

**KÜRESELLEŞMENİN BOYUTLARININ TÜRKİYE’DEKİ TELEVİZYON ANA
HABER BÜLTENLERİNDEKİ YANSIMALARI:
NTV, SHOW TV VE TRT 2 ÖRNEKLERİ¹**

Gülsüm Çalısır²

Giriş

Günümüzün uluslararası düzeni, önceki dönemlerle kıyaslanamayacak ölçüde farklı özellikler göstermektedir. Bu yeni düzende, ulus devletin hemen her alandaki etkisi giderek zayıflarken; uluslararası siyasal ve ekonomik örgütler söz sahibi olmaya başlamıştır. Ulusal sınırların bazı alanlarda belirsizleştiği yeni dünya düzeninde, sermayenin dolaşımı serbestleşmiş ve çokuluslu şirketler daha da büyüyerek etkinliklerini arttırmışlardır. Öte yandan, bilgi işlem ve haberleşmenin hızlanması, yaygınlaşması ve ucuzlamasıyla “uzaklık” kavramı değişime uğramış, kültürlerarası etkileşim artmış ve kültürler giderek daha çok birbirine benzemeye başlamıştır.

Küreselleşmenin en belirgin özelliği çok boyutlu olmasıdır. Kavramın daha çok ekonomik boyutu ön planda olsa da, aynı zamanda *siyasal, toplumsal, kültürel ve çevreyle* ilgili bir olgu olduğunu ve *teknolojik/ideolojik* boyutlara sahip bir süreci kapsadığını da söylemek mümkündür (Giddens, 1998: 67; Setzer, 1997: 11). Bu çok boyutluluk, doğal olarak kavram için yapılan tanımları da çeşitlendirmektedir.

Alanyazında, küreselleşmenin ekonomik, siyasal, kültürel, teknolojik vb. sonuçları ya da boyutları ile ilgili pek çok çalışma bulunmaktadır. Ancak, küreselleşmenin neden olduğu olayların topluma sunuluş şeklini *televizyon haberlerine* yansımaları özelinde ele alıp, inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu araştırmanın odaklandığı haberlerin kaynağı olan medya, küreselleşmeyi hem etkilemekte hem de küreselleşmeden etkilenerek ciddi değişimler geçirmektedir. 1980’lerden sonraki süreçte kitle iletişim araçlarına sahip olma, her türlü tekelleşme; “medya sahibi” ile “çalışan” ilişkilerinde ciddi değişimlere neden olmuştur. Özellikle *televizyon*, en yaygın kullanıma sahip olmanın ötesinde, dünya ölçeğinde yayın yapabilme kapasitesine ulaşmıştır. Televizyonun erişim alanının genişliği ve en çok

¹ Bu çalışma, yazarın Kasım 2009 yılında Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Anabilim Dalı’nda tamamladığı “Küreselleşmenin Ortaya Çıkardığı Olayların Türkiye’deki Televizyon Haberlerine Yansımaları” başlıklı doktora tezinin bir özetidir. Bu tezin danışmanlığını yürüten ve her konuda yardımcı olan Prof. Dr. Dursun Gökdag’a, tez çalışması süresince desteklerini esirgemeyen Prof. Dr. Ali Şimşek’e, Prof. Dr. Nezih Orhon’a ve Doç. Dr. Ömer Özer’e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

² Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Kişilerarası Anabilim Dalı Başkanı

kullanılan haber aracı olması, kamuya neyin haber olarak seçilip sunulduğu sorusunu önemli kılmaktadır. Bu yüzden de çalışma, küreselleşme sonucunda ortaya çıkan olayların Türkiye'deki televizyon haberleri aracılığıyla izleyiciye nasıl ve ne şekilde sunulduğunu sorun edinmiştir. Çalışmanın amacını da, küreselleşme sonucunda ortaya çıkan olayların Türkiye'deki televizyon haberlerine nasıl yansıdığına belirlenmesi oluşturmuştur.

Çalışmanın varsayımlarını ise, şu şekilde özetlemek mümkündür: Araştırma kapsamındaki televizyon kanallarının ana haber bültenlerinin üç ay süreyle incelenmesi, küreselleşme ile ilgili haberlerin televizyon ana haber bültenlerindeki yer alış biçimi konusunda bir yargıya varmak için yeterlidir. Küreselleşmenin televizyon haberlerindeki sunuluş biçimi, televizyon kuruluşlarının bu olgu karşısındaki tavır alışlarının bir göstergesidir. Araştırmada uygulanan *içerik çözümlemesi* yöntemi, haberlerin araştırma kapsamındaki televizyon kanallarında yer alış biçimini ortaya koymada uygun bir yaklaşımdır.

Elde edilen bulguların yorumu ve genellenebilirliği bağlamında, bu çalışma; (1) *NTV, Show TV ve TRT 2 televizyonlarının akşam ana haber bültenleriyle*, (2) Bu kanalların *1-30 Kasım 2006, 1-31 Ocak 2007 ve 1-31 Mart 2007* tarihleri arasındaki akşam ana haber bültenleriyle, (3) Sözü edilen televizyon kanallarının hafta içinde (pazartesi, çarşamba ve cuma günleri) yayınlanan ana haber bültenlerinde “*küresel haber*” olarak kabul edilen haberlerin içerik çözümlenmeleriyle sınırlıdır.

Çalışmada öncelikle, araştırmanın dayandığı kuramsal çerçeveye yer verilmiştir. Küreselleşme kavramı, farklı boyutları göz önünde bulundurularak tanımlanmıştır. Ayrıca, küreselleşmenin televizyon haberlerine yansımaları irdelenmiştir. Daha sonra, çalışmanın sorunsalı ve amacı çerçevesinde, içerik çözümlemesinden elde edilen bulgular değerlendirilerek yorumlanmıştır.

Küreselleşme Kavramı ve Boyutları

Küreselleşme kavramının birçok tanımı yapılmıştır. Bu tanım çeşitliliği, birbiriyle bağlantılı birkaç nedenle açıklanabilir. *Birincisi*, bu olgunun çok boyutlu olmasıdır. Küreselleşme, hem etkilediği kurumlar hem de bu kurumlar üzerinde yaptığı etkiler açısından çok boyutlu bir olgudur. *İkincisi* ise, küreselleşme konusunda çalışanlar, bu olgunun hangi boyutunu ele almışlarsa, tanımlarında o boyutu öne çıkarmışlardır.

“İnsanların ve metaların dünyanın bir noktasından çok uzaktaki bir başka noktasına ulaşım süreci giderek azalmakta, mekânın oluşturduğu engeller aşılmakta ve dünya küçülmektedir” vurgusunda bulunan Perry Anderson küreselleşmeyi, “aynı ya da benzer

süreçlerin, eşitsiz biçimde de olsa ulusüstü ölçeklerde kendisini göstermesi eğilimi olarak” tanımlamaktadır (Aktaran Boratav, 2000: 18). Roland Robertson’a göre (1999) küreselleşme, hem dünyanın küçülmesini simgeleyen hem de bir bütün olarak dünya bilincinin güçlenmesine gönderme yapan bir kavramdır. Küreselleşmeyi, Nazım Güvenç (1998: 14), “üretim faktörleri ile mal ve hizmetlerin giderek artan hareketliliğinden kaynaklanan sınır ötesi karşılıklı ekonomik bütünleşme”; Andreas Breitenfellner (1997: 533) da, “teknolojinin hızlı gelişmesi ve geniş bir alana yayılması ile uluslararası sermaye, mal ve hizmet akışının dünya çapında ülkeleri birbirine bağımlı hale getirmesi” şeklinde tanımlamaktadır. Öte yandan küreselleşme, dünyanın bütünleşmiş tek pazar haline gelmesi (Şaylan, 1997) ya da kapitalist sermaye birikiminin yeni bir aşaması (Timur, 1996: 69) olarak da görülmektedir.

1980’li yıllarla birlikte, yeni bir dünya düzeni kurulmaya başlamıştır. Bu düzen; ekonomisi, siyaseti, kültürü, teknolojisi ve iletişimiyle geçmişle kıyaslanamayacak özelliklere ve boyutlara sahiptir. Bugün evrensel bir olgu olarak küreselleşme, tüm dünyada bireysel ve toplumsal yaşamı tüm boyutlarıyla etkiler duruma gelmiştir. Kuşkusuz, küresel sistemi oluşturan bileşenlerin yarattığı etkiler bir bütündür. Her bileşen, sistemin öteki bileşenlerinden destek alırken; aynı zamanda onlara destek de vermektedir. Küresel sistemin söz konusu boyutları; ekonomik, siyasal, sosyo-kültürel, askeri, çevresel, teknolojik ve iletişimsel olarak farklı; ancak birbiriyle yakından bağlantılı kavramlar çerçevesinde irdelenebilir. Bu çalışmada ise, küreselleşmenin sadece “ekonomik”, “siyasal”, “sosyo-kültürel” ve “iletişimsel” boyutlarına vurgu yapılmıştır.

Küreselleşmenin Ekonomik Boyutu

Ekonomik küreselleşme, ulusal ekonomilerin dünya piyasaları ile eklemlenmesi ve bütün ekonomik karar süreçlerinin dünya kapitalizminin sermaye birikimine yönelik dinamikleri ile belirlenmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Yeldan, 2002: 23). Paul Hirst ve Grahame Thompson, “ekonomik küreselleşmenin temel öğelerini giderek artan şekilde ekonominin ve dünya piyasalarının bütünleşmesi, çokuluslu şirketlerin güç ve önem kazanması; buna karşılık, ulusal ekonomilerin gerilemesi olarak sınıflamışlardır” (2003: 231).

Ekonomik küreselleşmenin başlangıcı, İkinci Dünya Savaşı’nın sonlarına doğru New England’taki Bretton Woods’ta toplanan bir ekonomi konferansına kadar uzanmaktadır. Konferansa katılanlar, uluslararası ticareti geliştirmenin yanı sıra, uluslararası ekonomik faaliyetler konusunda da bağlayıcı kuralları belirlemişlerdir (Steger, 2006: 62). “Bretton Woods”, aynı zamanda üç yeni uluslararası ekonomik örgütün oluşturulmasının da temellerini atmıştır. “Uluslararası Para Fonu” (IMF), uluslararası ekonomik sistemin yönetimi için

oluşturulmuştur. Daha sonra, “*Dünya Bankası*” olarak bilinen “Uluslararası Yeniden İnşa ve Gelişme Bankası”, başlangıçta Avrupa’nın savaş sonrasındaki yeniden inşası için kredi sağlamaya yönelik tasarlanmıştır. 1950’lerde ise bankanın amacı, gelişmekte olan ülkelerdeki çeşitli sanayi projelerine fon sağlayacak şekilde genişletilmiştir. Son olarak, 1947’de çok taraflı ticaret anlaşmalarını yapmak ve uygulamakla görevli küresel bir ticaret örgütü olarak “*GATT*” (Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması) oluşturulmuştur. 1995’te GATT’ın yerine geçmek üzere, “*Dünya Ticaret Örgütü*” (DTÖ) kurulmuştur (Steger, 2006: 63).

Küreselleşme kavramının ekonomik boyutu ele alınırken, yukarıda adı geçen kuruluşların yanı sıra, yirmi birinci yüzyılın küresel ekonomik düzeninin önemli yapı taşları olan büyük “*Ulus Ötesi Şirketler*”in (UÖŞ), güçlü uluslararası ekonomik kuruluşların ve büyük bölgesel ticaret sistemlerinin ortaya çıktığından söz edilebilir. UÖŞ’ler, ilk ticari işletmelerin gelişmiş çağdaş biçimleridir. Çeşitli ülkelerde birimleri olan bu güçlü şirketlerin sayısı 1970’de 7 bin iken, 2000 yılında 50 bine yükselmiştir. General Motors, Walmart, Exxon-Mobil, Mitsubishi ve Siemens gibi işletmeler, en büyük 200 UÖŞ arasında yer almakta ve bu 200 şirket, dünya sanayi üretiminin yarısından fazlasını gerçekleştirmektedir. 1999’da önde gelen 200 UÖŞ’in 142’si üç ülkede (ABD, Japonya ve Almanya) faaliyet göstermektedir (Steger, 2006: 74).

