

**KURGUSAL GERÇEKLİK
BAĞLAMINDA HABER VE
GERÇEKLİK İLİŞKİSİ**

Yusuf YURDİGÜL*

**THE RELATIONSHIP BETWEEN
REALITY AND NEWS IN THE
CONTEXT OF A FICTIONAL
REALITY**

ÖZET

Kitle iletişim araçlarının gerçeği aynıyla yansıttığı ya da gerçeğin kitle iletişim araçlarıncı yeniden kurgulanarak izleyiciye sunulduğu yolundaki tartışmalara, medya ile ilgili birçok literatürde rastlamaktayız. Haber anlatı formunun oluşturulmasına yardımcı olan unsurların temel amacının “gerçeğe en yakın olanı yansıtmak” olduğu savından hareketle, haber /gerçek-gerçek/haber polemiki geniş bir şekilde tartışılması gereken konuların başında gelmektedir. Bu doğrultuda çalışmada; kurgusal gerçeklik ya da gerçeğin yeniden kurgulanması düşüncesi altında “polemiğin” kaynağını oluşturan tartışmaların bazılarını yer verilecek ve öncelikle gerçeğin genel bir tanımı yapıldıktan sonra ardından sırasıyla medya, televizyon ve haberdeki gerçeklik konuları tartışılacaktır.

Anahtar Sözcükler: Haber, Gerçeklik, Televizyon, Kurgu Gerçek

ABSTRACT

In many sources related to media, there are references to the debates on whether mass media reflects the reality or the reality is speculated by mass media. Considering the fact that the main objective of the events which constitute the news narration form is “to reflect the nearest thing to reality”, the polemics of news/reality-reality/news is one of the most important subjects to be discussed in a broad manner. In line with this approach, this study will include some of the debates “which is the source of the polemics” under the framework of speculative news or the re-imagination of reality, and after defining the reality in general, the reality issue will be discussed in terms of media, TV, and news respectively.

Key Words: News, Reality, Television, Fictional Reality

* Yrd.Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi, yusufyurdagul@hotmail.com

GİRİŞ

Gerçek, özellikle bireylerin kendi yaşam deneyimleri çerçevesinde biçimlenen olasılıklara göre değerlendirilir ve toplumsal yaşam içerisinde çok kritik bir önemi olan neden-sonuç ilişkisinin kültürel anlamda edinilen deneyimlerle kurulduğu bir alandır. Bireyin ya da toplumun kültürel kodlardan etkilenerek gerçek yaşamda elde ettiği deneyimleri, gerçeğe ulaşmak için karşılaştırma yaptıkları bir deneyim alanı olan medya, gerçeklik olgusunun en fazla tartışıldığı mecralardan biridir. Kültürel deneyimlerden yola çıkarak kendine gerçeklik kategorileri yaratan birey/toplum, gerçekliğin sorgulanmasına yönelik yargıların büyük birçoğunu başkalarının medya ile olan deneyimine dayandırmakta ya da kendi içsel dünyasının gerçekliği ile medyanın sunduğu gerçeklik arasında bocalayıp durmaktadır.

Medya yapılanmasının diğer bütün organizasyonlarında olduğu gibi televizyonun bir program türü sayılan haberin asla basit ve saf olgulardan ibaret olmadığı, aksine zorunlu olarak birileri tarafından seçildiği ve özellikle de gerçekliğin yeniden değerlendirildiği yolundaki düşünceler, haber üzerine yapılan araştırmalar ve haber çözümlenmelerinde oldukça sık vurgulanmaktadır. Örneğin eleştirel kuram geleneğine sahip fenomenolojisiler ve kültürel çalışmalar geleneği tarafında bulunanlar, bültenlerden izlenen ve gazetelerden okunan haberlerin bağımsız ve nesnel gerçeklik olmadığı, ekonomik ve politik alan içindeki gazeteciliğin itibarlı tanıklarının gerçekleştirdiği anlamlandırma pratiklerince ve gazeteciliğin anlamlandırma pratiklerince üretilen bir gerçeklik olduğu yolunda görüş bildirmektedirler. Haber ve gerçeklik ilişkisi üzerine yoğun-

laşan çalışmalar, haberin nesnellik ölçütleri göz önüne alındığında yeniden inşaya yönelik bir gerçekliğe müdahale olduğu noktasında birleşmektedir. Geleneksel normlar çerçevesinde “olaya” ilişkin olan ve “olay” olgusundan bağımsız değerlendirilemeyen haber, anlamlandırma sürecine girdiğinde olay ile olan ilişkisinin yanı sıra ekonomik, siyasal ve ideolojik pratiklerin eklenildiği bir toplumsal yapıyla birlikte iktidar ilişkilerinin de göz önünde bulundurulduğu sonradan “icat” edilmiş bir metin formuna bürünmektedir. Dolayısıyla haberin anlamlandırma aşaması ya da yapım sürecinde yeniden icat edilmekten kaynaklanan bir kurgu durum söz konusudur. Bundan sonra artık haber gerçek midir sorusundan ziyade, kurmaca bir yapıt sayılan haberin gerçeklik ile kurulan ilişkisinin hangi yöntemlerle sağlandığı, gerçek dünyayı hangi yollarla anlamlandırdığı ve anlaşılabilir kıldığı konuları önem kazanmaktadır. Konuya bu açıdan bakıldığında haberin ve gerçeğin işlevlerini ayrı ayrı ortaya koymak gerekmektedir. Bu çalışmanın amacı bu işlevlerin ne olduğunu/olabileceğini saptamak ve haberin gerçeklikle kurulan ilişkisinde beliren bu “yeniden inşa sürecini” ya da “kurgusal gerçekliği” ortaya koymaya çalışmaktır.

