ANKARA ÜNİVERSİTESİ SİYASAL BİLGİLER FAKÜLTESİ YAYINLARI: 476

100. DOĞUM YILINDA ATATÜRK'E ARMAĞAN DİZİSİ: 19

TEMEL GAZETECİLİK

Doç. Dr. OYA TOKGÖZ

Ankara, 1981

ANKARA ÜNİVERSİTESİ SİYASAL BİLGİLER FAKÜLTESİ YAYINLARI : 476

100. DOĞUM YILINDA ATATÜRK'E ARMAĞAN DİZİSİ : 19

TEMEL GAZETECİLİK

Doç. Dr. OYA TOKGÖZ

S.B.F. BASIN VE YAYIN YÜKSEK OKULU BASIMEVİ - ANKARA, 1981

ÖNSÖZ

Gazetecilik alanında uzun yıllardır pek çok ülkede eğitim ve öğretim yapılmaktadır. Özellikle gazetecilik eğitimine ilk kez A.B.D.'de başlanılmıştır. Günümüzde, A.B.D.'de gazetecilik öğretimi fazlasıyla gelişmiş durumdadır. Çeşitli Amerikan gazetecilik okullarından mezun olanların, meslekte çalışmaları geleneği benimsenmiştir. Türkiye'de son 15-20 yıl içinde çeşitli illerde gazetecilik veya basın ve yayın okulları açılmıştır. Bu okullarda halen çok sayıda öğrenci okumaktadır. Bununla beraber, gazetecilik ve basın ve yayın okullarından mezun olan öğrencilerin pek azı gazetecilik sahasında çalışmaktadır.

Türkiye'de ilk Türkçe gazetenin yayınlanmasının üzerinden günümüze kadar bir buçuk yüzyıldan fazla bir zaman süresi geçmiştir. Radyonun topluma girmesi yarım yüzyılı aşmış bulunmaktadır. Televizyonun yaygınlık kazanması henüz 10 yılı biraz aşmıştır. Buna karşılık, basın ve yayın alanında eğitim ve öğretim yapılması daha çok yeni bir olgudur. Hele, öğretim ve eğitim için ders malzemesi bulmak gerçekten güçtür. Son yıllarda yayımlanan ders kitapları olmakla beraber, bunların toplamı hâlâ çok azdır.

"Temel Gazetecilik" adını taşıyan bu kitap lisans düzeyinde öğrencilerin gazetecilik mesleği ile tanışmasını, gazetecilik hakkında bilgi kazanmasını sağlamak için ders kitabı olarak hazırlanmıştır. Kitap, bu yazarın 1970-1971 ders yılından itibaren Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın ve Yayın Yüksek Okulunda okuttuğu Haber Toplama ve Yazma Tekniği ve Temel Gazetecilik dersleri için hazırlanmış ders notlarının, genişletilmiş, gözden geçirilmiş, büyük ölçüde tekrar yazılmış şeklidir. Bu yazar, bu kitapla kısmen de olsa, ders kitabı yönünden eksikliğin giderileceği kanısını taşımaktadır.

Kitabın ilk hazırlıklarının yapılmasından, basılmasına kadar bu yazar çok kimseye teşekkür ve minnet borçludur. İlk teşekkürü, kendisinin UNESCO bursuyla A.B.D.'de Boston Üniversitesi School of Public Communication'da 1968-1969 yılları arasında, gazetecilik alanında master yapmasını sağlayan, Basın ve Yayın Yüksek Okulu'nun

ilk müdürlerinden rahmetli Prof. Dr. Reşat Aktan ile UNESCO Genel Merkezinden Dr. Hıfzı Topuz'a olacaktır. Bu arada, Prof. Dr. Reşat Aktan'ın anısını saygıyla anmayı borç bilmektedir.

Yazarın teşekkür borçlu oldukları arasında, A.B.D.'den dönüşünde bir yandan Siyasal Bilgiler Fakültesinde doktora çalışmalarını sürdürürken, Basın ve Yayın Yüksek Okulunda Haber Toplama ve Yazma Tekniği dersini vermesinde gerek ders malzemesi bularak gerekse de moral vererek destekleyen Prof. Dr. Nermin Abadan-Unat ile Basın ve Yayın Yüksek Okulu emekli, Gazete Yayınlama Tekniği Öğretim Görevlisi Nihat Subaşı bulunmaktadır. Ayrıca, Boston Üniversitesi School of Public Communication'dan Dr. David M. White, Dr. Norman B. Moyes, Dr. Maurice R. Cullen, Dr. James Shen, ve Dr. Albert Sullivan'ın yazarın gazetecilik eğitimini sevmesinde, benimsemesinde, kitle haberleşmesi alanında derinleşmesinde katkıları büyüktür.

Kitaptaki eksiklikler ve yanlışlardan ise, yalnızca bu yazar sorumludur.

Ağustos 1981 - Ankara **Doç. Dr. Oya TOKGÖZ**

GİRİŞ

I. Kitabın Amacı :

Yazılı basının gelişimini hızlandıran hiç kuşkusuz 1450 yılında Gutenberg'ın değişebilir harfleri bulması olmuştur. Asıl gelişimi ise XIX. yüzyılın ikinci yarısında başlamıştır. Buna karşılık, sözlü veya elektronik basının oluşması, gelişmesi, gazeteciliğe yönelmeleri XX. yüzyılda gerçekleşmiştir. Çok aracın işlev gördüğü çağdaş gazeteciliğin temel görünümü ise, haberlerin anında, hızlı bir şekilde verilmesinde sürdürülen sürat yarışıdır.

Türkiye'de en uzun geçmişi olan kitle haberleşme aracı gazetelerdir. Gazetelerin sayısı kabarık olmakla beraber Türkiye düzeyine dağılım ve dağıtım olanaklarını belirlemek gerçekten güçtür. Radyo yayınları ile tüm Türkiye kapsanırken, televizyonun hâlâ erişemediği yöreler bulunmaktadır. Sayılan yazılı ve sözlü basın araçlarının hiç kuşkusuz Türk gazeteciliğine iyi veya kötü katkıları olmaktadır demek yanlış bir yorum olmaz.

Gazetecilik mesleğinde çok sayıda kişi çalışmakla beraber, toplum gazetecilik öğretimi ve eğitimi yönünden fazla bilinçlenmiş değildir. Gazetecilik yönünden toplumda bilgi eksikliği bulunduğu ise kuşku götürmemektedir. Gazetecilik ve basın yayın okullarının açılması, öğrenci mezun etmeleri, mezunların bazılarının meslekte çalışmaları, toplum için yenilik ve değişikliktir. Bu amaçla, gazetecilik hakkında kısa ve temel bilgiler vermek için bir ders kitabı yazmayı, bu yazar yararlı bulmuştur. Kitabın hedefi ise gazeteciliğin ne olduğunu, gazetecilikle ne yapılmak istendiğini tanımlamaktır.

II. Kitabın Plânı :

Kitap dört bölüm ve 16. bahisten oluşmaktadır. Birinci bölüm 4, ikinci bölüm 4, üçüncü bölüm 5, dördüncü bölümde ise 3 bahis bulunmaktadır. Kitabın arkasına yararlanılan kaynakları gösteren, kapsamlı bir kaynakça eklenmiştir.

Birinci bölümde çağdaş gazeteciliğin özellikleri değerlendirilmektedir. Dört bahisten oluşan bu bölümde işlenen konular arasında gazeteciliğin toplumda oynadığı rol ve önemi, gazetecilikte bilgi alma verme işlemleri, yer almaktadır. Ayrıca, enformasyonun dünyada nasıl dağıldığı anlatılarak haberleşme akımını dünyada düzenleyen haber ajanslarından da söz edilmektedir.

İkinci bölüm ise haber ve haber kaynaklarına ayrılmıştır. Bölümün ilk iki bahsi haber kavramı ve haberde yer alan temel öğeleri işlemektedir. Diğer bahislerde ise haber toplama ve haber toplama bakımından başvurulan en önemli yol olan mülâkata yer verilmektedir.

Üçüncü bölümde ise haber yazma anlatılmaktadır. Bu bakımdan, bölümün ilk bahsinde haber yazma için temel gereklere yer verilmekte, ikinci bahiste ise temel haber yazma kuralları değerlendirilmektedir. Bölümün 3 ve 4. bahislerinde haber girişinin ve haber gövdesinin nasıl kaleme alınması gerektiği vurgulanmaktadır. Bölümün son bahsi ise, haberin tekrar yazılması işlemi olan redaksiyona ayrılmıştır.

Kitabın dördüncü bölümünde çağdaş gazetecilik türlerine değinilmeğe çalışılmaktadır. İncelenen türler arasında fikir, magazin ve radyo, televizyon gazeteciliği yer almaktadır. Amaç ise, kısaca türleri tanıtmak, neler yapıldığına değinmektir.

Pek çok yabancı ders kitabında yer alan polis-adliye, sosyete, kaza-yangın, hükümet-politika, seçim, ekonomi, eğitim, sosyal güvenlik, ticaret haberlerine ve yazılış şekillerine bu kitapta yer verilmemiştir. Kitabın amacı, başlangıçta da belirtildiği gibi, temel bilgiler vermek olduğundan, çeşitli gazetecilik uygulamalarını gösteren bu tür haberlerin değerlendirilmesi, ileride yazılması plânlanan başka bir kitap içinde ele alınacaktır.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ III

GİRİŞ V

I. BÖLÜM

ÇAĞDAŞ GAZETECİLİĞİN GENEL GÖRÜNÜMÜ

1. Bahis: Gazeteciliğin Toplumda Rolü ve önemi 3

1.1 Gazetecilik - Kitle Haberleşme Araçları İlişkisi 3

1.2 Gazetecilik Yapan Kitle Haberleşme Araçlarının Yapısal Özellikleri 5

1.21 Yazılı Basının Özellikleri 6

1.22 Sözlü Basının Özellikleri 6

1.3 Gazetecilik Yapan Araçların Ekonomik Özellikleri 7

1.4 Gazetecilikte Haber Verme İşlevi 8

1.5 Haber Vermenin Gördüğü Toplumsal İşlevler 12

2. Bahis: Gazetecilikte Bilgi Alma ve Verme (Enformasyon) 15

2.1 Bilgi Alma - Bilgi Verme (Enformasyon) 15

2.2 Gazetecilikte Bilgi Alma - Bilgi Verme Nasıl Gerçekleşir? 17

2.3 Gazetecilik Yapan Araçların Bilgi Alış Verişi Yönünden Önemi ve Rolü 20

3. Bahis: Dünyanın Enformasyonun Dağılımı Bakımından Genel Görünümü 23

3.1 Toplumsal Gereksinim Olarak Enformasyonun Rolü ve Önemi 23

3.11 Kişisel Düzeyde 24

3.12 Örgütsel Düzeyde 24

3.2 Dünyada Enformasyonun Dağılımında Görülen Dengesizlikler: Dengesiz Haberleşme Olgusu 26

3.3 Yeni Uluslararası Haberleşme Düzeni: İki Yönlü Haberleşmeye Yönelme İsteği 28

3.31 Yeni Ekonomik Düzen - Yeni Uluslararası Haberleşme Düzeni 30

3.32 Yeni Uluslararası Haberleşme Düzenine Yöneliş: Haberlerin Serbest Dolaşımı 30

3.33 Yeni Uluslararası Haberleşme Düzeni İçin Uluslararası Düzeyde Yapılan Çeşitli Girişimler 32

4. Bahis: Dünyada Haberleşme Akımını Düzenleyen Kuruluşlar: Haber Ajansları ... 34
4.1 Günümüzde Haber Ajanslarının Rolü ve Önemi ... 34
4.2 Haber Ajansı Tanımı ve Gördüğü İşlevler ... 35
4.3 Dünyada Haber Alışverişini Elinde Tutan Haber Ajanslarının Gelişimi ... 37
4.4 Günümüzde Beş Büyük Haber Ajansının Haber Dağıtımı Yönünden Gösterdiği Özellikler ... 39
4.41 Agence France Presse ... 40
4.42 Reuter ... 41
4.43 Associated Press ... 42
4.44 United Press International ... 43
4.45 Tass ... 43
4.5 Türk Haber Ajansları ... 44
4.51 Anadolu Ajansı ... 44
4.52 Özel Girişimin Elinde Bulunan Haber Ajansları ... 45

II. BÖLÜM

GAZETECİLİKTE HABER VE HABER KAYNAKLARI

5. Bahis: Haber Kavramı Önemi ve Özellikleri ... 51
5.1 Genel Olarak ... 51
5.11 Haber - Olay İlişkisi ... 51
5.12 Haber - Gerçek İlişkisi ... 53
5.2 Haberi Tanımlama Gereği ... 54
5.21 Gazetecilik Kitaplarında Yer Alan Haber Tanımları ... 54
5.22 Toplumbilim ve Kitle Haberleşmesi Kuramı Bakımından Haber Kuramları ... 56
5.3 Haberleri Sınıflama Çabaları ... 59

6. Bahis: Haberde Yer Alan Temel Öğeler ... 62
6.1 Haber Değeri Kavramı ... 62
6.2 Haberciliğin Temel İlkeleri ... 63
6.21 Zamanlılık ... 63
6.22 Yakınlık ... 65
6.23 Sonuç ... 66
6.24 Önemlilik ... 66
6.25 İnsanın İlgisini Çekme ... 67
6.3 Gazetecilikte İnsanın İlgisini Çekme Yönünden Uygulanan Yaklaşımlar ... 68
6.4 İnsanın İlgisini Çekme Yönünden Renkli Habere Kayış ... 70

7. Bahis: Haber Toplama ... 72
7.1 Gazetecilikte İşlevsel Bir Gereksinme Olarak Haber Kaynağından Yararlanma ... 72
7.2 Haber Kaynaklarının Rolü ve Önemi ... 73
7.21 Yerinden Haber Toplama ... 73
7.22 İnsanlarla Konuşma ... 74
7.23 İkinci El Kaynakları Kullanma ... 75

7.3 Haber Toplanırken Çıkan Zorluklar ... 75
7.31 Haber Kaynakları Yönünden Güvenirliliği Sağlama ... 76
7.32 Haber Aldığı Kaynakları Koruma ... 76
7.33 Haber Aldığı Kaynağa Saygı Gösterme ... 77
7.4 Gazeteciler İçin Muhtemel Haber Kaynakları Neler Olabilir? 78
7.41 Başkent İçin Haber Kaynakları ... 78
7.42 Herhangi Bir Vilâyet Merkezi İçin Haber Kaynakları ... 79
7.5 Toplanan Haberlerin Gazetecilik Kuruluşlarına Ulaştırılması İçin Yapılması Gerekenler ... 79

8. Bahis: Mülâkatın Gazetecilikte Önemi ... 81
8.1 Mülâkat Tanımı ve Özellikleri ... 81
8.2 Mülâkat Çeşitleri ... 82
8.21 Haber Mülâkat ... 82
8.22 Telefonla Mülâkat ... 83
8.23 Biyografik Mülâkat ... 83
8.24 Ha ırlıklı Mülâkat ... 83
8.25 Rastgele Mülâkat ... 83
8.26 Sempozyum Mülâkat ... 83
8.3 Mülâkat Nasıl Yapılır? ... 84
8.4 Mülâkat Nasıl Yazılır?... ... 86

III. BÖLÜM

HABER YAZMA

9. Bahis : Haberde Sadelik, Açıklık, Kesinlik, Doğruluk Gereği ... 89
9.1 Genel Olarak ... 89
9 2 Haberler Neden Sade Olmalıdır? ... 89
9.3 Açıklık ve Haberler ... 91
9.4 Kesinlik Gerekli midir? ... 91
9.5 Haberlerin Doğru Olması: Gazetecilerin Sorumluluğu ... 92
9.51 Haberlerde Doğruluk Nasıl Sağlanır? ... 93
9.52 Haberin Doğruluğunu İspat Etme ... 94
9.6 Gazetecilikte Kendi Kendini Denetim Mekanizması ... 95
9.7 Basın Ahlâk Yasasına Gerek Var mıdır? ... 96
9.71 Amerikan Uygulaması ... 96
9.72 Avrupa'daki Durum ... 97
9.73 Uluslararası Düzeyde Çalışmalar ... 97
9.74 Türkiye'de Durum ... 98

10. Bahis: Haber Yazma: Temel Kurallar ... 100
10.1 Haberde Uslup ve Önemi ... 100
10.11 Ünvanların, Adların Doğru Olarak Belirtilmesi ... 101
10.12 Yazım, Noktalama ve Kısaltmalar ... 102
10.2 5N ve 1K Kuralı ve Uygulaması ... 103
10.3 Ters Piramit Kuralı ... 104
10.4 Dörtgen veya Kare Kuralı ... 105
10.5 Diğer Haber Yazma Kuralları ... 106

11. Bahis: Haber Girişi ve Çeşitleri 108
11.1 Giriş Tanımı ve Özellikleri 108
11.2 Haber Girişi Yönünden Yapılan Sınıflamalar 109
11.21 Şekil Bakımından Girişler 109
11.211 Tek Olaylı Giriş 109
11.212 Çok Olaylı Giriş 110
11.22 5N ve 1K Kuralına Göre Girişler 111
11.23 Uslup Bakımından Girişler 111
11.231 Doğrudan Doğruya Anlatımlı Giriş 112
11.232 Dolaylı Anlatımlı Giriş 112
11.233 Kapalı Giriş 112
11.234 Yığma Giriş 113
11.235 Hikâye Girişi 113
11.236 Alıntılı Giriş 113
11.237 Sorulu Giriş 114
11.238 Olumsuz Giriş 114
11.239 Flaş Giriş 114

12. Bahis: Haberin Gövdesi 115
12.1 Haberlerde Neler Bulunur? 115
12.2 Temel Haber Yazma Kurallarına Göre Haber Gövdesinin Düzenleniş Şekilleri 116
12.21 Ters Piramit Kuralına Göre 116
12.211 Kronolojik Dizi 116
12.212 Blok Paragraflarla Düzenleme 116
12.213 Zincirleme Düzen 117
12.22 Dörtgen Kuralına Göre 117
12.23 Normal Piramit Kuralına Göre 119
12.24 Ters Piramit ve Dörtgen Kuralının Birleştirilmesi 120

13. Bahis: Haberlerin Tekrar Yazılması 121
13.1 Haber Ajansları Yönünden Sürdürülen Haber Verme Yarışı 121
13.2 Gazetecilikte Haberlerin Tekrar Yazılması: Redaksiyon İşlemi 122
13.3 Redaksiyon İşleminin Ortaya Çıkış Nedenleri 122
13.4 Redaksiyon Yoluyla Haberlerin Tekrar Yazılması İşlemi 123
13.5 Redaktörlere Düşen Görevler 124
13.51 Telefonla Haber Alma 125
13.52 Haber Ajanslarının Verdiği Haberleri Tekrar Yazma 126
13.53 Diğer Yayın Organlarında Çıkmış Olanları Tekrar Yazma ... 127
13.54 Kendi Gazetecilik Kuruluşunca Daha Önce Verilmiş Haberin Geliştirilmesi veya Birleştirilmesi 127
13.55 Çeşitli Belgeler ve Basın Bültenlerini Haber Yapma 128

IV. BÖLÜM

ÇAĞDAŞ GAZETECİLİK TÜRLERİ

14. Bahis: Fikir Gazeteciliği 131
14.1 Fikir Gazeteciliği: Tanımı ve Özellikleri 131

14.2 Fikir Gazeteciliğine Yöneliş Nedenleri 131
14.3 Objektif Haber Verme Anlayışı: Özellikleri ve Getirdikleri 133
14.4 Objektif Haber Verme Yönünden Eleştiriler: Haberi Yorumlama Gerekliliği 134
14.5 Yorumlayıcı, Açıklayıcı Haber Verme 135
14.6 Araştırıcı Haber Verme 136
14.7 Değerlendirme 137

15. Bahis: Magazin Gazeteciliği 138
15.1 Magazin Gazeteciliği: Tanımı ve Özellikleri 138
15.2 Magazin Gazeteciliğine Yöneliş Nedenleri 138
15.3 Günümüzde Magazin Gazeteciliği 141
15.4 Magazin Gazeteciliğinde Yer Alan Haberler: Renkli Haber Tanımı ve Özellikleri 141
15.41 Renkli Haber Yönünden Yapılan Sınıflamalar 142
15.411 Haber Röportaj 143
15.412 İnsanın İlgisini Çekme Yönü Ağır Basan Röportaj 143
15.413 Biyografik Röportaj 143
15.414 Tarihi Röportaj 144
15.415 Araştırıcı ve Yorumlayıcı Röportaj 144
15.416 Bir Şeyin Nasıl Yapıldığını Gösteren Renkli Haber 144
15.417 Macera veya Kişisel Hikâye Röportajı 145
15.418 Yerel bir Durumu Anlatan Röportaj 145
15.42 Renkli Haber Nasıl Yazılır? 145

16. Bahis: Radyo ve Televizyon Gazeteciliği 147
16.1 Konuşma Şeklinde Haber Verme 147
16.2 Elektronik Basının Gelişimi 147
16.21 Radyonun Gelişimi 148
16.22 Televizyonun Gelişimi 149
16.3 Radyo ve Televizyon Gazeteciliğinin Temel Özellikleri 149
16.4 Radyo, Televizyon Gazeteciliğinde Haber Yapısı 150
16.41 Radyo Haberciliği 152
16.42 Televizyon Haberciliği 153

KAYNAKÇA 155

1. BÖLÜM

ÇAĞDAŞ GAZETECİLİĞİN GENEL GÖRÜNÜMÜ

1. BAHİS

GAZETECİLİĞİN TOPLUMDA ROLÜ VE ÖNEMİ

1.1 Gazetecilik - Kitle Haberleşme Araçları İlişkisi :

İnsanların gerek yakın gerekse uzak çevrelerinde olup bitenler hakkında bilgi almalarını, günümüzde özellikle bu amaçla geliştirilmiş ve uzmanlaşmış bazı araçlar sağlamaktadır. Bu araçlara genel bir terim kullanarak kitle haberleşme araçları adını veriyoruz. Endüstri teknolojisinin gücünü simgeleyen kitle haberleşme araçları, kitleleri haberleşme ağıyla birbirine bağlamaktadırlar.

Kitle haberleşme araçlarının yüzyıllardır insanlararasındaki ilişkilerin temeli olan haberleşmeye katkıları ise yakın geçmişte yaygınlaşmıştır. Mekanik güçleri dolayısıyla hareketlilik çoğaltıcısı olarak işlev görmeleri, haberleşmenin kitle haberleşmesi şekline dönüşmesine neden olmuştur. Bu araçların yaygınlık kazanması ile yüzyıllardır süregelen haberleşmenin sınırlı olan kapsam ve etkileri genişlemiştir. Geleneksel haberleşmeyi kitle haberleşmesinden ayıran iki özellik bulunmaktadır :

1. Kitle haberleşme araçları, zamandan tasarruf ederek, kapsanılan yerleri genişleterek, bilgiyi taşınabilir ve saklanabilir hale getirmiştir. Bu durum, kitle haberleşme araçlarını, geleneksel haberleşme yöntemleri yanında toplumsal etki yönünden daha güçlü kılmıştır.

2. Kitle haberleşme araçları, çalışabilmek bakımından bir örgütlenişe gereksinme duymaktadırlar. Daha başka deyişle, kitle haberleşme araçları diğer toplumsal kurumlar ve örgütler gibi, bazı özellikler ve yükümlülüklere sahiptirler.

Yukarıda sayılan iki özellik yanında, kitle haberleşme araçlarının pek çok işlev gördüklerini belirtmek gerekir. Bu araçlar, yüzyıllardır var olan geleneksel haberleşmenin işlevlerini günümüzde farklı görünümlerde yerine getirmektedirler.[1] Haber verme, propaganda, eğitim,[2]

---

[1] Wilbur Schramm, **Men, Messages and Media: A Look at Human Communication**, (New York: Harper and Row, 1973), s. 29.

[2] Harold D. Lasswell, "The Structure and Function of Communication in Society", Wilbur Schramm (der.) **Mass Communications**, (Urbana: University of Illinois Press, 1960), s. 11-30.

eğlence,[3] reklam yapma[4] şeklinde sıralayabileceğimiz bu işlevleri kitle haberleşme araçları toplumsal kurumlar olarak toplumsal yapı içinde gerçekleştirmektedirler.[5]

Günümüz gazeteciliğinde önemli rol oynayan gazeteler, dergiler, radyo ve televizyon etkin kitle haberleşme araçları olarak, toplumsal bir uğraş olan haberleşmede yer almaktadırlar. İnsanlara yakın ve uzak çevrelerinde olup bitenleri haber olarak vermeye, kısacası dünyayı tanımlamaya çalışmaktadırlar. Bunun yanında, insanların çeşitli sorunlarının çözümlenmesine de yardımcı olmaktadırlar. Zaman zaman insanoğlunun eğlence gereksinmesini de karşılamaktadırlar. Toplumda satılan malların tanıtımını da büyük ölçüde üstelenmişlerdir. Gazeteler, dergiler, radyo ve televizyon ister gazeteciliğin temel işlevi olan haber verme işlevini görsünler, isterse eğlendirsinler, isterse reklam yapsınlar, kitlelerin bir bakıma gözü kulağı olmak durumundadırlar.

Gazeteler, dergiler, radyo ve televizyondan hergün milyonlarca insan yararlanmaktadır. Bu araçların evlerimizde adının geçmediği, söylenmediği gün ve saat yok gibidir. Her an yakın çevremizde bu araçların varlığını hissederiz. Aslında, günlük yaşantımızın birer ayrılmaz parçasıdırlar.[6] Gazetelerin büyük bir güç olarak belirmesi dünyada okuma-yazma oranının artmasıyla gerçekleşmiştir denilebilir. Radyo ve televizyonun izlenilmek için izleyicilerinden okuma-yazma gibi bir beceri istememesi, gazetelere oranla bu araçların daha kolay izlenilmesine neden olmuştur. Bununla beraber, radyo ve televizyonun gazetelere oranla yaygınlık kazanması daha çok yenidir. Gazeteler XIX. yüzyıl ortalarından itibaren etkinlik kazanırken, radyo I. Dünya Savaşından sonra, televizyon ise II. Dünya Savaşından sonra yaygınlaşmıştır.

Gazetecilik yapan araçlar olarak, gazeteler, dergiler, radyo ve televizyon ülkenin toplumsal yapısı içinde yer alan haberleşme sisteminin uzmanlaşmış bir bölümünü oluştururlar.[7] Bu araçları, aynı zamanda, siyasal haberleşmenin yayımında büyük rol oynamalarından ötü-

---

3 Charles Wright, Mass Communications, (New York: Random House, 1959).

4 Schramm, **Men, Messages and Media, op. cit.**, s. 30.

5 Melvin De Fleur, **Theories of Mass Communication**, 2. baskı, (New York: David Mc Kay 1970).

6 Bernard Berelson, "What a Missing Newspaper Means?" Wilbur Schramm (der.) **The Precess and Effects of Mass Communication**, (Urbana: University of Illinois Press, 1954) s. 36-37.

7 Gabriel Almond, Bingham Powel Jr., **Comperative Politics: A Developmental Approach**, (Boston: Little and Brown, 1966), s. 167-170; Lucian Pye, **Aspects of Political Development**, (Boston: Little and Brown, 1966), S. 156-163.

rü, siyasal alt sistemler olarak nitelemek te mümkündür.[8] Toplum içinde oynadıkları asıl önemli rol ise, toplum içinde ve toplumlararası akıp giden haberleşmenin dengeli bir şekilde dağılımında, haberleşmenin alt yapısını mekanik araçlar olarak düzenlemektir.[9]

En genel bir tanımlama ile gazeteciliğin temel işlevi haber vermedir. Günümüzde haber verme işlevini yerine getiren çeşitli gazetecilik örgütleri bulunmaktadır. Gazetecilik örgütleri içinde basın, radyo ve televizyon yanında, bu araçlara yardımcı olan başka aracılar da yer almaktadır. Gazeteciliğin alt yapısını oluşturan, endüstri teknolojisini temsil eden sayılan mekanik araçlar yanında, belki üzerinde en çok durulması, söz edilmesi gereken, bu araçları çalıştıran fikir işçilerinin ürettikleridir. Fikir işçilerinin ürettikleri ise, herkesin diline doladığı, beğenmediği, bizi dünyadan iyi veya kötü şekilde haberli kılan, **haber** dediğimiz olgudur. Daha öz bir deyişle **gazetecilik yapmadır.**

Günümüzde gazetecilikte çok sayıda kitle haberleşme aracı görev almış durumdadır. Gazeteler yanında radyo ve televizyonun da gazetecilik alanına kaymaları ile, çağımızın gazeteciliği çok aracın gazetecilik alanında işlev gördüğü gazetecilik şekline dönüşmüştür denilebilir. Radyo önce maç nakilleri, daha sonra da kısa haberler sunarak gazetecilik alanına girmiştir. 1950'lerden itibaren de televizyon yoluyla da gazetecilik yapılmağa başlanılmıştır.[10] Bu yönden, araçların yapısal özellikleri nedeniyle, günümüz gazeteciliği basın, radyo, televizyon arasında haberleri süratli verebilmek yönünden büyük bir yarış içinde gerçekleşmektedir.

1.2 Gazetecilik Yapan Kitle Haberleşme Araçlarının Yapısal Özellikleri :

Gazetelerin yanında önce radyonun daha sonra da televizyonun gazeteciliğe kaymasıyla, bazı yeni terimler gazetecilik diline girmiştir. Gazeteler, dergiler için **yazılı basın,** radyo ve televizyon için **sözlü veya elektronik basın** terimleri kullanılmağa başlanılmıştır. Daha önce de belirtildiği gibi, gazetecilikte rol oynayan araçların kendine özgü özellikleri bulunmaktadır.

---

[8] Steven Chaffee, "The Diffusion of Political Information" Steven Chaffee (der.) **Political Communication: Issues and Strategies for Research,** (Sage Annual Reviews of Communication Research volume 4, 1975) s. 99 ve devamı.

[9] Hıfzı Topuz, Ertuğrul Özkök, "Vers un Nouvel ordre international de l'information" **Milletlerarası Münasebetler Türk Yıllığı, 1976,** (Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi, 1979) s. 33-34.

[10] William A. Wood, **Electronic Journalism,** (New York: Columbia University Press, 1967) s. 10.

Gazetelerin sürdürdüğü gazetecilik anlayışı, radyo ve televizyona da yansımakla beraber, gazetecilikte rol oynayan araçların yapısal özellikleri nedeniyle bazı farklılıklar mevcuttur. Gazeteler ülkesine göre değişen ölçüde, renkli veya renksiz baskı tekniği ile basılmaktadırlar. Aynı zamanda, baskı tekniğine uygun olarak ta içerik, bol veya az haber ve resim ile düzenlenmiştir.

Radyoda ise yer yer kayda alınmış seslerin eşliğinde, spikerlerin okuduğu haberler yer almaktadır. Televizyonda radyodaki gibi haberleri yine spikerler sunarken, yer yer ekranda haber filmleri, çeşitli yazılar, şekiller, fotoğraflar, grafikler, kayda alınmış seslerle birlikte haberlere eşlik etmektedir.

1.2.1 Yazılı Basının Özellikleri :

Gazete ve dergiler yalnız göze hitap eden kitle haberleşme araçlarıdır. Okuma-yazma bilmeyenler, yazılı basının yazdıklarını okuyamazlar, ancak dinleme yoluyla yararlanabilirler. Yazılı basının ulaştırdığı haber mesajları, saklanabilir bir belge niteliğini taşımaktadır. Bu yönden, belge olması nedeniyle, istenildiği zaman tekrar okunma gözden geçirilme olanağını sağlamaktadır.

Yazılı basın, haberleri daha ayrıntılı, derinliğine inerek sunar. Radyo ve televizyona oranla, haber verme bakımından daha az süratlidir. Zamanı radyo ve televizyona oranla daha elverişli olarak kullanmaları, daha kapsamlı haber vermelerine yol açmaktadır. Bu nedenle, yazılı basının ekonomik olanakları yeterliyse, haber malzemesi fazlalığı halinde sayfalarını artırma olanağını her zaman zorlayabilir. Radyo ve televizyon ise, hiçbir zaman yazılı basının bu özelliğinden yararlanamaz.

1.2.2 Sözlü Basının Özellikleri :

Radyo yalnız kulağa hitap eder. İzleyiciler radyonun verdiklerini duyma yoluyla alabilirler. Radyonun verdikleri ise kalıcı değil, uçucudur. Bununla beraber, günümüzde kitle haberleşme araçları içinde en süratli ve en çabuk haber mesajı ulaştırabilen araçtır. Televizyon ise hem göze hem de kulağa hitap eden bir kitle haberleşme aracıdır. Ekrandaki görüntüye ses tamamlayıcı bir öğe olarak eşlik eder.

Gerek radyo gerekse televizyonun yayın süresi günün 24 saati ile sınırlıdır. Bu bakımdan verdikleri haberler, yönünden devamlı olarak 24 saat zaman sınırı içinde kalmak durumundadırlar. Verdikleri haberi gazeteler kadar derinliğine inerek, ayrıntılı olarak hiçbir zaman ve-

remezler. Her eğitim düzeyindeki kişiye hitap ederler, okuma-yazma gibi bir beceri istemezler.

1.3 Gazetecilik Yapan Araçların Ekonomik Özellikleri :

Basın, radyo ve televizyon toplumsal kurumlar olarak büyük sermaye ile çalışmaktadırlar. Sermaye ise, özel sermaye veya devlet sermayesi şeklinde olabilmektedir. Sermayeyi kimin koyduğu bu araçlar üzerinde tekel veya çoğulcu haberleşme sisteminin varlığına zemin hazırlamaktadır. Daha öz deyişle, sermaye mülkiyet ve denetim durumunu yansıtan en önemli göstergedir.[11] Çoğulcu haberleşme sistemlerinde gerek basın sahasında, gerekse radyo ve televizyon sahasında büyük anonim şirketler yazılı veya sözlü basının finansmanını sağlamaktadırlar. Tekelci sistemlerde ise devletin yazılı veya sözlü basın üzerinde finansman yönünden katkısı bulunmaktadır. Özellikle, tekelci sözlü basın sistemleri yazılı basına göre günümüzde daha yaygın durumdadır.[12]

Hemen hemen 500 yıllık geçmişi bulunan gazete yayımı bugün tam anlamıyla teknolojik devrimin doruğuna erişmiş bulunmaktadır. Yalnız, baskı alanında elektronik bilimi ve otomasyon üretim sorunlarının pek çoğunu çözmüş, yüksek süratli rotatif baskı makineleri üretimi çok arttırmıştır. Özellikle, ofset tekniği ile siyah-beyaz baskı yerini renkli baskıya terketmiştir.[13] Dizgi sahasında uygulanan yeni yöntemler, foto kompozisyon, film ile dizgi, komputer ile dizgi, elektronik klişe yapma teknikleri dizgi işlemini çabuklaştırmıştır.[14] Facsimile yöntemi ve telsiz baskı ile, gazeteler aynı anda basılma olanaklarına kavuşmuşlardır. Yukarıda anılan iki yolla normal süratli telgraf ve radyodan 16 kez daha hızlı olarak malzeme ulaştırılmaktadır.

Yazılı basın alanındaki, teknolojik gelişmelere ayak uydurabilmesi için büyük masraflar gerekmektedir. Bu nedenle, büyük sermaye grupları, genellikle anonim şirketler günümüzde basın alanında faaliyette bulunmakta veya çeşitli basın zincirleri basın alanında önemli

---

11 Oya Tokgöz, **Türkiye ve Ortadoğu Ülkelerinde Radyo ve Televizyon Sistemleri : Mukayeseli Bir Araştırma**, (Ankara : Sevinç Matbaası, 1972) s. 44-49.

12 Elihu Katz, George Wedell, **Broadcasting in the Third World; Promise and Performance**, (New York : The Macmillan Press, 1978).

13 Şevket Evliyagil, **Basın Sanayiinin Temel Kavramları**, (Ajans Türk Bilim Yayınları Dizisi No : 3, Ankara 1973) s. 92 ve devamı.

14 **World Newspapers and News Agencies**, (Unesco : Paris, 1964) s. 13; Lord Thompson of Fleet, "Newspaper Standarts for the Seventies" Heinz-Dietrich Fischer and John C. Merril (der.) **International Communication, Media, Channels, Functions**, (New York : Hastings House, 1970) s. 429.

bir ad olarak hareket etmektedirler. Sözlü basın alanında da çoğulcu sistemlerde aynı durum görülmektedir. Gerekli sermayeyi bulma nedeniyle oluşan birikim, gazete sayılarının (radyo ve televizyon istasyonu sayılarının, azalması, kalanların ise fazlasiyle kuvvetlenmesi anlamını taşımaktadır.[15] Oluşan basın zincirleri ise basın özgürlüğü ile ilgili herkesi fazlasıyla düşünceye sevketmektedir. Genel kanı, basında —yazılı olsun sözlü olsun— birikimin basın özgürlüğünü kısıtlaması şeklindedir.

Yazılı ve sözlü basında görülen birikimin yanında üzerinde durulması gereken, bu araçların haber toplama ve yazma olanaklarının geçirdiği gelişmelerdir. Teknolojik olanakların gelişmesiyle, gazetecilikte rol oynayan araçların haber toplama ve yazma olanaklarına yardımcı olan bu aracılar, haber toplama ve yazmayı süratlendirirken, masrafları daha kabartmıştır. Telgraf, telefon, radyo hatları ile haberleşme, facsimile, uydularla haberleşme, haber ajansları, fikir işçilerine kolaylıklar sağlamakla beraber, fikir işçilerinin ücretleri ile birleşince büyük toplamlar oluşmaktadır.

Diğer bir önemli nokta ise, yazılı ve sözlü basının haber alma olanağına ve özgürlüğüne etkide bulunan haber ajanslarıdır. Günümüzde, dünya ulusları olabildiği ölçüde kendi ulusal haber ajansları yanında,[16] beş büyük haber ajansından haber alma durumundadır.[17] Associated Press, United Press International, Reuter, Agence France Presse ve Tass yazılı basın ve sözlü basına haber temini yönünden adeta yarış halindedirler. Verdikleri haberler ait oldukları devletlerin dünya görüşünü yansıtan bir ölçü içinde kalmaktadır. Haber ajansları muhabirlere büyük ölçüde yardımcı olmakla beraber, gazeteciliğin temel işlevi olan haber vermede köprü başlarını tutmuşlardır.

1.4 Gazetecilikte Haber Verme İşlevi :

İnsanoğlunun bu yüzyılda haber alma yönünden karşılaştıkları yenilikler, gazeteciliğe yeni bir çehre kazandırmıştır. Önceleri, yalnız haber alma bakımından gazete okuyanlar, zamanla radyodan haberleri dinlemeğe, sonraları da televizyondan haberleri izlemeğe başlamışlardır. Her üçüne de sahip olma olanakları olan insanoğlu için, gerek yazılı gerekse sözlü basın yaşantısının önemli birer parçasıdır. Günü-

---

15 Nermin Abadan, "Gazeteciliğin Gelişim Safhaları" **SBF Dergisi**, cilt XVI. No : 1, Mart 1961, s. 133-134 : Sulhi Dönmezer, **Basın Hukuku**, (İstanbul : Sulhi Garan Matbaası, 1976), s.

16 **World Communications**, (The Unesco Press, 1975) s. xiv-xv.

17 **ibid.**,

müzde, süratli haber alma bakımından kişiler radyo dinlemekte, olayları yerinde oluyormuş gibi izleyebilmek için televizyona yönelmekte, olayları derinliğine öğrenebilmek, önemini kavrayabilmek bakımından da gazeteleri okumaktadırlar.