Küresel düzeyde yapılan çalışmalar, ekonomik küreselleşme ile birlikte işgücünün esnekleştiğini; ayrıca, projeye ya da belirli bir göreve dayalı çalışma biçiminin de yaygınlaştığını ortaya koymaktadır. İşin yapıldığı mekân, yeniden konutlara kaymıştır. Bir yandan işsizlik artarken; diğer yandan da, belli bir yeteneğinin altındaki istihdam oranı yükselmiş ve işini kaybetme riski çalışanlar için ciddi bir soruna dönüşmüştür. Çalışanlar daha sık iş değiştirir, daha erken emekli olur ve geçici işlerde daha çok çalışır hale gelmiştir. Ayrıca, farklı konumlarda çalışanların reel ücretleri arasındaki uçurumun giderek açılması, yaygınlaşan şirket satışları ya da şirket evlilikleri ve güçlü ulusal bürokrasilerin gerileyişi kurumsal açıdan kararsız bir ortam yaratmıştır. Bugünün ekonomisinde paranın dolaşım hızı artmış, üretim sektöründen kopan finans sektörü ise önem kazanmıştır. Finansal sistemin bugünkü işleyişi içinde risk faktörünün etkisi yükselirken; spekülasyon kazançları artmış ve buna bağlı olarak, dünya ekonomileri ardı ardına krizlere girmiştir.

Küresel süreçlerin kazandırdığı akışkanlık içinde serbest piyasa ekonomisi bütün dünyaya yayılmış ve Türkiye de bu iktisadi politikalarla doğrudan etkilenmiştir. 1980’lerden sonra yeni sağ politikalar çerçevesinde “serbest piyasa” düzeni etkin kılınarak, Türkiye ekonomisinin tümüyle serbest rekabete açılması hedeflenmiştir. Polat Sökmen (2000),

ekonomik alandaki küreselleşmenin Türkiye'ye etkilerinin iki temel üzerinde şekillendiğini belirtmektedir:

“Birincisi, Türkiye teknoloji, mal ve hizmet üretimi ile küreselleşme olgusuna ciddi katkısı olmayan bir ülkedir. İkincisi, 70 milyonluk nüfusu ile Türkiye, çekici pazar özellikleri olan bir ülkedir. Küreselleşmenin Türkiye'ye olan ekonomik etkileri Türkiye'de yaşanan böylesi bir gelişme sürecinin yol açtığı yaygın işsizlik, yüksek enflasyon, yetersiz sosyal güvenlik sistemi, aşırı gelir kutuplaşması, bölgelerarası eşitsizlik, gelişmiş yörelere yoğun göç ve kentsel rantın bu yörelerde sergilediği hızlı artış; bu rantı önemli bir refaha ulaştırma aracı yapan kesim ile bu gelişmelerden etkilenerek yoksullaşan alt ve orta sınıf arasındaki uçurumu daha da derinleştirmiştir” (Sökmen, 2000: 105).

Toplumun varlıklı ve yoksul kesimleri arasında 236 katlık bir gelir uçurumunun olduğu hesaplanmıştır. Türkiye'nin en zengin 650 bin kişinin gelirleri, 30 milyon kişinin gelirlerinin toplamından daha fazladır (Mengi ve Algan, 2003: 292). Gelir dağılımındaki bu eşitsizlik, ekonomik küreselleşmenin bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Bu bağlamda, dünya ölçeğinde ekonomi alanında görülen bu dengesizlikten Türkiye de doğrudan etkilenmiştir.

Küreselleşmenin Siyasal Boyutu

Küreselleşme kavramının uluslararası siyaset bilimi literatürüne [yeniden] girdiği tarih 1970'li yılların başlarıdır.³ Sözü edilen dönemde yeniden şekillenen “dünya sistemi”, sadece devletlerden ve devletlerin kendi aralarındaki ilişkileri düzenlemek amacıyla oluşturdukları kurumlardan oluşmayıp; devletleri, uluslararası kuruluşları ve şirketleri de içeren küresel bir yapıyı ortaya çıkartmıştır (Tutar, 2000: 22). Ekonomik küreselleşmenin sonucu olarak şekillenen siyasal küreselleşme, teknolojik gelişmelerin de etkisiyle devlet otoritesinin ve ulusal sınırların kaybolmaya başladığı bir dünya görüntüsünü egemen kılmıştır.

Küreselleşmenin siyasal boyutuyla birlikte, “yönetişim” (governance) ya da “iyi yönetişim” kavramı da gündeme gelmiştir. “İyi yönetişim” kavramı, literatürde 1990'lı yıllardan günümüze uzanan süreçte yoğun bir şekilde tartışılmaktadır. Ancak, kavram konusunda herkesin üzerinde uzlaştığı standart bir tanım bulunmamaktadır. İyi yönetişim

³ *Küreselleşme* olgusunun kökeni on altıncı yüzyılın sömürgeci imparatorluklarına dayansa da, günümüzde gözlenen sürecin 1970 ve özellikle 1980'li yıllarla birlikte ivme kazandığı ve devam ettiği söylenebilir. Özellikle Sovyetler Birliği ve Doğu Blok'undaki reel sosyalizmden kopuş sonrasında, tüm devletler yeni bir dünya düzeni içerisinde yer almaya başlamıştır.

kavramı, özellikle Birleşmiş Milletler (BM), Dünya Bankası, IMF ve OECD (İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı) gibi kuruluşlar tarafından yayınlanan raporlarda yaygın olarak kullanılmıştır (Şimşek, 2005). Dünya Bankası iyi yönetişimi; açık ve öngörülebilir bir karar alma sürecinin, profesyonel bir bürokratik yönetimin, eylem ve işlemlerinden sorumlu bir hükümetin ve kamusal sürece aktif bir şekilde katılımında bulunan sivil toplum ve hukukun üstünlüğünün geçerli olduğu bir düzen olarak ifade etmektedir (<http://www.worldbank/wbi/governance>, 20 Şubat 2009). OECD kavramı; “bir ülkenin güç yetkilerini icra etmesi için kullandığı anayasal, yasal ve idari düzenlemeler” olarak kullanırken; Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) ise, yönetişimi “bir toplumun siyasal, ekonomik ve sosyal işlerini kamu, özel sektör ve gönüllü sektörlerle ilişkiler bağlamında yürütmek için kullandığı değerler, politikalar ve kurumların oluşturduğu bir sistem” olarak tanımlamaktadır (UNDP, 1997).

Küreselleşmenin siyasal boyutuna ilişkin, “yönetişim”e ek olarak tartışmalara konu olan başka kavramlardan da söz edilebilir. Örneğin, “insan hakları” ve “kamu özgürlükleri” konuları, son yıllarda sıklıkla tartışılan konuların başında gelmektedir. Küreselleşme, insan haklarına saygıyı devletlerin iç sorunu olmaktan çıkararak, “küresel toplum”un ilgi alanına sokmuştur. Küreselleşen yapıda, dünyanın herhangi bir noktasında yaşanan olaylar, alınan kararlar, girişilen faaliyetler; dünyanın başka bir coğrafyasındaki bireyler ve toplumlar tarafından da dikkatle izlenebilmektedir. Küreselleşme sürecinde sıklıkla dile getirilen kavramlardan bir diğeri de, “sivil toplum”dur. Küreselleşmenin siyasal boyutu ele alındığında, binlerce gönüllü sivil toplum kuruluşundan oluşan küresel sivil toplum kavramının önem kazandığı gözlenmektedir. “Uluslararası Af Örgütü” ve “Greenpeace” gibi uluslararası sivil toplum kuruluşları (STK’lar), ulus devletlerin ve devletlerarası örgütlerin verdiği siyasal ve ekonomik kararlara meydan okuyan milyonlarca sıradan yurttaşı temsil etmektedir (Steger, 2006: 96).

Türkiye, uluslararası ve ulusüstü birçok antlaşmaya imza koyması ve çeşitli oluşumların üyesi olması gibi nedenlerle, küreselleşmenin siyasal etkilerinden en çok etkilenen ülkelerden birisi olmuştur. Bu çerçevede Türkiye, küreselleşen dünyanın öngördüğü siyasal uyumluluğu sağlayabilmek için gerekli yasal düzenlemeleri hızla gerçekleştirmektedir. Örneğin, Türk Ceza Kanunu’nun insan haklarıyla bağdaşmayan maddeleri küresel aktörlerin denetimine açık olarak değiştirilmiştir. İdam cezası kaldırılmıştır. Yabancı sermaye girişinin önündeki engeller kaldırılarak, yabancıların Türkiye’de mülk edinmesine izin verilmiştir. H. Perihan Kiper’e (2006) göre, 1980’li yılların ortasından başlayarak yeni dünya düzenine uyum için yeniden kurulmakta olan yasal altyapı, küreselleşmenin öngördüğü şekilde ulus

devletin bağımsız hareket alanını giderek daraltmıştır. 1980'lerden sonra IMF ve Dünya Bankası denetiminde Türkiye'de uygulamaya konulan ve yukarıda örneklenen "devletin yeniden yapılandırılması" ve "yapısal uyum programları" küreselleşmeye paralel gelişen girişimlerdir. Bu süreçte kamu, birçok hizmet alanından geri çekilmiş ve Kamu İktisadi Teşekkülleri (KİT) tek tek özelleştirilmiştir. Bağlantılı olarak, özel sektör ve özellikle çokuluslu şirketlerin gücü giderek artmaya başlamıştır.

Küreselleşmenin Sosyo-Kültürel Boyutu

Ulaşım ve iletişim araçları sayesinde dünyadaki coğrafi mesafeler zaman ve mekân anlamında küçülmüştür. Böylece, insanlar, uluslar ve kültürler arasındaki ilişkiler dünya ölçeğinde giderek yoğunlaşmıştır. Marshall McLuhan'ın dünyanın "küresel köy"e dönüştüğü söylemi çerçevesinde, insanlar kıtalararası toplumlarla bile sosyal, ekonomik ve kültürel ilişki kurulabilir hale gelmiştir. Bu anlamda, günümüzde iletişim teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak "küresel kültür" adıyla gelişmekte olan Batı kültürünün, diğer ulus kültürlerini yoğun bir şekilde etkisi altına aldığından söz edilebilir (Tuna, 2003).

Küreselleşme sürecinde kültürler değişime zorlanırken, birbiriyle karşıtlık oluşturacak şekilde önce yerel farklılıklar ortaya çıkarılmaktadır. Eski kültürler parçalanarak yeni biçimlere sokulmakta; daha sonra da insanlar tek bir kültüre, eşdeyişle "küresel kültür"e yönlendirilmektedir. Yerel farklılıkların ortaya çıkarılması, mikro milliyetçilik/etnik milliyetçilik akımlarının giderek yaygınlaşmasında etkili olmaktadır. Bu bakımdan kültürel küreselleşme; benzerliklerle birlikte farklılıkların, evrenselleşmeyle birlikte yerelleşmenin, modernleşmeyle birlikte gelenekselleşmenin eş zamanlı yaşandığı bir sürece damgasını vurmuştur (Yetim, 2004: 135).

Küreselleşmenin, kültür boyutundaki etkilerini günümüzde birçok alanda gözlemlemek mümkündür. Sinema, televizyon, radyo, müzik, dergiler, oyunlar ve eğlence parkları küresel görüntüleri/düşleri yayan kültür ve eğlence endüstrisinin en önemli araçlarıdır. Rock yıldızları ile büyük bütçeli Hollywood filmleri, gerçek anlamda küresel ürünlerdir. Dünyanın her tarafında insanlar, benzer ticari amaçlı şarkı ve öyküleri dinleyip izlemek için aynı elektronik donanımları kullanmaktadırlar.

Toplumsal ilişkilerin zayıflayıp, bireylerin yalnızlaştırıldığı modern yaşamda; televizyon izleme ve internette gezinme bağımlılığı artmıştır. Televizyon ve internet, tektipleşmiş, ticari ve şeyleşmiş bir kültürün yaygınlaşmasında rol oynayan önemli araçlar haline gelmiştir. Radyo dinlemek yerine televizyon seyretmek, sinemada film izlemek yerine VCD ya da DVD'ye kopyalanmış versiyonları evde bilgisayar ortamında izlemek, aile-dost

ortamında yüz yüze sohbet etmek yerine elektronik posta ile haberleşmek bu çağın alışkanlıkları haline gelmiştir. Bu tür bir yaşam biçimi ise, insanları kapalı mekânlar içinde yalnız kalmaya mahkûm etmektedir.