1. GERÇEĞİN YENİLENMİŞ/ YİNELENMİŞ FORMU YA DA “ELLENMİŞ” GERÇEKLİK: MEDYA GERÇEKLİĞİ

İlgili literatürde gerçek; ideal, koşullu, potansiyel ya da olanaklı olana karşıt olarak, aktüel somut, olgusal ve zihinden bağımsız bir var oluşa sahip olan şey için kullanılan geniş kapasiteli bir sıfat, aynı zamanda kurgusal, yanıltıcı, gerçek olma-

yan, yapay, fantezi ya da imgesel olana karşıt olarak tözsel ya da nesnel bir var oluşa sahip olan şeyin özelliği (Cevizci, 1996: 229) olarak geçmektedir. Bu tanım çerçevesinde gerçek olanı gerçek olmayandan ayırabilmenin, gerçekliğin bilgisine nerede, nasıl, hangi koşullarda ulaşabileceğini bilmekle ilintili olduğunu söylemek mümkündür (Timuçin, 2000: 5). Dolayısıyla bir fikrin, bir objenin, bir kavramın v.s. gerçekçi özelliklere sahip olup olmadığına karar verebilmek için çeşitli unsurların gözden geçirilmesi gerekmektedir. Arka plan ne kadar doğru bir şekilde resmedilmiştir, insanların davranışları ne kadar inanılır/güvenilir görünmektedir, öykü ne kadar olası görülmektedir, belirli noktalar ne kadar doğru bir şekilde belirtilmiş görünmektedir? Kısacası, bakış açısı ne olursa olsun gerçeklik, parçalılığıyla ve değişkenliğiyle bir bakışta kavranılamayacak kadar karmaşıktır (Timuçin, 2000: 5-6), görecelidir ve bizim deneyimlerimizle bağlantılıdır.

Gerçeklik, doğruluk ve inanırılık gibi fi-kirlere dayanan yargılamalar yaparken, öğrenilen ve akılda tutulan gerçeklik kategorilerine işaret eder. Yargılamalar, karşı karşıya bulunulduğu düşünülen gerçeklik tarzlarına göre uydurulur (Burton, 1995:120–121). Gerçeklik tarzları ise yargılamalara dair bir takım yanılsamalardan geçerek gelişmiş bir bilgi birikimini/deneyimleri ve bu birikim ve deneyimler ışığında yapılmış olan bazı araçları gerektirmektedir (Timuçin, 2000: 7). Davranış biçimlerini belirleyen ahlaki, hukuki ve gelenekselleşmiş normlar, birikim ve deneyimler ışığında şekillenmiş bulunan araçlar olarak toplumsal gerçekliğin bir parçası olmakla birlikte yargılamalar ve gerçeklikle kurulan bağlar da bu sonradan öğrenilmiş ve akılda tutulabilen katego-

rize gerçekliklerle ilgilidir. Bu kategorize gerçekliğin ya da gerçeklik alanlarının dışına çıkıldığı durumlarda ise bireyler ya gerçeklik karşıtı olarak kalacak ya da gerçekliğe en yakın tanımlamalar içerisine girecektir.

İşte tam bu noktada neyin gerçek olduğu hakkındaki fikirlerin deneyimlere bağlı olduğu gözden kaçırılmamalıdır. Bu deneyimlerin en önemlilerinden biri kültürel deneyimdir. Yaşam boyunca içinde yaşanılan kültürün gerçek olarak takdir ettiği şeyler birey tarafından öğrenilir ve bunlar öylece kullanılır. Gerçek hayattan edinildiği deneyimler doğrultusunda kişi, bir şeyin ne kadar doğru ya da ne kadar yanlış olduğu kanısına hissedilene, yapılamaya ve görünene bakarak ulaşır (Burton, 1995:123–124). Bu şekliyle gerçeğin içsel bir dinamiğe sahip bulunduğu inanan Bonhoeffer bu içsel dinamiği günlük hayatta yaşanan gerçeklik olarak tanımlamaktadır. Gerçek hayatta söylenen her söz mutlaka gerçekçi olmalıdır. Fakat dile getirilen her bireysel ifade de bu total gerçekliğin ancak bir parçasıdır ve aynı zamanda bu total gerçeklik de bireyselliğin içerisinde bir gerçeklik arayışı içerisinde (Bonhoeffer, Aktaran: Martinson 2000: 328). Bu durumda gerçek, özellikle bireylerin kendi yaşam deneyimlerindeki olasılıklara göre değerlendirilir ve yaşamdaki neden-sonuç ilişkisiyle birlikte insan davranışlarının nasıl olabileceği gibi sorulara, kültürel ve gerçek hayatta edinilen deneyimlerle cevap aranır.

Çalışmanın merkezinde yer alan gerçeklik deneyimi ise kitle iletişim çağında bireylerin kültürel ve gerçek yaşamdan elde ettikleri gerçeklik deneyimlerini karşılaştırdıkları medya alanı/deneyimidir.

Yukarıda özetlenmeye çalışıldığı gibi deneyimlerden yola çıkarak gerçeklik kate-

gorileri yaratan birey, “günümüzde“ yargılarını çoğunlukla başkalarının medya deneyimine dayandırmakta ya da medyadaki gerçeklik ile kendi içsel gerçekliği arasında bocalayıp durmaktadır. Bir noktadan sonra ise birey, medyanın gerçekliği karşısında kendi ruhsal gerçekliğinin önemli bir bölümüne yabancılaşmaktadır. Çünkü insanoğlunun gerçekleri algılama, değerlendirme ve gerçek hakkında tasarım oluşturma aşaması, kendi gerçekliğinin denetimi altında geçer ve bu süre sonunda bilgiyi içselleştirir. Bilgiyi dışsallaştırdığı aşamada ise bu bilgi nesnel gerçeklikten çok kendi gerçekliğidir. Özellikle medyada sergilenen monologlar nesnellik kisvesi altındaki örtülü öznelliğin en belirgin aktarma sürecidir ve ruhsal gerçekliğin önemli bir bölümüne yabancıdır. “Kör nokta” olarak adlandırılan bu bölge, bilinç dışına atılan, ancak bu şekilde etkisizleştirilemeyen, yalnızca etkinlikleri bir anlamda kamufle olan dürtülerin alanıdır.” (Kayayalp, 2002:10) Sınırları çok belirgin olmayan bu alanda birey gerçek olanla olmayanı birbirine karıştırma tehlikesi içerisinde bulunmaktadır. *Kör nokta olarak adlandırılan bu alanda gerçeklik görünen şey olmaktan çok görülebilen şeydir. Bu şekilde bir araldan eksikliği içerisinde bulunan gerçeklik kurguya dayalı kaba görünümüyle çoğu zaman aldattıcıdır. Çünkü gerçekliğe önbilgisiz, yani donanımsız ulaşmak, imgelemi usun yerine koymak anlamına gelecektir ve o zaman da bilgiye olabildiğince düş katılacaktır (Timuçin, 2000: 8).* Olmadık renkler ve biçimler altında içerisine düş katılan bilgi, usun yerini alan imgelemin etkinliği ile oldukça çekici görünen bir kurmaca gerçekliğe dönüşecektir.

