meslek rutinleri, haber kaynaklarıyla ilişkileri, üretim sürecinin zorunlulukları gibi konular üzerinde yoğunlaşmış ve daha çok haberin nasıl toplandığını ele almıştır.

Molotch ve Lester (1981: 118-138)'in haber yapılan olaylarla ilgili sınıflandırmaları bu çalışmaların ilk örneklerindendir. Molotch ve Lester olay kavramını sorgulamaya almışlar ve medyanın gerçek dünyaya ilişkin olayların nesnel bir yansıtıcısı olduğu kabulünü incelemişlerdir. Olaylar, anlamlarını içine yerleştikleri bağlamdan alır. Olay aslında toplumsal olarak belirlenenlerdir ve insanlar bunlara dikkat etmeye alışkın hale gelmişlerdir. Farklı bireyler ve kuruluşların farklı ve birbirleriyle çelişen olay gereksinimleri olabilir. Bunun sonucu olarak farklı birey ve gruplar, gerçekliği farklı biçimlerde düzenlemeye ve tanımlamaya çalışabilirler.

Araştırmacılar, haber yapılan olayları planlı ya da plansız oluşlarına ve olayı planlayanların aynı zamanda haber teşvikçileri olup olmamalarına göre bir sınıflandırma geliştirmişlerdir. Olay birileri tarafından planlanmışsa ve haberciler haberi almaları konusunda teşvik edilmişlerse bu tip olaylar rutin olaylardır. Olay planlanmamış fakat habercilerin haber almaları olayın dışındaki faktörler tarafından teşvik edilmişse bu bir skandaldır. Hiçbir şekilde planlanmamış ve teşvik edilmemiş olaylar ise kazadır. Rutin haberler genellikle bürokratik iktidar sahiplerince oluşturulurken, kaza ve skandallarda asıl kaynak resmî değildir.

Molotch ve Lester'in sınıflandırması temelde gazetecinin olaydan haberdar oluş şekline dayanmaktadır. Ancak gerek rutinler, gerek skandallar, gerekse kazalar sınıftaki olayların hiçbir gazeteci tarafından aniden yakalanıp keşfedilmez. Haber dış dünyadaki gerçekliği olduğu gibi, nesnel bir şekilde yansıtmaz çünkü oluşturulmuş bir gerçekliktir. Haber, iktidar sahipleri tarafından daha önceden oluşturulan bir üründür. Kaza ve skandal şeklindeki olayların ise gerçek doğası iktidar sahipleri tarafından değiştirilebilir ve haberciler bu güçler tarafından yönlendirilebilir.

Haber ile gerçeği karşılaştırmının bir hata olduğunu savunan Molotch ve Lester'e göre haber yaratılan ve kanalize edilen bir üründür. Siyasal veya bürokratik haber kaynakları ile gazetecilerin olay gereksinimleri birbirini bütünler.

Haberin, gazetecilerin kullandığı yöntemin sonunda ortaya çıktığını savunan Fishman (1990: 14) da gazetecilik örgütlenmesi ve haber kaynaklarıyla ilişkiler üzerine yoğunlaşmıştır. Fishman gazetecilerin ağırlıklı haber kaynağı olarak devletin bürokratik örgütlenmelerinden faydalanmalarını incelemiştir. Kurumların işleyiş karmaşıklığı içinde ortaya çıkan bürokratik süreçler olayları medya için tanımlayan ölçütler oluşturur. Bürokrasi sürekli haber malzemesi sunar. Ancak buradan elde edilen haberler bürokratik yapının yönlendirmesini de içinde barındırır.

Fishman 37 editörü bulunan 45 bin tirajlı bir Kaliforniya gazetesindeki haber üretim sürecini katımlı gözlem yoluyla incelemiş vebatçilerin devletin bürokratik kurumlarına büyük oranda uyduğunu belirlemiştir. Fishman (1990: 51) konularında uzmanlaşmış gazetecilerden oluşan haber organizasyonunun, haberlerin büyük çoğunluğu resmi yetkililerden almak üzere örgütlendiğini ortaya koymuştur. Fishman'a göre gazetecilerin dünyası bürokratik yapıya paralel bir şekilde oluşmuştur ve bunun sonucu olarak gazeteciler olayları bu bürokratik çerçeveden incelemektedirler. Devletin bürokratik kurumlarıyla yakın ilişkiler kurmak, gazetecilere sürekli ve güvenilir haber kaynağı sağlar. Çünkü bürokrasi devamlı olay yaratan bir sistemdir.

Fishman, gazetecilerin bürokratik tanımlara gereksinim duymasını zaman baskısına ve meslek rutinlerinin zorlamasına bağlamaktadır. Haber örgütleri güvenilir, tahmin edilebilir ve zamanlı ham bilgiye ihtiyaç duyar, çünkü bu bilgileri her gün işlemek ve gazeteyi çıkarmak zorundadırlar. Bürokrasi sayesinde düzenli ve kontrollü ham bilgi akışı sağlanmış olur. Bu durum gazetecinin ve haber üretiminin ritmini de belirler. Gazeteciler olayı kontrol edebilmenin rahatlığıyla çalışırken haber üretimi; haber örgütleri ile devlet bürokrasisi arasında yapılmış ilişki biçimine dönüşür. Bu ilişki sürecinde devlet bürokrasisi gazetecilerin anlamlandırma şemalarını belirlese de, gazeteciler kendilerinin yorum yapmadığı, kaynak kişilerin açıklamalarından yararlandıkları haberleri üretmiş olurlar. Bu da mesleğin normatif nesnellik ilkesinin gerçekleştirilmesi olarak görülür. Fishman'a göre haber yazımının normatif kuralları, kaynakların aşırılıklarını sınırlar fakat temelde bürokratik mantıkla çelişmez (1990: 143- 145).

Fishman, bürokratik süreçlerin olayları medya için tanımlayan ölçütler oluşturduğunu ve bunun sonunda gazetecilerin örneğin suç bürokratik olarak örgütlenmiş olaylar şeklinde ele aldıklarını savunur. Gazetecinin bakış açısına göre her olay suçun hazırlık aşamasıyla başlar, suçun işlenmesi ve tutuklanma aşaması ile devam eder ve ceza verilmesiyle sona erer. Fishman'a göre medya siyasal ve bürokratik örgütler aracılığıyla oluşan toplumsal süreçlere büyüteç tutmak ve bu süreçleri meşrulaştırmak yoluyla gerçekliğin kurulmasında aktif bir rol alır.

Bir başka araştırmasında medya rutinlerini incelemek üzere suç olaylarını ele alan ve bireysel suç olaylarının suç dalgalarına dönüşmesiyle, bu konuda yapılan haberler arasındaki ilişkiyi inceleyen Fishman'a göre (1981: 98-118) gazeteciler çok sayıdaki suç olayıyla karşı karşıya oldukları için öncelikle bu olayları sınıflandırır. Böylece bireysel suçlar; soygunculuk, mafya, vandalizm gibi suç dalgaları şeklinde adlandırılır. Gazeteciler suç bürokratik olarak örgütlenmiş olaylar biçiminde ele alırlar. Her olay suçun hazırlık aşamasıyla başlar, suçun işlenmesi ve tutuklanma ile sürer ve ceza verilmesiyle sona erer. Seçilen haberler önceden oluşturulmuş şablonlara göre sınıflandırılır. Her bir haber bu şablonlara uydurulmak üzere şekillendirilir. Fishman, araştırmasında haber yapılan suç olaylarının en önemli kaynağının polis olduğunu belirlemiştir.

Polis-muhabir ilişkisini inceleyen bir başka araştırma ise Chibnall (1981: 75-98) tarafından yapılmıştır. Chibnall, gazetecinin haberi, dışarı çıkıp "yere düşen elmalar gibi"

toplamadığını belirtmekte ve haberlerin başkalarının açıklamalarıyla üretildiğini, editörler tarafından seçilip değiştirildiğini saptamaktadır.

Medya kurumunun rutinleri içinde olayların şablonlara dönüştürüldüğünü tespit eden bir başka araştırmacı Wilkins(1981: 34-40)'tır. Araştırmacı, medyanın sapkınlıkları nasıl tanımladığını incelemiş ve gerçekliği sadeleştirmek için şablonlar kullanıldığını belirlemiştir. Gerçek dünyadaki olaylar bir takım şablonlarla açıklanırken amaç bilinçli bir çarpıtma değildir. Haber yapma süreci gerçek dünyayı çarpıtmadığı gibi aynen de yansıtmamaktadır. Yapılan iş, gerçeğin şablonlara dönüştürülmesidir.

Hangi tür suç olaylarının haber yapılmak üzere seçildiğini araştıran Roshier (1981: 40-52) ise dört önemli faktör tespit etmiştir. Bunlar; "ciddilik-ironi, doğaüstü koşullar, dramatiklik ve olaya karışanların yüksek statüsü"dür. Roshier ayrıca basının suçları mitolojik bir tarzda betimlediğini belirtmektedir. İyi organize olmuş suçlu çocuk çeteleri, her yeri saran mafya, çılgın uyuşturucu bağımlıları, tecavüzcüleri davet eden kadınlar, yasalara uyan toplulukları rehin alan soyguncular, zamanının çoğunu sokaklarda suçları çözmek için geçiren polisler gibi mitler haberlerde sık sık yer alırken, gerçek suç araştırmaları bu bilgilerle gelişmektedir. Roshier'e göre istatistiksel bilgiler ile basına yansıyan suç sıklığı arasında çok az bir ilişki vardır ve çözülen suç miktarı abartılmaktadır.