Küreselleşmenin kültür boyutunda en çok dikkat çeken nokta ise, “dünya yurttaşlığı” türünden kavramlar üzerinde yükseltile “küresel kültür” tartışmalarıdır. Bütün bunlar, küresel iletişimin ortak bir “elektronik kültür” ile beslenen insanları bütünleştireceği, daha büyük ekonomik ticaret gruplarına katılımı arttıracacağı ve sonuçta, ulusal egemenliğinin birazından vazgeçmek istediği varsayılan bir dünyayı hedeflemektedir.

Küreselleşmenin sosyo-kültürel boyutunda dikkat çeken bir diğer konu da “göç” olgusudur. Vahap Coşkun’a (2009) göre göç olgusu, göç veren ve alan ülkelerde önemli sorunların varlığına işaret etmektedir. İnsanlar kendilerini güvende hissetmedikleri ve ekonomik bir gelecek görmedikleri için ülkelerini bırakıp gitmektedirler. Bu durum, göç veren ülke sisteminin bir kriz içinde olduğunun somut bir göstergesidir. Göç alan ülkeler açısından ise temel sorun, göçmenlerin içinde buldukları kötü koşullar ve her türlü uğraşa karşın sisteme tam bir uyum sağlayamamalarıdır. Başlangıçta gelişmiş toplumların düşük ücretli işçi gereksinimini karşılayan göçmenler, zamanla nüfus olarak artmaya ve kendi kültürlerini koruyarak yaşamaya başlamışlardır. Bu durum, göç alan ülkelerin etnik yapısını ve ulusal dokularını değiştirmeye başlayarak nüfusun türdeşliğini ortadan kaldırmıştır.

Kültürel küreselleşme alanında, Türkiye’de son yıllarda önemli değişimler gözlenmektedir. Bu değişimler, birbiriyle bağlantılı iki eğilime yol açmıştır. Kimlik tanımlarına, yaşam biçimi tercihlerine ve tüketim kalıplarına yansıyan bu eğilimlerden biri, değerlerin “post-modernleşmesi”; diğeri de “yerelin küreselleşmesi” olmuştur (Berger ve Huntington, 2003: 325).

Petr L. Berger ve Samuel P. Huntington’a (2003) göre kültürel küreselleşme, küreselle yerel arasında çatışma yaratan değil, ikisinin birarada varolmasını sağlayan bir süreç olarak görülmektedir. Burada, üç nokta dikkat çekmektedir:

“*Birincisi*, siyasal tercihleri, ekonomik konumları ve refah düzeyleri birbirinden farklı olan kimlikler, tüketim kalıplarında kendini göstermektedir. Bu kimliklerin gazete, dergi ve televizyon kanalı tercihleri arasında gözle görülür farklar bulunmasına karşın, tüketim konusuna gelindiğinde bu farklılıklar ortadan kalkmaktadır. *İkincisi*, kültürel küreselleşme, geleneğin yeniden canlanmasına ve kültürel bir hareket olarak yükselmesine elverişli bir platform yaratmaktadır. *Üçüncüsü*, kültürel küreselleşme yerel sanat biçimleri,

kültür objeleri ve sembollerinin canlandırılmasında olumlu bir unsur olarak görülmektedir. Böylece, kültürel yaşamı daha çoğulcu, demokratik ve çok kültürlü bir hale getirmektedir” (Berger ve Huntington, 2003: 326).

Kültürel küreselleşmenin sonuçlarının, Türkiye toplumu üzerindeki etkileri de dikkat çekmektedir. Örneğin, Türkiye’de popüler kültürün de etkisiyle özellikle fast-food yemek tarzının hızla yaygınlaştığı gözlenmektedir. Bunun yanı sıra, giyim kuşam alışkanlıklarından, günlük kullanılan dile kadar pek çok alanda kültürel küreselleşmenin etkileri gözlemlenmektedir. Özetle, küreselleşmeyle birlikte kültürel anlamda meydana gelen değişim ve dönüşümlerin, tüm dünyayı olduğu gibi Türkiye’yi de etkilediğinden söz edilebilir.

Küreselleşmenin İletişimsel Boyutu

1970’li yıllarda tüm dünyada etkili olmaya başlayan iletişim teknolojilerindeki değişimler sayesinde bilginin toplanması, saklanması ve dolaşıma sokulmasında kitle iletişim araçlarının yarattığı bir alışkanlık ortaya çıkmıştır. Kitle kavramının yeniden düşünüldüğü iletişimde, izleyicinin “mesaj üreticisi”ne dönüştüğü ve kamusal tartışmanın iletişim teknolojileri aracılığı ile doğrudanlaştığına ilişkin görüşler ileri sürülmüştür. İletişim teknolojilerinde meydana gelen değişimler, toplumda elde edilebilen bilgi miktarını genişletmiş ve herkes için ulaşılabilir(!) kılmıştır. Kaldı ki, bu teknolojiler, toplumun bütününe değişime yöneltmiştir. Bu bağlamda Anthony Giddens, “küreselleşmenin sonucu olan iletişim teknolojileri sayesinde küresel pazarda mekânsal olarak uzak olan bireylerin, bilgi birikimine eşzamanlı olarak ve doğrudan ulaşabildiklerine” (1998: 77) dikkat çekmiştir.

Peter Golding’e (2003) göre dünya ticareti, 500 dolayında şirket tarafından kontrol edilmektedir. Bu durum, özellikle televizyon programcılığı, sinema, kayıt ve reklamcılık gibi kültürel ürünlerin kontrolünde kendisini göstermektedir. Rupert Murdoch yönetimindeki News Corporation, bu durum için ilk örnektir. İngiltere’de Sun, Times ve Sunday Times ile birlikte dünya genelinde yüzden fazla gazetenin sahibi News Corporation ayrıca; Twentieth Century Fox, Harper Collins Yayınevi, Fox TV şebekesi ve kablolu yayını elinde bulundurmaktadır. Bunun yanı sıra, ABD’deki yerel televizyonculuğun büyük bir dilimini ve BskyB, Asya Star TV, Sky Latin Amerika’nın yaptığı uydu televizyonculuğundaki büyük bir hisseyi de kontrol etmektedir (2003: 87).

İletişim, küresel sermayenin kendisini en etkin biçimde açığa vurduğu alanlar arasındadır. İletişim alanında yaşanan teknolojik devrim, sermayenin bir yerden diğerine aktarılmasını kolaylaştırmakta, milyarlarca dolar tutarındaki fonlar, elektronik olarak bir

yerden diğerine gidebilmektedir. Haberin ve bilginin, teknoloji sayesinde sınır tanımadığı bir dünyada; ekonomi, ticaret ve sermaye için ulus devlet çerçevesi hem dar gelmekte hem de bir engel haline almaktadır. Uluslararası ekonomik ve ticari etkinliklerin küresel olarak akışını kolaylaştıracak antlaşmalara imza atılmakta ve organizasyonlar gerçekleştirilmektedir. Bu gelişmelere bağlı olarak bilgi, fikir ve haber akışı artık, sınır tanımaz bir aşamaya ulaşmaktadır. Televizyon ve bilgisayar ekranlarında, her an neredeyse sınırsız ölçekte haber ve bilgi akışıyla bireylerin önüne yeni ufuklar açılmaktadır. Küreselleşmenin etkisiyle giderek bir uluslararasılaşma ve uluslarötesileşmeden söz edilmektedir. Teknolojik ilerleme sonucunda kültürler, bölgeler ve örgütlenme anlayışları arasındaki farklılıklar büyük ölçüde giderilmektedir.

Küresel iletişim, bir yandan, merkezi hükümetlerin yurttaşların düşünce ve bilgilerini kontrol etme yeteneğini azaltmasına neden olurken; diğer yandan da, uluslararası haberleri yerel haber haline getirmektedir. Bir zamanlar, “köy dedikodusu” olan şeyler, günümüzde “küresel dedikodu”ya dönüşmüştür. Küresel düzeyde yayın yapan *CNN*; savaş, terörizm, gümrük tarifeleri, çevre ya da diplomasi gibi küresel konuları ele alırken; dünyanın çok çeşitli yerlerindeki muhabirlerini, sanki aynı odada konuşuyorlarmış gibi biraraya getirebilmektedir (Güzelcik, 1999: 12). İletişim teknolojisindeki yenilikler, uluslararası telefon ağlarındaki ve uydu bağlantılarındaki gelişmelerin artmasını ve uluslararası iletişimin daha hızlı gerçekleşmesini sağlamıştır. İnternet, telekonferans, görüntülü telefon, elektronik posta, faks gibi gelişmeler iletişimi hızlandırmıştır. Taşıma sistemleri ve fiziksel lojistikteki gelişmeler ise, aynı zamanda uluslararası etkinlikleri cesaretlendiren birer itici güç olmuştur.

Küreselleşmenin Televizyon Haberlerine Yansımaları

Televizyonun günlük yaşamın vazgeçil(e)mez bir parçası haline gelmesiyle birlikte, birçok şey değişmeye başlamıştır. Aile içi yaşantı, bireylerarası iletişim ve kültürel ürünleri tüketme alışkanlığı değişime uğrayan birçok şeyden sadece birkaçıdır. Bir kitle iletişim aracı olarak *televizyon*, değişik program seçenekleriyle farklı gereksinimleri karşılamış; insanın, dünyayı ve dış gerçekliği anlamlandırmasında önemli bir rol üstlenmiştir.

İletişim endüstrileri ve ağları, sermayenin uluslararasılaşmasına paralel ve onu destekler biçimde, gittikçe uluslararası bir nitelik kazanmıştır. Ekonomik yayılmanın yanı sıra, siyasal ve sosyo-psikolojik yayılma da eşzamanlı olarak gerçekleşmektedir. İletişim teknolojisi, özellikle televizyon ve uydu yayıncılığıyla birlikte evrensel bir görünüm kazanmıştır (Yengin, 1994: 29). Kaldı ki, günümüzde internet teknolojisiyle birlikte “yeni

medya” ve “sosyal ağlar” ise, bireylerin toplumsal yaşamlarında ve boş zamanlarında önemli bir mecra haline gelmiştir.

Bununla birlikte, uydu sistemleri, televizyon, radyo, sinema, çekim ve gösterim teknolojisi, fotoğraf teknolojisi, basım teknolojisi, ses ve görüntü bantları teknolojisi ve bilgi teknolojisi büyük oranda ABD sermayesine dayalı, Japon, İngiliz, Alman, Fransız ve İtalyan sermayesinin katıldığı çokuluslu şirketlerin öncülüğünde gelişmiştir (İlal, 1989: 23). Bu durum ise, bilgi ve haber üzerindeki egemenliğin gelişmiş “merkez ülkeler” lehine geliştiğini ortaya koymaktadır. Bu anlamda, “haberlin küreselleşmesi” tartışmaları çerçevesinde merkezin çevre ülkeler karşısında kurduğu egemenlikten rahatlıkla söz edilebilir.

Ignacio Ramonet (2004: 86), günümüzde haberlin değerini belirleyen öğenin gerçeklik yerine, haberlin yayılma hızı olduğunu; bu hızın da, anındalığa dönüştüğünü vurgulamakta ve gazetecinin olan biteni çözümlemesi için gereken zamanın ortadan kalktığına dikkat çekmektedir. Olay ile olayın yayınlanması aynı anda gerçekleştiği için bilgileri süzgeçten geçirmeye, doğrulamaya, karşılaştırmaya zaman ayırmak mümkün olmamaktadır. Neil Postman’a (2004: 79) göre, televizyon haberciliğinde iletilen bilginin değeri yerine; anında yayınlanmış olup olmaması bir değer oluşturmaktadır. Canlı yayın sırasında kendisinden sürekli bilgi aktarması beklenen muhabir, zorunlu olarak elindeki bilgileri şişirmekte, tekrarlamakta, olayı aktarmak yerine yorumlamak yoluna gitmektedir. Bu süreçte, yanlış ve eksik bilgi aktarıldığı gibi; kimi zaman da, istenmeyen görüntü ve seslerin kontrolsüzce izleyiciye ulaşması söz konusu olabilmektedir.

