

T.C. ANADOLU ÜNİVERSİTESİ YAYINI NO: 2695
AÇIKÖĞRETİM FAKÜLTESİ YAYINI NO: 1661

HABERCİLİĞİN TEMEL KAVRAMLARI

Yazarlar

Prof.Dr. Halil İbrahim GÜRCAN (Ünite 1, 3)

Prof.Dr. Erkan YÜKSEL (Ünite 2, 4)

Prof.Dr. Ali Murat VURAL (Ünite 5, 6)

Öğr.Gör. Erdem ÇETİNTAŞ (Ünite 7)

Yrd.Doç.Dr. Seçil BANAR (Ünite 8)

Editör

Prof.Dr. Halil İbrahim GÜRCAN



ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Bu kitabın basım, yayım ve satış hakları Anadolu Üniversitesine aittir.
“Uzaktan Öğretim” tekniğine uygun olarak hazırlanan bu kitabın bütün hakları saklıdır.
İlgili kuruluştan izin almadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kayıt
veya başka şekillerde çoğaltılamaz, basılamaz ve dağıtılamaz.

Copyright © 2012 by Anadolu University

All rights reserved

No part of this book may be reproduced or stored in a retrieval system, or transmitted
in any form or by any means mechanical, electronic, photocopy, magnetic tape or otherwise, without
permission in writing from the University.

UZAKTAN ÖĞRETİM TASARIM BİRİMİ

Genel Koordinatör

Doç.Dr. Müjgan Bozkaya

Genel Koordinatör Yardımcısı

Arş.Gör.Dr. İrem Erdem Aydın

Öğretim Tasarımcısı

Dr. Kadriye Uzun

Grafik Tasarım Yönetmenleri

Prof. Tüfrik Fikret Uçar

Öğr.Gör. Cemalettin Yıldız

Öğr.Gör. Nilgün Salur

Grafiker

Hilal Küçükdağışan

Kitap Koordinasyon Birimi

Uzm. Nermin Özgür

Kapak Düzeni

Prof. Tüfrik Fikret Uçar

Öğr.Gör. Cemalettin Yıldız

Dizgi

Açıköğretim Fakültesi Dizgi Ekibi

Haberciliğin Temel Kavramları

ISBN

978-975-06-1362-3

1. Baskı

Bu kitap ANADOLU ÜNİVERSİTESİ Web-Ofset Tesislerinde 2.500 adet basılmıştır.

ESKİŞEHİR, Ağustos 2012

İçindekiler

Önsöz	vii
-------------	-----

Medya Tarihi.....	2
HABERLEŞMENİN KÖKENLERİ.....	3
Yazının Bulunuşu ve Gelişimi.....	3
İlkçağda Haberleşme.....	4
Yazının Araçları.....	5
Ortaçağda Haberleşme.....	5
Basımın Bulunuşu.....	6
BASININ DOĞUŞU.....	6
Dünyada İlk Gazeteler.....	7
Türkiye’de Basının Doğuşu.....	8
II. Meşrutiyet Dönemi Basını (1908-1918).....	12
Mütareke Yılları ve Kurtuluş Savaşı Dönemi.....	12
Cumhuriyet Dönemi.....	13
MEDYANIN TEKNOLOJİK GELİŞİMİ.....	13
İlk Dönem Gazetelerinde Teknoloji.....	13
Daktilo.....	13
Fotoğrafın Bulunuşu.....	14
Ses Kaydı.....	14
Telgraf İletişimi.....	14
Telefon.....	15
Radjo.....	15
Televizyon.....	16
İnternet.....	16
Cep Telefonu.....	17
Özet.....	18
Kendimizi Sınayalım.....	19
Okuma Parçası.....	20
Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı.....	21
Sıra Sizde Yanıt Anahtarı.....	21
Yararlanılan Kaynaklar.....	22

I. ÜNİTE

Medya Sistemleri.....	24
BASININ DÖRT KURAMI.....	26
Otoriter (Baskıcı) Kuram.....	26
Özgürlükçü (Liberal) Kuram.....	27
Toplumsal (Sosyal) Sorumluluk Kuramı.....	31
Sovyet-Totaliter (Sosyalist) Kuram.....	32
YENİ YAKLAŞIMLAR.....	34
McQuail’in Sınıflandırması.....	35
Altschull’un Sınıflandırması.....	37
Özet.....	40
Kendimizi Sınayalım.....	41
Okuma Parçası.....	42
Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı.....	42
Sıra Sizde Yanıt Anahtarı.....	43
Yararlanılan Kaynaklar.....	44

2. ÜNİTE

3. ÜNİTE

Haber ve Habercilik	46
HABER KAVRAMI	47
Haberin Temel Özellikleri	48
HABER DEĞERLERİ	49
Zamanlılık	49
Güncellik.....	50
Yakınlık.....	50
Önemlilik	50
İlgi Düzeyi	51
İlginçlik	51
Nadirlik	51
Heyecanlılık	51
Orijinallik ve Gariplik	51
Haber Değerlendirme İlkeleri.....	52
Haber Konuları.....	52
Okuyucunun Habere İlgi Derecesi	55
Haberde Doğruluk	56
Haberde Gerçeklik	57
Haberde Objektiflik.....	57
Objektifliği Bozan Durumlar	58
Haberde Anlaşılabilirlik.....	58
Haber Türleri	59
Haber Olay Türleri	59
Gazeteci/Haberci	59
Özet.....	61
Kendimizi Sınayalım.....	62
Okuma Parçası	63
Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı	64
Sıra Sizde Yanıt Anahtarı	65
Yararlanılan Kaynaklar.....	66

4. ÜNİTE

Haber Yapısı ve Türleri.....	68
HABER YAPISI	69
BAŞLI HABERLERDE BAŞLIK KOMPOZİSYONU	69
Görsel Unsurlar	74
HABER ÖĞELERİ: 5N1K	75
HABER YAZMA TEKNİKLERİ.....	76
Ters Piramit Tekniği	77
Konuşma Dili Tekniği.....	78
HABER TÜRLERİ	79
Haber Öğelerine Göre Haber Türleri	79
Niteliklerine Göre Haber Türleri	82
Konularına Göre Haber Türleri	84
Haber Kaynaklarına Göre Haber Türleri	85
Kitle İletişim Aracının Türüne Göre Haber Türleri	86
Özet	87
Kendimizi Sınayalım	88
Okuma Parçası	89
Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı	90
Sıra Sizde Yanıt Anahtarı	91
Yararlanılan Kaynaklar.....	92

5. ÜNİTE

Kitle İletişim Araçlarına Göre Habercilik Türleri.....	94
KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI.....	95
KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ HABERCİLİK İŞLEVİ	96
KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINA GÖRE HABERCİLİK TÜRLERİ	97
GAZETE HABERCİLİĞİ	97
TELEVİZYON HABERCİLİĞİ.....	99
Televizyonda Haber Değeri Ölçütleri	101
Televizyon Haberi Yazmak	102
Televizyon Haberciliğinde Haber Program Türleri	103
Televizyon Haberinin Hazırlanma ve Sunum Aşamaları	104
RADYO HABERCİLİĞİ	106
Radyo Türleri	106
Radyo Haberinin Özellikleri	107
Radyo Haberciliğinde Bilgi Kaynakları	107
Radyo Haberi Hazırlama ve Sunumu.....	108
Radyo Haberciliğinden Mesleki Kişilikler.....	109
DERGİ HABERCİLİĞİ	111
Dergi Haberciliğinin Teknik Özellikleri.....	111
İNTERNET HABERCİLİĞİ/ONLINE/SANAL GAZETECİLİK	112
Online/Sanal Gazeteciliğin Temel Nitelikleri	114
Özet	115
Kendimizi Sınayalım	116
Okuma Parçası	117
Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı	117
Sıra Sizde Yanıt Anahtarı	118
Yararlanılan Kaynaklar.....	119

6. ÜNİTE

Haber Kaynakları	120
HABERİN TEMEL TAŞIYICISI OLARAK; GAZETECİ	121
Gazeteci Mesleki Kimliği	121
Gazetecinin Mesleki Özellikleri.....	122
Gazeteciliğin Temel Kuralları	122
HABER TOPLAMA AŞAMASI	124
Haber Toplama Aşamasında Dikkat Edilecek Kurallar.....	124
Haber Kaynakları İle İlişkiler.....	127
HABER KAYNAKLARI	129
İç Kaynaklar.....	129
Dış Kaynaklar	129
Araştırma Kaynakları	130
HABER ALANLARI.....	130
Kamu Yönetimi	131
Ekonomi.....	131
Güvenlik ve Hukuk.....	131
Eğitim ve Öğretim	132
Üniversiteler.....	132
Halk ve Çevre Sağlığı	132
Sosyal Yardım Kuruluşları	133
Siyasal Partiler.....	133
Sivil Toplum (Demokratik Kitle) Örgütleri.....	133
Spor Kulüpleri ve Etkinlikleri.....	133
Medya	133
Magazin Kültür ve Sanat.....	134
HABER AJANSLARI	134

Ülkemizin Ulusal Haber Ajansı Olarak; Anadolu Ajansı.....	135
Ulusal Haber Ajansları	135
Uluslararası Haber Ajansları.....	135
Gazetecilikte Yeni Bir Haber Kaynağı: İnternet.....	136
Özet.....	137
Kendimizi Sınayalım.....	138
Okuma Parçası	139
Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı	140
Sıra Sizde Yanıt Anahtarı	140
Yararlanılan Kaynaklar.....	141

7. ÜNİTE

Haber Fotoğrafı..... 142

TARİHSEL SÜREÇ İÇİNDE HABER FOTOĞRAFI	144
Teknolojik Gelişmeler Bağlamında Haber Fotoğrafı.....	144
Bir Uzmanlık Olarak Haber Fotoğrafçılığının Gelişimi.....	146
HABER FOTOĞRAFININ NİTELİKLERİ.....	150
İletişim Aracı Olarak Haber Fotoğrafı.....	151
Bir Belge Olarak Haber Fotoğrafı ve Gerçeklik.....	152
Haber Fotoğrafı ve İçerik	152
Haber Fotoğrafı ve Teknik	153
Haber Fotoğrafı ve Estetik.....	154
HABER FOTOĞRAFININ ÜRETİM SÜRECİ	155
HABER FOTOĞRAFI VE ETİK	158
Nesnellik	159
Kurbanların Fotoğraflanması	160
Fotoğraf Seçimi.....	160
Manipülasyon	161
Özel Yaşamın Sınırları.....	161
Hediye Kabul Etmek.....	161
Özet	163
Kendimizi Sınayalım	165
Okuma Parçası	166
Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı	167
Sıra Sizde Yanıt Anahtarı	168
Yararlanılan ve Başvurulabilecek Kaynaklar	169

8. ÜNİTE

Medya Okuryazarlığı..... 170

MEDYA KAVRAMI.....	171
DÖRDÜNCÜ KUVVET OLARAK MEDYA.....	173
MEDYA OKURYAZARLIĞI KAVRAMI.....	173
Ulaşma	174
Analiz	175
Değerlendirme	175
İçerik Yaratma ve Medya Araçlarıyla İletişime Geçme	175
MEDYA OKURYAZARLIĞI MODELİ	177
Bilgi Yapıları.....	177
Kişisel Anlam Eşleştirme ve Anlam Yapılandırma Çalışması.....	177
Yetenek ve Beceriler.....	178
Bilgi İşleme Görevleri.....	178
TOPLUMSAL VE KİŞİSEL GELİŞMEDE MEDYA OKURYAZARLIĞI	179
Özet	182
Kendimizi Sınayalım	184
Okuma Parçası	185
Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı	186
Sıra Sizde Yanıt Anahtarı	186
Yararlanılan ve Başvurulabilecek Kaynaklar	187

Önsöz

İnsanoğlu, varolduğu günden bu yana, kendisiyle, yaşadığı grupla ve çevresiyle hep bir iletişim ihtiyacı içinde bulunmuş ve bu ihtiyacının giderilmesini geliştirmek amacıyla da sürekli çaba göstermiştir. Buna bağlı olarak da iletişim sürecinde, şekillerle başlayıp sözcüklerle anlam üretmeye uzanan, buradan da iletişim araçları olarak tanımlanan kitap, gazete, dergi, radyo, televizyon, internete değin sürekli bir gelişme çizgisi göstermiştir.

İletişim araçlarındaki teknolojik değişim ve gelişim, insanoğlunun haber alma ve haber vermeye yönelik ihtiyacının temel unsurunu oluşturmuş ve insan, yakın ya da uzak çevresinde gelişen ve ilgisini çekecek olayları öğrenmesini sağlayacak haber olgusuna hep bir ihtiyaç olarak bakmıştır. Bu bağlamda, haber bir iletişim olgusu olarak önemli bir yer edinmiştir.

İletişim, gerek kurumsal gerekse de bireysel olarak günümüzün en önemli uğraşlarından, mesleklerinden biri olmuştur. Bu bağlamda gelişen teknoloji de iletişimin tüm alanlarını derinden etkilemektedir.

Toplumsal bir hareket ya da toplumsal bir ortak düşünce geliştirme, olayların ve gelişmelerin doğru bir şekilde sunularak kamuoyunda doğru bilgilendirmenin yapılması ile sağlanabilir. İletişim araçlarının gelişen olayları doğru bir şekilde sunması, bu konuda kapsamlı bir eğitim ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır.

Bu ders kapsamında Haberin Temel Kavramları kitabınızda, haberciliğe, gazeteciliğe yönelik temel unsurların ele alındığı konular bulunmaktadır. Kitabın kapsamında; medya tarihi ve sistemlerinden haber yapısına, haber türlerinden haber kaynakları ve editörlüğüne, haber kültüründen haberi nasıl okumamız gerektiğini gösteren medya okuryazarlığına değin ana konulara değinilmektedir. Bu ders çerçevesinde ele alınan konularından bazılarını, diğer derslerde çok daha detaylı bir şekilde ve örnekleriyle öğreneceksiniz. Bu kitabın temel amacı, haberciliğe ilişkin ana konuları oluşturan kavramları öğrencilerimizin öğrenmesini sağlamaktır.

Editör

Prof.Dr. Halil İbrahim GÜRCAN

HABERCİLİĞİN TEMEL KAVRAMLARI



Amaçlarımız

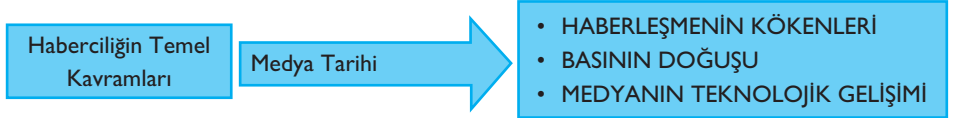
Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

- Haberleşmenin kökenlerini açıklayabilecek
- Dünya ve Türk basınının doğuşunu anlatabilecek
- İletişim araçlarının doğuşunu betimleyebilecek bilgi ve becerileri kazabileceksiniz.

Anahtar Kavramlar

- İletişimin Doğuşu
- Haberleşme
- Basının Doğuşu
- Türk Basını
- Gazeteler
- Telgraf
- Radyo
- Televizyon
- İnternet

İçindekiler



Medya Tarihi

HABERLEŞMENİN KÖKENLERİ

İnsanoğlu ilk çağlardan itibaren, özellikle yakın çevresiyle ve içinde yaşadığı toplulukla bir iletişim gerçekleştirme ihtiyacını duymuştur. Bu ihtiyacın doğal bir yanması olarak da çevresindeki ve toplumdaki olaylar hakkında haberdar olma ve bilgilenme gereksinimi bağlamında, önceleri sözlü, daha sonra işaretlerle ve yazı ile iletişimi gerçekleştirmiş, bu süreçte çeşitli iletişim araçları geliştirerek, iletişimin sistemli bir süreçte yapılmasını sağlamıştır.

Yazının Bulunuşu ve Gelişimi

Yaşamımızın ve medeniyetin temel bir aracı olan yazı, insanoğlunun iletişim ihtiyacından kaynaklanarak ortaya çıkmış, binlerce yıllık gelişme sürecinde sistemleşmiş, farklı kültürlerde farklı biçimler alarak bugünkü halini gelmiştir. Bugün kullanılan yazıların ortaya çıkmasına kadar, **piktogram**dan başlayarak harflerin oluşturduğu simgesel biçimlere kadar çeşitli yazılar kullanılmış, özellikle matbaanın bulunuşundan sonra yazıların daha kolay okunup yazılabilen biçimler alması sağlanmıştır.

Yazı kavramı, “*sözü, şekillenmiş ve ortak anlam üretecek şekilde çizgilerle gösterme sistemi*” anlamında düşünüldüğünde, bunun en eski örneklerinin ilkel insanla birlikte başladığı görülmektedir. En ilkel toplumlar bile sesin dışında, başka anlaşma yöntemlerine gerek duymuşlardır. Yazı öncesi toplumlarda insanın konuşma dilinden başka iletişim tekniklerinden de yararlanmışlardır. İşaret ve resimler, haberleşme simgesi olarak kullanılan belli nesneler, nesnelerin anlam üretecek şekilde konumlandırılması, düğüm atarak hesap yapma, anlaşma için başvurulacak seçeneklerden bazılarıdır. Örneğin Güney Fransa’daki mağaralarda bulunan Buzul Çağı sembolleri 20.000 yıl öncelerine aittir. Eski insan topluluklarının basit iletişim tekniklerinden birçoğunu kullandıkları görülmektedir. İnsanoğlunun kullandığı iletişim teknikleri, doğal çevresi ile olan ilişkisi ve yarattığı toplumsal çevre ile gelişmiştir. Örneğin; düğüm atarak hesap yapma, hesabı tutulacak alışveriş ilişkilerinin olduğunu göstermektedir.

Yazının evriminde, figürlerden oluşan şekillerden yola çıkarak anlamlandırılmış resimlere doğru geliştirilen çizim/resim geleneğinden resim kökenli ilkyazı biçimlerine geçilmiştir. Bugün kullanılan yazının ataları olan hiyeroglif ve çivi yazılarının kökleri paleolitik çağlara uzanmaktadır. Duygu ve düşüncelerin sözcüklerle ve kavramlarla ifade edilebilecek şekilde kayıt edilmesi biçimindeki yazı, M.Ö.

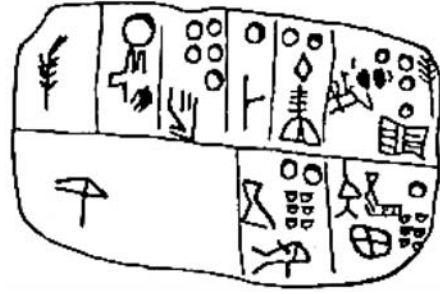
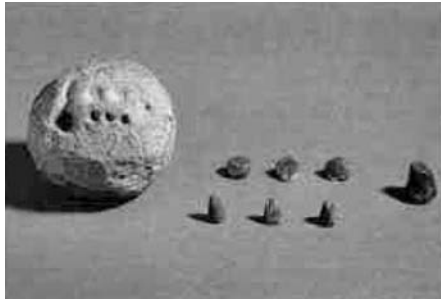
Piktogram: Bir kelime ya da deyim karşılık gelen basit resim ya da şekil.

3000'lerde Mezopotamya'da, hemen sonra da Mısır'da ortaya çıkmıştır. Yazı, yalnızca bir iletişim aracı olarak değil, insanın simgesel düşüncesinin ulaştığı bir dönüm noktası olarak da insanlığın kültürel değişme sürecinde uzun bir arayışın, denemenin ve birikimin sonucudur. Yazının tarihi, tarih öncesi çağlardan başlamaktadır.

En eski Mısır yazısının tarihi İ.Ö. 3100, İndus Vadisi'nin anlamı çözülmemiş mühür taşları İ.Ö. 2500, Girit'te anlamı çözülmemiş Lineer A yazısı İ.Ö. 1750, Çin'deki "Kehanet Kemikleri" İ.Ö. 1200, Yunanlıların İ.Ö. 1000 yılı başlarında alfabeyi Fenikelilerden alarak Fenike yazısında olmayan sesli harf simgelerini eklemeleri, Orta Amerika'da anlamları çözülmemiş Zapotek yazısı İ.Ö. 500 yıllarına dayanmaktadır. Bunlara bağlı olarak, belirli bir yazı sembollerinin değil de, yazı fikrinin bir kültürden uzak kültürler ağırlıkla yayıldığı görülmektedir.

Resim 1.1

Mezopotamya'dan kil "zarf" ve kil "fiş"ler (solda). "Zarf"ın üzerinde "fiş"ler tarafından içindikileri belirtmek için yapılan izler, yazının gelişmesindeki bir aşamadır. (Sağda) İ.Ö. 3000 yılına ait bir Sümer yazısı.



SIRA SİZDE

1

Yazının ortaya çıkış nedenleri neler olabilir?

İlkçağda Haberleşme

Yazının gelişmesine ve her toplumun kendi içinde ortak bir anlam üretmesine bağlı olarak haberleşme de yeniden biçimlenmeye başlamıştır. M.Ö. 1750'lerde Mısır **papirüs**lerindeki haber ileten bazı papirüs ruloları, iletişim ihtiyacının oluşmaya başladığını göstermektedir. Bunlar, o dönemin temel haber aracı olarak görülmektedir.

Eski Yunan'da Agora denilen meydanlarda haberleri halka bağırarak duyuran kişiler bulunmaktaydı ve bu kişileri o dönemin haber spikerleri olarak tanımlayabiliriz. Eski Yunan şehirlerinde tarihi olaylar "Ori", günlük olaylar ise "Efimerit" olarak adlandırılan yüzeylere yazılmaktaydı. Eski Roma'da ise, yıllık olaylar din adamları tarafından beyaz levhalara yazılmıştı. Bu almanaklar, tapınak duvarlarına asılarak halka duyurulmaktaydı.

Julius Sezar (M.Ö. 100-44) döneminde Senato oturumlarının tutanakları Acta Senatus adıyla yayımlanmıştı. Bunlar sonraları resmi gazete niteliğine bürünerek Acta Publica (1 sayfalık bültenler) adıyla yayımlanmıştı.

M.Ö. 59'da Sezar'ın emriyle, halkı ilgilendiren olayları duyurmak için Acta Diurna adıyla haber bültenleri yayımlanmıştı. Acta Diurna'lar, elle yazılmakta, önemli sosyal ve siyasal olaylar, evlenmeler, iflaslar, idamlar, cenaze törenleri, yangın-

Papirüs: Eski Mısır'da, Nil kıyısında yetişen papirüs bitkisinin saplarından yapılan ve üzerine yazı yazılan kâğıt.

lar, seçimler, kamuyu ilgilendiren anlaşmalar, kanunlar, askeri savunma ve ittifaklar gibi konulara yer veriyordu. Acta Diurna'yı okuma bilen Roma vatandaşları yüksek sesle okuyarak okuma bilmeyenlere duyururdu. Acta Diurna'da yer alacak haberleri toplayan özel görevliler çalışmaktaydı. Bunlar, bilgileri resmi kaynaklardan toplayarak Acta Diurna'larda yazmaktaydı ki, bu enformasyon toplayıcıları, o dönemin gazetecileri, muhabirleri olarak sayılmaktaydı.

Acta Diurna'lar halkın görebileceği yerlere, kentin önemli meydanlarına asılmaktaydı, diğer deyişle yayımlanmaktaydı. Bunlar ise bugünkü gazetelerin atası olarak sayılabilir. Bunların başka bir özelliği ise, gerektiğinde başvurulmak üzere saklanmaktaydı ve ayrıca diğer eyaletlere de gönderilerek Roma'daki olaylar hakkında diğer eyaletlere de haber ulaştırılmaktaydı.

Bundan sonra Epistolier denilen resmi ve yarı resmi mektup yazarları ortaya çıkmıştır. Bunlar haber yazıcıları idi.

Acta Senatus, Roma İmparatoru Tiberius (M.S. 14-37) zamanına kadar devam etti. Tiberius, Senato'da konuşulan konuların halk tarafından öğrenilmesini istemediği için bunların yayımını durdurdu. Acta Diurna'lar ise Cermenlerin Roma'yı işgal etmesiyle (M.S. 476) ortadan kalktı.

Acta Diurna'ların özelliği nedir?



SIRA SİZDE

Yazının Araçları

Yazı yazılacak yüzey olarak, coğrafi özelliklere bağlı olarak papirüs, parşömen, mumlu levha, kemik, çamur, çömlek parçaları, taş gibi nesneler kullanılmıştır. Bunlarla birlikte Uzak Doğu'da kâğıt da yazı aracı olarak kullanılmaktaydı.

Kâğıdı ilk yapanlar Çinlilerdir. M.S. 100'lerde, Avrupa'da Yunanlılar ve Romalılar, Mısır'dan getirilen papirüsler üzerine yazı yazarken, Çinliler kâğıt yapmayı biliyorlardı. M.S. 7. yüzyılda Araplar Semerkant'ı aldıklarında kâğıt yapımını da öğrenmiş ve üretim yapmışlardı. Kâğıt üretim tekniği, Araplardan Sicilya ve İspanya'ya geçmiş ve Avrupa'nın diğer ülkelerine de 12. yüzyılda yayılarak kâğıt fabrikaları kurulmuştur.

Yazı yazılacak yüzey olarak ilk çağlarda hangi nesneler kullanılmıştır?



SIRA SİZDE

Ortaçağda Haberleşme

Batı Roma İmparatorluğu'nun yıkılması (M.S. 476), Hristiyanlığın Avrupa'da yayılması, feodalitenin kurulması ile kilise; krallar ve halk üzerinde etkin bir denetleme ve yaptırım gücü elde etmiştir. Avrupa'nın bütün yayım hayatı ise, kilisenin uygun gördüğü ve din adamlarının yazdıkları el kitapları haline dönüşmüştür.

Bu dönemlerde Avrupa'da bilim ve yayım hayatı kilisenin yönetimi altında yapıldığından bir karanlık dönemde iken, İslamiyet hızla doğuya ve batıya doğru yayılmaya başlamıştır. İslam bilim insanları, eski Yunan kültürüne ait eserleri Arapçaya tercüme ederek bilimde başarılı çalışmalar yapmışlar, Bağdat, Kahire gibi büyük kentlerde, büyük kütüphaneler, rasathaneler kurmuşlardır. Avrupa'da ise V. Ve XI. yüzyıllar arası bilimsel çalışmalar ve yayım hayatı en verimsiz dönemini yaşamıştır.

Ortaçağ'da düzenli haber yayan ve gazete niteliğinde olan ve dünyanın en eski ilk gazetesi olarak kabul edilen, günümüze kadar yayımını sürdüren gazete 911'de Çin'de yayımlanmaya başlayan Tio Pao'dur. Tio Pao, o dönemde Çin'de egemen olan Thiang ailesinin görevlendirdiği kişilerce bir çeşit "saray bildirisi" ma-

hiyetinde bir gazete idi ve gazete, Çin'de yönetime gelen aileler tarafından değişik isimler verilerek yayımını sürdürmüştür.

Ortaçağ'da Avrupa'da Acta Diurna'ların ortadan kalkmasıyla birlikte kentler, şa-tolar arasındaki haberleşme sözlü haberciliğe dönüşmüştür. Bu haberciler çoğunlukla gezginci saz şairleri ile gezginci satıcılardı. Bunlar gezdikleri yerlerden edindikleri haberleri, diğer yerlerdeki halka iletmekteydiler. Bu çağda, ilkçağın aksine düzenli ve yazılı haber bültenlerine rastlanılamamaktadır. Ortaçağın başka bir özelliği ise, senyörlerin ve kralların birçoğunun okuma-yazma bilmedikleridir. Çünkü haberleşme sözlü olarak yapılmakta, bu da okuma-yazma ihtiyacını ortadan kaldırmaktaydı.

Avrupa'da XIII. yüzyıllarda haber mektupları yaygınlaşmaya başlamış, bu mektuplar, sosyal, siyasal, ticari, ekonomik, askeri gelişmeleri öğrenme ihtiyacı ile ortaya çıkmış ve Avrupa ülkelerinde oldukça rağbet görmüştür. Bununla birlikte kilisenin yayımlar üzerindeki baskısı da, ortaçağın ilk dönemlerine göre ortadan kalkmaya başlamıştır. Haber mektupları bu yüzyılda elle yazılıp çoğaltılmaktaydı. Matbaanın yaygınlaşması ile birlikte haber mektupları da basılıp dağıtılmaya başlamıştır.

Birbirinden bağımsız (oynar, müteharrik) harflerin bir araya getirilerek kelime ve satırların oluşturulduğu basımı ilk gerçekleştiren 1440'larda Almanya'da Johann Gutenberg'dir. Ancak, M.S. 600 yıllarında Çin'de ve Uygurlarda harflerin ağaç yüzeylere kazınarak basımının gerçekleştirildiği bilinmektedir. Ayrıca, M.Ö. V. ve IV. yüzyıllarda çini mürekkebiyle kâğıt üstüne tahta kalıplarla damga basıldığı ve bu yöntemin geliştirilerek kitap basımının da gerçekleştirildiği ileri sürülmektedir. 868 yılında Wang Chieh'nin annesinin anısına 8 sayfa olarak bastığı kitap, ilk basılan kitap sayılmaktadır.

SIRA SİZDE

4

Ortaçağ Avrupası'nda haberleşmenin temel özellikleri nelerdir?

Basımın Bulunuşu

Dünyada ilk baskı aracının, Gutenberg tarafından Almanya'nın Mainz kentinde 1445 yılında gerçekleştirildiği kabul edilir. Gutenberg, 1445'de "Kırkiki Satırlı İncil" adı verilen Kutsal Kitap'ın basımını tamamladı. Oynar harflerle basımın 1450'lerden sonra Avrupa'da hızla yaygınlaşmaya başlaması ve basım imkânının gelişimiyle birlikte kâğıt üretiminin de yaygınlaşması, kitap ve haber mektupları üretiminin artmasını sağlamıştır.

Gazete kelimesi dilimize İtalyancadan geçmiştir. "Gazetta", Venedik'te eski bir para birimi idi. Ortaçağ'da Venedik'te, ticaret haberlerinin olduğu ve "Fogli Avvisi" (haber veren yapraklar) denilen küçük broşürler "1 Gazetta" karşılığında satılmaktaydı. Venedikliler, Fogli Avvisi'leri satın alabilmeleri için Gazetta ismi ve damgası altında para basmışlardı. Osmanlı zamanında bu broşürlerle tanışan Türkler, bu kâğıdın adının Gazetta olduğunu düşünmüş ve "gazete" kelimesini, "haber veren kâğıt" olarak dilimize geçirmişlerdir.

SIRA SİZDE

5

Türkçe'deki "gazete" sözcüğünün kökeni nereden gelmektedir?

BASININ DOĞUŞU

Baskı makinesinin gelişimi ile birlikte kitlesel boyutta yayın yapabilme imkânı doğmuştur. Önceleri kitap ile başlayan bu süreci, haber mektupları ve haber bültenleri izlemiş, bunların düzenli olarak yayımlanmaya başlamasıyla da gazeteler, haberleşmenin temel taşı haline olmuştur.

Dünyada İlk Gazeteler

Sürekli yayımlanan ilk gazete 1605'de *Hollanda*'da yayımlanmaya başlanan Wettlicke Tydinghen adlı Flamence ve Fransızca çıkan gazetedir. 1909'da Strasbourg'da Almanca olarak haftalık yayımlanan Avisa ve Relation Oder Zeitung gazeteleri, düzenli ve sürekli yayımlanan iki gazete olmuştur. Bu gazetelerin önemli bir özelliği, haberleri olduğu gibi vermesi, herhangi bir açıklama ve analiz yapmamasıdır. 1610'da Köln'de Gedenck Wurdige Zeitung başka bir Almanca gazete olup düzenli yayımlanmıştır. Bu gazetelere, Frankfurt ve Viyana (1615), Berlin (1617), Prag (1619), Floransa (1636) ve Roma (1640)'da çıkan gazeteler katılmıştır.

Fransa'da ise 1630'larda bölgeler arasındaki din savaşları ve bu savaşlarla ilgili haber alma ihtiyacı, gazetelerin doğuşunu ve yayılmasını sağlamıştır. Fransa'da haftalık düzenli periyotlarla yayımlanmaya başlayan ilk gazete La Gazette (1631)'dir. Bu gazete, doktor olan Renaudot tarafından yarı resmi olarak çıkarılmış ve Kral XIII. Louis'de yazılar yazmıştır. La Gazette'nin sahibi olan Renaudot, düzenli olarak başyazılar da yazmıştır ve basın tarihi içinde ilk başyazı yazan kişidir. Renaudot'un Kral XIII. Louis'e olan yakınlığı sayesinde, Fransa'nın her yanında istediği şekilde haber toplama ve yayma imtiyazı elde etmiştir.

Fransa'da edebi, bilimsel ve eğlendirici nitelikte daha az tiraja sahip gazeteler de yayımlanmıştır. Eğlendirici ve mizah niteliğindeki Gazette, 1650'de Jean Loret tarafından çıkarılmış, halkın dertleri, fakirlikleri, sıkıntıları mizahi olarak işlenmiştir. Ayrıca Fransa'da 1665'de Journal des Savants gazetesi bilimsel ve edebi bir gazete olarak, 1672'de Mercure hem ciddi haberlere hem de mizahi yazılara yer veren aylık bir gazete olarak yayımlanmıştır.

Almanya'da 17. yüzyıl başlarında birçok basımevi bulunmaktaydı. Almanya'da 30 yıl savaşları (1618-1648) süresince savaşan taraflar, olayları kendi çıkarlarına göre kullanmak, halka kendi amaç ve isteklerine uygun askeri haberler ulaştırabilmek amacıyla haber mektubu ve gazetelerden yararlanmışlardır. 1615'de Frankfurt'ta Francfurter Post Zeitung gazetesi düzenli yayımlanmaya başlamış, ilk günlük gazete de 1660'da Leibziger Zeitung çıkmış, ancak uzun ömürlü olmamıştır.

İngiltere'de basımevlerinin kurulması ile birlikte kahvehane dedikodularının derlenerek yayımlandığı haber bültenleri 16. yüzyılda başlamıştır. Ancak, İngiltere'de 17. yüzyıldaki iç ayaklanmalar ve kargaşalıklar nedeniyle basına sansür uygulanmıştır. İngiltere'de 1625'de Thomas Archer, Mercurius Britannicus adıyla Parlamento taraftarı olan haftalık bir gazete kurmuştur. 1665'de, Londra'daki veba salgını nedeniyle Oxford'a taşınan hükümet, burada İngiliz resmi gazetesi Oxford Gazette'yi yayımlamış, 1666'da hükümetin tekrar Londra'ya taşınmasıyla gazete London Gazette adıyla, birkaç ara haricinde yayımını düzenli bir şekilde sürdürmüştür. İngiltere'de 1662'de yürürlüğe konan Sansür Kanunu, 1695'e kadar yürürlükte kalarak basının gelişimini engellemiştir. 1695 yılı, İngiliz basınında sansürün kaldırılışı nedeniyle büyük önemi vardır. Bu tarihten sonra gazeteciler ve yazarlar özgürlüklerine kavuşmuşlardır ve bu tarihten sonra İngiltere, Avrupa'da sansürü yasaklayan ilk ülke olmuştur.

Amerika'da ilk gazete denemesi 1690'da Boston'da bir sayı çıkarılmış ancak eyalet valisinin yasağı nedeniyle yayımını durdurmuştur. Amerika'da ilk gazetenin 1704 yılında ve haftalık olarak yayımlanmış, 1784'de günlük gazete yayımı başlamıştır.

K İ T A P



Korkmaz Alemdar'ın Türkiye'de Çağdaş Haberleşmenin Tarihsel Kökenleri kitabında haberleşmenin gelişim sürecini detaylı okuyabilirsiniz (Ankara: A.İ.T.İ.A. Yayın No. 165.,1981).

SIRA SİZDE

6



Dünyada gazeteler düzenli olarak ne zaman çıkmaya başlamıştır?

Türkiye'de Basının Doğuşu

İstanbul'da ilk basımevini, 1493'de İspanya'dan İstanbul'a göç eden Yahudiler getirmiştir. Ermeniler 1567'de, Rumlar da 1627 yılında İstanbul'da kendi cemaatlerine yönelik yayın çıkarmak amacıyla basımevleri kurmuşlardır.

Osmanlı'da Türkler tarafından ilk basımevi, 1726 yılında Padişah III. Ahmet'in izniyle, İbrahim Müteferrika ve Sait Efendi'nin girişimiyle kurulmuştur. Bu basımevinde basılan ilk kitap Vankulu Lûgatı'dır. 1727'de başlanan dizgi ve baskı çalışmaları, iki yıllık bir çalışmayla 1729'da tamamlanabilmıştır.

SIRA SİZDE

7



Osmanlı'da ilk matbaayı kim kurmuştur?

Osmanlı'da ilk gazeteyi, Fransız Devrimi'nin (1789) amaçlarını anlatmak ve diğer ülkelerin desteğini kazanmak amacıyla 1795'de Bulletin des Nouvelles adıyla Fransız Elçiliği yayımlamıştır. Elçilik tarafından bir yıl sonra bu gazete yerine Gazette Francaise de Constantinople çıkarılmıştır.

1821'de İzmir'de Fransız asıllı Alexandre Blacque tarafından Le Spectateur Oriental gazetesini kendi imkânları ile çıkarmıştır. Gazete, Osmanlıyı öven ve Ruslar, Rumlar ve İngilizleri eleştiren haberler yüzünden birkaç kere kapatılmıştır. Bu yıllarda İzmir'de Fransızca olarak çıkarılan birkaç gazete daha vardı. Alexandre Blacque, II. Mahmut'un isteğiyle İstanbul'a gelerek 1831'de Le Moniteur Ottoman ismiyle devlet politikasını Fransızca aktaracak bir gazete kurmuştur.

Osmanlı Devleti'nde *Türkçe olarak çıkan ilk gazete* 1 Kasım 1831'de *Takvim-i Vekayi*'dir. Bu gazete, Türk Basın Tarihi'nin başlangıç noktası olarak kabul edilmektedir. Takvim-i Vekayi, II. Mahmut'un isteği doğrultusunda yayımlanmaya başlamıştır. Gazetenin başına Vakanüvis Esat Efendi getirilmişti. Bu gazete, Osmanlı Devleti olanaklarıyla çıkan ve resmi özellikte bir gazete idi.

Resim 1.2

Takvim-i Vekayi, İstanbul'da Türkçe olarak yayımlanan ilk gazete.



Takvim-i Vekayi, haftalık olarak yayımlanmak üzere çıkarılmasına karşın, hiçbir zaman düzenli çıkamamıştır. Yılda 15-20 sayı olarak yayımlanmış, en fazla çıktığı yıl 31 sayı olmuştur. Takvim-i Vekayi, taze haber verme işlevini yerine getirememiş, devletle ilgili belgeler ve tüzüklerin yayımlandığı yönetimin resmi bir yayını olarak 1922 yılına kadar yayımını sürdürmüştür. Bu süreçte, dizgi yanlışları ve buna bağlı yanlış anlaşılımlar nedeniyle birkaç kere uzun sürelerle yayımına ara vermiştir. Takvim-i Vekayi'nin Arapça, Farsça, Fransızca, Rumca, Ermenice, Bulgarca nüshaları da çıkarılmıştır.

İstanbul'da Türkler tarafından Türkçe olarak yayımlanan ilk gazete hangisidir?



SIRA SİZDE

Ceride-i Havadis, basın tarihimizde ikinci Türkçe gazete olup yarı resmi niteliğiyle dikkat çekmiştir. Tüccar olan ve İngiltere'deki Morning Herald gazetesinin de İstanbul muhabirliğini yapan William Churchill 1840 yılında, Padişah Abdülmecit'ten aldığı izinle Ceride-i Havadis gazetesini yayımlamaya başlamıştır. Gazete, ilk üç sayısında hiç satılamamış ve daha sonraki sayılarında da mali sıkıntılardan kurtulmak için sürekli olarak devlet desteği talep etmiştir. Bu nedenle Ceride-i Havadis gazetesi “yarı resmi gazete” olarak tanımlanmaktadır.

Resim 1.3

Ceride-i Havadis, İstanbul'da Yarı Resmi Özelliği İle Dikkat Çeken İkinci Türkçe Gazete.



Türk basınında özel sermaye ile kurulan ve devlet desteği olmayan ilk sivil gazete 1860 yılında yayımlanmaya başlayan Tercüman-ı Ahval'dir. Basında, o zamanlar rakipsiz olan Ceride-i Havadis gazetesinin halkı, siyasal ve sosyal olaylarla ilgili olarak yeterince aydınlatamaması sonucunda, Agâh Efendi tarafından Tercüman-ı Ahval gazetesi kurulmuştur. Gazetenin ilk yılında Şinasi Efendi de yazılar yazmış ve “Şair Evlenmesi” isimli eserini **tefrika** etmiştir. Tercüman-ı Ahval'de güçlü bir yazar kadrosu ile okurları seslenilmiştir.

Tefrika: Gazete veya dergilerde çıkan, birbirini tamamlayan yazılardan oluşan dizi (TDK Sözlük). Bir eserin uzun bir özetinin, parçalar ya da bölümler halinde gazetede yayımlanması.

Resim 1.4

Tercüman-ı Ahval, Osmanlı'da Özel Sermaye İle Kurulan ilk Sivil Gazete.



SIRA SİZDE

9

Osmanlı'daki ilk sivil gazete hangisidir?

Tercüman-ı Ahval'den ayrılan Şinasi Efendi, 1862 yılında bir düşünce gazetesi olan *Tasvir-i Efkâr*'ı kurmuştur. Haftada iki kez çıkan *Tasvir-i Efkâr*'ı üç yıl boyunca Şinasi Efendi çıkartmış ve çoğunluklu olarak yazılarında düşünce özgürlüğü konularını işlemiştir. 1865'de gazeteyi Namık Kemal devir almış ve yazılarında özgürlük temalarını işlemiştir.

Türk basın tarihinde *Tercüman-ı Ahval* ve hemen sonrasında çıkan *Tasvir-i Efkâr*, devlet desteği olmadan tamamen özel girişimlerle kurulan gazeteler olması açısından önemli bir yer tutmaktadır.

Sultan Abdülaziz 1863'de Mısır'a yaptığı gezide, bazı kentlerdeki *vilayet* matbaalarında gazete çıktığını görmüştür. Bu tür vilayet matbaalarının sayısını artırıp diğer vilayetlerde de kurarak, Osmanlı Devleti'nin duyuruları ve devlet propagandası için yerel gazeteler yayımlanması sağlanmıştır. Bunlardan ilki 1860 yılında Beyrut'ta Hadikat-ül Ahbar'dır. Bunu 1865 yılında Mithat Paşa'nın çıkardığı Rusçuk'ta Tuna gazetesi ve 1869'da Bağdat'ta Zevra gazetesi izlemiştir. Osmanlı Devleti'nin önemli vilayetlerinden olan Trablusgarp'ta Trablusgarp gazetesi, Erzurum vilayetinde Envar-ı Şarkıyye 1866 yılında yayımlanmaya başlamıştı. 1869'da Bursa'da Hüda vendigâr gazetesi de etkili bir yayın olmuştur. 1860-1876 yılları arasında Osmanlı'nın şu vilayetlerinde gazeteler yayımlanmıştır: Şam, Halep, Lübnan, Girit, Edirne, İskodra, Yanya, Konya, Selanik, Trabzon, Prinzen, Kastamonu, Yemen, Manastır, Ankara, İzmir, Hersek.

SIRA SİZDE

10

Osmanlı'da yerel gazetelerin devlet desteği ile ve devletin kurduğu vilayet matbaalarında basılarak yayımlanmasının nedeni nedir?

Türk basınında *ilk yasal düzenlemeler* 1858 yılında Ceza Kanunu'na konulan bir madde ile başlamıştır. Bu tarihte Osmanlı'da (yabancı dildeki gazeteleri saymazsak) henüz iki gazete yayımlanmaktadır. Bunu 1864'de çıkartılan Matbuat Nizamnamesi ile gazete çıkarma ruhsata bağlanmış ve haberlerle ilgili sınırlamalar getirilmiştir. Bundan üç yıl sonra 1867'de Âli Kararname çıkarılarak basına yönelik her türlü yetki hükümete bağlanmıştır. Türk basınında *ilk sansür* ise 1876 yılında Sansür Kararnamesi ile uygulanmaya başlayarak gazeteler, yayından önce kontrol

edilerek hükümete yönelik her türlü eleştiri içeren haberler ve kullanımı yasaklanan kelimeler sayfalardan çıkartılmıştır. İstibdat döneminde basın üzerinde çok yoğun bir sansür uygulaması olup bununla ilgili bir birim kurularak memurlar görevlendirilmiştir. Gazetelerde “suikast, ihtilâl, dinamit, infilak, karışıklık vb” kelimelerinin kullanılması yasaklanmış, sayfalarda padişaha sürekli övgüler yer almış, ülkedeki huzurdan ve gelişmelerden bahsedilerek padişaha dualar yapılmıştır. Basın üzerindeki sansür, 1908'deki II. Meşrutiyetin ilanına kadar yoğun bir şekilde uygulanmıştır. Abdülhamit'in istibdat döneminde (1878-1908), **sansür** yanında basını susturmak ve gazetecileri kendi tarafına çekmek amacıyla çeşitli kaynaklardan ödenekler sağlanmış ve gazetecilere nişanlar verilmiştir. Yurt dışı basınındaki olumsuz haberleri önlemek için de Abdülhamit, çeşitli ülkelerdeki gazetelere bol para göndermiştir.

Sansür: Basın, yayın ve haberleşme ile sinema ve kitap yapıtlarının hükümetçe, yayımdan önce denetlenmesi ya da kısıtlanması süreci.

İstibdat dönemi gazetelerinin önemlileri; İkdam, Sabah, Tercüman-ı Hakikat ve Saadet gazeteleridir. Tercüman-ı Hakikat (1878), Ahmet Mithat Efendi'nin halka yönelen ve halkın anlayabileceği şekilde basit bir dille yazılar kaleme alarak, basit yazı geleneğini başlatmış ve gazetesinde çok sayıda yazı kaleme almıştır. Sabah gazetesi 1876'da Papadopoulos tarafından çıkartılmış, 1882'de gazeteyi Mihran Efendi satın almıştır. Mihran Efendi'nin Sabah'ı ile Ahmet Mithat Efendi'nin Tercüman-ı Hakikat'i, büyük bir rekabet içinde bulunup, bazı dönemlerde birbirlerine ağır ithamlarda bulunmuşlardır. İstibdat döneminin en fazla tiraja sahip gazetesi İkdam (1894), Ahmet Cevdet Efendi tarafından yayımlanmıştır. İkdam, Türk basınında rotatif baskı makinesini getiren ve hızlı baskı olanaklarına kavuşan ilk gazetedir. İkdam'ın tirajdaki başarısı, İstanbul'da muhabir kadrosuyla sıcak haber yakalaması ve yurt dışındaki değişik kaynaklardan sıcak haber bulabilmesindedir. Bu dönemin bir diğer gazetesi de Saadet olup Mehmet Efendi ve oğlu Fethi Efendi tarafından çıkarılmıştır.

Osmanlı'da *ilk dergi yayıncılığı* da Türkiye'ye Avrupa'dan yaklaşık 200 yıl sonra girmiştir. Osmanlı'daki ilk dergi, 1850'de aylık aralıklarla, Türkçe ve Fransızca olarak basılan Vakayi-i Tıbbiye adlı süreli yayındır. Bunu 1861'de yayımlanan Mecmua-i Fünûn (Bilimler Dergisi) adlı dergi izlemiştir; daha sonra 1863'te Ceride-i Askeriye (Askeri Gazete) ve ardından 1865'te de Takvim-i Ticaret (Ticaret Takvimi) yayın yaşamına girmiştir.

İlk basın grevi: İstibdat dönemi basınında, gazeteciler 1901 yılında ilk grev eyleminde bulunmuşlardır. Abdülhamit taht'a çıkışının 25'inci yıldönümü nedeniyle gazeteler üzerindeki pul vergisini kaldırmıştır. Pul vergisinin kalkması, gazetelere 80-90 liralık kaynak yaratmıştır. O dönem gazetecileri, bu kaynaktan kendilerine bir pay verilmesini gazete patronlarından (İkdam'ın sahibi Ahmet Cevdet ve Sabah'ın sahibi Mihran Efendi'den) istemişlerdir. Ancak, gazete patronları bu isteği yerine getirmemişlerdir.

Gazete çalışanları, kaldırılan vergiden ortaya çıkan kazançtan pay elde etmek ve patronları buna zorlamak amacıyla grev yapmak üzere toplanmışlar ve nasıl grev yapacaklarını tartışmışlardır. Fakat o dönemde hiç kimse, nasıl grev yapılacağı konusunda sağlam bir fikir sahibi değildir. Tartışmalardan sonra, kendi aralarında para toplayıp kâğıt ve mürekkep alınacak ve fazla bir geliri olmayan Saadet gazetesi kiralanarak, İkdam ve Sabah gazetesine karşı bu gazetede seslerini duyuracaklardır. Ancak İkdam ve Sabah, rakip olmalarına rağmen anlaşarak bu grev karşısında ortak karar almışlar ve gazetelerini, hiçbir şey olmamış gibi çıkarmışlardır. Gazetecilerin kendi paralarıyla çıkarttıkları Saadet'i daha fazla yürütememişler ve ilk basın grevi başarısızlıkla sonuçlanmıştır.

SIRA SİZDE

11

**İlk basın grevi nasıl sonuçlanmıştır?**

II. Meşrutiyet Dönemi Basını (1908-1918)

24 Temmuz 1908'de İstanbul gazetelerinde yayımlanan resmi bildiride, Meşrutiyet'in ilan edildiği ve 1876 Anayasası'na göre seçimlerin yapılacağı açıklanıyordu. Bu bildiri üzerine gazeteciler Sirkeci'de toplanarak, ertesi günü gazetelere sansür memurlarının alınmamasını kararlaştırmışlardı. 25 Temmuz 1908 günü gazeteler 30 yıldan sonra ilk defa sansürsüz olarak yayımlanmıştır. Bu nedenle 24 Temmuz günü, Türk basınında "Basın Bayramı" olarak kutlanmaktadır.

SIRA SİZDE

12

**24 Temmuz'un Türk basını için önemi nedir?**

Uzun yıllar düşüncelerini yazamayanlar, bu yeni dönemle birlikte yeni gazeteler yayımlamaya başlamışlar ve iki ay içerisinde yeni yayın sayısı 300'ü aşmış, gazete tirajlarında da önemli artışlar yaşanmıştır. Ayrıca 1909'da Matbuat Kanunu çıkartılmış bu kanun 1931'e kadar yürürlükte kalmıştır.

Dönemin etkili gazeteleri; Tanin (Hüseyin Cahit), Yeni Gazete (Ahmet Emin, Hakkı Behiç, Mehmet Sadık), Volkan (Derviş Vahdeti), Alemdar (Refii Cevat), Peyam (Ali Kemal), Vakit (Hakkı Tarık), Akşam (Necmettin Sadık, Falih Rıfkı, Ali Naci) olmuştur.

İlk öldürülen gazeteciler: II. Meşrutiyet yıllarında, basına yönelik terör eylemleri başlamış ve bu dönemde dört gazeteci öldürülmüştür. Dört gazetecinin öldürülmesini İttihat ve Terakki Cemiyeti yöneticileri örgütlemiş ve Cemiyet aleyhine yazıları engellemek istemişlerdir. Bu dönemde öldürülen gazetecilerden Serbesti gazetesi yazarı Hasan Fehmi (1909) ve Ahmet Samim (1910) İttihat ve Terakki aleyhine yazdıkları yazılar nedeniyle, Zeki Bey (1911) devlet içindeki bazı yolsuzluklar ve mal varlıklarını yazdığından ve Hasan Tahsin (1913) İttihatçı olmasına karşın, 1913'de yönetime geçen İttihatçılara karşı koyarak sert eleştirilerde bulunduğu kimliği meçhul kişilerce öldürülmüştür.

K İ T A P



Hıfzı Topuz'un II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi (İstanbul: Remzi Kitabevi, 2003), M. Nuri İnuğur'un Basın ve Yayın Tarihi, (İstanbul: İ.İ.T.İ.A. Nihad Sayar Yayın ve Yardım Vakfı Yayın No. 258/511, 1978) ve Fuat Süreyya Oral'ın Türk Basın Tarihi, Osmanlı İmparatorluğu Dönemi: 1728-1922, 1831-1922 (İstanbul: Yeni Adım Matbaası, 1968) kitaplarında Türk basınının doğuşu ve gelişimini detayları ile öğrenebilirsiniz.

Mütareke Yılları ve Kurtuluş Savaşı Dönemi

Birinci Dünya Savaşı (1914-1918), Almanya, Avusturya ve Osmanlı Devleti için büyük bir yenilgiyle sona ermiştir. 1918'deki Mondros Mütarekesi ile İngiliz ve Fransız gemilerinden oluşan donanma İstanbul'a çıkmıştır. Osmanlı Devleti'nin yaşadığı bu yenilgi ve parçalanma karşısında Türk basını da nasıl bir yol izleyeceği konusunda bir kararsızlık yaşamıştır.

Mütareke yıllarında İstanbul'da farklı görüşlerde gazeteler yayımlanmıştır: *Milli Mücadele'yi destekleyenler*: İleri, Yeni Gün, Akşam ve Vakit. *Milli Mücadele'ye karşı olanlar*: Peyam-i Sabah, Alemdar, Türkçe İstanbul. Anadolu'daki *milli direnişe sempatisi olanlar*: Tasvir-i Efkâr, Tevhid-i Efkâr, İstiklâl, İkdâm ve Tercüman-ı Hakikat. *İttihatçıları koruyan*: Tanin. *İslamcılar*: Sebülreşad. Komünistlerin: Aydınlik dergisi.

Kurtuluş Savaşı yıllarında, ulusal birliği tehlikeye düşürecek kışkırtmalara karşı önlem almak ve Kurtuluş Savaşı ve eylemiyle ilgili haberleri halka duyurmak amacıyla 1920 yılında, Atatürk'ün kararıyla Ankara'da Anadolu Ajansı kurulmuştur.

Cumhuriyet Dönemi

Cumhuriyet 1923'de ilan edildiğinde, saltanat ve hilafeti savunanlar bulunmaktaydı ve bunlar yayınlarıyla görüşlerini aktarmaktaydılar. Bunların başında Tanin (Hüseyin Cahit Yalçın), Tevhid-i Efkâr (Velid Ebuzziya) ve Sebilürreşad (Eşref Edip) geliyordu. Oysaki Cumhuriyet'e yönelik eylemlere karşı Mustafa Kemal Paşa ve arkadaşları büyük duyarlılık gösteriyordu. Yeni bir devletin kurulduğu, siyasi saflaşmaların başladığı ve Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası ile eski İttihatçıların örgütlenmeye yönelmeleri, ayrıca 1925 yılındaki Şeyh Said isyanı sonucu "Tahrir-i Sükûn Kanunu" çıkarılmıştır. Bu kanun ile basına yönelik kısıtlama ve kapatma yetkisi hükümete verilmiştir. Bu durum 1931 yılında çıkarılan Matbuat Kanunu ile ortadan kalkarak daha demokratik bir basın ortamına geçilmiştir.

Cumhuriyet dönemi basını, içinde bulunulan siyasi yapıya göre inişli çıkışlı bir seyir izleyerek günümüze gelmiştir.

Hıfzı Topuz'un II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi (İstanbul: Remzi Kitabevi, 2003) kitabından Cumhuriyet dönemindeki Türk basınının gelişim evrelerini detayları ile öğrenebilirsiniz.



K İ T A P

MEDYANIN TEKNOLOJİK GELİŞİMİ

İlk Dönem Gazetelerinde Teknoloji

Haber yayımında birinci araç olan gazetelerin basıldığı matbaa, 15. yüzyıldan 19. yüzyıla kadar insan gücüyle çalıştırılmıştı. 1850'lerden başlayarak buhar gücüyle çalışan baskı makineleri ile daha hızlı baskı yapan matbaalara geçiş olmuştur. 1840'dan başlayarak elektrikli telgraf sisteminin ve demiryolunun gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla birlikte, M.Ö. 2000 yıllarından başlayarak at ve atlı araba ile gerçekleştirilen ulaşım ve haber iletimine büyük bir kolaylık ve en önemlisi de hız kazandırılmıştır. 1842 yılından başlayarak gazetelerde yazı yanında resim basma olanağı da doğmuş, basit düzeyde de olsa haberlere çeşitli resimler eklenmeye başlamıştır.

Demiryollarının gelişmesine bağlı olarak demiryolları boyunca ve İngiltere-Amerika arasında deniz altından telgraf hatlarının çekilmesi (1869), haberleşmeye yeni bir boyut getirmişti. 1879 yılında, karşılıklı mesaj göndermeye, telefonla birlikte karşılıklı konuşma da eklenmişti.

Daktilo

Daktilo ve fotoğraf makinesi, gazetecilerin en temel araçlarından olup, bu iki araç, her zaman gazeteciliği betimlemiştir. Daktilo ile gazetecilerin haberlerini daha hızlı yazmaları mümkün olmuştur.

Daktilo, 1808'de Pellegrino Turri tarafından görme engelli bir arkadaşına kolay yazı yazabilmesi için icat etmişti. 1867'de gazeteci ve editör Christopher Sholes ve arkadaşları, harf çubuklarıyla yazı yazma fikrini geliştirerek yazı makinesini kullanmışlardı. Sholes, 1871'de yazı makinesini geliştirerek, bugün tüm dünyada kullanılan "Q" klavyeli ilk daktiloyu icat etmiştir.

Medya: "Kitle iletişim araçları" olarak da adlandırılmaktadır. Her çeşit bilgiyi, hedef kitleye aktaran, haber verme, bilgilendirme, eğitme, eğlendirme sorumluluğunu yerine getiren yazılı, görsel, işitsel araçların tümüdür.

Fotoğrafın Bulunuşu

Gazeteciler, açısından fotoğraf makinesi, her zaman yanlarında çalışır vaziyette bulunması gereken temel bir araçtır.

Fotoğraf makinesi optik ve kimyanın bileşimi sonucunda gerçekleştirilmiştir. Arap gökbilimcileri İ.S. IX. Yüzyılda, güneşin görüntüsünün bir perdeye düşen izdüşümü incelemişlerdi. XVI. yüzyılda bazı İtalyan ressamlar düzgün çizim yapmalarına yardım eden mercekler ve “**camera obscura**” (karanlık kutu) gibi araçlar kullanıyorlardı. Alman Johann Heinrich Schulze 1725'te, cam şişe içindeki gümüş nitrat çözeltisinin güneş ışığı altında kaldığında siyah renge dönüştüğünü fark etmişti. Bu özelliğe bağlı olarak 1827'de, metal bir levhanın ışığa duyarlı bir maddeyle kaplanmasıyla, ilk kez bir nesnenin kalıcı görsel kaydı gerçekleştirilmiş, diğer deyişle fotoğrafı çekilmişti. Bu buluş daha sonraları cam yüzeylere uygulanarak geliştirilmiş ve fotoğrafla görüntü kaydedebilmek mümkün olmuştur.

Camera obscura: Karanlık kutu. Bir yüzeyinde çok küçük bir delikten giren ışığın karşı yüzeyde ters şekilde görüntü oluşturmasını ifade etmektedir.

Ses Kaydı

Gazetecilikte, görsel ve işitsel medyada, ses kaydı ile, sözcüklerin uçuculuğu kayıt altına alınmıştır.

1857'de bir gazetede düzeltmen olan Fransız Edouard-Leon Scott, gerçek bir kaydedici fonograf imal etti. Bu, altında bir silindirin döndüğü madeni bir sivri uç ve buna bağlı bir zardan oluşmuştu. Bu zarın önünde konuşulunca ya da şarkı söylenince sesler sivri madeni uç aracılığıyla silindirin üzerinde titreşimli izler bırakıyordu.

İletişimde ilk ses kaydı 1877'de Thomas Edison (1847-1931) tarafından geliştirilmiş ve bu aygıt “konuşan makine” adını vermiştir. “**Fonograf**” ya da daha yaygın olarak “gramofon” diye adlandırılan bu aygıt; ses titreşimlerini, döner bir silindire sarılmış bir kalay levhaya küçük izler halinde kaydediyordu. Bu mekanik-akustik kayıt yöntemi 1920'de elektrikli bant kayıt sistemlerin ortaya çıkmasına kadar sürmüştü. Bant kayıt sistemleri manyetik ilkelere dayanmıştı. Bu sistemler, 1935'te manyetik plastik şeridin devreye girmesiyle, ardından da 1960'larda mikro elektronğin kullanılmasıyla, büyük bir ticari başarı kazandı.

Fonograf: Sesleri kaydederek istenildiğinde tekrar edilmesini sağlayan makine.

Telgraf İletişimi

Telgraf, iletişimi ve gazeteciliği çok hızlı hale getirerek, aradaki coğrafi uzaklığı ortadan kaldıran bir araç olarak önem taşımaktadır. Teller kullanılarak mesaj iletme-yeye yönelik çalışmalar 1800'lerin başlarında başlamıştı.

Samuel Morse, Charles Jackson'dan esinlenerek elektromıknatıs tekniğini öğrenmiş ve 1830'larda yapılan telgraf geliştirme çalışmalarına o da katılmıştı. Morse 1832'de kendi makinesini ve iletişimde kullanacağı alfabesini icat etmişti.

1837'de, İngiltere'de Cooke ve Wheatstone, Almanya'da Steinheil, kendi icatları olan telgrafların tanıtımını yaparken, New York'ta da Morse da buluşunu tanıtmaya çalışmaktaydı. Bu buluşlar benzer mekanizmaya sahipti: Dokunulduğunda elektriklenip devreyi kapatan bir sistem, alıcıda ise elektromıknatıs tarafından çekilen oynak bir armatür.

Morse bu aygıtta bir kâğıt şeridi bağlayarak bazı işaretlerin iletimini sağlamıştı. Morse kendi adıyla anılan “nokta-çizgi”lerden oluşan bir alfabe geliştirerek, bu işaretleri harflerle ilişkilendirmişti.

1848'de İngiltere'deki demiryollarında Wheatstone'un sistemini uygulamaya başlamış, bunu yalnız ulaşımda kullanmakla yetinmeyip halkın hizmetine de sun-

muşlardı. Öte yandan Bavyera'da Steinheil, Prusya'da ise Siemens-Halske sistemi kullanılmaktaydı. Avusturya, Wheatstone'un bir değişik şekli olan Bain sistemini kabul etmiş. A.B.D.'deyse Morse, Senato'yu ikna edebilmiş ve Meclis, Washington-Baltimore arasında (64 km.) bir hat kurulmasını kabul etmişti.

Steinheil sistemiyle Alman şebekesi Morse'la donatıldı ve 1850'de 2.400 km.'yi aştı. Hollanda şebekesi 1845'te ve Belçika şebekesi de 1847'de Morse alfabesiyle haberleşmeye başladı.

ABD'de 1855'te telgraf hatları 45.000 km.'yi bulmuştu. İngiltere dışında Avrupa ve dünyanın çoğu ülkeleri Morse makineleriyle donanmıştı.

Telefon

1876 yılında Alexander Graham Bell telefonu icat ettiğinde, insan iletişimde yeni bir çağır açıldı. Bell'in buluşundan önce, bir mesaj en hızlı iletmenin yolu, Mors alfabesiyle telgraf hatlarından ulaştırmaktı. Ancak telgraf kullanımında, insan sesinin teller aracılığıyla aktarılmasına olanak yoktu.

1870'lerde Morse telgrafı; araçları, standartları ve kurallarıyla tam örgütlenmiş ve bir kamu hizmeti durumuna gelmişti. Ancak, pek çok insan, telgrafı geliştirmek ve bu hatlarla ses iletme için çaba harcıyordu.

Graham Bell elektromıknatısın etkilediği bir zar aracılığıyla sesler elde edilebileceğine yönelik çalışmalarda bulunmaktaydı. 1876'da maden parçacıklarının yerine zar geliştirerek, elektrik akımının zarı titretmesine yönelik bir çalışma yürütürken, yan odadaki yardımcısına seslenmiş ve böylelikle ilk telefon icat olmuştu. Aygıtı geliştiren Edison 1876'de vericiye bir pil bağlayarak gücünü artırmıştı. 1878'de Hugnes mikrofoni icat etmiş ve böylece zarların titreşimleri sonucu elde edilen sesleri büyük oranda yükseltmek mümkün olmuştu. Telefon, birkaç yıl içerisinde, önce Amerika'ya daha sonra da tüm dünyaya yayılmıştı. Telefon telleriyle şehirler birbirine bağlanmıştı. 1880 yılında Amerika'nın 35 eyaleti telefon santraline kavuşmuş ve 70.000 aboneye ulaşmıştı.

Radyo

Telgraftan etkin bir şekilde yararlanmaya başlayan gazete kuruluşları ve haber ajansları için sesli haberleşmenin, eşdeyişle telefonun icat edilmesi, ayrı bir milat oluşturmuştur.

Havadan mesaj göndermek için radyo dalgalarından yararlanma düşüncesiyle çalışmalar yapan Guglielmo Marconi, uzak yerler arasında telsiz iletişimini olanaklı kılan bir icat yapmıştı. Marconi'nin kullandığı verici Heinrich Hertz tarafından geliştirilmiş bir elektrik kıvılcımı jeneratörüydü. Jeneratörün yaydığı radyo dalgaları, Fransız Edouard Branly'nin icat etmiş olduğu bir "alıcı" tarafından yakalanıyor, alıcı daha sonra radyo dalgalarını bir elektrik akımına dönüştürüyordu. Marconi, 1894'te oda içinde gönderilen radyo sinyalleriyle çalışan bir elektrikli zil yapıp, 1902 yılında ise Atlas Okyanusu üstünden 4.800 km. aşarak ABD-İngiltere arasında ilk radyo mesajlarını göndermeyi başarmıştı. Rus Alexander Popov ise anlaşılabilen ilk radyo dalgalarıyla iletişim kurmuştu.

Lee De Forest ve Edwin Howard Armstrong Amerika'da radyo teknolojisinde çok büyük değişiklikler yaptılar. Tüpler ve devreler kullanarak radyoyu daha da geliştirmişlerdi. 1947 yılında transistörün icadı ise radyo teknolojisi için bir devrim olmuştur.

İlk radyo yayını 1921 yılında Amerika'da başladı. Daha sonra 1922'de Londra'da BBC radyo yayınlarına başladı.



Medya araçlarının gelişim çizgisini detaylarıyla okumak için internet ortamında www.wikipedia.org, basılı kitap olarak Meydan Larousse ve Ana Britannica ansiklopedilerinden yararlanabilirsiniz.

Türkiye’de radyo: Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti, 1925’lerde haberleşme sistemlerindeki gelişmeleri görmüş ve Türkiye’de de modern bir haberleşme sistemi ni kurmaya karar vermişti. 1926 yıllarında dünyada 123 radyo istasyonu bulunuyordu. Türkiye’de bu iletişim aracını bir an önce kurmak için İstanbul ve Ankara’da iki “Telsiz-Telefon” istasyonu yapımına başlandı. Radyo yayınları 1926 yılında deneme amaçlı başlayıp, ilk radyo yayını 6 Mayıs 1927 günü Eşref Şefik Bey tarafından yapılan: “Alo, alo, muhterem samiin. Burası İstanbul Telsiz Telefonu” anonsuyla, İstanbul’da başlamıştır. Ankara’da ise ilk stüdyo 1928 yılında açılmıştı.

Televizyon

Televizyon 1925’lerde, İskoç mucit John Logie Baird ‘in keşfiyle başladı. 1925’de, teneke ve parça kablolarla yaptığı ilk ilkel televizyonda görüntü aktarımını da başarmıştı. Logie Baird’in icadı, gelecek vaat eden bir cihaz olarak görüldü. İlk deneme yayını BBC’den yapılmıştı ve BBC’inin televizyon yayıncılığına geçişi, 1929’da sınırlı bir kitleye ulaşan ilk deneme yayınıyla başlamıştı. Günde iki yayın kuşağında hizmet vermeye başlayan BBC televizyonu, ilk kuşakta haber, ikinci kuşakta ise müzik yayını veriyordu. 1928’de ilk görüntüler Atlas Okyanusu’nun öbür yakasına, yani Londra’dan New York’a ulaşmıştır. 1930’ların ortasında ise televizyon yayınları hem İngiltere’de, hem Amerika’da az sayıdaki zengin kişilerin evlerinde izlenmeye başlamıştır.

Türkiye’de televizyon: Türkiye’de ilk televizyon kanalı (TRT 1), 31 Ocak 1968’de TRT Ankara Televizyonu olarak deneme yayınları ile başlamıştır. 1984’de renkli televizyon yayıncılığına geçilmiş, 1986’da TRT 2, kültürel ağırlıklı programlar için kurulmuş ve yayına başlamıştır. 1990’dan başlayarak özel radyo ve televizyonların yayına başlamasıyla Türk televizyonculuğunda özel girişimlerle sivil radyo ve televizyonlar kurulmaya başlanmıştır. Bunlardan ilk açılan televizyon kanalları; Star (1990), Show TV (1992), Kanal D, ATV, HBB kanalları 1993 yılında yayına başlamışlardır.

İnternet

İletişimde geliştirilen son iletişim araçlarından biri olarak internet, 2000’li yıllara damgasını vurmuştur. 1965 yılında ABD’de kurulan DARPA ajansı ile özellikle Amerika’nın güvenliğini sağlamak ve savunmayla ilgili çalışan araştırmacıların ortak çalışma yapabilmelerine zemin hazırlamak üzere kurulan ajansta, bilgisayarlar arası iletişimin sağlanması konusunda çalışmalar yürütülmekteydi. Bu çalışmalar sonucu 1969 yılında, ABD’deki dört üniversiteye ait ana bilgisayarlar telefon hatları üzerinden birbirine bağlanarak enformasyon alışverişi sağlanmıştı. Bu bilgisayarlar ve telefon hatları ile oluşturulan iletişim ağına ise “ARPANET” adı verilmişti.

1972 yılında, ARPANET’e bağlı bilgisayarlar arasında mesaj gönderme, diğer deyişle e-mail başlamıştı. Yine bu yılda ARPANET iletişim ağına yönelik olarak ortaya çıkan sorunları ortadan kaldırmak amacıyla çeşitli standartlar ve ortak protokoller geliştirilmeye başlanmıştı.

1985’lerde kişisel bilgisayarların (PC) ortaya çıkışı ve yaygınlaşması, bilgisayar ağlarına talebi artırmış ve e-posta yoğun olarak kullanılmaya başlamıştır. Ayrıca,

bazı kütüphanelerin veritabanlarına elektronik olarak giriş de mümkün olmasıyla enformasyona erişim ve iletişimde büyük bir canlanma görülmüştür.

1990'da dünyada kullanılan çeşitli geniş alan ağları ortak protokoller kullanarak bir araya getirilerek İnternet adı kullanılmaya başlanmıştır. 1994'de, web sitelerinin oluşmaya başlaması, internetin iletişim amaçlı kullanımında yepyeni bir açılım sağlayarak, kurum ve kuruluşlar kendilerine ilişkin web siteleri oluşturarak, insanlara evrensel düzeyde enformasyona erişim imkânı sunmuştur.

2000'li yıllarda artık internetsiz bir çağdaş yaşam düşünmek imkânsız hale gelmiştir.

Cep Telefonu

Günümüzün çağdaş haberleşme ortamlarının vazgeçilmezi, habere ve enformasyona en hızlı ulaşma araçlarından birisi de cep telefonlarıdır. Özellikle 2000 yılı sonrasında cep telefonu teknolojindeki gelişmelerle birlikte, haberleri cep telefonundan, anında öğrenebilmek mümkün olmuştur.

1973'de Amerika'da Motorola firmasında ilk cep telefonu geliştirilmişti. Ancak bir tuğla büyüklüğündeki bu cihazın gelişip boyutlarının küçülmesi için bir süre beklenmişti.

1991'de Finlandiya'da ilk cep telefonu görüşmesi gerçekleştirilmişti. 1992'de Finlandiya-İngiltere arasında "roaming" anlaşması yapılarak bu iki ülke arasında telefon görüşmesi mümkün olmuştur. Ayrıca 1992'de ilk kısa mesaj (SMS) göndermeye de başlanılmıştır.

Türkiye'de ilk cep telefonu görüşmesi 23 Şubat 1994'de Turkcell operatörü tarafından gerçekleştirilmişti. Mart 1994'de Telsim (2005'de Vodafone tarafından satın alınmıştır) cep telefonu haberleşmesine bağlamıştır. 2000'de Aria, Mayıs 2001'de Aycell kurularak ayrı operatörler olarak bir müddet faaliyet göstermişler, ancak Nisan 2004'de birleşerek Avea adını almışlardır.

Sonuç olarak, bu ünite; haberleşmenin tarihsel olarak nasıl bir seyir izlediğinden yola çıkarak, gerek yayım süreci ve gerekse de bir gazeteci olarak kullanılan teknoloji özet bir şekilde anlatılmıştır. İletişimin temel amaçlarından biri olan haberleşmede, gazetecinin bir meslek olarak oluşumuna ve yayım araçlarının gelişimini öğrenmek, habercilikle ilgili eğitim alanlar için bir gerekliliktir.

Özet



Haberleşmenin kökenlerini açıklamak.

İnsanoğlu, tarih öncesi dönemlerden günümüze, haberleşme ve iletişim ihtiyacı çerçevesinde, nesneleri konumlandırarak, yerlere, mağara duvarlarına ve kayalara çizilen resimlerle anlamlar üretilmiştir. Piktogramlardan yola çıkarak zaman içinde gelişen yazı, yazı yazılacak yüzeylerin gelişimi, iletişimin farklı coğrafyalara uzanmasını sağlamıştır.



Dünya ve Türk basınının doğuşunu anlatmak.

Basının doğuşu, yazının gelişimiyle birlikte olmuş ve Roma döneminde Acta Diurna'ların meydana duvarları asılmasıyla başlayan halka haber sunma, matbaanın bulunmasıyla haber mektupları ve gazeteler ortaya çıkmıştır. 1605 yılından başlayarak Avrupa'nın birçok ülkesinde gazeteler hızla yayımlanmaya başlayarak kamuoyunun haberdar edilmesi ve bilgilendirilmesi bağlamında önemli işlevlerde bulunmuştur.

Türk basını 1831 yılında II. Mahmut'un isteği ile Esat Efendi tarafından kurulmuş ve resmi gazete olarak Cumhuriyet dönemine kadar yayımlanmıştır. 1840'da William Churcill tarafından İstanbul'da kurulan Ceride-i Havadis gazetesini, devletten belli oranda destek almış ve bu özelliğiyle yarı resmi bir gazete olmuştur. Türk basınında ilk sivil gazete 1860'da yayıma başlayan Tercüman-ı Ahval, Agâh ve Şinasi Efendiler tarafından çıkarılmış olup, Türk basınının oluşumunda ve gelişiminde önemli bir başlangıç noktası oluşturmuştur.



İletişim araçlarının doğuşunu betimlemek.

Matbaa, 1450'lerde Almanya'da Gutenberg tarafından, birbirinden bağımsız ve tekrar kullanılabilen harflerin dökümünü yaparak bunlarla basımı gerçekleştirmesiyle ortaya çıkıp, kısa sürede Avrupa'nın her tarafına yayılmıştır. Avrupa'da matbaaların kurulması kitap basımını artırmış ve gazeteler, iletişiminin temel aracı olarak yayıma başlamıştır.

Gazetecilikte haber yazımını hızlandıracak gelişme olarak daktilo 1850'lerde kullanılmaya başlanmış, haberi görsel olarak destekleyecek fotoğrafın bulunması da 1850'lerde gerçekleşmiştir.

Haberlerin başka kentlerden gazete yazı işlerine hızlı bir şekilde ulaştırılmasında telgraf 1840'larda icat edilmiş, Morse alfabesiyle kodlanmış şekilde kelimeler bir kentten veya ülkeden başka bir kente gönderilmeye başlanmıştır.

Kodlanmış mesaj iletişimi yanında, insanın bizzat kendi sesiyle karşıdaki kişiyle konuşabilmesine yönelik çalışmalar sonucu 1900'lerin başında telefon ortaya çıkmış, 1920'de ise elektromanyetik dalgalarla mesaj iletme geliştirilerek radyo, iletişimde hızlı ve farklı coğrafyalara haber iletebilmede önemli bir araç olmuştur. 1940'larda ise ses yanında görüntünün de aktarılabilmesiyle icat edilen televizyonun Avrupa ve ABD başta olmak üzere kamuya hizmet etmeye başlamıştır. 1990'lar ise iletişimde yeni bir dönem başlatmış ve bilgisayarlar ve telefon hatlarının birlikte kullanımı ile oluşan internet, tüm dünya ülkelerinde insanların eşzamanlı olarak birbirleriyle iletişimine imkân sağlamış, dünyanın herhangi bir yerindeki enformasyona en kısa sürede ulaşım mümkün olmuştur.

Kendimizi Sınayalım

1. Duygu ve düşüncelerin sözcüklerle ve kavramlarla ifade edilebilecek şekilde kayıt edilmesi biçimindeki yazı, ilk nerede ortaya çıkmıştır?
 - a. Mezopotamya'da
 - b. Venedik'te
 - c. Çinde
 - d. Güney Fransada
 - e. Romada
2. Aşağıdakilerden hangisi ilkçağdaki haberleşmenin **temel** özelliklerinden biri **değildir**?
 - a. Yazının gelişmesi
 - b. Basılı gazetenin yayılması
 - c. Meydanlarda bağırarak haber duyurma
 - d. Meydan duvarlarına haber bültenlerini asma
 - e. Papirüs rulolarıyla haber iletme
3. Aşağıdakilerden hangisi M.Ö. 50'lerde Julius Sezar'ın emriyle Acta Diurna adıyla haber bültenleri yayımlamanın nedenlerinden biri **değildir**?
 - a. Sosyal ve siyasal olayların duyurulması
 - b. Askeri savunma ve ittifak konularının bildirilmesi
 - c. Din adamlarının köşeyazılarının okunması
 - d. Seçimler ve kanunların bildirilmesi
 - e. Resmi duyuruların yapılması
4. Birbirinden bağımsız harflerle kitap baskısını 1445 yılında **ilk** gerçekleştiren kişi kimdir?
 - a. Tio Pao
 - b. İbrahim Müteferrika
 - c. Jean Lorot
 - d. Johann Gutenberg
 - e. Sait Efendi
5. Avrupa'da **ilk** süreli gazete hangi isimle nerede yayımlanmıştır?
 - a. Gedenck Wurdige Zeitung, Köln
 - b. Wettlycke Tydinghen, Hollanda
 - c. La Gazette, Fransa
 - d. Journal des Savants, Fransa
 - e. Mercure, Fransa
6. Osmanlı'da **ilk** basımevi hangi yıl ve kim tarafından kurulmuştur?
 - a. 1726, Padişah III. Mehmet
 - b. 1726, Esat Efendi ve İbrahim Paşa
 - c. 1727, İbrahim Müteferrika ve Sait Efendi
 - d. 1729, Mehmet Efendi ve Mithat Efendi
 - e. 1729, Sait Efendi ve Esat Efendi
7. Osmanlı Devleti'nde Türkçe olarak devlet eliyle çıkarılan **ilk** gazete hangisidir?
 - a. Takvim-i Vekayi
 - b. Ceride-i Havadis
 - c. Tercüman-ı Ahval
 - d. Tasvir-i Efkâr
 - e. İkdâm
8. Osmanlı'da 1860 yılında özel sermaye girişiyle yayıma başlayan **ilk** sivil gazete aşağıdakilerden hangisidir?
 - a. Takvim-i Vekayi
 - b. Ceride-i Havadis
 - c. Tasvir-i Efkâr
 - d. Tercüman-ı Ahval
 - e. İkdâm
9. Türk basınının 1878-1908 döneminde **en önemli** sorunu aşağıdakilerden hangisidir?
 - a. Maliyet sorunu
 - b. Devlet desteğinin kesilmesi
 - c. En sert biçimde sansür uygulamaları
 - d. Siyasal hareketlilik ve bağımsızlık olayları
 - e. Gazetecilerin sürgün korkusu
10. II. Meşrutiyet'in ilan edildiği 24 Temmuz 1908'in Türk basını için önemi nedir?
 - a. Gazeteler sansürlü çıkmaya başlamıştır.
 - b. Demokratik süreç başlamıştır.
 - c. Devletin yönetim şeklinde değişiklik olmuştur.
 - d. Devlet desteği daha da artmıştır.
 - e. Basına kağıt yardımı yapılmıştır.

Okuma Parçası

Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra Osmanlı Devleti, 30 Ekim 1918'de Mondros ateşkes antlaşmasını imzalayarak savaştan yenik çıktığını kabul etti.

İstanbul basını artık güç durumdaydı. Hükümet birbiri ardınca sansür kararnameleleri yayımlıyordu. Bunlardan biri, 1919 Şubatında çıkarılan kararname, her türlü yayının ve basılı kâğıdın askeri yönetimden ya da mülkiye sansür kurulundan özel yazılı izin alınmadan basılmasını kesinlikle yasaklıyordu. 16 Mart 1920'de İstanbul'un resmen işgalinden sonra sansüre işgal kuvvetleri de katıldı.

Gazeteler sansürün çıkardığı yerleri boş bırakıyorlardı. Bu, bir bakıma basının etkisini yitirmesine yol açıyor, bir basıma da okurları sansür baskısı altında yaşadığı gerçeğiyle yüz yüze getiriyordu.

İstanbul'un işgalinden sonra İngilizler 140 kadar gazeteci, aydın ve yöneticiyi tutuklayıp Malta adasına sürmüşlerdi (1921 yılında serbest bırakıldılar).

Ulusal Kurtuluş Savaşı başlayınca, İstanbul gazeteleri bu savaşı destekleyenler ve Anadolu hareketine karşı çıkanlar olmak üzere ikiye ayrıldı. Anadolu'dan yana olanlar sık sık sansür ediliyor, kimi gazeteciler ünlü Bekirâğa Bölüğü'ne götürülüp sorguya çekiliyordu. Bu kesimde yer alanların başlıcaları *İleri*, *Vakit*, *Tasvir-i Efkar*, *Akşam*, *İkdam*, *Tercüman-ı Hakikat* ve *Tanin*'dir...

4 Eylül 1919'da toplanan Sivas Kongresi'nde "Heyet-i Temsiliye"nin oluşturulmasından sonra Mustafa Kemal, bu temsil kurulunun organı olmak üzere *İrade-i Milliye* gazetesinin yayımlanmasını sağladı. Sivas Vilayet Matbaasının dar olanaklarıyla dört sayfa olarak basılmıştı...

Heyet-i Temsiliye'nin Ankara'ya gitmesinin ardından, yine Mustafa Kemal'in isteği üzerine 10 Ocak 1920'de *Hâkimiyet-i Milliye* yayımlanmaya başladı. Ankara Vilayet Matbaasında dizilip basılan gazete, haftada iki gün çıkmıştır.

Bu matbaa çalışanlarına yönelik Enver Behnan Şapolyo şunları anlatıyor:

Matbaa müdürü Nail Bey, makinisti İhsan, mürettibi ise Hakkı Baba idi. Mürettiplerin en genci elli yaşında idi. Bunlar o kadar ağır çalışıyorlardı ki, ancak günde üç, üç buçuk kumpas dizebiliyorlardı. Bu kadar az yazı dizen mürettipler, ikinci ezanı okunur okunmaz heybelelerini eşeklerinin sırtına yükleyip bağ yolunu tutuyorlardı. Bunların çoğu Çankaya, Küçükesat, Keçiören bağlarında oturuyorlardı. Muharirler, mürettiplere:

Nereye gidiyorsunuz?" dedikleri zaman:

Nereye gideceğiz, evimize.. diye cevap veriyorlar.

Mürettipler gece çalışırlar, dedikleri zaman:

Biz baykuş değiliz. Hem gece çalışmak günahdır, der, eşeğini dehleyerek üzerinde halkası bulunan değnekleri sallayarak gün batmadan yuvalarına dönerlerdi. Hal böyle olunca, gün ışığından mahrum, petrol lambası altında hiç çalışabilinir mi idi?..

Kaynak: Alpay Kabaçalı, **Cumhuriyet Öncesi ve Sonrası Matbaa ve Basın Sanayii**, İstanbul: Cem Ofset Matbaacılık, 1998, s. 151-153.

Kendimizi Sınavalım Yanıt Anahtarı

1. a Yanıtınız yanlış ise “Yazının Bulunuşu ve Gelişimi” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
2. b Yanıtınız yanlış ise “İlkçağda Haberleşme” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
3. c Yanıtınız yanlış ise “İlkçağda Haberleşme” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
4. d Yanıtınız yanlış ise “Basının Bulunuşu” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
5. b Yanıtınız yanlış ise “Dünyada İlk Gazeteler” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
6. c Yanıtınız yanlış ise “Türkiye’de Basının Doğuşu” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
7. a Yanıtınız yanlış ise “Türkiye’de Basının Doğuşu” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
8. d Yanıtınız yanlış ise “Türkiye’de Basının Doğuşu” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
9. c Yanıtınız yanlış ise “Türkiye’de Basının Doğuşu” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
10. a Yanıtınız yanlış ise “Türkiye’de Basının Doğuşu” konusunu yeniden gözden geçiriniz.

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

İlkçağ insanı, nesnelerin konumlandırılması (örneğin, bir ağaç dalının bir yönü işaret etmesi) ya da ipliğe atılan düğümler (bir nesneyi sayarken) gibi basit yöntemlerle iletişimde bulunmuşlardı. Bu işaretlerin yüzeyler üzerine kazınması, çizilmesi ile oluşan şekiller, zamanla değişerek anlamlandırılmış resimlere dönüşmüş ve çizgi/resim kökenli yazı biçimleri oluşmuştur. Yazı, öncelikle yaşamsal gereksinimlerden yola çıkılarak resim halinde tasvir edilmiş, bu sistemin gelişmesi ve simgesel biçimdeki harflerle ifade etmenin gelişmesiyle, duygu ve düşünce aktarımına amacıyla da kullanılır olmuştur.

Sıra Sizde 2

Acta Diurnalar, Julius Sezar döneminde, Roma’da İ.Ö. 50’lerde yayımlanmakta olan duvar gazeteleridir. Bunlar elle yazılmış olup, önemli sosyal ve siyasal olayları, evlenmeler, iflaslar, idamlar, cenaze törenleri, yangınlar, seçimler gibi konuları halka duyurmak amacıyla yayımlanmışlardı. Bunlar için haber toplayıp yazan görevliler bulunmaktaydı, diğer deyişle gazeteciler vardı. Ayrıca diğer eyaletlere de gönderilmekte ve eski sayılar arşivlenmekteydi.