O halde kurmaca ya da gerçeğe dayalı bir

iletişim parçacığı olarak medyadaki gerçekliğin; okur ya da seyircinin kendisini az çok gerçekçi ya da gerçeğe benzer olarak yargılamasını sağlayan (Burton,1995:220) çekici bir alanı temsil ettiğini söylemek yerinde olacaktır. Çünkü günümüzde bireyler gerçekliğe dair deneyimlerini ve yargılamalarını medyanın görünmez yönlendirmesi altında şekillenen “medya gerçekleri” doğrultusunda yapmaktadır. Oysa unutulmaması gereken önemli bir gerçek vardır. O da medyanın sunduğu “gerçeğin” kurgusal olduğu ve medya organizasyonlarının kendi ideolojileri ve tasarruflarına göre şekillendirildiğidir. *“Bilmemiz gereken, medya tarafından ellenmiş gerçeğin, artık bildiğimiz - basitçe - gerçek olmadığını. Medyanın bize sunduğu hiçbir şey gerçek değildir. Herhangi bir gerçeğin birileri tarafından başka gerçekler arasından seçilmiş, ayrıntılardan arındırılmış, teknik kıstaslara göre sunulabilir hale sokulmuş biçimidir.” (Kıvanç,1995:30)*

Aynı şekilde Bennet’a göre de iletişim araçları haberi verirken onun nasıl anlamlandırılacağına ilişkin çerçeveyi de birlikte aktararak izleyicinin bilincini, sosyal ve politik sonuçları olacak şekilde oluşturur. Bu bağlamda iletişim araçları / haberler sosyal gerçekliğin bir parçasıdır. Çalışmanın başında da değinildiği gibi iletişim araçları (özellikle televizyon) algılamalarımıza bir biçim verirken, sosyal gerçekliğin mantığına, gidişatına katkıda bulunur. Bir yanda sosyal gerçeklik, diğer yanda iletişim araçları vardır. Bu noktada gazetecilerin herhangi bir bilgi alışverişinde sosyal faydayı göz önünde bulundurmaları gerektiğini söyleyen Day, izleyiciler ile kurulan iletişim aktivitesinde verilmek istenen mesajın anlaşılır

olabilmesi için gazetecilerin, hangi bilginin işlevsel ya da en azından kullanışlı olabileceği konusunda çok dikkatli davranmaları gerektiğini vurgulamaktadır (Day,1997: 132). Sosyal fayda sorununun bir iletişim etkinliği için oldukça önemli olduğu konusu üzerinde duran Day, bilgi akışının halk için faydalı olabilmesi için ise sansasyona başvurma, öldüren merak, alaycılık ve röntgencilikten oluşan dörtlü bir eleme mekanizmasından geçmesi gerektiğini iddia etmektedir (Day, 1997: 132). O halde iletişim araçları sosyal gerçekliğin tanımlayıcısı olarak aktiftirler (Poyraz,2002:18) biçiminde bir çıkarımda bulunmak yanlış olmayacaktır. Örneğin haber metinlerinde gerçeklik, haber olarak yeniden doğarken, bazı ideolojik değişimlere uğramaktadır. Olaylar biz / onlar, yerli / yabancı, elitist / popülist, normal / anormal gibi ikili karşıtlıklara göre yapılandırılır. Kitle iletişim araçlarında kullanılan dil, özellikle de haber ve anlam üretimi bu ikili karşıtlığa göre şekillendirilir (Sözen,2001:135).

Özetle medyadaki gerçeklik başkalarının kurgulanmış gerçekliğidir. Bunu kanıtlayan ve medyanın gerçeğin ta kendisini yansıttığı yolundaki iddiaların doğruluğunu kuşkuya düşüren temel saptama, gerçekliğin basitçe verili olgulardan farklı bir şey olduğudur. Çünkü gerçek, yukarıda da belirtildiği gibi gerçekliğin deneyimler ışığında belirli bir tarzda ve kategoride kurulmasından ibarettir. Oysa medya, gerçekliği yalnızca yeniden üretmekle kalmadığı gibi, aynı zamanda tanımlamaktadır. Gerçeklik yineleme, dolayım, kategorize etme, formüle etme, izleyici üzerinde otorite kurma ve kalıplaşmış belirli dilsel söylem pratikleriyle desteklenerek yeniden üretilmekte ve bu haliyle izleyici / okur karşısına su-

nulmaktadır.

Örneğin, bir dönem Türkiye'nin sağlık gündemini meşgul eden "*hormonlu ve zehirli ilaçlarla üretilen çilekler*" konulu haberler, kamuoyuna kesin bir gerçek olarak sunulmuştur. Sağlık ve Tarım Bakanlığının aksi yöndeki açıklamalarına rağmen kamuoyu, deneyim ve yargılamalarını medyanın defalarca sunduğu; "*çileğin zararlı olduğu gerçeği*" üzerine şekillendirmiştir. Artık zihinlerde, çileğin zararsız olduğu yolundaki resmi gerçeğin yerine, medyanın yukarıda bahsedilen yollarla defalarca sunduğu ve tanımladığı, "*çilek zehirlidir gerçeği*" kalmıştır. Medyanın burada yaptığı şey, aksi yöndeki tüm resmi açıklamalara rağmen, bir anlamlandırma ve anlam üretme pratiğidir. Bu nedenle medya ile verilen mesajların (çilek örneğinde olduğu gibi yurt dışındaki sermaye odaklarının çıkarları doğrultusunda şekillenmiştir) sadece açık ve net anlamları doğrultusunda değil de, aynı zamanda bu mesajların medya organizasyonlarının tasarrufu altında şekillendirdiği gerçeğinin de üzerinde durulması gerekmektedir.

