



W. LANCE BENNETT'İN HABER ANALİZİNDE POLİTİK AKTÖRLER VE BİLGİ ÖNYARGILARI: TÜRKİYE MEDYASINDAN HABERLERE BİR UYARLAMA

POLITICAL ACTORS AND INFORMATION BIASES IN W. LANCE BENNETT'S NEWS ANALYSIS: AN ADAPTATION STUDY TO NEWS FROM TURKISH MEDIA

 Yurdagül BEZİRGAN ARAR¹

¹ Doç. Dr., Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, yurdagul.bezirgan.arar@ege.edu.tr

Geliş Tarihi / Date Applied
14.07.2024

Kabul Tarihi / Date Accepted
13.09.2024

ÖZET

Bu makalede W. Lance Bennett'in Amerikan medyasını incelediği *Politik İllüzyon ve Medya* (2000) adlı kitabında, politik aktörler ve gazetecilik ilişkisi üzerinden haber metinlerini çözümlerken kullandığı "bilgi önyargıları" kavramı Türkiye medyasındaki haber örneklerine uyarlanmış ve Bennett'in tespit ettiği kategoriler çerçevesinde haberlerdeki bilgi problemleri incelenmiştir. Makalenin amacı, medyadaki yaygın habercilik anlayışının sonucunu yansıtan bilgi problemlerinin haberde hangi formlarda yer aldığını ortaya koymak ve bu okuma pratiğinin haber tüketicilerinde yol açabileceği makro sonuçlara dikkat çekmektir. Bu doğrultuda Bennett'in *kişiselleştirme*, *dramatize etme*, *parçalama* ve *normalleştirme* adı altında dört kategoride ele aldığı bilgi önyargıları çözümlenmesi, nitel içerik analizi yöntemi kullanılarak Türkiye medyasından amaçlı örneklem metoduyla seçilmiş haber örneklerine uyarlanmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre, Bennett'in Amerikan medyasından yola çıkarak haberlerdeki bilgi önyargıları üzerine yaptığı analiz Türkiye haber medyasındaki örneklerde de gözlemlenebilen yaygın bir anlayışı yansıtmakta, belirli haber kategorilerinde genel bir eğilim olarak karşımıza çıkmaktadır. Profesyonel meslek kodları, çalışma rutinleri ve standartlaşmış haber üretme pratikleriyle desteklenen bilgi önyargıları aynı zamanda epizodik (öyküsel) haber üretme eğiliminin bir yansıması olarak ortaya çıkmaktadır. Sonuç olarak, haberlerin içerdiği bilgi problemleri olarak bilgi önyargıları, haberin kamusal işlevlerini yetine getirmesini önlemekte; dünyayı ve sosyal çevrelerini haber aracılığıyla algılayan, yorumlayan okurları donanımsız bırakmakta ve buna bağlı olarak sağlıklı toplumsal kanaatlerin oluşmasına engel oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: W. Lance Bennett, Bilgi Önyargıları, Haber, Normalleştirme, Dramatizasyon.

ABSTRACT

In this article, the concept of "information biases", which W. Lance Bennett uses in his book *Political Illusion and Media* (2000), in which he examines the American media, while analyzing news texts through the relationship between political actors and journalism, is adapted to the news samples in the Turkish media and the categories identified by Bennett are within this framework, information problems in the news were examined. The aim of the article is to reveal the forms in which information problems that reflect the widespread understanding of journalism in the media take place in the news and to draw attention to the macro consequences that this reading practice may cause for news consumers. In this direction, Bennett's analysis of information biases, which he discussed in four categories under the names of *personalization*, *dramatization*, *fragmentation* and *normalization*, was adapted to news samples selected from the Turkish media with the purposeful sampling method by using qualitative content analysis method. According to the findings of the research, Bennett's analysis on information biases in the news, based on the American media, reflects a common understanding that can also be observed in examples in the Turkish news media, and appears as a general tendency in certain news categories. Information biases, supported by professional codes, work routines and standardized news production practices, also emerge as a reflection of the tendency to produce episodic (narrative) news. As a result, information biases, as information problems contained in the news, prevent the news from fulfilling its public functions; it leaves readers who perceive and interpret the world and their social environment through the news unequipped and, accordingly, prevents the formation of healthy social opinions.

Keywords: W. Lance Bennett, Information Biases, News, Normalization, Dramatization.

1. GİRİŞ

W. Lance Bennett, *Politik İllüzyon ve Medya* (2000) adlı kitabında, Amerikan medyasındaki çeşitli örnekler üzerinden politik aktörlerle gazetecilik ve habercilik pratikleri arasındaki ilişkileri incelemektedir. Haberin bir kurgu olduğuna vurgu yapan eleştirel paradigmayla aynı çizgide, politik gerçekliğin haberlerdeki bir inşa sonucunda kurulduğunu, bu inşa sürecinde politik aktörlerin kimi zaman bizzat bir gazeteci gibi hareket ederek haber üretim sürecinde proaktif rol oynadıklarını ve kamu algısını şekillendiren haber imajları üretilmesine katkıda bulduklarını aktarmaktadır. Gazetecilerinse gerek ilişkileri, gerekse haber rutinleri ve standartlaşma baskıları altında bu süreci bir tür işbirliğine dönüştürebildiklerini belirtmektedir. Bennett (2000: 79) bu çerçevede odaklandığı haberlerdeki bilgi problemlerini “bilgi önyargısı” kavramı etrafında tartışmakta ve şu dört kategori altında analiz etmektedir: *kişiselleştirme*, *dramatize etme*, *parçalama* ve *normalleştirme*. Amerikan medyasından örneklediği haberleri (Körfez Savaşı, Watergate Skandalı, Ronald Reagan’ın başkanlığı, vb.) analiz eden Bennett, bilgi problemlerinden doğan politik yanlışlıkların etkin ve demokratik bir kamuoyu oluşmasının önünde nasıl bir engel oluşturduğuna dikkat çekmektedir.

Bennett’in çözümlemesi bugün haber incelemelerindeki yönelimler bakımından çok temel bir düzey oluştursa da, gazetecilikteki evrensel bilgi problemlerine işaret ediyor olması ve bir çözümleme çatısı önermesi bakımından dikkate değerdir. Bennett’in belirlediği bilgi önyargısı kategorileri, bu konuda en donanımsız haber tüketicisinin bile haber içeriklerindeki bilgi problemlerini ilk bakışta anlayabilmesini sağlayan genel ve kapsayıcı bir perspektif sunmaktadır.

Türkiye’de habere ilişkin akademik araştırmalarda nicel ve nitel boyutlarıyla oldukça kapsamlı içerik ve söylem çözümlemesi örnekleri ortaya koyulmakla beraber, Bennett’in bu çalışmalarda çok sınırlı refere edildiği; daha ziyade siyasal iletişim çalışmalarında referans alındığı görülmüştür. Literatürde Bennett’in bilgi önyargıları kavram ve kategorileri Karaduman’ın (2007: 48) televizyonda kimlik temsillerine ilişkin çalışmasında haber metinlerinde yanlılığa yol açan dört temel strateji olarak anılmıştır. Mora (2008: 12) ise bilgi önyargılarından tiraj/rejting kaygısı ile okuyucunun/izleyicinin sıkılarak kaçmasından endişe eden kitle gazeteciliği anlayışının bir sonucu olarak söz etmiştir. Bunun dışında bilgi önyargılarına medya temsil araştırmaları kapsamında Bal (2011), Çakır (2006), Boztepe ve Çelik’in (2022) çalışmalarında değinilmiş ancak doğrudan bir analiz kategorisi olarak kullanılmamıştır. Batı literatüründe Bennett’in kategorilerine doğrudan atıf yapan araştırmalardan birkaçı, Opperhuizen, Schouten, ve Klijn’nin (2018) sondaj çalışmalarının yarattığı deprem risklerinin medyada çerçevelenmesi, Just ve Crigler’in (2014) medyanın siyasi skandallarda yaptığı kişiselleştirme ve Hagemester’in (2001) okullardaki ticarileşmenin popüler medyada çerçevelenmesi üzerine yaptıkları araştırmalardır. Dolayısıyla bilgi önyargısı kategorilerine literatürdeki haber araştırmalarında sınırlı ve/veya dolaylı olarak değinilse de doğrudan bilgi önyargısı kavramını merkeze alarak yapılmış bir çalışmanın bulunmadığı fark edilmiştir.

Bu makalede literatürdeki bu boşluğu doldurmaya yönelik bir katkıda bulunmak amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda önce Bennett’in bilgi önyargısı kavramı ve dört bilgi önyargısı kategorisine (*kişiselleştirme*, *dramatize etme*, *parçalama* ve *normalleştirme*) ilişkin teorik çerçeve çizilmiş, ardından bu dört bilgi önyargısı kategorisini merkezine alan nitel içerik analizine dayalı bir uyarılma çalışması yapılmıştır. Bennett’in Amerikan medyasında tespit ettiği bilgi önyargılarının Türkiye medyasındaki örneklerde nasıl işlediği anlaşılmasına çalışılmıştır. Çalışmanın örnekleme, geniş bir evren oluşturan Türkiye medyasından amaçlı örnekleme

teknikleriyle belirlenmiş; her kategoriye en iyi temsil ettiği düşünülen haber konuları ve örnekleri teorik çerçeve ile ilişkilendirilerek nitel çıkarımlara ulaşılmıştır.

2. W. LANCE BENNETT'E GÖRE HABERLERDE BİLGİ ÖNYARGILARI

Haberlerdeki bilgi problemleri, her dönemde gazetecilik araştırmalarının temel meselelerinden birini oluşturmuştur. Gelenekselden dijitalleşmeye evrildiği süreçte medya araçları ve platformları gelişip çeşitlendikçe haberdeki bilgi problemleri de çeşitlenmiş, komplike hale gelmiştir. İletişim literatüründe *dezenformasyon*, *misenformasyon* gibi kavramlar etrafında ele alınan bilgi problemlerine, dijitalleşmeyle beraber *post truth* (hakikat ötesi), *fake-news* (sahte haber), *malinformation* gibi kavramlar eklenmiştir. Yine teknolojik gelişmelerle, bazı bilgi problemleri kısmen aşılabilir hale gelirken (sahte haberlerdeki artışa koşut olarak doğrulama platformlarının ortaya çıkışı gibi), web 2.0, sosyal medya, interaktif ve etkileşimli haber mecraları yeni tip bilgi problemlerinin çoğalmasına yol açmıştır.

Öte yandan toplumsal gelişmeler, değişimler ve krizler de bilginin haber ya da başka formlarda dolaşımına girişine dair yeni problemleri beraberinde getirmiştir. Örneğin *infodemi* kavramı, 2019'daki küresel Coronavirüs salgınında kitlesel bilginin özellikle de dijital ve sosyal medya aracılığıyla dolaşımına ilişkin sorunları ifade eden bir kavram olarak literatüre girmiştir (Gölbaşı ve Metintaş, 2020; Yılmaz ve Keskin 2022; Eyüboğlu ve Kodak, 2023). *Yapay zeka* aracılığıyla üretilen bilgi, teknolojik dolayımın yol açtığı algı ve kavrayış güçlükleri bağlamında yeni bir tartışma alanı açmıştır. Bu kavramların her birinin anlamı, bilginin yanıltıcı, gerçek dışı, propaganda amaçlı, söylenti gibi niteliklerden hangisini taşıdığına ve hangi niyetle yayıldığına bağlı olarak farklılaşmaktadır. Buna dair basit bir ayrım aşağıda görülebilmektedir (Silsüpür, 2018):

Dezenformasyon	Yanlış bilgi + zarar verme (kötü niyet)
Mizenformasyon	Yanlış bilgi + hata (iyi niyet)
Malenformasyon	Doğru bilgi + zarar verme (kötü niyet)

Bilgi önyargıları bir bakıma, bugün dijitalleşmeyle beraber haber medyasında karşılaşılan yeni tip bilgi problemlerinin kökenini oluşturmakta ve bir kasıt taşımadığı durumlarda, zaman tasarrufu sağlamak, benzer içerikleri aynı formatta haberleştirmek gibi rutin habercilik pratiklerden kaynaklanmaktadır. Ancak en nihayetinde haberdeki bilginin niteliği ile ilgili bir zayıflık, bilgilenmede bir boşluk oluşmasına neden olmaktadır. Daha kapsamlı olarak bu durum, haber tüketicilerinin habere konusuyla ilgili nitelikli/doğru bir kanaat oluşturmalarını güçleştirmekte ve Bennett'in ifadesiyle (2000: 80) haberin sivil eyleme rehberlik etmesinin önüne geçmektedir. Yani haber, kamuoyunun herhangi bir sorun karşısında yeterince eleştirel ve sorgulayıcı bir düşünce geliştirerek inisiyatif almasını, gerektiğinde harekete geçmesini, hak talep etmesini sağlayacak bir sürecin işlenmesine katkıda bulunmak yerine, yüzeysel bir bilgilendirmeye okuru donanımsız ve pasif bir pozisyonda konumlandırmaktadır.