Kitle iletişim araçları ve demokrasi ilişkisinde çoğulculuk, tüketicinin serbestçe tüketebilme hakkı olarak görülmüştür. Tüketim özgürlüğü ise, serbest pazar ilkeleri çerçevesinde özellikle Batı Avrupa televizyon yayıncılığında yaşanan “*kuralların kaldırılması-deregülasyon*” politikası ile devletin yayın tekeli arasında süren tartışmalara dayandırılmıştır. Bu tartışmalar ise, yerini büyük medya tekellerine bırakmıştır. Kaldı ki bu durum, serbest piyasa ekonomisini doğuran yeni sağ politikaların bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Giderek tekelci eğilimler sergileyen medya sistemleri çok sesliliklerini kaybederek, liberal felsefenin özündeki serbest düşünce pazarı ilkesine karşıt bir yapılanma içine girmişlerdir. Eşdeyişle, özgürlüğün kendisi, özgürlüğü yok etmeye başlamıştır (Tekinalp, 1990: 73).

Egemenlik ilişkileri içerisinde yer alan televizyon ve piyasa koşulları altında üretilen haber, varolan ideolojik sistemin belirleyiciliğinde toplumsal iktidarın pekiştirilmesi açısından önemli bir rol oynamaktadır. Etki gücü oldukça geniş bir kitleyi kapsayan televizyon haberlerinde, kurmaca bir gerçeklik içerisinde kimi kimlikler ön plana çıkarılırken; kimi

kimliklerin ise üstü örtülmektedir. Böylece, toplumsal hiyerarşik bir düzen içerisinde hegemonya alanı oluşturulmakta ve bu doğrultuda televizyon haberleri belirlediği gündemle statükonun korunmasında ve sürdürülmesinde ideolojik bir işlev üstlenmektedir.

Küreselleşme kavramıyla birlikte, haberdeki gerçeklik anlayışında da değişimler meydana gelmiştir. Haberlerin seçilmesi ve sunulması, haber değerleri konusunda editörlerin zihinlerindeki formüllere göre gerçekleşmektedir. Dolayısıyla, görüntü ile desteklenen televizyon haberlerinde gerçeklik yeniden inşa edilmektedir. Haber ve gerçeklik tartışmalarından biri de “kimin gerçeği, neye göre gerçeklik” seçimidir. Bir yanda, “varolan gerçeklik”; diğer yanda da, “yansıtılan gerçeklik” söz konusudur. Varolan gerçeklik, medyada yansıtılan gerçekliğe dönüşmektedir. Kameraman kamerasını eline alıp objektifini çevirdiği, muhabir bilgisayar karşısına geçip haberini yazmaya başladığı zaman gerçeklikten uzaklaşmakta ve varolan gerçeğin yeniden inşasına başlamış olmaktadır. Dolayısıyla medya, toplumun neyi ne kadar bilmesi gerektiğine karar vermekte ve belirlediği gündemle varolduğu toplumsal yapının bilişsel düzeyini oluşturmada katkıda bulunmaktadır. Böylece medya, bize neyi düşüneneğimizden çok, ne hakkında düşüneneğimizi dayatmakta, gündemi şekillendirmekte, neyin düşünülüp neyin tartışılacağına ilişkin bir gündem sunmaktadır. Medyatik gerçeklik kurgusu içinde yeniden inşa edilen televizyon haberlerine konu olan olaylar, çoğu zaman nesnel gerçekliğin önüne geçmektedir. Böylelikle de izleyiciler, dış dünyadaki gerçeklikleri medyanın sunduğu şekliyle algılamakta ve öğrenmektedirler.

Televizyonun ve dolayısıyla televizyon haberlerinin yansıttığı gerçeklik, doğal olmayan ve yapılandırılmış bir gerçekliktir. Buna karşın, haberin televizyondan sunumunda izleyici, bir gazete haberine göre daha inandırıcı bir metin karşısında olduğunu düşünebilmektedir. İzleyici için televizyon haberlerini görece gerçeğe daha yakın kılan etken, aracın kendine özgü teknolojik olanakları sayesinde yaşamın kendisine tanıklık ediyor gibi görünmesidir (İnal, 1996:103). Bu anlamda, televizyon haberlerindeki görünebilirlik ögesi, yazılı basındaki görüşleri olduğu gibi alıntılama ile eş tutulmaktadır. Oysaki, televizyon haberlerinin nesnelliği, aracın kendisi tarafından kurgulanan ve gerçeğin yalnızca gösterilmek istenen yanına tanıklık eden bir görsellikle değil, bilinen habercilik ölçütleriyle değerlendirilebilecektir. Bu anlamda izleyicinin tanıklık ettiği dünya, kurgulanmış gerçeklik yanılmasına tanıklık ettiği bir dünyadır.

Çalışmanın Yöntemi ve Bulguların Değerlendirilmesi

Çalışma, Türkiye’de ulusal düzeyde yayın yapan *NTV*, *Show TV* ve *TRT 2* televizyon kanallarının saat 19.00’daki ana haber bültenleri üzerinden gerçekleştirilmiştir. Bu üç kanal şu gerekçelerle seçilmiştir: *NTV*, ilk kurulduğunda kendisini bütünüyle haber kanalı olarak konumlandırmıştır. Bugün, başlangıçtaki 24 saat haber sunan kanal olma özeliğinden uzaklaşmış olsa bile, hâlâ günlük programlarında “haber” ağırlıklı bir yer tutmaktadır. Ayrıca, *NTV*’nin toplumda hâlâ haber kanalı olarak algılandığı ve izlendiği söylenebilir. Dolayısıyla *NTV*, haber kanalı olması nedeniyle seçilmiştir. *Show TV*, bu araştırmanın çalışma örneğinin saptandığı Eylül 2006’da ana haber bülteni en çok izlenen kanal olduğu için araştırmaya dahil edilmiştir. *TRT 2* ise, bir devlet televizyonunda durumun nasıl olduğunu ve diğer iki özel/ticari kanal ile benzerlik ve farklılıkları görmek için seçilmiştir.

Çalışma, yukarıda anılan üç televizyon kanalının *Kasım 2006*, *Ocak 2007* ve *Mart 2007* tarihlerinde yayınlanan akşam ana haber bültenleri üzerinde yapılmıştır. Birer ay atlanmasının nedeni olarak da, özellikle mevsimlerle ilgili olarak “*Sonbahar-Kış-İlkbahar*” yayın döneminde verilen haberlerde değişiklik olabileceği düşünülmüştür. Ayrıca, aynı olayları izleme olasılığı bir ay atlayınca azalmaktadır. Çünkü, ay atlanınca gündemin değişme olasılığı artmaktadır. Söz konusu kanalların akşam ana haber bültenleri üç ay süreyle dönüşümlü olarak haftanın *pazartesi*, *çarşamba* ve *cuma* günleri kaydedilmiştir. Sonuç olarak, bu araştırma, üç televizyon kanalının üç ay süresince yayınlanan akşam ana haber bültenleri içerisinde seçilen toplam *39 haber bülteni* üzerinde gerçekleştirilmiştir.

Çalışmanın uygulama sürecinde küreselleşmenin ortaya çıkardığı olayların Türkiye’de televizyon haberlerine yansımalarının niceliksel boyutlarını araştırabilmek için *içerik çözümlemesi* yöntemi kullanılmıştır. İçerik çözümlemesi ile çalışma örneğini oluşturan televizyon kanallarında; küreselleşme ile ilgili haberlerin konusu-alanı, aktörü, nesnesi, yayın sırası, yayın süresi, Türkiye ifadesinin geçip geçmediği ile bu ifadeye ne şekilde verildiği, haberde geçen ülke, kişi, kurum/birlik/örgüt/parti ve şirket isimlerinin neler olduğu ile haberlerde kaç kez kullanıldıkları gibi noktalar araştırılmıştır.

Bir kanalın ana haber bülteni bir ayda dört kez (kimilerinde beş kez) kaydedilmiştir. Buna göre üç ay boyunca *TRT 2*’den 12, *Show TV*’den 13, *NTV*’den ise 14 olmak üzere toplam *39 ana haber bülteninin* kaydı yapılmıştır. Kanalların hangi sırayla kaydedileceği rastlantısal olarak belirlenmiştir. Buna göre ilk olarak 1 Kasım 2006’da *TRT 2*’nin ana haber bülteni kaydedilmiştir. Sonraki kayıtlar birer gün atlayarak 3 Kasım’da *NTV*, 5 Kasım’da *Show TV* olmuştur. Sonraki aşamada, ana haber bültenlerindeki küresel haberlerin saptanması yapılmıştır. Bu saptama için, çalışmanın kuramsal bölümünde irdelenen küreselleşmenin

boyutları, küreselleşmenin televizyon haberleri üzerindeki yansımaları ve çalışmanın amacını belirleyen aşağıdaki sorular temel alınmıştır:

1. Üreten, ileten, izleyen ya da sunum gibi değişik bileşenler açısından haberin dünyaya ilişkin bir 'küresel bütünlük algısı' var mıdır? (Gerek şart; evet ise küresel haber olabilir).
2. Haberde ulusal yorumlar ve format farklılıkları olabilmekle birlikte 'ulus ötesi' bir öz var mı? (Gerek şart; evet ise, küresel haber olabilir).
3. Haber, sınır ötesi özelliğine sahip olarak çok aktörlü, çok kültürlü ve yaygın izleyici topluluğuna seslenme özünü taşıyor mu? (Evet ise, küresel haber olma potansiyeline katkı yapar).
4. Küreselleşme sürecine yenilikçi katkı yapan bir öze sahip mi? (Evet ise, küresel haber olma potansiyeline katkı yapar).
5. Haber, küreselleşmenin temel unsurlarından birisi olan izleyicinin ilgi, merak, talep, tercih, beklenti ya da beğenilerini dikkate alıyor mu? Haber izleyici odaklı mı? (Evet ise, küresel haber olma potansiyeline katkı yapar).
6. Küresel güvenlik, küresel ısınma, dünya kaynaklarının durumu, küresel terör gibi tüm dünyayı ilgilendiren bir olay ya da tema işleniyor mu? (Evet ise, küresel haber olma potansiyeline katkı yapar).
7. Haberinin etkilerinin büyüyerek ve gelişerek yaygınlaşması beklenebilir mi? (Evet ise, küresel haber olma potansiyeline katkı yapar).
8. Haber küresel finans, küresel siyaset, sermayenin ulus ötesileşmesi, işgücünün serbest dolaşımı, teknolojinin gelişimi, kültürel aynılaşıma, büyük medya kuruluşlarının yerel ve bölgesel ortaklarla çalışması vb. küreselleşmenin temel unsurları ile mi ilgili? (Evet ise, küresel haber olma potansiyeline katkı yapar).

Araştırma kapsamına dahil edilen ana haber bültenlerinde yer alan haberlerden küresel olanları belirlemek için haberlere yukarıdaki *sekiz soru* sorulmuş, alınan yanıtlara Tablo 1'de yer verilmiştir.

