

ÖZEL TELEVİZYONLARDA HABERİN SEÇİMİ VE YAPILANDIRILMASI (NTV, ATV VE SHOW TV ÖRNEĞİ)*

Mustafa Şeker**

ÖZET

Bu çalışmada, özel televizyonların haberlerini hangi ölçütlere göre seçtiği ve nasıl yapılandığı araştırılmıştır. Gazeteler için geliştirilmiş haber değeri modellerinin televizyon haberciliğini ne ölçüde açıklayabildiği sorgulanmış, televizyon için geçerli olan haber değerlerinin ne oranda belirleyici olduğu saptanmıştır. Haber kanalları ile genel kitleye hitap eden, yüksek izlenme oranı hedefleyen tecimsel kanalların haber seçimindeki ölçütlerin farklı olduğu da araştırma ile belirlenmiştir. Özel televizyonların haber üretimi sürecini inceleyen araştırma, NTV, ATV ve SHOW TV kanallarından 2001 ve 2002 yıllarının 15 Mart-15 Nisan döneminde kaydedilen 2462 habere içerik analizi uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonunda, özel televizyonlarda haber üretiminin geleneksel haber değerleriyle tam olarak açıklanamadığı ortaya çıkmıştır. Televizyonlarda, bu kitle iletişim aracının yapısından ve özelliklerinden kaynaklanan yeni haber değerleri bulunduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Haber, Haber Değeri, Haber Üretimi, Televizyon Haberciliği

SELECTING AND STRUCTURING NEWS IN PRIVATE TELEVISION CHANNELS (CASES OF NTV, ATV AND SHOW TV)

ABSTRACT

The criteria which are used by private television broadcasters to select and structure their news coverage have been studied in this work. It examined to which degree news value models developed for newspapers can explain television news coverage and to which extent current values for television news are determining the selection of the news topics for television broadcast. It has been found by the study that the news selecting criteria of the news channels and that of the channels addressing the attraction of the broader masses were different from each other. This research studied the news production process of private television broadcasters by applying content analysis to 2462 television news recorded in the periods between March 15- April 15 of the years 2001 and 2002 from the channels NTV, ATV and SHOW TV. As a result it has been found out that the news production in the private television channels could not be explained exactly with conventional news values. New values which resulted from the different structure and characteristics of this mass media had appeared.

Key Words: News, News Value, News Production, Television News.

GİRİŞ

Her gün insanları az ya da çok ilgilendiren pek çok olay meydana gelir. Bu olayların bir bölümü haber denilen bilgi biçimine dönüştürülerek kitle iletişim araçları tarafından yayınlanır. Ancak haber yapılan olaylar, hiçbir zaman gerçek dünyadaki olaylarla nitelik ve nicelik bakımından tam olarak aynı değildir. Her şeyden önce haberler gerçek dünyadaki olayların, belli ölçülere göre seçilmiş bir bölümünü oluşturur. Ayrıca haber yapılmak üzere seçilen olaylar, gerçek dünyadaki şekliyle aktarılmaz; özetlenerek,

normatif haber yazım kurallarına göre yazılarak ve gazeteci tarafından dolayım olarak yeni bir biçim alır. Haberin seçimini belirleyen rutin gazetecilik işlemi, haber yapılacak olayı diğerlerinden ayıran bazı haber değeri ölçütleri doğurur. İkinci aşama ise haberin yapılandırılmasıdır. Gerçek dünyadaki olaylar, öncelikle özetlenir. Bu özetleme, haberin dayandığı olayın önemli, ilginç ve anlamlı bölümlerinin öne çıkarılması işlemidir. Olayın haber şeklinde yapılandırılması sırasında ikinci aşama, basitleştirme işlemidir. Gazeteci, ele aldığı olayı okuyucusunun, dinleyicisinin ya da izleyicisinin anlayabileceği bir düzeyde yeniden anlatır. Haberin seçimi ve yapılandırılması işlemi, olayın

* Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nce kabul edilen doktora tez özeti

** Öğr. Gör. Dr., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi

özellikleri, kitle iletişim kurumunun yaklaşımı, hedef kitlenin düzeyi, gazetecinin benimsediği meslek normları, kişisel ve kurumsal yargılar gibi pek çok faktörün etkisiyle şekillenir. Haber üretim süreci olarak adlandırılan bu seçme ve yapılandırma işlemi, kitle iletişim araştırmalarının ilk yıllarından başlayarak temel bir inceleme konusu olmuştur. İlk araştırmalar haberle gerçeğin birebir örtüşmediğini ortaya koyarken, sonraki dönemde haber üretimi eşik bekliliği modeliyle açıklanmaya çalışılmıştır. Bu yöndeki ilk çalışmalar, haberin büyük oranda editörün kişisel tercihleriyle şekillendiğini ortaya koymuş ancak izleyen araştırmalar, kurumsal önceliklerin ve meslek rutinlerinin haber üretiminde kişisel tercihlere oranla daha belirleyici olduğunu ortaya çıkarmıştır.

Erken dönemdeki haber üretimi araştırmaları günümüzde yerini üç temel yaklaşıma bırakmıştır. Çoğulcu araştırma geleneği içindeki haber üretimi araştırmaları haber örgütlerinin yapısı, kaynaklarla ilişkiler, meslek rutinlerinin baskısı gibi konularda yoğunlaşmıştır. Eleştirel gelenek içerisindeki haber üretimi araştırmaları ise temelde, haberin yönetici güçlerin egemenliğini sağlamlaştırmak ve pekiştirmek amacıyla seçilip yapılandırıldığını öne sürmüştür. Haber üretiminde üçüncü yaklaşım ise, fenomenolojist yaklaşımdır. Fenomenolojistler, haber üretiminin bilinçli bir çarpıtma amacı taşımadığını ancak toplumdaki temel kabul görmüş yargı ve değerlerin çoğu zaman iyi niyetli olarak haberin seçimi ve yapılandırılmasında etkili olduğunu savunmaktadırlar.

Televizyon haberlerinin nasıl seçildiği ve ne şekilde yapılandırıldığı da haber üretimi araştırmalarının bir alt dilimidir. 1948'de ABD'de başlayan televizyon haberciliği haber toplama ve yayma tekniklerindeki gelişimlere paralel olarak çok yaygın bir düzeye gelmiştir. Televizyon günümüzde haberin iletildiği temel kitle iletişim aracı durumundadır. Ancak, bu kitle iletişim aracının doğası, teknik özellikleri, yaygınlığı, kâr amaçlı oluşu, eğlence önceliği taşıması gibi bazı temel özellikler, televizyon için haber seçimi ve yapılandırılmasında farklı ölçütler doğurmuştur.