Bennett (2000: 79), aynı zamanda gazetecilik önyargısı olarak da ifade ettiği bilgi önyargılarının, gazetecinin tarafsızlığıyla ilgili boyutunu şöyle dile getirmektedir: "Gazetecilik önyargıları hakkındaki çoğu tartışmanın konusu ideoloji sorunudur; yani, haberin liberal, muhafazakâr, demokrat, cumhuriyetçi eğilimlerden hangisine yakın olduğu. Hemen belirtelim ki,

medya zaman zaman bazı ideolojik eğilimler yansıtıyor olabilir. Her yazıda taraflar için tamamen aynı tonu kullanmanın güç olması bir yana, haberin politik rengi de ülkedeki düşünce iklimi ortamına göre farklılık arz edebilir". Ve devamında haberdeki politik değerlerde farklılıklara neden olan faktörleri sıralamaktadır:

- Meselelerde taraf olan hükümet yetkililerinin ve çıkar gruplarının politik ittifakları,
- Haber yapıcıları tarafından kendi görüşlerinin ifadesi için kullanılan basın yönetimi teknikleri ve bilgi kampanyaları,
- Kamuoyunda hâkim olan ve belli haber türleri için baskı oluşturan fikir ortamları.

Bennett'e göre (2000: 80-81), haber tüketicilerinin medya önyargısı algılamaları genelde politik önyargılara tekabül etmektedir ve gazete haberlerindeki önyargılar da yine haber tüketicilerinin ideolojileri aracılığıyla fark edilebilmektedir. Buradaki temel problem kamusal bilginin niteliği ile ilgilidir. "Medya ister sağa ister sola meyletsin, tüm politik tonlar için aynı olan temel bazı bilgi problemleri bulunması muhtemeldir". Bennett bunu anlamak için farklı kesimlere mensup haber tüketicilerinin psikolojik beklentilerine uygun şekilde ambalajlanmış ve çoğu ana akımdaki haber içeriğindeki dikkate değer benzerlikleri görebilmek için ideolojinin ve farklı haber kaynaklarının ötesine bakmayı önerir. Haberlerin şu ya da bu şekilde bir ideolojik ton taşınması, buna göre kurgulanan ve algılanan bir önyargı çerçevesi içermesi, bunun politik aktörlerin kendi aralarındaki ya da gazetecilerle aralarındaki çıkar çatışması veya işbirliğine dayanması durumu az çok bilinen, kanıksanmış bir gerçektir. Bazen de iletişim profesyonellerinin politik aktörlerle kurdukları yakın ilişkiler sonucunda işbirliğinin ötesine giderek doğrudan politika üreticisi haline geldikleri görülmektedir (Alver, 1998: 48). Her ülkenin kendi konjonktüründe farklı aktörler arasında ve farklı yapılar da kendini gösteren bu gerçekliğin ötesinde farkına varılması gereken şeyse, gazetecilik ve habercilik pratiklerinin evrensel olarak belirli önyargılarla hareket ettiği, bunların da haber tüketicileri açısından bir bilgi problemi teşkil ettiğidir. Haber önyargılarına ilişkin makul yaklaşım, ideolojileri ne olursa olsun çoğu sivilin politik hayata dâhil olma çabasını akamete uğratan bu evrensel bilgi problemlerini araştırmaya çalışmaktır (Bennett, 2000: 81).

Bennett (2000: 97-147) haberde demokrasiye katkı sağlamanın önünde bir engel olarak gördüğü bilgi problemlerini dört başlıkta ele almaktadır: *Kişiselleştirme, dramatize etme, parçalama ve normalleştirme*. Ancak bunlara ekleme yapılabileceğini belirtir.

2.1. Kişiselleşmiş Haber

Kişiselleşmiş haber olayların bireysel ve insani ilgi cihetlerine öncelik verirken o cihetlerin bağlamını tayin eden kurumsal ve politik anlamları önemsemeyen gazetecilik önyargısı şeklinde tanımlanabilir (Bennett, 2000: 97). Kişiselleştirme önyargısı haberde olaylardan ziyade aktörlerin öne çıkmasıyla kendini belli eder. Aktörler öne çıkarılırken bağlamı belirleyen kurumsal ve politik anlamlar ihmal edilir ya da önemsenmez. Haber ilgi çekicilikle çerçevelenirken kişiselleştirme yoluyla haber aktörü ve haber tüketicisi arasında bir özdeşleştirme yaratılmaya çalışılır. Oysa haber tüketicileri açısından özdeşleşme yoluyla bir bağ kurulması kolaylaşsa da, kişiselleştirme olayların daha geniş bir perspektifte algılanmasını ve yorumlanmasını güçleştirir.

Kişiselleştirilmiş haber içerik bakımından yüzeysel ve popülerdir. Önemli, büyük sosyal olaylar söz konusu olduğunda dahi insani başarılar, başarısızlıklar ve deneyimler üzerinde yoğunlaşır. Güç ilişkilerini ve onların şekillendiği süreçleri ihmal ederek politik mücadele içindeki bireyler

üzerine odaklanır. Bütün bu yönleriyle kişiselleştirme bilgi önyargısı içeren haberler ego ve şartlı duygulara hitap eder; akıl ve eleştireliliği ise ikinci plana iter. Just ve Crigler (2014), medyanın siyasi skandalları ele alış biçimiyle ilgili araştırmalarında, kişiselleştirmeyi insani ilgilere odaklanarak daha geniş boyuttaki güç veya süreç sorunlarını görmeyi engelleyen bir bilgi önyargısı olarak ele almakta ve bu yolla kurumsal skandalların önemsizleştirmesinin endişe edici olduğuna vurgu yapmaktadırlar.

Gazetecinin haberde kişiselleştirmeye başvurmasındaki temel motivasyon çoğunlukla ayrıntı ve analizlerle okuru sıkma ve kaçırma endişesidir. Özellikle dijital medya çağında bunun daha da yaygın bir mesleki kaygıya dönüştüğü söylenebilir. Rekabetin, haber kopyalarının çoğaldığı, bilgiye yönelim ve odaklanmanın giderek güçleştiği dijital medyada bu türden bilgi önyargıları haberlerde daha da yaygınlaşma potansiyeli taşımaktadır.

Okurların bu tür haberlere yönelimindeki motivasyon ise bir yönüyle habere kişisel bakılmasıdır. Bu motivasyon olayları kişiler üzerinden yorumlayarak özdeşleşmeyi ve böylelikle lehte veya aleyhte yargıda bulunmayı kolaylaştırır. Haberleri kişiler üzerinden anlamak, yorumlamak, duygusal bağ kurmak daha az efor gerektirir. Özellikle de siyaset gibi kutuplaşma potansiyeli taşıyan kategorilere ait haberlerde, politik aktörleri yapıp ettikleri üzerinden yargılamak ya da aklamak çok daha kolaydır.

Medya aracına bağlı format farklılıkları, kişiselleştirme bilgi önyargısının haberde yer almasını ve yoğunluğunu etkilemektedir. Televizyonun etkin olduğu dönem araştırmalarında, Galtung ve Ruge, Gans, Graber, Neuman, Rosenstiel (akt. Just ve Crigler, 2014) gibi teorisyenlerin vurguladığı üzere yazılı ve görsel haberler kişiselleştirme ve sansasyonellik potansiyeli açısından farklılaşmakta; televizyon haberleri gazetelere göre daha fazla görsellik, kişiselleştirme ve sansasyon içerme eğilimi taşımaktadır. Karaduman'ın (2007) araştırmasına göre de, kişiselleştirme stratejisi özellikle televizyonda güçlü bir eğilim olarak ortaya çıkmaktadır. Bugünse dijital tabanlı medya araçlarının bu eğilimi farklı etkilerle yeni boyutlara taşıdığını söylemek mümkündür.

2.2. Dramatize Etme

Dramatize etme, haberlerde en yaygın başvurulan bilgi önyargısıdır. Dramatizasyon her zaman önemli bir haber değeridir ve bir haber konusundaki dramatize etme potansiyeli onun haber değerini daha da arttıran bir ölçüttür. Özellikle bireysel hikâyelere dayalı ve öyküsel haber formatlarında dramatize etme yöntemine sıklıkla başvurulur. İzleyiciyi hedef alan haber yapımcılar, daha fazla etki ve daha fazla sansasyon için olayların enformatik yanlarını bir kenara bırakıp dramatik yanlarına odaklanırlar (Kazan, 2021: 672). Tıpkı kişiselleştirmede olduğu gibi okurla habere konu olan olay ve aktörler arasında daha hızlı bir özdeşleşme gerçekleşmesini sağlamak üzere duygulara hitap eden bir dil ve yerleştirme ile haber dramatize edilir. İnsanlar "habere kişisel olarak bakmaya" çağırılırsa haberde epeyce özel, duygusal anlam bulabilirler (Bennett, 2000: 83).

Dramatize edilmiş bir haber anlatısının tipik özellikleri şöyle özetlenebilir: Haber tıpkı roman, öykü türü anlatılarda olduğu gibi karakterler, duygular, aksiyon, düğüm ve çözüm gibi unsurlarla örülür. Dramatizasyonla kişiselleşme bilgi önyargısının örtüşmesi ve kesişmesi yüksek olasılık taşır ve çoğu zaman iç içe geçerek birbirlerini tamamlar.

Dramatizasyon daha ziyade magazin ya da siyaseten popüler, yıldız ve tanınmış aktörlere ilişkin haberlerde görülse de, sıradan insanların bireysel öyküleri de bu bilgi önyargısının işlemesine son derece müsaittir. Bununla beraber politika söz konusu olduğunda en iyi dramatik aktör

“başkan”dır (cumhurbaşkanı, başbakan, başkan gibi); yani bir ülkenin politik baş aktörü. Her yaptığı ve söylediği, her hareketi, beden dili, giyim kuşamı dramatize etmeye uygundur; bu bakımdan medyaya sürekli dramatik bir an sağlayabilir. Yine literatür incelendiğinde dramatize etme bilgi önyargısının özellikle belirli haber konularında (afetler, savaşlar, krizler vb. kurban/mağdur yaratan gelişmeler) güçlü şekilde işlediği görülür. Örneğin İstanbul ve İzmir depremi haberlerinin karşılaştırıldığı Vural, Taşkiran, Türkoğlu, Sarı, Maral vd.’nin (2022: 19) tematik araştırmasına göre, İzmir depremi ile ilgili dolaşıma giren haberlerin üçte biri hikayeleştirme/dramatizasyon temasına dahildir.