2. TELEVİZYON GERÇEKLİĞİ

Televizyon, kitle iletişim araçları içinde gerçeği aslına en yakın olarak aktaran bir araç gibi görünmekle birlikte, bu yanılsamadan dolayı belki de en çok çarpıtıcı araç olduğu düşüncesi giderek yaygınlık kazanmaktadır. Çünkü televizyon, kendine özgü tekniğiyle olayları aktarırken, aslında yeni bir gerçeklik, "televizyon gerçekliği" yaratmaktadır (Poyraz,2002: 22). Televizyon bu gücünü görüntüden almaktadır. Gözün gördüğü şeylerin onaylanması daha kolay olmaktadır. Televizyonun gözü kameradır ve "*televiz-*

yon izleyicisinin ezici çoğunluğu kameraların yalan söylemediğine inanmaktadır. Bu inanca göre, kamera sayesinde görüntü kendini, her türlü yorumdan, yani dilden ve düşünceden kurtarmıştır. Burada bağımsızlık kazanan, kameranın gösterdiğini gören gözdür. Oysa açı seçilir, uzaklık ve ışık ayarlanır; stüdyoda kurgu yapılır, kısacası görüntü çekilmez, yapılır, üretilir. Televizyonda görülen de, orda olup bitenin resmi değil, anlatımıdır.” (Mutman, aktaran: Kars,1996:114) Göz, televizyon kamerasının alıştırdığı görüntüyü gören organdır. Buna karşın televizyon görülenin, olan bitenin gerçeği, bilgisi olduğu ideolojisine dayanır. Oysa gerçeklik televizyonda her gün yeniden kurulmaktadır. Kurmaca görüntüler, gerçeğin tıpa tıp aynısı sanısı uyandırdığı için de, insanlara televizyonla “sanal” bir dünya sunulmaktadır (Kars, 1996:115).

Bu sanal dünyanın gerçeklik ile olan irtibatının kurulmasında kameranın önemli bir etkisi söz konusudur. Televizyon haberlerinin gerçekliğe dayalı anlatısal öğeleri yoğunluklu olarak kamera sayesinde işlevsellik kazanmakta, gerçeğin tanımlanmasında önemli bir faktör olan “gören gözü” temsil etmektedir. İzleyici için gerçeği gören gözü temsil eden kamera, televizyonun gerçeği yansıtmadaki en önemli silahıdır. Kamera profesyonel kameramanlar, görüntü yönetmenleri ve yönetmenler tarafından önceden belirlenmiş açılarla gerçeği en sade bir şekilde aktarmaya çalışmaktadır. Her açının izleyici üzerinde bir etkisi bulunmakta ve izleyicinin televizyonun gerçekliğine alışmasında etkili olmaktadır.

Tuchman, kameranın çekim açılarına göre görüntüye nasıl anlamlar yüklenebileceğini Hall’dan aktararak şöyle ifade et-

mektedir:

“Ayrıntıları göstermek için, yakın mesafe çekimi ve kişiyi kavrayan yakın kişisel mesafe daha çok dokunma mesafesi, dokunma duygusu gibi bir anlamı; bel üstü çekime karşılık gelen uzak kişisel mesafe ve diz üstü çekime karşılık gelen yakın toplumsal mesafe gibi çekim araçları daha çok resmîyeti, işi ve konumu vurgulamak için kullanılırlarken bu açılar, aynı zamanda konuşma mesafesi olarak işlev görmektedirler; boy çekimine karşılık gelen uzak toplumsal mesafe, genel çekime karşılık gelen kamusal mesafe türündeki çekim açıları ise, genellikle izleyiciyle konuşan arasındaki mesafeyi aktarmaları nedeniyle çok fazla kullanılmayan açılardır. Kamusal mesafe, genellikle haber ve haber programlarında çok kullanılmaz, özellikle röportajlarda daha çok dokunma mesafesi anlamına gelen yakın mesafe çekimleri kullanılmaktadır. (Tuchman, aktaran: Poyraz,2002:50-51)

Televizyon, gerçekliğe dayalı anlatısal öğelerin işlevsellik kazanmasında gören gözü temsil eden kameranın nimetlerinden olabildiğince faydalanmaktadır. Ancak kamera, televizyonun gerçeği aslına en yakın olarak aktaran bir araçmış gibi anılmasında etkili olan tek araç değildir. Stüdyo, canlı yayın, röportajlar, efektler gibi teknolojiye paralel bir gelişim seyrine sahip bulunan unsurlar televizyonda gerçekliğin kurulmasında başvurulan stratejiler arasındadır.

Televizyonda sunulan haberlerde gerçekliği denetlemeye yönelik bu stratejiler 1950’lerin ortalarından itibaren geliştirilmiş ve yayıncılık teknolojisindeki ilerlemelere bağlı olarak gün geçtikçe değiştirilmiştir. Televizyon haberlerinin gerçekliğe dayalı bu anlatısal öğeleri ilgili literatürde değişik sıralandırmalarla sunul-

maktadır. Bunlardan birisi olan Ian Connel televizyon haberlerinin gerçekliğe dayalı anlatsal öğelerini şöyle sıralamaktadır:

“Kamera parçası olan canlı stüdyo, Canlı stüdyo röportajı, Canlı stüdyo görüşmesi, Canlı stüdyo tartışması, Film akışıyla sahicilik, Üzerine yorum verilerek film akışıyla sahicilik, Üzerine yazı bindirilmiş görüntü sıralamasıyla sahicilik, Özetlenmiş güncel olaylar, Kamera parçasının sahiciliği, Röportajın sahiciliği, Görüşmenin sahiciliği, Üzerine yorum verilen grafikler, Üzerine yazı / ses verilerek dondurulmuş görüntüler, Üzerine müzik verilen başlıklar ve saygın kişiler.” (I.Connel,aktaran: Dursun,2001: 143)