Sıra Sizde 3

İlkçağlarda yazı yazılacak yüzey olarak papirüs, parşömen, mumlu levha, kemik, çamur, çömlek parçaları, taş yoğun olarak kullanılmıştır. Bununla birlikte Çin’de, kâğıt da kullanılmaktaydı.

Sıra Sizde 4

Ortaçağda bilim ve yayım hayatı kilise egemenliğinde bulunmaktaydı. Bu nedenle Ortaçağ’ın ilk döneminde bilim ve yayım en verimsiz dönemideydi. Acta Diurnalar ortadan kalkınca, sözlü iletişim şehirlerdeki haberleşmenin temelini oluşturmuş, bu ise okuma-yazma oranını çok azaltmıştır.

Sıra Sizde 5

Ortaçağ’da Venedik’te kullanılan bir para birimi olan “Gazetta” karşılığında haber bültenleri satın alınmaktaydı. Venedik’e ticaret yapan Osmanlı tüccarlar, bu broşürlerin adının “gazete” olduğunu düşünmüş ve “gazete” sözcüğü dilimize “haber veren kâğıt” olarak geçmiştir.

Sıra Sizde 6

İlk düzenli gazete, Hollanda'da 1605'de çıkmaya başlamış, bunu Avrupa'nın diğer kentleri izlemiş ve 30 yıl içinde birçok Avrupa kentinde düzenli periyotlarla gazeteler yayımlanmaya başlamıştır. Amerika'da düzenli periyotlarla ilk gazete ise 1704'de yayımlanmıştır.

Sıra Sizde 7

Padişah III. Mahmut'un izniyle, İbrahim Müteferrika ve Sait Efendi'nin girişimiyle 1727'de kurulmuş ve basılan ilk kitap Vankulu Lûgatı olmuştur.

Sıra Sizde 8

1831 yılında İstanbul'da II. Mahmut'un isteği doğrultusunda yayımlanan Takvim-i Vekayi ilk Türkçe gazete olup devletin resmi politikası çerçevesinde yayımlanmıştır.

Sıra Sizde 9

Osmanlı'da Türkler tarafından özel sermaye ile kurulan ilk sivil gazete Tercüman-ı Ahval olup 1860 yılında Agâh Efendi tarafından yayımlanmıştır.

Sıra Sizde 10

Osmanlı Devleti'nin duyuruları ve devlet propagandası için yerel kamuoyunun desteğinin sağlanması ve halkın bilgilendirilmesi amaçlanmıştır.

Sıra Sizde 11

1901'de yürürlükten kaldırılan pul vergisinin gazetelerde yarattığı maddi kaynaktan pay isteyen gazeteciler, gazete patronlarına yönelik bir grev başlatmış ve Saadet gazetesini kiralayarak seslerini duyurmak istemişlerdir. Ancak, İkdâm ve Sabah gazetelerinin sahipleri, işbirliği yaparak, gazetelerini hiçbir şey olmamış gibi çıkartmaya devam etmişlerdir. Gazetelerinden ayrılan gazeteciler, Saadet gazetesini fazla sürdüremeyerek bu grev girişiminden vazgeçmişlerdir. İlk basın grevi başarısızlıkla sona ermiştir.

Sıra Sizde 12

24 Temmuz 1908'de Meşrutiyet ilan edilmesiyle gazeteciler bir araya gelerek, gazetelere sansür memurlarının alınmamasını, dolayısıyla gazetelerin sansürsüz çıkmasını kararlaştırmışlardı. Gazeteler üzerindeki 30 yıl süren baskı, sansür, 24 Temmuz 1908'de ortadan kalkmıştı. Bu nedenle bu tarih, Türk basınında Basın Bayramı olarak kutlanmaktadır.

Yararlanılan Kaynaklar

- Alemdar, K. (1981). **Türkiye'de Çağdaş Haberleşmenin Tarihsel Kökenleri**, Ankara: A.İ.T.İ.A. Yayın No. 165.
- (1996). **İletişim ve Tarih**, Ankara: İmge Yayınevi.
- Barbier, F. ve Lavenir, C.B. (2001) **Diderot'dan İnternete Medya Tarihi**, Çeviren: Kerem Eksen, İstanbul: Okyanus Yayınları.
- Bardakcı, İ. (1968). **Gazetecilik Rejimleri, Tarihi, Tekniği**, Ankara: Töyko Matbaası.
- İnuğur, M.N. (1978). **Basın ve Yayın Tarihi**, İstanbul: İ.İ.T.İ.A. Nihad Sayar Yayın ve Yardım Vakfı Yayın No. 258/511.
- Kabaçalı, A. (1998). **Cumhuriyet Öncesi ve Sonrası Matbaa ve Basın Sanayii**, İstanbul: Cem Ofset Matbaacılık.
- Oral, F.S. (1968). **Türk Basın Tarihi, Osmanlı İmparatorluğu Dönemi: 1728-1922, 1831-1922**, İstanbul: Yeni Adım Matbaası.
- Topuz, H. (2003). **II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi**, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- (1973), **100 Soruda Türk Basın Tarihi**, İstanbul: Gerçek Yayınevi.

2

Amaçlarımız

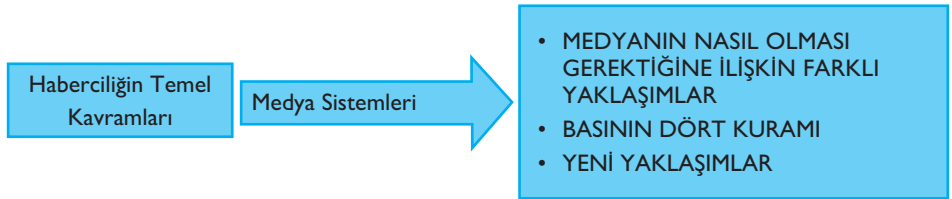
Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

- Basının Dört Kuramı'nı betimleyebilecek,
- Medya sistemlerine yönelik belli başlı yeni yaklaşımları açıklayabilecek bilgi ve becerileri kazanabileceksiniz.

Anahtar Kavramlar

- Medya (Basın) Kuramları
- Otoriter Kuram
- Özgürlükçü (Liberal) Kuram
- Toplumsal (Sosyal) Sorumluluk Kuramı
- Sovyet-Totaliter Kuram
- Gelişmeci Kuram
- Katılımcı Demokratik Kuram
- Serbest Pazar Modeli
- Marksist Kuram
- İlerleme Modeli

İçindekiler



Medya Sistemleri

Bir şeyin “iyi” ya da “kötü”, “uzun” ya da “kısa”, “zayıf” ya da “şişman” olduğu hakkında bir yargıya varabilmek için öncelikle neyin “normal” olduğuna karar vermek gerekir. Normalin ne olduğu tanımlandıktan sonra göreceli konularda herhangi bir yargıda bulunmak daha kolay hale gelir. Eğer “normal” tanımlanmamışsa, birinin “iyi” dediğine, diğeri “kötü” diyebilir. Birinin “uzun” bulduğunu, diğeri “kısa” bulabilir. Dolayısıyla buradaki en kritik ve belki de öncelikle tartışılması gereken nokta, neyin “normal” olduğuna karar vermektir. Pek çok konu için geçerli olan bu durumu, “medya” açısından yorumlamak da mümkündür. Medyada neyin “normal” olduğuna ilişkin birden çok tanımla karşılaşmaktadır. Genel olarak medyanın nasıl olması gerektiğine ilişkin farklı anlayışları ortaya koyan bu açıklamaları “medya sistemleri” adı altında inceleyebiliriz. Bu üniteye geçmişten bugüne, dünyada tanımlanmış farklı medya sistemlerinden söz edecek, sistemler arasındaki farklılıkları değerlendirmeye çalışacağız.

Hatırlayacağımız gibi ilk ünitemizde medya tarihi üzerinde durmuştuk. Tarihsel gelişim sürecinden de anlaşılacağı gibi tarih boyunca kitle iletişim araçlarının yayıncı ve yazarları ile siyasal iktidarlar arasında sürekli bir mücadele söz konusu olmuştur. Geçmişten günümüze yaşanan siyasal, ekonomik ve toplumsal hayattaki gelişmeler medyanın yapısını ve içeriklerini bir şekilde etkilemiştir. Gazetelerin ortaya çıkmaya başladığı ilk günlerden bu yana, zaman içinde feodal yönetimler yıkılmış, merkezi devletler kurulmuş, ihtilaller, dünya savaşları yaşanmış, bu arada teknolojik gelişmeler inanılmaz boyutlara ulaşmış ve kitle iletişim araçlarından yararlanma olanakları büyük bir hızla çeşitlenmiştir.

Kitlesel iletişime olanak sağlayan kitle iletişim ortamlarının; eş deyişle medyanın, iktidarlar tarafından kendi egemenliklerinin devamı sağlamak amacıyla kullanılması beraberinde yasaklama, baskı ve yaptırımları getirmiştir. Temel olarak iktidar ve medya arasında yaşanan bu mücadele çerçevesinde de dünyada farklı medya anlayışları ortaya çıkmıştır. Aynı farklılığa medyanın siyasal ya da ekonomik hayat koşulları içerisinde nasıl konumlanması gerektiğine ilişkin açıklamalarda da rastlanmaktadır. Çünkü en başta siyasal ve ekonomik sistemlerine bağlı olarak, toplumların gelişmişlik ya da geri kalmışlık düzeyleriyle, ilgi ve ihtiyaçlarıyla da ilişkili bir şekilde medyanın işlevlerine yönelik farklı anlayışlar dikkati çekmektedir.

Kuram, teori olarak da bilinir. Sistemli bir biçimde düzenlenmiş birçok olayı açıklayan ve bir bilime temel olan kurallar, yasalar bütünüdür.

Normatif kuramlar kural koyucu kuramlardır. Eş deyişle ideal olarak belirlenmiş ve olanı / olması gerekeni ortaya koyan ya da açıklayan subjektif kurallar bütünüdür.

Farklı toplumlarda medyanın nasıl olduğuna, nasıl olması gerektiğine ve gelecekte nasıl olmasının beklendiğine ilişkin birbirinden farklı anlayışların hangileri olduğunu bu ünite de irdelemeye çalışacağız.

Öncelikle, bu konuda dünyada en çok bilinen ve sonraki girişimlere de kaynaklık eden *Basının Dört Kuramı* adlı çalışmayı inceleyeceğiz. Bu bağlamda basının dört **normatif kuramı** olarak Otoriter, Özgürlükçü, Toplumsal Sorumluluk ve Sovyet-Totaliter medya anlayışlarını tanımlayacağız. Ardından yeni yaklaşımlar üzerinde duracağız. McQuail'in Basının Dört Kuramı'na eklediği Gelişimci Kuram ve Katılımcı Demokratik Kuramı inceleyecek, sonra da Altschull'un sınıflandırmasının ayrıntılarına (Serbest Pazar Modeli, Marksist Model ve İlerleme Modeli) değineceğiz.

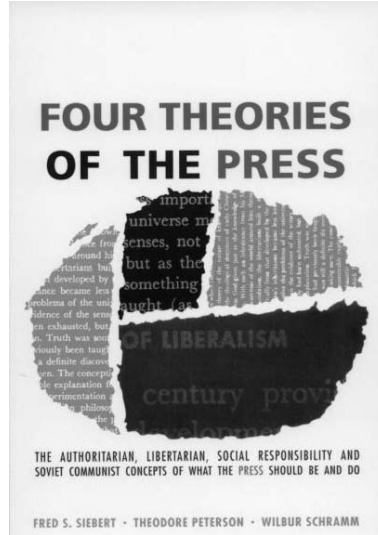
BASININ DÖRT KURAMI

Dünyada “en çok bilinen” basın sınıflandırma sistemlerinin başında Fredrick Siebert, Theodore Peterson ve Wilbur Schramm'ın, ilk basımı 1954 yılında ya-

pılan *Four Theories of the Press* (Basının Dört Kuramı) adlı çalışması gelir. İkinci Dünya Savaşı'nın ardından başlayan iki kutuplu; yani Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB)'nin dünyanın iki büyük süper gücü olduğu yıllarda ABD'de yayımlanmış olan kitapta, dünyadaki medya sistemleri, basın ya da gazetecilik ekseninde dört ayrı kategoride tanımlanmaktadır. Bunlar Otoriter, Özgürlükçü, Toplumsal Sorumluluk ve Sovyet-Totaliter Kuram şeklinde dilimize çevrilebilir.

Resim 2.1

Basının Dört Kuramı (Four Theories of the Press) adlı kitabın kapağı.



K İ T A P



Basının Dört Kuramı adlı kitabın orijinali İngilizce'dir (Siebert, F., Peterson, T. ve Schramm, W. (1956). *Four Theories of the Press*. Urbana: University of Illinois Press). Kitabın Türkçe çevirisi yapılmamıştır. Ancak Türkçe literatürde başvuru kaynağı olarak şu kitap tavsiye edilebilir: Kaya, A. Raşit (1985). *Kitle İletişim Sistemleri*. Ankara: Teori.

Otoriter (Baskıcı) Kuram

Avrupa'da hareketli harfleri kullanan matbaanın 1440'lı yıllarda Johann Gutenberg tarafından geliştirilmesinden ve bu tekniğin yaygınlaşması sonrasında gazeteciliğin 1600'lerin başında ivme kazandığı dönem, toplumların monarşi rejimleri altında yönetildiği ve otoriter kuralların geçerli olduğu yıllardır. Bu nedenle 16. ve 17. yüzyılda yayımlanan özel ya da kamusal sahiplik yapısıyla çıkarılan gazeteler, devlete ya da hükümete hizmet eden, hükümetin politikalarını destekleyen ya da geliştiren yönde yayın anlayışına sahiptir. Başka bir ifadeyle, gerektiğinde zorla da olsa hükümet otoritesine bağlı olmuşlardır.

İngiltere’de yaygın olarak benimsenmiş ve “hala da çoğu yerde uygulandığı” kaydedilen Otoriter (Baskıcı) Kuram, monarşinin mutlak gücü felsefesine dayanmaktadır. Bu anlayışa göre yayıncılar kimi zaman gazete çıkarabilmek için hükümetten “izin almak” anlamına gelen “patent”, “lisans” ya da “ruhsat” almak zorunda kalmışlar ya da matbaa esnaf ya da derneklerinin düzenlemeleriyle karşı karşıya gelmişlerdir. Hükümetin doğrudan sansürü şeklinde de görülen kimi uygulamalar nedeniyle iktidarlara eleştirmek pek de mümkün olmamıştır. Çünkü bu anlayışta basının temel amacı, iktidardaki hükümetin politikalarını desteklemek ve devletin siyasetini geliştirmek, ilerletmek ve ona hizmet etmek şeklinde tanımlanmıştır. Dolayısıyla otoriter anlayış çerçevesinde basın, devletin ya da hükümetin karar ve uygulamalarını eleştirmesi engellenmiş ya da yasaklanmıştır. Bu doğrultuda otoriter yaklaşımda, iktidarlara özellikle siyasi ve ideolojik konularda basın çeşitli yaptırımlarla baskı altında tutulması haklı ve meşru da görülmüştür. Bazı kontrol mekanizmaları ise sıkı yasal düzenlemeler, üretimin devlet tarafından kontrolü, mesleki zorunlu davranış kurallarının geliştirilmesi, vergi ve benzeri ekonomik yaptırımlar, yazı işleri kadrosunun doğrudan hükümet tarafından atanması şeklinde sıralanabilir.

Otoriter medya anlayışı çerçevesinde medyanın nasıl olması gerektiğine ilişkin ortak bazı görüşlere dikkat edilebilir. Bunlar şöyle sıralanabilir: (Kaya, 1985; McQuail, 1994)

- Medya, yerleşik siyasi güce her zaman bağlı olmalıdır.
- Medya, kanunları ya da kurulu düzeni bozucu şeyleri yapmaktan kaçınmalıdır.
- Medya, ahlaki ve siyasi değerlere ve çoğunluğa karşı saldırgan olmamalıdır.
- Bu ilkelerin geçerliliğini sağlamak için öndenetim ve sansür uygulaması meşru ve haklıdır.
- Otoriteye karşı kabul edilmez saldırılar, resmi politiklardan hoş görülmeyecek sapmalar ve ahlak kurallarına uymama cezai sorumluluk gerektiren bir suçtur.
- Gazeteciler ya da medya çalışanları, kendi medya organizasyonları içinde bağımsızdırlar.
- Medya üzerinde özel mülkiyet ancak bu şartlara uyma halinde kabul edilebilir.

Günümüzde her ne kadar belirli ölçüde otoriter anlayış terk edilmişse de ilerleyen zaman içinde, otoriter olmadığı iddiasındaki kimi yönetim anlayışlarında, hatta demokratik rejimlerde bile baskıcı anlayışların sergilendiği görülmektedir. Kimi zaman, kimi olaylar karşısında; örneğin dış tehdit gibi konularda, “baskı ve sansürün uzlaşmayı temsil ettiği” gibi çeşitli vurgularla yayın organlarına karşı otoriter tutum sergilenebilmektedir. Eş deyişle halen dünyanın farklı yerlerinde otoriter anlayışın medya üzerindeki etkilerini tespit etmek mümkündür.

Otoriter anlayışa göre medyada özel şirketlerin sahipliği söz konusu olabilir mi?



Özgürlükçü (Liberal) Kuram

Batı toplumunda 17. ve 18. yüzyıllarda gelişen ve akılcı düşünceyi eski, geleneksel, değişmez kabul edilen varsayımlardan, önyargılardan ve ideolojilerden özgürleştirmeyi ve yeni bilgiye yönelik kabulü geliştirmeyi amaçlayan düşünsel gelişimi kapsayan döneme “Aydınlanma Çağı” denilmektedir. Aydınlanmaya yol açan başlıca düşünsel gelişmeler Rönesans ve Reform hareketleridir. Bu hareketler sonra-

sında Batı'da toplumsal hayat önemli bir değişim içerisine girmiştir. Aydınlanma Çağı felsefesinin üzerine geliştirilen özgürlükçü ya da liberal anlayış çerçevesinde **klasik kapitalist demokrasilerin** temelleri atılmıştır.

INTERNET



Aydınlanma Çağı konusunda internet kaynaklarına başvurabilirsiniz: http://ansiklopedi.turkebilgi.com/Ayd%C4%B1nlanma_%C3%A7a%C4%9F%C4%B1; http://tr.wikipedia.org/wiki/Ayd%C4%B1nlanma_%C3%87a%C4%9F%C4%B1

Halk egemenliğine dayalı klasik kapitalist demokrasi anlayışı, başta bireyin hak ve özgürlüklerini tanımak olmak üzere, genel anlamda halkın oyu ile seçilen siyasi iktidarın ülke yönetimini üstlenmesini, çoğunluğun yönetim hakkını, azınlığın korunmasını ve azınlığın da bir gün çoğunluk oluşturma hakkının tanınmasını ve yasalar önünde herkesin eşit sayılmasını öngörmektedir. Bireysel hak ve özgürlükler ise en başta düşünce ve ifade özgürlüğünün sağlanması şartına bağlıdır.

İşte bu ortamda, bireysel hak ve özgürlüklere ilişkin anlayışlar paralelinde basın, devlet kontrolünden çıkmış ve basında özgürlükçü anlayış hakim olmaya başlamıştır. Özgürlükçü anlayışın tanımlanmasına ilişkin tam bir tarih vermek gerekirse, 1688'den sonra İngiltere'de ve daha sonra ABD'de benimsendiği söylenebilmektedir. Günümüzde hala daha liberal demokrasilerde özgürlükçü anlayışın etkileri devam etmektedir (Severin ve Tankard, 2001).

En genel anlamda özgürlükçü anlayış bireylerin dilediği şeyi yayınlamada özgür olması öngörüsüne dayanmaktadır. Bu bir yönüyle de düşünce, anlatım, örgütlenme, toplantı hak ve özgürlüklerinin bir uzantısıdır. Yaklaşımın ilkeleri liberal demokratik anlayışın temellerini oluşturur: Bireyin dürüstlüğüne, akla, gerçeğe, ilerlemeye ve halk iradesinin üstünlüğüne olan inanç. Çünkü liberalizm çoğunluk yoluyla gerçeğe ulaşılabilirliğini varsaymakta, düşüncelerin serbest pazarında iyi ile kötünün, yararlı ile zararlının, gerçekle gerçek dışının birbirinden ayrılabilirliğini savunmaktadır. Bu nedenle de tekelleşme ve bu yöndeki her türlü oluşuma karşı çıkmaktadır (Kaya, 1985). Özgür basın, özgür ve düşünen bir toplumun ayrılmaz bir parçası olduğu kabul edilmektedir.

Tarihsel gelişim açısından ayrıntılara bakılacak olursa, aydınlanma Çağı felsefiyle bütünleşen 1789 İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirisini uygarlık tarihine mal eden Fransız devrimcileri, düşünce ve iletişim özgürlüğü anlayışını vazgeçilmez, devredilmez temel hak ve özgürlükler arasında yer vermişlerdir. Bildirinin 10. maddesinde kimsenin görüşlerinden dolayı suçlanamayacağı ifade edilirken, 11. maddesinde şöyle denilmiştir: "Düşünce ve görüşlerin serbestçe iletilmesi insanın en değerli haklarından birisidir; her yurttaş, yasanın hakkın kötüye kullanılması olarak belirlediği haller dışında, serbestçe konuşabilmeli, yazabilmeli, yayında bulunabilmelidir" (Kaya, 1985).

Öte yandan İngiltere'ye karşı verilen mücadele sonrasında 13 koloni hükümetinin bir araya gelerek kurdukları ABD'nin 1789'da kabul edilen Anayasası'na 1791'de eklenen 10 maddelik Temel Haklar Beyannamesi (Bill of Rights) de yine bireysel hakları ön plana çıkarmakta ve korumaktadır. Beyanname'nin ilk maddesi şöyledir: "Kongre, bir din kuran ya da bir dinin gereklerinin özgürce yerine getirilmesini yasaklayan, söz ve basın özgürlüğü ile vatandaşların şikâyetlerini hükümete bildirmek için dilekçe verme haklarını ve barışçıl toplanmalarını kısıtlayan hiçbir yasa çıkarmaz". Dolayısıyla Anayasa'da Kongre'nin ifade ve basın özgürlüğünü kısıtlayan hiçbir yasa yapamayacağı bu madde ile hükme bağlanmıştır.

INTERNET



Temel Haklar Beyannamesi hakkında daha fazla bilgi için bakınız: http://en.wikipedia.org/wiki/United_States_Bill_of_Rights; http://turkish.turkey.usembassy.gov/uploads/images/HMSetVeb1SAKXpGzkWDFHw/amerikan_hukumet_anahatlar.pdf.

İşte o dönemde John Milton, John Locke, John Stuart Mill ve onların görüşlerinden etkilenen gazeteciler, artık basının görevinin devlete hizmet etmek olmadı-

ğını, basının bilgi verme, eğlendirme ve satma kadar hükümeti kontrol etme ve gerçeği bulmasına yardım etme görevlerini yerine getirmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Özgürlükçü kuram, temel olarak bu görüşlerde tanımlanan doğal haklar ve rasyonalizm felsefesi üzerine inşa edilmiştir.

Ancak özgürlükçü anlayışta da kitle iletişim araçlarının iki şekilde denetimi öngörülmüştür. Bunlardan ilki “çok seslilik” ilkesi, ikincisi ise “yasal düzenlemeler” şeklinde tanımlanabilir. “Çok seslilik”, herkesin ifade hak ve özgürlüğüne sahip olması anlamına gelmektedir. Çünkü herkesin düşüncelerini açıkça ortaya koyabildiği bir ortamda, özdoğrulama süreci devreye girecek ve kişiler, doğru ve yalan arasındaki farkı bulabilecektir. Bu noktayı Mill’in görüşleriyle biraz daha açıklayabiliriz.

Özgürlükçü anlayış büyük ölçüde İngiliz filozof John Stuart Mill’in özgürlükçü basına ilişkin görüşlerine dayanır. Mill, insanların herhangi bir konuya ait bütünü öğrenmeye yaklaşabilmesi için tek yolun, her türlü düşüncedeki insanların ve akıl türünün o konuda söyleyebileceklerini duymak olduğunu savunmuştur. Mill’in ifadesine göre bir düşüncüyü susturmak için doğruyu susturmanız gerekir, oysa herkes yanılabilir, hatta “fertler gibi çağlar da yanılmaz değildir; her çağ öyle birçok düşüncüyü taşımıştır ki, ondan sonraki sağılar o düşünceleri yalnız yanlış değil, aynı zamanda saçma kabul etmişlerdir. Bir zamanlar genel olan birçok düşüncüyü zamanımız nasıl reddediyorsa, şimdi genel olan bu düşünceleri de gelecek çağların kabul etmeyeceği aynı derecede kesindir”. Dolayısıyla insanlar hata yaparlar, ancak bu hatalarını düzeltme yetisine de sahiptirler. Ancak yalnızca nihai doğruyu ve ilerideki gerçeği ortaya çıkaracak tartışma ve görüşme olanağı bulduklarında bu yetiyi kullanabilirler. Bir konuya ait bütünü öğrenebilmeye yaklaşmanın tek yolu, her türlü düşüncedeki insanın ve akıl türünün o konuda söyleyebileceklerini duymaktır. Eğer bir konu “tam olarak ve korkusuzca” tartışılmadıysa, ortaya çıkacak sonuç “ölü” doğabilecektir. O nedenle de Mill, basın her türlü düşüncenin dile getirilebildiği serbest bir ortam olması gerektiğini savunur. Kısaca ifade etmek gerekirse “çok seslilik”, doğrunun ancak “düşüncelerin serbest pazarında” ortaya çıkabileceği düşüncesine dayanan özgürlükçü anlayışın, herkese söz ya da ifade hakkı tanınması gerektiği düşüncesini ortaya koymaktadır.

John Stuart Mill’i ve görüşlerini daha yakından tanımak için internet kaynaklarına başvurabilirsiniz. Örneğin şu adreslere bakabilirsiniz: http://en.wikipedia.org/wiki/John_Stuart_Mill; http://tr.wikipedia.org/wiki/John_Stuart_Mill; http://ansiklopedi.turkebilgi.com/John_Stuart_Mill.



INTERNET

Özgürlükçü anlaşı kitle iletişim araçlarına yönelik ikinci denetim aracı ise yasalardır. Ancak her türlü sansüre karşı çıkan anlayış çerçevesinde yasalar; yalnızca onur kırıcı yayına, müstehcenliğe, edepsizliğe ve savaş zamanı savaş kışkırtıcılığına karşı dava açılabilmesi hakkı tanımaktadır. Dolayısıyla yasal sistem, baskı öncesinde yayın içeriklerine müdahale etme yerine yalnızca belirli konularda dava açma hakkına sahip görülmüştür. Buradaki belirli konular ise bireylerin korunması ya da devletin ciddiyetinin korunması amacına yönelik konulardır (Kaya, 1985; McQuail, 1994).

Dolayısıyla özgürlükçü anlayışta medya bilgilendirme, eğlendirme, satma ama temelde gerçeğe ulaşılmasına yardımcı olma ve hükümeti denetleme aracı olarak tanımlanmaktadır. Gerçeğin özdoğrulama süreciyle ve düşüncelerin serbest pazarında ve mahkemelerde bulunabileceği ifade edilmektedir. Ancak karalama, açık-

lık/müstehcenlik ve ahlaksızlık gibi durumlar yasalarla önceden yasaklanmıştır. Bu bağlamda özgürlükçü anlayışın üzerine inşa edildiği iki temel ilkesi şöyle açıklanabilir: (Kaya, 1985)

Serbest-özel girişim ilkesi: Özgürlükçü anlayışa göre basın, çoğunlukla özel sektörün elindedir. Otoriter anlayışın “yayın izni” şartına karşılık, **özgürlükçü anlayış**, dileyen herkesin yayın yapabilme özgürlüğüne sahip olması gerektiği düşüncesini benimsemiştir. Buna göre:

- İletişim/yayın kuruluşları herhangi bir ön izin / yetki belgesi alma koşuluna bağlı olmaksızın kurulabilmelidir.
- İletişim alanında meslek seçmek için herhangi bir ön koşul bulunmamalıdır.
- Herhangi bir şeyin istek dışında yayınlanması için zorluk ya da baskı olmamalıdır.
- Yasalarla sınırları önceden belirlenmiş özel yaşamın gizliliği, vatana ihanet, yurt güvenliği gibi kutsal konular dışında resmi görüş ve hükümetlere yönelik karşı düşünce açıklama, eleştiri, aktarım sonrasında da bir suç kavuşturmasına konu olmamalıdır.

Serbest dolaşım ilkesi: Kitle iletişim araçları kullanılarak iletilecek her şeyin serbest dolaşımının sağlanması, üçüncü kişilerin (örneğin hükümetlerin) öndene-tim ya da sansür uygulamaya hakkı olmaması anlamına gelmektedir. Buna göre:

- Bilgi edinme ve erişim özgürlüğü: Olay, bilgi ya da habere serbestçe ulaşma ve bilgiyi elde etme özgürlüğü temin edilmelidir. Bilgiye ulaşmak isteyenler için olanaklar eşit biçimde açık bulundurulmalı, haber ve bilgi toplamaya yönelik yasal bir kısıtlama getirilmemelidir.
- Haber iletme özgürlüğü: Elde edilen bilgi ya da yazılan haberlerin kitle ile-tişim araçları tarafından iletilebilme özgürlüğü olmalıdır.
- Haber alma özgürlüğü: Toplumun haber ve bilgi edinme konusunda özgür olması, kendi seçtiği her türlü habere kavuşabilmesi gereklidir.

Ancak ilerleyen zaman, özgürlükçü anlayışı da tartışmalı hale getirmiştir. Yeni teknolojiler ortaya çıkmış, gazeteler çok daha fazla sayıda baskı yapabilecek hale gelmiş, kitlesel yayıncılık anlayışı gelişmiş, kitlesel gazetecilikle birlikte gazetelerin sahiplik yapısı ve yönetim biçimi değişime uğramış, büyük gazeteler, küçük gazete-leri satın almaya ya da onlarla birleşmeye başlamış, büyük basın ve medya grup-ları meydana gelmiştir. Büyük gruplarla rekabet edemeyen gazeteler ise teker te-ker yayın hayatlarına son vermek zorunda kalmıştır. Bu durum Mill’in ifade ettiği herkesin açık bir şekilde görüşlerini açıklayabildiği ortamın bozulması tartışmasını gündeme getirmiştir. Medyada giderek azalan çok seslilik ortamı nedeniyle, kimi seslerin giderek daha zor duyulur hale gelmesi tartışmaları alevlendirmiştir. Halen de medyaya yönelik eleştirilerin önemli bir bölümü “tek seslilik” sorunuyla ilişkili bulunmaktadır. Dolayısıyla kuram büyük ölçüde medyaya patronlarını korur hale gelmiştir. Öte yandan yayın organlarının ticari amaçlarını ön plana çıkarmalarının da doğal bir sonucu olarak özgürlükçü ortam, çıkar amaçlı yayıncılığa ve sansas-yonel içeriğe karşı duramamıştır. Kuramın televizyon yayıncılığını ne kadar destek-leyebileceği, iletişimin özgürlüğü kadar eğitim, kültür ve sanat alanlarındaki gerek-liliği açısından ne kadar geçerli olabileceği belirsizdir. Ayrıca kişisel yaşamın gizli-liği ya da sosyalleşmesiyle ilgili prensipleri yoktur. Sektör çalışanlarına ya da med-ya dolayısıyla zarara uğrayanlara yönelik cevap hakkı tanımamaktadır (Kaya, 1985; McQuail, 1994; Severin ve Tankard, 1994). İşte bu tartışmalar çerçevesinde yeni bir anlayışa ihtiyaç olduğu düşüncesi ortaya çıkmıştır.

Özetle özgürlükçü anlayış çerçevesinde basın çoğunlukla özeldir ve toplumun ihtiyaçlarını karşılamak kadar, hükümeti de kontrol etmenin bir aracıdır.

“Düşüncelerin serbest pazarı” ne demektir?



Toplumsal (Sosyal) Sorumluluk Kuramı

Yirminci yüzyılda Amerika Birleşik Devletleri’nde İnsan Hakları Bildirgesi’ni korumak için “tek başına kalmış endüstri” olan medyanın toplumsal sorumluluk taşıması gerektiği düşüncesi gelişmiştir. Bu düşünceden hareketle, “Toplumsal Sorumluluk Kuramı” oluşturulmuştur. Kimi kaynaklarda “Sosyal Sorumluluk Kuramı” adı da verilen bu oluşumda medyanın sansasyonel içeriğine ve kar amaçlı yapısına yönelik eleştiriler etkili olmuştur.

İkinci Dünya Savaşı’nın en şiddetli zamanında 1942 yılı aralık ayında, Time ve Life dergilerinin kurucusu Henry Luce, özgür dünyanın baskıcı ülkelere karşı yaptığı savaştan galip çıkabilmesi için basına düşen görevi incelemek üzere bir komisyon kurulmasını önermiştir. Chicago Üniversitesi Rektörü Robert M. Hutchins başkanlığında 1947 yılında kurulan komisyonun hazırladığı rapor daha sonra Hutchins Raporu olarak da anılmıştır. Komisyon tarafından hazırlanan “Özgür ve Sorumlu Basın” adlı raporda geleneksel basın özgürlüğünün uygulanmasında basın özgürlüğü ile basının sorumluluğu arasındaki çelişkiye dikkat çekilerek şöyle denilmiştir: “Basının yanlışları ve tutkuları, özel alan dışına taşıp, kamusal tehlike haline gelmiştir. Basın özgürdür, ancak aynı zamanda bir kamu hizmeti yerine getirmektedir. Basın alanında gerçekleşen ticari ve teknolojik yenilikler nedeniyle bazı bireylerin ve grupların basından yararlanma olanağı azalmıştır”.

Raporda temel nitelikleri açıklanan Toplumsal Sorumluluk Kuramı, basın özgürlüğü ile basının topluma karşı sorumluluklarını bağdaştırmayı amaçlamaktadır. Yeni kuram, önemli bir şey söyleyecek olan herkesin görüşünü söylemeye izin verilmesini ve eğer medya görevlerini yerine getirmiyorsa “birilerinin” ona bu görevlerini hatırlatması gerektiğini savunmaktadır.

Kurama göre medya; kamuoyu, tüketici eğilimleri, meslek etiği, kanal ve yayın zamanlarındaki teknik sınırlamalar yüzünden hükümetin düzenleme kurumları tarafından kontrol edilir. Basının işlevleri ve bu işlevlerin önceliklerinin tanımlaması yapılır. Basının demokratik siyasal sisteme hizmet etme, toplumu aydınlatma ve bireyin özgürlüklerini savunma gibi işlevleri kabul edilirken, ekonomik sisteme hizmet etme rolünü bu işlevlerin önünde görülmez. Eğlenceyi oluşturma rolü de kabul edilir, ancak bu eğlence işlevinin kaliteli olması gerektiğinin altı çizilir.

Kuram, medyanın sosyal sorumluluk tavrını kimin denetleyeceğine ve medyada zaman ya da yer kullanımına değecek fikrin anlamlı olup olmadığına nasıl karar verileceğine dair tartışmalara ise açıktır. Buna karşın toplumsal amaçları gerçekleştirirken, medyanın medya dışı baskı ya da müdahalelerden uzak durmasını sağlamak amacıyla kimi yasal ya da mali müdahale şekilleri zaman içinde oluşmuştur. Örneğin gazetecinin ya da editörün özgürlüğünü koruyan kural ya da yasalar, reklamcılık düzenlemeleri, anti-tekel kanunları, Basın Konseyi’nin kurulması, medya eleştirileri, Parlamento araştırmaları ya da medya-süvbansiyon sistemleri bu yöndeki faaliyetlerdir (McQuail, 1994).

Kısacası, medya çalışanları ve Basın Özgürlüğü Komisyonu tarafından geliştirilen ve İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra etkili olan Toplumsal Sorumluluk Kuramı; medyanın bilgilendirir, eğlendirir ve satarken aynı zamanda çatışmayı tartışmaya dönüştürmekle de görevli olduğunu öne sürmektedir. Toplumsal Sorumluluk Kuramı’nın dayandığı temel ilkeler özetle şöyle sıralanabilir (Kaya, 1985; McQuail, 1994):

- Medya topluma karşı belirli görevleri kabul etmeli ve yerine getirmelidir.
- Medya haber aktarımının sağlanması yanında kültür ve sanatın yayılması ve geliştirilmesi amaçlarını da benimsemeli, eğitici olmalıdır.
- Toplumun sağlıklı, demokratik işleyebilmesine yardımcı olmak için şiddet kullanımına, toplumsal kargaşaya, suça yol açabilecek öğelerin medyada yer bulamamasına özen gösterilmeli, toplumda kültürel ve siyasal bakımlardan azınlıkta kalanları incitecek mesajlardan uzak durulmalıdır.
- Toplumun çeşitliliğini yansıtırma, bunun için değişik görüşlere ve bunlara verilecek yanıtlara yer sağlama, çoğulcu yapıyı bir bütün olarak aktarma gibi temel görevleri olduğunu benimsemeli ve bunları yerine getirmek için çaba göstermelidir.
- Temel görevler yerine getirilirken bilgi ve haber aktarımında gerçeklik, doğruluk, kesinlik, nesnellik ve dengelilik vazgeçilmez ilkeler olarak kabul edilmeli, bunları sağlayacak mesleksel standartlar geliştirilmelidir.
- Medya bu görevleri kabul eder ve uygularken kanunlar ve yerleşmiş kurumlar çerçevesinde kendi kendini düzenleyici olmalıdır.
- Toplumun da medyadan yüksek düzey beklemeye hakkı olduğu ve bu nedenle kamu adına genel yararı gözetilen müdahaleler olabileceği kabul edilmelidir.

Özgür ve sorumlu basın kavramları üzerinde önemle duran Toplumsal Sorumluluk Kuramı, pek çok açıdan yoğun ve şiddetli eleştirilere de maruz kalmıştır. Eleştirilere göre en başta basının sorumsuz davrandığı kabul edilirse, devletin ona müdahale etme yetkisinin verilmiş olacağı ifade edilmiştir. Diğer yandan da kuram, basın özgürlüğünü savunmaktadır; ancak basın tek bir sınıfın elinde ya da tekelinde bulunmaktadır. Bu nedenle basın alanında serbest pazardan söz edilememektedir. Başka bir deyişle medyanın sahiplik yapısı, tekelleşme, reklam verenlerle, hükümetle ve diğer güç grupları ile ilişkilerin düzenlenmesine ilişkin tartışma yine yanıtsız kalmıştır. Eleştirilere göre medya gücünü kendi çıkarları için kullanmakta, karşıt görüşte olanlara yer vermemektedir. Basın, reklam verenlerin yayın politikalarına karışmasına izin vermektedir. Yüzeyde kalan, sansasyonel haberlere daha çok yer verilmekte, toplumsal ahlaki tehlikeye sokacak yayınlar yapılmakta, sosyal değişim göz ardı edilmektedir. Her ne kadar eleştirilse de günümüzde Hutchins Komisyonu'nun etkileri halen devam etmektedir.

SIRA SİZDE



3

Örneğin Basın Konseyi'nin açıklamış olduğu Basın Meslek İlkeleri, Toplumsal Sorumluluk Kuramı çerçevesinde değerlendirilebilir mi?

Sovyet-Totaliter (Sosyalist) Kuram

Dünyada basının otoriter anlayışının hâkim olduğu yıllarda, 1917 devrimi sonrasında kurulan Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nde Marksist öğretiyeye dayalı olarak ve Lenin'in koyduğu ilkeler çerçevesinde yeni bir normatif yaklaşımla Sovyet basını yeniden örgütlenmiştir. Sosyalist ülkelerin de örnek aldığı bu model, ayrıca bir dönem Naziler ve İtalyanlar tarafından da kendi amaçları doğrultusunda uygulanmıştır (Kaya, 1985; Severin ve Tankard, 1994).

Genel olarak sosyalist devlet anlayışı sınıf ve iktidar kavramlarına dayanır. Devlet, iktidarı belirleyen araçtır. İktidar ise üretim araçlarının mülkiyetine sahip sınıfa aittir. Devletin amacı iktidarın işçi sınıfı ve yandaşlarının elinde, temel üretim araçlarının ise kamusal mülkiyet altında olmasıdır. Ekonomik hayat zorunlu bir merke-

zi plana bağlanmıştır. Siyasal hayatı ise parti düzenler. Karşıtlara baskıcı yöntemler kullanılabilir. Tarihsel ve diyalektik maddecilik devletin resmi ideolojisidir (Kaya, 1985).

Temel olarak Marksist, Leninist, Stalinist düşünceye, Hegel ile birlikte 19. yüzyıl Rus düşüncesine dayanan Sovyet-Totaliter anlayış; medyanın, sosyalist devlet anlayışına dayanan Sovyet sisteminin devamlılığına ve başarısına katkıda bulunmasını öngörmektedir. Sosyalist devlet anlayışında işçi sınıfı ve onun temsilcisi parti, iktidarı elinde bulundurmaktadır. Dolayısıyla “bilinç üretim endüstrisi” olan medya işçi sınıfının, başta parti olmak üzere onun temsili kuruluşlarının elinde ve denetimindedir. Medya bir “üst yapı kurumu” olarak tanımlanır ve kamusal mülkiyet altında tutulur. Sınıfsız bir toplum kurmaya yönelmiş olan sosyalist toplumlar, farklı temel siyasal çıkarları yansıtacak yapılanmaya gerek duymaz. Dolayısıyla medyanın farklı çıkarları yansıtacak bir yapılanmaya gereksinimi yoktur. Medya yalnızca devletin çıkarları ve ileri gitmesi için vardır ve devletin bir kolu olarak görülür. Marksçı düşüncede tarihin nesnel gelişme yasaları olduğu öngörüldüğünden, medyanın yansıtacağı ya da aktaracağı nesnel bir gerçeklik yoktur. Toplumsal ve evrensel olguların nesnel değerlendirmesi Marksizm-Leninizm’in ilkeleri doğrultusunda gerçekleştirilir. Medya, gözetim kadar hükümetin ekonomik ve siyasi eylemleri ile denetlenir. Medyayı düzenli olarak kullanabilme hakkı sadece partiye bağlı ve sadık parti üyelerine aittir. Medyada partinin yöntemleri eleştirilebilir, ancak amaçları eleştirilemez. Ayrıca medyanın özerk bir sorumluluk taşıması ve kendi mesleki kurallarını geliştirmesi ve bunlara uyması, okur ve izleyici kitlelerinin gereksinim ve isteklerine duyarlı olması beklenir. Toplumun, topluma karşı yayınları ön denetim, sansür ve diğer yasal önlemlerle önlemeye ya da bunları yapanları cezalandırmaya hakkı vardır (Kaya, 1985; Severin ve Tankard, 1994).

Sovyet-Totaliter Kuram’ın dayandığı temel varsayımlar özetle şöyle sıralanabilir (McQuail, 1994):

- Medya işçi sınıfının ilgilerine hizmet etmeli ve onların kontrolü altında olmalıdır.
- Medya özel mülkiyet altında olmamalıdır.
- Medya toplum için sosyalleşme, eğitim, bilgi, motivasyon ve seferberlik gibi pozitif fonksiyonlara hizmet etmelidir.
- Topluma karşı tüm görevleri yanında medya, izleyicilerin ihtiyaç ve isteklerine cevap vermelidir.
- Toplumun anti-toplumsal bir yayından sonra olayı önlemek ya da cezalandırmak için sansür ve bazı yasal düzenlemeleri kullanmaya hakkı vardır.
- Marksist-Leninist prensiplere göre medya, dünya ve toplumun tam ve objektif bir görüşünü sağlamalıdır.
- Medya, ülke içinde ve dışında gelişen ilerici hareketleri desteklemelidir.
- Gazeteciler, amaçları ve idealleri toplumun en iyi çıkarlarıyla uyuşan sorumlu profesyonellerdir.

Siebert, Peterson ve Schramm’ın, Basının Dört Kuramı’nı yazdıkları Soğuk Savaş yıllarından bu yana pek çok şey değişmiş ve bununla birlikte Sovyet-Totaliter anlayış da değişikliğe uğramıştır. 1980’li yıllarda sosyalist bir ülke olan Çin Halk Cumhuriyeti’nde sınırlı sayıda özel gazetelere izin verilmiş ve gazetelerde görülen eleştirilere hoşgörü ile bakılmıştır. Sovyetler Birliği’nde Komünist Parti’nin yayın organı Pravda, politik seçkin sınıfın sahip olduğu özel imtiyazları eleştiren yayınlara başlamıştır. 1989’a gelindiğinde ülkenin geçirdiği siyasi, ekonomik ve toplum-

sal değişim karşısında hükümet gazetesi Izvestia'da 56 yılın suç istatistikleri yer almıştır. Sovyetlerin değişimden yana olan lideri Mikhail S. Gorbachev ve Komünist Parti'ye yönelik eleştiriler yayınlanmaya başlamıştır. Aynı yıl Sovyet Yasama Komitesi, herhangi bir grubun ya da kişinin sansüre tabi tutulmadan yayın yapabilmesine izin veren bir yasa tasarısı önerisinde bulunmuş ve girişim, Sovyet gazetecileri tarafından "Sovyet tarihinin en önemli basın özgürlüğü açılımı" olarak tanımlanmıştır. Yine aynı yıl Doğu Avrupa'nın sosyalist rejimle yönetilen ülkelerindeki basın kısıtlamalarının kaldırıldığı yıldır. Romanya'da Başkan Nicolae Ceausescu'ya yönelik protesto görüntüsünün televizyondan yayınlanması ile başlayan olaylar, rejimi yıkan şiddet olaylarına beraberinde getirmiştir. 1991 yılına gelindiğinde Doğu Bloğu çökmüş, Sovyetler Birliği dağılarak yerini Bağımsız Devletler Topluluğu'na bırakmıştır. Günümüzde ise Çin, Kuzey Kore, Vietnam ve Küba halen sosyalist medya anlayışının etkilerinin görüldüğü ülkelerdir (Severin ve Tankard, 1994; Severin ve Tankard, 2001).

SIRA SİZDE



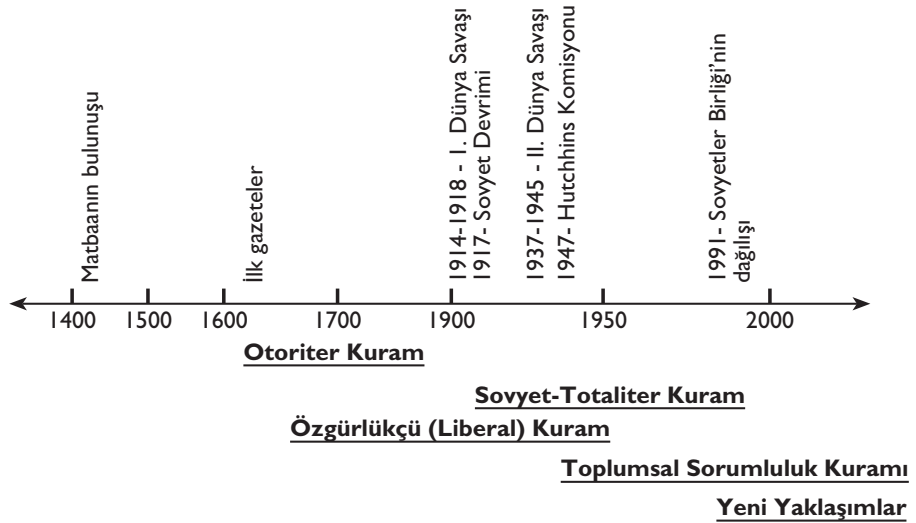
Sovyet-Totaliter Kurama göre medya partinin amaçlarına hizmet ederken toplumun ihtiyaç ve isteklerine de kulak vermeli midir?

YENİ YAKLAŞIMLAR

Basının Dört Kuramı'na ilişkin sınıflamasının ardından dünyada önemli değişimler yaşanmış ve koşullar değişmiştir. Soğuk Savaş yılları ve 1990'lı yılların başında Sovyetler Birliği'nin dağılarak dünya düzeninin yeniden şekil almaya başlaması, Amerika Birleşik Devletleri'nin dünyanın tek süper gücü haline gelmesi ve bu bağlamda yaşanan gelişmeler birçok şeyin de beraberinde değişmesini sağlamıştır. Gelişen şartlar içinde bilim insanları da yeni sınıflama biçimleri oluşturmuşlardır. Yakın dönemde dikkati çeken bu açıklamalar arasında ön plana çıkanları ayrı başlıklar halinde incelemek mümkündür.

Şekil 2.1

Dünya'da Medya Sistemleri



Şekil 2.1’de geçmişten günümüze dünyada dikkati çeken medya anlayışlarının geçerli olduğu dönemler görsel biçimde sunulmaktadır. Şekildeki zaman çizelgesiyle hangi anlayışların hangi dönemlerde ortaya çıktığı ve etkin olduğu görülebilmektedir.

McQuail’ın Sınıflandırması

İletişim bilimci Denis McQuail (1994), değişen toplumsal, ekonomik ve siyasal ortama bağlı olarak Basının Dört Kuramı’na iki yeni kuramın eklenmesi gerektiğini “Altı Normatif Medya Kuramı” açıklamasıyla ifade etmiştir. Basının Dört Kuramı’na eklenen iki yeni kuramdan ilki Gelişmeci Kuram, ikincisi ise Katılımcı Demokratik Kuram’dır.

Denis McQuail’ı daha yakından tanımak için internet kaynaklarına başvurabilirsiniz. Örneğin şu adresleri ziyaret ediniz: http://en.wikipedia.org/wiki/Denis_McQuail; http://mediaresearchhub.ssrc.org/denis-mcquail/person_view



İNTERNET

Gelişmeci Kuram: Gelişmekte olan ülkelerin değişken yapıları ve çeşitlilik gösteren koşulları nedeniyle tek bir gelişmeci anlayıştan ya da normatif kuramdan söz etmek mümkün değilse de bu ülkelerin medyaya yükledikleri ortak anlamlar çerçevesinde bir genellemeye gidilebilmektedir.

Gelişmeci Kuram, temel olarak “gelişme” kavramıyla ilişkilendirilebilecek, gelişmeyi yücelten ve her şeyin üzerinde gören bir anlayışa sahiptir. Bu doğrultuda gelişmeci anlayış, şu değerlendirmeye dayanır: Gelişmekte olan ülkelerdeki ekonomik, teknik ve profesyonel kaynaklar, gelişmiş ülkelere farklıdır ve bu nedenle de ülkenin gelişme hedefine ulaşabilmesi için medya; ulusal politikaların kendisine yüklediği görevler doğrultusunda, toplumsal gelişme ve kalkınma amacıyla kullanılabilir (Kaya, 1985; McQuail, 1994; Severin ve Tankard, 1994).

Gelişmekte olan ülkelerdeki medya sistemi farklıdır. Çünkü bu ülkelerde gelişkin bir medya sisteminin bulunmasını sağlayacak; örneğin iletişim alt yapısı, gerekli mesleki bilgi ve beceri, kültürel kaynaklar ve gerekli izleyici kitle gibi koşulların bazıları yoktur ya da eksiktir. Bununla birlikte bu açılardan gelişmiş ülkelere bağımlılıkları da söz konusudur. Örneğin iletişim teknolojilerini gelişmiş ülkelere ihraç ederler. Bu ülkelerin ekonomik, siyasal ve toplumsal gelişmeye yönelik ulusal hedefleri toplumun tüm kurumlarını bu ulusal göreve uyma zorunluluğunu beraberinde getirir. Bu doğrultuda medya da ulusal gelişmenin motorlarından biri sayılır (Kaya, 1985; McQuail, 1994; Severin ve Tankard, 1994).

Dolayısıyla gelişmeci anlayışa göre, gelişmekte olan ülkelerdeki gazeteciler, modernleşmenin bir aracı olarak üst düzey bir rol üstlenebilirler. Aynı şekilde devlet de kalkınmayı sağlamak için medyayı yönlendirebilir ya da sınırlandırabilir. Doğrudan ya da dolaylı olarak medyayı denetleyebilir, sansür uygulayabilir, ekonomik yönden destekleyebilir ya da kayırabilir. Bu çerçevede basın özgürlüğü, ekonomik öncelikler ve toplumsal kalkınmadan yana, yani ulusal çıkar adına kısıtlanabilir. Burada gazetecilerin haber ve bilgi almada özgür oldukları, ancak bunları yayınlama aşamasında sorumluluk sahibi olmaları gerektiği ifade edilmektedir. Ayrıca ulusal değerlerin gelişmesi için medya ulusal dil ve kültüre öncelikli yer vermelidir. Diğer gelişmekte olan ülkelerle ilgili haber ve bilgilerin benzer sorunlar ve çözüm yollarını yansıtmaları ve dayanışmanın sağlanması anlamında öncelikli olarak değerlendirilmesi gereklidir. Eş deyişle gelişmekte olan ülkelerin uluslararası politikada birbirlerine benzer kimlik ve çıkarlarının giderek daha faz-

la farkına varmaları, ortak bir tutum alma ve dayanışma anlayışını da beraberinde getirmektedir (Kaya, 1985; McQuail, 1994; Severin ve Tankard, 1994).

Bu bağlamda Gelişmeci Kuram, ülkelerin ulusal yapılanmaları içinde ekonomik gelişme ve sosyal değişim arzularına yönelik ortak temele işaret etmektedir. Bireysel özgürlüklerden çok, toplumsal hedefleri vurgulamakta; medyanın toplumsal gelişmedeki sorumluluğuna işaret edilmektedir. Özetle ifade edilecek olursa kuram, şu anlayışları içermektedir: (McQuail, 1994)

- Medya, milli politikayla aynı çizgide pozitif gelişme görevlerini kabul etmeli ve yerine getirmelidir.
- Medyanın özgürlüğü ekonomik önceliklere ve toplumun gelişme ihtiyaçlarına uygun olarak kısıtlanmaya açık olmalıdır.
- Medya içeriklerinde toplumsal kültüre ve dile öncelik verilmelidir.
- Gazeteciler ve diğer medya çalışanları bilgi toplama ve yaymada özgürlüğe olduğu kadar sorumluluklara da sahiptir.
- Gelişme hedefleri konusunda devlet medya operasyonlarına müdahale etme ve kısıtlama hakkında sahiptir.

SIRA SİZDE



Gelişmeci basın anlayışına göre ulusal çıkarlar adına medya içeriklerinin sansür edilmesi doğal karşılanabilir mi?

Alman sosyolog, siyaset bilimci ve Frankfurt Okulu'nun önemli son kuşak felsefecisi Jürgen Habermas hakkında daha geniş bilgiyi internet kaynaklarından edinebilirsiniz:
http://tr.wikipedia.org/wiki/J%C3%BCrgen_Habermas.

Katılımcı Demokratik Kuram: Katılımcı Demokratik Kuram, yönetime katılmayı ve yukarıdan aşağıya bir örgütlenme ve iletişim yerine yatay, aynı düzeyde ve eşitlikçi bir anlayışın yerleşmesi fikrine dayandırmaktadır. Bu çerçevede medya, “halkın siyasal katılımının aktif olmasını teşvik eder” bir konumda ifade edilmektedir. **Jürgen Habermas’ın** “kamusal alan” kavramından etkilenen kuram, genellikle postmodern toplumlarda görülmektedir.

Yine de McQuail (1994) kısmen medya kurumlarının yasa ve birleşme konularındaki eksikleri ve kısmen de bazı ilkeler diğer kuramlarda olduğu için Katılımcı Demokratik Kuram’ı formüle etmenin diğerlerinden daha zor olduğunu ifade etmektedir. Ona göre kuram olarak bağımsızlığı sorgulanabilir olmasına rağmen, ayrı bir kimliği hak eder, geçicidir ama egemen teorilere de meydan okumayı temsil eder. Katılımcı Demokratik Kuram’ın merkez noktası, siyasi toplumda aktif alıcının ihtiyaçları, ilgileri ve arzularına bağlıdır. Bu anlayışta hedef kitlenin yani gazete okuru, radyo dinleyicisi ya da televizyon izleyicisinin ihtiyaç, çıkar ve arzuları ön planda tutulur. Medyanın varlık nedeni olarak şirketler, gazeteciler ya da müşteriler değil; okuyucu, dinleyici ya da izleyiciler görülür. Tüm toplumsal kesimlerin, azınlıkların, alt kültürlerin, etnik veya dinsel grupların kendi medyasına sahip olabilmeye ve düşüncesini ifade edebilme hakkı esas alınır (Kaya, 1984).

Kuram tek tip, merkezileştirilmiş, yüksek değerli, profesyonelleştirilmiş, tarafsızlaştırılmış, devlet kontrolünde bir medyanın gerekliliğini reddeder. Çoğulculuğu, yerelliği, kurumsallaşmamayı, alıcı-verici rollerinin değişebilirliğini, toplumun bütün kesimlerinde iletişim bağlantılarının yatay oluşunu ve etkileşimi destekler. Özgürlükçülük, ütopyacılık, sosyalizm, eşitçilik, çevrecilik, yerelcilik gibi kuramsal öğelerin karışımını içerir. Kurama göre medya kurumları; kontrolcülerden çok kullanıcılar tarafından oluşturulan ifadeler, seçim ve katılım için fırsatlar önermeli, izleyicilerin kontrolü daha doğrudan olmalı ve sosyal yaşamla şu anda olduğundan daha iç içe olmalıdır. Bu nedenle kuram daha çok yeraltı basını, korsan radyo yayını, kablodan yayın yapan televizyon kanallarını, kırsal yerleşim alanlarındaki yerel medyayı, sokak ya da mahalle bildirilerini, politik posterleri içerir (McQuail, 1994).

Katılımcı Demokratik Kuram'ın temel ilkeleri şöyle sıralanabilir (McQuail, 1994):

- Tek tek vatandaşlar ve azınlık grupları medyaya geçiş (iletişim) hakkına ve kendi belirledikleri ihtiyaçlar doğrultusunda hizmet edilme hakkına sahiptir.
- Medyanın içeriği ve organizasyonu merkezileştirilmiş politika ya da hükümetin bürokratik kontrolüne tabi olmamalıdır.
- Medya öncelikle izleyici için var olmalıdır.
- Gruplar, organizasyonlar ve yerel toplumlar kendi yayınlarına sahip olmalıdır.
- Küçük çaplı etkileşim ve katılımcı medya formları geniş çaplı, tek yönlü ve profesyonelleştirilmiş medyadan daha iyidir.
- İletişim araçları ile ilgili belirli sosyal ihtiyaçlar ne bireysel tüketici talepleriyle, ne de devlet ve onun kurumlarınca yeterince açıklanabilir.
- İletişim, profesyonellere bırakılamayacak kadar önemlidir.

Örneğin Eskişehir’de yayımlanan gazetelerin teşvik edilmesi katılımcı demokratik anlayış çerçevesinde yorumlanabilir mi?



Altschull’un Sınıflandırması

J. Herbert Altschull, 1984 yılında yayımlanan *Agents of Power* (Güç Temsilcileri) adlı kitabında Soğuk Savaş yıllarında yazılan Basının Dört Kuramı’nın artık geçerli olmadığı görüşüyle medya sistemlerine yeni bir açıklama getirmiştir.

Basının Dört Kuramı’nın “bize karşı onlar” anlayışıyla oluşturulduğunu ve düşmanlık dönemini yansıttığını ileri süren Altschull, çatışma ortamından kaçınmak için “etiketleme ve çatışma dilinden” kaçınmak gerektiğini savunmuştur. Bağımsız bir medyanın mümkün olmadığını ve medyanın herhangi bir sistemde ekonomik, politik ve sosyal gücü elinde bulunduranların temsilcisi olacağı iddiasını ortaya atan Altschull, dönemin basın sistemlerine bakarak üç basın modeli tanımlaması yapmıştır. Bunlar şu şekilde sıralanabilir: Serbest Pazar (Kapitalist) Model, Marksist (Sosyalist) Model, İlerleme (veya daha az doğru olmakla birlikte gelişmekte olan ülkeler) Modeli.

Bu üç model genelinde ise Altschull, bazı sonuçlara vurguda bulunmuştur. Altschull, bütün basın sistemlerinde haber medyasının siyasi ve ekonomik gücün sahibi insanların temsilcisi olduğunu kaydeder. Ona göre medya içeriği daima masrafları karşılayanların çıkarlarına uygundur. Her üç model de özgür ifade inancına dayalıdır, ancak özgür ifadeye ilişkin tanımlamaları birbirinden farklıdır. Bütün basın sistemleri sosyal yani toplumsal sorumluluk öğretisini onaylar, insanların istek ve çıkarlarına hizmet ettiklerini ifade eder ve insanlara erişim olanakları sağlamada istekli olduklarını belirtir. Her üç modelde de diğer basın modelleri normalden sapmış olarak kabul edilir. Gazetecilik okulları topluma ideolojiler ve değer sistemleri ihraç eder ve kaçınılmaz olarak gücü elinde tutanların var olmasına ve medyayı kontrol etmelerine yardım eder. Son olarak ise Altschull, uygulamanın her zaman kuramdan farklı olduğuna işaret eder (Severin ve Tankard, 1994; Severin ve Tankard, 2001). Şimdi bu üç basın modeline ilişkin ayrıntılara alt başlıklar halinde değinelim.

Serbest Pazar (Kapitalist) Modeli: Serbest Pazar ya da Kapitalist Model’de gazeteciliğin amaçları gerçeği aramak, sosyal olarak sorumlu olmak, siyasi olmayan eğitici biçimde bilgi vermek, taraf tutmayarak insanlara hizmet etmek ve kapitalist öğretiyi desteklemek ve hükümeti gözetleyici şekilde hizmet etmek biçiminde sıralanmaktadır.

Bu anlayışta inanç kurallarının neler olduğu ise şöyle ifade edilmektedir: Basın, dışarıdan gelen etkilere kapalıdır, toplumun bilme hakkına hizmet eder, gerçeği arar ve gösterir, doğru ve tarafsız haber verir.

Serbest Pazar anlayışında özgür basın, gazetecilerin tüm dış kontrolden bağımsız olması anlamına gelir. Başka bir deyişle özgür basın, güç odaklarının kölesi değildir ve onlar tarafından yönlendirilmez. Özgür basın için ulusal bir basın politikası da gerekmez (Severin ve Tankard, 1994; Severin ve Tankard, 2001).

Marksist Model: Marksist Model gazeteciliğin amaçlarını şöyle tanımlar: Gerçeği araştırmak, insanları eğitmek ve siyasi anlamda tarafları açıklamak, sosyalist öğretiyeye destek isteyecek şekilde insanlara hizmet etmek, görüşlere şekil vermek ve davranışları değiştirmek. Dolayısıyla Serbest Pazar Modeli'nden farklı olarak basına; gerçeği araştırma, insanları eğitme, siyasi tarafları açıklama, sosyalist öğretiyeye destek sağlama, görüş ve davranışları şekillendirme gibi rollerin ya da işlevlerin yüklendiği belirtilmelidir.

Marksist anlayışın inanç kurallarına bakıldığında ise şunlar görülür: Basın, yanlış bilinç transfer eder ve işçileri sınıf bilinci yönünde eğitir. Basın, toplumun nesnel gereksinimlerini karşılar. Etkili değişime aracılık eder. Gerçekleri tarafsız olarak sunar. Dolayısıyla Serbest Pazar Modeli'nden farklı olarak işçi sınıfı vurgusunun altını çizmek, basına toplumun nesnel gereksinimlerini karşılama yükümlülüğü getirildiğini ve basının değişime aracılık eden bir araç olarak görüldüğünü belirtmek gerekir. Ancak her iki modelde de tarafsızlık unsuruna atıfta bulunulduğu da söylenilmelidir.

Basın özgürlüğü anlayışı açısından ise Marksist Model, özgür basının yalnızca zenginlerin değil, tüm insanların görüşlerine yer verdiğini savunur. Özgür basın karşıt baskı yapmak zorunluluğundadır. Özgür basının doğru şekli alabilmesi için ulusal bir basın politikası gereklidir. Dolayısıyla Serbest Pazar anlayışından farklı olarak basının özellikle baskı yapma ve ulusal basın politikası zorunluluklarının ifade edilmesi dikkat çekicidir (Severin ve Tankard, 1994; Severin ve Tankard, 2001).

İlerleme Modeli: Üçüncü model olan İlerleme Modeli'nde gazeteciliğin amaçları gerçeğe hizmet etmek, sosyal ya da toplumsal olarak sorumlu olmak, siyasi anlamda eğitmek, hükümetle işbirliği arayarak insanlara hizmet etmek, faydalı amaçlar için değişim ve barış aracı olarak hizmet etmek şeklinde sıralanmaktadır. Dolayısıyla diğer iki modelden farklı olarak sorumlu gazetecilik anlayışının ön plana çıkarıldığı, insanlara hizmet etmek ve barış aracı olmak gibi unsurlara önem verildiği söylenebilir.

İlerleme anlayışında basın birleştirici ve ayırıcı olmayan bir güç olarak tanımlanmaktadır. Basın faydalı sosyal değişim aracı olarak görülür. Aynı zamanda basın, bir sosyal adalet aracıdır. Okuyucu ile gazeteci arasındaki iki yollu bir değişim aracıdır. Dolayısıyla daha önce tanımlanan iki anlayıştan farklı olarak basına bir güç olarak bakıldığının, ancak birleştirici bir güç olma işlevinin yüklendiğinin, basının faydalı bir sosyal değişim ve adalet aracı olarak tanımlandığının altını çizmek gereklidir.

İlerleme anlayışına göre özgür basın gazeteciler için vicdan özgürlüğü demektir. Serbest Pazar anlayışında dış kontrolden bağımsızlık, Marksist anlayışta tüm insanların görüşlerine yer verilmesi anlayışları ön plandayken, İlerleme anlayışında basın özgürlüğü gazetecinin vicdanı ile tanımlanmıştır. İlerleme anlayışında "basın özgürlüğü ulusun yaşamından daha az önemli" denilerek bir sınırlılık da getirilmiş-

tir. Dolayısıyla basın özgürlüğünü yasal bir çerçeveye koruyabilmek için ulusal bir basın politikasının gerekli olduğu ifade edilmiştir. Yalnızca Serbest Pazar anlayışında böyle bir politikaya gerek olmadığı açık bir şekilde ifade edilmiştir (Severin ve Tankard, 1994; Severin ve Tankard, 2001).

Altschull'a göre medya içeriklerini kim belirler?



Sonuç olarak bu ünite “medya nasıl olmalıdır?” sorusuyla da ilişkilendirilebileceğimiz şekilde, dünyadaki farklı medya anlayışlarını sistematik bir şekilde değerlendirmeye çalıştık. Aslında birbirinden farklı yönleri bulunan bu anlayışların “dünya nasıl olmalıdır?” sorusuyla da doğrudan bağlantısı bulunmaktadır. Nasıl bir dünya, nasıl bir toplum ya da nasıl bir yaşam biçimi istediğimiz soruları, nasıl bir medya istediğimiz sorusuyla yakından ilişkilidir. Ünite işlenen konulara bakıldığında anlaşılacağı gibi dünya üzerinde geçmişten bugüne bu sorulara verilebilecek tek bir yanıt bulunmamaktadır. Zaman içinde ortaya çıkan farklı anlayışlar, neyin “iyi” ya da “kötü”, neyin “doğru” ya da “yanlış” olduğuna ilişkin farklı değerlendirmeler getirmiştir. Zamanla anlayışlar değişmiş, algılama biçimleri ve bakış açıları ortaya çıkan yeni koşullar çerçevesinde yeniden biçimlenmiştir. O halde medya anlayışlarının ileride yine zaman içinde yeni boyutlar kazanabileceği gözden uzak tutulmamalıdır.

Özet



Basının Dört Kuramı'nı betimlemek.

Basının Dört Kuramı Otoriter Kuram, Özgürlükçü Kuram, Toplumsal Sorumluluk Kuramı ve Sovyet-Totaliter Kuram şeklinde tanımlanmaktadır. Otoriter Kuram, medyanın her zaman yerleşik siyasi güce bağlı olması gerektiğini, medya sahipliği için “lisans” ya da “patent” alınması gerektiğini, özdenetim ve sansür uygulamalarının meşru olduğunu kabul eder. Özgürlükçü Kuram, düşüncelerin serbest pazarı öngörüsüne dayanır. Özel girişim ve serbest dolaşım ilkelerini savunur. Medyayı hükümeti kontrol ve denetlemenin üst düzey bir aracı olarak görür. Sansür uygulamalarına karşı çıkar. Çoksesliliği savunur. Toplumsal Sorumluluk Kuramı ise medyanın görevini yerine getirirken toplumsal sorumluluklarına atıfta bulunur ve kimi zaman “birilerinin” basına sorumluluklarını hatırlatması gerektiğini ifade eder. Medyanın meslek içi özdenetim mekanizmalarına vurguda bulunur. Sovyet-Totaliter Kuram ise sosyalist anlayışta medyanın işçi sınıfının kontrolünde olması gerektiğini savunur. Medya-yı sosyalleşmenin bir aracı olarak görür ve sansürü meşru kabul eder. Medyanın Marksist-Leninst prensiplere göre yayın yapmasını öngörür.



Medya sistemlerine yönelik belli başlı yeni yaklaşımları açıklamak.

Denis McQuail, değişen toplumsal, ekonomik ve siyasal ortama bağlı olarak Basının Dört Kuramı'na iki yeni kuramın eklenmesi gerektiğini “Altı Normatif Medya Kuramı” açıklamasıyla ifade etmiştir. Basının Dört Kuramı'na eklenen iki yeni kuramdan ilki Gelişmeci Kuram, ikincisi ise Katılımcı Demokratik Kuram'dır. Gelişmeci Kuram, gelişmekte olan ülkelerdeki kaynakların gelişmiş ülkelere farklı olduğunu ve bu nedenle medyanın ulusal politikaların kendisine yüklediği görevler doğrultusunda toplumsal gelişme ve kalkınma amacıyla kullanılabileceğini savunmaktadır. Katılımcı Demokratik Kuram ise halkın siyasi hayata aktif katılımını teşvik eden bir anlayışa sahiptir. Bu bağlamda her türlü alternatif yayıncılığı destekler. Altschull ise Güç Temsilcileri adlı eserinde Basının Dört Kuramı'nın artık geçerli olmadığı düşüncesinden hareketle üç yeni model önerir: Kapitalist Model, Marksist Model ve İlerleme Modeli.

Kendimizi Sınayalım

1. Dünyaca ünlü “Basının Dört Kuramı” adlı eser aşağıdakilerden hangisine aittir?

- Siebert, Peterson ve Schramm
- Denis McQuail
- J. Herbert Altschull
- Jürgen Habermas
- Milton, Locke ve Mill

2. Günümüzdeki anlamda ilk gazetelerin yayınlanmaya başladığı 16. ve 17. yüzyılda monarşi rejimlerinde dikkati çeken medya anlayışı aşağıdakilerden hangisidir?

- Serbest Pazar Kuramı
- Otoriter Kuram
- Liberal Kuram
- Sovyet-Totaliter Kuram
- Gelişmeci Kuram

3. Aşağıdaki basın anlayışlarından hangisinin temel amacı iktidardaki hükümetin politikalarını desteklemek ve devletin siyasetini geliştirmek, iletirmek ve ona hizmet etmektir?

- Otoriter Kuram
- Liberal Kuram
- Sovyet-Totaliter Kuram
- Toplumsal Sorumluluk Kuramı
- Demokratik Katılımcı Kuram

4. Rönesans ve reform hareketleri sonrasında Batı’da gelişen ve 17. yüzyılın sonu ve 18. yüzyıla damgasını vuran medya anlayışı aşağıdakilerden hangisidir?

- Serbest Pazar Kuramı
- Otoriter Kuram
- Liberal Kuram
- Sovyet-Totaliter Kuram
- Gelişmeci Kuram

5. Özgürlükçü (Liberal) medya anlayışıyla ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi **yanlıştır**?

- Yeni bir gazete yayımlayabilmek için herhangi bir yerden herhangi bir izin almaya gerek yoktur.
- Gazetecilik yapabilmek için herhangi bir yerden izin alma şartı bulunmaz.
- Özel yaşamın gizliliği adı altında herhangi bir şekilde basına kısıtlama getirilemez.
- Herhangi bir bilgiye ulaşmak isteyenlere bilgiye erişim özgürlüğü sağlanmalıdır.
- Basın aynı zamanda hükümeti kontrol etmenin de bir aracıdır.

6. Aşağıdakilerden hangisi Özgürlükçü (Liberal) medya anlayışına getirilen eleştirilerin önemli bir kısmını oluşturur?

- Medyanın temel amacının devletin ve milletin çıkarlarını korumak olması.
- Haberlerin magazinleşmeye başlaması.
- Halkın haber alma özgürlüğünün çeşitli biçimlerde kısıtlanması.
- Medya içeriklerinden zarar görenlerin cevap hakkı kullanamaması.
- Holdingleşmeye bağlı olarak medyada çoksesliliğin giderek daha az görülmesi.

7. Toplumsal Sorumluluk Kuramı ile ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi doğrudur?

- Medyanın en önemli sorumluluğu, eser sahibine karşı olan sorumluluğudur.
- Hiçbir nedenle parlamentoda medyayı kısıtlayıcı yasa yapılamaz.
- Medyada sansasyonel içeriğe hiçbir şekilde yer verilmemelidir.
- Basın Konseyi gibi meslek örgütleri mesleği düzenleyici standartları geliştirmelidir.
- Medyanın sahiplik yapısına kısıtlama getirilmeli ve medyada tekelleşme önlenmelidir.

8. Gelişmeci Kuram en çok hangi ülkelerde uygulanmaktadır?

- Gelişmekte olan ülkelerde
- Doğu bloğu ülkelerinde
- Sosyalist ülkelerde
- Liberal ülkelerde
- Kapitalist ülkelerde

9. Aşağıdakilerden hangisi katılımcı Demokratik Kurama bir örnek **değildir**?

- Korsan radyo yayını
- Sokak ya da mahalle bildirileri
- Politik posterler
- Kablolu TV
- Yaygın gazeteler

10. Altschull’un İlerleme Modeli’ne göre aşağıdakilerden hangisi gazeteciliğin amaçlarından biri **değildir**?

- Gerçeğe hizmet etmek
- Barış aracı olarak hizmet etmek
- Hükümetle işbirliği arayarak insanlara hizmet etmek
- Siyasi anlamda toplumu eğitmek
- İzleyicinin ihtiyaç ve isteklerine cevap vermek

Okuma Parçası

Türk Basını Hangi Kurama Uyar?

(....) “Basının Dört Kuramı” incelenip Türkiye’deki medya yapısı acaba bu kuramlardan hangisi ile açıklanabilir? Türkiye’deki yayınlar bu kuramlardan hangisine daha yakın durmaktadır? Hangisi ile daha yakından ilişkilendirilebilir? Bu sorulara tek bir yanıt vermek sanırım pek de kolay değildir.

Pek de kolay değildir; çünkü Basının Dört Kuramı’nda da savunulan kimi görüşlerin Türkiye’de yayımlanan gazete, radyo, televizyon ve dergilerde çeşitli biçimlerde dile getirildiğini ve de siyasal platformlarda seslendirildiğini duymuşuzdur. Bunlardan kimisi basının; devletin, hükümetin ya da iktidarın politikalarını destekleyen, ilerleten yayınlar “yaptığını”, “yapmadığını” ya da “yapması gerektiğini” ifade eder. Kimisi “halkın istediği türde yayın yaptığını” ya da “yapılması gerektiğini” savunur. “Halk ne istiyorsa onu yayımladığını” dile getirir. Kimisi ise basının hükümeti denetlemek ya da kontrol etmek için “bu şekilde” yayımlar yaptığını açıklamaya çalışır. Bu görüşe karşı çıkan kimisi de “basının sınırı aştığını” iddia eder. Suni gündem yarattığını, olayları çarpıttığını, manüple ettiğini, sansasyon aradığını söyler. Ama yine de “çok sesliliği” ve “basın özgürlüğünü” önemseddiğini belirtir. Öte yandan kimisi de basın ahlakından, medya etiğinden ya da kimi ilkelere, kurallardan söz eder. Basının “toplumsal sorumlulukları” olduğunu hatırlatır. “Toplumsal gerçeklere ayna tuttuğunu” söyler. “En önemli ilke kamu yarandır”, der. Hükümetin düzenleme kurullarının medyanı denetlemesine hoş bakar, makul görür. Kimisi de buna şiddetle karşı çıkar.

Bir diğer yandan da meslek içinde yaşanan tartışmalar, soru ve sorunlar devam eder. Örneğin sansür tartışması, yayın yasakları, gazetecilerin hapse atılması, fikir suçluları, medya içeriklerine yönelik doğru-yanlış, gerçek ya da uydurma haber iddiaları, reklam verenlerle ilişkiler, medya içeriklerine müdahale, medyanın yapısal sorunları, tekelleşme, kartelleşme, uluslararası haber ağı, medya çalışanlarının örgütsüzlükleri, sosyal güvenceden yoksunlukları, hakları ve özgürlükleri, sorunları, diğer yandan da uyulması beklenen ahlak kuralları, okur şikayetleri, gazetelerin satın alınmaması, okuyucunun gazetelere ve gazetecilere güven duymaması, lotarya, promosyon ve diğerleri...

Dolayısıyla bir tek basın kuramı ile Türkiye’deki medyanı açıklamaya kalkmak pek de kolay değildir. Bu nedenle belki de Türkiye’deki basın ya da medya, “beşinci kurama” aittir (....)

Bu anlamda bakıldığında da belki Türkiye’deki medya ortamının Gelişmeci Medya Kuramı’na diğerlerinden belki de daha yakın olduğu söylenebilmektedir. Ancak yine de “budur” denilememektedir. O nedenle sözün burasında belki de Altschull’a kulak vermek yerinde olacaktır. (....)

“Basın uygulamaları daima kuramdan farklıdır.”

Kaynak: Yüksel, E. (2005, 12 Aralık) Türk Basını Hangi Kurama Uyar? **Dördüncü Kuvvet Medya.**

Şu adreste erişilmiştir: <http://www.dorduncukuvvet-medya.com/dkm/article.php?sid=5488>.

Kendimizi Sınavalım Yanıt Anahtarı

1. a Yanıtınız yanlış ise “Basının Dört Kuramı” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
2. b Yanıtınız yanlış ise “Otoriter (Baskıcı) Kuram” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
3. a Yanıtınız yanlış ise “Otoriter (Baskıcı) Kuram” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
4. c Yanıtınız yanlış ise “Özgürlükçü (Liberal) Kuram” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
5. c Yanıtınız yanlış ise “Özgürlükçü (Liberal) Kuram” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
6. e Yanıtınız yanlış ise “Özgürlükçü (Liberal) Kuram” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
7. d Yanıtınız yanlış ise “Toplumsal (Sosyal) Sorumluluk Kuramı” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
8. a Yanıtınız yanlış ise “Gelişmeci Kuram” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
9. e Yanıtınız yanlış ise “Katılımcı demokratik Kuram” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
10. e Yanıtınız yanlış ise “Altschull’un Sınıflandırması” konusunu yeniden gözden geçiriniz.

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Dünyada en çok bilinen normatif basın kuramları “Basının Dört Kuramı” adlı eserde tanımlanan (Otoriter, Liberal, Toplumsal Sorumluluk ve Sovyet-Totatiler) açıklamalardır. Ancak bunlar dışında pek çok kaynakta daha başka açıklamalara da rastlanmaktadır. Örneğin McQuail medya sistemlerini altı kuram ile açıklamaktadır. Altschull ise üç model üzerinde durmaktadır. Ancak bunlar da medya sistemlerine yönelik sınıflandırmaların tümü değil yalnızca belli başlılarıdır.

Sıra Sizde 2

Evet, medya şirketleri devletin ya da hükümetin elinde olabileceği gibi özel şirketlerin sahipliğine de izin verilmektedir. Ancak buradaki şartın “ruhsat” ya da “lisans” koşuluna bağlı olduğu da unutulmamalıdır.

Sıra Sizde 3

“Düşüncelerin serbest pazarı” ifadesi; düşünce, anlatım, örgütlenme, toplantı hak ve özgürlüklerinin bir uzantısıdır. Liberal anlayış çerçevesinde bireyin dürüst olduğu kabul edilir; akla, gerçeğe, ilerlemeye ve halk iradesinin üstünlüğüne inanılır. Bu doğrultuda çoğunluk yoluyla gerçeğe ulaşılabilirdi varsayılır. Herkesin her istediğini söyleyebildiği ortamlarda yani düşüncelerin serbest pazarında iyi ile kötü, yararlı ile zararlı ya da gerçekte gerçek dışı birbirinden ayrılabilir. Dolayısıyla “düşüncelerin serbest pazarı” ifadesi düşünce ve ifade özgürlüğüne dayanarak çokseslilik ortamına karışılık gelir.

Sıra Sizde 4

Basın Konseyi’nin açıklamış olduğu Basın Meslek İlkeleri, Toplumsal Sorumluluk Kuramı’na uygundur. Çünkü kuramın temel ilkelerinden ikisi şunlardır: Temel görevler yerine getirilirken bilgi ve haber aktarımında gerçeklik, doğruluk, kesinlik, nesnellik ve dengelilik vazgeçilmez ilkeler olarak kabul edilmeli, bunları sağlayacak mesleki standartlar geliştirilmelidir. Medya bu görevleri kabul eder ve uygularken kanunlar ve yerleşmiş kurumlar çerçevesinde kendi kendini düzenleyici olmalıdır.

Sıra Sizde 5

Sovyet-Totaliter Kuram’da da medyanın topluma karşı görevlerini yerine getirirken, izleyenlerin ihtiyaç ve isteklerine cevap vermesini temel ilkeler arasında tanımlanmaktadır.

Sıra Sizde 6

Evet. Gelişmeci anlayışa göre, gelişmekte olan ülkelerdeki gazeteciler, modernleşmenin bir aracı olarak üst düzey bir rol üstlenebilirler. Aynı şekilde devlet de kalkınmayı sağlamak için medyayı yönlendirebilir ya da sınırlandırabilir. Doğrudan ya da dolaylı olarak medyayı denetleyebilir, sansür uygulayabilir, ekonomik yönden destekleyebilir ya da kayırabilir. Bu çerçevede basın özgürlüğü, ekonomik öncelikler ve toplumsal kalkınmadan yana, yani ulusal çıkar adına kısıtlanabilir.

Sıra Sizde 7

Elbette. Demokratik Katılımcı Kuram’a göre medya kurumları; kontrolcülerden çok, kullanıcılar tarafından oluşturulan ifadeler, seçim ve katılım için fırsatlar önermeli, izleyicilerin kontrolü daha doğrudan olmalı ve sosyal yaşamla şu anda olduğundan daha iç içe olmalıdır. Bu nedenle kuram daha çok yeraltı basını, korsan radyo yayını, kablodan yayın yapan televizyon kanallarını, kırsal yerleşim alanlarındaki yerel medyayı, sokak ya da mahalle bildirilerini, politik posterleri içerir. Yerel basın da bu çerçevede değerlendirilebilir.

Sıra Sizde 8

Altschull, bütün basın sistemlerinde haber medyasının siyasi ve ekonomik gücün sahibi insanların temsilcisi olduğunu kaydeder. Ona göre medya içeriği daima masrafları karşılayanların çıkarlarına uygundur.

Yararlanılan Kaynaklar

- ABD Hükümetinin Ana Hatları (Tarih Belirtilmemiş). **Amerikan Büyükelçiliği**. 12 Mart 2009 tarihinde şu adreste erişilmiştir: http://turkish.turkey.usembassy.gov/uploads/images/HMSetVeb1SAKXpGzkWdfHw/amerikan_hukumet_anahatlar.pdf
- Aydınlanma Çağı. (Tarih Belirtilmemiş). **Ansiklopedi Türkçebilgi**. 12 Mart 2009 tarihinde şu adreste erişilmiştir: http://ansiklopedi.turkcebilgi.com/Ayd%C4%B1nlanma_%C3%A7a%C4%9F%C4%B1.
- Aydınlanma Çağı. (Tarih Belirtilmemiş) **Wikipedi**. 12 Mart 2009 tarihinde şu adreste erişilmiştir: http://tr.wikipedia.org/wiki/Ayd%C4%B1nlanma_%C3%87a%C4%9F%C4%B1.
- McQuail, Denis. (Tarih Belirtilmemiş) **Media Research Hub**. 12 Mart 2009 tarihinde şu adreste erişilmiştir: http://mediaresearchhub.ssrc.org/denis-mcquail/person_view.
- Denis, McQuail. (Tarih Belirtilmemiş) **Wikipedi**. 12 Mart 2009 tarihinde şu adreste erişilmiştir: http://en.wikipedia.org/wiki/Denis_McQuail, [2009].
- İnuğur, M. N. (1999), **Basın ve Yayın Tarihi**, 4. Baskı. İstanbul: Der Yayınları.
- John Stuart, Mill. (Tarih Belirtilmemiş) **Wikipedi**. 12 Mart 2009 tarihinde şu adreste erişilmiştir: http://en.wikipedia.org/wiki/John_Stuart_Mill.
- John Stuart, Mill. (Tarih Belirtilmemiş) **Wikipedi**. 12 Mart 2009 tarihinde şu adreste erişilmiştir: http://tr.wikipedia.org/wiki/John_Stuart_Mill.
- John Stuart, Mill. (Tarih Belirtilmemiş) **Ansiklopedi Türkçebilgi**. 12 Mart 2009 tarihinde şu adreste erişilmiştir: http://ansiklopedi.turkcebilgi.com/John_Stuart_Mill.
- Jürgen, Habermas. (Tarih Belirtilmemiş) **Wikipedi**. 12 Mart 2009 tarihinde şu adreste erişilmiştir: http://tr.wikipedia.org/wiki/J%C3%BCrgen_Habermas.
- Kaya, A.R. (1985). **Kitle İletişim Sistemleri**. Ankara: Teori Yayınları.
- McQuail, D. (1994). **Kitle İletişim Kuramı (Giriş)**. Çeviren: A. Haluk Yüksel, Eskişehir: Kibele Sanat Merkezi.
- Severin, W.J. ve Tankard, J.W. (1994). **İletişim Kuramları: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımları**. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Severin, W.J. ve Tankard, J.W. (2001). **Communication Theories: Origins, Methods and Uses in the Mass Media**. Fifth Edition. New York: Longman.
- Siebert, F., Peterson, T. ve Schramm, W. (1956). **Four Theories of the Press**. Urbana: University of Illinois Press
- Topuz, H. (2003). **II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi**. İstanbul: Remzi Yayınevi.
- United States Bill of Rights. (Tarih Belirtilmemiş) **Wikipedi**. 17 Mart 2009 tarihinde şu adreste erişilmiştir: http://en.wikipedia.org/wiki/United_States_Bill_of_Rights.
- Yüksel, E. (2001). **Medyanın Gündem Belirleme Gücü**. Konya: Çizgi.
- Yüksel, E. (2005, 12 Aralık) Türk Basını Hangi Kurama Uyar? **Dördüncü Kuvvet Medya**. Şu adreste erişilmiştir: <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/dkm/article.php?sid=5488>.
- Yüksel, E. ve Gürcan, H.İ. (2005). **Haber Toplama ve Yazma**. Konya: Tablet.