Gazetecilik pratiklerinde genel bir eğilim olarak kronik sorunlar rutin içinde değil de, ancak savaş, devrim, kıtlık, salgın gibi şaşırtıcı ve şok edici bir hal aldığı anda haberleştirilir. Bu tür haber yapma pratiği bir anlayışa dönüştüğünde gazeteci de adeta drama yazarına dönüşür ve haber öyküsündeki dramatik unsurları özellikle öne çıkarır. Süreklilik yerine krize, geçmiş ve gelecek yerine şimdiye, kurumlar yerine kişisel hikâyeler ve politik kariyerlere odaklanarak haberi kurar.

Kişiselleştirmede olduğu gibi haberlerdeki dramatizasyonun düzey ve yoğunluğu medya aracının özelliklerine bağlı olarak değişebilir ki Groombridge (akt. Bayraktaroğlu ve Uğur, 2011: 33), televizyon açısından bu etkiyi şöyle ifade eder: “...Televizyon şu ilke üzerinde hareket eder: Eğer hareket varsa kaydet; hareket yoksa iletilecek bir şey de yoktur... Eğer dramatik bir olay varsa, bunu rapor et; dramatik değilse dramatikleştir; eğer bu da yapılamıyorsa, sorun çok da önemli değildir”. Yine Iyengar (akt. Just ve Crigler, 2014), televizyon haber çerçevesinin izleyicilerin sorunlara ilişkin nedensel açıklamaları üzerindeki etkileri konusundaki araştırmasında, haber hikâyelerinin bireysel kurbanlar etrafında çerçevesinde izleyicilerin suçu kurumsal faktörlere atfetme olasılıklarının daha düşük olduğunu altını çizerek. Tıpkı kişiselleştirmede olduğu gibi, dramatize etmede de meselelerin okur ya da izleyici nezdinde kurumlardan önce bireyler planında değerlendirilmesi gibi bir sonucu vardır.

2.3. Parçalanmış Haber

Olayların ve gelişmelerin haberdeki bilgiyle bir araya getirilemeyecek ölçüde parçalanmasını ifade eder. “Belli bir konunun zaman içerisinde gelişimini takip etmek oldukça zordur; çünkü olaylar araştırmacılığa dayanan bağımsız gazeteciliğin bir sonucu olarak değil, ünlü resmi şahsiyetlerin aksiyon ve reaksiyonlarına bağlı olarak gündeme gelir. Ayrıca haberlerde tarihi arka planı sunmak zor olduğundan bir görülüp bir kaybolan kaotik olay ve krizlerle dolu bir dünya imajı yaratılmaktadır, çünkü haber olayların kökenine ilişkin açıklamalar sunmamaktadır” (Bennett, 2000: 85). Parçalanmış haberle ortaya çıkan bilgi problemi, haberle ilgili eleştirel söylem analizi çalışmalarında *bağlam bilgisi* ve *metinlerarasılık* kavramlarıyla ele alınır. Eleştirel söylem çözümlemesi, bir “sorunu bağlamına oturtup oradan anlam çıkarma sanatıdır” (Özer, 2022: 40) ve bu alanda haber incelemelerine odaklanan Van Dijk, Fairclough, Wodak gibi dilbilimciler bağlam bilgisinin önemine sıklıkla vurguda bulunur. Haberde çeşitli nedenlerle oluşabilecek parçalanmışlığın ve bilgi boşluklarının ancak yeterli bağlamsal bilgi ve metinlerarası bir okuma ile telafi edebileceğinin altı çizilir. Aksi halde habere konu olan olayı bütüncül algılamak ve anlamlandırmak mümkün olmayacaktır.

Bennett’e göre (2000: 117) bilginin parçalanması, bireysel aktörlerin içinde yer aldığı politik çevreden soyutlanmalarıyla gerçekleşir. Olayların ilişkisiz ve yalıtılmış vakalara dönüşmesi şeklinde kendini gösterir. Her olay ilişkili olabileceği bağlamsal çerçevenin dışına çıkar ve bir bakıma münferitleşir; “enformasyon bu şekilde parçalanmış halde aktarıldığında, insanlar, dünya hakkında daha fazla bireysel yorum geliştirmeye teşvik edilmiş olurlar. Durumla ilgili yeni

bilgi edinilmesi yerine, düzensiz bilgi karmaşasına veya eski klişeleşmiş reçetelere teslim olunur". Örneğin kadın cinayetlerinin sistemle, politik olanla, ataerkil yapı ve eril düzenle ilişkisi kurulmadığında kadına yönelik her türlü şiddet ve cinayet haberi adli bir vaka, üçüncü sayfa haberi olarak algılanır. Töre, namus gibi toplumsal kodlar da bu bakış açısını destekler ve haber aracılığıyla yeniden üretilirler. İmajlar, illüzyonlar ve şablonlar gerçeğin olduğu gibi algılanmasına engel oluşturur.

Gazetecilik pratiği açısından haberde parçalanma zaman ve yer darlığına bağlı nedenlerle de ortaya çıkar. Bu nedenler kısmen konvansiyonel gazetecilik pratiklerine atfedilse de, zaman kıstası halen ve hatta eskisinden de önemli bir belirleyendir. Dijital evrede artan çeşitlilik ve rekabet dolayısıyla haberi hızlı sunma, diğer haber kaynakları arasından sıyrılma, haber atlatma, haberi ilk veren olma kaygısı, zaman baskısının daha da güçlü hissedilmesine yol açmaktadır. Dijitalleşme medya platformlarında çoğullaşmaya yol açarak haberin parçalanma olasılığını daha güçlü hale getirirken, öte yandan sahip olduğu altyapıyla metinlerarası okumayı (haberle ilgili önceki haberlerin ve ilişkili linklerin haber metni içine gömülmesi gibi) kolaylaştırabilmektedir.

Bireylerin haber tüketim alışkanlıklarındaki değişim ise başka bir handikap oluşturmaktadır. Haber tüketim alışkanlıkları dijitalleşme ile birlikte kısa, hap bilgilere yönelme, detaylarla vakit harcamama, başlıklara bakıp geçme yönünde dönüşüme uğramıştır. Dolayısıyla geleneksel gazeteciliğin zaman (tv'de), yer (gazetelerde sayfa/sütun) gibi sınırlılıklar nedeniyle bilgi parçalama pratiği, dijital haber çağında doğrudan okurların haber tüketme alışkanlıklarının bir sonucu, hatta bir talebi olarak ortaya çıkabilmektedir.

2.4. Normalleştirilmiş Haber

Haberde normalleştirme bilgi önyargısından söz edebilmenin ön koşulu, toplumsal, politik, ekonomik vb. her türden "kriz"dir. Savaşlar, isyanlar, devrimler, doğal afetler, salgınlar, büyük ekonomik krizler, bir an önce normale dönme beklentisinin olduğu dönemlerdir. Krizler dünyanın veya toplumsal yaşamın olağan akışında bir kırılma oluşturduğu için tehdit edici ve zihin karıştırıcıdır. Bireylerde psikolojik olarak strese ve gerilime yol açar. Böylesi dönemlerde doğal olarak haber tüketimi ve takibi artar. Neler olup bittiğini öğrenme ihtiyacı kadar, bir an önce olağan koşullara döneceğinin işaretlerini veren türdeki bilgiye erişim ihtiyacı belirir. Bu bilgiyi sağlayacak olan yetkililerin güven veren açıklamalarıdır ve bu açıklamalar haber aracılığıyla ulaşır. Bireylerin politikacılara, yönetenlere ve yetkililere yeterince itibar etmedikleri hallerde dahi, normale dönüş konusunda tek referans noktası yine otoritelerden gelecek güven verici açıklamalardır; çözüm yetkili ağzılarından duyulmak istenir.

Kriz haberciliğinin (Çaplı ve Taş, 2010; Sancı ve Çobaner, 2024) konusunu oluşturan bu kategorideki olaylarda gazeteciler de olağan olarak bu konuda sorumluluğu ve yetkisi olan kimselere (başkan, idareciler, politik aktörler, uzmanlar, bilim insanları vb.) yönelirler. Krizin nedenleri, olup bitenler, mağdurlar, gelişmeler, sorumlular ve devamında yapılacaklarla ilgili bilgi almaya çalışırlar. Bu yüzden yetkililer de topluma krizin kontrol altında olduğu, her şeyin normale döneceği mesajını vererek krizi yönetme çabasına girerler. Sorumlu kurumlar ve yetkililer açısından krizler yönetilmesi gereken süreçlerdir ve kriz iletişimi, afet iletişimi gibi kavramlar etrafında değerlendirilir (Genç, 2008) . Hedef kitlelerle bir kriz anında iletişim kurmak ve onların öfkelerini en aza indirmek için kriz iletişimi zorunlu bir enstrüman olarak kullanılmaktadır (Yıldırım, 2024: 7).

Normalleştirme bilgi önyargısının odağını, politik aktörlerin krizlerle ilgili yaptıkları açıklamalar ve bunların haberlere aksetme biçimi oluşturur. Normalleştirme içeren haberler genellikle toplumdaki hâkim popüler inançlar ve değerlerle yüküldür. Bildik ve aşına mesajlardan oluşurlar; problemin ne olduğu, krizin neden ibaret olduğu, nasıl çözüleceği, sorumluların bulunacağı vb. gibi. Normal ve aşına olana dönüşle ilgili beklentiler sıralanır ve tüm bunlar resmi demeçler, raporlar, bültenler (Yıldırım, 2024), politik aktörlerin sosyal medya hesapları (Mavi, 2020; Devrani, 2021; Bilgiç ve Akyüz, 2020; Madsar, 2021) aracılığıyla haber raporlarının referanslarını oluşturur.

Davis'e göre (akt. Walgrave, Aelst ve Bennett, 2010: 6), politik aktörler herhangi bir konuyu üstlenirken her zaman olası medya kapsamını hesaba katarlar ve bu bir tür medya refleksi oluşturur. Dolayısıyla bu refleks bir politik aktörün aldığı her kararın bir parçasına dönüşür. Bu reflekse bağlı olarak da politik aktörler kriz durumlarında "*Her şey kontrol altında...*" mesajını vermeyi bir zorunluluk hatta bir strateji olarak yürürlüğe koyarlar. Çünkü krizler sadece muhtemel toplumsal reaksiyonlardan değil, aynı zamanda gerekli normallik tonu verilmediğinde gazetecilerin yetkili/sorumlu aktörlerin üzerine daha fazla gitme ihtimalinden dolayı da risk barındırır. Gerekli normallik tonu verilemediğinde, toplumsal kargaşanın, ahlaki paniklerin, asayiş sorunlarının ortaya çıkması tehdidi oluşacağından politik aktörler bu tonda mesajlar verme gerekliliği duyarlar. Yetkililerin gazetecilerle, toplumla ve kendi aralarında normale dönüşe dair mesajları üzerinden bir uzlaşmazlık oluşur ve anlaşmazlık artarsa, olayların büyüme ve politik pozisyonlarını kaybetme ihtimali de ortaya çıkabilir. Alver'e göre (1998: 51), politik aktörler medyanın bir numaralı kaynağıdır; "ancak ilişkiler temel ve açık bir kural ile ortaya konulmadığı için aralarında aktif işbirliğine karşın zaman zaman çatışmalar ortaya çıkmaktadır. Politikacılar olayları ve gelişmeleri kendileri planlamak ve yönlendirmek istemektedirler. İletişim profesyonelleri ise, karşılıklı çıkar ilişkilerine rağmen bu çıkarların çatıştığı yerlerde politikacıların en ufak bir hatalarını kabul etmemekte ve toplumun gözünden düşürmekten kaçınmamaktadırlar".