Gerçekten, haber verme işlevi, gazeteciliğin en önemli ve temel işlevidir. Kamusal ilişkiler üzerinde hüküm verme yönünden de değerlendirilen hep haberler olur. Gazetecilik yapan araçların 'haber verme işlevi' gazetecilik mesleğinde çalışanlarca olduğu kadar, toplumda pek çok kişi tarafından devamlı olarak eleştirilir. Görünüşte, insana çekici gelen bu oyunun yazılı kuralları pek yoktur. Eleştiriler, oyunu bozan dikenli noktalara götürmekte, iş tatsız boyutlara da ulaşabilmektedir.

Kitle haberleşme araçları ile toplum arasındaki ilişkiler yönünden yapılan bu eleştiriler, genelde bazı haberlerin tam olarak yansıtılmadığı veya hatalı ve kasten öyle gösterilmekte olduğu şeklinde olabilmektedir. Hattâ bazı eleştirilerde ise, gazetecilik yapan kitle haberleşme araçlarının hangisi olursa olsun, günlük bir toplumsal sorunu fazlasıyla abarttığı veya sorunu hiç önemsemediği de yer alabilmektedir. Kısacası, gazetecilik yapan araçları hatalarından dolayı kınamak, sonra da bunlardan bazı isteklerde bulunarak, çeşitli girişimlerde bulunmasını istemek, belki günümüzde gazeteciliğin temel sorununu oluşturmaktadır. Neden, haberlerin çoğu sıradandır veya bayağıdır? Neden, haberler bilgi ile yüklü değildirler? Hatalı ve eksiktirler? Bu soruların yanıtları ise, gazetecilik yapan araçların **haber yapma ve verme** işlevleriyle ilişkilidir.

Aslında, gazeteciliği tıpkı toplumbilim gibi bir görgül disiplin olarak ele alıp incelemek yerindedir. Böyle hareket ettiğimizde, haberler için, görgül araştırmanın bulguları yanında, araştırmada kullanılan kavram ve yöntemler ve gazeteciler zaman ayırabilirlerse görgül olarak deneyebilecekleri varsayımlardan oluşur diyebiliriz. Bu bakımdan, diğer görgül disiplinler gibi gazetecilik yalnız gerçekler üzerinde verilmiş bulunan hükümlerle sınırlı kalmaz. Gazetecilikte toplumsal değerler, tercihler de yer alır. Gazeteciliğin ham maddesini oluşturan haberler, ülkenin ve toplumun olası olduğu ölçüde iyi veya kötü bir resmini vermeğe çalışır. Haberler içinde yer alan toplumsal değerler ise, haberi yapan ve veren gazetecilere çoğu kez ait olmadığı gibi, haberlerden kesinkes de ayrılmazlar.

Gazetecilik, bir bakıma, kişilerin sorunlarının çözümlenmesine yardımcı olan bilgilerin ulaştırılmasıdır. Sunulan bilgilerin içeriği bilgilendirme veya eğlence ile yüklü olsa da basit bir tanımlama ile genel-

de "haber" olarak nitelenir. Bu açıdan yaklaşarak gazetecilik için şöyle basit bir tanım yapılabilir :

> "Gazetecilik, haber malzemesi sayılan bilgilerin toplanması, yazılması, düzenlenmesi ve dağıtılmasını içeren bir işlemdir."

Bu tanımlamadan hareket ederek, gazeteci için de şöyle bir tanım vermek mümkündür :

> "Gazeteci, erişmek istediği kitle için en önemli diye nitelendirdiği bilgileri toplayarak, haber olarak seçen, kişileri bilgi alarak düşünmeğe sevkedendir."

Dikkat edilirse, gerek gazeteci, gerekse gazetecilik, süreç olarak tanım gereği, haber verme bakımından tek yönlü bir haber akımına işaret etmektedirler. Gazetecilik yapan araçlar yoluyla "haber alma" ise eriştikleri kitleler yönünden, haber olur diye seçilmiş, ayrılmış, düzenlenmiş, haber olarak yazılmış olay veya olayların okunması, dinlenmesi ve izlenmesi sonunda gerçekleşebilmektedir. Bu düzenleme içinde de toplumda çeşitli kamu oyları oluşmakta, çeşitli görüşler biçimlenmektedir.

Günümüz gazeteciliğinde rol oynayan araçlar, kişilerin dikkatini çekme bakımından büyük görevler yüklenmişlerdir. Aynı zamanda, haber olarak vermedikleri, haber olarak verdikleri kadar önemlidir. Diğer önemli bir özellikleri ise, haber olarak verdikleri olay ne kadar saptırılmış, basmakalıplaştırılmış ve taraf tutar şekilde verilmiş olursa olsun izleyenlerin bunları denetleme olanağı yoksa, kafalarında bu olayı kitle haberleşme araçlarından aldıkları gibi canlandırmaktadırlar.[18] Bu yönden, haberleri toplumsal bir olgu şeklinde değerlendirmek, irdelemek anlamlıdır.

Haber verme işlevini toplumsal olgu olarak ele aldığımızda, gazetecilikte kullanılan araçların günlük çalışma ve çalıştırılma süreçlerini de gözden geçirmek gerekmektedir. Daha başka deyişle, kişisel davranışı gösteren gazetecilik psikolojisi ile bunları biçimlendiren kurumsal baskıları da gözden geçirmek yerinde olacaktır. Bu bakımdan, şu soruları sormak anlamlıdır. Neden bazı muhabirlerin uzmanlık alanlarına bazı haber kaynakları girmekte, diğerleri girmemektedir?

---

[18] Donald F. Roberts, "Nature of Communication Effects" Wilbur Schramm, Donald F. Roberts (der.) **The Process and Effects of Mass Communication**, gözden geçirilmiş baskı, (Urbana : University of Illinois Press, 1971) s. 379-381.

Neden A gazetesinin yazı işleri müdürü ile B televizyon haber merkezi müdürü ellerinde bulunan haberlerin bazılarını yayımlamak veya antene çıkarmak için ayırmakta, diğerlerini kullanmamaktadırlar?

Bu soruların yanıtını verebilmek "Haber Yapma" teriminden ne anlamak gerektiğine bakmakla olanaklı olmaktadır. Zira, haber verebilmek için belirli bir çerçeve içinde haberin oluşturulması gereklidir. Daha öz deyişle, haber yapma olay veya olayların haber olarak verilmek üzere, haber haline getirilmesi sürecini içermektedir. Bu konuyu toplumbilim açısından değerlendiren Amerikalı yazar Bernard Roscho şöyle demektedir :[19]

> "Haber yapma (newsmaking) sırasında haberin içeriğini oluşturan enformasyonun bir kısmı bir toplumsal süreç sonucu olarak yayımlanmakta, diğer kısmı ise atılmakta veya üzerinde durulmamaktadır."

Bu yönden, toplumsal çözümlemede belki en tutarlı yol kişisel yanlılıkları inceleme yerine, kurumsal baskıları incelemektir. Böylelikle, Roscho'nun tanımından dolaylı olarak görüldüğü gibi, gazeteci psikolojisi ile haber sosyolojisi (sociology of news) arasında bir ayrım yapabilme olanağı doğabilecektir.

Haber sosyolojisinin ne olduğuna değinmeden önce, Roscho'un diğer bazı görüşlerini de gözden geçirmek gerekecektir. Roscho, yayımlanmış haberlerin ikili temeli olduğuna işaret ettikten sonra,[20] şunları eklemektedir :

> "Toplumsal bir ürün olarak basının içeriği içinden çıktığı toplumu yansıtır. Kurumsal bir ürün olarak ise, basının içeriği, işlevi haber toplama ve yazma olan uzmanlaşmış, kurumlaşmış çalışmaların sonucudur. Bu içiçe girmiş koşulların tümü ise haber sosyolojisini oluşturur."

Roscho, toplumsal yapının basının içeriği üzerinde temel belirleyici olduğuna işaret ettiği gibi, haber sosyolojisinin, toplumbilimin temel inceleme birimleri olan tabakalaşma, inançlar, davranış kalıpları, ast-üst ilişkilerini değerlendirmesini gerektiğini söylemektedir. Yalnız, haber sosyolojisinin asıl amacı, topluma soktuğu girdilerdir. Girdilerin oluşturduğu çıktıları ise pek dikkate almamaktadır. Daha başka

---

19 Bernard Roshco, **Newsmaking**, (Chicago : The University of Chicago Press, 1975) s. 4.

20 Roscho, **op. cit.**, s. 5.

deyişle, toplumu nasıl etkilediğini ve etkilendiğini dile getirmek istemektedir.

1.5 Haber Vermenin Gördüğü Toplumsal İşlevler :

Çağımızda gazetecilikte rol alan kitle haberleşme araçları, toplumsal kurumlar olarak toplumun haberleşme yapısı içinde kendilerine özgü merkezi bir konuma sahiptirler. Temel işlevleri olan haber verme ile, topluma çeşitli girdileri, olgular arasında ve değer yargıları arasında çeşitli bağıntılar kurarak, devamlı olarak sunarlar. Bu sunuş sırasında gördükleri toplumsal işlevler yanında, bazı psiko-sosyal işlevler de yüklenmişlerdir.[21] Daha başka deyişle, haber verme işlevleri ile birlikte, daha pek çok toplumsal ve psiko-sosyal işlevleri de yerine getirirler. Bunlar arasında, kamuoyunu oluşturarak belirli bir konu üzerinde ikna etme, eğitim, eğlendirme, oyalama, reklam yapma da yer almaktadır.

Haber verme işlevleriyle gazetecilik yapan kitle haberleşme araçları, topluma siyasal, ekonomik, toplumsal, sanatsal, bilimsel enformasyonu ister güncel olsun isterse genel nitelikte olsun, çeşitli olgular arasında bağıntılar kurarak sunarlar. Zaman, zaman uyuşumcu zaman zaman eleştiri ile yüklü olarak olguların ve değerlerin toplumda yerleştirilmelerini sağlarlar. Bu işlevleriyle bilgi verme yanında, fikirlerin, değerlerin aktarımını yapmaları, aslında kitle haberleşme araçlarının eğitim işleviyle bütünleşmektedir. Daha öz deyişle, haber vermenin toplumsallaşmada oynadığı önemli rolü göstermektedir.

Haber verme işleviyle aynı zamanda bazı fikirlerin savunuculuğunu yaparak, topluma belirli yönde fikir değişikliği getirerek, yeni tutumların yerleştirilmesini isterler. Bu işlevi görürlerken, zaman zaman siyasal karar alma yönünden ikna etmeye yönelerek, bazı fikirlerin değiştirilmesinde, şekillenmesinde rol oynarlar. Diğer yandan, yine haber verme işlevi içinde, toplumun ekonomik yapısının işleyişi ile ilgili olarak malların tanıtımına da yönelirler. Malların tanıtımı (reklam) yoluyla, ekonomik sistem hakkında bilinçlendirme, tanıtma ve malı satın alma yönünde ikna etmeye yöneltme, haber verme işlevi içinde gerçekleşir. Daha başka deyişle, gazetecilikte haber verme işlevi, zaman zaman kişileri siyasal ve ekonomik açıdan bilinçlendirme yanında ikna etme işlevi ile de yüklü olabilir.

---

[21] Roger Clausse, **Les Nouvelles**, (Editions de l'Institut de Socilogie de L'Universite Libre de Bruxelles, 1963) s. 21-23.

Belki, haber verme işlevi yoluyla yönelinen en önemli işlevi psikolojik ve toplumsal değerleri içeren, değerlendiren eğlendirme, dinlendirme işlevi olarak nitelemek mümkündür. Kişileri, günün ağır bunaltıcı sorunlarından ve koşullarından uzaklaştırarak, onları hayal ve düş dünyasına itme, gamdan, sıkıntıdan arındırma bakımından haber verme günümüz gazeteciliğinde önemli bir yer tutmaktadır. Kişiye çevresinde edindiği bilgilerle statü kazandıracağına, öğretilmesi gerekenleri öğreterek, toplumsal normları zorlayacağına, genelde topluma istenileni sunmaya, sorunlardan, dertlerden kaçma ve kurtulmayı vurgulayan hep eğlendirme ve dinlendirme işlevi olmaktadır.

Kişileri rahatlatma, uyuşturmaya yöneltmekle birlikte, boş zamanlarının değerlendirilmesinde bu tür haberlere yönelme, çağımızda hemen hemen her ülkede büyük bir yer tutmaktadır. Sansasyonel habercilik ile yazılı basında ilk kez görülen bu işlev,[22] günümüzde yazılı basında bütün güçlülüğü ile sürerken, sözlü basın da kendini büyük ölçüde duyurmaktadır. Radyo ve televizyonun gazeteciliğe kayması ile, yazılı basında bu işlev özellikle televizyonun yapısal özelliklerini dikkate alan ölçüde bir değişim geçirmiştir.

Sansasyonel haberlerin ilk kez aşırı ölçüde yer aldığı gazetecilik akımı olan sarı gazetecilik,[23] günümüzde bulvar gazeteleri ve magazin gazeteleri ile sürdürülmektedir. Bu türden olan gazeteler bol resimli ve görüntülü sayfa düzeni ile birlikte az yazı ve iri başlıklarla haber vermeye yönelmektedirler. Türkiye de olduğu gibi, ofset yöntemi ile basılan gazetelerin pek çoğu bu şekilde hazırlanmaktadır. Zaten, en çok satan tür gazeteler, dergiler de bunlardır.

Günümüzde gazeteciliğin temel işlevi haber verme olmakla birlikte, bu işlev içinde kitle haberleşme araçlarının diğer işlevleri de yerine getirilmektedir. Bu yönden, gazetecilik yapan araçların hangisi olursa olsun, bir yandan işlev gördükleri toplumsal yapı içinde kişilere çeşitli yararlar ve ödüller kazandırmaktadır.[24] Diğer yandan kişilerin üzerinde düşünmelerini sağlama yönünden çeşitli sorunları gündeme getirmekle, gündem koyma ve saptama işlevini de yerine getirmektedirler.[25] Bunun yanında belki üzerinde fazla durulmayan, kişilerin bel-

---

22 Edwin Emery, **Press and America: An Interpretative History of Journalism**, 2. baskı, (Englewood Cliffs, N.J: Prentice Hall, 1962) s. 415 ve devamı.

23 ibid.

24 Jay Blumler ve Elihu Katz (der.) **The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Research.** (London: Sage Publications, 1974).

25 Bernard Cohen, **The Press-The Public and Foreign oPlicy**, (Princeton: New Jersey: Princeton University Press, 1963).

leklerinde bilgi alıkoymaları ve depolamalarına yönelen girdilerin oluşturulmasıdır.[26]

[26] Lee Becker, Maxwell McCombs, Jack McLeod, "The Development of Political Cognitions" Steven Chaffee, (der.) **Political Communication,** (London: Sage, 1975) s. 53 ve devamı.

2. BAHİS

GAZETECİLİKTE BİLGİ ALMA VE VERME (ENFORMASYON)

2.1 **Bilgi Alma-Bilgi Verme** (Enformasyon)

Günümüzde gazeteciliğin temeli olan bilgi alma ve verme işlemi için, çeşitli dillerde **information** (Türkçeleşmişi enformasyon) terimi kullanılagelmektedir. Türkçe'de enformasyon terimi, hükümetin işleyişi yönünden tanıtma kelimesi karşılığı olarak yerleştirilmiştir. Aslında, Türkçe'de belki enformasyon tanıtmanın karşılığı olarak kullanılmaktadır ama yabancı dillerdeki kelimenin taşıdığı anlamın karşılığını Türkçe'de verememektedir. Aynı zamanda, enformasyonu, İngilizce'deki **knowledge** kelimesi ile de karıştırmamak gerekmektedir. İlk bakışta aynı anlamı taşıdıkları sanılan iki kelime farklı anlamlarla yüklüdürler. Knowledge kelimesi, information kelimesinin bilgi alma ve verme, tanıtma anlamlarına karşılık, günümüz Türkçe'sinde pek tek kelime şeklinde karşılığı olmayan "bir konu hakkında bilgi sahibi olma" —malumat— anlamını taşımaktadır.

Enformasyon kelimesi için, yabancı dillerdeki çeşitli sözlüklere bakıldığında, kelime anlamı olarak çeşitli tanımlamalarının yapıldığını görürüz. Kelime günlük dillerde kullanılışı itibariyle bilgi toplama ve vermeyi göstermektedir. Hukuk dilinde kullanılışı ise adli soruşturmada soruşturma usulü hakkındaki kararı içermektedir. Asıl önemli olan matematik alanında kullanılışıdır. Enformasyon kelimesi, bütün dillere matematik alanında çok sözü edilen enformasyon teorisinin anlatımından kaynaklanarak girmiştir.

Sözlüklerde yer alan enformasyonun çeşitli anlamlarını, aynı konuda bir yapıt vermiş olan Fransız Haberleşme Hukukçusu Fernand Terrou şöyle yorumlamaktadır :[1]

> "Enformasyonun birinci anlamı, şekillenmiş bir fikri ifade etmektedir. Hukuk anlamı ise uygulamayı göstermektedir.

[1] Fernand Terrou, **L'Information** (Presses Universitaires de France · Paris, 1968) s. 5.

Matematik anlamı ise, tümden bilimsel bir kullanım şeklidir."

Aslında, enformasyon kelimesinin günlük anlamı ile hukukta kullanım şeklinin anlamı, yayın yöntemlerinin ve özgürlük kavramlarının birlikte kullanılmasını gerektirmektedir. Her iki kullanım şekli, temelde basın ve yayın yöntemlerinin temel veya yardımcı belli başlı araçlar olarak alınması gerektiğini, dolaylı olarak ifade etmektedir. Daha başka deyişle, enformasyon kelimesi belirli bir sürecin varlığına işaret eden bir kelimedir. Özellikle, kitle haberleşme araçlarının sayıca çok yaygın olduğu çağımızda, enformasyonun rolü, önemi artmış taşıdığı anlamlar çeşitlilik kazanmıştır.

Enformasyonu başka yönlerden yaklaşarak tanımlayanlar da vardır. Zorunlu olarak fikrini söylemek, fikrini söylemiş olmak zorunluluğu şeklinde enformasyon tanımlanmaktadır. Enformasyonun bu şekildeki tanımında, bilgi verme ve almanın eksik olarak tanımlandığı göze çarpmaktadır. Böyle bir tanımla enformasyona yaklaşanlar, daha çok, yüzeyde bir ifade kullanarak, fikir özgürlüğünün savunuculuğunu yapmaktadırlar.[2] Çağımızda gazetecilik yapan yayın araçlarının fazlalığı ve çeşitliliği, bu tanımın eksikliğini kolayca ortaya çıkarabilmektedir. Fikrini söyleme zorunluluğuna, 'neyle söyleme", "neden, niçin ve kime söyleme zorunluluğu" sorularının günümüzde mutlaka eklenmesi gerekmektedir. İnsan hakları ve kamu özgürlükleri açısından önemli bir özgürlük olan ifade özgürlüğünden kaynaklanan bu tanımı, kitle haberleşme araçlarının hareketlilik çoğaltıcısı olarak işlev görmelerinden ötürü, haberleşme özgürlüğü açısından tekrar gözden geçirmek gerekmektedir.

Haberleşme özgürlüğü açısından düşünülürse,[3] enformasyonun hem düşünce (bilgi verme) hem de bilmek isteme (bilgi alma)yi içine alacak şekilde geniş kapsamlı olarak tanımlanması zorunlu olmaktadır. Günün koşulları gereği olarak, insanlar artık hem başka hemcinslerinin düşüncelerini öğrenmek, yani (haber almak) bakımından özgür olmayı yeğ tutarlarken, hem de olayların, sorunların gerçek yüzünü de bilmek istemektedirler (haber verilmek). Enformasyonun, bu yaklaşıma göre şöyle bir tanımını yapabiliriz :[4]

"Kişinin, bir durum karşısında vaziyet alacağı ortam hakkın-

---

2 ibid., s. 5-10.

3 ibid., s. 10.

4 Donald F. Roberts, "The Nature of Communication Effects" Wilbur Schramm, Donald F. Roberts (der.) **The Effects of Mass Communications**, (Urbana: University of Illinois Press, 1971), s. 350.

da koşulları kurup düzenlemesine yarayan herhangi bir içeriktir."

Bu tanım ilk bakışta yine eksiktir. Ancak, kişinin bilgi almasını anlatmaktadır. Ayrıca, gazetecinin bilgi alırken, gazetecilik açısından önemli olan haber alması dışında kalan propaganda, tanıtma, halkla ilişkiler işlemlerini de kendine göre bir ayrıma tâbi tutması gerekmektedir. Propaganda, tanıtma, halkla ilişkiler işlemleri, bilgi vermekten çok, düşünceleri öğrenmek ve bilmek istemlerinin amacını saptırmak bakımından kullanılırlar. Bu açıdan yukarıdaki tanıma bakınca, bilgi verme bakımından da dolaylı olarak yüklü olduğu ortaya çıkmaktadır.

Propaganda, tanıtma ve halkla ilişkilerden ayrılabilmesi için, doğru olması, objektif olması ve sorumluluk taşıyan bir şekilde ulaştırılması gereklidir. Haber veren bakımından bu amaçların sağlanabilmesi için de kesinlik, orjinallik, özlülük, güncel olma gibi özelliklerin de eklenmesi, süratli bir şekilde verilmesi, kendi içinde bütünlük taşıması da zorunludur. Doğal olarak, bütün bu amaçlar ve özelliklerin bütünleşmesi, geniş ölçüde toplum içinde enformasyonun dağıtımı, dağılımı ve yayılması ile ilişkilidir.[5]

2.2 Gazetecilikte Bilgi Alma - Bilgi Verme Nasıl Gerçekleşir?

Gazetecilikte, herhangi bir haber mesajının oluşturulması bakımından bilgi alma ve verme işlemleri gereklidir. Gazeteciler, izleyicilerine haberleri ulaştırmak bakımından (bilgi verme) kendileri de haber alma (bilgi alma) durumundadırlar. Böylelikle, günümüz gazeteciliğinde hem haber toplama hem de haber verme süreçleri yer almaktadır. Bu yönden, gazeteciliğin temelinde yüzyıllardır süregelen en temel haberleşme ilişkilerinin yattığı akıldan çıkarılmamalıdır. İnsanlararası ilişkilerin temeli olan haberleşme, en basit şekliyle bile bilgi alma ve vermeye dayanmaktadır.

Haberleşme kuramı açısından bilgi alma ve vermeyi çözümlersek, bilgi alma ve vermede iki ana etkenin söz konusu olduğunu görürüz. Bu etkenleri ise, en basit bir ifadeyle gönderen ve alan şeklinde tanımlayabiliriz. Bilgi alma ve verme sürecinin işleyişine ayrıntılı bir biçimde değinmeden önce, Amerikalı yazar Wilbur Schramm'ın bir görüşünden söz etmek yerindedir.[6]

Schramm, gazetecilikteki haber olgusunu anlatabilmek için, haberleşme kuramı açısından habere yaklaşarak şöyle demektedir :

---

[5] **ibid.**, s. 350 ve devamı.

[6] Wilbur Schramm, "The Nature of News". **Journalism Quarterly**, 20 (1949) s. 259

"Haberleşme birtakım haberleşme işaretlerine uyarak bölüşmedir."

Bu görüşünü uzun yıllar önce belirtmesine karşın Schramm, gerçekten günümüzdeki gazetecilik alanındaki bilgi alma ve verme işlemlerini, bu görüşüyle hâlâ iyi bir şekilde açıklığa kavuşturabilmektedir. Bilgi alma ve verme çok uzmanlaşmış, farklılaştırılmış yöntemlerle de yapılsa, hâlâ geleneksel olarak insanlararasındaki ilişkilerden kaynaklanmaktadır. Aslında, bilgi alma ve verme en basit yüzyüze haberleşme ilişkilerine dayanmaktadır. Gazetecilikte rol oynayan etkin araçlar olan gazeteler, radyo ve televizyon bu ilişkileri kitleler içinde çoğaltmakta, yaygınlaştırmaktadırlar.

Gazetecilik açısından en temel yüzyüze ilişkiler için bilgi alma ve verme bakımından gönderen ve alan kendine göre haberleşme işaretlerini bölüştürür. Toplum içinde bilgi alma ve verme işlemi ise hep süregelir. Çağın ve yerin özellikleri ise, bilgi alma ve vermeye çeşitlilik, farklı anlamlar kazandırır. Bu yönden, gazetecilik yapan araçların günümüzde bilgi alış verişi bakımından katkıları ve başarıları önemli boyutlara ulaşmıştır, denilebilir.

Yalnız, günümüzde gazetecilikteki bilgi alma ve verme sürecinin işleyişini anlatabilmek bakımından iki modelin yardımına gerek bulunmaktadır.

1. Kitle haberleşme araçları olmadan var olan bilgi alma-verme düzeni
2. Kitle haberleşme araçlarının var olduğu, katkısı bulunduğu bilgi alışveriş düzeni

Birinci modelde, toplum içinde bilgi alış verişi çok dar bir çerçeve içinde oluşurdu. Daha iyi bir tanımlama ile, insan sesinin eriştiği yere kadar bilgi alış verişi uzanabilirdi. Birbirini tanıyanlar arasında, samimi bir hava içinde bilgi alma ve verme işlemleri oluşurdu. Konuşma havası içinde olup bittiği için de, katılanların tepkisi hemen görülür, klâsikleşmiş yüzyüze ilişkiler içinde gönderen ve alan rolleri ise sık sık değişirdi. Böyle bir ortamda bilgi alışverişi ilk elden gerçeklerle ilişkili olduğundan, yeni olan her olaya **haber** adı verilirdi. Dış çevreden haberlerin gelmesi ise enderdi. Bu model bakımından, gazetecilik yapılmamakla beraber, gazeteciliğe temel olan bilgi alış verişinin etkinliğinden söz etmek mümkündür.

İkinci modelde ise, uygarlığın gelişmesi ile gazeteciliğe zemin hazırlayacak kitle haberleşme araçlarının gelişiminin bilgi alışverişine ne

gibi katkıları olduğu söz konusu olmaktadır. Toplum içinde gazetecilik yapan kişiler bulunmakta, bilgi alış verişi bakımından çoğaltıcı etkisi bulunan bazı kitle haberleşme araçlarının varlığı, bilgi alışverişine yeni bir görünüm kazandırmaktadır.

Çoğaltıcı gücü olan herhangi bir kitle haberleşme aracından bir mesajın gelmesi ile —bu araç gazete, radyo veya televizyon olabilir— haberleşme süreci işlemeye başlamaktadır. Bilinmeyen alıcılar bakımından ise, kitle haberleşme araçlarına karşı tepki gösterme çok zordur. Olanak sağlanır, tepki gösterilirse bile, aradan zaman geçmesi gerekmektedir. Birdenbire tepki gösterme, alıcı ve gönderen rollerinin değiştirilme olanağı hemen hemen hiç yoktur.

Bu modelde, mesajlar alıcıyı düşünceye sevketmesine karşın, alıcının ilk modeldeki gibi anında tartışmaya katılma, katkıda bulunma, değiştirme veya anlayabilme olanağı hiç yoktur. Alıcılar, bilgi alış verişinin başlatılmasının bir parçası değildirler. Ancak, olayların oluşuna katılmaktan engellenmekte, buna karşılık gazetecilerin izafet çerçevelerine göre göstermeye çalıştıkları gerçekleri gözleyebilmektedirler.

Bu yönden, kitle haberleşme araçlarınca gerçekleştirilen bilgi alışverişi **düşünceye sevkeden haberleşme** olarak nitelenmektedir. Aslında düşünceye sevkeden haberleşme yoluyla sağlanan bilgi alış verişi, insanların çeşitli bilgiler almasını sağlamakta, bilgilerini çoğaltmakla beraber, alıcıları gözlemci duruma düşürmekten geri kalmamaktadır. Bu durum, çağımızda egemen bilgi alış verişinin temel özelliğidir.[7]

Gazeteler, dergiler, radyo ve televizyon haber verme işlevlerini yerine getirirlerken, alıcılarına bir yandan devamlı olarak bilgi verirlerken, öbür yandan da hareketsiz duruma sokmaktadırlar. Aslında, toplumsal açıdan kitle haberleşme araçları, insanın çevresiyle olan ilişkilerini düzenleyebilmesi, sorunlarını çözebilmesi, çeşitli ilgi ve meraklarına yanıt bulabilme yeteneğini arttıran araçlar olarak ele alınmaktadır. Kitle haberleşme araçları, insana çevresine yönelik bilgiler sunarak, kendine karşı güven duymasını, güçlü olmasını, toplum içinde kendine yer sağlamasına olanak tanımaktadırlar.[8]

Diğer yönden ise, bilgi alış verişini hızlandırarak, aşırı derecede bilgi sunarak, bu araçlar insanoğlunun yaşantısını şekilleyen ve karşılaştığı sorunları göğüsleyebilmesi, çözebilmesi yönünden yetenekle-

---

[7] Gerhard D. Wiebe, "Mass Media and Man's Relationship to His Environment" **Journalism Quarterly.** Autumn 1973, s. 426

[8] **ibid.**, s. 427.

rini kısıtlamaktadır.[9] Pek çok toplumbilimci, kitle haberleşme araçlarının verdikleri haberlerle, insanoğlunu güçlendireceğine, sundukları yarım gerçeklerle insanları boğmakta,[10] tepki gösterme yeteneğini yitirdiğini ileri sürmektedirler.[11] Arkadan da, insanların ancak olayları kitle haberleşme araçları yoluyla gözleme olanağını bulduklarını ekleyerek, insanoğlunun kendi geliştirdiği kitle haberleşme araçlarının tutsağı durumuna düştüğünü söylemektedirler.[12] Hattâ, bazıları daha da cesur bir deyişle, insanoğluna kendi çevresi hakkındaki bilgiler, sanki bir cam köşkte oturuyormuş gibi, tek taraflı olarak sunulmaktadır, şeklinde görüşlerini dile getirmektedirler.[13]

2.3 Gazetecilik Yapan Araçların Bilgi Alış Verişi Yönünden Önemi ve Rolü :

Modern insan, gazetecilik yapan araçlar yoluyla bir yandan fazlasıyla bir bilgi bombardımanı ile karşılaşmakta, öbür yandan da yakın ve uzak çevresi ile uğraşabilme yeteneğinde, yeteneğine güvenebilmesinde bir azalma söz konusu olmaktadır. Kitle haberleşme araçları insanoğlunun dünyasını tanımlamakta,[14] Marshall Mc Luhan'ın deyişi ile "insanoğlu dünyayı kitle haberleşme araçlarıyla algılayabilmektedir."[15]

Toplumbilimciler yönünden çeşitli tartışmalar bir yana, asıl önemli olan gazetecilik yapan araçlarca bilgi alış verişi sonucu olarak ulaştırılan bilgilerin ne olduğudur? Daha öz bir deyişle, bilgiler ne ölçüde alınmakta, algılanmakta, öğrenilmektedir? Gazetecilik yönünden girdilerin çoğalması, gerçekten aynı oranda toplumda çıktı üretebilmekte midir? Bu sorunların yanıtları, aslında gazeteciliğin toplumu ne ölçüde etkilediği, toplumun da ne ölçüde etkilendiği ile ilgilidir?

Gazetecilikte bilgi alış verişi, çeşitli haber toplama ve haber verme süreçlerini içermekle beraber, gazetecilik mesajı şekline dönüşene kadar hep gönderen açısından yapılan işlemlerdir. Haber içeriğinin yayımlanması veya antene çıkması ile, bilinmeyen alıcılarca okunma-

---

9 **ibid.,**

10 Bernard Berelson, "Communications and Public Opinion" Wilbur Schramm (der.) **Mass Communications,** (Urbana : University of Illinois Press, 1960) s.527-543.

11 Wiebe, **op. cit.,** s. 429 : Berelson, **op. cit.,** s. 540.

12 Paul F. Lazarsfeld. Robert K. Merton "Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action" Wilbur Schramm (der.) **Mass Communications,** (Urbana : Uinversity of Illinois Press, 1960) s. 501 ve devamı.

13 Wiebe, **op. cit.,** s. 429.

sı, dinlenilmesi ve izlenilmesi işlemlerini başlatmaktadır. Mesajın izlenilmesi ise kişinin kendine göre geliştirdiği ilgisi ölçüsünde oluşmaktadır. Daha başka bir deyişle, kişi kendi ilgi ve beğenisine göre, izleyeceği mesajı seçmekte, diğerlerini ise okumamakta, dinlememekte, izlememektedir. Asıl önemli olan, seçilenlerin ne ölçüde anlaşıldığı, algılandığı, hattâ öğrenildiğidir.

Yapılan bütün alan ve laboratuvar araştırmalarında kitle haberleşme araçlarının fikir ve tutumları değiştirme bakımından sınırlı etkileri olduğu saptanmakla beraber,[13] bilgi verici etkisinin bağımsız olarak oluştuğu, önemli bir aracı etken olarak etkisi bulunduğu inkâr edilememiştir. Özellikle, bilgi verme işlevi sonucu görülen olayları anlama, algılama ve kavramayı içeren bilişimsel yaklaşımın benimsenmesi,[17] haberleşmenin öğrenmeyi gerçekleştiren, bilgi sistemlerinin paylaşılmasını olanaklı kılan belli başlı bir aracı olarak toplumsallaşma yoluyla olduğunu vurgulamaktadır.

Toplumsallaşma yoluyla insanoğlu belirli rolleri, değerleri, tutum ve davranışları öğrenmektedir. İnsanoğlunun öğrenmesinin, özellikle bu yönden öğretim ve karşıtı olan öğrenme ile ilgili olduğu ortaya çıkmaktadır. Toplumsallaşma araştırmaları bakımından üzerinde son yıllarda en çok durulan ise, bilgi alış verişi sonucu olarak öğrenme, belleğe bilgi sokulması, belleğe sokulan bilgilerin sonradan nasıl işlendiğidir.[18]

Öğrenme, belleğe bilgi sokulması, belleğe sokulan bilgilerin sonradan nasıl işlendiğini anlatabilmek bakımından yine, yüzyüze haberleşme ve kitle haberleşmesi modellerinin yardımına gerek vardır. Yüzyüze haberleşme yoluyla öğrenme, karşılıklı kişilerarası haberleşme ile küçük kümeler içindeki kişilerarasındaki haberleşmede söz konusu olabilecektir. Halbuki, kitle haberleşmesi modelinde yüzyüze haberleşmeyi, düşünceye sevketme yoluyla kitle haberleşme araçları gerçekleştirmektedir. Kitle haberleşme araçlarıyla gönderilen mesaj ise tek yönlüdür.

---

[14] Bernard C. Cohen, **The Press, The Public and Foreign Policy,** (Princeton, New Jersey; Princeton University Press, 1963).

[15] Marshall McLuhan, **Understanding the Media; The Extensions of Men.** (New York: The New American Library, 1964.).

[16] Joseph T. Clapper, **The Effects of Mass Communication,** New York: The Free Press, 1960).

[17] Fazla bilgi için: Oya Tokgöz. "Siyasal Toplumsallaşmada Kitle Haberleşme Araçlarının Rolü ve Önemi" **SBF Dergisi,** cilt: 33, sayı: 3-4, Ankara 1980 s. 80 ve devamı.

[18] ibid., s. 91.

İki model bakımından üzerinde durulması gereken ise öğrenmenin nasıl gerçekleştiğidir. Bu yönden belki önce öğrenmenin tanımının yapılması gerekmektedir.

> "İnsanın öğrenmesi, kendi eski deneyimlerine göre, birbirine yakın olarak oluşan olaylar arasındaki ilişkilere ait bilgilerin bellekte depolanmasıdır."[19]

Bu tanıma dikkat edilince, öğrenmenin hem resmi hem de resmi olmayan yollardan gerçekleşebildiği ortaya çıkmaktadır. Öğretim didaktik olarak önce aile içinde, sonra bu amaç için geliştirilmiş bulunan okullar aracılığıyla yapılmaktadır. Bu tür öğretimde genelde her zaman ödüllendirme ve cezalandırma söz konusudur. Halbuki, insanoğlu aynı zamanda, daha farklı yollardan da bazı şeyler öğrenmektedir. Bunlar arasında, yaşıt kümeleri, arkadaş kümeleri, dinsel öğretim, kitle haberleşme araçları yer almaktadır.

Kitle haberleşme araçlarının bilgi verme yönünden etkinlikleri bir gerçek olmakla beraber, özellikle diğer toplumsallaşma etkenleri olan aile ve okul kadar öğretmek için çalıştıkları söylenemez. Belki, bu araçların resmi olmayan bir öğretim yaptıklarını söylemek anlamlıdır. Daha önce de belirtildiği gibi, kişinin bu araçları bilgi alma yönünden izlemesi tümden kendi ilgisine ve seçimine bağlıdır. Daha başka deyişle, kişiler bu araçlardan kendi istekleri doğrultusunda zorlanmadan, istemeden öğrenmektedirler yargısını ileri sürmek anlamlı olmaktadır.

Öğrenme ister yüzyüze haberleşme modeli içinde ailede, okulda, yaşıt ve arkadaş kümeleri içinde ister dinsel öğretim yoluyla gerçekleşsin, isterse kitle haberleşmesi modeli yoluyla gerçekleşsin, resmi ve resmi olmayan yollarla oluşmaktadır. Yüzyüze haberleşme modelinde, aile ve okulda öğrenme ödüllendirme ve cezalandırma sonunda gerçekleşmektedir. Halbuki kitle haberleşmesi modelinde, kitle haberleşme araçlarından öğrenme sırasında kişilerin verilenleri tam anlamıyla algılamadıkları, kavrayamadıkları, veya belirleyemedikleri sık sık rastlanır bir durumdur. Bu yönden de devamlı olarak yorum için başkalarına başvururlar. Daha öz bir deyişle, yüzyüze haberleşme modelinde yani aile ve okul içinde öğrenme yine kişiye göre değişen ölçüde olsa bile kitle haberleşmesi modeline oranla daha sağlam temellere dayanmaktadır.

---

19 W.K. Estes, "Reward in Human Learning. Theoretical Issues and Strategic Choice Points" Robert Glazer (Der.) The Nature of Reinforcement, Part I, (Pittsburg: University of Pittsburg Learning Research and Development Center, 1970) s. 16-36.

3. BAHİS

DÜNYANIN ENFORMASYONUN DAĞILIMI BAKIMINDAN GENEL GÖRÜNÜMÜ

3.1 Toplumsal Gereksinim Olarak Enformasyonun Rolü ve Önemi:

İnsanın kişisel merakı ve ilgisi ölçüsünde gereksinimi olan enformasyon, XIX. yüzyılın sonundan ve özellikle I. Dünya Savaşından sonra gerçek anlamıyla tüm insanlık bakımından toplumsal bir gereksinme şekline dönüşmüştür. Bu gereksinim, aynı zamanda enformasyonun toplum içinde ve toplumlararasındaki dağıtım yöntemlerini de şekillendirmekte ve koşullandırmaktadır. Enformasyonun dağıtım ve yayılmasında ise, kitle haberleşme araçları — özellikle gazeteler, dergiler, radyo ve televizyon, telgraf, telefon, teleks, facsimile, film, teyp, kamera, ışıklandırma araç ve gereçleri, matbaa araç ve gereçlerine büyük ve önemli roller düşmektedir. Günümüzde, gayet karmaşık bir düzen içinde gerçekleşen enformasyonun dağılımı ve yayılması, gerçekten gerek kişisel gerekse örgütsel düzeyde önemli bir olgudur.