Bu araştırmanın temel problemi, televizyondaki haber üretimi sürecinin geleneksel süreçten ne ölçüde farklı olduğunu saptamaktır. Televizyon için haber seçiminde hangi haber değerleri etkili olmakta ve seçilen haberler hangi ölçütlere göre yapılandırılmaktadır? Televizyon haberi üretim sürecini geleneksel haber üretimi sürecindeki ölçütlerle açıklamak mümkün müdür? Yoksa, televizyona özgü ölçütlerin belirleyiciliği daha mı fazladır?

Çalışmanın amacı, özel televizyonlarda haberin hangi ölçütlere göre seçildiğini ve yapılandırıldığını belirlemektir. Bu amacı gerçekleştirmek için aşağıdaki soruların cevapları aranmıştır:

a- Geleneksel haber değeri ölçütleri, tematik haber kanallarının ve tecimsel özel televizyonların haber seçimini ne ölçüde açıklayabilmektedir?

b- Televizyonun yapısından ve doğasından kaynaklanan haber değerleri, tematik haber kanallarının ve tecimsel özel televizyonların haber üretiminde ne oranda etkilidir?

Toplanan verilerin değerlendirilmesiyle özel televizyon haberciliğinde geçerli olan haber değerleri hakkında önemli bulgular elde edilmesi amaçlanmıştır. İçerik analiziyle elde edilen bulguların, televizyonlarda haber seçimi ve üretimi süreciyle ilgili eleştirilere temel oluşturacağı umulmaktadır. Ayrıca bu araştırma ile Türkiye'de yayın yapan özel televizyonların niteliklerine ilişkin önemli saptamalar yapılmıştır. Bu saptama, tematik haber kanalları ile tecimsel özel televizyonların haber seçimindeki farkları da ortaya çıkarmaktadır. Araştırmanın sonuçları özel televizyon haberciliğiyle ilgili eleştirilerde genellikle göz ardı edilen, tematik/tecimsel ayrımını belirginleştirecektir. Araştırmanın temel sorusundan hareketle üretilen temel varsayımlar şu şekildedir:

Gazete ve televizyon; teknik özellikleri, doğası, hedef kitlesinin özellikleri, tecimsel amacı, yaygınlığı ve işlevi bakımından farklı iki kitle iletişim aracıdır. Buna bağlı olarak, gazeteler ve televizyonlar için kullanılan haber değeri ölçütleri farklıdır. Televizyonun anında haber verme, görüntüye bağımlılık gibi teknolojik farklılıkları; ilgiyi sürekli tutmak, izleyicinin kanal değiştirmesini önlemek, kârı azamileştirme endişesi gibi özel televizyonculuğa ilişkin özellikler haber seçimi ve yapılandırılmasında yeni ölçütler getirmiştir.

Televizyonlarla yazılı basın arasında haber değeri yaklaşımı bakımından farklar bulunduğu gibi, özel televizyonlar arasında da farklar vardır. Tematik haber kanallarının haber değeri ölçütleri ile genel kitleye hitap eden ve yüksek izlenme oranını hedefleyen tecimsel televizyonların haber seçimi ve yapılandırması farklı şekilde gerçekleşmektedir. Çalışma, Türkiye’de yayın yapan ulusal özel televizyon haberlerini kapsamaktadır. Kamu televizyonlarında haber seçimi ve yapılandırılması süreci, profesyonel ve mesleki normlar yerine bir takım yasa ve yönetmeliklerle belirlenmektedir. Kamu televizyonlarının haber üretim sürecinin incelenmesiyle, araştırmanın amacına uygun, anlamlı bulgular elde edilemeyeceğinden, bu televizyonlar kapsam dışında tutulmuştur. Ayrıca, yerel/bölgesel kanallar ile Türkiye’ye yönelik sınır ötesi yayınlar ve Türkiye’den başka ülkelere yapılan sınır ötesi yayınlar çalışmanın kapsamı dışında bırakılmıştır.

1. Haber Üretimi Araştırmaları

Haberle ilgili ilk kuramsal çalışma Lippmann tarafından yapılmıştır. Lippmann, 1922’de yayınlanan “Public Opinion” adlı kitabında 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. Çoğulcu akıma mensup araştırmacılar ilk dönem araştırmalarda, haber seçiminin editörlerin kişisel tercihlerine göre belirlendiği varsayımından hareket etmiştir. 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 incelemiş ve 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. 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.

Kurumun belirleyiciliği üzerine gelişen haber araştırmalarında, haber seçimi süreci örgüt sosyolojisine dayanan görüşlerle açıklanmaya çalışılmıştır. Haberler gazetecinin içinde çalıştığı örgütün istek ve yargılarına göre seçilmektedir. Gazeteler yeni eleman alırken kendi görüşlerine paralel olanı seçmekte, gazeteciler de zaten kendi görüşlerine uymayan kurumlardan uzak durmaktadırlar. Diğer yandan gazeteci bir kurumda çalışmaya başladıktan sonra o kurumun politikalarına uyum sağlamaktadır. Yapılan günlük toplantılar, editörlerin yönlendirmeleri, yazılan haberlere uygulanan düzeltme işlemleri bu uyumu pekiştirmektedir. Bu yaklaşım haber seçimi ve üretiminde örgütü 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 belirleyen Breed (1997: 281) gazetecilerin meslektaşlarından, sosyal ve profesyonel ideallerinden, haber bürosundaki grubun düzeyinden ve ödüllerden 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 çoğulcu akıma mensup araştırmacılar haberin, medyanın bürokratik yapısı ile haber kaynağı bürokrasilerin sürekli etkileşimi sonucu oluştuğunu savunurlar (Tuchman 1978, Fishman 1990, Molotch ve Lester 1981). Bu yaklaşım haberin olaylar içinden tesadüfen seçilmediğini, haberin kullanılan yöntemlerin sonucu olarak ve haber bürokrasisinin işleyişi içinde “yapıldığını” ileri sürmektedir. Türkiye’de yayınlanan dört gazete üzerine yapılan bir çalışmada

da, (İnal 1992) haberin haber üretimi pratiği içinde, haber kaynaklarının ve örgütsel kontrolün etkisiyle şekillenen bir söylem olduğu belirlenmiştir.

Eleştirel yaklaşımla yapılan haber üretimi araştırmalarının temelini haberin seçimi ve sunumunda egemen ideolojinin nasıl ve ne şekilde yansıtıldığı sorusu oluşturur. Özellikle Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi'nin (Hall 1981, Hall ve ark. 1981) yaptığı araştırmalar, ekonomi politik yaklaşımın 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 ve ark. 1986) ortaya koymayı amaçlar.