HABERCİLİĞİN TEMEL KAVRAMLARI

3

Amaçlarımız

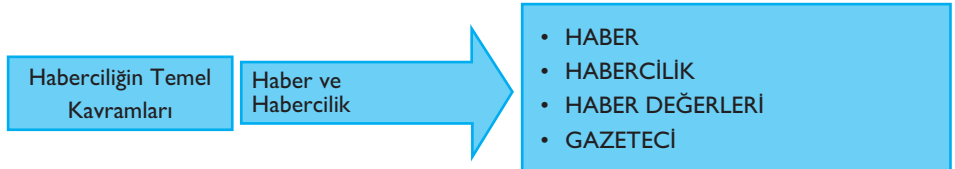
Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

- Haber kavramının çeşitli anlamlarını aktarabilecek,
- Haberin temel özelliklerini anlatabilecek,
- Haber değerinin neler olduğunu ifade edebilecek,
- Haber konularını açıklayabilecek bilgi ve becerileri kazanabileceksiniz.

Anahtar Kavramlar

- Haber
- Objektiflik
- Habercilik
- Nesnellik
- Haber Değerleri
- Doğruluk
- Haber Konuları
- Gazetecilik

İçindekiler



Haber ve Habercilik

HABER KAVRAMI

Haber, insanoğlunun yakın ve uzak çevresiyle iletişimde ilgisini çeken olayları öğrendiği bir olgudur, bir yazı biçimidir, bir ifade şeklidir. Bu bağlamda haberin, bir iletişim olgusu olarak açıklanması gereği bulunmaktadır.

Haber, Arapça kökenli bir sözcüktür. Haberin öztürkçe karşılığı “*salık*”, “*du-yuk*” gibi sözcükler önerilmiş, ancak toplum tarafından benimsenememiştir.

Haber; kişileri bilgilendiren, haberdar eden, eğiten, eğlendiren, sevindiren ya da üzen bilgilerdir.

Haber; bir olay, bir olgu üzerine edinilen bilgi, iletişim ve yayın organlarıyla verilen bilgidir.

Haber, insanların genelini ilgilendiren, belirli bir zamanda olan, bir fikri, olayı ya da sorunu aktaran yazıdır. Başka bir tanımlamayla haber; belli bir zamanda ve yerde gelişen olayları, merakı giderecek düzeyde ayrıntılı ve anlaşılır bir dille aktaran yazılardır.

Haber; bir olayla ilgili olarak zamanında verilen, toplumda çok sayıda kişiyi ilgilendiren ve etkileyen, anlaşılır bir dille anlatılan yazıdır. Habere konu olacak olayın; yeni, yakınlık, heyecan vericilik, alışılmadık, beklenmedik, hayret verici, çok önemli, ciddi ve ilginç unsurlarından bir ya da birkaçına sahip olması gerekir.

Habere yönelik yapılan ilk tanımlamalarda; “varolan herşey haberdır”, “haber, dün bilmediğimiz, ama bugün öğrendiğimiz şeylerdir”, “insanların hakkında konuşacakları şeylerdir”, “okuyucunun okumak, izleyicinin izlemek istediği ve ona ilginç gelen şeylerdir”, “bir olayın raporudur, özetidir”, “yarının tarihidir” gibi çeşitli öz tanımlamalar bulunmaktadır.

Haber, gerçek olmalıdır. Başka bir deyişle, ilk kez duyduğumuz dedikodular veya söylentiler, doğruluğu ispatlanana kadar habere dönüştürülemez.

Habere yönelik ilk tanımlamalardan üç tanesini belirtiniz.

Haberin amacı, gerçekleşen herhangi bir **olayın** kitlelere aktarılmasıdır. Buna göre haber “*olay*”ın betimlemesidir. Olay ise çeşitli olguların, belirli bir yer ve zaman içinde meydana gelmesidir. Olay, ortaya çıkan, oluşan durumdur. Olay, bir eylem olabildiği gibi bir söylem de olabilir. Ancak, olay (eylem ya da söylem ya da her ikisi), gözlemleyen varsa haber olmaya adaydır. Çünkü gözlemci tarafından



SIRA SİZDE

1

Olay: Ortaya çıkan, oluşan durum, ilgi çeken veya çekebilecek nitelikte olan her türlü iş, hadise, vaka.

aktarılması gerekmektedir. Gözlemleri, duyuları iletmek ise haber üretmektir. Bunu gerçekleştirenler ise muhabirler, gazetecilerdir. (Girgin; 1998: 13).

Haberin üç önemli özelliği bulunmaktadır:

- Zamanında verilmesi, sunulması
- Okur/izler kitlenin ilgisini çekmeli
- Anlaşılır dille sunulmalı.

Bilim insanlarına göre haber tanımları da çeşitlilikler göstermektedir: Walter Lipmann, haberin fonksiyonu olayları belirtmesidir. Gerçeklerin işlevi, saklanan gerçekler üzerine ışık tutmak, birbirleri arasında bağlantı kurmak, böylelikle olayların gerçek tablolarını oluşturmaktır. Lipmann, haberlerin sosyal konumunun bir yansıtıcısı olmadığını, fakat haberin içinde doğal olarak varolan gerçeklerin bir raporu olduğunu söyler ve “haberler bizlere, toplumun toprakta nasıl filizlendiğini değil, filizin ilk oluşumunu verir; toprağın altında kalanları anlatmaz”.

Thereu, haber dedikodu mu gerçek mi, yoksa iki arasında birşey mi, olduğunu tartışır.

Mungo ise, “Durum ve gerçekler birbirinden ayrılıklar gösterirler, durum bazen sıkıcıdır ve gerçekleri çarpıtır. Fakat gerçekler insan ifadesinin en başarılı biçimidir. Haberin toplanması hayat boyu süren, hatta bazen bir hayat süresini bile aşan bir süreçtir, çünkü haber toplama işi kuşaklar boyunca yapılan bir iştir. Haber, çoğu zaman zor şartlar altında toplanan, gerçekleri yansıtan bir süreçtir. Gazeteciler, bilim insanlarına ve düşünörlere oranla daha kısıtlı zamana sahip insanlardır.”

Eipstein, gerçeklerin kurulduğu temeller karşısında, gazeteciler kendi haber kaynaklarına göre nadiren gerçeklerin versiyonlarını rapor ederler. Haberler, insanlara zaman içinde insan etkinliklerinden seçtikleri fotoğrafları sunarlar. Bu fotoğraflar ise insanların bakış açılarını genişletmeye çabalar.



Erkan Yüksel ve Halil İbrahim Gürcan'ın Haber Toplama ve Yazma (Konya: Tablet Yayınevi, 2005) ya da Rıdvan Bülbül'ün Haberin Anatomisi ve Temel Yaklaşımlar (Ankara: Nobel Yayınevi, 2001) kitaplarından detaylı tanımlamaları öğrenebilirsiniz.

Gazetecilere göre haber tanımları ise daha sade ve olay tanımlamaları şeklindedir:

New York Sun gazetesinden John Bogart'ın 1880 yılında yaptığı tanımda; “Bir köpeğin bir insanı ısırması haber değildir, bir insanın bir köpeği ısırması haberdır” diyerek çok yaygın ve popüler şekilde kullanılan bir tanımlama yapmıştır.

New York Times gazetesinden Turner Cutledge; “Dün bilmediğimiz herşey haberdır.”

ABC'den David Brinkley'e göre haber ise; “Rastlanmayan, beklenmeyen her olaydır. Sükunet, sakin bir durum haber olamaz. Örneğin, bir uçakla havalanmak haber değildir. Eğer uçak bir yere çarparsa, düşürse o zaman haber olur.” (Yüksel ve Gürcan: 2005; 57)

Haberin Temel Özellikleri

Haberin temel özellikleri şunlardır:

- Haber günceldir. Haber, yeni olmuş veya tekrar oluşan olaylar hakkındadır.
- Haber sistematik değildir. Haber ayrı olay ve oluşumlarla ilgilenir. Haberin gösterdiği dünya, sadece ilişkisiz oluşumlardan ibarettir ki, yorumlamak haberin başlıca görevi değildir.

- Haber dayanıksızdır. Haber, sadece olayın kendisi geçerli olduğu sürece vardır, geçerliliğini kaybedince haber değerini yitirir.
- Haber olarak bildirilen olaylar, gerçek önemlerinden daha önemli olarak garip veya en azından beklenmeyen türden olmalıdır.
- Haber, olay meydana gelmeden verilebilir.

Haberin temel özellikleri nelerdir? Anlatınız.



SIRA SİZDE

Haberci olarak, her olaya, okuyucunun ilgisi açısından haber niteliği verdirmek basit bir iş değildir. İstanbul veya Ankara'ya göre haber değeri olan bir olay, Kars için, anlam taşımayabilir. Yaşlı bir vatandaş yakından ilgilendiren bir olay, genç bir kişi açısından anlamsız olabilir. Erkekler için son derece önemli bir olay, kadınlar bakımından sadece bir hiç olabilir. Fakir bir kimseyi çok ilgilendiren haber, zengin bir vatandaş için haber değeri taşımayabilir.

Başka deyişle, birisine göre önemli olan bir olay, haber anlamı taşımaktadır da, diğer bir okuyucu için üzerinde durulması gerekmeyen, alelâde bir olaydan başka birşey değildir. Haberi tarif etmekten çok, hissetmek önemlidir. Gazeteci için, bu hissediş ve koku alış, mesleğinin başarı unsurlarından birisini oluşturmaktadır.

HABER DEĞERLERİ

Herhangi bir eylemin ya da söylemin hedef kitlelere ulaştırılması için içermesi gerekli özelliklere “haber değerleri” denilmektedir. Çoğu söylem ve eylemler haber değeri bulunmadığı için hedef kitleye ulaştırılmamaktadır. Haber değerleri, gazetecilik yapan kitle iletişim araçlarındaki yetkililerin, eylem ya da söylemlerin seçimi, biçimlendirilmesi ve yayınlanması sırasında kullandıkları profesyonel kodlardır. Ayrıca haber değeri, muhabirden editöre gelen haberlerden hangilerinin haber yapılacağı konusundaki seçim ölçütleridir (Bülbül: 2001; 131).

Bir olayın haber olarak ele alınmasında, bazı özelliklere sahip olması gereklidir. Haberciliğin dayandığı bu seçim ölçütlerini tanımlayan haber değerleri şunlardan oluşmaktadır:

Zamanlılık

Zamanlılık haberin son olayları ve gelişmeleri içermesidir. Belli konularda, örneğin politika, ekonomi gibi sürekli takip edilen gelişmeler, haberin zamanlılık özelliği ile ilgilidir. Bir muhabir açısından “haberi bulmak”, “olay hakkında bilgiyi almak” ve “haberi yayına yetiştirmek” haberde zamanlılığı, çabukluğu anlatmaktadır. Bu üç biçimde tanımlanmaktadır: Yenilik, anılık ve geçerlilik. Haberin *yeniliği*, habere konu olan olayın yeniliğini, yeni bildirilmesini ifade eder. Örneğin, Friglerin yaşamlarıyla ilgili bir konunun, yapılan araştırmalarla bugün ortaya çıkartılması bir yeniliktir. *Anılık*; haberin ani oluşunu, yeni oluşunu ifade eder. Örneğin, Bakanlar Kurulu'nda alınan önemli bir kararın en kısa sürede izler kitleye aktarılmasıdır. *Geçerlilik*; haberde konu olan unsurların geçerlilikleri devam etmekte midir? Yoksa tamamlanmış ve geçerliliğini yitirmiş midir? Örneğin, çevre kurultayının yapıp bitmiş olması yanında, burada alınan kararlar, hedef kitle açısından önem taşımaktadır. Diğer deyişle, tamamlanmış bir toplantı geçerlilik içermemektedir, ancak alınan kararların halkla paylaşılması bunu geçerli kılmaktadır. Günümüzde haberin zamanlılığı yönünden yenilik ve anılık unsurları, radyo ve televizyon haberciliği için ön planda iken, gazetelerde geçerlilik unsuru ön plana çıkmaktadır.

SIRA SİZDE

3



Haber değeri olarak zamanlılık nedir?

Güncellik

Güncellik haberin zamansal yakınlığını ifade eder, eşdeyişle, haberin bugünkü yaşam koşulları, toplumsal ilgiler ve beğenilerle ilgili bulunmasıdır. Haberin yeni ya da güncel olması iki biçimde görülür:

- Eylem, ya da söylem yeni gerçekleşmiştir. Bu tür haberler genelde rutin ya da “kendiliğinden meydana gelen” (spontane) haberlerdir.
- Eylem ya da söylem eski olsa bile, yeni fark edilmiş ve yeni ortaya çıkarılmıştır ya da yeni gelişen bir olayla eski olay arasında bir ilişki söz konusudur. Diğer deyişle, “unutulmuş, ihmal görmüş bir bilgi” gün ışığına çıkarılmış, ona yenilik kazandırılmıştır.

Yakınlık

Yakınlık haberin “nerede” meydana geldiği ile ilişkili olan “yakınlık” ögesi, insanların doğalarından kaynaklanan bir özelliğe işaret etmektedir. İnsanlar doğaları gereği, yakın çevrelerinde olan olaylarla ilgilenir ve bunlara karşı merak duyarlar. Örneğin, Ankara’daki bir haberin Ağrı için önemi olmayabilir. Sokakta giderken önünüzde olan bir trafik kazasını ve bu kazada ölen/yaralanan kişinin haberini, ertesi günkü yerel gazetelerde ararsınız. Bu örneği başkalarına ve bir çevreye uygularsanız, yakınlık unsurunun haberin olabilmesindeki önemi ortaya çıkacaktır. Yakınlık unsuru bir haberin bünyesinde mevcut ise, o haber halkın dikkatini üzerine çekecek bir olayı anlatmaktadır.

SIRA SİZDE

4



Haber değeri olarak yakınlık nasıl tanımlanabilir?

Önemlilik

Haberleştirilecek olayın belirli bir öneminin olması gerekmektedir. Hatta bu önemlilik, haberin gazete sayfaları arasında ya da televizyon haberlerindeki sıralanışındaki yer alışı da etkilemektedir. Bir okur için son derece önemli olan bir haber, bir başkası için alelâde bir olaydan başka bir şey değildir. Bir gazeteci için önemli olan nokta, haberdeki önemliliğin herkes tarafından bilinmeyen taraflarını meydana çıkartmaktır. Örneğin, seçim sistemine ilişkin bir yasa tasarısının komisyonlardan geçerek meclise geldiğine yönelik haber yerine, bu yasa tasarısında geçen konuları, partiler, seçmenler ve getireceği değişimler yönünden ele alındığında daha fazla sayıda okuru ilgilendirecektir.

En önemli haber, gazetenin birinci sayfasında manşetten, radyo ve televizyonda da ilk haber olarak verilmektedir. Önemlilik unsuru, bir haberin toplumun büyük bir bölümünü etkileyip etkilemediği ve bu etkilenmenin sonuçlarının ne olacağı sorularının yanıtları ile yakından ilişkilidir.

Örneğin; bir ülkede devalüasyon yapılması ilginç değil, önemlidir. Bu çerçevede, devlet, parlamento ve hükümet işlerine ilişkin haberlerin ve toplumun duyarlılık gösterdiği sorunlar önemli sayılır. Ayrıca tanınmış ya da ünlü kişi ve kuruluşlarla ilgili haberlerin birçoğu da önemli sayılmaktadır. Bunun yanı sıra önemlilikte şu iki unsura da bakılmaktadır:

Olayın ölçüsü: Örneğin; bir trafik kazasının, çok sayıda ölü ve yaralıyla sonuçlanması gösterilebilir.

Olayın sonuçları: Örneğin; yeni çıkan bir yasanın halk üzerindeki olumlu ya da olumsuz etkileri ya da emekli yaşının yükseltilmesi gibi. Bir eylemin, söylemin ya da her ikisinin etkisinin yoğunluğu ve genişliğine bağlı olarak, konuyla ilgilenen hedef kitlelerin sayısal çokluğu, önemliliğin başlıca göstergesidir.

Haber değeri olarak önemlilik nasıl tanımlanabilir?



SIRA SİZDE

İlgi Düzeyi

Her olay, herkesi aynı oranda ilgilendirmez. Bir haber olayının kaç kişi için haber değeri taşıdığı ve dolayısıyla haber etkisi yarattığı, bir haberin önemliliğini etkiler. Hedef kitlenin bilgilenmesi için sunulan haberlerin bu hedef kitlede kaç kişiyi ilgilendirdiği ve etkilediği, haber değerliliğinin *etkili ilgililik* kuralıdır. Haberde yer alan kişilerin, insani unsurlar bağlamında, habere etkisi büyüktür. Burada konu, olay küçük, yarattığı etki büyük olabilir. Örneğin, bir kuyumcudan 1 bilezik hırsızlığı fazla ilgi çekmeyebilir. Ancak bu bileziği ünlü bir sinema sanatçısının çalmaya teşebbüs etmesi büyük bir okuyucu kitlesinin ilgisini çekebilir. Burada hem insani ilginin kişilik tarafı, hem de mevcut zıtlıkların insanları daha fazla ilgilendirmesi sonucu görülebilir.

İlginçlik

Haberin konusunun bir ilginçliği bulunmalıdır. Haberin okunurluğunu artıran ilginçlik özelliğini, haberin diğer unsurları ile bağdaştırmak mümkündür. Örneğin, bir balıkçının yaralı bir yunus balığını kurtarıp iyileştirmesi ve yunusun bu balıkçıdan ayrılmaması ilginç bir olay olabilir.

Nadirlik

Haberin konusunun sıradan olmaması gerekmektedir. Sıradan şeylerin öneminin düşeceği ve ilginçliğinin azalacağı da açıktır. İnsanlar nadir olan eşyaya ve olaylara daha fazla önem verirler ve bununla ilgili haberler daha fazla ilgilerini çeker. Örneğin, 7'nci kattan düşen birisinin yoldan geçen kamyonun tentesine düşüp kurtulması nadir rastlanan bir olaydır.

Heyecanlılık

Haberin insanların heyecanlarını yakalaması, insanların sevinç, mutluluk, korku ve üzüntü gibi duygularının değerlendirilmesi anlamına gelmektedir. Örneğin, sevdiğimiz bir sanatçının kentimize bir konser için geleceği haberi ya da bir yakınımızın köyünün karantinaya alındığı haberi gibi coşkulu ya da korkulu anları kapsamaktadır.

Orijinallik ve Gariplik

Habere konu olan olayın orijinal olması, haber değerini artıracak ve okurun daha fazla dikkatini çekecektir. Ayrıca haber, *garipliği* oranında değerli bir haber olacaktır. Garip olan her şey haber değeri taşır. İnsanlar genellikle garip şeylere daha fazla düşkündürler ve çevrelerindeki garip olayları okumaktan zevk alırlar. Örneğin, Mersin'in bir köyünde piton yılanı öldürüldüğüne dair bir haber, orijinal ve garip bir haberdir. Bununla birlikte haberler çoğunlukla kötü kişilerden ve kötülüklerden bahsetmektedir. Kötü içerikli olaylardan daha garip, orijinal ve ilgi çekici haber yapmak mümkündür. Ancak burada medya etiği çerçevesinde davranmak gerekecektir.

Burada sıralananlardan başka: sonuç, anlaşmazlık, kuşku, duygulara yönelme, habere değer katan diğer değerlerdir.

SIRA SİZDE



6

Haber değerlerini sıralayınız.

Haber Değerlendirme İlkeleri

Haberin objektifliği, nesnelliği, yanlılığı ya da taşıdığı sorumluluk gibi somut olmayan kurallar haber değerlendirme ilkelerindendir.

Muhabir ya da editör, kendi istek, dünya ve siyasi görüşü, medya kuruluşunun beklenti ve yayın politikası gibi nedenlerle haber değerlendirmesinde bir kısım isteklerini ön planda tutabilmektedir. Haber değerlendirme, yayın organında kullanılacak haberlerin seçiminden haberlerin kurgulanmasına (editör tarafından yeniden yazılmasına), haberlerin hangi sırada ya da sayfada verileceğinden nasıl verileceğine kadar değişik boyutlarda ele alınabilir.

Haber, yüzde yüz objektif değildir, çünkü muhabir, bir haberle ilgili bilgileri ve görgü şahitleriyle bir süre birlikte olmakta ve onların anlatımlarına inanmak, güvenmek mecburiyetinde kalmaktadır. Oysa haber kaynağının muhabire, yanlış bilgi aktarması ya da vermesi, bazı detayları atlayarak olayı aktarması söz konusudur. Durum böyle olunca, haberlerin ne kadar gerçeği yansıttığı bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır.

Muhabir bir olaya, kendi bakış açısıyla bakar ve çalıştığı medya kuruluşunun yayın politikası doğrultusunda habere bakışına bir yön verir. Bu durum da muhabirin ya da onun haberini yeniden biçimlendiren, kurgulayan editörün ne kadar objektif, yansız ve nesnel olduğu sorusunu ortaya çıkarmaktadır.

Muhabir, bir habere ilişkin gördüklerini aynen okurlarına aktarmak mecburiyetindedir. Ancak bu sürece editör müdahale ederek, haberin öz ve içeriğini değiştirebilmekte ve dolayısıyla olayın muhabir gözüyle değil de, olayı görmemiş veya görenlerle konuşmamış bir kişinin masa başında biçim vermesiyle haber haline getirilmesi gündeme gelmektedir. Bu da haberin objektif aktarılmasında etik sorunlara yol açabilmektedir. (Yüksel ve Gürkan: 2005; 60)

Medya kuruluşları haberi üç değişik açıdan değerlendirmektedirler:

Ciddi yaklaşım: Kimi yayın organlarının habere ciddi bir açıdan yaklaşarak okur/izler kitlelerine dünyada, yurttta, bölgede olup bitenlere ilişkin gerçekçi, doğru ve ayrıntılı bilgi vermektedir. Bu daha çok fikir gazeteciliği yapan yayın organları tarafından tercih edilen bir yaklaşım olmaktadır.

Renkli haber yaklaşımı: Kimi yayın organları habere, magazin haberciliğine yöneldiklerinden, habere eğlendirici yönü ön plana çıkartarak, diğer deyişle renkli bir biçimde sunmaktadırlar. Haberi genelde öyküleştiren sunan magazin haberciliğinde bol ve renkli görsel malzeme kullanılmaktadır. Başlıklarda da heyecanı artırmayı amaçlayan bir kelime seçimi söz konusudur. Bu yaklaşım popüler ve magazin gazeteciliği tercih eden yayın organlarınca kullanılmaktadır.

Karma yaklaşım: Kimi yayın organları ise iki yaklaşımı karma olarak tercih ederek fikir ve magazin haber sunum yaklaşımını birlikte kullanmaktadır. Bu tür, **anaakım medya** olarak tanımlanan ve her görüşteki okur/izler kitleye hitap eden yayın organları tarafından tercih edilmektedir.

Anaakım medya: Herkes tarafından tanınan, yaygın düzeyde yayın yapan, kitlesel okuru/izleyicisi olan medya.

SIRA SİZDE



7

Haberde tam bir objektiflikten bahsedilebilir mi?

Haber Konuları

Haber yazılarında inandırıcılık, belgelere dayanma, olayı tüm boyutlarıyla aktarma, yansız davranma, okuyucunun farklı yorumlamasına imkân vermeyecek şekilde, açık ve anlaşılır bir dil ve üslûpla aktarılması gibi unsurlar haber yazıları için çok önemlidir.

İnsanın bulunduğu her yerde, haber niteliğini taşıyabilecek “olay”lar vardır. Gerilim, karışıklık, çatışma, yakınlık, benzerlik, üstünlük, seçkinlik, doğum, değişme, gelişme, başarısızlık, felaket, afet, seks, ölüm gibi... Yaşamın her aşamasındaki gelişmeler, haberlere kaynaklık eder. Bu bağlamda, her olay haber midir? Herhangi bir olayın, haber sayılması için, ne gibi özelliklere sahip olması gereklidir?

Haberler konularına göre 9 sınıfa ayrılırlar ve bu sınıflardan birine uydukları takdirde daha fazla ilgi toplarlar:

Mücadele, çatışma: İnsanların kavgaya yönelik olan ilkel eğilimleri nedeniyle, çatışma haberleri ilgi çekmektedir. Modern hayattaki birçok hareket esas itibarıyla birer mücadeleden oluşmaktadır. İş hayatındaki rekabetler, spordaki mücadeleler, politika hayatındaki didişmeler, bütün bunlar çarpışmak ve kazanmak hedefini güden mücadele esasına dayanır. Grev ve lokavtlar, sermaye-işçi mücadelesidir. Ticaretteki monopoller, karteller de mücadele ruhuna sahiptir. Siyasi kampanyalarda birçok kimsenin ilgisi parti programlarına değil, partiler arası söz atışmalarına ve hangi partinin ya da hangi adayın kazanacağı noktasında toplanır. Futbol, boks, atletizm gibi sporlar hep bu mücadele esastan doğduklarından ilgi toplamaktadır.

İşte bütün bu mücadelelerde, rekabetlerde okuyucu çoğu zaman bir tarafı tutar, o tarafla ilgilenir. Onun her şeyini bilmek ister ve ne şekilde olursa olsun bir mücadeleyi bildiren haber, okur için iyi bir haberdur. Herhangi bir toplantıda önemsiz bir konuda oluşan tartışmada fikirler arasındaki fark, olaylardaki mücadele unsurunun öneminin farkında olan muhabir tarafından kolaylıkla ilgi çekici bir habere dönüştürülebilir.

Çatışma, haberde nasıl ilgi çekici olabilir?



SIRA SİZDE

8

Duygusal olaylar: Duygusal olaylar, aşk hikâyeleri ve bunun sonucunda ortaya çıkan olumsuz bir durum, bir romanda nasıl dikkate alınıyorsa, gerçek hayatta da genç, ihtiyar herkesin ilgisini çekecek birer kaynaktır. Nişanlanmalar, evlenmeler, özellikle tanınmış kişiler arasındaki yapılrısa daha fazla ilgi çekicidir. Bu tür duygusal olayların bir olumsuzluğa doğru yönelmesi veya sonucunda kötü bir olay ortaya çıkması, haber olabilme olasılığını artırmaktadır. Bir romandaki gibi gerçek hayatta da bir aşk hikâyesi, her zaman geniş bir kitlede sempati ve ilgi yaratır. Aşk olayında, ebeveynlerin itirazları, fakirlik gibi engellerin bulunması, olaya mücadele unsuru katmakta ve bunlara ilişkin haberler daha fazla ilgi çekmektedir. Ancak boşanma, aldatma, taciz veya tecavüze yönelik haberlerde muhabirin çok dikkatli olması ve etik ilkelere uyması gerekmektedir. Hukuki süreci başlamamış ve yalnızca dedikodu olarak duyulan bu tür bilgilerden haber yapmamak gerekmektedir. Duygusal olaylar sınıfına girecek haberleri, masum insanları rencide etmeden, onları aşağılamadan, kişi-toplum arasında çatışma yaratmadan, kişilerin huzurlarını bozmadan vermek gereği bulunmaktadır.

Duygusal olayların haber konusu olabilmesi nasıldır?



SIRA SİZDE

9

Gizem: Haber okuyan ya da izleyen pek çok kişinin ilgisini polis haberleri ve gizem taşıyan haberler çekmektedir. Muhabir, bir olay hakkında, olayın oluşumu ya da olay yerindeki bir detaydan yola çıkarak, aşırıya kaçmadan gizem katması, habere olan ilgiyi artıracaktır. Örneğin, bir evdeki patlamada ölen adama ait, bulunan bir defterde yazan bazı ifadelerin haberde yer alması, habere gizem katabilir ve ilgiyi artırabilir. Gizemli haberler, alışılmışın dışındaki olaylarda da uygulanabilir. Örneğin, iki başlı bir kurbağa ile ilgili bir haber, uzayın derinliklerine ilişkin tespit edilmiş bir bilgi gibi.

Macera: Gezi notları, seyahat izlenimleri, yeni keşifler, birçok okuyucu/izler kitle tarafından ilgiyle izlenebilmektedir. Birçok insan macera ve seyahate düşkündür. İnsanların denizaltı ile buzların altından geçmesi, Himayalara tırmanmak, küçük bir tekne ile okyanusu geçmeye çalışmak gibi olayların haberleri her zaman ilgiyle karşılanır. İnsanoğlunun doğa tarafından önüne çıkarılan engelleri aşmak için sarf ettiği çabalar da bu maceralara özel bir cazibe katmaktadır.

Olağanüstülük: Her gün olan sıradan olaylar dışında olan sıra dışı olaylar, dikkat çeker ve ilgi uyandırır. Çünkü bu sayede insan, günlük alelâde hayatının dışına çıkmış olur. Hayatın tekdüze olduğu bir durumda, genel dikkati çekecek olağanüstü bir haber, çok sayıda kişinin ilgisini çeker. Bu yüzden Amerikalı gazetecinin olağanüstü bir haber konusu olarak söylediği; “bir köpek bir insanı ısırması zaman haber değildir, fakat bir insan bir köpeği ısırırsa bu haberdır.”

İnsanlar, kanunlara, geleneklere, törelere uygun bir şekilde yaşadıkları zaman alelâdelik sınırları dışına çıkmış olmazlar. Ancak, kanuna, ahlâka veya geleneklere aykırı bir şeyler yaptıkları zaman, yapılan hareketleri az ya da çok ilgi çekmeye başlar. Örneğin, binlerce banka memuru içinden birisinin hırsızlık yapması ya da izin verilmeyen bir meydanda miting yapma konusundaki çabalar haber konusu oluşturur. İşte bu nedenle kanunlara karşı yapılan eylemler, hareketlerin haber olması ve ilgi çekmesi, alelâdelik dışına çıkmakla oluşur.

Kazalar, felaketler de hayatın doğal seyrini bozduklarından dolayı haberdır. Bir trendeki yüzlerce yolcu içinden birisinin trenden düşmesi haber konusudur. Bir dere kenarındaki onlarca evin bulunması değil de, bunlardan bir kısmının bir selde yıkılması, o evleri haber konusu haline getirir. Trafik kazalarının son zamanlardaki çokluğu, bunlara karşı ilgiyi azaltmıştır. Bu tür kaza haberleri, çok sayıda ölüm neden olursa, habere ilgi toplayabilmektedir.

Bir gazeteci, her olayda normalin dışında olan bir taraf bulup, bunu işleyerek habere dikkat çekebilir. Ancak bunu yaparken bazı ufak tefek önemsiz noktalara fazla değer vermekten ve ön plana çıkarmaktan kaçınmalıdır.

İnsanlıkla ilgili konular: Olaylardaki insanlar, daima okuyucuyu ilgilendirir. Bunun için haberlerde mutlaka insan unsuru bulunmalı, kişilere yer vermeli ki, okuyucu bunlarla ilgilensin ve kendini onların yerine koyabilsin. Örneğin okuyucu için, yeni bir serumla insan hayatının nasıl kurtarıldığı serumun tıbbi değerinden ya da kutuplara giden kişilerin dondurucu soğukta çektikleri zorluklar kutba ilişkin bir bilgidir daha fazla önem taşımaktadır. Grevcilerin çektikleri zorluklar, greve neden olan koşullardan daha fazla ilgi yaratır. Ancak gazeteci, grevcilerin zorluklarını anlatırken grevin nedenlerini açıklamalı ki, okuyucu greve neden ekonomik olaylar hakkında bilgi sahibi olabilsin. Haberde önce insani ilgi uyandırma, sonra da olayın açıklamasına geçilmelidir.

Çocuk: Toplumda kadın ve erkeklerin hayatına ne kadar ilgi gösterilirse gösterilsin, çocuklara olan ilgi daima daha fazladır. Çocuklara yönelik haberler de daima ilgi uyandırır. Fakat haberde çocukların kişilikleri ve ailelerine zarar verici ifadelerden kaçınılmalıdır. Örneğin, hırsızlık yapan bir çocuğun ismi ve fotoğrafının haberde belirtilmesi, bu çocuğun psikolojik sorun yaşamasına ve toplumla kaynaşmasında sorunlar yaratacaktır. Ayrıca küçük çocuklara, “küçük hırsız”, “küçük eşkıya” gibi isim takmak da son derece sakıncalıdır, çünkü bu tür ifadeler ya da fotoğraflar, onları, kendilerinin ve bir kısım okuyucunun gözünde bir çeşit kahraman yapabilir.

Hayvanlar: Hayvanlara ait haber de halk arasında ilgi çeker. Örneğin, bir yangın sırasında ya da depremden hemen önce, ev halkını uyandıran bir köpek, güzel bir haber konusu olur. Başka bir örnek olarak, bomba ya da uyuşturucu eğitimi almış polis köpekleriyle ilgili haberler de ilgi çekmektedir. Hayvanlar hakkında haber yazarken de aşırılığa kaçmamalıdır. Okuyucu bu aşırılığı hissettiği an habere ve dolayısıyla medyaya olan güveni sarsılacaktır.

Eğlenceler: Sporda oyunculara büyük ilgi duyulmaktadır. Bunlar hakkında güzel haber konuları çıkarılabilir. Ayrıca tiyatro ve sinema oyuncularının hayatları, oyunları hakkında yazılar ilgi çekebilmektedir. Turizm, deniz sporları, hobi uğraşları ile ilgili konulardaki haberlerin de okuyucuları bulunmaktadır.

Okuyucunun Habere İlgi Derecesi

Okuyucu, medyada yer alan haberlere, farklı biçimlerde ilgi göstermekte haberde kendisiyle özdeş bazı unsurlar aramaktadır. Bunlar:

Okuyucunun olaya alışkanlığı, yakınlığı: Okuyucu, olayın geçtiği yeri, olaydaki kişileri tanırsa ilgisi artar. Olay ve kahramanları insana ne kadar yakınsa onu daha çok ilgilendirir. Örneğin, kentindeki sevdiği yerel bir sanatçının ölümü, Çin'deki bir kazada ölen 20 kişiden daha fazla onu ilgilendirir.

Olayın önemi: Olay ne kadar önemliyse, ilgi de o oranda artar. Yine, olaydaki kişiler ne kadar önemli, tanınmış ise ilgi de daha fazla olur.

Olayın, okuyucunun hayatıyla, işleriyle olan benzerliği: İnsanların kendi işlerini, evlerini, sosyal yaşamlarını ilgilendiren haberler vardır. Bunlarla ilgili bütün haberler okuyucuların dikkatini çeker. Örneğin, borsacılar, tüccarlar, sanayiciler ekonomi haberlerini daha fazla okurken, yiyecek ürünlerindeki fiyat değişikliği bu kesimleri ilgilendirdiği gibi ev kadınlarını da çok ilgilendirmektedir. Kadınlar, ev ve çocukla ilgili haberlere daha fazla ilgi duyarlar. Ayrıca kadınlar için, gıda ürünlerindeki fiyat değişikliği, okul şartları, çocuk sağlığı ile ilgili haberler de ilgi alanlarındadır. Erkek ve kadınların çoğu siyasi haberleri kendi işleri ya da evlerinin ilgisi bulunmadığını düşündüklerinden, bu tür haberleri okumazlar. Oysaki demokratik toplumda herkesin siyaseti biraz bilmesi gereklidir. Burada önemli olan; gazetecinin siyasi olayları, okuyucunun ilgisini çekecek tarzda sunmasıdır. Okuyucu siyasi haberlerle kendi işi arasında bir ilişki kurabilmelidir ki, bu sayede habere ilgi duyabilsin.

Haberin iyi ve anlaşılır şekilde yazılmış olması: Olayın tüm unsurlarının eksiksiz biçimde bir haberde işlenmesi için temel gazetecilik kuralı, 5N1K denilen kuralın uygulanmasıdır. 5N1K'in karşılığı olan; ne, nerede, ne zaman, nasıl, neden ve kim sorularının yanıtlarının verileceği bir haber metni, okuyucunun zihninde herhangi bir soru işareti bırakmadan tam olarak anlaşılabilir. Bir haberin nasıl olacağına ilişkin şu nitelikler sıralabilir:

- Açık olmalıdır. Anlaşılır bir üslup ve dille yazılmalıdır.
- Sade olmalıdır. Yalın bir teknikle yazılmalıdır.
- Doğru olmalıdır. Doğru bilgilere dayandırılarak yazılmalıdır.
- Kesin ifadeler içermelidir. Kuşku, olasılık, tereddüt içermemelidir.
- Habercilik kurallarına uygun olmalıdır.

K İ T A P



Başkut, Cevat Fehmi. (1967). Gazetecilik Dersleri. (İstanbul: İstanbul Üniversitesi Gazetecilik Enstitüsü Yayınları No: 8).

Haberde Doğruluk

Haberde hatalara düşülmemesi için haberin doğruluğundan kuşku duyulmasının önlenmesi gerekir. Haberın doğru olması, haberde verilen bilgilerin doğru olması anlamına gelir.

Habercinin temel amacı, *doğru bilgi vermektir*. Yalan ya da yanlış, gerçek dışı bilgi, dedikodu ya da fısıltıya dayalı bilgi haberde yer almamalıdır. Haberın doğruluğu, toplanan bilgi ve belgelerin doğruluğu anlamına gelmektedir.

Habercilik hızlı bir uğraş olduğundan kimi zaman özellikle tecrübesiz muhabirlerin elde ettikleri bilgilerin kontrolünü gerçekleştirmeden haberi yazdıkları ve **haber atlatma** adına bunların yayınlandığı görülmektedir. Ancak gazetecilik sorumluluğu, hiçbir durumda, doğruluğu konusunda kuşkular bulunan bilgi ve belgele-
rin yayınlanmamasını gerektirir. Kasıtlı ya da kasıtsız olarak haber kaynağından elde edilen bilginin hatalı olup olmadığı muhabir tarafından denetlenmelidir. Haberdeki bilgilerin doğruluğunun araştırılması ve en az iki farklı kaynaktan kontrolü habercinin en önemli sorumluluğudur.

Bir başka durum da haber kaynağının kasıtlı olarak *biç bilgi vermemesidir*. Bunun başka bir türü de *eksik bilgi verme* biçiminde ortaya çıkabilir. Bu durumda da haber kaynağı olayın bazı unsurlarının gizli kalmasını bilinçli olarak istemekte ve muhabiri yönlendirmeye çalışmaktadır. Haberci bu durumda da dikkatli davranmalı ve haberinin doğruluğundan emin olmalıdır.

Haber atlatma: Muhabirin, başka muhabirlerden önce bir haber elde ederek yayın organında yayımlatması.

SIRA SİZDE



11

Haberde doğruluk ile ne anlatılmaktadır?

Bilgilerin doğruluğunun kontrol edilmesi bilgilerin elde edilmesi kadar önemli bir aşamadır. Haber kaynağı *“ne”* ya da *“kim”* olursa olsun elde edilen bilgilerin doğruluğu mutlaka kontrol edilmelidir.

Özellikle yargılama içeren ya da cevap hakkı doğurabileceği düşünülen haberlerde kontrol bir kat daha önemlidir. Unutulmalıdır ki, doğru haberin olduğu kadar yanlış haberin sorumluluğu da haberciye aittir.

Haber kaynağından elde edilen bilgilerin doğruluğunun kanıtlanmasının ilk koşulu aynı konuda *diğer haber kaynak ya da kaynaklarına eşdeyişle ikincil kaynaklara* başvurulmasıdır.

Haber kaynağından elde edilen bilgilerin başka bir kaynak ya da kaynaklar tarafından da doğrulanması, bilginin gerçekliğinin kontrol edilmesinin en önemli yoludur. Tek kaynağa dayanılarak yazılan haberler genellikle riskli olarak nitelendirilmektedir. Bunun için her zaman ikincil kaynaklara ihtiyaç duyulmaktadır.

Eğer elde edilen bilgiye yönelik ikincil kaynaklardan eleştiri ya da karşıt görüşler gelmiş ise, bu durumda haber içeriğinde bu görüşlere yer verilerek haberde *denge unsurunun* sağlanması öngörülür.

Haberin doğruluğunda bir başka temel kural ise, haberde *netlik* unsurudur. Bu da bilgi ya da görüşlerin kaynağının belirtilmesi ve şüphelerin ortadan kaldırılması anlamına gelmektedir.

Haberde doğruluğu sağlayan unsurlar nelerdir?



Haberde Gerçeklik

Haber içeriklerinin görünen gerçeğe uygunluğunu ifade etmektedir. Haberin gerçekliğe uygunluğunun anlamı görünürde gerçekliğin kabulü ile başlar. Habercinin görevi olayları araştırıp maddi gerçeği bulup çıkartmak değil, görünürdeki gerçekliğe uygun haber üretmesidir. Basın hukuku literatüründe de tanımlandığı gibi haber verme hakkının gerçek unsuru, haberci tarafından olayın kamuoyuna o günkü duruma ve iddialara uygun olarak duyurulması anlamına gelmektedir. Bu durumda görünürde gerçekliğe uygun haber, gerçek haber sayılmaktadır. Haber yazım tekniğinin ve haberciliğin temel ilke ve kurallarına uygun yazılmış, haber kaynağı gerçek olan ve görünür gerçekliği tanımlayan haberler gerçeğe uygun haberlerdir.

Örneğin bir kişinin herhangi bir suçtan dolayı karakola davet edilmiş bulunması ve ifadesinin alınması bir haber konusu olabilir. Bu olayı duyuran bir yayın, ilgilinin suçlandığı eylemleri yapmamış olması halinde bile görünürde gerçekliği sunmuştur ve ilgiliye Basın Kanunu'na göre düzeltme ve cevap hakkı vermez. Ancak haber içeriğinde “zanlının ifadesi alındı” yerine, “fail yakalandı” gibi amacı aşan ve gerçeği yansıtmayan bir ifadeye yer verilirse durum farklılaşır ve düzeltme ve cevap isteği haklı görülür.

Dolayısı ile gerçeklik anlamındaki ölçüt, haberin kamuoyuna ilk yansıtıldığı andaki mevcut duruma ve iddialara uygun olmasıdır.

Ancak bir anlamda “gerçek avcısı” olan habercinin de yazdığı haberlerde, haber kaynaklarını mutlaka belirtmesi ve haber kaynağının verdiği gerçek dışı bilgileri de yine en kısa sürede düzeltmesi doğru olacaktır. Haber kaynağı belirtilmeden yazılan her gerçek dışı bilgi, habercilik mesleğinin inandırıcılığını ve güvenilirliği derinden zedeleyecektir. Bu anlamda yalnızca gerçeğin peşinde koşan haberci, yanılgıyı kabul edip tüm gerçeği kamuoyuna sunma sorumluluğundan vazgeçmemelidir.

Haberde Objektiflik

Haberin objektifliği ya da nesnelliği kavramı, haberin yansızlığını ifade eder. Objektiflik; haber olayını bireysel etkilerden uzak, doğruyu, yansız bir düzenleme ile olduğu gibi vermek ve gerçeklerden ayrılmamaktır. Nesnelliğin temelinde haberi doğru bir biçimde vermek vardır. Haberlerde, her türlü düşünce ve taraf tutmaktan sakınılmalıdır. Haberde kişisel düşüncelere hiçbir zaman yer verilmemeli, olay doğru ve gerçeğe sadık bir biçimde verilmelidir.

Haber, doğru ve gerçeğe en yakın bilgi demektir. O halde bir haberin yansız olması beklenir. Ancak pek çok olayda doğrunun ya da gerçeğe en yakın olanın aktarılması süreci karmaşık bağlantıları içinde barındırır. Basit diye nitelenebilecek bir trafik kazası haberini bile en doğru ve gerçeğe en yakın biçimde aktarmak kesinlikle titiz bir çalışma ile mümkün olabilmektedir. Kişisel önyargı ve genellemelerden uzak kalarak, “Mars’tan gelen bir adam” gibi olaylara mesafeli yaklaşmak ve tarafsız kalmaya çalışmak, isim ve sıfat tamlamalarını özenle seçerek ya da hiç yer vermeyerek haberi oluşturmak pek de kolay değildir.

Bir haberin objektif ya da nesnel olduğunu ileri sürebilmek için asgari üç koşulu sağlaması gerektiği kabul edilebilir.

Netlik unsuru: Netlik, habercinin haberinde kaynak göstermesi anlamına gelir. Bir haberde, gerçeğin açık ve net olmadığı durumlarda, veriler belli kaynaklara dayandırılmalıdır. Kaynakları belli olmayan ya da genellemelere dayanan haberlerin objektifliğinden söz etmek hiç de kolay değildir. Örneğin “vatandaşlar şöyle diyor” şeklinde bir ifadeye sahip haberin yansız ya da nesnel olduğunu ileri sürebilecek inandırıcı bir bilgiden söz edilemez. Haber kaynakların en açık ve en yeterli düzeyde tanımlanması haberin objektifliğinin en önemli unsurlarından biri olarak görülmektedir. Aynı şekilde haberi yazan muhabirin adının belirtilmesi de bu unsur çerçevesinde tanımlanabilir.

Denge unsuru: Bir iddia, bir görüş üzerine oluşturulan haberlerde unutulmaması gereken temel kural, karşıt görüşlerin bulunduğu ve iddia üzerine zor durumda kalacak tarafın savunmasına yer verilmesi gerektiğidir. Başka bir deyişle bir haberde madalyonun yalnızca bir yüzünü göstermek objektif habercilik yapılmadığının açık ispatıdır. Her olayın doğası gereği birden çok boyutunun olduğu görülebilir ve pek çok konuda karşıt görüşler de mevcuttur. Objektif habercilik söz konusu görüşlerin tümünü görmeyi, dinlemeyi ve onlara eşit mesafede durmayı gerektirir. Taraflardan yalnızca birinin görüşlerine yer veren, ikinci ya da üçüncü farklı görüş sahiplerinin görüşlerini içermeyen hiçbir haber yansız kabul edilemez ve tek boyutlu haber niteliğinin dışına çıkamaz. Dolayısı ile objektif habercilik her koşulda farklı görüşler arasında denge kurulmasını zorunlu kılmaktadır.

Eşit alan/eşit zaman unsuru: Gazete ve dergilerde içerik kadar habere ayrılan alan ile radyo ve televizyon haberlerinde habere ayrılan süre belli bir mesaj taşır. Örneğin gazetelerde, sürmanşet ve manşet en önemli habere ayrılan alandır. Radyo veya televizyon haber bültenlerinde ise ilk haber en önemli haberdur.

Haberlerin objektifliği denildiğinde asgari olarak olayın tüm taraflarının yeterli ve net bir biçimde ortaya konulması, farklı görüşlerinin tümüne dengeli bir biçimde yer verilmesi ve bu denge sağlanırken de tüm taraflara aynı mesafede durularak aynı ölçüde yer verilmesi ve adil olunması şartlarına uyulmalıdır. Ancak bu ilkeler göz önünde bulundurulduğunda haberde objektifliğe biraz daha yaklaşılabılır.



Objektifliği Bozan Durumlar

Yansızlığı ifade eden haberde objektiflik unsurunun haberin nesnel gerçeğe değil, duygu, düşünce ve sezgilere dayalı olarak yazılması, açık, anlaşılır, kesin ve tutarlı bilgilere yer verilmemesi, haber kaynağının uzmanlık ve güvenilirliğinin tartışmalı olması hallerinde zedelendiği kaydedilebilir.

Haberde Anlaşılabilirlik

Haberin *anlaşılır olması* ile birlikte *yanlış anlaşılmasa* da gereklidir. Haber özelliği taşıyan olayı biçimlendirirken, eşdeyişle kurgularken, kelimelerin ve cümlelerin yanı sıra haberin bir bütünlük içinde de anlam taşımasına özen gösterilmelidir. Öyle ki haber, okunduktan, dinlenildikten ya da izlendikten sonra, verilmiş bilgilerin yeterliliği nedeniyle, ilgili hiçbir soru sorulmayacak biçimde işlenmiş olmalıdır. Haberci ayrıca, kurgulama sırasında, hedef kitlesinin ilgisini azaltmamak, dikkatini dağıtmamak için, gereksiz ayrıntılardan kaçınmalıdır.

Anlaşılabilirliği kolaylaştırmak için cümleler kısa tutulmalıdır. Haber metni içinde bilinmeyen kelime, anlaşılmayan cümle asla bulundurulmamalıdır.

Haber Türleri

Medyada yer alan haberleri genel olarak yayımlandığı kitle iletişim aracının türüne, haber niteliklerine ve konularına göre sınıflandırmak mümkündür. Birbirinden farklı alanlardaki bu haber türlerinin temelde aynı olsa da özelde farklı üslupları ve sunumları bulunur.

Kitle iletişim aracının türüne göre: Gazete, dergi, radyo ve televizyonda yayınlanan haberler yayımlandığı aracın türüne göre farklı özelliklere sahip oldukları gibi haber olayının konusuna göre de ayrılmaktadır.

Niteliklerine göre: Niteliklerine göre haberler genel, basit ya da karmaşık haberler biçimde tanımlanabilir. Konuşma, görüşme, her türlü toplantı, açılış, tören ve kutlamalar genel haberlerdir ve bu tür haberler için bir uzmanlık alanına gerek yoktur. Tek konulu ölüm, hastalık, yangın, sel, hava durumu gibi haberleri de basit haberler kategorisinde tanımlamak mümkündür. Karmaşık haberler ise siyasal, hukuksal, adli, ekonomik konulu belli bir uzmanlığa ihtiyaç duyulan, daha derin inceleme ve araştırmaya dayalı haberlerdir.

Haber olaylarına göre: Olaylarına göre haberler; sosyal, siyasal, ekonomi, finans, iş, işçi, magazin, polis, adliye, spor, bilim, din, eğitim, sağlık, ev, yaşam, uzay, hukuk, dış haber gibi konulara ayrılır.

Haber Olay Türleri

Olaylara bağlı olarak yazılan haberleri, üç türe ayırmak mümkündür:

Eylem haberleri: Eylem haberlerinin içlerinde daha çok eylem, çok az söylem bulunur. (Trafik kazası haberi, cinayet haberi vs).

Söylem haberleri: Söylem haberlerinin içlerinde daha çok söylem, çok az da eylem bulunur. (Basın toplantıları, konferanslar, açık oturumlar, bilimsel toplantılar vs).

Eylem-söylem haberleri: Eylem-söylem haberlerinin içlerinde ise neredeyse eşit ölçülerde eylem ve söylem bulunur. (Tören haberleri vs).

Gazeteci/Haberci

Yayın organlarında haber üretiminde çalışan işçilere “gazeteci” denilmektedir. Gazetecinin esas işi habercilik olup, günümüzde “haberci” olarak tanımlanması yaygınlaşmıştır.

Gazete ve dergi dışında, radyo, televizyon, internet gibi iletişim araçlarında, haber üretiminde çalışanlar da *gazeteci* olarak nitelendirilmektedir.

Gazeteci için; “gazete yayımlayan kimse”, “Haberi kaleme alan kişi”, “Yazı yazan, haber toplayan, gazetenin yazı işlerinde çalışmayı iş edinenler” olarak tanımlar yapılmıştır.

Hasan Refik Ertuğ’a göre; “Bir gazetenin, haber, yorum, fikir, resim gibi çeşitli konulardaki malzemesini toplayan, yazan, resmini çizen, fotoğrafını çeken ve topladığı malzemeyi belli biçimler altında okur için tertip ve düzenleyen kişidir.”

Uğur Mumcu’ya göre; “Gazeteci, haber ve bilgi kaynağına en çabuk ulaşan ve bu kaynaklardan edindiği bilgi ve haberleri okurlarına sunan insandır.

Cevat Fehmi Başkut’a göre; “Yalnız gazetecilikle meşgul olan, ömrünü bu mesleğe hasreden, yalnız bu meslek sayesinde geçinen ve yaşayan kişidir.”

Fransız gazeteci Stephanie Lausanne'ye göre; "Gazeteci; elinde feneri, her yerde daima hakikati arar."

Uluslararası Gazeteciler Federasyonu'na (FIJ) göre; "Asli, sürekli ve ücretli işi bir ya da birkaç yazılı veya görsel-işitsel kitle iletişim aracına yazı veya resimle katkıda bulunan, kazancının çoğunu bu meslekten sağlayan kişidir. Gazetelerde ve süreli diğer yayınlarda veya radyo ve televizyonda yayınlanmak üzere güncel olayları ve haberleri toplayan, veren, yorumlayan kişidir." (Büllül: 2001; 20). Gazetecilik, yaşandığı anda olup bitenleri öğrenme merakına dayanır.

SIRA SİZDE

14



Gazeteci kimdir sorusuna nasıl yanıt verirsiniz?

Gazete çeşitleri; gazeteler yayım saatine göre sabah ve akşam gazeteleri; *yayınlanma sıklığına* göre günlük, haftalık; hitap ettiği *kitleye* ve dağıtımının yapıldığı *alana* göre yerel, bölgesel ve ulusal ve uluslararası olarak sınıflandırılmaktadır. Ayrıca, genel olaylarla ilgili haber ve bilgi veren genel içerikli gazetelerin yanı sıra yalnızca belirli konuları işleyen veya kesimleri ilgilendiren spor, magazin, ekonomi gazeteleri olarak da içerik/konu yönünden de bir sınıflandırma yapılabilir.

Sonuç olarak; haber, hedef kitlenin ilgisini çekebilecek bir olay ya da bir söylemin bilgisini toplayıp, belirli ilkeler çerçevesinde yazarak kitleye sunulan bir yazı biçimi olup, kitle iletişiminin en önemli unsurudur. Habere yönelik temel bilgilerin verildiği bu üniteye bilgileri, ileriiki ünitelerde ve diğer ders kitaplarımızda detaylarıyla ve örnekleriyle ele alacağız.

Özet



Haber kavramının çeşitli anlamlarını aktarmak.

Haber, bir olay ya da söylemin, hedef kitlenin ilgisini çekecek şekilde sunulmasını içeren bir yazı türüdür. Habere ilişkin gazetecilerin ve akademisyenlerin çok farklı tanımlar yaptığı görülmektedir. Gazetecilerin yaptıkları tanımlar, çoğunlukla mesleklerinin ilkelerini ve çalışma durumlarını göz önünde bulunduran tanımlardır. Akademisyenlerin yaptıkları tanımların ise kitle iletişimi bağlamında ve iletişimin temel bir ayağını oluşturan haber verme, bilgilendirme bağlamında ele alındığını görülmektedir. Haber; bir olay ya da söylemin halka anlayabileceği şekilde ve nesnel olarak sunulmasını sağlayan bir yazıdır, şeklinde tanımlayabiliriz.



Haberin temel özelliklerini anlatmak.

Haberin temel özellikleri olarak şunlardan bahsedebiliriz: Haber günceldir. Sistematiği olmayıp farklı olay ve oluşumlarla ilgilenir. Dayanaksız olup kısa sürede geçerliliğini yitirebilmektedir. Garip ya da beklenmedik bir olayla ilgili olup bazen de olay gerçekleşmeden verilmektedir.



Haber değerinin neler olduğunu ifade etmek.

Haberin değerinin bulunup bulunmadığına karar verebilmek için şu kavramları göz önünde bulundurmak gereklidir: Zamanlılık, güncellik, yakınlık, önemlilik, ilgi düzeyi, ilginçlik, nadirlik, heyecanlık, orijinallik ve gariplik. Bu unsurlara bağlı olarak haber, hedef kitle tarafından, kendisine sunulan ve bir olayı aktaran bilgi olarak algılanmaktadır.



Haber konularını açıklamak.

Habere konu olan ve dolayısıyla hedef kitlenin daha fazla ilgisini çekebilecek konular şunlardır: Mücadele, çatışma, duygusal olaylar, gizem, macera, olağanüstülük, insanlıkla ilgili konular, çocuk, hayvanlar ve eğlenceler. Bunlar haber içeriklerine, konularına yönelik sınıflandırma olup, hedef kitle bu konulardaki haberlere daha fazla rağbet göstermektedir. Diğer deyişle, hedef kitle, sıradan bir yaşamda, sıradışı konulardaki haberleri daha fazla tercih etmekte ve bunlara daha fazla ilgi duymaktadır.

Kendimizi Sınayalım

1. Haberle ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi **yanlıştır**?

- a. Haber; insanların genelini ilgilendiren yazıdır.
- b. Haber; belli bir zamanda olan, bir fikri, olayı aktaran yazıdır.
- c. Haber; gelişen olayları, merakı giderecek düzeyde aktaran yazıdır
- d. Haber; dedikodu ya da fısıltı kaynaklarından derleyerek yazılan yazıdır.
- e. Haber; olayı, ayrıntılı, anlaşılır ve nesnel olarak aktaran yazıdır.

2. Aşağıdakilerden hangisi haberin iletişim özelliklerinden biri **değildir**?

- a. Haber bilgilendirir.
- b. Haber eğitir.
- c. Haber eğlendirir.
- d. Haber kamuoyu oluşturur
- e. Haber dünyanın özetidir.

3. Aşağıdakilerden hangisi **habere konu olacak olayda** bulunması **gerekmez**?

- a. Yenilik
- b. Yakınlık
- c. Gizlilik
- d. Heyecan vericilik
- e. Alışılmalılık

4. **Haber kavramı** ile ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi doğrudur?

- a. Haber, dedikoduya dayanmalıdır
- b. Haber, söylentilere dayanabilir.
- c. Haber, ispatlanmamış bilgilerden yapılabilir.
- d. Haber, gerçek olmalıdır.
- e. Haber, doğruluğu ispatlanmadan da yapılabilir.

5. Aşağıdakilerden hangisi **haber**in **özelliklerinden** biri **değildir**?

- a. Zamanında verilmesi, sunulması
- b. Duygusal bir olaya dayanması.
- c. Okur/izler kitlenin ilgisini çekmesi
- d. Anlaşılır bir dille sunulması.
- e. Yeni olması

6. Aşağıdakilerden hangisi **haber değerlerinden** biri **değildir**?

- a. Zamanlılık
- b. Güncellik
- c. Yakınlık
- d. Önemlilik
- e. Ulusallık

7. Aşağıdakilerden hangisi **haber değerlendirme ilkelerinden** biri **değildir**?

- a. Objektiflik
- b. Nesnellik
- c. Yanlılık
- d. Taşıdığı sorumluluk
- e. Duygusalılık

8. Medya kuruluşları haberleri hangi yaklaşımlarla değerlendirmektedir?

- a. Ciddi, renkli ve karma haber yaklaşımları
- b. Sert, renkli ve politik haber yaklaşımları
- c. Sert, yumuşak ve politik haber yaklaşımları
- d. Magazin, ekonomi ve spor haber yaklaşımları
- e. İlginç, söylem ve nadir haber yaklaşımları

9. Aşağıdakilerden hangisi **haber konu sınıflaması** içinde **yer almaz**?

- a. Mücadele, çatışma haberleri
- b. Duygusal olaylar
- c. Öfke, kin, nefret olayları
- d. Gizem haberleri
- e. Olağanüstü haberler

10. Aşağıdakilerden hangisi **okuyucunun habere ilgi derecesini belirlemez**?

- a. Olaya yakınlığı
- b. Olayın önemi
- c. Okuyucunun hayatıyla, işiyle olan benzerliği
- d. Haber
- e. Olayda mutlaka ünlü birisinin bulunması

Okuma Parçası

Haber söylemi, genellikle ülkelerdeki iktidarın öncelikle hâkim olmak istediği ya da hâkim olduğu kamuoyu oluşturma ve yönlendirme aracıdır. Genel olarak medya içeriğini “haberler” ve “öteki şeyler” olarak bölümlemek bile mümkündür. Çünkü haberlerin seçimi, sunuluş (değerlendiriliş) biçimleri, haber söylemi, çok daha geniş bir yanıltmaca alanı oluşturabilmektedir. Haberlerdeki çoğu ürünler oluşturma, yönlendirme teknikleriyle ortaya çıkarılır. Gerçek dışı haberlerin bile, iyi düzenlendiklerinde, uygun bir biçim ve koşullarda sunulduklarında, bireyleri inanmaya yönelttikleri bir gerçektir. Haberler bireyin düşüncelerini ve duygularını çok kesin etkiler altında bırakabilmektedir. Bireyin edilgenliğe sürüklenmesi, tepkisizleştirilmesi, onun bilinçaltına çoğu kez farkında olmadan yerleştirilen imgelerle sağlanmaktadır. Ancak bilinçaltını en çok besleyen öge, yine de haber olmaktadır.

Hedef kitlenin kimliği, toplumun yaşam biçimi, gelenekleri, olayın niteliği, haberin kaynağının kimliği, haberin yayılmasını isteyen çıkarı, hükümetin tutumu, verilen bilginin özelliği, neyin gizli tutulduğu, ekonomik durumun halk üzerindeki baskısı, haberi etkileyen dış güçlerdir.

Ürünü biçimleyen haber odasındaki güçler ise izlenen gazeteciliğin türü, uğraşa yönelik tutum, kitle iletişim aracının ve teknolojisinin türü, kurumun haber yazanlara yönelik tutumu, zaman, yer ve ekonomik kısıtlılıklardır. Bireyin bulunduğu her yerde, haber niteliğini taşıyabilecek “olay”lar gelişir. Doğum, değişme, gelişme, başarısızlık, gerilim, karışıklık, çatışma, yakınlık, benzerlik, üstünlük, seçkinlik, seks, felaket, afet, ölüm gibi, yaşamın çeşitli aşamalarındaki gelişmeler, haberlere kaynaklık eder. O zaman şu soru akla gelir; her olay haber midir? Herhangi bir olayın, haber sayılması için, ne gibi özelliklere sahip olması gereklidir?

Günümüze kadar, “haber”in pek çok tanımı yapılmıştır. Bunlardan bazılarını şöyle sıralamak mümkündür: Haber: Acele kaleme alınmış edebiyattır. Belirli bir yer ve zaman içinde gerçekleşen çeşitli olayların, bilmeyenlere aktarılmasıdır. Bir kimse, bir yerdeki olaylar hakkındaki bilgilerdir. Bir olayın raporudur. Bir olgu üzerine edinilen bilginin anlatımıdır. Çevrede olup biten her şeydir. Çok sayıda insanı ilgilendiren (zamanlı) her şey haber, en çok sayıdakiler için, en çok ilginç olan da, en iyi haberdur. Dar çevreler dışında da bilinir hale gelmek için, kitle iletişim araçlarının ilgisine gereksinim duyan gerçeklerdir. Dün bilmediğimiz her şeydir. Gazetecile-

rin yaptığıdır. Gazeteciliği meslek edinmiş kişilerin, haber konusu olarak seçtikleri konularda topladıkları ve kuralına göre formatladıkları, yine gazeteciliği meslek edinmiş kitle iletişim araçlarının sorumluları tarafından seçilerek, yazılı, sesli ya da görüntülü mesajlar şeklinde, okuyucu, dinleyici ya da izleyiciye ulaştırılan bilgilerdir. Gazetelerde, dergilerde, televizyonlarda, radyolarda yayımlanan bilgilerdir. Genelde statüko (durağanlık, hareketsizlik, eylemsizlik, stabilite) değişikliği, istisnai hallerde statükonun devamıdır. Gerçeğin toplumsal kurgusudur. Gerçek olan bir şeyin özetidir. Muayyen bir zamana ait hadiseleri vaktinde bildiren, muayyen adette eşhası alakadar eden ve kıymeti, alakadar ettiği şahısların adediyle orantılı olan şeydir. Okuyucu, izleyici ya da dinleyici için önemli olan, yakın zamanda meydana gelmiş ya da ortaya çıkarılmış bir olaya ilişkin bilgidir. Tarihin kabaca yazılmış ilk müsveddесidir. Henüz olmuş, ya da önceden olmakla birlikte, henüz ortaya çıkmış bir konudaki taze bilgidir. Herhangi bir konuda yeni bilgidir. Hikâyenin hikâyesidir. İlginç olan, bilmek, işitmek, okumak, öğrenmek isteyebileceğimiz her şeydir. İngilizce'deki North (Kuzey), East (Doğu), West (Batı) ve South (Güney) kelimelerinin baş harflerinden (NEWS) meydana geldiği bilinen haber, her yönde meydana gelen olaylar olarak da tanımlanmaktadır. İnsanın bilgi edinme ihtiyacını karşılayan bir çeşit öğedir. İnsanın ilgisini uyandıran bilgilerdir. İnsanlara iletilen önemli olaylardır. İnsanları ilgilendirecek zamanlı bir fikrin, bir olayın ya da bir sorunun özetidir. İnsanların bilmek istediği her şey haberdur. İnsanların gelecekleriyle ilgili kararları almakta, öteki insanlar ve çevreyle anlamlı ilişkiler kurmakta, dünyayı algılamakta en önemli unsuru oluşturan bilgilerdir. İnsanların üzerinde konuştuklarıdır. Karşılaşılan her yeni, haberdur. Kaynaklardan izleyiciye aktarılan bilgidir. KİA'larda yer alan ilginç öykülerdir. Kişileri ve toplumu ilgilendiren olayların aktarımıdır. Kişilerin kafalarında bir anda ışık yaktıran yüzeysel bilgilerdir. Kişilerin yaşamları hakkında mantıklı karar verebilmeleri için gerekli bilgilerdir. Kitle iletişim araçlarında yayımlanan şeylerdir. Okumak, dinlemek ya da seyretnmek için, bireylerin zaman ya da para ödeyerek satın almayı istedikleri şeydir. Okuyucuların öğrenmek istedikleridir. Okuyucunun şahsi işlerine, onun cemiyyetle olan münasebetlerine, refahına taalluk eden, muayyen zamana münhasır olan ve okuyucunun alakasını celbeden herhangi bir şeydir. Olan her şey haberdur. Olayın kendisi değil, o olayın bilgisinin aktarımı, bildi-

rimidir. Olaylar, gazetecinin beyin süzgecinden ve değerlendirmesinden geçerek kitlelere aktarıldığında haber olabilmektedir. Olayların edebiyatıdır. Olayların normal akışındaki bir kesinti ve beklenenin kesintiye uğraması konusundaki bilgidir. Olduktan sonra algılanabilen bir olgudur. Önemli sayıdaki insanları ilgilendiren olayların, gerçeklerin, görüşlerin zamanlı bildirilişidir. Özet bir öykü ya da rapordur. Tarafsız olarak, bir araç tarafından verilen bilgidir. Toplumu ilgilendiren olay, fikir ve kanıların, iyi ve doğru bir şekilde, yayın araçlarıyla topluma aktarılmasıdır. Üzerinde konuşulan her şeydir. Vaktinde verilen, toplumda çok sayıda kişileri ilgilendiren ve etkileyen, bu kişilerin anlayabileceği herhangi bir olay, fikir ve kanaattir. Ya öncelikle ve en iyi biçimde bir tarih ya edebiyat malzemesi ya toplum koşullarının bir kaydı ya halkın tutkularının bir ifadesi ya da gazetecilerin önyargılarıdır. Yarın, bugünün tarihini yazacaklar için hazırlanmış dipnotlarıdır. Yarının tarihidir. Yayın müdürlerinin “haber” dediği şeydir. Yeni bir vaziyet almamızı gerektiren her şey haberdur. Yeni olmuş ya da olacak olan olay üzerine bilgidir. Zamanın uygun her şeydir. Zamanın raporudur. Zamanlara ve zemnlere göre değişme koşuluyla ve bazı niteliklere sahip olma kaydıyla, yaşamın tüm aşamalarında kurgulayarak dile getirdiğimiz öykülerdir.

Kaynak: Atilla Girgin. “Haber”. <http://www.atillagirgin.net/makaleler/haber.htm>, 24 Nisan 2009

Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı

- | | |
|-------|---|
| 1. d | Yanıtınız yanlış ise “Haber Nedir?” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 2. e | Yanıtınız yanlış ise “Haber Nedir?” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 3. c | Yanıtınız yanlış ise “Haber nedir ve Haber Konuları” konularını yeniden gözden geçiriniz. |
| 4. d | Yanıtınız yanlış ise “Haber Nedir?” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 5. b | Yanıtınız yanlış ise “Haber Nedir?” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 6. e | Yanıtınız yanlış ise “Haber Değerleri” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 7. e | Yanıtınız yanlış ise “Haber Değerlendirme İlkeleri” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 8. a | Yanıtınız yanlış ise “Haber Değerlendirme İlkeleri” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 9. c | Yanıtınız yanlış ise “Haber Konuları” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 10. e | Yanıtınız yanlış ise “Okuyucunun Habere İlgi Derecesi” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

İlk tanımlamalarda: Var olan her şey haberdır. Haber dün bilmediğimiz, ama bugün öğrendiğimiz şeylerdir. İnsanların hakkında konuşacakları şeylerdir. Halkın okumak/izlemek istediği ve ona ilginç gelen şeylerdir. Bir olayın özetidir.

Sıra Sizde 2

Haber günceldir, sistematik değildir, dayanıksızdır, garip ve beklenmeyen türdendir ve olay meydana gelmeden verilebilir.

Sıra Sizde 3

Haberin son olayları ve gelişmeleri içermesi zamanlılık değeridir. Belli konularda, örneğin politika, ekonomi gibi sürekli takip edilen gelişmeler, haberin zamanlılık özelliği ile ilgilidir.

Sıra Sizde 4

Haberin nerede meydana geldiği ile ilişkili olan yakınlık ögesi, insanlar doğalarından kaynaklanan bir özelliikle yakın çevrelerinde olan olaylarla ilgilenir ve bunlara karşı merak duyarlar.

Sıra Sizde 5

Haber yapılacak olayın belirli bir öneminin olması gerekmektedir. Bu önemlilik, haberin gazete sayfaları arasında ya da televizyon haberlerindeki sıralanışındaki yer alışı da etkilemektedir. Bir okur/izleyici için son derece önemli olan bir haber, bir başkası için alelâde bir olaydan başka bir şey değildir. Ancak, medyada verilen haberlerin genel olarak önemli sayılması gereği göz önünde bulundurulmalıdır.

Sıra Sizde 6

Haber değerleri; zamanlılık, güncellik, yakınlık, önemlilik, ilgi düzeyi, ilginçlik, nadirlik, heyecanlılık, orijinallik, garipliktir.

Sıra Sizde 7

Hiçbir haber tam olarak objektif olamaz. Çünkü haber, yüzde yüz objektif değildir. Muhabir, bir haberle ilgili bilgileri ve görgü şahitleriyle bir süre birlikte olmakta ve onların anlatımlarına inanmak, güvenmek mecburiyetinde kalmaktadır. Oysa haber kaynağının muhabire, yanlış bilgi aktarması ya da vermesi, bazı detayları atlayarak olayı aktarması söz konusudur.

Sıra Sizde 8

İnsanların kavgaya yönelik olan ilkel eğilimleri nedeniyle, çatışma haberleri ilgi çekmektedir. Modern hayatındaki birçok hareketler esas itibarıyla birer mücadeleden oluşmaktadır. Bu nedenle, çatışma, mücadele ve rekabete dayanan haberler, okur/izler kitle tarafından ilgiyle izlenmektedir.

Sıra Sizde 9

Duygusal olaylar, aşk hikâyelerini içeren ve sonucunda kötü bir olay çıkan haberler, genç-iltiyar herkesin ilgisini çekmektedir. Özellikle tanınmış kişiler arasındaki nişanlanmalar, evlenmeler daha fazla ilgi çekicidir.

Sıra Sizde 10

Birçok insan macera ve seyahate düşkündür. Bu nedenle gezi notları, seyahat izlenimleri ve sıra dışı olaylara ilişkin haberler, çoğu okur/izleyici tarafından ilgiyle izlenmektedir.

Sıra Sizde 11

Haberde doğruluk ile doğru bilgi verme, dedikodu ve fısıltıya dayalı bilgilerin doğruluğunu kontrol etmeden vermeme, haber kaynağının yanlış ya da eksik bilgi vermesine karşı bilgilerin teyidini alma gibi konular anlatılmaktadır.

Sıra Sizde 12

Haber kaynağının verdiği bilgiler mutlaka kontrol edilmelidir. Bunun için haber kaynağı yanında ikincil haber kaynaklarına da başvurmak gereklidir. Ayrıca haberde farklı görüşlere de yer vererek denge unsuru yaratılmalı ve haberdeki bilgilerin kaynağının belirtilerek haberde netlik sağlanmalıdır.

Sıra Sizde 13

Haberin objektifliğini sağlamada netlik, denge ve eşit alan ya da eşit zaman unsurları ön plana çıkmaktadır. Netlik unsurunda, haberde bilgi alınan kaynağın belirtilmesi bulunmaktadır. Denge unsurunda, haberdeki her iki tarafa da yer vermek anlamındadır. Eşit alan/zamanda ise, olayın tüm taraflarının eşit bir biçimde haberde yer alması gerekmektedir.

Sıra Sizde 14

Gazeteci konusunda gerek meslektekilerin ve gerekse akademisyenlerin farklı tanımları bulunmaktadır. Bununla birlikte gazeteciliği; asli ve ücretli işi olarak, haber toplayıp yazan, bunu kurgulayıp yayına hazırlayan, haberi ile ilgili fotoğraf çekimleri, ses ve görüntü kayıtlarını yapan kişi olarak tanımlayabiliriz.

Yararlanılan Kaynaklar

- Başkut, Cevat Fehmi. (1967). **Gazetecilik Dersleri**. (İstanbul: İstanbul Üniversitesi Gazetecilik Enstitüsü Yayınları No: 8).
- Bülbül, A. R. (2001). **Haberin Anatomisi ve Temel Yaklaşımlar**. (Ankara: Nobel Yayın).
- Ertuğ, H.R. (1970). **Basın ve Yayın Hareketleri Tarihi**. (İstanbul: İ.Ü. İktisat Fakültesi.)
- Girgin, A. (1998). **Haber Yazma Teknikleri**. (İstanbul: İnkılap Kitabevi).
- , **"Haber"**. <http://www.atillagirgin.net/makaleler/haber.htm>, (24 Nisan 2009)
- Pape, Susan (2005). **Newspaper Journalism: A Practical Introduction**. (London: Sage Publication).
- TDK Sözlük (2000). (Ankara: Türk Dil Kurumu).
- Tokgöz, O. (2000). **Temel Gazetecilik**. (Ankara: İmge Kitabevi).
- Yüksel, E. ve Gürcan, H.İ. (2005). **Haber Toplama ve Yazma**. (Konya: Tablet Yayınevi).

4

Amaçlarımız

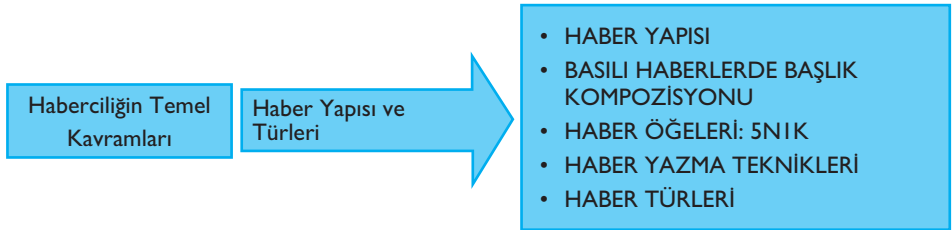
Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

- Basılı haberlerde başlık kompozisyonunu açıklayabilecek,
- Haber öğelerini açıklayabilecek,
- Haber yazma tekniklerini açıklayabilecek,
- Haber türlerini betimleyebilecek bilgi ve becerileri kazanabileceksiniz.

Anahtar Kavramlar

- Haber Öğeleri
- Haber Hiyerarşisi
- Haberde Başlık Kompozisyonu
- Haber Türleri

İçindekiler



Haber Yapısı ve Türleri

Her gün gazete, radyo, televizyon, dergi ya da internette ortamlarında okuduğunuz haberlerin birbirinden farklı yapıda olduğunu fark etmişsinizdir. Haber dili açısından farklı nitelikler taşıyan bu haberler, kitle iletişim aracının türüne ya da aracın özelliğine göre bir takım farklı unsurlara sahiptir. Örneğin televizyonda görüntülü olarak izlediğiniz haberleri gazetelerde birkaç fotoğrafla birlikte görebilirsiniz. Gazetede bulamadığınız detayları da belki de internette daha da ayrıntılı olarak okuyabilirsiniz. Televizyonun konuşma diline karşılık, gazete ve internet haberlerinin dili üçüncü tekil şahısla yapılan anlatımlara dayanır. Bir gazetede ya da bültende yer verilen haberler de kendi içinde çeşitli özellikler taşır. Bir siyaset haberi ile ekonomi haberinin ya da bir spor haberinin yapısı birbirinden farklıdır.

Bu üniteye genel olarak haberlerin yapısında ortak hangi unsurların bulunduğuna değinecek, ardından da haberleri çeşitli biçimlerde sınıflandırarak, haber türleri arasındaki farkları ortaya koymaya çalışacağız.

HABER YAPISI

Genel olarak bir haberde hangi unsurlar bulunur? Bir haberin olmazsa olmaz nitelikleri nelerdir? Bu sorulara yanıt arayacağımız bu başlık altında bir anlamda haberlerin anatomisini çıkarmaya çalışacağız.

BASILI HABERLERDE BAŞLIK KOMPOZİSYONU

Haberlerin yazılı ya da basılı olarak yayımlandığı gazete, dergi ve internet ortamlarında bir haberde ilk dikkati çeken unsur, haber başlıklarıdır. Bir gazetenin en önemli haberi sürmanşet ya da manşette yayınlanan haberleridir. Gazetelerin ilk sayfalarında logonun hemen altında ve dergilerin kapak sayfalarında iri puntolu harflerle yayınlanan haberler, **manşet** haberlerdir. Her gazetede bir manşet haber bulunur. **Sürmanşet** haber ise genellikle olağanüstü durumlarda tercih edilen, manşet haberden daha önemli haberlere karşılık gelir.

Kimi zaman manşet haberden daha önemli haberlerin verilmesi gerekebilir. Genellikle olağanüstü tercih edilen sürmanşet haber uygulamasında; manşet ve logonun üzerinde, sayfanın en tepesinde o günkü gazetenin en önemli haberine yer verilir. Gazetelerde sürmanşet, olağanüstü olaylar, çok önemli gelişmeler ya da kimi önemli spor karşılaşmalarına ilişkin haberlerde kullanılır. Ayrıca sürmanşet alanı gazetelerin düzenlediği **promosyon** kampanyalarının duyurumu için de kullanılmaktadır.

Manşet: Gazetelerin ilk sayfasına en iri puntolarla konulan, genellikle gazetenin logosunun altında yayımlanan başlık.

Sürmanşet: Gazetelerin birinci sayfasındaki gazetenin logosunun üzerinde kullanılan başlık.

Promosyon: Gazete satışlarını artırmak amacıyla gazetelerle birlikte verilen hediye.

Kimi farklı sayfa tasarımı anlayışlarında ise logonun üzerindeki alanda promosyon dışında bazı haber anonslarına yer verildiği de görülmektedir. Bunlar gazetenin nispeten önemli olarak değerlendirilebilecek iç sayfalarda ayrıntıları bulunan haber ya da köşelere ilişkin duyurumlardır.

Gazete içeriğinden okuyucuyu haberdar etmek için oluşturulan gazetenin birinci sayfası aynı zamanda “vitrin” sayfası olarak da adlandırılır. Bunun anlamı da aynen bir alışveriş yerinin vitrini gibi gazetenin ilk sayfasının da estetik bir anlayışla, gazete içeriğindeki sergilendiği yer olmasıdır.

SIRA SİZDE



Gündemdeki en önemli haber bir gazetenin neresinde yayımlanan haberdir?

Bir gazete ya da dergi sayfasında haberlere ilişkin olarak atılmış başlıklara **haber başlığı** denilmektedir. Başlıklar genellikle haberlerin birkaç kelimedenden oluşan ve çoğunlukla bir yargı bildiren kısa özetleridir.

Genel olarak ister manşet, ister sürmanşet ya da normal haber başlığı olsun, tüm başlıklarda dikkat edilmesi gereken temel unsurlar şöyle sıralanabilir:

- Başlıklar haberi okutmak için okuyucuyu isteklendirmelidir,
- Okuyucunun ilgi ve dikkatini çekmelidir,
- Haber unsurlarını içermelidir,
- Kısa ve anlaşılır olmalıdır,
- Haber metni ile çelişmemelidir,
- Haberin özünden uzaklaşılmalıdır,
- Abartılı olmamalıdır,
- Çoklu okumaya ya da yanlış anlaşılmaya yol açmamalıdır,
- İmalî anlamlar içermemelidir,
- Boş sözlerden kaçınılmalıdır,
- Habere yorum getirmemelidir.

Haberlerde başlık kompozisyonunu oluşturan beş öge vardır. Ancak her haberde bu beş ögenin de bulunması gerekmemeyebilir. Bu öğeler: üst başlık, ana başlık, alt başlık, spot ve ara başlıklar şeklinde tanımlanabilir. Bir haber çerçevesinde başlık kompozisyonu şöyle örneklenebilir:

Üst başlık	: O artık tarihe geçti.
Ana başlık	: Teşekkürler Elvan
Alt başlık	: Pekin'de, 10 bin metre yarışında Türkiye'ye gümüş madalya kazandıran Elvan Abeylegesse, 5 bin metrede de 15.42.74'lük derecesiyle ikinci olarak gümüş madalya kazandı.
Haber spotu	: Pekin'deki gururumuz, 5 bin metre finalde gümüşe koştu, Türkiye'nin yüzünü yine güldürdü. Elvan, son 150 metrede favori Defar'ı geride bıraktı, ancak Dibaba'yı yakalayamadı. Bir olimpiyatta iki madalya kazanan tek Türk oldu.
Haber metni	: Pekin Olimpiyatı'nda atletizmdeki yüz akımız Elvan Abeylegesse, 10 bin metreden sonra 5 bin metrede de gümüş madalya kazandı, bir olimpiyatta çifte madalya kazandıran ilk Türk sporcusu olarak bir kez daha tarihe geçti. (...)
Ara başlık	: 'Keşke koşmasaydım'
Haber metni (devam)	: Yarış sonrası tepkilerini dile getiren Elvan, "Kimse benden madalya beklemiyordu. Ama ben inanmıştım. Altın için koştum. Statta bayrak olmamasına çok üzülüm. Bilerek mi yapıyor diye düşündüm. Burada 68 Türk sporcu vardı, hiçbirini tribünde göremedim. Bayrak bulamayınca keşke yarışmasaydım diye düşündüm" dedi. (...) (Milliyet, 23 Ağustos 2008'den uyarlanmıştır).

Üst başlık: Ana başlığın üzerinde ya da satır boşluklarına göre sağ ve sol yanında yer alan başlıkla üst başlıklardır. Ana başlığı tanımlayan, açıklayan özellikte ve çoğunlukla da 5-10 sözcüklü bir cümle halinde sunulur. Genellikle ince, zayıf yapılı, beyaz karakterli ya da dişi karakterli harflerle dizilir. Örnek bazı üst başlık ve ana başlıklar şöyle görülebilir:

- *İtalya'da 1980'den bu yana gerçekleşen en yıkıcı sarsıntıda binlerce kişi evsiz kaldı / **Deprem yıkuda yakaladı:** 92 ölü* (Milliyet, 7 Nisan 2009).
- *Afganistan geri adım attı / **Eşe tecavüz yasası' resmi gazetede yok*** (Milliyet, 7 Nisan 2009).
- *İspanya maçı sonrası matem havasının yaşandığı soyunma odasında Fatih Terim rüzgarı esti / **İnancımızı kaybetmeyin'*** (Milliyet, 3 Nisan 2009).
- *Başbakan, IMF ve G20'nin yeniden yapılanmasını önerdi / **Türkiye korumacılığa karşı*** (Milliyet, 3 Nisan 2009).
- *Ban Ki-mun: / **Kriz, bazı devletleri batırabilir*** (Milliyet, 3 Nisan 2009).
- *Dünya Kupası yolunda büzün / **Avrupa artık daha uzak!*** (Milliyet, 2 Nisan 2009).

Ana başlık: Her haberin ana ya da temel bir başlığı bulunur. Ana başlık, haber metninin üzerinde bulunan ve genellikle haberi özetleyen ya da tanımlayan türde bir ifadedir. Ana başlık, haberi okutan en önemli özelliktir ve bu nedenle özenle seçilmesi gerekir. Ana başlıklarda "Üniversitede konferans verildi" ya da "... konu panel yapıldı" gibi ifadeler yerine, daha göze çarpan ve dikkat çekerek haberi okutacak başlıkların seçilmesi özel önem taşır. Ana başlık, tam bir cümle yapısında olmayıp genellikle 3-5 sözcükten oluşan bir tümcedir. Ana başlık sayfa düzenine göre normalde bir, bazı haberlerde ise iki ya da üç satır olabilir. Ana başlık, sayfada

yerleştiği sütuna göre puntosu (harf büyüklüğü) ayarlanır. Genellikle kalın görünümlü harflerden oluşturulur ve üst veya alt başlıklardan daha büyük puntoludur. Örnek bazı haber başlıkları şöyle görülebilir:

- *Konuk öğrencilerin Yazılıkaya ziyareti (Anadolu Haber, 20-26 Mart 2009).*
- *Bileğimiz bükülmüyor (Anadolu Haber, 3-9 Nisan 2009).*
- *Erkekler daha dedikoducu (Milliyet, 2 Nisan 2009).*
- *Kazada ölen gazeteciye veda (Milliyet, 2 Nisan 2009).*
- *İlacı ortalama yüzde 8 zam (Milliyet, 11 Mart 2009).*

Alt başlık: Ana başlığın altında yer alan, başlığı açıklayan özellikte ve tam bir cümle yapısında olan haber özeti ya da girişi niteliğinde de olan ifadeler alt başlıklardır. Bunlar ana ve üst başlığa göre daha küçük puntolu harflerle dizilir. Seçilen karakterler genellikle basık koyu renk veren harflerdir.

Haberlerde ana başlık mutlaka kullanılırken, üst ya da alt başlık kullanılmayabilir ya da bunlardan biri tercih edilebilir. Üst ve alt başlığın ana başlıkla birlikte kullanıldığı haber sayısı oldukça azdır ve genellikle manşet haberlerle birlikte üst ya da alt başlığın biri kullanılmaktadır.