Çağdaş insan için yaşadığı dünya içinde nelerin olup bittiğini bilmek, temel gereksinim olmakla beraber, her zaman yakındaki veya uzaktaki hemcinsleri ile dayanışma içinde de bulunmak istemektedir. Bilgi alma için, merak, ilgi duyma şeklinde görülen bu yakınlaşma ve dayanışma, mutluluk ve karşıtı olan mutsuzluğa karşı bir tepki şeklinde kendini gösterir. Bilgi ararken, oyalanma, zaman geçirme isteme de bir bakıma arada caydırıcılık oluşturur. Bu yönden, enformasyon çeşitli işlevler görmektedir diyebiliriz. Bilişimsel düzeyde gördüğü işlevler günlük bilgilerin ve haberlerin ulaşması, bilgilendirme, değerlerin aktarımı ve ikna etme şeklinde kendini gösterir. Psiko-sosyal düzeyde ise toplumsal dayanışma sağlama, oyalama, oyalanma, dinlendirme, buruklukları giderme şeklinde görülebilir.[1]

---

[1] Roger Clausse, Les Nouvelles, (Institüt de Sociologie de l'université Libre de Bruxelles, 1963) s. 22-23.

3.11 Kişisel Düzeyde :

XX. yüzyılın insanı olabilmek için devamlı enforme edilmiş olmanın gerekirliği, günümüzde pek çok düşünürce savunulmaktadır. Bu sav tutmamış ta değildir. Kişinin enforme edilmesi bakımından üzerinde en çok konuşulan, durulan özgürlük ise haberleşme özgürlüğüdür.

Haberleşme özgürlüğü, hâlâ yeteri ölçüde iyi bir şekilde tanımlanmamakla beraber, insanoğlunun bitmek tükenmek bilmeyen "bilmek" emeline sahip çıkmak istemektedir. Haberleşme özgürlüğünün ortaya çıkışı, Birleşmiş Milletlerce 10 Aralık 1948 günü kabul edilen İnsan Hakları Evrensel Bildirgesinin 19. maddesi ile olmuştur. Bu madde haberleşme özgürlüğünü şöyle tanımlamaktadır :

> "Herkesin, hiçbir sınır tanımadan kendi istediği şekilde enformasyon, fikir, düşünce arama, alma, ve yayma bakımından fikir ve ifade özgürlüğü vardır."

Çağdaş insan yazgısını belirlemek bakımından, var oluşuna aslında enformasyonu aramak, almak ve yaymak ile yanıt aramakta, geleceğini devamlı olarak elinden tutularak karşı karşıya geçirilen görmez şekline dönüştürmek istememektedir. Günümüz insanı içinde yaşadığı siyasal, toplumsal, kültürel, felsefi ve dini yaşamın nasıl yönlendirildiğini, yönetildiğini her yönüyle bilmek, tanımak görüşünü taşımaktadır.

Aslında haberleşme özgürlüğü herkese tanınmış kişisel bir özgürlük olmakla beraber, kişinin kendi girişimiyle kullanabileceği bir özgürlük değildir. Zaten çelişki de buradadır. Kişinin tek başına, bu özgürlüğü kullanabilmesi bakımından ne zamanı, ne maddi ne de teknik olanakları pek yoktur. Karnını doyuracak ekmek parasını kazanması, onun çok fazla zamanını almakta, bu bakımdan haberleşme özgürlüğünü ancak enforme edilebilmek için, gazeteciden aldığı gazete, haber dinlemek ve izlemek için radyosunun veya televizyonun düğmesini çevirmekle kullanabilmektedir. Bu şekilde, bir bakıma, kendi haberleşme özgürlüğünü, kendi adına kullanan toplumsal haberleşme örgütlerine devir etmektedir. Bu devir suretiyle, kişilere ait olan haberleşme özgürlüğü kurumsal olarak toplumsal haberleşme örgütlerince kullanılmaktadır. Toplumsal kurumlar olarak çalışan haberleşme örgütleri de çağımızda enformasyon gereksinimi sağlamaktan sorumludurlar.

3.12 Örgütsel Düzeyde :

Gerçekten de toplumsal kurumlar olarak çalışan kitle haberleşme

araçları ve haber ajansları, çağımız dünyasında bilişimsel düzeyde haberleşmeyi sağlamaktan sorumlu olmakla beraber, siyasal iktidarların da eli koludurlar.[2] Kitle haberleşme araçları ve haber ajanslarının olmaması halinde, dünyamızda pek çok yer ölü sessizliğine bürünüverecek,[3] insanoğlu ne olup bittiği hakkında haber alma kaynaklarından yoksun duruma düşebilecektir. Bilişimsel düzeyde haberleşmede etkin olmaları nedeniyle, kitle haberleşme araçları, özellikle kamusal ilişkilerde büyük rol oynamaktadır. Siyasal iktidarlar da bu yönden, kitle haberleşme araçlarını işletilmeleri açısından, kendi dünya görüşleri bakımından denetim altında tutmak istemektedirler. Daha başka deyişle, kitle haberleşme araçlarından devlet yönetiminde azami ölçüde yararlanmak bakımından ellerinden geleni yapmaktadırlar.[4]

Özellikle, gazeteler, dergiler, radyo ve televizyon, haber ajanslarına enformasyon gereksinimini sağlamak bakımından düşen sorumluluk, hem kişisel düzeyde hem de ulusal ve uluslararası düzeyde önemli boyutlara ulaşmaktadır. Çağımızda enformasyonun sağlanması ve dağıtımı haberleşme uyduları yoluyla, çok geniş alanlara kadar olanaklı olmakla beraber, bütün gazeteler, radyo, televizyon istasyonları, haber ajansları arasında anında haber alış verişi ve dağıtımı, aynı hızlılık içinde gerçekleşememektedir. Daha başka deyişle, enformasyon alış verişi ve dağılımı yönünden dünya yüzeyinde yeni teknik olanaklardan eşit ölçüde yararlanma durumu halen mevcut değildir.[5]

Bugün dünyada 90 ülkede ulusal haber ajansları bulunmaktadır. Bu ajanslar dünya düzeyinde eşit bir şekilde dağılmamışlardır. Aynı zamanda, gördükleri haber dağıtım işlevi bakımından da birbirlerinden kapsam ve etkinlik yönünden de ayrılmaktadırlar.[6] Belki asıl vurgulanması gereken de, ulusal ve uluslararası düzeyde radyo, televizyon, gazeteler ve dergilerin büyük ölçüde enformasyon gereksinimini karşılayan ulusal haber ajanslarının, Beş Büyük Haber Ajansına,[7] kendi ülkeleri hakkındaki haberleri diğer ülkelere gönderebilmek için dayanmakta olmalarıdır.

Geçmişe oranla pek çok ülkede insanların büyük çoğunluğu aldıkları gazete, evlerinde bulunan radyo, televizyon alıcısı sayısı bakımından karşılaştırıldığında, daha fazla enformasyon akımı ile karşılaştık-

---

2 Oya Tokgöz, **Türkiye ve Ortadoğu Ülkelerinde Radyo ve Televizyon Sistemleri: Mukayeseli Bir Araştırma,** (Ankara: Sevinç Matbaası, 1972) s. 44-49.

3 **World Communications,** (The Unesco Press, 1975) s. xiv-xv

4 Oya Tokgöz, **op. cit.,** s. 44-49.

5 **World Communications, op. cit.,** s. 9-10.

6 **ibid.**

7 **ibid**

ları doğrudur. Yalnız, eldeki bu sayılar ve olgular ise gerek ülke içinde gerekse ülkeler arasında enformasyonun akışı ve akan haber mesajlarının içeriği yönünden dengesizliklerin bulunduğuna da işaret etmektedir.

3.2 Dünyada Enformasyonun Dağılımında Görülen Dengesizlikler: Dengesiz Haberleşme Olgusu :

Belki günümüzde üzerinde en çok durulması gereken enformasyonun dünya düzeyinde dağılımında görülen dengesizliklerdir. Dünya düzeyinde enformasyon aktarımı teknik bakımdan gelişmiş ülkelerden gelişmemiş ülkelere doğru yapılmaktadır. Ayrıca, aynı veya benzer dilleri konuşan ve kültürleri benzeşen, uzun tarihsel bağlarla birbirine bağlı olan ülkeler arasında enformasyon aktarımı fazlayken, farklı geçmişi olan ülkeler arasındaki enformasyon aktarımı azdır.[8] Daha başka deyişle, bilgi alış verişi, enformasyonun dağılımı bakımından göze çarpan özellik, dünyanın çeşitli bölgeleri yönünden tek yönlü olarak bir akışın egemenliğidir. Tek yönlü akış gerek nicelik, gerekse de nitelik açısından hemen farkedilmektedir.

Teknik yönden gelişmiş ülkelerden az gelişmiş ülkelere ve gelişmekte olan ülkelere yönelen, nicelik ve nitelik açısından tek yönlü olarak gerçekleşen bu tür haberleşmeye **dengesiz haberleşme** adı verilmektedir. Gerçekten, dengesiz haberleşme kavram olarak hem gelişmiş ve gelişmemiş ülkeler arasındaki toplumsal değişme bakımından ekonomik dengesizliği vurgulamakta hem de haberleşme yönünden görülen dengesizliğin toplumsal değişme içindeki yerine işaret etmektedir. Bu tür bir haberleşme akımı içinde gerek içeriğin niteliği açısından gerekse nicelik bakımından uluslararası düzeyde devamlı olarak bilgi alış verişi gelişmiş ülkelerce yapılmaktadır. Az gelişmiş ülkelerin bilgi alış verişi bakımından katkısına pek başvurulmamaktadır. Az gelişmiş ülkelerden gelişmiş ülkelere doğru olan bilgi alış verişi ya çok azdır ya da hiç yoktur.[9]Daha başka deyişle, iki yönlü bir bilgi alış verişi pek yapılamamaktadır.

Bilgi alış verişinde görülen bu dengesizlik iki yönden önemli boyutlara ulaşmaktadır :[10]

---

[8] Leonard Sussman, "The March Through the World's Mass Media" **Orbis**, 20 (1977) s. 858.

[9] **World Communications, op. cit.**, s. xıv-xv.

[10] Hıfzı Topuz, Ertuğrul Özkök, "Vers Un Nouvel Ordre International de l'information" **Milletlerarası Münasebetler Türk Yıllığı, 1976**, (Ankara : 1979), s.34 ve devamı.

1. kitle haberleşme araçlarının mülkiyeti ve dağılımı bakımından, yani haberleşmenin alt yapısı bakımından görülen dengesizlikler

2. haberlerin dağılımı bakımından görülen dengesizlikler

Birinci boyut kitle haberleşme araçlarının alıcı ve verici yönünden mülkiyeti, yayın olanakları ve hatlarının dağılımı yönünden kaynaklanmaktadır. Bu dağılımın en başat belirtisi, gerek dünya düzeyinde gerekse ulusal düzeyde dengesiz bir birikim şeklindedir.[11] Haberleşmenin alt yapısı yönünden görülen bu dengesizlik, aynı zamanda, haberlerin aşırı ölçüde dengesiz bir biçimde dağıtımına ve dağılımına neden olmaktadır. Aslında, haberleşme yönünden görülen dengesiz birikim temelini sömürgecilik ile sömürgeci devlet yönetimlerinin kurduğu sömürge haberleşme düzeninden almaktadır.[12]

XIX yüzyılda sömürge sahibi pek çok Avrupa ülkesi, sömürgeci haberleşme düzeni kurarak, gerek haberleşmenin alt yapısını gerekse de haberlerin dağılımını kendi yönetimlerini sağlamlaştırmak bakımından düzenlemişlerdir.[13] I. ve II. Dünya Savaşından sonra Avrupa'da ve dünyada görülen siyasal yapıdaki değişiklikler sonucu pek çok yeni devlet uluslararası siyaset sahnesine çıkmıştır. Yeni siyasal sistemler kurulmakla beraber, haberleşme sistemleri yeni kurulan siyasal sistemlere ayak uyduramamıştır. Siyasal değişme ile toplumsal değişmenin yeni kurulan devletlerle birlikte yürüyememesi, bu yeni devletlerin haberleşme sistemlerinde dengesizliklere neden olmuştur.

Yeni kurulan devletlerde bir yandan haberleşmenin alt yapısını oluşturan mekanik araçların üretimi ve tüketimi bakımından eski sömürgeci ülkeye bağımlılık,[14] diğer yandan enformasyon kanallarını sağlıklı bir biçimde işletememe, haberleşme boşluğu yaratmıştır. Alt yapı bakımından bağımlılık sürerken, ellerinde olanak olmaması nedeniyle haberleşme boşluğu içerik yönünden gelişmiş ülkelerin haberleşme kanallarıyla sağlananlarca doldurulmuştur.[15] Böylelikle, gelişmiş ülkelerden, gelişmemiş ülkelere gelen haberler nicelik ve nitelik yönünden artmış fakat gelişmemişlerden gelişmişlere giden haber akımı büyük boyutlara ulaşamamıştır.

---

[11] ibid.

[12] ibid.; Hakkı Öcal, "Türk Basını: Kalkınma ve Basının Görevi" Ufuk, 29 Şubat 1980, s. 34-40.

[13] Topuz, Özkök, op. cit., s. 36.

[14] Öcal, op. cit., s. 35.

[15] ibid.

Gelişmemiş ülkeler ancak gelişmiş ülkelerin kendi dünya görüşleri çerçevesinde gündeme getirdikleri ölçüde, haberleşme sürecinde yer almışlardır. Dünyada sömürgecilik egemenken kurulmağa başlayan ve dünyayı kendi haber bölgeleri şeklinde bölen Beş büyük haber ajansı, I. Dünya savaşı ve II. Dünya Savaşından sonra ortaya çıkan haberleşme boşluğunu doldurma bakımından önemli rol oynamışlardır. Haber alış verişi bakımından gelişmiş yöntemleri kullanmaları, teknik olanaklara sahip olmaları, bu olanaklardan etkin biçimde haberleşme sürecinde yararlanmaları, anılan haber ajanslarının dünya düzeyinde dengesiz haberleşme yönünden etkin olmalarını sağlamıştır.

Haber ajansları yanında günümüzde dünyada dengesiz haberleşmede rol oynayan toplumsal kuruluşlar arasında haberleşme uyduları, bazı radyo ve televizyon şebekeleri ve şirketleri, gazeteler ve dergiler de bulunmaktadır. Daha önce de değinildiği gibi, Beş Büyük haber ajansı haberleşme uydularının teknik olanaklarından azami ölçüde yararlanırken, diğer ulusal haber ajansları için durum böyle değildir. Ulusal düzeydeki haber ajansları eşit ölçüde dünya düzeyine dağılmadığı gibi, bunların büyük çoğunluğu Beş Büyük Haber ajansından kendi haberlerini başka ülkelere ulaştırmak bakımından yararlanmak durumundadırlar. Aynı durum bazı radyo ve televizyon şirketleri, gazeteler ve dergiler için de mevcuttur.[16]

Radyo ve televizyon şirketleri, radyo haber yayınlarında kendi dilinden başka yabancı dilleri kullanarak, televizyon filmleri ve dizileri, haberleri satarak, haberleşme akımına yeni boyutlar getirmişlerdir. Özellikle sinema endüstrisi kuramamış ülkeler için gelişmiş ülkelerce üretilen sinema filmleri, uluslararası düzeyde haber verme yönünden büyük etkinliğe sahip bazı gazeteler ve dergiler ile, gelişmiş ülkelerin kendi dünya görüşleri, bunları üretme olanaklarından yoksun gelişmemiş ülkelerde iyi pazar olanakları yaratmaktadır.[17]

3.3 Yeni Uluslararası Haberleşme Düzeni : İki Yönlü Haberleşmeye Yönelme İsteği

1960'lara gelindiğinde, siyaset bilimcileri bir yandan kuramsal açıdan yeni kurulan devletlerin siyasal yönden düzenlenmeleri üzerinde fikir yürütürken, diğer yandan bu ülkelerdeki yeni seçkinler daha önceki sömürgeci ülkelerin kurdukları sömürgeci haberleşme düzenine

---

16 Nermin Abadan-Unat, "Tek Yönlü İletişime Karşı Görüşler ve Düşünceler", Basın ve Yayın Yüksek Okulu Yıllığı 1974-1976, (Ankara : Doğan Basımevi, 1977) s. 426-428.

17 ibid., s. 428.

karşı savaş açmışlardı denilebilir.[18] Bu savaşın nedenlerini aşağıdaki örnekle göstermek mümkündür :

> Gerçekten, bir Afrika ülkesi olan Gana'nın başkenti Akra' dan sınır komşusu olan Togo'nun başkenti olan Lome'ye telgraf çekmek için büyük engeller ortaya çıkıyordu. Telgraf önce, Gana'yı yıllarca elinde tutmuş olan İngiltere'nin başkenti Londra'ya oradan Paris'e daha sonra Lome'ye ulaşabiliyordu. Aslında iki başkent arası uzaklık 250 kilometre olduğundan, bir sürat koşucusu atlet bu uzaklığı telgraftan daha çabuk alabiliyordu.

1960'larda aynı zamanda haberleşme kanallarının az gelişmiş ülkelerce öneminin anlaşılması yanında, kitle haberleşme araçlarının uluslararası alanda önemli rol oynamağa başladığı bir dönem de açılmıştır. Bu dönemi belirleyen savları ise şöyle özetlemek mümkündür :

> "Artık hiçbir ulus kendi kendine yeterlik iddiası taşıyamaz. Ulusal kamuoyu yanında uluslararası kamuoyları da önemlidir."

Bu savların niteliğini anlamak bakımından da arkadan şu soruların sorulması ve yanıtlarının aranması gerekiyordu. Gerçekten dünya haritasına bakıldığında, dünyada her ülke eşit işlem görebiliyor muydu? Özellikle, gelişmiş ülkelerin ajansları olan dört büyük haber ajansınca, gelişmekte olan ülkelerin sorunları eskimiş, kalıplaşmış kavramlarla mı anlatılıyordu?

Haberleşme kanalları yoluyla başlayan bu uyanış, kısa zamanda içerikle de bütünleşerek, ideolojik dokulu da olsa, yukarıdaki sorulara yanıt aramak yönünden, "hakça ve adil işlem görme isteği" şeklinde iyice kendini duyurmağa başladı.[19] Bu isteği, uluslararası platforma getiren ve basının uluslararası barışın gerçekleşmesi yönünden görevleri üstlenmesi gerektiğini ortaya atan, 1970'lerin başında Sovyet Bloku oldu.[20] Sovyet Blokunun suçlamaları, iddiaları Birleşmiş Milletler Genel Kurulunu, UNESCO kayıtlarını doldurmağa başladı. Fakat Batı Bloku bu girişimlere fazla ses çıkarmadı. Sorunu hâlâ "haberleşme özgürlüğü" çerçevesinden görmeğe devam etti. Aslında, "serbest haberleşme akımını" korumak için büyük çaba da sarfetmiyor değil-

---

18 Sussman, **op. cit.**, s. 858. Öcal, **op cit.**, s. 34.

19 Sussman, **op. cit.**, s. 859 ce devamı.

20 Hıfzı Topuz, "Kitle İletişim Araçları Evrensel Bildirgesi ve Yeni Uluslararası İletişim Düzeni", **Uluslararası Anlayış ve Kitle İletişim Araçları**, (Unesco- Hacettepe Üniversitesi Ortak Semineri Ankara : 1980) s. 15.

di. Bu durumun altında yatan neydi? Batı Bloku, özgürlüğünü savunarak, az gelişmiş ülkeler üzerinde elde etmiş olduğu haberleşme egemenliğini bırakmak istemiyordu. Bu yönden de, devamlı olarak, az gelişmiş ülkelerdeki dört büyük haber ajansı muhabirlerinin özgürce haber vermelerini sağlamak, haberleşme akımının yönünün değişmesine engel olabilmek yönünden çaba gösteriyordu.

3.31 Yeni Ekonomik Düzen — Yeni Uluslararası Haberleşme Düzeni :

Sovyet Blokunun 1970'lerin başında başlattığı girişimler sonucunda, uluslararası gündeme iki yeni kavram girdi. Bu kavramlar **yeni ekonomik düzen** ve **yeni uluslararası haberleşme düzeni** kavramlarıydı.

Yeni ekonomik düzen kavramı, genelde uluslararası ilişkilerin sömürgecilikten kurtarılmasını vurguluyordu. Özellikle Üçüncü Dünya Ülkeleri —bunlara Bloksuzlar ve Bağlantısızlar da denilebilir— Batı ve Doğu Blokunun yeni kurulan devletlerin dış ilişkilerini denetlediklerini ileri sürerken, uluslararası alanda eşitliğe ve adil ilişkilere dayanan bir düzenin kurulmasını istiyorlardı. Bu bakımdan bu kavramın ardında, bütün gelişmekte olan ülkeler, gelişmiş ülkelerle olan ilişkilerini bir merkezde ve ortak denetim altında toplarlarsa, yeni ekonomik bir düzene varılabilir görüşü yatıyordu.

Gerçekten, bu düşünceler kısa sürede, gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ülkelerle olan diyaloğu şeklinde kendini gösteren, UNCTAD konferanslarına dönüştü. Aynı zamanda, bu gelişme yeni ekonomik düzene yönelme şeklinde başlasa bile, kısa sürede haberleşme düzenine de yansıdı. Böylelikle, ikinci önemli kavram olan **yeni uluslararası haberleşme düzeni kavramı** uluslararası gündeme geldi. Üçüncü Dünya ülkelerinin ekonomik yönden isyanlarını dile getirerek, haberleşme alanına da ulaşan bu eylem biçimi, Batı dünyası ile Üçüncü dünya ülkelerini bir araya toplayarak, yeni bir düzene yönelmeğe zemin hazırladı. Bu yeni düzenlemenin adına ise, **yeni uluslararası haberleşme düzeni adını** veriyoruz.

3.32 Yeni Uluslararası Haberleşme Düzenine Yöneliş : Haberlerin Serbest Dolaşımı :

Yeni uluslararası haberleşme düzenini anlayabilmek bakımından, dengesiz haberleşme akımının temelinde yatan Batılıların "serbest haberleşme akımı" kavramının temellerine inmek gerekmektedir. Batılıların serbest haberleşme akımı anlayışı ile gelişmekte olan ülkelerin haberleşme kolaylıkları, bunların düzenlenmesi anlayışı pek çok

yönden bağdaşmamaktadır. Gelişmiş ülkeler, gelişmekte olan ülkelerle ne denli iyi ilişkiler kurmak isteseler, gelişmekte olan ülkelerin çıkarları ile çatışmakta, haberleşme kolaylıkları açısından özellikle ekonomik ve teknolojik üstünlük, gelişmiş ülkelerle gelişmekte olan ülkeler arasındaki haber akımını düzenlemekte, frenlemekte, biçimlemektedir.

Gelişmiş ülkelerin gelişmekte olan ülkelere geçtiği çeşitli haberler üzerinde kavramsal süzgeçlerin etkinliği görülmekte, hattâ gittikçe geride kalsa bile Doğu-Batı anlaşmazlığının esasları hâlâ sunulan haber içeriğine de yansımaktadır.[21] Bu bakımdan, gelişmekte olan ülkelerde basın-yayın organları, kendine Batı kaynaklı haber sağlayan kurumların çizdiği ya da sınırladığı dünya haritası ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu durum ise, çoğu kez gelişmekte olan ülkelerin çıkarlarına ters düşmektedir. Aynı şekilde, Batı kaynaklı haber sağlayan kurumların ulaştırdığı haberler, belirli süzgeçlerden geçirilerek aktarılmaktadır. Daha doğru bir deyişle, "pişirilip kotarılarak Batılılarca kendilerince bilinen ve beklenen bir çerçeve içinde 'haber verilmektedir.[22] Üzerinde durulması gereken diğer bir nokta ise, Batı kaynaklı haberlerde yer alan önderlerin genellikle büyük devletlerden olması, gelişmemiş ülkelerden olmamasıdır. Gelişmemiş ülkelerden olması ancak olağandışı ve alışılagelmiş durumlarda mümkün olmaktadır. Belki üzerinde durulması gereken en son nokta ise, Doğu-Batı anlaşmazlığının miraslarının halâ Batı kaynaklı haber malzemesinde yer almasıdır.[23]

Üçüncü Dünya ülkelerinin bakış açısından yukarıda değerlendirilen Batılıların serbest haberleşme akımının biçimi ve yönünü, gelişmekte olan ülkeler uluslararası kuruluşların gündemine getirerek, evrensel yeni bir haberleşme düzeni kavramı ile geliştirerek değiştirmeğe yönelmişlerdir. Bu yönden ortaya atılan yeni uluslararası haberleşme düzeni temelde, yeni uluslararası ekonomik düzen kavramının bir devamıdır. Gelişmekte olan ülkelerin girişimiyle yaygın ölçüde kullanılmağa başlanan kavram ile, yeni kurulacak olan ekonomik düzen içinde haberleşme kaynaklarından daha eşit bir biçimde yararlanmak istemektedirler.

Eşit bir biçimde haberleşme kaynaklarından yararlanma yanında, gelişmekte olan ülkeler, Batılıların serbest haberleşme akımı görüşlerine karşıt olarak dünyanın çeşitli uluslarının birbirlerini tanıma amacıyla **"haberleşmenin serbest dolaşımı"** ilkesini tanımaktadırlar.

---

21 Öcal, **op. cit.**, s. 36.
22 **ibid.**
23 **ibid.**

Daha başka deyişle, halen mevcut bulunan gelişmiş ülkelerden az gelişmiş ülkelere doğru yönelen serbest haberleşme akımının tek yönlü olmaktan kurtarılarak, iki yönlü olmasının güvenceye kavuşturulmasından yanadırlar.

3.33 Yeni Uluslararası Haberleşme Düzeni İçin Uluslararası Düzeyde Çeşitli Girişimler :

Haberleşme kolaylıkları akımı II. Dünya Savaşından sonra Birleşmiş Milletler Genel Kurulunda çoğu kez tartışılmıştır. 1957'de Birleşmiş Milletler Genel Kuruluna sunulan bir raporda, dünyada yaygın bir biçimde haber alma yönünden bir açlık bulunduğuna işaret edilirken, 1958'de Birleşmiş Milletler Ekonomik ve Sosyal Konseyince az gelişmiş ülkelerde kitle haberleşme araçlarını geliştirme amacıyla somut bir eylem plânı geliştirilmesi istenmiştir..[24]

Bu girişimlerden 10 yıl sonra Birleşmiş Milletler daha önce belirlenen amaçlarından biraz gerilemiş, fakat haberleşme araçlarının uluslararası anlayışa ve barışa yararlı olabilmesi için neler yapılması gereği 1970'de toplanan Unesco Genel Kurulunda ele alınmıştır.[25] 1972 yılında toplanan Unesco Genel Konferansında ise "Haberleşme Araçları Üzerinde ve Yeni Uluslararası Haberleşme Düzeni için Bir Bildirge" hazırlanmasına karar vermiştir.[26] Bildirge için taslaklar hazırlanması, ülkelerin çeşitli görüşlerinin birleştirilmesi yıllar almakla beraber, 1978 yılı sonunda Paris'te toplanan Unesco 20. Genel Konferansında bildirge kabul edilmiştir.[27] Bildirge tümden basın ahlâk yasalarının ilkelerini derleyen çerçeve bir belge niteliğindedir. İstenilen ise bütün üye ülkelerin buna büyük ölçüde uymalarıdır.

Çerçeveyi çizen bildirge yanında diğer gelişmeler, yeni uluslararası haberleşme düzeninin yerleşmesi bakımından belki daha ilginçtir. Bunları ise, yeni uluslararası haberleşme düzeninin yerleşmesi bakımından çeşitli kurumların temellerinin atılması olarak niteleyebiliriz. Bu kurumlar arasında Bağlantısız Ülkeler Haber Ajansları Pool'u, Bağlantısız Ülkeler Radyo ve Televizyon Örgütü, Bağlantısız Ülkeler Haberleşme Konseyi ve Bağlantısız Ülkeler Telekominikasyon Komitesi yer almaktadır.[28]

---

[24] Sussman, **op. cit.**, s. 858.
[25] Topuz, **op. cit.**, s. 15-16.
[26] **ibid.**
[27] **ibid.**
[28] **ibid.**, s. 16 ve devamı.

Kurumsallaşma çalışmaları ilk kez 1973 yılında Cezayir'in Alger kentinde toplanan II. Bağlantısız Ülkeler Konferansında gündeme gelmiştir. Bu Konferansta, dünya çapında haber dağılımı ve akışının yeniden düzenlenmesi ve bağlantısız ülkelerin ortaklaşa bir haber ajansı kurmaları istenmiştir. Gerçekten, Yugoslav Haber Ajansı Tanjug 1975'te böyle bir girişimde başarılı olmuştur.[29] 1976 yılında ise Yeni Delhi'de toplanan Bağlantısızlar Konferansında, "mümkün olduğu kadar kısa bir sürede bağlantısızların ortak bir haber ajansı kurmaları için bir koordinasyon komitesi kurulması" kararı alınmıştır.[30] Bu karar aynı yılın Ağustos ayındaki Colombo toplantısında tekrar görüşülerek, "bağlantısızların kendi aralarında serbest haber dolaşımını sağlayacak bir ajansın kurulması" şekline dönüşmüştür.[31] Bu örnekleri daha uzatmak mümkündür.

Unesco'nun girişimleri ile başlatılan bu eylemlerle amaçlanan yeni uluslararası haberleşme düzenine ulaşılması yönünden bir dizi güçlüğün aşılması gerekmektedir. Bunlar arasında gelişmekte olan ülkelerdeki okuma-yazma oranının düşüklüğü, ortak bir dilin olmayışı, kültür farklılıkları, teknik malzeme, personel ve alt yapı sorunu yer almaktadır. Yeni haberleşme kurumlarının temelleri atılmış olmakla beraber, istenilene erişilmiştir denilemez. Amaç, yeni kurumlar aracılığıyla, bir yandan gelişmiş ülkelerle gelişmekte olan ülkeler arasında, diğer yandan da gelişmekte olan ülkelerin kendi aralarında çok yönlü olarak haberlerin serbest dolaşımına ulaşılmasıdır.

---

[29] ibid., s. 21.
[30] ibid.
[31] ibid.

4. BAHİS

DÜNYADA HABERLEŞME AKIMINI DÜZENLEYEN KURULUŞLAR: HABER AJANSLARI

4.1 Günümüzde Haber Ajanslarının Rolü ve Önemi:

Günümüzde gerek ulusal gerekse uluslararası düzeyde haber alışverişinde etkin rol oynayan hiç kuşkusuz haber ajansları olmaktadır. UNESCO kayıtlarına göre günümüzde 90'nın üzerinde ülkede haber ajansları bulunmaktadır. Son on yıla göre bu sayı haber ajanslarının sayıca artışını göstermekle beraber, hâlâ 40'ın üzerinde ülkenin haber ajansı yoktur.[1]

Üzerinde çok söz edilen haber ajanslarının geçmişi ise XIX. yüzyılın ilk yarısına kadar gidebilmektedir. Macar asıllı bir Fransız olan Charles Havas, 1835'te Havas haber ajansını kurarak, haber ajanslarının temelini atmıştır. Havas haber ajansı kurulduğu zaman gazeteler ajansın satmak istediği haberleri satın almaktan çekinmişlerdir. Buna karşılık, ajansın ilk müşterilerini diplomatlar, bankerler oluştururken, ajansa abone olmaktan da çekinmemişlerdir.[2] Günümüzde ise haber ajanslarından, yalnız yazılı basın değil, sözlü basın da yerel, ulusal, uluslararası kaynaklı haber sağlama yönünden yararlanmaktadırlar.

Haber ajansları, genellikle basın endüstrisinde ayrı bir bölüm oluşturdukları gibi, kuruluşları, işleyişleri bulundukları ülkelerin hukuki rejimlerine göre değişmektedir. Dünya düzeyinde ulusal haber ajansına sahip 90'ın üzerinde ülkenin 50'sinde haber ajansları doğrudan devletin denetimi altında bulunmakta, veya çalıştırılmaktadır. Geri kalan 40 kadar ülkede ise, haber ajansları gazeteler, radyo ve televizyon örgütlerinin kurduğu kooperatifler biçiminde örgütlenmekte veya özerk kamu kuruluşları şeklinde işletilmektedirler.[3]

---

1 **World Communications,** (The Unesco Press, 1975) s. 9.

2 **Les Agences Télégraphiques de l'information,** (Unesco: Paris 1953) s. 13; Franc s Williams, **La Transmission de l'information,** (Unesco: Paris 1953) s. 21.

3 **World Communications, op. cit.,** s. 9.

Dünyanın çeşitli bölgelerinde bulunan haber ajanslarının etkinliği, gösterdiği faaliyetler birbirinden çok farklıdır. Hattâ bazıları yönünden büyük farklılıklar görülmektedir. Hele, bazıları haber ajansı adını taşımakla beraber, devletin basın yayın bürosu olarak işlev görmektedir.[4]

4.2 Haber Ajansı Tanımı ve Gördüğü İşlevler :

Haber ajansının tanımını yapmak gerçekten güçtür. Tanımı, belki en akılcı olarak amacına bakılarak yapılabilir. Gerçekten, haber ajansları ilk kurulduklarından beri gazetecilik yapan veya haberleşme sürecinde yer alan kuruluşlara haber bulma görevini yüklenmişlerdir. Hâlâ da yüklenmektedirler. Bu bakımdan, belki en basit şekilde "haber ajansını, kitle haberleşme araçlarına ortak hizmet götürme işlevini yerine getiren kuruluşlar olarak" tanımlayabiliriz.[5]

Amerikalı yazar John Hohenberg'in verdiği haber ajansı tanımı, ilk tanımdan daha kapsamlıdır :[6]

> "Haber ajansı, gazete, radyo, televizyon dergiler gibi, kitle haberleşme araçlarına haber temin eden bir kuruluştur."

Yalnız bu tanım haber ajanslarının günümüzde gördüğü işlevler dikkate alınınca, yine eksik kalmaktadır. Haber ajansları, kitle haberleşme araçlarına fotoğraf, eleştiri, karikatür, resimli roman, roportaj gibi haberlerin tamamlayıcı ürünlerinin de temininde rol oynamaktadır. Bu bakımdan, UNESCO'nun verdiği tanımı kullanmak yerinde olacaktır :[7]

> "Haber ajansı, hukuki statüsü ne olursa olsun, genel anlamda haberleri, gerçekleri gösteren ve tanımlayan aktüalite belgelerini bulup, bunları kitle haberleşme araçlarına - onları ikna etmenin dışında kalmak üzere yayan, yasaların hükümlerine, ticaret kurallarına uygun, olanak verdiği ölçüde tam ve tarafsız bir hizmet götüren kuruluştur."

Bütün tanımlamalardan, haber ajansının haber toplama ve yazma işlevleriyle uğraştığı, gördüğü hizmeti de belirli bir ücret karşılığı sattığı görülebilmektedir. Aslında, genelde geleneksel olarak gazete-

---

4 ibid.

5 Les Agences Télégraphiques de l'information, op. cit., s. 26.

6 John Hohenberg, The Professional Journal st, (New York : Holt, Rinehart and Winston, 1978) 4. baskı, s. 238.

7 Les Agences Télégraphiques de l'information, op. cit., s. 27

cilikte haber toplama ve yazma işlevini gören muhabirlerdir. Yalnız, haber ajansları, ellerinde bulunan teknolojik olanakların üstünlüğü nedeniyle, haber alma ve yayma işlemlerini diğer gazetecilik kuruluşlarına oranla daha çabuk ve hızlı olarak yerine getirmektedirler. Aynı zamanda, aldıkları ve yaydıkları haberleri ucuza da mal edebilmektedirler. Amerikalı yazar, John Hohenberg, haber ajanslarına 'çağımızın anonim muhabirleri" olarak bakmak gerekmektedir görüşüyle bu olguya parmak basmaktadır.[8]

Günümüzde, teknolojik olanakların gelişmesiyle, haber alışverişi çeşitli basın organları arasında çok daha hızlı ve süratli olarak yerine getirilmeğe başlanılmıştır. Bu durumun sonucu olarak, gazetecilik kuruluşları için bir yandan haber maliyetleri artarken, diğer yandan haber kaynaklarını gözden geçirmek durumuyla karşı karşıya kalmışlardır. Yazılı ve sözlü basın ise bu nedenle, haber ajanslarının sunduğu çeşitli hizmetlerden yararlanma yolunu tutmuşlardır. Buna karşılık, muhabirlerden de vazgeçmemişlerdir.

Haber satışı yönünden haber ajanslarının yaptıkları, ticaret dünyasında toptancı tüccarlarının yaptıkları satışlarla çok benzeşmektedir. Haber toptancısı olarak haber ajansları haberler ve yan ürünlerini belirli bir ücret karşılığında müşterilerine satmaktadırlar. Haber ajanslarından haber ve yan ürünlerini alan yazılı ve sözlü basın ise, yine Hohenberg'in deyimiyle "perakende olarak haber satın almış" olmaktadır.[9]

Haber ajanslarından haberler, gerek yazılı basın gerekse sözlü basın tarafından belirli bir ücret karşılığında temin edilmekle beraber, gazetecilik kuruluşları yönünden haber toplama ve yapma için, hiç emek sarfedilmemiş olmaktadır. Yalnız yazılı ve sözlü basın, haber ajanslarının pek çok hizmetinden yararlanmakla beraber, satın aldıklarını aynen kullanmamaktadırlar. Kendi muhabirleri aracılığıyla topladıklarını da haber ajanslarından satın aldıklarına katmakta, birleştirmektedirler.

Diğer bir yol olarak ta, haber ajanslarından aldıkları haberleri redaksiyon işlemi yoluyla sunmayı yeğlemektedirler. Redaksiyon (yeniden kaleme alma)[10] işlemiyle yapılan ise, haberlerin orijinal olma niteliğine dokunmadan, bazı düzeltmeler ve ekler koymadır. Daha başka deyişle, muhabirler geleneksel görevlerini yapmakla beraber, günü-

---

8 Hohenberg, op. cit., s. 238-239.

9 ibid.

10 Redaksiyon işlemi hakkında ayrıntılı bilgiler, 3. Bölümde verilecektir.

müzde iyi birer redaktör de olmuşlardır. Böylelikle, haber ajansları günümüz gazeteciliğinde temel haber alma kaynağını oluştururken, redaksiyon ise kitle haberleşme araçlarında haberlerin sunumunda kullanılan temel yazım şeklidir.

Gazetecilik kuruluşları haber ajanslarının hizmetlerinden devamlı olarak yararlanmakla beraber, bu hizmetler yönünden pek mutlu değillerdir. Bu hizmetleri hep eleştirmektedirler. Aslında yapılan eleştiriler yersizdir. İster haber ajanslarına verdikleri haberleri çok ayrıntılı, yorum katmadan veriyor şeklinde eleştiriler yöneltilsin isterse kendi dünya görüşüne göre haberleri dağıtıyor denilsin, haber ajanslarının haber toplama ve yapma yönünden çok güç ve zor koşullar içinde çalıştığı akıldan çıkarılmamalıdır. Amaç zaten, gazetecilik standartlarını karşılamadır, çeşitli ilgileri değil.

Doğal olarak haber ajanslarının hataları vardır fakat pek çok yararlı hizmet gördükleri de ortadadır. Verdikleri haberler yönünden çoğu kez hep önde giderler. Bu yüzden haber ajanslarına haber vermek her zaman önemlidir. Genellikle haber toplama yönünden hep önemli kuruluşlarda, kilit noktalardakilerin görüşlerinden yararlanırlar. Bu yönden, modern kitle haberleşmesinde haber ajanslarından temel muhabirler olarak söz etmek yanlış bir yorum değildir.