Haber üretimi araştırmalarındaki üçüncü ve yeni yönelim ise haberin, toplumsal ve kültürel sembollerin etkisiyle seçilip yapılandırıldığını öne süren fenomenolojist görüştür. Bu görüş 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, Rakow ve Kranitch 1991).

Çağdaş haber üretimi araştırmaları sonuç olarak medyanın toplumsal gerçekliği kıldığı (refract) ve yeniden kurduğu (construct) (İnal 1996: 115), böylelikle haberin olayın ya da olgunun gerçekliğinden ayrılarak yeni bir olguya dönüştüğü görüşünde birleşmektedir (İnal 1997). Pek çok araştırma, "Haber olan bir olay değil, birilerinin olduğunu söylediği şeydir" (Manoff ve Schudson 1986: 15) tanımında olduğu gibi haberin

gazeteciler tarafından yapıldığını saptamaktadır.

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 önemi değerlendirilmekte, 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). Gazetecilerin haber yaparken olaya ait gerçekliği bozduğunu Östgaard (1965) tarafından da saptanmıştır.

2. Televizyon Haberine İlişkin Araştırmalar

Ele alınan bu sınıflamalara giren araştırmalar, çeşitli haber kuruluşlarını kapsamakla birlikte ağırlıklı olarak gazetelerin haber üretimini ele alarak yapılmıştır. Oysa 1950'lerde başlayan ve hızlı bir teknik gelişim süreci sonunda 1990'larda temel haber mediumu haline gelen televizyonda haber üretimi süreci farklılıklar göstermektedir. Televizyona özgü bazı farklı haber değerleri bulunduğu geçmişteki bazı araştırmalarda da ortaya çıkmıştır. Buckalew (1969), 12 televizyon editörünün haberleri hangi ölçütlere göre seçtiğini araştırdığı çalışmasında televizyon editörlerinin; normallik, önemlilik, yakınlık, zamanlılık gibi geleneksel ölçütler yanında özellikle görsel kullanıma uygunluk değerini taşıyan haberleri seçtiklerini belirlemiştir.

Günümüzde giderek yaygınlaşan ve teknolojisi gelişen televizyonda farklı haber değerleri bulunduğu açıktır. Bu yeni değerler televizyonun teknik özellikleri, doğası, yaygınlığı, kâr kaygısının birincil sorun oluşu gibi sebeplerden kaynaklanmaktadır. Haber üretim sürecinin ana ilkeleri televizyon için de aynı olmakla birlikte, uygulamada farklı haber seçimi öncelikleri ve sunum sırasında farklı yöntemler ortaya çıkmaktadır. Televizyonun görüntüye bağımlı oluşu ve görüntünün gücünü kullanabilmesi, sözlü anlatıma dayanması, özet ve yüzeysel habercilik yapmayı

zorunlu kılması, canlı yayın yeteneği, eğlence ve gösteri önceliğinin belirleyiciliği, izlenme oranı ve kâr kaygısı, fiction türsel özelliklerin haber üretimi ve sunumu sürecinde etkili olması (Ramonet 2000, Bourdieu 1997, Iyengar 1997, Postman 1994; 2001, Hackett 1999, Kaya 2001, Ellis 1999, Hartley 1989, Fiske 1987, Postman ve Powers 1992, Parsa 1993, İnal 2001) gibi faktörler televizyon için haber üretiminde yeni haber değerleri ortaya çıkarmıştır.

Türkiye’de televizyon haber üretimi üzerine yapılan sınırlı sayıdaki araştırmada, kuramsal yaklaşımları destekleyecek nitelikte sonuçlara ulaşılmıştır. TRT haberlerini ele alan çalışmalar, kamu televizyonunda haberlerin iktidar yanlısı bir bakış açısıyla seçildiğini, politika ve protokol haberlerine daha fazla yer verildiğini ortaya koymuştur. TRT, haber seçerken ve yapılandırırken kamu yararındaki çok iktidarın yararını gözetmektedir (Kars 1996, Öztürk 1996, Gürsoy 2000).

Özel televizyonlarla birlikte Türk televizyonculuğunda haber seçiminin ve sunumunun yeni ölçütlere göre yapılmaya başlandığı da araştırmalarla saptanmıştır. Özel televizyon döneminde haberler içerik, üslup ve seçim ölçütleri bakımından yeni bir boyut kazanmıştır. Bu televizyonların kâr amaçlı oluşu, eğlence ağırlıklı ve sansasyonel haberciliği doğurmuştur. Haberler daha kolay izlenebilmeleri için kurgusal televizyon programlarına benzer bir şekilde yapılandırılmakta ve sunulmaktadır. Olaylar habere dönüştürülürken klipeleştirilmekte, haber üslubunda örnek alınan Amerikan televizyonlarındakine benzer şekilde öykü anlatımı tarzı benimsenmektedir. Haber konularının önemli bir bölümü magazin olaylar arasından seçilmekte ve uzun kurgularla aktarılmaktadır. Önemsiz olaylar ağırlık kazanmakta, düzensizlik, yanlışlık, duygu sömürüsü, kışkırtıcılık, bireyselleştirme gibi ABD televizyonculuğuna özgü yaklaşımlar öne çıkmaktadır (Kars 1996, Öztürk 1996, Ergül 2000, Erdoğan ve Alemdar 2001).

3. Uygulama

Çalışmanın uygulama bölümünde NTV, ATV ve SHOW TV kanallarından kaydedi-

len haber bültenleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiş ve elde edilen veriler değerlendirilmiştir.

3.1. Yöntem

Haber metni çözümlemelerinde yaygın olarak kullanılan üç yöntem bulunmaktadır. Çoğulcu yaklaşımın bir yöntem olarak benimsediği içerik analizi, eleştirel yaklaşımın benimsediği söylem analizi ve gösterebilimsel çözümleme, çalışmaların amacına göre yöntem olarak kullanılabilir. İçerik analizi nicel araştırmalar için en uygun yöntemdir (İrvan, 2000: 73-74).

İçerik analizi iletişimin görünen içeriğinin, nesnel ve sistemli bir şekilde belirlenmesi için geliştirilmiş bir yöntemdir. Bu yöntem amaca uygun bilgilerin sayısının belirlenmesini sağlar (Berger 1996:104). Önemli bir nokta da içerik analizinin iletişimin yazılı/açık, manifest içeriğine uygulanmasıdır. Gizli anlamlar, amaçlar yerine görünen apaçık olan anlamlar ve söylemler değerlendirilmeye alınmaktadır (Gökçe 1995:16-18).

İçerik analizi her ne kadar eleştirel yaklaşımın tarafından sadece sıklıkların, tekrarların sayılması yöntemi olduğu için eleştirilse de (İnal 1996: 79), nicel belirlemeler yapmayı amaçlayan araştırmalarda başvurulabilecek en uygun yöntem olduğu bir gerçektir. Büyük ölçekli çalışmalarda en iyi sonucu verdiği için Anenberg İletişim Okulu’nda Gerbner’in gözetiminde devamlı olarak yürütülen televizyonla ilgili çalışmalarda da içerik analizi kullanılmaktadır (Parsa 1994: 127).