Galtung ve Ruge'un kriterlerinden yola çıkan Rock (1981: 64-71) ise haberin doğasını rutin bürokratik sorunlara organize bir cevap olarak nitelemektedir. Rock, kitle iletişim araçlarının gerçek dünyadan alınan düzenli ve tutarlı habere duyduğu sürekli ihtiyaca dikkat çekmektedir. Nesnellik ilkesine bağlılık sonucu farklı medya kuruluşlarının olaylara aynı yaklaşımları sergilediğine dikkat çeken Rock, bunun aynı zamanda haberi yaratan resmi kuruluşlarla kurulan yakın ilişkilere de bağlı bulunduğunu vurgulamaktadır. Benzer araştırmalarda olduğu gibi Rock da gazetecilerin karşılaştıkları farklı olayları kolay çözümlemek için bazı klişelere sahip olduklarını ve olayların bu klişeler etrafında habere dönüştürüldüğünü belirtmektedir.

Haber üreten kuruluşların bürokratik yapıları ve meslek rutinleriyle ilgili en kapsamlı çalışmaları yapan araştırmacılardan biri olan Tuchman (1978: 196) haberi inşa edilmiş bir gerçeklik olarak ele almıştır. Haber, hem sosyal anlamları hem de varolan kurumlardaki süreçleri, işlerin yapılma biçimini sürekli yeniden kurar ve tanımlar.

Tuchman, çoğulcu araştırma geleneği içinde çalışmasına rağmen haberin günümüzdeki işlevini, kapitalist girişimle devletin ilişkisini gizleyerek devletin meşruluğunu sağlamak olarak tanımlamaktadır. Kaynaklarla iç içe geçmiş ilişkiler bu meşrulaştırmayı kolaylaştırır. Haber kuruluşlarının hiyerarşik yapısı, kaynak kişilerle kurulan ilişkileri pekiştirdiği ölçüde önemli konuların ortaya çıkmasını engeller. Bu yapılanma habercilik içinde zamanın ve mekanın örgütlenmesi ile de iç içe geçerek haberciliğin ritmini belirler.

Haberi biçimlendiren içsel faktörlerin; haber toplama ağı, haber örgütü içindeki bürokratik etkileşimler ve haber değeri taşıyan olayların tipleştirilmesiyle meydana gelen habercilik ritminden oluştuğunu belirleyen Tuchman, haber üretimini "beklenmedik olanın rutinleştirilmesi" şeklinde tanımlamaktadır. Meslek rutinleri sürekli bilgiye ihtiyaç duyar. Bu yüzden haberciler ileriye planlama yeteneğine sahip olmak zorundadırlar. İş ancak böylelikle sürdürülebilir ve haber üreten kuruluşlar bu gerçeğe göre örgütlenmişlerdir. Temel ilgi noktası, dış dünyadaki güç ile haber odasındaki güç arasındaki ilişkileri, haber üretiminin pratiği bağlamında tartışmak olan Tuchman bu ilişkiyi saptamak için haber ağı kavramını incelemiştir. Merkezileşmiş bilgi kaynaklarının yasal sosyal kurumlar olduğunu belirten Tuchman, haber kurumlarının ve muhabirlerin kendilerini bu kurumlarla adeta birleştirdiklerini, bu kurumları temel haber kaynağı olarak kullandıklarını, ayrıca bu haber

kaynaklarından yasallaşmış ve kural koyan bilgi kaynakları olarak yararlandıklarını belirlemiştir.

Haber toplamak için meydana getirilen örgütün yapısına da dikkat çeken Tuchman, muhabir dağılımı, belirlenmiş sorumluluklar ve önceliklerle dolu kurumsal yapıların oluşturulduğunu, bölgesel, kurumsal ve güncel bir komuta zinciri kurulduğunu belirtmektedir. Haber değeri bu üç alanda yapılan sürekli görüşmeler sonunda günlük olayların çeşidini sınırlamak suretiyle oluşur. Bu ilişkiler aynı zamanda statükoyu yasallaştırır. Editörler kendi aralarındaki hiyerarşiyi her gün kurarlar. Böylece haberciler meslek rutinlerinin sonucu olarak bir ritim oluştururlar. Aşırı miktarda bilgiyle karşılaşan haberciler ve haber organizasyonları olaylara kendi ritimlerini empoze ederler. Bu da haberin son teslim zamanıdır. Haberciler böylece günlük hayatın ritmini de üretirler. Haberciler ayrıca meydana gelmesi düşünülen olaylara ilgiyi yönlendirerek ritmi kontrol altında tutarlar.

Tuchman, (1978: 47-49) katımlı gözlem yoluyla yaptığı araştırmada, muhabir ve editörlerin haberi beş kategoride değerlendirdiklerini tespit etmiştir. Bu kategoriler gazetecinin haber üretimi sırasında zamansal ve mekansal sınırlılıkları aşmasını sağlar. Kategorileştirme sonunda haberin nasıl takip edileceği, nasıl geçileceği gazeteci tarafından bilinir.

Bu kategoriler; ciddi haber, öykü haber, sıcak haber, gelişen haber ve süren haber şeklindedir. Gazetecilerden bu kategorileri açıklamalarını isteyen Tuchman, kategorilerle ilgili belirgin bir açıklama yapamadığını sadece her bir türe ilişkin örnekler verildiğini gözlemlemiştir. ciddi haber, potansiyel olarak analiz ve yorumlara uygun, gerçeklere dayanan haberlerdir. Gazeteciler ciddi haber konuları olarak; yaşamayla ilgili olaylar, cinayetler, kazalar, banka soygunu gibi olayları sıralamıştır. Feature olarak da adlandırılan öykü haber konularına örnek olarak ise “sabah erken saatlerde göreve başlayan otobüs şoförünün tüm yolculara içtenlikle günaydın demesi hakkındaki bir haber”, “yalnız bir diş ayı hakkındaki uzun bir feature” veya “billboard kiralarak anne ve babalarına sevgilerini dile getiren gençler hakkındaki bir hikaye” gösterilmiştir. Gazetecilerin genel değerlendirmesine göre ciddi haber bilinçli insanları ilgilendiren bilgiye dayalı haberlerdir. Öykü haber ise insan yaşamının ilginç yönlerine dairdir. Ciddi haber önemli konularla, öykü haber ise ilginç konularla ilgilidir. Ancak Tuchman’a göre hem önemli hem de ilginç bir olayla karşılaşıldığında sınıflandırma sorunu ortaya çıkmaktadır. Çünkü aynı olay hem ciddi hem de öykü haber malzemesi olarak görülebilir.

Tuchman’ın uygulama ortamında saptadığı bir başka sınıflandırma ise sıcak haber-gelişen haber ayrımıdır. Gazetecilere göre sıcak haber, ciddi haberin bir alt türüdür. Cinayet, kaza, fırtına, deprem gibi; doğa, teknoloji ve ceza kanunlarıyla ilgili olaylar sıcak haber örneği olarak gösterilmiştir. Ciddi haberin bir başka alt türü olan gelişen haberlerin sıcak haberden farkı ise önceden bekleniyor olmaktır. Gazeteciler beklenmedik bir olayla karşılaştıklarında bunu sıcak haber olarak adlandırmakta, olayın oluşumu ve öğrenilmesi zaman alıyorsa bu tür olayları da gelişen haber diye nitelemektedirler. Örneğin yangınlar beklenmedik bir zamanda ortaya çıkarken, gösteriler çoğunlukla önceden planlanmaktadır. Gösterinin olacağı gazeteci tarafından bilinmekte, yangının olacağı ise bilinmemektedir (1978: 49).

Tuchman, süren haberin ise gazeteciler tarafından aynı konuya dayalı olaylar serisi şeklinde tanımlandığını belirtmektedir. Bu tip olaylar bir anda meydana gelip, sonuçlanmazlar. Başlangıç ve sonları arasında zaman geçer. Gazeteciler bu tür haberlere örnek olarak bir yasa tasarısının yasalaşması sürecini göstermişlerdir. Tasarı uzun bir süreç içinde, değişimler geçirerek, üzerinde görüşmeler yapılarak yasalaşır bir başka deyişle olayın tamamlanması zaman alır. Başka örnekler ise mahkemeler, seçim kampanyaları, ekonomik ve

diplomatik konular, savaşlardır. Tuchman (1978: 49) süren haber sınıfına giren konuların karmaşık kurumlar tarafından üretildiğine dikkat çekmektedir.

Tuchman (1978: 49-55) aynı araştırmada gazetecilerin haber konularını kategorize etmekle kalmayıp, tipleştirdiklerini de saptamıştır. Kategorileştirme muhabirlerden gelen malzemenin sınıflandırılması anlamına gelirken, tipleştirme muhabirlerin sınıflandırmalarını günlük bağlamına yerleştirmelerini ifade eder. Tiplerler bağlamlara yerleştirilir ve kullanıldığı ortama göre anlam kazanırlar. Tipleme muhabirlere haber yapılacak muhtemel olayların programı ile kendi programlarını eş zamanlı hale getirme imkânı sağlar. Ciddi ve öykü haber arasındaki farklar programlı olup olmadıklarına göre belirlenir. Sıcak ve gelişen haberler arasındaki fark ise aynı zamanda olanakların dağılımıyla ilgilidir. Bu dağılım haber kuruluşunun gazete veya televizyon olmasına göre değişir. Süren haberler ise haber yapılacak olayın yönünü tahmin etmeyi sağlar.