Tablo 1: Ana Haber Bültenlerinde Yer Alan Haberlere Yöneltilen Soruların Değerlendirilmesi

İzlenen Haberlere Yöneltilen Sorular	Evet		Hayır		Sayı Toplamı	Yüzde Toplamı
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde		
1. soru	88	100	0	0	88	100
2. soru	88	100	0	0	88	100
3. soru	88	100	0	0	88	100
4. soru	30	34	58	66	88	100
5. soru	77	87	11	13	88	100
6. soru	55	63	33	37	88	100
7. soru	74	84	14	36	88	100
8. soru	61	69	27	31	88	100

Araştırma kapsamına dahil edilen ana haber bültenlerinde yer alan “küresel haberleri” belirlemek için ilk adım olarak sekiz başlıktan oluşan sorular, üç ay boyunca izlenen toplam 39 ana haber bültenindeki 692 haberin tümüne tek tek uygulanmıştır. İzlenen haberler sırasında bir kodlama oluşturulmuş ve her haberin karşılığına “evet” ve “hayır” ibaresi yazılmıştır. Bu değerlendirmenin sonucuna göre, 88 haberin “gerek-şart evet yanıtı alınmalıdır” koşuluna uygunluk gösterdiği saptanmıştır. Buna göre bir değerlendirme yapıldığında, izlenen haberlerde sorulan sekiz soruya genel ortalamada yüzde 70’in üzerinde “evet” yanıtı alındığı belirlenmiştir. Dolayısıyla bu haberler, “küresel haber” olarak tanımlanmıştır. Böylece, 88 küresel haberin sözel ve görsel içeriğinin çözümlenmesi yapılmıştır.⁴

⁴ Küresel haber tanımı ve haberin küresel olup olmadığını anlamak için geliştirilen soruları sorarak izleme işlemi tamamlandıktan sonra, çalışmanın güvenilirliği aşamasına geçilmiştir. Bunun için, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü’nde Basın ve Yayın Anabilim Dalı’nda doktora öğrenimini sürdüren bir Araştırma Görevlisi’nden yardım alınmıştır. Böylece, 13 Kasım 2006 TRT 2’nin ana haber bülteninde verilen 19, 15 Ocak 2007 NTV’de 17 ve 21 Mart 2007 Show TV’de 20 haber olmak üzere toplamda 56 haber izlenmiştir. Bu haberler içerisinden araştırmacı ve güvenilirlik testine katılan kişi arasında 54 haberde görüş birliği sağlanmış; sadece 2 haberde görüş ayrılığı olmuştur. Bu izlemelerin sonucunda, araştırmada yüzde 95’in üzerinde bir “Puanlayıcılararası Güvenirlik” oranına ulaşılmıştır.

Küresel Haberlerin Televizyon Kanallarındaki Sayısal Dağılımı ve Haberlerin Konu Alanları

Bu genel başlık altında, öncelikle araştırma için yapılan haber kayıtlarının televizyon kanallarına göre dağılımı ile bunların içeriklerine ilişkin çözümleme sonuçları verilmiştir. Tablo 2’de Kasım 2006, Ocak 2007 ve Mart 2007 aylarında *TRT 2*, *NTV* ve *Show TV*’de yayınlanan üç aylık ana haber bültenlerinde yer verilen küresel haberlerin oranları ayrıntılı olarak gösterilmiştir. İncelenen haberlerin küreselleşme olgusunun hangi alanıyla ilgili olduğunu ortaya koymak için yapılan analiz sonuçları ise Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 2: Küresel Haberlerin Aylara ve TV Kanallarına Göre Genel Dağılımı

		Küresel Haber		Küresel Olmayan Haber		Toplam	
		Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
KASIM 2006	TRT 2	18	28	46	72	64	100
	NTV	26	34	51	66	77	100
	Show TV	2	2	87	98	89	100
	Toplam	46	20	184	80	230	100
OCAK 2007	TRT 2	16	19	70	81	86	100
	NTV	11	14	65	86	76	100
	Show TV	3	4	77	96	80	100
	Toplam	30	12	212	88	242	100
MART 2007	TRT 2	7	15	40	85	47	100
	NTV	4	6	66	94	70	100
	Show TV	1	1	102	99	103	100
	Toplam	12	5	208	95	220	100
GENEL TOPLAM		88	13	604	87	692	100

Tablo 2’ye göre üç ayda kaydedilen 39 ana haber bülteninde, toplam 692 haber yer almaktadır. Bunların yüzde 13’ü küresel özellik gösteren haberlerdir. Haber sayısı en az olan kanal *TRT 2*, en çok olan ise *Show TV*’dir. Buna karşılık, *Show TV*’deki küresel haber sayısı, oran olarak her üç ayda da yüzde 5’in altında kalmıştır. Ana haber bültenlerindeki küresel haberlerin sayı olarak dağılımında *NTV* ve *TRT 2*’de bir eşitliğe rastlanmıştır. *NTV*’de üç ay boyunca yayınlanan 223 haberin 41’i (yüzde 18) küresel özellik taşırken, *TRT 2*’de de 197

haberinin 41'inin (yüzde 23) benzer özelliğe sahip olduğu görülmüştür. Öte yandan, *Show TV*'de ise, 272 haberin sadece 6'sının (yüzde 2) küresel özellik taşıdığı saptanmıştır.

Tablo 2'de dikkat çeken bir diğer nokta da *TRT 2* ve *NTV*'deki küresel haber sayılarının Kasım 2006'ya oranla sonraki iki ayda dikkate değer bir azalma göstermesidir. *TRT 2*'nin Kasım 2006 ayındaki haberlerinin yüzde 28'i küreselken; bu oran Ocak 2007'de yüzde 19'a, Mart'ta ise yüzde 15'e gerilemiştir. Benzer düşüş, *NTV*'de daha çarpıcıdır. Bu oranlar; *NTV*'de yüzde 34'den sırasıyla yüzde 14 ve yüzde 6'ya gerilemiştir. Bu düşüşün nedenlerini bulabilmek amacıyla kanalların Mart ayı içindeki haberleri yeniden izlenmiş ve *TRT 2* ile *NTV*'de yurt haberlerinin, özellikle "cumhurbaşkanlığı süreci" ile ilgili haberlerin, bültenlerde önemli bir yer tuttuğu saptanmıştır. Ek olarak, mevsim nedeniyle meydana gelen yağmur ve doğa olaylarıyla ilgili haberlere de sıkça yer verildiği görülmüştür.

Tablo 2'ye göre, 88 haberin küresel özellik taşıdığı anlaşılmaktadır. Buna göre, küresel haberlerin kendi içinde dağılımına bakıldığında, yalnızca yüzde 6.8'nin *Show TV* tarafından yayınlandığı dikkat çekmektedir. *TRT 2* ve *NTV*'de ise bir eşitliğin söz konusu olduğu görülmektedir. Diğer yandan, kanallarda yayınlanan küresel haberlerin aylara göre dağılımına bakıldığında ise Kasım 2006'da yayınlanan haberlerin diğer iki ayın toplamından daha çok olduğu görülmektedir. Bu durumun oransal dağılımı ise, toplam 46 haberle yüzde 52'ye karşılık gelmektedir. Ek olarak, 88 küresel haberin Ocak 2007'de yüzde 34 olan oranının; Mart 2007'de yüzde 14'e gerilediği anlaşılmaktadır.

Tablo 3: Küreselleşmeyle İlgili Haberlerin Konu Alanlarına Göre Dağılımı

Kanallar Haber Alanları	TRT 2	NTV	Show TV	Sayı	Toplam Yüzde
Ekonomi	4	2	1	7	8
Siyaset	16	19	4	39	44
Sosyo-kültür	4	2	1	7	8
Askeri	2	4	0	6	7
Çevre	5	3	0	8	9
Teknoloji	0	0	0	0	0
İletişim	6	7	0	13	15
Diğer	4	4	0	8	9
Toplam	41	41	6	88	100

Tablo 3'te görüldüğü gibi küresel haberler 7 ana başlık altında gruplandırılmıştır. Anılan bu başlıkların tercih edilmesinin nedeni, küreselleşme olgusunun en çok bu alanlarda yaşanıyor olmasıdır. Televizyon kanallarında oran olarak en çok yer alan küresel haber türü, *siyasetle* ilgili olanlardır. Bu sonuç, iki nedenle doğal karşılanabilir: *Birincisi*, küreselleşmenin farklı boyutlarını temsil eden oluşumların kendilerine özgü hedefleri olması ve bu hedefleri gerçekleştirecek politikalara yönelmeleri; eşdeyişle, siyaset yapmalarıdır. *İkincisi* ise, küresel aktörlerin siyasetçilerle hep güç birliği ya da çatışma halinde olmaları ve her iki durumda da küresel meselelerle ilgili olarak siyasetçilerin sıkça söz söyleyip, görüş bildirmeleridir. Öte yandan, “siyaset” olgusunun en sık kullanılan başlık olmasını, küreselleşen dünyanın en önemli sacayaklarından birisi olduğu şeklinde açıklamak da olasıdır. Nitekim, başlangıçta küreselleşmenin ekonomik anlamda bir değişim olduğu belirtilse de, zamanla bu durumun siyaset alanına doğru kaydığı anlaşılmıştır.

İncelenen haberler içinde “siyaset” başlığından sonra, en çok değinilen alanın “iletişim” olduğu görülmüştür. Buna göre, bu başlık altında verilen haber sayısı 13 olarak tespit edilmiştir. Toplam 88 haber içinde yüzde 15 gibi bir orana sahip olan bu haber başlığı, ikinci sırada yer almaktadır. Böylece, ilk iki sırada yer alan “siyaset” ve “iletişim” başlıklarının oluşturduğu haberlerin toplamı yüzde 59'a karşılık gelmektedir. Bu bağlamda, küresel haberlerin sözü edilen başlıklar altında yoğunlaştığı söylenebilir.

Küreselleşme olgusunun ilk ve yaygın olarak gündeme getirildiği “ekonomi” alanı ise, yüzde 8'lik bir oran ile dördüncü sırada yer almıştır. Bu ise, küreselleşmenin temel öğelerinden biri olan “ekonomi”yle ilgili haberlerin beklenenin aksine, daha az sıklıkta yer verildiğini ortaya koymuştur. En ciddi dünya sorunlarından birisi olan küresel ısınma başta olmak üzere “çevre”yle ilgili sorunların ele alındığı haberlerin, toplam haber paydasında yüzde 9'luk bir yerinin olması da dikkat çekici bulunmuştur. Bu bağlamda, incelenen televizyon kanallarının bu konuda duyarlı ve seçici olmadıkları şeklinde bir yorum yapmak mümkündür.

Küresel haberlerin yüzde 7'sini “askeri” konular oluşturmaktadır. Bu oranla askeri konular, televizyon kanallarında verilen küresel haber sıralamasında beşinci sırada yer almaktadır. Askeri haberlerde yaşanan sıcak ve soğuk savaşlar, terörizm, güvenlik önlemleri vb. konular ele alınmaktadır. Tablo 3'teki “diğer” başlığı altında yer alan küresel haberler ise, “insan hakları” ve “sağlık” ile ilgilidir.

İzlenen küresel haberlerin konu alanları değerlendirildiğinde, “teknoloji” ile ilgili haberlere yer verilmediği görülmüştür. Bu durum, dünyada teknolojiyle ilgili sürekli yeni gelişmeler olmasına karşın, televizyon kanallarının bu konuyu yeterince işlemediği ya da

kamuoyunun dikkatine sunmaya değer bulmadığı şeklinde değerlendirilebilir. Bireysel ve toplumsal yaşamın bugünü ve geleceğiyle doğrudan ilişkili olan “teknoloji” konu başlığının, televizyon haberleri arasında fazlaca yer bulamaması ayrıca şu nedenlerle de açıklanabilir: Televizyonların haberlerden sorumlu yöneticileri, bu konuların Türkiye’deki yurttaşlar için haber değeri taşımadığını düşünmüş olabilirler. Ayrıca, bu türden haberler, televizyonların “haber politikalarına” uygun olmayabilir ya da medya profesyonellerinin “bir haberde” aradıkları özellikleri, bu konularla ilgili haberlerde bulamadıkları şeklinde yorumlanabilir.

Küresel Haberler-Türkiye İlişkisi

2006 Kasım, 2007 Ocak ve 2007 Mart aylarında; *TRT 2*, *NTV* ve *Show TV*’de yayınlanan ana haber bültenlerinde yer verilen küresel haberlerde “Türkiye” isminin geçip geçmediği incelenmiştir (bkz. Tablo 4).

Tablo 4: Küresel Haberlerde Türkiye Adının Geçme Durumu

Kanallar	Türkiye Adının Geçme Durumu		
	Geçiyor	Geçmiyor	Toplam
TRT 2	17	24	41
NTV	19	22	41
Show TV	5	1	6
Toplam	41	47	88
GENEL TOPLAM YÜZDESİ	47	53	100

Tablo 4’den de gözlemleneceği üzere, küreselleşme ile ilgili haberlerin yüzde 53’ünün haber içeriğinde “Türkiye” ile ilgili herhangi bir ifadenin geçmediği belirlenmiştir. 41 haberde (yüzde 47) ise, bu ifadenin geçtiği görülmüştür.