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni özel televizyon haberciliğidir. Örneklem ise Türkiye’de ulusal yayın yapan üç özel televizyonun ana haber bültenlerinden oluşmaktadır. Bu televizyonlardan ilki olan NTV, tematik haber kanalı olduğu için seçilmiştir. İkinci kanal ise ATV’dir. Genel kitlelere hitap etmeyi amaçlayan, haber yayıncılığı yanında, fiction türde birçok yapıma yer veren ve izlenme oranı rekabetinde üst sıralarda bulunmayı amaçlayan ATV, bu özellikleri sebebiyle örnekleme dahil edilmiştir. Üçüncü kanal olan SHOW TV ise haberin televizyonda eğlenceye dönüşmesi, magazinleşmesi yönündeki kuramsal eleştirilerin sınanması amacıyla örnekleme alınmıştır.

3.3. Verilerin Toplanması

Verilerin, birbirini takip eden iki ayrı yılın aynı döneminde toplanmasıyla televizyonların haber seçimindeki genel değerlerin belirlenmesinin sağlanabileceği düşünülmüş bu nedenle 2001 ve 2002 yıllarının 15 Mart-15 Nisan dönemi yargısal olarak seçilmiştir. İncelenen veriler üç televizyon kanalının ana haber bültenlerinin kaydedilmesi yoluyla elde edilmiştir. Araştırma süresince NTV'den 2001 yılında saat 20.00'de yayınlanan haber bülteni kaydedilmiş ve çözümlenmiştir. NTV gün boyunca sürekli haber yayınlamakla birlikte 2001 yılında saat 20.00'de daha geniş bir haber bülteni hazırlamıştır. Ancak 2002 yılının aynı döneminde 20.00 haber bülteni yayınlanmamış, bunun yerine saat 17.00'de başlayan ve 20.00'ye kadar devam eden bir haber kuşağına yer verilmiştir. 2002'deki haber kayıtları, bu kuşağın başlangıcında (saat 17.00'de) verilen haber bültenindeki haberlerden oluşmuştur. NTV'de hafta içi bültenlere ayrılan süre yaklaşık 30 dakika olurken, hafta sonu bu süre çok daha kısalmaktadır. NTV'den kaydedilen ve incelenen toplam haber sayısı 721'dir. Örneklemeye dahil edilen ikinci televizyon kanalı olan ATV'den 2001 ve 2002 yıllarında 1117 adet haber kaydedilmiştir. ATV, bültenlerinde diğer kanallardan daha fazla sayıda habere yer verdiği için toplam haber sayısı da fazla çıkmıştır. İncelenen süre içinde ATV ana haber bültenleri saat 19.30'da başlamıştır. Bültenlerin uzunluğu hafta içi ve hafta sonu farklı olmakla birlikte 45 dakika ile 60 dakika arasında değişmektedir. İncelenen 2001 ve 2002 yıllarında saat 20.00'de yayınlanan SHOW TV ana haber bültenleri kaydedilmiştir. SHOW TV süre olarak 60 dakikayı bulan hatta kimi günler aşan bir haber bülteni formatı benimsemiştir. Ancak bültenlerde yer alan haber sayısı az, her bir habere ayrılan süre uzundur. Bu formatın sonucu olarak SHOW TV'den araştırma süresi içinde kaydedilen toplam haber sayısı 624'te kalmıştır.

3.4. Verilerin Çözümü

Araştırma süresi içinde NTV'den 721, ATV'den 1117 ve SHOW TV'den 624 adet olmak üzere toplam 2462 adet haber kayde-

dilmiştir. Haber kayıtları deşifre edilip yazıya dökülmüş; sıra, süre, kaynak gibi biçimsel özellikleri yanında, televizyon haberciliğinin özelliğine ilişkin; görüntünün gücü, canlı olup olmadığı, duygulara hitap edebilme, eğlence ve show niteliği taşıma gibi ölçütler not edilmiştir. Kodlama formlarına işlenen veriler bilgisayar ortamında Excel programında yazılan formüllere göre değerlendirilmiştir.

3.5. Verilerin Yorumlanması

Araştırmanın birinci varsayımını sınamak için haberlerin haberlerin Galtung ve Ruge'un haber değeri modeline göre taşıdığı haber değerlerini belirlenmiştir. Galtung ve Ruge'un 1965 yılında geliştirdiği ve sonraki dönemde birçok ampirik araştırma ile sınanan (McQuail 1997: 205, Harcup ve O'Neill 2001) haber değeri modelinin özel televizyon haberlerini ne ölçüde açıklayabildiği bu tablolar ile belirlenmiştir. Bu değişkeni ölçmek amacıyla, Galtung ve Ruge'un (1981) belirlediği 12 haber değeri; ritm (frequency), eşik (threshold), şüphesizlik (unambiguity), anlamlılık (meaningfulness), uyumluluk (consonance), beklenmediklik (unexpectedness), devamlılık (continuity), düzenleme (composition), seçkin uluslarla bağlantılılık (reference to elite nations), seçkin kişilerle bağlantılılık (reference to elite people), insanlarla bağlantılılık (reference to persons) ve negatif bir şeylerle bağlantılılık (reference to something negative), gösterge olarak kullanılmıştır.

İkinci tablo, haberlerde televizyon haberciliğinin yapısından kaynaklanan haber değerlerinin ne ölçüde etkili olduğunu göstermektedir. Televizyon haberciliğine ait özelliklerin önemlileri burada gösterge olarak kullanılmıştır. Bunların başında "görüntünün gücü" gelmektedir. Bu özellik çağdaş televizyon haberciliğinde çoğu zaman diğer haber değerlerinin önüne geçebildiği için deneysel olarak test edilmesi uygun bulunmuştur.

"Olayın canlı yayınlanmaya uygunluğu" da benzer bir şekilde çağdaş televizyon haberciliğinin normatif dayatmalarından biridir. Gelişen teknolojilerin sonucu olarak bugün televizyon haberciliği mümkün olduğunca canlı olarak gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır. Bu özellik kimi zaman geleneksel ölçütlere göre haber değeri taşımayan olayların, sırf canlı yayınlanmaya uygun olduğu için bültenlere girmesine yol açabilmektedir.