Haber ajansları, gerek Türkiye'de gerekse diğer ülkelerde haberlerini genelde teleksle geçerler. Pek çok haber ajansının merkezinde teleksler günün 24 saati boyunca devamlı olarak çalışır. Alıcı durumunda olan gazetecilik kuruluşunca ajanstan geçen haberler kesilip alınır, teleks ise yine haber vermeğe devam eder.

Her sabah ajanslar genellikle daha önce olması beklenen haberlerin bir listesini abonelerine geçmeyi ihmal etmezler. Ayrıca, geçtikleri her haberin başına uygun bir başlık ta koyarlar. Her haberin altında ise geçtiği saat bulunur. Ajanstan geçen haberler gelişiyorsa, daha önce geçen kısımlarda nelerin değişeceği veya çıkarılacağı abonelere bildirilir.

4.3 Dünyada Haber Alışverişini Elinde Tutan Haber Ajanslarının Gelişimi :

Günümüzde, haber ajanslarının sayısı çoğalmakla beraber, tüm haber ajansları teknolojik yönden güçlü ve üstün değillerdir. Teknolojik yeniliklere ayak uyduran, teknolojiyi yakından izleyen haber ajansları hiç kuşkusuz dünya haber alışverişinde etkin olmaktadırlar. Hem teknolojik olanakları elinde bulundurmak hem de bu olanaklara uygun

olarak haber hizmetlerini sunma yönünden günümüzde ancak beş büyük haber ajansı söz sahibidir. Bu haber ajansları ise A.B.D.'den United Press International (UPI), Associated Press (A.P.), İngiltere' den Reuter, Fransa'dan Agence France Presse (AFP), S.S.C.B.'den Tass'tır.

Bahsin başında da belirtildiği gibi ilk haber ajansı 1835 yılında Fransa'da kurulan Havas Haber Ajansıdır. Bu ajansın haberleri baştan gazeteciler tarafından kullanılmamıştır. Bununla beraber, birkaç yıl içinde muhabirlerin sayısını arttırmayı başarmıştır, çeviri hizmeti kurmuş, abonelerine haber göndermede telgraftan yararlanmağa başlamıştır.[11] Havas ajansı, 1848'ten itibaren Paris, Londra, Brüksel, 1850' de de Paris, Roma, Viyana ve belli başlı Alman kentleri arasında haber toplama ve gönderme yönünden bağlantı kurmuştur.[12]

Havas haber ajansını, 1855 yılında Almanya'da **Woff** Haber Ajansı izlemiştir. 1851 yılında önce Havas'la birlikte çalışmış olan Alman asıllı Julius Reuter, Londra'da bir ticari haber bürosu kurarak, bugünkü **Reuter** Haber Ajansının temelini atmıştır. Reuter'in verdiği haberleri ise bir yıl sonra gazeteler kullanmağa başlamışlardır.[13]

A.B.D.'de ilk haber ajansının kurulması 1857 yılına rastlamaktadır. 1857'den önce New York'ta çıkan gazeteler aralarında anlaşma yaparak, New York limanına gelen gemilerden haber almaktaydılar.[14] Alınan haberler ise hemen gazeteler tarafından kullanılırdı. 1857 yılında New York Associated Press'in kurulması beraberinde pek çok yeniliği de getirdi. O yıllarda A.B.D.'de telgraf kullanılmağa başlanılmıştı fakat tarifeler çok yüksekti. New York Associated Press giderlerini azaltmak için topladığı haberleri, başka eyaletlerde bulunan gazetelere satmağa başladı.[15]

Zamanla, New York Associated Press'in haber sattığı eyaletlerdeki gazeteler de aralarında toplaşıp, kendilerine göre haber ajansları kurdular. Örneğin: Western Associated Press, New England Associated Press gibi. Doğal olarak aslında hepsi, New York Associated Press'in ortakları olarak, aralarında giderleri paylaşıyorlardı. Bu durum böyle devam ederken, 1885'te Western Associated Press, New York Associated Press'in kendilerine haberlerin büyük bir kısmını vermediğini söyleyerek, bağımsız bir kooperatif kurdu.[13] Avrupa'dan haber alabilmek için

---

11 Oya Tokgöz, "Haber Toplayan ve Satan Kuruluşlar: Haber Ajansları" **SBF Dergisi**, cilt: XXVII, No: 2, Ankara, 1972 s. 143.

12 **ibid.**

13 **ibid.**

14 **Les Agences Télégraphiques de l'information, op. cit.**, s. 16-17.

15 **ibid.**

Wolff ile anlaşma yapmak istedi, başaramadı, fakat Havas ve Reuter ile anlaştı.[17]

1892'de Western Associated Press adını Associated Press şeklinde değiştirerek merkezini Illinois eyaletine taşıdı. New York Associated Press bu duruma karşı çıkmak istediyse de başarılı olamadı. Illinois'e taşınmış olan Western Associated Press, Reuter, Havas, Wolff ile anlaşmalar yaparak, A.B.D.'de anılan ajanslardan alınan haberlerin tekelini eline almayı başardı. 1900'da yabancı ülkelerde bürolar kurdu, fakat buralarda haber dağıtmadı. Aynı yıl, Illinois'daki merkezini New York'a taşıyarak, bugünkü **Associated Press**'in temelini attı.[18]

1907 yılında E.W. Scripps kendi gazetelerine, yayın organlarına haber sağlayan organları bir araya toplayarak,**United Press Association**'u kurdu. Aynı yıl İngiltere de Exchange Telegraph of London ajansı ile bir anlaşma imzalayarak kendi haberlerini İngiltere'de çıkan gazetelere de dağıtmayı başardı.[19] 1909'da W.R. Hearst, Scripps'in bu hareketini izleyerek, **International News Agency**'i kurdu. Amacı kendi gazetelerine taze haber bulmaktı.[20]

1917'de Sovyet hükümeti bir haber bürosu kurdu. Bu büro 1918' de ajans haline gelerek, bugünkü **Tass'ı** oluşturdu.[21] I. Dünya Savaşından önce mali sorunlar nedeniyle Wolff önemini yitirmişti, yerine ise **Transocéan** adlı yeni bir Alman haber ajansı kurulmuştu.[22] Transocéan tarihte ilk kez kurulan devlet ajansıdır. İkinci örnek ise Tass'tır.

II. Dünya Savaşı sırasında Fransa'nın Almanlar tarafından işgali üzerine Havas'ın da çalışmaları durdu. Reuter Avrupa'da çalışan tek ajans olarak kaldı. Havas savaştan sonra, **Agence France Presse** adını alarak faaliyete başladı, fakat Reuter eski haber sahalarını almıştı. Amerikan ajansları ise Amerika dışı çok faal hale gelmişlerdi. Tass'da Sovyet dünyasında dünya ajansı olma hüviyetini kazanmıştı.[23]

4.4 Günümüzde Beş Büyük Haber Ajansının Haber Dağıtımı Yönünden Gösterdiği Özellikler :

Genelde çoğu kimse tarafından "beş büyükler" diye adlandırılan A.P., U.P.I, A.F.P, Reuter ve Tass, hemen hemen dünyanın her ülke-

---

16 ibid., s. 17.
17 ibid., s. 18.
18 L'information A Travers Le Monde, (Unesco : Paris, 1964) s. 166.
19 Les Agences Télégraphiques de l'information, op. cit., s. 19.
20 ibid., s. 20.
21 L' information A Travers Le Monde, op. cit., s. 409-410.
22 Les Agences Télégraphiques de l'information, op. cit., s. 15-16.
23 ibid.

siyle — eğer ülkenin haber ajansı bulunuyorsa, onunla ya haber değiş tokuşu yapmakta veya haber satışı sözleşmesi ile bağlı bulunmaktadır. Bu iki yol dışında ise yine anılan haber ajansları, ulusal haber ajanslarına kendi ülkelerinin haberlerini satmakta, ulusal haber ajanslarının ise ulusal haberlerini dış dünyaya dağıtmaktadırlar.[24]

Beş büyük haber ajansının dünyanın 100 veya daha çok ülkesinde büroları, bürolarda çalışan tam ve yarım zamanlı çok sayıda muhabiri bulunmaktadır. Hergün topladıkları haberleri gerek kendi ülkeleri içinde gerekse dünya düzeyinde dağıtmaktadırlar. Dağıttıkları haberlerin miktarı günde milyonlarca kelime ile ölçülmektedir. Aboneleri arasında bulunan gazeteler, radyo ve televizyon istasyonları, ulusal haber ajanslarına 24 saat boyunca haber dağıtmaktadırlar. Haber dağıtımında kullandıkları diller arasında Arapça, İngilizce, Fransızca, Almanca, Portekizçe, Rusça, İspanyolca yer almaktadır.[25]

Son yıllardaki teknolojik ilerlemeler, gelişmeler nedeniyle, beş büyük haber ajansı haberlerinin yazılması, düzeltilmesi ve düzenlenmesi süratle otomatik olarak dağıtımında katod ışınlarından yararlanmaktadırlar. Ayrıca bu ajanslarda bulunan bilgisayar sistemleri aracılığıyla anında haberlerin, ekonomik, mali ve diğer konulardaki bilgilerin dağıtımı, düzenlenmesi ve depolanması olanaklıdır. Teleks, radyo, telefoto ve facsimile sistemleri, bu ajanslarca gerek ülkeler arasında gerekse kıtalararasında geliştirilmiş ve genişletilmiştir. Hattâ, bazı yörelerde uydularla haberleşme sistemine de geçilmiştir. Bu şekilde, haberler görüntülü veya görüntüsüz olarak anında haberleşme uyduları yoluyla, dünyadaki yer istasyonlarına iletilmekte, buradan ise yine anında beş büyük haber ajansına ulaştırılabilmektedir.[26]

4.41 Agence France Presse (AFP)[27]

1944 yılında kurulan Agence France Presse'in atası 1835'te kurulmuş bulunan Havas'tır. Dünyada en etkin beş büyük haber ajansı arasında yer alan AFP, hem uluslararası düzeyde etkin bir haber ajansı hem de Fransız ulusal haber ajansıdır.

1957 yılında kabul edilen yasa gereğince özerk bir kamu kuruluşu şeklinde AFP yönetilmektedir. Yönetiminden 15 kişilik bir yönetim kurulu sorumludur. Yönetim kurulunda yer alan üyelerin 8'i Fransız

---

[24] World Communications, op cit., s. 9-10.
[25] ibid.
[26] ibid.
[27] ibid. s. 334.

günlük gazetelerinden seçilen temsilcilerden, 2 tanesi Fransız Radyo ve Televizyonundan (ORTF), 3 üye AFP'nin hizmetlerinden yararlanan kamu hizmetleri temsilcilerinden, 2 tanesi AFP içinden —bunlardan bir tanesi kesinkes profesyonel gazeteci olması gerekir— seçilmektedir.

AFP'nin Fransa içinde belli başlı kentlerde, 17 tane bürosu, 92 tane dış temsilciliği, bulunmaktadır. 46 değişik ülkedeki ulusal haber ajanslarından ise, haberleri değiş tokuş veya abone sözleşmeleri yoluyla temin etmektedir. Haber dağıtımında kullandığı diller arasında Fransızca, İngilizce, Almanca, İspanyolca, Arapça, Portekizce yer almaktadır. Ayrıca, haberler yanında fotoğraf, röportaj, radyo-televizyon bültenleri de dağıtmaktadır.

Ajansın uluslararası haber şebekesi 24 saat boyunca çalışarak, Paris'i belli başlı Avrupa kentlerine bağlamaktadır. İngilizce dilindeki haber dağıtımı Londra, Kopenhag, Oslo, Helsinki, Stockholm ve Moskova'yı birbirine bağlarken, Almanca hizmeti Saarbruk'tan Bonn, Dusseldorf, Berlin'e gitmektedir. Fransızca hizmeti ise Paris'ten beş kanala ayrılarak, Paris'i Bern, Milano, Roma, Madrit, Lizbon, Brüksel, Lahey, Lüksemburg, Prag ve Budapeşte ile bağlamaktadır. Transatlantik kablo ile Paris, New York, Washington ve Montreal'e bağlanırken, Afrika kablosu Paris'i Rabat, Tunus ve Cezayir ile ilişkili kılmaktadır. 1950'den beri ajansın Güney ve Orta Amerika'ya da servisi bulunmaktadır. Bu servis günde 18 saat boyunca çalışmakta, 6 teleks İspanyolca olarak ajansın haberlerini Brezilya, Arjantin, Uruguay'a, Orta Amerika'ya Fort de France'den iletmektedirler. Ayrıca, günde 20 saat boyunca çalışan İngilizce hizmet götüren Uzakdoğu servisi de bulunmaktadır.

4.42. **Reuter**[28]

1850'de Aix La Chapelle'de kurulan Reuter haber ajansı, 1851'den beri Londra'da faaliyet göstermektedir. Reuter'in mülkiyeti Birleşik Krallık, Avusturalya ve Yeni Zelanda gazetelerinin elinde bulunmaktadır. Yalnız, gazeteler ajans üzerindeki haklarını İngiliz Gazete Sahipleri Derneği, İngiliz Gazeteciler Derneği, Avusturalya Basını ve Yeni Zelanda Basın Derneği aracılığı ile kullanmaktadırlar. Ajansın ortak sahiplerinden bir tanesi olan İngiliz Basın Derneği, Reuter'e İngiltere'deki tüm günlük haberleri temin etmektedir.

Reuter'in 180 ülkede ve bölgede 1000 kadar muhabiri bulunmaktadır. 77 ulusal veya özel haber ajansı ile bağlantılıdır. Londra'da dış büro-

[28] **ibid.**, s. 460.

larından günlük olarak aldığı haberlerin kelime olarak sayısı 500.000 dir. Dağıttığı haberleri ise 615.610 mil boyundaki kiralık kablolar ve 19 yurtiçi radyo hattı ile vermektedir. Haber dağıttığı ülkelerin sayısı ise 124 civarındadır. Yurtdışı haber dağıtımını ya doğrudan ya da ulusal haber ajansları aracılığı ile yapmaktadır.

1968 Mayıs ayından beri, Reuter haber toplama ve dağıtımını hızlandırma bakımından (ADX) diye adlandırılan bilgisayarlı haber şebekesi kurmuştur. Aynı zamanda, en son borsa fiyatlarını anında verebilmek için ekonomik servisinde, ayrı bir bilgisayar şebekesi bulunmaktadır.

Reuter'in ekonomik hizmetleri kendine ait bulunan Comtelbureau tarafından yapılır. Comtelbureau dünyanın en büyük ekonomik ajansıdır. Bu büronun elinde hem kendi kaynakları hem de Reuter'in Hertfortshire'de bir radyo dinleme merkezi vardır. Ajansın teleks şebekeleri iki yollu olarak Avrupa'da çeşitli ajanslarla bağlantılıdır. Bu şebekeler, Londra'yı doğuda Moskova, Varşova ve Budapeşte'ye, güneyde Kuzey Afrika'ya bağlar.

4.43 Associated Press[29]

Associated Press bugün mevcut bulunan haber ajanslarının en eskisidir. Amerikan gazetelerinin sahip bulunduğu bir kooperatif şeklinde örgütlenmiştir. A.B.D. içinde giderleri belirlenmiş bir tarifeye göre üyeler arasında bölüşülmekte, buna karşılık üye gazeteler kendi olanaklarıyla sağladıkları haber ve fotoğrafları ajansa vermektedirler.

A.P.'nin 107 ülkede 10.000 den fazla abonesi vardır. Abonelerinin çoğu ise denizaşırı ülkelerdedir. Tass ve AFP ile yaptığı anlaşmalar gereğince, A.P. her iki ajansın bulunduğu ülkelerden AP'nin topladığı haberleri kendi topladıklarıyla desteklemektedir. AP aynı zamanda Kanada haber ajansından Kanada iç haberlerini almakta, buna karşılık, bu ajansa bütün hizmetlerini sunmaktadır.

Ajansın genel merkezi New York'tadır. Genel merkez için ajansın Londra ve Tokyo büroları, haberler ve fotoğraflar yönünden röle merkezleridir. A.P.'nin Avrupa hattı Londra üzerinden çeşitli Avrupa başkentleri ve belli başlı kentleriyle bağlantılıdır. Londra aynı zamanda, Ortadoğu, Hind yarımadası, Afrika ve Avustralya'dan gelen haberler için röle istasyonu görevini de yapmaktadır. New York ve Londra 24 saat boyunca haberleşmektedirler. Tokyo ise Uzakdoğu için haber toplama merkezidir, New York ile devamlı olarak bağlantılıdır.

---

[29] ibid., 200-201.

AP haber dağıtımında çeşitli kablolar dışında son yıllarda katod ışınları aracılığıyla uydulardan yararlanmaktadır. Bu şekilde, ajansın bütün büroları otomatik olarak haber verme, düzeltme ve dağıtma olanaklarına kavuşmuştur.

4.44 United Press International[30]

1958 yılında United Press ve International News Service'in birleşmeleriyle kurulan UPI'nin 6417 abonesi bulunmaktadır. Hizmet götürdüğü ülke sayısı ise 114'tür. Tıpkı Associated Press gibi 1972'den beri bilgisayara geçerek, haber toplama, verme, dağıtma olanaklarını otomatik şekle getirmiştir.

Günlük olarak 48 dilde haber dağıtan ajansın, dağıttığı kelime sayısı 4.5 milyonu bulmaktadır. 1962 yılından beri Tass dışında Moskova ile teleks bağlantısı kuran ilk ajanstır. Genel merkezi New York'tadır.

UPI'nin ayrıca haber hizmeti konusunda çeşitli ortaklıkları da bulunmaktadır. Bunlar arasında UPI News Film (televizyon için aktüalite filmi gönderen hizmet), UPI Audio (telefonla haber hizmeti), Ocean Press (radyo yolu ile denizdeki gemilere bülten gönderen hizmet) United Features Syndicate (resimli tefrikalar, röportaj, makaleler, karikatürler veren hizmet), A.B.D.'deki ve dışardaki gazetelere radyo foto, telefon yoluyla gönderilen hizmet, facsimile hizmeti, ekonomik ve mali hizmet yer almaktadır.

4.45 Tass[31]

S.S.C.B.'nin merkezi haber ajansı olan Tass'ın merkezi Moskova' dadır. Tass S.S.C.B. Bakanlar Kuruluna bağlıdır. Bakanlar Kurulu Tass'ın genel müdür ve yardımcılarını atarlar. Tass'ın gelirlerini abonelerinden aldığı ücretler oluşturur. Aboneleri arasında gazeteler, radyo ve televizyon istasyonları yer almaktadır.

S.S.C.B.'deki 14 cumhuriyetin hepsinin ayrı naber ajansı bulunmakla beraber, Tass bunların hepsi için merkezi haber ajansı rolünü oynar. Tass, 14 cumhuriyetin haber ajansına ülke dışından ve diğer Sovyet cumhuriyetlerinden gelen haberleri verir. Tass'ın Sovyetler Birliği dışında 86 ülkede devamlı muhabiri bulunmaktadır. Bunların 24 tanesi, Avrupa'da, 16 tanesi Kuzey ve Güney Amerika'da, 24 tanesi Asya'da 22 tanesi Afrika'dadır.

---

[30] ibid., s. 200-201.
[31] ibid., s. 508.

Ajansın Sovyetler Birliğinin büyük kentlerinde 6 tane yardımcı bürosu vardır. Burada 120 tam zamanlı, 200 yarım zamanlı, 65 tam zamanlı fotoğrafçı, 20 tane yarım zamanlı fotoğrafçı çalışmaktadır. Bu personel önemli kentleri, bölgeleri, endüstri ve yönetim merkezlerini, bağlı bölgeleri ve muhtar cumhuriyetleri dolaşarak haber toplarlar.

Sovyetler Birliği içinde Tass'ın hizmetleri Rusça olarak dağıtılır. Yurtdışı haber dağıtımında ise Rusça, Almanca, İngilizce, İspanyolca, Fransızca kullanılmaktadır. Ajansın Moskova'daki genel merkezi devamlı olarak New York, Londra, Paris, Tokyo büroları ile bağlantılıdır. Tass'ın ayrıca, haber alışverişi yönünden Reuter, Associated Press, United Press International ve Agence France Presse ile antlaşmaları bulunmaktadır.

4.5 Türk Haber Ajansları

Türkiye'de ajansçılığın diğer dünya ülkelerindeki gibi uzun geçmişi yoktur. Osmanlı Devletinin son yıllarında bazı yabancı haber ajansları İstanbul'da bürolar açmışlardı[32] Mustafa Kemal Anadolu'da Ulusal Kurtuluş hareketi hazırlıklarını dünyaya duyurmak için ufak bir örgüt kurdu. Bu örgüt sonra bugünkü Anadolu Ajansı olmuştur.

Atatürk'ün ilk kurduğu örgütün faaliyeti 1920 yılına kadar sürdü. 1920 yılında TBMM kurulduğunda, bazı yeni kuruluşlar kuruldu. Bunlardan bir tanesi de Matbuat Müdürlüğüdür. İki kişiyle çalışan bu müdürlüğün görevi ulusal mücadele haberlerini, o zamanlar ikiye ayrılmış bulunan İstanbul basınına göndermekti. Zamanla, Matbuat Müdürlüğüne bağlı olarak Antalya, Zonguldak ve Gelibolu'da muhabirlikler kurularak, hem haber alma hem de haber verme faaliyeti hızlandırılmıştır.

Bu muhabirlikler gemi kaptanları aracılığı ile ulusal kurtuluş haberlerini İstanbul'a duyurmuşlar, kaptanlar aracılığı ile topladıklarını da Ankara'ya iletmişlerdir. Daha sonraları, Matbuat Müdürlüğü yabancı gazetelerden çevirdiklerini hem yerli basına iletmiş hem de haber kaynaklarından yoksun bulunan Ankara hükümetine haber sağlamıştır.[33]

4.51 Anadolu Ajansı

Ulusal kurtuluş hareketinin yurtdışına duyurulması gereksinmesini şiddetle duyan Atatürk, ulusal haber ajansı kurulması gereğini

---

32 Hıfzı Topuz, **100 Soruda Türk Basın Tarihi**, (İstanbul: Gerçek Yayınevi, 1973) s. 117-118.

pek çok kez belirtmiştir. Bu amaçla da 1925 yılında **Anadolu Ajansını** anonim şirket olarak kurmuştur. Kuruluş statüsüne göre Anadolu Ajansının % 49 payı devlete, % 51 payı ise Atatürk'ün yakını olan, devrimlere inanmış kimselere verilecekti. Gerçekten Atatürk bu koşulları yerine getirmekte başarılı olmuştur. Bugün, hâlâ şirketin % 49 payı devletin geri kalan % 51 i ise özel kişilerin elinde bulunmaktadır. Bugün için bilinen en büyük pay sahipleri arasında Yakup Kadri Karaosmanoğlu ve varisleri, Falih Rıfkı Atay ve varisleri Ahmet Ağaoğlu ve varisleri, Ruşen Eşref Ünaydın ve varisleri vardır.

Anadolu Ajansı bugün için devletin bütçe olanaklarından yararlanan bir kuruluştur. Her yıl devlet bütçesinden belirli bir ödenek almaktadır. Bu yönden diğer haber ajanslarından farklı bir statüye sahiptir. Genel merkezi Ankara'dadır. İstanbul, İzmir, Adana, Samsun, Erzurum ve Diyarbakır'da geniş kadrolu büroları, bütün il ve ilçelerde ücretli muhabirleri bulunmaktadır.

Anadolu Ajansının TBMM'de parlemento bürosu, Meclisten teleks aracılığıyla ile haberlerini derhal abonelerine geçme olanağına sahiptir. Ajansın diğer bir hizmeti ise, gazetelere sunduğu fotoğraf hizmetidir. Bu hizmet 1969 yılında faaliyete geçmiştir. Karşılıklı haber alışverişi yönünden çeşitli haber ajansları ile anlaşmaları bulunmaktadır.

Günlük olarak abonelerine iç ve dış haberleri teleksle geçer. İç haberler ve dış haberler bültenlerini ayrıca teksir edilmiş olarak hizmete sunar. İç haberleri Ankara, Istanbul, İzmir, Adana, Erzurum, Diyarbakır ve Samsun bültenleri şeklinde hazırlanmaktadır. Dış haberlerini ise, çeşitli yabancı ajanslardan Türkçeye çevirerek vermektedir. Ayrıca, yurtiçinde yabancı dilde haber almak isteyenler için İngilizce ve Fransızca olarak hazırlanmış, teksir edilmiş haber bültenleri vardır.

1967 yılından beri Gölbaşındaki verici istasyon aracılığıyla hazırladığı Türkiye içi haberleri, yurtdışına Fransızca olarak telsizle ulaştırmaktadır. Kâr amacı gütmeyen, devletten aldığı ödenekle yaşayan bir kuruluş olan Anadolu Ajansı haberlerini ücret karşılığı abonelerine satmaktadır.

4.52 Özel Girişimin Elinde Bulunan Haber Ajansları

Devletten ödenek alan Anadolu Ajansı yanında, Türkiye'de pek çok haber ajansı faliyet halindedir. Türkiye düzeyinde haber alışverişinde etkin olabilen haber ajansları arasında **Akdeniz Haber Ajansı, Türk Haberler Ajansı, Anka Haber Ajansı** sayılabilir. Yeni kurulmuş

bir haber ajansı olan **Ulusal Basın Ajansı** ise kısmen etkindir. **Hürriyet Haber Ajansı** büyük bir ajans olmakla beraber, yalnız Hürriyet yayınları için haber hizmeti sunmaktadır.

Anılan haber ajansları içinde en eskisi 1950 yılında Kadri Kayabal tarafından kurulmuş bulunan **Türk Haberler Ajansıdır.** Bu ajans 1958 yılında, anonim şirket haline getirilmiştir. Şirketin % 49 payı Kadri Kayabal'a, % 51 payı ise Tercüman, Milliyet, Dünya gazeteleri ve Hayat dergisi tarafından finanse edilmiştir. Son yıllar içinde Kadri Kayabal'ın ölümü ile ona ait paylar varislerine geçmiş, diğer paylar ise pek el değiştirmemiştir.

İlk kurulduğu yıllarda düzenli olarak çalışan ajans, faaliyetini yine sürdürmektedir. Yalnız, kuruluş yıllarındaki etkinliğini diğer haber ajanslarına kaptırmıştır. Yine gazeteler arasında aboneleri bulunmaktadır. TRT, Basın ve Yayın Genel Müdürlüğü aboneleri arasındadır.

1 Mayıs 1963'te faaliyete geçen **Hürriyet Haber Ajansı,** Hürriyet Matbaacılık A.Ş.'ne aittir. O yıllarda Hürriyet gazetesinin çeşitli yayınlarına ucuz haber temini için ajans kurularak, Hürriyet gazetesinin istihbarat servisi kaldırılmıştır.

Haber alma servisi ajansın hizmetine verilerek, Hürriyet ve çeşitli yayınları Haber ajansına abone ücreti vermeğe başlamışlardır. Ayrıca, ajans diğer gazetelere de haber satma yolunu tutmuştur. 1970 yılı sonunda ise Hürriyet ve yayın organları dışında kalan abonelerine haber satmayı bırakmıştır. Bugün yalnız, Hürriyet ve yayın organları, TRT ve Basın ve Yayın Genel Müdürlüğüne haber satmaktadır.

Hürriyet Haber Ajansının genel merkezi İstanbul'dadır. Türkiye' nin her il ve ilçesinde büroları bulunmaktadır. Haber alma ve dağıtma yönünden en son teknolojik olanaklara sahiptir. Facsimile kullanımı, yalnız H.H.A. ile Ak Ajansta vardır.

Genel merkezleri Ankara'da olan **Anka, Akdeniz Haber Ajansı** ile **Ulusal Haber Ajansı** günümüz Türkiye'sinde önemli haber ajansları arasındadır. Anka Haber Ajansı 1971'de, Akdeniz Haber Ajansı 1976' da, Ulusal Basın Ajansı ise 1979'da faaliyete geçmişlerdir.

Bu ajanslar içinde Türkiye'nin her yerinde bürosu ve personeli olan Akdeniz Haber Ajansıdır. Hürriyet Haber Ajansı gibi en son teknolojik yeniliklere de sahip olan ajansın, yurtdışında temsilcilikleri ve UPI ile haber anlaşması bulunmaktadır. Aboneleri arasında yüksek tirajlı gazeteler, TRT ve Basın Yayın Genel Müdürlüğü vardır.

Anka Haber Ajansının İstanbul ve İzmir'de büroları bulunmaktadır. Haber satışı yönünden özellikle Federal Almanya, İskandinav ülkelerinde etkindir. Ekonomik ve malî bülteni, günlük olarak verdiği haber bültenine pek çok yüksek tirajlı gazete abonedir. TRT ve Basın ve Yayın Genel Müdürlüğü aboneleri arasındadır. Ulusal Basın Ajansı ise henüz gelişmekte olan bir ajanstır.

2. BÖLÜM

HABER VE HABER KAYNAKLARI

5. BAHİS

HABER KAVRAMI : ÖNEMİ VE ÖZELLİKLERİ

5.1 Genel Olarak

Haberler artık günümüzde yaşantımızın bir parçası şekline dönüşmüştür diyebiliriz. Lüksten, oyalanmadan öte haberler, iyi veya kötü bilincimizi devamlı olarak genişletmektedirler. Yazılı basın, sözlü basın tümü, tıpkı bütün toplumsal kurumlar gibi tarih içinde biçimlenmişlerdir. Her toplumda olduğu gibi haberleşme araçlarının yönetimi, bu araçlardan sunulan haberler üzerinde uygulanan yasal ve kurumsal denetimler ve seçimler, hep toplumun geçmişiyle olan ilintisi ölçüsünde anlamlılık kazanır.

Haber kavramının mahiyetini, taşıdığı anlamı, özelliklerini somut bir şekilde belirleyebilmek yönünden iki temel etkeni devamlı olarak göz önünde tutmak gerekmektedir :

1. Toplumda geçerli ve kullanılmakta olan haberleşme teknolojisi,
2. Mevcut toplumsal yapı.

Sayılan iki temel etken yönünden ise, gazetecilikte haber üreten kişileri simgeleyen muhabirliğin nasıl bir çerçeve içinde değerlendirileceği de unutulmamalıdır. Bu bakımdan, "haber nedir?" sorusu ile çözümlemeye başlamak yerinde olacaktır.

5.11 Haber - Olay İlişkisi :

Gazetecilikte, genellikle haber, "olayın veya olayların hikâyesi veya özeti" şeklinde tanımlanagelmektedir. Bu tanıma dikkat edildiğinde, olay, hikâye ve özet gibi kelimelerle haberin tanımlandığı veya anlatılmak istendiği göze çarpmaktadır. Daha başka bir deyişle, haberi tanımlamak bakımından "olay", "hikâye" veya "özet" gibi kelimelerin gazetecilikte ne gibi anlamlarla yüklü olduğuna da bakmak gerekmektedir.

Olay, genelde çeşitli olguların belirli bir yer ve zaman içinde geçmesi sürecidir. Yalnız, önemli olan olayı oluşturan olguların mahiyeti ve anlamının belirli bir yapı ve çevresi ile olan ilişkisinin kurulmasıdır. Bu bakımdan, olay ve olayı oluşturan olgular ister yerli ister ulusal isterse uluslararası düzeyde yer alsınlar, insanı harekete geçiren süreçler ve sorunlar olarak, bunların açmış olduğu, açtığı, açacağı tartışmalara zemin hazırlarlar.[1] Olay veya olaylar insanlara ulaşmaz, insandan insana iletilmezse, hayal olmaktan öte geçemezler.

Olayın evrimi kavramı, toplumun evrimini izlemiştir. Zaman içinde devamlı olarak mahiyeti, niteliği değişmiş, şekillenmiştir. Gazetecilikte olaylar önemli yer tutmakla beraber, yazılı ve sözlü basının gördüğü işlev olaylar bakımından bilgi vermek, daha başka deyişle onların şekil almasını sağlamaktır. Bu yönden Amerikalı yazar Wilbur Schramm'ın haber-olay ilişkisi yönünden verdiği tanımı anlamlıdır. Bu tanımında, Schramm, haberin içinde nelerin bulunduğuna ve mahiyetine de dikkati çekmektedir[2]

> "Haber bir olay değildir, olduktan sonra algılanabilen bir olgudur. Olayla özdeş değil, fakat olayın esas çerçevesi içinde tekrar kurulabilmesi hedefidir."

Gerçekten, haberi veya haberleri yazan ve veren gazeteciler, haberi oluşturan olayı her zaman daha olurken izlemek, gözlemek olanağına sahip değildirler. Genellikle, olay veya olaylar olduktan sonra bunlar hakkında haber yapılabilecek bilgi, resim, görüntü toplamak üzere gazeteciler görevlendirilmektedir. Daha başka bir deyişle, olay veya olaylar gerek yazılı gerekse sözlü basında gazeteciler tarafından öğrenilip, değerlendirildikten sonra yer almaktadırlar. Bazı olaylara gazeteciler ve toplumun büyük bir kesimi hemen tanık olabilirler, bunları gözleyebilirler. Bu tür olaylara örnek olarak doğal olaylardan sel, deprem, toprak kayması, büyük kazaları, yangınları, askeri darbeleri, grevleri verebiliriz. Bu gibi olaylar zaten açık bir görünüm kazanmışlardır.

Bunların dışında kalan olaylarda ise olayı izlemekle görevlendirilen gazetecinin gözlemciliği ve izlemede gösterdiği dikkat ağır basar. Bu bakımdan olayı yapan olguların **"gözlenebilme" "ve görülebilme"** nitelikleri değerlendirildiği, ortaya çıkarılabildiği ölçüde, olayın ister insandan insana isterse kitle haberleşme araçları yoluyla iletilmesinde,

---

1 Bernard Roschco, **Newsmaking** (Chicago: The University of Chicago Press, 1975), s. 13.

2 Wilbur Schramm, "The Nature of News", **Journailsm Quarterly** (September 1949), s. 259.

gazeteci olayı esas çerçevesi içine oturtarak haber şekline dönüştürebilir. Özellikle, gazetecinin olaya ait olgular arasındaki ilişkiyi değerlendirmesinde, olayı ve olayı oluşturan olgular bakımından hikâye etme ve özetleme işlemini de yapması gerekmektedir.

Özetleme ve hikâye etme işlemi ile gazeteci olayı haber yapmaktadır. Yaptığı haber ise, olayla özdeş değil, fakat olayın esas çerçevesi içinde tekrar kurulması şeklinde gerçekleşir. Daha başka deyişle, gazeteci olayı kendi algıladığı ölçüde haber yapmaktadır. Bu yönden de, haberleri kitle haberleşme araçlarından izleyen kişiler, hiçbir zaman kendilerine ulaşan haber veya haberlerin amacını kestirmek gücüne sahip olamamaktadırlar. Kitle haberleşme araçlarının izleyicilerinin genelde haber almaları, kendi seçmeli ilgilerine göre gazeteciler tarafından "haber olur diye seçilmiş, ayrılmış düzenlenmiş, haber olarak yazılmış olay veya olayların okunması, dinlenilmesi, seyredilmesi" şeklinde oluşmaktadır.

5.12 Haber - Gerçek İlişkisi :

Wilbur Schramm'ın haberin olayla özdeş olmadığı yönündeki yargısı aslında haber olay ve gerçek arasındaki bağıntının yönüne ve şekline de bakmayı gerektirmektedir. Olaylar, haberlerin hammaddesini oluştururlar. Olayları yapan olgular devamlı ve sürekli olarak gerçekler üzerinde kuruludurlar. Haberler olayla özdeş olmadığı ve olamayacağı için, haberde gerçek payı değişkendir. Haber uçucu, fakat gerçek kalıcıdır.

Bu hassas ilişkiyi değerlendiren 1920'lerde Walter Lippmann olmuştur. Lippmann bu görüşlerinde yine başka bir Amerikalı yazar William James'in etkisinde kalmıştır. Yaptığı değerlendirmede Lippmann[3] şöyle demektedir :

> "Haber ile gerçek aynı değildir. Haberin işlevi bir olayı iletmek, gerçeğin işlevi ise, saklı kalmış olguları gün ışığına çıkararak, birbirleri arasındaki bağıntıyı kurarak, insanoğlunun iletişimine olanak tanımak için, gerçeğin resmini yapabilmektir."

Lippmann'ın bu görüşleri Schramm'ınkiler ile birlikte değerlendirildiğine, olayı haber yapan gazetecinin ne gibi işlemlere başvurduğu görülebilir.

Gazeteci olayı haber yapabilmek için, kendine göre olgular arasında bir seçim yaparak olayı esas çerçeve içine oturtmağa çalışmak-

---

[3] Walter Lippmann, **Public Opinion**, (The Mac Millan Co : 1949), s. 358.

ta, doğal olarak ta olayın ardında yatan gerçekler üzerinde anlam vermeye yönelmektedir. Gerçek ile haber arasındaki bağıntıyı gazeteci, olayı, aslına olanak verdiği ölçüde, sadık kalarak verebilmek yönünden kurmak durumundadır. Olaya sadık kalma, bu durumda, olayı oluşturan olgulara ait gerçeklere dayandırılma doğrultusundadır. Bu bakımdan, haber olayı esas çerçeve içinde oturtulması yönünden, gerçeği iyi şekilde yansıttığı ölçüde önem kazanır.

Yalnız şunu unutmamak gerekir ki, haberde gerçek payı değişkendir ve değişken kalmağa her zaman mahkûmdur. Zira, olaya ait gerçek bütün gerçekliğine değin haber haline getirilmeyebilir. Aslında, bu yönden haberi izleyenler, haberin gerçek ile olan ilişkisinde bazı çarpıklıkların olduğu üzerinde dururlar. Gerçek açısından, zamanlılık öğesi önemli değildir, haberde ise zamanlılık önem taşır. Gerçek kalıcıdır, haberler zamanla unutulur gider, asıl önemli olan da budur.

5.2 Haberi Tanımlama Gereği :

İnsanoğlunun "bilme", "haber alma" isteği, arzusu üzerinde pek çok kimse görüş ileri sürmüştür. Basın özgürlüğü kavramı toplumlarda yerleştirilmezden önce dahi, pek çok kimse haber nedir, ne değildir sorularına yanıt aramıştır. Bu yanıt arama ise haber olgusunu tanımlama çığırını açmıştır. Bununla beraber, haber kavramı ve tanımı üzerinde hâlâ görüşbirliğine varılmamıştır. Daha doğru deyişle, evrensel olarak kullanılabilecek şekilde haberin tek bir anlamı bulunmamaktadır.

İlk yapılan haber tanımlamaları arasında, "olan herşey haberdir", "dün bilmediğimiz haberdir", "insanların üzerinde konuştuğu haberdir", "haber okuyucuların öğrenmek istedikleridir" şeklindeki tanımlar yer almıştır. Bu tanımların hepsi, insanın bilme, öğrenme isteğinin değerlendirilmesi amacıyla yapılmışlardır.

5.21 Gazetecilik Kitaplarında Yer Alan Haber Tanımları :

Gazeteciliğin ilk kez öğretiminin yapıldığı A.B.D.'de öğretim amacıyla çıkarılan gazetecilik kitaplarında, ilk yapılan tanımların yanında, günün koşullarına ve gazetecilik gereklerine uygun pekçok tanım yer almaktadır. Bu tanımlar, bir yandan haberin mahiyetini, anlamını değerlendirirken diğer yandan haberi oluşturan temel etkenlere de yer vermektedirler. Bunlar arasında yer alan bazıları anılmağa değerdir :[4]

---

[4] John Hohenberg, The Professsional Journalist:, 4. baskı (New York: Holt,

"1. Haber zamana uygun herşeydir,
2. Zamana uygun rapor haberdir.
3. Haber, bir olayın raporudur."