Türkiye'de herhangi bir kriz durumunda devlet kurumlarının yürüteceği iletişim faaliyetleri ve medya stratejilerine *Kriz İletişim Yönetimi Rehberi* (2020)'nde yer verilmektedir. Rehberde farklı başlıklar altındaki stratejilerden bazıları şöyle özetlenebilir: "Krizle ilişkin hedef kitle özelliklerini dikkate alarak stratejik söylem belirlenmelidir; krizin kamuoyu etkisinin değerlendirilerek bir an önce normal hayata geçişe ilişkin iletişim tasarımı yapılmalıdır; krizde yıpranan kamu itibarının tekrar tesis edilebilmesi için medya ile iletişim stratejileri geliştirilmelidir". Aynı rehberde, kriz durumlarında medyadan gelebilecek muhtemel sorular karşısında önerilen bir cevap geliştirme modeli de yer almaktadır (s. 64):

CEVAP GELİŞTİRME MODELİ	
Yöntem	İçerik
1. Konuşmanıza empati ve şefkat ifadeleri kullanarak başlayın	<ul style="list-style-type: none">• Kişisel bir hikâye kullanın• "Ben" öznesiyle başlayın• Sonuca geçiş yapın
2. Ana mesajı içeren bir sonuç cümlesi kullanın	<ul style="list-style-type: none">• Kelimeleri sınırlandırın (5-20)• Olumlu kelimeler kullanın• Tanımlardan ve teknik ifadelerden kaçının, çok duraklamadan, seri cümleler kurun
3. Sonucu destekleyici ifadeler kullanın	<ul style="list-style-type: none">• En az iki gerçekten bahsedin• Benzetme kullanın• Kişisel hikâyelerden bahsedin• Güvenilir bir üçüncü kişiyi referans gösterin
4. Sonucu tekrarlayın	<ul style="list-style-type: none">• İlk söylediğinizle tam olarak aynı kelimeleri kullanın
5. Atılacak sonraki adımlardan bahsedin	<ul style="list-style-type: none">• Bir sonraki adımları listeleyin• Aşağıdakiler hakkında daha fazla bilgi verin:<ul style="list-style-type: none">- İrtibata geçilecek kişilerin iletişim bilgileri- Önemli telefon numaraları

Özetlenen kriz iletişimi stratejileri ve yukarıdaki cevap geliştirme modeli, yetkililerin mevcut krizle nasıl başa çıkabileceklerine, nasıl davranıp ne söylemeleri gerektiğine, hangi stratejileri geliştirebileceklerine dair sunduğu öneriler bakımından dikkate değerdir. Çoğu farklı türdeki krizde, bu stratejilerin kısmen ya da tümüyle, belli yöntemlerle (söylemler, davranışlar, imajlar vb.) haberlere yansıyan bir normalleştirme stratejisi olarak işletildiğine tanık olunmaktadır.

3. YÖNTEM

Bilgi önyargılarına ilişkin teorik çerçeve çizildikten sonra, makalenin amacı doğrultusunda Bennett'in Amerikan mediasındaki örnekler üzerinden yaptığı analiz, Türkiye mediasından seçilen örneklere uyarlanarak bilgi önyargılarının nasıl işlediği anlaşılmasına çalışılmıştır. Araştırmada yöntem olarak nitel içerik analizine başvurulmuştur. Örneklem, amaçlı örnekleme tekniği kullanılarak araştırma evrenini oluşturan Türkiye mediasındaki, analize uygun haber temaları arasından seçilmiştir. Bu haber temaları, iç ya da dış politik figürlerin dolaylı ya da bizzat aktörü veya bir bileşeni (kaynak, referans vb.) olduğu bazı tipik haber konularıdır: doğal afetler, çeşitli krizler, siyasete dair iç ve dış gelişmeler gibi. Örneklem Bennett'in dört bilgi önyargısı kategorisine (*kişiselleştirme*, *dramatize etme*, *parçalama*, *normalleştirme*) uyarlanarak analiz edilmiş ve nitel düzlemde çıkarımlara (*inference*) (Bilgin, 2014: 14) ulaşılmıştır.

Araştırmanın sınırlılıkları boyutunda birkaç ayrıntının altını çizmek yerinde olacaktır. Daha önce de vurgulandığı gibi Bennett (2000: 80) bilgi önyargılarına, ideolojileri ne olursa olsun çoğu sivilin politik hayata dâhil olma çabasını akamete uğratan evrensel bir bilgi problemi olarak yaklaşmak gerektiğini belirtir. Bu makalenin hedefi de yayın organları boyutuyla örnekleme şu ya da bu ideolojinin haberi/görüşü/önyargısı şeklinde sınırlamak yerine, haberdeki bilgi problemlerini olgusal olarak analiz etmektir. Bu yaklaşımın, eleştirel haber analizlerinin temel kıstası olan *ideoloji* boyutunu göz ardı etmek olmadığının altını çizmek gerekir. Bennett'in kastettiği şey, haberlerde bilgi önyargılarının elbette bir ideolojik görüşü ve buna bağlı bir içerik organizasyonunu yansıtmakla beraber, onun ötesinde genel bir bilgi problemi olarak kendini gösterdiğidir. Haber tüketicileri de bu bilgi problemlerini kendi ideolojileri doğrultusunda yorumlarlar. Dolayısıyla araştırmanın bir sınırlılığı olarak da ifade edilebilecek bu tercih, ideolojiyi de dâhil eden yeni araştırmalarla tartışmanın kapsamını genişletecek şekilde literatüre katkı sağlayabilir.

Örneklem seçilirken özel olarak bir gazete, tv kanalı, web sitesi vb. bir yayın organı ve bir tarih aralığı belirlenmemiş; herhangi bir kriter ve politik angajman gözetmeksizin, politik aktörlerin de haberin bir bileşeni olduğu genel haber temaları (doğal afet, ekonomik kriz vb.) esas alınarak seçim yapılmıştır. Örneklem, farklı platformlar (yazılı basın, web, tv vb.) ve yayın organlarından (ulusal, yerel ölçekli yayın organları, ajanslar vb.), farklı formatlardan (basılı, fotoğrafik, video haber vb), görseli ve haber metniyle analiz edilecek kategoriyi en iyi temsil ettiği düşünülen haberler arasından seçilmiştir. Bu tercih de araştırmanın bir sınırlılığı olarak kabul edilebilir ve bu boyutu da kapsayan daha ayrıntılı çalışmalar yapılabilir. Analizde toplam 16 haber örneği analizine yer verilmiştir ancak örneklemin dağılımı her bir kategori bazında eşit dağılım göstermemektedir. Örnek haberlerin alındığı sitelerin linkleri kaynakçada belirtilmiştir.

4. BULGULAR VE ÇIKARIM

Örneklem Bennett'in dört bilgi önyargısına ilişkin çözümlemesini örneklendirecek şekilde bir uyarlama yapılarak analiz edilmiştir. Kişiselleştirme, dramatize etme, parçalama ve normalleştirme bilgi önyargılarının her biri özellikle bazı haber temalarında belirgin şekilde işlemektedir. Örneğin drammatizasyona kişisel öykülerde daha fazla rastlanır ve bu yönüyle kişiselleştirme önyargısıyla da çoğu zaman bağdaşmıştır. Veya kişiselleştirme politik aktörlerin kariyerleri haberleştirilirken daha net gözlemlenebilen bir kategori olarak karşımıza çıkar. Normalleştirme kriz haberlerinde sıklıkla gözlemlenir. Ana hatlarıyla bu çerçevede, *kişiselleştirme* ile ilgili olarak Türkiye ve dünya siyasetinden popüler siyasi aktörlere ilişkin haberler seçilmiştir. *Drammatizasyon* bilgi önyargısı için şehit ve deprem temalı haber örnekleri çalışmaya dâhil edilmiştir. *Parçalama* için bir gazete baş sayfası ve bir web haberine yer verilmiş, *normalleştirme* ile ilgili olarak da yine deprem, sel, salgın ve ekonomik kriz temalarını örnekleyen haberler analiz edilmiştir.

4.1. Kişiselleştirme Önyargısı

Bennett (2000: 100-101), kişiselleştirmeyi örnekleme üzere kitabında Ronald Reagan'ın başkanlığı döneminde Amerikan medyasında nasıl haberleştirildiğine odaklanır. Reagan'ın ulusal ve uluslararası düzeydeki birçok tarihi politik faaliyeti hakkında yapılan haberlerin, bu faaliyetlerinin bir tür kişisel "kazanç" veya "kayıp" olarak değerlendirildiği bir üsluba dayandığını tespit eder. Bu kategoride Türkiye'de siyaset sahnesinden popüler politik aktörlerin görevleri sırasında haber konusu oldukları 6 haber örneğine yer verilmiş ve benzer bulgulara rastlanmıştır.

Örnek 1.



Örnek 2.



Örnek 1.'de Recep Tayyip Erdoğan'ın başbakan olduğu 2009 yılında Davos'ta düzenlenen Dünya Ekonomik Forumu'nda "Gazze: Ortadoğu'da Barış" konulu toplantı sırasında oturumu yöneten gazeteciye ve İsrail Cumhurbaşkanı Şimon Peres'e "One minute" diyerek tepki gösterdiği haberlere ilişkin bir örnek (fotoğrafa gömülü Sabah Gazetesi manşeti) yer almaktadır. O dönemde Erdoğan'ın toplantıdaki beden dili özgüven işareti, ani reaksiyonu ve tavrı, bunun söylemlerine yansıma şekli bir politik aktör olarak uluslararası arenadaki tavizsizliği ve güç gösterisi olarak da yorumlanmış, bu minvalde tam sayfa manşet olarak haberleştirilmiştir.

Aradan 10 ve 15 yıl geçtikten sonra bölgedeki son gelişmelerin de eşlik ettiği konjonktürde yapılan haberlerde (Örnek 1. ve 2.) geçmiş haberlere atıfta bulunulmuştur. Burada kişiselleştirme önyargısı hem o dönem hem de daha sonraki dönemlerde Erdoğan'ın karakter özellikleri, siyasi tutumu ve beden dili gibi bir çok kişisel ayrıntıya yapılan vurguyla şekillenmiştir. Bugün bakıldığında haber tüketicileri o günkü gündemin ne olduğunu, hangi bağlamda şekillendiğini, bu çıkışı tam olarak neden ve kime karşı yaptığını ayrıntılarıyla anımsamasa da, "One minute" kalıbı haberler aracılığıyla Erdoğan'ın uluslararası arenadaki gücünü simgeleyen bir davranış modeli olarak toplumsal hafızada yer etmiştir. Erdoğan'ın siyasi performansına ilişkin lehte (*Tarihi Duruş!*) veya aleyhte yapılan haberlerde, geçmiş gündemdeki bu haberler bugün de zaman zaman refere edilmekte; siyasi kimliği ve kariyerini yorumlamayıcı bir hatırlatma olarak kullanılmaktadır.

gündeme getirilmiştir. Tıpkı güçlü gösterilmek istendiğinde "One minute" haberlerinin kullanılması gibi. Elbette bu iki haberin çift vurgulu kullanımının Erdoğan'ı destekleyen veya ona muhalif yayın organlarının tercihli seçimlerinin sonucu olduğunu belirtmek gerekir.

Örnek 5.



Örnek 5.'teki haber, 2022'de Ankara'da bir silahlı saldırıda öldürülen eski Ülkü Ocakları Başkanı Sinan Ateş'in eşiyle görüşen ve ardından fotoğrafı paylaşılan CHP Genel Başkanı Özgür Özel'in giydiği ceketini merkeze almaktadır. Özel'in AKPlî siyasilerin sembolü haline kareli ceket giymesi ve bunun sosyal medyada gündem olması haberleştirilirken, görselin devamındaki haber metninde şu bilgiler yer almaktadır: "Öldürülen eski Ülkü Ocakları Başkanı Sinan Ateş'in eşi Ayşe Ateş, dün CHP Genel Merkezi'nde CHP Genel Başkanı Özgür Özel'le görüştü. Görüşme sonrası Ayşe Ateş, Özgür Özel'le birlikte fotoğrafını paylaştı. Fotoğrafta dikkat çeken ayrıntı ise CHP liderinin ekose ceket giymesiydi. ... Türkiye siyasetinde ekose ceket, AKP iktidarı boyunca siyasetçilerin tercih ettiği bir model olarak öne çıktı. ... Cumhurbaşkanı ve AKP Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan ve AKPlî yöneticiler ekose ceket giyerek etkinliklere katılıp konuşmalar yapıyor. ... Son zamanlarda İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan adayı ve eski Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanı Murat Kurum, son Başbakan Binali Yıldırım, Gelecek Partisi Genel Başkanı Ahmet Davutoğlu da sık sık ekose ceket giyip halka seslendi. ... Son olarak Özgür Özel'in de ekose ceket paylaşımı gündem oldu. ... Özgür Özel'in ekose ceket kombinine gelen cevaplar şu şekilde; ..".