Tuchman, ciddi haberlerin zamanlılık ilkesine uymak zorunda olduğunu, gününde verilmediği zaman geçerliliğini yitireceğini vurgularken, öykü haberlerin günlük olmayabileceğini belirtmektedir. Bu da ciddi haberlerin öykü haberlere göre daha çabuk eskidiği anlamına gelmektedir. Haber yapılacak olayın takibi, bu olayın programlı, programsız, önceden programlı veya programlanmamış olmasına ya da olmamasına göre değişecektir. Ciddi haberler kimi zaman, bir kanun tasarısı örneğinde olduğu gibi, önceden programlanmış olaylardan oluşur. Kimi zaman ise, bir yangın örneğindeki gibi, programlanmamış olaylar ciddi haber olarak takip edilir.

Öykü haberler ise çoğunlukla önceden programlanmış olaylardan oluşur. Muhabirler öykü habere konu olayları takip etmek ve bu tür haberleri üretmek için gerekli zaman ve iş akışını kontrolleri altında tutarlar. Bir ünlünün biyografisi örneğinde olduğu gibi hazırlıklarını önceden yaparlar ve bu kişi öldüğünde haber hemen yayınlanacak şekilde hazırdır. Ancak elbette programlanmamış olaylar da öykü haber olarak yazılabilir. Yine de her durumda öykü haberlerin takibi personel dağılımında önemli sıkıntılara yol açmaz.

Sıcak haber, gelişen haber ve süren haber ayrımı ise kaynak, teknoloji ve olayların algılanması bakımından önemlidir. Sıcak haber olayları programlanmamıştır. Aniden ortaya çıkarlar ve acil bir şekilde işlenmeleri gerekir. Bir anda çıkan yangınla ilgili haberin takibi, zaman, ulaşım, kaynak, personel gibi açılardan çeşitli güçlükler içerir. Gazeteler ve televizyonlar kendi teknolojilerinin ve haber yayma zamanlarının gereğine uygun olarak örgütlenirler, kaynak, olanak ve personellerini sıcak haber türündeki haberleri toplamak için gün ve gece boyunca kullanırlar. Gelişen haber bir anda meydana gelen olaylar yerine, gelişmekte olan olayları niteler.

Süren haber, önceden programlanmış olma özelliğiyle sıcak ve gelişen haberden ayrılır. Bu tür olaylar bir olayın devam eden yönlerini oluşturduğu için, habercilerin olayı kontrolü kolaydır. Tuchman, bu tür olaylara örnek olarak görüşülmekte olan bir yasa tasarısının aşamalarını vermektedir. Bu süren bir olaydır ve önceden programlanmıştır. Muhabir, yasa tasarısı ile ilgili gelişmeleri tahmin ve kontrol edebilir. Ancak böyle bir konuyu izleyecek olan muhabirin yasama süreciyle ilgili birikimi olması gerekir. Muhabir tasarımı bildiği gibi, yasama organı üyelerinin düşüncelerini, buradaki güç dağılımlarını, tasarının olası etkilerini vs. bilir. Bu bilgi birikimi sonucu muhabir tasarının son şeklinin ne olacağını tahmin edebilir ve benzer konulardaki gelişmeleri de kontrolü altında tutabilir. Süren haber türündeki olaylar muhabirin kontrolünde geliştiği için izlenmesi ve işlenmesi haber toplama organizasyonuna büyük kolaylık sağlar (1978: 57)

3.2. Ekonomi-Politik Bakışla Yapılan Haber Araştırmaları

Ekonomi-politik yaklaşımclar, haberi bir ürün olarak ele almışlar ve bu ürünü üreten kurumun ekonomik yapısıyla açıklamaya çalışmışlardır. Kâr amaçlı endüstri aynı zamanda

hakim sistemin olduğu gibi sürmesine yardım eder. Ekonomi-politikçilerin haberle ilgili araştırmalarının temel noktasını haberin muhafazakar ve sistemi sürdürücü karakterinin incelenmesi oluşturur. Gazeteleri çıkaran editörleri ve gazetecileri kontrol altında tutan diktatör bir kapitalist sınıf vardır, haberler bu yapı içinde üretilirler. Bu yüzden ekonomi politik yaklaşımcılar haberde nesnellik, tarafsızlık gibi çoğulcu yaklaşımın araştırma konularını değersiz bulurlar. Haberin sistem ve yapılar yerine bireyler üzerinde durması, haberin resmi kaynaklara dayanması ve haberde kullanılan dil özellikleri gibi konular ekonomi-politik haber araştırmalarının temel konuları arasındadır (Schudson, 1997: 309-310).

Ekonomi-politik yaklaşımın önde gelen kuramcılarında Murdock'ın, bir tür politik sapkınlık olan militan kitle gösterilerinin, medyada nasıl sunulduğuna ilişkin araştırması, medyanın iktidarın söylemlerini yeniden üretmekten başka bir iş yapmadığını ortaya koymayı amaçlamaktadır (1981: 206-227). Gazeteciliğin günlük pratikleri ile toplumun ekonomi politiğı arasındaki bağlantının karmaşık bir ilişki olduğunu savunan Murdock, araştırmasında gazetecilik özerkliğine rağmen, siyasi olayların sunumlarının temelindeki durum tanımlarının iktidar sahiplerinin durum tanımlarıyla uyumlu olduğunu belirlemiştir. Gazeteciler, dolaylı bir şekilde de olsa, siyasal elit tarafından geliştirilen durum tanımlarını haberde tekrarlar ve pekiştirirler.

Ekonomi-politik yaklaşımın yeni açılımlarından birini Herman ve Chomsky (1999: 21-22), 1988 yılında ortaya attıkları Kitle İletişimin Propaganda Modeli ile yapmışlardır. Medya, devlet ve özel sektörün çıkarlarına, mevcut iktidara hizmet eder. Haber tekelleşmiş az sayıdaki kuruluş tarafından üretilir. Haber endüstrisi kâr için reklama, kaynak için hükümete bağımlıdır. Ayrıca güçlü baskı grupları tarafından sürekli denetim altında tutulur. Bu anlamda genel olarak Amerikan basının Sovyet dönemindeki Pravda'dan hiçbir farkı yoktur. Propaganda Modeli'ne göre, iktidar aygıtlarının devletin elinde bulunduğu ülkelerde, resmi sansür bulunduğundan iletişim araçlarının egemen seçkinlerin amaçlarına hizmet ettiği kolayca görülür. Oysa kitle iletişim araçlarının özel sektöre ait olduğu ve resmi sansürün bulunmadığı ülkelerde propaganda sistemini fark etmek çok daha zordur. Medya kuruluşları her ne kadar sıkı bir rekabet içinde bulunsalar da aslında bir tekel oluşturmaktadırlar. Ara sıra şirketlerin ve hükümetlerin yolsuzluklarını ortaya çıkarması da medyanın toplum çıkarlarını savunma özelliğini vurgulamak için yapılan kısıtlı ve yüzeysel eylemlerdir.

Propaganda Modeli, servet ve iktidar eşitsizliğinin haberlerin seçiminde ne şekilde etkili olduğunu, muhalif düşünceler kolayca dışlanırken, hükümet ve egemen çıkar çevrelerinin mesajlarının halka sınırsız bir şekilde ulaştırıldığını ortaya koymayı amaçlar. Bu modele göre medyanın beş temel haber eleme süzgeci bulunmaktadır. Bunlar 1) egemen medya şirketlerinin büyüklüğü, yoğunlaşmış mülkiyeti, kâr amaçlı oluşu ve sahiplerinin serveti, 2) reklamın medyanın en önemli gelir kaynağı oluşu, 3) medyanın kaynak olarak hükümet ve iş çevreleri ile bunların desteklediği uzmanların görüşlerini kullanması, 4) medyayı hizaya sokmak amacıyla kitle iletişim araçlarına yönelik sürekli tepki üretimi, 5) ulusal bir din ve denetleme mekanizması olarak anti-komünizmdir. Herman ve Chomsky'ye göre bu süzgeçler birbirleriyle etkileşim halindedirler ve birbirlerini güçlendirirler. İşlenmemiş haber malzemesi, bu süzgeçlerden ard arda geçirilir, böylece söylemin ve yorumun ilkeleri belirlenir ve neyin öncelikle haber olacağı tanımlanır. Bu sistem öyle doğal bir şekilde işler ki, medya çalışanları haberleri nesnel bir şekilde ve profesyonel ölçütlere göre seçtiklerine kendileri de inanırlar. Kaldı ki, medya profesyonelleri bu süzgeçlerin izin verdiği çerçevede içinde gerçekten de nesneldirler.