Örnek bazı haber ana başlıkları ve onlara ait alt başlıklar şöyle görülebilir:

- **Sabotaj şüphesi** / Gösteri Merkezi cayır cayır yandı (Milliyet, 7 Nisan 2009).
- **Radikal gazetesi bu kez ağlattı** / Gazeteci Hızır Tüzel, Ayvalık'taki evinde yaşamını yitirdi. Tüzel, Radikal gazetesinde söyleşiler yapıyor ve yazılar yazıyordu (Milliyet, 7 Nisan 2009).
- **Polise taş atan 5 çocuğa hapis** / Adana'da polise taş attıkları iddiasıyla yargılanan 3 çocuğu ayrı ayrı toplam 4 yıl 8 ay hapis cezası verildi (Milliyet, 7 Nisan 2009).
- **Altın kız Nurcan** / Romanya'nın başkenti Bükreş'te yapılan Bayanlar Avrupa Halter Şampiyonası'nda dün 48 kiloda podyuma çıkan Nurcan Taylan rakiplerine şans tanımadı (Milliyet, 7 Nisan 2009).
- **Erkekler daha dedikoducu** / İnternet üzerinden yapılan bir araştırmaya göre erkekler kadınlardan daha çok dedikodu yapıyor (Milliyet, 2 Nisan 2009).

Haber spotu (özet, kesit): Haberin 15-20 sözcüklük özet ifadeleri ya da haberin okunmasını sağlayacak ilgi çekici anlatımlar haber spotlarıdır. Bunlar genellikle haberlerin girişlerinde ya da sayfa tasarımına göre haber içerisinde uygun bir yere yazılan, haber metninden 4 ya da 6 punto daha büyük harflerle ve ayrı yazı karakterleri ile yazılan ifadelerdir. Spotlar başlıklardan daha iri puntolu olamazlar. Haber içindeki özellikleri vurgulamak, ana ayrıntıları başlık kompozisyonu içinde sergilemek için spot kullanılır. Okurların genellikle haberi okuyup okumamaya spotları okuduktan sonra karar verdikleri düşünülür. Haber spotları genellikle haber özetleri şeklinde de değerlendirilebilir. Bu nedenle kimi zaman haberlerin en önemli ayrıntılarının ön plana çıkarıldığı haber girişleri şeklindedir ve bu yapıyla haber girişlerinin yapması gereken işlevi (fonksiyonu) üstlenir. Kimi zaman da haber girişleri daha büyük harf büyüklükleriyle (puntolarla) yazılarak spot şekline dönüştürülebilir. Bazı haber spotlarına şu örnekler verilebilir:

- *Büyük bölümü Anadolu Üniversitesi'nde ve Eskişehir'in çeşitli mekanlarında çekilen Yengeç Oyunu filminin galası üniversitemizde yapıldı ("Anadolu'da bir gala dahi: Yengeç Oyunu", Anadolu Haber, 3-9 Nisan 2009).*
- *Eğitim Fakültesi tarafından düzenlenen Üstün Yetenekli Çocuklar II. Ulusal Kongresi bu alanda uzman pek çok katılımcıyı bir araya getirdi ("Eğitim aynı ama insanlar farklı", Anadolu Haber, 3-9 Nisan 2009).*
- *Çocuk hastalıkları uzmanı Prof. Dr. Metin Karaböcükoğlu, ev kazalarının, çocuk ölümlerine ve sakatlanmalarına yol açan ilk 5 sebepten biri olduğunu söyledi. Karaböcükoğlu, kazaları önlemek için yapılması gerekenleri Milliyet'e açıkladı ("Çocuk için ev, sokaktan daha tehlikeli", Milliyet, 3 Nisan 2003).*
- *Türkan Şoray'ın oynadığı filmlerde giydiği kostümlerden oluşan sergisi Ankara ve İstanbul'dan sonra Gaziantep'teki Nakıp Ali Sinepark Sinema Kompleksi'ne taşındı. Kostümleri kendisi tasarlayan Şoray, "Bir filmde aldığım paranın yarısından fazlasını kostümlere veriyordum" diyor ("Filmden kazandı kostüme yatırdı", Milliyet, 3 Nisan 2009).*

Haberler spotta özetlense ve bitirilse bu haber "eksik haber" midir?



SIRA SİZDE

Ara başlıklar: Haber metninin içinde paragrafların arasında kimi zaman okuyucuyu rahatlatmak, uzun haber metinlerinde okuyucunun aradığını bulmasını sağlamak, haberdeki farklı unsurların birbirinden ayrılmasını sağlamak, tek düzeliği ortadan kaldırmak ve haberde görsel bir başlık dengesi kurmak gibi amaçlarla ara başlıklar kullanılır. Ara başlıklar, bir haber paragrafını 3-5 sözcükte tanımlayan, genellikle tam bir cümle yapısında olmayan yardımcı bir başlık türüdür. Uzun (3-4 paragraftan fazla) haber metinlerinde ara başlık kullanmak, haberin daha rahat okunmasını ve haberdeki unsurların daha rahat algılanmasını sağlar. Ara başlıklar haber metninden ayrılmasının sağlanması için farklı punto, stil ya da karakterlerde yazılır. Genel olarak koyu ve büyük harflerle yazılan ve puntosu haber metni puntosundan iki punto büyük olan ara başlıklara rastlamak mümkündür. Örneğin Anadolu Haber'de (7-13 Kasım 2008) yayımlanmış "Eğitimde dünyaya rol modeli olacağız" başlıklı habere ait ara başlıklar şöyle görülebilir:

- *Yaşam boyu öğrenme modeli*
- *Gelişmeye açık bir yapı*
- *Gereksinimlere yanıt vermek*

"Çok çalışmak değil etkili çalışmak önemli" başlıklı haberin ara başlıkları da şu şekildedir (Anadolu Haber, 13-19 Mart 2009):

- *Nasıl ders çalışılır?*
- *Çocuğu iyi tanımak gerekir*
- *Akademik danışmanlık hizmeti*

Bir haberde ara başlık kullanmak şart mıdır?



SIRA SİZDE

Şekil 4.1

Örnek bir gazete sayfasında yer alan haber başlıkları



Görsel Unsurlar

İllüstrasyon: Resimleme.

Grafik: Biçim, desen veya çizgilerle gösterme.

Haberi destekleyen nitelikteki fotoğraf, **illüstrasyon**, karikatür, tablo ya da **grafik** gibi görsel malzemeler, gazete, gazete ve dergilerde onları tanımlayan ya da açıklayan görsel unsurlardır. Görsel unsurlarla birlikte Karikatür ya da illüstrasyonlarda bir yazıya gerek duyulmaz. Ancak “fotoğraf altı” yazılarda fotoğrafa ilişkin ya da haber konusuna ilişkin ifadeler bulunur. Sayfa tasarımının stiline göre kimi zaman fotoğraf altı yazılara başlık konulduğu da görülür. Fotoğraf altı yazılar genellikle haber metni yazı karakterinden farklı punto ve stilde yazılır.

Fotoğraf altı yazılarında eksiksiz, doğru ve okuru bilgilendirici mesajların yer alması beklenir. Fotoğrafta görülen olayı, “şunu yaparken görülüyor” biçiminde tanımlayan ifadelerden de kaçınmak gerekir. Fotoğraftaki kişinin ifadesine bakarak “mutlu” ya da “üzüntülü” oldukları belirtiliyor ise bunun anlık bir yüz ifadesi olup olmadığının bilinmesi gerekir. Anlık olan fotoğrafı anlatan dilin de o ana ilişkin vurguları içermesi beklenir.

Gazete yayınlanacak bir habere ilişkin görsel malzemelerin seçimine kim karar verir?



SIRA SİZDE

Fotoğrafta görülen kişilerin kimlikleri okur açısından bilgilendirici ve önemlidir. Fotoğraf altı yazısı, başlığa benzememeli ya da haberin özeti niteliği taşımamalıdır. Bu açıdan farklı mesajlar içermesi tercih edilir. Alıntı kullanılması, metnin uzun tutulmaması ve basmakalıp sözlerden kaçınılması diğer öneriler olarak sıralanabilir.

Fotoğraf altında kullanılacak metnin uzunluğu ya da sayfa tasarımcısının arzusu doğrultusunda kimi fotoğraf altı yazılara başlık kullanılır. Bu başlık genellikle fotoğraf altı yazısının ilk satırında yer alır. Sayfa tasarımı açısından fotoğraf altı yazısının fotoğrafın altında yazı için ayrılan alanı tamamen doldurmasına dikkat edilir.

Portre fotoğraflara genellikle fotoğrafta görünen kişinin adı yazılırken, kimi zaman da kısa bir açıklama notu düşülür. Bir olaya ilişkin fotoğraflarda ise konuyla ilgili kısa bilgilere yer verilir. Bazı fotoğraf altı yazılar şöyle görülebilir:

Portre fotoğraf: Genel olarak insanların yüzünün görüldüğü fotoğraflar.

- 55. Yılın Sporcusu Anketi'nde zirvenin sabibi olan Elvan Abeylegesse, muhteşem gecede ödülüne kavuşmanın mutluluğunu yaşadı (Milliyet, 11 Mart 2009).
- A Milli Takımı'nın patronu Fatih Terim, Yılın Antrenörü ödülünü TÜSLAD Başkanı Arzuhan Doğan Yalçındağ'dan aldı (Milliyet, 11 Mart 2009).
- Büyük korku yaratan patlama nedeniyle çevredeki bazı binalarla araçların camları kırıldı (Milliyet 6 Nisan 2009).

Kimi zaman da fotoğraf altı yazılara başlık konur. Örneğin:

- BANKA CAMLARI İNDİ: G20 Zirvesi için olağanüstü güvenlik önlemleri alındı. Dün binlerce kişinin katıldığı G20 karşıtı gösterilerde, bankaların camları kırıldı (Milliyet, 2 Nisan 2009).
- FIRST LADY'LER BİR ARADA Zirveye katılan devlet ve hükümet başkanlarının eşleri de bir araya geldi. Başbakan Erdoğan'ın eşi Emine Erdoğan, ABD first lady'si Michelle Obama'yla yan yana poz verdi (Milliyet, 3 Nisan 2009).

Daha fazla bilgi için Açıköğretim Fakültesi'nin "Haber Fotoğrafçılığı" adlı ders kitabındaki basın fotoğrafçılığının özellikleri, basında fotoğraf kullanımı ve haber-fotoğraf ilişkisi konularına bakabilirsiniz.



K İ T A P

HABER ÖĞELERİ: 5N1K

Bir haberi oluşturan temel unsurlar "5N1K" formülünde ifadesini bulan ve haber öğeleri olarak da bilinen altı sorunun yanıtından oluşur. Bir haberin temel olarak şu sorulara yanıt vermesi beklenir:

- **Ne?** Ne oldu, olay nedir?
- **Kim?** Olayın kahramanları ya da söz söyleyen kim ya da kimler?
- **Nerede?** Olay nerede gerçekleşti?
- **Ne zaman?** Olay ne zaman oldu?
- **Neden?** Olayın nedenleri neler?
- **Nasıl?** Olay nasıl gerçekleşti?

5N1K: Haber öğeleri olarak bilinen ne, kim, nerede, ne zaman, neden ve nasıl sorularının yanıtlarını içeren temel haber yazma formülü.

Örneğin bir trafik kazası haberinin nasıl olması gerektiğinden hareketle yazılmış, yaşanmamış bir olaya ilişkin yazılmış örnek bir haber ele alınarak haber öğeleri görülebilir.

TRAFİK CANAVARI BİR AİLEYİ YOK ETTİ:

4 ÖLÜ, 1 YARALI

Ankara'da Eskişehir yolu üzerinde meydana gelen trafik kazasında, aynı aileden 4 kişi hayatını kaybetti, 1 kişi de ağır yaralandı. Alınan bilgiye göre, bu sabah saat 07.00 sıralarında, Eskişehir yönünden gelmekte olan, sürücüsünün kimliği henüz belirlenemeyen 06 XXX 72 plakalı otomobil, Ankara'ya 38 kilometre kala aşırı sürat ve dikkatsizlik nedeniyle 06 XX 345 plakalı kamyonu arkadan çarptı. Kazada, otomobilde bulunan Ali ve Ayhan Soyadı olay yerinde hayatını kaybederken, ağır yaralanan 1 yaşındaki Ayşe ve Zekiye Soyadı (52) kaldırıldıkları Acil Yardım ve Trafik Hastanesi'nde kurtarılamadı. Ağır yaralanarak, Bayındır Tıp Merkezi'ne kaldırılan Melabat Soyadı (34) ise yoğun bakımda tedavi altına alındı. Öte yandan, kaza yerinden 1 kilometre ileride kamyonunu terk ederek kaçan ve kimliği henüz belirlenemeyen şoförün de yakalanmasına çalışıldığı bildirildi.

Bu haberin, haber öğeleri şöyle tanımlanabilir:

- **Ne:** Bir trafik kazası
- **Kim:** Otomobil sürücüsünün ve kamyon şoförünün kimlikleri, ölenler ve yaralananların adları “kim” sorusunun yanıtlarını oluşturur.
- **Nerede:** Ankara'da Eskişehir yolunda
- **Ne zaman:** Bu sabah saat 07.00 sıralarında
- **Neden:** Aşırı sürat ve dikkatsizlik sonucu
- **Nasıl:** Otomobilin kamyonu arkadan çarpması suretiyle...

Bu örnek haberde tüm haber öğelerine ilişkin sorulara yanıt verilmiştir. Ancak kimi zaman bu öğelerin tamamı karşılığını bulmaz. Bir haberde haber öğelerinden biri ya da bir kaç bulunmuyorsa bu tür haberlere “**eksik haber**” adı verilir.

SIRA SİZDE

6

Örneğin bir haberde olayın meydana geldiği saat tam olarak belirtilmiyorsa bu haber eksik haber midir?

HABER YAZMA TEKNİKLERİ

Her haberde bulunması gereken unsurları “haber öğeleri” adı altında tanımlamaya çalıştık. Bu başlık altında ise her haberin farklı olan yazım tekniği üzerinde duracağız. Aslında genellikle kitle iletişim türüne bağlı olarak haber yazım teknikleri değişmektedir. Örneğin radyo ve televizyon bültenlerinde “konuşma dili tekniği” kullanılmaktadır. Gazete, dergi ve internet ortamlarında ise daha çok ters piramit tekniği tercih edilmektedir. Haber yazma tekniklerinin kral tahtında oturan ve bu unvanı nedeniyle de en yaygın şekilde kullanılan Ters Piramit Tekniği dışında, haber yazmada; Piramit Tekniği, Wall Street Journal Tekniği, Kronolojik Dizi Tekniği, Listeleme Tekniği, Bölümleme Tekniği ve Dörtgen (Kare/Blok) Tekniği de kullanılmaktadır. Bu teknikler, Açıköğretim Fakültesi'nin Medya ve İletişim Programı'nda “Haber Yazma Teknikleri” başlığı altında yer alan ayrı bir dersin konusunu oluşturmaktadır. Bu dersin ders kitabında söz konusu haber yazma teknikleri hakkında ayrıntılı bilgi yer almaktadır. Burada ise haber yazma teknikleri arasında en çok kullanılan Ters Piramit Tekniği ile Konuşma Dili Tekniğine özet bir şekilde değinilecektir. Daha fazla bilgi için “Haber Yazma Teknikleri” kitabına başvurabilirsiniz.

Ters piramit tekniğinin uygun bulunmadığı durumlarda gazetecilikte en çok kullanılan haber yazma tekniği dörtgen ya da kare (blok) tekniğidir. Haberde yazılacak bilgilerin eş değer bulunması durumunda bu teknik tercih edilir. Her bir paragrafta haberin önemli bir unsuruna yer verilir. Her paragraf eş değerdedir ve birinin atılması, haberdeki anlam ya da bilgi bütünlüğünü bozabilir. Haberin anlaşılabilmesi için ters piramit tekniğindeki gibi yalnızca giriş bölümünün okunması yeterli değildir; tamamının okunması gerekir. Üst üste yığılmış bloklar şeklinde düşünülebilecek haber metnine ait paragrafların her biri haberin bir ayrıntısına sahiptir ve bu nedenle tüm bilgiler verilmeden haberin sona ermesi mümkün değildir. Bu nedenle bu tür haber metinleri üzerinde yapılacak özetlemelerde genellikle atılacak cümlelerin yerine yeni cümlelerin kurulması gerekir. Oysa özetleyici giriş tekniğinin uygulandığı durumlarda ters piramit tekniğinde haberin giriş paragrafından itibaren kesilmesi durumunda dahi haberin “ne hakkında olduğu” genel bir anlatımla aktarılmış olur. Kare tekniğinde ise bu iş bu kadar kolay değildir.

Haber yazma tekniklerinden piramit tekniğinde, ters piramit tekniğinin aksine habere bir ayrıntı ile başlanır. İzleyen paragraflarda ise haberin detaylarına yer verilir. Eş deyişle haber metninde olaya ilişkin bir ayrıntı ile giriş yapılarak ilgi çekilir ve daha sonra detaylar sıralanmaya devam eder. Haberin tamamını okumadan haberi anlamak mümkün değildir. Bu teknikte haber genellikle öykü tarzında başlar ve bu nedenle daha çok dergi haberciliğinde tercih edilir.

Haber yazma teknikleri konusunda Türkçe literatürde daha ayrıntılı bilgi için şu kitaplara başvurabilirsiniz: Yüksel, E. ve Gürçan, H.İ (2005), Haber Toplama ve Yazma, Konya: Tablet; Tokgöz, O (2003) Temel Gazetecilik 5. Baskı Ankara: İmge; Girgin, A (1998) Haber Yazma Teknikleri İstanbul: İnkılâp; Aslan, K. (2002) Haberin Yol Haritası İstanbul: Anahar Kitaplar.



DİKKAT

Ters Piramit Tekniği

Haber yazma kuralları içinde en eskisi ve en çok kullanılanı ters piramittir. Bu teknikte habere yönelik bilgilerin, hedef kitlenin ilgisine göre, en önemliden daha az önemliye doğru sıralanması öngörülür. Dolayısıyla haber yapısının ters dönmüş bir piramidi andırıldığından hareketle bu tekniğe ters piramit adı verilir. 1850’lerde gazetecilerin telgrafla haber geçmek için geliştirdikleri bir tekniktir. O yıllarda telgraf hatlarındaki kesilmeler ve sorunlar nedeniyle gazeteciler haberin en önemli unsurlarını ilk defada geçmek istemelerinden dolayı bu yöntemi kullanmaya başlamışlardır ve bu yöntem gazetecilikte, temel haber yazım tekniklerinden en önemlisi olarak önemini korumuştur.

Ters piramit tekniğine göre okurun ilgisi de göz önünde bulundurularak, muhabir ya da editörün vereceği karar çerçevesinde habere ilişkin en önemli ve en can alıcı unsurlar ön plana çıkarılır. İkinci ve üçüncü derecedeki önemli unsurlar ise birbirini izleyen bir sırada yer alır. Bu teknikte haberin özeti girişte verilir ve haber iki kısımdan oluşur: Giriş bölümünde olayın ne olduğu ve sonucu özet olarak verilir. En önemli haber öğeleri giriş paragrafında yer alır. Haber gövdesi ya da gelişme bölümünde ise genellikle olayın “neden” ve “nasıl” olduğu, kronolojik bir sırada açıklanır.

Haberin detaylarının önemliden daha az önemliye doğru sıralandığı için bu teknikte yazılmış haberlerin son paragraflarının atılması haberin yapısında ve anlamında önemli eksiklikler doğurmaz. Okumayı kolaylaştırıp tekrarı önleyen, merakı tatmin eden, sayfa düzenini, haberi kesme ve genişletmeyi kolaylaştıran ve haber yazımını hızlandıran bu teknik, bütün haber türleri ve iletişim araçları için uygulama olanağına sahiptir.

Ters piramit tekniği ile yazılmış bir haberin son paragraf ya da paragraflarının atılmasında bir sakınca yok mudur?

Örneğin “Trafik canavarı bir aileyi yok etti” başlığıyla önceki sayfada verilen örnek haber, ters piramit tekniğiyle yazılmıştır. Aşağıdaki haber de aynı teknikle kaleme alınmıştır.

BAŞLIK: Muş'ta korkutan deprem

GİRİŞ: *Muş'ta 4,1 büyüklüğünde deprem meydana geldi. Boğaziçi Üniversitesi Kandilli Rasathanesi ve Deprem Araştırma Enstitüsünden alınan bilgiye göre, saat 08.36'da meydana gelen 4,1 büyüklüğündeki depremin merkez üssü Muş'un Bulanık ilçesi olarak tespit edildi.*

ARA BAŞLIK: “CAN YA DA MAL KAYBI OLMADI”

METİN: *Muş'un Bulanık ilçesi Kaymakamı Ferit Görükmez, merkez üssü Bulanık olan 4,1 büyüklüğündeki depremde can ya da mal kaybı yaşanmadığını bildirdi. Görükmez, 08.36'da meydana gelen depremin ardından bölgede incelemelere başladıklarını söyledi. Şu ana kadar kendilerine intikal eden olumsuz bir durumun olmadığı ifade eden Görükmez, “ilk tespitlerimize göre depremde can ya da mal kaybı olmadı. Çalışmalarımız devam ediyor” diye konuştu.*

Kaymakam Görükmez, depremin paniğe neden olduğunu ancak daha sonra baya-tın normale döndüğünü ifade etti.

ARA BAŞLIK: DEPREM ÜSTÜNE DEPREM OLUYOR

Muş'un Bulanık ilçesinde 2 saat içinde 3 yer sarsıntısı meydana geldi.

Boğaziçi Üniversitesi Kandilli Rasathanesi ve Deprem Araştırma Enstitüsü'nden alınan bilgiye göre ilk deprem saat 08.36'da 4,1 büyüklüğünde meydana geldi. Saat 9.47'de 2,8, 10.14'te 3,7 büyüklüğünde iki sarsıntı daha kaydedildi.

Kaynak: http://www.sabab.com.tr/Yasam/2011/02/22/musta_korkutan_deprem

Konuşma Dili Tekniği

Basılı kitle iletişim araçlarının haber yazma tekniklerinden farklı olarak radyo ve televizyon haberciliğinde görsel ve işitsel unsurlar ön plana çıkar. Bu tür haberler genellikle ana ve ara haber bültenleri şeklinde hazırlanır. Yayın organlarının politikasına göre haber bültenlerinin yayın süresi farklılık gösterebilir.

Sıcak haber aktaran radyo ve televizyon haberciliğinde, yaygın olarak konuşma dili tekniği kullanılır. İnsanların birbirleriyle anlaşmak için sesli olarak konuşmaları dile “konuşma dili” denir. Haberlerin sesli olarak birine anlatılıyormuşçasına sunulduğu radyo ve televizyon haberlerinde kullanılan konuşma dili tekniği, karşıdaki insanlarla konuşuyormuş gibi haberi yazma temeline dayanır. Çünkü yazılan bu haber, bir spiker tarafından sesli olarak okunarak izleyenlere sunulur.

Anahtar ilkeleri, “konuştuğunuz gibi yazın” ya da “yazdıklarınızı sesli olarak okuyun” olan konuşma tekniğinde, sunucuların izleyenlerine “şimdi ne olduğunu duyduğunu ya da gördüğünü aktarması” esastır. Konuşma dilindeki gibi basit ve kısa cümlelerle yapılan bu anlatımda edilgen cümlelerden de yararlanılır. Bağlaç kullanımı ve dolaylı anlatım yaygındır. Bununla birlikte haberlerin anlaşılabilir biçimde özet olması gerekir. Kelime zenginliği yerine, daha az kelimeyle daha çok bilgi aktarılmaya çalışılır. Açıklamalara ve geçmiş hakkındaki bilgilere yer verilmeyebilir.

Sıcak haber: Meydana gelen olayın sıcaklığına yayımlandığı haber.

Konuşma dilinin hâkim olduğu radyo ve televizyon haberciliğinde giriş cümlesinin büyük önemi vardır. İzleyenlerin dikkatlerinin habere çekilmesi ve “şimdi bunu dinleyeceksiniz” denilmesi anlamında bu haberlerde, genel bilgi içerir tarzda giriş yapılabilir. Haberin giriş bölümü genellikle spiker ya da haber sunucusu tarafından bir metni okur gibi değil, daha çok anlatır gibi bir üslupla aktarılır. Televizyon haberciliğinde bu bölüm “Kamera Spikerde” bölümü olarak adlandırılır. Anlatım üslubuna da uygun biçimde konuşma dili tekniğinde seçilecek cümlelerin daha kısa, daha anlaşılır ve daha güncel dildeki sözcüklerle örülü olmasına dikkat edilmelidir. Buradaki ifadelerin sıkıcı ya da monoton olmaması, yığma bilgiler içermemesi ve kendine özgü bir canlı ruhun olması dikkat edilecek unsurlar arasındadır. Bazı örnek haber girişleri şu şekilde verilebilir (Yüksel ve Gürcan, 2005):

- *Sayın seyirciler, bugün 1 Aralık Dünya AIDS günü.*
- *Trafik canavarı can almaya devam ediyor...*
- *Sayın seyirciler, yerel seçimlere üç ay kaldı. Her parti hazırlığını yapıyor. Başbakan da iktidardayken yerel seçimlerde oy kaybetmeyecek tek parti olacağını söylüyor.*
- *Dünyanın gündemi ise deprem... Bir hafta içinde büyüklüğü 6'nın üzerinde, 4 deprem meydana geldi. Depremlerin en yıkıcı olduğu yer İran'dı. Ben kentini vuran depremde ölenlerin sayısı 30 bine yaklaştı.*
- *Bir Türk bilim adamının depreme dayanıklı ev projesi Dünya Bankası'ndan ödül kazandı sayın seyirciler. Proje, depremde can kaybının en aza düşürülmesi için ev yapımında otomobil lastiği kullanmayı öngörüyor.*
- *Yılbaşına çok az kaldı. Yeni yılla birlikte Milli Piyango'nun 10 trilyonluk rekor ikramiyesi de sahibini bulacak. Peki, bu ikramiyeyi kazanan kişi ilk anda ne hissedecek ve daha sonra neler yaşayacak?*
- *“Bir erkek için sevdiğini söylemek zordur”. Bu sözlerin sabibi Bugün kendince zor olanı yaptı ve olan aşkını ilk kez açıkladı. Ünlü türkücünün çok önemli mesajları vardı.*
- *İç transferde futbolcularıyla tek tek anlaşılan Galatasaray, şimdi de Brezilyalı futbolcu için harekete geçti.*

Televizyonda izlediğimiz haber bültenleri konuşma dili tekniği ile mi yazılmaktadır?



HABER TÜRLERİ

Yayın organlarında yer alan haberleri pek çok şekilde türlere ayırmak mümkündür. Bu ünite de haberleri genel olarak haber öğelerine göre, haber niteliğine göre, haber konularına göre ve yayınlandığı kitle iletişim aracının türüne göre sınıflandıracğız. Birbirinden farklı alanlardaki bu haber türlerinin temelde aynı olsa da özelde farklı üslup ve sunumları bulunmaktadır. Şimdi bu ayrıntılar üzerinde duralım.

Haber Öğelerine Göre Haber Türleri

Haber öğeleri (5N1K) bir anlamda haberlerin omurgasını oluşturur. Haberler, öğelerine göre sınıflandırıldığında temel olarak “bu haber ne haberi?” sorusuna yanıt aranır. Bu sorunun anlamı, “bu haberde en önemli öğe 5N1K formülündeki hangi sorunun yanıtıdır?” şeklindedir.

“Ne” haberi: Örneğin bir haberin en önemli öğesi onun “trafik kazası”, “deprem”, “sel” ya da “yangın” gibi bir felaket hadisesi olmasından kaynaklanabilir. Bu

durumda haberin en önemli ögesi “ne” sorusunun yanıtıdır. O halde bu habere “ne” haberi denir. Örneğin “ne” sorusuna yanıt veren haberlerin girişleri şöyledir:

- *Anadolu Üniversitesi Çağdaş Sanatlar Müzesi koleksiyonunda bulunan yapıtları bir araya getirdiği bir katalog hazırlandı (“Çağdaş Sanatlar Müzesi’nden 50. yıl kataloğu”, Anadolu Haber, 6-12 Mart 2009).*
- *Eskişehir Meslek Yüksekokulu Aşçılık Programı, Nobutlu Pilav Günü düzenledi (“Aşçılarımızdan Nobut-Pilav ziyafeti”, Anadolu Haber, 6-12 Mart 2009).*
- *8 Mart Dünya Kadınlar Günü, tiyatrodan panele, sergiden söyleşiye kadar üniversitemizde düzenlenen çeşitli etkinliklerle kutlandı (“Kadınlar Günü Kutlandı”, Anadolu Haber, 20-26 Mart 2009).*
- *Amatör caz sanatçıları, 7. Amatör Caz Müzisyenleri Festivali’nde bir araya geldi (Anadolu’da caz günleri”, Anadolu Haber, 20-26 Mart 2009).*
- *ABD’nin California eyaletinde bir firma, Amerikan ordusunun gizli operasyonlarında kullanılmak üzere kameralı robot ‘sinek Kuşu’ geliştirdi (“Askeri operasyonlar için ‘casus kuş’”, Zaman, 18 Şubat 2011).*
- *Bolu TEM Otoyolu’nda, bariyerlere çarpan otomobildeki aynı aileden 2’si çocuk 6 kişi yaralandı (“TEM’de trafik kazası: 6 yaralı”, Zaman, 16 Şubat 2011).*
- *Dünyanın 4. büyük gölü olarak bilinen Aral Gölü, son 50 yılda yüzde 90 küçülerek, yerini suların çekildiği bölümde oluşan, “dünyanın en genç çölü” Aralkum’a bırakıyor (“50 yıl önce dünyanın en büyük 4. Gölüydü”, Zaman, 18 Şubat 2011).*

“Kim” haberi: Kimi haberlerin en önemli ögesi “kim” sorusunun yanıtı olabilir. Örneğin Cumhurbaşkanı, Başbakan ünlü bir ses sanatçısı ya da toplum tarafından tanınan bir başka isim herhangi bir olay ya da açıklama nedeniyle haber konusu olmuşsa ve bu haberin en önemli ögesi habere adı karışan ya da habere kaynaklık eden kişi ise bu haber “kim” haberidir. Örneğin bu tür haberlerin girişleri şöyledir:

- *Adını “Çarli’nin Melekleri” adlı dizi filmle duyuran Amerikalı aktris Farah Fawcett’in şuurunu yitirdiği açıklandı (“Çarli’nin Meleği’ ölüm döşeginde”, Milliyet 7 Nisan 2009).*
- *Marmara Üniversitesi Tıp Fakültesi Psikiyatri Anabilim Dalı Başkanı Prof. Dr. Esat Oğuz Göktepe, önceki gün evinde geçirdiği kalp krizi sonucu hayatını kaybetti (“Prof. Dr. Göktepe yaşamını yitirdi”, Milliyet, 11 Mart 2009).*
- *Uluslar arası Berlin Yarı Maratonu’nda erkeklerde ipi göğüsleyen ilk atlet, 59:34’lük derecesiyle Kenyalı Kipyego oldu (“Berlin’de Kipyego güldü”, Milliyet, 6 Nisan 2009).*
- *Lider Manchester United, Aston Villa’yı son dakika golüyle 3-2 mağlup etmeyi başararak birincilik koltuğundaki yerini korudu (“Manchester 90’da güldü”, Milliyet, 6 Nisan 2009).*

“Nerede” haberi: Örneğin Eskişehir’de yayımlanan yerel bir gazete için Eskişehir yakınlarında meydana gelen bir olay daha önemlidir ya da Türkiye geneli için açıklanan bir takım verilerin arasından Eskişehir’i ilgilendiren bölümü Eskişehir’in yerel gazeteleri tarafından alınarak ön plana çıkarılabilir. Önemli bir şehirde ya da önemli bir yolda ya da yerde meydana gelen olaylar da “nerede” sorusunun ön plana çıktığı haberleri oluşturur. Örneğin kış şartları nedeniyle Bolu dağı geçidinin trafiğe kapatılması “nerede” haberi olarak verilmelidir. Çünkü önemli olan yolun kapatılması değil, hangi yolun trafiğe kapatılmış olduğudur. Bu türdeki haberlerin girişleri şöyle görülebilir:

- *Pakistan'da, dün sabah bir Şii camisine düzenlenen intibar saldırısında 22 kişi öldü, onlarca kişi yaralandı* (“Şii camiine intibar saldırısı: 22 ölü”, *Milliyet*, 6 Nisan 2009).
- *Amerikalı Alvin Atkinson, 1963'te kente gelen Duke Ellington'dan beri, Irak'ın başkenti Bağdat'a yolu düşen ilk büyük cazcı oldu* (“Bağdat'ta 46 yıl sonra caz”, *Milliyet*, 6 Nisan 2009).
- *Neuşehir, Bolu, Kocaeli, İzmir ve Eskişehir'de meydana gelen trafik kazalarında 8 kişi öldü, 14 kişi de yaralandı* (“Trafik kazalarında 8 ölü, 14 yaralı”, *Milliyet*, 6 Nisan 2009).
- *Washington Post gazetesinde çıkan “Bazı dostlar” başlıklı başyazıda Hillary Clinton, ABD Dışişleri Bakanlığı İnsan Hakları Raporu'nun altını oymakla suçlanırken, Türkiye hakkında çarpıcı tespitlere yer verildi* (“Özgür basın kuşatma altında”, *Milliyet*, 11 Mart 2009).

“Ne zaman” haberi: Kimi zaman da olayın meydana geldiği ya da geleceği zaman önem kazanır. Örneğin “yarın elektrikler kesilecek” bilgisinde ön plana çıkan unsur “yarın”dır. Yeni bir yasal düzenlemenin iki gün sonra yürürlüğe girecek olması yine zaman unsurunu ön plana çıkarır. Örneğin bu tür haberlerin girişleri şöyledir:

- *Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'nin geleneksel hale getirdiği, “Öldürülen Gazeteciler Günü” etkinliklerinin 13'üncüsü bugün yapılıyor* (“Öldürülen gazeteciler bir kez daha anılıyor”, *Milliyet*, 6 Nisan 2009).
- *Akademik Personel ve Lisans Üstü Eğitim Giriş Sınavı'nın ilkbahar dönemi başvuruları 16 Mart günü başladı* (“ALES'te son gün 3 Nisan”, *Anadolu Haber*, 20-26 Mart 2009).
- *29 Mart seçiminin ardından kapatılan Samandıra Belediyesi'nde çalışan 117 işçi, önceki gün 1 Nisan şakası yapılır gibi işsiz kaldı* (“Belediyenin 117 işçisi 1 Nisan'da ortada kaldı”, *Milliyet*, 3 Nisan 2009).
- *Anadolu'nun binlerce yıllık kültür ve tarih mozayığını balk dansları, bale, modern dans ve dansın diğer disiplinleriyle sentezleyerek izleyiciye kültürel bir şölen sunan “Anadolu Ateşi”nin programı 19 Şubat'ta başlıyor* (“Anadolu Ateşi cumartesileri Lutfi Kırdar'da”, *Zaman*, 18 Şubat 2011).

“Neden” haberi: Bazen de olayın “nedeni” her şeyden daha önemlidir. Örneğin trafik kazası haberinde “neden” hatalı sollama olarak gösteriliyorsa, kazanın nedeni ön plana çıkarılabilir ve şöyle denilebilir: “Hatalı sollama ölüm getirdi”. Kimi örnek haber girişleri de şu şekilde verilebilir:

- *Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü'nün görevlendirdiği kaza kırım beyeti, helikopterdeki Acil Yer Bulma Verici Sistemi (ELT) anteninin kırıldığı için zayıf sinyal verdiğini belirledi* (“Zayıf sinyal kırık antenden”, *Milliyet*, 3 Nisan 2009).
- *Seçim sonuçlarının hükümetin, IMF ile kısa sürede anlaşmaya sarılmasına ve ekonomik reformlara ağırlık vermesine neden olacağına yönelik beklentiyle dolar, dün bankalararası piyasada 1,6326 TL'ye kadar geriledi* (“Dolar 1,63 TL'ye kadar geriledi”, *Milliyet*, 2 Nisan 2009).
- *Moldova'da, Rus gazını Bakanlar üzerinden Avrupa'ya taşıyan doğalgaz boru batında meydana gelen patlama nedeniyle Rusya'dan Türkiye'ye gaz akışında azalma meydana geldi* (“Moldova'daki patlama, gazı kesti”, *Milliyet*, 2 Nisan 2009).

“Nasıl” haberi: Eğer bir olayın meydana geliş şeklinde haber değerleri (ilginçlik, nadirlik vs.) açısından bir önemlilik varsa, o zaman olayın “nasıl” meydana geldiği ön plana çıkarılarak haber “nasıl” haberi şeklinde yazılabilir. Örneğin ilginç bir trafik kazası haberi “sahil yolunda görülmemiş kaza” başlığıyla verilebilir ve haber girişinde olayın nasıl meydana geldiği açıklanabilir. Bu türdeki haberlere daha başka şöyle örnekler verilebilir:

- İngiliz Susie White’ın (30) böbreği, göbek deliğine açılan küçük bir kesikten dışarı alındı. “Tek Kesikli Laparoskopik Cerrahi” olarak adlandırılan yöntem sayesinde iyileşme süresi üç haftaya düşüyor. Operasyon için göbek deliğine yaklaşık 2,5 santimlik bir kesik açılıyor. Ardından, özel aletler kullanılarak, yaklaşık 17 santimetre boyunda olan böbrek, karın boşluğunda minik parçalara ayrılarak bir keseğe dolduruluyor ve göbek deliğinden dışarı çıkartılıyor... (“Böbreğini göbek deliğinden aldılar”, Milliyet, 6 Nisan 2009).
- Kolombiya’nın Bogota kentinde bir grup manken önceki gün, çevre kirliliğinin engellenmesi için bisiklet kullanımını teşvik etmek amacıyla yarı çıplak biçimde ve vücutlarını boyayarak kent sokaklarında bisiklete bindi (“Çevre için çıplak eylem”, Milliyet, 3 Nisan 2009).
- Amerikan Minnesota Üniversitesi’nin yapmış olduğu araştırma, kaşınmanın kaşınan bölgeyi nasıl rahatlattığını ortaya çıkardı (“Kaşınmanın kaşıntıyı nasıl durdurduğu çözüldü”, Milliyet, 7 Nisan 2009).

Olayları haber öğeleri bağlamında sınıflandırmak ve bir haberin “ne haberi” olduğuna karar vermek, haber yazma ve haberin başlığını bulmada büyük kolaylık sağlar. Çünkü haberin ne haberi olduğuna karar verildikten sonra haber, o haber ögesi üzerine inşa edilir ve haberin kurgusu bu önemlilik unsuru üzerinden kurulur. Bu nedenle haber yazmada acemilik çeken muhabirlerin öncelikle kendi kendilerine “bu haber ne haberi” sorusunu sormaları ve haberlerini bu çerçevede kaleme almaları tavsiye edilir.

SIRA SİZDE

9

Bütün haberleri kesin olarak 5N1K formülündeki soruların yanıtlarına göre sınıflandırmak mümkün müdür; bir haber için birden çok unsur birden önemli olabilir mi?

Niteliklerine Göre Haber Türleri

Haberler niteliklerine göre sınıflandırıldığında rutin, basit, karmaşık ve özel haberler şeklinde tanımlanabilir (Bülbül, 2001; Yüksel ve Gürcan, 2005; Aslan, 2002). Ancak haberleri niteliklerine göre başka biçimlerde tanımlamak da mümkündür. Şimdi bunları açıklayalım.

Rutin (Genel) haberler: Bunlar genel haberlerdir ve genel olarak haberlerin bir çoğu rutin haberdur. Başka bir deyişle her gün olan, alışık olunan, olacağı önceden bilinen ve olağanüstü bir özelliği bulunmayan haberlerdir. Bunlarda yer, kişi ve zaman farklıdır; ancak olayın ana teması aynı çerçevede gelişir. Bu haberler konuşma, görüşme, toplantı, açılış, tören, kutlama, temel atma, yıldönümü gibi belirli haber yazma kalıplarına sahip haberlerdir. Genel olarak bütün muhabirlerin gidip yazabileceği türdeki haberlere “genel haberler” denilmektedir. Bu nedenle herhangi bir uzmanlık alanına gerek duyulmadan yazı işleri kadrosundaki tüm muhabirler tarafından yazılabilecek nitelikteki haberlerdir.

Basit haberler: Bu tür haberlere “konulu haberler” de denilmektedir. Ölüm, cenaze, hastalık, yangın, sel, deprem gibi doğal fekaletler, kazalar, mevsim ve hava durumuyla ilgili haberler, cinayet haberleri gibi olayların ele alınarak yazıldığı haberler “basit haber” kategorisinde değerlendirilir. Her ne kadar adı “basit” olsa da bu tür haberleri yazmanın bilgi toplama ve habere hâkim olma anlamında belirli bir deneyim gerektirdiği de söylenebilir.

Karmaşık haberler: Bunlar daha çok deneyime ihtiyaç duyulan ve yazılırken daha fazla titizlik gösterilmesi gereken haberlerdir. Mahkeme haberleri, siyasi parti haberleri, Cumhurbaşkanlığı, yasama ve yürütme organlarına ilişkin haberler, iş ve çalışma hayatına ilişkin haberler, bilim, eğitim, din ve felsefe gibi çeşitli konularda belirli inceleme ve araştırmaya dayanan ve belli bir uzmanlık birikimi gerektiren haberler bu türde haberlerdir.

Özel haberler: Muhabirler tarafından ortaya çıkarılarak özel bir çabayla yazılan, başka yayın organlarında bulunmayan türdeki haberler özel haberlerdir. Genellikle uzmanlık gerektiren özel haberler pek çok konuda yazılabilir. Bazen rutin ya da basit haberlerden bile uzman muhabirler tarafından özel haber çıkarılabilir. Bununla birlikte uzmanlık gerektiren türdeki haberler de özel haber olarak tanımlanır. Spor, edebiyat, kültür ve sanat haberleri genellikle özel imzalı haberlerdir. Bu haberlerin muhabirin imzasıyla yayınlanmasına özen gösterilmesi de muhabirin harcadığı özel çabaya saygıyı ifade eder. Özel haber genellikle olayları sürekli takip etmeyi ve konular üzerinde derinlemesine bilgi sahibi olmayı gerektirir. Bir yayın organının, bir siyasinin hiçbir yerde yayınlanmamış gizli bir toplantısının görüntülerine ulaşması ve bunları yayınlaması, kimsenin elde edemediği bir belgeyi açıklaması, diğer yayın organlarından önce bazı bilgileri izleyenlerine/okurlarına ulaştırması özel haber örnekleri olarak tanımlanabilir.

Muhabirlerin hep birlikte gittikleri haberler özel haber olarak adlandırılabilir mi?



Bunlar dışında kimi haberlere yönelik bazı tanımlar da dikkat çeker. Habercilikte yaygın olarak kullanılan bu nitelemeleri ayrıca açıklayabiliriz.

Araştırma haberler: Aslında araştırma haberler de özel haberlerdir. Ancak haber toplama yönteminin önemi nedeniyle bu tür haberlere ayrı bir isim verilmiştir. Araştırma haberlerde arşiv, kütüphane ve dokümantasyon çalışması yapılır. Uzman haberciler araştırma konuları için dosya ya da dosyalar oluşturarak bilgi ve belge toplar. Genellikle gizli ya da çok özel konularda titiz bir çalışmanın ürünü olarak uzun bir araştırma sürecinin sonunda yayınlanan araştırma haberler, genelde üstü kapalı olduğu için kimsenin ilgisini çekmeyen ancak yayınlandığında büyük yankılar yaratan konulardan oluşur. Bunun için de bu tür haberlerin mutlaka geçerli belgelere dayandırılması gerekir. Gizli bilgi ve belgelere ulaşmak, bağlantıları yakalamak ve ilişkileri ortaya koymak kişisel çaba ve özel araştırma teknikleri gerektirir. Dolayısıyla tüm haberler için gerekli olan araştırma çabasından daha fazla çabanın ürünü olan bu haberler için “araştırma haber” adı verilmektedir.

Öyküleyici haberler: Daha çok dergi ve televizyon haberciliğinde görülen, haber konularının öyküleştirilerek anlatıldığı haberlerdir. Duygusal bir temelde dramatize edilerek öyküleyici bir dille yapılan anlatım şekline sahiptir.

Derleme haberler: Arşiv taramasına bağlı olarak daha önce yayınlanmış bilgi ve belgeler ışığında oluşturan daha çok bilgilendirmeyi amaçlayan haberlerdir. Çevre kirliliği, küresel ısınma, deprem gibi çeşitli konularda bilgiler sunan, mevcut durumu ya da geline nokta özetleyen, genel bilgiler içeren haberler derleme haberlerdir.

Atlatma haberler: Herkesin peşinde olduğu bir konuda daha iyi bir çalışma ile elde edilen bilgi, belge ya da açıklamalar “özel haber” şeklinde yayın organlarında yer alır. Diğer yayın organlarında bulunmayan bu haberler atlatma haberlerdir. Atlatma haber, muhabirlerin övünç kaynağıdır. Bu haberler, bir muhabirin, meslektaşlarının göremediği ya da görüşemediği kişilerden bilgi alıp bunu haberleştirmesi, diğer muhabirlerden önce haberini gazetesine, radyo ya da televizyonuna geçebilmesiyle yayınlanan haberlerdir.

Bayat haberler: Yayımında geç kalınmış haberler ya da yayınlandığında herkesin hakkında başka kaynaklardan bilgi sahibi olduğu haberler bayat haberlerdir. Daha önce başka yayın organlarında çıkmış, herkesin o olay hakkında bilgi sahibi olduğu haberler bayat haber diye adlandırılır.

Sıcak haberler: Ani gelişen ya da beklenmedik olaylar karşısında hazırlanan ve süratle yayınlanan haberler sıcak haberlerdir. Doğal afetler, deprem, yangın, kaza, terör olayları, ani baskın ya da operasyonlar bu tür haber konularını oluşturur. Sıcak haberlerin en önemli özelliklerinden birisi de en kısa sürede yayınlanmalarıdır. Radyo ve televizyonlarda daha çok sıcak haberler yer alır.

Konserve haberler: Daha sonra da yayınlanabilecek nitelikteki haberler konserve haberlerdir. Eş deyişle, her zaman yayınlanabilecek, her zaman okurun dikkatini ve ilgisini çekecek nitelikteki haberler “konserve” olarak el altında tutulur ve haber sıkıntısı olduğunda bunlar kullanılabilir. Örneğin, maydanoz yemenin faydaları, zayıflama yöntemleri, ilginç buluşlar, kişisel bakım ve AIDS’ ten korunma yöntemleri gibi haberler konserve haberlerdir.

Ambargolu haberler: Haber kaynağı tarafından belirli gün ve saate kadar yayınlanmaması istenen haberlerdir. Haber kaynağının muhabire duyduğu güven çerçevesinde verdiği, ancak belirli bir zamana kadar yayınlanmasını istemediği haberler ambargolu olarak o zamana kadar bekletilerek yayınlanmaz.

Maksatlı haberler: Olayın taraflarından birinin çıkarları için yapılmış haberler maksatlı; yani belirli bir amaca yönelik hazırlanmış haberlerdir. Bu tür haberler, medya kuruluşunun olduğu gibi gazetecinin kendi çıkarları için de kullanılabilen, gazeteci, kendisiyle ilgili bir konuda maksatlı ve taraflı olarak (tek taraflı) haber üretebilmektedir.

Asparagas haberler: Yalan, asılsız ya da palavra haberlerdir. Genellikle ilgi çekmek amacıyla uydurulmuş, gerçek dışı haberler asparagas haber diye nitelenir.

Konularına Göre Haber Türleri

Haber olaylarına göre haberler sosyal, siyasal, ekonomi, finans, iş, işçi, magazin, polis, adliye, spor, bilim, din, eğitim, sağlık, ev, yaşam, uzay, hukuk, dış haber gibi konulara ayrılır. Örneğin gazete ya da dergilerdeki bölümler de konulara göre ayrılmıştır. Gazetelerin birinci sayfaları “vitrin” sayfası olarak bilinir. Bu sayfada gazete içeriğindeki en önemli haberlere yer verilir. İç sayfalarda “magazin”, “ekonomi”, “finans”, “spor” gibi çeşitli sayfa başlıkları bulunur. Dergilerde de benzer türde konu bölümlemesi söz konusudur. Radyo ve televizyon haber bültenlerinde konularına göre ayırım yapan bir sıralama tercih edilebildiği gibi kısa süreli bültenlerde bu bölümlemeye gidilebilecek haber yoğunluğu bulunmaz. Onun yerine en önemli ve en sıcak haberler ardı ardına sıralanır. Konularına göre haberler şu şekilde görülebilir:

- Politik haberler / Siyaset haberleri,
- Magazin haberleri,
- Ekonomi haberleri,

- Finans haberleri,
- Tarım haberleri,
- Polis-adliye haberleri,
- Yurt - kent haberleri,
- Dış haberler,
- Eğitim haberleri,
- Kültür-Sanat haberleri,
- Sağlık haberleri,
- Çevre haberleri,
- Din-aile haberleri,
- Televizyon-Sinema haberleri,
- Spor haberleri.

Haber Kaynaklarına Göre Haber Türleri

Haberleri haber kaynaklarına göre sınıflandırmak da mümkündür. Yayın organları belli başlı haber kaynakları için özel muhabir görevlendirebilir. Bu muhabirin gönderdiği haberler o haber kaynağının kimliği ile adlandırılır. Örneğin yaygın bir gazetenin başkent haberleri için belli başlı haber kaynakları şunlardır:

- Cumhurbaşkanlığı,
- Başbakanlık,
- Bakanlıklar,
- Parlâmento,
- Genel Kurmay Başkanlığı,
- Siyasal parti genel merkezleri,
- Üniversiteler,
- Sendika genel merkezleri,
- Sivil toplum örgütleri, vakıflar ve dernekler,
- Emniyet Genel Müdürlüğü,
- Yargıtay, Danıştay, Sayıştay ve diğer mahkemeler,
- Büyükelçilikler,
- Devlet Planlama Teşkilatı, Devlet İstatistik Enstitüsü ve diğer resmi kurum genel müdürlükleri,
- Ekonomi çevreleri, banka genel müdürlükleri,
- Sanat ve eğlence merkezleri,
- Eğitim ve öğretim kurumları,
- Havaalanı,
- Hastaneler.

Dolayısıyla bu haber kaynaklarından gelen haberler de “Cumhurbaşkanlığı haberi”, “Başbakanlık haberi”, “parlamento haberi”, “hastane haberi” gibi adlar alır.

Yerel gazetelerde ise haber kaynakları daha farklıdır. Örneğin bir yerel gazetenin haber kaynakları şunlardır:

- Valilik,
- Belediye başkanlıkları,
- Üniversiteler,
- İl genel meclisi,
- Belediye meclisleri,
- Kamu kurumları müdürlükleri,
- Emniyet,
- Adliye,

- Siyasi partilerin il örgütleri,
- Sendika temsilcilikleri,
- Oda, dernek ve birliklerin temsilcilikleri,
- Sanat ve eğlence merkezleri,
- Eğitim kurumları,
- Sivil toplum örgütleri, dernek ve vakıflar,
- Hastaneler,
- Sebze ve balık halleri, ticaret ve ziraat borsaları,
- Muhtarlıklar vb.

Dolayısıyla bu haber kaynaklarından gelecek haberler “valilik haberi”, “üniversite haberi”, “adliye haberi” gibi isimler alır.

Kitle İletişim Aracının Türüne Göre Haber Türleri

Gazete, dergi, radyo, televizyon ve internette yayınlanan haberler yayımlandığı aracın türüne göre farklı özelliklere sahiptir. Bu özellikler kitle iletişim araçlarının doğasından kaynaklanır. Baskı teknolojilerine dayanan gazete ve dergi haberleri daha geleneksel yapıdadır. Radyo ve televizyon haberciliğinde ise konuşma dili tercih edilir. Bu konularda daha detaylı bilgileri bir sonraki ünitemizde bulabilirsiniz.

SIRA SİZDE



11

Bir haberi birden çok haber türü içinde tanımlamak mümkün müdür?

Özet



Basılı haberlerde başlık kompozisyonunu açıklamak.

Basılı haberlerde başlık kompozisyonunu oluşturan unsurlar “üst başlık”, “ana başlık”, “alt başlık”, “haber spotu” ve “ara başlıklar”dan oluşur. Bunlar haber metni puntosundan daha büyük yazılan ifade ya da cümleler şeklindedir. Ancak bir haberde ana başlık dışındaki diğer başlık unsurlarının bulunması şart değildir ve haberin niteliğine göre ya da yayın organının sayfa tasarımı politikasına bağlı olarak bu unsurların bulunup bulunmaması koşulu değişebilir. Bir gazetedeki en önemli haber manşet haberdir. Ancak normalin üzerinde gelişmelerin olduğu durumlarda sürmanşet uygulamasına gidilir. Dergide ise en önemli haber kapak haberidir.



Haber öğelerini açıklamak.

Haber öğeleri 5N1K formülünde karşılığını bulan ne, kim, nerede, ne zaman, neden ve nasıl sorularını kapsar. Herhangi bir haber olayının haber olarak yazılmasında bu soruların yanıtlarının verilip verilmediği kontrol edilmelidir. Bu sorulara yanıt vermeyen haberler, eksik haberlerdir. Ne sorusu, olayın ne olduğunu ifade eder. Kim sorusu, olayın kahramanlarına karşılık gelir. Olayın nerede meydana geldiği, ne zaman meydana geldiği, neden ve nasıl olduğu da haberde anlatılmalıdır.



Haber yazma tekniklerini açıklamak.

Haber yazma tekniklerini genel olarak ters piramit, düz piramit, dörtgen ya da kare ve konuşma dili tekniği şeklinde açıklayabiliriz. Ters piramit tekniğinde genellikle haberin en can alıcı ve özeti niteliğindeki bilgiler, haberin girişinde verilir ve ayrıntılar daha az önemliye doğru sıralanır. Düz piramit tekniğinde olayın ilgi çekici bir ayrıntısından başlayarak haberin önemliye doğru anlatımı yapılır. Kare tekniğinde ise olaya ilişkin ayrıntılar eşit ağırlığa sahip paragraflarda konu edilir. Konuşma dili ise daha çok radyo ve televizyon haberciliğinde kullanılan karşılıklı konuşma şeklinde yazılan haberler için tercih edilir.



Haber türlerini betimlemek.

Haberleri çeşitli biçimlerde sınıflandırmak mümkündür. Örneğin haber öğelerine göre, niteliklerine göre, konularına göre ya da haber kaynaklarına göre haberler sınıflandırılabilir. Haber öğelerine göre yapılan sınıflamanın alt kategorileri 5N1K formülündeki sorulardır. Niteliklerine göre ise haberler rutin (genel), basit, karmaşık gibi haberlerin niteliğine bağlı olarak sınıflandırılmaktadır. Haber konuları bağlamında ise haberler ekonomi, spor, sağlık, siyaset, magazin gibi haber konusuna göre tanımlanabilmektedir.

Kendimizi Sıyalım

1. Gazetelerin ilk sayfalarında logonun hemen altında, iri puntolu harflerle yayımlanan haberlere ne ad verilir?
 - a. Sürmanşet haber
 - b. Manşet haber
 - c. Birinci sayfa haberi
 - d. Kapak haberi
 - e. Logo haberi
2. Aşağıdakilerden hangisi haber başlıklarında dikkat edilmesi gereken **temel** unsurlardan biri **değildir**?
 - a. Okuyucunun ilgisini çekici olması
 - b. Haber unsurlarını içermesi
 - c. En fazla 4 kelime olması
 - d. Dikkat çekici olması
 - e. İmalî anlatımlar içermemesi
3. Aşağıdakilerden hangisi haberde başlık kompozisyonunun unsurlarından biri **değildir**?
 - a. Üst başlık
 - b. Ana başlık
 - c. Ara başlık
 - d. Yana çıkma başlık
 - e. Haber spotu
4. Haber metninin içinde paragrafların arasında okuyucuyu rahatlatmak ve uzun haber metinlerinde okuyucunun aradığını bulmasını sağlamak amacıyla kullanılan başlıklara ne ad verilir?
 - a. Üst başlık
 - b. Ana başlık
 - c. Ara başlık
 - d. Yana çıkma başlık
 - e. Haber spotu
5. Aşağıdakilerden hangisi bir gazete sayfasındaki görsel unsurlardan biri **değildir**?
 - a. Haber başlıkları
 - b. Fotoğraflar
 - c. Grafikler
 - d. Tablolar
 - e. Karikatür ve illüstrasyonlar
6. Aşağıdakilerden hangisi 5N1K formülünde yer alan haber öğelerinden biri **değildir**?
 - a. Ne?
 - b. Nerede?
 - c. Neden?
 - d. Niçin?
 - e. Nasıl?
7. Aşağıdakilerden hangisi haber yazma tekniklerinden biri **değildir**?
 - a. Düz piramit tekniği
 - b. Ters piramit tekniği
 - c. Dörtgen ya da kare tekniği
 - d. Karmaşık yazım tekniği
 - e. Konuşma dili tekniği
8. Habere yönelik bilgilerin, hedef kitlenin ilgisine göre, en önemliden daha az önemliye doğru bir sıralamasının öngörüldüğü haber yazma tekniği aşağıdakilerden hangisidir?
 - a. Düz piramit tekniği
 - b. Ters piramit tekniği
 - c. Dörtgen ya da kare tekniği
 - d. Çoklu yazım tekniği
 - e. Konuşma dili tekniği
9. Yalan, asılsız ya da palavra haberlere ne ad verilir?
 - a. Asparagas haber
 - b. Dedikodu haberi
 - c. Maksudatlı haber
 - d. Ambargolu haber
 - e. Konserve haber
10. Herkesin peşinde koştuğu bir konuda diğer yayın organlarından önce haber yayınlamaya ne ad verilir?
 - a. Özel haber
 - b. Araştırma haber
 - c. Ambargolu haber
 - d. Atlatma haber
 - e. Sıcak haber

Okuma Parçası

Bu haber ne haberi?

Bir haberi yazmaya başlamadan önce bir muhabirin kendi kendine sorması gereken ilk soru, yazacağı haberin ne haberi olduğu sorusudur. Bu sorunun yanıtı haber yazımının altın kurallarından sayılan 5N1K formülündeki sorulardan birine karşılık gelir. Bir haber, haberdeki en önemli öğeyi tanımlayan “ne”, “kim”, “nerede”, “ne zaman”, “nasıl” ve “neden” sorularından birinin haberidir. Habercilik mesleğine yeni başlayanların haber yazımında yaşadıkları en büyük sorunlardan birisi bu soruya net bir biçimde yanıt verememektir.

Örneğin kaza haberleri...

“Bu haber ne haberi?” sorusu, aslında haberi yapılacak olay ya da konuya ilişkin “en önemli şeyin ne olduğu” sorusu ile eş değerdir. Örneğin bir trafik kazası haberinde en önemli şey ne olabilir? Birincisi, kaç kişinin ölüp kaç kişinin yaralandığı ve bunların kimlikleri olabilir. Ölenler arasında kimliği dikkat çeken birisinin olması kaza haberini başka bir habere de dönüştürebilir. Başka bir kazada, kazanın nedeni; yolun bozukluğu, uyarı işaretlerine uyulmaması, alkol alınmış olması gibi nedenler, ölenlerden daha önemli görülebilir. Bir diğer kazada kazanın nerede meydana geldiği önemli olabilir. Orada daha önce de yaşanmış ölümlü kazalar, kazanın nerede meydana geldiğini önemli kılabilir. Kazanın meydana geldiği saat ve belki o saatte trafiğin yoğunluğu, yolun saatlerce kapanması, ambulansın geç gelmesi gibi durumlar da bir haber için o haberin en önemli öğesi olabilir. Ancak haberi yazmaya başlamadan önce muhabir, bunlardan hangisinin en önemli olduğuna karar vermesi ve haberin adını koyup, o şekilde haberini yazmaya koyulması gerekir.

Bir haberde elbette 5N1K sorularının tümüne yer verilmez ve bunlardan birine dahi yer verilmeyen habere “eksik haber” denilir. Şu anda medya içeriklerinde yer alan haberlerin büyük bir kısmının “eksik haber” diye nitelendirilmesi yanlış olmayacaktır. Ancak burada benim üzerinde durmak istediğim nokta, haberde tüm soruların yanıtlarına yer verilmiş olsa da haberin “ne haberi olduğu” sorusunun net bir biçimde anlaşılıp anlaşılmadığıdır.

Bir yarışma haberi

Örneğin şu habere dikkatinizi çekmek isterim: Bir yarışma yapılmış, yarışmada dereceye girenlere ödülleri ileri gelen kişilerden birisi tarafından verilmiş. Bu olayın haberi, sizce ne haberi?

Sanırım, şunlardan herhangi birisi olabilir: “Yarışma sonuçları belli oldu”, “Birinci A kişisi oldu”, “Yarışmada dereceye girenlere ödülleri verildi”, “Dereceye girenlere ödülleri X kişisi verdi”, “X kişisi dereceye girenlere şunu söyledi: ...”

Haberin ilk cümlesine ya da giriş cümlesine ne yazacağınız sorusu, bu haberin ne haberi olduğu sorusunun da yanıtı olacaktır. Aynı zamanda bu yanıt, haberin kimin için yazıldığı sorusunun da karşılığını verecektir. Nasıl mı? Şu soruların yanıtlarına bakalım:

Yarışmanın sonuçlarının belli olması, acaba kimi ne kadar ilgilendirecektir? A kişinin birinci olması, ne kadar önemlidir? Yarışmada dereceye girenlere ödülleri verilmiş olması haber midir? Verilmemiş olsaydı, acaba öyle bir konu daha mı önemlidir? Yoksa dereceye girenlere kimin ödül verdiği mi daha değerlidir? Okurlar, kimin ödül verdiğini mi, kimin ödül aldığını mı merak eder? Okurlar, dereceye girenlerin ne dediğini ve başarı öykülerini mi merak eder, yoksa ödül veren ileri gelen kişinin belki de kâğıttan okuyarak yaptığı resmi açıklamayı mı en önce okumak ister? Bu soruların yanıtları verildiğinde yazılmış haberi yeniden değerlendirmek sanırım daha kolay olacaktır.

(...)

Okur odaklı yayıncılık diye üzerine basarak vurguladığım konu da işte bu noktada düğümleniyor. “Bu haber ne haberi?” sorusunun yanıtı net bir biçimde tanımlandığında, aslında, haberi yazmak daha kolay bir hale geliyor. Çünkü başlığa ya da giriş cümlesine ne yazılacağı ortaya çıkıyor. Ters piramit tekniğine uygun biçimde yazılacak haberlerde de en önemli öğe yazıldıktan sonra daha az önemli olanlara doğru yazım sürdürüldüğünde haber tamamlanmış oluyor.

Sade, net ve anlaşılır haberler

Çoğu zaman haber yazma alıştırmaları yapanlar, haberin en önemli öğesinin ne olduğu sorusunun karmaşasını zihinlerinde yaşıyorlar. Bir haberde birden çok öğe bir arada yer alabiliyor.

“Yarışma düzenlendi”, “ödülleri kazananlar belli oldu”, “ödüller verildi”, “ödülleri müdür A verdi” şeklindeki konu başlıkları arasından en önemli olan birinin seçilerek en başa yazılması, hepsinin bir arada verilmeye çalışılmaması, haberin sade, net ve anlaşılır bir biçimi sunumu adına önem taşımaktadır.

Bir de kimi muhabirler, haberi kimin için yazdıklarını karıştırıyorlar. Haberi kamuoyu için yazıyorsanız, ödüllü kimin verdiğinden önce, kimin aldığını yazmalısınız. Yarışmayı düzenleyen kurumun adından önce, jüriden önce, ödül alanlarını takdir etmelisiniz.

Bir olaya ilişkin olarak her şeyi anlatmaya kalkmadan önce, onu haber yapan unsuru bulup en önce onu yazmalı ve okurlarınıza okutmalısınız. İlk cümlesi, ikinci cümlesini okutturmayan haber, iyi bir haber değildir. En iyi haber ise, sonuna kadar okutturabilen eksiksiz haberdir.

Sonuç olarak haber yazma konusunda sorun yaşayan genç muhabirlerin kendi kendilerine net bir biçimde şu soruyu sormaları ve tek bir yanıt vermelerinde büyük yarar olacağı kanaatindeyim: Bu haber ne haberi?

Bu sorunun yanıtı, ters piramit tekniği ile yazılacak haberin giriş cümlesinin de yanıtı olacaktır. Hangi haber olursa olsun, bu soruya verilen yanıtı tek bir cümleye düşürdüğünüzde, haberinizi yazmaya başlayabilirsiniz. Kolay gelsin...

Kaynak: Yüksel, E. (2006, 16 Temmuz) Bu haber ne haberi? **Dördüncü Kuvvet Medya**. Şu adreste erişilmiştir: <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/dkm/article.php?sid=6614>.

Kendimizi Sınavalım Yanıt Anahtarı

- | | |
|-------|---|
| 1. b | Yanıtınız yanlış ise “Basılı Haberlerde Başlık Kompozisyonu” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 2. c | Yanıtınız yanlış ise “Basılı Haberlerde Başlık Kompozisyonu” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 3. d | Yanıtınız yanlış ise “Basılı Haberlerde Başlık Kompozisyonu” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 4. c | Yanıtınız yanlış ise “Basılı Haberlerde Başlık Kompozisyonu” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 5. a | Yanıtınız yanlış ise “Basılı Haberlerde Başlık Kompozisyonu” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 6. d | Yanıtınız yanlış ise “Haber Öğeleri: 5N1K” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 7. d | Yanıtınız yanlış ise “Haber Yazma Teknikleri” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 8. b | Yanıtınız yanlış ise “Ters Piramit Tekniği” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 9. a | Yanıtınız yanlış ise “Niteliklerine Göre Haber Türleri” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 10. d | Yanıtınız yanlış ise “Niteliklerine Göre Haber Türleri” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Bir gazetede en önemli haber gazetenin birinci sayfasında logonun hemen altındaki manşet haberidir. Ancak manşet haberden daha önemli olan normalin üzerinde öneme sahip haberler logonun üzerinde yayınlanır. Bunlar sürmanşet haberlerdir.

Sıra Sizde 2

Gazete haberlerinde genellikle ana başlıkların 3-5 sözcükten oluşması tercih edilirken, alt başlıklar tam bir cümle şeklindedir ve daha uzundur. Ana başlıklar en iri puntolarla yazılırken, alt başlıklar haber metni puntosundan 2-4 punto daha büyük şekilde yayınlanır. Dolayısıyla normal şartlar altında alt başlıkların ana başlıktan daha kısa olması beklenmez.

Sıra Sizde 3

Özellikle ters piramit tekniği ile yazılan haberlerde en önemli unsurlar haber spotunda özetlenerek haber metni yayınlanmayabilir. Haberle ilgili bilgiler özet bir şekilde verilmek istenildiğinde bir ya da birkaç spot verilerek haber bitirilebilir. Dolayısıyla bu haberlere eksik haber denilemez. Eksik haber deyimi daha çok 5N1K formülündeki sorular arasından haberde yanıt verilmeyen varsa kullanılır.

Sıra Sizde 4

Kesinlikle şart değildir. Ara başlıklar gerek duyulduğu hallerde yararlanılan türde başlıklardır. Aynı şekilde üst başlık, alt başlık ya da spot kullanmak da tercihe bağlıdır. Bir haberde bunların hepsi ya da bir kaç bulunmalıdır diye bir şart yoktur. Ancak haberlerin ana başlığının olması beklenir.

Sıra Sizde 5

Herhangi bir haberle ilgili görsel malzemelerin neler olacağına ilk karar veren kişi elbette haberi ilk elden yazan muhabirdir. Ancak kimi zaman editörler de doğrudan muhabirlerden ya da başka kaynaklardan görsel malzeme isteyebilirler. Bu bir fotoğraf olabileceği gibi kimi zaman bir karikatür, illüstrasyon ya da grafik gibi görsel malzemelerdir. Kimi gazetelerde yalnızca görsel malzeme hazırlamakla görevli çalışanlar bulunur. Gazete yönetimindeki yazı işleri müdürleri, genel yayın yönetmenleri gibi kişiler de hem haber içerikleri hem de görsel malzemeler konusunda müdahalede bulunabilirler.

Sıra Sizde 6

5N1K formülündeki sorulardan birine ya da bir kaçına yanıt vermeyen haberler “eksik haber” olarak nitelendirilir. Haber metninde bu sorulara bir şekilde yanıt verilmesi yeterlidir. Yanıtın yeterliliği, doğruluğu, kesinliği, tutarlılığı ya da geçerliliği gibi konular ise “eksik haber” tanımının ötesindeki tartışmalardır. Dolayısıyla bir haberde “dün akşam saatlerinde” deniliyorsa, “ne zaman” sorusuna bir şekilde yanıt verilmiştir ve bu haber eksik haber sayılmaz. Ancak daha ayrıntılı bir haber yazımında olay saatinin daha net olarak yazılması doğru olacaktır. Eğer haberde hiçbir şekilde zaman unsuru bulunmuyorsa bu haber eksik haberdur.

Sıra Sizde 7

Yoktur. Ters piramit tekniğinin en pratik yönü de budur. Haberler ilgili en can alıcı bilgiler en başta verilir. Daha sonraki paragraflarda ise daha az önemli bilgiler yer alır. Dolayısıyla haberin son paragraf ya da paragrafların atılması haberin anlaşılabilirliği anlamında çok önemli bir eksiklik sayılmaz. Ancak bu, son paragraf atıldığında haberde bilgi kaybı olmaz demek değildir.

Sıra Sizde 8

Evet, radyo ve televizyon haber bültenleri konuşma dili tekniğine uygun olarak hazırlanır. Bu nedenle haber dili daha çok konuşma diline yakındır ve karşılıklı konuşma şeklinde bir üsluba sahiptir.

Sıra Sizde 9

Evet, neredeyse bütün haberleri 5N1K formülündeki soruların yanıtları bağlamında önemlilik durumlarına göre sınıflandırmak mümkündür. Ancak kimi haberler için birden çok unsur önemli olabilir. Örneğin ünlü birinin ilginç bir şekilde, önemliliği olan bir zamanda, nadir görülen bir olaya karışması bu türde yorumlanabilir. Yine de genellikle böyle bir durumda dahi haber yazarken bu unsurlardan birini diğerlerine göre daha ön planda tutmakta da yarar vardır.

Sıra Sizde 10

Genellikle muhabirlerin birlikte gittikleri haberler, önceden planlanmış, davetli ya da herkesin bildiği nitelikteki haberlerdir ve bu nedenle bu tür haberler daha çok “rutin haber” olarak adlandırılabilir. Başka muhabirlerin de yazdıkları haberler, aynı ya da benzer içerikte olması kaydıyla, özel haber olarak adlandırılmaz. Özel haberin, bir tek muhabir tarafından yazılmış ve bir tek yayın organında çıkmış olması gerekir. Örneğin bu anlamda haber ajanslarından tüm gazetelere geçilen haberlerin hiçbir gazetenin özel haberi olamayacağının altı çizilebilir. Ancak bu haber, haber ajansının (başka hiçbir yerde daha önce yayımlanmamış olması kaydıyla) özel haberi olabilir. Dolayısıyla haber ajanslarından gazetelere geçilen haberler, özel haber damgasıyla yayımlanamaz. Özel haberler daha çok gazetelerin kendi muhabirlerinin yaptıkları haberlerden oluşur.

Sıra Sizde 11

Elbette mümkündür. Bu ünite de haberler haber ögelerine göre, niteliklerine göre, konularına göre, haber kaynaklarına göre ve kitle iletişim aracının türüne göre sınıflandırılmıştır. Bir haberi bu sınıflamalardan tümü içinde herhangi bir alt kategoride tanımlamak mümkündür. Örneğin bir trafik kazası haberi “ne” haberidir. Bu haber niteliği bağlamında “basit” bir haber olabilir. Konusu itibarıyla “yurt -kent” haberi olabilir. Haber kaynağının kimliğine göre de örneğin “Emniyet” haberi olabilir.

Yararlanılan Kaynaklar

- Aslan, K. (2002). **Haberin Yol Haritası**. İstanbul: Anahtar Kitaplar.
- Bülbül, A.R. (2001). **Haberin Anatomisi ve Temel Yaklaşımlar**. Ankara: Nobel.
- Dağlı, N. (1995). **Gazete Yayımlama Teknikleri**. Ankara: İmaj.
- Girgin, A. (1998). **Haber Yazma Teknikleri**. İstanbul: İnkılâp.
- Girgin, A. (2000). **Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i**. İstanbul: İnkılâp.
- Hough, G.A. (1984). **News Writing**. Third Edition. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Tokgöz, O. (2003). **Temel Gazetecilik**. 5. Baskı. Ankara: İmge.
- Yüksel, E. (2010). **Medya ve Habercilik**. Konya: Çizgi.
- Yüksel, E. (2006, 16 Temmuz) Bu haber ne haberi? **Dördüncü Kuvvet Medya**. Şu adreste erişilmiştir: <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/dkm/article.php?sid=6614>.
- Yüksel, E. ve Gürcan, H.İ. (2005). **Haber Toplama ve Yazma**. Konya: Tablet.

5

Amaçlarımız

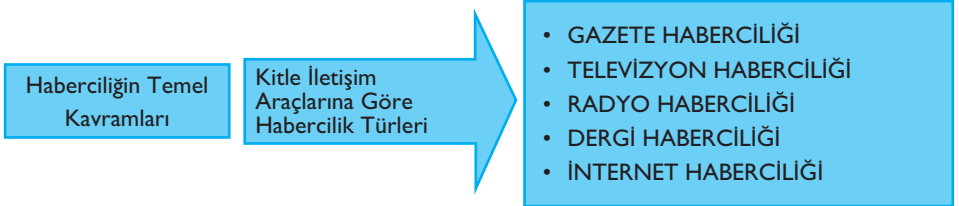
Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

- Kitle iletişim araçlarının temel işlevini ifade edebilecek,
- Kitle iletişim araçlarına göre haberciliğin işleyiş farklılıklarını açıklayabilecek,
- Kitle iletişim araçlarının “Habercilik” işlevini açıklayabilecek bilgi ve becerileri kazanabileceksiniz.

Anahtar Kavramlar

- Kitle İletişimi
- Kitle İletişim Araçları
- Habercilik İşlevi
- Gazete Haberciliği
- Televizyon Haberciliği
- Radyo Haberciliği
- Dergi Haberciliği
- İnternet Haberciliği

İçindekiler



Kitle İletişim Araçlarına Göre Habercilik Türleri

KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI

Özgürlükçü demokratik ve çoğulcu yönetim sisteminin geçerli olduğu toplumlar-
da, en önemli yaşamsal araçlardan biri de eski adlandırılışıyla basın, yeni adlandı-
rılış biçimiyle medya, tam olarak Türkçe ifadesiyle de kitle iletişim araçlarıdır.

Hemen hemen tüm insanlığın yaşamında oldukça büyük yer kaplayan, bi-
rey ve toplumların yaşamlarını düzenleyen, onları yönlendiren ve fikirlerinin
açığa çıkmasını sağlayan bu araçların, oldukça önemli işlevleri ve sorumluluk-
ları bulunmaktadır. Kitlelere yönelik mesajlar gönderen, yayım ve yayıncılık et-
kinliği içinde bulunan ve günlük yaşamın içinde haber, bilgi ve kanaat edin-
mek için her an kullanıma hazır bu araçlar, kısaca kitle iletişim araçları olarak
anılmaktadır.

Kitle iletişim araçları bugün dünyanın hemen her yerinde cereyan eden olayla-
rı en kısa sürede kitlelere ileten çağdaş ve etkin bir organizasyondur. Teknolojinin
hızlı devinimiyle kitle iletişim araçlarının bireyler, kurumlar, toplum ve kültür üze-
rindeki etkilerinin de önemli ölçüde artış kaydettiği, bir başka deyişle kitle iletişim
araçlarının günümüz toplum ve birey yaşamında vazgeçilmez bir konuma gelmiş
bulunduğu ve onların gündelik yaşamının belirleyicisi olma gücüne eriştiği kabul
edilmektedir.

Kitle iletişim araçları, geniş kitlelerin ilgisinin çekilmesi ya da kitlelerin görüş ve
davranışlarının etkilenmesinde etkin bir güce sahiptir. Bir başka deyişle birey,
grup, kurum, bütün toplum ya da kültür herhangi bir yolla kitle iletişim araçların-
dan ve onların vermiş olduğu enformasyondan etkilenebilir.

İletişim araçlarının hedefi olan izleyici kitlesi; a) farklı sınıf, pozisyon, kültür ve
servete sahip ve toplumun her düzeyinden olmakta, b) bilinmeyen kişilerden oluş-
makta, c) izleyiciler arasında çok az ilişki alışverişi olmakta; yerel ve fiziksel ba-
kımdan birbirlerinden ayrılmakta, ç) çok gevşek bir şekilde örgütlenmekte, birle-
şerek veya toplu şekilde hareket etme gücüne sahip olmamaktadırlar.” (Alemdar
ve Erdoğan; 1990: 54)

İletişim araçlarının hedefindeki izleyici kitlesinin özellikleri nelerdir?



SIRA SİZDE

Medyanın, “haber verme” ve “kamuyu aydınlatma” ilkelerini yerine getirmesi, özellikle toplumsal fayda açısından önem arz etmektedir. Ancak doğru bilgilenmiş bireylerden oluşan bir toplum, geleceğe yönelik doğru adımlar atabilir. Toplumun doğru adımlar atmasının sağlanması da öncelikle medyanın doğru ellerde yönetiliyor olmasını gerektirmektedir. Gücünü ve etkinliğini hedef kitlesi olan okuyucularından alan yazılı basın, televizyon, radyo ve internet, yerine getirdiği haber verme, bilgi iletme, toplumsallaştırma, güdüleme, tartışma ortamı hazırlama, eğitime, kültürün gelişmesine ve yayılmasına katkı sağlama, eğlendirme, bütünleştirme gibi bir dizi alt işlev olarak kabul edebileceğimiz işlevleriyle, günümüz çağdaş toplumlarının vazgeçilmez bir iletişim ve toplumsallaşma araçları durumuna gelmişlerdir.

Medya için; toplumsal bir iletişim kurumu olması nedeniyle, toplumun günlük hayatının bir parçası, toplumsal yaşamın düzenleyicisi ve yönlendiricisi, hükümetlerin de resmi olmayan danışmanlık kurumudur demek mümkündür. Medya; haber toplama, bunları düzenleme ve yayma, yorum yapma, denetim ve eleştiri işlevini yerine getirme gibi bilinen görevlerinin çok daha ötesinde sorumluluklar ve görevlerle yükümlüdür.

Medyanın en işlevsel görevi; toplumun genel yararlarını ilgilendiren tüm olaylar hakkında halkı objektif ve gerçekleri yansıtacak biçimde aydınlatmak, çeşitli sorunlarda kamuoyunu düşünmeye sevk edecek tarzda tartışmalar açmak; toplumsal ve siyasal oluşumlar üzerinde doğru ve gerçeğe uygun bilgilerle donatmak, yöneticileri eleştirmek ve tüm insanları var olan ya da ortaya çıkabilecek sorunlar hakkında bilinçlendirmektir.

Medyanın işlevsel görevleri nelerdir?

KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARININ HABERCİLİK İŞLEVİ

Medyanın kamusal görevlerinin başında, temel işlevi olan “haber verme” görevi gelmektedir. Basın için bir hak da olan bu görev, kamu yararı taşıyan bir olayı topluma haber verme, bildirme hakkıdır. Haber verme hakkına olayları açıklama hakkı da denilmektedir. Basın haber verme hakkını kullanırken, hiç bir değerlendirme ve eleştiri yapmaz, olayı, somut ve gerçek oluşuyla verir. Haberde “somut gerçeklik=doğruluk ilkesi” geçerlidir ve bu tür basın açıklamalarında olay hakkında okuyucuya hiç bir değer yargısı ve tenkit sunulmaz. Daha genel deyişle habere yorum katılmaz, haberde taraf olunamaz ve okuyucu kendi yargıları ile baş başa bırakılır. (Eren; 1986:159)

Kamusal ilişkiler üzerine hüküm verilirken değerlendirilen unsur genellikle haberlerdir. Bazı haberlerin tam olarak yansıtılmaması, hatalı ya da kasıtlı olarak yanlış yansıtılması kamusal ilişkiler üzerine hükümlerimizi saptırabilir. İşte bu, doğru- dan gazete okuru dışında, topluma yansıyan bir dış maliyettir, sosyal maliyettir. Özgür ve özerk olduğu savıyla hareket eden gazete, aslında ekonomik ve sosyal belli değer yargılarının temsilcisidir. Doğal olarak bu değer yargıları haberlere de yansiyacaktır. Gazete haber verme işlevini sorumluluk duygusuyla yerine getirdiğinde hiç kuşkusuz bundan doğrudan yararlanan birey dışında toplum da bir sosyal fayda elde edecektir. Ama tersine kamuyu yanıltıcı nitelikte verilen haberler ya da niteliksiz haberler örneğin dedikodu haberciliği hem toplumsal hem de zihinsel gelişmeyi geciktirerek önemli bir sosyal maliyet oluşturmaktadır. (Berksoy: 1993: 218)

Gündemdeki olaylara ilişkin yanlış, yetersiz veya yanlış şekilde haberdar edilen bireyler doğru kararlar veremez, doğru ilişkiler kuramaz, doğru davranış ve kanaatler geliştiremez. Toplumsal bir hareket veya toplumsal bir ortak düşünce, ancak olayların ve gelişmelerin doğru bilinmesi ile oluşabilir. Medyanın doğru haber ve bilgi sunması, kamuoyunun sağlıklı oluşmasına katkı sağlayan en önemli unsurdur. Medyanın bu anlamda temel görevi, en iyi, en çarpıcı, en geniş, en yeni ve etkili haberleri, en doğru biçimiyle okuyucularına, izleyicilerine ve dinleyicilerine sunmasıdır.

Medyanın topluma karşı temel görevleri nelerdir?



SIRA SİZDE

KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINA GÖRE HABERCİLİK TÜRLERİ

Gazete, televizyon, radyo, dergi ve nihayet internet birer kitle iletişim aracıdır ve bunların tümü temelde aynı görev ve sorumluluklarla yükümlü olmakla birlikte, her biri birbirinden farklılıklar arz eden habercilik yöntem ve süreçlerine sahip bulunmaktadır. Bu kitle iletişim araçlarının aralarındaki farklılıkların öğrenilerek kavranılması, bu araçların işlevlerinin ve bu araçlardan yararlanılmasının da düzeyini yükseltmektedir.

Kitle iletişim araçları, aynı görev ve sorumluluklarla yükümlü olmakla birlikte, iletişim araçlarının her biri birbirinden farklılıklar gösteren habercilik yöntem ve süreçlerine sahiptir.

GAZETE HABERCİLİĞİ

Gazete haberciliği, gazetenin ilk iletişim aracı olarak kullanılmaya başlanması nedeniyle en eskisidir. Bu nedenle bugün bile geleneksel habercilik yöntem ve süreçlerine sahip bulunmaktadır. Mesleğe adını veren ve basın deyince ilk akla gelen gazete haberciliği, dünden bugüne değişen teknolojinin de etkisiyle, artık hem süratli olmak, hem haberlerin detaylarına inmek ve haberleri yorumlayacak usta kalemlere sahip olmak ve hem de derlenip toplanıp yazılan haberleri en güzel biçimiyle sunmak telaşını, günlük bir yaşam biçimi haline getirmiş bulunmaktadır. Bugün, tüm iletişim araçları içinde, gelişen teknolojiden yararlanmasına rağmen, diğerleriyle karşılaştırıldığında en yavaş kalan iletişim aracı, gazete olmaktadır.

Gazete haberciliği de diğer iletişim araçları gibi aslında bir takım işidir ve haberi toplayıp yazan muhabirden başlayarak, gazeteyi basan baskı ustasına kadar, tüm kadronun ortak koşuşturmasını gerektirmektedir. Gazetede de diğerleri gibi mükemmel bir iş bölümünün varlığı söz konusudur.

Gazetelerde, haberi toplayıp yazan muhabir, istihbaratı sağlayan servis, ekonomi, politika, sanat, spor, dış haberler, polis adliye, eğitim, sağlık gibi çeşitli uzmanlık bölümlerine ayrılmış kadrolar, hazırlanan haberleri tasarımı yapan sayfa tasarım uzmanları, fotoğraf birimi, bilgisayar operatörleri işin mutfağında yer alırken, tasarımdan sonra ki aşamayı oluşturan ve eskiden pikaj, film, montaj gibi birimlerin yerini alan, bilgisayar ile sayfaların hazırlandığı tasarım birimi, kalıp ve baskı da gazetenin fiziksel üretim sürecinde yer alan birimlerdir.

Gazete haberciliğinde en önemli faktörlerden biri, haberlerin toplanıp, yazılmasıysa diğeri de sunumudur. Haber konularının yazı işlerinin yönetim kadroları tarafından belirlenmesi ya da kimi zaman muhabirlerin kişisel çabalarıyla ortaya çıkarılan haber konularının tartışılıp, gerekli araştırmaların ve görüşmelerin yapılarak haber bilgisinin toplanması ve daha sonra da toplanan tüm bilgilerin o çok özel dil olan haber diline dönüştürülmesi, gazete haberciliğinin en önemli iki ayağından birini oluşturmaktadır. Diğer ayak ise haberlerin gazetede sunum biçimi-

ne ve oranına, fotoğraf ve grafik ya da özel çizimler gibi diğer görsellerine karar verme ve haberi gazete kağıdına en etkili biçimde yansıtma becerisin gösteren mizanpaj, diğer deyişle gazetenin tasarımıdır.

