

## HABER DİLİNİN İDEOLOJİK YAPILANMASI

Necla ODYAKMAZ\*

### *Abstract*

In the case of the news media, ideology is embedded in everything it does, in the form of the implicit claims it makes about the nature and validity of its enterprise, and the reasons it has for various kinds of action. All these claims, together, form a coherent ideology that protects the news media's prerogatives and position.

The claim that the news media focuses on getting the story right, as described in the next section, is one part of its ideology. Collectively, all these claims form a coherent system, based on a cognitive model, which journalists and others draw from to decide how to act, to explain and justify action, to respond to action, and to criticize it. In other words, they are part of the cultural value systems described earlier.

**Key words:** Ideology, News Ideology

.....

---

\* Araş. Gör., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü

Gerçeğin haber diline çevrilmesi, dolayımlanması, yeniden inşa edilmesi ideolojik bir girişimdir. Medya içeriği, sadece haber bültenleri değil, bir bütün olarak ele alındığında sermayenin ideolojisini yansıtır. Bir haber bülteni hazırlanırken editörün dikkate aldığı en önemli konu içeriğin, medya organizasyonunun ideolojini yansıtmasıdır. Hangi konular, nasıl ve ne kadar sunulacak, hangi sırayla verilecek, hangileri daha geriye çekilecek, hangi konular hiç verilmeyecek, hangi bölümler vurgulanacak... bunlara karar verilirken sermayenin ideolojisi ön plandadır.

Haber, tanımlanma anından itibaren ideolojiyle olan içiçeliğini dışa vurur. “Haber, toplumun bilgi ve ilgisini geliştirecek, dönüştürecek gerçekliğin, kurgusal olarak, medya organizasyonunun yapısına, teknolojisine ve ideolojisine göre yeniden kurgulanmasıdır. Haber, içinde barındırdığı çok katmanlı yapısı nedeniyle formel olarak düzenlenişi, tanımlanmasından ve kavramsallaştırılmasından daha kolay bir iletişimsel yapılanmadır.” (Rigel, 2000: 177)

Haber söylemi en önemli enformasyon etrafında inşa edilir, diğerleri ise çıkarılır ya da geriye itilir. Bu arada bazı eklentiler de olur. Habere ayrılan yer ya da zaman, dilin vurgu sistemi, kullanılan cümlelerin yapısı, seçilen yüklem, zarflara, sıfatlara ayrılan yerler, bunların hepsi birer ideolojik seçimdir. (Özerkan, 2002: 67)

İdoloji, günümüz haber medyasının bütün görevlerine, ondan doğal veya yasal olarak talep edilen bütün işlere ambargo koymuştur.

İrfan Erdoğan Liberal Burjuva gazeteciliğinin ve haberciliğinin en belirgin özelliklerinden birinin gerçeklere tıpa tıp uyan, çoğu kez gazetecinin duygusalılığından arındırılmış bir yazılım biçimi ve profesyonelliği getirmesi olduğunu belirtiyor. Ancak her gerçeğe değil, dikkatle seçilmiş gerçeklere “Kapitalist medya profesyonelliği, egemen sermaye sisteminin hem materyal hem de ideolojik günlük pratiklerinin belli biçimlerde sürekli sergilendiği bir alandır. Burjuva medya profesyonelliğinin, gerçekleri çeşitli profesyonel kaideler, kurallar, ahlak, haber anlayışı, haberlerin gündeme alınmasındaki sıralamalar standartlaşmalarla sermayenin ideolojisinin çerçevelediği bir uyum ve eleştiri alanı içine sıkıştırılır. Örneğin bu idolojilerin belirlediği haber profesyonelliğinde her gün gazetelerin ilk sayfalarını cinayetler, dedikodular, hırsızlıklar, kazalar, siyasetçiler hakkında sansasyonel haberler, seçilmiş-gerçekler saptırılmadan, olduğu gibi sunulur. Eğer BBC, AP, UPI uluslararası bir güvenilirliğe sahipse, bunun nedeni dünyanın gerçeklerini yansıttığından değil, yansıttığı olayları ‘yalan söylüyor’ dedirtmeyecek biçimde yansıttığındandır. (<http://media.ankara.edu.tr/?erdogan/haber.htm>)