Haberde kısa cümleler şeklinde verilen bilgilerin ayrıntıları ya hiç bulunmamakta veya ceket vurgusunun gerisinde kalmaktadır. Okurun merakı ceket üzerinden hareke geçirilmekte; haber CHP liderinin ceket tercihi, AKP'yle yakınlaşma belirtisini çağrıştıran imâlar üzerine kurulmaktadır. Ayrıca bu haberde kişiselleştirmenin yanı sıra ilerleyen başlıklarda örnekleri analiz edilecek olan parçalama önyargısı da söz konusudur. Yer yer vurgulandığı üzere haberde bilgi önyargılarının mevcudiyeti kategorik olarak birbirini dışlamaz; hatta çoğunlukla bir arada bulunur. Dramatizasyona normalleştirme, kişiselleştirmeye dramatize etme eşlik edebilir. Burada da haberin CHP Genel Başkanı Özgür Özel'in giyim tercihi üzerine kurulmasının yanı sıra, haber metninde yer alan ifadeler fragmental, parçalı ve yer yer birbiri ile ilişkisiz; daha çok bir cümlelik fotoğraf altı bilgiler şeklindedir.

Örnek 6.



Örnek 6.'da, 31 Mart 2019 Yerel Seçimi sonuçlarına göre İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığını kazanan Ekrem İmamoğlu'nun, sonuçların açıklandığı gece Saraçhane'de yaptığı konuşmanın haberi görülmektedir. Uzun yıllar AKPLi belediye başkanları tarafından yönetilen İstanbul'da, CHP adayı olarak seçimi kazanan İmamoğlu'nun ceketini çıkarıp, kollarını sıvaması pek çok benzer haberde olduğu gibi bu örnekte de haberin kurucu unsurlarıdır. İmamoğlu'nun özellikle beden dili, ceketini çıkarma anı, şekli, kollarını sıvaması, mevcut siyasi iktidar karşısındaki iddiasının, özgüveninin, çalışmaya hazır olduğunun ve gelecek siyasi kariyerindeki potansiyelin emareleri olarak haberin asli vurgusunu oluşturmuştur. İmamoğlu'nun bu görüntüleri ve haberleri, tıpkı önceki örneklerde açıklandığı gibi takip eden seçimlerde ve güncel gelişmelerde İmamoğlu'nun siyasi iddiasını hatırlatmanın bir referansı olarak kullanılmıştır.

Bennett'in ifadesiyle (2000: 98), "yüzeyselliğine rağmen kişiselleşmiş haber popülerdir". Tüm örneklerdeki kişiselleştirme bilgi önyargısına dair genel bir değerlendirme yapıldığında, haberlerde öne çıkan tüm ikonik sahneler haber tüketicileri tarafından sonradan hatırlanabilmekte ancak bu görüntülerin ortaya çıktığı bağlam ve ayrıntılar (ya haberde hiç olmadığı ya da kişiselleştirmenin gölgesinde kaldığı için) unutulmaktadır. Haber ayrıntılarının politik aktörün görev performansı değil de, davranış modelleri, giyimi, beden dili gibi kişisel performansı üzerinde yoğunlaşması, ikonik anların anımsanması fakat bağlamın kaybolmasıyla sonuçlanmakta; haberdeki bilgi toplumsal hafızaya katkısı bakımından da sakatlanmaktadır. Siyasi başarı ya da başarısızlık süreç içindeki eylem ve icraatlarla ve kurumsal bağlamda değerlendirilebilecekken, politik aktör sembolik haberler veya ikonik fotoğraflarla akla getirilerek, okurun başarı ya da başarısızlığı bunun üzerinden okumaya teşvik edildiği görülmektedir. Okurdan fazla efor talep etmeyen bu yaklaşım, bireysel bir haber öyküsünden yola çıkarak kanaat oluşturmaya davet etmektedir. Böylelikle sonradan aynı politik aktörlerin başarısız, anti demokratik, adaletsiz, hukuksuz vb. siyasi performanslarına rağmen başka görevlere getirilebilmeleri ihtimali doğabilmekte ve bunun da çeşitli örnekleri olduğu bilinmektedir.

4.2. Dramatize Etme Önyargısı

Türkiye medyasında bu tür haberlerin sayısız örneği bulunabilir. Şehit, deprem, maden göçüğü, çeşitli afetler, patlamalar vb. yaşandığında olay yeri görüntüleri, kayıplar, cenaze törenleri gibi gelişmeler dramatisasyona çeşitli boyutlarıyla müsait haber kategorileri olarak karşımıza çıkar.

Olayların yankı yaratan genel tasviri dışında, mağdur ve maktullerin yaşam öyküleri haberlerde drammatizasyonun ikinci boyutunu oluşturur. Olayın kendisi haberleştirildikten sonra takip eden süreçte hayatını kaybedenlerin ve yakınlarının öz yaşam öyküleri haber hikâyelerine dönüşür. Burada söz konusu önemli bir diğer boyut ise drammatizasyonun olayla ilişkilenen politik aktörler üzerinden gerçekleşmesidir. Bu gibi gelişmelerin ardından olay yerine ulaşan, gelişmeleri takip eden politik aktörlerin tutumları, tepkileri, söylemleri kayda değer bir drammatizasyon potansiyeli barındırır. Bu kategoride şehit ve afet temalı 2 haber örneği analiz edilmiştir:

Örnek 7.



Şehit haberleri milli, manevi ve dini duyguları harekete geçirme potansiyeli barındırdığı için, ilişkili öğeler ve diğer insani duygular üzerinden drammatizasyonun en güçlü şekilde işlediği haber temalarıdır. "En acı veda! Gözyaşları sel oldu" başlığıyla verilen Örnek 7.'deki haberde, 2108 yılında Rize'de bir şehit cenazesine katılan dönemin TBMM Başkanı Binali Yıldırım'ın da "oldukça duygulandığı ve gözlerinin dolduğu" yazılmıştır. Haberin ilerleyen bölümlerinde Yıldırım'ın yakın plan görüntüleri ve şehit yakınlarına taziye dilerken fotoğrafları bulunmaktadır.

Şehit cenazelerine politik aktörlerin katılımı haberlerde özellikle öne çıkarılan bir detaydır. Burada yakın plan fotoğraflar, aktörün tepkileri dikkatle izlenip haber yapılır ve çoğunlukla da haber duygu ve drama motifleriyle örülür. Bu habercilik şekli ve kurgusu büyük oranda rutine dönüştüğü için farklı politik aktörler üzerinden örneğine sıklıkla rastlanabilir.

Örnek 8.



Örnek 8.'de, 30 Ekim 2020'de yaşanan ve 117 kişinin hayatını kaybettiği İzmir depreminde, 91 saat sonra enkazdan sağ olarak çıkarılan 3 yaşındaki Ayda'nın babasıyla Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın yaptığı telefon görüşmesine ilişkin görüntülü haberin ekran görüntüsü yer almaktadır. Haber, Erdoğan'ın "*Hüngür hüngür ağladım*" sözlerinin manşet olarak ekrana yansıtılmasıyla açılmış ve devamında sesli ve alt yazılı olarak depremde baba ile görüşmesi aktarılmıştır. İnsani reflekslerin ötesinde haber aktarımında Erdoğan'ın dini çağrışımlı açıklamalarının öne çıkarılması, yine haberin dramatizasyon yoğunluğunu arttırmaya yönelik bir ayrıntı olarak dikkati çekmektedir. Bu tercihlerde elbette yayın kanalının siyasi pozisyonu, iktidara yakınlığı haber söylemini hangi noktadan kuracağına belirleyicidir; diğer örnekler için de geçerli olduğu üzere. Bu ayrıntılara analizde değinilmemesi, bir ihmâl ya da göz ardı etme olmayıp; yöntem kısmında izah edilen sınırlılıkla ilgilidir.

Genel bir değerlendirme yapıldığında, "doğal afetlerin yaratacağı dramatik etki nedeniyle karmaşa durumları, gerilimler, gözyaşı, ekonomik zorluklar, afet haberlerinin değerini yükseltir ve medya, doğal afetleri çoğunlukla izlenme oranlarını artırmak için dramatize ederek aktarır" (Koç, 2006: 86, 87). Afet haberleri kategorik olarak politik aktörlerin bu gibi haberlere benzer şekilde konu oldukları, benzer tutumlar sergiledikleri ve haberlerin de benzer klişelerden oluştuğu haberlerdir. Bu gibi olaylar her ne kadar beklenmedik ve ani olduğu için şok etkisi yaratan gelişmeler olsa da, habercilik pratikleri açısından belirli bir rutini olan haberlerdir; dolayısıyla belirli kalıplar, şemalar ve klişeler barındıracak şekilde haberleştirilirler. Olayların gelişim dizgesi az çok belli olup, haberciler hangi haberi nasıl vereceklerine ilişkin bir deneyime sahiptirler. Analiz edilen haber örnekleri de bu açıklama çerçevesini doğrulamaktadır.

4.3. Parçalama Önyargısı

Parçalama bilgi önyargısı haberlerde, olayların birbirinden yalıtılmış ve bağlantı kurulamayacak şekilde işlenmesi şeklinde kendini gösterir. Okurun da gerek tek bir haberin kendi içindeki gerekse farklı haberler arasındaki ilişkiselliği kavrayamamasına yol açar. Bu bilgi önyargısına örnek olarak 2 analize yer verilmiştir:

Örnek 9.

Örnek 9.'da yer alan Posta Gazetesinin 2006 tarihli baş sayfası, vitrine yerleştirilen önemli gündem başlıklarının bir kompozisyonunu göstermektedir. Fakat gazete baş sayfası incelendiğinde haberlerin birbirinden ne kadar kopuk ve ilişkisiz olduğu açıkça anlaşılabilir. Haberler, bir baş sayfa organizasyonunda olması gereken tematik dağılım açısından dahi oldukça sorunlu bir görünüme sahiptir. Yukarıdan aşağıya doğru her tür haber kategorisi herhangi mantıksal bir düzen ve bağlantı olmaksızın yerleştirilmiştir. Bir magazin haberi "Cem'e 'hayır', Cansu'ya 'evet'", yanında bir ekonomi haberi "Memura zam yarın tamam", onun yanında bir iç politika haberi "Merkez kavgası", manşette bir cinayet haberi "Anlaşmalı ölüm", bir parlamento haberi "Yüzsüze bak", tekrar bir magazin haberi "Aжда bayılttı" ve birkaç tane daha farklı haber ard arda sıralanmıştır. Elbette gazetenin bir bulvar gazetesi örneği olduğunun altını çizmek gerekir; ancak ilk bakışta şekilsel bir parçalanma gibi görünen bu baş sayfa düzenlemesi, haber konuları arasındaki bağlantıları yok etmesi ve bağlamsal ilişkilendirmeyi güçleştirmesi bakımından iyi bir parçalamaya örneğidir.