Herman ve Chomsky, birinci süzgeci açıklarken, medyanın zaman içerisinde küçük yatırımlarla kurulamayacak ölçüde kapsamlı bir endüstriye dönüştüğünü belirtmekte ve bu gelişmeye çeşitli örnekler vermektedirler. Gazete çıkarmanın maliyeti, 1800'lü yıllardakine

oranla yüzlerce kat artmıştır. Günümüzde kitle iletişim araçlarının sayısı artmışsa da bunlar temelde az sayıdaki medya tekelinin kontrolünde ya da onlara bağımlı bir şekilde çalışmaktadır. Medyadaki bu tekeller temelde haberlerin seçiminde egemendir. Televizyonun öne çıkmasıyla birlikte medyadaki bu tekelleşme de artmıştır. Büyük televizyon kuruluşları aynı zamanda başka kitle iletişim araçlarının da sahibidirler Herman ve Chomsky'nin belirlediği 24 medya şirketinin mal varlıkları, 1986 yılı verilerine göre 1 milyar doların üzerindedir. Bu veriler, medya şirketlerinin çok büyük ve kâr amaçlı endüstriler olduğunu ortaya koymaktadır. Büyük medya şirketleri piyasayla tam anlamıyla bütünleşmişler, medya dışı sermaye ile iç içe geçmişlerdir (1999: 25-35).*

Herman ve Chomsky'nin ikinci haber eleme süzgeci ise reklamcıların baskısıdır. Zaman içinde reklam gazete gelirleri arasında önemli bir orana ulaşmış ve böylece çok reklam alan gazeteler daha ucuza satılmaya başlanmıştır. Günümüzde sadece satış geliri ile ayakta duran bir gazete düşünülemez. Reklam verenlerin hükümetler ve egemen çıkar çevreleri olması, medya içeriğini ve haberlerin seçimini etkilemektedir. Reklam verenler, muhalif yayınlar yerine iktidarı ve çıkar çevrelerini destekleyen yayınları seçmekte, bu dağılım da muhalif yayınların yok olmasına yol açmaktadır. Reklamın gücü televizyonlar için çok daha önemlidir. Reklam veren şirketler televizyon yayınlarında kendi aleyhlerindeki hiçbir içeriğe izin vermezler, çıkarlarına uygun olan içerikleri ise sonuna kadar reklamlarla desteklerler. Herman ve Chomsky, reklamın medya içeriği üzerindeki etkisini kanıtlayan çok sayıda örnek

* Herman ve Chomsky'nin medya sahipliği ve medyanın mali boyutuyla ilgili saptamalarını destekler nitelikte birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalar küreselleşen medya yayınının, sahiplik anlamında da küreselleştiğini ve medya şirketlerinin uluslararası ölçekte dev endüstriler haline geldiğini ortaya koymaktadır. Medya kuruluşları 1980'lerden sonra uluslararası nitelik kazanmıştır. Tek uluslu ve uluslararası medya firmaları çok uluslu hale dönüşmüştür. Üstelik bu firmalar birçok alanda faaliyet göstermektedir. Özellikle Avrupalı sermaye sahipleri, ABD tarzını taklit ederek medya imparatorlukları kurmuşlardır. Avustralyalı Murdoch, İtalyan Berlusconi, Alman Bertelsman, İngiliz Maxvell gibi medya sahiplikleri, hızla uluslararası nitelik kazanmışlardır. Japon sermayesi de, ABD'li medya firmalarını satın alarak bu eğilime katılmıştır (Erdoğan 1995: 155-157). Medya dışı sermayenin sektöre ilgisi özellikle ABD'de ve Avrupa ülkelerinde artmıştır. NBC, General Electric'in; ABC, Disney'in; CBS, Westinghouse'un; Fransız televizyonu TF1, Bouygues'in malıdır (Bourdieu, 1997: 20). Küresel medya kuruluşlarına sahip olan ve aynı zamanda başka sektörlerdeki ürünlerini de aynı küresel piyasaya satmakta olan sermayenin, medya sektörüne olan ilgisinin nedeni açıkça ticaridir. Küresel etkinliklerin hemen hepsi bütün dünyaya yayınlanır ve bütün dünyada pazarlanan ürünler, bu etkinliklere sponsor olur. Bu ilişkinin en çarpıcı örneği olimpiyatlardır. Örneğin Barcelona Olimpiyatları için Coca Cola, Kodak, Ricoh, Philip gibi birçok küresel şirket resmi sponsor olmuştur. Küresel naklen yayınlar, bir zamanlar 20 milyon dolar gibi küçük bütçeli organizasyonlar olan olimpiyatları, Barcelona'da 633 milyar dolarlık dev bir ekonomik etkinliğe dönüştürmüştür. Aynı olimpiyatı yayınlamak için 10.000 kişilik bir ekip çalışmıştır. Bu tür etkinliklerde yarışmaların yapılacağı yerlerin ve saatlerin küresel televizyon yayınına göre ayarlandığı da bilinmektedir. Örneğin Seul Olimpiyatları sırasında atletizm finalleri, ABD'deki prime-time saatlerine denk düşecek şekilde yapılmıştır (Bourdieu, 1997: 92-93). Medya şirketlerinin sektör dışındaki küresel sermayenin eline geçmesi, enformasyonun niteliği üzerinde şimdiden ciddi sorunlar doğurmuş bulunmaktadır. NBC televizyonunun Körfez Savaşı sırasında diğer kanallardan daha savaş yanlısı yayınlar yapması, sahiplik yapısına bağlanmaktadır. Çünkü, NBC'nin sahibi olan General Electric, ABD ordusuna malzeme satan bir kaç şirketten birisidir (Ramonet, 2000: 153-154) Medya şirketlerinin maddi varlıkları günümüzde, Herman ve Chomsky'nin 1986 yılı tespitlerinin çok üzerine çıkmış bulunmaktadır. 1997 yılı saptamalarına göre, dünyanın ilk 10 medya kuruluşu ve sermayeleri şöyledir (Akdemir, 2000: 119): Time-Warner (25 milyar dolar), Disney (24 milyar dolar), Bertelsmann (15 milyar dolar), Viacom (13 milyar dolar), News Corporation (10 milyar dolar), Sony (9 milyar dolar), Universal (7 milyar dolar), TCI (7 milyar dolar), Philips Poligram (6 milyar dolar), NBC (5 milyar dolar).

vererek, reklamın baskısının haber seçiminde çok önemli bir süzgeç oluşturduğunu ortaya koymaktadır (1999: 49-58).

Propaganda Modeli'nin üçüncü haber süzgeci medyanın haber kaynaklarıdır. Medya örgütlenmesiyle ilgili araştırmaların da ortaya koyduğu gibi, haber kaynakları arasında hükümet ve egemen çevreler ön sırada yer alır. Günlük düzenli ve güvenilir haber hammadmesine ihtiyaç duyan medya bu ihtiyacını hükümet ve şirket kaynaklarından karşılar. Resmi kaynakların iddialarını aktarmak haberde nesnellik ilkesinin de bir gereği sayılır. Ayrıca güvenilir kaynaklardan haber almak kolay ve düşük maliyetli olması sebebiyle gazetecinin işini kolaylaştırır.

Herman ve Chomsky, hükümet ve büyük şirketlerin halkla ilişkiler faaliyetlerinin gazetecilerin haber ihtiyacını karşılamak üzere ne denli kapsamlı bir endüstriye dönüştüğünü çarpıcı rakamlarla ortaya koymaktadır. Örneğin Amerikan Hava Kuvvetleri çok sayıda gazete ve dergi çıkarmakta, radyo-televizyon yayını yapmakta, yüz binlerce basın bildirisi dağıtmaktadır. Basın toplantısı, basın açıklaması, basına yönelik gezi gibi faaliyetlerin sayısı da binleri bulmaktadır. Hükümetin diğer birimlerinin de haber kaynağı olarak yürüttükleri faaliyet için binlerce kişi istihdam ettikleri ve milyonlarca dolar harcadıkları bilinmektedir. Benzer bir şekilde büyük şirketler de halkla ilişkiler faaliyetleri ve basına haber malzemesi hazırlamak üzere yüz binlerce kişi çalıştırmaktadırlar.

Bu sürekli ve karşılıklı ilişkinin sonucu olarak medya, haber kaynaklarını gücendirmemek ve ilişkilerini bozmamak için haberleri süzgeçten geçirir. Kaynakların bir diğer etkisi, medyanın kendilerine bağımlılığından yararlanarak, gazetecileri istedikleri gündem ve çerçeveler doğrultusunda yönlendirmeleridir. Bu haber kaynakları ayrıca medya ile iyi ilişkilerini kullanarak muhalif görüşlerin haberlerini engelleyebilirler. Herman ve Chomsky'ye göre, medya, hükümet ve şirketleri kaynak olarak kullandığı gibi, egemen çevrelere yakın olan uzmanları doğrudan istihdam ederek ve görüşlerini sürekli açıklamalarını sağlayarak da seçkinlerin çıkarlarını kollar. Herman ve Chomsky bu iddialarını çok izlenen bir haber programı üzerine yaptıkları analizle desteklemektedirler. Bu programa bir yıllık süre içinde uzman olarak katılan konukları tasnif eden Herman ve Chomsky katılımcıların yüzde 54'ünün eskiden ya da halen devlet memuru olduklarını, yüzde 15.7'sinin de muhafazakar düşünce üretim merkezlerinin mensubu bulunduklarını belirlemişlerdir (1999: 59-74).

Herman ve Chomsky'nin (1999: 75-81) dördüncü haber süzgeci medyaya yönelik sürekli tepkilerdir. Bu tepkiler medyada yayınlanan içeriğe karşı çeşitli yollarla gösterilebilir. Tepki geniş çaplı olduğunda ya da tepki büyük parasal kaynaklara sahip birey ve gruplar tarafından gösterildiğinde medya zor durumda kalır. Medya yöneticileri yayınlarını, mahkemelerde veya çeşitli platformlarda savunmak zorunda kalabilir, reklam desteği geri çekilebilir. Bu yüzden kimi zaman yayınlanacak haberler, çekeceği tepkiden korkulduğu için elenebilir.

Tepkilerin önemiyle ilgili iki örnek, Herman ve Chomsky'yi destekler niteliktedir. CBS'in, sigara paketleri üzerinde yazılan nikotin oranlarının gerçeği yansıtmadığına dair bir haberi, CBS-Westinghouse birleşmesi sebebiyle yayınlamaktan vazgeçtiği bilinmektedir. Bu kararın sebebi, sigara şirketleriyle uzun sürecek bir yargı sürecinin, kanalın hisselerinin değerini düşürmesi endişesi olarak gösterilmiştir. Aynı konu üzerinde araştırma yapan ABC kanalı da Philip Morris şirketinin nikotin oranlarıyla oynadığını tespit etmiş ve yayınlamıştı. Ancak sigara üreticisi şirket, kanal aleyhinde 15 milyon dolarlık dava açınca suçlamalardan vazgeçilmiş ve iddia kanal tarafından yalanlanmıştı. Sebep ABC'nin o sıralarda Disney tarafından satın alınmak üzere olmasıydı (Ramonet 2000: 153-154).