Medya metinlerinde objektiflik analizlerinin bilişsel ve dilsel olmak üzere iki yanı vardır. Bu süreçte ideolojilerin de bizi dil gibi sarmaladığını; hayatı ve kendimizi değerlendirme, anlamlandırma yolunda bize ön şemalar çizdiğini göz önünde tutmak gerekmektedir. Medyanın mesaj aktarımında yansız olması, yalnızca bir araç konumunda olması,

imkansız gibi görünmektedir. Medya, dili stratejik olarak kullanır ve dil, ideolojilerin yeniden biçimlendirilmesinde önemli rol oynayan etkenlerin başında gelmektedir. (Özerkan, 2002: 72)

Dil, ideolojileri taşıyarak bilinci dönüştürür, bu süreçte eylemleşir. Çünkü ideoloji, insan bilincini büyük bir değişime uyratır, eski yapıyı bozarak, parçalayarak yerine yenisini koyar. (Çoban, 2002:835)

Küreselleşmeyle birlikte ideolojilerin insan bilincine yaptığı baskı ve yapı bozumu sertleşmiştir. Bilinç endüstrisi, insan beynini sadece medyayla değil, egemen kapitalist pazarın kitle halinde ürettiği ve dağıttığı bütün ürünlerin tüketimiyle ele geçirmektedir. Örneğin Coca Cola içen sadece susuzluğunu gidermez, aynı zamanda Amerikan ideolojisini ve yaşam tarzını benimsemiş olur.

Bilinç ve ideoloji kapitalist emtia/mal (commodity) üretimi, dağıtımı ve tüketiminden ayrı veya bağımsız bir karaktere sahip değildir; aksine ayrılmaz, bütünleşik bir parçasıdır. Dolayısıyla kapitalist ekonomik, siyasal ve kültürel pazarın ve endüstrilerin olduğu her yerde aynı zamanda bilinç yönetimi ve endüstrileri de vardır. (<http://media.ankara.edu.tr/~erdogan/sinemasal.html>)

Medya organizasyonlarının kuruluşunda devletin ideolojisini yayması ve toplumu belli bir ideoloji etrafında tutması esastır. Her devlet ideolojik aygıtlara sahip olmak zorundadır, aksi halde varlığını ve birliğini sürdürmesi imkansızlaşır.

Louis Althusser, devletin baskı aygıtlarının (hükümet, yönetim, ordu, polis, mahkemeler, hapisane vb.) zor kullanarak hegemonyayı uyguladığını belirtiyor. Devletin ideolojik aygıtları (dini, öğretimsel, aile, hukuki, siyasal, sendikal, haberleşme, kültürel aygıtlar) ise dolaylı olarak hegemonyaya hizmet ederler.

Gerçekten de ister Baskı, ister İdeolojik olsun, devletin her aygıtı hem baskı, hem de ideoloji ile işler; ama Devletin İdeolojik Aygıtı ile Devletin Baskı Aygıtını birbirine karıştırmamayı gerektiren çok önemli bir ayrım vardır arada. Bu ayrım, Devletin Baskı Aygıtının, kendi hesabına baskıya tümüyle (fizik baskı dahil) öncelik verirken, ideolojinin burada ikincil bir işlevi olmasıdır. Bütünüyle baskıya dayanan bir aygıt yoktur. Fakat tersine Devletin İdeolojik Aygıtlarında ideoloji tümüyle öncelik kazanırken, aynı zamanda baskıya, en son durumda olsa bile, fakat yalnızca en son durumda çok hafifletilmiş, gizlenmiş, hatta sembolik bir baskıya (bütünüyle ideolojiye dayanan aygıt yoktur) ikincil bir işlev verildiği söylenmelidir. (Althusser, 2000: 35)

Hegemonya zorunludur ve sıkı biçimde işlemek zorundadır, çünkü ikincil sınıfların toplumsal deneyimleri, başat ideolojilerin kendileri ve toplumsal ilişkileri için çizdiği resimle sürekli olarak çelişir. Diğer bir deyişle, başat ideoloji, ilerletmeye çalıştığı toplumsal düzene insanların rızasını kazanmak için üstesinden gelmek zorunda olduğu dirençlerle sürekli olarak karşılaşır. Bu dirençler kırılabilirler ancak asla tümüyle yokedilemezler. Bu yüzden, hegemonyanın zaferi ve kazandığı rıza

kaçınılmaz biçimde istikrarsızdır; asla elde bir olarak görülemez ve bu yüzden sürekli olarak yeniden kazanılmak ve üstünde mücadele edilmek durumundadır. (Fiske, 2003: 225) Medyanın görevi başat ideolojiyi canlı tutmak ve toplum içindeki direnç noktalarının sivri uçlarını törpülemektir. Zaman zaman farklı fikirlere yayınlarında yer vererek, bu fikirdekilerin deşarj olmalarını sağlar ve sapkınları düzen içerisinde çekme işlevini yerine getirir.