Gazete haberciliğinde sunum, üretilen haberlerin gazete içerisinde ne şekilde yer alacağını belirlenmesidir. Bu işlem bir yönüyle gazetenin yayın çizgisi ile ilişkiliyken, diğer yönüyle de sayfa tasarımının temel uğraşısıdır. Editörler ve yayın kurulu hangi haberlerin gazeteye hangi sayfalardan gireceğine karar verirken, sayfa tasarımcıları da, haberlerin hangi sayfalarda ne şekilde sunulacağını belirlemektedirler. Bir haberin üretilmesi ve sunulması farklı işlerdir. Yaşanılan çağda ambalajlamanın önemi giderek artmaktadır. Haberin nasıl sunulduğu ise onun nasıl ambalajlandığı anlamına gelmektedir. Buradaki amaç sunulan haberi çekici hale getirerek okuyucuyu haberi okumaya ikna etmektir. Haber sunum öğelerinin bilinçli kullanımının, gazetede yer alan haberleri daha ilgi çekici hale getirmesi, önem sırasının vurgulanması ve daha kolay okutturulması gibi önemli yararları vardır. (Arıcan; 2001: 33) Dolayısıyla, gazetelerin birinci sayfalarının gerçekten de vitrin niteliği taşıyan sayfalar olduğunu, gazetenin vitrinini oluşturduğunu söylemek mümkündür.

Tasarım haberlerin biçimlendirilmesidir. Haber sunumundaki bütün öğeler, sayfa tasarımında harmanlanarak okuyucuya sunulmaktadır. İyi bir haber, fotoğraf, spot, başlık gibi unsurlar hazırlandıktan sonra tasarımcıya teslim edilir. Tasarımcı bu öğeleri en iyi şekilde değerlendirebileceği gibi, hak ettiği değeri de veremeyebilir. Tasarımcı, sunum biçimiyle haberlerin değerini belirleyen kişidir.

Tasarımın işlevleri: a) Gazeteyi çekici ve ilginç kılmak, b) Gazeteyi mümkün olduğunca kolay okunur ve anlaşılır kılmak, c) Okur için haberleri sıralandırmak, d) Gazetede bir kimlik oluşturmak ve bunu gazetenin bütününde sürdürebilmektir. (Bronson, 1981: 55)

Gazete haberciliğinde tasarım neden önemlidir?

Tasarımda kullanılan haber sunum öğeleri ise metin, başlıklar ve görsel öğelerdir.

Metin: Haberi aktarmak amacıyla kullanılan yazılı anlatım biçimidir. Kendi içinde haber metni, spot ve fotoğraf altı olmak üzere üçe ayrılır.

Haber metni: Haberin ana metnini oluşturan ve konunun anlatıldığı bölümdür. Haberin girişinin, haberin tamamını okutacak bir incelik ve çekicilikle kaleme alınması gerekmektedir. Haberin en önemli kısmını oluşturmaktadır.

Spot: Genellikle başlığın altına yerleştirilmiş, asıl metinden ayrılmış bir veya iki cümleden oluşan, haberin çarpıcı yönlerini oluşturan haber özetleridir. Spotlar özellikle Türkiye’de sıklıkla kullanılan haber sunum öğeleridir. Bunda haber metninin tamamını okumaya zamanı ya da isteği olmayan okuyucuların, haberlerden özet bir şekilde bilgili olmalarının amaçlandığı düşünülmektedir.

Fotoğraf altı: Gazetelerde fotoğraflara eşlik eden ve fotoğrafla ait olduğu haber arasında bir bağ oluşturan yazılara fotoğraf altı denilmektedir. Dört çeşit fotoğraf altı vardır. Bunlar: Sade, ayrıntılı, kimlik ve açıklamalı fotoğraf altlarıdır. İyi fotoğraf altı, fotoğrafı özetlerken aynı zamanda haberle bağlantısını da kurar. Fotoğrafta görünen şeylerin fotoğraf altında tekrarlanması gereksizdir. Çoğu durumda fotoğraftaki bilgi, habercilik açısından yetersiz kalmaktadır, fotoğraf altı bu durum-

larda fotoğrafın sunduğu bilgiyi tamamlamasıyla, fotoğrafın değerini arttırmaktadır. (Arıcan; 2001: 35)

Başlıklar: Haberin içindeki en önemli unsur veya unsurları ortaya çıkaran, okuyucunun ilgisini habere çekmek üzere birkaç kelimede haberi özetleyen bir haber sunum ögesidir. Tanımlayıcı ve çağrıştııcı olmak üzere iki tür başlık vardır. Tanımlayıcı başlık haberi özetleyerek birkaç kelimede tanımlar, çağrıştııcı başlık ise haberle ilgili fazla bilgi vermeden okuyucuyu meraklandırma yöntemiyle haberi okumaya davet eden başlık türüdür. Ciddi haberler için çoğunlukla tanımlayıcı başlık, ancak bazı özel haberler için çağrıştııcı başlık kullanılmaktadır. (Arıcan; 2001: 36)

Başlığın işlevi, haberi göstermek, doğru bilgi içermek, haberin önemini belirtmek, gazeteyi çekici hale getirmek, gazeteye kişilik ve istikrar kazandırmak ve haberin ciddiyetini belirtmek (Westley; 1980: 132) Ana başlığın dışında, gazetelerde farklı amaçlarla kullanılan başka yardımcı başlıklar da bulunmaktadır. Bazı durumlarda ana başlıkta, haberle ilgili yeterince bilgi verilemeyince, başlığın alt satırına, üst satırına ya da her ikisine de eklenen başlık bilgileri *alt başlık* ve *üst başlık* diye adlandırılmaktadır. Amaçları ana başlıktaki eksikliği gidermektir. Çok uzun haber metinlerinde okuyucunun dağılan ilgisini yeniden habere toplamak için kullanılan başlık türüne *ara başlık* denir. Bir sayfada başlayan, ancak başka bir sayfada devam eden haberler için, devam ettiği sayfada aynı haberi okuma izlenimini yaratan, ancak ana başlıktan farklı özellikler taşıyan başlık türüne de *aktarıcı başlık* denilmektedir.

Görsel öğeler: Gazete sadece başlıklardan ve metinlerden oluşan bir yazı diliyle sunulmamaktadır. Halk televizyonun etkisiyle, daha çok görsel olarak bilginlenmektedir. Yazının, gazetenin büyük kısmını oluşturmaya devam etmesine karşın, gazeteler 1970'lerin sonunda, iyi fotoğrafçılık ve grafikler aracılığıyla, temel tasarım aracı olarak sanat öğelerine yönelmişlerdir (Bronson; 1981: 55).

Görsel öğeler, eşlik ettikleri habere ilişkin bilgi sağlamanın yanı sıra, yarattığı görsel estetik ile haber sunumunda önemli bir tasarım ögesidir. Gazetelerde en yaygın kullanılan görsel öğe fotoğraftır. Ancak bazı durumlarda fotoğrafın verdiği bilginin yetersiz kalması ya da kullanılabilecek nitelikte fotoğrafın bulunmaması gibi nedenlerden dolayı farklı görsel öğelerden yararlanılmaktadır. Grafik öğeler olarak adlandırılan bu görsel öğelerin kullanım amaçları: a) Metindeki özel bir bilgiyi sağlamak ve görsel bir şekilde sunmak, b) Açıklama amacıyla, haberde insanı ilgilendiren yönleri dikkat çekmek ve farklı bir hava yaratmak, c) Tasarımda estetik bir öğe olarak kullanmaktır. (Westley; 1980: 314) Bu amaçlarla bilgi grafikleri (tablolar, barlar, haritalar, grafikler vb.) karikatürler, portre çizimleri, canlandırmalar ve resimler kullanılmaktadır. Bilgi grafikleri okurun, yazıdan daha kolay anlayabileceği bilgileri sunmada kullanılır. Tatlandırıcı grafikler ise haberin özünü yansıtmamasıyla beraber, bilgiden çok bir süs, tat ögesi olarak kullanılırlar (Bronson; 1981: 58).

Haber başlıkları, tanımlayıcı ve çağrıştııcı olarak verilebilir. Başlık, alt başlık, üst başlık ve ara başlıkla çekici hale getirilir.

Gazete sayfası tasarımında kullanılan haber sunum öğeleri nelerdir?



TELEVİZYON HABERCİLİĞİ

Televizyon haberini, gelişen olayların görsel içeriklerle ve konuşma biçiminde izleyiciye aktarılması süreci olarak tanımlamak mümkündür. Konuşma şekliyle haber verme ile hedef kitleye ulaşmak karmaşık ve zor olmaktan çıkarak, daha basit bir yöntemle mesajın iletimini sağlamakta, görüntüye dayalı dil daha kolay anlaşılabilir. Diğer kitle iletişim araçlarına göre, televizyon için haber yazmak, daha

fazla dikkat ve yaratıcılık gerektirmektedir. Sunulan görsellikle haber metninin aynı ifadeyi yansıtmaları temel gerekliliktir; diğer bir deyişle, televizyon haberinde, görüntü ve metin eş zamanlı ve aynı düşünceyi destekler biçimde olmalıdır.

Televizyon haberinin en temel özelliği görüntü ve sesin eşzamanlı ve anında iletilmesidir. Bu nedenle, televizyonda verilen haberin izler kitle üzerinde diğer kitle iletişim araçlarında verilenlerden çok daha etkili ve ikna edici olduğu düşünülmektedir. Haberlerin gelişen teknoloji ile anında iletilmesi ve böylelikle haberin çok geniş kitlelere hitap edebilmesi ayrıcalığını da yaratmaktadır. Televizyonun yaygınlaşması, günlük program akışı içerisinde haber bültenlerinin sayılarının ve sürelerinin artmasının yanı sıra tematik nitelikli haber kanallarının da yayın hayatına girmesi televizyon haberlerinin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamıştır. Bu bağlamda günümüzde milyonlarca insan için televizyon haberlerinin en önemli haber alma kaynağı olduğu da söylenebilir (Vural; 2003: 45).

Yazılı haberciliğin doğuşu ile birlikte “haber, dün bilinmeyen” olarak nitelendirilirken, bugün, televizyon haberciliğinin ulaştığı nokta “haber, bir saniye önce bilinmeyen” olarak nitelendirilmektedir. Bu işlev, televizyon kuruluşunun günlük ve düzenli olarak yayınladığı haber bültenleriyle ya da belli periyodik aralıklarla sunulan geniş kapsamlı haber programları aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bilginin doğrudan ve içeriğinde değişime uğramadan aktarılması süreci olan bu tür bülten ve programlar, kuşkusuz televizyon programları içinde gerek kitle iletişim araçlarının işlevleri açısından, gerek programcılık açısından farklı bir yere ve öneme sahiptir (Vural; 2003: 45).

Televizyon haberi için önemli özelliklerden biri, haberin son kelimesi ya da son görüntüsü verilmeden olayın tam olarak aktarılmış olmayacağıdır. Temel nedeni ise, televizyonda haberin dramatik bir bütünlük içinde ifade edilmesi zorunluluğundan kaynaklanmaktadır. Televizyon haberciliğinin özellikleri genel olarak şu başlıklar altında değerlendirilebilir:

- Televizyon haber yayıncılığının bir özelliği konuşma biçiminde haber vermesidir.
- En önemli özelliklerinden biri canlı yayın yapabilmesidir. Canlı yayın, olayı meydana geldiği anda aktarabildiğinden, televizyon haberlerine güven duyulmasına ve ilgi duyulmasına neden olmaktadır.
- Televizyon haberciliği tüm iletişim araçları arasında en hızlısıdır; zamana karşı yapılan yarışta önderlik televizyondadır.
- Televizyon haberciliğinde süreklilik yoktur. Gazetede olduğu gibi anlamak için tekrar başa dönülmesi mümkün değildir.
- Haberleri seçme ya da sıralama gibi seçme kolaylığı bulunmamaktadır.
- Süre sınırlıdır. Otuz ya da kırk beş dakikalık akşam haber bülteninde, her biri otuz saniyeyi geçmeyen yirmi kadar olaya yer verilebilmektedir. Bu nedenle haberler geniş ayrıntılarıyla ele alınmaz.
- Televizyon haberlerinin görüntüye olan bağımlılığı, çoğu zaman sadece görüntüsü olan haberlerin bültene alınması gibi bir dezavantajı da beraberinde getirmektedir. Pek çok önemli haber, görüntüsü olmadığı için gündem dışı kalabilmektedir.
- Görsel / işitsel olduğu için okuma / yazma bilme zorunluluğunu kaldırmaktadır.
- Haberciliğe insan ögesi katılmaktadır. Görüntü ögesi ile haber spikeri her akşam oturma odalarına gelen bir konuk haline gelir.

Televizyon haberinde, haberin son kelimesi ya da görüntüsü verilmeden olay tam olarak aktarılmış sayılmaz.

- Televizyon çekim ekibinin varlığı, girdiği her yerde dikkat çektiğinden olayların gerçekliğini, seyrini bozabilmektedir.
- Televizyon haberciliğinin görüntüye dayanması, akıldan çok duygulara yönelmesi onu canlı ve güçlü kılmaktadır.
- Televizyon haberlerinde uzmanlaşmaya, yazılı basında olduğu kadar gidilmemektedir. Spor ve hava durumu dışında uzman muhabirleri yoktur.
- Dünyanın hemen hemen her ülkesinde yapılan araştırmalarda televizyon en güvenilir haber verme kaynağı olarak öndedir (Parsa; 1993: 27).

Televizyon haberciliğinin en temel özellikleri nelerdir?



SIRA SİZDE

Televizyonda Haber Değeri Ölçütleri

Gazeteciler her gün cereyan eden olaylar hakkında hangisinin haber bülteninde yer alacağı ve hangisinin diğerlerinden daha önemli olduğu konusunda benzer ölçütlere önem verirler. Tüm bunlar izleyici kitlesinin özellikleri de göz önünde bulundurularak değerlendirilmelidir; çünkü bir izleyiciye ilginç ve önemli gelen bir olay, diğerine ilginç ve çekici gelmeyebilmektedir. Bu nedenle izleyiciyi de her zaman akılda tutarak haber değeri ölçütlerini belirlemek gerekmektedir (Brooks; 1988:4). Yapılan araştırmalar sonucunda haber değeri ölçütlerinin genel olarak şu başlıklarda toplandığı görülmüştür: İlgi çekme, doğruluk, etki (görsel/ işitsel), yakınlık, zamanlılık, önemlilik, yenilik (gariplik/ sıra dışılık), çatışma.

İlgi çekme: Meydana gelen olay, kuşkusuz küçük veya özel bir kitleyi ilgilendirmekten daha çok kitlenin genelini ilgilendiriyorsa haber değeri yayıncılar için daha yüksektir. Habere konu olan olay ya da sorunun, haberi izleyen kişi üzerinde nesnel bir anlam oluşturarak ilgi uyandırmasının ve duygusal bir etki yaratabilmesinin de haber değeri için önemli olduğu düşünülmektedir.

Doğruluk: Doğruluk, haberin en temel ilkesidir ve kuşkusuz hiçbir haberin tek biçimi yoktur, habercinin tanık olduğu olayı olumlu ya da olumsuz katkılarıyla kurguladığı gerçeğe yakın değişik biçimleri vardır. Ancak bu değişik biçimlerin öncelikle gerçeklik olmak üzere haberin tüm öğelerini içermesi gerekmektedir. Haberin kurgulanış biçiminde haberin içeriğinin saptırılmamasına dikkat edilmelidir (Girgin; 2002: 11). Haber, gerçekten olmuş bir olayı ya da gerçekten söylenmiş bir ifadeyi içermelidir; olayın cereyan etmiş ya da ediyor olması ya da ifadelerin söylenmiş ya da söyleniyor olması gerekmektedir. Haberde varsayımlara, ihtimal kapsamında olan durumlara, kişisel yargı ve yorumlara yer verilmesi haberin tarafsızlığına gölge düşürür.

Önemlilik: Tanınmış kişiler hakkındaki olaylar ve gelişmeler genellikle halk tarafından merakla takip edilir. Bir olayın haber olarak kitlelere duyurulması için ya olayın kendisinin önemli olması ya da içinde yer alan kişilerin önemli olması gerekmektedir. Ancak kimi zaman tanınmış kişiler kadar bazı ülkeler, kurumlar ve kuruluşlar ya da organizasyonlar da haber değeri açısından önemli olabilirler. Bir olay toplumsal, siyasal, ekonomik ya da kültürel yaşamı doğrudan etkiliyor ve bu alanlarda herhangi bir gelişmeye ya da değişime yol açıyorsa önemlidir. Bu tür haberler genellikle ciddi haberler olarak nitelendirilir (Schlap; 2000: 19).

Yakınlık (Zaman ve mekân olarak): Özellikle televizyon ekranından verilecek olan haber kuşkusuz, en önemli değerini zaman kavramı ile kazanmaktadır. Olaylar ani olan ya da yakın geçmişe ait olan zaman dilimleri içerisinde önem teşkil etmekte ve bu nedenle yayın haberlerinde bugün, şimdi ve biraz önce gibi zaman tanımlamaları yapılmaktadır. Bu doğrultuda televizyon haberi, izler kitleye ta-

ze ve zaman değerini yitirmemiş bilgiler sunacak şekilde hazırlanmalıdır. Zamanlılık kavramı haberin yeni olmasını, ani olmasını ve geçerli olmasını kapsamaktadır ve bu süreçte haberi verecek olan aracın niteliksel özellikleri de göz önünde bulundurulmalıdır. Bu noktada gazete ve televizyonun zamanlılık ölçütleri de birbirinden farklılık göstermektedir. Yazılı basın için haber dün bilinmeyenken, yayın haberciliğinde haber bir saniye önce bilinmeyen olarak düşünülmektedir. Zaman olarak yakın olmanın yanı sıra, mekân olarak yakın olmak da haberin değer ölçütleri açısından önem taşımaktadır. İnsanlar yaşamlarını doğrudan etkileyen, genellikle bildiği, aşına olduğu ve kendilerine yakın olan ilgi çekici olaylardan söz ederler (Vural; 2003: 53).

Sıradışılık ve yenilik: Bir olayın haber olarak duyurulması için olağanlıktan uzak olması, sıradan olmaması gerekmektedir. Dünyanın her yerinde her an pek çok olay cereyan etmektedir ve bunların tamamının haber olarak iletilmesi söz konusu değildir; diğer bir deyişle, olayın her gün yaşanan benzerlerinin dışında olması gerekmektedir. Sıradışılık, olayın ilgi çekici olma özelliğiyle de yakından ilgilidir; büyük kitlelerin ilgisini çekebilecek bir olay sıradışı özellikler taşıyor olmalıdır. Aynı zamanda bir toplum için doğal olan bir olay, bir başkası için sıradışı olarak algılanabilir. Bu nedenle, sıradışılığın çerçevesini belirlemek her zaman kolay olmayabilmektedir.

Anındalık (Zamanlılık), bilgi ve etki: Haber yayıncılığında zamanlılık en önemli haber değeri ölçütüdür ve yayıncılık medyasındaki anındalık (zamanlılık) bu bağlamda diğer ölçütlere oranla daha önem taşımaktadır. Haber bülteninde kullanılacak olayın zamanlılığı, haber olup olmayacağına karar verilmesini sağlayacaktır. Son dakika ismi altında verilen olaylar en üst düzeyde önem taşımaktadır. Aynı şekilde bir olay yeterince önemli ise yayın akışı kesilerek haber olarak duyurulur. Bu bağlamda yayıncılık medyası şimdi'nin medyasıdır. Anındalık duygusu neyin verilmesinden nasıl verilmesine kadar haber yayıncılığının her şeyini etkileyen, sunumun ve etkinin gücünü arttıran ve şu anda ne olduğunu vurgulayan bir üstünlüğe sahiptir. (Brooks, 1988: 418)

Televizyon Haberi Yazmak

Televizyon haberciliğinde anılık hissi önemlidir. Televizyon haberi yazarken geçmiş zaman ifadelerinden mümkün olduğunca sakınılmalıdır. Geniş zaman genellikle yayın haberlerinde de kullanılması gereken zamandır. Ancak kimi zaman haber yazılırken geçmiş zamanda kullanılmaktadır. Haberde anılık duygusunun altını çizebilmek için “az önce” ya da “bu sabah” gibi zaman öğeleri eklemek de gerekmektedir. Konuşma Biçimi: Televizyon haberinde “konuştuğun gibi yaz” ilkesi en çok önerilen ve haber yazımının zorunlu bir kuralıdır. Konuşma biçimi basit ve gayri resmidir. Aynı şekilde televizyon haberini konuşma biçiminde yazarken sözü uzatacak gereksiz kelime kullanımından kaçınmak ve özet olarak ifadeleri aktarmak gerekmektedir; cümlelerden sıfat ve zarflar çıkartılmalı ve güçlü aktif ifadeler yer verilmelidir. Televizyon haberini yazarken ifadeleri kısa tutmak, olayları seçerken dikkatli davranmak anlamına gelmektedir. Çoğu zaman olayla ilgili tüm bilgileri iletmeye zaman olmayacaktır; olayı özlü bir ifadeyle, anlaşılabilir ve kısaca anlatmak temel gerekliliktir. (Vural; 2003: 58)

Televizyon haberinin dili hem metinsel olarak, hem de görüntü özellikleri olarak farklı bir üsluba sahip olduğu düşünülmektedir. Açık, anlaşılır bir metin yazmak kadar, verilecek görüntünün de bu içeriği destekler nitelikte olması ve görüntü dilinin de oluşturulması, haber üzerine ilginin çekilmesi ve haberin anlaşılması

açısından önem taşımaktadır. Diğer bir deyişle, metin ve görüntü dilinin görsel-işitsel etki boyutunda yaratılması birbirini destekler nitelikte olması ve senkronize edilmiş bir zamanlılıkla izleyiciye iletilmesi gerekmektedir. (Vural; 2003: 59)

Televizyon Haberciliğinde Haber Program Türleri

Televizyonda, gündeme ilişkin haberleri vermenin program bazında çeşitli formatları bulunmaktadır. Teknolojik gelişmelerin ulaştığı boyut ile bugün dünyanın hemen her yerinde gelişen olaylara ilişkin görüntü ve içerikler canlı olarak izler kitlelere iletebilmektedir. Televizyonda haber içerikli programları dört grupta incelemek mümkündür Bunlar; canlı yayın, günlük haber bültenleri, geniş kapsamlı haber programları ve yorum programlarıdır.

Canlı yayın: Televizyonu diğer kitle iletişim araçlarından üstün kılan en önemli özelliği kuşkusuz, görüntü ve sesi aynı anda ve anında iletebilmesidir. Bu üstünlük olay henüz olmuşken ya da olmaktadır izleyicilere aktarabilmesini de mümkün kılmaktadır. Gelişen teknolojinin ulaştığı düzey itibariyle canlı yayın, olayların anında ve doğal mekânından aktarıldığı program türüdür. Canlı yayın tekniği ile izleyiciler olayın tamamını ya da bir bölümünü naklen izleyebilmekte; olayın cereyan ettiği sırada olaya ilişkin görgü tanıklığı yapabilmekte ve bu nedenle de televizyon haberine duydukları güven de artabilmektedir. (Vural; 2003: 62)

Günlük haber bültenleri: Televizyonun yayın akışı içerisinde gün içindeki gelişen olayları aktarmak amacıyla belli saatlerde, genellikle saat başlarında ve yarım saat aralıklarla yayınlanan haber program türleridir. Televizyon kanallarının yayın akışlarında “en çok izlenen zaman dilimi”nde yer alan ve genellikle 30- 45 dakikalık bir süreyi kapsayan, günün gelişmelerinin aktarıldığı en önemli haber bültenleri ise Ana Haber Bültenleri’dir. Temel amaç belirlenen zaman dilimi içerisinde mümkün olduğunca en geniş izler kitleye ulaşmak olduğu için, Ana Haber Bülteninde verilecek olan haberlerin özenle seçilmesi, çarpıcı görüntü ve metinlerle verilmesi gerekmektedir. Geniş bir kitleyi ilgilendirecek genel konular mümkün olduğunca -kısa dahi olsa- detaylarıyla gözler önüne serilmektedir. (Vural; 2003: 63)

Yayın akışı içerisinde bir tek Ana Haber Bülteni olan televizyon kanalları genellikle saat başlarında Ara Haber Bültenleri’ne yer vermektedirler. Haber ağırlıklı tematik kanallar ise, Ara Haber Bültenleri’ne yayın akışı içerisinde genel olarak yarım saatlik periyotlarla yer vermektedirler. Ancak gerek şebeke ve gerekse tematik kanal olsun, gündemin önemli gelişmelerine ilişkin haberleri ‘Flash haber’ ya da ‘Son Dakika’ ismi altında ekrana getirmektedirler. Ana haber bültenindeki haberler yerel, ulusal ve uluslararası alanlardaki en önemli olaylardan ve gelişmelerden oluşmaktadır. Bültenlerde siyaset (hükümet, meclis, resmi kuruluşlara ilişkin haberler), ekonomi (borsa, döviz ve bankalara ilişkin haberler), adli olaylar, sanat, spor, magazin ve teknolojik gelişmeler önem sırasına göre aktarılmaktadır.

Geniş kapsamlı haber programları: Yayın akışı içerisinde zaman sorunu yaşanması nedeniyle, gelişen olaylara ilişkin haberler tüm detayları ve farklı bakış açıları Ana Haber bültenlerinde verilememektedir. Bu nedenle haberlerin derinlemesine ele alınabildiği, sebeplerin ve sonuçların ayrıntıyla incelenebildiği geniş kapsamlı haber programları hazırlanmaktadır. Böylece haber bültenlerinde yüzeysel olarak geçirilen haberler hakkında izleyicinin daha ayrıntılı bilgi edinmesi sağlanmaktadır. Özellikle tematik haber kanallarında bu tür geniş kapsamlı haber programlarına daha sık yer verildiği görülmektedir; bununla birlikte diğer kanallar-

da da bu tür geniş kapsamlı haber programlara haftalık ya da aylık olarak değişebilen periyotlarda yer verildiği görülmektedir.

Geniş kapsamlı haber programlarını açık oturum, televizyon haber magazinleri ve haber belgeseli olarak üç farklı grupta toplamak mümkündür:

Açık Oturum: Tartışma türünde gelişen, konu seçimi ve zaman kısıtlaması nedeniyle ön araştırma ve hazırlık yapmayı gerektiren haber program türüdür. Gündeme ilişkin ya da kamuoyu tarafından merak edilen ya da tartışılan bir konu seçmek, oturumu başarıyla yönetebilecek bir sunucu, canlı ve etkin konuşmacılar, konuyla ilgili uzman kişiler ve teknik bir kadro başarılı bir haber program gerçekleştirebilmek için açık oturumlarda bulunması gereken temel unsurlarıdır.

Televizyon Haber Magazinleri: Zamana karşı uğraş içinde olunan bu haber programlarının yapımı güç ve külfetlidir; olayların öncelik sırası, sunumları programın amaç ve politikası kapsamında belirlenmelidir. Program etken bir yapıya sahip olmalı ve izleyicinin ilgisini çekecek ve sürekli kılacak fikir ve uygulamalara yer verilmelidir.

Haber Belgeseli: Televizyonun günlük gazete olaylarını belgesel film türü biçiminde ekrana yansıttığı haber program türüdür, geniş kapsamlı bir yaklaşımla haber belgeseli yalnızca öznel ve düş gücüne dayalı olanı temsil etmeyerek aynı zamanda bu nitelikleri röportajın çerçevesi ve akışı içinde aktif olarak araştırmaktadır. (Parsa; 1993: 50)

Yorumlar: Gündemdeki herhangi bir konu ya da olaya ilişkin, televizyon kanalındaki kişi ya da kişilerin bireysel düşünceleri ya da televizyon kurumunun bakış açısı doğrultusunda konuyu yorumlayarak, aktardıkları program türüdür. Genellikle haber bülteni bittikten sonra gelişmelere ilişkin kişisel değerlendirmelerin yer aldığı bu süreçte, haber bültenlerinde haberin tarafsızlık ilkesini korumak adına sakınılan yorumlar ve düşünceler yer almaktadır. (Vural; 2003: 65)

Televizyon Haberinin Hazırlanma ve Sunum Aşamaları

Televizyon haberleri yoğun ve zahmetli bir süreç sonucunda hazırlanmaktadır. Bu süreç, gündeme ilişkin gelişen olaylarının haberci kişilikler tarafından belli bir sistematik içinde takip edilerek, en son aşamada ekrandan izleyiciye aktarılması biçiminde işlemektedir; diğer bir deyişle, haber ekibi tarafından hangi olayın haber olacağına karar verildikten sonra, olayla ilgili bilgileri toplayan ve sürecin ilk basamağında yer alan muhabirden başlayan ve haberin ekrandan izleyiciye sunulduğu son aşamaya kadar geçen işleyişi kapsamaktadır. Çalışmanın bir sonraki alt başlığında televizyon haberinin hazırlanma süreci içerisinde yer alan mesleki kişiliklere ayrıntılı olarak yer verileceğinden, burada genel olarak televizyon haberinin en temel iki ögesi olan haber metni ve görüntüsü üzerinde durulacaktır.

Televizyonların Haber Merkezlerinde görev yapan kişiler, gündemdeki olayların nasıl ve kimler tarafından takip edileceğini, gelişmelerin nasıl ve ne yönde ele alınacağını görüşmek için, her gün sabah ve öğleden sonra (10.00 ve 15.30) olmak üzere günde iki kez toplanırlar. Genel olarak bu haber toplantılarına Yurt ve Dış Haberler Editörleri, Haber Müdürü, Haber Yönetmeni, Yapımcı ve Haber Sunucusu katılmaktadır.

Genel olarak Haber Genel Yayın Yönetmeni ya da Haber Müdürü başkanlığında yapılan sabah haber toplantılarında ajanslardan ve haber kaynaklarından Haber Merkezi'ne ulaşan bilgiler ışığında o gün gündeme ilişkin hangi konuların ele alınacağına karar verilir. Muhabirlerin uzmanlık alanlarına göre (parlamento muhabiri, ekonomi muhabiri, başbakanlık muhabiri gibi) gündemdeki konuları takip et-

Televizyon haber toplantılarında, ajanslardan, muhabirlerden ve haber kaynaklarından gelen haberler, gündeme ilişkin bilgiler ışığında haber seçimi yapılır.

meleri ve bu konuları nasıl ele alacakları, konuya ilişkin bilgi almak için hangi kişilerle görüşecekleri gibi ana başlıklar haber toplantısına başkanlık yapan kişi tarafından saptanmaktadır. İlerleyen saatlerinde yapılan ikinci haber toplantısında ise bu kez muhabirler, ajanslar ve diğer kaynaklardan elde edilen bilgilerin işlenmesi, haber bültenine katılacak konukların belirlenmesi gibi konular üzerinde durulmaktadır. Sabah toplantısının ardından televizyon haberinin hazırlanma süreci muhabir ile başlamaktadır. Muhabir kendisinden istenen olayın takibinden, araştırılmasından ve haber haline getirilmesinden sorumludur. Televizyonda haberin kendisi kadar haberin görüntüsü de temel unsur olduğundan televizyon haber muhabiri görüntüleri kaydetmekle görevli kamera operatörü ile birlikte çalışmaktadır. Kamera operatörü aynı zamanda çekim sırasında ses kayıt donanımını da düzenlemektedir. Muhabir ise öncelikle izlediği olaya ilişkin içeriği haber diline aktarmakla da sorumludur. Muhabirin takip ettiği olaya ilişkin gelişmeler hakkında topladığı verileri haber biçiminde metinleştirmesinin ardından Haber Merkezi'nde Editör olarak görev yapan kişiler sürecin içerisine dâhil olmaktadır. Editör, Haber Merkezi'ne ulaşan haberlerin içerik olarak değerlendirmesini yapmak, son düzenlemeyi gerçekleştirmekle sorumlu olan mesleki kişiliktir. Yurt Haberleri Editörü ulusal gündeme ilişkin, Dış Haberler Editörü ise uluslararası gündeme ilişkin gelişmelerden ve kendilerine ulaşan haberlerin düzenlenmesinden sorumludur.

Muhabir ile birlikte olay yerinde gelişmeleri izleyen kamera operatörünün elde ettiği görüntüler ise Kurgu ve Montaj aşamasından sonra izleyiciye aktarılacak biçimini almaktadır. Haber bülteninde her habere ayrılacak süre ortalama 40- 50 saniye dolayında olacağından, kamera operatörünün elde ettiği görüntülerin içinden çarpıcı, ilgi çekici ve haber metnini destekleyecek görsel niteliklerde tasarlanması gerekmektedir. Kurgu operatörü ise kamera operatörünün kendisine iletmış olduğu olaya ait ham (işlenmemiş) görüntüleri haber bülteni içerisinde o habere ayrılmış olan süre çerçevesinde görsel bir anlatımla düzenlemekten sorumlu olan kişidir. Habere ilişkin görüntü, haber metnini doğrular ve metinle eş zamanlı örtüşecek biçimde hazırlanmalıdır; diğer bir deyişle, görüntü ile metin aynı anda başlayıp sonlanmalıdır.

Muhabirlerin genel olarak olay yerinden elde ettikleri veriler ve kişisel izlenimleriyle haber metni haline getirdikleri içerik daha sonra Haber Merkezi'nde Metin Yazarı olan kişiler tarafından düzenlenmektedir. Habere bülten içinde sınırlı bir süre ayrılacağından muhabirin elde ettiği veriler doğrultusunda kısaltılarak ve yeniden düzenlenerek sunuma hazır hale getirilirler. Metin yazarı izleyicilerin zihninde konuya ilişkin herhangi bir soru işareti oluşturmayacak biçimde metnin içeriğini yeniden tasarlamaktadırlar. İzleyicinin görüntüyü izlerken bir yandan da duyacağı haberin içeriğine ilişkin soru işareti taşımaması için, çalışmanın daha önceki bölümlerinde değinildiği üzere, temel haber yazım kurallarından biri olan 5N+ 1K (ne, nerede, ne zaman, nasıl, neden ve kim) kuralına uygun biçimde ifade edilmesi gerekmektedir. (Vural; 2003: 80)

Televizyon haber sürecinde temel unsur olan haber görüntüsünün hazırlanmasının yanı sıra, bülten içinde yer alacak bazı farklı anlatımlar da bulunmaktadır. Televizyon doğası gereği görselliğe ve işitselliğe dayalı bir araç olduğundan, habere yönelik ilgi uyandırma ve akılda kalıcılığı sağlamaya yönelik farklı öğelerin kullanılması da söz konusu olmaktadır. Bunlar görsel olarak çoğunlukla grafik, tablo, harita, grafik- animasyonlar, geçiş efektleri ve işitsel olarak da özel jenerik ya da ses efektleridir.

Haber bülteninin başladığına ilişkin olarak izleyiciyi uyarmak amacıyla hazırlanan jenerik, bir anlamda tanıtım görüntü ve sesi olarak değerlendirilebilir. Jenerikte yer alan görüntüler haberlerin genel kapsamı, bilgilendiriciliği konusunda mesajlar içerir. Habere ilişkin bülten içinde yer alacak grafik, tablo, harita ve grafik-animasyon gibi görsel unsurların kullanılma nedeni görüntü unsurunun ikna edici ve inandırıcı olmasından kaynaklanmaktadır. (Öztürk; 1996: 63)

Kamera önünde kullanılan çizimler, yazılar ve diğer görsel öğeler, bilgisayar teknolojisiyle oluşturulmuş elektronik çizim ve yazılar, kamera hareketleriyle büyütülmüş poster fotoğraflar veya illüstrasyonlar da Haber Merkezi içindeki Görüntü Yönetmenleri / Editörleri tarafından hazırlanmaktadır. Daha sonraki aşamada haber bültenini ekrandan izleyicilere aktaracak olan spiker / sunucunun stüdyodaki kamera spikere tüm haber metninin yayına hazır halinin iletilmesi gerçekleştirilmektedir.

SIRA SİZDE



Televizyon haberciliğinde muhabir ve editörlerin görevleri nelerdir?

RADYO HABERCİLİĞİ

Gazeteden sonra kullanıma giren ikinci kitle iletişim aracı radyo'dur. Radyo, yalnızca sese dayalı ve dinleme duyusuna hitap eden bir iletişim aracı olarak, özellikle 1920 ile 1980 yılları arasında gerek Türkiye'de ve gerekse tüm dünyada bilgilendirme, haberdar etme ve eğlendirme aracı olarak çok önemli işlevler görmüştür. Radyo haberciliği de doğal olarak gazete haberciliğindeki benzer süreçleri yaşamış ancak yayın tekniklerine uygun olarak kendine özgü ortam ve teknolojik araçlara sahip olmuştur.

Radyo Türleri

Radyo yayıncılığı, yayının kapsadığı alana ve yayın amacına yönelik olarak şöyle sınıflandırılmaktadır:

Uluslararası radyo; genel nitelikli bir radyodur. Programlarının hedef kitlesi diğer radyolara oranla daha az belirgindir.

Ulusal radyo; genel niteliklidir (çoğunlukla belirli sınırlar içinde başka medyalarla rekabet halindedir) ve özelden yola çıkarak genele ulaşmayı hedeflemek koşuluyla genel ilgi alanını ülkenin tamamının oluşturduğu radyodur.

Bölgesel radyo; yakınlığın kaçınılmaz bir yasa olduğu radyodur. Bu radyo daha çok hizmet bilgisi sunmaktadır.

Yerel radyo; bu tür radyoda daha rahat bir konuşma biçimi kullanılabilir ama bu biçim aşırı serbestliğe dönüşmemelidir. Bu duruma özen gösterilmesi gerekmektedir çünkü dünyanın neresinde olursa olsun dinleyici radyoda haber yapanların profesyonelliğini takdir etmektedir. Bu tür radyolarda da yakınlık yasası ve sunulan hizmetlerin önemli işlevleri bulunmaktadır. Bu radyolar genel nitelikli ya da tematik olabilir. Örneğin, inanç, etnik, dilbilim, müzik, kültür, spor ya da kendisini destekleyen bir derneğin etkinliği konularında yayın yapabilir.

Ticari radyo; bu tür radyolarda haber programının reklamlarla "kırılmasına" dikkat etmek gerekir. Reklamların gelişi güzel olarak yayınlanması, haberin içeriğini fakirleştirerek yazım işinin değerini kaybetmesine yol açar. Bu da dinleyiciyi sıkabilir.

Aşırı reklam aynı zamanda da istasyonun verdiği haberin inandırıcılığına zarar verebilir. Bu tür radyolar da genel nitelikli ya da tematik olabilir.

Radyo Haberinin Özellikleri

Radyo haber bültenleri, program cingilının (özgün, tanımlayıcı, hatırlatıcı kısa süreli müzik) duyurumuyla başlar. Bülteni bir spiker sunar. İlk haberden başlayarak, en önemliden daha az önemliye doğru bir haber sıralaması izlenir ve bazen cingillerle birbirinden ayrılmış bölümler olabilir. En önemli haber, bültenin ilk sunulan haberidir. Haberler, ilgi çekme temeline dayalıdır. Genel bir sunumla dikkatler çekilip, “şimdi bu haberi dinle” biçiminde bir giriş yapılır.

Radyo haberinde asıl olan hızlıklıdır. Bültende, özel ses efektleri, teyp kaydı ya da telefon bağlantısıyla söyleyenin ağızından sözleri aktararak canlılık da yaratılabilir. Haberler; yeni gerçekleşmiş, açık, anlaşılması kolay ifadeler üzerine kuruludur. Haberler, kısa cümleli, az heceli ve telaffuzu kolay sözcüklerle oluşturulur. En zayıf yönü, tekrarlanmazsa, geri dönüş olanağının bulunmamasıdır.

Radyo haberlerinde açıklamadan çok o an sahip olunan ve verilen bilgi önemlidir. Yayının canlı olduğu göz önüne alınarak, olabildiğince geçmiş zaman ifadeleri kullanmaktan kaçınmak gereklidir. “az önce aldığımız bilgiye göre” demek doğrudur. Haberlerde genellikle “dün” ifadesi kullanılmaz. Çünkü haber radyo için bayat haberdur.

Radyo haberinin anlık olma özelliğine sahip olduğu bir gerçektir. Radyo haberi esnektir, değişiklikler ve belirlemeler güncelliğin gelişimiyle aynı ritimde yapılır; radyo tekniğinin (altyapı, personel, programların arasına konan yayınlar) uygulanması hem kardeşi hem rakibi olan televizyona göre daha kolaydır.

Radyo haberi canlıdır, teknoloji ya da ağır ve zahmetli dekorlar gerektirmeksizin yerle doğrudan doğruya temas halindedir: Taşınabilir olan ya da olmayan telefonlar araştırmacı gazetecinin altıncı hissidir! Radyo haberi etkileşim içerisindedir, çünkü aktarılan ileti ve teknik dinleyici tarafından kolaylıkla algılanır. Sözcükler, dinleyicinin kendine özgü özelliklerine göre görme ve imgeleme olanağını tanır.

Radyo haberciliği, sözcüklerin anımsatıcı gücü, kullanıcının (ilk önce gazetecilerin) kötü ya da sıradan kullanımıyla sınırlanabileceği gibi dinleyicinin kişiliği, zekası tarafından da sınırlanabilir. Ancak yine de bilgiyi aktarabilmek için basit sözcükler kullanarak dinleyicinin düzeyine inmek ama dinleyiciyi aptal yerine koymamak gerekir. Sözcüğün büyüğü açısından radyo ayrıcalıklı araçtır. Yeni bilgi aktarım teknikleri içerik üzerinde baskı oluşturabilir. Verilen haberlerin hacmini ve aktarım hızını arttırarak, işlenişleri konusunda baskı kurabilirler. Seçim yapmak güçleşir ve doğrulamalar daha rastlantısal duruma gelir. Bu durum gönderilen haberin doğruluğunu kaynağından (özellikle de haber ajansından) doğrulamanın gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Radyo haberciliğinin zorluğu ise, dinleyicinin ilgisinin uzun süreli olmaması, bu nedenle dinleyicinin dikkatini durmaksızın harekete geçirmek gerektiğidir. Bu durumda ritmi yakalamak gazetecilere kalmaktadır! Radyo gazetecisinin izlemesi gereken birinci yol kendi istasyonunun türünü, yükümlülüklerini, görevlerini ve gerçekleştirilecek sözlü haberin zaman dilimini belirlemek olacaktır.

Radyo haberinin temel özellikleri nelerdir?



Radyo Haberciliğinde Bilgi Kaynakları

Yazı işleri muhabirlerden olduğu kadar dinleyicilerden de destek alır. Dinleyiciler konusunda çok özenli davranmak gerekir, bir dinleyicinin anlattıkları her zaman için profesyonel bir gazetecinin anlattıklarından daha az güvenilirdir. Bir yerine iki kez doğrulanmalıdır.

Ulusal ve uluslararası basın ajansları gibi doğal bilgi kaynakları vardır. A.F.P, REUTERS, UPI, A.P vb ajanslar çoğu zaman yazı işlerinin en önemli kaynağıdır. Aynı zamanda ulusal ve yabancı yazılı basın doğal bilgi kaynaklarıdır. Ama verilen bilginin güvenilir olmasına dikkat edilmelidir: Çok sayıda basın organında (yazılı ve görsel- işitsel basın) gerçekliği doğrulanmamış birçok bilgi kullanılmaktadır.

Meslektaş olmakla birlikte rakip olan ulusal ya da yabancı radyo ve televizyon kanalları da haber kaynağı olarak kullanılabilir. Bu kanallar kendilerine özgü özellikleriyle kişisel araştırma ve düşünme alanını geliştirebilirler. Çeşitli şirket ve kurumların, yabancı ve ulusal araştırma kurumlarının, basın ataşeliklerinin, üniversitelerin ve bakanlıkların, kültür merkezlerinin, elçiliklerin, işbirliği misyonlarının ve uluslararası örgütlerin (BM, UNESCO, PNUD, OMS, FED, UNICEF, vs) basın ataşelerini de dikkate almak gerekir. (Cubadda ve Riboreau; 1998: 8)

Radyo Haberi Hazırlama ve Sunumu

Bir haber programı aralıksız bir sorgulama, zor bir alıştırma, günde birçok kez yenilenen bir mucizedir. Bu toplantılar bireysel ya da ortaklaşa yapılır ve gündemin işlenişinde önemli bir çaktır. Gündüz toplantısı belirleyicidir, haber programından en az 4 saat önce olmalıdır. Yayınların banttan ya da canlı olup olmayacağına ve dağılımına burada karar verilir. Bu toplantı tüm üretime katkıda bulunanların bir araya gelmesidir. Bunlar: Yorumcular, röportajcılar, sunucular, yazı işleri müdürü ya da servis şefleri: dış ve iç politika, ekonomi, toplum, kültür, spor bölümleridir.

Elbette bütün radyolar bu kadar çok sayıda yazı kadrosuna sahip değildir. Küçük bir istasyonda, kısıtlı sayıda çalışanla, herkes değişik görevler üstlenmelidir. Ama bu durumda dahi işlenecek her konu için her gün görüş alışverişinde bulunup, sözlü iletişim içerisinde olunmalıdır.

Güncel haber saati önceden düşünülüp hazırlanır. Profesyoneller güncel haber saatinin özünü ve biçimini belirler ve somut olarak gerçekleştirmeden önce sanal olarak inşa eder. Bu amaç doğrultusunda yazı işleri toplantısı değerli bir araçtır. Bu toplantı her türlü bilginin bir araya getirildiği ve elendiği bir yerdir. Radyo habercisinin görevi ve yeteneği, bu resmi olayların yankılarının anlaşılmasını sağlamaktır. Geriye aniden güncelliğe giren ve kendi kendini dayatan gündelik olaylar kalmaktadır.

Radyoda toplanan röportajların iyi bir dengede olması sağlanır. Hangi ileti gerçekten önemlidir? Hangisinin dinleyicinin dikkatini çekebilme olasılığı vardır? Hangi konuyu ele almak gerekir? gibi konuları dinlemeye en uygun zaman dilimini belirleyerek sınıflandırmak gerekir. (Cubadda ve Riboreau; 1998: 9)

Bir iki dakikalık flaş haberdan bir saatlik magazin habere kadar, bütün bilgilendirici buluşmaların biçimleri bulunmaktadır. Başlıcaları şunlardır:

- Flaş (son dakika ya da düzenli: Örneğin her saat başı). En son haberlerden oluşur.
- Haberler, zaman dilimine göre değişir, 10 ile 30 dakika sürer. Magazin haber, ortalama 30 / 60 dakika sürer, canlı yayın konukları olabilir.
- Bilgilendirici magazin programları, haber programlarında işlenen güncel konuları tamamlamaya yöneliktir. Değişken ya da sabit bir biçime sahiptir, yayın saatine göre 5 ile 60 dakika sürebilir, canlı ve kısmen banttan yayınlanabilir. Program belli bir konuyu ele alabilir/almayabilir (güncellik, bilim, tıp, spor, haftalık panorama, vs)
- Basın bülteni, ortalama 5 ile 10 dakika sürer. Yazılı basında işlenen konuları çok yoğun olmayan bir biçimde ele almaya yöneliktir. Çoğunlukla istasyonun doğrudan doğruya ele almak istemediği duyarlı konuları işler. “x şöy-

le yazmış; bunu söyleyen biz değiliz...”, basın bülteni “basın başlıkları”na da indirgenebilir (1 ile 3 dakika).

- Kronik (günlük yazı program) belirli ya da genel konuları ele alır; oldukça kısa sürer (2 ile 3 dakika). Çoğunlukla tanınmış bir gazeteci tarafından hazırlanır, gazeteci gündemin herhangi bir yönüyle ilgili görüşlerini bir çözümleme ya da yorum biçiminde bildirebilir. Günün konuğu, bu konuk gündemdeki ve gündemle ilişkili olan kişiler arasından seçilir. Çoğunlukla konuğun katılımı kısmi hatta yanlıdır. Farklı hatta karşıt duyarlılık ve konumdaki konuk seçimi yazıya dökmede denge sağlar. Söz konusu program 5 ile 10 dakika sürer. (Cubadda ve Riboreau; 1998: 7)

Radyo haberciliğinde bir olayın görgü tanığına, kayıp bir kişinin hayat arkadaşı ya da dostuna öncelik tanınmalıdır. Bir politikacının tek düze konuşmasından olabildiğince kaçınılmalıdır. Bir uzmandan halkın anlayabileceği nitelikte bir konuşma elde edilmeye çalışılmalıdır. Karmaşık söylemlerden ya da anlaşılması olanaksız bir jargondan uzak durulmalıdır. Bu ölçütlere söyleşinin kaydından itibaren uymak en iyisi olacaktır. Söyleşilen kişinin verdiği yanıtların açık olmadığı durumlarda -ki buna ne yazık ki çok rastlanmaktadır- bu durumda nedenini açıklayarak kaydı durdurmak daha iyi olacaktır.

Radyo Haberciliğinden Mesleki Kişilikler

Radyo haberciliği, dinleyicilere taze, yeni bilgiler ışığında haber iletebilmek için aşağıdaki görev dağılımlarından oluşmaktadır:

Sunucu: Sunucu (kadın ya da erkek) yazı işlerinin vitrindir. Çoğunlukla deneyimli bir muhabir olan sunucunun görevi haber programını genellikle zamana karşı yarışarak yürütmektir. Ortak çalışmayı en iyi biçimde “satmalı” ve değerlendirmelidir. İdeal olan, sunucunun, haber saatinden önce, olabildiğince iyi bir sunuş yapabilmek için bütün bantları dinlemesi, hazırlanan tüm makaleleri okuması ve geniş bir bilgiye sahip olmasıdır. Sunucunun, dinleyiciyi bağlayabilmek için meslektaşlarının hazırlamış olduğu röportajın etkisini bozmayacak kadar yeterli bilgi vermesi gerekmektedir. Dikkatini program üzerinde yoğunlaştırılmalı, ritme özen göstermeli, konularının (ciddi, basit, heyecan yüklü) tonlarına göre olası atlamalara hâkim olmalı ve dinleyiciye yaklaşarak doğal bir dalgalanmayı sağlamalıdır. Bütün bunların yanı sıra zamanlamayı saplantı haline getirip verilen bilginin içeriğini bozmamalıdır. Ayrıca sunucu, sorularını dinleyicinin açık yanıtlar elde etmesi amacıyla sorar. Dinleyicinin düş gücünü harekete geçirmek için bilgisini, duyarlılığını ve yeteneğini ortaya koyar. İlk belgeyi açıklayan sunucudur. Aynı biçimde verilen bilginin inandırıcılığını ortaya koyan da sunucudur. Dolayısıyla biçime ve içeriğe özen göstermelidir. Bu anlamda sunucunun kişiliği çok önemlidir: Sesinin tınısı, konuşma biçimi, hızı kusursuz bir biçimde hazırlanmış olan yazılı metin kadar önemlidir. Kusursuz da olsa bir metni tutuk okuyan bir sunucu dinleyiciyi her zaman için kaçıracaktır. (Cubadda ve Riboreau; 1998: 11)

Sunucuya büyük basım harflerini kullanması önerilmelidir. Normalden daha büyük yazılar kullanılması metnin daha okunaklı olmasını sağlayacaktır. Her sayfa kesinlikle numaralandırılmalıdır. Bu yöntem yayın sırasında son dakika panığı yaşanmaması için zorunlu bir önlemdir. Günümüzde teknik donanım sayesinde metinler üzerinde her türlü yazım işlemi kolaylıkla yapılabilmektedir. En azından geniş olanaklara sahip istasyonların stüdyolarında ajanslardan gelen haberleri alabilen bilgisayarlar bulunmaktadır. Bu donanım sunucuya ve haber programına katılan diğer gazetecilere haberleri anında güncelleştirme olanağı tanımaktadır. Son

olarak sunucu nefes nefese kalmamak için haber programının yayınından birkaç dakika önce stüdyoya girmelidir. (Cubadda ve Riboreau; 1998: 15)

Yazı işleri sorumluları: Yazı işleri sorumluları muhabirlerin aksine istasyondan ayrılmazlar. Bu sorumlular ajans haberlerinden ve ulaşabildikleri her bilgi kaynağından elde ettikleri belgelerden yola çıkarak çalışırlar. Haber programlarının akışında, yazı işleri sorumluları sunucuya bağlı olan yazı işleri müdürü ile birlikte tam anlamıyla birer ortak yazardır. Yazı işleri sorumluları çoğunlukla bölümlerden sorumludur yani bilginin belirli bir alanını kapsamak üzere ekip arkadaşlarının çalışmasını yönlendirmek ve düzenlemekle yükümlü bir muhabirdir. Böylece bir dosyanın tümünü “biçimlendirmek” yazı işleri sorumlularının görevidir. Aynı biçimde yazıda bütünlük sağlayabilmesi için gerekli olan tüm öğeleri oluşturmaktan sorumludur. Bunu da yayının tutarlılığını sağlamanın tek yolu olan başlıkları yazarak yapmaktadır. Haber, yazı işleri sorumlusunun, sunucunun istekleri ve özellikle de haberin kendi içindeki gelişimi doğrultusunda denetlenir, gerektiğinde yeniden elden geçirilir. Yazı işleri sorumlusu haber programlarına çıkabilme yeteneğine sahip olmalı; kendi hazırladığı dosyanın içerdiği görüşme ve röportajları sunabilmelidir. (Cubadda ve Riboreau; 1998: 11)

Muhabirler: Muhabirin görevi, geniş bir sunuş yapabilmek için gerekli olan temel bilgiyi zenginleştirmek, her türlü tanıklığı, görüşü, düşünceyi tepkiyi toplamak için haberin peşinden koşmaktır. Uzman Röportaj Muhabiri ise büyük bir deneyime sahip olan, tüm işitsel ve görsel teknikleri bilen, birkaç saat içinde uzak ve zaman zaman tehlikeli bir yola gidebilen gazetecidir. Muhabirler de röportaj muhabiri gibi haber programının ve magazin haberinin içeriğini zenginleştiren kişidir. Özel muhabir ile muhabir arasındaki farkı iyi belirlemek gerekir. Özel muhabir güncelliğe göre belirli bir yere ya da muhabir eksikliğini gidermek, muhabirin işini tamamlamak için gönderilir. (Cubadda ve Riboreau; 1998: 11)

Yazı işleri sekreteri: Görevi bir anlamda trenlerin zamanında kalkmasını, doğru yola gitmesini denetleyen demiryolu makasçısına benzer. Kendisine gelen bantların doğru biçimde gerçekleştirilmesini sağlar, can sıkıcı makas darbelerini “yakalar” ve günün konularını haber programının yayın sırasına göre sınıflandırır. Bu tür işlevlerinin yanı sıra, yazı işleri toplantısı sırasında alınan kararların muhabirin getirdiği malzemeyle uyum içinde olmasına dikkat eder. Gelecek yayınları beslemeye yönelik bant stoklarını toplayan arşiv servisiyle olan bağlantıyı da yine yazı işleri sekreteri sağlar. Muhabirleri çağırıp şu ya da bu açıdan, şu ya da bu program için haber ya da kayıt yapmalarını sipariş eden de yazı işleri sekreteridir. Yayın çizgisinin korunmasında kendisinde yardımcı olan bir de asistan vardır. Asistan genellikle haber programlarının hazırlanış aşamalarının pratik yönüyle ilgilenir: “Seslerin” temizlenmesi, seslerin ve haber metinlerinin stüdyoya aktarılması gibi. (Cubadda ve Riboreau; 1998: 13)

Asistan: Asistan, yazı işleri sekreteriyle birlikte, yazı işleri müdürünün yetkisi altında yazı işleri ekibinin ve teknik ekibin iş programını düzenler. Ayrıca yayın sırasında programın düzgün akışını sağlar. Asistan, gazeteci olmasa da, yazı işleri kadrosu ve teknik ekip arasında zorunlu bir ara yüzeydir. Asistan haber programının somut yüzeyiyle ilgilenir: Yazı işleri toplantısında belirlenen akışı yazıp herkeşe dağıttıktan sonra, bu akışın düzenli bir şekilde yürütülebilmesi için yazı işleri sekreterine yardım eder. Böylece haber programından önceki sürede yazı işleri sorumlularının yanındaki asistanlık görevini yerine getirir. İlgili gazetecilerin bantlarını kendisine vermelerinden sonra, bantları stüdyoya asistan götürür teknisyenlerle birlikte bir kez daha izlenecek yönteme uygun sayı ve sırayı denetler. Muhabir-

leri, dinleyicileri arar ve yayın sırasında yapılacak olan telefon görüşmelerini beklemeye alır. (Cubadda ve Riboreau; 1998: 13)

DERGİ HABERCİLİĞİ

Dergi yayıncılığı, kitle iletişim araçlarının sayısal olarak çoğalması ve bu arada birbirleri ile rekabetlerinden ortaya çıkan bir boşluğun tam ve doğru bir biçimde doldurulması ile gelişmiştir. Kitap, zengin bir bilgi kaynağı olmakla birlikte, kitaptan sonra bir ihtiyacın giderilmesine yönelik arayışların sonucu ortaya çıkan Gazete, kitabı gölgede bırakan bir popüleriteye sahip olmuştur. Daha sonra Radyo'nun devreye girmesi ile bu kez gazete popülerite kaybına uğramış, gazetenin rekabet arayışına girmesine neden olmaya başlamıştır. Bunlardan sonra devreye giren televizyon ise hepsini gölgede bırakmış ve açık ara üstünlüğünü ilan etmiştir. Son yıllarda ise İnternet, diğer tüm iletişim araçlarını gölgede bırakan ve hepsinin üstünlüğünden daha büyük üstünlüklere sahip bir kitle iletişim aracı haline gelmiştir.

Dergi de işte bu iletişim araçları arasındaki rekabet ve ortaya çıkan boşlukları dolduran bir kitle iletişim aracı olmuş, okurların ya da izleyici ve dinleyicilerin, günün hızlı temposu içinde takip edemedikleri ya da yeterince ilgilenemedikleri konuları, daha ayrıntılı biçimde ve görsel unsurlarla da destekleyerek gündeme getiren bir iletişim aracı olmuştur. Dergi içeriksel olduğu kadar görsel olarak da okurların ilgisini çekmeyi başarmıştır. Olayları ayrıntılı bir biçimde ele alabilme özelliğine sahip olan dergiler, bu haberleri görsel olarak da süsleyebilmektedir. Burada yine görsel-işitsel iletişim araçları ile rekabetten kaynaklanan bir durum söz konusudur. ABD gibi dergicilik sektörünün son derece gelişmiş olduğu ülkelerde dergiler, kamuoyu oluşturmada birincil derecede önem taşımaktadır. (Yapar; 2000: 4)

Fransız Basın Tarihi adlı yapıtta yer alan şu betimleme, dergiciliğin işlevini ve yapısını son derece açık bir biçimde ortaya koymaktadır. “Dergicilik basın alanının aristokrat kesimini simgelemektedir ve dergi yayıncılığıyla uğraşanlar sundukları hizmetin bilincindedirler. Revue National Dergisi'nin önsözünde dergicilikle ilgili şunlar söylenmektedir: Dergiler yapıları dolayısıyla siyasal, ekonomik ve toplumsal, bilimsel ve sanatsal konuların incelenmesine daha uygun yayın organlarıdır. Bir kitabın eylemi çok yavaş ve zihinler içinde çok kısıtlı bir etkiye sahiptir. Günlük gazeteler ise ne kadar başarılı olurlarsa olsunlar zaman darlığından konuları derinlemesine ele alamaz.” Gerçekten de dergi kitapla gazete arasında geniş bir boşluğu doldurmaktadır. Kitap uzun soluklu bir okumayı gerektirmekte, gazete ise hem kısa sürede hazırlanmakta hem kısa sürede tüketilmektedir. Oysa dergi konuları derinlemesine ele alabilmekte ve okura sunabilmektedir. (Yapar; 2000: 4) Ana Britannica Ansiklopedisi, dergiyi şöyle tanımlamaktadır: “Dergi, düzenli aralıklarla yayımlanan, belirli bir ya da birkaç ilgi alanına ilişkin haber, makale, deneme, inceleme, araştırma ve eleştiri gibi yazıları, çeşitli edebi ürünleri ya da belirli konulara yönelik derlemeleri içeren ve genellikle resimli olan, basılı yayınlara verilen addır.” (Ana Britannica; 1987: 162)

Dergi Haberciliğinin Teknik Özellikleri

Gazeteler günlük ve her gün yeniden başlayan hızlı bir süreç ile yayımlanırken, dergiler en az haftalık olarak yayımlandıkları için, gazetelere göre daha fazla üstünlüklere sahiptirler. Bu üstünlüklerin başında da bir haberin derlenip toplanması, araştırılıp yazılması için kullanılan sürenin genişliği gelmektedir. Haberin kaynağına, haber ile ilgili detaylara, ilintili kişi ve konulara daha fazla zaman ayırma, onlara ulaşabilme ve gazete haberine göre çok daha fazla detay verebilme üstün-

lüğüne sahip oldukları için, hata yapma ihtimalleri de o düzeyde azalmaktadır. Ayrıca, çok daha etkili görseller, çok daha özenle hazırlanmış bir içerik de dergiyi gazeteye göre üstün konuma getirmektedir.

Gazete aynı gün tüketilirken, dergi en az bir hafta boyunca okunabilme şansına da sahip bulunmaktadır. Hatta dergilerin okurlar tarafından arşivlenmesi gibi bir alışkanlıkla da sıklıkla karşılaşılabilmektedir. Haber Dergileri, haftalık periyotlarla yayınlanmaktadır. Dolayısıyla, haberciliği de haftalık periyoda göre planlanmakta, içeriklendirilmekte ve düzenlenip yayınlanmaktadır. Dergi haberciliğinde asıl olan, satışa sunulacağı ilk gün, halen ülke gündeminde devam etmekte olan konuyu ya da onunla ilintili yine önemli bir konuyu yakalamasıdır. Yaşanan bir haftanın ve yaşanacak olan bir haftanın gündemindeki konular da yine dergi haberciliğinin ilgi ve hareket alanı içine girmektedir. Böylelikle hem okurların ilgisi yakalanmakta hem de gündemdeki konuya ilişkin ayrıntılı bilgi ve görsellere yer verilebilmektedir. Ancak, kimi zaman o günlerde gündemde olmayan ancak gündemden düşmemiş ya da her zaman tartışma, merak, endişe ya da ilgi yaratabilen bir ya da birden fazla konuya da yoğunlaşarak araştırılıp, elde edilen bilgileri derginin sayfalarına taşımak söz konusu olabilmektedir.

Dergi haberciliğinde, ana gündem maddeleri belirlendikten sonra, derginin içeriğinde yer alan diğer konu ya da ilgi alanlarına, örneğin, kadın, sağlık, bilim, cinsellik, sosyete, ekonomi, sanat, spor gibi alanlara yönelik de haber üretme ve araştırma yapma çalışmaları başlatılır. Ancak burada çok önemli olan unsur şudur ki bir dergi hangi konu ya da ilgi alanına yönelik yayın yapacağını, buna bağlı olarak hedef kitesini ve hedef kitlesine göre de konu başlıklarını iyi belirlemek zorundadır. Hedef kitlesini iyi belirlememiş bir dergi doğal olarak daha en baştan yayıncılık hatası yapmış olmaktadır.

Dergi haberciliğinin seçim ölçütleri, diğer kitle iletişim araçlarındaki haberlerin seçim ölçütlerinden farklı değildir. Dergi haberciliğinde de haberin güncelliği, ilginçliği, okuyucu için taşıdığı anlam, ne kadar genişlikte bir kitleyi ilgilendirdiği gibi temel ölçütler geçerlidir. Bununla birlikte dergi haberciliğinde, haberin detaylandırılabilme düzeyini de belirleyici faktörler arasında saymakta yarar bulunmaktadır.

Dergi haberciliğinin en temel üstünlüklerinden biri, sıradan, renksiz ve yetersiz içeriğe sahip bir haberin bile keyif ve ilgiyle okunabilir hale getirilebilir. Dergiler, yazı işleri açısından, diğer kitle iletişim araçlarına göre çok daha basit bir organizasyonel yapıya sahiptir. Bu nedenle servis sayısı daha azdır.

Dergide daha özenli bir dil ve kalıcı niteliğe sahip fotoğraflar kullanılır. Dergiyi diğer kitle iletişim araçlarından ayıran en önemli özelliklerden biri daha özenle çekilmiş fotoğrafların ve hazırlanmış görsellerin kullanılmasıdır. Muhabirden gelen haberler, editörler tarafından gazete haberine göre çok dikkatle ve özenle gözden geçirilir, kimi zaman yeniden yazılır. Editör yönlendirici ve taşıyıcıdır.

İNTERNET HABERCİLİĞİ/ONLINE/SANAL GAZETECİLİK

Geleneksel gazetenin haber toplama ve yazılı içeriğini oluşturma sürecinden yararlanan; ancak basım işlemi yerine, oluşturulan yazılı içeriğin internet aracılığıyla yayımlanması sürecine dayanan sanal gazete, geleneksel gazeteye alternatif oluştur-

maya başlamıştır. Gazetelerin İnternet üzerinde yayımlanmaya başlamasıyla birlikte ortaya çıkan yeni gazetecilik türüne online, elektronik veya sanal gazetecilik denilmektedir. (Gürcan; 1999: 66) Eş deyişle, online ya da internet ortamında yapılan uygulamalı gazeteciliktir.

Gazetecilik genel olarak, belirli bir bakış noktasından hareketle bir haberi aktarmak için muhabirler, yazarlar ve editörler tarafından yazılan, seçilen, zamanında yönlendirilmiş, gerçekler ve olayları raporlaştırmak, analiz etmek ve okura/dinleyiciye/izleyiciye sunmaktır. Geleneksel gazetecilik, basılı materyal üzerinde yayımlama, filmle sunum, radyo ve televizyonla yayın olarak gerçekleştirilmektedir. “Online” (sanal) ortam ise, birçok sunum yerini içermektedir. Bunların en tanınmış World Wide Web’dir. E-mail de online gazetecilikte büyük bir role sahiptir. (Gürcan; 1999: 60)

Basılı gazetelerin dağıtım sorunu bulunmaktadır. Basılı gazetelerin dünya genelinde bir dağıtım örgütlenmesi çok zordur. Oysaki İnternet üzerinden gazete yayımlamakla, basılı gazeteden çok daha geniş bir kitleye ve evrensel boyutta haber ve bilgi ulaştırma imkânı doğmuştur. Geleneksel gazetenin üretim giderlerini oluşturan matbaa ve kâğıt giderleri, İnternet yayıncılığında yoktur. Bu da ek kazanımlar sağlamaktadır. İnternet’le anında etkileşimlilik sağlanmıştır; basılı gazetede daha uzun zaman alan okur tepkilerini belirleme süresi, İnternet ile anında alınmaya başlanmıştır. (Gürcan; 1999: 66)

Basılı gazetelerde hangi sayfaların, hangi haberlerin ve hangi köşe yazarlarının daha fazla okunduğunu tespit edebilmek, için anketler yapıp sonuçları değerlendirmek; diğer deyişle zaman, para ve emek harcamak gereklidir. Ayrıca elde edilen bulguların da ne kadar güvenilir olduğu tartışma konusudur. Oysaki internet’teki gazete web sayfalarından en fazla hangisinin okunduğunu belirlemek mümkündür; eş deyişle en fazla hangi web sayfasının “hit” aldığı, sayfaları ziyaret edenlerin coğrafik dağılımları gibi bilgileri, sisteme konulacak bir sayaç programı ile zaman-para-emek harcamadan günü gününe tespit edilebilmektedir. (Gürcan; 1999: 66)

Hangi olayın yazılacağı, olayı oluşturan öğelerin, söylemlerin ve diğer unsurların seçimi, online ortamda da yapılmaktadır. Örneğin, bir mağdurun bakış açısıyla anlatılan bir yaralama olayı, suçlu bakış açısıyla söylendiğinde farklı reaksiyonlar verecektir. Bu haber; bir sabah gazetesi ile akşam gazetesi, televizyondaki sabah haberleri ile akşam ana haber bülteninde veya web’de, olayın haber olarak işlenişi arasında farklılıklar olacaktır. Web’in etkileşim özelliği ve diğer enformasyona bağlantılar sunabilmesi, gazeteciye büyük kolaylık sağlamaktadır. Geleneksel iletişim araçlarındaki yer ve zaman sıkıntısının web’de olmaması, online gazetecinin haberinin tüm kaynaklarını her yönüyle, arkaplan gelişmeleriyle birlikte/herhangi bir kısıtlama dışında sunabilmesini sağlamaktadır. Web, geleneksel medya ile aynı içeriği kullanmasına karşın, geleneksel medyadan daha üstün sunuma sahip, daha az maliyetli ve özel ilgi alanlarına yönelik olarak daha fazla yayın yapılmasını sağlamaktadır. Web’deki sitelerde, geleneksel medyada çok sınırlı oranda yapılabilen, gazete ve dergilerde özel sayfalar açma, televizyonda özel bir program hazırlama gibi sıkıntılar, web ile ortadan kalkmakta, sitelerde çok farklı grup ve düşünceden insana hitap edebilecek sayfalar oluşturulabilmektedir. (Gürcan; 1999: 78)

Online/Sanal Gazeteciliğin Temel Nitelikleri

Online gazetecilikte haber anında yayımlanabilir, haber ve olayların gelişmeleri kitleye anında yansıtılabilir. Burada, diğer iletişim araçlarına göre yeni olan bir şey yoktur. Çünkü benzer yayımları, telefon, telgraf, radyo ve televizyon aracılığıyla da anında yapılabilmektedir. Burada farklı olan ise, İnternet'teki tartışma, konuşma ortamları (chat rooms, newsgroups) ve e-mail araçlarından yararlanarak okurun aktif katılımını sağlamak; çok geniş bir çevreden sıcak ve taze enformasyon toplayarak bunu yayımlamaktır. Tartışma ortamlarında enformasyon sıcaklığı sıcaklığına yayımlanmakta ve bu enformasyondan binlerce kişi aynı anda yararlanabilmektedir. Bu tartışma ortamlarından derlenen enformasyon anında web sayfalarına aktarılarak daha fazla sayıda kişiye ulaşmaktadır. (Gürcan; 1999: 82)

Online gazetecilik, yer ve zaman farklılığını ortadan kaldıran özelliğe sahiptir. Online yayınlar, basılı materyal, film, radyo, televizyon yayınlarındaki gibi günlük izleneceği gibi, anlık gelişmeler anında duyurulabilmektedir. Ayrıca, ülkelerarası zaman farklılığı diye bir sınırlılık online yayınlarda yoktur. Online yayınlar, çoğunlukla kendi siteleri içerisinde arşivlenmekte ve sonraki kullanımlar için kolay ulaşım imkânı sağlamaktadır.

Online gazetecilik etkileşimlidir. Web üzerinde etkileşimliliği sağlamak için önemli bir mekanizma sunulmakta; uzun içerikli ve karmaşık anlatımlı metinlerde, konunun detayı için başka sitelerdeki enformasyona bağlantılar sunulmakta, farklı görüntüleme olanakları (resimli-resimsiz, frame'li, renk çözünürlüğü azaltılmış/çoğaltılmış vb.) derinlik ve detay ekleyebilme olanağı bulunmaktadır. Online gazetecilikteki yazı, metin içinde çeşitli web sayfalarına bağlantıları içerebilmektedir. Böylece okur, yazının detayı için gerekli bağlantılara tıklayarak ilgili enformasyon kaynağına kolaylıkla ulaşabilmekte; gazetelerdeki yer sıkıntısı nedeniyle sunulamayan detaylar sorunu, online gazetelerde ortadan kalkmaktadır. (Gürcan; 1999: 78) Geleneksel gazete okura, haberi doğrusal ve tek yönlü bir öyküleme ile sunmaktadır. Online gazetecilik ise okura bir katılım olanağı vermekte; okur, istediği yere, sayfadaki bağlantılarla ulaşabilmekte, tepkisini yine ilgili bağlantılara tıklayarak e-posta ile anında bitirebilmektedir. Aynı web sitesi içindeki sayfalara veya farklı web sitelerine iç ve dış bağlantılar, dokümanların kaynaklarına ve enformasyonun arkaplan kaynaklarına kolayca erişimi sağlamak; bu olanak bir gazeteci için, haberi ile ilgili araştırmasında daha geniş enformasyon toplamasına yardımcı olmaktadır. (Gürcan; 1999: 79)



Özet



Kitle iletişim araçlarının temel işlevini ifade etmek.

Kitlelere yönelik mesajlar gönderen, yayım ve yayıncılık etkinliği içinde bulunan ve günlük yaşamın içinde haber, bilgi ve kanaat edinmek için her an kullanıma hazır araçlara, kitle iletişim araçları denilmektedir. Bu araçlar, bugün dünyanın hemen her yerinde cereyan eden olayları en kısa sürede kitlelere ileten çağdaş ve etkin bir organizasyondur.



Kitle iletişim araçlarına göre haberciliğin işleyiş farklılıklarını açıklamak.

Gazete, televizyon, radyo, dergi ve nihayet internet birer kitle iletişim aracıdır ve bunların tümü temelde aynı görev ve sorumluluklarla yükümlü olmakla birlikte, her biri birbirinden farklılıklar arz eden habercilik yöntem ve süreçlerine sahip bulunmaktadır.



Kitle iletişim araçlarının “Habercilik” işlevini açıklamak

Gazetelerde, haberi toplayıp yazan muhabir, istihbaratı sağlayan servis, ekonomi, politika, sanat, spor, dış haberler, polis adliye, eğitim, sağlık gibi çeşitli uzmanlık bölümlerine ayrılmış kadrolar, editörler, fotoğraf birimi, bilgisayar operatörleri işin mutfağında yer alırken, tasarımdan sonra ki aşamayı oluşturan ve eskiden pikaj, film, montaj gibi birimlerin yerini alan, bilgisayar ile sayfaların hazırlandığı tasarım birimi, kalıp ve baskı da gazetenin fiziksel üretim sürecinde yer alan birimlerdir. Gazete haberciliğinde en önemli faktör, haberlerin toplanıp, yazılması kadar sunumudur da. Haber konularının yazı işlerinin yönetim kadroları tarafından belirlenmesi ya da muhabirlerin kişisel çabalarıyla ortaya çıkarılan haber konularının tartışılıp, gerekli araştırmaların ve görüşmelerin yapılarak haber bilgisinin toplanması ve daha sonra da toplanan tüm bilgilerin o çok özel dil olan haber diline dönüştürülmesi, gazete haberciliğinin en önemli iki ayağından birini oluşturmaktadır. Diğer ayak ise haberlerin gazetede sunum biçimine ve oranına, fotoğraf ve grafik ya da özel çizimler gibi diğer görsellerine karar veren ve haberi gazete kâğıdına en etkili biçimde yansıtan tasarım birimidir.

Televizyon haberinin en temel özelliği görüntü ve sesin eşzamanlı ve anında iletilebilmesidir. Bu nedenle, televizyon da verilen haberin izler kitle üzerinde diğer kitle iletişim araçlarında verilenlerden çok daha etkili ve ikna edici olduğu düşünülmektedir. Televizyon haberinin hem görsel hem de işitsel olması, okuma/yazma zorunluluğunu ortadan kaldırması, haberlerin gelişen teknoloji ile anında iletilebilmesi ve haberin çok geniş kitlelere hitap edebilmesi ayrıcalığını da yaratmaktadır.

Radyo haber bültenleri, program cingilinin duyurumuyla başlar. Bülteni spiker sunar. İlk haberden başlayarak, en önemliden daha az önemliye doğru bir haber sıralaması izlenir ve bazen cingillerla birbirinden ayrılmış bölümler olabilir. En önemli haber, bültenin ilk sunulan haberdur. Bültende, özel ses efektleri, teyp kaydı ya da telefon bağlantısıyla söyleyenin ağzından sözleri aktararak canlılık yaratılabilir. Haberler; yeni gerçekleşmiş, anlaşılması kolay ifadeler üzerine kuruludur. Haberler, kısa cümleli, az heceli ve telaffuzu kolay sözcüklerle oluşturulur.

Dergi, okurların, izleyici ve dinleyicilerin, günün hızlı temposu içinde takip edemedikleri ilgilene-medikleri konuları, daha ayrıntılı biçimde ve görsel unsurlarla da destekleyerek gündeme getiren iletişim aracıdır. Gazeteler günlük ve her gün yeniden başlayan hızlı süreç ile yayımlanırken, dergiler en az haftalık olarak yayımlandıkları için, gazetelere göre daha fazla üstünlüklere sahiptirler. Bu üstünlüklerin başında da haberin derlenip toplanması, araştırılıp yazılması için kullanılan sürenin genişliği gelmektedir. Ayrıca, çok daha etkili görseller, özenle hazırlanmış içerik de derginin avantajlarındandır.

Online gazetecilikte haber anında yayımlanabilir, haber ve olayların gelişmeleri kitleye anında yansıtılabilir. İnternet'teki tartışma, konuşma ortamları (chat rooms, newsgroups) ve e-posta araçlarından yararlanarak okurun aktif katılımını sağlamak; çok geniş bir çevre den sıcak ve taze enformasyon toplayarak bunu yayımlamaktır. Online gazetecilik, yer ve zaman farklılığını ortadan kaldıran bir özelliğe sahiptir.

Kendimizi Sınayalım

1. Aşağıdakilerden hangisi kitle iletişim araçlarının sahip olması gereken temel ilkelerden biri **değildir**?

- a. Doğru yayıncılık
- b. Kamuoyunun tercümanı olma
- c. Olaylar karşısında tarafsızlık
- d. Toplumı haberdar etme
- e. Söylentileri haberleştirme

2. Gazetede haber sunum öğelerinden hangisi haberin ana metnini oluşturan ve konunun anlatıldığı bölüm aşağıdakilerden hangisidir?

- a. Haber metni
- b. Spot
- c. Alt başlık
- d. Üst başlık
- e. Fotoğraf altı

3. Aşağıdakilerden hangisi televizyon haberciliğinin özelliklerinden biri **değildir**?

- a. Görüntü ve sesin eşzamanlı ve anında iletebilmesi
- b. Ekran başındaki izleyicilerin duygu ve düşüncelerini hemen saptayabilmesi
- c. Aynı anda çok geniş bir kitleye hitap edebilmesi
- d. Olaylardan anında haberdar edebilmesi ve görüntü sunabilmesi
- e. Gelişen olayların konuşma biçiminde izleyiciye aktarılması

4. Radyo haberciliğinde dinleyici için en önemli mesleki kişilik aşağıdakilerden hangisidir?

- a. Yazı işleri sekreteri
- b. Asistan
- c. Sunucu
- d. Muhabir
- e. Yazı işleri sorumluları

5. Aşağıdakilerden hangisi, televizyonun haber değeri ölçütleri arasında **yer almaz**?

- a. İlgi çekme
- b. Doğruluk
- c. Sıradışılık ve yenilik
- d. Siyasi içeriklik
- e. Önemlilik

6. Aşağıdakilerden hangisi, televizyon haberciliğinde var olan haber program türlerinden biri **değildir**?

- a. Tartışma programları
- b. Canlı yayın
- c. Günlük haber programları
- d. Geniş kapsamlı haber programlar
- e. Yorumlar

7. Radyo haberciliği ile ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi **yanlıştır**?

- a. Radyo haberi hızlıdır.
- b. Radyo haberi esneklik.
- c. Radyo haberi canlıdır.
- d. Radyo haberinde açıklama değil verilen o andaki bilgi önemlidir.
- e. Radyo haberinde dinleyicinin ilgisi sürekli, ilgi kaybolmaz.

8. Dergi haberciliği ile ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi **yanlıştır**?

- a. Dergi haberciliğinde haberler yayımlandığı gün tüketilir ve bir gün sonra eskir.
- b. Dergi haberciliğinde daha kalıcı nitelikte fotoğraf ve görseller kullanılır.
- c. Dergide yayınlanmış haberler okurlar tarafından dergiyle birlikte arşivlenebilir.
- d. Dergi haberciliğinde haberler daha detaylı ve araştırmaya dayalı hazırlanabilir.
- e. Dergi haberciliğinde sıradan, renksiz bir haber, ilgiyle okunabilir hale gelebilir.

9. İnternet/Online haberciliğinin geleneksel gazete haberciliğine göre **en önemli** üstünlüğü aşağıdakilerden hangisidir?

- a. Haberlerde fotoğraf kullanılması
- b. Haberlerde grafik ve tablolar kullanılması
- c. Haberlerde okur yansımalarının hemen alınması
- d. Haberlerin istenilen uzunlukta yazılabilmesi
- e. Haberlerde başlık ve spot kullanılması

10. Aşağıdakilerden hangisi İnternet/Online Gazeteciliğin ayrıcalıklı özelliklerinden biri **değildir**?

- a. Hangi sayfa, haber ve yazarın ne sayıda okunduğunun anında saptanması
- b. Haber ile fotoğrafı birlikte kullanabilmesi
- c. Dağıtım sorunu yaşanmaması
- d. Araştırmacılar için geniş bir kaynak bulma olanlığı sunması
- e. Kağıt, mürekkep, baskı maliyetlerinin olmaması

Okuma Parçası

Haberciler Mesleğin Etiğini Unutmuş Durumda İletişim Fakülteleri Dekanları medyayı sorumluluklarını yerine getirmeye çağırdı: Basın Bülteni 15/11/2006

İletişim Fakülteleri Dekanları Yürütme Kurulu, yaygın kitle iletişim organlarına gönderdiği çağrı metninde, habercilik kurallarının ve meslek ilkelerinin göz ardı edilmesinin yaygınlaştığını, bu durumun iletişim alanında yetiştirilmeye çalışılan yeni kuşakları da olumsuz etkilediğini belirtti; “kitle iletişim araçlarını sorumluluklarını yerine getirmeye” çağırdı: “Bu çağrımız mesleğe yeni başlamış bir iletişimciden, en deneyimli gazeteciye kadar herkesedir. Habercilik kurallarına, meslek ilkelerine gösterilecek saygı, demokrasiye saygı demektir. Kitle iletişim araçlarının asıl görevi kamuoyunu bilgilendirmek, olan bitenden haberdar etmektir. Bu gerçek evrensel olarak kabul gördüğü için çağdaş demokrasilerde kitle iletişim araçları saygı görürler ve bu konularına uygun sorumluluk taşımaları beklenir” diye başlayan çağrı metninde, şu saptamalar yer alıyor: Türkiye’de kitle iletişim araçlarının yöneticilerinin toplumsal sorumluluklarını göz ardı etme eğilimi giderek güçleniyor. Bazı yayın organlarında habercilik unutulmuş gibi. Halkı yakından ilgilendiren pek çok önemli sorun, gazetelerden ve haber bültenlerinden dışlanmış, yurttaşların daha fazla bilgilenebilirliğine gereksinim duyduğu önemli konular ihmal edilmeye başlandı. Toplumun geleceğini belirleyen uluslararası gelişmeler konusunda bile doğru, güvenilir ve bilgilendirici haber alınması neredeyse olanaksız hale geldi. Basmakalıp, yüzey sel ve duygulara seslenen bir habercilik anlayışı geleceğimizi tehlikeye sokar nitelik alıyor. Kitle iletişim araçlarımız haber adı altında, plaj manzaralarını, ünlülerin özel yaşam görüntülerini magazin programlarından ana haber bültenlerine taşıyorlar. Çığırkanlık inanılmaz boyutlara ulaştı, haber sunma üslupları değişti, sürekli tekrar edilen sahnelerin yer aldığı, suç, şiddet ve cinselliğin sömürülmesi bir habercilik üslubu geliştirildi. Sorumlu haberciliğin yerini sorunlu habercilik aldı.”

Gazete okurları ve televizyon izleyicileri bilgilendirilmesi gereken yurttaşlar değil, sadece müşteri/tüketici olarak algılanıyor, tiraj ve izlenme oranı kaygısı gerçek, doğru, tarafsız haber verme anlayışını ortadan kaldırıyor. Kitle iletişim araçları bilgilendirici, aydınlatıcı habercilik yapmıyor. Habercilik kurallarının ve meslek ilkelerinin göz ardı edilmesi iletişim mesleğine duyulan güveni ve saygıyı yok edecek boyutlara ulaşıyor. Bu

durum iletişim alanında yetiştirilmeye çalışılan yeni kuşakları da olumsuz yönde etkiliyor. İletişim mesleğinin iyi yetişmiş, bilgi ve beceri düzeyi yüksek insanlar tarafından değil, bilgisizliği, düzeysizliği ön planda tutan anlayışla yürütüldüğü yargısına kapılıyor. Bu gençlerin yetişmesini tehlikeye atan bir durumdur.”

Kaynak: Ali Murat Vural kişisel arşivi. (2006 Yılı İletişim Fakülteleri Dekanlar Toplantısı’nda kaleme alınan bu bülten, tüm basına dağıtılmış ve ilgili öğretim üyeleri ile de paylaşılmıştır.)

Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı

1. e. Yanıtınız yanlış ise “Kitle İletişim Araçları” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
2. a. Yanıtınız yanlış ise “Gazete Haberlerinin Sunumu” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
3. b. Yanıtınız yanlış ise “Kitle İletişim Araçları” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
4. c. Yanıtınız yanlış ise “Kitle İletişim Araçları” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
5. d. Yanıtınız yanlış ise “Televizyonda Haber Değeri Ölçütleri” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
6. a. Yanıtınız yanlış ise “Televizyon Haberciliğinde Haber Program Türleri” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
7. e. Yanıtınız yanlış ise “Radyo Haberinin Özellikleri” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
8. a. Yanıtınız yanlış ise “Dergi Haberciliğinin Teknik Özellikleri” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
9. c. Yanıtınız yanlış ise “İnternet Haberciliği” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
10. b. Yanıtınız yanlış ise, “İnternet Haberciliği” konusunu yeniden gözden geçiriniz.

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Farklı sınıf, pozisyon, kültür ve servete sahip ve toplumun her düzeyinden olmakta, bilinmeyen kişilerden oluşmakta, izleyiciler arasında çok az ilişki alışverişi olmakta; yerel ve fiziksel bakımdan birbirlerinden ayrılmakta, çok gevşek bir şekilde örgütlenmekte, birleşerek veya toplu şekilde hareket etme gücüne sahip olmamaktadırlar.

Sıra Sizde 2

Medya, doğru bilgilere ve yargılara ulaşmada, bugünün sosyal, siyasal, ekonomik ve kültürel koşullarını anlamada ve bugüne hâkim olmada en önemli araçlardan biridir. Medya, sorunların temeline ışık tutan toplumsal bir yansıma ve iletişim kurumudur. Toplumun çok büyük bir kesimi için medya, neredeyse birincil derecede kanaat önderidir. Medyanın, “haber verme” ve “kamuyu aydınlatma” ilkelerini yerine getirmesi, toplumsal fayda açısından önem arz etmektedir.

Sıra Sizde 3

Medyanın bu anlamda temel görevi, en iyi, en çarpıcı, en geniş, en yeni ve etkili haberleri, en doğru biçimiyle okuyucularına, izleyicilerine ve dinleyicilerine sunmasıdır. Sunulan haberde, var olan gerçek ile haberin içeriği arasındaki ilişki birbirini tamamlayıcı ve doğru olarak kurulmalıdır. Topluma yanlış, taraflı, eksik haber sunularak olduğundan ve gerçeklerden farklı yönlendirmelere gidilmemelidir. Olaylara ilişkin haberler ve yorumlar birbirinden ayrılmış olarak ve aynı zamanda farklı bakış açıları ile sunulursa, gerçek toplumsal işlev yerine getirilmiş olacaktır.