Connel, haberin gerçeklik etkisi yaratmak için kullandığı bu stratejik öğelerin en çok kullanılan düzenlemesini, ‘Kamera parçası olan canlı stüdyo-Canlı stüdyo röportajı-Film akışıyla sahicilik-Üzerine yorum verilerek film akışıyla sahicilik Görüşmenin sahiciliği ve tekrar kamera parçası olan canlı stüdyoya dönüş’ olarak belirlemektedir. Özellikle Kamera parçası olan canlı stüdyo ve Canlı stüdyo röportajında kullanılan ifadelerin, izleyicinin dikkatini çekmek ve onu konumlandırmak için bir üst dil olarak işlev gördüğünü belirtmektedir. Sahicilik / Gerçekçilik biçimlerinin kullanımı, şeffaf gerçeklik etkisi sağlarken; bu unsurlar, belli bir bakış açısı oluşturup izleyiciyi bu bakış açısına doğru yönlendirmeyi sağlamaktadır (I.Connel, aktaran: Dursun, 2001:144). Bu şekilde bir yönlendirme, izleyicinin haberin gerçekliğine inanmasını kolaylaştıracak ve yönlendirilmenin farkında olmamasını sağlayacaktır. Çünkü kamera parçası; gerçeğin tanımlanmasında önemli bir faktör olan “gören göz-

dür”, canlı stüdyo röportajı; haberin gerçekliğine inandırıcılık katan güvenilir uzman otoriterlerdir ve nihayetinde üzerine yorum verilerek film akışıyla sahicilik ise; izleyicinin başkaları hakkında görüşlerin sunulmasını beklediği ve bundan toplumsal bir destek sağladığı etkili ve önemli öğelerdir.

Özetle televizyon kamerası ve dolayısıyla televizyon, dünyaya açılan pencere olarak inşa edilen bir saydamlık eğretilmesi üzerine temellendirilmiştir. Ancak imge ile göstergesi arasındaki gerçek ya da mantıksal ilişkiyi tersine çevirir; imgesini göndergesinden daha önemli hale getirir (Fiske, aktaran: Poyraz, 2002: 25). Bu şekilde izleyici, kendi bireysel gerçekliğinden şüphe edecek ve kendi gerçekliği ile televizyonun sunduğu gerçeklik arasında kalarak kendi gerçekliğinin önemli bir bölümüne yabancılaşacaktır.

3. HABER VE GERÇEKLIK İLİŞKİSİ

Tıpkı medyanın diğer bütün ürünlerinde olduğu gibi televizyonun bir program türü sayılan haberin de asla basit ve saf olgulardan ibaret olmayıp, zorunlu olarak birileri tarafından seçildiği ve özellikle de gerçekliğin yeniden değerlendirildiği yolundaki düşünceler, haber üzerinde yapılan araştırmalar ve haber çözümleme lerinde oldukça sık vurgulanmaktadır. Özellikle eleştirel kuram geleneğine sahip fenomenolojistler ve kültürel çalışmalar geleneği taraftarları, haberlerin bağımsız ve nesnel gerçeklik olmadığı, bir takım anlamlandırma pratiklerince ve gözlemcinin (gazetecinin) ilgi alanı ve gözlemlediği/rapor ettiği şeye olan bakış açısı (Merril, 1997: 121) sonucu üretilen bir gerçeklik olduğu yolunda görüş bildir-

mektedirler. Bu görüşü öne süren fenomenolojistler, “*haber, gerçekliğin doğru ya da taraflı bir resmi olarak karakterize edilemeyeceğini, ancak toplumsal dünyanın tekdüze bir şekilde yapılandırılmasından kaynaklanan bir çerçeve olarak tanımlanabileceğini belirterek onun bir “gerçeklik inşası” olarak iş gördüğü üzerinde vurgu yapmaktadır.*” (Tuchman, aktaran: Durson, 2001:128)

Gerçekliğin yeniden inşası olarak üretim aşamasında haberin bu serüvenini gerçeklik boyutuna müdahale olarak değerlendiren Talu bu müdahaleyi eleştirel bir yaklaşımla şöyle dile getirmektedir: “*Teorikleşmiş haliyle medya dünyasında eşik bekçiliği denilen süzme - eleme, işleme dizisi, ham bilgiyi alıp, yoğurup mamul ürün haline getirir ya da öldürür. Habere o haliyle (olan-biten) denilebilir mi artık? Haber bir yeniden yapımdır, mamuldür, inşa edilendir, siyasi temsildir, montajdır, bir sunuştur. En kötü ihtimalde bir manipülasyon, en iyi ihtimalle bir röprodüksiyondur. Diyebilirim ki gerçeğin dublörüdür. İmitasyon -gerçektir de diyebiliriz.*” (Talu, aktaran: Rigel, 2000:179) Talu’nun ifadesiyle bu imitasyon gerçekliğin oluşmasına etki eden röprodüksiyonun produktörleri, kendilerini gerçeğe adanmış olmaları gereken ve bunu bir övünç olarak gören gazeteciler (Merrill, 1997:106) (haberi yapanlar) ve onların kişisel müdahaleleridir. Gazeteci, haber yapabilmek için olaylar arasından kendine göre bir seçme yaparak bu olayı bir çerçeve içine oturtmaya çalışmaktadır. Bunu yaparken de doğal olarak olayların ardında yatan gerçekler üzerinde anlam üretmeye her zaman mahkumdur (Tokgöz, 1987:55).