Dikkat edilirse, bu tanımlarda haberde zaman etkeninin önemi yanında belirli ölçüde olayı "hikaye etme" ve "özetleme" işlemine de değinilmektedir. Bu tanımların yanında yaygın ölçüde kullanılan iki tanım daha bulunmaktadır.

"1. Haber acele kaleme alınmış edebiyattır.
2. Haber, yarının tarihidir."

Toplumbilim ve kitle haberleşmesi kuramı açısından haberi tanımlama ve değerlendirme çalışmalarına değinmeden önce, gazetecilik kitaplarında yer alan haber tanımlamalarını tümden değerlendirmek gerekmektedir. Tek bir haber tanımı ile değerlendirme yapma, aslında haberi oluşturan temel etkenleri belirlemeğe de olanak tanımaktadır. Bu bakımdan belki, aşağıdaki tanım, değerlendirme yönünden basamak oluşturmaktadır :

"Haber, insanları ilgilendirecek zamanlı olan bir fikrin, olayın, veya sorunun özetidir."[5]

1. Haber, genellikle bir olaya, fikre ve soruna dayanmaktadır. Bunlar olmadan haber yapılamaz. Daha başka deyişle, olaylar, fikirler, sorunlar haberlerin hammaddesini oluştururlar.

2. Olaylar, fikirler, sorunlar haber yapılmak için özetlenerek, hikâye edilerek verilmektedirler. Özetleme işlemi ise günümüz gazeteciliğinde sözlü, yazılı ve resimli olarak yapılmaktadır. Doğal olarak, özetleme işlemi sırasında üzerinde durulması gereken en önemli nokta haberi yapanın olayı, fikri veya sorunu esas çerçevesi içinde nasıl tekrar kurduğu, kurguladığıdır.

3. Olayın, fikrin, sorunun hikâye edilmesi, özetlenmesi sırasında, olayı esas çerçevesine oturtmak için, olgular arasında bağlantı kurulurken, haber ile gerçek arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu nokta, aslında yukarıda verilen tanımda açıkça belirlenememektedir. Daha önce de belirtildiği gibi, haberde gerçek payı değişkendir. Yalnız, böyle bir bağlantının kurulması, özellikle haberi izleyenler yönünden anlamlılık taşımaktadır.

Rinehart and Winston, 1978), s. 88; Curtis Mc Dougal, **Interpretative Reporting**, 5. baskı (New York The Mac Millan Co. 1969), s. 12-13.; Norman B. Moyes, David M. White, **Journalism in the Mass Media**, Boston: Ginn and Co., 1970), s. 148.

[5] Hohenberg, **op. cit.**, s. 88.

4. Haberi oluşturan hammaddenin zamana uygun olması gerekmektedir. Bu yönden, haberi oluşturan olayın, fikrin, sorunun dikkati çekebilmesi bakımından şimdiki zamanda olması zorunludur. Olanlar, sanki şimdi oluyormuş gibi haberde yer almaktadır. Daha başka bir deyişle, haber şimdidir, şimdiki zamandan biraz geçmişe bakar ama genelde geleceğe dönüktür. Aslında, dakikalar, saatler söz konusu olunca, haberin çabuk bozulabilen, istenmeyen bir fikir ürünü olduğu açık ve seçik ortaya çıkar.

5. Haberi oluşturan olayın, fikrin sorunun hayal olarak yerinde durmaması için, devamlı olarak insandan insana, aktarımı, iletilmesi gerekir. İnsanlararasında aktarımı, iletimi gerçekleştirebilmede, olayı, sorunu özetleyen, hikâye eden, izleyicinin seçmeli ilgisine yönelmek durumundadır. Daha öz deyişle, ilgi ve dikkat toplamak, anlamlılık kazandırmak bakımından, haberi yaparken olay ve sorunları aslına sadık, esas çerçeve içinde özetlemeli, kurmalıdır.

5.22 Toplumbilim ve Kitle Haberleşmesi Kuramı Bakımından Haberi Değerlendirme Çalışmaları :

Haberi tanımlamak, haberi izlemekten daha zordur. Yapılan pekçok tanımlama, haberin bazı yönlerini vurgulamakta, belirlemekte fakat haberin her yönünü kapsayamamaktadır. Gerçekten, haberi tanımlama yönünden sarfedilen tüm çabalar sonucu, uzun uzun haber yapan olaylar listesi ortaya çıkarılmıştır. Bununla beraber, tanımlar yetersiz kalsa bile, haberin zamana dayalı ve ömrünün kısa olması nedeniyle, toplumbilim ve kitle haberleşmesi kuramı açısından, haberleri sınıflama çabaları, haberin toplumsal olgu olarak mahiyetini kısmen açıklığa kavuşturmuştur denilebilir.

İlk kez olarak, Amerikalı sosyolog Robert E. Park, 1930'larda haberi malûmatın bir türü olarak sınıflayarak, haberle bilgi alışverişi ve bilme arasındaki ilişkiyi göstermeğe çalışmıştır.[6] Park, bu sınıflamasında ise kendinden yarım yüzyıl önce yaşamış başka bir Amerikalı sosyolog William James'in, insanoğlunun bilme isteği ve arzusunu değerlendiren görüşlerinden yararlanmıştır. William James kişinin bilgi sahibi olması yönünden ikili bir ayrım yapmaktadır :[7]

1. malûmattar olmak (knowledge about)
2. aşina olmak (acquiantance with)

---

[6] Robert B. Park, "News as a Form of Knowledge", Charles Stringberg, (der.), **Mass Media and Communications**, (New York : Hasting Hause, 1972), s. 134.

[7] Roscho, **op. cit.**, s. 14.

William James'in yaptığı bu ayrımı, Park haberi değerlendirme bakımından uygulamıştır. Park, "hemen hemen bütün haberlerin, izleyiciler bakımından belirli zaman süresi içinde aşina olunan bilgiler olarak tanımlanmasının yerinde olacağı"[8] görüşündedir. Gerçekten, haberler arasında aşina olduklarımız, "somut, kendi içinde bütünlüğü olan, olgulara dayanan haberlerdir." Halbuki, "malûmattar olduğumuz haberleri, soyut, çözümleme gerektiren, kavramlarla uğraşanlar olarak değerlendirmek olağandır." Aşina olduklarımızı kişisel deneyim, algılamalarımız sonucu kazanırken, malûmattar olduklarımızı resmi öğretim ve sistematik araştırmalar sonucu elde ederiz.[9]

Gerek malûmattar olduğumuz gerekse de aşina olduğumuz haberleri genelde belirli düzey içinde saptamak olanaklıdır. Aslında, aşina olduğumuz haberler yönünden yavaş yavaş malûmattar olmağa yönelebiliriz. Her iki türden de farklı amaçlar için yararlanabiliriz. Malûmattar olmadığımız haberler hakkında ancak yüzeyde bir bilgilenmeye sahip oluruz. Aynı zamanda, aşina olduklarımız bizi bilgilendirmekle beraber, azda olsa malûmattar olmağa yöneltir. Bu yönden her haberde muhakkak az veya çok, haberi özetlediği ölçüde olayın özgeçmişini anlatan malzemenin yer alması doğaldır. Bu savları, yine Park'ın görüşleri ile şöyle tanımlamak mümkündür :[10]

> "Haber, sistematik bir malûmat değildir. Bununla beraber, haber o haberle ilgilenen kişilere ulaşana kadar haber olarak kalır. Bu niteliği ise haberin temel niteliğidir."

Haberi toplumsal açıdan ve kitle haberleşmesi kuramı yönünden tanımlamağa ve değerlendirmeğe çalışan Lippmann ve Park'tan başka yazarlar da, yapılan tanımlamalara başka yönden katkılarda bulunmuşlardır. Bunlardan bir tanesi Amerikalı yazar Bernard Roschco' dur. Roschco'nun bu yönden belki en önemli katkısı, "haberi, diğer gazetecilik ürünlerinden ayıran en belirgin öğenin zaman olduğunu" vurgulamasıdır.[11] "Zaman öğesi, haberi belirlemekle beraber bazı güçlükleri de beraberinde getirmektedir. Habere konu olan olaylar ve içinde yer olan olgular bir anda ortaya çıkmamakta ve kaybolmamaktadırlar. Toplumsal olgular zaman içinde evrimleşmekte, bir anlık gibi görünmelerine rağmen uzun bir geçmişleri bulunmaktadır."[12]şeklinde görüşlerini ifade eden Roschco'nun, diğer bir katkısı ise haberi oluşturan top-

---

8 Park, op. cit., s. 135 ve devamı.
9 ibid.,
10 ibid.
11 Roscho, op. cit., s. 10
12 ibid.

lumsal olguların süreç olarak kavranması gerektiğine işaret etmesidir.

Kaarle, Nordenstreng ise, pek çok olayın haber biçiminde de kavranabilmesi yönünden, olayın geçmişine ilişkin iki ayrı düzeyde ele almayı gerekli görmektedir. Bu yönden, haberi ham haberler (raw news) ve açıklayıcı bilgiler (background commentary) olarak ikiye ayırmaktadır :[13]

> "Ham haberler, olayın geçmişine ilişkin bilgi verilmeden sunulurlar. Açıklayıcı bilgiler ise haberle gerçek yaşam arasında ilişkinin kurulması için gerekli olan bilgilerdir."

İskandinav ülkelerinin kitle haberleşme kuramına son yıllardaki katkılarında büyük payı olan Nordenstreng, "ham haberin daha çok duyu organlarının birer uzantısı işlevini yerine getirdiğini"[14] belirttikten sonra, ham haberin temel işlevinin ne olduğuna ve ne tür haberlerin ham haber sayılabileceğine değinmektedir :

> "Ham haberin temel işlevi, izleyiciyi bilgili kılacak hammadde sağlamadır. Bu tür haberler, yakın ve uzak çevrede oluşan daha çok somut olaylara ilişkin haberlerdir."

Ayrıca, ham haberin kendi arasında somut ve soyut olarak ikiye ayrılmasının gerekli olduğunu da ileri süren Nordenstreng,[15] Park'ın, William James'in yaptığı ayrıma dayanarak değerlendirdiği görüşleri başka kavramlar kullanarak paylaşmaktadır. Belki, Nordenstreng'in en önemli katkısı, "soyut ve somut haberlerin gerçek olay, sorun ya da süreçlere ilişkin haberler" olduğunu belirtmesidir.[16]

Nordenstreng'e göre somut haberler arasında kaza, yangın, sel, deprem gibi olaylara ilişkin haberler yer almaktadır. Soyut haberler ise, izleyicinin kendisine açıklayıcı bilgi verilmeden anlamayacağı türden haberlerdir. Ulusal ve uluslararası düzeydeki pek çok oluşumlar soyut haberler içinde değerlendirilebilir. Soyut haberlerin, ham haberlerin bir türü olarak anlaşılabilir ve kavranabilir hale gelmesi bakımından muhakkak açıklayıcı bilgiler ile desteklenmesi gerekmektedir.[17]

Pekçok Amerikan gazetecilik kitabında ise Nordenstreng'in somut haberi yerine "hard and hot" (zor ve sıcak) şeklinde bir tanımlama

---

13 Kaarle Nordenstreng, "Policy For News Transmission" Denis Mc Quail, (der), Sociology of Mass Communication, (Penguin Books, 1972), s. 397.

14 ibid., s. 398.

15 ibid., s. 396-398.

16 ibid., s. 397.

17 ibid., s. 398.

kullanılarak, bu tür haberlerin hemen açık bir görünüm kazandıkları vurgulanmaktadır. Bununla beraber, açık bir görünüm kazanmayan soyut haberler yönünden, açıklayıcı kavramların çözümlemeye katılmasıyla, olayın somutlaştırılması ve açık bir görünüm kazanması üzerinde durulmaktadır. Amaç, ise kişinin değişen dünyaya ilişkin en sağlıklı bilgileri alması, kazanmasıdır. Günümüz, gazeteciliğinde büyük yer tutan, **açıklayacı ve yorumlayıcı habercilik** (interpretative reporting), soyut olayları somut bir çerçeve içinde açıklamak ve yorumlamak anlayışını kendine amaç edinmiştir.

5.3 Haberleri Sınıflama Çabaları :

Gazetecilik mesleğinde çalışanlar hiçbir zaman haberleri sınıflamazlar. Onlar için, önemli olan o gün baş sayfada birinci sırada yer alacak haber, veya radyo ve televizyon bülteninde ilk olarak verilecektir. Daha doğru bir deyişle, yaptıkları kendilerine göre haberlerin yerini belirlemedir.

Haberlerin sınıflandırılması, gazetecilik eğitimi görenler için büyük bir kolaylıktır. Bu bakımdan, pek çok gazetecilik kitabında haber sınıflamaları bulmak olağandır. Yalnız, haber toplama yönünden getirdiği kolaylıklardan ötürü, pek çok gazetecilik kuruluşunda, haberlerin toplandığı kaynaklar yönünden bir uzmanlaşmaya gidilmiştir.[18] Gazetecilik mesleğinde uzmanlaşma ise, haber kaynağına daha iyi yaklaşmayı, değerlendirmeyi de beraberinde getirmektedir.

Gazetecilik eğitimi yönünden yapılan ilk sınıflama, haberleri nitelikleri bakımından sınıflandırma şeklindedir. Bu sınıflandırmaya göre, haberleri aralarında dört kümede toplamak mümkündür :

1. **Genel haberler** : özellikle konuları itibarıyla her zaman ortaya çıkan haberlerdir.
2. **Basit haberler** : konulu haberlerdir. Muhabirler bu tür haberleri fazla yorumlamaya gitmeden yazabilirler.
3. **Karmaşık haberler** : Muhabirlerin konu hakkında temel bilgi toplamasını, haberde yorum yapmasını zorunlu kılarlar.
4. **Özel konulu haberler** : fazlasıyla özel uzmanlık isteyen haberlerdir. Muhabir için yorum mutlak zorunludur.

Niteliklere göre yapılan ilk sınıflama kendi arasında, konulara göre bir sınıflamaya tâbi tutulmaktadır. İşte, buradaki ayrım gazetecilikte uzmanlaşma çalışmalarına uygun düşmekte, uzmanlık dallarını

---

[18] Mc Dougal, **op. cit.**, s. 35-36 : Roscho, **op. cit.**, s. 63 ve devamı.

(news beats) belirlemektedir. Haber kaynakları ve haber toplama yönünden gazetecilikte uzmanlık dallarına tekrar değinilecektir.

Genel haberler kendi arasında üçe ayrılmaktadır : Bunları sırasıyla şöyle sayabiliriz :

1. Kısa kişi haberleri,
2. Konuşmalar, mülâkatlar, yayınlar,
3. Toplantılar, törenler.

Bu tür haberleri, uzmanlık dalları itibarıyla herhangi bir muhabir kaleme alabilmektedir. Daha başka deyişle, burada gazetecilik mesleğinde uzmanlaşma pek belirgin olarak görülememektedir.

Basit haberleri genelde dört kümede toplamak mümkündür :

1. ölüm, hastalık, cenaze haberleri,
2. yangın, kaza haberleri,
3. mevsim ve hava durumu ile ilgili haberler,
4. cinayet haberleri.

Karmaşık haberler yönünden verilen sınıflamada şunlar yer almaktadır :

1. mahkemeler, duruşmalar, davalar,
2. hükümet, politika,
3. iş, endüstri, tarım, çalışma yaşantısı,
4. eğitim, araştırma, bilim,
5. din, felsefe ve benzeri.

Basit haberler ve karmaşık haberler içinde yer alan ölüm, hastalık, yangın, kaza, cinayet, mahkeme v.s. haberleri genelde polis-adliye muhabirlerinin uzmanlık dallarını, hükümet ve politika ise hükümet- parlemento muhabirlerinin, iş endüstri, çalışma alanı ise ekonomi muhabirlerinin uzmanlık dallarını kapsamaktadır. Daha başka deyişle, gazetecilik mesleğinde uzmanlık alanı, daha kapsamlı ve geniştir.

Özel konulu haberler adı üstünde, çeşitli konulu haberleri içine alan bir sınıflamayla verilmektedir :

1. Sosyete-kadın
2. spor
3. edebiyat, güzel sanatlar, eleştiri
4. makale, imzalı sütunlar, köşeler.

Özel konulu haberler gazetecilik mesleğindeki çok geniş izleyici kitlesi olan bazı uzmanlık konularını kapsamaktadır. Günümüzde, artık sosyete muhabirliği, spor muhabirliği çok gelişmiş ve yaygınlaşmıştır. Çeşitli eleştiriler yazanlar, kendi alanlarında uzmanlaşmış kişilerdir. Hele makale, imzalı sütun ve köşe yazarları ise mesleğin çok kahrını çekmiş, mesleğe yıllarını vermiş, meslekte yükselmiş, izleyiciler tarafından aranan, sevilenlerdir.

6. BAHİS

HABERDE YER ALAN TEMEL ÖĞELER

6.1 Haber Değeri Kavramı :

Haberi tanımlama yerine kullanılan diğer bir yaklaşım, haberin içinde yer alan bazı temel öğeler olan haber değerlerine (news values) eğilmedir. Bu yaklaşım şeklinin amacı ise, haberciliğin dayandığı temel ilkelerin ne olduğunu göstermedir. Aslında, bu yaklaşım Batı dünyasında yaygın ve evrensel bir kullanım kazanmış bulunan, insanın ilgisini çekmeğe yönelik haber anlayışının değerlendirilmesi ve tartışılmasıdır.

Batı dünyasında yaygın haber anlayışına göre, "bir köpek bir adamı ısırırsa, bu haber değildir, bir adam köpeği ısırırsa, bu haberdir." Yalnız bu anlayışın, insanın ilgisini çekme açısından yaklaşılarak geliştirildiği akıldan çıkarılmamalıdır. Ayrıca, bu anlayış gereği olarak, haberin tanımlanamayacağı fakat sezilebileceği görüşü de yerleştirilmiştir. Bu anlayışla birlikte devamlı olarak, "haber içgüdüsü", "haber kokusu alma", "haber gözü" gibi kavramların kullanımı, gerek gazetecilik mesleğinde gerekse akademik çevrelerde büyük bir yaygınlık kazanmıştır.[1]

Haberin içinde yer alan temel öğeler olan haber değerlerini dikkate alan bu yaklaşım, haberi tanımlamadan çok, haber kavramını açıklama çabasındadır. Aslında, bütün bu çabalar genelde, yine haberi doğrudan ya da dolaylı olarak tanımlamaya yöneliktir. Amaç ise, haberde neler bulunduğunu, bulunabileceğini ortaya koyabilmektir. Pek çok Amerikan gazetecilik kitabında bu çabanın çeşitli örnekleri bulunabilir.[2] Genelde, haberde bulunması gerekli öğeler olan, haber yapı-

---

[1] Curtis Mc Dougal, **Interpretative Reporting**, 5. baskı, (New York : The McMillan Co., 1969), s. 10-12.

[2] Ray E. Hiebert, Donald F. Ungurait, Thomas W. Bohn, **Mass Media : An Introduction to Modern Communications**, (New York : Mc Kay, 1974), s. 345.

lırken haberciliğin temel ilkelerini oluşturan haber değerlerini, beş ana kümede toplamak mümkündür :[3]

1. zamanlılık (immediacy)
2. yakınlık (proximity)
3. önemlilik (prominence)
4. sonuç (consequence)
5. insanın ilgisini çekme (human interest)

Bazı yazarlar, yukarıdaki değerlere başka değerler de eklerler. Bunlar arasında, anlaşmazlık (conflict), kuşku (suspense), gariplik (odditiy), duygulara yönelme (emotions), yenilik, şimdi olması, tazelik özellikleri taşıması, en geç olması, yeni ortaya çıkması (orijinallik) yer almaktadır.[4]

6.2 Haberciliğin Temel İlkeleri :

Çeşitli olay ve olguların haber haline getirilmesinde, bazı temel değerlerin yer alması gerekmektedir. Bunlara genelde haber değerleri adı verilmektedir. Haber değerlerinin tümünün birden veya kısmen haber yapılırken kullanımı ise, haberciliğin temel ilkelerine uyulup uyulmadığını göstermektedir. Özellikle, ileriki bahislerde değerlendirilecek olan **5N ve 1K Kuralı,** haber değerleriyle, haberin oluşturulmasında ne gibi sorulara yanıt arandığını göstermek için geliştirilmiş bir kuraldır. Daha başka deyişle, haberciliğin temel ilkelerini oluşturan haber değerleri haber yapma yönünden hiçbir zaman vazgeçilmeyen temel etkenlerdir.

6.21 Zamanlılık :

Günümüzde, haber çok süratli olarak verilmekte, önemini çok çabuk yitirmektedir. Artık, eskiden olduğu gibi haberlerin ulaşması için aylar, hattâ yıllar gerekmemektedir. Amerikalı yazar Curtis McDougal bu durumu şöyle değerlendirmektedir :[5]

> "Son yarım yüzyıldır yazılı basında çalışanlar arasında yaygın klişe, dünkü gazeteden daha ölmüş bir şey yoktur şeklindedir."

---

[3] **ibid.**,; Curtis Mc Dougal, **op. cit.**, s. 64-71, John Hohenberg, **The Professional Journalist**, 5. baskı, (New York: Holt, Rinehart and Winston, 1978), s. 87-89.

[4] Carl Warren, **Modern News Reporting**, (New York: Harper and Row, 1958), s. 15-17.; Norman B. Moyes, David M. White, **Journalism in the Mass Media**, (Boston: Ginn and Co., 1970), s. 151-152., Hiebert, Ungurait, Bohn, **op. cit.**, s. 345-346.

[5] Mc Dougal, **op. cit.**, s. 89.

Aslında, Mc Dougal'ın bu görüşüne, "bir saat önceki radyo bülteninden daha ölmüşü" eklemek belki daha anlamlı olacaktır.

Gerçekten, zamanlılık ilkesi, haberin zamanlı olması değerini yansıtırken, daima "ne zaman ortaya çıktı?" sorusuna da yanıt vermektedir. Telefon, telgraf, telsiz, teleks, haberleşme uyduları dünyayı küçültmüşlerdir. Bu tür araçlarla, haberler çok kısa süre içinde iletilebilmektedir. Bu yönden haber çok çabuk değer yitirmektedir demek yalnış olmamaktadır.

Zamanlılık, haber kavramının içinde yer almakla beraber, haberin diğer tür enformasyondan ayırt edilebilmesi için, öğrenildiği anda gösterilmesi, belirtilmesi ana koşuldur. Her haber için, zaman etkeni bu yönden, haberin yayınlanması ve yayımlanmasının belirlenmesi bakımından ana etken olmaktadır. Bu nedenle, haberlerde yer alan, "dün, bugün, sabahleyin, bir saat önce, geceleyin v.s. gibi zarfların kullanımı, haberi oluşturan olayın ne kadar zaman önce oluştuğuna parmak basmaktadır.

Haberde zaman öğesini belirleyen veya gösteren üç ana bileşke bulunmaktadır. Bu bileşkelerin tümü ise, habere zamanlılık değerini kazandırmaktadır. Bu üç bileşke şunlardır :

1. yenilik (recency)
2. anilik (immediacy)
3. geçerlilik (currency)

Böylelikle, haberden zamanlı bir enformasyon olarak söz edebilmek için, haber kaynağı, haberleşme aracı ve haberi izleyenlerin var olması ve karşılıklı etkileşimi de gereklidir.[6]

Yenilik veya en son olarak olayın oluşması, haberi oluşturan olayın yeni olarak oluşmasını değil, yeni olarak bildirilmesine işaret eder. Örneğin : Yeni olarak öğrenildiği gibi. Daha başka deyişle, unutulmuş, ihmal görmüş enformasyonu gün ışığına çıkarmak, ona yenilik kazandırmaktır.[7]

Geçerlilik ise, anilik ile bağıntılıdır. Eski zamanlarda, tek bir haberci bütün ulusu etkileyecek ölçüde olan bir haber aracısıyken, anilik öğesi, habercinin mesajını ulaştırması yönünden gerekli olan zamanı gösterirdi. Ama günümüzdeki gibi çok sayıda kitle haberleşme

---

[6] Bernard Roschco, **Newsmaking**, (Chicago : The University of Chicago Press. 1975), s. 10-11.

[7] **ibid.**,

aracının egemen olduğu haberleşme akımında, anilik toplumda kullanılan haberleşme teknolojisi ile kitle haberleşme araçlarının kurumsal yayın politikaları arasındaki etkileşimle değerlendirilmek durumundadır. Bu bakımdan, gerek geçerlilik gerekse anilik karşılaştırılma yoluyla ölçülebilirler.

Amerikalı yazar Bernard Roshcho'nun ifadesiyle, "anilik en son olan olaylarla, bunları haber yapan kitle haberleşme araçlarını birbirine bağlar, halbuki geçerlilik olayları toplumun çeşitli kesimleriyle bağlantılı tutar. Yenilik ise, bir enformasyon parçasını haber şekline dönüştürürken, insanın ilgisine dayanan geçerlilik, habere haber değerini verir."[8] Daha doğru bir deyişle, haber mutlaktır, geçerliliği ise zamanlılığının diğer yönleri gibi görelidir.

Günümüzün çok araçlı gazeteciliğinde, zamanlılık değerini veren, yenilik, anilik, ve geçerlilik öğeleri, gazetecilik yapan kitle haberleşme araçları yönünden farklılık göstermektedir. Haberin zamanlılığı yönünden, yenilik ve anilik öğeleri radyo için ön plânda yer alırken, gazeteler bakımından geçerlilik ön plâna çıkmaktadır. Televizyon yönünden ise, yenilik, anilik ve geçerlilik duruma göre önem kazanmakta, fakat çoğunlukla, yenilik ve anilik öğeleri radyo gibi önemli ölçüde değerlendirilmektedir. Gazeteler yönünden geçerliliğin ön plâna geçmesi, gazetenin hazırlanması bakımından uzun zaman gerekmesi yönündendir. Daha başka deyişle, gazeteler yine anilik ve yeniliğe ellerinden geldiği kadar değer verirken, bu öğelerin geçerli olmasını ön plânda tutmak zorundadırlar.

6.22 Yakınlık :

Yakınlığı da zamanlılık gibi, haberin niteliğini kazanmasına özen gösteren bir haber değeri olarak kabul etmek gerekir. Her iki haber değeri, haberi yapan temel öğeler olarak, haber olarak izlenecek olay veya olaylar ortaya çıktıktan, daha doğrusu açık bir görünüm kazandıktan sonra, gazeteciler için anlamlı olmağa başlarlar. "Ne zaman" sorusu zamanlılık ilkesini gösterirken, "nerede" sorusu da yakınlık ilkesine işaret eder.

Yalnız, yakınlık yönünden gazetecilerin haylice dikkatli olması gerekmektedir. İnsanlar, doğaları gereği, yakın çevrelerinde olan olaylarla ilgilenirler, bunlara karşı merak duyarlar. Ama, şurada, orada ne olmuş gibi soruların yanıtı, yakınlığı ölçüsünde insanoğlunun ilgisini çekebilir. Özellikle, haberi alma bakımından hangi kitle haberleş-

[8] ibid., s. 12.

me aracı olursa olsun izleyiciler, aşina oldukları yerler, adlara karşı birinci derecede ilgi duyarlar. Yakın çevrelerinde ne olup bittiğini devamlı olarak merakla, ilgiyle öğrenmek isterler.

Yakınlık kavramını, günümüzde kitle haberleşme araçlarının hızlılık, süratlilik gibi temel nitelikleri dolayısıyla, farklı bir değerlendirme içinde ele almak gerekmektedir. Daha doğru bir deyişle, yerel, bölgesel, ulusal, uluslararası çevre içinde yakınlığın göreli ölçüde değerlendirilmesi, insanoğlu tarafından yapılmaktadır. Örneğin : oturduğu apartmanda veya mahalledeki bir yangın veya komşunun ölümü yanında, bölgede çıkan orman yangını veya hava kirliliği, insanoğlu için daha ilgi çekici olabilmektedir.

Bununla beraber, insanoğlu aynı zamanda, doğası gereği aşina olduğu, tanıdığı yerler, kişiler hakkında da bilgi aramaktadır. Örneğin : Tanınmış bir film artistinin o çevreyi ziyareti. Bu durum, bir noktada üzerinde konuşulacak konu arama, belki de dedikodu yapma ile ilişkilidir. Yerel gazeteler, radyo ve televizyon istasyonları bu yönden, ulusal nitelikli haberlere, yerel bir açıdan yaklaşarak, izleyicilerinin isteklerini tatmin etmeğe çalışırlar.[9]

6.23 Sonuç :

Zamanlılık, yakınlık haberin temel değerleri olmakla beraber, haberi haber yapan asıl sonucudur. Bu bakımdan, haberde sonuç öğesini değerlendirirken, şu sorularla işe başlamak anlamlıdır : Haberi bu kadar büyük hale getiren nedir? **Kim** bu haberi bu kadar büyütmektedir? **Ne** sorusu bize sonuç ilkesini vermektedir.

Aslında, sonuç haber değeri taşıması, çatışma, gelişme veya kazalardan ileri gelmektedir. Çatışmalı, karmaşık olaylar ve sorunlardan ortaya çıkanları değerlendirme, sonucun önemini ve büyüklüğünü belirlemektedir. Bu bakımdan, bu nitelikler haberin yazılması yönünden de dikkate alınarak, böyle bir habere ne kadar yer ve zaman ayrılacağı kararlaştırılmaktadır. Daha başka deyişle, gazetecinin sonuç öğesini iyi değerlendirmesi, haberin önemini, büyüklüğünü belirlediği gibi, haber üzerinde yerinde ve doğru hüküm vermesinde, (news judgement) başarılı olmasına da yol açmaktadır.

6.24 Önemlilik :

Önemli kişiler, sayılar, garip olaylar, zıtlıklar haberi önemli yapan etkenlerden bazılarıdır. İnsanoğlu doğası gereği tanınmış kişiler hak-

[9] Hohenberg, op. cit., s. 141-142.

kındaki haberleri zevkle, merakla izler. Tanınmış kişiler kadar, bazı ülkeler, kentler, kurumlar, kuruluşlar, haber değeri bakımından önemli olabilirler.

Tanınmış kişiler hakkında, haberleri izlemenin önemine Amerikalı yazar Curtis Mc Dougal şöyle değinmektedir :[10]

> "İnsanlar eşit yaratılmakla beraber bazıları diğerlerine oranla, habere konu olma bakımından daha çok önemli olabilirler. Bu durum onların toplumdaki yerlerinden, statülerinden ileri geldiği gibi, daha önce neden oldukları olağandışı bir hareketten dolayı devamlı olarak, ilgi çekmelerinden de kaynaklanabilir."

Daha önce değerlendirilen haber öğeleri olan zamanlılık, yakınlık, sonuç, yalnız başlarına haberin önemli olmasını belirleyemezler. Haberin önemli olmasını sonuç öğesi kısmen belirlemekle beraber, "ne zaman", "nerede" oldu soruları kesinlikle sonuç ilkesini tamamlamalıdır. Bu yönden, haberin önemliliğini belirleyen soruların ise "nasıl" ve "neden" soruları olduğu akıldan çıkarılmamalıdır.

"Nasıl" ve "neden" sorularına yanıt bulma habere önemlilik değerini bir yandan kazandırırken, diğer yandan günümüzde yaygın ölçüde kullanılan açıklayıcı ve yorumlayıcı haber yazmanın temelini oluşturmaktadır. Neden, niçin, nasıl sorularını kendine soran gazeteci, haberini yapmadan önce, topladığı bilgiler üzerinde hüküm vermekte, "önemlilik" ilkesine varabilmektedir. Daha doğru bir deyişle, önemlilik ilkesi, haber üzerinde hüküm verme yönünden sonuç kadar önemli olmaktadır.

6.25 İnsanın İlgisini Çekme :

Herkesin karşılaşabileceği durumlarda, kadın erkek herkesi ilgilendiren olaylara duyulan ilgiyi, insanın ilgisini çeken (human interest) olaylar şeklinde tanımlama mümkündür. Başkalarının yaşantısı, mutluluğu, sağlığı, karşılaştığı zorluklar, insanlığın tümden gelişimi, bizim bunları haber olarak izlememize, bunlar hakkında ilgi, sempati, nefret duymamıza yol açar. Örneğin : Güney İtalya'da veya İran'da olan deprem sonucu evsiz barksız kalan insanlara, bunları kurtarma çalışmalarına duyulan ilgi gibi.

Haberin insanın ilgisini çekme öğesi, daha önce değerlendirilen zamanlılık, yakınlık, önemlilik ve sonuçta pek yer almayan, insanın

---

[10] Curtis Mc Dougal, **op. cit.**, s. 213 ve devamı.

ilgisini çeken hususlara yöneliktir. Aslında, bütün diğer ilkeleri tamamlayan, haber izleyicisinin ilgisini çeken hep insanın ilgisini çekme öğesidir. Genelde, gazetecilik insanın ilgisini çeken konulardaki haberlerden oluşmaktadır. İnsanlar gerçi, meslek, boş zamanlarını değerlendirme, diğer ilgileri yönünden birbirlerinden ayrılırlar. Yalnız, her haberde insanların ilgisini çeken, kişiye göre değişen bir çekicilik bulunur. Bazıları diğerlerine oranla insanoğlunun daha çok ilgisini çeker.

İnsan ne kadar bencil, katı yürekli olursa olsun hemcinslerinin yaşamı, sağlığı, iyiliği, uğradığı felâketler, mallarının kurtarılması karşısında muhakkak sempati duyar. Bu durumda, duyduğu bu ilgi ister yaşamın tatlı isterse acı yanını içersin, onu zaman zaman ağlatır da güldürür de. İnsanın ilgisini çeken haberleri boşlama büyük bir gaftır. Kuşku, çatışma diye anlandırılan ruhsal davranışlar, haberde duyuları uyandırma bakımından kullanılırlar. Daha başka deyişle, duyu dünyamıza yönelerek ilgimizi çekerler. Bu bakımdan, duygusal etmenler gazetecilikte, insanın ilgisini çekme ilkesini oluştururlar.

Olağandışılık, macera, heyecan, görülmeğe değer olgular, aşk hep insanın ilgisini çeken konular arasındadır. Kadın ve erkek arasındaki cinsiyet farklılıkları ise insanın ilgisini çeken konulara ayrılık getirir. Kadınlar çoğu kez aşk maceraları, evlenmeler, boşanmalarla ilgili haberleri okurken, erkekler, cinayet, politika, spor haberlerini tercih etmektedirler. Kadın ve erkekler bir yana, çocuklar ve hayvanlarda insanların ilgisini çeken konular arasındadır. Örneğin : cami kapısına veya boş bir arsaya bırakılmış çocuk, su satan arabanın atının ayağının kırılması gibi.

İnsanlar arasındaki arzu, nefret, korku, sevgi, kıskançlık, sempati, bonkörlük, mizah, cimrilik, gazap ve benzerleri daima haber aynasında yansırlar. Daha başka deyişle, insanın ilgisini çeken konularda genellikle çatışma, kuşku, karışıklık ve olağandışılık bulunması, bunları daha ilginç kılmaktadır. Bu bakımdan, günümüz dünyasında, insanın ilgisini çeken haberler, gazetecilik aracılığı ile bizi bir gökkuşağı gibi sarıp durmaktadırlar.

6.3 Gazetecilikte İnsanın İlgisini Çekme Yönünden Uygulanılan Yaklaşımlar :

Günümüzde gazetecilikte insanın ilgisini çekme olgusu, mesleğe tümüyle egemendir denilebilir. Hergün ise yeni konular insanın ilgisine yöneliktir gerekçesiyle haber değeri kazanmaktadır. Gazetecilikte, "insanın ilgisi nasıl çekilir?" sorusuna ise kamunun ilgisine yönelme şek-

linde yanıt aranmaktadır. Bu değişikliği ise pek çok gazeteci olumlu bir gidiş olarak görmektedir.

"Kamunun ilgisini çeken konular" arasında, insanların cüzdanlarını ilgilendiren, vergiler, fiyat artışları gibi konular çoğu kez yer almaktadır. Bunları ise uzaya gitme, teknolojinin üstünlüğü ile uzak bir ülkede petrolün bulunması, petrolün zaman zaman siyasal silâh olarak kullanımı gibi konular izlemektedir. Daha sonraki sıralarda ise, insanların yaşantılarını etkileyen konular, örneğin çocuk suçluluğu, sosyal güvenlik, sağlık sigortası, işsizlik sigortası, terör görülmektedir.

Doğal olarak, hâlâ insanoğlu zenginlerin, güçlülerin, yaşantılarına merak ve ilgi gösterdiğinden, gazetecilikte haber konusu olmaya, bunlar yine devam etmektedir. Spor, resimli konular ve benzerleri insanların merak ve ilgiyle izledikleri arasındadır. Fal, bulmaca, yemek reçeteleri, dedikodudan ise hiç vazgeçememektedirler.

Günümüzde artık haberlerin içine, insanın ilgisini çekenleri şırınga etmek en çok başvurulan yol halini almıştır. Bu durum, gazeteciliğin insanoğlunun kişiliğini sömürmesi olmakla beraber, eski tür kişisel gazetecilikten değişiklik göstermektedir. Artık, gazetelerin yazı işleri müdürleri, veya radyo televizyon haber merkezi sorumluları kendi kişiliklerini kamunun önünde belirgin duruma getireceklerine, bu imtiyazı kullananlar, yazılı ve sözlü basın muhabirleri olmaktadır.[11]

İnsanın ilgisini çekme yönünden eski anlayış şekli, haberlerin **düz** ve **renkli haberler** şeklinde ikiye ayrılmasıydı. Renkli haberlerde en çok kullanılan, hayal gücüne göre olayların kaleme alınması ve insanın bol bol ağlaması olgusuydu. Zaten, o günkü anlayışa göre, "insanın ilgisini çekmek denilince akla hep kan, para ve barut" gelirdi. Düz haberler de ise aranılan, birdenbire ortaya çıkan haberlerin, objektif olarak, muhabirin kimliği gizlenerek, kaleme alınmasıydı.[32]

A.B.D.'de ilk çıkan tabloidler ve Avrupa'daki benzerleri bu yolu 40-50 yıl öncesine kadar izlemekten geri kalmadılar. 1920'lerden sonra belirginleşmeye yönelen haftalık haber dergileri, kişiliğe önem veren, fakat bir üslup özelliği taşımayan haber yazmaya yönelerek, bir yenilik başlatmışlardır.[13] Aslında, gazetecilikte içeriğin değişmesi, biçimlenmesi, yeni şekil alması, pek çok toplumsal kurum gibi çok ağır bir şekilde işlemektedir.

---

11 Hohenberg, **op. cit.**, s. 226.

12 **ibid.**,

13 **ibid.**, s. 227.

Haber dergilerinin girişiminin ardından radyonun yaygınlaşmasıyla, yeni akım ağırlık kazanmıştır. Hele televizyonun gazeteciliğe kayması, yazılı basının kendine iyice çekidüzen vermesini zorunlu hale getirmiştir. Yavaş yavaş da olsa, yeni anlayış, geleneksel biçimde bazı değişiklikler yapmıştır. Eskiden, renkli haber konuları arasında yer alanlar, düz haberlerin konusunu oluşturabilmiştir, oluşturmaktadır da. Asıl önemli değişiklik ise, olayın haber yapılırken anlaşılır bir çerçeveye oturtulması yönünden olmuştur.