Sıra Sizde 4

Gazete haberciliğinde en önemli faktörlerden biri, haberlerin toplanıp, yazılmasıdır diğeri de sunumudur. Haber konularının yazı işleri kadroları tarafından belirlenmesi ya da kimi zaman muhabirlerin çabalarıyla ortaya çıkarılan haberlerin tartışılıp, gerekli araştırmaların, görüşmelerin yapılarak haber bilgisinin toplanması ve daha sonra da tüm bilgilerin o çok özel dil olan haber diline dönüştürülmesi, gazete haberciliğinin en önemli iki ayağından birini oluşturmaktadır. Diğer ayak ise haberlerin gazetedeki sunum biçimine ve oranına, fotoğraf ve grafik ya da özel çizimler gibi diğer görsellerine karar verip, haberi gazeteye en etkili biçimde yansıtan tasarımıdır.

Sıra Sizde 5

Haber sunum öğeleri; haber metni, spot, fotoğraf altı, başlık (ana başlığın dışında, alt başlık, üst başlık, ara başlık, aktarıcı başlık gibi) ve görsel öğelerdir. (fotoğraf, grafik, karikatür)

Sıra Sizde 6

Televizyon haber yayıncılığının en temel özelliği konuşma biçiminde haber vermesi, canlı yayın yapabilmesi, hızlı olmasıdır. Haberleri seçme sıralama gibi seçme kolaylığı bulunmamaktadır. Süresi sınırlıdır. Haberciliğe insan ögesi katılmakta spiker her akşam oturma odasına gelen bir konuk haline gelmekte ve en güvenilir haber verme kaynağı olarak bilinmektedir.

Sıra Sizde 7

Muhabir kendisinden istenen olayın takibinden, araştırılmasından ve haber haline getirilmesinden sorumlu olan bir mesleki kişiliği temsil etmektedir. Televizyonda haberin kendisi kadar haberin görüntüsü de temel unsur olduğundan televizyon haber muhabiri görüntüleri kaydetmekle görevli kamera operatörü ile birlikte çalışmaktadır. Editör, haber merkezi'ne ulaşan haberlerin içerik olarak değerlendirmesini yapmak, son düzenlemeyi gerçekleştirmekle sorumludur.

Sıra Sizde 8

Radyo haberinin anlık olma özelliğine sahip olduğu bir gerçektir. Radyo haberi hızlıdır, esnektir, canlıdır, herhangi bir teknoloji ya da ağır ve zahmetli dekorlar gerektirmez. Radyo haberi etkileşim içerisindedir, çünkü aktarılan ileti ve teknik dinleyici tarafından kolaylıkla algılanır ve evrenseldir.

Sıra Sizde 9

Dergi haberciliği, sıradan, renksiz ve yetersiz içeriğe sahip bir haberin bile keyif ve ilgiyle okunabilir hale getirilmesidir. Yazı işleri açısından, çok daha basit organizasyona sahiptir. Bu nedenle servis sayısı azdır. Daha özenli dil ve kalıcı nitelikte fotoğraflar kullanılır.

Sıra Sizde 10

İnternet'ten gazete yayımlamakla, basılı gazeteden çok daha geniş kitleye ve evrensel boyutta haber ve bilgi ulaştırma imkânı doğmuştur. Online gazetecilikte haber anında yayımlana bilir, haber ve olayların gelişmeleri kitleye anında yansıtılabilir. Farklı olan, İnternet'teki tartışma, konuşma ortamları ve e-mail araçlarından yararlanarak okurun aktif katılımını sağlamak; geniş bir çevreden sıcak ve taze enformasyon toplayarak bunu yayımlamaktır.

Yararlanılan Kaynaklar

- Alemdar, Korkmaz ve Erdoğan, İrfan(1990). **İletişim ve Toplum**. 1. Basım. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Arıcan, Melih Zafer (2001). “Haber Fotoğrafını Oluşturan Öğeler Açısından Türkiye Ulusal Basınında Fotoğraf Seçim Ölçütlerinin Belirlenmesi”, **Yayımlanmamış Doktora Tezi**, Eskişehir: Anadolu Üniv. Sosyal Bil. Ens.
- Aziz, Aysel (1982). **Toplumsallaşma ve Kitle İletişim**. Ankara: Ankara Üniv. Yayınları, Ankara, 1982.
- Berksoy, Turgay (1993). “Sosyal Fayda ve Maliyetleri Yönünden Basın Sektörü ve Promosyonların Değerlendirilmesi”. **Marmara İletişim Dergisi**. İstanbul: Marmara Üniv. İletişim Fak. Yay, Sayı:3.
- Boyd, Andrew (2001). **Broadcast Journalism, Techniques of Radio and Television News**. 5. basım. Oxford: Focal Press.
- Bronson, Kenneth C. (1981) “Newspaper Page Design”. **The Newspaper**. (Edt: New Son, Earl D.)New Jersey: Prentice Hall.
- Brooks, Brian S, Kennedy, George. Moen, Darly R,Ranly, Don. (1988) **Reporting and Writing**, 3. Basım. New York: St. Martin Press.
- Cubadda, Marie France., Riboreau Guy (1998). **Radyo Teknikleri**. Çev: A.Yapar, G. Yücedoğan. İstanbul: İstanbul Üniv. İletişim Fak. Yayınları, İstanbul.
- Eren, Fikret (1986). **Türk Basınının Sorunları Sempozyumu**. Ankara: Ankara Üniversitesi BYYO.
- Girgin, Atilla. (2002). **Haber Yazmak**, 1. Basım. İstanbul: Der Yayınları
- Gürçan, Halil İbrahim (1999). **Sanal Gazetecilik**. Eskişehir: Anadolu Üniv. İletişim Fak. Yayınları No: 31.
- Öke, M. Kemal, (1994). **Gazeteci**. Ankara: Çağdaş Gazeteciler Derneği Yayınları, No: 11.
- Öztürk, Serap. (1996) “Televizyon Haberciliği ve Türkiye’deki Uygulamaları Kamu Televizyonu ve Özel Televizyonlarda Akşam Haber Bültenlerini İncelenmesi”, **Yayımlanmamış Doktora Tezi**. Marmara Üniv., Sos. Bil., Ens.
- Parsa, Seyide (1993). **Televizyon Haberciliği ve Kuramları**. İzmir: Ege Üniv. İletişim Bilimleri Fakültesi Yay., No: 3.
- Schlapp, Herman (2000). **Gazeteciliğe Giriş**. Çev: Işık Aygün. Dördüncü basım. Ankara: Konrad Adenauer Vakfı.
- Vural, İzlem (2003). “Televizyon Haberciliğinde Anchor Mesleki Kimliği ve Kaynak Kişi Özellikleri Boyutunda İncelenmesi”, **Yayımlanmamış Doktora Tezi**, Eskişehir: Anadolu Üniv. Sosyal Bil. Ens.
- Westley, Bruce H.(1980). **News Editing**. 3rd Edition. Boston: Houghton Mifflin Company.

6

Amaçlarımız

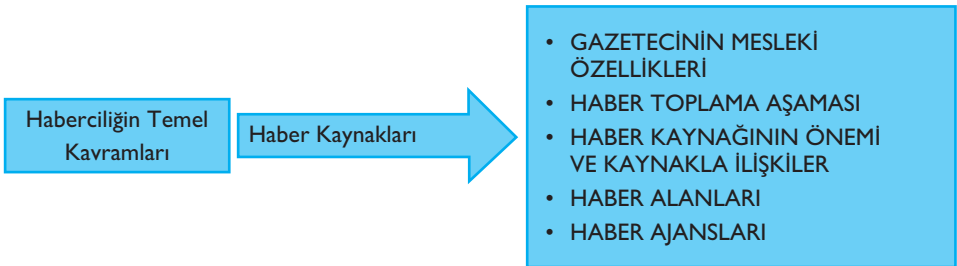
Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

- Haberinin temel taşıyıcısı olan gazeteci mesleki kimliğini tanımlayabilecek,
- Haberinin toplanma aşamasına ilişkin özellikleri açıklayabilecek,
- Haber kaynaklarının önemini ve kaynaklarla ilişkilerini öğrenebilecek,
- Haber alanlarını sıralayabilecek,
- Haber ajanslarını sıralayabilecek bilgi ve becerileri kazanabileceksiniz.

Anahtar Kavramlar

- Haber
- Gazeteci Mesleki Kimliği
- Haber Toplama
- Haber Kaynağı
- Haber Alanları
- Haber Ajansları
- İnternet

İçindekiler



Haber Kaynakları

HABERİN TEMEL TAŞIYICISI OLARAK; GAZETECİ

Haberciliğin temel aktörü olan gazeteciler, eşdeğişle haberciler, her tür iletişim aracında yayımlanacak haberleri toplayarak sistemli bir şekilde yazan, iletişim aracı özelliğine göre düzenleyen, fotoğraflarını ya da görüntülerini çeken kişilerdir. Bu özellikleri ile haberin temel taşıyıcısı olarak tanımlanabilmektedir.

Gazeteci Mesleki Kimliği

Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi 8 Mart 2000 tarihli 701. toplantısında, Türkiye’de dâhil tüm üye devletlere gazetecilerin “haber kaynaklarını açıklamama hakları” konusunda R(2000) 7 sayılı tavsiye kararında aynı zamanda gazetecilik mesleki kimliğine yönelik tanımlamalar da yapmıştır. Bu tanımlamalar Türkiye’yi de bağlayıcı ulusal ve uluslararası geçerliliği olan tanımlama ya da nitelemelerdir. Dolayısıyla, bu tanımlamaları genel doğru ve temel hareket noktası olarak kabul etmek doğru bir yaklaşım olacaktır.

Avrupa Konseyi, *gazeteci* terimini; “düzenli, bir şekilde veya profesyonel olarak haber toplayan ve bu haberlerin her türlü kitle iletişim araçlarıyla halka ulaşmasını sağlayan tüm hakiki veya tüzel kişiler”, *haber* terimi ise; “metin ses ve/veya görüntü şeklinde tüm olay, görüş veya fikir aktarımlarını” tanımlıyor. “Kaynak”, bir gazeteciye bilgi sağlayan tüm kişiler, “bir kaynağı tanımlayan haber” terimi ise haber kaynağının tanınmasını sağlayacak türden bilgiler olarak tanımlanmıştır.

“Bir kaynağı tanımlayan haber” teriminde geçen, kaynağın tanınmasını sağlayacak bilgi türlerinden ne anlaşılması gerektiği ise şöyle sıralanmaktadır:

- Bir kaynağın adı, kişisel verileri, sesi veya görüntüsü.
- Bir gazetecinin bir kaynaktan aldığı haberin nasıl elde edildiğiyle ilgili ayrıntılı bilgiler.
- Bir kaynak tarafından gazeteciye verilmiş olan haberin yayınlanmamış kısmı.
- Gazetecilerin kişisel verileri ve mesleki faaliyetlerindeki işverenleriyle ilgili bilgiler. (Avrupa Konseyi, 2000: R(2000) 7)

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, 1998 yılında yayınladığı “Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi”nde gazeteci için şu tanımlı yapmıştır: Düzenli bir şekilde, günlük yahut süreli bir yazılı, görüntülü, sesli, elektronik veya dijital basın ve yayın organında, kadrolu, sözleşmeli ya da telif karşılığı, haber alma, işleme, iletme ve görüş, fikir belirtme görevi üstlenen ve asıl işi ile başlıca geçim kaynağı bu olup, çalıştığı işletme ile yasalar karşısındaki konumu bu tanıma uygun olanlar, gazetecidir.

SIRA SİZDE



Gazeteciler Cemiyetine göre gazeteci kimdir?

Gazetecinin Mesleki Özellikleri

Haber derleme, oluşturma ve aktarma ya da fikir ve görüş belirtme işiyle meşgul olma, her şeyden önce toplumsal, siyasal, ekonomik ve kültürel konularda bilgi gerektirir. Hatta herhangi bir olgu ya da olayın haber niteliği taşıyıp taşımadığına karar verme ya da haberler arasında öncelik sırasını belirleme aşamasında da bilgi eksikliği sorun yaratır. (Gazetecinin El Kitabı, 2000: 46)

Gazetecinin meslek özelliklerini aşağıdaki ana başlıklarda toplamak mümkündür:

- İlgi ve merak duygusu
- Ayrıntıları da kapsayacak geniş bakış açısı ve tahlil yeteneği
- Tahlil duygusu ile birlikte işlerlik gösterecek tasnif yeteneği
- Bir haber konusunda ortaya çıkabilecek yeni gelişmeleri izleme arzusu (fıkr-i takip)
- Bu özelliklerle de bağlantılı olarak güçlü bir hafıza
- Yabancı kaynak ve yayınları izleyebilme ve karşılaştırma yapabilmeye olanak sağlayacak yabancı dil bilgisi
- Haberin kapsadığı olay, kişi, ilişki ve durumları derinine değerlendirme ve gerekli bağlantıları kurmayı sağlayan sentez ruhu
- Medyanın gerektirdiği hız ve ivediliğe uyum sağlama yeteneği ya da daha basit bir deyimle hızlı hareket etme ve çalışmaya uygunluk
- Tüm iletişim mesleklerinde olduğu gibi, insanlarla kolay iletişim kurma yeteneği
- Gazeteciliğin bir kamu hizmeti olmasıyla bağlantılı olarak dürüstlük, açıklık, bu konuma duyarlılık ve tutarlılık

Bu özelliklere, benzeri başka özellikler de eklenebilir. Günümüz medyasının yapısı düşünüldüğünde, örneğin, belli bir konuda uzmanlaşma da elzem değilse bile önemli bir özellik olarak ortaya çıkmaktadır. Gazetecilik mesleği, gündelik uygulamasında ele alındığında ise, belki de tüm bu özellikleri dile getiren bazı somut durumlarla özetlenebilir. Gazetecilik, gecesi-gündüzü olmayan, hızlı tempolu, özveri isteyen bir meslektir. Gerektirdiği nitelikler ve uygulamadaki tüm güçlüklerine karşılık, gazetecilik, mesleki tatmin sunar: kamuyu bilgilendirme, toplumun duyarlılığını, giderek eğitim düzeyini yükseltme, onur verici bir görev, bir misyon olarak görülür. Nitekim kişisel tatminin yanı sıra, gazetecilerin toplumda da sahip oldukları itibar, mesleklerinin gerektirdiği özveri ve içerdikleri kamu hizmeti anlamıyla bağlantılıdır. Kamuoyunun gazetecilik mesleğine duyduğu saygının artarak sürmesinde, şüphesiz gazetecilere de görev düşmektedir. Bu anlamda birinci görev gazetecilik ahlakına uymak yani mesleki etik konusunda duyarlı olmaktır. (Gazetecinin El Kitabı, 2000: 47)

SIRA SİZDE



Gazetecinin mesleki özellikleri nelerdir?

Gazeteciliğin Temel Kuralları

Her mesleğin olduğu gibi gazeteciliğin de günlük uygulamaları içinde kimi temel kurallar vardır. Bu kurallar, mesleğe mesleki bir özellik kattığı kadar, mesleğin temel işleyişinde de dikkat edilmesi gereken kurallar bütünüdür. Bu anlamda bu kuralları sıralamak gerekirse,

- Gazeteci yalnızca kendi gözüyle gördüğüne inanmalı, ele aldığı konuyu olabilen tüm olanaklar ve çabayla araştırmalı, başkalarının sözleri ve yönlendirmeleriyle hareket etmekten kaçınmalıdır.
- Gazeteci habere kendinden bir şeyler katmaktan, olmayan unsurları haberde kullanmaktan, haberi süsleme çabasından kaçınmalıdır.
- Gazeteci haberinde yorum yapmaktan ya da yorumsal ifadeler ve sıfatlardan kesinlikle kaçınmalıdır.
- Gazeteci, her yeni duruma kuşkuyla ve eleştiriyle yaklaşmasını bilmelidir.
- Üzerinde çalıştığı konuyu elden geldiğince çok yönlü aydınlatmaya çalışmalıdır.
- Geniş ve çok yönlü bilgiye sahip olmalı, olayın tüm yönlerini ya da tarafların tümünü dinlemelidir.
- Skandal haberlerde, haberin yayına verildiği ilk biçim ve içerik, özellikle büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle, tüm bilgilerin doğru, kanıtlanabilir ve belgeye dayalı olmasına çalışılmalıdır.
- Gazeteci günün gelişen olaylarıyla, gündemle bir an bile ilgisini kesemez, gündemin önünde koşar.
- Gazeteci için tanıştığı ve tanıdığı kişi sayısı çok önemlidir. Her tanışılan kişi yeni bir haber kaynağı anlamına gelir. Bu kişilerle güvene ve saygıya dayalı iletişim ve dostluk kurmalıdır.
- Gazeteci; yüzeysel, sıg yöntemlerle değil, elindeki malzemeyi en ince noktasına kadar analiz eden ve haberin derinliğine yol alan kişidir. Habere ilişkin en küçük bir nokta dahi göz ardı edilmemelidir.
- Gazeteci karşısına dikilecek “hayır”ları kesin bir cevap olarak kabul etmemelidir. Verilen görevden eli boş dönen gazeteci atlatılmış gazetecidir.
- Bir gazetecinin hayal gücünü kullanmasıyla bir yazarın hayal gücünü kullanması arasında ciddi fark vardır. Gazetecinin hayal gücünü kullanması, gerçekleri bozup olduğundan daha başka biçimlerde göstermesi değil; okurlarının daha iyi kavramasını, anlamasını sağlamaya yönelik olmalıdır.
- Gazeteci, verilmiş her görevi en detaylı şekilde araştırmalı, en üst düzeyde ve yoğun bilgi ile haberini hazırlamalı ve en yalın haliyle de haberi ifade etmelidir. Her cümleyi iyice düşünmeli, taşınan anlam ve kapsamı iyi belirlemelidir.
- Gazeteci, mesleğin her aşamasında atacağı her adımı iyi planlamış olmalıdır.
- Gazetecinin boş zamanı yoktur. Her şey haber ve araştırma konusudur. Bu nedenle gazeteci kendi bilgi düzeyini sürekli olarak yenilemek zorundadır.
- İhbar sonucu ortaya çıkarılan bir yolsuzluk ya da kanunsuzluk haberinde, haberi veren kaynak gizli kalmak istediği için “iyi haber alan”, “güvenilir” gibi ifadelerle nitelenen kaynaklardan söz edilir. Bu belirsizliğin arkasına saklanarak söylenmemiş şeyleri söylenmiş gibi göstermek böylece haberi çok daha vurucu hale getirmek rastlanan bir durumdur. Gazeteci, bu gibi yöntemlere asla başvuramaz.
- Gazetecinin kimi zaman üstüne aldığı bir görev, bir yolsuzluğun ortaya çıkarılması olabilir. Bu nedenle gazeteci, kendi özel hayatında ve izlediği kamu görevlileri ile olan ilişkilerinde de dikkatli olmak zorundadır. Sürekli olarak verilen bedava yemekler, içki ve benzeri ikramlar, gizli komisyonlar, sağlanan seyahatler ve seyahat masrafları, hediye çekleri, saatten televizyona bilgisayardan arabaya kadar her tür hediyeler, gazetecinin asla kabul edemeyeceği ve rüşvet olarak kabul edeceği birer faktördür.

- Haberin yazılması sırasında hangi unsurların haberde yer alacağı ya da dışarıda kalacağı konusundaki karar çok önemlidir. Gazeteci hazırladığı haberinin ardından ciddi cezalar alabilecek, hapse girebilecek, hatta intihar edenlerin bile olabileceği ihtimallerini göz ardı etmemelidir.
- Hırsızların etrafındaki herkesin hırsız olmadığı gerçeğinden hareketle, çok emin olmadıkça ve elde somut deliller bulunmadıkça yolsuzluk, usulsüzlük, kaçakçılık, kanunsuzluk gibi haberlere mümkün olduğu kadar çok dikkat edilmeli, olabildiğince az insanın adı karıştırılmalıdır.
- Gazeteci, yapacağı haber nedeniyle çok sayıda insanın etkilenebileceğini düşünerek, doğrulatmadığı hiçbir unsuru haberine almamalıdır.

SIRA SİZDE



Gazetecilik mesleğinde, gazeteciye sunulacak rüşvetler neler olabilir?

HABER TOPLAMA AŞAMASI

Habercinin, haber üretimi öncesi yaptığı şey, yazılı metinlerin yanı sıra gerektiğinde canlı kaynaklara da başvurarak, haberinde yer vereceği bilgileri derlemektir. Şüphesiz haber üretimi öncesinin bu aşaması zorluklarla doludur (Girgin; 1998: 19).

Haber Toplama Aşamasında Dikkat Edilecek Kurallar

Bir gazetecinin haberle ilişkisindeki en temel iki aşamadan birini haberi toplama diğerini ise haberi yazma aşaması oluşturmaktadır. Bu ünite de haber kaynaklarını tanıma ve öğrenme açısından yalnızca haberin toplanma aşaması üzerinde durulmaktadır.

Haber toplama aşaması gazeteciliğin en önemli ve haberle ilk buluşulan aşamasıdır. Bu aşama kendi içinde pek çok güçlük barındırmakla birlikte aynı zamanda yaşamsal ve mesleki kurallarla da çerçevelenmiştir. Bunlar gazetecinin hareket alanını kısıtlıyormuş gibi görünse de aslında gazetecinin gerek yasal, gerek mesleki etik ve gerekse mesleki kişilik özelliklerini koruması, ayrıca gazetecinin itibarını sağlaması açısından önemli kurallardır. Doğrudan gazetecilere hitap eden bu kurallar, gazeteciye, haberin toplanma aşamasına ilişkin tehlikeler konusunda uyarmakta, haberde başarılı olması için yapması gereken pratikleri sıralamakta ve aynı zamanda onun yasal zeminde ve mesleki etik ilkelere bağlı kalmasını sağlamaktadır.

Bu kuralları kısaca şöyle özetlemek mümkündür:

- Haber toplarken önyargılı olunmamalıdır. Olayın gazetecinin ilk duyduğu ya da düşündüğü gibi olmayabileceği de göz önünde tutulmalıdır.
- Haber kaynağının o haberden ne düzeyde bilgi sahibi olabileceği, tam bilgi olamayabileceği, bilgisizlikten ya da kasıtlı olarak gazeteciye yanıltabileceği de göz ardı edilmemelidir.
- Haber kaynağından alınan bilgi kesinlikle bir ya da iki yerden denetlenmelidir.
- Aldığınız bilgi önce gazetecinin kendi mantık süzgecinden geçmeli, akla uygun olmayan ya da hesaplara sığmayan hususların görülmesi durumunda bunların olmazlığı araştırılmalıdır.
- Gazeteci haber aldığı kaynak kişilerle arasına belli bir saygı mesafesi koymalı, düzeyi yitirmemelidir.
- Haber alınan kaynak kişi özenle dinlenilmeli, duyulardan kuşku duyulması halinde sorularla açılmaya çalışılmalı, tartışmaya girilmemelidir. Haberi anlamak için yöneltile sorular, tartışma için değil eksikliklerin giderilip doğrunun öğrenilmesi amacıyla olmalıdır.

Haber toplama, yaşamsal ve mesleki kurallarla çerçevelenmiştir. Bunlar gazetecinin yasal, mesleki etik ve mesleki kişilik özelliklerinin korunmasını sağlamaktadır.

- Kişisel ya da siyasal görüşlerin, olayı çarpıtmaya, yanıltıp yönlendirmesine izin verilmemelidir. Unutulmamalıdır ki gazeteci bir görüş ya da düşüncenin değil tüm kamuoyunun temsilcisidir.
- Olayı ya da anlatılanları tam anlamadan haber araştırması tamamlanmamalıdır. Eksik noktalar yeni sorularla ya da arşiv kaynakları kullanılarak tamamlanmalıdır. Unutulmamalıdır ki tam anlayıp öğrenilmeden haberin yazılamayacağıdır.
- Belirli bir konuyu incelemeye gitmeden, bir röportaj ya da basın toplantısı için yola çıkmadan önce gerekli ön araştırma ve çalışma yapılmalıdır. Anlatılanlara yabancı kalınmamalı, haberi toplamadan önce derse iyi çalışılmalıdır. Bir röportaj ya da basın toplantısına gitmeden önce, temas edilecek kişi hakkında bilgi edinmeye çalışılmalı, sorulacak sorular not edilmelidir.
- Haber ilişkisi kurulan kurum ya da kişilerde, güvenilir, “doğruyu yazan kişi” kanısı uyandırılmalı, yanıltılıp yönlendirilerek etki altına alınabilecek bir kişilik olunmadığı hissi yaratılmalıdır.
- Görüşme sırasında karşıdaki kişi kimi söyleyeceklerine önceden “of the record” (kayıt yapmayın/yalnızca bilgi için) uyarısı yapıyorsa, bu durumda bu talebe uyulmalı, ancak karşıdaki kişi konuşmanın bitiminde bu koşulu getiriyorsa, bu koşulun geçerli olmayacağı kendisine söylenmelidir.
- Dost sohbetlerinde, özel toplantılarda ve yemeklerde, birilerinin ifade ettiği görüşleri yazmadan önce izin alınmalı ve mutlaka gazeteci kimliğinden karşı taraf haberdar edilmelidir.
- Alınan görev, edinilen bilgiler ya da sahip olunan sırlar konusunda gevezelik edilmemelidir. Gereksiz gevezelikler gazeteciyi çok zor durumlara düşürebilir.
- Haber toplarken hafızaya güvenilmemeli, özellikle isim, tarih ve rakamlar kesinlikle not edilmelidir.
- Çarpıcı söz ve cümleler, unutmadan ve aynen kayda alınmalıdır ki yazarken yanlış anlam değişiklikleri ve sonradan güç durumda bırakacak yanlışların ortaya çıkmasının önüne geçilebilsin. Basın toplantısı, röportaj ya da haber görüşmesine gidilirken kılık kıyafete özen gösterilmelidir. Karşıdaki kişinin size ve mesleğinize saygı duyması sağlanmalıdır.
- Kişi ya da kuruluşlar için ileri sürülecek yolsuzluk ya da benzeri iddialar incelemeden hemen değerlendirmeye alınmamalıdır. Bu tür haberler kesinlikle çift denetleme isteyen, yanılmaya, yanıltılmaya çok açık haber türleridir. İddiaları yayınlarken karşı tarafın görüşlerine de kesinlikle yer verilmelidir. Tek yönlü haber yapmaktan kesinlikle kaçınılmalıdır.
- İleri sürülen iddiaları gazeteci kabullenmemeli, bunların birer iddia olduğu düşünülerek ifade edilmelidir.
- Oldukça ters gelen bir haber kesilip atılmamalıdır. İncelenmeli, doğrulanmaya çalışılmalıdır. Unutulmamalıdır ki doğruysa, doğacak haberin büyüklüğü ses getirecek nitelikte olabilir.
- Haberde kullanılan rakamlara (milyon- milyar- trilyon gibi) çok dikkat edilmelidir. Parasal haberlerde tek birim kullanılmalı, haberin tümünde dolar ya da euro olarak ifade edilmeli, mümkün olduğunca günlük kur üzerinden TL karşılığı yazılmalı, okuyucunun hesap yapmasına gerek kalmamalıdır.

Şekil 6.1



Haber Kaynaklarının Önemi

Haber kaynakları kitle iletişim aracı ve muhabir açısından büyük önem taşır. Muhabirin başarısı çoğu zaman sahip oldukları haber kaynaklarının zenginliğine bağlıdır. İletişim sektöründe tecrübeyi ortaya koyan araçlardan birisi de haber kaynaklarının çok veya az olmasıdır. Kaynakların oluşması, kaynak ile iletişim aracı veya muhabir arasındaki güven ortamının sağlanması uzunca bir süreyi gerektirebilir. Kaynakla muhabir veya araç arasındaki bu ortamın sağlanmasından sonra kaynağın verdiği bilgiler daha kolay haber haline getirilirken, kaynak da daha ayrıntılı ve daha fazla bilgiyi muhabire veya iletişim aracına ulaştırabilir.

Haber metinlerinde kaynağın açık olarak yazılması verilen bilgiye ve ilgili medya kuruluşuna karşı hedef kitlede güvenin artmasını sağlarken, kimi haberlerde kaynağın istememesi sebebiyle açıklanması mümkün olmaz. Bu durum kaynağın güvenliği ve kimliği ile ilgili sorun çıkmaması, kaynağın haber/bilgi vermeye devam etmesi açısından önem taşırken, bazı haberlerde/bilgilerde iletişim aracının sorun yaşamasına sebep olabilir. Kaynak tarafından verilen bilgi ve belgelerin doğru çıkmaması durumunda sorumluluk sadece muhabire değil aynı zamanda yazı işleri veya sorumlu müdüre ve iletişim aracına ait olacağından, kaynağın isminin sadece muhabirde saklı olması muhabir açısından bir sorun oluşturabilir.

Kaynağın belirli olmaması durumunda muhabirlerin isimsiz kaynağa atfen kendi görüşlerini yazması bir başka sorunu oluşturur. Muhabirin ve iletişim aracının daha az sorun yaşaması için haber kaynağı ile muhabir görüşürken öncelikle kaynağın kimliğini saklı tutmayı teklif etmemeleri yerinde olacaktır. Kaynağın ısrarının sürmesi halinde ise; bazı özel durumlarda kimliğinin açıklanması için kaynağı ikna etmelerine çaba göstermeleri gerekir. Meslek ahlâkına aykırı davranışlar sebebiyle haber kaynağının saklı kalacağı hallerde muhabirin haber müdürlerini veya sorumlu müdürleri bilgilendirmeleri yerinde bir davranış olur (Alemdar, 1990: 39).

Muhabir, haber kaynağını adını kullanmaya ikna etmek için elinden geleni yapmalıdır. Gizli tuttuğu takdirde, mahkeme önünde gerektiğinde adının açıklanıp açıklanmayacağını sormalıdır. Haber kaynağı kimliğinin gizli tutulması konusunda kararlıysa, gazeteci, yazı işleri sorumlularının görüşüne başvurmalıdır. Bu durumda yazı işleri sorumluları da ona, “Haber her türlü yasal sonucu almaya geçecek değerde midir?” sorusunu yöneltirler. Bu tür durumlarda, haber başka kaynaklara da başvurarak desteklenmelidir. (Gazetecinin El Kitabı; 2000: 72)

Haber kaynakları neden önemlidir?



Haber Kaynakları İle İlişkiler

Bir haber kaynağı, eğer haber doğrudan kendisini ya da yakın çevresini ilgilendiriyorsa ve bu haberin kendisi için oluşturduğu ya da oluşturabileceği bir sakınca söz konusu değilse, muhabire bilgi vermek konusunda istekli davranır. Hatta bu isteklilik, haberden sağlanacak bir yarar ya da itibarın söz konusu olduğu durumlarda daha çok artar.

Örneğin; siyasetçiler, iş adamları, makam ya da kıdem açısından yükselme bekleyen özel sektör ya da kamu görevlileri, etrafında olup bitenler ya da tanık olduğu konular hakkında kamuoyunu haberdar etmeye meraklı memur ya da bürokratlar ya da kimi zaman ülkenin veya bir kentin menfaatlerini gözetken ve hiçbir çıkar beklemeyen önemli pozisyonlardaki görevlileri, haberin gerektirdiği bilgileri vermek konusunda ki istekli kişiler olarak göstermek mümkündür. Ancak bir de habere söz konusu olan ya da haberin içeriğini oluşturacak bilgiye sahip olmakla birlikte, bu bilgiyi verme konusunda oldukça isteksiz, çekingen, ketum kişilere de sıklıkla rastlanabilmektedir. Bu durumda, habercinin diğer deyişle muhabirin, muhatabında güven ve dürüstlük duygusu yaratması son derece önem arz etmektedir.

Muhabirin, kişilik olarak sahip olduğu saygınlık, güvenilirlik, dürüstlük, doğruluk ve tutarlılık gibi nitelikleri, haber kaynağından bilgi alması, kaynağın muhabire yardımcı olması, ihtiyacı olan bilgiyi sağlaması açısından son derece büyük önem taşımaktadır. Muhabir, yazacağı her satırın doğruluğuna iyice güvenmeli ve gerektiğinde bunu belgelerle ortaya koyabilmelidir. Bu da güvenilir haber kaynaklarına sahip olmakla mümkündür. Alınan bilgiler değerlendirilirken, kaynakların önemlilik sıralamasına dikkat etmek gerekir. Örneğin, bir polis müdürünün vereceği bilgi, kapıcının uzun anlatısından çok daha önemlidir. Ancak bazı zamanlar, üçüncü kişilerin verdikleri küçük bir ayrıntı haberin temelini oluşturabilmektedir. Haberci izlediği olay yerinden ayrılırken, 5 N 1 K sorularının tümüne yanıt alıp almadığını, olaya taraf tüm kişilerin yanı sıra görgü tanıklarının da görüşlerini derleyip derlemediğini, söz konusu kişilerin kimlik bilgilerinin eksiksiz olup olmadığını denetlemelidir. (Girgin; 1998: 20)

Bu arada haber kaynakları ile ilişkiler açısından önem arz eden bir diğer unsur da arşivlerdir. Arşivlerin en önemli görevi, gazetecinin ihtiyaç duyduğu bilgi ve belgeyi, tarihsel birikimi, detayları gazeteciye sağlayacak veri bankası niteliği taşımasıdır. Habercinin en önemli yardımcısı arşivdir. Haberci, çalışmakta olduğu kitle iletişim aracının arşiv bölümü ya da kütüphanesindeki gazete kupürleri, ansiklopediler, yıllık raporlar, sözlükler, tarih kitapları, kataloglar, biyografiler, atlaslar, kanunlar benzeri çeşitli kitap ve broşürlerden sıklıkla yararlanmalı, arşiv ile ilişkisini sürekli ve sıcak tutmalı, arşivi kullanabilme becerisini geliştirmelidir. Elbette bir gazetecinin kişisel bir arşivinin olması da beklenen bir unsurdur. Ga-

zetecinin özel arşivi belki de zamanla en değerli arşivlerden biri olma niteliği taşıyabilir. Birçok genç gazetecinin, araştırmacının hatta bilimsel çalışma yapan akademisyenlerin bile ihtiyaç duyduğu, çalışmalarına büyük katkılar sağlayabilecek bir arşiv niteliği kazanabilir. Düzenli bir biçimde, tarif ve tasnif edilmiş belge ve bilgi kaynaklarının bugünün koşullarında ve teknolojinin sunduğu olanaklarla dijital ortamlara aktarılması ve buralarda da saklanması bu nedenle önem arz etmektedir.

Haberlerde kaynak belirtme, haberin doğruluğunun ve güvenilirliğinin vazgeçilmez ögesidir. Ancak bunu yaparken dikkat edilmesi gereken kurallar vardır. Öncelikle, tüzel kişiler, özel kişiler yerine konulamaz. Örneğin: “Cumhurbaşkanlığı’ndan alınan bilgiye göre”, “Dışişleri Bakanlığı’ndan verilen bilgiye göre”, “Bayındırlık Bakanlığı’nın yaptığı açıklamaya göre”, “İstanbul Valiliği’nin yaptığı açıklama uyarınca” denilmez. Bunların yerine, “Cumhurbaşkanlığı yetkililerinden alınan bilgiye göre”, “Dışişleri Bakanlığı yetkililerinin verdikleri bilgiye göre” ifadeleri kullanılır. Tüzel kişiler için “Bayındırlık Bakanlığı’ndan yapılan açıklamaya göre”, “İstanbul Valiliği’nden yapılan açıklamaya göre (yapılan açıklama uyarınca)” ifadesi kullanılır. Eğer açıklamayı bir yetkili yapmışsa, o zaman “Bayındırlık Bakanlığı yetkilileri tarafından yapılan açıklamaya göre, (yapılan açıklama uyarınca)” denir. Bilgiyi, daima “yetkililer verir, açıklamayı daima “yetkililer” yapar; “ilgililer” değil. Bazı durumlarda çaresiz kalındığı için, haberin önemi nedeniyle “adının açıklanmasını istemeyen bir yetkili” deyiimi kullanılabilir. Ancak, genelde bundan kaçınmak gerekir. (Girgin; 1998: 31)

Kaynaktan haber sağlamanın değişik ifade ya da aktarma biçimleri de vardır. Bunlar; Açıklama: Bir sorunla ilgili gerekli bilgileri verme işlemi. “Açıklama yapılır.” Yazılıysa “yaptığı yazılı açıklamada” denir. Demeç: Yetkili bir kimsenin, bir konuda yayın organlarına yaptığı açıklama. “Demeç verilir.” Yazılıysa “verdiği yazılı demeçte” denir. Bildiri: Resmi bir makam ya da kurum tarafından halka bildirmek için yazılan şey. Bildiri yayımlanır. Basın Toplantısı düzenlenir. Konferans verilir. (Girgin; 1998: 32)

Gazetecinin, haber kaynağı olan kişiyle yüzyüze görüşerek alacağı bilginin en doğru ve sağlıklı yöntemle elde edilmiş bilgi olduğu kabul edilir. Gazeteci, haber amacıyla ve daha çok ve daha doğru bilgiye ulaşma çabasıyla haber kaynağı ile yüzyüze görüşme yöntemini tercih ederken, kaynak da kendini daha rahat ifade edebilme, daha fazla bilgi verme ve haberin daha etkili yayınlanması şansını elde etmesi nedeniyle bu yöntemi tercih etmektedir. Ancak bu yöntemde, gerek gazeteci açısından ve gerekse haber kaynağı açısından geçerli olan en önemli unsur, tarafların birbirlerine karşı duydukları güven ve saygınlığın düzeyidir. Eğer güven ve saygınlığın düzeyi yüksekse, bu buluşmadan son derece etkili ve iyi çerçevelenmiş, içi iyi doldurulmuş bir haber çıkacaktır. Ancak söz konusu güven ve saygınlık düzeyi düşükse ve karşılıklı şüpheler taşıyorsa, haberin birçok noktası eksik kalabileceği gibi, yanıltıcı ve insanları yanlış yöne sevk edici bir haberin ortaya çıkması da mümkündür. (Girgin; 1998: 26)

Haberleşme etkinliği, çoğu kez sonucu şüpheli ve belirsiz, çok yönlü bir olaydır. “Beni dinlemedi bile”, “söylediklerimden hiçbir şey anlamadı”, “sanki sağırklar diyaloguydu”, “bana kulak vermedi”, “aynı yayın dalgası üzerinde değildik”, “aklı başka yerdeydi” beni tek kulağıyla dinledi” gibi yakınmalar, gerçek haberleşmenin zorluğunun en belirgin örnekleridir. Bu nedenle, haberci/gazeteci, görevini yaparken, önceden iyi hazırlanmalı, araştırmalarını tamamlamalı, yüz yüze görüşme sırasında da elindeki bütün bilimsel verilerden yararlanmalı ve karşısındaki haberin

kaynağı olan kişinin bilgi aktarmasını engelleyebilecek her tür tehlikeye karşı da önceden önlemlerini almış olmalıdır. (Girgin; 1998: 27)

Haber kaynakları ile ilişkiler açısından arşivler neden önemlidir?



SIRA SİZDE

HABER KAYNAKLARI

Yazılı, sesli veya görüntülü haber üreten kitle iletişim araçlarının başlıca haber kaynakları temel olarak “iç kaynaklar”, “dış kaynaklar” ve bir de gazetecinin kendi araştırmacı özelliklerine bağlı olmak üzere diğer deyişle araştırmacı gazeteci kimliğinin hareket alanı içine giren “araştırma kaynakları” olmak üzere üç gruba ayrılır. İç, dış ve araştırma haber kaynakları da kendi içlerinde birden çok başlığa bölünür. Bu üç grubu ve her birinin kendi alt başlıklarını diğer deyişle haber kaynaklarını şöyle sıralamak mümkündür:

İç Kaynaklar

- Kitle iletişim aracının kendi örgütlenmesi içinde yer alan birimler ile bu birimlerdeki muhabirlerdir. Bunlar; Ankara Temsilciliği (Meclis, partiler, cumhurbaşkanlığı, kamu kuruluşları, bakanlıklar, genelkurmay...), İstihbarat Servisi (Polis, adliye, belediye, sağlık, siyaset), Özel Araştırma ya da Haber servisi, Ekonomi Servisi, Dış Haberler Servisi (Dış bürolar, dış muhabirler), Yurt Haberler Servisi ya da Ajans (taşra), Eğitim Servisi, Magazin Servisi, TV - Radyo Servisi, Spor Servisi, Kültür- Sanat Servisi, Fotoğraf Bölümü, Dizi yazarlar Servisi, Arşiv (bilgi-belge), İnternet Servisi, Köşe yazarlarıdır.
- Kitle iletişim aracının kent ya da bölgelerde bulunan bürolarında görev yapan muhabirler
- Kadrolu olmayan (serbest çalışan) gönüllü ya da kaşeli muhabirler
- Ulusal haber ajanslarının bültenleri
- Diğer kitle iletişim araçlarının haber ya da farklı türlerdeki yayınları
- Resmi kurum ve kuruluşların gönderdiği basın bültenleri
- Özel kuruluşlar ve şirketlerin doğrudan kendilerinin ya da çalıştıkları bir halka ilişkiler şirketi aracılığıyla gönderdiği basın bültenleri
- Kütüphaneler (Kurumların yıllık raporları, istatistiki yıllıklar, ansiklopediler, araştırmalar, resmi dokümanlar, yayınlanmış kitaplar, dergi ve gazetelere ulaşmak için..)
- Resmi Gazete
- Basın Toplantıları
- Resmi ya da özel davetler, toplantılar
- Seminer, konferans, panel, kurultay, forum gibi bilimsel toplantılar, tartışmalar
- Araştırma sonucu ulaşılan raporlar ve çeşitli belgeler.
- Kişiler (özel kaynaklar) ve uzmanlığa bağlı özel kaynaklar

Dış Kaynaklar

- Yabancı ajansların bültenleri
- Dış ülkelerde bulunan bürolarındaki görevli muhabirler ya da temsilciler
- Yabancı televizyon, radyo, gazete ve dergiler
- Uluslararası kuruluşların basın bültenleri
- Büyükelçilik, Başkonsolosluk, yabancı temsilciliklerin bültenleri (Girgin; 1998: 19)

Araştırma Kaynakları

Araştırmacı gazetecinin en önemli kaynağı özel bilgi veren (sızdıran) kişilerdir. Bu nedenle bazı kişilik özelliklerinin öne çıkması gerekmektedir. Bu özellikler;

- Tanınır.
- Olayların üstüne gittiği bilinir.
- Çok insan tanır.
- Bürokraside haber uçurmaya hazır özel kaynakları vardır.
- Soru sorma ustasıdır.
- Arşiv taramayı iyi bilir.
- Diyalog kurmada çok başarılıdır.

Bir yolsuzluğu, kanunsuzluğu ihbar eden kişi yolsuzluklara, haksızlıklara isyan eden bir vatandaş olabilir ya da o yolsuzluğa konu olan olayda çıkarı zedelenen biri olabilir. Araştırmacı gazeteci için önemli olan haberin kaynağı değil, haberin kendisi ve doğruluk değeridir. İyi araştırmacı gazeteci ihbarı “haber” değil toplanacak haberin itici gücü olarak görür. Araştırmacı gazetecinin ikinci haber kaynağı arşivlerdir. Bunlar 3 tanedir:

- Herkese açık olanlar,
- Vatandaşa kapalı olanlar,
- İnsanların varlıklarından bile habersiz olduğu arşivler.

Başarılı bir araştırmacı gazetecinin, politikacı, polis, savcı, yargıç, tapu memuru, kütüphaneci gibi bir haber kaynağı, mutlaka vardır. İyi bir araştırmacı gazeteci kendi kaynağına kendi ulaşır. Ulaşamıyorsa o kaynağa en yakın meslek gurubundan biriyle kuracağı temas ile ulaşır. Önemli olan hangi tip haberin, hangi kaynaktan daha çabuk çıkacağını o kaynağın kimlere daha yakın olduğunu bilmektir. Belki hemen belki biraz şartları zorlayarak araştırmacı gazetecinin hedefe ulaşmada kullanacağı ipucu kaynakları ya da diğer deyişle araştırma kaynaklarına şu örnekleri vermek mümkündür:

Uçak ya da gemi yolcu listeleri, ölüm doğum kayıtları, tapu kadastro kayıtları, istatistik yıllıkları, hayır kurumlarının defterleri ve bağış listeleri, inşaat ruhsatları, silah ruhsatları, parlamento tutanakları, belediye meclis tutanakları, gelir vergisi beyannameleri, ticari sicil gazeteleri, evlilik kayıtları, maaş bordroları, gazete koleksiyonları, mesleki yayınlar, arttırma eksiltme ilanları, mahkeme zabıtları, polis kayıtları, sabıka kayıtları, seçim konuşmaları.

Bir araştırmacı gazeteci için, haber yayınlandıktan sonra araştırma yine bir boyutuyla devam etmektedir. Gelişmeler, gelen yeni bilgiler ve belgelerin yanı sıra yeni bilgi kaynaklarının ortaya çıkmasıyla araştırma, kazandığı yeni boyutlarıyla devam ettirilir.

SIRA SİZDE



Haber kaynakları kaç gruba ayrılmaktadır?

HABER ALANLARI

Esasen her yer ve her insan bir haber alanıdır. Bununla birlikte yine de kimi zaman habere ulaşma ya da haber üretme açısından, nerelerin haber alanı olacağını bilmek gerekmektedir. Haber alanları genel olarak; Kamu Yönetimi, Ekonomi, Güvenlik ve Hukuk, Eğitim ve Öğretim, Üniversiteler, Halk ve Çevre Sağlığı, Sosyal Yardım Kuruluşları, Siyasal Partiler, Sivil Toplum (Demokratik Kitle) Örgütleri, Spor Kulüpleri ve Etkinlikleri, Medya, Magazin Kültür ve Sanat olmak üzere 12 kategoriye ayrılmaktadır.

Kamu Yönetimi

Bu alanın kapsamına Vilayet, Belediyeler, Kaymakamlıklar, Muhtarlıklar girmektedir. Buralarda yönetici olarak görev yapan vali, belediye başkanları, kaymakamlar ve muhtarların; ayrıca yine söz konusu kamu yönetim birimlerinde meclis, komisyon, yönetim kurulu ve benzeri grupların yaptıkları çalışmalar, aldıkları kararlar; yaptıkları kamuoyu duyuruları, basın toplantıları, gerek kendi aralarındaki gerek toplumun çeşitli kesimleri ile ilişkilerindeki konuları, açıklamaları, tepkileri ile bunlara karşı toplumun örgütlü kesimlerinin, baskı gruplarının genelde halkın ta-kındığı tutumları ve basına yansıttıkları iletiler girmektedir. Bu kapsamda TBMM, hükümet, bakanlıklar merkezdeki (Ankara) kamu yönetimi birimlerinin tüm ülke-yi ilgilendiren yasa karar ve politikalarının diğer kentlerin kamu yönetimindeki yansımalarının soruşturulması, araştırılması ve gazete ya da televizyon haberlerine yansıtılması da bu alan içindedir.

Ekonomi

Gerek kentler, gerek ülke ve bölge ekonomisi kapsamına sanayi, tarım, ticaret, ulaşım, enerji ve haberleşme girmektedir. Her altı kesimin (sektörün) bireysel, kar-şılıklı ilişkileri ve bu ilişkilerden doğan sorunlar, ülke ekonomisindeki gelişmele-rin bu üç kesime ülke, bölge ve kent düzeyinde yansımaları, hükümetin alt kesim-le ilgili izlediği politikaların ve aldığı kararların etkileri, bunlara söz konusu kesim-lerin yetkili oda dernek ve birliklerince gösterilen tepkiler; bu sektörlerin çalışan-larının, bağlı oldukları sendikaların meslek, yaşam sorunları, bunlarla ilgili açıkla-maları, tek tek veya grup olarak tutumları, grev ve lokavtlar, toplu hareketler bu kesimin ilk bakışta göze çarpan haber ve yayın konularıdır.

Bu alanla ilgili olarak çalışan tüm sendika, vakıf, dernek, oda vb sivil toplum örgütlerinin yönetimlerinin izledikleri politikalar aldıkları kararlar, düzenledikleri kapalı/açık hava toplantıları, yayımları bildirileri, basın toplantıları, merkezleri An-kara'da bulunanların kentler düzeyinde yürüttükleri etkinlikleri, halkla ilişkileri, kamuoyu tepkileri vb. konular bu alanın haber ve yayınları içindedir.

Bu kesimin başta kamu yönetimi kurumları olmak üzere toplumun eğitim sağ-lık, hukuk, finans (bankalar), vb. kurumları ile ilişkileri; oda sendika dernek çalış-maları; devletin maliye örgütüne tutumları vergi konu ve sorunları; piyasa konum-ları, tüketici ilişkileri; toplumun belli kurumları ile halkın bakışı, çalışmalarını de-ğerlendirışı, yarattıkları çevre sorunları, kültür ve sanat yaşamına katkıları veya il-gisizlikleri, kendi alanlarındaki işsizlik, emekli, vb. sosyal politika konu ve sorun-ları; bu haber alanına girmektedir.

Güvenlik ve Hukuk

Bu alana; emniyet, jandarma, savcılık, mahkemeler, ceza evleri askeri örgütler gir-mektedir. Kamu yönetiminin adli makamların, askeri birlik komutanlıklarının bu alanda eğitim ve öğretim yapan kurumların (polis okulları, askeri okullar, vb.) yö-neticilerinin aldıkları kararlar; bu kesimin kapsamına giren olaylar, işlenen suçlar, çeşitli nedenlerle alınan güvenlik önlemleri, gözaltına alınmalar, tutuklamalar, tra-fik kazaları, bu alanla ilgili sivil toplum örgütlerinin (barolar, sendikalar, dernek-ler) çalışmaları, yasa tüzük gibi hukuk metinlerinin (mevzuatın) uygulamaları ve uygulamadan çıkan sorunlar; diğer toplum kurumlarının ve halkın bu alanla ilişki-lerinden doğan sorunlar bu alanın konularını oluşturmaktadır.

Eğitim ve Öğretim

Anaokulu, ilköğretim, ortaöğretim, üniversiteye giriş; kamu ve özel öğretim, eğitim kurumları, mesleki eğitim, kurslar, dershaneler, bunların diğer toplum kurumlarıyla, kamu yönetimiyle, ekonomiyle, vb. ilişkileri bu alanın önde gelen haber ve yayın konularıdır. Eğitim öğretim kurumlarında öğrenim gören çeşitli yaş gruplarındaki öğrencilerin, ailelerinin, öğretmenlerin, kurum yöneticilerinin gerek birbirleriyle, gerek genelde halkla ilişkileri, bu alanda var olan sendika ve dernek gibi sivil toplum örgütlerinin çalışmaları; TBMM'nin, Hükümetin, Milli Eğitim Bakanlığının, diğer bakanlık ve merkezi yönetim örgütlerinin yasa, tüzük, karar, politika, vb. tutumlarının ülke ve kentler düzeyinde eğitim-öğretim alanındaki yansımaları, bunlara gösterilen tepkiler bu alanın haber ve yayın konularından olmaktadır.

Üniversiteler

Üniversiteler haber ve yayın alanı olarak; yönetim düzeyinde rektörlük, dekanlık, bölüm başkanlığı, enstitü, yüksek okul müdürlükleri, merkez müdürlüğü gibi örgüt birimleri ile üniversitelerde düzenlenen sempozyum, konferans, panel, seminer, vb. bilimsel etkinlikler, üniversitelerin sanat, kültür merkezleri ile spor birimlerinde gerçekleştirilen çeşitli sanat, kültür merkezleri (sinema, tiyatro, sergi, konser, festival, söyleşi, vb.) ve spor karşılaşmaları bu alan kapsamındadır.

Ayrıca üniversite yayınları, öğretim üyelerinin çeşitli toplum sorunlarına ilişkin görüş ve önerileri, tez (yüksek lisans, doktora), proje, vb. çalışmalar, kütüphane gibi merkezlerin etkinlikleri, üniversite öğrencilerinin kampus ve kent yaşamları, olaylara tepkileri, kulüp çalışmaları, üniversite sağlık birimleri, psikolojik danışma merkezlerinin etkinlikleri, öğretim üye ve mezun derneklerinin çalışmaları da bu alanın kapsamındadır.

Halk ve Çevre Sağlığı

Ülkenin ve kentlerin halk sağlığı, çevre sorunları; çeşitli hastaneler sağlık ocakları, tıp, eczacılık eğitim ve öğretim kurumları, araştırma merkezleri, tıp ve eczacılık mesleğinin meslek adamları ile oda, dernek, vb. örgütlerin çalışmaları; Ankara'daki TBMM, Hükümet, Sağlık ve Çevre Bakanlıkları ve diğer merkez kamu kuruluşlarının karar ve politikalarına, demokratik kitle örgütlerinden ve kamuoyundan gösterilen tepkiler; halkın sağlık sorunları ve sağlık kurumlarıyla ilişkilerinden doğan sonuçlar, çevrenin korunması, çevreye zarar veren etkenler, salgınlar, tedaviler, ameliyatlar, sağlık taramaları, Tıp, Eczacılık fakülte dekanlıklarının, il sağlık müdürlüklerinin çeşitli halk ve çevre sağlığı konularındaki tutum, tepki ve açıklamaları bu haber ve yayın alanının kapsamında yer almaktadır.

Ayrıca; Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE): İstatistik Yıllıkları, Sağlık ve Eğitim Göstergeleri, Devlet Planlama Teşkilatı (DPT): 5 Yıllık Kalkınma Planları, Hacettepe Üniversitesi Nüfus Etüdleri Enstitüsü - Türkiye Nüfus ve Sağlık Araştırmaları, Tıp Fakülteleri Halk Sağlığı Ana Bilim Dalları, Birleşmiş Milletler Kuruluşları (UNFPA, UNICEF, UNDP, ILO, FAO ve WHO) Ülke Raporları, Sağlık alanında faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları: Türkiye Aile Sağlığı ve Planlaması Vakfı, İnsan Kaynağını Geliştirme Vakfı, Türkiye Aile Planlaması Derneği ve Meslek Odaları (Tabipler Odası, Eczacılar Odası, Sendikalar, Baro) bu kapsamdaki haber alanlarıdır.

Sosyal Yardım Kuruluşları

Sosyal yardım kuruluşları, vakıf ve dernekleri (Kızılay, Yeşilay, Çocuk Esirgeme Kurumu, Huzurevi, Yardım Sevenler Derneği, vb.) ile Diyanet İşleri, müftülük camiler, halkın bu kurumlarla ilişkileri, bunların çeşitli etkileri, Ankara'da merkezi yönetimle bağlantılı çalışmaları, gördükleri ve gösterdikleri tepkiler yine bu alanın haber ve yayınları içinde ele alınacaktır. Ayrıca bu alanda çalışan sağlık, çevre, sosyal yardımla ilgili tüm sivil toplum örgütleri (TEMA, Sakatlar Derneği, Görme Engelliler Vakfı ve Dernekleri, Çevre Derneği, AKUT, Kentlerdeki benzeri kurutturma örgütleri vb.) ile ilgili tüm haber ve yayınlar bu alanın kapsamında değerlendirilecektir.

Siyasal Partiler

Ülke ve kentler düzeyinde örgütlü siyasal partiler, bunların yönetimleri, kadın, gençlik kolları, üyeleri bunların seçim, propaganda çalışmaları, olaylara tepkileri düzenledikleri kapalı ve açık hava toplantıları, basın toplantıları ve merkez yöneticilerinin kentleri ziyaretleri, yayınları, bildirileri, kurultaylar, parti programları, adayları, tüzükleri, temel politikaları, araştırmaları, çalışmaları bu alanın önde gelen haber ve yayın alanıdır.

Sivil Toplum (Demokratik Kitle) Örgütleri

Siyasal partiler dışında buraya kadar belirlenen haber ve yayın alanları dışında bağımsız çalışan dernekler, vakıflar, kulüplerin (Kanaryayı Sevenler Derneği, Avcılar Kulübü, Tüketicileri Koruma Derneği, Rotary, Lions, Soroptomist Kulüpleri vb.) yönetimlerinin, örgüt birimlerinin çalışmaları, kapalı, açık hava toplantıları, yayımları bilgileri, basın toplantıları, merkezi Ankara'da veya İstanbul'da olanların diğer kentler düzeyindeki etkinlikleri, bu alanın haber ve yayınları içinde değerlendirilecektir.

Spor Kulüpleri ve Etkinlikleri

Ülke ve kentler düzeyindeki tüm spor etkinlikleri, yarışmaları, spor kulüplerinin çalışmaları. Sporcular ve yaşamları, spor eğitimi, spor adamları, sporla ilgili tüm sendika, vakıf, dernek, vb. sivil toplum örgütlerinin çalışmaları, spor okulları; ulusal ve ulusal düzeyde yürütülen spor etkinliklerinin kentlerdeki yansımaları, spor ve halk ilişkileri, taraflar ve dernekleri, profesyonel ve amatör spor kulüplerinin sorunları, özellikle İstanbul dışındaki kentlerin başta futbol olmak üzere, tüm etkinlikleri, sorunları, yöneticilerin açıklamaları, kentlerden verilen destek durumu, spor kamuoyunda meydana gelen olaylar bu alanın haber yayınları içinde yer alabilir.

Medya

Medya kendi başına bir haber alanı özelliği taşımaktadır. Bu alana medyada gerçekleşen olaylar, gelişmeler, değişimler, gazeteci kişilikleri, medya ilişkileri, İstanbul'un medyasının Anadolu medyasına etkileri, medyanın araştırmaları, medya çalışanları, medya tartışmaları ve medyanın sahip olduğu tüm arşiv ve programlar ile medya üzerine yapılan bilimsel çalışma ve araştırmalar girmektedir.

Magazin Kültür ve Sanat

Bu alana, ülke ve kentlerdeki kamuoyunun ilgilendiği yerel ve genel magazin olayları; bağımsız kültür ve sanat olayları; kültür ve sanat adamlarıyla röportaj ve söyleşiler; güncel olaylara sokaktaki vatandaşın tepkileri; fuarlar panayırılar, müzeler, kütüphaneler, bilgisayar-internet merkezleri, galeriler festivaller, sinema, tiyatro, müzik toplu gösterileri, büyük kentler ve yurtdışı bağlantılı sanat ve kültür olayları girmektedir. Bu alan gazetede muhabir ve yönetici olarak tüm çalışanların görev yapacağı haber ve yayın alanıdır. Belli bir uzmanlık bilgi ve becerisini gerektirmeyen; her basın görevlisinin anlık veya zaman zaman ilgilenmek durumunda kalacağı haber ve yayın konularını kapsar.

SIRA SİZDE



Haber alanları genel olarak kaç kategoriye ayrılmaktadır?

HABER AJANSLARI

Fransızca kökenli olan bu sözcük, çeşitli işlerle uğraşan büro, acenta anlamlarına gelir. İngilizcede de hareket, güç, başkaları adına hareket etmekle yetkilendirilmiş kişi ya da kuruluş anlamına gelmekle birlikte, gerek Fransızcada gerekse İngilizcede ajans dendiğinde ilk akla gelen haber alma, haber toplama, haber yayma kuruluşları olmaktadır. Haber ajansının temel işlevi, haber almak, toplamak ve yaymaktır. (Seçim ve Turan; 1994: 32)

Bir diğer ifadeyle, haber ve fotoğraf sağlamak amacıyla örgütlenmiş kurumlardır, Haber Ajansları ve işleri de haber toplamak, haber konusu olan fotoğrafları çekmek ve bu haberlerle fotoğrafları, kendisine abone olan çeşitli kitle iletişim araçlarına belirli bir ücret karşılığında servis etmektir.

Günümüzde her türden haberin iletimi çok daha pratik ve hızlı bir biçimde yapılmakta, bu da yerel ve ulusal kamuoylarının yanı sıra dünya kamuoyunun oluşmasına yardım etmektedir.

Haber ajansı ister ulusal ister uluslararası olsun gazeteden farklıdır. Ajans gazeteciliğinde daima hareket söz konusudur. Haber, haber ajansı için adeta oluşum anında yakalanmak ve oluşum sürerken merkeze iletilmek zorundadır. Merkez ise doğal olarak bu haberi abonesine ulaştırmak zorundadır.

Ajans haberciliğinin en önemli özelliği kendisini tarafsızlık denetimi altında tutması ve tarafsızlığına en küçük bir gölgenin düşmemesidir. Tarafsızlık, o ajansın kurumsal itibarını oluşturan en önemli iki faktörden biridir. Diğer faktör de ajansın sahip olduğu en üst düzeydeki teknik donanımı ve buna bağlı olarak çalıştığı habercinin mesleki bilgi birikimi ve becerisinin en üst düzeyde olmasıdır.

Ajans haberciliğinde, haberin verileri yerli yerine konulurken herhangi bir yerinde anlam değişikliği oluşturacak şeyler kullanılmamaya özen gösterilir. Ancak bazen tarafsızlığı etkileyen unsurlar da olabilir. Bunlar: 1. Ulusal çıkarlar. 2. Kaynağın yapısı ve özelliği. 3. Ajans muhabirinin içinde yaşadığı sosyal ve ekonomik ortam. 4. Haberi elden geçirecek editörün düşünceleri. (Seçim ve Turan; 1994: 121)

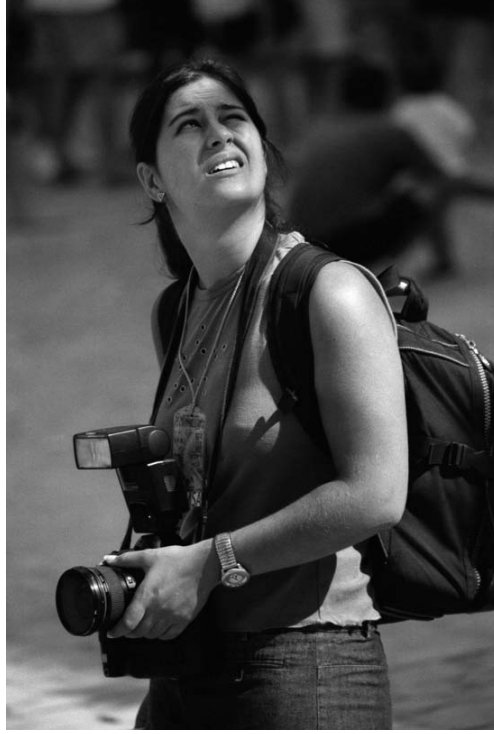
Özellikle ulusal çıkarlar ve dünya haber tekelini elinde tutan haber ajanslarının zaman zaman içinde düştükleri manüplatif habercilik, körleşme, sağırlaşma ve ilgisizleşme gibi gerekçeler nedeniyle, ulusal haber ajansları ortaya çıkmıştır.

Ülkemizin Ulusal Haber Ajansı Olarak; Anadolu Ajansı

Ülkemizde ilk kurulan ve halen ülkemizin en büyük haber ajansı niteliği taşımasının yanı sıra, uluslararası düzeyde de büyük ve saygın ajanslar arasında yer alan Anadolu Ajansı, 6 Nisan 1920'de kurulmuştur. Türkiye'de ulusal haber ajansçılığının zorunluluğunu Mustafa Kemal Atatürk, kuruluşunu gerçekleştirmesinden 7 yıl sonra Nutuk'ta şöyle anlatmıştır:

“A.A. geçmişte edinilen kötü deneyimlerin ışığında düşünü- lüp gerçekleştirilmiştir. Amaç Anadolu'da yürütülen ulusal hareketle ilgili olarak ülke içinde ve dışında Ankara yönetimi- nin haberlerini yaymaktır. Böyle bir çabanın Osmanlı İmpara- torluğu döneminde olduğu gibi, herhangi bir yabancı haber ör- gütüne ya da yabancı yayın or- ganlarına bırakılması kuşkusuz düşünülemezdi.” (Seçim ve Tu- ran; 1994: 26)

Şekil 6.2



Ulusal Haber Ajansları

Ülkemizde çeşitli zamanlarda pek çok haber ajansı kurulmuş, ancak bunların büyük bir kısmı zamanla kapanmıştır. Halen faaliyetini sürdürmekte olan haber ajansları şunlardır:

A.A - Anadolu Ajansı, İHA- İhlas Haber Ajansı, UBA - Ulusal Basın Ajansı, ANKA Haber Ajansı, CHA- Cihan Haber Ajansıdır.

Ayrıca kimi yayıncı kuruluşların, kendi bünyesindeki gazeteler, dergiler ve televizyonların haber ihtiyacını karşılamak için oluşturduğu ortak haber havuzuna haber sağlayan ajanslar da bulunmaktadır. Örneğin, uzunca bir süre önce Hürriyet Gazetesi, yalnızca kendisi için habercilik yapmakla yükümlü HHA - Hürriyet Haber Ajansı, Milliyet Gazetesi Mil-Ha - Milliyet Haber Ajansı kurmuş, daha sonra her iki ajans birleşerek Doğan Yayıncılık Grubunun tümüne hizmet vermek üzere kurulan DHA - Doğan Haber Ajansı'nın bünyesine katılmıştır.

Uluslararası Haber Ajansları

Bugün dünya haber dolaşımını, diğer deyişle uluslararası bilginin dolaşımını elinde tutan beş büyük ajans bulunmaktadır. Bunlar; Amerikan haber ajansları olan, UPI - United Press International ve AP - Associated Press, İngiliz haber ajansı olan REUTERS, Fransız haber ajansı olan AFP - Agence France Press ve Rus haber ajansı olan TASS'tır.

Gazetecilikte Yeni Bir Haber Kaynağı: İnternet

İnternet ile gazetecilikte, geleneksel haber kaynaklarına yeni bir kaynak eklenmiştir. Bu “bilgisayar destekli muhabirlik” (computer assisted reporting) olarak da adlandırılmaktadır. İnternet ile geleneksel haber kaynaklarının web sitelerinden de haber toplanabilmekte; bu yönüyle internet, geleneksel haber kaynaklarına da erişim imkânı sağlamaktadır. İnternet’in özel ve resmi kurumları da içerecek şekilde yaygınlaşmasıyla birlikte, kurumların hazırladıkları basın bültenleri İnternet’te de yayımlanmaktadır. Böylece gazeteci, masasından kalkmadan, bülten almak için oradan oraya koşturmadan, İnternet’teki bültenleri okuyarak haberlerini yazabilmektedir. Sınırsız kaynağa, binlerce-yüz binlerce kurum veya kişinin web sayfalarına ulaşarak bilgi toplayabilmekte, sorularını web sayfalarında belirtilen kişi veya “webmaster”ın e-postasına göndererek yanıt isteyebilmektedir. (Gürcan; 1999:82)

SIRA SİZDE



9

Haber ajanslarının temel işlevleri nelerdir?

Özet



Gazetecinin mesleki kimliğini tanımlamak.

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti gazeteci için şu tanımını yapmıştır: Düzenli bir şekilde, günlük yahut süreli bir yazılı, görüntülü, sesli, elektronik veya dijital basın ve yayın organında, kadrolu, sözleşmeli ya da telif karşılığı, haber alma, işleme, iletme ve görüş, fikir belirtme görevi üstlenen ve asıl işi ile başlıca geçim kaynağı bu olup, çalıştığı işletme ile yasalar karşısındaki konumu bu tanıma uygun olanlar, gazetecidir.



Haber toplama aşamasına ilişkin özellikleri açıklamak.

Haber toplama aşaması gazeteciliğin en önemli ve haberle ilk buluşulan aşamasıdır. Bu aşama kendi içinde pek çok güçlük barındırmakla birlikte aynı zamanda yaşamsal ve mesleki kurallarla da çerçevelenmiştir. Bunlar gazetecinin hareket alanını kısıtlıyormuş gibi görünse de aslında gazetecinin gerek yasal, gerek mesleki etik ve gerekse mesleki kişilik özelliklerini koruması, ayrıca gazetecinin itibarını sağlaması açısından önemli kurallardır. Doğrudan gazetecilere hitap eden bu kurallar, gazeteciyi, haberin toplanma aşamasına ilişkin tehlikeler konusunda uyarmakta, haberde başarılı olması için yapması gereken pratikleri sıralamakta ve aynı zamanda onun yasal zeminde ve mesleki etik ilkelere bağlı kalmasını sağlamaktadır.



Haber kaynaklarının önemini ve kaynaklarla ilişkilerini öğrenmek.

Yazılı, sesli veya görüntülü haber üreten kitle iletişim araçlarının başlıca haber kaynakları temel olarak “iç kaynaklar”, “dış kaynaklar” ve bir de gazetecinin kendi araştırmacı özelliklerine bağlı olmak üzere diğer deyişle araştırmacı gazeteci kimliğinin hareket alanı içine giren “araştırma kaynakları” olmak üzere üç gruba ayrılır. İç, dış ve araştırma haber kaynakları da kendi içlerinde birden çok başlığa bölünür.



Haber alanlarını sıralamak.

Haber alanları genel olarak; Kamu Yönetimi, Ekonomi, Güvenlik ve Hukuk, Eğitim ve Öğretim, Üniversiteler, Halk ve Çevre Sağlığı, Sosyal Yardım Kuruluşları, Siyasal Partiler, Sivil Toplum (Demokratik Kitle) Örgütleri, Spor Kulüpleri ve Etkinlikleri, Medya, Magazin Kültür ve Sanat olmak üzere 12 kategoriye ayrılmaktadır.



Haber ajanslarını sıralamak.

Haber ajansları, haber ve fotoğraf sağlamak amacıyla örgütlenmiş kurumlardır. İşleri de haber toplamak, haber konusu olan fotoğrafları çekmek ve bu haberlerle fotoğrafları, kendisine abone olan çeşitli kitle iletişim araçlarına belirli bir ücret karşılığında servis etmektir.

Kendimizi Sınayalım

1. Aşağıdakilerden hangisi dış haber kaynakları arasında **yer almaz**?

- a. Yabancı televizyon, radyo, gazete
- b. Uluslararası kuruluşların basın bültenleri
- c. Büyükelçilik, başkonsolosluk bültenleri
- d. Diğer kitle iletişim araçlarının haber yayınları
- e. Yabancı ajansların bültenleri

2. Haber ve yayın konuları Vilayet, Belediyeler, Kaymakamlıklar, Muhtarlıklar olan haber alanı aşağıdakilerden hangisidir?

- a. Ekonomi
- b. Güvenlik ve Hukuk
- c. Siyasal Partiler ve bağımsız sivil toplum örgütleri
- d. Halk ve Çevre sağlığı, sosyal yardım kuruluşları
- e. Kamu Yönetimi

3. Aşağıdakilerden hangisi muhabirin sahip olması gereken kişilik özelliklerinden biri **değildir**?

- a. Doğruluk
- b. Dürüstlük
- c. Meşhur olmak
- d. Güvenilir olmak
- e. Tutarlı olmak

4. Aşağıdakilerden hangisi haber toplama aşamasında dikkat edilecek unsurlardan biri **değildir**?

- a. Haber kaynağından alınan bilginin bir başka kaynaktan daha denetlenmesi.
- b. Habere gidilen kurum ve kişilerin haberci hakkında ne düşündüğüne dırılmaması.
- c. Olayı ve anlatılanları tam anlamadan haber araştırmasının tamamlanmaması.
- d. Bir röportaj ya da basın toplantısı için yola çıkılmadan önce ön araştırma yapılması.
- e. Haber toplarken önyargılı davranılmaması.

5. Aşağıdakilerden hangisi gazetenin kendi istihbarat kadrosunun görev yaptığı **yerlerden biri değildir**?

- a. Sendikalar
- b. Meclis
- c. Partiler
- d. Bakanlıklar
- e. Kamu kuruluşları

6. Aşağıdakilerden hangisi ulusal haber ajansıdır?

- a. UPI
- b. AP
- c. CHA
- d. AFP
- e. TASS

7. Aşağıdakilerden hangisi gazetecinin haber kaynağı ile yüz yüze görüşme yöntemini tercih etmesinin sebeplerden biri **değildir**?

- a. Kaynağın kendini köşeye sıkışmış gibi hissetmesi
- b. Kaynağın daha fazla bilgi vermesi
- c. Haberin daha etkili yayınlanması
- d. Bu buluşmadan içi doldurulmuş bir haber çıkarılması
- e. Etkili ve iyi çerçevelenmiş haber çıkması

8. Tema, AKUT, Kızılay, Çocuk Esirgeme Kurumu hangi haber alanına bir örnektir?

- a. Eğitim ve Öğretim
- b. Güvenlik ve Hukuk
- c. Üniversiteler
- d. Halk ve Çevre Sağlığı, Sosyal Yardım Kuruluşları
- e. Siyasal Partiler ve Bağımsız Sivil Toplum Örgütleri

9. Aşağıdakilerden hangisi haber alanları kategorisi içinde **yer almaz**?

- a. Yangın ve kazalar
- b. Sünnet ve Evlilik düğünleri
- c. Suç haberleri
- d. Eğitim, araştırma, bilim
- e. Mahkemeler, davalar, yasalar

10. Aşağıdaki geleneksel haber kaynaklarından hangisi günümüzde yeni eklenmiştir?

- a. Haber ajansları
- b. Sendikalar
- c. İnternet
- d. Emniyet
- e. Parlemanto

Okuma Parçası

Medya mühendisliği

Amerikan basınında, Pentagon'un Irak ve Afganistan'daki basını nasıl yönlendirdiği konusunda yazılar çıkıyor. Pentagon'un kurduğu ve binden fazla uzmanın çalıştığı psikolojik harekât merkezinde üretilen haber ve yorumlar, yerel taşeronlar tarafından gazetecilere ulaştırılıyor ve parça başına

40-2000 dolara varan ödemelerle yayımlanıyor. Tabii bu yazılarda Amerikan kaynaklarına atıf yapılmıyor. Pentagon bu alanda uzmanlaşmış bazı şirketlere önemli meblağlar karşılığında projeler uyguluyor. Biri İngiltere'de olmak üzere bazı kâr amacı gütmeyen(?) STK'ları da bu amaçla kullanıyor. Bu psikolojik harekâtın, Amerika'nın Afganistan'a ve Irak'a müdahalesinin nedenlerini açıklamak; karşı propagandaların etkilerini bertaraf etmek; bu ülkelerde demokrasinin yerleşmesini sağlamak amacını taşıdığı iddia ediliyor.

Tabiatıyla bu operasyonlarda basının uyması gereken nesnellik ilkesine riayet edilmeyebiliyor. Bazı adını vermeyen görevlilerin New York Times'a bildirdiklerine göre, Irak ve Arap basınında böyle 1000 makale çıkarılmış; bir kısmı sahte bu tür haberler yabancı haber ajanslarına da veriliyormuş.

Soğuk Savaş bittikten sonra Amerika'nın durdurduğu bildirilen bu operasyonlar, iletişim teknolojilerinin geliştiği bugünün savaş şartlarında tekrar önem kazanmışa benziyor. Zira sadece Irak ve Afganistan değil, terörizmle mücadele çerçevesinde tüm 'Arap ve İslam âlemi' hedef alınıyor. Öte yandan, psikolojik harekâtın yanında, 'kamu diplomasisi' denen ve propaganda ile nesnel gazete haberi arasında yer alan bilgilendirme kampanyaları da bu çerçeveye sokuluyor. Bu bağlamda gazetecinin kendisinin değil de, emeğinin satın alındığı açıklaması pek de inandırıcı gelmiyor.

Amerika'da hiçbir şey gizli kalamıyor. Sırların ifşası sadece bir zaman meselesi. Ama güçlü ülkelerin diğerlerinin gazetecilerini manipüle ettiğini bilmek için bu yazılara gerek yok. Türkiye bile, elindeki sınırlı imkânlarla birçok tanıtım programında yabancı gazetecileri kullanıyor.

AB ülkeleri bu açıdan Amerika ile kıyaslanamayacak kadar ketum. Ama bir önceki AB Temsilcisi Karen Fogg'un basına yansıyan e-maillerinden gazetecilere nasıl ödeme yapıldığını öğrendik. O sıralarda KKTC'de yıllar öncesinden hazırlanıp uygulamaya konan ve iktidarın değişmesiyle sonuçlanan psikolojik harekât, barışçı çözümü amaçlayan bir halk hareketi olarak sunuldu. MGK bünyesinde yapılan yasal değişiklik ise, Tür-

kiye'nin milli çıkarlarını savunmak için karşı harekât yapma kapasitesini ortadan kaldırdı.

Bir gazeteci yabancılarla ülkesinin çıkarları aleyhine olabilecek bir işbirliğine girmek için acaba nasıl akıl yürütüyor? Herhalde işbirliği yaptığı ülkeyle demokrasi, insan hakları gibi temel değerleri paylaştığı ve önemli sorunların bu değerler çerçevesinde nasıl çözümleneceği konusunda bir görüş birliği içinde olduğundan, birlikte çalışmanın etik bir sorun çıkarmadığına kendisini inandırıyor. Sonrası kolay geliyor. Bu duruma düşenlerin yazılarına hep kendilerini savundukları, övündükleri, kısaca durmadan kendi lerinden söz etmek ihtiyacında oldukları görülüyor. Yani kendisini kandırmaya çabalarken gerçekler bu yoldan sızıyor.

Bu tür faaliyetler bir noktaya kadar, o da mecburen, ka-bullenilebilir. Ama meydana boş bulup, Türkiye ile dış ilişkileri psikolojik harekâtla yürütmeye kalkışmak çok ciddi sakıncalar taşır. Her şeyden önce ilgili ülke lehine çıkan haberlerin güvenilirliği zarar görür. Dış teşvik almadan yazan gazeteciler bile o ülke lehine samimi yazıları dolayısıyla şaibe altında kalabilir. KKTC yönetiminin Türk milletine bir türlü güven verememesi gibi bir durum hasıl olabilir vb. Bu kategoriye giren gazetecilerin ABD ile ilişkiler, AB üyeliği, Kıbrıs, Ermeni soykırım iddiaları ve Güneydoğu sorunu hakkındaki yazdıkları, beklenenin aksine sorunları çözümsüz hale getirmekle kalmıyor, ülkede çok büyük bir milliyetçi tepki yaratıyor. Türkiye bu faaliyetlere uygun bir ülke değil. Herkes zaman kaybetmeden gerekli dersi çıkarmalı.

Kaynak: Gündüz Ökten. Radikal Gazetesi, 17 Aralık 2005.

Kendimizi Sınavalım Yanıt Anahtarı

- | | |
|-------|---|
| 1. d | Yanıtınız yanlış ise “Haber Kaynakları” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 2. e | Yanıtınız yanlış ise “Haber Alanları” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 3. c | Yanıtınız yanlış ise “Gazetecinin Mesleki Özellikleri” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 4. b | Yanıtınız yanlış ise “Haber Toplama Aşaması” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 5. a | Yanıtınız yanlış ise “Haber Kaynakları” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 6. c | Yanıtınız yanlış ise “Haber Ajansları” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 7. a | Yanıtınız yanlış ise “Haber Kaynakları İle İlişkiler” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 8. d | Yanıtınız yanlış ise “Haber Alanları” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 9. b | Yanıtınız yanlış ise “Haber Alanları” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 10. c | Yanıtınız yanlış ise “Gazetecilik te Yeni Bir Haber Kaynağı Olarak İnternet” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Düzenli bir şekilde, günlük yahut süreli bir yazılı, görüntülü, sesli, elektronik veya dijital basın ve yayın ortamında, kadrolu, sözleşmeli ya da telif karşılığı, haber alma, işleme, iletme ve görüş, fikir belirtme görevi üstlenen ve asıl işi ile başlıca geçim kaynağı bu olup, çalıştığı işletme ile yasalar karşısındaki konumu bu tanıma uygun olanlar, gazetecidir.

Sıra Sizde 2

Gazetecinin meslek özellikleri; ilgi ve merak duygusu, ayrıntıları da kapsayacak geniş bakış açısı ve tahlil yeteneği, tahlil duygusu ile birlikte işlerlik gösterecek tasnif yeteneği, bir haber konusunda ortaya çıkabilecek yeni gelişmeleri izleme arzusu, güçlü bir hafıza, yabancı kaynak ve yayınları izleyebilme ve karşılaştırma yapabilmeye olanak sağlayacak yabancı dil bilgisi, haberin kapsadığı olay, kişi, ilişki ve durumları derinine değerlendirme ve gerekli bağlantıları kurmayı sağlayan sentez ruhu, medyanın gerektirdiği hız ve ivediliğe uyum sağlama yeteneği ya da daha basit bir deyimle hızlı hareket etme ve çalışmaya uygunluk, insanlarla kolay iletişim kurma yeteneği, dürüstlük, açıklık, buko- numaya duyarlılık ve tutarlılıktır.

Sıra Sizde 3

Gazeteci, kendi özel hayatında ve izlediği kamu görevlileri ile olan ilişkilerinde de dikkatli olmak zorundadır. Sürekli olarak verilen bedava yemekler, içki ve benzeri ikramlar, gizli komisyonlar, sağlanan seyahatler ve seyahat masrafları, hediye çekleri, saatten televizyona bilgisayar dan arabaya kadar her tür hediyeler, gazetecinin asla kabul edemeyeceği ve rüşvet olarak kabul edeceği birer faktördür.

Sıra Sizde 4

Haber toplama aşaması gazeteciliğin en önemli ve haberle ilk buluşulan aşamasıdır. Bu aşama kendi içinde pek çok güçlük barındırmakla birlikte aynı zamanda yaşamsal ve mesleki kurallarla da çerçevelenmiştir. Bunlar gazetecinin hareket alanını kısıtlıyormuş gibi görünse de aslında gazetecinin gerek yasal, gerek mesleki etik ve gerekse mesleki kişilik özelliklerini koruması, ayrıca gazetecinin itibarını sağlaması açısından önemli kurallardır. Doğrudan gazetecilere hitap eden bu kurallar, gazeteciyi, haberin toplanma aşamasına ilişkin tehlikeler konusunda uyarmakta, haberde başarılı olması için yapması gereken pratikleri sıralamakta ve aynı zamanda onun yasal zeminde ve mesleki etik ilkelere bağlı kalmasını sağlamaktadır.

Sıra Sizde 5

Haber kaynakları kitle iletişim aracı ve muhabir açısından büyük önem taşır. Muhabirin başarısı çoğu zaman sahip oldukları haber kaynaklarının zenginliğine bağlıdır. İletişim sektöründe tecrübeyi ortaya koyan araçlardan birisi de haber kaynaklarının çok veya az olmasıdır. Kaynakların oluşması, kaynak ile iletişim aracı veya muhabir arasındaki güven ortamının sağlanması uzunca bir süreyi gerektirebilir. Kaynakla muhabir veya araç arasındaki bu ortamın sağlanmasından sonra kaynağın verdiği bilgiler daha kolay haber haline getirilirken, kaynak da daha ayrıntılı ve daha fazla bilgiyi muhabire veya iletişim aracına ulaştırabilir.

Sıra Sizde 6

Arşivlerin en önemli görevi, gazetecinin ihtiyaç duyduğu bilgi ve belgeyi, tarihsel birikimi, detayları gazeteciye sağlayacak veri bankası niteliği taşımasıdır. Habercinin en önemli yardımcısı arşivdir. Haberci, çalışmakta olduğu kitle iletişim aracının arşiv bölümü ya da kütüphanesindeki gazete kupürleri, ansiklopediler, yıllık raporlar, sözlükler, tarih kitapları, kataloglar, biyografiler, atlaslar, kanunlar benzeri çeşitli kitap ve broşürlerden sıklıkla yararlanmalı, arşiv ile ilişkisini sürekli ve sıcak tutmalı, arşivi kullanabilme becerisini geliştirmelidir.

Sıra Sizde 7

Yazılı, sesli veya görüntülü haber üreten kitle iletişim araçlarının başlıca haber kaynakları temel olarak “iç kaynaklar”, “dış kaynaklar” ve bir de gazetecinin kendi araştırmacı özelliklerine bağlı olarak “araştırma kaynakları” olmak üzere üç gruba ayrılır. Bunların alt kaynaklara da sahiptir.

Sıra Sizde 8

Haber alanları genel olarak; Kamu Yönetimi, Ekonomi, Güvenlik ve Hukuk, Eğitim ve Öğretim, Üniversiteler, Halk ve Çevre Sağlığı, Sosyal Yardım Kuruluşları, Siyasal Partiler, Sivil Toplum (Demokratik Kitle) Örgütleri, Spor Kulüpleri ve Etkinlikleri, Medya, Magazin Kültür ve Sanat olmak üzere 12 kategoriye ayrılmaktadır.

Sıra Sizde 9

Haber ajansının temel işlevi, haber almak, toplamak ve yaymaktır. Bir diğer ifadeyle, haber ve fotoğraf sağlamak amacıyla örgütlenmiş kurumlardır, Haber Ajansları ve işleri de haber toplamak, haber konusu olan fotoğrafları çekmek ve bu haberlerle fotoğrafları, kendisine abone olan çeşitli kitle iletişim araçlarına belirli bir ücret karşılığında servis etmektir.

Yararlanılan Kaynaklar

- Alemdar, Zeynep. (1990). **Oyunun Kuralı “Basında Özdenetim”**, Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Ana Britannica Genel Kültür Ansiklopedisi.** (1987). Cilt 7, İstanbul.
- Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi 8 Mart 2000 tarihli 701. toplantısında, üye devletlere gazetecilerin “**haber kaynaklarını açıklamama hakları**” konusunda R(2000) 7 sayılı tavsiye kararı.
- Gazetecinin El Kitabı.** (2000). İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti.
- Girgin, Atilla. (1998) **Haber Yazma Teknikleri.** İstanbul: İnkılap Yayınevi, İstanbul.
- Gürçan, Halil İbrahim. (1999). **Sanal Gazetecilik**, Eskişehir: Anadolu Üniv. İletişim Fak. Yayınları No:31,
- Yapar, Aslı. (2000) **Türkiye ve Fransa’da Dergicilik Olgusu ve Kadın Dergileri nin Karşılaştırılması.** İstanbul: İstanbul Üniv. İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul.