Ayrıca canlı yayın, gazetecinin olayı anlama ve algılama sürecini sınırladığı için televizyon haberciliğinde yanlış bilgi aktarımına yol açması bakımından da bir sorun oluşturmaktadır. “Eğlence ve show niteliği taşıma” değeri de günümüz tecimsel televizyonculuğunun hem en önemli haber değerlerinden biri, hem de habercilik açısından başta gelen sorun noktasını oluşturmaktadır. Araştırmada, özel televizyon haberciliğinde eğlence ve show niteliği taşıdığı için seçilmiş haberlerin oransal olarak belirlenmesi amaçlanmıştır.

Televizyon haberciliğinin özelliğinden kaynaklanan haber değerleri değişkeninin son göstergesi “duygulara hitap edebilme” özelliğidir. Televizyonun gerek doğası gerekse temelde bir eğlence aracı şeklinde gelişmiş olması ve kurgusal tarzdaki ürünlerle haberin aynı yayın akışında sunulmakta oluşu, izleyicinin haberlerde diğer televizyon programlarının özelliklerini görmek istemesi sonucunu doğurmuştur. Dolayısıyla televizyon haberleri; diziler, televizyon filmleri gibi diğer kurgusal türlerin özellikleri taşımakta; haber seçimi, kurgusu ve sunumu kurgusal etkiler içermektedir.

3.5.1. Haberlerin Galtung Ve Ruge’un Modeline Göre Taşıdığı Haber Değerleri Tablosuna İlişkin Değerlendirme

İçerik analizi sonunda NTV ve ATV haberlerinin tamamının “ritim”, “eşik” ve “şüphesizlik” ölçütünü taşıdığı belirlenmiştir. SHOW TV’de ise 624 haberin 467’sinde (yüzde 74.8) “ritim” ve “eşik”, 466’sında (yüzde 74.7) ise “şüphesizlik” ölçütü bulunmuştur.

İncelemede NTV’de yayınlanan 721 haberin 702’sinde (yüzde 97.36) “anlamlılık” ölçütü tespit edilmiştir. ATV’de 1117 haberin 865’inde (yüzde 77.4), SHOW TV’de ise 624 haberin 184’ünde (yüzde 29.5) Galtung ve Ruge’un “anlamlılık” ölçütü saptanmıştır.

“Uyumluluk” haber değeri NTV’de 268 haberde (yüzde 37.17) belirlenmiştir. Uyumluluk, ATV’de 187 (yüzde 16.7), SHOW TV’de ise 68 (yüzde 10.9) haberde söz konusudur. Bu sonuçlar, NTV’nin med-

ya alıcılarının beklentilerine daha iyi cevap verdiğini, kamuoyunun gerçek gündemini yakaladığını göstermektedir. ATV ve SHOW TV ise kamuoyunun beklentilerini karşılamak yerine bültenlerini kendi gündemlerine göre hazırlamışlardır.

Altıncı haber değeri olan “beklenmedik olma durumu” NTV haberlerinin 74’ünde (yüzde 10.26), ATV haberlerinin 112’sinde (yüzde 10), SHOW TV haberlerinin 35’inde (yüzde 5.61) beklenmediklik ölçütü ortaya çıkmıştır. Galtung ve Ruge’a göre önemli bir ölçüt olan bu haber değerinin her üç kanal için de çok belirleyici olmadığı görülmektedir.

Yedinci haber değeri olan “devamlılık” NTV’de 85 (yüzde 11.79), ATV’de 68 (yüzde 6.09) SHOW TV’de 24’tür (yüzde 3.85). NTV’nin diğer iki kanala göre “devamlılık” ilkesine daha fazla uyduğu görülse de, oranlar bu haber değerinin çok belirleyici olmadığını ortaya koymaktadır. Sekizinci haber değeri olan “düzenleme” amacıyla seçilmiş olan haber sayısı NTV’de 63 (yüzde 8.73), ATV’de 32 (yüzde 2.86), SHOW TV’de ise 3’tür (yüzde 0.27). Bu haber değerinin de televizyonların bültenlerini oluştururken çok fazla belirleyici olmadığı görülmektedir.

Galtung ve Ruge’un, gelişmiş kuzey ülkelerinde geçerli olduğunu belirttikleri son dört haber değerinin ilki “seçkin uluslarla bağlantılık”tır. Bu ilkeye göre seçilmiş haberlerin sayısı ve oranı NTV’de 56 (yüzde 7.76), ATV’de 18 (yüzde 1.61) SHOW TV’de 2’dir (yüzde 0.32). İçerik analizi sonuçları göstermektedir ki, gerek tematik haber kanalı olan NTV’nin, gerekse tecimsel televizyonlar olan ATV ve SHOW TV’nin, sadece seçkin uluslarla bağlantılı olduğu için olayları haber yapma oranı çok yüksek değildir.

“Seçkin kişilerle bağlantılık” haber değeri açısından bakıldığında NTV’de 66 (yüzde 9.15), ATV’de 207 (yüzde 18.5) ve SHOW TV’de 234 (yüzde 37.5) haberin bu haber değerini taşıdığı görülmektedir. Sonuçta, magazin ağırlıklı haberler yayınlayan tecimsel özel kanallarda “seçkin kişilerle bağlantılık” haber değerinin belirleyici olduğu söylenebilir.

“İnsanlarla bağlantılık” haber değerinin NTV’de 59 (yüzde 8.16), ATV’de 194 (yüzde 17.4), SHOW TV’de ise 86 (yüzde 13.8) haberde “kişileştirme” etkisi görülmektedir. Olayları kişiler

üzerinden anlatma anlamına gelen insanlarla bağlantılılık haber değerinin tecimsel kanallarda, tematik haber kanalı olan NTV'ye göre daha belirleyici olduğu görülmektedir.

Galtung ve Ruge'un son haber değeri ilkesi olan "negatif bağlantı" NTV'nin 182 (yüzde 25.24) haberinde, ATV'nin 232 (yüzde 20.8) haberinde, SHOW TV'nin 103 (yüzde 16.5) haberinde belirleyici olmuştur. Galtung ve Ruge'un haber değeri ölçütleri içinde ilk üç temel ölçüt bir kenara bırakılırsa, televizyon için en fazla geçerli olan ölçütlerden birinin "negatif bağlantı" olduğu söylenebilir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, Galtung ve Ruge'un haber değeri ölçütlerinden bir çoğunun televizyon haberleri açısından açıklayıcı olmadığı görülmektedir. Görece yüksek olan haber değeri unsurları "anlamlılık" ve "negatif bağlantı"dır. Ayrıca NTV için "uyumluluk", SHOW TV için "seçkin kişilerle bağlantı" önemli haber değerleri olarak belirlenmiştir. Ancak Galtung ve Ruge'un önemli haber değerleri olarak altını çizdikleri "beklenmediklik", "düzenleme", "seçkin uluslarla bağlantılılık" gibi ölçütlerin televizyon haberinin seçiminde düşük oranda etkili olduğu görülmektedir.