Geleneksel ve dijital gazetelerde yer alan haberlerin kategorik ayrımı (üçüncü sayfa, ekonomi, iç-dış politika, dünya vb.) şekilsel ve okuma kolaylığı sağlamaya yönelik bir uygulamadır. Ancak gündemi ve gelişmeleri bütüncül anlamlandırmak açısından bu haber konularının birbiriyle en azından şekilsel düzeyde bile olsa ilişkili ele alınması gerekir. Bu, gelişmeler arasındaki bağın

tesis edilmesi açısından önemlidir. Örneğin fırından ekmek çalan bir insanın haberi, ülkedeki refah düzeyinden, ekonomik krizden, yoksulluk koşullarından ayrı değerlendirilemez. Aksi halde münferit, adli bir olay olarak anlamlandırılır ve asıl bağlamına oturtulamaz. Dolayısıyla her haber kategorisi ilişkiseldir; bir yönüyle birbirinin arka planını oluşturur, bağlamı ve anlam çerçevelerini güçlendirir. Bu bağın eksikliği ise haber konuları arasındaki bağlantının gözden kaçmasına, haberlerin tekil hadiseler olarak algılanmasına ve bütüncül bir değerlendirme yapılmasının güçleşmesine neden olur.

Örnek 10.



Örnek 10.'daki haber ise tek bir konunun işlenmesi sırasında gerçekleşen parçalanmaya örnektir. Cumhurbaşkanı'nın memleketi Rize'ye gerçekleştirdiği gezi, ağırlıklı olarak fotoğraflar ve bunlara eşlik eden birer cümlelik haber parçaları şeklinde aktarılmıştır: "Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, memleketi Rize'nin Güneysuyu ilçesinde komşularını ziyaret etti. ... Cumhurbaşkanı Erdoğan, partisinin Rize İl Teşkilatı toplantısına da katıldı. ... Cumhurbaşkanı ve AK Parti Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan, Rize Güneysu'da kurulan Potomya Arama Kurtarma ekibiyle görüştü, derneğin çalışmalarını hakkında bilgi aldı. ... Komşularını ziyaret eden Erdoğan, çocuklara oyuncak dağıttı, komşularıyla bir süre sohbet etti. ..."

Programla ilgili fotoğraflara eşlik eden birer cümlelik bilgi parçaları haberin metin kısmını oluşturmakta ancak hiçbiri ile ilgili ayrıntılı bilgiye yer verilmemektedir. Oysa bir web sayfasında yer alan bu haber, platformun yapısı gereği daha ayrıntılı işlenmeye müsaittir. Haberin Cumhurbaşkanı'nın gezi noktaları dışında hangi bağlamda değerlendirilebileceğine ilişkin bağlantı yoktur. Bu bilgi parçaları, varsayılan haber değeri açısından hangi bağlamla ilişkilidir ve nasıl okunmalıdır?... sorusu yanıtız kalmaktadır.

Bennett (2000: 118-119), Edwin Diamond'un aktarımıyla MIT'de bir haber ajansı yetkilisinin TV haberlerinde sunduğu bir raporla ilgili izlenimleri şöyle aktarır: "İyi akşamlar dileyen bir haber spikeri görüldü; kötü enflasyon haberlerinin en sonuncusuyla Washington muhabiri devreye girdi; sonra hızla ülke genelinden üç adet tüketici raporu; ardından asgari geçim harcamaları yansıtan bir ABD haritası; haber spikerine dönüş ve sonra, Kongre liderleri ve hükümet görevlilerinin ses ve görüntü 'parçaları'nın -15 saniyelik aktarımlar- ardından Washington

muhabiri. Son olarak bir Wall Street değerlendirmesi ... ve sonra ilan arası. Hepsi üç dakikadan daha fazla değildi.”

Örnek 10.'daki parçalanma da, yukarıdaki anlatıma benzer bir parçalanmadır. Keza Örnek 9. da farklı bir versiyonun benzer örneğidir. Bennett (2000: 91), perspektifin kayboluşu parçalanmış haberin tipik bir özelliğidir der. Örnek 9.'da ülkedeki birçok farklı gelişmeyle ilgili haber parçaları ve bunların hangilerinin baş sayfa gündeminde yer almaya uygun olup olmadığı ile ilgili tartışmalı bir vitrin organizasyonu söz konusudur. Örnek 10.'da ise Erdoğan'ın Rize ziyareti ile ilgili bir haber, ziyaretin program akışından görseller ve çeşitli bilgi parçaları mevcuttur; ancak hiçbiri ile ilgili bağlam oluşturacak nitelikli bir ayrıntının bulunmadığı fark edilmektedir. Bennett'in söz ettiği perspektifin kaybolması halini, birbiri ile ilişkilendirilemeyen bu tür bilgi kırıntıları ve bilginin hangi kanaati oluşturmaya yardımcı olacağına belirsizliği ekseninde ortaya çıkmaktadır.

4.4. Normalleştirme Önyargısı

Normalleştirme önyargısını örneklendirmek üzere ekonomik kriz, deprem, sel ve salgın haberlerinden oluşan 6 haber analiz edilmiştir:

Örnek 11.



Örnek 12.



Örnek 11.'de İzmir depremi sonrası Milli Savunma Bakanlığından yapılan açıklamaya yer verilen bir haber fotoğrafı ve giriş metni görülmektedir. Normalleştirme önyargısına ilişkin tüm kalıplar bu haber kompozisyonunda mevcuttur: bir doğal afet, ardından oluşan kriz ve sorumlu yetkililerin ilgililerin olay mahallinde bulunduğu, olayların kontrol altına olduğu, gerekli çalışmaların yürütüldüğü ve tedbirlerin alındığına dair açıklamalar. Burada ayrıca yetkili kurumların görev başında görüntülerinin yer aldığı, düzenin sağlandığı, insani krizin giderildiğine dair fotoğraflara ek olarak “Devlet milletinin yanında!”, “İzmir'de yaralar sarılıyor” gibi tipik başlıklarla, politik aktörlerin muhtemel toplumsal tepki ve beklentilere karşı tedbir söylemlerine yer verilmektedir.

Örnek 12.'de ise İzmir depreminin üzerinden bir yıl geçtikten sonra mağdurların ihtiyaçlarının karşılanıp karşılanmadığına ilişkin gelişmelerin, politik aktörlerin tanıdık söylemleri ve gazetecilerin alışılmış klişeleriyle (Devlet Milletinin Yanında!) haberleştirildiği görülmektedir. Deprem mağdurlarının beklentilerinin karşılandığı, yaraların sarıldığı, konut probleminin çözüldüğü bilgisi verilmekte ve dönemin Çevre ve Şehircilik Bakanı Murat Kurum'un teslimat yapacağına ilişkin detaylar aktarılmaktadır.

Öte yandan bu tip haberlerin, krizin yönetilmesi, sorumluların ortaya çıkarılması ile ilgili aksaklıkları hafifletici etkisi uzun vadede daimi değildir. Krizin ilk evrelerinde, politik aktörlerin ve yetkili kurumların gazetecilerle koordineli bir şekilde muhtemel reaksiyonların bertaraf edilmesi üzere oluşturdukları iletişimsel kriz yönetimi ve medya stratejileridir. Ancak süreç içinde normalleştirmenin stratejik bir söyleme dönüştüğü algılanıp, “insanlar politikacıları sorunları için göz boyayıcı çözümler telaffuz ederken gördükçe, politika ve devlete daha kötümser bir gözle bakmaktadırlar” (Bennett, 2000: 87). Nitekim İzmir depreminde de, daha sonraki doğal afetlerde de yetkililerin bu türden açıklamalarına rağmen aksaklıklara, yetersizliklere ve çözülemeyen sorunlara dair toplumsal tepkiler oluşmuştur. Bu tepkiler, hükümete muhalif ve eleştirel yaklaşan yayın kuruluşlarında haberleştirilmiştir.

Örnek 13.



Haber 13.'te dönemin Milli Savunma Bakanı Hulusi Akar'ın 6 Şubat 2023'te gerçekleşen Kahramanmaraş merkezli depremler ve ardından Şanlıurfa'daki sel felaketinin üzerine yaptığı bir açıklamanın haberi yer almaktadır. Yukarıda da belirtildiği gibi potansiyel bir toplumsal tepki ihtimali bulunduğu veya gerçekleştiğinde yetkililerin normalleştirme açıklamaları savunmacı bir tona bürünmektedir. Devlet ajansı ve mevcut siyasal iktidara yakın yayıncılığıyla bilinen Anadolu Ajansı üzerinden yayınlanan haberdeki resmi açıklamanın, depremde devlet yetkililerinin ve askerinin sahaya yeterince hızlı ulaşmadığı, kurtarma faaliyetlerine yeterli desteğin verilmediğine ilişkin doğan toplumsal tepkilere yönelik savunma refleksi içeren bir tonda oluşu dikkati çekmektedir.

Açıklamanın yakın tarihlerde gerçekleşen farklı iki afette de doğan toplumsal tepkilere toplu bir yanıt olduğu, parantez içinde verilen (*depremler ve sel baskını*) notundan da anlaşılabilir. Diğer taraftan haberin kurgulanışındaki stratejiyi anlamlandırabilmek için, gelişmelerin öncesiyle ilgili detayları barındıran daha fazla bağlamsal bilgiye ihtiyaç vardır. Müstakil olarak bakıldığında, resmi kaynaklardan ulaşan, evveliyatı muğlak, mutedil bir açıklamaya ilişkin bir haber olarak anlaşılabilir. Yani haberi kapsamlı bir şekilde değerlendirebilmek için

öncesindeki toplumsal reaksiyonlardan da haberdar olmak, dolayısıyla bunların medya gündeminde ya da haberin bir bölümünde yer almış olmasına ihtiyaç vardır.

Örnek 14.



Örnek 15.



6 Şubat 2023 Kahramanmaraş depremlerinin ardından, bölgeye yardım gönderilmesinde hükümet yetkililerinin ve ilgili devlet kurumlarının yeterince koordine olmadığı ve zamanında müdahale edilemediğine ilişkin tepkiler çeşitli boyutlarda kendini göstermiştir. Enkaz altında kalanların cenazelerine uzun süre ulaşılamaması bölgede salgın riskini gündeme getirmiştir. Haber 14.'de dönemin Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın yaptığı "Salgın hastalık riski kontrol altında" başlığıyla verilen normalleştirme açıklaması görülmektedir. Haberin ayrıntılarında tedavi altında olan ve taburcu edilen depremzedelere ilişkin rakamlara, bakanın enkazdan kurtarılanları ziyaret görüntülerine ve salgın hastalık riski bulunmadığına ilişkin diğer açıklamalarına yer verilmektedir.

Haber 15. İse Coronavirüs salgını döneminde Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın yaptığı bir açıklamanın haberidir. Önceki örnekte olduğu gibi bakanın yine tipik normalleştirme açıklaması başlığa çekilmiştir: "Sağlık Bakanı Koca: 'Salgın kontrol altında dedi ve uyardı. AVM sırasına girenler...'".

Görüldüğü gibi verilen tüm örnekler çeşitli krizlere ilişkindir ve hemen hepsi ilgili yetkililerin normalleştirme mesajlarını içermektedir. O dönemde de salgının çok hızlı yayıldığı, gereken önlemlerin alınmadığı, ölümlü vakaların hızla arttığı, maske tedariki ve hastanelerde yer bulunamadığına ilişkin yoğun bir toplumsal tepki oluşmuştur. Bu süreçte ilgili politik aktörlerin mesajları normalleştirme yönünde ağırlık kazanmış ve bu açıklamalar siyasal iktidarın yıpranmamasını önlemek için hükümete yakın yaygın organları tarafından servis edilmiştir.

Örnek 16.