HABERCİLİĞİN TEMEL KAVRAMLARI

7

Amaçlarımız

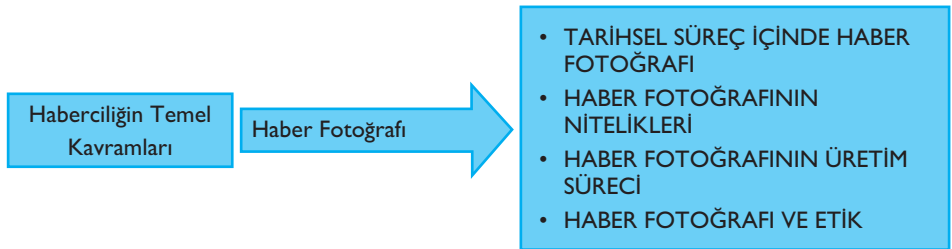
Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

- Haber Fotoğrafı'nın tarihsel sürecini özetleyebilecek,
- Haber Fotoğrafı'nın işlev ve niteliklerini açıklayabilecek,
- Haber Fotoğrafı üretim ve uygulama sürecini betimleyebilecek,
- Etik açıdan Haber Fotoğrafçılığı'nı açıklayabilecek bilgi ve becerileri kazanabileceksiniz.

Anahtar Kavramlar

- Haber Fotoğrafı
- Foto Muhabiri
- Haber Fotoğraf Etiği
- Fotoğraf ve Gerçeklik
- Fotoğraf Editörlüğü
- Fotojurnalizm
- Fotoröportaj

İçindekiler



Haber Fotoğrafi

Görerek edindiğimiz bilgi nitelik ve nicelik olarak sahip olduğumuz bilginin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Fotoğraf, görerek edinilen bilginin kaydedilebilmesine olanak sağlamıştır. Fotoğrafla birlikte görüntülü bilgi, zamandan ve mekândan bağımsızlaşabilmiştir. Bir başka deyişle, içinde bulunduğumuz ana ve mekâna ait görüntü, fotografik kayıtlarla geleceğe ve başka mekânlara taşınabilmektedir.

Fotoğraf, gösterdiği gerçekliğe diğer yöntemlerin hepsinden daha yakın kabul edildiği için belge niteliği taşımaktadır. Kısacası fotoğraf, gösterdiğinin kanıtıdır. Fotoğrafın bu niteliğine bağlı olarak kitle iletişim araçlarının fotografik kayıt olanağından yararlanma konusunda hiç zaman kaybetmemiş olmaları doğal karşılanmalıdır.

Fotoğraftan önce gazete ve dergilerde kullanılan resim ve çizimler, okuyucunun ilgisini çeken ve yazılı basının okunurluğunu arttıran bir unsur olma işlevine sahipti. Goldberg, “1821’de İngiltere’de *Observer*’ın IV. George’un taç giyme törenini resmeden dört gravür bastığını ve altmış bin sattığını” aktarıyor. (Goldberg, 1993) Bu satış dönemine göre oldukça yüksektir. Ancak bu tür resim, çizim, gravür gibi örnekler, belge olarak değerlendirilmedikleri için kanıt olma işlevine sahip değillerdi. Gazete ve dergilerde kullanılmaya başlanan ilk fotoğraflar, en az resim ve çizimler kadar ilgi çekti ve kanıt gösterme gibi bir gücü de basılı medyaya kazandırdı. Başarılı bir haber fotoğrafı, göreceği ilgiye bağlı olarak haberinin ve yayınının okunurluğunu artırır. Haberini açıklar ve kanıtlar.

Televizyon haberciliğinin yaygınlaşmasıyla birlikte basılı medyanın işlev ve önemini yitireceği tartışmaları, televizyonun yeni yaygınlaşmaya başladığı zamanlardaki kadar ilgi görmemektedir. Günümüzde ikisinin de farklı gereksinimlerin karşılığı olduğu düşüncesi genel kabul görmektedir. Ancak televizyonun çok daha kolay tüketildiği ve daha fazla ilgi çektiği de yadsınmaz. Habercilik yarışında televizyona karşı yazılı basının elindeki en önemli ilgi çekme araçlarından birinin fotoğraf olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Öte yandan, televizyonda akıp giden görüntülerin kontrollü algılanmasının güç olduğu ve bu yüzden sorgulanamadan tüketildiği de savunulmaktadır. Seymour Topping, Pulitzer ödüllü fotoğrafların bir araya getirildiği ‘Moments’ adlı kitaba yazdığı önsözde şöyle diyor: “Pek çok insan haberler resmigeçidini gözlemlerken, fotografik imgelere öncelik vererek, onları yazılı haber ve radyonun yerine geçirmiştir. Günlük olarak televizyonlardan akan ve zihnimizi yıkayan imgeler gelgitinden ise, sadece bir kaçı hafızamızda kalabilmektedir. Bu durumda yaşamımızın modellerini oluşturan kalıcı imgeleri sağlamak haber fotoğrafçısına kalır.”

Haber Fotoğrafçılığı haberin fotoğraf yoluyla okuyucuya aktarılmasıdır. Bu işi gerçekleştiren profesyoneller “foto muhabirleri” ya da bir başka deyişle “haber fotoğrafçıları”dır. Bir uzmanlık olarak haber fotoğrafçılığı, fotoğrafın bulunuşuyla başlayan tarihsel süreç içerisinde kabul görmüş ve zaman geçtikçe habercilik dünyasındaki yerini pekiştirmiştir.

TARİHSEL SÜREÇ İÇİNDE HABER FOTOĞRAFI

Haber fotoğrafının tarihsel süreç içerisindeki gelişimini iki açıdan ele alabiliriz. Fotoğrafın zaman içinde gelişimini belirleyen etkenlerden birinci teknolojik gelişmeler olmuştur. Teknoloji ilerledikçe fotoğraf da gelişim göstermiştir. Diğer yandan bir uzmanlık alanı olarak haber fotoğrafçılığı, yaşanan deneyimlerin birikimi ve paylaşımına bağlı olarak da doğal bir ilerleme süreci yaşamıştır.

Teknolojik Gelişmeler Bağlamında Haber Fotoğrafı

Fotoğraftan önce de bilgi aktarmak amacıyla yapılmış birçok resim ve çizime tarihsel belge ve incelemelerde rastlanmaktadır. Söz konusu resim ve çizimlerin gidermeye çalıştığı gereksinimin bir bölümünü bulunuşundan sonra fotoğraf karşılamaya başlamıştır. Bu gereksinim, fotoğrafın bulunuşundaki en önemli motivasyon olarak düşünülebilir. Doğal olarak basın organları da fotoğraftan önce görsel öğeler kullanmıştır. Bunlar çoğunlukla ressamlar tarafından üretilen çizim ve grafik öğelerdir. (Bakınız şekil 7.1)

Şekil 7.1

14 Mayıs 1842’de yayımlanan *The Illustrated London News*’in kapağında kullanılmış bir resim görülmektedir.



1827’de bilinen ilk fotoğrafın gerçekleşmesinden çok kısa bir süre sonra basın, fotoğraftan yararlanmaya başlamıştır. Ancak ilk örnekler, fotoğraflara bakılarak yapılan resimlerin baskıya uygulanmasından öte geçememiştir. Dönemin teknolojisiyle, gravür ve litografi kullanılmış, ahşap plakalar üzerine resim uygulayarak elde edilen kalıplarla baskı gerçekleştirilmiş ve fotoğrafların resimleri gazetelerde boy göstermiştir (Bakınız şekil 7.2) Bu dönemde haber fotoğrafı amacıyla çekilmiş birçok fotoğraf ya hiçbir zaman basılamamış ya da yıllar sonra basılabilmektedir. En

önemli örneklerden biri, 1855’te İngiliz Roger Fenton’un çektiği Kırım Savaşı fotoğraflarıdır. Fenton’un fotoğrafları da dönemde hiçbir gazete veya dergide doğrudan yayımlanamamıştır. Bir başka dikkat çekici örnek, Amerikalı fotoğrafçı Mathew Brady ve yardımcılarının 1861-1865 yılları arasındaki Amerikan İç Savaşı sırasındaki çekimleridir.

Konu teknik açıdan ele alındığında yarım ton (halftone) baskı tekniğinin bulunuşu fotoğrafın baskıya doğrudan aktarımı konusundaki en önemli gelişme olarak kabul edilebilir. 1880’de, halftone baskı tekniği ile ilk kez bir fotoğrafı basan, New York’ta *The Daily Graphic* gazetesidir.

Yarım ton baskı tekniğini izleyen teknolojik gelişmeler teknolojiye sıkı sıkıya bağlı fotoğrafın özellikle haber fotoğrafçılığı alanı üzerinde son derece belirleyici olmuştur. Örneğin 1930’lara gelindiğinde *Fortune*, *Life*, *L’Illustration*, *Sunday Mirror* gibi yayın organları artık renkli fotoğraf kullanmaya başlamışlardır. (Frizot, 1998)

Fotoğrafın basın-yayın organlarında doğrudan yer alması teknolojik gelişmelere bağlı olarak ancak 20 y.y.’ın ilk çeyreğinde yaygınlaşabilmiştir. Jeffrey fotoğraf tarihinin 1900-1920 tarihleri arasını özetlerken şunları söylüyor: “Haber fotoğrafçılığı bir meslek oldu. Kasım 1903’te Londra’da kurulan *Daily Mirror*, dünyada görsel malzeme olarak neredeyse tamamen fotoğraf kullanan ilk günlük gazete oldu.” (Jeffry, 1981)

Baskı teknolojileri ilerlerken, fotoğraf teknolojileri de ilerlemiştir. Özellikle, ışığa duyarlı yüzeylerle ilgili gelişmeler ve objektif teknolojilerinin ilerlemesi, haber fotoğrafçılığını kısıtlayan etkenlerden birini “zorunlu uzun pozlama”yı önemli bir sorun olmaktan çıkarmıştır. Böylece ışığın az olduğu iç mekânlarda da daha nitelikli fotoğraf çekilmeye başlanmış ve hareketli konuları daha kolay saptama olanağı doğmuştur. Bu açıdan, destek ışık kaynağı olarak kullanılan flaşın haber fotoğrafına katkısı da göz ardı edilemez. Tüm bu teknolojik ilerlemelere rağmen 1920’lerin ortasına kadar fotoğraf makineleri boyutları yüzünden hala pratik değildi. Bu açıdan, Almanya’da Oskar Barnack’ın, sinemada kullanılan 3,5 cm. genişliğindeki 35 mm. film olarak bilinen filmi kullanan ilk fotoğraf makinesini yapması haber fotoğrafçılığı açısından bir başka devrim niteliğindedir. 35 mm. filme zaman zaman *Leica* film denmesinin nedeni, bu filmi kullanan ilk marka olmasındandır. 1925’te piyasaya çıkan Barnack’ın *Leica*’sı fotoğraf pratiğini yeniden tanımlamış ve kullandığı filmin dünyanın en yaygın film formatı olmasının yolunu açmıştır. 35 mm. sayısal teknolojiye rağmen günümüzde bile bir format olarak varlığını sürdürmektedir. Aynı dö-

Şekil 7.2

Alexander Gardner tarafından çekilen fotoğrafın 18 Ekim 1862 tarihindeki *Harper’s Weekly* sayfasına resmedilmiş şekli.



Şekil 7.3

Alexander Gardner’ın Antietam savaş alanında çektiği fotoğraf. 1862



Halftone, tamamen fotoğrafın aslını kaynak alan ve görüntüyü bir mozaik gibi çok küçük parçalara ayırarak baskı için uygun şekle dönüştürebilen bir baskı tekniği.

nemde haber fotoğrafına *Leica* ile benzer olanaklar sunduğu için katkı sağlayan bir diğer makine, f:2 diyafram açıklığıyla yine bir Alman makinesi *Ermanox*'tur.

SIRA SİZDE



Haber fotoğrafçılığında fotoğraf makinesi neden bu kadar önemli olabilir?

Haber Fotoğrafçılığı doğası gereği zamana karşı bir yarışır. Bu yüzden, fotoğrafın en doğru anda çekilmesine hizmet eden tüm teknolojiler haber fotoğrafçılığını güçlendirmiştir. Bu teknolojiler arasında otomatik netleme (AF), pozlama modları (M,A,S,P,B gibi), değişebilen odak uzunluklu objektifler (zoom), pozometre(ışıkölçer) ve ard arda hızlı çekime izin veren teknolojik gelişmeler örnek olarak sayılabilir.

Haber fotoğrafının zamana karşı yarışı fotoğraf çekildiğinde bitmez, gazete ya da dergi v.b. baskıya hazır olduğu anda biter. Bu açıdan çekilmiş fotoğrafı bir yerden bir yere göndermek ve/veya baskıya hazırlamakla ilgili teknolojik gelişmeler de haber fotoğrafçılığında çığır açmıştır. Telgraf ve telefonda sonra 19. yy. sonlarında görüntünün elektrik telleriyle aktarımı ile ilgili çalışmaların başarısı sonucunda "telefoto" teknolojisi hayata geçmiş ve 1935'te uluslararası haber ajansı Associated Press ilk kez telefoto servisini başlatmıştır.

21. yüzyılın başında ise haber fotoğrafçıları yaygın olarak, dizüstü bilgisayarlarına bağlı uydu telefonları ile dünyanın her yerinden fotoğraf geçebiliyorlar. 2008 Pekin Olimpiyatları'nda bazı medya kuruluşları muhabirlerinin üzerinde bulunan ve muhabirin makinesine bağlı bir cihazın uydudan aktardığı fotoğrafları neredeyse eş zamanlı olarak merkezlerinde görüp kullanabilme olanağı bulmuştur. Bu tür teknolojiler kısa zamanda yaygınlaşmaktadır.

Tüm bunlar fotoğrafın sayısal (dijital) olarak üretilmesiyle bağlantılıdır. Aynı sayısal teknoloji filmi ortadan kaldırdığı için banyo ve baskı süresini de basın kuruluşlarına kazandırmıştır. Bu süre basın kuruluşları için çok değerlidir. Kazanılan süre, fotoğraf editörlüğü ile sayfa tasarımı aşamalarını zaman açısından rahatlatarak daha nitelikli fotoğraf kullanabilme olanağını arttırmıştır. . Başlangıçta filmin görüntü kalitesinin gerisinde kaldığı halde kazandırdığı zaman yüzünden ilgiyle karşılanan sayısal (dijital) fotoğraf teknolojileri, zaman içerisinde görüntü kalitesi açığını kapatmaya başlamıştır.

Yeni teknolojiler fotoğraf pratiğini hızlandırıp kolaylaştırdıkça, haber fotoğrafının içerik ve estetik niteliğini yükseltebilme fırsatları da artmıştır.

INTERNET



Associated Press'in internet adreslerinden ajansın tarihsel sürecini görebilirsiniz. http://www.ap.org/pages/about/history/history_second.html

SIRA SİZDE



Haber fotoğrafçılığının zamana karşı verdiği yarış hangi aşamalarda görülmektedir?

Bir Uzmanlık Olarak Haber Fotoğrafçılığının Gelişimi

Fotoğraf tekniği başlangıçta son derece karmaşık olduğu için ilk fotoğrafçılar yoğun olarak yalnızca fotoğrafla uğraşan kişilerdir. Doğal olarak ilk haber fotoğrafları da bu tür kişilerce gerçekleştirilmiştir. Fotoğraf makineleri 1920'lere kadar çok büyük ve ağır olduğu için, fotoğrafçıların çoğunun iri yarı ve güçlü olduğu bir dönem dahi yaşanmıştır. İlerleyen teknoloji sonucunda fotoğraf üretimi pratikleşmiş ve geniş kitleler fotoğraf çekebilmeye başlamıştır. Basın da kendi fotoğrafını kendi insan kaynaklarıyla üretmeye başlamıştır. Geçiş döneminde haberci olmayan fotoğrafçılar ve fotoğrafçı olmayan haberciler foto muhabirliği yapmıştır. Zamanla haber fotoğrafı üretmek bir uzmanlık alanı olmuştur.

Belgesel fotoğraf başlığı altında incelenen haber fotoğrafçılığı, İngilizce *photo-journalism* kelimesine dayanarak birçok Türkçe kaynakta da fotojurnalizm olarak adlandırılmaktadır. Fotojurnalizme önemli katkıda bulunmuş, önemli olay ve kişilerden söz edilebilir. Bunlar fotojurnalizmin kilometre taşlarıdır. Örneğin 1870 yılında Amerika'ya giden 21 yaşındaki genç Danimarkalı Jacob A. Riis'in New York *Tribune*'de gazeteci olarak çalışırken göçmenlerin kötü yaşam koşullarını anlatan araştırma haberini desteklemek için fotoğraftan yararlanması fotojurnalizmin kilometre taşlarından birisidir. Daha sonra kitap olarak da yayımlanan Riis'in çalışması kamuoyu üzerinde şaşırtıcı bir etki yaparak fotoğrafın gücünün anlaşılmasına katkı sağlamıştır. 1908-1914 yılları arasında fotoğrafın gücünden bu kez Lewis W. Hine adlı sosyolog yararlanmış ve çok ağır koşullarda çalışmak zorunda kalan küçük yaştaki çocuk işçilerin durumunu kamuoyuna aktarmıştır. Bu çalışmayla oluşan kamuoyu, Amerika'da konuyla ilgili yasalarda yeni düzenlemelerin yapılmasına neden olmuştur. 1929'da patlak veren büyük ekonomik kriz yüzünden Amerika Birleşik Devletleri'nin özellikle güneyinde yaşam koşullarının son derece kötü olmasına çözüm arayışlarının bir parçası olarak, fotoğrafçıların desteğiyle elde edilen fotoğraflarla kamuoyu oluşturma çabaları boşa çıkmamıştır. *Farm Security Administration* (Çiftlik Güvenliği Örgütü) organizasyonu ile çalışmalarını yürüten Walker Evans, Dorothea Lange, Gordon Parks, Russell Lee, gibi fotoğrafçılar belgesel fotoğraf tarihinde haklı bir yer edinmişlerdir. Kısaca FSA olarak bilinen bu çalışma belgesel fotoğraf tarihinde sonuçlarına bağlı olarak en başarılı kabul edilen örneklerin başında gelir.

Fotojurnalizm, bir yaklaşımla ilk fotoğrafın basında fotoğraf olarak basılabildiği günle başlatılabilir, ya da başka bir bakış açısıyla elektrik teliyle ilk fotoğrafın gönderildiği günle başlatılabilir. Bir başka yaklaşımla ise fotojurnalizm, ilk fotoröportaj örneklerinin verildiği Almanya'da başlamıştır. Almanya, "modern fotojurnalizm" in doğduğu yerdir.

I. Dünya Savaşı'ndan yenik çıkan Almanya'nın Weimar kentinde cumhuriyet ilan edilir. 1918'den 1933 yılına kadar varlığını sürdüren cumhuriyetin özgürlükçü ortamında, ekonomik sıkıntılara rağmen sanat, bilim ve edebiyat alanında önemli atılımlar gerçekleşmiştir. Örneğin tasarım ve mimari ekol olarak yeni bir sanat anlayışı ortaya koyan Bauhaus Okulu Weimar Cumhuriyeti'nde var olmuştur.

Fotoröportaj, bir konuyu birbirini izleyen, bir arada anlamlı birden çok fotoğrafla aktarma yöntemi. Çok önemli bir örnek olarak, W. Eugene Smith'in "Kasaba Doktoru" verilebilir. Smith, Colorado'nun Kremmling kasabasında, 1948'de Dr. Ernest Ceriani'yi çekmiştir. (Eugene Smith'in fotoğraflarından örnekler görmek için <http://www.masters-of-photography.com/S/smith/smith.html> internet adresine bakabilirsiniz.)

Şekil 7.4



FSA için çalışan fotoğrafçılardan Dorothea Lange'nin "göçmen anne" olarak ün yapmış, Nipomo Kaliforniya'da çektiği fotoğraf. 1936

Bauhaus; 20. yüzyılda mimari, tasarım, sanat alanlarında yeni akımlar yaratmış bir okuldur. Nazi rejiminin emriyle 1933'te kapatılmıştır. Bauhaus'tan birçok da fotoğrafçı çıkmıştır.

Şekil 7.5

Berliner Illustrirte Zeitung'un 27 Ağustos 1936 tarihli sayısının kapağı.



Hiçbir kurum veya kuruluşun kadrosunda olmadan bağımsız çalışan fotomuhabirleri freelance fotomuhabirleridir. Çektikleri fotoğrafları basın kuruluşlarına satarlar.

Bu dönemde Almanya'nın büyük kentlerinde resimli dergiler yayımlanmaya başlamıştır. Berlin'de *Berliner Illustrirte Zeitung*, Münih'te *Münchner Illustrierte Presse* bu dergilerin başlıcalarıdır ve zirvede oldukları yıllarda iki milyona yakın baskı sayısı yakalamışlardır.

Alman resimli dergileri yeni bir fotojurnalist profili doğurmuştu. İyi giyimli, görgülü, yabancı dil bilen, eğitilmiş ve işçi sınıfından gelmeyen bu yeni fotoğrafçı-

ların en ünlüsü Doktor Erich Salomon'dur. Salomon insanlara poz ver-dirmiyordu, flaş da kullanmadığı için kimse fotoğraflandığını fark etmiyordu. Salomon'un fotoğrafları haber fotoğrafçılığında son derece önemli bir de-ğişim başlatmıştır. Onunla birlikte fotoğ-rafin yalnızca teknik başarısı değil, içe-riğine bağlı olarak verdiği mesaj da de-ğerli olmaya başlamıştır.

Zamanla Erich Salomon'un çevresin-de genç fotoğrafçılar toplanmaya başla-dı. Hepsi *freelance* çalışıyorlardı. Fotoğ-rafları kendi imzalarıyla yayımlıyorlardı. İstedikleri konuları, istedikleri gibi çek-me özgürlükleri onlar için önemliydi. Bu durum da haber fotoğrafçısı kimliği-nin oluşmasında dönüm noktası olmuş-tur. Öte yandan her türlü engel ve zor-luğu kendi başlarına göğüslemek du-rundaydılar. Önemli bir kısmı sonraki yıl-larda fotoğraf tarihine geçecek olan bu genç fotoğrafçılar grubunun çoğu *Dephot*

(Deutscher Photodienst) ajansına bağlıydı. 1928'de Simon Guttman ve arkadaşla-rının girişimi olan Dephot ajansı fotoğrafçıların örgütlenmesi ve haber fotoğrafçılı-ğının kurumsallaşması adına çok önemli bir adım olmuştur. *Münchner Illustrierte Presse* yazı işleri müdürü Stefan Lorant'ın da Dephot ile sıkı ilişkileri vardı. Lorant halkın sadece ünlülerin fotoğraflarını değil, kendileri gibi sıradan insanları ve ya-şamlarını da fotoğraflarda görmek istediğini fark etmişti. Fotoröportajın fikir baba-sı da Lorant'tır. İlk başarılı fotoröportajlardan birisi ise Felix H. Man'dır (asıl adı: Hans Baumann). Weimar Cumhuriyeti'de yetişen diğer fotojurnalistler arasında Moholy Nagy, Martin Muncaszi, Alfred Eisenstaedt, André Kertesz, Robert Capa (asıl adı: Andre Friedmann) gibi büyük isimler sayılabilir.

SIRA SİZDE

3

Haber fotoğrafçılığının doğuşu olarak hangi olaylar gösterilebilir?

1933'te Nazilerle birlikte bütün koşullar değişir ve modern fotojurnalizmin bu coğrafyadaki tüm birikimi batıya kaçır. Fransa, İngiltere ve özellikle Amerika'da çalışmalarını yürütürler. Gittikleri yerlerde önemli gelişmelerin kıvılcımı olurlar. Çoğu LIFE dergisi için çalışır. Magnum fotoğraf ajansı kurulur. Kurucular; Robert Capa, David "Chim" Seymour, George Rodger ve Henri Cartier-Bresson'dur. Bir kooperatif olan Magnum ajansı fotojurnalizm tarihinde bir dönüm noktasıdır.

Magnum fotoğraf ajansı günümüzde de alanındaki en önemli kuruluşlardan biridir. Ajansın web sitesini inceleyebilirsiniz: <http://www.magnumphotos.com>



İ N T E R N E T

Kurulan diğer ajanslar haber fotoğrafçılığını güçlendirmiştir. Bunların arasında; Black Star, Gamma ve Sipa Press gibi fotoğraf ajanslarını örnek verebiliriz. Sipa Press'in kurucusu foto muhabiri olarak önemli işlere imza atmış olan Gökşin Sipahioğlu'dur. Öte yandan uluslararası haber ajansları da fotoğraf bölümlerini kurmuşlar ve haber fotoğraf üretimine önemle eğilmişlerdir. 1920'de kurulan Anadolu Ajansı da bir haber ajansı olarak, haber fotoğrafı üretimi konusunda önemli ve güçlü bir kuruluştur. Günümüzde ise Corbis, Getty, Noor ve VII (Seven) gibi yeni ajanslara dikkat çekilebilir. Getty ve Corbis çok büyük ajanslardır. Noor ise manifestosuyla ilgi çekicidir. Yeni ajanslar günümüzde gelenekle ilgili önemli fikirler vermektedir.

Corbis, Getty, Noor ve VII ajanslarının internet sitelerini inceleyebilirsiniz. <http://pro.corbis.com>, <http://www.gettyimages.com>, <http://www.noorimages.com>, <http://www.viipphoto.com>



İ N T E R N E T

II. Dünya Savaşı'ndan sonra yükselişe geçen haber fotoğrafçılığı çok parlak bir dönem yaşamaya başlamıştır. Ancak 1970'lerin başında LIFE dergisinin kapanmasına kadar varacak bir düşüş sürecinin çarkları da bir yandan dönmeye başlamıştır. Fotoğraf eskisi kadar satmamaktadır. Fotoğrafla dünyanın değiştirilebileceğine olan inanç zayıflamıştır. Bütün fotoğrafçılar artık Henri Cartier-Bresson gibi *mükemmeliyetçi* fotoğraflar çekmeye çalışmamaktadır. *Fotojurnalistik stil* başkalaşma sürecine girmiştir. Dünyayla birlikte fotoğraf da değişmektedir. Robert Frank gibi fotoğrafçılar fotoğrafın teknik yetersizliklerinden yararlanarak, mükemmeliyetçilikten uzak bir fotografik anlatım biçimiyle belgesel fotoğraf üretmeye başlamıştır. Antoine D'Agata gibi 21. yy.'ın önemli fotoğrafçıları Robert Frank'ın etkileri açıkça görülmektedir. Günümüzde, Fotojurnalizmin bu dönemde başlayan yeniden yapılanma sürecinin temel taşları yerine oturmuş olmakla birlikte, dönüşüm ve gelişim devam etmektedir.

Haber fotoğrafçılığı bir uzmanlık alanı olarak kendisini kanıtladığı zamandan beri hiç değişmeyen ise haber fotoğrafçısında olması beklenen niteliklerdir.

Bu nitelikleri şöyle sıralayabiliriz:

- Fotoğrafın teknik bilgisine ve bu bilgiyi uygulayabilme becerisine sahip olmak.
- Fotoğrafa özgü anlatım dilini kullanabilme bilgi ve becerisine sahip olmak.
- Habercilik bilinciyle, haber unsuru olarak fotoğraf üretme yetisine sahip olmak.

Robert Frank'in artık baskısı bulunmayan çok önemli albümü "The Americans"dan örnek fotoğraflar görebilmek için internetteki arama motorlarında albümün adını aratabilirsiniz.

Tarihsel süreç içerisinde haber fotoğrafçılığının gelişimi ile ilgili daha ayrıntılı bilgi için Gisèle Freund'un, *Fotoğraf ve Toplum*, (İstanbul: Sel Yayıncılık, 2006) adlı kitabına başvurabilirsiniz.



K İ T A P

HABER FOTOĞRAFININ NİTELİKLERİ

Haber fotoğrafının niteliklerinin kavranabilmesi için, bir fotoğrafı o fotoğraf yapan etkenlerin anlaşılması gerekir. Herhangi bir durum, olay ya da nesnenin fotoğraflanması söz konusu olduğunda sayısız alternatif fotoğraftan söz edebiliriz. Söz konusu alternatif fotoğrafların her biri farklı bir anlam ifade edecektir ve farklı bir etki oluşturacaktır. Ancak haber fotoğrafında fotoğrafın mesajı, aktarılacak istenen gerçeklikle kesinlikle örtüşmek zorundadır. Bu zorunluluk başta fotografik kayıt olanakları ve diğer kısıtlayıcı koşullar çerçevesinde fotoğrafçıyı bağlayan bir zorunluluktur. Yeterli bilgi ve beceriyle donanmış fotoğrafçı, iyi niyetine bağlı olarak var olan koşullarda olabilecek en doğru fotoğrafı çekebilmek için elinden geleni yapar. Örneğin fotoğraf için izin alabilme, hava koşulları, konuyu görmeyi engelleyen nesneler gibi sorunlar çoğunlukla yaşanır. Elbette fotoğrafçı bu engelleri aşmak için çaba gösterecektir. Öte yandan asıl üzerinde durulması gereken, doğru fotoğrafı çekebilmek için fotografik olanaklar bağlamında fotoğrafçının yapabilecekleridir. Sayısız alternatif fotoğraf arasından doğru olanı yani habere uygun olanı çekebilmek için fotoğrafçının alternatif fotoğraflara olanak veren etkenler üzerinde tek tek yoğunlaşması gerekir. Bu yoğunlaşma, haber fotoğrafçılığı pratiğinde refleks halini almalıdır.

Söz konusu etkenlerin en önemlilerini sıralayabiliriz:

- Konuyla makine arasındaki mesafe
- Netlik yapılan nokta ile makine arasındaki mesafe
- Konuya bakılan açı (üstten, yandan, önden vs.)
- Konunun görüldüğü açı (bunu objektifin odak uzunluğu belirler)
- Kullanılan diyafram
- Pozlama süresi (örtücü hızı)
- Işığa duyarlılık (ASA)
- Pozlama anı(deklanşöre basılan an)
- Net alan derinliği
- Hareketin nasıl kaydedileceği
- Işık ölçümü (aynı mekânda farklı ışık koşulları olması durumunda)
- Flaş kullanımı

Her fotoğraf kendisinin alternatifi olan diğer fotoğraflardan, temelde bu etkenlerle ilgili yapılan seçimlere bağlı olarak farklılaşır. Sıraladığımız bu etkenlerin bir tanesinde ya da hepsinde ya da bir kısmında yapılacak farklı herhangi bir seçim kesinlikle farklı bir fotoğrafa neden olacaktır. Elde edilecek fotoğrafı belirleyen öncelikle bu seçimlerdir, seçimleri yapan ise fotoğrafçıdır. Farklı her fotoğrafın içerdiği mesaj da farklı olacaktır. Elbette bir haberde yalnızca bir doğru fotoğraftan söz edilemez. Önemli olan haber için çekilen fotoğrafın doğru mesaj içermesi, içerik, teknik ve estetik açıdan yeterli olmasıdır.

İletişim Aracı Olarak Haber Fotoğrafı

Fotoğraf, 1839'da Fransız Bilimler Akademisi'nde duyurulduğundan beri farklı amaçlarla birçok önemli işlevi yerine getirmiştir. Bir diş hekimi hastalarının tedavi öncesi ve sonrası dişlerini belgelemek amacıyla fotoğraftan yararlanabilirken, aynı görsel kayıt teknolojisi sanatın alanında da kullanılmaktadır. Bilimde, sanatta, günlük yaşamda, endüstride ve reklamda, habercilikte, görsel kayıttan yararlanılmak istenilen tüm alanlarda, amatörce ve profesyonelce fotoğraf kullanılmaktadır. Hepsinde ortak olan fotografik kayıttır. Ancak bu kadar çok çeşitli fotoğraf kullanımları arasındaki en önemli ve belirleyici farkın, kullanımdaki amaç olduğu gerçeği üzerinde önemle durulmalıdır.

Doğru haber fotoğrafının, haber vermek amacıyla ve belli bir haber için çekildiği göz ardı edilerek başarılabilmesi sadece şansa açıklanabilir. Oysa haber fotoğrafçılığının doğurabileceği sonuçların boyutu düşünülürse, kesinlikle şansa bırakılmaması gerektiği açıktır. Haber fotoğrafçıları toplum adına tanıklık yaparlar. Kendi çağlarının görüntülü kayıtlarını tutarak tarihe not düşerler. Haber fotoğrafçıları, haber alma hakkına sahip olanlar adına tanıklık ettiklerini, fotografik olanaklar bağlamında aktaran habercilerdir.

Haber alma hakkı günümüzde insan hakları arasında kabul görmeye başlamıştır. Haberciliğin amacı, insanlara -haber alma hakkına sahip oldukları için- haber bilgisini zamanında, doğru ve yeterince sağlamaktır. Haber değeri taşıyan bilgi insanların yaşamlarını dolaylı ya da dolaysız, olumlu ya da olumsuz etkileyebilecek olay ve durumlarla ilgilidir. Haberin verilmesi ya da verilmemesi fark oluşturacaksa haber değerinden söz edilebilir. Haber fotoğrafı ise haber bilgisinin görsel olarak kodlanmış şeklidir ve fotoğrafa özgü bir aktarım dili vardır.

Fotoğrafın aktardığı gerçeğin kendisine, mümkün olan en yakın aktarım biçimi olarak kabul edildiğini hatırlayalım. Fotoğrafın sağlayabildiği bu benzersiz olaktan olabilecek en yüksek yararı elde etmek için ise, fotoğrafın doğru üretilmesi ve doğru tüketilmesi kaçınılmazdır. Bu yüzden, haber fotoğrafı çekilirken de, baskı için seçilirken de, sayfaya yerleştirirken de, okuyucu tarafından görülürken de haber aktarmakla yükümlü görsel bir belge olduğu hesaba katılmalıdır. Sayfaya renk katabilir, okuyucunun ilgisini çekebilir ancak sadece bu amaçlarla sayfada yer almamalıdır. Her şeyden önce bir "ileti"dir. Haberin yazılı olarak kodlanmış metni gibi, haberin görüntülü olarak kodlanmış fotoğrafı da iletidir, haberin bir unsurudur.

Haber fotoğrafının bir iletişim aracı olarak habercilikte doğru kullanılabilmesi için her şeyden önce foto muhabiri tarafından amacına uygun üretilmelidir. Foto muhabiri, deneyimlediği gerçeğin fotografik aktarımını amacına uygun yapabilmek için, aktardığı gerçeğe habercilik çerçevesinde içtenlikle bağlı kalmalı ve uygun fotoğrafı başarabilecek teknik bilgi ve beceri ile donanmış olmalıdır. Ürettiği fotoğrafın neyi, nasıl anlattığını, okuyucular tarafından nasıl okunacağını -anlaşılacağını- ve nasıl sonuçlar doğuracağını hiçbir zaman aklından çıkarmamalıdır. Bu açıdan düşünüldüğünde, okuyucuların bir "izleme deneyimi"ne sahip oldukları ve haber fotoğrafının zaman içerisinde oluşmuş bir "stil"e sahip olduğu da göz önünde bulundurulmalıdır.

Bir Belge Olarak Haber Fotoğrafi ve Gerçeklik

Fotoğrafın basın alanına girmesi çok büyük bir olaydır. Kitlelerin dünya görüşünü değiştirmiştir. O güne kadar sokaktaki insan, ancak yakında yani kendi sokağında, mahallesinde gerçekleşen olayları gözünde canlandırabiliyordu. Fotoğrafla birlikte dünyayı görmeye başladı. Kamuya mal olmuş kişilerin yüzleri, ülkenin farklı bölgelerinde hatta sınır dışında gerçekleşen olaylar, herkesin yakınına taşındı. Bakışın genişlemesiyle dünya küçüldü. Yazılı sözcükler soyuttur; ama fotoğraf, herkesin içinde yaşadığı dünyanın somut yansımasıdır. (Freund, 2006)

Basında fotoğraf kullanılmaya başlanınca, daha önce kullanılan görsel malzemeler -resimler, illüstrasyonlar, çizimler- için yapılmamış tartışmalar gündeme gelmiştir. Bu tartışmaların temelini, fotoğrafın gösterdiği veya işaret ettiği nesnelerin ve/veya olayların “gerçeğini” aktarıp aktaramadığı, aktarıyorsa bunu ne kadar başarabildiği oluşturmaktadır.

Karşılaşılan bir nesne ya da olayın gerçekliğini eş zamanlı olarak yaşayan farklı kişilerin algılarının bile aynı olmadığı göz önünde bulundurulursa, fotoğraftan nesnel gerçekliği “olduğu gibi” aktarmasını beklemek, fotoğrafa haksızlık olacaktır. Fotoğrafın kesin olarak gösterdiği sadece; nesnelerin, fotoğrafın oluşturulduğu anda, orada, o şekilde var olduğudur. Fotoğraf, gösterdiği nesnelerin kendilerinin bulunmadığı yer ve zamanlarda o nesnelerle ilgili azımsanamayacak düzeyde görsel bilgi aktarır. Fotoğrafın insanoğluna sunabildiği bu olanak, gerçekliği olduğu gibi aktarıp aktaramadığı ile ilgili tartışmalarla gölgede bırakılamayacak kadar yararlıdır. Diğer birçok araçta olduğu gibi, önemli olan bilinçli ve doğru kullanılmasıdır. Fotoğrafın işlevsel öneminin en çarpıcı kanıtı olarak haber fotoğrafı gösterilebilir. Çünkü işlevi açısından, insanlık tarihinin en önemli resimlerinden ve edebiyat tarihinin en güçlü betimlemelerinden farklı bir “temsil gücü”ne sahiptir. Fotoğrafın temsil gücündeki söz konusu farklılığı -belki de üstünlüğü- temelde, gerçekliğin kanıtı olabilme özelliğindedir. Fotoğrafın belge olabilme niteliği de aynı özelliğine dayanır. Haber fotoğrafının gerçekliği, “Bir yapıtın yenedensunum sayılabilmesi için, onun işaret ettiği, konu aldığı bir modelin de bulunması gerekir.” (Derman, 1989) koşuluna dayanır. Özetle, var olmayanın fotoğrafı da yoktur.

Günümüz teknolojileriyle farklı bilgisayar yazılımları kullanarak üretilen ve çıplak gözle fotoğraftan ayırt etmesi neredeyse olanaksız olan görüntüler ya da fotoğraflık manipülasyonlar ise ayrıca tartışılmalıdır. Haber fotoğrafçılığı bu tür uygulamaları kesinlikle reddeder. Ancak geçmişteki hiçbir sahte para girişiminin, paranın ortadan kalkmasına yetmediği gerçeği de düşündürücüdür.

SIRA SİZDE



Fotoğrafın insanoğluna sunabildiği hangi olanak, fotoğrafın habercilikte kullanılmasının temel nedenidir?

Haber Fotoğrafi ve İçerik

Bir haberi aktarmak amacıyla çekilen haber fotoğrafının en önemli niteliği kesinlikle içeriğidir. Yani ne gösterdiği, ne söylediğidir. Haber fotoğrafının içeriğini doğal olarak, aktarmaya çalıştığı haber belirler. Diğer tüm nitelikleri kusursuz olsa bile içerikle ilgili sorunları olan haber fotoğrafı tüm anlamını yitirir. Diğer nitelikler, içeriği desteklemek için vardır demek yanlış olmayacaktır. Haberin metninde içerik nasıl önemliyse ve nasıl yapılandırılıyorsa haber fotoğrafı için de aynı durum söz konusudur. Ancak uygulamada farklılıklar vardır. Bir haber metninde istediğinizi, istediğiniz zaman ekleyip çıkartabilirsiniz, ya da metni tamamen yeniden ya-

zabilirsiniz. Haber fotoğrafının oluşturulma süreci böylesi bir olanak tanımaz. Haberin metninde ve fotoğrafında içeriğin amacı aynı olmakla birlikte, uygulamada fotoğraf çok önemli kısıtlamalar altında gerçekleşmek zorundadır. Haberle ilgisi olmayan öğeler metne konmaz ya da sonradan çıkarılabilir. Foto muhabiri, yalın ve anlaşılır fotoğrafı yakalamak amacını, olay anında ve yerinde gerçekleştirmek zorundadır. Fotoğrafta sonradan yapılabilecek değişiklikler haber fotoğrafçılığında son derece sınırlı ve tehlikelidir. Olanaklı ise hiç değişiklik gerektirmeyecek fotoğraf üretilmeye çalışılmalıdır. Günümüz teknolojisiyle üretilen gelişmiş fotoğraf makineleriyle kolaylaşan fotoğraf pratiğiyle, fotoğrafçının içeriğe odaklanıp doğru fotoğrafı yakalama konusundaki şansı görece artmıştır.

Bir olaydan bir anı çerçeveleyip alarak o olayı anlatmaya çalışmak ve olayın gerçeğiyle ters düşmemek doğru haber fotoğrafçılığının temelini oluşturur. Haber metninde her harfin değeri ve anlamı olduğu gibi haber fotoğrafında da fotoğrafı oluşturan her mm² değer ve anlam taşır.

İçerik olarak doğru haber fotoğrafları diğer niteliklerinde sorunlar dahi olsa haberin önemine bağlı olarak okuyucunu karşısına kadar gelebilmektedir. (Bakınız şekil 7.6) Ancak içeriğinde sorunlar olan bir haber fotoğrafı, diğer niteliklerini baki maksızın haber fotoğrafı olma niteliğini yitir.

Haber Fotoğrafı ve Teknik

Haber fotoğrafında doğru içeriğe sahip fotoğraf hedefine ulaştıran araç fotoğraf makinesidir. Bu yüzden haber fotoğrafçısı fotoğraf makinesi kullanımı ve fotoğraf tekniğinde yetkin olmalıdır. Araç doğru kullanılmadığında, teknik yetersizlikler söz konusu olduğunda hedefe ulaşmak çok zor olacaktır. Haber aktarımının net, açık ve yalın olması hedeflenirken, haberin fotoğrafının teknik yetersizlikleri yüzünden “okunaklı” olmaması, haberciliğin temel amacına ters düşer. İçerik olarak çok doğru bir fotoğrafın teknik sorunları olması kaçmış değerli bir fırsat olarak tanımlanabilir.

Haber fotoğrafçılığının zaman içinde oluşmuş anlatım dilinin niteliklerini etkileyen faktörler arasında fotoğraf tekniğini de anmak gerekir. Bunu, resimde yağlı boya tekniğinin yağlı boyayla var olması örneğiyle kavrayabiliriz. Çünkü teknik de biçemi belirler. Fotografik dil yetisi, fotoğrafın tekniğiyle de kısıtlanmaktadır.

Haber fotoğrafından beklenen en önemli teknik yeterlilikler “netlik ve “doğru pozlama” ile ilgilidir. Başlangıcından beri fotoğraf, objektifin içinden geçen ışığın belli bir diyafram açıklığıyla kontrol edildikten sonra belli bir süre, ışığa belli bir duyarlılığa sahip yüzeyle buluşturulması yoluyla elde edilmektedir. Bu tanım aynı zamanda “pozlama”nın da tanımını içermektedir. Bir fotoğrafın istenen mesajı taşıyabilmesi için doğru seçilmiş bir noktaya başarıyla netlik yapılması, ışığın doğru yerden başarıyla ölçülerek elde edilecek poz değerinin de doğru seçilmesi beklenir. Alternatif doğru poz değerleri ile farklı net alan derinlikleri elde edilebilir. Ayrıca alternatif doğru poz değerleri, fotoğrafla ilgili herhangi bir hareket söz konusu ise bu hareketin kaydedilmesi konusunda da farklı alternatifler anlamına gelmektedir. Aynı fotoğraf için net alan derinliğini ve hareketin kaydedilmesini birlikte düşünüp, en uygun seçimi yapmak fotoğraf üzerinde fazlasıyla belirleyicidir ve sadece fotoğrafçının elindedir. Doğru anda ve konuya doğru yerden bakarak deklanşöre basmak kadar kullanılan objektifin odak uzunluğu da önemlidir. Çünkü her formatın sadece “normal objektifi” insan gözünün gördüğüne yakın bir sonuç verebilmektedir. Odak uzunluğu normal(standart) olmayan objektifler, nesnelerin formunu farklılaştırabildiği gibi mesafe algısını da değiştirirler.

Normal objektiflerin odak uzunluğu formatlarına göre farklılaşır. Örneğin, 35mm. formatında normal objektifin odak uzunluğu 50mm. olarak kabul edilir.

Şekil 7.6

Robert Capa'nın 6 Haziran 1944'de, II. Dünya Savaşı Normandiya Çıkartması sırasında, Omaha sahilinde çektiği fotoğrafların filmi, Life Dergisi Londra bürosunda telaşla kurutma dolabında unutulunca, teknik olarak çok zayıfladığı halde basında çekincesiz kullanılmıştır. Bunun tek nedeni fotoğrafların içeriğidir.



Hiçbir yazarın yazdıkları okunduktan sonra kullandığı daktilonun ne olduğu sorulmaz. Bu yüzden fotoğraf makinesinin sadece bir araç olduğu akıldan çıkarılmamalıdır. Öte yandan fotoğraf makinesi, yazı makinesinden daha karmaşık bir teknolojiye sahip olduğu için, ürettiği üzerinde yazı makinesinden daha fazla bir belirleyiciliği vardır. Yine de ikisini de kullanan insandır.

Haber Fotoğrafı ve Estetik

Haber fotoğrafının bir başka niteliği de estetik niteliğidir. Fotoğraf doğası gereği, diğer görsel sunumlara benzer olarak, gösterdiğini estetize eder. Doğru içerikli, teknik olarak başarılı bir haber fotoğrafının estetik niteliğinin de olması ideal bir durumdur. Ancak tek başına estetik nitelik haber fotoğrafı için bir anlam taşımaz. Bir fotoğraf yalnızca güzel olduğu için okuyucunun önüne haber amacıyla gelmemelidir. Kimi basın organlarının fotoğrafın ilgi çekme işlevine bağlı olarak bu tür hatalar yaptığına rastlanmaktadır.

Haber fotoğrafının estetik niteliği öncelikle fotoğrafın kendisine katkı sağlamalıdır ki, habere de katkısı olsun. Bu katkı ancak fotoğrafın ilgi çekmesine yöneliktir. Bir haber fotoğrafı doğru içerikli ve teknik olarak da başarılı olsa da ancak baktığında amacına ulaşır. Fotoğraftaki estetik öğeler fotoğrafı ilgi çekici yapıyor ve kendisine baktırıyorsa fotoğrafın estetik olabilme gücü haber fotoğrafında en doğru kullanılmış demektir. Estetik görüntüler insan doğası ve algısıyla örtüşük ve uyum içerisinde olduğu için haber fotoğrafının amacına ters düşmezler. Tam tersi, katkı sağlarlar. Başarılı bir kompozisyon(görüntü düzenleme) ve iyi belirlenmiş bir algı noktası fotoğrafın gücünü arttıracaktır. Ancak haber fotoğrafının hiçbir temel unsuru, iyi bir kompozisyon için terk edilemez. İçerik, teknik ve estetik açıdan başarılı haber fotoğrafları çok az başarılabilen fotoğraflar değildir. Örneğin, H. C. Bresson'un Life dergisini süslemiş haber fotoğrafları, -Bresson o amaçla çekmemiş olsa da- görsel sanatlarla ilgilenen uzmanların ve sanat tarihçilerin fazlasıyla ilgisini çekmiştir. Günümüzde de, haber fotoğraflarının katıldığı yarışmalarda her açıdan çok başarılı, çok sayıda örnek görülmektedir. Özetle, haber fotoğrafı, haber amacıyla çekildiği için estetik olmamak zorunda değildir.

Örnek fotoğraflar görmek için <http://www.pulitzer.org> ve <http://www.worldpressphoto.org> adresine, Türkiye'den de (<http://www.fmd.org.tr>) Foto Muhabirleri Derneği'nin düzenlediği yarışma sonuçlarına bakabilirsiniz.



İNTERNET

Haber fotoğrafının hangi niteliği vazgeçilemezdir ve her durumda diğer niteliklerinden önceliklidir?



SIRA SİZDE

HABER FOTOĞRAFININ ÜRETİM SÜRECİ

Haber fotoğrafçılığının üretim sürecini kavrayabilmek için haber fotoğrafçının özelliklerini kesinleştirmek yararlı olacaktır. Frank P. Hoy, "Photojournalism- The Visual Approach" adlı kitabında bu özellikleri sekiz maddede özetlemektedir. (Aktaran: Arıcan 2004, 40)

- Haber fotoğrafçılığı bir iletiyi yaymaya yönelik fotoğrafçılıktır. Haber fotoğrafçısının hedefi, okuyucunun hızlı algılayabilmesi için iletiyi açık bir şekilde iletmektir.
- Haber fotoğrafçılığının iletişim ortamı gazeteler, haber dergileri ve haber ajansları gibi basılı kitle iletişim araçlarıdır.
- Haber fotoğrafçılığı bildirme amaçlıdır. Haber fotoğrafçısının bütün çabası, zekâsı ve becerisi bir haberin belirli yönlerini bildirmeyi amaçlamaktadır.
- Haber fotoğrafçılığı sözcükler ve fotoğrafların birleşiminden oluşan bir dil ile iletişim kurmaktır.
- Haber fotoğrafçılığının konusu insandır.
- Haber fotoğrafçılığı büyük bir kitleyle iletişim kurmaktadır. Bu yüzden mesaj birçok farklı insan tarafından anında anlaşılabilir kadar özlü olmalıdır.
- Haber fotoğrafçılığı, iletileri daha etkili hale getiren, yetenekli bir editör tarafından sunulmaktadır.
- Haber fotoğrafçılığının temel düşüncesi, bugünün karmaşık dünyasında halkı bilgilendirmenin kaçınılmaz gerekliliğidir. (Hoy, 1986, ss. 5)

Haber fotoğrafı üretiminin, genel olarak haber üretiminden ayrılan, kendine özgü bir üretim süreci vardır. Örneğin, olay anına yetişemeyen muhabir haberin bilgisine ulaşabilir ve haberini yazabilir. Ancak olay anına yetişemeyen foto muhabiri için artık çok geçtir. Özellikle tehlikeli olay yerlerinde, uzakta kalarak da haber yazabilirsiniz, ancak uzaktan haber fotoğrafı her zaman mümkün değildir. Olay anında dalgınlıkla haberi kaçırma olasılığı yoktur ancak haber fotoğrafı dalgınlıkla, bir anda kaçabilir. Foto muhabirinin çok dikkatli, dirençli ve sabırlı olması gerekir. Fotoğraf makinesi çalışmazsa fotoğraf kaçır. Bir haberci görünüşünden anlaşılmayabilir ancak foto muhabiri ve kameramanların kim oldukları bellidir. Bu durum çoğunlukla olumsuz sonuçlar doğurabilir. Haberi olay yerinden hafızanızda çıkarıp telefonda haber merkezine yazdırabilirsiniz. Öte yandan fotoğraflara olay yerinde el konabilir ve haber merkezine iletilmesi telefonla yazdırmaktan daha zordur.

Foto muhabirleri bir haber için çok sayıda fotoğraf çekerler. Özellikle sayısal teknoloji yaygınlaştığından beri bu sayı daha da artmıştır. Fotoğrafla ilgili çekim anında yapılan seçimler süreç içinde devam eder. Sayısal teknoloji, çekilen fotoğ-

rafları anında denetleme olanağı vermektedir. Bunun olumsuz yanları da vardır. Olay anında çekilmiş fotoğrafların denetlendiği sırada daha iyi fotoğraf kaçabilir. Olay anında olabildiğince iyi fotoğraf çekip daha sonra denetlemek en akılcı yaklaşım olacaktır. Fotoğrafların bir kısmı kesinlikle yayımlanmaması gereken fotoğraflar dahi olabilir. Çekim sırasında buna karar verecek zaman çoğunlukla olmaz. Haber fotoğrafının çekildiği anda bitmediğini bilmek gerekir. Çekimden sonraki en önemli aşama “editörlük” aşamasıdır.

Haber fotoğrafı üretim süreci diğer birçok üretim sürecinde olduğu gibi belli sınırlılıklar içerisinde gerçekleşmek zorundadır. Bu sınırlılıkları genel olarak habercilik ve özel olarak fotografik üretimin nitelikleri belirler. Bu sınırlılıkları ayrı ayrı başlıklar şeklinde irdelemek haber fotoğrafçılığının kavranmasını kolaylaştıracaktır. Arıcan bu başlıkları aşağıdaki gibi belirlemiştir:

Sorumluluk: Foto muhabiri fotoğrafladığı insanlara ve fotoğrafları görecektir olan insanlara karşı sorumluluk taşımaktadır. Bu sorumlulukla haberin gerçekliğine bağlı kalmalıdır. Herkesin görüşüne açık bir ürün ortaya koymak kolay değildir. Bu ürünün gerçek yaşamdan, insanları gösteren fotoğraflar olduğu düşünülürse kolay olmadığı daha açık görülecektir. İyi niyetle bile kurmaca olamaz. Özel yaşamın sınırlarını tanımak zorundadır, ancak kamu yararı söz konusuysa haber yapılmalıdır. Görevi kötüye kullanma amacı olmasa bile özel yaşam sınırlarını ve kamu yararı olup olmadığını, özellikle olay anında sezebilmek çok güç olabilmektedir.

Zamansal ve mekânsal boyut sınırı: İnsan zamanı ve mekânı kesintisiz olarak algılar. Ancak fotoğraf, insanın kesintisiz olarak algıladığı mekândan ve zamandan alınan bir kesit olarak, o zaman ve mekânı anlatmaya çalışmaktadır. Öte yandan üç boyut, fotoğrafta iki boyuta indirgenmektedir. Bu durumda habere konu olan mekân ve zaman, fotoğrafla aktarmak amacıyla alınacak kesit, kolayca belirlenip gerçekleştirilemez. Fotoğrafın çerçevesini belirlerken düşünülmesi gereken birçok etken vardır. Fotografik kayıt tam ne zaman gerçekleşirse doğru bir fotoğraf elde edilebilir sorusu ise uygulama anında bir çırpıda yanıt bulamayabilir. Bunun yanında, zamandan alınacak kesitin süresi bile fotoğrafın aktardığı mesajı etkiler. Ancak haber fotoğrafı habere konu olan mekânda ve doğru zamanda fotografik kayıt tekniği olanaklarıyla gerçekleşmek zorundadır.

Çalıştığı kurumun yayın politikası: Birçok yayın kuruluşu belli bir dünya görüşünü temsil eder. Doğru haber aktarıldığı sürece, çok seslilik ve demokrasi açısından bir sorun oluşturmeyen bu doğal durum kimi zaman habercilik ilkeleri dışında uygulamalar olarak karşımıza çıkmaktadır. Medyanın önemli bir güç olduğu yadsınamaz. Demokratik koşulların sağladığı özgür habercilik olanakları kötüye kullanılabilir. Bu durum, foto muhabirinin üretimini sınırlayan bir etken olmaktadır. Öte yandan kurumun yayın politikası ve yapısı da belirleyicidir. Örneğin, özellikle çevre konularına duyarlı ve çok fotoğraf kullanma eğiliminde bir basın kuruluşu için fotoğraf çekmekle, bir ekonomi dergisi için fotoğraf çekmek çok farklıdır.

Tekrar şansının olmaması: Yaşamın tekrarı yoktur. Haber fotoğrafları gerçek yaşamdan, kurgulanmamış görüntülerdir. Haber fotoğrafının konusu zaman içerisinde değişir. Eksikliği ya da yanlışlığı giderme olanağı bu yüzden çok kısıtlıdır. Çok iyimser bir örnekle, açılışı yapılan bir okul haberi için çekilen fotoğraflarda sorun olduğu düşünülürse; açılış töreninden fotoğraf artık olasılık dışıdır. Zaman varsa ve daha

önemli başka haber yoksa gidilip okul yeniden çekilebilir. Yine de öğrenciler okuldan ayrılmadan yetişmek gerekir. Yoksa boş ve işlevinin görselleştirilemediği bir bina fotoğrafından öte gidilemez. Bu yüzden haber fotoğrafı hata kabul etmez. Foto muhabiri gittiği bir haberde önce haberi kurtarmaya çalışır ve ilk fotoğrafı çeker. Önemli olan içeriktir. Daha sonra koşullar izin verdikçe olabilecek en iyi fotoğrafı elde etmek için elinden geleni yapar. Her türlü olasılığı düşünerek çok seçenekli çalışır.

İçgüdü: Haber fotoğrafçısı elbette kendi yeterlilikleriyle de sınırlıdır. Bunların başında içgüdülerinin geldiğini söyleyebiliriz. Doğru fotoğrafa yetişebilmek için çok hızlı olmak çoğu zaman yetmeyecektir. Doğru fotoğrafın yaklaştığı sezilenmelidir. Bunun başarılabilmesi için haber çok iyi bilinmeli ve izlenmelidir. Futbolu iyi bilmeyen, izlediği karşılaşmanın taraflarını tanımayan bir foto muhabirinin gol fotoğrafı yakalaması ağırlıklı olarak şansa bağlıdır. Foto muhabiri, geç olmadan deklanşöre basabilmek ve doğru fotoğrafı kaçırmamak için diğer yeterliliklerini de geliştirmeye çalışmalıdır. Yeni teknolojiler hıza ve pratikliğe yöneliktir. Bu yüzden teknoloji çok iyi bilinmelidir. Fotoğraf makinesini kullanmak, bilgiyle birlikte disiplin gerektirir. Örneğin, makineyi her koşulda ortalama sonuç verecek konumda tutmak, gerektiğinde ayarları değiştirip çekim yaptıktan sonra yeniden önceki ayarlarda bırakmak, uygulamada birçok riski ortadan kaldıracak ve çekim anında zaman kazandıracaktır. Kazanılacak bu zaman çoğunlukla doğru fotoğrafa kapı açabilir.

Kalabalık çalışma ortamları: Haber değeri taşıyan olaylar ilgi çektiği için foto muhabirinin çalışma ortamlarında genellikle haber fotoğrafını zora sokan bir kalabalık vardır. Bu yönüyle foto muhabirleri de birbirleri için fotoğrafı zora sokan bir etken olabilir. Aynı amaçla orada bulunan haberciler saygı çerçevesinde haber üretimini kolaylaştırmak için ellerinden geleni yapmalıdır. Foto muhabirleri bu tür koşullarda bakaçtan bakmadan dahi fotoğraf çekmek durumundan kalmaktadırlar. Doğru an, doğru açı, doğru çerçeve yakalama olasılığı fotoğrafının deneyimle artırılabilir.

Zaman: Haber fotoğrafçılığında zaman kısıtlılığı her aşamada vardır. Zamanında olay yerinde olunamazsa fotoğraf kaçar. Olay yerinde olsanız bile zamanında fotoğrafı çekmelisiniz. Fotoğrafın çekilmesiyle de iş bitmemektedir. Fotoğraf zamanında haber merkezine iletilmelidir. Günümüz teknolojileri fotoğraf aktarılması konusunda baş döndürücü noktalara gelmiştir. Saniyeler içerisinde iletilebilen dijital (sayısal) fotoğraflar, taşındığı ve depolandığı ortamlarda film kadar güvenli değildir. Her an binlerce fotoğraf dönüşü olmaksızın kaybedilebilir. Bu yüzden yedekleme gibi önlemler çok önemlidir.

Konu alanının çeşitliliği: Haber fotoğrafçılığında haber konuları kadar çeşitli türden söz edilebilir. Başka bir deyişle, her şey haber olabildiği için fotoğrafı da üretilmelidir. Foto muhabiri konusunu seçemez. Çok sayıda fotoğrafçı çalıştıran büyük medya kuruluşlarının bir kısmında, belli konulara belli fotoğrafçıları görevlendirmek gibi bir durum vardır. Bu kurumlarda dahi her fotoğrafçı her habere gider. Ancak haberin türüne bağlı olarak fotoğrafının üretimi çok önemli farklılıklar gösterebilmektedir. Spor haberlerinde deneyimsiz bir fotoğrafçı başlangıçta çok zorlanacaktır. Ya da savaş fotoğraflamak çok farklı deneyim gerektirir. Savaş deneyimi olmayan bir foto muhabirinin, ne kadar iyi fotoğrafçı olursa olsun, yaşamını yitirme riski bile çok yüksektir. Spor fotoğrafında deneyimli bir foto muhabiri oyun alanının neresinde durması gerektiğini, en iyi açıyı bilir. Sporda deneyimli bir fotomuhabiri, savaş alanında nerede duracağını yalnızca spor fotoğrafı deneyimine dayanarak belirlemeye çalışırken zorlanacaktır. Öte yandan, çatışma ve savaş böl-

gelerinde uygun olmayan giysilerin habercilerin vurulmasına neden olabileceği, birçok bölgede çatışan tarafların cep telefonu ve uydu telefonu sinyalinin yer tespiti yapıp o noktayı bombaladığı için telefonların kesinlikle kapalı tutulması gerektiği gibi bilgilere sahip olmayan bir foto muhabiri işinden önce yaşamını yitirme tehlikesiyle karşı karşıyadır.

Bağımlılık: Haber fotoğrafı, haberinin metnine ve yer alacağı sayfanın tasarımına bağlı durumdadır. Bu bağımlılık göz önünde bulundurulmadan çekilen fotoğraflar, zorlanarak da olsa metne ve sayfaya uyumlu duruma getirilir. Bu da önemli sorunlara neden olabilir. Fotoğrafın her zaman haberin yazılı sunumu ve sayfadaki sunumu düşünülerek üretilmek zorunda olması, foto muhabiri için önemli bir kısıtlama anlamı taşır.

Fotoğraf editörlüğü haber fotoğrafçılığının en önemli unsurlarındandır. Haber fotoğrafı üretim sürecinin yönetim ve organizasyonu fotoğraf editörlerinde olması gerekir. Ya da kurumun büyüklüğüne göre, şef fotoğraf editörü veya fotoğraf haberleri müdürü gibi bir yönetici de süreçte yer alabilir. Üretim sürecinin tüm aşamalarında dolaylı ya da dolaysız olarak fotoğraf editörü vardır. Foto muhabirlerini fotoğraf editörü yönlendirir. Tüm süreci izler, foto muhabirinin kurum içinde ve kurum dışında işini kolaylaştırır, verimini artırır. Deneyimli ve dikkatli bir göz olarak en iyi fotoğrafı belirleme sorumluluğu ondadır. Bu süreçte hem foto muhabiriyle hem de kurum içinde fotoğrafı göndereceği birim ve kişilerle iletişim kurar. Çalıştığı kurumun kendi foto muhabirlerinin ürettikleri dışındaki fotoğraf kaynaklarını da fotoğraf editörü yönetir. Basın kuruluşları örneğin, ulusal ve uluslararası ajanslardan da fotoğraf kullanırlar.

Seçilen fotoğraflar bu aşamadan sonra bir tasarım sürecine girer. Tasarım sürecinin kısıtlılıkları da düşünülerek üretilmiş fotoğraflar tasarımı rahatlatacaktır. Örneğin, sayfa yatay bir fotoğrafa olanak vermeyebilir. Bu yüzden foto muhabirleri her haberden, hem yatay hem dikey fotoğraf çekmeye çalışırlar. Sayfada tasarlanan unsurlar arasında okuyucunun en çok dikkatini çeken öge çoğunlukla fotoğraftır. Fotoğrafın yalnızca kapladığı alan gibi yüzeysel niteliklerinden yola çıkılarak yapılan bilinçsiz bir tasarım hem fotoğrafa, hem habere, hem de okura haksızlık olacaktır. Özellikle fotoğraf yeniden çerçevelenecekse, haberin ve fotoğrafın tüm nitelikleri göz önünde bulundurulmalıdır. Okuyucu tarafından ilk algılanan öğeler fotoğraflarla birlikte başlıklardır. Başlıklarla fotoğraflar uyum içinde olmalıdır. Hem anlamca hem de görsel olarak dengeli bir tasarım, olması gereken tasarımdır.



Haber fotoğrafçılığı ve özellikle haber fotoğraf editörlüğü ile ilgili Melih Zafer Arıcan'ın Haber Fotoğrafını Oluşturan Öğeler ve Türkiye Ulusal Basınında Gazete Haber Fotoğraflarının Seçim Ölçütlerinin Belirlenmesi ve Değerlendirilmesine Yönelik bir Uygulama (Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 1545, 2004) başlıklı kitabına başvurabilirsiniz..

HABER FOTOĞRAFI VE ETİK

Etik, konusu ahlak olan felsefe dalıdır. Etik başlığı altında genel olarak, insanların özgürce yaptıkları seçimlerin ahlak açısından sorgulandığını söyleyebiliriz. İnsanların seçim hakkı, şansı veya olanağı olmayan konulardaki karar ve davranışları etğin konusu dışındadır. Yasalara aykırı olan birçok eylem, çoğu ahlak anlayışında da olumsuz olarak değerlendirilir. Ancak etik daha çok, yasalara aykırı olmadığı halde, ahlak açısından olumsuz bulunan seçimlere bağlı eylemler ve sonuçları üzerinde yoğunlaşır.

Haber fotoğrafçılığını etik açıdan değerlendirebilmek için, ilk adımda haber fotoğrafını belirleyen seçimlerin özgürce yapıp yapılamadığına bakmak gerekir. Doğal olarak kabul etmek gerekir ki, büsbütün bir özgürlükten ya da tam bir esaretten söz edilebilecek durumlar çok azdır. İkinci adım olarak, özgürlüklerin kim tarafından, ne oranda ve ne şekilde kısıtlandığı belirlenmelidir. Açıkta yapılan kısıtlar için söylenecek çok bir şey yoktur. Ancak örtülü kısıtlamalar üzerinde önemle durulmalıdır. Dünyadaki örneklerle bakıldığında örtülü kısıtlamaların büyük bir kısmının “denetleme” adı altında yapıldığı görülmektedir. Günümüzde haber alma özgürlüğünün gerekliliği tartışılmamaktadır. Haber alma özgürlüğünü toplum adına haberciler kullanarak topluma haber aktarmaktadır. Haberciliğin, yasalar çerçevesinde ne kadar ve ne şekilde denetlendiği çok önemli olmakla birlikte, ayrı bir tartışma konusudur. Yasalarla düzenlenmeyen alan ise etiğin devreye girdiği alandır. Özellikle bu alan için sıkça dile getirilen ve önerilen denetleme yöntemi “özdenetim” olarak karşımıza çıkmaktadır. Yani habercilerin önce bireysel olarak kendilerini, daha sonra da kendilerinden oluşan kurum, kurul, kuruluş ya da benzeri yapılanmalar aracılığıyla denetleme işlevini yerine getirmeleri en demokratik yöntem olarak görülmektedir. Bu noktada en önemli tartışma konuları, denetim mekanizmasının nasıl işletileceği ve yaptırımların nasıl olacağıdır.

Habercilik meslek ahlakı tartışmaları içerisinde haber fotoğrafçılığı çok yaygın yer tutmaktadır. Felsefe tarihine bakıldığında farklı etik önermeler olduğu görülmektedir. Burada önemli olan, etik tartışmaların, haber fotoğrafı üretim sürecine taraf olan bireylerin, mesleki oluşumların, uzmanların ve toplumun gündeminden düşmeden kesintisiz olarak canlı tutulmasıdır. Bunun için etik tartışmalar, bütün tarafları özgün yanıtlar vermeye zorunlu bırakacak şekilde ortaya atılmalıdır.

Bir etik yaklaşım haber fotoğrafçılığına, “haber fotoğrafçısı, fotoğrafladığı kişilerin yerine kendisini koyarak fotoğraf çekmelidir” şeklinde uyarlanabilir. Ancak bu durumda, herkesin aynı şeylerden rahatsız olmadığı, fotoğraflanan kişinin bizim rahatsız olmadığımız bir olguyu onaylamama hakkı olduğu gerçeği, göz ardı edilmiş olmaktadır. Bu ve benzeri örneklerden yola çıkarak, bireylerin karşılaştıkları durumlara göre farklı etik yaklaşımlardan kendilerine özgü bir etik harmanlamaları önerilebilir. Etik konusunda, her durumda kesin doğru seçimi gösterecek bir formülü ele geçirme çabası, gerçek yaşamda karşılıksız kalacaktır. Ancak içtenlikle etik davranmaya çabalayan birey, doğruyu sezme konusunda çok az yanılacaktır.

Habercilik etiği, haber fotoğrafçılığını da bağlar. Buna ek olarak, fotoğrafın ve haber fotoğrafı üretim sürecinin kendine özgü nitelikleri çerçevesinde bazı konuların ayrıca üzerinde durulmalıdır.

Etik, insanların seçimleri -sonuçlarıyla birlikte- ahlaki açıdan sorgularken, insanların hangi davranışlarını etiğin ilgi alanı dışında bırakır?



SIRA SİZDE

8

Nesnellik

Haberin metninin gerçekleri yansıtması ile fotoğrafının gerçekleri yansıtması yapısal farklılıklar içerir. Haber fotoğrafçısının gerçeği aktarma çabası, etiğin üzerine özellikle durduğu bir konudur. Fotoğrafçı, nesnel gerçeklikle, çektiği fotoğraf arasındaki örtüşmeyi sorgulamalıdır. Fotoğrafa bakıp, fotoğrafta görünen gerçekliğin nasıl bir gerçeklik olduğunu düşünmelidir. Gerçekliğin gerçeği mi? Konunun kendi gerçeği mi? Editörün ya da gazete patronunun gerçeği mi? Toplumun gerçeği mi? Fotoğrafçının gerçeği mi? Gösterdiği gerçekliğin kendisine en fazla yaklaştılabilmiş gerçeklik mi? Kurgulanmış bir gerçeklik mi?

Bir foto muhabirinin, politik olarak desteklediği bir grubun gösterisini, katılımcı sayısını çok göstermek için tele objektif kullanarak görüntülemesi gerçekçi midir?

Var olan gerçeği olabildiğince aktarabilmek için sınırlarını zorlayan haber fotoğrafçılarının, haber yaptıkları olayları belgelemek için gözlemlerken, haberdeki kişileri veya haber olan olayı yönlendirmeleri konusunda tartışmaya bile gerek yoktur. Haberi, olduğundan başka bir şeye dönüştürmek anlamına gelen bu tür yönlendirmeler haberde sahtecilikten başka bir şey değildir. Haber fotoğrafçısı hiçbir koşulda, fotoğrafladığı kişileri veya nesneleri ya da habere konu olan olayı kur-gulayamaz veya dönüştüremez. Bir futbol karşılaşmasında kenardan fotoğraf çeken bir foto muhabirinin karşılaşma sonucuna bir etkisi olamayacağı gibi diğer bütün haberlerde de bir gözlemci olarak haber fotoğrafları üretilmelidir.

Kurbanların Fotoğraflanması

İnsanlar haber fotoğraflarında her zaman öngördükleri durumlarıyla yer almazlar. Kimi zaman bir olayın kurbanı olarak fotoğraflanırlar. Bu tür haberlerde fotoğrafçı çok duyarlı davranmalıdır. Hem çektiği fotoğraflarda hem de olay yerindeki davranışlarında çok dikkatli olmalıdır. Foto muhabiri çok iyi iletişim kurabilmelidir. Bir trafik kazasında bütün ailesini kaybetmiş yaralı bir çocuğun fotoğraflanmasıyla bir masa tenisi karşılaşmasının fotoğraflanması aynı yaklaşımla gerçekleştirilemez. Savaş veya her tür çatışma, doğal afetler, kazalar, yangınlar gibi insanların kurban durumuna düşebildikleri koşullarda özellikle çocukları, yaşlıları ve engellileri fotoğraflarken çok duyarlı davranılmalıdır. Bu tür haberlerde hatalı fotoğrafların çekilmesi neredeyse kaçınılmazdır. Bunlar editörler tarafından ayıklanmalıdır.

Fotoğraf Seçimi

Hangi fotoğrafın baskıya girmek üzere seçildiği ile ilgili de çok fazla etik tartışma söz konusudur. İçerik olarak en doğru fotoğraf mı? Teknik olarak en doğru fotoğraf mı? Estetik olarak en doğru fotoğraf mı? En çarpıcı fotoğraf mı? Haber fotoğrafçılığı, fotoğrafta gösterdiği insanlara ve fotoğrafı görececek olan insanlara karşı sorumluluk taşımaktadır. Fotoğraf seçimini gerçekleştiren editörler birçok kısıtlılığa bağlı olarak çalışırlar. Eğer basın özgürlüğünün var olduğu koşullar söz konusu ise, editör işini rahat yapar. Çalıştığı kurumun sahibinden dahi baskı görmez. Bu türden baskıların olup olmadığı konusunda, çalışanların sosyal güvenceleri ve sosyal hakları, çalışma koşulları, sendikal hakları ve maaşları fikir verebilir. Bir başka deyişle, kurumun sahibinin haksız çıkarları, toplum çıkarlarının önüne kesinlikle geçmez, çalışanlar buna alet edilmez. Böyle bir kurumun çalışanları dışarıdan gelebilecek baskılara karşı da görece korunaklı olacaklardır. Özgür koşullarda çalışan deneyimli bir fotoğraf editörü habere bakar, foto muhabiriyle iletişim içindedir ve fotoğrafın sayfaya uygulanma aşamasına destek olur böylece olabilecek en doğru fotoğraf okuyucunun önüne gelir. Fotoğraf editörünün sayfa tasarımı sürecine destek vermesi ilk bakışta çok önemli görülmeyebilir. Ancak, çok doğru seçilmiş bir fotoğraf sayfaya uygulanırken önemli hatalar söz konusu olabilmektedir. Örneğin, sayfanın yapısı gereği yatay kullanılamayan bir fotoğraf, yanlış yerden kesildiğinde, fotoğrafın mesajı haberle ters düşecek kadar değişebilir.

Fotoğraf editörlerinin fotoğraf kaynağı yalnızca kurumun foto muhabirleri değildir. Fotoğraf, ajanslardan alınabildiği gibi herhangi bir kaynaktan da gelebilir. Editör elde edilen fotoğrafların güvenilirliğini sınamanın yanı sıra telif haklarını da gözetmelidir. Fotoğraf, fikir ve sanat eserleri kapsamında değerlendirilir ve bu haklar yasalarla korunur. Bu bağlamda bütün fotoğraflar için kaynak gösterilmelidir ve

fotoğraflar imzalı yayımlanmalıdır. Fotoğrafçının imzası yasal bir hak olmakla birlikte etik açıdan imza fotoğrafçının onurudur. Saygın fotoğraf editörleri, fotoğrafçıların ve fotoğrafçıların haklarını gözetir.

Manipülasyon

Haber fotoğrafını aktarmaya çalıştığı gerçeklikten uzaklaştırabilecek hiçbir uygulama onaylanamaz. Sayısal teknolojilerle çok kısa sürelerde ve çok kolayca yapılabilecek değişikliklere haber fotoğrafçılığı dünyasında yer yoktur. Yalnızca pozlama hatalarını düzeltmek gibi, fotoğrafı başka bir şeye dönüştürmeyen, anlamı değiştirmeyen uygulamalar söz konusu olabilir. Haber fotoğraflarında düzeltme yapılırken çok duyarlı davranılmalıdır. Haber fotoğrafının belge niteliği vardır. Bu yüzden, yapılmaması gereken bir düzeltme “belgede sahtecilik” gibi değerlendirilir. Bu konuda sınırları aşan uygulama örnekleri çok fazla değildir. Dünyanın her yerinde de haber fotoğrafçılığından kesin olarak dışlanır. Örnek olarak *LA Times* fotoğrafçısı Brian Walski gösterilebilir. Walski'nin 31 Mart 2003'te yayımlanan fotoğrafını iki ayrı fotoğrafı birleştirerek oluşturduğu anlaşıncı, *LA Times* Walski'yi hemen kovmuştur.

Walski'nin fotoğrafları için <http://www.zonezero.com/magazine/articles/alterd/alterd.html> adresine bakabilirsiniz.



INTERNET

Özel Yaşamın Sınırları

Haber fotoğrafına konu olan kişilerin özel yaşamlarının sınırları çiğnenemez. Ancak açıkça kamu yararı olması durumunda bu sınırların aşılabileceği görüşü yaygın olarak savunulmaktadır. Bu konuda da sorun, kamu yararı olup olmadığı konusunda düşünce farklılıklarından kaynaklanmaktadır. Bu tür uygulamalarda genellikle gizli kamera gibi yöntemlere de başvurulmaktadır. Bir insanın fotoğraflanması ve bu fotoğrafı toplumun görmesi hafife alınacak bir durum değildir. Toplumun göreceği fotoğrafların haber değeri olmak zorundadır. Haber fotoğrafı hem gösterdiği kişilere, hem de topluma karşı sorumlu olduğunu anımsayalım. Örneğin, ünlü bir şarkıcının deniz kıyısında bikipli olarak belgelenmesinde hiçbir kamu yararı yoktur. İlgiyi arttırmak için sıkça yapılan bu yanlışın yaygın savunması toplumun bunu istediği şeklinde dile getirilmektedir. Ancak medyanın, her zaman toplumun bir adım önünde gitmek gibi etik bir sorumluluğu olduğunu unutulmamalıdır.

Hediye Kabul Etmek

Haber fotoğrafçıları, haberci oldukları için kendilerine verilmek istenen ve ileride habercilik değerleriyle ters düşecek sorunlara kapı açacak hediyeler kabul etmemelidirler. Bu tür durumlarla sıkça karşılaşmaktadır ve dikkat edilmediği zaman etik olarak kesinlikle karşı olunduğu halde haberciler, ellerinde kendilerini zor durumda bırakacak “hediye”lerle bulmaktadırlar.

Haber fotoğrafçılığı etiğinde, habercilik etiğinin kapsamadığı ne olabilir?



SIRA SİZDE

9

Habercilik etiği ile ilgili olarak ilan edilmiş çok sayıda etik kodlar listesi vardır. Örnek olarak *ABD Ulusal Basın Fotoğrafçıları Derneği*'nin kabul ettiği etik kodlara yer verilebilir.

*ABD Ulusal Basın Fotoğrafçıları Derneği'nce (NPPA) kabul edilen:
Foto Mubabirliği Etik Kuralları*

A. Giriş

1. NPPA'nın bütün üyeleri, etik kurallara uymakla yükümlüdür.

B. Amaç

1. Foto mubabirliğinin geliştirilmesini amaçlayan profesyonel bir topluluk olan Ulusal Foto Mubabirleri Derneği (NPPA), kamunun doğal yasasına, gerçeği arama özgürlüğüne ve toplumsal olaylar ile içinde yaşadığımız dünya ile ilgili doğru ve tam bilgi sahibi olma hakkına saygı duyar. NPPA, sözcüklerin anlamını zenginleştirmenin ve açıklamanın olanaksız olduğu durumlarda bir haberin tamamlanmış sayılamayacağına inanır. Olayları gerçekte olduğu gibi betimlemek, yaşanan olayları resimlemek ya da halkın yararına olan bir şeyin açıklanmasına yardımcı olmak amacıyla kullanılan fotoğrafların, halkın gelişmelerden doğru bir biçimde haberdar edilmesinde ve yaşlı ya da genç bütün insanların kamu alanına giren herhangi bir konuyu daha iyi anlamasına yardımcı olmada vazgeçilmez unsurlar olduğuna inanıyoruz. NPPA, foto mubabirlerinin kamu çıkarlarına hizmet ederken daima etik davranışların en yüksek standartlarına sadık kalması gerektiğini kabul eder.

C. Etik Kurallar

1. Hem bilim hem de sanat olarak foto mubabirliği, bu uğraşı meslek olarak seçenlerin en iyi düşünce ve çabalarına layıktır.
2. Foto mubabirliği, kamuya sadece birkaç mesleğin edebildiği düzeyde hizmet etme olanağı sağlar ve mesleğin bütün üyeleri, maddi hırslar gütmeyen etik davranışların yüksek standartlarına sadık kalmaya çalışmalıdır.
3. Doğru, dürüst ve yansız bilgi veren fotoğraflar çekmek için çaba barcamak, her foto mubabirinin kişisel sorumluluğu olmalıdır.
4. Gazeteci olarak en büyük değerimiz, güvenilirliktir. Belgesel foto mubabirliğinde bir fotoğrafın içeriğini kamuyu aldatacak şekilde (elektronik olarak ya da karanlık odada) değiştirmek yanlıştır. Bir fotoğrafta elektronik olarak yapılabilecek değişiklikler ile ilgili karar alırken adil ve doğru habercilik ilkelerinin ölçüt kabul edilmesi gerektiğine inanıyoruz.
5. Tanıtım, birçok durumda gereklidir. Ancak içeriği ne olursa olsun doğru olmayan açıklamalar, profesyonel foto mubabirlerine yakışmaz. Bu tür davranışları şiddetle kınıyoruz.
6. Mesleğimizin bütün üyelerine tek tek ve toptan cesaret vermek ve yardımcı olmak görevimizdir. Foto mubabirliğinin kalitesi, ancak bu böyle daha yüksek standartlara çıkarılabilir.
7. Basının hukuk tarafından tanınan tüm hak ve özgürlükleri ile bütün haber ve görsel bilgi kaynaklarına ulaşma özgürlüğünü korumaya çalışmak, her foto mubabirinin görevidir.
8. İş anlaşmaları, talepler ve ilişkilerdeki ölçütümüz, insanlığımızın ön plana çıkarılması olmalıdır. Bu ölçüt, NPPA'nın üyeleri olarak görevlerimizi daima dikkate almamızı zorunlu kılar. İş yaşamımızdaki her durumda ve bizden önce gelen sorumluluklarımızda başlıca düşüncemiz, sorumluluklarımızı ve görevlerimizi yerine getirmek olmalıdır. Görevimizi yerine getirirken, insan idealleri ile başarılarını var olan seviyeden daha yukarılara çıkarmak için çaba barcamalıyız.
9. Hiçbir etik kuralı, her durum hakkında önceden hüküm veremez. Bu nedenle etik ilkelerin uygulanmasında sağduyu ve doğru yargı zorunludur.

D. Değiştirme

1. Madde XVII, sadece Yönetim Kurulu üyelerinin üçte ikisinin oyları ile değiştirilebilir ya da feshedilebilir.

(Bu çeviri www.fotomubabiri.com sitesinden alınmıştır.)

Özet



Haber Fotoğrafı'nın tarihsel sürecini özetlemek.

Fotoğraf, görerek edinilen bilginin kaydedilebilmesine olanak sağlamıştır. Fotoğrafla birlikte görümlü bilgi, zamandan ve mekândan bağımsızlaşabilmiştir. Gösterdiği gerçekliğe diğer yöntemlerin hepsinden daha yakın kabul edildiği için belge niteliği taşımaktadır. Kısacası fotoğraf, gösterdiğinin kanıtıdır. Fotoğrafın bu niteliğine bağlı olarak kitle iletişim araçlarının fotoğrafik kayıt olanağından yararlanma konusunda hiç zaman kaybetmemiş olmaları doğal karşılanmalıdır. Fotoğraftan önce gazete ve dergilerde kullanılan resim ve çizimler, okuyucunun ilgisini çeken ve yazılı basının okunurluğunu arttıran bir unsur olma işlevine sahipti. Ancak gösterdiklerini kanıtlamak gibi bir işlevleri yoktu. Basılı medyada fotoğrafların ilk önce resimleri yer aldı. Dönemin teknolojisiyle, gravür ve litografi kullanılmış, ahşap plakalar üzerine resim uygulayarak elde edilen kalıplarla baskı gerçekleştirilmiş ve fotoğrafların resimleri gazetelerde boy göstermiştir. İlk kez fotoğrafın kendisinin basılı medyada kullanılması ise Halftone tekniği kullanılarak 1880'de gerçekleştirilmiştir. 20 yy.'ın ikinci çeyreğine doğru fotoğraf elektrik telleriyle iletilebiliyor, gazete ve dergilerde renkli basılabiliyor, ışığın az olduğu ortamlarda bile çok daha küçük ve pratik makinelerle üretilebiliyordu. Teknolojik olanaklara da bağlı olarak 20 yy.'ın ikinci çeyreğinde haber fotoğraf dili ve biçimi oturmaya başlamış, haber fotoğrafçılığı bir uzmanlık ve meslek olma sürecini tamamlamıştır. Bu dönemde özellikle Almanya'da ortaya çıkan gelişmeler II. Dünya Savaşı ile birlikte dünyaya yayılmıştır. Fotoğraflı dergiler ve gazetelerdeki fotoğraflar çok ilgi görmeye başlamış, haber fotoğraf ajansları kurulmuştur. Haber fotoğrafının bu yükselişi 20 yy.'ın son çeyreğine kadar sürmüştür.



Haber Fotoğrafı'nın işlev ve niteliklerini açıklamak.

Basında fotoğraf kullanılmaya başlanınca, daha önce kullanılan görsel malzemeler –resimler, illüstrasyonlar, çizimler- için yapılmamış tartışmalar gündeme gelmiştir. Bu tartışmaların temelini, fotoğrafın gösterdiği veya işaret ettiği nesnelerin

ve/veya olayların “gerçeğini” aktarıp aktaramadığı, aktarıyorsa bunu ne kadar başarabildiği oluşturmaktadır. Karşılaşılan bir nesne ya da olayın gerçekliğini eş zamanlı olarak yaşayan farklı kişilerin algılarının bile aynı olmadığı göz önünde bulundurulursa, fotoğraftan nesnel gerçekliği “olduğu gibi” aktarmasını beklemek, fotoğrafa haksızlık olacaktır. Fotoğrafın kesin olarak gösterdiği sadece; nesnelerin, fotoğrafın oluşturulduğu anda, orada, o şekilde var olduğudur. Fotoğraf gösterdiği nesnelerin kendilerinin bulunmadığı yer ve zamanlarda o nesnelerle ilgili azımsanamayacak düzeyde görsel bilgi aktarır. Fotoğrafın insanoğluna sunabildiği bu olanak, gerçekliği olduğu gibi aktarıp aktaramadığı ile ilgili tartışmalarla gölgede bırakılamayacak kadar yararlıdır. Haber Fotoğrafçılığı haberin fotoğraf yoluyla okuyucuya aktarılmasıdır. Bu işi gerçekleştiren profesyoneller foto muhabirleri ya da bir başka deyişle haber fotoğrafçılarıdır. Haber fotoğrafçıları toplum adına tanıklık yaparlar. Kendi çağlarının görüntülü kayıtlarını tutarak tarihe not düşerler. Haber fotoğrafçıları, haber alma hakkına sahip olanlar adına tanıklık ettiklerini, fotoğrafik olanaklar bağlamında aktaran habercilerdir. Haber fotoğrafının bir iletişim aracı olarak habercilikte doğru kullanılabilmesi için her şeyden önce foto muhabiri tarafından amacına uygun üretilmelidir. Foto muhabiri, deneyimlediği gerçekliğin fotoğrafik aktarımını amacına uygun yapabilmek için, aktardığı gerçekliğe habercilik çerçevesinde içtenlikle bağlı kalmalı ve uygun fotoğrafı başarabilecek teknik bilgi ve beceri ile donanmış olmalıdır. Ürettiği fotoğrafın neyi, nasıl anlattığını, okuyucular tarafından nasıl okunacağını -anlaşılacağını- ve nasıl sonuçlar doğuracağını hiçbir zaman aklından çıkarmamalıdır. Haber fotoğrafının nitelikleri içerik, teknik ve estetik nitelikler olarak üç ana başlık altında toplanabilir. Haber fotoğrafının içeriğini, ne gösterdiği belirler. Haber fotoğrafının gösterdiğine bağlı olarak da mesajı oluşur. Bu yüzden haber fotoğrafının en önemli ve olmazsa olmaz niteliği içeriktir. Teknik ve estetik nitelikleri destekleyici niteliktedir.