Öte yandan seçkin kimseler, örgütler ve uluslar da, haber değeri açısından ilk sıralarda yer alarak, iktidarlarının tanınması ve meşrulaştırılmasını için avantaj sağlarlar. Yani haber değeri dediğimiz olgu, mesleki ve ideolojik ölçütler göz önüne alınarak oluşturulur.

İktidar elbette yerel olarak cisimleşir ve medya profesyonelleri tarafından uygulanır. Bu durumda şu soru doğar: gazeteciler karşı karşıya geldikleri ideolojileri nasıl yeniden üretir ya da bu ideolojilere nasıl meydan okur? Gazetecilerin başat siyaset ve iş hayatı konusunda eleştirel oldukları ve bu seçkinlerin ideolojilerini her zaman paylaşmadıkları da savunulmuştur.

Bu çelişkilere rağmen, eleştirel teorisyenlerle birlikte medya pratiklerinin, kimi durumlarda muhalefet ve eleştiriye yer olduğu zamanlarda bile esnek, ama başat bir oydaşmanın sınırları içinde kaldığını varsayabiliriz. Başat haber medyasında temel normlara, değerlere ve iktidar düzenlemelerine karşı açık bir meydan okuma nadiren gerçekleşir. Aslında bu muhalefetin kapsamı da örgütlenir ve denetlenir. Medyanınki

de dahil olmak üzere, muhalefet güçlü kurumlar tarafından konulan sınırlarla kısıtlanır ve böylece yeknesaklaşabilir. (Van Dijk, 1999: 368)

Devletin ideolojik aygıtlarının sermaye yapılarının değişmesiyle hizmet ettikleri ideolojilerde de değişimler yaşanmıştır. Özel sermayenin eline geçen medya organizasyonları özel çıkarlara hizmet eder duruma gelmişlerdir.

Gelişmiş kapitalist demokrasilerde, medya sahipliği önemlidir. Medyanın tek bir güç eline geçmesi yasalarla sıkı denetim altına alınmış ve engellenmiştir. Devlet medyaya sahip olamaz, yönetici sınıfın bir bölümü medyayı denetimi altına alamaz, özel sermaye tek başına medyada tekelleşme yoluna gidemez. Buna rağmen yine de medya egemen ideolojinin etkisinden kurtulamamaktadır. Çünkü “kitle iletişim araçları karmaşık söylemler içinde ayarlanmış, iletilerin ve işaretlerin üretimi için toplumsal, ekonomik ve teknik bakımlardan örgütlenmiş aygıtlardır.” (Erdoğan-Alemdar, 2002: 404-405)

Bağımsızlık ve bağlantısızlık, medya kuruluşunun sahibinin gücü ve medya dışı iş yapış yapmamasıyla doğrudan bağlantılı hale gelmiştir. Bağımsızlık sağlansa bile, herhangi bir medya kuruluşunun tarafsız olabileceğini ileri sürmek mümkün değildir. Çünkü her medya kuruluşu ve mensubunun, bir dünya görüşü vardır. Medya mensupları, içine doğdukları sosyo-ekonomik ve siyasal ideolojik ortamın ürünüdür. Onlardan etkilenerek ve onların güdümünde biçimlenirler. Ayrıca haber toplama süreci, haber organizasyonunun kapitalist merkezli yapısından da

etkilenir. Aynı görüşü birebir paylaşmasalar da, medya sahibinin ya da genel yayın yönetmeninin çizdiği çerçeveye uymak zorundadırlar. (Özgen, 1998: 85)

Hackett “Bir Paradigmanın Sonu: Haber Medyası Çalışanlarında Yanlılık ve Nesnellik” adlı makalesinde “Haber Gerçeği Yansıtabilir mi?” sorusundan hareketle haber metinleri içinde, gazetecilerin ‘yansız’ sunum biçimlerinin ve dengelilik ilkesinin nasıl bir ideolojik yeniden üretime yol açtığı tartışır. Yazara göre, gazetecilerin dengelilik ilkesi üzerinde çok fazla durması, haberi, ardındaki ideolojik çerçeveyi gözlemekte daha da etkin bir hale getirmesi bakımından boş bir çabadır.