Herman ve Chomsky de tepkilerin haber içeriği üzerine etkisi konusunda çok sayıda örnek tespit etmiştir. Medyayı tepki yoluyla kontrol etmek üzere birçok vakıf, dernek ve enstitü gibi örgüt kurulmuştur ve bu örgütler kendilerini destekleyen çevrelerin çıkarları doğrultusunda medyaya tepki göstererek, içerikler üzerinde etkili olmaktadır (1999: 76-81).

Propaganda Modeli'ne göre beşinci haber süzgeci anti-komünizmdir. Herman ve Chomsky'ye göre anti-komünizm Amerika için bir ulusal bir din ve denetim mekanizması haline gelmiştir. Anti-komünist denetim mekanizması sistem aracılığıyla kitle iletişim araçları üzerinde esaslı bir etki sağlar. Komünizm yanlısı olmak Amerika'da önemli bir suç olarak gösterilir. Ayrıca dış haberlerde komünist ülkelerle ilgili yaklaşım, anti-komünist ülkelerle aynı değildir. Herman ve Chomsky bu duruma ilişkin birçok örnek vermektedir. Bunlardan biri Polonya'daki anti-komünist sendikacılara yapılan baskıların ABD basınında sürekli işlenmesi, buna karşılık aynı dönemde Türkiye'deki sendikal hareketlere yönelik baskıların görmezden gelinmesidir (1999: 82-88).

Ekonomi-politik yaklaşımın haber üretimine bakışının haberin genel hatlarını anlamak açısından uygun olduğunu belirten Schudson (1997:311-313), modelin gazetecilerin haberler üzerindeki inisiyatifini göz ardı etmesi, editörlerin yayıncılarla nadiren karşılaşması, gazetecilerin kurumun başındaki yöneticiyi çoğu zaman tanımaması gibi gerçekleri görmezden gelmesi açısından eleştirilebileceğini belirtmektedir. Medyanın kimi zaman muhalif, nihilist, sisteme saldıran, hükümeti sendeleten yayınlar yapabildiğini belirten Schudson, basının Watergate Skandalı sırasındaki tutumunu örnek göstermektedir.

Herman ve Chomsky'nin modelinde vurgu yapılan tekelleşmenin radikal görüşleri engellemesi şeklindeki yaklaşımı onaylayan Schudson, Propaganda Modeli'ndeki anti-komünist çerçevenin günümüzde on yıl öncesine göre daha geçersiz olduğunu savunmaktadır. Medyanın kendi güvenilirliğini ve doğruluğunu sağlayamadığı durumda, komünizm dönemindeki Doğu Avrupa resmi medya organlarına benzeyeceğini belirten Schudson, bu durumda medyanın izleyici üzerinde etkisi kalmayan basit kurumlara dönüşeceğini savunmaktadır.

3.3. Fenomenolojist Yaklaşımla Yapılan Haber Üretimi Araştırmaları

Haber üretimi konusunda fenomenolojist yaklaşım, sistematik bir okul olarak toplanmamıştır. Schudson (1997: 318) fenomenolojist bakış açısının sık sık toplumsal örgüt bakış açısı ile karıştırıldığını ya da onu örttüğünü belirtmektedir. Ancak, iki yaklaşım arasındaki temel fark aslında açıktır. Örgütsel bakış insanlar arası ilişkilerde haberlerin etkileşimsel belirleyicilerini bulmaktayken, fenomenolojist bakış düşünceler ve semboller arasındaki ilişkilerde haberlerin sembolik belirleyicilerini saptamaktadır.

Fenomenolojist yaklaşımla yapılan haber araştırmaları genellikle medyanın içeriği, gazetecilerin değişik konulara ilgisi ve gerçeklik-ideoloji ilişkisi üzerinde yoğunlaşmıştır (Cohen ve Young, 1981: 159). Bu yaklaşıma dahil edilebilecek araştırmaların önemli bir bölümü toplumun hakim kültürel yapısının dışında kalan davranış ve olayların medyada nasıl yansıtıldığını incelemiştir.

Tuchman'ın (1981: 169-186) kadınların medyada sunumuyla ilgili araştırması, bu tür araştırmaların bir örneğidir. Erkeklerin ve erkek değerlerinin hakim olduğu toplumda kadınlarla ilgili konuların nasıl haberleştirildiğini araştıran Tuchman, haberlerde kadınların erkeklere göre daha değersiz ve yetersiz olarak nitelendiği, haberlerin çoğunun erkeklerle ilgili olduğu ve kadınların genellikle magazin haberlerinde yer aldığını belirlemiştir. Bu haberlerdeki kadın tiplerini bağımlı, etkisiz bir şekilde oluşturulmuş, haberlerdeki kadınlar gerçek dünyayla örtüşmeyen bir şekilde genellikle ev kadını ve işçi olarak sunulmuştur. Tuchman'a göre bu sunum tarzı hem toplumdaki hakim kültürün etkisiyle, hem de haber

üretim sürecinde erkeklerin ağırlıklı olarak çalışmasıyla açıklanabilir. Kadınların medyadaki imajını araştıran Butcher vd.(1981: 317-325) de Tuchman'ın bulgularına benzer bir şekilde kadınların medyada ikinci sınıf olarak nitelendikleri sonucuna ulaşmışlardır.

Kadınların medyada nasıl temsil edildiklerini araştıran Rakow ve Kranich (1991: 8-23) de 1203 haberi inceleyerek, kadınların hangi haberlerde kaynak olarak yer aldıklarını belirlemişlerdir. Kadınların medyada erkeklere oranla daha az ve sıradan bir şekilde temsil edildiğini belirleyen araştırmacılar medyada haberin masculine (eril) bir anlatım olarak yapılandırıldığını ve kadınların konuşan, anlam oluşturan öznelere yerine kategorik bir grup olarak konumlandırıldığını belirlemişlerdir. Erkekler genellikle ciddi haberlere konu olurken, kadınlar magazin haberlerin konusu olmaktadır. Kadınlar haberde bir işaret olarak ve metnin söylemini desteklemek amacıyla kullanılmakta, kamusal olaylardan etkilenen ya da yararlanan sıradan konuşmacılar olarak konumlandırılmaktadır. Araştırmaya göre haberlerde feministler gibi kadın gruplarından az da olsa bahsedilmekle birlikte vurgu sapkın görüşler şeklinde yapılmaktadır.

Fenomenolojist yaklaşımın temel araştırma konularından biri de sapkınlığın ve sapkınların haberlerde sunumudur. Bu bağlamda, akıl hastalığı, eşcinsellik, alkolizm, uyuşturucu bağımlılığı gibi toplumun egemen kültürü tarafından sapkınlık olarak nitelenen olayların medyada ne şekilde haber yapıldığı araştırılmaktadır. Bu araştırmaların örneklerinden biri akıl hastalıklarının medyada nasıl sunulduğunu araştıran Nunnaly (1981: 186-197), tarafından yapılmıştır. Araştırmacı sunumlarla uzman görüşlerini karşılaştırmış, sonuçta medyanın akıl hastalığıyla ilgili bazı şablonlara sahip olduğu ve bu şablonların hastalığın gerçekleriyle uyuşmadığı ortaya çıkmıştır. Medya akıl hastalığının sebepleri, semptomları ve toplumsal etkileri gibi konuları gerçeğe aykırı olarak çarpıtmaktadır.

Benzer bir çalışma alkoliklerin sunumuyla ilgili olarak Linsky (1981: 197-206) tarafından gerçekleştirilmiştir. 1900-1966 yılları arasında alkolizmle ilgili haberleri karşılaştıran Linsky, medyanın sapkın davranışların nitelik ve niceliğini açıklamakla yetinmeyip, bu sapkınlığın nasıl meydana geldiğiyle ilgili kesin açıklayıcı modeller ortaya attığını belirlemiştir.

Medyada uyuşturucu kullanıcılarının işlenişini inceleyen Young (1981:317-326) da sapkınlığın sebepleriyle ilgili saptamalara dikkat çekmektedir. Medya uyuşturucu bağımlılığı, öğrenci militanlığı, grevler gibi sapkınların hiçbir zaman özgür olarak seçilmediğini vurgulamaktadır. Sapkınlık ya hastalıktan ya da kötü ruhlu azınlık tarafından masum ve cahillerin kandırılmasından kaynaklanır. Normal vatandaş, özgürce seçim yapmıştır ancak sapkınların seçimi kendi iradeleri dışındadır. Medya normal kişilerin başarılı olacağına, sapkınların ise kaçınılmaz bir şekilde acı ve sıkıntı çekeceğine sürekli vurgu yapmaktadır.

İngiltere'de eşcinsellerle ilgili haberleri inceleyen Pearce (1981:303-317), toplumların kendi kültürel kavramlarını temiz ve saf olarak korumak istedikleri, kültürün belirlenmiş kategorilerine uymayan kuraldışılıklardan hoşlanmadıkları ön kabulünden hareket etmektedir. Eşcinsellik İngiliz toplumu açısından bir sapkınlıktır ve İngiliz gazetecileri eşcinsellerle ilgili haberleri toplumun yerleşik ahlâki düzenini korumak ve güçlendirmek amacına hizmet edecek şekilde işler. Olumsuz bir referans noktası olarak alınan eşcinsellerle ilgili haberler, toplumun ahlâki değerlerini güçlendirmek için bir fırsat olarak değerlendirilir.