Düz haberler her yönden renkli haberlerle kuşatılmışlardır. Daha başka deyişle, artık olaylar haber yapılırken, kamu oyunca kişisel bir anlatım ve renkli terimler ve tanımlar kullanılırsa, daha iyi anlaşılacağı görüşü egemen olmuş gibidir. Görülen biçim ve içerik değişikliği, haberi tanımlama şekillerine de değişiklik getirmiştir. Düz ve renkli haber ayrımı yerine **ciddi** ve **tatlı haber** ayrımı daha çok kullanılır olmuştur.

Ciddi haberler, genellikle insanda hemen bir etkisi olmayan, zamanla yani insanı düşünceye sevkettikten sonra algılanabilen haberlerdir. Bunların içine iç ve dış politika, eğitim, ekonomi, işçi ve iş sorunları gibi haberler girmektedir. Tatlı haberler ise, insanda hemen etki uyandıran, algılanması çabuk, genellikle, eğlendirici haberlerdir. Bunların içinde polis haberleri, sosyete, dedikoduyu da içeren magazin haberleri yer almaktadır

6.4 İnsanın İlgisini Çekme Yönünden Renkli Habere Kayış :

Gazetecilikte insanın ilgisini çeken konuların artması, içerik ve sunuş şekillerine de değişiklik getirmiştir. Ciddi hüviyetli düz haberlerin yanında tatlı haberler bol miktarda yer almağa başlamıştır. Daha başka deyişle, ciddi haberlerle tatlı haberler birbirine karışmıştır. demek pek yanlış olmamaktadır. Zaten, ikisinin de bazan ayrımı çok güç olmaktadır. Hattâ, başlıklarda veya haberin girişinde bile iyi bir renkli haber girişi kullanıldığı ölçüde başarılı olunabilmektedir. Bu bakımdan, muhabirlere fazla iş düşer olmuştur.

Değişen gazetecilik anlayışı dolayısıyla, olayda yer alan insanları aktörler olarak düşünmek, değerlendirmek, artık muhabirler için zorunlu hale gelmiştir. Ayrıca, bunlara kişisel yönler, yorumlar da eklemek durumundadırlar. Yazdıklarını değerlendirirken, gerekirse ilginç kılmak için renkli malzeme bulmakta, açıklayıcı noktalar katmaktadırlar. Hattâ, haberi yaptığı olaya karşı tepkileri de eklemektedirler.

İnsanın ilgisini çekme, gazetecilikte izleyiciyi çekmekle beraber, haber değerlerini saptırdığı, karıştırdığı, basitleştirdiği üzerinde du-

rulmaktadır. Aslında ikisi de hatalıdır. Bu yönden, insanın ilgisini çekmenin belirli sınırları olmalıdır. Gerektiğinde insanın ilgisini çekme iyi bir biçimde, zevkle kullanıldığında haberi yapan olayı aydınlığa kavuşturabilir. Dikkatsizce kullanıldığında ise, her şey berbat edilebilir.

Haberi yazarken, insanın ilgisini çekme yönünden haber değerleri için doğru bir bakış açısı yakalamak esas alınmalıdır. Meslekte, bilgi, deneyim kadar haber üzerinde hüküm verme ve yorumlama çok önemli olmaktadır. Bu yönden, haber değerini belirleme de kullanılacak kıstasları ilgililik-ilginçlik ekseni üzerine değil de, önemlilik-anlamlılık ekseni üzerine oturtmak, gazetecilikte sansasyonel haberlere kaymayı önlemede büyük bir güvencedir.[14]

Son yıllarda ortaya atılan yukarıda anılan görüşler, gazetecilikte insanın ilgisini çekme konusuna yeni bir çehre kazandırma çabalarını yansıtmaktadır.[15] Üzerinde en çok durulan noktalar ise şunlardır:

1. İlginçlik boyutunun haberin içeriğinin belirlenmesinde değil de, sunuluşunda araç olarak kullanılması haberin anlaşılabilirliğini sağlar.

2. habere karşı ilgi uyandırmak, bu ilgiyi sürekli uyanık tutmak, haberciliğin vazgeçilmez unsuru olmalıdır.

3. habere konu olan sorun ve olay haberi izleyende nesnel anlamda bir önem taşıyorsa, ilginç olmasından dolayıda duygusal bir etki yaratabiliyorsa, o haber başarılı sayılır.

4. haberde, önemlilik ile ilginçlik, ussallıkla duygusallık anlamlı ölçüler içinde birlikte bulunmalıdır.

---

14 Kaarle Nordenstreng, "Policy For News Transmission", Denis McQuail, (der.), **Sociology of Mass Communications**, (Penguin Books, 1972), s. 397.

15 Bu çabalar, Sosyalist ülkeler gazetecileri tarafından başlatılmıştır. Amaçları eleştiri gözüyle kapitalist ülkelerdeki gazetecilik çalışmalarını incelemek ve değerlendirmektir. Bu çabalara ait bazı örnekleri **The Democratic Journalist** adlı dergide görmek, izlemek mümkündür.

7. BAHİS

HABER TOPLAMA

7.1 Gazetecilikte İşlevsel Bir Gereksinme Olarak Haber Kaynağından Yararlanma :

Haberi, belirli bir tür malûmat olarak kabul edersek, haberin belirli şekilde toplanması, daha doğrusu öğrenilmesi gerektiği ortaya çıkar. Zaten gazetecilikte asıl önemli olan haberi toplamaktır. Yalnız, haber toplama sanıldığı kadar kolay olmayan, yorucu, fakat zevkli bir uğraştır. Bu yönden de, haber kaynakları, gazetecilik yapan araçlar için işlevsel bir zorunluluktur.

Haber toplama yönünden gazeteci nerede, ne zaman haber olabilecek enformasyon bulacağını, neyi ve kimi göreceğini, topladıklarını nasıl ayırıp değerlendireceğini bilmelidir. Aynı zamanda, gazeteci iyi bir gözlemci olarak sorunları, olayları izler. Çözümlerini değerlendirirken, yazacağı haberler yönünden devamlı olarak haber kaynaklarına dayanması gereklidir.

Olaylar, sorunlar gazetecilerce öğrenilmeden haber halinde yer alamazlar. Bazı olaylar ve sorunlar hakkında haber toplama gayet kolaylıkla gerçekleştirilebilir. Bazıları yönünden ise haber toplama, bu kadar kolay değildir. Gazetecilerin, "görülebilir ve gözlenebilir" olayları izlemesi, gözlemde bulunması, haber toplama bakımından en istenilen yoldur. Bununla beraber, haber toplama işleminin daha çok, haber verenler (informants) aracılığı ile gerçekleştiği akıldan çıkarılmamalıdır.

Gazeteciler, her zaman olayları anında olurken, izleme ve gözleme olanaklarına sahip değildirler, sahip olamazlar da. Bu yönden, haber olabilecek, olay ve sorunları ikinci elden öğrenmek, daha doğrusu "anlatılmak" durumundadırlar. "Anlatılma" işlemi, karşılıklı bir etkileşim olarak bazan bir mülâkat şeklinde gerçekleşebilir. Bazan da gazetecinin soru sormasına gerek duymayacağı, basın bülteni veya benzer bir belgenin kullanımı ile olabilir. Basın bülteni veya belgeler ola-

yı veya sorunu gazeteciye anlatsa bile, yine de mülâkat yapılmasını zorunlu kılabilir. Bu şekilde, haber toplama birinci aşamada dolaylı bir işlemken, haber veren ile gazeteci arasında ikinci aşamada doğrudan bir toplumsal fikir değişimi şekline dönüşebilir.[1]

Haberin mahiyeti ve habercilikle uğraşan kurumların işlevsel gereksinmeleri, haber toplama yollarını aştığı gibi, yazılı ve sözlü basın da kendi en önemli haber kaynakları ile karşılıklı olarak etkileşir. Zaten, haber sosyolojisinin temelinde bir yandan gazeteci-kaynak ilişkisi kurma, diğer yandan da bu etkileşimin mahiyeti ve sonuçları yatmaktadır.[2] Bu yönden, haber toplamayı standart ve kısmen de olası bir kural haline getirebilme bakımından yapılan işlem, gazetecilerin haber kaynaklarına göre uzmanlaştırılmalarıdır.

7.2 Haber Kaynaklarının Rolü ve Önemi :

Gazeteciler, haber toplama yönünden çeşitli kaynaklardan yararlanırlar. Genelde, bu kaynakları en basit bir sınıflama ile ikiye ayırmak mümkündür :

1. birinci el kaynaklar
2. ikinci el kaynaklar

Gerek birinci gerekse ikinci el kaynakları, gazeteciler çeşitli şekillerde kullanırlar. Gazetecilikte asıl önemli olan, gözlenebilir olaylarda, olayı gözleyerek gerekli olan enformasyonu toplamadır. Genelde, bu gibi durumlarda enformasyon yerinden yani birinci el kaynaklardan toplanılır. Gazeteciler her zaman gözleyemeyecekleri olayları ise, ikinci elden öğrenme yoluna giderler. Daha başka deyişle ikinci el kaynakları kullanırlar.

7.21 Yerinden Haber Toplama :

Önemli haberler çoğu kez yerinden toplanılır. Örneğin : gazeteci bir konuşmayı, toplantıyı, futbol maçını, bir duruşmayı, bir seçimi izler. İzlemesi sırasında izlediği olayları yerinde gözlem yaparak, katılarak tanımlar. Gazeteci olayı yerinde izlerken, olayın neden oluştuğunu da anlaması, değerlendirmesi gereklidir. Bu bakımdan, anlama yeteneğini bilinçli bir şekilde kullanması, çok iyi gözlem yapması zorunludur. Örneğin : Bir politikacı toprak reformu üzerinde konuşmaktadır,

---

[1] Bernard Roschco, **Newsmaking**, (Chicago : The University of Chicago Press, 1975), s. 63 ve devamı.

[2] **ibid.**, s. 64.

fakat neden konuşma için o günü ve yeri seçmiştir? Bu soruların yanıtlarını politikacıyı izlerken gazeteci bulmalı, konuşma yeri ve zamanını iyi bir şekilde tanımlamalıdır.

Gazeteci, gözlemini yaparken, gerekli yerlerde not almalı, olanağı varsa zaman zaman ses kayıt etmelidir. Zira, bir bakıma yerinden haber toplama çabuk değişen durumların önemini kavramaya dayanır. Gazeteci, hem olayların gelişimini izler, hem de yazacağı haber için notları almayı ihmal etmez.

Yerinden haber toplama bakımından uzmanlaşma iyi sonuç vermektedir. Uzmanlaşmış muhabirler, haberleri yerinden daha kolaylıkla izleyebilirler, olayları daha kolay bir şekilde esas çerçevesi içinde kurgulayabilirler. Aynı zamanda uzmanlıkları gereği olarak, olayın yakın geçmişi ile birleştirmeyi daha kolaylıkla yapabilirler. Özellikle, parlemento, iktisat ve adliye muhabirleri, yerinden haber verme yönünden uzmanlaştıkları ölçüde daha etkin olabilirler.

Pek çok gazetecilik kuruluşu için yerinden haber verme çok pahalı bir işlem olduğundan, bu gibi işlemleri kendisi için yapacak olan başka kuruluşlara abone olur. Bu gibi durumlarda yerinden haber veren çeşitli haber ajanslarının hizmetlerinden yararlanır. Hatta, gazetecilik kuruluşları kendileri yerinden haber toplasalar bile, haber ajanslarının verdikleri ile kendi topladıklarını birleştirirler.

7.22 İnsanlarla Konuşma :

Her yerde her zaman gazeteci olayları gözleyemeyeceğine, hattâ ancak olduktan sonra bilgi sahibi olduğuna göre, çoğu kez olayları ikinci elden öğrenir. Daha başka deyişle, gazetecilere haber verenlerce olay anlatılır, söylenir. Bu anlatılma sürecinde gazetecinin ilk baş vuracağı yollardan biri çeşitli insanlarla konuşmak, daha doğru bir deyişle mülâkat yapmaktır.

Gazeteciler, haberlerinin çoğunu insanlarla konuşarak toplarlar. Bazan bir muhabir telefonla biraz gevezelik ederek, haberi alabilir. Örneğin : polise, belediyeye telefon etme gibi. Bazan da haber toplama yönünden kısa veya uzun mülâkat yapması zorunlu olabilir.

Gazeteci gerek yerinde haber toplarken, gerekse kendisine olayın anlatılma sürecinde, mülâkata başvurur. Mülâkat yaptıkları kimseler çoğu kez olaya katılanlar veya görgü tanıkları olur. Örneğin : polisle, hastahanedeki doktorla konuşma. Ayrıca, gazetecinin haberi oluşturan olay hakkında, olaya katılmayan kimselerle de konuşması, danışması çoğu kez gereklidir. Sık sık gazeteciler, bu yönden hükümette, iş dün-

yasında kilit noktalarda oturanlarla konuşmak durumundandırlar. Daha başka deyişle, gazeteciler, olay hakkında **yetkili ağızlardan**[3] **bilgi almayı** kendileri için zorunlu hissederler.

İnsanlarla konuşma her zaman gazeteci için kolay olmaz. Çoğu kez, gazetecilerle bazı insanlar görüşmek istemezler, korkarlar veya gazetecilerden kaçarlar. Örneğin : Bir kaza sonucu karısı veya kocası ölmüş bir kişi ile konuşmak gerçekten çok zordur. Bu gibi kişiler genellikle kendi hallerine bırakılmak isterler. Aynı şekilde, çeşitli şekilde suç işlemiş olanları konuşturmak gazeteci için çok güçtür.

Aslında, insanlarla konuşma yoluyla gazeteci esaslı noktalar yakalayabilir, öğrenebilir. Mülâkat veren kişinin temel haber kaynağı olduğu bilincinde olan gazeteciler, her türlü yolu deneyerek, karşısındakileri konuşturmak yollarını ararlar. Örneğin : suçluyu da suçsuzu da konuşturabilirler.

7.23 İkinci El Kaynakları Kullanma :

Gazeteciler hiç kuşkusuz kendi duydukları ile yetinmez, başkalarının söyledikleri ilede kalmazlar. Hattâ haber peşinde koşmazlar. Raporlara, belgelere, ilânlara, reklâmlara, dosyalara bakarak, daha doğru deyişle ikinci el kaynakları kullanarak, haber toplayabilirler. İkinci el kaynaklar genelde hem haberi oluşturan hammaddedirler hem de, gazetecinin daha önce topladıklarının denetiminde kullanılabilecek önemli metinlerdir.

Gazeteciler, resmi olsun olmasın ikinci el kaynakları anlayarak okumalıdırlar. Daha başka deyişle, iyi değerlendirerek, kullanmalıdırlar. Burada gazetecinin iyi eğitim görmüş olması hattâ dalında uzmanlaşması önemli rol oynar.

7.3 Haber Toplanırken Çıkan Zorluklar :

Gazeteciler haber toplarken çeşitli zorluklarla karşılaşırlar. Bununla beraber, zorluklara karşın çalıştıkları kuruluş için haber toplarlar. Haber toplarken, gazetecilerin dikkat edecekleri üç temel husus bulunmaktadır. Aslında, bunlar gazetecinin görevini bilinçli olarak yapması bakımından temel gereklerdir :

1. haberleri kaynağından elinden geldiği ölçüde doğru olarak toplama

---

[3] Harvey Molotch, Marilyn Lester, "News a Purposive Behavior : On the Strategic Use of Routine Events and Scandals" **American Sociological Review**, 39, (1974), s. 104 ve devamı. Roschco, **op. cit.**, s. 73.

2. gerektiği durumlarda haber aldığı kaynakları koruma

3. kendisine güvenilip, bilgi verildiyse buna saygı göstermesidir.

7.31 Haber Kaynakları Yönünden Güvenirliliği Sağlama :

Gazetecinin ilk görevi, topladıklarının doğru olup olmadığını denetlemedir. Bunu da ancak, haber kaynaklarını iyi denetleyerek yerine getirebilir. Devamlı olarak, aklında kullandığım haber kaynakları güvenilir midir yoksa şaşırtıcı mıdır? soruları olmalıdır. Bu yönden çeşitli mülâkatlar, ikinci el kaynaklar, kaynaklarının güvenilir olması için denetim yollarıdır.

Haber toplanırken yerinde gözlenebilir olaylar yanında, "görülmeyen, ortaya çıkmayan" olaylar da haber haline getirilebilirler. Aslında, bu durum olayın taşıdığı haber değeri ile toplumsal yapının arasındaki bağıntının ortaya çıkarılmasıdır. Böyle bir bağıntıyı ortaya çıkarmak gerçekten güçtür.[4] Gazetecinin ustalığı, çeşitli kişilerle görüşmesi, anlattırması, hattâ dedikoduları, söylentileri değerlendirmesi, varsa belgeler, dosyalara inmesi gereklidir. Eğer başarılı olursa, "görülmeyen" olaya, haber değeri kazandırılarak görülebilir şekle dönüşebilir.

Haber kaynaklarının güvenirliliğini sağlama bakımından gazetecilerin karşılaştığı ikinci zorluk, haber kaynaklarınca enformasyonun **yönlendirilerek** verilmesidir. (news management)[5] Basın bültenleri, basın konferansları sırasında sunulan bilgilerde her zaman yönlendirme mevcuttur. Verilecek bilgileri hazırlayanlar, daha önce kendilerine göre değerlendirip, düzenleyerek sunarlar. Daha başka deyişle, verilecekler üzerinde denetim uygularlar. Gazetecilik kuruluşları bu durumu kendileri için kolaylık olarak görmekle beraber, kandırıldıklarında ise bu durumu kendi yayın organlarında dillerinden düşürmezler.[6]

7.32 Haber Aldığı Kaynakları Koruma :

Gazeteciler, topladıkları haberleri aldıkları kaynakları kendilerine göre derecelendirerek belirtirler. Bazan haber aldıkları kaynakları açıkça belirtmekten hiç kaçınmazlar. Bazan da belirtmeye zaten gerek yoktur. Örneğin : Başbakanlıktan veya Genel Kurmay Başkanlığından bildirilmiştir gibi. Bazan da haberi aldıkları kişinin adını açıklamayı

---

[4] Roschco, **op. cit.**, s. 81; Marilyn Lester, "Generating Newsworthiness : The **Interpretative Construction of Public Events, American Sociological Review**, 45, (1980), s. 984-994.

[5] Roschco, **op. cit.**, s. 84.; Molotch, Lester, **op. cit.**, s. 104.

[6] Roschco, **op. cit.**, s. 84.

uygun görmezler. Haber kaynağı o zaman bizzat haberi toplayan gazetecinin kendisi olabilir.

Haber alınan kaynak gerçekten haber değeri çok yüksek olan bilgiler verdiyse, haber metninde, haberin **özgeçmişi** (background) bakımından bu kaynağın adından söz edilmesi önemlidir. Gazetecilik kuruluşunda sorumlu müdür, o adın kullanılmasını bazan isteyebilir veya kullanılmamasını uygun görebilir. Bu gibi durumlarda haber kaynağından "yetkili" ve benzeri gibi kelimelerle söz edilebilir. Gazetecilikte, buna **anonim olarak kaynağı belirtme** adı verilir.

Yalnız kaynakların anonim olarak kullanımı bazan haber değerinin çok yüksek olması nedeniyle başa dert açar. Gazeteciler haber toplamak için bu kaynaklara çeşitli yönlerden yaklaşırken, bu kaynaklar zaman zaman bazı gazetecilere **haber sızdırır** (news leak) bazılarına ise hiç bir şey söylemezler. Haber sızdırılan gazetecilere de kendilerine haber vereni bildirmemeleri söylenir. Daha başka deyişle, haber aldığı kaynağı koruması, gizli tutması istenilir.[7]

7.33 Haber Aldığı Kaynağa Saygı Gösterme :

Haber kaynağı bazan gazetecinin vicdanına güvenerek, gizli fakat gazetecinin bilmesi gerekli enformasyonu sağlayabilir. Verilen bu **"off the record"** (duyulması istenilmeyen) bilgiler ise aslında gazetecinin etrafına telkin ettiği güven ve saygınlıktan dolayıdır. Daha doğrusu kendisine olup biten hakkında aşina olsun diye bilgi verilir. Aslında, gazeteci verileni açıklarsa, kaynak böyle bir durum bulunmadığını söyleyeceği gibi, gazeteciyi ispata da davet edebilir.[8]

Gerçekten bu gibi durumlarda gazeteci için büyük riskler olmakla beraber, iyi haber kaynaklarının güvenini kazanarak, haber almanın karşılığı da fazladır. Gazeteci için haber aldıkları kaynaklar ne kadar üst düzeydeyse, haber değeri o kadar yüksek enformasyon sağlayabilirler. Doğal olarak, haber verenler kimliklerinin çok gizli tutulmasını isterler. Bu yönden, kaynak belirtmeden, doğruluğu kanıtlanmadan, enformasyonu kullanmak istemeyen gazeteciler bazan zor durumda kalabilirler. Sonunda da anonim olarak kaynağı belirtirler.[9]

Bazan da gazetecilere haber kaynağı tarafından olay olmadan, olacağı hakkında bilgi verilir. Bu aslında, gazetecilik kuruluşları için ko-

---

[7] ibid., s. 89.; Hugh Culbertson, "News Leaks; A Dilemma for Editors As Well As As officers" **Journalism Quarterly**, (Autumn 1980), s. 402-415.

[8] Roschco, **op. cit.**, s. 89.

[9] **ibid.**,

laylık sağlamanın bir yoludur. Yalnız, bu gibi durumlarda bilgi verilirken, üzerine bir kayıt düşülür. Bu tür enformasyon haber şeklinde ancak şu saatten sonra verilecektir denilir. **Ambargolu haber** olarak adlandırılan bu tür bilgiler hep **koşullu**durlar.[10]

Örneğin : Füze atılacaktır, yalnız hava uygun olursa veya büyük bir devlet adamının ölmesi beklenmektedir, fakat öldüğü zaman haber haline getirilecektir.

Ambargo bazan zamanından önce bozulabilir. Bu aslında haber veren kaynağa ihanet olarak kabul edilir. Yalnız yapıldığı çok görülmüştür. Gazetecinin sorumluluk anlayışı ile haber kaynağına duyduğu saygı bu gibi durumlarda ters orantılıdır.

7.4 Gazeteciler İçin Muhtemel Haber Kaynakları Neler Olabilir?

Çağdaş gazetecilikte haberler, çeşitli kurum, kuruluşlardan çeşitli yollara başvurularak toplanmaktadır. İnsanoğlunun değişen ilgisi ve merakı nedeniyle, haber olabilecek konular kendi aralarında da değişime uğramakta, şekil almaktadırlar. Yeni haber konuları dolayısıyla, daha önce haber kaynağı olarak düşünülmeyen kurum ve kuruluşlar, örgütlere başvurulmaktadır. Örneğin uzay çalışmaları, hava ve deniz kirliliği v.s. gibi.

Günümüzde gazetecilik kuruluşlarında çalışan gazeteciler kendi aralarında uzmanlaşmışlardır. Bu yönden izledikleri haberler yönünden kapsadıkları haber kaynakları çok çeşitli ve dağınık değildir. Daha doğru bir deyişle, coğrafi yer yönünden geniş bir alana yayılmamışlardır. Yalnız haber kaynakları yönünden gazetecilerin uzmanlıklarına göre muhtemel haber kaynaklarını başkent ve kente göre değerlendirmek gerekmektedir. Bu değerlendirme ulusal ve yerel düzeydeki haber kaynaklarının neler olduğunu bize gösterebilmektedir.

7.41 Başkent İçin Haber Kaynakları :

1. Cumhurbaşkanlığı veya Başkanlık
2. Parlemento
3. Başbakanlık ve Bakanlıklar
4. Siyasal partiler ve sendikalar
5. Polis ve jandarma örgütü

---

[10] John Hohenberg, **The Professional Journalist**, (New York · Holt Rinehart and Winston, 1978), s. 333-336.

6. Silâhlı kuvvetler
7. İktisat, ticaret ve sanayi odaları
8. Sanat ve eğlence yerleri
9. Eğitim kurumları
10. Özel sektör

7.42 Herhangi Bir Vilâyet Merkezi İçin Haber Kaynakları :

1. valilik
2. belediye başkanlığı
3. il genel meclisi
4. belediye meclisi
5. çeşitli müdürlükler
6. polis ve jandarma varsa silâhlı kuvvetlere ait birlikler
7. siyasi partiler ve sendikalar
8. sanayi, iktisat ve ticaret odaları ve özel sektör
9. sanat ve eğlence yerleri
10. eğitim kurumları

7.5 Toplanan Haberlerin Gazetecilik Kuruluşlarına Ulaştırılması İçin Yapılması Gerekenler :

Zaman süresinin kısalığı dolayısıyla, toplanan bilgilerin gazetecilik kuruluşlarına haber yapılmak üzere ulaştırılması gereklidir. Bu yönden genelde haberi toplayan gazeteci haberini yazmaz fakat en canlı kısımlarını çalıştığı yayın ve yayım kuruluşuna iletir. Gelen bilgiler ise, haber merkezinde haber haline getirilir. Bu bakımdan haber toplamaya gönderilen gazetecilerin nerede çalışırlarsa çalışsınlar, bazı temel gereklere uymaları gerekmektedir.

Haber toplarken, topladıklarını daha sonra kaleme alabilmek için yeterli bilgi ve resim veya film temin etmelidir. Eğer fotoğrafları kendisi çekiyorsa veya fotoğrafçı varsa, kesinkes gereçler sağlam ve çalışır durumda olmalıdır. Aynı şekilde film alma araç ve gereçleri için yeterli film, ışıklandırma, ses malzemesi bulunmalıdır.

Topladığı haberleri ulaştırabilmek için telefon, teleks, gerektiğinde bir yerden bir yere gidebilmek için taksiyi nerede bulabileceğini bil-

melidir. Çalıştığı gazetecilik kuruluşu kendisine ulaşım aracı veya seyyar haber toplama aracı veriyorsa, bu takdirde haber merkezindeki üst sorumlu ile devamlı olarak haberleşerek, bağlantı içinde olmalıdır.

Tuttuğu notları çabuk, okunaklı bir şekilde yazmalı, verilen bilgiler arasında propaganda malzemesini ayırabilmelidir. Ayrıca, haber kaynağını kullanırken, haberin yetişmesi için gerekli olan zaman sınırını iyi kestirmelidir.

8. BAHİS

MÜLAKATIN GAZETECİLİKTEKİ ÖNEMİ

8.1 Mülâkat Tanımı ve Özellikleri :

Gazetecilik soru sormakla başlar. Sorular da mülâkatın esasıdır. Yalnız mülâkat yapabilmek bir sanattır derler. Soru sormak yeterli değildir, doğru sorunun sorulması gereklidir. Muhabirler ve çeşitli insanlar arasında yüzyüze ve telefon yoluyla yapılan konuşmalar, basılan haberlerin 2/3'ünü oluşturur. Bir bakıma, mesleğinin başından sonuna kadar gazeteci, devamlı olarak soru soran, yanıtları dinleyip, kaydeden bir kişi olarak nitelenebilir.

Bazı gazeteciler, mülâkat yapan gazetecileri tıpkı Diyojen'e benzetirler. Gazeteci bazan bir dedektif, bazan sır saklayan bir arkadaş, bazan bir psikiatris, bazan kurnaz bir diplomat, bazan başarılı bir satıcı ve pazarlamacı, bazan da araştırma yapan bir savcı gibi hareket ederek, haber toplamak zorundadır.

Amerikan gazeteciliğinin önemli buluşlarından olan **mülâkat'ın** tanımı şöyle verilebilir :

> "Bir gazetecinin soru sormak için bir kişiye resmi olarak yaklaşmasıdır."

Bu tanım, mülâkatın yerleşmiş anlamıdır. Aynı zamanda, bir manava girip, geçen iki haftaya oranla müşteriler daha çok mu yoksa daha az mı domates satın aldı diye soran bir gazeteci de mülâkat yoluyla bilgi toplamaktadır. Daha başka bir deyişle, mülâkat gazetecinin bütün hayatı boyunca haber toplamak bakımından yaptığı ve başvurduğu yollardan bir tanesidir.

Az veya çok olarak her haber yapılabilmek için mülâkatın kullanılmasını zorunlu kılar. Bu bakımdan, mülâkat için başka bir tanım daha verebiliriz :

> "Mülâkat, haberin fazlasıyla kişisel görüşlere dayanan bir kısmıdır."

Yani, mülâkatlar, tanınmış kişilerin kişilikleri, uğraşları, fikirleri yönünden soru sormak suretiyle elde edilen haberlerdir.

8.2 Mülâkat Çeşitleri :

Mülâkatın çeşitleri yönünden yapılan ilk ayrım, **haber** ve **renkli mülâkatı** şeklindedir.[1] Böyle bir ayrım yapıldığında, haber mülâkatının olaya ait gerçekleri veya bilgileri veya her ikisini de birden elde etmek için yapıldığı ortaya çıkar. Renkli haber mülâkatında ise, mülâkat zaten renkli haber şeklinde verileceğinden, bu yolla elde edilen gerçekler ve bilgilerin değeri, yazılacak haber ile orantılıdır.

Haber mülâkatı için örnek vermek gayet kolaydır. Bir gazetenin ilk sayfasına bakıldığında, birinci sırada yer alan haberi verebilmek için, gazetenin mülâkat yoluna başvurmuş olduğu hemen görülebilir. Renkli haber mülâkatı örnekleri bazan gazetelerin başsayfalarında yer alabilirler. Genellikle bunların yeri ise gazetenin magazin bölümüdür.

Gerek haber mülâkat gerekse de renkli haber mülâkatı yollarının denenmesi sırasında gazetecinin dikkat göstereceği hususlar bulunmaktadır. Gazeteci, gerçekleri iyice esas bakımından değerlendirip, mülâkatı verenin görüşlerinde ön yargıların bulunup bulunmadığına bakmalıdır. Fazla kuşkucu olmamalıdır ama gereken önemli ve temel noktaları, usta bir şekilde sorularla belirlemelidir. Bu yönden, çeşitli açılardan sorular sormalı, hattâ çeşitli kaynaklara başvurmalıdır.

Mülâkat çeşitleri hakkında ikinci bir ayrım ise şöyledir :[2]

1. haber mülâkat
2. telefonla mülâkat
3. biyografik mülâkat
4. hazırlıklı mülâkat
5. rastgele mülâkat
6. sempozyum mülâkat

8.21 Haber Mülâkat :

Haber mülâkatında, gazeteci ile haber verecek kaynak arasındaki konuşma çok kısa süre içinde geçer. Bu gibi durumlarda, gazeteci-

---

[1] John Hohenberg, **The Professional Journalist**, (New York : Holt, Rinehart and Winston 1978), s. 358.

[2] **ibid.**, s. 358-360 : Norman B. Moyes, David M. White **Journalism in the Mass Media**, (Boston : Ginn and Co., 1970), s. 174-176.

nin veya gazetenin elinde mülâkatı verecek hakkında esaslı bir delil veya haber teşkil edecek bazı noktalar bulunmaktadır.

Örneğin : Gazeteci tanınmış bir kişinin döviz kaçakçılığı yaptığını belirlemiştir. Elinde yeterli deliller bulunmaktadır. Bu durumun daha açıklığa kavuşması, aydınlanması için ona sorular sorabilir.

8.22 **Telefonla Mülâkat :**

Bu mülâkat şekli, haber mülâkatın kısaltılmış bir şeklidir. Gazeteci ya da redaktör tarafından yapılabilir. Yapıldığında ise daima soruların açık ve iyi bir şekilde düzenlenmiş olması gereklidir. Telefonla mülâkat, hergün çok sayıda yapıldığından, gazetecilerin en çok alışık olduğu bir mülâkat şeklidir.

8.23 **Biyografik Mülâkat :**

Gazeteler biyografik mülâkat için, genelde gazetecilerden yararlanmazlar. Yararlansalar bile, israf olarak görülür. Biyografik mülâkat en çok dergilerce başvurulan mülâkat şeklidir. Gazetelerde yer alan biyografik mülâkatlar, bu bakımdan fazla derinliğine ve ayrıntılı olarak yapılmazlar.

8.24 **Hazırlıklı Mülâkat :**

Hazırlıklı mülâkat yapılacaksa, mülâkat öncesi sorulacak bütün soruların en ufak ayrıntısına kadar hazırlanması zorunludur. Hattâ soruların öncelik ve sonralık sırası bile belirlenir. Daha başka deyişle, mülâkat verecek kimsenin karşısına hazır olarak giderler.

Bazan bütün hazırlığa karşın, sorulara yeterli yanıt gelmeyebilir. Gelse bile pek işe yaramayabilir. Zor durumlarda, denenmesi gerekli olan bir mülâkat şeklidir.

8.25 **Rastgele Mülâkat :**

Çok yaygın fakat aynı zamanda yapılması çok zor olan bir mülâkat şeklidir. Gazetecinin bu şekil mülâkatta karşısındakinin güvenini kazanması, ikna etmesi gerektiği gibi, yanıt vermeyeceği ve hiç aldırmayacağını da hesaba katması gerekmektedir. Yani, gazeteci, toplayacağı yanıtların gelişigüzel olacağını, hattâ amacına ulaşmayacağını baştan bilmektedir. Yalnız, derinleştiğinde ortaya bazı ip uçlarının çıkacağını, haber yapabileceğini ummaktadır.

8.26 Sempozyum Mülâkat :

Sempozyum mülâkatı, genellikle bilgi sahibi kişilerin görüşlerini almak için başvurulan bir yoldur. Sempozyum mülâkatında, mülâkat olayların devamlılığını gösterecek şekilde kaleme alınabilir. Kaleme alınmasında denenen ikinci bir yol ise, yarı renkli haber şeklidir.

Sempozyum mülâkatı yapan gazeteciler genelde yetişmiş, usta gazetecilerdir. Mülâkatı oluşturacak malzemeyi, telefonla veya seçilmiş otoriteleri ziyaret ederek toplarlar. Bu tür mülâkatın konuları, genellikle gazetenin üzerinde parmak bastığı bir konu üzerinden seçilir.

8.3 Mülâkat Nasıl Yapılır?[3]

Mülâkat, insan ilişkilerinde bir deneme, bir çalışmadır. Bir mülâkat için konulmuş kesin ve katı kurallar yoktur. Bu nedenle, bir muhabir yapacağı mülâkatla ne elde edebileceğini ve ne yapabileceğini ortaya koyma fırsatını kazanmış olur.

Mülâkat çeşitli aşamalardan geçilerek, gerçekleştirilir. Bu aşamaları tamamlayan gazeteci, elde ettiklerini değerlendirip haber haline getirebilir. Daha başka bir deyişle, haber yapabilir.

Mülâkatın birinci aşamasını, mülâkatı verecek olan kimseye yaklaşmasını bilme oluşturur diyebiliriz. Bu durum, çeşitli hallerde, mülâkatın konusuna göre değişiklik gösterir. Yaklaşma yollarının başında ise randevü almak gelir.

Mülâkat yapmak için, önce randevü almak zorunludur. Randevü almakla, mülâkatın en önemli kısımlarından bir çözülmüş olur. Yalnız, randevü alırken önce gazetecinin kendisini tanıtması, mülâkatı verecek olan kişiye sormak istediği noktaları, özet halinde belirtmesi gerekmektedir. Randevü belirlendikten sonra, gazeteci, mülâkat verecek olan kişiye belirli gün ve saatte gidip, mülâkatı yapmak durumundadır.

Mülâkatın ikinci aşamasında, mülâkatı yapacak gazetecinin kendisini bu işi yapmak için hazırlaması yer alır. Hazırlık aşamasında neler yapabilir? Bu yönden kesin kurallar olmamakla beraber, aşağıda sıralanan hususlara dikkat etmesi genelde önerilir :[4]

1. mülâkatı verecek kimse hakkında bilgi sahibi olmalıdır.
2. bilgi edinme bakımından, çeşitli arşivlerden yararlanmalıdır.

---

[3] Moyes, White, **op. cit.**, s. 177 : Curtis Mc Dougal, **Interpratative Reporting**, (New York : The MacMillan and Co., 1969), s. 31-32.

[4] Hohenberg, **op. cit.**, s. 360-361.

3. soru soracağı konu hakkında iyice bilgi sahibi olmalıdır.
4. soracağı soruları iyice düzenlemeli, mümkünse bir liste belirlemelidir.
5. mülâkat veren soruları iyi yanıtlamaktan kaçınırsa, ona başka yönden yaklaşmak için elinde fazla soru bulunmalıdır. Yani elinde mülâkatı canlı tutacak kadar çok soru olmalıdır.

Zaten, başarılı olmayan bir mülâkatın en önemli engeli, muhabirin yeteri derecede hazırlıklı olmamasında yatmaktadır.

Mülâkatın üçüncü aşaması ise, mülâkatın yapılmasıdır. Mülâkatın amacı, karşı tarafı konuşturmak olduğuna göre, mülâkatın başlatılması önemli olan husustur. Bu bakımdan belki en uygun yol, biraz yarı resmî bir hava içinde söze başlamak, yüzden gülümsemeyi eksik etmemektir. Yalnız, kaçamaklı bir ifade kullanılmamalı daima açık yüreklilikle işe başlamalıdır.

Mülâkat esnasında, mümkün olduğu ölçüde mülâkatı vereni tedirgin etmemeğe çalışmalıdır. Sorulan sorularla mülâkat verenin canını sıkabilecek durumlar yaratılmamalıdır. Mülâkat esnasında hiçbir zaman, gazeteci kendisinden söz etmemelidir. Mülâkatı verenle hiçbir zaman tartışmamalıdır. Daima, nazik ve dikkatli olmalıdır. Karşısındakini dikkatle dinlemelidir.[5]

Mülâkatı veren soru-yanıt akışının yönünü değiştirmeye kalkışacak olursa, gazeteci akıllıca bir takım sorularla, mülâkatı yine rayına oturtmalıdır. Bu bakımdan, mülâkatta en esaslı ve en ağır soruyu, her zaman en sona saklamalıdır. Başta en ağır soru sorulursa, mülâkat veren gazeteciye kızabilir, onu kapı dışarı edebilir. Bu nedenle, bu tür sorular devamlı olarak en sona saklanmalıdır.

Mülâkatı yaparken, temkinli ve dikkatli olmak gazetecinin en büyük sorumluluğudur. Ayrıca, not alırken, her kelimeyi yazacak şekilde değil, aşırılığa varmayacak şekilde gazeteci davranmalıdır. Mülâkat veren için not defteri ve kalem sinir bozucu olabilir. Eğer not alması olanaksızsa, yaptığı mülâkatı kafasında iyice canlandırmalı, kilit noktaları oluşturan kelimeleri yazabileceği en yakın zamanda kağıda geçirmelidir.

Mülâkat esnasında, sorularında açık ve kesin olması gazeteci için çok önemlidir. Bu şekilde hem mülâkat veren de güven uyandıracaktır hem de kendisinin konuya hâkim olduğunu gösterebilecektir. He-

---

5 ibid., s. 361-362 : Moyes a White, op. cit., s. 178.
6 Hohenberg, op. cit., s. 361-362.

le hele mülâkat veren konuşmaktan kaçınıyor, kaçak güreşiyorsa, gazeteci buzları eritmek için elinden gelen her yolu denemelidir. Mülâkat veren yanıt vermeyi reddetse bile, bunu söyletebilmek gazeteci için başarıdır.[7]

Yavaşta olsa, günümüzde mülâkat esnasında mülâkat banda alınmaktadır. Böyle bir teknik kolaylığın kullanımı, gazeteciyi not tutma, sözleri atlama gibi zorluklardan kurtarmıştır. Teypler, aynı zamanda telefonla yapılan mülâkatları kaydetmek için de kullanılmaktadır. Doğal olarak, radyo ve televizyon haberlerinde ve programlarında kullanılan mülâkatın zorunlu olarak teype kaydedilmesi gerekmektedir.