“Televizyon haberlerinin yansızlık ve tarafsızlığı verme biçimi, ardında yatan ideolojik önermeleri gizlemeye hizmet eder. Çatışan politikacılar arasında dengeliliğin sağlandığı görüntüsü ve sorunun farklı taraflarının sunum biçimi, izleyicinin dikkatini, konunun neden bu biçimde ele alındığını ve hatta neden bunun bir ‘sorun’ olduğunu ve neden bu kişilerin (üst kademe bürokratlar ve politikacılar) sorunu tanımlama hakkına sahip olduğu gibi sorulardan uzaklaştırır.” (İnal, 1995: 69)

Nesnellik ideolojik bir kavramdır; kitle iletişimindeki profesyonel faaliyetleri haklı çıkarmak için düzenlenmiştir. Bu düzenleme kitle iletişim faaliyetlerinin egemen kapitalist sistemin ekonomik, siyasal ve kültürel çıkarlarına hizmet ettiğini gizleme rolünü oynar. Her kitle iletişim faaliyeti için geliştirilmiş nesnellığı sağlayan haber toplama ve



paketleme teknikleri bu rolü gerçekleştirmeyi güvence altına almak içindir. (Erdoğan, 1997: 280)

Söylemsel iktidar gerçekliğin oluşturulmasını ve oluşturulan bu gerçekliğin toplumsal olarak yayılmasını amaçlamaktadır. Dolayısıyla oluşturulmak istenen sınıf çıkarlarını gözeten bir iktidar değil de, gerçekliği denetim altına almaya çalışan bir iktidar yapısı olduğu düşünülebilir. Haber söylemi yoluyla dolaymlanan ideoloji, toplumsal yapıdaki başat değerleri yansıtmaktadır. (Ergül, 2000: 110)

Başat düzene karşı çıkabilecek bireyleri bilinçlendirecek, toplumsal bilinçte değişiklik yaratabilecek düşüncelerin medya içeriğinde ve ana haber bültenlerinde yeterince yer bulamaması ve bu düşüncelerin marjinal olarak nitelendirilmesi bu görüşü desteklemektedir. Yoğun ve farklı bilgiler içeriyor gibi görünen haber iletilerinin, içerik bakımından büyük oranda benzerlik göstermeleri demokratik çoğulculuk açısından ciddi bir tehlike oluşturmaktadır.

#### **Kaynakça:**

- ALTHUSSER, Louis, **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**, İletişim Yayınları, İstanbul, 2000
- ÇOBAN, Barış, **Söylem ve Eylem**, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı: 12, İstanbul, 2002
- ERDOĞAN, İrfan, **Kapitalist Medya Profesyonelliği ve Haber Olmayan Haberler**, <http://media.ankara.edu.tr/?erdogan/haber.htm>

- ERDOĞAN, İrfan, <http://media.ankara.edu.tr/erdogan/sinemasal.html>
- ERDOĞAN, İrfan, **İletişim, Egemenlik, Mücadeleye Giriş**, İmge kitabevi, Ankara, 1997
- ERDOĞAN, İrfan- ALEMDAR, Korkmaz, **Öteki Kuram**, Erk Yayınları, Ankara, 2002
- ERGÜL, Hakan, **Televizyonda Haberin Magazinleşmesi**, İletişim Yayınları, İstanbul, 2000
- FİSKE, John, **İletişim Çalışmalarına Giriş**, Bilim ve sanat Yayınları, Ankara, 2003
- İNAL, Ayşe, Bir İzleyici Gözüyle Siyaset Meydanı, Birikim Dergisi, Sayı. 68-69, İstanbul, Aralık 1994-Ocak 1995
- ÖZERKAN, Şengül, Medya, Dil ve İdeoloji, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı: 12, İstanbul, 2002
- ÖZGEN, Murat, **Kurumsal ve Tarihsel Açından Gazetecinin Etik Kimliği**, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul, 1998
- RİGEL, Nurdoğan, **İleti Tasarımında Haber**, Der Yayınları, İstanbul, 2000
- VAN DİJK, Teun A., Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları, **Medya, İktidar, İdeoloji**, Der: Mehmet Küçük, Ark Yayınları, Ankara, 1999