Haber 16. politik aktörlerin normalleştirme açıklamalarına ve bunların habere aksetme biçimine, ekonomik kriz teması üzerinden bir örnektir. Haber, 2021 yılı sonunda TC Merkez Bankası'nın politika faizini düşürmesi, TL'nin aşırı değer kaybı ve dövizde patlamayla başlayıp, yüksek enflasyon, pahalılık, yoksullaşma şeklinde seyir izleyen ekonomik krize ilişkindir. İlerleyen süreçte krizi yönetmek üzere Hazine ve Maliye Bakanlığı görevine getirilen Mehmet Şimşek'in gelişmelere dair açıklaması haberde şu ifadelerle yer almaktadır: "Ekonomi iyiyeye gidiyor", "Hazine ve Maliye Bakanı Mehmet Şimşek, cari dengenin ekim ayında da fazla verdiğini ayrıca işsizlik oranının son 11 yılın en düşük seviyesine gerilediğini müjdeledi". Bu türden açıklamalar, afet haberlerinde görüldüğü gibi krizin önüne geçilmemesi, yetkililerin görev yetersizlikleri ve/veya problemin çözümüne ilişkin zafiyetlere dair oluşan ve oluşabilecek muhtemel toplumsal tepkiyi kontrol altında tutmaya yönelik normalleştirme çabasının bir başka örneğini oluşturmaktadır.

3. SONUÇ

Bir ülkenin karşı karşıya olduğu sorunları medyanın ele alış tarzının, insanların sorunlara dair düşünce ve tartışmalarını etkileyeceğini belirten Bennett (2000: 96; 103, 113, 124, 142), haberlerde işleyen her bir bilgi önyargısının muhtemel politik bedelleri olacağından söz eder. Buna göre kişiselleşmenin politik bedeli, haberlerdeki kişiselleştirme güçlendikçe ortak eleştirel anlamlar üretilmesi ihtimalinin zayıflamasıdır. Haber tüketicileri politik meseleler karşısında kamusal değil, ben-merkezci bir bakış geliştirirler ve kendilerine en yakın gerçekliği seçme ve muhafaza etme eğilimi güçlenir: "benim ülkem", "benim mahallem", "benim huzurum" gibi. Bu ben-merkezci bakış açısı zaman içinde bireylerden kurumlara yayılarak çoğu kurumun resmi politikasına dönüşür ve aktörler kurumların önüne geçer. Bu da güç ve politik sonuçlara ilişkin çarpık bir resmin ortaya çıkmasına, bireylerin sorumluluk almak yerine edilginleşmesine yol açabilir. Sosyal ve politik dünya, gücü olan veya olmayan aktörlerin alanı olarak algılanmaya başlanır. Verilen örneklerde de görüleceği gibi, Türkiye siyasetindeki politik aktörlerin performansları konjonktüre göre güçlü ya da zayıf kişilik özellikleri, beden dili, siyasi performansları, giyim şekilleri vb. referans olarak değerlendirilmektedirler. Just ve Crigler'in

(2014: 1) vurguladığı üzere, haberlerde bireylere bağlı ya da başında oldukları kurumlardan öncelikli olarak ilgi gösterilmesi, kurumsal başarısızlıkların araştırılmasını gölgede bırakma ve siyasi reform çabalarına girişimi caydırma riski taşımaktadır.

Dramatize haberin politik bedelleri ise habere konu olan asıl olayın gözden kaçırılması veya haber içeriğinin önemsizleşmesidir. Haberde dramatizasyonun ağırlık kazanmasıyla, asli ve potansiyel öneme sahip nedenler görmezden gelinir, ihmale uğrar. Sorunlar bireysel izahlara yaslanır ve yaygın sorun ve sonuçlar gözden kaçırılır. Pratikte iş görmeyen ancak dramatik açıdan doyurucu çözümlerin desteklenmesi problemi ortaya çıkar. Genel olarak bakıldığında bireylerin ciddi sosyal problemlerle baş etme konusunda haber işlevini yerine getiremez ve onları donanımsız bırakır. Gerçeklik ve kurgu birbirine karışır. Örneğin insanlar suçtan korkar, ondan haber aracılığıyla haberdar olur ancak bunun gerçek hayatta kendi başına gelebileceği fikrinden uzak hisseder. Çünkü gerçeğin drama hali, gerçek gibi algılanmaz. Verilen şehit, afet gibi haber örneklerinde de görüleceği gibi, politik aktörler haber konusunun bir parçası haline geldiklerinde, özellikle de haber dramatik bir form kazandığında gerçekte olanın ve gerçek mağdurların önüne geçecek denli bir vurgu potansiyeline kavuşmaktadırlar. Bu durumda dramatizasyon, haberi teatral bir forma dönüştürmektedir. Bu haber aracılığıyla olayların gerçek nedenlerinin, sorumlularının sorgulanması, takip edilmesi gibi asıl olması gereken fonksiyonunu ikinci plana düşürür.

Haberde bilginin parçalanmasının yol açtığı politik bedellerse tarihsel bağlam ve süreçlerin, haberle ilgili gelişmelerin işlenmemesi veya ihmale uğraması, habere dair detayların okur açısından ikinci planda kalması ve haber konusuyla ilgili doğru bir kanaat oluşturulamamasıdır. Olayların farklı kategorilere ait olsalar bile aralarındaki bağlantının kurulmaması önemli bir bilgi sorunudur. Bu meselelerin tek tek hadiseler olarak algılanmasına ve genel sistem içindeki yerinin sorgulanamamasına yol açar. Okurların kanaatlerinin net değil değişken olmasıyla sonuçlanır. Bu da haberler aracılığıyla tanık olunan sosyal, politik çevre ve dünya hakkında yetkin şekilde sorgulamayı, sorumluluk almayı ve eyleme geçmeyi önleyici bir etki yaratır.

Normalleştirmenin politik bedelleriyse şöyle özetlenebilir. Kriz belirtileri şu ya da bu şekilde zamanla azalacağından ve ilk şok atlatıldıktan sonra bir alışma sürecine girileceğinden haberlerdeki normaleştirme tonu ve dozu arttıkça, katlanılabilir düzeydeki sosyal sorunlara gösterilen tolerans da artar. Kriz sonrası gelişmelerin çoğuna (hepten aç kalmadıkça krizden doğan yoksulluğa, pahalılığa, afet sonrası evini kaybedip ama bez bir çadır da olsa başını sokacak bir yer bulabilmiş olmaya vb.) ehven-i şer gözüyle bakılarak, hepten kırıcı şartlara dönülmediği sürece tahammül gösterilir. Oysa normaleştirme arttıkça ve psikolojik olarak ihtiyaç duyulan rahatlama sağlandıkça krizin gerçek nedenlerinin sorgulanması, sorumluların bulunması ve hesap vermesiyle ilgili süreçler akamete uğrayabilir; peşi bırakılabilir. Böylelikle en ciddi insani sorunlar ve krizler dahi olağanlaşarak kanıksanıp çözümsüz hale gelebilir. Bu, insanlarda "*Sistem işliyor...*" yanılmasına neden olur.

Kimi zaman, sorumlu politik aktörlerin dini inançlardan beslenen "*Allah'ın işi*", "*fitrat*", "*mukadderat*" gibi rasyonellikle bağı olmayan, krizi doğallaştırmaya, meşrulaştırmaya yarayan açıklama çerçevelerine başvurdukları da görülür. Örneğin Özpek'e göre (2023), 6 Şubat depremlerinde hükümet yanlısı medyanın, politik aktörlerce dillendirilen "*asrın felaketi*" vurgusu, "yaşanan felaketin boyutlarını dünyevi olmaktan çıkartmaya ve eşi benzeri görülmemiş bir doğa olayı olarak tasvir etmeye dayanıyordu". Yine Koç'a göre (2006: 106), "dünya basınında da büyük yankı uyandıran Marmara depremleri ile ilgili uluslararası basında yer alan bazı haberlerde de Allah'ın 'İkazi', 'Cezası' gibi dini metaforların kullanılması dini söylemi iktidar

siyasi söyleminde dikkat çeken bilgi güç ilişkisinde kamuoyu kanaatlerinin oluşumunda ne kadar etkili olduğunu göstermesi açısından ilginçtir". Aynı şekilde O'Connell ve Mills (2003), Kanada'da 1992'deki 26 kişinin öldüğü Westray kömür madenindeki patlamada yetkililerin "doğa ana her zaman tahmin edilemez, kontrol edilemez" şeklindeki açıklamalarının medyada sıkça alıntılandığını, siyasi retoriğin risk, güvenlik ihlalleri ve tedbirsizlik konusunda otoriteyi doğaya devrettiğini belirtirken benzer bir noktaya işaret etmektedirler. Bu bulgular, bilgi önyargılarının lokal kültür ve inançların etkisinden öte evrensel bir bilgi problemi olarak haber pratiklerinde ve söyleminde kendini gösterebileceğinin birer örneğidir.

Bir diğer boyutta örneklerin de gösterdiği üzere, normalleştirme çabalarının bir stratejiye dönüştüğü her durumda vatandaşlarla temsilciler arasındaki iletişim problemleri hale gelir. Ayrıca gazetecilerin görmezden geldiği, dikkat çekmediği veya insanların farkına varmadığı problemlere, sorumlulara dikkat çeken sivil gruplar ya da aktörler yoldan çıkmışlıkla, sapkınlıkla, marjinallikle etiketlenerek "ötekilik" kategorilerine yerleştirilebilirler. Daha geniş bir çerçeveden yorumlandığında, kişiselleştirme ve dramatize etme kategorilerinde de vurgulandığı gibi dünyayı ben-merkezci bir biçimde normallik beklentisiyle yorumlamak, sıra dışı olayların ve krizlerin başka, uzak coğrafyalarda, başkalarının başına gelen ve asla bize ulaşması mümkün olmayan olaylar gibi algılanması sonucu doğar.

Bennett'e göre (2000: 86), normalleştirme bir yönüyle de insanların "iyi haber" beklentisinin sonucudur. Medya sürekli "kötü haber" vermekle suçlanır ve "Hiç mi iyi bir şeyler olmuyor?" sorusu sıklıkla gündeme gelir. Sürekli kötü haber karamsarlığa iteceğinden ve iyi haber anlaşılır bir ihtiyaç olmakla beraber sürekli iyi haber vermek de bireylerin gerçeklikle olan bağını koparma ve gerçek dışı bir dünya tahayyülü yaratma riski içerir. Bu nedenle kötü haberin normalleşmesi gerekir ki, insanların normal bir dünyaya olan inancı gerçek dışı bir dünya hayaline dönüşmeden önce sarsılmasın.

Iyengar'a göre (akt. Bennett, 2000: 87), haberde bilgi önyargıları aynı zamanda *epizodik (öyküsel)* haber anlayışının bir sonucu olarak da ortaya çıkar. Epizodik habercilik günümüzün yaygın habercilik anlayışı olup, dijitalleşmeyle beraber yeni medyada görülen pek çok yeni formatın da kökenini oluşturmaktadır. Özellikle görsel ve video haber formatlarının çokça talep gören içerikleri, hikâye anlatıcılığı (*story telling*) üretimine dayanmaktadır. Ancak epizodik haberler, gazetecileri ve muhatapları önceden oluşmuş olayların ortasında konumlandırarak, sorunu ve çatışmayı yaşayan insanlar üzerine odaklanır. Epizodik çerçeveler, belirli bir konunun sınırlı bir şekilde anlaşılmasına katkıda bulunur ve toplumsal veya politik bir sorunun olası nedenlerini gizleyebilir veya mevcut güç yapılarını koruyan ve meşrulaştıran potansiyel olarak etkisiz çözümler önerebilir (Bryant ve Zillmann'den akt. Hagemester, 2001: 12).

Çözüm, *tematik* habercilik anlayışının yaygınlık kazanmasıdır. Tematik haberler sorunların kökenine iner, haber öyküsünün yer aldığı sosyal, politik ve ekonomik bağlamı merkeze alır. Dolayısıyla çözüm kişiselleşme, dramatize etme, normalleştirme ve parçalama gibi bilgi önyargılarıyla örülmüş bir habercilik yerine, kurumsal, analitik, tarihi ve eleştirel bir çerçevede konumlandırılmış tematik habercilik anlayışının geçerlilik kazanmasıdır. Tematik ve analitik bildirim daha bağlı bir medya, toplumu ve devleti kasıp kavuran kronik sorunlar için daha yaratıcı ve etkili çözümler bulunmasını teşvik edebilir (Bennett, 2000: 88).