Kanallar	NTV		ATV		SHOW TV	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Haber Değerleri						
Ritm	721	100	1117	100	467	74,8
Eşik	721	100	1117	100	467	74,8
Şüphesizlik	721	100	1117	100	466	74,7
Anlamlılık	702	97,36	865	77,4	184	29,5
Uyumluluk	268	37,17	187	16,7	68	10,9
Beklenmediklik	74	10,26	112	10	35	5,61
Devamlılık	85	11,79	68	6,09	24	3,85
Düzenleme	63	8,73	32	2,86	3	0,27
Seçkin Uluslarla Bağlantılılık	56	7,76	18	1,63	2	0,32
Seçkin kişilerle Bağlantılılık	66	9,15	207	18,5	234	37,5
İnsanlarla Bağlantılılık	59	8,18	194	17,4	86	13,8
Negatiflik	182	25,24	232	20,80	103	16,50

Tablo 1: Haberlerin Galtung ve Ruge'un Modeline Göre Taşıdığı Haber Değerleri

3.5.2. Televizyonun Yapısından Kaynaklanan Haber Değerlerine İlişkin Değerlendirme

Televizyonun yapısından kaynaklanan haber değerleri tablosuna göre, NTV'de "görüntü-

nün gücü"nden dolayı seçilmiş haberlerin sayısının 8 (yüzde 1.11) olduğu görülmektedir. Bu sayı ATV'de 283 (yüzde 25.34), SHOW TV'de 160 (yüzde 25.64) olarak belirlenmiştir. Bu veriler ışığında, haber kanalı olan NTV'nin haberleri görüntüsünün gücüne göre seçmediği ortadadır.

Ancak tecimsel televizyonlar olan ATV ve SHOW TV'nin haberlerinde yüzde 25'i aşan

bir oranda görüntünün gücü belirleyicidir.

Haber Değeri	Görüntünün Gücü		Canlı Yayınlanmaya Uygunluk		Eğlence ve Show Niteliği Taşıma		Duygulara Hitap Edebilme		TOPLAM	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
NTV	8	1,11	6	0,832	0	0	0	0	14	1,942
ATV	283	25,34	19	1,701	99	8,863	100	8,953	501	44,85
SHOW TV	160	25,64	7	1,122	98	15,71	93	14,9	358	57,37

Tablo 2: Televizyonun Yapısından Kaynaklanan Haber Değerleri

Tecimsel televizyonlar, yüksek izleyici oranı amacına uygun olarak, izleyiciye çekici gelecek türde haberleri seçmektedir. Görüntü, televizyon haberinin en çekici yönlerinden biridir. İzleyiciler, hareketli görüntüsü bulunan, klip tarzında kurgulanmış haberleri izlemekten hoşlanırlar. Ancak bu haber değeri, kimi zaman aslında haber değeri taşımayan, sadece görüntüsünün çekiciliği nedeniyle seçilmiş haberlerin bültenlerde geniş yer tutmasına yol açabilmektedir. Bu bulgular, televizyonda haberin gösteriye dönüştüğü yönündeki eleştirileri ve insanların haberin gösterisini tükettiği, anlamını ise iade (Baudrillard 1991) ettiği yönündeki postmodern yaklaşımı destekler niteliktedir.

İçerik analizi sonuçlarına göre “canlı yayınlanmaya uygun” olduğu için haber yapılan olayların sayısı NTV’de 6 (yüzde 0.83), ATV’de 19 (yüzde 1.70), SHOW TV’de 7 (yüzde 1.12) olarak belirlenmiştir. İncelenen kanalların, bazı olayları, aslında haber değeri taşımadığı halde, sadece canlı yayınlanmaya uygun olduğu için seçmediği, böyle bir haber değerinin etkili olmadığı açıktır. Elde edilen veriler, özel televizyonlarda canlı yayın formunun abartılı bir şekilde ve gerekmediği halde kullanıldığı iddiasını destekleyecek uygunlukta değildir.

“Eğlence ve show niteliği taşıma” için seçilmiş haberlerin NTV’de bulunmadığı be-

lirlenmiştir. ATV’de 99 (yüzde 8.86), SHOW TV’de 98 (yüzde 15.71) haber “infotainment” özelliği taşımaktadır. Bu sonuçlar haberin televizyonda eğlenceye dönüştüğü eleştirisinin tematik haber kanalları açısından hiçbir geçerliliği bulunmadığını göstermektedir. İncelenen iki tecimsel televizyon arasında da “infotainment” türü haberciliğin oranları çok farklıdır. Elde edilen verilere göre, eğlence ve show niteliğinin tüm televizyonlarda belirleyici olduğu söylenemez. Bu tür haberciliğin, magazin el bir yayın anlayışı belirleyen televizyonlarda etkili olduğunu belirtmek daha doğru olacaktır.

Duygulara hitap edebilme özelliği açısından seçilen haberlere bakıldığında da tematik kanallar ile tecimsel kanallar arasında önemli bir fark görülmektedir. NTV’de duygulara hitap edebildiği için seçilmiş hiçbir habere bulunmazken, ATV’de 100 (yüzde 8.95), SHOW TV’de 93 (yüzde 14.9) haberde bu haber değerinin etkili olduğu belirlenmiştir. Televizyon haberciliğinde duygulara hitap edebilme özelliğinin, tematik kanallarda bir seçim ölçütü olarak kullanılmadığı, tecimsel kanallarda ise kanalın yaklaşımına göre belli oranlarda etkili olduğu görülmektedir.

SONUÇ

Araştırmanın sonunda, gazete ve televizyonlar için kullanılan haber değeri ölçütlerinin farklı olduğu varsayımı doğrulanmıştır. Tematik ve tecimsel kanallardan farklı bulgular elde edilmiş olmakla birlikte, geleneksel haber değeri ölçütle-

rinin televizyon haberciliğini kısmî olarak açıklayabildiği ortaya çıkmıştır. Tematik televizyonlar ile tecimsel televizyonlar arasında haber değeri yaklaşımının farklı olduğu yönündeki varsayım da doğrulanmıştır.

Elde edilen sonuçlara, kuramsal çerçeveden bakıldığında, incelenen üç özel televizyon kanalına ilişkin şu değerlendirmeler yapılabilir: NTV; ciddi ekonomik, politik, askeri ve toplumsal konuları ele almakta ve böylelikle NTV izleyenler, kendi hayatlarına etkisi olacak, anlamlı ve önemli olaylardan haberdar olabilmektedirler. Bu sonuç, televizyonun doğası gereği iyi bir haber aracı olmadığı yönündeki kuramsal eleştirileri geçersiz kılmaktadır. Haberin ciddiyetten uzaklaşması, eğlenceye ve gösteriye dönüşmesi, televizyonun doğasından kaynaklanmamakta, haberin içeriği ve niteliği konusunda bu aracı kullanarak haber iletenlerin yaklaşımları belirleyici olmaktadır.