Haber Fotoğrafı üretim ve uygulama sürecini betimlemek.

Haber fotoğrafı üretim süreci diğer birçok üretim sürecinde olduğu gibi belli sınırlılıklar içerisinde gerçekleşmek zorundadır. Bu sınırlılıkları genel olarak habercilik ve özel olarak fotografik üretimin nitelikleri belirler. Bu sınırlılıklar; sorumluluk, zamansal ve mekânsal boyut sınırı, çalıştığı kurumun yayın politikası, tekrar şansının olmaması, içgüdü, kalabalık çalışma ortamları, zaman, konu alanının çeşitliği ve bağımlılık olarak sıralanabilir.

Haber fotoğrafının üretim süreci bir haber için fotoğraf çekilme kararı ve fotoğrafçının belirlenmesiyle başlar. Habere gitmeden önce yapılması gereken ön hazırlıklar gerçekleştirilir. Fotoğrafçının habere gidip çekimi gerçekleştirmesiyle devam eder. Fotomuhabiri habere zamanında ulaşmalıdır. Fotomuhabiri bir yandan doğru donanım kullanılarak koşullara fotografik açıdan uyum sağlamaya çalışırken, öte yandan koşulları iyileştirmeye çalışır. Gerçekleştirilen çekimde elde edilen fotoğrafların haber merkezine ulaştırılması ve editörlük sürecinden geçmesi izleyen aşamalardır. Editörlük sürecinden sonra baskıya hazırlanması ve sayfa tasarımı aşaması gelir. Baskı aşamasına sorunsuz olarak gelindiğinde haber fotoğraf üretim süreci sona erer. Son ana kadar çıkabilecek sorunlar geri dönerek çözülmeye çalışılır.

Fotoğraf editörlüğü haber fotoğrafı üretim sürecinin en önemli unsurlarındandır. Haber fotoğrafı üretim sürecinin yönetim ve organizasyonu fotoğraf editörlerinde olması gerekir. Üretim sürecinin tüm aşamalarında dolaylı ya da dolaysız olarak fotoğraf editörü vardır. Foto muhabirlerini fotoğraf editörü yönlendirir. Tüm süreci izler, foto muhabirinin kurum içinde ve kurum dışında işini kolaylaştırır, verimini artırır. Deneyimli ve dikkatli bir göz olarak en iyi fotoğrafı belirleme sorumluluğu ondadır. Bu süreçte hem foto muhabiriyle hem de kurum içinde fotoğrafı göndereceği birim ve kişilerle iletişim kurar. Çalıştığı kurumun kendi foto muhabirlerinin ürettikleri dışındaki fotoğraf kaynaklarını da fotoğraf editörü yönetir.



Etik açıdan Haber Fotoğrafçılığı'nı açıklamak.

Etik, konusu ahlak olan felsefe dalıdır. Etik başlığı altında genel olarak insanların özgürce yaptıkları seçimlerin ahlak açısından sorgulandığını söyleyebiliriz. İnsanların seçim hakkı, şansı veya olanağı olmayan konulardaki karar ve davranışları etiğin konusu dışındadır. Haber fotoğrafçılığını etik açıdan değerlendirebilmek için, ilk adımda haber fotoğrafını belirleyen seçimlerin özgürce yapılıp yapılamadığına bakmak gerekir. Doğal olarak kabul etmek gerekir ki, büsbütün bir özgürlükten ya da tam bir esaretten söz edilebilecek durumlar çok azdır. İkinci adım olarak, özgürlüklerin kim tarafından, ne oranda ve ne şekilde kısıtlandığı belirlenmelidir. Habercilik meslek ahlakı tartışmaları içerisinde haber fotoğrafçılığı çok yaygın yer tutmaktadır. Felsefe tarihine bakıldığında farklı etik önermeler olduğu görülmektedir. Burada önemli olan, etik tartışmaların, haber fotoğrafı üretim sürecine taraf olan bireylerin, mesleki oluşumların, uzmanların ve toplumun gündeminden düşmeden kesintisiz olarak canlı tutulmasıdır. Bunun için etik tartışmalar, bütün tarafları özgün yanıtlar vermeye zorunlu bırakacak şekilde ortaya atılmalıdır. Etik konusunda, her durumda kesin doğru seçimi gösterecek bir formülü ele geçirme çabası, gerçek yaşamda karşılıksız kalacaktır. Ancak içtenlikle etik davranmaya çabalayan birey, doğruyu sezme konusunda çok az yanılacaktır. Haber fotoğraf etiği ile ilgili konular; nesnellik, kurbanların fotoğraflanması, fotoğraf seçimi, manipülasyon, özel yaşamın sınırları, hediye kabul etmek olarak sıralanabilir.

Kendimizi Sınayalım

1. Fotoğrafın, daha önce basında kullanılan görsel malzemelerden **en önemli** farkı aşağıdakilerden hangisidir?
 - a. Baskı kalitesinin daha yüksek olması
 - b. Daha kullanışlı olması
 - c. İstendiği kadar çoğaltılabilmesi
 - d. Belge ve kanıt olması
 - e. Renkli olarak basılabilmesi
2. Basında **ilk kez** fotoğraf kullanımı sırasında hangi baskı tekniğinden yararlanılmıştır?
 - a. Litografi
 - b. Halftone
 - c. Serigrafi
 - d. Ofset
 - e. Tifdruk
3. Haber fotoğrafçılığı uygulamalarına önemli kolaylık getiren ve 35 mm sinema filmini kullanan **ilk** fotoğraf makinesi ne zaman piyasaya çıkmıştır?
 - a. 1880 lerin başı
 - b. 1900 lerin başı
 - c. 1920 lerin ortası
 - d. 1950 lerin sonu
 - e. 1960 ların ortası
4. Haber fotoğrafçılığının önemli kilometre taşlarından biri olan fotoröportaj **ilk** nerede başlamıştır?
 - a. İngiltere
 - b. İspanya
 - c. Rusya
 - d. İtalya
 - e. Almanya
5. Haber fotoğrafçılığında mükemmeliyetçi fotoğraf anlayışının temsilcisi olarak görülen fotoğrafçı kimdir?
 - a. Robert Capa
 - b. Henri Cartier-Bresson
 - c. Felix H. Man
 - d. Dr. Erich Salomon
 - e. Gökşin Sipahioğlu
6. Haber fotoğrafının **en önemli** amacı aşağıdakilerden hangisidir?
 - a. Haberi aktarmak
 - b. Haberi görselleştirmek
 - c. Sayfa tasarımını rahatlatmak
 - d. İlgi çekmek
 - e. Okunurluğu arttırmak
7. Haber fotoğrafının olmazsa olmaz niteliği hangisidir?
 - a. Netlik
 - b. Estetik
 - c. İçerik
 - d. Teknik
 - e. Sadelik
8. Haber fotoğrafı üretim sürecinin yönetim ve organizasyonu kim tarafından yapılmalıdır?
 - a. Fotomuhabirinin kendisi
 - b. En deneyimli fotomuhabiri
 - c. Kurumun haber merkezi
 - d. Fotoğraf editörü
 - e. Haber müdürü
9. Haber fotoğrafçılığının etik açıdan sorgulanabilmesinin önkoşulu aşağıdakilerden hangisidir?
 - a. Ne kadar özgür koşullarda gerçekleştirildiğinin bilinmesi
 - b. Etik yaklaşım türünün belirlenmesi
 - c. Sorgulama yetkisinin kabul görmesi
 - d. Haber fotoğrafçılığı yapması
 - e. Konunun taraflarıyla iletişim kurmuş olması
10. Haber fotoğrafçılığında özel yaşamın sınırları, aşağıdakilerin hangisine bağlı olarak zorlanmasında etik sınıra **yoktur**?
 - a. Çalıştığı kurumun yayın politikası
 - b. Kalabalık çalışma ortamları
 - c. Kamu yararı
 - d. Editör
 - e. İçgüdü

Okuma Parçası

Foto muhabirleri dışarıdan bakıldığında, çok gezen, fotoğraf gibi zevkli bir işle uğraşan, hatta hobisini meslek olarak yapma fırsatı yakalamış şanslı insanlar olarak algılanır. Bu algılama aslında kısmen doğru olmakla birlikte foto muhabirliğini tam olarak anlamaya yetmez. Haber fotoğrafı en az haber metni kadar sorumluluk gerektirir. İyi çalışılmış bir fotoğraf, hemen her zaman, iyi çalışılmış bir yazıdan daha farklı, belki daha çok şey anlatabilir düşüncesinin genel kabul gördüğünü söyleyebiliriz. Son yıllarda internet sitelerinde ve televizyon kanallarında, fotoğraf galerilerinin veya güncel olaylara ait fotoğrafların kullanıldığı sunum biçimlerini bu yüzden sıklıkla görüyoruz. Yaygın ifadesiyle bunlara “konuşan fotoğraflar” denmektedir.

Bir foto muhabiri olarak tarihe not düşmüş bir fotoğrafım var mı bilmiyorum. Ancak habercilikte güncel haberlerden çıkan ve tarihe not düşmüş pek yazı olmadığını, öte yandan güncel olaylardan çıkan ve tarihe not düşmüş çok sayıda fotoğrafın ise olduğunu düşünüyorum. Elbette röportajları ve araştırma haberleri bu değerlendirmenin dışında tutuyorum.

Foto muhabiri, yelekli, bir iki fotoğraf makineli, görüntü peşinde koşan bir avareden çok daha fazlasıdır. Fotoğraf makinesi foto muhabirinin kalemidir ve bu kalemi avarelikle hiç örtüşmeyen bir disiplin, titizlik, duyarlılık ve sabırla kullanır. Bizler birkaç salise için saatlerce bekleriz.

1996 yılında, ünlü Susurluk Kazası'ndan sonra dönemin liderlerinden bir tanesi, o dönemdeki adıyla Devlet Güvenlik Mahkemesi'nde ifade verecekti. Türk basınında çalışıyordum ve bu haber için bir gün önceden görevlendirildim. Ertesi gün alacağım pozisyonun açısını kontrol için hemen olay yerine gittim. Yakındaki bir binanın konumu tam aradığım gibiydi. Binaya girip benim istediğim açıya uygun kadın yetkilileriyle görüştüm ve ertesi gün sabah 7'de bana uygun noktaya konuşlanmam konusunda sözleştik. Sabah tam sözleştiğimiz saatte gece görevli olan güvenlikçi beni içeri aldı. Henüz bir saat geçmemişti ki, DGM çevresi habercilerle dolmaya başladı. Konumum tek kelimeyle kusursuzdu. Beklenen lider gelip arabasından adımını attıktan sonra en az üç dört metre yürüyecekti ve ben de yeterince fotoğraf çekebilecektim. Tek sorun liderin ne zaman geleceğinin bilinmemesiydi. Geliş saatini öğrenebilmek ise neredeyse imkânsızdı. Bu yüzden bulunduğum yerde bir keskin nişancı gibi beklemeye koyuldum. Saatler ilerliyordu ve başımı başka yöne bir an bile çevirmeden

bekliyordum. Aynı noktaya kilitlenmişim. Çünkü lider her an gelebilir ve ben fotoğrafı kaçırabilirdim. Tuvalette gitmek zorunda kalmamak için binadakilerin ikramlarını geri çeviriyor, açlığını bastırarak kadar basit şeylerle idare ediyordum. Hiç bir şeyden rahatsızlık duymuyordum, çünkü lider gelecekti ve ben fotoğrafımı çekecektim. Bu arada birkaç meslektaşım aynı kata gelmek istemiş ve bina yetkililerince geri çevrilmişti. Her şeyi önceden ayarlamış olmamın karşılığını görmüştüm. Böylece saatler geçti ve neredeyse akşamüzeri olmuştu. Birden birkaç koruma aracıyla birlikte liderin makam aracı DGM'nin önüne hızla yanaştı. Onca saat beklemenin sonucunu almama saniyeler kalmıştı. Korumalar liderin bulunduğu aracın kapısına yöneldi, bakaçtan izliyordum. Liderin ayağını gördüğümde her şeyim hazırdı netlik, net alan derinliği, atladığım hiçbir ayrıntı yoktu. Birden tüm görüntü karardı, lider gitmişti! Gözümü bakaçtan ayırıp ne oluyor diye baktığımda çılgık atmaya başladım. DGM'den çıkan uzun boylu yapılı bir kadın lideri görünce, liderle tam objektifimin arasında durup onu izlemişti. Bağırın sadece ben değildim. Ben bina da tek olduğu sanıyordum ama sabahın erken saatlerinden beri tüm katlar benim gibi habercilerle doluydu. Birbirine karışan çılgınlığımızı duyan kadın ne olduğunu bile anlamadan, hatta konunun kendisiyle ilgisini bile bilmeden anlamsız bir ifadeyle binaya baktı ve saatlerce beklediğimiz birkaç saniyelik fırsatımızı harca-yıp yoluna yürüdü. Liderin çıkışını bekleyip çekmekten başka çare yoktu ancak çılgınlıkları duyan korumalar gelip bütün binayı boşaltmıştı.

Tabii her zaman böyle olmaz. Bazen de şans sizden yanadır ve değerlendirilmesi gerekir. Bir gün Interpol tarafından aranan bir kişiyi polisler havalimanından arandığı ülkeye iade edeceklerdi. Uçağın hangi uçak olduğunu belirledik. Uçağın etrafında yer hizmetleri görevlileri her zamanki işlerini yapıyorlardı. Uçağın yakınına araçlar gidip geliyordu. Tele objektifimden izlemeye başladım. Sanığı tanı mıyordum. Yalnızca birkaç kez gazetelerde fotoğrafını görmüştüm. Ancak teslim edilecek bir sanık olduğu için polisler arasında getirilmesi gerekiyordu. Ne zaman geleceği ve hangi araçla getirileceğini bilmek ise imkânsızdı. Bu yüzden gözümü bakaçtan ayırmadan uçağı izlemeye başladım. Hiçbir aracın gelmediğini gördüğüm anlarda makineyi indirip kollarımı dinlendiriyordum. Yalnızdım. O dönemde cep telefonları da olmadığı için izlememi kesintiye uğratabilecek her şey benim denetimimdeydi. Gözümü bir an bi-

le uçaktan ayırmıyordum. Birden kırmızı bir otomobil uçağa yanaştı. Polis oldukları her hallerinden belli olan iki kişi uçaktan çıktı ve merdivenlerden inmeye başladı. Kırmızı otomobilden inen iki kişi ellerinde belgelerle uçaktan inenlerle konuşmaya başladı. Bu arada gelen bir başka otomobilden sanık indirildi ve teslim edildi. Tüm bunları bakaçtan gördüm. Elbette fotoğrafı da çektim. İş bitmişti. Havalimanından ayrılırken saate baktım. Yaklaşık altı saat geçmişti ve ben nasıl geçtiğini anlamamıştım. Bir foto muhabiri habere gittiğinde, hele istediği fotoğrafı çekebilmişse, geçirdiği zamanla ilgili hiç bir şey hissetmez.

Mustafa ÖZER
Fransız Haber Ajansı (AFP)
Foto Muhabiri

Kendimizi Sınayalım Yanıt Anahtarı

- | | |
|-------|--|
| 1. d | Yanıtınız yanlış ise “Bir Belge Olarak Haber Fotoğrafı ve Gerçeklik” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 2. b | Yanıtınız yanlış ise “Teknolojik Gelişmeler Bağlamında Haber Fotoğrafı” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 3. c | Yanıtınız yanlış ise “Teknolojik Gelişmeler Bağlamında Haber Fotoğrafı” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 4. e | Yanıtınız yanlış ise “Bir Uzmanlık Olarak Haber Fotoğrafçılığının Gelişimi” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 5. b | Yanıtınız yanlış ise “Bir Uzmanlık Olarak Haber Fotoğrafçılığının Gelişimi” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 6. a | Yanıtınız yanlış ise “Haber Fotoğrafı İletişim Aracıdır” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 7. c | Yanıtınız yanlış ise “Haber Fotoğrafının Nitelikleri” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 8. d | Yanıtınız yanlış ise “Haber Fotoğrafının Üretim Süreci” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 9. a | Yanıtınız yanlış ise “Haber Fotoğrafı ve Etik” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |
| 10. c | Yanıtınız yanlış ise “Haber Fotoğrafı ve Etik” konusunu yeniden gözden geçiriniz. |

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Kaydedilen fotoğrafik görüntünün nasıl bir görüntü olacağını belirleyen en önemli etkenlerden birisi kayıta kullanılan aracın yani fotoğraf makinesinin, niteliği olduğu için haber fotoğrafçılığında fotoğraf makinesi son derece önemlidir.

Sıra Sizde 2

Haber fotoğrafçılığının zamana karşı yarışı önce çekim aşamasında, sonra haber merkezine fotoğrafları ulaştırma aşamasında ve daha sonra sayfada yerini alana kadar geçen editörlük ve sayfa tasarımı aşamalarında kendisini gösterir.

Sıra Sizde 3

Haber fotoğrafçılığının doğuşu olarak gösterilebilecek olaylar haber fotoğrafçılığını belirleyen en önemli “ilk”ler şeklinde sıralanabilir. Bunlar; fotoğrafın basılı medyada ilk kez tıpkıbasımının gerçekleştirilmesi, ilk kez elektrik telleriyle aktarılması, ilk 35 mm. fotoğraf makinesi, ilk fotoröportaj olarak kabul edilebilir.

Sıra Sizde 4

Haber fotoğrafçısında olması beklenen nitelikler aşağıdaki maddelerle özetlenebilir.

- Fotoğrafın teknik bilgisine ve bu bilgiyi uygulayabilme becerisine sahip olmak.
- Fotoğrafa özgü anlatım dilini kullanabilme bilgi ve becerisine sahip olmak.
- Habercilik bilinciyle, haber unsuru olarak fotoğraf üretme yetisine sahip olmak.

Sıra Sizde 5

Haber fotoğrafı, haberinin metni gibi haberi aktaran bir unsurdur. Önemli bir fark olarak haber fotoğrafı, haberin yazılı olarak değil de, görüntülü olarak kodlanmış ve aktarılan unsurdur. Haber fotoğrafı da haberin metni gibi haberini açıklar. Bunun yanında haberine dikkat çeker, haberini okutur ve haberini kanıtlar.

Sıra Sizde 6

Fotoğrafın kesin olarak; nesnelerin, fotoğrafın oluşturulduğu anda, orada, o şekilde var olduğunu gösterebilmektedir. Bununla birlikte gösterdiği nesnelerin kendilerinin bulunmadığı yer ve zamanlarda o nesnelerle ilgili azımsanamayacak düzeyde görsel bilgi aktarabilmektedir. Fotoğrafın sunduğu bu olanak habercilikte kullanılmasının temel nedenidir.

Sıra Sizde 7

İçerik, teknik ve estetik nitelikler, haber fotoğrafının üç temel niteliği olarak kabul edilebilir. Haber fotoğrafının olmazsa olmaz niteliği içeriktir. Fotoğrafın içeriği habere, haberciliğe uygun değil ise diğer nitelikleri anlamını yitirir. Diğer nitelikler içerik doğru olduğu durumda fotoğrafa artı değer katarlar.

Sıra Sizde 8

İnsanların seçim hakkı, şansı veya olanağı olmayan konulardaki karar ve davranışları etigin konusu dışındadır.

Sıra Sizde 9

Habercilik etiğinde genel olarak habercilik konu edilmektedir. Ancak bu genel çerçevede haber fotoğrafçılığı ile ilgili alt başlıklara rastlansa da, özellikle fotoğrafın kendi niteliklerinden ve haber fotoğraf üretim sürecinin doğasından kaynaklanan etik sorunlar yeterince irdelenmemektedir.

Yararlanılan Kaynaklar

- Arıcan, M. Z. (2004) **Haber Fotoğrafını Oluşturan Öğeler ve Türkiye Ulusal Basınında Gazete Haber Fotoğraflarının Seçim Ölçütlerinin Belirlenmesi ve Değerlendirilmesine Yönelik bir Uygulama**. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Buell, Hal. (1999). **Moments The Pulitzer Winning Photographs A Visual Chronicle of Our Time**. Budapest: Könemann, Kossuth Printing House Co.
- Derman, İhsan. (1989). **Fotoğraf ve Gerçeklik**. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Freund, Gisèle. (2006). **Fotoğraf ve Toplum**. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Frizot, Michel. (1998). **A New History of Photograph**. Ed.: Michel Frizot. Milan: Könemann.
- Goldberg, Vicki. (1993). **The Power of Photography**. New York: Abbeville Publishing Group.
- Jeffrey, Ian. (1981). **Photography A Concise History**. London: Thames and Hudson
- Lester, P. M. (1990). **NPPA Special Report: The Ethics of Photojournalism**. Ed.: Paul Martin Lester. Durham: National Press Photographers Association Yayını.
- Newhall, Beaumont. (1993). **The History of Photography**. 5. Basım. New York: The Museum of Modern Art.
- Whelan, Richard. (2007). **This is War! Robert Capa at Work**. New York: International Center of Photography yayını.
- http://www.ap.org/pages/about/history/history_second.html (16.03.2009)
- <http://www.fotomuhabiri.com/etik/nppaetik.html> (13.04.2009)
- <http://en.wikipedia.org/wiki/Photojournalism> (25.03.2009)
- http://en.wikipedia.org/wiki/File:Illustrated_London_News_-_front_page_-_first_edition.jpg (25.03.2009)
- <http://www.zonezero.com/magazine/articles/alterred/alterred.html> (13.04.2009)

8

Amaçlarımız

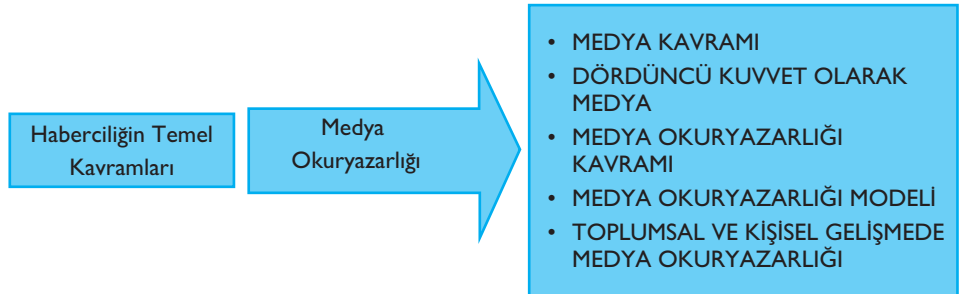
Bu üniteyi tamamladıktan sonra;

- Medyanın tanımını, kapsamını, amacını ve işlemlerini açıklayabilecek,
- Dördüncü kuvvet olarak medyanın önemini betimleyebilecek,
- Medya okuryazarlığını betimleyebilecek,
- Medya okuryazarlığı ile ilgili modeli açıklayabilecek,
- Toplumsal ve kişisel gelişimde medya okuryazarlığını açıklayabilecek bilgi ve becerileri kazanabileceksiniz.

Anahtar Kavramlar

- Bilgi ve Teknoloji
- Eğitim
- Kitle İletişim Araçları ve Medya
- Medya Eğitimi
- Medya Okuryazarlığı
- Medya Okuryazarlığı Modelleri
- Medya Okuryazarlığı ve Demokratikleşme
- Medya Okuryazarlığının Gelişimi
- Medya Okuryazarlığının Önemi
- Medyada Çeşitlilikler Farklılıklar

İçindekiler



Medya Okuryazarlığı

MEDYA KAVRAMI

Medya kavramının ne olduğu ele alınmadan önce iletişim ve kitle iletişim kavramlarının ne olduğunu kısaca ele almak gerekir. Günümüze de damgasını vuran iletişim kavramının gücü nereden kaynaklanmaktadır sorusuna cevap aranırken karşımıza bir başka soru daha çıkmaktadır. Gerçekte iletişimin özünde böyle bir güç var mıdır, yoksa bu gücü insanlar mı yaratmaktadır? Bu sorunsala doğru cevap bulabilmek için iletişimin çeşitli tanımlarına bakmak yerinde olacaktır.

İletişim kısaca ileti alışverişi olarak tanımlanabilir. Başka bir söyleyişle, kişilerin belirli bilgilere, düşüncelere ve tutumlara sahip olması amacıyla bu düşünce ve duyguların kişilere aktarımıdır. Düşünce ve tutumların aktarılmasıyla oluşan bilgi, belirli bir insan topluluğu içinde benzeşme ve birlik taşıyan bir ortaklık yaratmaktadır.(Kaya, 1985)

İletişim üretilmiş bilginin etkileşim halindeki taraflar arasında paylaşım sürecidir. (Doğan, 1998) Bu paylaşım, sistemi oluşturan iki farklı taraf arasında bilgi akışı ve alışverişi ile gerçekleşir. İletişim bu açıdan ele alındığında, iletişim sadece insanlar arasında değil, insanın etkileşim içinde olduğu diğer canlılar ile makineleri de içine alan bir süreçtir.

Bugün insanlar başkalarıyla birebir iletişim içinde bulunmalarının yanında, okur veya seyirci bağlamında da iletişimin tarafıdırlar. Haberin, bilginin ve kültürün insan topluluklarına ulaştırılması başka bir söyleyişle **kitle iletişimi** söz konusudur. Kitlelere ulaşmak gerektiğinde ise ileti kadar önemli bir diğer unsur; iletiyi aktaran, yayan ve dağıtan araç ve tekniklere de ihtiyaç duyulmaktadır. Televizyonun içeriği haberler, haber programları haberlerin içeriği olayların aktarıldığı yazılı metinler, yazılı metinlerin içeriği ise söz ve sözlü anlatımlardan oluşmaktadır.(Doğan, 1998) Örneğin; bir filmi çok sayıda kişi izlemekte ancak aynı film farklı kişilerde farklı izlenimler bırakmaktadır. Film aynı olmasına rağmen farklı kişiler tarafından farklı şekillerde algılanması, diğer bir ifade ile farklı mesajların alınması diğer iletişim araçları için de söz konusu olmaktadır. Bu konu bu ünite de “medya okuryazarlığı” kapsamında incelenecektir.

Kitle iletişimi: Gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi izleyici kitlelerine ulaşmak için tasarlanmış iletişim biçimleri kitle iletişim araçlarına örneklerdir.

Bireylere yönelik; habercilik, toplumsallaştırma, tartışma, eğitim, kültür, eğlence, uyarma ve bütünleştirme gibi temel toplumsal işlevleri yerine getiren iletişim devrimi, teknolojik olarak sorunlar üretmektedir. Toplumsal işlevleri açısından iletişim ve iletişim araçları kendi başlarına “iyi” veya “kötü” kavramları ile adlandırılmamalıdır. Bu araçlar tarafsız olmadıkları için tehlikeli hale gelebilirler. Siyasal bir araç, ekonomik olarak güç, eğitici rolü üstlenen iletişim, ulusların kültürleri üzerinde de yozlaştırıcı etkiye sahip olabilirler. Olayın teknoloji boyutu ele alındığında, teknoloji gittikçe karmaşıklaşmakta ve pahalılaşmakta dolayısıyla uluslararası iletişim ve araçlarından yararlanma olanakları eşit dağılmamaktadır. Ayrıca ülkelerin kendi içlerinde de iletişim süreçlerini ve araçlarını kullananlar arasında aynı kullanım farklılıkları söz konusu olmaktadır. Ülkelerin gelişmişlik dereceleri farklı olduğundan ve gelecekte de böyle olacağından, ayrıca iletişim araçlarında her gün ortaya çıkan yenilik ve gelişmeler bu sorunun daha uzun bir süre yaşanacağını bir kanıttır.

Medya dilimize İngilizceden geçmiş bir kelimedir. Türk Dil Kurumu, Büyük Türkçe Sözlük’te medya “Büyük iletişim ve yayın organlarının bütününe verilen ad” olarak tanımlanmaktadır. Medya, eğlence, haber ve bilgi iletişimi, reklam tanıtım mesajları gibi çok farklı fonksiyonlara hizmet eden iletişim kanalları olarak da tanımlanmaktadır. Tüm bu iletişim kanalları ile mesaj kaynağından alıcıya ulaşmaktadır.

Gelişen teknoloji ile birlikte medya, çok farklı ve çok çeşitli yapılar kazanmış ve günümüzde de tartışılan kavramsal karmaşanın en çok yaşandığı alanlardan biri olmuştur. Günümüzdeki gelişmeler ile birlikte çok fazla sayıda medya aracı ile karşılaşmaktayız. Bunlardan bazıları; gazeteler, kitaplar, dergiler, sinema filmleri, radyo, tiyatro, televizyon, video kaydedicileri, kasetçalarlar, video oyunları ve internettir. Tüm bu araçların ortak özelliği bir mesaj taşıması ve iletmesidir. İnsanlar günlük hayatlarında bu iletişim araçlarının birçoğu ile karşılaşmaktadırlar. Bazen bunların farkına varırken, bazen de farkına varmamaktadırlar. Örneğin; sabah kalktığımızda gazetemizi okuruz ve/veya televizyonumuzu açarız. Kahvaltımızı yaptıktan sonra, arabamıza bindiğimizde arabanın radyosunu açar haber veya müzik dinleriz. Kırmızı ışıkta durduğumuzda etrafımıza baktığımızda, çeşitli reklamlar ya da ilanlar görürüz. İşyerine geldiğimizde bilgisayarımızı açar, evimize döndüğümüzde yine televizyon ve yine bilgisayarı açarız. Bu örnekleri günlük hayatınızda çoğaltmanız olanaklıdır. Örnekte de görüldüğü gibi, insanın çevresinde çok sayıda medya aracı ve bu medya araçlarından verilen çok sayıda mesaj bulunmaktadır. Konu ile ilgili olarak medya eleştirmeni Marshall Mc Luhan’ın sorduğu soru “balık ıslak olduğunu biliyor mudur sorusudur”. Bunun cevabı ise büyük ihtimalle hayırdır. Balık suyun içerisinde yüzmesine rağmen, içinde yüzdüğü su kitlesinin deniz mi, okyanus mu yoksa göl mü olduğuyla ya da suyun ona ne kazandırdığı, su olmadan yaşayıp yaşamayacağı ile ilgilenmez. Tüm bu olaylardan, mesajların bazılarının çoğu zaman farkına varılamadığı gerçeği ile karşılaşılmaktadır. Bu araçların eksikliği, ancak onların olmadığı ortamlarda anlaşılabilmektedir.

DÖRDÜNCÜ KUVVET OLARAK MEDYA

Kavramsal anlamda çok boyutlu bir yapı olan medya, matbaanın keşfi ile çok hızlı bir gelişme göstermiştir. Matbaayla birlikte medyanın temel yapı taşlarından biri olan basılı malzemeler (özellikle gazeteler) çok hızlı bir şekilde artmış ve kitlelere ulaşmıştır. 1900'lü yıllarda radyo ve televizyonun da medya ailesine katılmasıyla birlikte, medya yeni bir bakış açısı kazanmış ve kendisine ekonomik ve politik çevrede de yer edinmiş ve bu yeri gittikçe sağlamlaştırmış ve devletler için önemli bir güç olmaya başlamıştır. Bu gelişmeler basın özgürlüğü ve ifade özgürlüğü kavramlarını gündeme getirmiştir. Teokratik ülkelerde sıklıkla karşılaşılan sansür olayları, demokratikleşmede önemli bir adım olmuş; demokratik toplumların baskılarında sansür tamamen kaldırılmış veya kaldırılmaya çalışılmaktadır. Gelişen teknoloji sadece yeni medya araçları oluşmasını sağlamamış, mevcut bulunan medya araçlarının da gelişmesini sağlamıştır. Türkiye' de ilk kez Milliyet Gazetesi 26 Kasım 1996'da internet gazeteciliği uygulaması başlatmış, bu uygulamayı diğer yayın kuruluşları izlemişlerdir. Bu uygulama gazeteciliğe yeni bir boyut kazandırmış ve internet gazeteciliğini ortaya çıkarmıştır. Teknolojideki bu gelişmeler ile birlikte çok güçlenen medyada kontrol ve denetim sorunu gündeme gelmiş ve konu sürekli olarak tartışılır olmuş ve olmaktadır. Bu kadar geniş bir yelpazeye yayılan ve belirgin bir güç halindeki medyanın kontrolü de günden güne güçleşmektedir.

Günümüzde Dünya ve Türkiye' deki büyük medya sahipleri maddi açıdan oldukça güçlü ve toplum üzerinde etkili kişiler olduklarından siyasette de etkili olabilmektedirler. Bunun temel nedenlerinden biri de medyanın insanları etkileme ve yönlendirme gücüdür. Örneğin; bugün her evde en azından bir televizyon olduğu düşünüldüğünde, televizyondaki herhangi bir programı farklı gelir düzeyindeki ve sosyal gruplardaki kişiler izlemektedir. Televizyonun markası değişse bile, izlenilen program aynı olacaktır. 2000' li yıllardan itibaren medya teknolojisindeki gelişmelerin önderliğinde çok daha farklı bir alan olarak "internet" kullanımı yaygınlaşmıştır. WorldWideWeb sayesinde dünyanın herhangi bir yerinde yaşayan bir kişi, yine dünyanın herhangi bir yerindeki siteye kolaylıkla erişebilmektedir. Başlangıçta sınırlı sayıdaki kullanıcının kullanabildiği bu teknoloji, teknolojideki hızlı gelişme sayesinde kolay erişilebilir bir hale gelmiş ve insanlar için günlük kullanımda vazgeçilemez araçlardan biri olmuştur. Tüm bu gelişmeler medyanın ilettiği mesajları algılama sorununu gündeme getirmiş ve medya **okuryazarlığının** önemi artmış ve bundan sonra da artarak devam edecektir. Gelişen ve günden güne değişen medyada, farkında olarak veya olmayarak kitle iletişim araçları yardımıyla hedef kitleye gelen milyonlarca mesaj, bu mesajların algılanması ve seçilmesinde medya okuryazarlığı, kişilere farklı bakış açıları, araştırmacı bir yapı ile mesajları eleayarak seçebilme becerileri kazandıracaktır.

Okuryazar : Okuması yazması olan, öğrenim görmüş kişi.

MEDYA OKURYAZARLIĞI KAVRAMI

Medya okuryazarlığı, medya mesajlarına ulaşma, bunları analiz edebilme, değerlendirebilme ve bunların iletilmesi olarak tanımlanmaktadır.(Yates, 1999) Bu tanımdaki unsurlar dört başlık altında ele alınmaktadır. Bunlar; ulaşma, analiz etme, değerlendirme ve iletmedir. Bu unsurları ele almadan önce medya okuryazarlığının bilişsel, duygusal, estetik ve ahlaki boyutları üzerinde durmakta yarar vardır. Medya okuryazarlığı ile ilgili ortak özellikler şu başlıklar altında ele alınmaktadır. (Önal, 2007)

- Çeşitli biçimlerdeki yazılı - basılı, görsel, işitsel, elektronik ortamlardaki iletilere erişmek,
- Medya iletilerini anlamak ve değerlendirmek için gereken bilgi birikimine sahip olmak,
- Medyayı etkin ve akılcı biçimde kullanmak,
- Medya olarak bilinen bilgi kaynaklarını tanımak, değerlendirmek ve gerektiği kadar yararlanmak,
- Farklı kaynaklardan gelen bilginin doğruluğunu değerlendirmek,
- Medyanın kişilerin ve toplumun düşünceleri, davranışları ve değerleri üzerindeki etkisinin bilincinde olmak,
- Medya kanalları yoluyla toplumla etkili iletişim kurmak,
- Gereken tepkileri vererek bilginin bilinçli ve doğru üretilmesini sağlamak ve
- Fikir üretmekle kalmayıp düşünceleri iletme kapasitesine sahip olmaktır.

Tanımlardaki bu özellikler dikkate alındığında bir kişinin mükemmel derecede medya okuryazarı olduğunu veya olmadığını söylemek olanaklı değildir. Medya okuryazarlığı sürekli geliştirilebilir bir alandır. Medya okuryazarlığı denildiğinde ele alınması gereken bir diğer konu da, medya okuryazarlığının çok boyutlu olduğudur. Medya okuryazarlığının bilişsel, duygusal, estetik ve ahlaki boyutları vardır. Bir gazete veya bir dergide yer alan bir makale bilgi kaynağıdır. Bu sadece bir çeşit **bilişsel** makale örneğidir. Medya okuryazarlığı ile bilgi edinilir, belli bir konuda altyapı oluşturulur. Medya okuryazarlığının boyutlarının her biri farklı alanları anlamaya odaklanır. Bilişsel boyut, zamanlar, isimler ve tanımlamalar gibi konuları içerirken; duygusal boyut, aşk, nefret, hiddet ve mutluluk gibi hislerle ilgilidir. Estetik boyut ise, medyada yeralan mesajların nasıl üretildiği hakkında bilgi içerir. Bu da bize hangi yazar en iyi, kim en iyi dansçı, kim en iyi boksör gibi konularda bilgi verir ve yargı sahibi olunmasını sağlar.

Değerler hakkında bilgi içeren ahlaki boyut ise, ruh halinin, vicdan duygularının ne yönde olduğuyla ilgilidir. Örneğin; bir film izlerken ya da bir roman okurken onları ahlaki boyuta göre yargılar ve düşünürüz. Bir karakter ya iyilikten ya da kötülükten yanadır.(Potter.W.James Medya Literacy p:25)

Bilişsel: Bilişle ilgili, zekânın işleyişiyle ilgili olan.

SIRA SİZDE



2

Medya okuryazarlığının bilişsel, duygusal, estetik ve ahlaki boyutları ile ifade edilen nedir?

Ulaşma

İletişim araçlarına ulaşımının zorluğu medya okuryazarlığının unsurlarından biridir. Teknolojide ve ulaşımında yaşanan tüm gelişmelere rağmen kitle iletişim araçlarına ulaşmada(erişimde) bazı zorluklardan bahsedilmektedir. Örneğin; bilgisayar kullanımının herkes için aynı ölçüde kolay olmaması, kullanılan bilgisayarların donanımlarının gerekli işlemler için yetersiz olması ya da uydu kanallarının artmasıyla birçok kanalın televizyonlara girmesi ve alt yazı olmadan değişik dillerde yayın yapan kanalların televizyonda izlenebilirliği de sınırlılıklar olarak karşımıza çıkmış ve medya okuryazarlığı konusunu gündeme tekrar taşımıştır. Yazılı ve görsel medya bu konuda biraz daha şanslıdır. Örneğin; National Geographic gibi uluslararası yayımlar farklı dillerde de yayınlanabilmekte ve çok farklı toplumlara ulaşabilmektedir. İnternet kullanımı durumunda da benzer sorunlarla karşılaşmaktadır. Örneğin bazı sitelerde sayfaların bazı dillere çevrilmesi olanaklıdır. Ancak, bu dillerden hiçbirini bilmeyen kişi için sayfada yer alan bilgi içerik olarak anlaşılamaz ve ulaşamaz olacaktır.

Analiz

İletişim araçlarına ulaşılmasından sonra, medya okuryazarlığı ile ilgili ikinci unsur olarak analiz etme karşımıza çıkmaktadır. Analiz, makalenin ya da bir haberin içeriğini doğru anlama ve analiz edebilme yeteneğidir. Haberin, makalenin ya da reklamın neyi gösterdiği, ana temasının ne olduğu, ne verdiği ve amacının ne olduğunu doğru algılayabilmek analiz kapsamında değerlendirilir. Analiz etme, medyanın etkili kullanımı için analitik düşünme adına bir başlangıçtır.

Değerlendirme

Medya okuryazarlığı için önemli adımlardan biri de değerlendirmedir. Örneğin; internette herhangi bir konuda araştırma yapan bir kişi, sınırsız olan kaynaklar içinde boğulmaktadır. Sosyal, kültürel, ekonomik, politik ve tarihsel içerikli konular üreten medyada eleştirel değerlendirme yapabilmek için iyi bir bilgi altyapısına sahip olmak gerekir. Bu nedenle içerik değerlendirmesi yapabilmek kolay bir iş değildir. Bilginin çok ve bu bilgilere erişimin kolay olduğu çağımızda değerlendirme yapmak çok daha güçleşmektedir.

İçerik Yaratma ve Medya Araçlarıyla İletişime Geçme

Genellikle bireyler, medyadaki haberleri ya da genel anlamıyla iletişim araçlarında yer alan mesajları alan kişiler, diğer bir ifade ile mesajları gönderen kişi değildirler. Yazılı basın, sesli ve görsel medya okuryazarlığı tarihi incelendiğinde, çıkar grupları arasındaki mücadele insanların kendi düşüncelerini ifade etmeleri sonucunu doğurmuştur. Bu adımda önemli nokta, gelişen teknolojilerde içerik yaratmanın hiç olmadığı kadar kolay olmasıdır. Çünkü mesaj alımı ve gönderimi aynı kanaldan sağlanmaktadır. Gelişen teknolojiyle web kameralarının kullanılması, bilgisayarlara kamera ve mikrofonların eklenmesi insanların kendilerini anında ifade edebilmesine olanak sağlamaktadır. Örneğin bir televizyon kanalında hakkında konuşulan (haber yapılan) kişi televizyona doğrudan bağlanıp, olayın gelişimini açıklayabilir ve kendini savunabilir veya internet aracılığıyla televizyona bağlanıp canlı olarak görüntülenebilir.

Medya okuryazarlığının boyutlarını kavrayabilmek, mesajlara ulaşma, analiz, değerlendirme ve iletme işlevlerini yerine getirebilmek için bu alanda kişilerin eğitime gereksinim duyulmaktadır. Medya okuryazarlığı eğitimiyle kişilere kazandırılmak istenen temel beceriler şunlardır (Önal, 2007):

- Medya kapsamındaki bilgi kaynaklarını ve kanallarını özellikleriyle tanıma;
- Medya üretiminin temelinde yatan düşüncelerin ve değerlerin nasıl analiz edileceğini öğrenme;
- Medyanın isimler, tarihler, tanımlar ve ortamlarla ifade edilebilen gerçek olaylara dayalı bilgiyi ne denli kapsadığını inceleme;
- Medya kapsamında aşk, nefret, mutluluk ve kızgınlık gibi duyguların nasıl aktarılması gerektiğini anlatma;
- Göze ve kulağa hitap eden estetik ve sanatsal unsurların medya kapsamıyla nasıl bütünleştiğini değerlendirme;
- Edinilen bilgilere yönelik uygulamalar gerçekleştirme;
- Materyal üretim aşamalarını öğrenerek, düşünceleri gerektiğinde medya ortamlarında ifade etmedir.

Kişilere bu becerileri kazandıracak eğitimcilerin hangi konularda bilgi sahibi olmaları gerektiği bir diğer önemli konudur. Bu konular: (Önal, 2007)

- Bilgi kaynakları, medya ürünleri ve iletişim kanalları,
- Bilgi gereksinimlerini saptama ve gereksinimleri karşılama yöntemleri,
- Yayıncılık ve medya endüstrisi,
- Medyanın özellikleri ve etkileri,
- Medya ve bilgi yönetimi,
- Bilgi okuryazarlığı,
- Medya okuryazarlığı ve uygulamalar ve
- Medya üretim ve dağıtım çalışmalarıdır.

Bir Medya Akademisyeni olan Art Silverblatt' de medya okuryazarlığının yedi temel özelliği olduğunu belirtmiştir. Bu yedi karakter şu şekilde sıralanabilir:

- *Kişinin eleştirel düşünme yetenekleriyle medya içerikleri hakkında bağımsız yargılar verebilmesi ve bunu geliştirme.* Medya içerikleri ve medyada verilen mesajları eleştirel düşünme, medya okuryazarlığının temel özelliklerinden biridir.
- *Kitle iletişim araçlarının yöntemlerini anlama.* Kitle iletişim araçlarının bir-biriyle olan ilişkilerinin bilinmesi, bu araçların mesajları nasıl verdiği ve nasıl bize hizmet ettiklerini kavrayabiliriz.
- *Bireysel ve toplumsal olarak medya etkisinin farkında olma.* Çevremizde gelişen ve dünyada gelişen olaylar, üniversite öğrencileri notlarını hemen hemen her şeyi medya aracılığıyla öğrenmekte ve bu değişim dünyayı küresel bir köy haline getiren en önemli etkidir ve bu da medya aracılığı ile sağlanmaktadır. Bu nedenle medyadaki gelişimin ve ilerleyişin farkında olunması bir gerekliliktir.
- *Analiz stratejileri oluşturma ve medya mesajlarını tartışma.* Medyada verilen mesajdan anlam çıkarma oldukça önemlidir. Eğer bir anlam çıkarılamıyorsa, verilen mesajın sağlıklı kullanılması oldukça güçleşir.
- *Medya içeriğini bir yazıyı okur gibi anlama, kültürü ve yaşamı tanımayı sağlar.* Bir kültür ve o kültürün insanları ancak iletişim sayesinde öğrenilebilir.
- *Medyadan daha çok baz alma, daha çok şey anlama, anlaşılan medya mesajlarının seviyesini yükseltme ve daha değerli bir hale getirme.* Örneğin: Bir komedi programı izlenildiğinde kişiden beklenen gülmektir. Medya okuryazarlığı geliştirilerek, çok daha fazla gülüp, alt anlamlar çıkarılabilir.
- *Okuma ve yazma yeteneğinin geliştirilmesi.* Geleneksel okuryazarlık ile aynı zamanda hem okuyup hem de yazan insanlar ifade edilmektedir. Bu medya okuryazarlığı için de geçerlidir. Medya okuryazarlığı, bir mesajı anlayabilme, yorumlayabilme ve anladığını yazıya dökebilme becerisidir. Bir medya okuryazarı aynı zamanda izlediği, okuduğu, takip ettiği iletişim araçlarından aldığı iletileri kullanarak, yararlı medya mesajları yaratabilir. Bunun başarılabilmesi medya okuryazarlığı konusunda kişinin kendisini geliştirmesine bağlıdır.

Bu noktada ele alınması gereken bir diğer konu da teknolojinin medya okuryazarlığına olan etkisidir. Özellikle televizyon ve internetin yaygınlaşması, bilgisayar fiyatlarının düşmesi günümüzde herkesin kolayca etrafına sarabildiği bir medya ağı oluşturulmuştur Bundan kaçabilmek için Robinson Crouse olmamız gerekir ki, bu da neredeyse imkânsızdır. O halde yapabileceğimiz tek şey medya iletişim araçlarıyla mücadele edebilmek teknolojiyle gelişen medyaya yabancı kalmamak ve medyada verilen mesajları en doğru biçimde ele alıp, değerlendirip kendi lehimize kullanmaktır. Bunu başarabilmenin en kolay ve kesin yolu

medya okuryazarlığı yeteneklerinin geliştirilmesidir. Başlangıçta medya aracı olarak gazete ve kitaplar ön plandaydı ve medya okuryazarlığı geleneksel okuryazarlığın çok fazla dışına çıkamıyordu. Teknolojinin hızlı gelişimi, ilk yazılı basından günümüze okuryazarlık tarihi açısından da son teknolojik değişimler kırılma noktası olmuştur. Teknolojinin hızlı gelişimi aynı zamanda medya okuryazarlığı için yeni boyut kazandırmıştır. Medya okuryazarlığı yeni anlam ve kavram olarak açıklanmaya çalışılmaktadır. Başlangıçta sadece izlediği televizyon programındaki karakteri izleyen ve karakteri düşünen izleyici, teknolojinin yaygınlaşması ile birlikte yeni bir boyut kazanmıştır. Gelişen medya ve paralelinde gelişen medya okuryazarlığı ayrılmaz parçalardır.

MEDYA OKURYAZARLIĞI MODELİ

Medya okuryazarlık modeli dört ana faktör üzerinde durmaktadır. Modelin temelinde bilgi yapıları faktörü yer almaktadır. Bilgi yapıları bileşimi ikinci faktör olan kişisel anlam eşleştirme ve anlam yapılandırma için bilgi sağlar. Bu, bilgi işlemeye ilişkin kararların motive edildiği yerdir. Üçüncü faktör bilgi işleme araçları ile ilgili kişinin yetenekleri ve becerileridir. Dördüncü faktör ise, bilgi işleme görevleri akışı olarak ifade edilir. Bu dört faktör birlikte, etkileşimli olarak bir sistem içinde çalışır. Bu dört faktör aşağıda kısaca açıklanacaktır.

Bilgi Yapıları

Medya okuryazarlığının yapılandırılmasının temeli beş güçlü bilgi yapısı setidir. Temel bilgi yapıları; medya etkileri, medya içeriği, medya endüstrileri, gerçek dünya ve bireydir. Bilgi yapıları kişisel hafızada organize edilmiş bilgi birikimidir ve bilgi birikimleri kendiliğinden oluşmaz; bilgi birikimi dikkatli ve tam olarak oluşturulmalıdır. Bilginin kendisi, bilgi yapıları için en önemli unsurlardan biridir. Örneğin bir televizyon programını izlerken ya da bir müzik parçasını dinlerken sadece nedir sorusunun cevabını öğreniriz. Bu örnekte düşük düzeyde medya okuryazarlığından söz edilebilir. Daha çok edinilmesi beklenen ve gerekli bilgiler neden ve nasıl sorularının sorulması ile öğrenilebilir. Ancak, unutulmalıdır ki, neden ve nasıl sorularını sorabilmek için de nedir sorusunu sormak gerekir. Bilgi yapıları yeni medya mesajlarının anlaşılmasında veri sağlamaktadır. Medya okuryazarı olabilmek için farklı medya görüşlerinin neler olduğunu, herhangi bir konu ile ilgili bilgilerin neler olduğunu öğrenmek, anlamak ve değerlendirmek gereklidir.

Kişisel Anlam Eşleştirme ve Anlam Yapılandırma Çalışması

Kişisel anlam eşleştirme ve anlam yapılandırma, bilgi işleme görevlerinin yönetimine ilişkin bir kavramdır. Bu kavram hedeflerden ve girişimlerden oluşur. Hedefler, edinilen bilgiler artarken süzgeçten geçenler kişi tarafından belirlenenlerce şekillenir. Bu kavramın güçlü olmaması girişimciliğin az ve hedeflere ulaşmanın güç olduğunu gösterir. Bu durumda medya kontrolü sağlanmış olacaktır. Medya okuryazarı olmak için kişinin anlam eşleştirme ve anlam yapılandırmada her şeye hâkim olması beklenemez. Ancak, kişinin medya okuryazarlığını geliştirebilmesi için, anlam eşleştirme ve anlam yapılandırma çalışması yapması şarttır.

Beceri: Kişinin yatkınlık ve öğrenime bağlı olarak bir işi başarma ve bir işlemi amaca uygun olarak sonuçlandırma yeteneği iken; doğuştan gelen bir güç olarak da ifade edilen yetenek, bir kimsenin bir şeyi anlama veya yapabilme niteliği, kabiliyetidir.

Tümevarım: Tek tek olgulardan genel önerilere geçmek üzere izlenen düşünme ve inceleme yolu iken; tümdengelim, bir ya da bir kaç öncülden mantık yasalarına dayanılarak bir sonucun zorunlu olarak çıkacağına gösterilmesi ve bu sonucun doğruluğunun kanıtlanması amacıyla genelden özele vararak düşünme yoludur.

Yetenek ve Beceriler

Anlam eşleştirme ve anlam yapılandırma ile ilgili çabalardan sonra planların yönetilme ihtiyacı ortaya çıkacaktır. Bunları sağlayan araçlar yetenek ve **becerilerdir**. Birbirine çok yakın iki kavram olarak ortaya çıkan yetenek ve becerinin ne olduğunun ortaya konması gerekir. Yetenek erken yaşlarda öğrenilen şeylerdir ve daha sonra otomatik olarak uygulanır. Yetenek kişide ya vardır veya yoktur. Örneğin bir insan bir kelimeyi algılar ve hafızasındaki anlamı ile anlamlandırabilir. Bazılarının ise bu yeteneği yoktur. Beceri ise, insanların uygulama yaptıkça geliştirdikleri şeylerdir. Örneğin ilkokula giden bir çocuk kitap okudukça daha hızlı ve daha akıcı okumaya başlar. Beceri medya okuryazarlığı ile çok daha fazla ilgilidir. Medya okuryazarlığı için temel beceriler şu başlıklar altında ele alınabilir:

Analiz: Bir medya mesajını anlamlı parçalara bölmek.

Değerlendirme: Anlamlı parçaların değeri hakkın hüküm verebilme; hüküm vermek bazı kriterlere göre parçaları karşılaştırmaktır.

Gruplama: Birbiri ile ilgili olan ve olmayan elemanları belirlemek.

Tümevarım: Gruplandırılan parçalardan bir model oluşturmak.

Tümdengelim: Genel ilkeleri kullanarak belirli şeyleri açıklamak.

Sentez: Bütün parçaları yeni bir yapıda bir araya getirmek.

Özetleme: Mesajın en önemli noktasını anlatabilecek, açık anlaşılır bir özet oluşturmak. Yetenek ve beceriler kişilerin medya okuryazarı olabilmesinde oldukça önemlidir.

SIRA SİZDE



Medya okuryazarlığı modelinin faktörlerinden biri yetenek ve beceridir. Medya okuryazarlığı açısından yetenek ve beceri ile ifade edilen nedir?

Bilgi İşleme Görevleri

Bilgi işlemenin üç görevi vardır. Bunlar süzme (filtreleme), anlam eşleştirme ve anlam yapılandırmadır. Bu üç görev bilgi işleme sürecinde sırasıyla uygulanır. Bir mesaj süzme aşamasında ya yok sayılacak ya da işleme tabi tutulacaktır. İşleme tabi tutulan mesajlar için anlam eşleştirme ve anlam yapılandırma söz konusu olacaktır. Bu üç görev ile ilgili açıklamalar aşağıda kısaca verilmiştir.

Mesajların süzülmesi

Görev: Bu aşamada mesajda hangi konuya önem verileceği, hangi konunun gereksiz olduğunun kararlaştırılması

Hedef: Mesajda en yüksek fayda sağlayacak bilgilere odaklanmak, diğerlerini göz ardı etmek

Odaklanma: Çevredeki mesajlar

Anlam Eşleştirme

Görev: Temel yetenekleri kullanarak sembolleri tanımak ve yerleştirmek

Hedef: Önceden öğrenilen mesajlara etkin bir şekilde erişmek

Odaklanma: Mesajlardaki semboller

Anlam Yapılandırma

Görev: Anlam eşleştirmesinin ötesine geçmek için becerileri kullanmak, kişinin mesajın dışında daha fazla anlam yapılandırması yapması

Hedef: Bir mesajın anlamını birden çok bakış açısıyla açıklamak ve aradaki anlam farklarını tanımlamak, daha sonra birini seçmek veya birkaçına ilişkin sentez yapmak

Odaklanma: Kişinin sahip olduğu bilgi yapısı

Bilgi işleme ile ilgili olarak ele alınan süzme, anlam eşleştirme ve anlam yapılandırma arasındaki ilişki nedir?



SIRA SİZDE

TOPLUMSAL VE KİŞİSEL GELİŞMEDE MEDYA OKURYAZARLIĞI

Medya okuryazarlığının hedefi insanların entelektüel düzeylerinin gelişmesine yardımcı olmaktır. Medya üzerindeki baskıların olmadığı ortamlarda, demokrasinin gelişmesi adına da çok önemli işlevler görmektedir. Ancak, medya kuruluşlarının yapısını incelediğinde, bunların çok önemli bir kısmının faaliyetlerini ticari kaygılarla sürdürdükleri de göz ardı edilmemelidir.

Medya okuryazarlığı insanların entelektüel düşüncelerine yardımcı olmalıdır. Medya okuryazarlığı kişileri, kitle iletişim araçlarında seyrettiklerini ya da okuduklarını daha anlaşılır, medya mesajlarını seçebilir ve ayırt edebilir hale getirir. Bu bağlamda medya eğitimi ve medya okuryazarlığı kavramları birbirinden çok ayrı düşünülemez. Medya okuryazarlığı kesinlikle küçük, büyük tüm gençlere medya metinleriyle meşgul olmayı öğretmelidir. Bunun ötesinde kişiler medya kurumlarıyla ve kuruluşlarıyla da ilgilenmeli ve eleştiri yapabilme becerisine sahip olabilmelidir. Amacı kâr olan bir medya kuruluşunun eğitimsel, kültürel ve bilimsel yayınları yayınlamak ya da görsel olarak televizyonda ya da internette yayınlamak gibi bir zorunluluğu yoktur. Kâr amacı güden bu kuruluşların, faaliyetlerini sürdürebilmeleri alacakları reklamlar ve ilanlardır. Medya okuryazarlığı açısından reklam ve ilanlar oldukça önemlidir. Çünkü reklamlar oldukça yoğun bir şekilde verildiği zaman kişinin konudan uzaklaşmasına neden olur ve tekrar konuya adapte olmasını güçleştirir. Genelde insanlar reklamlardan sonra bir süre kaldıkları yerden devam edemezler. İlanlar ise gazetenin tirajıyla ilgilidir. İşletmeler ilanlarını en çok okunan gazeteye vermek isterler. Bu durumda tiraj gazete için çok önemli hale gelmektedir. Televizyon programları için reyting, internet sayfaları için ziyaret edilme sayıları da reklam ve ilan gelirleri açısından önemlidir. Bunların tümünde amaçlanan daha fazla reklam ve daha fazla ilan alabilmektir. Bu bağlamda aslında tüketiciyi izler veya okur kitleyi kimse çok fazla önemsememektedir. Ancak medya okuryazarı olmak, kişilerin bunun farkına varmasını sağlayacak ve tepki göstermesine neden olacaktır. Demokratik toplumlarda eleştirel düşünebilme ve düşündüğünü belirtebilme başlıca özelliklerden biridir ve bu düşüncenin oluşabilmesi de izlediğini ve okuduğunu anlamak ile olanaklıdır. Bu bağlamda medya okuryazarlığı ve eleştirel düşünmenin iç içe olduğu söylenebilir. Medya okuryazarlığı toplumda geliştirildiği ölçüde, eleştirel bakış açısı geliştirilecek, medyada verilen mesajlar daha iyi anlaşılıp, algılanacak ve aktarılabilir hale gelecektir. Bu durumda kişiler düşüncelerini ve tepkilerini ifade ederek medyanın yönünü değiştirip etkileyebilirler. Örneğin televizyonlarda daha çok eğitime yönelik programlar verilmesi, gazetelerin daha tarafsız olmasını sağlayabilirler, hatta çok yanlış olan gazeteleri protesto edebilirler. Medya okuryazarının fazla olduğu toplumlarda medya bu kişiler tarafından yönlendirileceği için siyasi iktidarlar da medya okuryazarı olan kişiler tarafından yönlendirilebilecektir. Toplamların demokratikleşmesi de medya okuryazarlığı ile doğrudan ilişkilidir. Medya okuryazarlığının geliştirilip daha etkin hale getirilmesi ve de toplumda daha fazla medya okuryazarının bulunmasını sağlamak medya okuryazarlığını sansüre karşı bir alternatif olarak karşımıza çıkarmaktadır.

Medya okuryazarlığı kişisel gelişim için de önemli konulardan biridir. Kişisel gelişim açısından da medya okuryazarlığı kişinin hayatını değiştirecek, kişiye farklı düşünme tarzları kazandıracak, başkalarının göremediklerini görebilecek özellikler kazandıracaktır. Bu durumda medya okuryazarlığıyla kişi kendisini ve entelektüel yapısını daha da geliştirebilecektir. Kişisel gelişimde medya okuryazarlığını geliştirebilmek için on teknik şu başlıklar altında ele alınmaktadır.

Kişisel anlam eşleştirme ve anlam yapılandırmaı güçlendirmek: Bu hedeflere ulaşmak için enerji ve pratik zekâyı kullanarak bilgiyi en doğru şekilde öğrenmek ve analiz etmek ve becerilerin birleşimidir. Belirli bir kanının oluşması için zihinsel çabalar da önemlidir. Çünkü sonuçta bir kitabın okunması, bir dersin dinlenmesi, bir televizyon programının izlenmesi için gereken süre kişinin harcadığı zihinsel çabayı gösterir. Zihinsel çabaya yapılan yatırımın miktarı (AIME) kişisel gelişim için medya okuryazarlığı adına oldukça önemlidir.

Medya mesajından alınmak istenilene yoğunlaşma-odaklanma: Medya pozlaması (exposure) için oldukça farklı nedenler vardır ve bunların hepsi yasal ve oldukça geçerlidir. Her pozlama süresi boyunca hedefler her zaman göz önünde, anlaşılır bir şekilde ortaya konmalıdır. Bu, ne arandığının veya ne bulmak istendiğinin belirlenmesi açısından önemlidir.

Ortaya Çıkarılma1 etkileyecektir. Bu nedenle şu soruları kendinize sormalısınız.

- Farklı medya araçlarında çıkan haberler konusunda kendi düşüncelerimi geliştirebiliyor muyum ya da sadece aynı noktada mıyım? Hâlâ bir ya da en fazla iki medya aracını mı takip edebiliyorum?
- Medyada kullanılan araçlar konusunda kendimi ne kadar geliştirebiliyorum?
- Medyadan edindiklerim konusunda özel hedeflere ulaşmak için planlarım var mı?

Devamlı Olarak Okuryazarlık İçin Pratik Yapma, Bir Televizyon Programını İzleme, Bir Sinema Filmini Tamamen İzleme ya da Bir Gazete Hikâyesini Bütünüyle Okuma Durumunda Neler Bulduklarımıza ve Keşfettiklerimize Önem Verme: Medyanın kullandığı uygulamalar konusunda kişi kendisini geliştirmek durumundadır. Çünkü değişen ve gelişen medya her gün karşımıza farklı şekillerde ve farklı uygulamalarla çıkabilir ve her gün farklı şeyler denenebilir. Bu konulara hâkim olmak, medya okuryazarlık özelliğini geliştirerek medyada oluşan değişimlere hâkim olunması sonucunu doğurur.

Elde Edilebilir Bilginin Kullanılabilir Olması: Elde edilen bilginin gereksiz ve kullanışsız olması durumunda, bu bilginin bir anlamı ve yararı olmayacaktır. Elde edilen bilginin kesinlikle kullanılabilir ve yararlı bilgi olması gerekir. Kullanılabilir ve yararlanılabilir bilginin medya araçlarından elde edilmesi medya okuryazarlığı konusunda oldukça önemli konulardan biridir.

İzlenen, Dinlenen veya Okunan Bir Şeyin Gerçek mi, Yoksa Hayal Ürünü mü Olduğunun Farkında Olma: Medya araçlarında yer alan bazı programlar veya yazılı metinler gerçek olmayıp, sadece gerçekmiş gibi kurgulanmış hayal ürünü şeyler olabilir. Bu durumda medyada yer alan bu unsurların gerçek olmadığının bilinmesi gerekir. Benzer şekilde bazı program ve haberlerdeki gerçek olaylar ve/veya kişiler de gerçek değilmiş gibi gösterilebilir. Bunlar medyanın değişik şekillerdeki yansımasıdır. Bunların farkında olunması kişilerin medya okuryazarlığını geliştirmeleri ile doğrudan ilgilidir.

Farklı ve Zıt Yayın Yapan Kanalları

Karşılaştırma: Medya okuryazarlığının geliştirilmesi için farklı ya da zıt yayın yapan televizyon veya radyo kanalları ile gazetelerin karşılaştırılması diğer bir ifade ile aynı konuyu ne şekilde ele aldıkları önemlidir. Bu uygulamalar, kişinin medya okuryazarlığı özelliğinin daha da artmasına, kendisini geliştirmesine, medyayı izlediği sürede kişinin neyin doğru olduğunu anlamasına yardımcı olacaktır. Bu konuda kendini geliştiren kişinin yargılama yeteneği de gelişecektir. Kişi, aynı olayın medyada farklı şekillerde yansıtılıp yansıtılmadığının farkına varabilecektir.

Davranışları Değiştirme: İçinde yaşanılan toplum ile kişinin dünya görüşü arasında bir fark olması durumunda kişi davranış şeklini belirlerken içinde yaşadığı toplumdan nasıl etkilenecektir? Örneğin: Toplumun tüketim alışkanlıklarının, kişinin tüketim alışkanlıklarından farklı olması durumunda kişi ikilemde kalabilecektir. Ya kendi tüketim alışkanlıklarını sürdürecektir ya da yeni tüketim alışkanlıklarına yönelecektir. Kendi tüketim alışkanlıklarına devam etmek isteyen kişi, reklamları boykot edebilir, varsa çeşitli aboneliklerini iptal edebilir, medyada hoşlanmadıklarını görmek istemeyebilir ve en azından bir televizyon programını veya reklamı zaping yapabilir. Bunlar kişinin medyada görmek istemediklerine bir tepkidir. Bu davranış şeklinin çok sayıda kişi tarafından benimsenmesi durumunda medya üzerinde kontrol gücü artacaktır. Bu güç medya okuryazarlığı ile sağlanabilir.

Kişisel Sorumluluk Alma: Medya okuryazarlığının geliştirilmesinde en önemli pay kişinin sorumluluk almasındadır. Devletin veya diğer kurum ve kuruluşların bu konuda bir şeyler yapmasını beklemek yerine kişiler, kendilerini geliştirecek çabalara girişmelidirler.

Yukarıda verilen açıklamalarda görüldüğü gibi, medya okuryazarlığı kişisel gelişim anlamında kişilere çok şey kazandırmaktadır. Kişi öncelikle araştırma yapmayı öğrenecek, başkalarının doğru söyleyip söylemediklerini kabul etmeden önce, araştırarak doğrusunu kendisi bulacaktır. Bu da kişiye çok önemli özellikler kazandıracaktır. Kişi bunun faydasını hem özel yaşamında hem de iş yaşamında görecektir. Kişi sorgulama ve araştırmayı öğrenerek, tembellikten kurtulacaktır.

Şekil 8.1

Gerçek dışı iletiler çocuklar tarafından gerçek gibi algılanabilir

**Şekil 8.2**

Kasım Özkan
Gazete Savaşı

Kaynak:

<http://www.komikim.com/karikaturgoster.asp.3.flp> Auto = 1203



Özet



Medyanın tanımını, kapsamını, amacını ve işlevlerini açıklamak.

Kısaca ileti alışverişi olarak tanımlanan iletişim, teknolojinin gelişmesi ile birlikte pek çok sorunu da beraberinde getirmektedir. Kitle iletişim araçları ile çok daha fazla kişiye ulaşmakta ve mesajlar iletmeye çalışmaktadır. Gelişen teknoloji ile birlikte medya, çok farklı ve çok çeşitli yapılar kazanmış ve günümüzde de tartışılan kavramsal karmaşanın en çok yaşandığı alanlardan biri olmuştur. İnsanlar günlük hayatlarında bu iletişim araçlarının birçoğu ile karşılaşmaktadırlar. Bazen bu araçların farkına varırken, bazen de farkına varmamaktadırlar.



Dördüncü kuvvet olarak medyanın önemini betimlemek.

Kavramsal anlamda çok boyutlu bir yapı olan medya, matbaanın keşfi ile çok hızlı bir gelişme göstermiştir. Bu hızlı gelişme günümüzde teknolojinin etkisi ile hızlanarak devam etmektedir. Güçlenen medyada kontrol ve denetim sorunu gündeme gelmiş ve konu sürekli olarak tartışılır olmuş ve olmaktadır. Çok geniş bir alana yayılan ve belirgin bir güç haline gelen medyanın kontrolü de günden güne güçleşmektedir. Başlangıçta sınırlı sayıdaki kullanıcının kullanabildiği bu teknoloji, günümüzde kolay erişilebilir bir hale gelmiş ve insanlar için günlük kullanımda vazgeçilemez araçlardan biri olmuştur. Tüm bu gelişmeler medyanın algılama sorununu gündeme getirmiş ve medya okuryazarlığının önemi artmıştır. Gelişen ve günden güne değişen medya, farkında olarak veya olmayarak kitle iletişim araçları yardımıyla gelen milyonlarca ileti, bu mesajların algılanması ve seçilmesinde medya okuryazarlığı, kişilere farklı bakış açıları, araştırmacı bir yapı ile mesajları seçebilme becerileri kazandırmaktadır.



Medya okuryazarlığını betimlemek.

Medya mesajlarına ulaşma, bu mesajları analiz edebilme, değerlendirebilme ve bunların iletilmesi medya okuryazarlığı olarak ifade edilmektedir. İletişim araçlarına ve dolayısıyla mesajlara ulaşma teknolojiye ve ulaşımında yaşanan tüm gelişmelere rağmen sorunlar devam etmektedir. İletişim araçlarına ulaşılmasından sonra, medya okuryazarlığı ile ilgili ikinci unsur analiz etmedir. Analiz, makalenin ya da bir haberin içeriğini doğru anlama ve analiz edebilme yeteneğidir. Medya okuryazarlığı için önemli adımlardan biri de değerlendirmedir. Sosyal, kültürel, ekonomik, politik ve tarihsel içerikli konular üreten medyada eleştirel değerlendirme yapabilmek için iyi bir bilgi altyapısına sahip olmak gerekir. Genellikle bireyler, medyadaki haberleri ya da genel anlamıyla iletişim araçlarında yer alan mesajları alan kişiler, mesajları gönderen kişi değildirler. Yazılı basın, sesli ve görsel medya okuryazarlığı tarihi incelendiğinde, çıkar grupları arasındaki mücadele insanların kendi düşüncelerini ifade etmeleri sonucunu doğurmuştur. Bu adımda önemli nokta gelişen teknolojiye içerik yaratmanın hiç olmadığı kadar kolay olmasıdır. Çünkü mesaj alımı ve gönderimi aynı kanaldan sağlanmaktadır. Medya okuryazarlığı denildiğinde bilişsel, duygusal, estetik ve ahlaki boyutların da göz ardı edilmemesi gerekir. Medya okuryazarlığı becerisinin kazanılması ve kazandırılması için; i) medya okuryazarlığı ile ilgili ortak özelliklerin, ii) Medya okuryazarlığı eğitimiyle kişilere kazandırılmak istenen temel becerilerin neler olduğunun, iii) Kişilere medya okuryazarlığı becerileri kazandıracak eğitimcilerin hangi konularda bilgi sahibi olmaları gerektiğinin de bilinmesi önemlidir.



Medya okuryazarlığı ile ilgili modeli açıklamak.

Medya okuryazarlığı modeli ile ilgili dört ana faktör: Bilgi yapıları, kişisel anlam eşleştirme ve anlam yapılandırması, kişinin yetenekleri ve becerileri ve bilgi işleme görevleridir. Bilgi yapıları kişisel hafızada organize edilmiş bilgi birikimidir ve bilgi birikimleri kendiliğinden oluşmaz; bilgi birikimi dikkatli ve tam olarak oluşturulmalıdır. Kişisel anlam eşleştirme ve anlam yapılandırma, bilgi işleme görevlerinin yönetimine ilişkin bir kavramdır. Bu kavramın güçlü olmaması girişimciliğin az ve hedeflere ulaşmanın güç olduğunu gösterir. Medya okuryazarı olmak için kişinin anlam eşleştirme ve anlam yapılandırmada her şeye hakim olması beklenemez. Ancak, kişinin medya okuryazarlığını geliştirebilmesi için, anlam eşleştirme ve anlam yapılandırma çalışması yapması şarttır. Anlam eşleştirme ve anlam yapılandırma ile ilgili çabalardan sonra planların yönetilme ihtiyacı ortaya çıkacaktır. Bunları sağlayan araçlar yetenek ve becerilerdir. Yetenek erken yaşlarda öğrenilen şeylerdir ve daha sonra otomatik olarak uygulanır. Beceri ise, insanların uygulama yaptıkça geliştirdikleri şeylerdir. Bilgi işlemenin üç görevi vardır. Bunlar süzme, anlam eşleştirme ve anlam yapılandırmadır. Bu üç görev bilgi işleme sürecinde sırasıyla uygulanmalıdır.



Toplumsal ve kişisel gelişimde medya okuryazarlığını açıklamak.

Medya okuryazarlığı insanların entelektüel düşünmelerine yardımcı olacaktır. Medya okuryazarlığı kişileri, kitle iletişim araçlarında izlediklerini ya da okuduklarını daha anlaşılır, medya mesajlarını seçebilir ve ayırt edebilir hale getirmektedir. Böylece kişiler medya kurumlarıyla ve kuruluşlarıyla da ilgilenecek ve eleştiri yapabilme becerisine sahip olacaklardır. Demokratik toplumlarda eleştirel düşünme ve düşünmeyi belirtebilme başlıca özelliklerden biridir ve bu düşüncenin oluşabilmesi de izlediğini ve okuduğunu anlamak ile olanaklıdır. Bu bağlamda medya okuryazarlığı ve eleştirel düşünmenin iç içe olduğu söylenebilir. Medya okuryazarlığının toplumda geliştirildiği ölçüde, eleştirel bakış açısı geliştirilecek, medyada verilen mesajlar daha iyi anlaşılıp, algılanacak ve aktarılabilir hale gelecektir. Kişisel gelişim açısından da medya okuryazarlığı kişinin hayatını değiştirecek, kişiye farklı düşünme tarzları, başkalarının göremediklerini görebilecek özellikler kazandıracaktır. Bu durumda medya okuryazarlığıyla kişi kendisini ve entelektüel yapısını daha da geliştirebilecektir.

Kendimizi Sınayalım

1. Kitle iletişimi ile ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi doğrudur?

- Haberin, kültürün ve bilginin insan topluluklarına ulaştırılmasıdır.
- Bir araştırmanın, bir tartışmanın, bir muhakemenin temeli olan ana ögedir.
- Bir olay, bir olgu üzerine edinilen bilgidir.
- Kişinin bedensel ya da düşünsel bir çaba göstererek bir işi kolaylıkla yapabilmesidir.
- Bir şeyin nitelik ya da niceliği üstüne yapılan çalışma sonucu varılan yargıdır.

2. Aşağıdakilerden hangisi medya okuryazarlığının ortak özelliklerinden biri **değildir**?

- Özellikle basılı malzemelerin basımını gerçekleştirmek ve dağıtımını yapmak
- Çeşitli biçimlerdeki yazılı - basılı, görsel, işitsel, elektronik ortamlardaki iletilere erişmek
- Medya iletilerini anlamak ve değerlendirmek için gereken bilgi birikimine sahip olmak
- Medyayı etkin ve akılcı biçimde kullanmak
- Farklı kaynaklardan gelen bilginin doğruluğunu değerlendirmek

3. Zaman, isimler ve tanımlamalar medya okuryazarlığının hangi boyutu ile ilgilidir?

- Bilişsel boyut
- Duygusal boyut
- Estetik boyut
- Ahlaki boyut
- Tepkisel boyut

4. Aşk, nefret, hiddet ve mutluluk medya okuryazarlığının hangi boyutu ile ilgilidir?

- Duygusal boyut
- Tepkisel boyut
- Bilişsel boyut
- Estetik boyut
- Ahlaki boyut

5. Ruh halinin, vicdan duygularının ne yönde olduğunu ifade eden medya okuryazarlığı boyutu aşağıdakilerden hangisidir?

- Ahlaki boyut
- Tepkisel boyut
- Duygusal boyut
- Bilişsel boyut
- Estetik boyut

6. Aşağıdakilerden hangisi medya okuryazarlığı eğitimiyle kişilere kazandırılmak istenen temel becerilerden biri **değildir**?

- Medya çalışanlarının servetleri ile ilgili inceleme yapma
- Medya kapsamındaki bilgi kaynaklarını ve kanallarını özellikleriyle tanıma
- Medyanın isimler, tarihler, tanımlar ve ortamlarla ifade edilebilen gerçek olaylara dayalı bilgiyi ne kadar kapsadığını inceleme
- Materyal üretim aşamalarını öğrenerek, düşünceleri gerektiğinde medya ortamlarında ifade etme
- Medya kapsamında aşk, nefret, mutluluk ve kızgınlık gibi duyguların nasıl aktarılması gerektiğini anlatma

7. Aşağıdakilerden hangisi kişilere medya okuryazarlığı konusunda beceri kazandıracak eğitimcilerin, bilgi sahibi olmaları gereken konularda biri **değildir**?

- Medya okuryazarı olmak isteyenlerin hangi okuldan mezun oldukları
- Bilgi kaynakları, medya ürünleri ve iletişim kanalları
- Bilgi gereksinimlerini saptama ve gereksinimleri karşılama yöntemleri
- Yayıncılık ve medya endüstrileri
- Medyanın özellikleri ve etkileri

8. Bir kişinin bir kelimeyi algılayıp, hafızasındaki anlamı ile anlamlandırabilmesine ne ad verilir?

- Yetenek
- Beceri
- Gruplama
- Özetleme
- Analiz

9. Aşağıdakilerden hangisi medya okuryazarlığı için temel becerilerden biri **değildir**?

- a. Medyadaki her mesaja göre kendi davranış şeklini değiştirebilmek
- b. Bir medya mesajını anlamlı parçalara bölebilmek
- c. Birbiri ile ilgili olan ve olmayan elemanları belirleyebilmek
- d. Gruplandırılan parçalardan bir model oluşturabilmek
- e. Bütün parçaları yeni bir yapıda bir araya getirebilmek

10. Bir mesajın yok sayılması veya işleme tabi tutulmasına ne ad verilir?

- a. Süzme
- b. Anlam eşleştirme
- c. Anlam yapılandırması
- d. Gruplama
- e. Özetleme

Okuma Parçası

“Sihirli Diziler”in çocuklara etkisi

Uzman Psikolog Hakan Akıner, gerçek üstü güçlere sahip kahramanların yer aldığı “sihirli dizilerden” ergen ve çocukların olumlu etki almalarının mümkün görünmediğini bildirdi.

Akıner, yaptığı açıklamada, Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından düzenlenen Çocuk gerçeği ve medya okuryazarlığı dersinin önemi konulu uluslararası panelde, çocukların en çok izledikleri programların etkilerinin Diyanet İşleri Başkanlığınca değerlendirmeye alındığını anımsattı.

Bu tür dizilerin çocukları ve gençleri etkilemesinde, geniş alanlardan söz sahibi kişilerin tavrının da önemli rol oynayacağını savunan Akıner, şunları kaydetti: “Özellikle televizyon programlarında, basında aynı yönde mesajlar verilmesi Diyanet İşleri Başkanlığının yaklaşımın olumlu etki yapmasını sağlayacaktır. Şayet böyle bir tepki sadece Diyanet’in bu tür bir çıkışı ile sınırlı kalırsa, bu dizilere sempati, Diyanet gibi düşünen yaklaşımlara ise ntipati artabilir. Bu nedenle başta biz psikologlar olmak üzere psikiyatristler, eğitimciler gibi çeşitli meslek gruplarının aynı yönde programlar ve açıklamalar yapmaları gerekir.”

Akıner, ilk bakışta sihir ve gerçek üstü olayları içeren dizilerin, izleyici kitlesi üzerinde ‘hayal gücünü, kurgulama, senaryo üretme yetisini geliştirebileceği’ düşünülse de çocuklar ve gençler üzerinde bırakacağı etkilerin daha çok olumsuz olacağını kaydetti.

“Çocuklar Soyut Kavramları Anlayamaz”

Çocuk ve ergenlerin yaşamdaki deneyimsizlikleri ve fazlaca meraklarının, filmlerde gördüklerini gerçek yaşamda denemelerine yol açacağını ifade eden Akıner, “Örneğin kendisini pencereden boşluğa bırakıp, uçacağını düşünmek gibi. Kaldı ki okul öncesi dönemde çocuklar soyut kavramları anlayamazlar. Bu yaştaki çocukların düşünsel dünyası son derece bakir ve masum olduğu için psikolojik yönlendirmelere çok açıktır” diye konuştu. Çocukların görmedikleri şeylere ‘inanmama’ gibi sorunları olmadığını belirten Akıner, bütünüyle içinde bulundukları anı yaşamak gibi özellikleri bulunduğunu söyledi.

Ergen ve çocuklarda merak düzeylerinin inanılmaz boyutlara ulaştığını kaydeden Akıner, “Bu da onları bu tür dizilerin olumsuz etkileri karşısında korunmasız hale getirebilir. Bu dizilerin içeriklerinin hiçbir şekilde gerçeği ifade etmediği; tamamen kurgulama ve abartıya dayalı kahramanlara yer verdiği için bu dizilerden ergen ve çocukların olumlu etki almaları mümkün görünmemektedir” dedi. (Milliyet Gazetesi, 13.10.2008)

Kendimizi Sınavalım Yanıt Anahtarı

1. a Yanıtınız yanlış ise “Medya Kavramı” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
2. a Yanıtınız yanlış ise “Medya Okuryazarlığı Kavramı” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
3. a Yanıtınız yanlış ise “Medya Okuryazarlığı Kavramı” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
4. a Yanıtınız yanlış ise “Medya Okuryazarlığı Kavramı” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
5. a Yanıtınız yanlış ise “Medya Okuryazarlığı Kavramı” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
6. a Yanıtınız yanlış ise “Medya Okuryazarlığı Kavramı” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
7. a Yanıtınız yanlış ise “Medya Okuryazarlığı Kavramı” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
8. a Yanıtınız yanlış ise “Medya Okuryazarlığı Modeli” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
9. a Yanıtınız yanlış ise “Medya Okuryazarlığı Modeli” konusunu yeniden gözden geçiriniz.
10. a Yanıtınız yanlış ise “Medya Okuryazarlığı Modeli” konusunu yeniden gözden geçiriniz.

Sıra Sizde Yanıt Anahtarı

Sıra Sizde 1

Günümüzde farklı yerlerdeki kişileri ve kitleleri aynı anda etkileyebilen kitle iletişim araçlarının kişi ve toplum üzerinde çok önemli etkileri vardır. Siyasal, ekonomik ve sosyal açıdan kitle iletişim araçlarının etkisi tartışılmaz. Burada önemli olan kitle iletişim araçları ile verilen mesajların, kişiler tarafından ne şekilde algılandığıdır. Medya okuryazarlığı konusunda becerisi olan kişiler, dolayısıyla toplumların kitle iletişim araçlarındaki mesajlardan etkilenmeleri, medya okuryazarı olanlara göre farklı olacaktır.

Sıra Sizde 2

Bilişsel boyut zamanlar, isimler ve tanımlamalar gibi konuları içerirken; duygusal boyut aşk, nefret, hiddet ve mutluluk gibi hislerle ilgilidir. Estetik boyut ise, medyada yer alan mesajların nasıl üretildiği hakkında bilgi içerir. Bu da bize hangi yazarın en iyi, kim en iyi dansçı, kim en iyi boksör gibi konularda bilgi verir ve yargı sahibi olunmasını sağlar. Değerler hakkında bilgi içeren ahlaki boyut ise, ruh halinin, vicdan duygularının ne yönde olduğuyla ilgilidir.

Sıra Sizde 3

Bir kişinin izlediği farklı programlardaki veya okuduğu farklı metinlerdeki olayları bütünleştirerek bir sonuç çıkarması beceriye örnek iken; kişinin bir programda veya metinde geçen kelimeleri anlamlandırabilmesi o kişinin yeteneğini gösterir.

Sıra Sizde 4

Mesajların süzülmesi aşamasında, mesajda hangi konuya önem verileceği, hangi konunun gereksiz olduğu kararlaştırılırken; anlam eşleştirilmesinde, temel yetenekleri kullanarak sembolleri tanıma ve yerleştirme gerçekleştirilir; anlam yapılandırılmasında ise, anlam eşleştirmesinin ötesine geçmek için becerileri kullanmak, kişinin mesajın dışında daha fazla anlam yapılandırması yapması sağlanır.

Yararlanılan Kaynaklar

- Baran, J.S.(2008). **Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture**. Beşinci basım. New York: McGraw-Hill.
- Bezmez, S. (2005). **Redhouse Büyük El Sözlüğü**. İstanbul: Sev Matbaacılık ve Yayıncılık.
- Doğan, İ. (1988). **“Çevirenin Yorumu: İletişim Sorunu ve Marshall McLuhan”, İletişim ve Yabancılaşma Yazılı Kültürümüzde İlkler**. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Ellmore, R.T. (1990). **NTC's Mass Media Dictionary**. Illinois: NTC Publishing Group.
- Geray, H. (2002). **İletişim ve Teknoloji**, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Kaya, R.(1985), **Kitle İletişim Sistemleri Basın, Radyo ve Televizyon Yayınlarının Düzenlenmesi**. Birinci basım. Ankara: Teori Yayınları.
- Laughey, D. (2007). **Key Themes in Media Theory**. New York :Oxford University Pres.
- Livingstone S., E. Van Couvering. ve N.Thumim. **Adult Media Literacy**.
<http://translate.google.com.tr/translate?hl=tr&sl=en&u=http://www.lse.ac.uk/collections/media%40lse/whosWho/NancyThumim.htm&ei=4wz-Sa4NcaOsAbLiZ3hBA&sa=X&oi=translate&resnum=2&ct=result&prev=/search%3Fq%3DLivingstone%2BS.,%2BE.%2BVan%2BCouvering.%2Bve%2BN.Thumim.%2B%2BAdult%2BMedia%2BLiteracy%26hl%3Dtr>
- Loon, J. v. (2008). **Media Technology-Critical Perspectives**. New York: The McGraw-Hill Companies.
- Oğuzkan, F. (1985). **Orta Dereceli Okullarda Öğretim - Amaç, İlke, Yöntem ve Teknikler**. Ankara: Emel Matbaacılık.
- Önal, H. İ. (2007). **Medya Okuryazarlığı: Kütüphanelerde Yeni Çalışma Alanı**. Türk Kütüphaneciliği.
- Potter, W.J. (2005). **Media Literacy**. Üçüncü basım. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Yates, B. L. (1999). **Media Literacy: A Health Education Perspective, Journal of Health Education**.
<http://www.westga.edu/~byates/mediaand.htm>
 (14.04.2009).
- <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/> (15.02.2009)
- <http://www.donusumkonagi.net/admin/makale/MED-YA.gif> (05.03.2009)
- <http://edocs.ub.uni-frankfurt.de/volltexte/2005/3011/pdf/Aila14.pdf#page=55> (21.02.2009)
- Türk Dil Kurumu Büyük Sözlük. www.tdk.gov.tr (04.05.2009)