Braden (1981: 248-263) sapkınların sunumunda zaman içinde nasıl değişiklikler yaşandığını LSD ile ilgili haberlere uyguladığı analizle ortaya koymuştur. 1960'lı yıllarda akıl hastalığı, uyuşturucu bağımlılığı ve alkolizm tedavisinde mucize ilaç olarak sınıflandırılan LSD'nin, daha sonra yapılan araştırmalarda, kromozomları tahrip etmek, intihara yol açmak gibi bir çok zararlı etkisi ortaya çıkar. Medya daha önce oluşturduğu mucize ilaç şablonunu

artık kullanamayacağı için yeni bir şablon oluşturur ve bundan sonra LSD'nin adı artık katil ilaç anılır.

Kültürel araştırmaların incelediği bir başka temel konu ise haberlerde ırksal çatışmaların, azınlıklarla ilgili olayların ve yabancıların nasıl yansıtıldığıdır. Hartman ve Husband (1981: 288-301), İngiliz medyasının 1972'de meydana gelen Ugandalılar işgali olayını işleyişini inceledikleri çalışmada, İngiliz kültürel geleneğinin yabancıları, özellikle de siyahları aşağılayıcı öğeler içerdiğini belirlemişlerdir. Hartman ve Husband, İngiltere'ye üçüncü dünya ülkelerinden gelen insanların her şeyden önce sorunlu refah uçkağıtçıları olarak nitelendiklerini, İngilizlerin mekan, iş, eğitim gibi değerli kaynaklarını tehdit eden insanlar olarak tasvir edildiklerini saptamışlardır. Hartman ve Husband'a göre medya, kültür içinde, kültürle birlikte işler ve işleyiş sırasında kültürel sembolleri kullanmaya zorlanır. Medyanın hakim kültürden etkilenecek yaptığı tanımlamalar, daha sonra halkın yabancılarla ilgili bilgi edinme ve tutum geliştirmelerinin temelini oluşturur.

Benzer bir araştırmayı van Dijk Hollanda basınında yayınlanan yabancılarla ilgili haberler üzerine yapmıştır. Azınlıklar, göçmenler, ev işgalcileri, üçüncü dünya ülkesi insanların Hollanda basınında genellikle benzer bir şablona uydurularak temsil edildiklerini belirleyen van Dijk, bu gruplara medyada daha az yer verildiğini, itibarlı ve düzenli haber kaynağı olarak daha az kullanıldıklarını saptamıştır. Bu tür gruplar, klişeleşmiş bir şekilde Hollanda'nın değerli kaynaklarını sömüren, bu kaynaklar üzerinde bir külfet olarak duran ve hatta bu kaynakları tehdit eden sorun kaynağı gruplar olarak tasvir edilmektedir. Bu gruplar Hollandalılarla karşılaştırıldığında, onların amaçları, uzmanlıkları ya da kültürüne göre yetersiz ya da geridirler. Bu yüzden bu gruplar Hollandalıların yardım, destek ve anlayışına muhtaçtırlar ve uğraşırsa hakim kültüre uyarlanabilmeleri mümkündür (1999: 367-369)

van Dijk da Hartmann ve Husband gibi medyada yapılan ırkçı ve etnosantrik tanımlamaların, daha sonra halk tarafından azınlıklar hakkındaki önyargıları onaylatmak için referans olarak kullanıldığını belirlemiştir. van Dijk medyadaki ırkçılık üzerine yapılan araştırmaların grup iktidarı ve örgütsel iktidar arasındaki etkileşimi göstermesi açısından önemli olduğunu vurgulamaktadır. Çoğunluğu erkek olan beyaz gazeteciler, haberlerini profesyonel medya mensupları olarak kaleme alırken aynı zamanda hakim, beyaz ve Batılı grubun üyesi olmanın getirdiği yargıları aktarırlar. Bu aitlik, gazetecilerin dış gruplar hakkındaki enformasyonu işleme tarzlarını belirlemektedir. Gazeteciler, etnik ya da ırksal azınlıklarla ilgili olarak klişeleşmiş, olumsuz bir tarzda yazarlarken çoğunlukla bunu isteyerek ya da bilinçli olarak yapmamaktadırlar. van Dijk'a göre medya basitçe seçkinlerin bir sözcüsü değildir ama simgesel boyutunu yönettiği toplumsal iktidar yapısının kalıtsal bir parçasıdır.

Etnik merkeziliğin ABD basınında da temel haber değeri ölçütlerinden biri olduğu Gans tarafından tespit edilmiştir. Gans (1979: 42-69) Amerikan gazeteciliğine yön veren ve sorgulanmamış değerlerden oluşan bir liste geliştirmiştir. Etnik merkezilik, başkalarının haklarına saygılı demokrasi (alturistic democracy), sorumlu kapitalizm, küçük şehir pastoralizmi, bireycilik ve modernizm gibi sorgulanmamış değerlerin Amerikan gazetecilerinin haber seçiminde kalıcı ölçütler olduğunu vurgulayan Gans, özellikle yabancı kültürler ve toplumlarla ilgili haberlerin üretimi sırasında, Amerikan toplumunun sosyal, siyasi, ekonomik ve kültürel ortamının referans kabul edildiğini, diğer toplumlara yönelik bakış açısının bu referans noktalarına göre şekillendiğini belirlemiştir. Bu değerler genellikle haberde açık bir şekilde vurgulanmamakta ve doğrudan haber metninde yer almamaktadır.

Amerikan değerler sistemini oluşturan liberal ilkelerin çıkarım yoluyla algılanmasını amaçlayan bu haber değerleri, hem haberin algılanması için bir çerçeve hem de haber seçimi ve sunumu için bir ölçüt oluşturmaktadır. Gans, bu değerleri paraideolojik değerler olarak

adlandırmakta, arka plan varsayımlar şeklindeki bu değerlerin genel anlamıyla ideolojiden farklı bir şekilde işlediğini belirtmektedir.

Gazetecilerin dış ülkelerle ilgili haberlere belli ön yargılarla yaklaştığını savunan başka araştırmalar da bulunmaktadır. Gazetecilerin ön yargıları sonunda üretilen haberlerin tahrip edildiğini ve kitleler üzerinde diğer uluslar hakkında bir takım basmakalıp yargılar oluşturulduğunu ortaya koyan Östgaard'ın (1965) araştırması bu çalışmalara bir örnektir. Gazetecilerin haber yaparken olaya ait gerçekliği bozduğunu belirleyen Östgaard, bu bozma işleminin ulusal çıkarlara hizmet etmekten, olayla ilgili bilgisizliğe kadar uzanan birçok nedene dayandığını ileri sürmektedir.

Östgaard'a göre (1965: 45-50) haber yapılırken meydana gelen gerçekliği bozma işlemi üç yöntemle gerçekleştirilmektedir. Bunların birincisi basitleştirmedir. Kitle iletişim araçlarının karmaşık haberlerden kaçınma, basit olaylara dayanan haberleri tercih etme veya karmaşık konuları yayınlamak zorunluluğu durumunda eldeki olayı basitleştirmeye çalışma eğilimi gerçekliğin bozulmasına yol açmaktadır. İkinci bozma yöntemi ise özdeşleştirmedir. Kitle iletişim araçları, haberleri hedef kitleleriyle özdeşleştirme eğilimindedir. Bu yöntemle izleyicilerin veya okuyucuların haberlere daha fazla önem vereceği düşünülmektedir. Ancak bu özdeşleştirme yöntemi sonunda reel dünyadaki gerçeklik bozulmaktadır. Östgaard'ın tespit ettiği üçüncü gerçekliği bozma yöntemi ise sansasyondur. Kitle iletişim araçlarının hedef kitleleri üzerinde ilgi yaratacak heyecanlı, çatışma yüklü ve dramatik olayları sunma eğiliminde olması da reel gerçekliğin bozulmasına yol açmaktadır.

Kültürelci yaklaşımla yapılmış haber üretimi araştırmaları arasında, Galtung ve Ruge'un "Haberin Yapılandırılması ve Seçimi" araştırması önemli bir yere sahiptir. 1965 yılında Norveç'te yayınlanan dört günlük gazetenin o yıllardaki önemli uluslararası sorunlar olan Kongo, Küba ve Kıbrıs konusundaki haberleri hangi ölçütlere göre seçtiklerini inceleyen Galtung ve Ruge (1981: 52-61), araştırmaları sonunda, psikolojik algı teorisine dayandırdıkları ve sekizinin tüm ülkelerde, dördünün ise gelişmiş kuzey ülkelerinde geçerli olduğunu belirttikleri on iki haber değeri unsuru tespit etmişlerdir.

Sonraki yıllarda birçok uygulamalı araştırmada kriter olarak alınan ve test edilen bu haber değeri ölçütleri şunlardır:

Ritm (frequency): Bu haber değerine göre, bir olayın meydana gelme ritmi, kitle iletişim aracının ritmine ne kadar uygunsa, haber olma ihtimali o kadar artar. Bir cinayet gazetesinin iki baskısı arasında meydana gelir ve haber olarak yayınlanmaya uygundur. Oysa uzun yıllar süren bir baraj inşaatı gazetesinin ritmine uygun olmadığı için dikkat çekmeyecektir.

Eşik (threshold): İkinci haber değeri, olayın haber olarak seçilebilmesi için belli bir yoğunluğa sahip olması gerektiğini belirtmektedir. Baraj ne kadar yüksekse açılışının haber olma ihtimali o kadar fazladır. Cinayet ne kadar câniyâne işlenmişse haber değeri o kadar artar.