Örneğin; ‘kapkaççı’ haberlerinde olduğu

gibi, habercilerin kapkaççıların eylemlerini tanımlarken kullandıkları “kapkaççı terörü” tanımlaması, gerçek üzerinde anlam üretmekten başka bir şey değildir. Çünkü kapkaççı olayları, gerek resmi (hukuki) gerekse de toplumsal terörizm tanımlamalarına uymamaktadır. Habercilerin bu söylemi defalarca aynı şekilde kullanmaları, kapkaççıları hakkındaki gerçekleri (toplumsal gerçekleri) saptırma ve gerçeği değişken kılmaya yöneltmektedir. İzleyicinin bu konu hakkındaki gerçeklik deneyimi ve yargılaması da habercinin sunduğu gerçekliğe yönelmektedir. Konu ile alakası olmayan “Terörizm“ vurgularının toplumsal etkileri, “Küresel Terörizm“ söyleminin ekranlarda sıkça dile getirilmesinin de etkisiyle televizyon haberlerine düşündürücü bir şekilde yansımaktadır. Özellikle sarhoş araba kullanan sürücülerin ya da işlediği herhangi bir suç yüzünden tutuklanan kişilerin kameralara bakarak “terörist miyiz niye çekiyorsunuz?” şeklindeki agresif davranışları, izleyicinin gerçeklik deneyimini ve yargılamasını habercinin sunduğu gerçekliğe yönelttiğinin bir kanıtıdır. Habercinin burada gerçekliğe müdahalesi ve onu değiştirmesi kaçınılmaz görülmektedir. Bunun nedeni, daha önce de belirtildiği gibi bir olayın ya da olgunun değiştirilmeden aktarılması, ancak aktarıldığı aracın saydamlığıyla mümkün olabilmektedir. Oysa iletişim araçları, böyle bir saydamlıktan en azından teknik nedenlerden ötürü yoksundur. Bir kitle iletişim aracı en başından, yani aktarılacak olguların seçiminde bile nesnel gerçekliğe müdahale etmektedir. Sonraki aşamada ise, bir olayın alıcı / tüketiciye ulaşabilmesi için öncelikle aracın söylemine çevrilmesi gerekmektedir. Bu da aktarılacak olan

gerçeğin bir işleme tabi tutulduğu anlamına gelmektedir (Mutlu, aktaran: Poyraz, 2002:19–20).

“Gerçek, gazeteciliğin olmasa olmazlarındadır” (Merrill, 1997:106) biçimindeki genel kanıya rağmen haberci diliyle aktarılacak “olayın” gerçek olarak sunulmasının mümkün olmayacağını ve gerçekliğe müdahalenin hangi işlemlerden geçtiğini açıklamanın en pratik yolu, haber yapım aşamasında görev alan uygulayıcıların bu konudaki fikirlerine başvurmak olacaktır. Televizyon haberciliği konusunda Türkiye’de önemli bir yeri bulunan NTV’nin bir dönem haber editörlüğü görevinde bulunmuş olan Ümit Aslanbay, habercinin haber yaparken gerçeğe müdahalesini ya da gerçeğin olduğu gibi yansıtılmayacağını şöyle ifade etmektedir: *Diyelim ki, bir toplumsal olay, olayda kameralar çalışıyor, muhabir yine orada. Biz onun nasıl bir durumda olduğunu, olayın nasıl geliştiğini veya kimin haklı, kimin haksız, hatta futbol maçlarında bile sık sık yapılan pozisyonlar bile yeniden değerlendirilebiliyor; ya da bir polis copu kalktığına niye kalktığını, ya da bir olayın hangi anda çığırından çıktığını yine kameralar vasıtasıyla izleyebiliyoruz. Ama salt gerçek değil, yani gerçekliğin kendisi değil. Çünkü burada kameramanın seçtiği bir aralık var, önce bir süzülme süreci başlıyor, ondan sonra muhabirin önüne geliyor, o görüntülerden seçiyor. Montaj masasından çıkıp o yorumla birlikte izleyiciye ulaştığında gerçeklik başka bir olguya dönüşüyor. Bu anlamda -televizyon haberi- gerçeğin kendisi olmamakla birlikte bize çıplak gerçeği vermeye muktedir bir kamera ve televizyon haberciliğidir.” (Aslanbay, 1998)*

4. KURGU GERÇEK

Kurmaca bir yapıtın; gerçek dünya ile yansıma ve denklik ilişkisi ölçütüne dayanılarak değerlendirilmesi yerine, değerlendirmenin, bir kurmaca yapıtın gerçek dünyayı hangi yollardan anlamlandırdığı ve anlaşılabilir kıldığı sorusu çerçevesinde yapılması daha önemli ve anlamlı olacaktır (Poyraz, 2002:22). Konuya bu açıdan bakıldığında haberin ve gerçeğin işlevlerini ayrı ayrı ortaya koymak gerekmektedir.

Gerçeğin iki farklı biçimde değerlendirilebileceğini ifade eden Merrill bilgi eksikliği içerisinde bulunsa dahi bir hikayenin gerçek olabileceğini vurguladıktan sonra, “gerçeklik” olgusunun esas itibarıyla “gerçeğin tümü mü yoksa bir barçası mı?” sorusuyla muhatap olması gerektiğini işaret etmektedir. (Merrill 1997: 107) Haber ve gerçeklik ayrımına değinen Seyide Parsa da, haberin işlevinin bir olayı işaret etmek olduğunu, gerçeğin işlevinin ise gizli kalmış bilgileri aydınlığa kavuşturmak olduğunu söylemektedir. Aralarında bağlantı kurmaya çalışmak ise, insanı harekete geçirecek bir gerçekliği çizmektir. Yalnızca toplumsal koşulların ölçülebilir tanınabilir biçimler aldığı bu görüşlerde “body of truth (gerçeğin gövdesi) ile “body of News” (haber gövdesi) uyuşabilir (Lippmann, aktaran: Parsa,1993:35). Bu yüzden haberin -kurgulanmış- bir öykü olduğunu söylemek, haberi küçümsemek ya da yalan olmakla suçlamak değil; tersine, tıpkı tüm kamu belgeleri gibi, haberin de içsel gerçekliğiyle tutarlı olarak yapılandırılmış (kurgulanmış) bir gerçek olduğudur (Tuchman, aktaran: Kars,1996:73). Önemli olan; izlenmekte olan haberin, kurgulayanın ve kamera, montaj, efekt