8.4 Mülâkat Nasıl Yazılır?

Mülâkat esnasında, genelde düzensiz fakat çok bilgi toplanılır. Bunların mülâkat sonrasında ise değerlendirilmesi zorunludur. Bu değerlendirme esnasında ise, toplanan bilgiler mantıklı bir sıraya konulur. Bu da gazetecinin haber yazmasını kolaylaştırır.

Değerlendirme esnasında yapılan diğer bir işlem ise, toplananlar içinde temel noktalar dışında kalanların ayıklanmasıdır. Ayıklama işlemi genelde, haber üzerinde nelerin önemli, nelerin önemsiz olduğu bakımından bir hüküm verme işlemidir. Ayıklama işlemi sırasında, mülâkatın önemli kısımlarına ait bilgilerin iskeleti ortaya çıkar.

Haber yapılırken, ayıklanma işlemi sırasında arda kalan iskelet bilgiler önem sırasına göre dizilir, haber yazılır. Eğer bütün bu işlemlerden sonra, elde edilenler fazla önemli görülmediyse, mülâkat için hazırlık yapılırken öğrenilenler eldekilere eklenerek, haber yapılır.

Mülâkat renkli haber mülâkatı şeklinde yazılmazsa, o zaman mülâkat veren kimseye ağırlık verilmez. Mülâkatı verenin kişiliği saklanır, fakat görüşleri, fikirleri ağır basar. Bu tür mülâkat şekillerine hem gazetelerde hem de dergilerde çok rastlanılır.

---

[7] ibid.,

3. BÖLÜM

HABER YAZMA

9. BAHİS

HABERDE SADELİK, AÇIKLIK, KESİNLİK, DOĞRULUK GEREĞİ

9.1 Genel Olarak :

Bugünkü gazeteler eskiye oranla daha pek çok konuya yer vermek, değinmek zorundadırlar. Radyo ve televizyonun gazetelerle rekabeti, modern uygarlığın istemleri, gazetelerin kendilerine çeki düzen vermelerini gerektirmiştir. Teknolojinin devamlı olarak ilerlemesi, yazılı basının olduğu kadar radyo ve televizyonun verdiği haberlerin yapısını ve şeklini etkilemektedir. Bu nedenle, gerek yazılı basın gerekse sözlü basın haber olarak neleri verecekleri konusunda dikkatli bir değerlendirme yapmak zorunda kalmaktadırlar.

Gerek yazılı basında gerekse sözlü basında sunulan haberlerin yapısını şeklini etkileyen, hattâ düzenleyen, insanoğlunun farklı ilgileridir. Bu durum için gazeteci Horace Greeley, daha geçen yüzyılın ikinci yarısında "Okuyucu kendini ilgilendireni okur" sözünü söylemeyi uygun görmüştür. Gazetecilik yapan araçların günümüzde sayıca artması, bunların farklı yapısal özellikleri nedeniyle, izleyicilerin ilgilerini, meraklarını tatmin etmek için yazılı ve sözlü basın farklı haber yaklaşımları uygulamaktadır. Bütün bunlara karşın, haberciliğin temel gerekleri olan sadelik, açıklık, kesinlik ve doğruluk değişmemiştir.

Haberciliğin temel gereklerine uyma, gerek yazılı gerekse sözlü basın tarafından devamlı olarak yerine getirilmeğe çalışılmaktadır. Bu gerekleri yerine getirebilmek bakımından neler yapılmaktadır? Neler yapılmalıdır? sorularının yanıtları ise, bu bahsin ana temasını oluşturacaktır. Yalnız, yazılı ve sözlü gazeteciliğin temel görevinin, haberlerin kamu oyuna sade bir dille, doğru olarak, açık ve kesin bir deyişle verme olduğu akıldan çıkarılmamalıdır.

9.2 Haberler Neden Sade Olmalıdır?

Haberciliğin temel ilkeleri olan zamanlılık, yakınlık, önemlilik, sonuç ve insanın ilgisini çekme bir gazeteci için ne kadar önemliyse, ga-

zetecinin haberini yazarken izleyicisine haberini sade bir dille, doğru olarak, açıklık ve kesinlikle sunması o kadar önemlidir. Haber ne kadar sade, açık ve kesin olursa, haberi okuyan, dinleyen, seyreden o kadar kolaylıkla haberi okur, dinler, seyreder, anlar. Ayrıca, okuyucu, dinleyici ve seyirci bakımından haberlerin doğru olması da gereklidir. Daha başka deyişle, radyo ve televizyon için sadelik, açıklık, kesinlik, ve doğruluk önemlidir. Fakat, gazeteler bakımından her zaman geriye dönmek olanaklı olduğundan, doğruluk hayati bir önem taşımaktadır.

Haberin sade bir dille, doğru olarak, açık ve kesin bir deyişle verilmesi, bugünkü gazeteciliğin bir gerekliliğidir. Sözlü basın araçlarının, yazılı basına göre daha çabuk ve süratli olarak haberleri ulaştırması gerçeği, yazılı basını sözlü basının tümleyicisi şekline dönüştürmüştür. Yazılı basın, sözlü basına göre haberleri daha derinliğine, genişliğine sunarak, okuyucuların çeşitli ilgilerine yönelmektedir. Bu bakımdan, yazılı basın varlığını koruyabilmek ve okuyucularına hizmet verebilmek için, haber yazma yönünden bazı değişikliklere gitmek durumunda kalmıştır.

Haber, ister yazılı basın için isterse sözlü basın için olsun, sade olarak yazılmalıdır. Bunun başlıca nedeni de her eğitim düzeyindeki okuyucunun, dinleyicinin, seyircinin haberi okuduğu, dinlediği ve seyrettiği zaman, kolaylıkla anlaması ve sonuç çıkarabilmesi içindir. Bu bakımdan, haber yazarken devamlı olarak, **haberi bir fikir, bir cümle olarak** düşünüp, kaleme almak gerekmektedir.

Sadelikten maksat zaten haber cümlesinin kolay anlaşılır olmasıdır. Hele, gazetelerde verilen bir haberin üç veya dört kez okunduktan sonra anlaşılabilmesi büyük bir felâkettir. Daha başka deyişle, anlaşılır bir haber yazabilmek için yaldızlı, süslü kelimelerden kaçınmalıdır. Böyle kelimelerle cümleler kurulmamalıdır. Özellikle, kelimeler iyi bir şekilde seçilmelidir.

Gazetecinin görevi, olayların mantıklı bir sıra içinde neden ve nasıl oluştuğunu, okuyucuya, dinleyiciye ve seyirciye anlatmadır. Yaldızlı kelimeler yanında, fazla önemli değilse olaya ait ayrıntılar da kullanılmamalıdır. Bu nedenle, haberde kullanılan bütün cümleler, kısa ve tek fikirli olmalıdır. Kısa paragraflar tercih edilmelidir.

Batı ülkelerinde yazılı basın için paragrafların en çok dört ile altı daktilo satırı olması veya bu satırlar arasında değişmesi ilkesi benimsenmiştir. Her cümlede ise en çok 20 kelimenin bulunması istenilmektedir. Yalnız, bunların ideal görüşler olduğu akıldan çıkarılmamalıdır.

Gerektiğinde, bir paragraf içinde uzunca bir cümleyi, kısa bir cümle gayet kolaylıkla izleyebilir.

9.3 Açıklık ve Haberler :

Açıklık gereğinin sağlanması, haberde sadelik kadar önemlidir. Açıklığı sağlamak için, sadelikte olduğu gibi, haberde kısa cümleler ve paragrafların kullanımı temeldir. Haberinin açık bir deyişle verilebilmesi için, yazan gazetecinin üzerinde en çok dikkat edeceği nokta, doğru ve çapraşık olmayan kelimeleri seçmedir.

Gazeteciliğin hem çok eğitim görmüşlere hem de az eğitim görmüşlere de yöneldiği düşünülürse, açıklığın önemi daha fazla ortaya çıkar. **Klişeleşmiş kelimeler, mecazi ve çift anlamlı kelimeler ve çok kimsenin anlayamayacağı deyimlerin,** açıklık sağlanmak isteniyorsa kullanılmasından kaçınılmalıdır. Bu bakımdan, gazetecilerin geniş kelime hazneleri olmalı, kelimelerin yapıları hakkında da bilgileri bulunmalıdır. Bu yönden, edebiyat ile gazetecilik arasında yakın ilişki bulunduğu akıldan çıkarılmamalıdır.

Açıklığı sağlamada en önemli noktalardan biri de, haberin gereken **yerleri üzerinde durmadır.** Bu surette, çapraşıklık ve kararsızlık önlendiği gibi, açıklıkta sağlanmış olmaktadır. Argo kelimeler, artık günlük dilimizin bir parçası şekline dönüşmektedir. Yerindeyse, haberde açıklık sağlamak için argo kelimeler kullanılabilir. Doğal olarak, kullanılması bir ustalık işidir.

9.4 Kesinlik Gerekli midir?

Haber için açıklık ve sadelik önemli olmakla beraber, haber her zaman "yeni" olarak sunulmalıdır. "Yeni" olanı sunarken, haber yazanlar hiçbir zaman işi aceleye ve düzensizliğe getirmemelidirler. Haberi, "yeni" olduğu için verme, haberin yalnız açık, sade, anlaşılır bir şekilde verilmesi demek olmamalıdır. Bu noktada, gazetecinin en çok dikkat edeceği husus, kesinlik olmalıdır.

İzleyicilere anlaşılır bir haber sunmak için açıklık ve sadelik ne kadar gerekliyse, izleyicilerin inanmasını sağlamak bakımından kesinlikte o kadar gereklidir. Kesin ifade, ikna etme ve inandırma etkenlerini de taşıdığından, haberin anlaşılmasını kolaylaştırır, güçlendirir. Kesinlik, radyo ve televizyon haberciliği bakımından da gazeteler kadar hayatî önem taşımaktadır.

Kesinlik, gazeteci için haberlerin etkinliğini sağlamak yönünden de önemlidir. Kesinlik sayesinde, haberlerde gelişigüzellik önlendiği

gibi, gereksiz tekrarlar ve bölük pörçük ifadelerden de kaçınılmış olunur. Bu yüzden, kesinlik, sadelik ve doğrudan doğruya ifade kadar, haberlerde yaldızlı kelimelerin, fazla yan cümlelerin kullanılmasını önler. Ayrıca kesinlik, gerçeklere de önem verdiğinden, kişisel fikirlerin, doğmaların kullanılmasına da karşıdır. Haber bu yönden, **daima üçüncü şahıs olarak kaleme alınır.**

Sadelik, açıklık, kesinlik, okuyucuların, dinleyicilerin ve seyircilerin inanmasını sağlayıcı yönde, anlaşılır bir şekilde haberi kaleme alma için temel gereklerdir. Yalnız, bu gereklere daima, haberin doğru, güvenilir olması eşlik etmezse, haber gerçek anlamda haber olamaz.

9.5 Haberlerin Doğru Olması, Gazetecilerin Sorumluluğu :

Pek çok kimse gazeteler hiçbir şey vermiyor, verseler bile inanılması güç haberler veriyor derler. Aslında, öğrendiklerinin ve başkalarına haber diye verdiklerinin pek çoğunu, gazetelerden veya diğer yayın organlarından toplamışlardır. İşte, insanoğlunun bu davranışını gazetecilerin ve özellikle gazete yazı işleri müdürlerinin iyi bir şekilde değerlendirmeleri zorunludur. Yapacakları değerlendirmede de, verdikleri haberlerin yüzde yüz doğru olmasalar bile, tümünde doğruluğu ve aslına sadık olmayı şart koşmaları gereklidir.

Haberlerde taraf tutulduğu, kişilerin özgürlüklerine tecavüz edildiği şeklinde izleyicilerce yapılan suçlamalar, ancak haberlerin gerçekleri, olabildiği ölçüde doğru olarak yansıtmaları ile önlenebilir. Yalnız, hiçbir zaman haberdeki gerçek payının değişken olduğu unutulmamalıdır.

Gazetecilerin daima halkın iyiliğini istemeleri temel erekleridir. Bu yönden de, kendilerini hep doğruyu arayıp bulmaya adamaları gereklidir denilir. Gazetecilerin durumunu değerlendiren Amerikan Federal Yüksek Mahkeme Yargıçlarından birinin söyledikleri anılmağa değerdir :

> "Gazeteci, iyi bir eğitimcidir, hiçbir zaman bir reformcu değildir."

Gerçekten de, gazetecinin görevi bütün eğitimciler gibi, eğitimle yüksek bir noktaya varmadır. Gazetecinin ve gazeteciliğin amacı basit bir amaç değildir. Bu bakımdan, ideal olarak gazetecinin görevi, doğrunun ve gerçeklerin aranıp bulunacağı alanı yaratma ve korumaktır. Gazetecinin görevi, patronuna, gazetesine, radyo ve televizyon istas-

yonuna, herhangi bir görüşe karşı değil, kamuya ve kendi mesleğinin gerekleri kavramına karşı olan sorumluluktur.

Her gazeteci ve yazı işleri müdürü, daima kendi vicdanına karşı sorumludur. Günümüzde gazeteciler fikir işçisidirler. Yalnız sorumlulukları devamlı olarak okuyucularına, dinleyicilerine ve seyircilerine karşıdır. Daha doğru bir deyişle, gazeteci ve yayın organları işvereninin görevlerini, Amerikalı yazar Walter Lippmann'ın sözleriyle ifade edersek :

> "Her özgür yurttaşın yapmak isteyip zaman ve ilgisizlik dolasıyla, yalnız başına gerçekleştiremediği işlerdir."

Yayın organlarında çalışan gazeteciler, gazetecilik sorumluluğu içinde haber toplamakta topladıklarını değerlendirmekte, genelde herhangi bir ön yargı dışında kalarak, taraf tutmayarak haberlerini vermektedirler. Gerçek anlamda, yazılı ve sözlü basın görevlerini tam olarak yapmak istiyorlarsa, çok cesur ve atak olarak hareket etmek durumundadırlar. Ancak, bu şekilde halka neyi ve neden bilmeleri gerektiğini söylemede başarı kazanabilirler.

9.51 Haberlerde Doğruluk Nasıl Sağlanır?

Haberlerin çoğu yeni mesleğe girmiş, deneyimsiz gazeteciler tarafından toplanılır, yazılırlar. Aslında, haber toplanan kaynakların haberde yer alan hatalar yönünden sorumluluğu vardır. Deneyimsiz gazetecilerin yaptıkları hatalar da eklenince, bazan ortaya kötü örnekler çıkabilir. Bu yönden, haberi oluşturan olayın mümkün olduğu ölçüde doğruluğunun sağlanması gereklidir.

Haber kaynağından haber toplanırken, haber kaynağı **kasdi** ve **kasdi olmayan** şekilde hatalı bilgi verebilir.[1] Eğer kasdi olarak hatalı bilgi veriyorsa, çıkacak haberin doğru olmamasını istemektedir, bunu da bilinçli olarak yapmaktadır. Eğer kasdi değilse, haber kaynağı olaya yanlış olarak tanıklık etmiş veya belleği zayıftır gibi yargı yürütülebilir.

Yukarıda anlatılan duruma düşmemek için gazetecinin elinde bulunan en önemli silâh, haberin doğruluğunu sağlamadır. Bunu gerçekleştirmek için de, amacında daima samimi ve dürüst olmalıdır. Bu yönden, haber toplarken topladıklarını çeşitli şekillerde denetlemeli ve değerlendirmelidir. Ön yargılardan kaçınmalı, topladığı haberi kendi

---

[1] John Hohenberg, **The Professional Journalist**, (New York : Holt, Rinehart and Winston, 1978), s. 103-104.

kaleme alıp, haber yapmalıdır. Bu şekilde, haberde kasdi hataların büyük bir olasılıkla ortaya çıkmasını önlemiş olacaktır.

9.52 **Haberin Doğruluğunu İspat Etme** (verification)

Bir haberin doğruluğunu ispat etme, değişik haber kaynaklarını karşılaştırarak denetleme şeklinde yapılır. Bu işlemle, gazeteciler, haberde geçen adların doğru olup olmadığına, adreslerin ve diğer ayrıntıların yerli yerinde olup olmadığına bakarlar.

Gerek yazılı basın gerekse sözlü basın doğruluğunu ispat edemediği bir haberi verdiğinde, riske girmiş demektir. Haberde soruşturulmamış hususların bulunması, olasılıklara fazla yer verilmesi, genelde iyi sonuç vermez. Hattâ, yayın organının itibarının zedelenmesine kadar işi götürebilir. Böyle durumlarda, bu tür haberleri, doğruluğu ispatlanana kadar vermemek gerekir.

Bazan da haberde temel gerçeklerden emin olabilir fakat tamamlayıcı ayrıntılar hakkında kuşkusu bulunabilir. Böyle bir durumda, ilk baskıda veya bültende kesinlikle kuşkular ispatlanana kadar haberi **niteleme** (qualification) yoluyla vermeyi uygun görebilir.[2]

Örnek :

> Hasan Çakıl'ın Çıkrıkçılar Yokuşundaki oyuncakçı dükkânı dün akşam soyulmuştur. Soygunun kimin tarafından yapıldığı araştırılmaktadır.

Gösterilen bütün özene karşın, yine de doğru olmayan bazı noktalar haberlerde yer alabilir. Bu bakımdan, haber yazarken, her iki tarafın görüşlerini aynı haber içinde yansıtmak, doğruluğu ispat bakımından kullanılan en iyi yoldur.[3]

Hele doğru olmayan bir demeci haber diye vermek, doğru bir habercilik örneği değildir. Aksine, sorumsuz gazeteciliktir. Bu yönden gazetecinin görevi, verilen demeçte nelere değinildiğini değerlendirmek, demecin kimden alındığına **atıfta** (attribution) bulunmaktır. Daha doğru bir deyişle kaynağını bildirmektir.[4]

Örnek :

> Son develüasyon nedeniyle, cam eşya fiyatlarına % 10-40 arasında zam yapılacağı, Şişe ve Cam Fabrikaları Genel Müdürü tarafından açıklanmıştır.

---

2 Curtis Mc Dougal, **Interpretative Reporting**, (New York : The MacMillan and Co., 1969), s. 131-132.

3 **ibid.**, s. 131-132.

4 **ibid.**, s. 135-137.; Hohenberg, **op. cit.**, s. 104.

Olayın daha önce olacağı gazeteci tarafından biliniyorsa, olay haber yapılırken, haber kaynağı haberin girişinde kesinkes belirtilir.

Örnek :

> Yozgat Bira Fabrikası Cumhurbaşkanı Cevdet Sunay tarafından dün yapılan bir törenle açılmıştır.

Bu örnekte verilen haberde, **doğrudan doğruya atıf** bulunmaktadır.[5]

Haberin doğruluğunu ispat bakımından **dolaylı atıf** ta kullanılabilir.[6]

Örnek :

> Bayındırlık Bakanı Mehmet Temel'ın sağlık nedeniyle, bakanlıktan ayrılacağı bildirilmektedir.

Polis-adliye haberlerinde kaynağı belirtme ve tanıtma gerekmez. Zaten, bilgi onlardan alındığından, haberin doğruluğunu ispat etme daha kolaydır.

Örnek :

> Ankara'da yapılacak 19 Mayıs törenlerine katılmak için Samsun'dan gelen atletler, Ankara-Samsun karayolundaki toprak kayması nedeniyle törene yetişemiyeceklerdir.

veya :

> Fabrikatör Ahmet Güzel, İtalya'ya hileli zeytinyağı ihraç etmekten 10 yıl hapse mahkûm olmuştur.

Bir de yetkilinin isteği üzerine, haber kaynağı belirtilerek haberin doğruluğunun ispatı yoluna gidilebilir.[7]

Örnek :

> Çocuk Esirgeme Kurumundan bildirildiğine göre, Hüseyin Arslan dün Çocuk Esirgeme Kurumu Genel Başkanlığından istifa etmiştir. İstifasının nedeni olarak sağlık durumunun bozukluğu gösterilmiştir.

9.6 Gazetecilikte Kendi Kendini Denetim Mekanizması :

Haberin doğru olması, genellikle gazetecilerin sorumlu olarak görevlerini yaptıklarının delilidir. Zaten, sorumsuz gazeteci gibi kötü bir

---

[5] Mc Dougal, **op. cit.**, s. 135.
[6] **ibid.**, s. 137-139.
[7] **ibid.**, s. 135.

sıfatla damgalanmayı hiç kimse istemez. Basın özgürlüğünü diledikleri gibi kullanabileceklerini düşünen, istediklerini yapan gazetecilerin bu duruma pek aldırdıkları yoktur. Haberini sorumsuz olarak vermiş vermemiş umurunda bile değildir. Bu bakımdan, basında ahlâk yasaları ve kendi kendini denetim mekanizması, sorumsuz gazetecilere karşı geliştirilmiştir. Doğal olarak, gereği ölçüde uygulanırsa.

Yazılı ve sözlü basında kendi kendini denetim mekanizması, haberlerin açık, sade ve kesin bir ifade ile verilmesi kadar, kamu oyuna belirli bir sorumluluğu yerine getirebilmek bakımından da önemlidir. Zaten, basın ve radyo ve televizyonun başlıca görevi, kamu oyunu aydınlatma ve biçimlendirme olduğu gibi, kamu oyuna karşı belirli bir sorumluluk anlayışı içinde bulunmalarını da gerektirmektedir.

Yazılı ve sözlü basın için kendi kendini denetim, kamu oyuna karşı sorumsuz davranmama anlayışının bir göstergesi olarak ortaya atılmıştır. Yani, basın, radyo ve televizyon, önce kendine bakıp eksikliklerini ve yanlışlarını görecek, bunları elinden geldiği kadar düzelterek, kendine göre benimsediği sorumluluk anlayışı ile kamu oyuna sunacaktır. Bu görüşler doğal olarak ideali yansıtmaktadır.

Yazılı ve sözlü basının kendi kendini denetimi bakımından çeşitli ülkeler bazı düzenlemeler kabul etmekle beraber, tam anlamıyla, hiçbir ülkede basının kendi kendini denetimi üzerinde bir anlaşmaya varılmış değildir. Bu da, gerek basının kendisinin denetime yanaşmaması gerekse de kendi kendini denetim yönünde, yeterli ahlâk kurallarının getirilmemesi ve uygulanmamasındandır. Daha doğru bir deyişle, basın kendi kendini denetime gidecek yolları elinden geldiği kadar tıkamak için çalışmakta, kendi kendini denetim yolundan ayrılmak yollarını aramaktadır.

9.7 Basın Ahlâk Yasasına Gerek Var mıdır?

Pek çok ülkede basının kendi kendini denetimi yolunda adımlar atıldıysa da, girişimler boşa gitmiştir. Bugün için, basının kendi kendini denetimi İsveç, İngiltere, A.B.D.'de bulunmakta, iyi işlediği iddia edilmektedir.[8]

9.71 Amerikan Uygulaması :

Ahlâk yasaları en fazla Amerikan uygulamasında kendini göstermektedir. A.B.D.'de gazetecilik, dergicilik, reklamcılık, halkla ilişkiler

[8] Roger Clausse, **Les Nouvelles**, (Institüt de Socilogie de l'université de Bruxelles, 1963), s. 341-344.

alanlarında ahlâk yasaları olduğu gibi, radyo ve televizyon yayınları bakımından uyulması gerekli ahlâk yasaları kabul edilmiş bulunmaktadır.[9] Yalnız, Amerikan ahlâk yasalarının kendine göre bazı özellikleri vardır.

Sayılan bütün Amerikan ahlâk yasaları, Amerikan toplumunun muhafazakâr ahlâk anlayışını yansıtacak ve bunu incitmeyecek, Amerikan anayasasına uygun şekilde düzenlenmişlerdir. Ayrıca, Amerikan toplumunun karmaşık toplumsal yapısının yansımasını ahlâk yasalarında görmek mümkündür. Bu yasaların içerikleri 1960 yılından sonra Türkiye'de kabul edilen, bir müddet uygulanan, halâ da yürürlükte olan Türk Basın Ahlâk Yasasının hükümleri ile uyuşmaktadır. Bazılarındaki hükümler ise, Türk Basın Ahlâk Yasasından daha üstündür.

9.72 Avrupa'daki Durum :

Avrupa'da basının kendi kendini denetimi alanında çok çeşitli girişimler olmakla beraber, basın ahlâk yasalarını benimsemiş devletlerin sayısı azdır. Daha çok yapılan çalışmalar, çeşitli düzeylerde Basın Şeref Divanı ve Komisyonu şeklinde adlandırılabilecek kuruluşların kurulması yolunda olmuştur. Adı geçen girişimlere, Belçika, Fransa, ve İngiltere'de rastlamak mümkündür. Yalnız, basın mesleğinden gelenlerin ilgisizliği ve kayıtsızlığı dolayısıyla yürürlüğe konmamıştır. Bu bakımdan, yapılmak istenilenleri kısaca şöyle özetleyebiliriz :

> "Gerek basın ahlâk yasaları gerekse ahlâk yasası hazırlayacak ve uygulayacak komisyon ve divanlar kurulmak istenmiş olmakla beraber, basındaki çeşitli baskı grupları tarafından bu yol tıkanmıştır. Konulması gereken ahlâk yasalarında genellikle 'basının bağımsızlığını ve onurunu korumak, basın sahasında rekabete sadakat, habercilikte samimilik ve doğruluğa hürmet, meslek onurunu korumak ve kardeş basın kuruluşlarına saygı göstermek' gibi kuralların yer alması üzerinde durulmuştur."

9.73 Uluslararası Düzeyde Çalışmalar :

Ulusal düzeyde yapılan girişimler yanında uluslararası kuruluşlar tarafından da basın ahlâkı konusunda çeşitli girişimlerde bulunulmuştur. Birleşmiş Milletler Ekonomik ve Sosyal Konseyi, basın ve haber alma özgürlüğü yönünden bir yasa hazırlatmak istemiştir. Yalnız,

---

[9] Hohenberg, op. cit., s. 575 ve devamı.

Konseyin bu girişimi, hiçbir zaman tavsiye mahiyetini dahi kazanamamıştır.[10]

Bu konuda en çok girişimi olan yine Birleşmiş Milletler'e bağlı bir kuruluş olan UNESCO'dur. Unesco'nun haberlerin serbest dolaşımı yolunda girişimleri yanında, basın ahlâkı yönünden de girişimlerde bulunmuştur. Uzun çalışmalar sonucu, 1978 Ekiminde Paris'te toplanan 21. Genel Konferans'ta "Haberleşme Araçlarının İlkeleri Üzerine Bildirge" kabul edilmiştir.[11]

Kabul edilen bildirge, ne uluslararası bir anlaşmadır, ne de bir konvansiyon, ne de bir yasadır. Yalnızca, meslek ahlâk yasalarının ilkelerini derleyen bir belgedir. Daha doğru bir deyişle, hiçbir zaman yaptırımı yoktur. Yani, haberleşme araçları, bu bildirgeye uymazlarsa haklarında kovuşturma açılamaz. Ama, ulusal yasalarda bu ilkelere uyulmamasını suç sayan hükümler varsa, o zaman durum değişir.[12]

9.74 Türkiye'de Durum :

Türkiye'de basının kendi kendini denetimi konusu, 27 Mayıs 1960' tan sonra ortaya atılmıştır. Uluslararası Basın Enstitüsünden yardım istenerek, bir basın ahlâk yasası hazırlanmıştır.[13] Ayrıca, 10 üyeli bir

---

10 Clausse, **op. cit.**, s. 344.

11 Hıfzı Topuz, "Haberleşme Araçları Üzerinde Unesco Bildirgesi, ve Yeni Haberleşme Düzeni", **Uluslararası Anlayış ve Kitle İletişim Araçları,** (Unesco- Hacettepe Üniversitesi Ortak Semineri 1980), s. 17.

12 **ibid.**, s. 17 ve devamı.

13 Basın Ahlâk Yasasının maddeleri şöyledir :

1. Bir amme müessesesi olan gazetecilik mesleği, bu mesleğin dışında kalan özel veya ahlâka aykırı maksat ve menfaatlere âlet edilemez ve amme menfaatine zarar verici bir şekilde kullanılamaz.
2. Yazı, haber, fotoğraf vesair şekillerde yapılacak yayınlarda şu hususlara riayet edilir :
   a) Ahlâka aykırı veya müstehcen yayında bulunamaz.
   b) Şahıs, müessese ve zümreleri hedef tutan yazılarda galiz kelimeler kullanılamaz, şeref ve haysiyetlere karşı haksız yayın yapılamaz.
   c) Amme menfaatini ilgilendirmiyen hallerde fertlerin hususi hayatları küçük düşürücü şekilde teşhir edilemez.
   d) Şahıslar, müesseseler veya zümreler aleyhine iftira ve isnatta bulunulamaz.
   e) Din istismar edilemez.
3. Haberlerde ve olayların yorumunda hakikatlerden, tahrif veya kısaltma yoluyla maksatlı olarak ayrılınamaz, doğruluğu şüphe uyandırabilen ve tahkiki gazetecilik imkânları içinde bulunan haberler, tahkik edilmeden ve doğruluğuna emin olunmadan yazılamaz.
4. Gazetenin veya gazetecinin şahsi veya taraf tutan kanaatlerine haberlerin metninde yer verilemez.

Basın Şeref Divanı kurulmuştur. Divanın görevleri arasında, yasaya uymayanları kamuya açıklama, ihtar gibi cezalar verme, basının kendi kendini denetimi yolunda hareket etmesi için gerekli düzenlemeleri yapma bulunmaktadır.

Zamanla, basının bazı temsilcilerinin yasaya uymama yolundaki eğilimleri artmıştır. Özellikle, divanın rolü ve yasanın önemi, askeri yönetimin parlementer yönetime devri ile azalmıştır. Basın Ahlâk Yasası hâlâ yürürlüktedir. Tüm gazeteler yasaya uyduklarını belirtmekle beraber, Basın Şeref Divanı işlememektedir.

Basının kendi kendini denetimi iyi işlememekle beraber, Basın Yasasındaki hükümler, basın mensuplarının sorumluluğu yönünden açılan davalarda uygulanmaktadır. Basın Yasasında yer alan cevap ve düzeltme hakkı ile ilgili hükümler, gerekli hallerde kullanılmaktadır. 1961 Anayasasında bulunan ispat hakkı, sorumluluk ve kendi kendini denetim yönünden etkin bir hak olarak yer almaktadır.

Yazılı basında kendi kendini denetim yönünden düzenlemeler, devlet tekeli altında bulunan radyo ve televizyon için de mevcut bulunmaktadır. TRT programlarını, antene çıkmadan önce birkaç kez denetlemektedir. Ayrıca, haberler yayımlanmadan önce denetimden geçmektedir. Basın Yasasında olduğu gibi, TRT yasasında da yayınlar yönünden sorumluluk, cevap hakkı ile ilgili hükümler vardır.

---

5 Haber başlıklarında, haberin ihtiva ettiği hususlar tahrif edilemez.

6. Amme menfaati mutlak lüzum göstermedikçe, "mahrem" kaydı ile verilen malûmat yayınlanamaz.

7. Gazeteci, kaynaklarının mahremiyetini koruyacak ve kendisine verilen sırlara saygı gösterecektir.

8. Haber, yazı veya resim kaynaklarının, yayın tarihi için koydukları zaman kaydı ihlâl edilemez.

9 İlân, reklâm mahiyetindeki haber, resim veya yazıların, ilân veya reklâm olduğu tereddüde yer bırakmayacak şekilde belirtilir.

10. Mevkutelerin verdikleri yanlış bilgilerden dolayı, yollanacak haklı cevap veya tekzipler, cevap veya tekzibe sebep olan yazının tesirini tamamiyle giderecek şekilde en kısa bir zamanda yayınlanır

10. BAHİS

HABER YAZMA : TEMEL KURALLAR

10.1 Haberde Uslup ve Önemi :

Haberde uslup denilince akla, habercilikte kullanılan temel ilkeler ve gereklerin birlikte bulunması ve kullanımı gelir. Genelde, sadelik, kesinlik, canlılık, doğrudan doğruya oluş, konu üzerinde durma, orijinallik, açıklık, özü verme ve doğruluk haberin uslubunda yer alırlar. Doğal olarak, yukarıda sayılan niteliklerin hiçbiri kesinlikle ifade edilemezler.

Haber uslubu, dilin iyi bir şekilde kullanımını zorunlu kılmaktadır. Haber yazarken, haberde sadelik, kesinlik, canlılık, doğruluk, açıklık, orijinalliğe dikkat edilmelidir. Aynı zamanda, haberde doğrudan ve özü verecek bir ifade gerekmektedir. Daha doğrusu, uslup Türkçe'nin iyi ve doğru olarak kullanılmasıdır.

Türkçe'nin doğru ve iyi olarak kullanılmasından kasıt, isimlerin, fiillerin (yüklemlerin), tümleçlerin yerli yerinde olması, kullanılacak zarfların, sıfatların iyi seçilmesidir. Bu yönden, Türkçe dil bilgisi kuralları iyi bir şekilde bilinmelidir. Seçilen kelimelerin diziminde de, dilbilgisi kuralları iyi uygulanmalıdır.

Haberde uslubun önemi bakımından aşağıdaki örnek anılmağa değer. Fransız Dışişleri Bakanlarından Clemenceau, **La Justice** (Adalet) Gazetesinin Yazıişleri Müdürüyken, işe yeni başlayan bir muhabire, haberde uslubun önemini anlatmak bakımından şunları söylemiştir :

> "Genç adam, bir cümle yazarken, önce bir isim, bir fiil, bir de tümleç kullanacaksın. Sıfat kullanmak istiyorsan, önce benim iznimi almalısın."

Clemenceau'nun bu sözlerinin, gazetecilikte, sıfatların yerli yerinde kullanılmasının, haberin uslubu bakımından önemli olduğu kadar, haberciliğin temellerini bozmaması yönünden ne kadar dikkat gösterilmesi gerektiğine işaret ettiği açıktır. Sıfat kullanılması, haberin kar-

maşık hale gelmesine yol açtığından, işleri karıştırmaktadır. Aynı durum, zarflar bakımından da söz konusudur.

Asıl önemli olan, haberin uslubu yönünden fiillerin kullanımıdır. Fiillerin zamanı yerli yerinde olmazsa, bir cümlede başka diğerinde başka fiil zamanı kullanılırsa, haber uslubundan söz edilemeyecektir. Bu bakımdan, muhabirin en büyük sorumluluğu yazdığı haberde, fiillerin birbirini iyi bir şekilde izleyip izlemediğini, aynı zamanların kullanılıp kullanılmadığını denetlemek şeklinde olmalıdır.

Türk gazeteciliğinde **miş'li geçmiş zaman,** alışılmış olarak kullanılan fiil zamanıdır. Son yıllarda, bu zamanın yanında **di'li geçmiş zaman**'da kullanılmaktadır. Türk radyo ve televizyon uygulamasında ise, TRT kurulduğundan beri, genellikle haber zamanı olarak **di'li geçmiş zaman** tercih edilmektedir.

Fiil zamanlarının yanında, fiillerin etken ve edilgen şekilde kullanılma durumları, haberin uslubunda büyük rol oynamaktadır. Aslında, etken fiilleri kullanmak, okuyucunun cümleler arasındaki bağıntıyı kaybetmemesi bakımından önemlidir.

Örnek :

> Emekli General Hasan Kılıç dün akşam Kasımpaşa Deniz Hastahanesinde ölmüştür. Emekli Korgeneral Kılıç 1904'te Kayseri'de doğmuş, Harbokulunu bitirdikten sonra muhtelif askeri komuta kademelerinde bulunmuştur. Emekli Korgeneral Hasan Kılıç'ın cenazesi yarın askeri törenle kaldırılarak, Zincirlikuyu'daki aile mezarlığında toprağa verilecektir..

Edilgen fiilerin tercih edildiği durumlar olabilir.

Örnek :

> İran'daki son deprem felâketi için Kızılay'ca 1200 adet çadır ve muhtelif yiyecek ve içecek maddesi gönderilmiştir. Yardım malzemesi karayoluyla yola çıkarılmıştır.

10.11 Ünvanların, Adların Doğru Olarak Belirtilmesi :

Haberi haber yapan insanlar ve bunların birbirleriyle olan ilişkileridir. Haberi oluşturan kişilerin ünvanlarının ve adlarının doğru olarak yazılması ve belirtilmesi, hem haberde doğruluk gereğine uyma hem de okuyucunun suçlamasını önleme bakımından önemlidir.

Örnek :

Doktor Ahmet Girmiş yerine Eczacı Ahmet Girmiş demek gibi,

veya :

Deniz Kuvvetlerinde Amiral yerine General demek gibi.

Aynı durum, adresler için de aynı derecede önemlidir.

Örnek :

Olay Yenişehir'de geçmiştir, fakat muhabir Yenimahalle'de olduğunu yazmıştır.

veya :

Olayın olduğu sokağın adı Lâle sokaktır, muhabir Güneş sokak diye yazmıştır.

Ev, sokak ve cadde numaraları için yapılan karışıklıklardan da daima kaçınmak gerekmektedir.

10.12 Yazım (İmlâ), Noktalama ve Kısaltmalar :

Haberi haber yapan kullanılan kelimeler kadar, bunların yazımının doğru olup olmadığıdır. Yazılı basın için yazım ne kadar önemliyse, sözlü basın için de kelimelerin doğru olarak telâffuz edilmesi o derecede önem taşımaktadır.

Yazılı basın bakımından yazımın doğru olması, kamu oyuna doğru bilgi verilmesi bakımından hayatidir. Gerçi, Türkçe yazıldığı gibi okunduğundan, muhabirlerce yazım hatası yapılması olanaksızdır denilmektedir. Buna karşın, bu yola sık sık gidildiği de görülmektedir. Bu bakımdan, muhabirin elinin altında daima bir tane Dil Kurumu Yazım Kılavuzu ile Türkçe Sözlüğünün bulunması zorunludur.

Noktalama, haber cümlelerini birbirinden ayırma, cümlelerde bazı önemli noktaları belirtme bakımından önemle kullanılmalıdır. Kısaltmalarda ise, en çok dikkat edilecek nokta, çok alışılmış ve yadırganmayacak kısaltmaların kullanılması gereğidir. Daha başka bir deyişle, gazeteler ve diğer yayın organları kendileri kısaltmalar yaparak, okuyanın yanlış anlamasına meydan vermemelidirler.

10.13 Değerlendirme :

Haber yazma yönünden çeşitli kurallara değinmeden önce, genelde haber yazarken dikkat edilmesi gereken bazı noktalara değinmekte yarar bulunmaktadır.

1. Haber yazarken fazla kelimeleri atmalıdır. Yan cümlecikler, zarflar, bağlaçlar kullanılmamalıdır.
2. Sade, doğru ve canlı kelimelerden yararlanılmalıdır. Verilmek istenilen, kısa cümleler ve paragraflar içinde verilmelidir.
3. Haberi yazan gazeteci kendi fikrini söylememeli, fakat "ben, benim, bana, bizi, bizim veya bize"yi ancak söyleyen kimseye atfen kullanmalıdır.
4. Haberlerde kişileri iyice tanıtmalıdır.
5. Haber kaynağı iyice belirtilmeli, riske girilmemelidir.

10.2 5N ve 1K Kuralı ve Uygulaması :

Her haberin bir giriş bölümü ve bunu izleyen "gövde" diye adlandırılan diğer bölümleri bulunur. Haberin girişinde ideal olarak istenilen altı sorunun yanıtının verilmesidir. Bu altı soruyu oluşturan soru edatları ise şunlardır :

NE — NEDEN — NEREDE — NE ZAMAN — NASIL VE KİM?