Haberde özellikle “Türkiye” isminin geçip geçmemesine bakılmasındaki amaç, küreselleşmeyle ilgili haberlerin ne kadarının Türkiye’yi ilgilendirdiği konusunda bir çıkarımda bulunmaktır. Bu bağlamda, izlenen küresel haberlerin neredeyse yarısının, Türkiye’yi yakından ilgilendiren haberler olduğu anlaşılmıştır. Küresel olarak değerlendirilen haber içeriklerinde “Türkiye” adının daha çok “siyaset” başlığı altında verilen haberlerde geçtiği tespit edilmiştir. Analiz kapsamında incelenen 88 haber içerisinde “Türkiye” isminin

121 kez geçtiği görülmüştür. Türkiye'nin anıldığı haberlerde, haber içeriğinin Türkiye'ye etkisinin olup olmadığıyla ilgili açıklamalar oran olarak yüzde 19'da kalmıştır. Buna göre, haberlerin yaklaşık beşte birinin içeriğinde, ele alınan konunun Türkiye'ye olan etkilerinden söz edildiği görülmüştür. Öte yandan, bu haberlerin yüzde 81'inin haber içeriğinde, Türkiye'ye olumlu ya da olumsuz anlamda nasıl bir etkinin olacağına ilişkin vurgu yapılmamıştır.

İzlenen haberler içerisinde “Türkiye” ifadesinin bu kadar sık kullanılmasını, Türkiye'nin bulunduğu jeopolitik konum ve küreselleşme süreci içinde AB'ye üye olmak isteyen bir ülke olması ve dolayısıyla, bu sürecin bileşenlerinden doğrudan etkilenmesi şeklinde açıklamak mümkündür. Kaldı ki, Türkiye'nin Ortadoğu ülkelerine komşu olması, bir yandan, ABD ile ilişkilerini yakın tutmak isterken; diğer yandan da, AB üye ülkeleri arasına katılmak için sürekli müzakereleri takip etmesinin haberlerin çoğunda Türkiye'nin özne konumunda verilmesine yol açtığı söylenilebilir.

Küresel Haberlerin Özneleri

Küresel haberlerin “öznesi” denildiğinde, haberlerde geçen ülke, şehir, şirket vb. vurgu yapılmaktadır. Üç ay boyunca incelenen her üç kanalın ana haber bültenlerinde sunulan küresel haberlerin öznelerine Tablo 5'te yer verilmiştir.

Tablo 5: Kanallara Göre Küresel Haberlerin Özneleri

Haberin Öznesi Kanallar	Ülke (ler)	Şehir (ler)	Şirket (ler)	Devlet Başkan (lar)ı	Bakan (lar)	Birlik (ler)	Halk	Diğer	Toplam
TRT 2	27	4	1	10	3	17	0	7	69
NTV	26	0	0	13	5	13	4	13	74
Show TV	5	0	0	4	0	3	0	1	13
Toplam	58	4	1	27	8	33	4	21	156
GENEL TOPLAM YÜZDESİ	37	3	1	17	5	21	3	13	100

Tablo 5'te yer alan sayılar hem incelenen televizyon kanalları özelinde hem de toplamda değerlendirmeye alınan haber (88 haber) sayısından daha fazladır. Bunun nedeni ise, bir haberde birden çok özneye atıfta bulunulmuş olmasıdır. Bu yüzden, Tablo 5'te gösterilen başlıklardaki sayısal dağılım da farklılık göstermektedir.

Küresel haber olarak değerlendirilen haberlerde en çok ön plana geçen aktör, “ülke(ler)” başlığı olmuştur. Bunun nedeni de, habere konu olan olayın birden çok ülkeyi aynı anda ilgilendirmesinden kaynaklanmaktadır. Bu başlık, toplam 88 haberde 58 kez geçmiştir. Bu da, üçte iki gibi bir orana karşılık gelmektedir. Küresel olarak değerlendirilen 88 haberde 33 kez “birlik(ler)” başlığına başvurulması da yine dikkat çeken bir nokta olmuştur. Küreselleşme kavramının AB, NATO, OECD gibi birlikleri ve dolayısıyla da, dünya çapında bütünleşmeyi hatırlatması, incelenen haberlerde de etkisini göstermiştir. Özellikle siyasal içerikli haberlerde, AB ile ilgili atıfların sıkça geçtiği gözlemlenmiştir.

Tablo 5'te, “diğer” başlığı altında da bir yığılma olduğu dikkat çekmektedir. Özellikle bu başlık altında verilen haberlerin çoğunun *NTV*'de yayımlandığı tespit edilmiştir. Söz konusu başlık altına dahil edilen alt başlıklar ise şu şekildedir: Kişi, dini lider, kilise, basın, müzik grubu, ada ve asker. Bu başlıkların da, haberin aktörünü oluşturan öğeler arasında yer aldığı belirlenmiştir.

Küresel Haberlerin Nesnelere

Araştırma kapsamında incelenen haberlerde “haber nesnesi”nin ne olduğu da belirlenmiştir. Haberin nesnesi ile anlatılmak istenen ise, haberde ağırlıklı olarak işlenen temel konudur. Bu amaçla yapılan incelemede, haber(ler)in nesnesi olarak kabul edilen başlıklara da Tablo 6'da yer verilmiştir. Haberin nesnesi saptanırken haberde öne çıkan konu, haberin nesnesi olarak isimlendirilmiştir. Bu işlem, her bir haber için tek tek yapılmış ve daha sonra toplam 88 haber belirli başlıklar altında gruplandırılmıştır.

Tablo 6: Kanallara Göre Küresel Haberlerin Nesneleri

Sıra No	Haberin Nesnesi	Sıklık Derecesi
1	Anlaşma, diplomasi (Kıbrıs sorunu, AB, İsrail-Filistin, Güney Osetya), sözde Ermeni soykırımı, Ekümenik tartışması, eleştiri, uyarı, Lokmacı barikatı, strateji planları, uluslararası örgütler	25
2	Toplantı-zirve, konferans, resmi ziyaret, tören, yarışma, kutlama, fuar	23
3	Terör, suikast, saldırı, çatışma, kaçırma, işgal, protesto, idam, insan hakları ihlali	18
4	Küresel ısınma, kuş gribi	8
5	Haber-iddia, makale, basın, internet sitesi YouTube	6
6	Ekonomi, ticaret, ekonomik forum, petrol-doğalgaz, nükleer santral	6
7	Diğer (Avrupa Kültür Başkenti, kadın)	2

En çok kullanılan haber nesnesi başlıklarına bakıldığında, dikkat çeken özellik “siyasal konu”ların öne çıkmasıdır. Nitekim, “Kıbrıs sorunu, toplantı” gibi konuların ana eksenini siyasal içerikli olmalarıdır. Aynı şekilde idam başlığı altında da özellikle, Saddam’ın idamı üzerine ülkelerin siyasal değerlendirmeleri ağırlık kazanmıştır. Bu başlık altında, uluslararası düzeydeki kuruluşların, idam cezasının insan haklarının ihlali ile ilgili olduğu düşünceleri de yer almaktadır. Bu anlamda adı geçen başlık, hem siyaseti hem de insan hakları ihlallerini bünyesinde barındırmaktadır. Bu bağlamda, “anlaşma, diplomasi (Kıbrıs sorunu, AB, İsrail-Filistin, Güney Osetya), sözde Ermeni soykırımı, Ekümenik tartışması, eleştiri, uyarı, Lokmacı barikatı, strateji planları, uluslararası örgütler ve terör, suikast, saldırı, çatışma, kaçırma, işgal, protesto, idam, insan hakları ihlali” gibi başlıkların toplam 43 haberin nesnesi olarak verildiği saptanmıştır.

Dünyanın bir bütün olarak algılanması ve sorunların tüm dünya ülkelerini refaha kavuşturacak şekilde ele alan ve bu amaçla yapılan “toplantı-zirve, konferans, resmi ziyaret, tören, yarışma, kutlama, fuar” içeriklerini haber nesnesi olarak değerlendiren haber sayısının ise 23 olduğu tespit edilmiştir. Küreselleşme bağlamında, bu başlıkla ilgili haberlerin de siyasal anlamda haber içeriğine bir gönderme yaptığını belirtmek gerekir. Küreselleşme kavramının yakından ilgili olduğu bir başka başlık da “küresel ısınma” konusudur. Bununla ilgili olarak 6 haberde bu başlık, haber nesnesi olarak değerlendirilmiştir. Böylece, haberde

küresel ısınmaya dikkat çekilmiş ve çevre sorunları ön plana çıkarılmıştır. Küresel ısınmanın bir uzantısı olabilecek ve haber nesnesinin “kuş gribi” olarak belirlendiği haber sayısı da 2 olmuştur. Bunların dışında kalan ve “haber nesnesi” olarak değerlendirilen diğer başlıkların ne olduklarına ise, yine aynı tabloda yer verilmiştir.

Ülke, Kişi, Kurum/Birlik/Örgüt/Parti ve Şirket İsimlerinin Haberlerde Geçme Sıklığı

Bu çalışmada, üç ay boyunca her üç kanalın ana haber bültenlerinde sunulan küresel haberler incelenirken; haberlerde geçen ülke, şehir, kişi, kurum/birlik/örgüt/parti ve şirket isimlerinin ne olduğu ve haberde kaç kez geçtiği de belirlenmiştir (bkz. Tablo 7). Burada verilen isimler belirlenirken, içinde geçtikleri haberlere özellikle konu olmaları temel alınmıştır. Eşdeyişle, küresel haber(ler)e konu olan isimlerin seçimine özen gösterilmiştir.

Tablo 7: Ülke, Kişi, Kurum/Birlik/Örgüt/Parti ve Şirket İsimlerinin Haberlerdeki Geçme Sıklığı

İsimler Geçme Sıklığı	Ülke	Şehir	Kişi	Kurum/Birlik/Örgüt/Parti Adı	Şirket
1 kez	22	19	66	10	0
2 kez	12	11	17	12	0
3 kez	2	4	11	8	0
4 kez	6	1	7	5	0
5 kez ve daha çok	16	11	20	10	1
Toplam	58	46	121	45	1
GENEL TOPLAM YÜZDESİ	21	17	44	17	1

Tablo 7 incelendiğinde, haberlerde en çok “kişi” ve “ülke” isimlerinin geçtiği görülmektedir. Öne çıkan “kişi” isimlerinden Başbakan Erdoğan’ın 54, Saddam Hüseyin’in 39, Papa 16. Benedikt’in 21, Dış İşleri Bakanı Abdullah Gül’ün 19, Birleşmiş Milletler Genel Sekreteri Kofi Annan’ın 18, Başkan Bush’un 16 ve AB Komisyonu Genişlemeden Sorumlu

Üyesi Oli Rehn'in de 15 kez haberlere konu edildiği saptanmıştır. Küresel haberlerde, kişi isimleri yüzde 44 ile ilk sırada yer almıştır. Bu başlık altında dikkat çeken bir nokta ise, televizyon kanallarının “küresel haber”lerin içeriğinde, daha çok Türkiye’yi ve Türk devlet adamlarını ilgilendiren konulara öncelik vermeleri olmuştur.

Ayrıca, izlenen 88 küresel haberde “ülkeler”in ne sıklıkla habere konu oldukları da incelenmiştir. Bu başlık, yüzde 21 ile ikinci sırada yer almıştır. Buna göre; Türkiye’nin 121, Irak’ın 96, ABD’nin 41, Kıbrıs’ın 37, İsrail’in 32, İran’ın 27 ve Filistin’in ise 24 kez ismine yer verilmiştir. Küresel haberler izlenirken haberlerde geçen kurum/birlik/örgüt/parti isimleri ayrı ayrı ele alınmıştır (bkz. Tablo 7). İzlenen bu haberlerde, Avrupa Birliği (101 kez) ve Birleşmiş Milletler (23 kez) isimlerinin ise sıklıkla kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Genel olarak incelenen haberlerde, küresel haberlerin özellikle siyasal kişiliklerin ve birliklerin isimleri çevresinde kurgulandığı görülmektedir. Ülkeler bazında ele alındığında ise, siyasal gündemi çok fazla meşgul eden Ortadoğu ülkelerinin isimleri yoğun bir şekilde kullanılmıştır. Ayrıca, dünyanın ilgisini çeken Kıbrıs sorununa ilişkin olarak, Kıbrıs ve Türkiye isimlerinin de oldukça fazla kullanıldığı belirlenmiştir. Bu bağlamda bir özetleme yapmak gerekirse, aslında küresel haberlerde hemen her konuda öne geçen “siyaset” başlığının; incelenen bu başlık altında da etkisini sürdürdüğü anlaşılmaktadır. Küresel haberler arasında en çok yer alan türün siyasal içerikli haberler olması; siyasal “kişilik”, “birlik” ve “ülke” isimlerinin öne çıkması durumu ile tutarlı bir sonuç olarak değerlendirilebilir.