KAYNAKÇA

- Alver, F. (1998). Medya ve politika. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi*, 7, 39-52.
- Bal, M. (2011). İmaj ve önyargı faktörünün gazete haberlerine etkisi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(2), 201-226.
- Bayraktar, M. A. ve Uğur, U. (2011). Televizyon haberciliğinde magazinleşme olgusu. *ART-E Süleyman Demirel Üniversitesi GSF Hakemli Dergisi*, 4(7), 1-47.
- Bennett, W. L. (2000). *Politik illüzyon ve medya*. (Çev. S. Say). İstanbul: Nehir Yayınları.
- Bilgiç, A. ve Akyüz, S. S. (2020). Türkiye'de Covid-19 pandemisi döneminde Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın twitter paylaşımları içerik analizi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, (Special Issue), 230-243.
- Bilgin, N. (2014). Sosyal bilimlerde içerik analizi: Teknikler ve örnek çalışmalar. 3. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Boztepe, V. ve Çelik, Ö. (2022). Engelli bireylere yönelik cinsel saldırıların internet haberciliğinde temsili: Bursa'da engelli bir bireye yönelik cinsel saldırı örneği. *Beykoz Akademik Dergisi*, 10(1), 1-19.
- Connell, C. J. & Mills, A. J. (2003). Making sense of bad news: The media sensemaking and organizational crisis. *Canadian Journal of Communication*, 28(3), 323-339.
- Çakır, H. (2006). Tezkere dönemi ve sonrası Türk-ABD ilişkilerinin medyada temsili. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(21), 153-172.
- Çaplı, B. & Taş, O. (2010). Kriz haberciliği. Çaplı, B. & Tuncel, T. (Eds.). *Televizyon Haberciliğinde Etik Sorunlar içinde* (237-250), Ankara: Fersa Matbaacılık.
- Devrani, A. E. P. (2021). Twitter'ın farklı iletişim uygulamalarında eşzamanlı araçsallaşması: Covid-19 pandemisinde Dr. Fahrettin Koca'nın twitter paylaşımlarının analizi. *OPUS-Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17 (Pandemi özel sayısı), 3522-3541.
- Eyüboğlu, E. ve Kodak, D. (2023). İnfodemi ve dijital kamusal alan: Afet dönemi özelinde bir araştırma. *TRT Akademi*, 8(18), 528-551.
- Genç, F. N. (2008). Kriz iletişimi: Marmara depremi örneği. *Selçuk İletişim Dergisi*, 5(3), 161-175.
- Gölbaşı, S. D. ve Metintaş, S. (2020). Covid 19 pandemisi ve infodemi. *ESTÜDAM Halk Sağlığı Dergisi*, 5, 126-137.
- Hagemeister, K. K. (2001). *Defining a social problem: How the popular print press frames commercialism in schools* (Master Thesis) Faculty of the Graduate School of Arts and Sciences of Georgetown University. Washington DC.
- Just, M. R. & Crigler, A. N. (2014). Media coverage of political scandals: Addressing concerns about personalization. Paper for presentation to the American Political Science Association Annual Meeting, W.DC. Erişim adresi https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2454705 (Erişim tarihi: 29.08.2024)
- Kazan, H. (2021). Dijital habercilik bağlamından trajik haberlerde etik ve bireyler üzerindeki etkisi üzerine bir araştırma. *International Journal of Social Inquiry*, 14(2), 661-692.
- Karaduman, S. (2007). Medyatik gerçeklikte kimlik temsilleri: Televizyon haberlerinin aktörleri üzerine düşünceler. *Selçuk İletişim Dergisi*, 4(4), 45-56.
- Koç, S. (2006). 1923-2000 yılları arasında Türkiye'de yaşanan doğal afetlere ilişkin Türk Basınında haber yapılanması ve afet söylemleri. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, 8, 84-115.
- Madsar, S. (2021). Sosyal medya ve kriz iletişimi: Covid 19 sürecinde Dr. Fahrettin Kocaoğlu'nun twitter kullanımı üzerine nicel bir analiz. Çolak, F. Ü. & Yıldırım, O. (Eds.). *Dijital Dünyada Pandemi: Araştırma ve Tartışmalar içinde* (153-178). Konya: Literatürk Yayınları.

- Mavi, E. E. (2020). Afet kriz yönetiminde medya: 30 Ekim 2020 İzmir depremi. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 31-53.
- Mora, N. (2008). Medya, toplum ve haber kaynağı olarak sembolik seçkinler. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(1), 1-25.
- Opperhuizen, A. E., Schouten, K., & Klijn, E. H. (2018). Framing a conflict! How media report on earthquake risks caused by gas drilling: A longitudinal analysis using machine learning techniques of media reporting on gas drilling from 1990 to 2015. *Journalism Studies*, 20(5), 714-734.
- Özer, Ö. (2022). Eleştirel söylem çözümlemesi: haber örnekleri üzerinden bir inceleme. *Etkileşim*, 9, 36-54.
- Özpek, B. B. (2023). Kriz anlarında medya manipülasyonu. Erişim adresi <https://daktilo1984.com/d84intelligence/kriz-anlarinda-medya-manipulasyonu/> (Erişim tarihi: 20.08.2024)
- Sancı, D. ve Çobaner, A. A. (2024). Geleneksel ve yeni medyada kriz haberciliği: İzmir depremi haberleri üzerine karşılaştırmalı bir analiz. *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 6(1), 51-79.
- Silsüpür, S. (2018). Bilgi bozukluğunu anlamak için kavramlar. Erişim adresi <https://tevit.org/ekipten/bilgi-bozuklugunu-anlamak-icin-kavramlar> (Erişim tarihi: 07.07.2024)
- Vural, A. M., Boztepe, H., Türkoğlu, S., Sarı, M., Maral, T., Keskin, R. K., Koparan, E., Yüncüoğlu, B., Gülnar, M., Şahin, H., Ünlü, T. T. & Ağca, M. E. (2022). Risk iletişimi bağlamında deprem haberlerinin çerçevesi: Radyo ve televizyonda depremin temsili. *Intermedia International e-journal*, 9(17), 170-191.
- Walgrave, S. & Aelst, P. V. & Bennett, L. (2010). Beyond agenda-setting. Towards a broader theory of agenda interactions between political actors and the mass media. Paper presented at APSA Annual Meeting, Panel: Agenda Setting And Priming (38-13 Political Communication). Washington.
- Yıldırım, A. (2024). Afet yönetiminde kriz iletişimi: Afet ve acil durum yönetim başkanlığı (AFAD) tarafından 2023 Kahramanmaraş depremlerinde yayınlanan basın bültenlerinin analizi. *İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), 1-23.
- Yılmaz, N. & Keskin, Ö. H. (2022). Doğruyu "Teyit": Teyit'in Covid 19 infodemi ile sekiz aylık macerası. *Türk Tabipleri Birliği Covid 19 pandemisi altıncı ay değerlendirme raporu*. Erişim adresi https://www.ttb.org.tr/kutuphane/covid19-rapor_6/covid19-rapor_6_Part74.pdf (Erişim tarihi: 28.08.2024)
- Kriz iletişim yönetimi rehberi. (2020). TC İç İşleri Bakanlığı-İç Güvenlik Stratejileri Başkanlığı. Ankara. Erişim adresi https://www.icisleri.gov.tr/kurumlar/icisleri.gov.tr/IcSite/icguvenlik/2019/02/kriz-iletisim%C3%8C%C2%A7imi_2020-.pdf (Erişim tarihi: 05.08.2024)

Haber Örneklerinin Linkleri

- Örnek 1:** Erişim adresi <https://www.sabah.com.tr/gundem/2019/01/29/baskan-erdoganin-tarihe-not-dusulen-cikisi-tam-10-yil-oldu-one-minute> (Erişim tarihi: 10.09.2024)
- Örnek 2:** Erişim adresi <https://beyazgazete.com/haber/2024/1/29/baskan-erdogan-in-israil-e-karsi-yaptigi-one-minute-cikisinin-uzerinden-15-yil-gecti-6989803.html> (Erişim tarihi: 07.07.2024)
- Örnek 3:** Erişim adresi <https://www.meridyenhaber.com/erdoganin-attan-dustugu-sehir-parki-krize-neden-oldu> (Erişim tarihi: 10.09.2024)

- Örnek 4:** Erişim adresi <https://www.sozcu.com.tr/cumhurbaskani-erdogan-14-yil-sonra-ata-bindi-wp1834643> (Erişim tarihi: 07.07.2024)
- Örnek 5:** Erişim adresi <https://www.gazetepencere.com/siyaset/ozgur-ozel-ekose-cekerek-giydi-sosyal-medya-sallandi-618375h?page=2> (Erişim tarihi: 10.09.2024)
- Örnek 6:** Erişim adresi <https://www.youtube.com/watch?v=8aBQm8DIaxg> (Erişim tarihi: 07.07.2024)
- Örnek 7:** Erişim adresi <https://www.yenimeram.com.tr/en-aci-veda-gozyaslari-sel-oldu-316305.htm>. (Erişim tarihi: 07.07.2024)
- Örnek 8:** Erişim adresi <https://www.atv.com.tr/atv-ana-haber/erdogan-ayda-icin-agladi/ozelvideo/izle> (Erişim tarihi: 07.07.2024)
- Örnek 9:** Posta Gazetesi, 20 Mart 2006.
- Örnek 10:** Erişim adresi www.ntv.com.tr/galeri/turkiye/cumhurbaskani-erdogandan-rizede-komsu-ziyareti,R5H9gsLoIEKUczUaR9JUow/sNtQuMBhpkClhTlQcFllww (Erişim tarihi: 10.09.2024)
- Örnek 11:** Erişim adresi <https://www.sabah.com.tr/galeri/turkiye/son-dakika-haberi-devlet-milletinin-yaninda-izmirde-yaralar-sariliyor> (Erişim tarihi: 07.07.2024)
- Örnek 12:** Erişim adresi <https://www.takvim.com.tr/ekonomi/2021/11/25/devlet-milletinin-yaninda-izmirde-yaralar-sarildi-konutlar-teslim-ediliyor> (Erişim tarihi: 07.07.2024)
- Örnek 13:** Erişim adresi <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/bakan-akar-depremler-ve-sel-baskini-devletimiz-tum-kurumlariyla-birlikte-ilk-andan-itibaren-seferber-oldu/2848337> (Erişim tarihi: 07.07.2024)
- Örnek 14:** Erişim adresi <https://www.ntv.com.tr/turkiye/saglik-bakani-koca-salgin-hastalik-riski-kontrol-altinda,OtOYUddBD0WG8G2rGiUhIw> (Erişim tarihi: 07.07.2024)
- Örnek 15:** Erişim adresi <https://www.memohaber.com/haber/Saglik-Bakani-Koca-su-anki-sartlarda-salgin-kontrol-altinda-37721> (Erişim tarihi: 07.07.2024)
- Örnek 16:** Erişim adresi https://www.gaziantep27.net/ekonomi-iyiye-gidiyor#google_vignette (Erişim tarihi: 07.07.2024)

Çıkar Çatışması Beyanı: Bu çalışmada taraf olabilecek herhangi bir kişi, kurum veya kuruluş arasında bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Destek ve Teşekkür: Çalışma için herhangi bir kurum ya da kuruluştan finansal destek alınmamıştır.

Etik Kurul İzni: Araştırma konusu etik onayı gerektirmemektedir.

Katkı Oranı: Çalışma tek yazarlıdır.