Araştırmada, televizyonun yapısından kaynaklanan haber değerlerinin televizyon haberciliğinde yeni ölçütler getirdiği varsayılmıştır. Ancak, bu varsayım tecimsel kanallar için doğrulanırken NTV için doğrulanmamıştır. Kuramsal eleştirilerde televizyon haberciliğiyle ilgili sorun olarak değerlendirilen bu özelliklerin NTV’de bulunmaması, kanal açısından olumlu bir bulgudur. Fakat, aynı bulgu NTV’nin haber seçim ölçütlerinin hem geleneksel haber değerleriyle hem de televizyonun yapısından kaynaklanan haber değerleriyle tam olarak açıklanamadığını da göstermektedir. Bu açıdan, tematik haber kanallarının haber üretimi süreci, kuramsal ve uygulamalı olarak inceleme alanı olmaya devam edecektir. Yeni araştırmalarda, tematik haber kanallarının tecimsel kanallardan ayrı değerlendirilmesi ve genel anlamda “televizyon haber üretim süreci” yerine “tematik haber kanallarının haber üretim süreci”nin ayrıca incelenmesi gerekmektedir.

Araştırmada örneklem olarak alınan iki tecimsel kanalla ilgili bulgular birbirlerine paraleldir. Oranlar farklı olsa da, her iki kanalla ilgili bulgular, tecimsel kanallarla ilgili yaklaşımları doğrular niteliktedir. Televizyon haberciliğine ilişkin eleştirilerde

öne çıkan önemli noktalardan biri, televizyonun temelde bir eğlence aracı olduğu, insanların televizyonu eğlenmek için izledikleri iddiasıdır. Bu yaklaşıma göre insanlar, gün boyu eğlendirmeye yönelik kurgusal ürünler yayımlayan televizyon kanallarından, haber bültenlerinde de aynı yaklaşımı beklemektedirler. Temel ölçü izlenme oranı olduğu için kanallar izleyicinin bu isteğine göre davranmakta, sonuçta da haber bültenleri gerek içerik gerekse sunum bakımından, diğer kurgusal televizyon türlerine benzemektedir.

Diğer yandan, tecimsel kanallarda televizyon yapısından kaynaklanan haber değerleri NTV’ye göre çok daha fazla belirleyicidir. Görüntünün gücü, her iki kanalda da haber seçimindeki en önemli ölçütlerden biridir. “Eğlence ve show niteliği taşıma” ve duygulara hitap edebilme” ölçütü de her iki kanalda haber seçiminde etkili olmaktadır. Bu bulgular, tecimsel kanallar ile tematik kanalların çok ayrı seçim ölçütleri olduğunu göstermektedir.

Araştırmanın sonuçlarına genel olarak bakıldığında elde edilen en önemli bulgunun, “özel televizyonların hepsinin aynı kategoride değerlendirilemeyeceği” olduğu söylenebilir. Tematik haber kanalları ile tecimsel özel televizyonlar, haber seçimleri, yapılandırmaları ve sunumları bakımından çok farklıdır. Bu araştırma göstermiştir ki, “televizyon”un bir araç olarak haber için uygun olduğu veya olmadığı söylenemez. Televizyonun haber iletme aracı olarak uygunluğu, bu kitle iletişim aracının, hangi yaklaşımla kullanıldığına bağlıdır. Çalışmanın haber üretimi araştırmalarına ve kuramsal televizyon haberciliği eleştirilerine en önemli katkısı, tematik/tecimsel kanal ayrımının haber bağlamındaki belirleyiciliğini saptamış olmasıdır. Gazeteler için öteden beri yapılan sınıflandırmalar, özel televizyonculuğun gelişimiyle birlikte televizyonlar için de zorunlu olmuştur. Ciddi gazetelerle bulvar gazeteleri, ekonomi gazeteleriyle spor gazeteleri nasıl ayrı değerlendiriliyorsa, tecimsel televizyonlarla tematik haber kanalları da benzer bir mantıkla, ayrı ayrı değerlendirilmelidir.

KAYNAKLAR

Baudrillard J (1991) Sessiz Yığınların Gölgesinde Ya da Toplumsalın Sonu, Oğuz Adanır (çev), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

- Berger AA (1996) Kitle İletişiminde Çözümleme Yöntemleri, Nazi Ulutak ve Aslı Tunç (çev.), Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Bourdieu P (1997) Televizyon Üzerine, Turhan Ilgaz (çev), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul
- Breed W (1997) Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis, Approaches to Media, Oliver Bayd-Barett, Chris Newbold (ed) Arnold, London.
- Buckalew JK (1969) A Q-Analysis Of Television Editor's Decision, Journalism Quarterly, C. 46: 135-137.
- Butcher H (1981) Images of Women in the Media The Manufacture of News, S. Cohen ve J. Young (ed), Sage, California.
- Carey JW (1986) The Dark Continent of American Journalism Reading The News, Robert Karl Manoff ve Michael Schudson (ed.), Pantheon Books, New York.
- Chibnall S (1981) The Production of Knowledge by Crime Reporters The Manufacture of News, S. Cohen ve J. Young (ed), Sage, California.
- Elliot P ve ark. (1986) Terrorism and the State: A Case Study of the Discourses of Television R. Collins (Ed.), Media, Culture and Society: A Critical Reader, Sage and Kegan Paul, London.
- Ellis J (1999) Televizyonun Anlatısı, Ayşe İnal (çev.), A.Ü. İletişim Fakültesi Yıllık 1997-1998, A.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları.
- Erdoğan İ ve Alemdar K (2001) Televizyon: Dünyaya Açılan Pencere, A.Ü. İletişim Fakültesi Yıllık 1999, A.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları.
- Ergül H (2000) Televizyonda Haberin Magazinelleşmesi, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Fishman M (1981) Crime Waves as Ideology The Manufacture of News, S. Cohen ve J. Young (ed), Sage, California.
- Fishman M (1990) Manufacturing the News, Universty of Texas Press, Austin.
- Fiske J (1987) Television Culture, Routledge, London.
- Fiske J ve Hartley J (1992) Reading Television, Roudledge, London.
- Galtung J ve Ruge M (1981) Structuring and Selecting News, The Manufacture of News, S. Cohen ve J. Young (ed), Sage, California.
- Gans HJ (1979) Deciding What's News: A Study Of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek And Time, Pantheon Books, New York.
- Gökçe O (1995) İçerik Çözümlemesi, S.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları, Konya.
- Gürsoy AB (2000) Türkiye ve İngiltere'de Kamu Yayıncılığı, 1. Ulusal İletişim Sempozyumu Bildirileri, İletişim Dergisi Yayınları, Ankara.
- Hackett RA (1999) Bir Paradigmanın Önemi Yitirilişi: Haber Medyası Çalışmalarında Yanlılık ve Nesnellik, Ayşe İnal (çev.), A.Ü. İletişim Fakültesi Yıllık 1997-1998, A.Ü. İletişim Fakültesi Yayını.
- Hall S (1981) The Determinations of News Photographs, The Manufacture of News, S. Cohen ve J. Young (ed), Sage, California.
- Hall S (1999) İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulanın Geri Dönüşü, Medya, İktidar, İdeoloji Mehmet Küçük (der ve çev), İkinci Basım, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Hall S ve ark. (1981) The Social Production of News: Mugging in the Media, The Manufacture of News, S. Cohen ve J. Young (ed), Sage, California.
- Hallin DC (1986) Cartograph, Community, and the Cold War, Reading The News, Robert Karl Manoff ve Michael Schudson (ed.), Pantheon Books, New York.
- Harcup T ve O'Neill D (2001) What Is News? Galtung and Ruge Revisited, Journalism Studies, Volume 2, Number 2, pp. 261-280
- Hartley J (1989) Understanding News, John Fiske (ed.), Routledge, Londra-Newyork.
- Hartmann P ve Husband C (1981) The Mass Madia and Racial Conflict, The Manufacture of News, S. Cohen ve J. Young (ed), Sage, California.
- Herman ES ve Chomsky N (1999) Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir?, İsmail Kaplan (çev.) İkinci Basım, Minerva Yayınevi, İstanbul.