Küresel Haberlerin Yayın Sırası

Haberlerin içerik çözümlemesinde, incelenen kanalların ana haber bültenlerinde ortalama 15 ile 25 arasında değişen sayıda habere yer verdikleri belirlenmiştir. “Küresel haber” olarak değerlendirilen 88 haberin, haber bültenlerinde veriliş sırası; eşdeyişle, yayın sırasındaki yeri toplam *dört kategoride* değerlendirilmiş ve elde edilen sonuçlar Tablo 8’de sunulmuştur.

Tablo 8: Kanallara Göre Küresel Haberlerin Yayın Sırası

Haberin Yayın Sırası Kanallar	1-3 arası haber	4-6 arası haber	7-9 arası haber	10 ve üzeri haber	Toplam
TRT 2	8	5	5	23	41
NTV	9	8	7	17	41
Show TV	1	3	1	1	6
Toplam	18	16	13	41	88
GENEL TOPLAM YÜZDESİ	20	18	15	47	100

Tablo 8’de görüldüğü üzere, küresel haberlerin yüzde 47’sine 10’uncu ya da daha sonraki bir sırada yer verilmiştir. İncelenen 88 haberin sadece yüzde 20’si (18 haber), ilk üç sırada sunulan haberlerden birisi olabilmıştır. Yayın sıralamasında bu 18 haberin 7’sinin *ilk haber* olarak verildiği ve bunlardan 4’nün *TRT 2*’de, 3’ünün de *NTV*’de yayımlandığı belirlenmiştir.

Bir haberin yayın sırası önemlidir. Bu sıra, kanalların o habere yüklediği önemin ya da haberden beklenen “yararın” bir göstergesidir. Kanalların haber sıralamaları yayın politikalarına, haberin ilgilendirdiği kitlenin büyüklüğüne, izleyenler üzerinde yaratabileceği çeşitli etkilere ya da haberin izleyiciyi kanalda tutmanın bir aracı olarak kullanılıp kullanılmayacağı vb. ölçütlere bağlıdır. Bu ölçütlere bağlı olarak kimi haberler ilk sıralarda yer alırken, yine aynı ölçütler nedeniyle daha gerilere de atılabilmektedir. Doğal olarak haberlerin değerlendirilmesi, bir kanaldan diğerine değişmekte ve aynı haberi bir kanal ilk sırada; bir diğeri de daha farklı sırada verebilmektedir. Bu anlamda, *TRT 2* ve *NTV*’nin küresel haber(ler)e belli bir önem verdiğinden söz edilebilir.

Küresel Haberlerin Yayın Süresi

Araştırma için kaydı yapılan ana haber bültenlerinin toplam süresi ile bunların içindeki küresel haberlerin toplam süreleri ayrı ayrı hesaplanmıştır. Üç ay boyunca izlenen ana haber bültenlerinin süreleri ve bunlar içerisinde yer alan küresel haberlerin dağılımı incelendikten

sonra, kanalların küresel haberlere dakika olarak ne kadar yer ayırdığı belirlenmiştir. Buna göre, araştırmada 88 küresel haber için ayrılan sürelerle ilişkin bulgulara Tablo 9’da yer verilmiştir. Küresel haberlerin toplam süresinin ne kadarının konuşma, ne kadarının görüntü olarak verildiği de ayrıca araştırılmıştır.

Tablo 9: Kanallara Göre Ana Haber Bültenlerinin Toplam Süresi İle Küresel Haberlerin Süre Dağılımları

Süre Kanallar	Bütün Haber Süresi	Yüzde	Küresel Haber Süresi	Yüzde
TRT 2	4 saat 53 dk. 32 sn.	20.48	1 saat 7 dk. 45 sn.	43.47
NTV	7 saat	29.29	1 saat 18 dk. 5 sn.	50.10
Show TV	12 saat	50.23	10 dk. 2 sn.	6.43
GENEL TOPLAM	23 saat 53 dk. 32 sn.	100	2 saat 35 dk. 52 sn.	100

Çalışma için kaydı yapıp izlenen ana haber bültenlerinin toplam süresi 23 saat 53 dakika 32 saniyedir. Küresel haberler, bu sürenin altıda birini (yaklaşık yüzde 11’ini) oluşturmaktadır. *Show TV*’nin haber süresi, öteki iki kanalın toplamından biraz daha fazladır. Ancak, *Show TV* ile karşılaştırıldığında *TRT 2*’deki küresel haberler 7 kat, *NTV*’dekiler ise 8 kat daha çoktur (bkz. Tablo 9).

Küresel haberlere süre olarak en uzun zamanın yüzde 50.1 ile *NTV*’de, en kısa zamanın da yüzde 6.43 ile *Show TV*’de ayrıldığı görülmektedir. Buna göre, *Show TV*’de sunulan haber bültenlerinin uzunluğuna karşın, küresel haberlerin kısalığı; bu kanalın, ulusal ve yerel haberleri daha çok tercih edilmesiyle açıklanabilir. Buna karşılık, *NTV*’nin küresel haberlere daha fazla yer ayırması ise, *NTV*’nin haber kanalı olma özelliğinin bir sonucu olarak düşünülebilir.

Tablo 10: Küresel Haberlerin Ana Haber Bültenleri İçindeki Dakika Olarak Süre Dağılımı

Dakika Kanallar	1' altında	1'-2' arası	2'1''-4' arası	4'1''-6' arası	7' ve üzeri	Toplam
TRT 2	12	21	6	1	1	41
NTV	14	17	7	1	2	41
Show TV	1	3	2	0	0	6
Toplam	27	41	15	2	3	88
GENEL TOPLAM YÜZDESİ	31	47	17	2	3	100

Tablo 10 incelendiğinde, 88 küresel haberin yaklaşık yarısının (yüzde 47) “bir-iki dakika” arasında verildiği saptanmıştır. İncelenen haberlerin yüzde 31’ine “bir dakikanın altında”, 15 habere de (yüzde 17) “2 dakika 1 saniye ile 4 dakika” arasında süre ayrılmıştır. Bununla birlikte, *TRT 2* ve *NTV* ana haber bültenlerinin ortalama 20-25 dakika; *Show TV* haber bülteninin ise 55-60 dakika sürdüğü gözlemlenmiştir. Kanallarda sunulan haber sayısı ise, ortalama 15-25 arasında değişmiştir.

İzlemeler sırasında, her bir haberin süresinin genelde “45 saniye” olduğu saptanmıştır. Buna karşılık, küresel haberlerin süre olarak görece uzun olmasının önemli bir nedeni, haber(ler)in farklı sözcüklerle tekrar edilmesidir. Ayrıca, ayrıntıya girilmesi de, kimi haber sürelerinin uzamasında etkili olmuştur. Küresel haberler, genellikle çok boyutlu olduğu için değinilmesi gereken ayrıntıları ve arkaplanları fazla olmaktadır. Haberın ayrıntılandırılması, anlaşılabilirlik açısından önemlidir. Bu da, haber süresinin uzaması anlamına gelmektedir. Dolayısıyla, “1-2 dakika”lık zaman aralığında verilen haber sayısındaki yoğunlaşmayı bu şekilde yorumlamak olasıdır. Kaldı ki, uzun süreli haberler için de bu saptama geçerlidir.

“7 dakika ve üzerinde” yayınlanan haberleri, ayrıksı bir durum olarak değerlendirmek gerekir. Sözü edilen kategori içerisinde çalışmanın örneğine giren üç haberin süreleri 7’28’’ ile 10’8’’ arasında değişmektedir. Bu üç haber, doğrudan “siyaset” konusuyla ilgilidir ve *ikisi NTV*’de, *biri de TRT 2*’de yayınlanmıştır.

İncelenen aylarda sunulan en uzun haber, “10 dakika 8 saniye” ile 8 Kasım 2006’da *NTV*’de yayınlanmıştır. Haber, ağırlıklı olarak “İlerleme Raporu ve AB ile Müzakereler”

üzerindedir. Haberde, sırasıyla KKTC Cumhurbaşkanı Mehmet Ali Talat, AB Komisyonu Genişlemeden Sorumlu Üyesi Oli Rehn, AP Türkiye Raportörü Camsel Eurlings ve Türkiye Cumhuriyeti Başbakanı Recep Tayyip Erdoğan gibi konuyla ilgili siyasetçilerin açıklamalarına yer verilmiştir. Haberin son 2.5 dakikasında ise, Brüksel temsilcisiyle yapılan canlı bağlantıya yer verilmiştir. İrdelenen konunun tekrarlarla ve benzer sözcüklerle verilmesi, haber süresinin uzamasındaki en önemli etken olarak saptanmıştır.

27 Kasım 2006'da, *NTV*'de yayınlanan "7 dakika 28 saniyelik" haber de siyasetle ilgilidir. Haberde, "Kıbrıs İçin Fin Planı" başlığı altında, tarafların karşılıklı görüşlerine yer verilmiştir. Sadece siyasetçilerin açıklamalarından yapılan derlemelerle oluşturulan haberin son 2 dakikasında, kanalın Brüksel temsilcisi haberi yeniden değerlendirmiştir.

Bununla birlikte, irdelenen bu uzun haberlerde uzman kişilerin konuya ilişkin görüşlerine yer verilmemiştir. Yapılan iş, sadece habere taraf olan siyasetçilerin açıklamaları ve kanalın sözde değerlendirme yapan muhabirinin (aslında siyasetçilerin görüşlerini özetlemenin dışında bir şey söylemeyen) görüşlerini peş peşe sunmaktır. Haberler, bilgilendirme amaçlı derlenmiş ve izleyiciye iletilmiştir. Bu bağlamda, haber sürelerinin uzunluğuna bakıp, haberin çok değerli ve özel haber olduğu yönünde bir çıkarıma ulaşmak doğru değildir.

Süre bakımından 7 dakikayı aşan son haber ise, *TRT 2*'de 19 Ocak 2007 tarihli ana haber bülteninde yer almıştır. "8 dakika 55 saniye" süren ve canlı bağlantıyla son haber olarak ekrana yansıtılan bu haberde, Türkiye Dışişleri Bakanı Abdullah Gül ile ABD'nin siyasal işlerden sorumlu Müsteşarı Nicholas Burns arasındaki görüşme sonrasında, Burns'un yaptığı basın açıklaması ve spontan çevirisi kesintisiz bir şekilde aktarılmıştır. Burns açıklamasında, yapılan görüşmenin ayrıntılarını ve duyduğu memnuniyeti dile getirmiştir. Bu haberin *NTV*'nin yayınladığı habere tek farkı, hiçbir şekilde yoruma gidilmemiş olmasıdır. Açıklama, olduğu gibi ekrana getirilmiş ve açıklama biter bitmez de haber bülteni sonlandırılmıştır.

Özetle, haber sürelerinin uzun olması tekrara başvurulması durumuyla açıklanabilir. Kaldı ki, haber süresi uzun olan haberlerde dikkat çeken önemli bir nokta da, "sözel ifadeler" in yanı sıra, "görüntüler" in de sıkça yinelenmesi durumudur. Bu da, doğrudan haber süresinin uzamasına yol açmaktadır.