Şüphesizlik (unambiguity): Bir olayın anlamı ne kadar açık ve şüpheden uzak ise haber yapılma ihtimali o kadar fazladır. Birçok anlam çıkarılabilecek muğlak bir olay yerine şüphelerden arındırılabilen açık bir olay tercih edilir.

Anlamlılık (meaningfulness): İzleyiciyi kültürel ya da insani açıdan ilgilendiren olaylar anlamlıdır ve haber yapılmak üzere seçilir. Kültürel yakınlık etnosentrik bazı kriterlerin haber seçiminde etkin olması anlamına gelir. Medya alıcıları kendi dillerine, ırklarına, kültürlerine yakın olan olayları anlamlı bulacaklarından bu tür olayların haber yapılma ihtimali yüksektir. Ancak kimi zaman kültürel olarak uzak olan bazı olaylar da insani ilgi çerçevesinde medya alıcılarına anlamlı gelebilir ve bu tür olayların haber yapılma ihtimali de artar.

Uyumluluk (consonance): Medya alıcıları, tahmin ederek bekledikleri veya istemeyerek bekledikleri olayları daha kolay algırlar. Özellikle tahmin edilerek beklenen olaylar için zihinde bir kalıp yaratılmıştır ve algılanması son derece kolay gerçekleşir. Haberler, beklentilerden çok fazla uzak olduğunda ise hiç algılanmazlar. Bu yüzden haber yapılacak olaylar arasında medya alıcısının beklenti ve taleplerine uygun düşecek konular daha şanslıdır.

Beklenmediklik (unexpectedness): Galtung ve Ruge'a göre bu haber değeri 4. ve 5. haber değeri ölçütlerine düzeltme getirmektedir. Çünkü bir olayın kültürel olarak anlamlı ve medya alıcısının talepleriyle uyumlu olması haber yapılması için yeterli değildir. Bu ölçütlere uyan olaylar muhtemel haber adaylarından oluşan geniş bir kütledir. Anlamlı ve beklentilerle uyumlu olaylar arasında beklenmeyen, nadir meydana gelen olaylar haber yapılmayı en fazla hak edenlerdir. Çünkü kurumlaşmış, düzenli ve kısa aralıklarla meydana gelen rutin olaylar beklenmeyen ve nadiren meydana gelen olaylar kadar dikkat çekmezler. Olayların iyi haber olabilmeleri için beklenmezlik ve nadirlik özelliklerinden birine veya tercihen ikisine de sahip olmaları gerekir.

Devamlılık (continuity): Bir olay bir kez haber yapılmışsa, ilgi düşse bile bir süre için haber değeri taşımaya devam eder. Aynı şekilde ana olay haber yapıldığında, bu olayın devamı olan ve aslında tek başlarına haber değeri taşımayan küçük olaylar, haber yapılma şansını kazanır.

Düzenleme (composition): Kitle iletişim araçları yalnızca belli bir türdeki haberlerden oluşan sayfalar ya da bültenler hazırlamaktan kaçınırlar. Haber bültenleri veya gazete sayfaları çeşitli konulardan oluşan bir kompozisyon oluşturur. Bu durumda editörlerin önünde bir türden çok fazla haber varsa, o türdeki haberlerin eşik değeri yükselecektir. Tersi durumda ise, kompozisyonu sağlayacak bir başka türde yeterince haber bulunmadığında eşik değeri düşecektir.

Seçkin Uluslarla Bağlantılılık (reference to elite nations), Galtung ve Ruge'un gelişmiş kuzeybatı ülkelerinde geçerli olduğunu belirttikleri son dört haber değeri ölçütünün ilki haber yapılacak olayların seçkin ulus merkezli olması durumudur. Seçkin ulusların eylemleri, kararları kısa dönemde diğer ülkelerin eylem ve kararlarından daha etkilidir. Bu yüzden bu ülkelerle ilgili olayların haber olma şansı yüksektir.

Seçkin Kişilerle Bağlantılılık (reference to elite people): Seçkin merkezlilik, uluslar bağlamında olduğu gibi insanlar bağlamında da geçerlidir. Bunun birinci nedeni seçkin insanların tıpkı seçkin uluslar gibi eylem ve kararlarıyla daha fazla etki yaratabilmesidir. İkinci neden ise, seçkin insanların, sıradan insanlarla ilgili olayları anlatmak üzere özdeşleştirme objesi olarak kullanılmalarıdır. Seçkinler "herkes"i anlatmak için araç olarak kullanılırlar. Sıradan insanlar ise bu haber iletişimi sisteminde kendilerini temsil etme şansını bulamazlar.

İnsanlarla Bağlantılılık (reference to persons): Gazetecilikte olayları içinde öznenin belli bir şahıs veya tüzel kişilik olarak bulunduğu cümleler olarak sunma eğilimi vardır. Olaylar bir kişi veya grubun eylemlerinin sonucu olarak gösterilir. Bunun alternatifi, olayların yapısal nedenlere dayanan dışavurumlar olarak haberleştirilmesidir. Bu durumda aktörlerin isimleri kaybolacaktır. Modern haber toplama ve sunum tekniklerine uyumlu olması, medyanın ritmine paralellik teşkil etmesi gibi nedenlerle yapısal sunumlar yerine kişisel aktörlerin yer aldığı olaylar tercih edilir.

Negatif Bir Şeylerle Bağlantılılık (reference to something negative): Sonuncu haber değeri, bir olayın olumsuzluğunun haber yapılma ihtimalini artıracağını öngörmektedir. Olay ne kadar negatifse haber olma ihtimali o kadar artacaktır. Bunun nedenleri üzerinde duran Galtung ve Ruge, olumsuz olayların aynı zamanda medyanın ritmine uyduğu için 1. haber

değeri ölçütüyle de örtüştüğünü belirtmektedirler. Pozitif olayların meydana gelmesi uzun zaman alırken, negatif olaylar kısa zamanda olup biterler. Bu yüzden de medyanın ritmine uyarlar ve haber olmaya hak kazanırlar. Ayrıca negatif olayların negatifliği üzerinde kolayca ittifak edilebilirken pozitif olaylar kimileri için olumlu, kimileri için olumsuzdur. Bu da 3. ölçüt olan şüphesizliğe negatif olayların daha çok uyması demektir. Negatif olayların haber olarak seçilmesinin üçüncü nedeni ise, modern insanın olumsuz gelişmelerden haberdar olarak bazı beyan edilmeyen ya da görünmeyen ihtiyaçlarını tatmin etmesidir. Negatif olayların haber olma şansını artıran bir başka unsur ise olumsuz olayların olumlulara göre daha beklenmedik olmalarıdır. Bu da negatif bir olayın aynı zamanda 6. ölçüte de uyması anlamına gelmektedir.

Galtung ve Ruge'un geliştirdiği bu haber değeri modeli haber içeriği üzerinde yapılan araştırmalarda oldukça etkili olmuş ve ampirik araştırmalarla bazı yönlerden doğrulanmıştır. Smith (1969), Sande (1971) gibi eski tarihli sınamalar dışında, model 1978 yılında Bergsma tarafından Hollanda'da televizyon haberlerine uygulanmıştır. Bu uygulamada televizyon haberleri bağlamında tamamlayıcı hipotezle ilgili bazı kuşklar tespit edilmiş olmasına rağmen, modelin haber değerlerinin işleyişi konusunda televizyonda da kullanılabilirliği ortaya çıkmıştır (McQuail ve Windahl, 1997: 205-206). Daha yeni tarihli bir araştırmada ise model İngiliz gazetelerine uygulanarak sınanmıştır (Harcup ve O'Neill, 2001: 261-280). Araştırmacılar, Galtung ve Ruge'un 12 haber değerini, 1999 yılının Mart ayı boyunca The Sun, Daily Mail ve The Telegraph gazetelerinin birinci sayfalarında yayınlanan toplam 1276 habere uygulamışlar ve hangi haber değerinin ne oranda etkili olduğunu içerik analizi yöntemiyle belirlemişlerdir. Araştırmaya göre, İngiliz gazeteleri için en belirleyici haber değeri şüphesizliktir. Şüphesizlik değerini seçkin kişilerle bağlantılılık, ritim, negatif bağlantı ve insanlarla bağlantılılık izlemektedir. Araştırmada diğer haber değerlerinin görece daha düşük oranlarda belirleyici oldukları saptanmıştır. Harcup ve O'Neill, araştırmalarının sonunda eğlence, güçlülerle bağlantılılık, ünlü kişiler, takip, büyüklük, ilgi, gazetenin gündemi gibi çağdaş medyayı açıklayabilecek bazı ek haber değerleri bulunduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ancak Galtung ve Ruge'un haber değeri modelinin, haber üretimi araştırmalarında hâlâ kullanılabilir bir model olduğu bu araştırma ile de kanıtlanmıştır.

Haber üretim sürecine kültürel yaklaşımın en önemli örneklerinden biri olan, Hall ve arkadaşlarının İngiltere'deki sokak soygunlarının medyada nasıl yansıtıldığını inceledikleri çalışmada, sokak soygunlarının sosyal düzenin çözülmesinin göstergesi olarak ele alındığı tespit edilmiştir. Hall vd. (1981: 326-335) sokak soygunu olaylarının medyaya yansıması biçiminin ardında yatan siyasal, ekonomik, kültürel ve ideolojik yapılanmaları incelemişlerdir. Sokak soygunu haberleri, bu suç olgusuna karşı polis, yargı ve kamuoyunda artan duyarlılık, polis kayıtlarında giderek artan olay sayısı ve İngiliz toplumunda bu olayların sonucunda ortaya çıkan moral panik arasındaki etkileşimin incelendiği araştırma sonunda, haber üretim sürecinin; habercilik örgütlenmesi, haber değerleri ve üretim anından oluşan üç basamağı olduğunu ortaya atan Hall vd. haber değerinin belli tarihsel ve toplumsal durumlara bağlı olarak biçimlendiği kanısına varmışlardır. Araştırmada gazetecilerin yalnızca belli olayları tanımlamakla kalmadığı, aynı zamanda bu olayları belli bir bağlama yerleştirdiği ve daha sonra benzer adlandırmalar her kullanıldığında önceki bağlamla birlikte kurulan anlamlar ve yan anlamların birlikte harekete geçtiği de belirlenmiştir.