- İnal A (1992) An Analysis of Turkish Daily Press: Event Selection, Text Construction and News Production, Yayınlanmamış Doktora Tezi, ODTÜ, Ankara.
- İnal A (1994) Haber Üretim Sürecine Farklı İki Yaklaşım, A.Ü. İletişim Fakültesi Yıllık 1993, A.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları.
- İnal A (1996) Haberi Okumak, Temuçin, İstanbul.
- İnal A (1997) Haber Metinlerine Eleştirel Bir Bakış: Temel Sorunlar ve Örnek Çalışmalar, A.Ü. İletişim Fakültesi Yıllık 1994, A.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları.
- İnal A (2001) Televizyon, Tür ve Temsil, A.Ü. İletişim Fakültesi Yıllık 1999, Ankara: A.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları.
- İrvan S (2000) Metin Çözümlemesinde Yöntem Sorunu, 1. Ulusal İletişim Sempozyumu Bildirileri, İletişim Dergisi Yayınları, Ankara.
- Iyengar S (1997) Siyasette Erişim Yanlılığı: Televizyon Haberleri ve Kamuoyu, Medya Kültür Siyaset, Süleyman İrvan (der ve çev), Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Kars N (1996) Televizyonda Sermaye ve Haber, Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı I, Sayı 11. s.495-520.
- Kaya R (2001) Televizyon: Medyanın Amiral Gemisi ya da Globalleşmenin Taşıyıcısı, A.Ü. İletişim Fakültesi Yıllık 1999, A.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları.
- Lippmann W (1945) Public Opinion, The Macmillan Company, New York.
- Manoff R (1986) Writing the News (By Telling the 'Story'), Reading The News, Robert Karl Manoff ve Michael Schudson (ed.), Pantheon Books, New York.
- Manoff R. ve Schudson M (ed) (1986) Reading The News, Pantheon Books, New York.
- Molotch H ve Lester M (1981) News as Purposive Behavior: On The Strategic Use of Routine Events, Accident and Scandals, The Manufacture of News. S. Cohen ve J. Young (Ed.), Sage, California.
- Murdock G (1981) Political Deviance: The Press Presentation of a Militant Mass Demonstration, The Manufacture of News, S. Cohen ve J. Young (ed), Sage, California.
- Östgaard E (1965) Factors Influencing the Flow of News, Journal of Peace Research, C. 2, 39-63.
- Öztürk SY (1996) Televizyon Haberciliği ve Türkiye'deki Uygulamalar, YÖeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı II, Sayı 12. s. 1086-1100.
- Parsa S (1993) Televizyon Haberciliği ve Kuramları, E.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları, İzmir.
- Parsa S (1994) Televizyon Estetiği, E.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları, İzmir.
- Pearce F (1981) The British Press and the 'Placing' of Male Homosexuality, The Manufacture of News, S. Cohen ve J. Young (ed), Sage, California.
- Postman N (1994) Televizyon Öldüren Eğlence, Osman Akınhay (çev), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Postman N (2001) Haberler, Bilge Gürsoy (çev.), Selçuk İletişim, C. 2, S. 1. s. 61-64.
- Postman N ve Powers S (1992) Televizyon Haberlerini İzlemek, Aslı Tunç (çev.), Kavram Yayınları, İstanbul.
- Rakow LF ve Kranitch K (1991) Woman as Sign in Television News, Journal of Communication 41:1 8-23.
- Ramonet I (2000) Medyanın Zorbalığı, Aykut Derman (çev), Om Yayınları, İstanbul.
- Romano C (1986) The Grisly Truth About Bare Facts, Reading the News, Robert Karl Manoff ve Michael Schudson (ed.), Pantheon Books, New York.
- Schudson M (1978) Discovering The News: A Social History of American Newspapers, Basic Book, New York.
- Schudson M (1986) Deadlines, Datelines, and History, Reading The News, Robert Karl Manoff ve Michael Schudson (ed), Pantheon Books, New York.
- Schudson M (1997) Haber Üretiminin Sosyolojisi, Abdülrezak Altun ve Meltem Gevrek Ağduk (çev) A.Ü. İletişim Fakültesi Yıllık 1994, A.Ü. İletişim Fakültesi Yayını.
- Sigal LV (1986) Sources Make the News, Reading The News, Robert Karl Manoff ve Michael Schudson (ed.), Pantheon Books, New York.

Snider PB (1997) Mr. Gates Revisited: A 1966 Version of the 1949 Case Study, Approaches to Media, Oliver Bayd-Barett, Chris Newbold (ed) Arnold, London.

Tuchman G (1978) Making News: A Study in The Construction Of Reality, The Free Press, New York.

Tuchman G (1981) The Symbolic Annihilation of Women by the Mass Media, The Manufacture of News, S. Cohen ve J. Young (ed), Sage, California.

van Dijk TA (1999) Söylemin Yapıları ve İktidarı Yapıları, Medya İktidar İdeoloji, Mehmet Küçük (der ve çev), İkinci Baskı, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.