vb. tekniklerin müdahalesi sonucu belirli derecelerde farklılaşmış bir gerçekliğin hikayesi olduğunun anlaşılmasıdır. Kapkaççı olaylarının yansıtıldığı haberlerin sunumunda gerçekleştirilen haber yapısında, olayın özünde (çekirdeğinde) bir gerçeklik payı bulunabilmektedir. Bu gerçeklik; kapkaççı eylemlerinin toplum tarafından onaylanan ve normal kabul edilen sosyal davranış kriterlerine uymadığıdır. Bu nokta, gerçeğin gövdesi ile haberin gövdesinin bulunduğu nokta olabilir. Fakat kapkaççı haberlerinde izleyiciye sunulan gerçeklik; tek taraflı ve olumsuz olan herşey haberdır bakış açısıyla şiddet, saldırı ve aksiyon üzerine şekillenen bir gerçekliktir. Çünkü televizyon haber departmanında çalışan ve haberin gerçekliğine müdahalede bulunan kameraman, muhabir, montajcı, editor ve yönetmenlerin bir çoğu, haberin yapısına kendi duygularını da katarak kapkaççı eylemlerinin ardında yatan toplumsal, ekonomik, ahlaki vb. sebepleri gözardı etmektedirler. Dolayısıyla kapkaççılar hakkındaki egemen toplumsal yaklaşım, “terörist” tanımlamasıyla kapkaççı haberlerinde ortaya çıkmaktadır. Suçüstü yakalanan kapkaççıların olay yerinde vatandaşlar tarafından linç edilme girişimleri bu tezimizi kanıtlamaktadır. Gerçeğin gövdesi ile haberin gövdesinin ayrıştığı nokta da tam burada başlamaktadır. Haberin gövdesine toplumsal tepkiler, resmi ideoloji, görüşlerine başvurulmuş uzman otoriteler gibi unsurlar da eklenince ayrışma bu sefer daha yoğun olmakta ve gerçek ile haber birbirinden tamamen ayrı iki kavram durumuna düşmektedir.

Ancak özellikle haber metinlerinin gerçeğin yansıtılması yönündeki işlevi, haber ve gerçeklik arasında bulunması gereken bu ayırıcı çizgiyi neredeyse ortadan kal-

dırmakta, haberin kurgu gerçeklik yerine gerçekçi metinler olarak iş görmesini kolaylaştırılmaktadır. Şöyleki; habere tanık olmanın dayanılmaz etkileyciliği nedeniyle özellikle televizyondaki “olay” haberleri, doğrudan muhabirin ağzından ve olay yerinden, “haber ilk elden verilmesi” izlenimiyle sunulmaktadır. Haber cümlelerinde sonradan öğrenilmiş izlenimini yok etmek için “mişli” geçmiş zaman kipi yerine “dili” geçmiş zaman kipi - hatta son dönemde şimdiki zaman kipi- kullanılarak metne “tanıklık” ya da “çok yakın geçmiş” izlenimini katmak amaçlanmaktadır (Özerkan,2001:130). Kapkaç haberlerinde kullanılan, “Kapkaç Terörü”, “Meydan savaş alanına döndü”, “Kapkaççılar yine rahat durmadı” gibi haber metinleri, uygun görüntüler eşliğinde sunularak, canlandırmalar yapılarak izleyici için gerçekten oluyormuş ve oradaymış hissi yaratmaktadır. Bu şekilde habercilerin, izleyicilere gösterilen kapkaççı eylemlerinin üstünde ve tamamen dışında olduğu hissi uyandırılarak haberin gerçekçi metinler olarak iş görmesi kolaylaştırılmaktadır. Haber gerçekçi metinler olarak iş görüp görmediği konusunda gazetecilik camiasında oldukça karışık bir spekülasyon alanının mevcut bulunduğunu söyleyen Bok, gerçeğin ahlaki boyutuyla ilintili olan aldatma/yalancılık ve gerçeklik olgusunun engin alanında yapılan tahrifat/çarpıtmanın bir sorun olarak bu tartışma alanının sınırlarını belirleyebileceğini iddia etmektedir (Bok, 1978: 6). Burada asıl sorun gerçeklikle kurulan ilişkide etkili olan tahrifatın/çarpıtmanın boyutudur

Aynı şekilde -özellikle televizyon haberciliğinde- haber olarak konu edilen olayların gerçekliğini vurgulamak için kullanılan yöntemlerden biri de canlı yayın

teknîğidir. Canlı yayın, habercilerin gerçekçi ve inandırıcı olma kaygılarından kaynaklanmaktadır. “Bu yöntemin kullanılması, gerçeğe en yakın olmanın getirdiği inandırıcılık yanında haber yapım cılarının prestij kaynağı olarak da değerlendirilmektedir. Fakat televizyondaki görüntülerin anındalığı, canlılığı, aracısızlığı ve doğrudanlığı, insanları bu görüntülerin filmdeki görüntülerden çok daha gerçeğe benzer olduğunu düşündürmeye zorlasa da, aslında televizyondaki görüntülerin gerçek olaylarla aynı ya da özdeş olmaları olası değildir. Çünkü üretilen her düşünce, gözlem ve iletişim etkinliği gözlemcinin ilgi alanı ve gözlemediği/rapor ettiği şeye olan bakış açısı çerçevesinde gelişir/yönlendirilir. (Merril 1997: 121) Birden fazla kameranın görüntüleri saptaması bir gerçeklik yanılsamasını yaratmaktadır. “Gerçeklik yanılsaması” ise bir iletişim aracı olarak televizyonun doğası gereği anındalık ve oradalık, doğrudanlık ve canlılık gibi olguların manüple edilmiş bir şekilde yansıtılmasıdır. Böylece televizyonun bir canlılık ya da gerçekçilik ideolojisi yaratması sağlanmış olur.” (Kaplan, aktaran: Poyraz, 2002:52)

Yineleme ya da tekrar stratejisi haber metinlerinin gerçekçi metinler olarak iş görmesini kolaylaştıran bir diğer yöntemdir. Kurgulanan metinler sürekli yinelemelere / tekrarlara ihtiyaç duymaktadır. Çünkü gerçekler kalıcıdır, haber ise unutulur. Bu yüzden medya kuruluşlarının ideolojileri doğrultusunda şekillenen haberin gerçekliği, verilmek istenen anlamların sağlamlaştırılması ve unutulmaması için yinelemelere / tekrarlara gereksinim duymaktadır.