Hall vd.'nin (1981: 341-346) haber üretim süreciyle ilgili en önemli saptamaları, kaynaklardan alınan haberlerin halk diline dönüştürülmesi işlemini ortaya koymalarıdır. Medya olayların ana belirleyicisi değildir ve haber kaynakları arasında sınırsız bir seçim yapmaz. Günlük haber üretimi rutinleri içinde güvenilir kaynakların durum tanımlarına sürekli bağımlı olan medya, habere konu olayları siyasetçilerden, bürokratlardan, özel örgütlerin üst düzey yöneticilerinden ve uzman olarak tanımlanan kişilerden alır. Basın

toplantıları, bildiriler, bültenler yayınlayarak ya da gün içerisinde haber malzemesi oluşturan olaylar yaratarak basının gündemini belirleyen bu kaynaklar olayların birincil tanımlayıcılarıdır. Medya, haberleri aktarırken olayla birlikte birincil kaynaklar tarafından oluşturulan durum tanımlarını da aktarmış olur.

Ancak bu aktarma eylemi pasif bir işlemten ibaret değildir. Meslek pratikleri, profesyonel değerler ve görelî özerkliğini kullanan medya; nesnel, tarafsız, dengeli, olayla yorumun ayrıldığı bir yöntem izleyerek ve seçici bir yaklaşımla birincil tanımlayıcıların söylemlerini yeniden ele alır. Kaynaklardan alınan tanımlar üzerinde oynayan gazeteciler ham materyali kendi yayın politikalarına, okuyucularının beklentilerine vb. göre yeniden yazarlar. Böylece birincil tanımlayıcıların söylemleri halk diline dönüştürülmüş olur. Gazeteci yorum yapmadan, nesnellikten ayrılmadan, profesyonel normlara sadık kalarak, birincil tanımlayıcılar tarafından belirlenen durum tanımını içeren ve neyin önemli olduğunun altını çizen haberi halka iletmiş olur.

Bu süreç resmi tanımların gündelik konuşma terimlerine tercümesi şeklinde aralıksız devam eder ve bu iki söylem arasındaki bağlantıyı bir yandan pekiştirirken bir yandan da gizler. Medya iktidar sahipleri ve halk arasında bir dolayımlayıcı rolündedir.

Ağustos 1972 - Ağustos 1973 tarihleri arasında İngiliz basınındaki suç olaylarını inceleyen Hall vd. bu olayların ilk önce polis tarafından sokak soygunu (mugging) olarak adlandırıldığını, daha sonra basının aynı adlandırmayı ve tanımı kopya ederek haberlerde kullandığını belirlemişlerdir. Hatta yargı kararlarında da, kaynağı resmi bürokrasi olan ve halkın diline dönüştükten sonra geri gelen sokak soygunu adlandırması kullanılmıştır.

Hall vd.'nin bu araştırması temelde gazetecilerin profesyonel normlara uyarak ve görelî özerkliklerini kullanarak çalıştıkları halde, iktidar sahiplerinin söylemlerini yeniden üretmekten kurtulamadıklarını ortaya koymaktadır. Sokak soygunlarının artarak devam etmesi ile oluşan, İngiltere'de o dönemde iktidardaki sağ hükümetin meşruiyetiyle ilgili kriz, basının desteğiyle giderilmiştir. Hall vd. sonuçta, mensubu bulundukları eleştirel yaklaşımın temel öngörüsüne uygun olarak, basının iktidar sahiplerinin ideolojilerini yaymak ve güçlülerin iktidarını desteklemek şeklindeki rolünü yeniden kanıtlamışlardır.

Hall (1981: 227- 244) haber fotoğraflarının nasıl seçildiğine ilişkin araştırmasında da benzer bir konuyu ele almıştır. Hall'e göre fotoğrafların seçimi, sınıflandırması, sıralanması ve değerlendirilmesinde editörlerin haber hakkındaki bilgi birikimleri önemli rol oynamaktadır.

Endüstriyel çatışmaların medyada yer almasını inceleyen Morley (1981: 368-390) ise medyanın hem iktidara hem izleyiciye bağlı olduğunu ve haber üretim sürecinin tamamen yönlendirme olmadığı gibi nesnel bir yansıma da olmadığını belirtmektedir. Sorun zaten kendi içinde çelişkili olan sosyal gerçekliğin tek taraflı vurgulanmasıdır. Morley, olayların sunumu sırasında egemen adlandırmalara öncelik verildiğini belirlemiştir. Profesyonel normların gereği olan nesnellik ve dengelilik, sunum sırasında egemen anlamlandırmalara öncelik veren temel kavramsal ve ideolojik çerçevenin gölgesinde kalmaktadır. Morley, 1973 gaz grevi sırasında haberlerde dengeyi sağlamak üzere, bir yandan gaz kurulu sözcüsünün grev sırasında gaz basıncının azalmasıyla toplumsal tehlikeler ortaya çıkacağı iddialarına, diğer yandan sendika temsilcisinin her türlü güvenlik önleminin alındığına ve tehlike bulunmadığına ilişkin sözlerine yer verildiğini ve böylece dengenin kurulduğunu belirtmektedir. Ancak Morley'e göre asıl sorun grevin neden sadece oluşturacağı tehlikeler boyutuyla haber yapıldığıdır.

Ancak, haberlerin toplumsal egemen güçlerin bakış açısıyla üretilmesi, medyanın yanlı veya çarpıtarak haber yapmasından kaynaklanmamaktadır. Medya, toplumdaki kabul gören yaygın tanımlama biçimlerini olduğu gibi benimser ve yansıtır. Zira güç sahipleri

medyaya erişim açısından ayrıcalıklı bir konumdadırlar ve böylelikle kendi tanımlarını medya aracılığıyla yayarlar (Hackett, 1999; Hall vd., 1981).

Bu araştırmalar, gerçekliğin eleştirel yaklaşımda öngörüldüğü gibi bilinçli ve istekli bir şekilde çarpıtılmasından ya da çoğulcu yaklaşımın belirttiği gibi gerçekliğin olabildiğince nesnel aktarımından farklı bir haber üretimi süreci yaşandığını ortaya koymaktadır. Yapılan; habere dönüştürülen gerçeğin çarpıtılması, değiştirilmesi değil, önceden varolan imgelerle uyumlu başka bir bağlama oturtulmasıdır. Seçilmiş ve kullanılmış olan bir çatı daha sonraki olayları açıklamakta sık sık kullanılır. Gazeteciler önceki çatıyı yeni olaylara uygularken farkında olarak veya olmayarak bir senaryo yazarlar (Cohen ve Young, 1981: 163).

Egemen toplumsal ideolojilerle haber arasındaki ilişkinin, habere ait olguların birbirleri arasında ve bu olgularla izleyici arasında anlamlandırma kurulabilmesine yardımcı olan arka plan varsayımlar arasında kurulan ilişki olduğu birçok çalışmada vurgulanmıştır. Bu anlamda haberler, belli görüşlerin açık biçimde yanlı veya çarpıtılmış olmalarından ötürü değil, sınırlı bir ideolojik matrikse dayandıkları için ideolojiktirler (Hall, 1999). Diğer yandan haberdeki çerçevelemenin gazeteci tarafından bilinçli olarak yapılması gerekmez. Gazeteci, haberi bilinçsizce edindiği toplumsal kültürün içine farkında olmaksızın koyup bir çerçeveleme yaparken, amacı verdiği haberi izleyici için anlamlı kılmaktır (Hackett, 1999: 51). Zaten haberin kendisi de yansıttığı toplumsal ilişkilerin dışında ayrı bir güç değil, bu gücün parçasıdır (Hartley, 1989: 47).

Haberler, gazetecilerin ofislerinde oturarak iyi veya kötü niyetle ürettikleri ürünler değildir. Sorun dışarıdaki olayı habere dönüştürme süreci sırasında ortaya çıkmaktadır (Cohen 1981: 263-279). Medya gerçekliği yeniden üretmez ama onu tanımlar, gerçek olana ilişkin tanımları seçici bir şekilde temsil eder ve bazı olayları anlamlı hale getirir (Hall, 1999). Zaten gerçeklik hiçbir zaman toplumdaki insanlar tarafından ham haliyle deneyimlenemez. Gerçeklik her durumda dilin dolayımından geçmek durumundadır. Bu dolayımına bir çarpıtma veya gerçeğin yansıtılması değil, gerçeğin yeniden kurulduğu bir toplumsal süreçtir (Fiske ve Hartley, 1992: 161).

Çağdaş araştırmalar haber medyasının çoğulcu yaklaşımın öngördüğü gibi özerk olmadığını ortaya koymakla beraber, katı eleştirel yaklaşımçıların iddia ettiği gibi egemen sınıfların sözcüsü de olmadığını göstermektedir. Haber medyası toplumsal gerçekliği kırmakta (refract) ve yeniden kurmaktadır (construct) (İnal, 1996: 115).