Sonuç ve Değerlendirme

Hirst ve Thompson (2003), küreselleşmenin temelinde *ekonominin* olduğunu, dünya piyasalarının ekonomik anlamda bütünleştiğini söyleyerek ekonominin bu süreçteki başat rolüne dikkat çekmişlerdir. Ancak bu çalışma, haber konusu olma bakımından “*ekonomi*”nin ikinci sırada olduğunu göstermiştir. Çözümlemesi yapılan 88 *küresel haberde* en çok işlenen konunun *ekonomi* değil, *siyaset* olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, ekonomik temeller üzerinde yükselen küreselleşme sürecinde, zamanla devletlerin birbirleriyle olan ilişkilerini düzenleyen kuruluşlardaki gelişmelerin önem kazanmasıyla açıklanabilir. Ayrıca, Türkiye’deki televizyon kanallarında gözlenen *ulusal* (çok az da olsa yerel) siyasal içerikli haberlerin yayınlaması yönündeki tavrın, küresel haberler için de geçerli olduğundan söz edilebilir.

Çalışmada ulaşılan sonuçlara göre, küresel haberlerde ismi en çok anılan ülke *Türkiye*’dir. Bunun önemli nedenlerinden birisi, Ortadoğu’da yaşanan sorunların çözümünde dünyadaki çeşitli ülkelerin Türkiye’den beklentileri; diğeri de, Türkiye’nin bu yönde uyguladığı politikalar ve girişimlerdir. Öte yandan, bu çalışmanın yapıldığı zaman diliminde, AB ile olan ilişkilerde yaşanan sorunlar da, Türkiye isminin sıkça anılmasına yol açmıştır. Kaldı ki, küresel ya da uluslararası haberler çerçevesinde, Türkiye toplumunu yakından ilgilendiren haberlerin bültenlere taşınmasının da bunda payı vardır.

Çalışmada ulaşılan bir diğer önemli sonuç, incelenen 88 *haber*in hiç birisinde küreselleşmenin teknoloji boyutuyla ilgili haber(ler)e yer verilmemiş olmasıdır. Kaldı ki, incelenen haber kanallarının sunumlarında, teknoloji kullanımının çeşitlilik göstermediği de ulaşılan sonuçlar arasındadır. İzlenen haberlerin çoğu, arşiv ya da televizyon kanalının kendi çalışanlarınca çekilen görüntüler eşliğinde sunulmuştur. Oysaki, iletişim teknolojileri ve uydu sistemleri, günümüzde mesafe kavramını ortadan kaldırmakta ve mekânsal olarak birbirinden uzak bireylerin bilgiye/habere eşzamanlı olarak ulaşabilmesini kolayca sağlayabilmektedir (Giddens, 1998; Timisi, 2003). Bu anlamda, Türkiye’de habercilik işini yürüten kanallar da, yeni iletişim teknolojinin sunduğu olanaklardan yararlanmalı ve daha özgün, ayrıntılı ve arkaplana sahip haberleri yurttaşlara ulaştırmalıdır.

Manfred B. Steger (2006) “*şirketsel küreselleşme*” kavramını kullanarak, dünya ekonomisindeki yüzde 51’lik payı ile “*şirketler*”in küreselleşmiş dünyadaki önemine vurgu yapmaktadır. Bu çalışmada, özel sektörün haberlere yansımaları, küresel ekonomideki ağırlıklarıyla doğru orantılı bir eğilim göstermemiştir. 88 küresel haberin sadece *birisinde*, “*şirketler*”e gönderme yapılmıştır. Ekonominin merkezinde yer alan şirketler her ne kadar küreselleşmenin en önemli özneleri gibi görünse de, incelenen haberlerde yeterince temsiliyet

kazan(a)mamıştır. Bunun nedeni, incelenen televizyon kanallarının dönemsel gelişmelere ilişkin benimsediği yayın politikasıdır. Kaldı ki, analiz dönemine ilişkin televizyon kanallarının gündemini oluşturacak herhangi bir haber değeri taşımadıkları için, “şirketler”in ana haber bültenlerine konu olmadıklarından söz edilebilir.

Çalışma süresince elde edilen bulgular incelenen televizyon kanallarına göre değerlendirildiğinde, özetle şöylesi bir tablo ortaya çıkmıştır: Küresel habere yer verme bakımından *TRT 2* ve *NTV*'de bir eşitlik söz konusudur. Bu iki kanal, *41 küresel habere* yer verirken; *Show TV*'de ise bu sayı *6*'da kalmıştır. Bu sonucun ortaya çıkmasında, *TRT 2* ve *NTV*'nin tematik haber kanalı; *Show TV*'nin ise yaygın/popüler bir kanal olması belirleyici olmuştur. Kanallarda sunulan küreselleşme ile ilgili haberlere genellikle *10'uncu sıra ve sonrasında* yer verilmiştir. Her üç televizyon kanalındaki 88 haberin sadece *18* tanesi ilk üç haberden birisi olarak ekrana getirilmiştir. İncelenen ana haber bültenlerinin toplam süresi bakımından, en uzun olanı *Show TV*'ye (12 saat) aittir. Buna karşılık, küresel haberlerin toplam süre olarak en kısa (10 dk. 2 sn.) verildiği kanal ise, yine *Show TV*'dir. Her üç kanal arasındaki benzerlik, *küreselleşme* ile ilgili haberlerin yaklaşık yarısının süre olarak en çok *2 dakikayı* geçemeyecek şekilde verilmesidir. Ayrıca, her üç kanaldaki haberlerde de süre olarak görüntülerin, konuşmaların yaklaşık *5-6 katı* olduğu saptanmıştır. Bu farklılığın nedeni ise, aynı görüntülerin sürekli ekrana getirilmesidir.

Özetle, bu çalışma, farklı özellikleri olan üç kanaldan yola çıkarak küresel haberler konusunda çözümlenmelerini gerçekleştirmiştir. İncelenen kanallar arasında, küresel haber(ler)in yayınına ilişkin nicel açıdan hem farklılıklar hem de benzerlikler gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, kanallar arasında küresel haberlerin seçimi ve sunumunda ise anlamlı farklılıklar bulunmamaktadır. Bunun en önemli nedeni ise, her üç kanalın da teknelci bir eğilim gösteren Türkiye medya atmosferi içerisinde yayın yapmalarıdır. Ayrıca, akredite haber kaynaklarına olan bağımlılık, profesyonel habercilik pratikleri ve zamana karşı yarış da haberlerin seçimi ve benzeşmesi konusunda belirleyici etmenlerdir. Bu çalışmada, sadece incelenen dönem ve kanallar itibarıyla, küresel haberlerin görünen/belirgin bölümüne bakılarak sayısal saptamalarda bulunulmuştur. Bu haberlerin görünmeyen/gizil anlamlarının çözümlenmesinin (eşdeyişle, bu haberlerin nasıl bir söylemle sunulduğunun) ise, farklı bir çalışmanın konusu olarak ele alınarak irdelenmesi yerinde olacaktır.

Kaynakça

- Boratav, Korkut (2000). "Emperyalizm mi? Küreselleşme mi?". İçinde *Küreselleşme: Emperyalizm, Yerelcilik, İşçi Sınıfı*. (Der. Ertuğrul Ahmet Tonak). Ankara: İmge Kitabevi: 15-25.
- Berger, Petr L. ve Samuel P. Huntington (2003). *Bir Küre Bin Bir Küreselleşme*. Çev. Ayla Ortaç. İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Breitenfellner, Andreas (1997). "Global Unionism: A Potantial Player". *International Labour Review*, (Vol: 136, Num 4/ Winter): 531-580.
- Coşkun, Vahap (2009). "Küreselleşme Tanımı ve Dinamikleri". <http://www.foreignpolicy.org.tr/arkaplan/kasim03/tr/aykonu.htm>. [Erişim Tarihi: 5 Mart 2009].
- Giddens, Anthony (1998). *Modernliğin Sonuçları*. Çev. Ersin Kuşdil. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Golding, Peter (2003). "Küresel Köy mü, Kültürel Yağma mı? İletişim Devriminin Eşitsiz Mirası". İçinde *Kapitalizm ve Enformasyon Çağı. Küresel İletişim Devriminin Politik Ekonomisi*. (Edt. Robert W. McChesney-Ellen Meiksins Wood-John Bellamy Foster). Çev. Nil Senem Çingra, Erhan Baltacı, Özge Yalçın. Ankara: Epos Yayınları: 85-100.
- Güvenç, Nazım (1998). *Küreselleşme ve Türkiye*. İstanbul: BDS Yayınları.
- Güzelcik, Ebru (1999). *Küreselleşme ve İşletmelerde Değişen Kurum İmajı*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Hirst, Paul ve Grahame Thompson (2003). *Küreselleşme Sorgulanıyor*. Çev. Çağla Erdem ve Elif Yücel. (3. Baskı). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- <http://www.worldbank/wbi/governance>. [Erişim Tarihi: 20 Şubat 2009].
- İlal, Ersan (1989). *İletişim, Yıgınsal İletişim Araçları ve Toplum*. İstanbul: Der Yayınları.
- İnal, Ayşe (1996). *Haberi Okumak*. Ankara: Temuçin Yayınları.
- Kiper, H. Perihan (2006). *Küreselleşme Sürecinde Kentlerin Tarihsel Kültürel Değerlerinin Korunması. Türkiye-Bodrum Örneği*. İstanbul: Sosyal Araştırmalar Vakfı (SAV) Yayınları, No: 9, Küreselleşme Dizisi: 4.
- Mengi, Ayşegül ve Nesrin Algan (2003). *Küreselleşme ve Yerelleşme Çağında Bölgesel Sürdürülebilir Gelişme. AB ve Türkiye Örneği*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Postman, Neil (2004). *Televizyon: Öldüren Eğlence*. Çev. Osman Akınhay. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Ramonet, Ignacio (2004). *Medyanın Zorbalığı*. Çev. Aykut Derman. İstanbul: Om Yayınevi.

- Robertson, Roland (1999). *Küreselleşme. Toplum Kuramı ve Küresel Kültür*. Çev. Ümit Hüsrev Yolsal. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Setzer, Martin (1997). *Ekonomik Küreselleşme: Küreselleşmenin Ekonomi ve Teknoloji Üzerindeki Etkileri*. Ankara: SODEV Yayınları.
- Sökmen, Polat (2000). “Küreselleşme Çağında Planlama ve Türkiye”. İçinde 3. *Binyılda Şehirler: Küreselleşme, Mekân-Planlama. Dünya Şehircilik Günü, 23. Kolokyumu*, (8-10 Kasım 1999). (Edt. İclal Dinçer). İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Yayınları: 95-116.
- Steger, Manfred B. (2006). *Küreselleşme*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Şaylan, Gencay (1997). “Küreselleşmenin Gelişimi”. İçinde *Emperyalizmin Yeni Masalı Küreselleşme*. (Edt. Işık Kansu). (3. Basım). Ankara: İmge Kitabevi: 9-21.
- Şimşek, Ali (2005). *Küreselleşme Dersi Yayınlanmamış Doktora Ders Notları, 2005-2006 Bahar Dönemi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tekinalp, Şermin (1990). *Elektronik Kitle İletişim ve Değişim*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Timisi, Nilüfer (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Timur, Taner (1996). *Küreselleşme ve Demokrasi Krizi*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Tuna, Korkut (2003). “Küresel mi, Yerel mi: Neler Oluyor Bize?”. *Sosyoloji Dergisi*, (Sayı: 6): 1-12.
- Tutar, Hasan (2000). *Küreselleşme Sürecinde İşletme Yönetimi*. İstanbul: Hayat Yayıncılık.
- UNDP (1997). *Reconceptualising Governance. Discussion Paper 2*. New York: Management Development and Governance Division.
- Yeldan, Erinç (2002). “Neoliberal Küreselleşme İdeolojisinin Kalkınma Söylemi Üzerine Değerlendirmeler”. *Praksis*, (Sayı: 7/Yaz): 19-34.
- Yengin, Hülya (1994). *Ekranın Büyüsü. Batı’da Değişen Televizyon Yayıncılığının Boyutları ve Türkiye’de Özel Televizyonlar*. İstanbul: Der Yayınları.
- Yetim, Nalan (2004). “Küresel Üretim Yapılanmasına Kültürel Yanıtlar: Ulusal Yerel?”, *Doğu-Batı Düşünce Dergisi*, (Sayı: 18/Şubat-Mart-Nisan): 129-140.