Haberin gerçekçi metinler olarak iş görmesini sağlamak için gösterilen bütün bu çabalara/stratejilere karşın haberi üretim

aşaması içinde değerlendiren Watson; haberin “*bugünün gerçeğini açıklayan söylemi ile, olanı aktarmaktan çok gerçeği kendi formu içinde yeniden kurduğunu, bu arada da kaçınılmaz olarak olanı “yeniden” kurarak aktardığını*” söylemektedir (Watson, aktaran: Rigel,2000:179). Ancak haberciler, sundukları şeyin tek ve doğru gerçek olduğu iddiasını sürdürebilmek için bu tür yöntemleri kullanmak durumundadır.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Haberler, hayatın yaşanan gerçekliğinin yalnızca bir tarafını aktarmaktadır. Yaşanan toplumsal gerçekliğin sadece bir boyutunu aktardıkları halde haberciler ise var olabilmek için gerçeğin ta kendisini sundukları yolundaki iddialarını sürdüreceklerdir. Çünkü günümüzde bireyler gerçeklik konusundaki deneyimlerinin birçoğunu televizyonda izlediği haberlerden edinmektedirler. Gücünü buradan alan haber, toplumsal anlamları sürekli bir biçimde tanımlamak ve kurmakla kalmaz, aynı zamanda kurumlarda var olan süreçleri ve işlerin yapılma biçimlerini de sürekli kurar ve tanımlar. Şu halde haber ile gerçeğin arasında ayırıcı bir çizginin olması gerekmektedir; çünkü haberler toplumsal anlamların aktif bir şekilde kurulduğu ve biçimlendirildiği, toplumun gerçeklik deneyimlerinin alındığı ve toplumla bütünleştirildiği alanlardır. İletişim ders kitaplarında medyanın kamuoyunu oluşturduğu iddiaları ve televizyon izlenme oranlarının haber saati geldiğinde en yüksek derecesine ulaşması, haberlerin toplumla bütünleştiği ve onun bir parçası olduğu yolundaki görüşleri desteklemektedir. Ancak haber gerçektir ya da gerçek haberdir biçiminde süre giden tartışmalar

kurgusal gerçeklik düşüncesinin dışında tartışılmaktadır. Haberin gerçek olmadığı fikrine karşı geliştirilen savunmacı tutum, bu tartışmanın çerçevesini daraltmakta ve haber - gerçek arasındaki ayırıcı çizgiyi de ortadan kaldırmaktadır. Haberin; gerçeğin yeniden kurgulanmış bir formundan ibaret oluşu, kuşkusuz ne onun değerini düşürmekte ne de onu aşağılamaktadır. Aksine, haberin kurgusal bir gerçeklik olduğu iddiası; haberin, kendi içsel gerçekliği ile tutarlı olarak yapılandırılmış bir gerçeklik olduğunu kanıtlamaktadır. Fakat daha önce de belirtildiği gibi; gerçekliğin sadece bir boyutunu aktardıkları halde haberciler, var olabilmek için gerçeğin ta kendisini sundukları yolundaki iddialarını sürdüreceklerdir.

KAYNAKÇA

ASLANBAY, Ümit (1998). "TV Haberciliği ve Haber Tekniği." Bursa : 3, 26-27 Kasım. Yerel Medya Eğitim Semineri
BURTON, Graeme (1995). Görünenden Fazlası-Medya Analizlerine Giriş. Çev., Nefin Dinç. İstanbul: Alan Yayıncılık
BOK, Sissela (1979). Lying: Moral Choice in Public and PrivateLife. New York, Pantheon Books
CEVİZCİ, Mehmet (1996). Felsefe Sözlüğü. Ankara: Ekin Yayınları
DAY, Louis A (1997). Ethics in media communications: Cases and Controversies, 5th edition Belmont: CA: Wadsworth
DURSUN, Çiler (2001). Tv Haberciliğinde İdeoloji. Ankara: İmge
KARS, Neşe (1996). Yazılı Basından Televizyona Geçişte Tekelleşme Eğilimleri Açısından Televizyon Haberciliği. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul: M.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü

KAYAALP, Levent (2002). "Günümüzün Kilisesi Medya". İstanbul: İletim Gazetesi Nisan Sayısı
KIVANÇ, Ümit (1995). "Meydanı Boş Bırakmayalım". İstanbul: Birikim Dergisi, Sayı:68-69
MARTINSON, David (2000). "Dietrich Bonhoeffer an communicating "the truth": Words of wisdom for journalist". Jurnal of Mass Media Ethics, Volume 15, Number 1
MERRİLL, John C. (1997). Journalism Ethics: Philosophical Foundations for News Media. New York: St. Martin's Press
ÖZERKAN, A.Şengül (2001). Medya Dil ve İletişim. İstanbul: Martı Yayınları
PARSA, Seyide (1993). Televizyon Haberciliği ve Kuramları. İzmir: Ege Üniversitesi İletişim Fak. Yayınları
POYRAZ, Bedriye (2002). Haber ve Haber Programlarında İdeoloji ve Gerçeklik. Ankara: Ütopya,
RİGEL, Nurdoğan (2000). İletişim Tasarımında Haber. İstanbul: Der Yayınları
TİMUÇİN, Afşar (2000) Düşünce Tarihi. İstanbul: Bulut Yayınları
TOKGÖZ, Oya (1987). Temel Gazetecilik. Ankara: A.Ü.S.B.F. Yayınları