Bu altı soru bir arada bulundukları zaman, basit dilbilgisi kurallarına göre, özne ve yüklemden oluşan cümleleri kurarlar. Aynı zamanda, zaman, yer, durum ve nedeni gösteren sıfat ve zarfları da içine alırlar. Anılan soruların yerli yerinde kullanılması ile, haberin girişi haberin esasını verecek şekilde düzenlenmiş olur. Haberin geri kalan kısmı ise, girişte özet olarak söylenenlerin belirli bir oran içinde genişletilmesi şeklinde düzenlenir.

Bu altı soruyu yanıtlamak yönünden geliştirilmiş olan kurala, **5N ve 1K Kuralı** adı verilmektedir. 5N ve 1K'ın genelde, haberin girişinde bulunması istenilir. Yalnız çoğu kez hepsi bir arada bulunmazlar. İma yoluyla kullanıldıkları ise olağandır.

5N ve 1K Kuralının tam anlamıyla kullanıldığı bir örnek aşağıda verilmektedir :

Örnek :

> Ulus Meydanında Ateş Gözlükçüsü dün akşam, eski sabıkalılardan Ahmet Gül tarafından mağazanın camları kesilmek ve kırılmak suretiyle soyulmuş, kasadan 100.000 TL. alınmıştır.

Sorular	Yanıtlar
Ne olmuştur?	Mağaza soyma
Kim bu işi yapmıştır?	Ahmet Gül
Ne zaman olmuştur?	Dün Akşam
Nerede olmuştur?	Ulus Meydanında Ateş Gözlükçüsünde
Nasıl yapılmıştır?	Mağazanın camları kesilmek ve kırılmak suretiyle
Neden yapılmıştır?	100.000 TL. almak için

Bazan, 5N ve 1K'ın bir tanesi, diğerlerine oranla daha önemli olabilir. Bu takdirde bu girişte önce belirtilir.

Örnek :

Kim?

Devlet Su İşleri Genel Müdürü Suphi Güç Ankara-İstanbul karayolunda geçirdiği trafik kazasında hayatını kaybetmiştir.

"Ne" sorusu ile başlayan giriş, kim ile başlayan girişten daha az önemli kişiler için kullanılır. "Nerede", "Ne zaman", nasıl", ve "neden" ile başlayan haber girişleri diğerlerine oranla daha az uygulaması olanlardır.

Örnek :

Ne?

İstanbul - Ankara demiryolundaki tren kazasında ateşçi Mehmet Kaya ağır yaralanarak, Ankara Devlet Demiryolları Hastahanesine kaldırılmıştır.

10.3 Ters Piramit Kuralı :

Haber yazma kuralları içinde en eskisi, en çok kullanılanı ters piramit kuralıdır. Bu kurala göre, toplanan bilgiler ilgiye göre azalan bir sıra izlerler. Şöyle ki : en önemlisi en başa konulur, sonra azalan bir sıra izlenerek diğerleri sıralanır. Ters piramit kuralı, tıpkı mimaride olduğu gibi blokların sıralanması gibidir. Ciddi haberlerin yazılması bu formaya gayet kolaylıkla uygulanabilir.

Ters piramit kuralının temeli, Amerikan İç Savaşı sırasında atılmıştır. Telgrafın kullanımı da zaten bu döneme rastlar. İç Savaş sırasında gazeteler, telgraftan haberlerini gazetelerine ulaştırmak için ya-

rarlanmışlardır. Telgraf hatlarının o sıralarda düzgün çalışmamasından dolayı, gazetelerin savaş hattına gönderdikleri muhabirler topladıklarının bir anda verilemeyeceğinden korktuklarından, haberlerinin girişine olabildiği ölçüde bilgiyi doldurma yolunu tutmuşlardır. Daha başka deyişle, haberin girişi genelde 5N ve 1K'ın bulunduğu, olayın tümden özetini veren bir giriş şeklinde düzenlenmiştir.[1]

Kural, Amerikan İç Savaşından sonra basın sendikaları ve haber ajanslarının telgraf hatlarıyla haber vermeyi uygun görmeleri ile mükemmel bir hale gelmiştir.[2] Teleksin haber ulaştırma için kullanılmasından önce, ters piramit kuralına göre verilen haberler tüm olarak verilmez, ancak baş paragrafları geçilirdi. Daha sonra ise geri kalan bölümleri-gövdesi gönderilirdi. Gün içinde yeni veya ilk paragraflar gönderilerek, haber yeni ve taze bir hale getirilirdi.

Ters piramit kuralını uygulamayı yerel basın da benimseyince, gazetecilik alanında kendisine pek çok taraftar bulmuş oldu. Zamanla da, gazetecilikte belli başlı kurallardan bir tanesi şekline dönüştü. Hâlâ da çok kullanılan bir gazetecilik kuralıdır. Bununla beraber, yine de eleştirilmektedir. Yalnız lehinde ileri sürülen görüşlerde pek çoktur. Bunları şöyle sıralamak mümkündür :

1. Okumayı kolaylaştırır, tekrarı önler.
2. Merakı tatmin eder.
3. Sayfa düzenini kolaylaştırır.
4. Başlık atmada kolaylık sağlar.
5. Haberi daraltma ve genişletme olanaklarını hazırlar.
6. Hızlı olarak haber yazmayı sağlar.

Ters piramit kuralının uygulaması için bir örnek verecek olursak :

> "İlk paragraf haberi özetler ikinci paragraf örneğin zarar gören tarafın görüşünü yansıtır, üçüncü paragraf zararın tanımını yapar, daha sonraki paragraflarda ise zarar veren tarafın tanıtılması ve ayrıntılar yer alır."

Özetle, ters piramit kuralında her paragraf kendinden önce gelene oranla daha az önemli bir şekilde sıralanır.

---

[1] John Hohenberg, The **Professional Journalist**, (New York : Holt. Rinehart and Winston, 1978), s. 135-136. : Curtis Mc Dougal, **Interpretative Reporting**, (New York : The MacMillan, 1969), s. 50. : Carl Warren, **Modern News Reporting**, (New York : Harper and Row, 1959), s. 85-87.

[2] Mc Dougal, **op. cit.**, s. 50-51.

10.4 Dörtgen veya Kare Kuralı :

Ters piramit kuralının dışında en çok kullanılan haber yazma kuralı, dörtgen veya kare kuralıdır. Haber yazmada eğilim özü verme şekline dönüştüğünden, ayrıntıların azalan bir sıra izlemesi de daha az kullanılır olmaktadır. Yazılı basının, radyo ve televizyona çok şey kaptırdığı düşünülürse, bu nedenle yazılı basının vereceği haberlerde yoruma yer vermesi gerekliliği açık seçik ortaya çıkmaktadır.

Dörtgen veya kare kuralı yorumlayıcı haberler için geliştirilmiş haber yazma biçimidir.[3] Bu kural, haberi yorumlayıcı olarak yazacak muhabir tarafından, haberi anlamlı bir çerçeveye oturtabilmek için kullanılmaktadır. Bu kurala göre, haberi blok veya kareler olarak düşünmek gerekmektedir. Bir örnek verecek olursak :

> "Haberi iki blok veya iki kare olarak düşünelim : İlk karedeki paragrafların önemi, okuyucu bakımından eş değerdedir. Zaten, böyle bir haberde flaş haber ile yorumlayıcı malzeme bir arada kullanıldığından, iki kareden biri, haberin gişinde yatay, diğeri ise dikey şekilde düzenlenir."

Dörtgen kuralına göre yazılan bir haberde paragrafların herbiri eş değer olduğundan, okuyucu haberin hepsini okumadan tamamını anlayamaz. Bu tür haberler, belgeleri, fikirleri yorumlayıp değerlendiren taze haberlerdir. Paragraflar bağlayıcı cümleler ile birbirlerine bağlıdırlar.

10.5 Diğer Haber Yazma Kuralları :

Yukarıda sıralanan haber yazma kuralları dışında en çok kullanılan haber yazma kuralı **normal piramit kuralıdır.** Ters piramit kuralının tümden tersi şeklinde bir düzenlemeyle hazırlanan bir haber türüdür. Ayrıntıdan başlanarak, esasa ulaşmayı hedef alan bir kuraldır. Günümüzde renkli haber yazmada kullanılan bu kurala en çok magazin gazeteciliğinde rastlamak olağandır.[4]

Normal piramit dışında en çok kullanılan haber yazma kuralı ise **konuşan tarzda haber yazmadır.**[5] Radyo ve televizyon gazeteciliğinin temelini oluşturan bu kural, samimi bir ifade, basit bir dille haber yazmayı hedef almaktadır.

---

[3] Hohenberg, **op. cit.**, s. 438 ve devamı.

[4] **ibid.**, s. 223 ve devamı. Renkli haber ve magazin gazeteciliğine kitabın dördüncü bölümünde, 15. bahiste ayrıntılı olarak değinilecektir.

[5] Hohenberg, **op. cit.**, s. 266 ve devamı. Radyo ve televizyon gazeteciliği kitabın dördüncü bölümünde, 16. bahiste çeşitli örnekler verilerek anlatılacaktır.

Bütün sıralanan kurallar dışında en az kullanılan ise, ters piramit kuralı ile kare kuralının birleştirilmesidir. Bu kural genelde tarihi olayların haber değerini taşıyacak şekilde değerlendirilmesinde kullanılır. Bir örnek verecek olursak :

> Tarihi bir sarayın veya kilisenin yanması veya yıkılmasını anlatmak için bu kural en uygundur.

11. BAHİS

HABER GİRİŞİ VE ÇEŞİTLERİ

11.1 Giriş Tanımı ve Özellikleri :

Haberin girişi veya gazetecilikte bizde kullanılan terimle "flaşı", büyük ölçüde, haberin bütününün yapısını kararlaştırır. Haberin girişi eğer kaba ve aynı zamanda sıkıcıysa, gövdesi sadece tekrardan ibaret kalır. Artık, haberi üç kez anlatacak şekilde düzenlenen haber yapısının çoktan modası geçmiştir. Yalnız, bu yol zaman zaman deneyimsizler tarafından sık sık kullanılmaktadır. Eski anlayışa göre, haberde başlık haberi vermekte, bunun yanında gayet kapsamlı, ayrıntılı bir giriş ile habere girilmekteydi. Haberin gövdesi içinde ise, girişte kullanılan ayrıntılar bir veya iki kez tekrarlanmaktaydı.[1]

Bugünkü haber girişi anlayışına göre, gazeteciler giriş yazarlarken, topladıkları bilgileri kısımlar halinde düşünmek zorunda kalmaktadırlar. Ellerindeki bilgileri değerlendirip, bir süzgeçten geçirdikten sonra, girişlerini yazmaktadırlar. Böylelikle, ellerindeki bilgilerin en önemli kısmı, haberin girişini oluşturacak şekilde düzenlemeye tâbi tutulmaktadır. Daha doğru bir deyişle, muhabirin geniş ölçüde takdir yetkisini kullanmasından sonra haber girişi yazılmaktadır. Bu yaklaşım şekli, haberin az veya öz şekilde verilmesidir.[2]

Yeni habercilik anlayışı, haberin az ve özü vermesine yöneldiğinden, ilk paragraf haberin girişi olmaktadır. İkinci paragraf ise yine eskiden alışılmış olduğu gibi, ayrıntılı bir paragraf şeklinde olayın özetini vermektedir. Bundan sonra kullanılan diğer paragraflar ise, birinci ve ikinci paragraflarda dokunulan ayrıntıların genişletilerek, azalan önem sırasına göre düzenlenmesidir. Ters piramit kuralına göre

---

[1] John Hohenberg, **The Professional Journalist**, (New York : Holt, Rinehart and Winston, 1978), s. 202-205.

[2] Curtis Mc Dougal, **Interpretative Reporting**, (New York : The MacMillan, 1969), s. 83.

anlatılan bu haber yazım şeklinde, haber alttan kesildiğinde ise değerinden pek kaybetmemektedir.

Ters piramit kuralına göre, haber girişinde 5N ve 1K kuralına fazlasıyla dikkat gerekmektedir. Ayrıca, haberde doğruluk, açıklık, kesinlik, sadelik gereklerine dikkat edilmesi, kimden alındığının açıklanması, haber girişinde yer alacak önemli noktalardır.

11.2 Haber Girişi Yönünden Yapılan Sınıflamalar :

Haber girişleri çeşitli açılardan sınıflanarak değerlendirilmektedirler. Yapılan sınıflamaları üç ana kümeye ayırmak mümkündür.[3]

1. şekil bakımından girişler
2. 5N ve 1K Kuralının uygulanması bakımından girişler
3. uslup bakımından girişler

11.21 Şekil Bakımından Girişler :

Bu tip girişler daha çok haberin tek veya çok nedeni olup olmadığı üzerinde duran girişlerdir.[4] Daha doğru bir deyişle tek veya çok olayın haberi oluşturması üzerinde inşa edilmişlerdir.

11.211 Tek Olaylı Giriş :

Tek fikir, tek cümle klişesinin bir göstergesidir. Genellikle, ters piramit kuralının getirdiği bir özelliktir. Böyle bir giriş kullanıldığı zaman, ilk cümle tek olayı anlatır. Arkadan gelen ikinci paragraf ise, olayın nasıl oluştuğunu gösterir. Diğer paragraflar olayın ayrıntıları üzerine dizilirler. Bu tip bir girişle başlayan haberin dizilişi, tıpkı bir merdivene benzemektedir.[5]

Bu şekil bir girişin bazı avantajları da yok değildir. Eldekiler bir kısıtlamaya tabi tutulmakta, kullanılacak olanlar seçildikten sonra, gerekli açıklayıcı bilgiler ile birlikte kullanılabilmektedir. Bu suretle, hem az ve öz verilmekte, hem de haberin gerekli yere sığdırılması kolaylaşmaktadır. Tek olaylı giriş, genellikle, konuşma haberlerini verirken kullanılmaktadır.[6]

---

[3] ibid., s. 83 ve devamı, Hohenberg, op. cit., s. 205 ve devamı, Carl Warren, Modern News Reporting, (New York: Harper and Row, 1959), s. 98 ve devamı.; Norman B. Moyes, David M. White, Journalism in the Mass Media, (Boston: Ginn and Co, 1970), s. 155 ve devamı, 183 ve devamı.

[4] Warren,op. cit., s. 100.

[5] Hohenberg, op. cit., s. 157.

[6] ibid., s. 157.

Örnek :

Milli Eğitim Bakanı İsmail Arar, Üniversiteler Yasa Tasarısının esasları ve özellikleri hakkında bilgi vermek üzere dün bir basın toplantısı düzenlemiştir. İsmail Arar, bu toplantıda, Tasarıya yön veren temeller ve reformist açıdan anlamlı noktalar üzerinde durarak, üniversite öğreniminin belirli bir ücrete tâbi olmayacağını belirtmiştir.

11.212 Çok Olaylı Giriş :

Çeşitli yönleri bulunan bir haberde, bu durumun girişte belirtilmesi gereklidir. Başlangıçta yapılacak olan ise, girişte kullanılacak olan ayrıntıların girişin uzunluğu düşünülerek ayarlanmasıdır. Çok olaylı girişin şekli ise pek düzgün olmayan bir merdiveni andırmaktadır.

Çok olaylı giriş kullanılarak yazılan haberler yine ters piramit kuralına yakın bir biçimde düzenlenmektedir. Bununla beraber, böyle haberleri kısaltma pek kolay olmamaktadır. Çok olaylı giriş kullanılarak yazılan haberlerde, olaylar sayıları oranında ya aynı giriş içinde özetlenebilirler, ya da ayrı ayrı girişlerin birbirine bağlı olarak kullanılması yoluna gidilir.[7] Böyle girişler için örnekler aşağıdadır :

Örnek : 1

Ankara-İstanbul karayolunun 56.ncı kilometresinde dün sabaha karşı bir otobüs kazası olmuştur. Ankara'dan İstanbul'a gitmekte olan Gezgin Turizm Şirketine ait 06 EA 075 plakalı yolcu otobüsü, karşı yönden gelmekte olan 36 FC 644 sayılı özel otomobil ile çarpışmıştır. Kaza sonunda özel otomobilin şöförü koma halinde Etimesgut Hava Hastahanesine kaldırılmıştır. Otomobilde arkada oturanlar, kazayı hafif sıyrıklarla atlatmışlardır.

Örnek : 2

Şiddetli soğuk dalgası Ege Bölgesinden Doğu Anadolu'ya kaymağa başlamıştır. Şiddetli soğukla birlikte kar yağışı da hızlanmıştır. Devamlı yağan kar yüzünden bazı il ve ilçelerin civar köylerle olan karayolu ve telefon bağlantısı kesilmiştir.

Hava sıcaklığı düşmeğe devam etmektedir. Meteoroloji Genel Müdürlüğünden alınan bilgilere göre dün en düşük hava sıcaklıkları şöyledir... ... ...

---

[7] ibid., s. 159.

Hakkâri'nin Yüksekova ilçesi ile gerek karayolu gerekse telefon bağlantısı şiddetli kar fırtınası yüzünden üç gündür kesiktir. Telsiz aracılığı ile bağlantı kurulmağa çalışılmaktadır.

Soğukların bir müddet daha devam edeceği, hava sıcaklığının Batı'dan başlamak üzere yavaş yavaş artacağı öğrenilmiştir.

11.22 **5N ve 1K Kuralına Göre Girişler :**

Bu tip girişler, 5N ve 1K kuralını oluşturan soru edatlarının birinin önemli olduğu ve ağır bastığı giriş tipleridir.

Kim örneği :

İstanbul Üniversitesi eski rektörlerinden Ord. Prof. Dr. Kâzım İsmail Gürkan, dün bir kalp krizi sonucu İstanbul'da ölmüştür.

Nerede örneği :

İstanbul'da dün akşamdan beri yoğun sis yüzünden vapur seferleri aksamaktadır.

Ne zaman örneği :

Bingöl'de **bugün sabah saat 6 sıralarında** orta şiddetli bir deprem olmuştur.

Neden örneği :

Toprak kayması yüzünden, Konya-Karaman arasında araçlara güç yol verilebilmektedir.

Nasıl örneği :

Kabin basıncı düşmesi sonucu, THY'ın DC 9 jet uçağı **çok zor** koşullar altında, Adana havaalanına inebilmiştir.

Ne örneği :

İtalya'da Etna yanardağı **lav çıkartmağa** başlamıştır.

11.23 **Uslup Bakımından Girişler :**

Uslup bakımından girişler kendilerine göre bazı özellikler taşırlar. Bunları şöyle sıralamak mümkündür :

1. haberi 10-15 kelime içinde özetlemesi,
2. okuyucunun derhal ilgisini çekmesi, ilgiyi devam ettirecek nitelikte olması.

3. olayı tam ve doğru olarak vermesi,
4. olayın en ilgi çekecek yönünün girişte yer alması,

Uslup bakımından girişler taşıdıkları özellikler gibi, kendi aralarında da bazı sınıflamalara tabi tutulurlar.[8] Bununla beraber, sınıflamalar bir yana, Türk gazeteciliğinde en çok kullanılan giriş tiplerinden örneklerin aşağıda verilmesi uygun görülmüştür.[9]

11.231 **Doğrudan Doğruya Anlatımlı Giriş :**

Türkçe'nin çeşitli şekillerde kullanımı ile hazırlanan giriş türüdür.

Örnek :

14 yaşındaki İngiliz çocuğu Timothy Dewey, esrar satmak suçundan yargılandığı, 3. Ağır Ceza Mahkemesinde dün 6 yıl, 3 ay hapis, 151.168 TL. ağır para cezasına çarptırılmıştır.

11.232 **Dolaylı Anlatımlı Giriş :**

Doğrudan doğruya anlatımlı giriş gibi, Türkçe'nin çeşitli şekillerde kullanımı ile yazılır.

Örnek :

Amcamın gelini Fındık Güleryüz'ü ben öldürdüm demesi ile Hasan Güleryüz'ün katil olduğu su yüzüne çıkmıştır.

11.233 **Kapalı Giriş :**

Türk gazeteciliğinde sık rastlanılan giriş tiplerindendir. Kapalı giriş aslında, haberin yalnış değerlendirilmesinin bir sonucudur. Acele haber yazma telâşı içinde olan gazetecilerin, önemli noktalardan birini gözden kaçırmaları, bu tür haber girişlerinin yazılmasına neden olmaktadır.

Örnek :

Ankara Emniyet Müdürü, Aydınlıkevler'deki Güneş Odun Deposunu soydukları iddiasıyla yakalanan, Hasan Gümüş

---

[8] Mc Dougal, **op. cit.**, s. 83 ve devamı.

[9] Bu bahiste kullanılan giriş örnekleri yazarın son 10 yıldır ders vermek için çeşitli gazetelerden topladığı örneklerden oluşmaktadır. Yazar, ayrıca kısmen Gazeteci Seyfettin Turhan'ın Basın ve Yayın Yüksek Okulunda Haber Toplama ve Yazma Tekniği dersi verirken hazırladığı notlarından yararlanmıştır. Burada kendisine teşekkür etmeyi borç bilir.

ve Hüseyin Küçük'ün verdikleri ifadeler üzerine, Ahmet Kılıç ve Mehmet Küçük'ün aranmasına başlandığını söylemiştir.

Bu örneğin doğru olarak yazılmış şekli aşağıdadır :

Ahmet Kılıç ile Mehmet Küçük'ün Aydınlıkevler'deki Güneş Odun Deposunu, Hasan Gümüş ve Hüseyin Küçük ile birlikte soydukları, Ankara Emniyet Müdürü tarafından açıklanmıştır.

11.234 **Yığma Giriş :**

Eski gazetecilik anlayışına göre, giriş cümlesinin özet halinde yazılması egemen olmuştur. Yığma giriş veya diğer adıyla özet giriş bugün de zaman zaman kullanılmaktadır.

Örnek :

Milli Eğitim Bakanı İsmail Arar, Bakanlar Kurulunda kabul edilerek Meclise sevkedilmiş olan yeni Üniversiteler Yasa Tasarısının esasları ve özellikleri hakkında, "bu tasarı ile getirilmiş pek çok yenilik dışında tasarıya yön veren, temelli ve reformist açıdan anlamlı" hususları açıklamıştır.

Bu örnek, bugünkü gazetecilik anlayışına göre şöyle düzeltilebilir:

Milli Eğitim Bakanı İsmail Arar, TBMM'e sevkedilen yeni Üniversiteler Yasa Tasarısının esasları ve özellikleri hakkında dün bir demeç vermiştir.

11.235 **Hikâye Girişi :**

Hikâye veya renkli haber girişi diye adlandırılan bu tip girişte, başlıca özellik kısa ve çarpıcı olmasıdır. Ayrıca, dokusunda hoşa gidecek şekillere yer vermesi aranılır.

Örnek :

Balıkpazarına getirilen 80 kiloluk bir orkinoz balığı, ancak 600 liradan satılırken, 70 kiloluk bir mersin balığı kilosuna 1500 liradan müşteri bularak, "yükte hafif ama pahada ağır çekti" sözünü gerçekleştirmiştir.

11.236 **Alıntılı Giriş :**

Bir demeçten, bir konuşmadan bir cümle ya da kısım alarak, haberin girişinde kullanmaya alıntılı giriş adı verilmektedir. Bu tip gi-

rişe iktibaslı giriş te denmektedir. Alıntılı giriş pek tutulmaz, fakat bu tür girişi savunabilmek yönünden iki nedenden söz edilebilir :

1. alınan cümlenin habere en uygun girişi teşkil etmesi,
2. haberin en ilgi çekici kısmının o cümlede toplanmış olması.

Örnek :

CHP Genel Sekreteri Kâmil Kırıkoğlu CHP Parti Meclisinde yaptığı konuşmada, "Parti içinde anlaşmazlık diye bir şey yoktur" demiştir.

11.237 **Sorulu Giriş :**

Bir habere soru ile başlanması pek çok kimse tarafından hoş karşılanmaz. Ayrıca elverişli bir giriş te değildir, paragraf genel kurallarına da aykırıdır. Bununla beraber, açıklığa kavuşmayan olayların ikinci ve üçüncü aşamalarında kullanıldığı görülmektedir.

Örnek :

Türkiye Ligini kim kazanacak? Totocuların derdi günü yıllardır hep aynı.

11.238 **Olumsuz Giriş :**

Olumsuz bir cümle ile haberin başlaması pek uygun değildir. Haberin esası, olmuş, cereyan etmiş bir olaya dayanmalıdır, diyenler "olmadı", "yapılmadı" gibi fiillerin okuyucu üzerinde ters bir tepki yaratacağı görüşündedirler.

Örnek :

Senato, çoğunluk sağlanamadığı için toplanamamıştır.

Bunun yerine, okuyucu üzerinde daha olumlu bir etki bırakabilmek için aşağıdaki örnek tercih edilebilir :

Çoğunluk sağlanamadığından, Senato toplantısı Çarşamba'ya bırakılmıştır.

11.239 **Flaş Giriş :**

Bugünkü gazetecilikte, haberin başlığı ile hemen hemen aynı ifadeyi kullanan giriş tipidir. Kullanılan girişler içinde, en çok tercih edilenidir. Amacı, haberin temelini sade, açık, doğru ve kesin olarak az ve öz şeklinde vermedir.

Örnek :

Erim Kabinesinden 11 Bakan dün istifa etmiştir.

12. BAHİS

HABERİN GÖVDESİ

12.1 Haberde Neler Bulunur?

Yazılı olsun sözlü olsun tüm basında, haberler yönünden uyulması gerekli temel gazetecilik kuralı, doğruluktur. Herhangi bir haberde gazeteci o haberi oluşturan olayın bir parçası olmadığından, kendinden hiçbir zaman söz etmez. Yazdıklarını üçüncü şahıs olarak tanımlar, anlatır.

Haber yazarken, fazlalıkları daima atmak gereklidir. Eğer kurulan cümlelerde fazla yan cümlecikler varsa, okuyucuda fazla okuyacak gibi bir his uyanabilir. Bu yönden de yazılan her haberin tonu önemlidir. Ciddi habere, hiçbir zaman ne girişte ne de başka bölümünde anlamsızlık kazandıracak bir unsur katılmaz.

Sade, düz Türkçe gazetecilikte kullanılacak yazı dili olması gerekir. Düz Türkçe'den kasıt argo değildir. Eğer argo kullanılacaksa, yerinde kullanılmalı, alışılmış kelimelerle uygulanmalıdır. Zaten standart haberin amacı bilgi vermedir. Bu bakımdan gerçekleri yazıp, nokta koymak gerekir.

Haberi yazarken daima şu hususlar akıldan çıkarılmamalıdır :

1. yazılan haber, okuyan, dinleyen, seyreden de kendisinin sormak istediği soruları yanıtlıyor mu?
2. ilk cümlede, kim, ne, nerede, ne zaman, nasıl, neden soruları var mı, yoksa ima mı ediliyor?
3. dikkatsizliğe yer verilmiş mi, yani gelişigüzel, basit ve yetersiz olarak mı bilgi toplanılmış?
4. iki taraflı bir olayda yalnız bir tarafa mı yer verilmiş?
5. gerekli temel bilgiler yani olayın tarihçesi, içeriği, tanımlanması, bunu yeni bir haber yapabilecek nitelikte midir?

Haberi yazdıktan sonra kesinkes yüksek sesle okumalıdır. Bu suretle kulağa hoş gelmeyen tekrarları ve karışık cümleleri çıkarma olanağı sağlanabilir.

12.2 Temel Haber Yazma Kurallarına Göre Haber Gövdesinin Düzenleniş Şekilleri :

Haberin bütünü bakımından, haber girişlerinin iyi bir şekilde kaleme alınması çok önemlidir. Zaten, daha önceki bahiste de değerlendirildiği gibi, iyi bir haber girişi daima o haberde, az veya öz şekilde izleyiciye ne demek istendiğini sunmayı hedef almaktadır. Haber girişi, az ve özü verecek şekilde kaleme alınırsa, geriye kalan bölümleri ise girişte belirtilen hususların ayrıntıya inerek yazılması şeklinde düzenlenir. Bu yönden, haberin gövdesinin düzenlenmesinde en çok dikkat edilecek nokta, elde bulunan ayrıntıların iyi bir şekilde değerlendirilmesi ve düzenlenmesidir.

12.21 Ters Piramit Kuralına Göre :

Ters piramit kuralına göre, haberin gövdesi üç şekil izlenerek yazılabilir. Bunları sırasıyla kronolojik dizi, blok paragraflar ile düzenleme, zincirleme düzen şeklinde ifade edebiliriz. Ayrıca, her üç şeklin uygulanmasında birlik sağlanması için çeşitli bağlayıcı kelimelerden yararlanılır.[1]

12.211 Kronolojik Dizi :

Bu şekil uygulandığı takdirde, haberin girişi yazıldıktan sonra, eldeki bilgiler eğer mümkünse, olayların oluş sırasına göre, daha doğrusu **zaman unsuru** dikkate alınarak, değerlendirilip sıralanır. Kronolojik dizi ile yazılmış bir haber gövdesi, daha öz bir deyişle, tümden olayların akışını esas tutan bir yoldur.

Bu yol çok kullanılmakla beraber, zaman unsurunun iyice denetlendikten ve ispatlandıktan sonra yerleştirilmesini öngörmektedir. Yangın, deprem, tören ve benzeri gibi olayların haber şeklinde yazılması yönünden kronolojik dizi iyi bir şekilde uygulanabilmektedir.[2]

12.212 Blok Paragraflar ile Düzenleme :

Ters piramit kuralının bu düzenleme şeklinde, paragrafların yerinin değiştirilmesi, önemleri değişmeyecek şekilde yapılabilmektedir. Daha başka deyişle, blok paragraflarla haberin gövdesini inşa etmek, ancak önemleri hemen hemen aynı olan bilgilerin elde bulunması halinde mümkündür.

---

[1] Curtis Mc Dougal, **Interpretative Reporting**, (New York : The MacMillan and co., 1969), s. 56-60.

[2] **ibid.**, s. 59-60.; Julian Harriss, Stanley Johnson, **The Complete Reporter** (N.Y., The MacMillan 1965), s. 134-136.

Blok paragraf ile düzenleme yapılacaksa, eldekilerin çok iyi bir şekilde süzgeçten geçirilmesi, değerlendirilmesi zorunludur. Ayrıca, muhabirin takdir yetkisini de iyi bir şekilde kullanması gerekmektedir.

Blok paragraflarla düzenlenerek yazılan haber türleri arasında geziler, hava durumu ile ilgili haberler yer almaktadır. Bu türün yazımında blok paragraf kullanımı gayet rahat bir şekilde uygulanabilmektedir.[3]

12.213 Zincirleme Düzen :

Zincirleme düzen, girişten sonra gelen her paragrafın birbirini izleyecek şekilde, yani anlam bakımından birbirine bağlı olarak düzenlenmesi ile gerçekleştirilir.[4] Bu tür bir düzenleme tıpkı zincirin halkalarına benzer. Bu nedenle, haberin kısaltılması çok zorlukla yapılabilir.

Ters piramit kuralının gerek kronolojik dizi, gerek blok paragraflarla düzenlenmesi gerekse zincirleme düzene uygun olarak uygulanması halinde, bazı bağlayıcı kelimeler de kullanılmaktadır. Buna **birlik sağlama** adı verilmektedir.[5] Yalnız, bu şekil kendi başına buyruk olmadığından, diğer şekillerin arasında sayılmamıştır.

Birlik sağlama yönünden bazı bağlayıcı kelimelerin kullanımı zorunludur. Kullanılan kelimeler arasında ise, "ayrıca, böylece, burada, böylelikle, yalnız, bundan dolayı, zaten v.s." yer almaktadır.

12.22 Dörtgen Kuralına Göre :

Ters piramit kuralı çok kullanılır bir kural olmakla beraber, bu kuralın uygulanamıyacağı durumlar da bulunmaktadır. Haberi yapacak bilgilerin hepsi, eş değerdeyse, bu takdirde ters piramit kuralının uygulanmasına gerek kalmaz.[6] Böyle durumlarda dörtgen kuralı ise biçilmiş kaftandır.

Haber yazma giderek özü verme şekline dönmekte olduğundan, azalan önem sırasına göre bilgilerin sıralanmasını hedef alan ters piramit kuralı önemini yitirmektedir. Hele yazılı basın elindeki olanakları radyo ve televizyona kaptırdıkça, haberlerini verirken işi artık iyi bir şekilde yorumlamaya ve değerlendirmeye dökmektedir. Bu nedenle de dörtgen kuralına yönelinmiştir.

---

3 Mc Dougal, **op. cit.**, s. 57-58.; Harris, Johnson, **op. cit.**, s. 137-138.

4 Mc Dougal, **op. cit.**, s. 56.

5 **ibid.**, s. 56-57.

6 John Hohenberg, **The Professional Journalist**, (New York : Holt, Rinehart and Winston, 1978), s. 441 ve devamı.

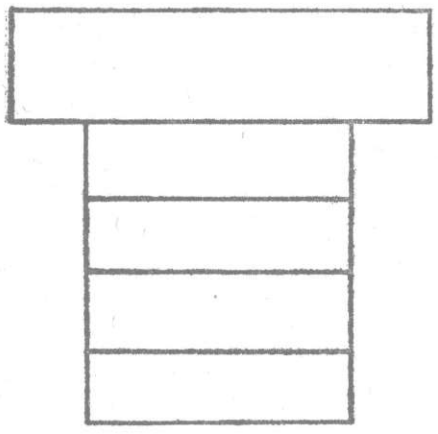
Dörtgen kuralına göre, haberin girişi asıl haberdir. Haber girişi az ve özü vermektedir. Haberin gövdesi ise, açıklayıcı bir anlatımla yazılmış eş değerdeki paragraflardan oluşmaktadır. Daha doğru bir deyişle, haberin gövdesi, girişte verilenlerin anlamını açıklama hedefini gütmektedir. Toplanan her bilgi eş değerse, haber yazılırken bunları koymak zorunludur. Dörtgen kuralının anlatılan bu ilk şeklinde, okuyan haberin tamamını okumadan anlayamaz. Genelde bu şekil, dar bir kenar üzerine oturmuş dörtgen olarak nitelenir.[7]

Dörtgen kuralının ikinci bir uygulanışı da vardır. Yazılan haberin gövdesi taze haberlerden değil fakat olayın geçmişine ilişkin belgelenmiş bilgi ve fikirlerden oluşursa, ikinci şekil uygulanır.[8] Bu şekil, daha çok gazete ve dergilerce tercih edilir. Aslında, ikinci şekil, haberin anlamını vermemekle beraber, tarihi ve biyografik geçmişini iyi bir biçimde gösterebilmektedir. Bu yönden de, tamamlayıcı haber olarak genelde kullanılır.

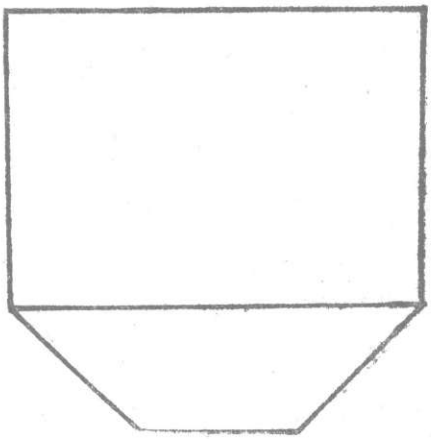
Dörtgen kuralının ikinci uygulanışına göre, haber ilk uygulanış ta olduğu gibi az ve özü verir, ikinci haber olarak yanında daima habere ait kısa bir geçmiş eklenir. Bazan, ikinci haberin altına ilk haberle ilgili ufak tefek ayrıntılar eklendiği de olabilir.[9]

Dörtgen kuralının iki uygulanış şekline göre dizilmiş haber krokileri şöyledir :

1. Şekil



2. Şekil



Kuralın ilk uygulanış biçimine Türk gazeteciliğinde örnek vermek pek kolay değildir. Bu şekil daha çok, iktisat, maliye, sosyal sorunlar,

---

7 ibid., s. 442.
8 ibid., s. 443.
9 ibid.,

vergiler, işçi-işveren ilişkilerini iyi bir şekilde değerlendirebilmektedir.[10]

İkinci uygulanışa ise Türk gazeteciliğinde zaman zaman rastlamak mümkündür. Buna örnek olarak, tanınmış bir kişinin başına gelen bir kazayı veya felâketi vermek mümkündür. Asıl haber ters piramit kuralına göre yazılır. Yanına dörtgen kuralına göre yazılmış biyografik bilgilerle süslü olayın ayrıntıları konulabilir.

12.23 Normal Piramit Kuralına Göre :

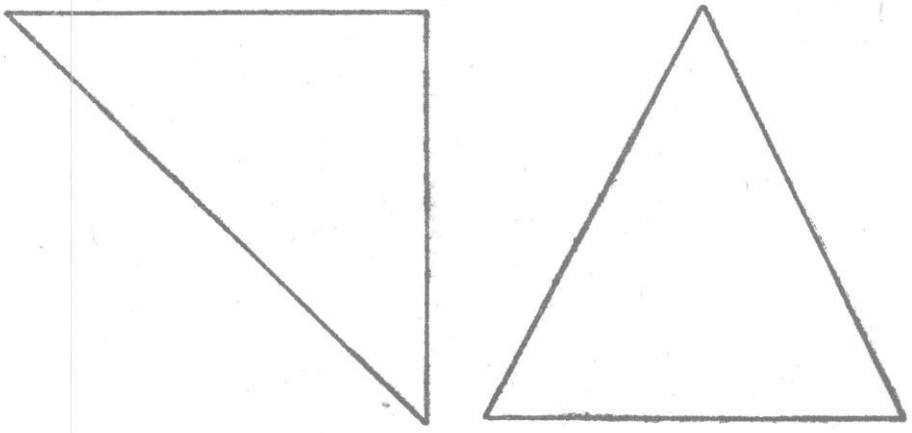
Ters piramit kuralının tam tersi bir uygulama, normal piramit kuralıdır. Normal piramit kuralına göre, ayrıntı haber girişini yapmaktadır. Ters piramitin esası, girişte sonucu vermekken, normal piramitte sonuca ulaşma haberin sonunda mümkündür.

Toplanan haberler fazla önemli değillerse, normal piramit kuralının uygulanması yoluna gidilebilir. Bu kurala göre yazılan haber genelde renkli haber olarak adlandırılmaktadır. Pek çok kimse ise bu tür haberleri röportaj olarak bilir. Düz, monoton haberler yanında eğlence arayanları, tatmin eden bir haber şeklidir.

İnsanın ilgisini çeken konular, mizah, yenilik ve benzeri, normal piramit kuralına göre gayet iyi bir şekilde işlenebilir.[11] Daha başka bir deyişle, sürpriz sonuçlarıyla çoğu kimse tarafından kısa bir hikâyeye benzetilir. Günümüzde, radyo, televizyon ve yazılı basın tarafından çok kullanılan bir kuraldır.

Ters piramit, normal piramit kurallarının haber krokileri şöyledir :

Ters Piramit **Normal Piramit**



10 ibid., :Mc Dougal, op. cit., s. 189.
11 Hohenberg, op. cit., s. 230.

12.24 Ters Piramit ve Dörtgen Kuralının Birleştirilmesi :

İki kuralın birleştirilmesiyle yazılan bu haber şeklinde yalnız haber açıklanmamaktadır. Aynı zamanda, haberin esasını oluşturan olay veya olaylar hakkında gerekli olgular da verilmek yoluna gidilmektedir. Daha doğrusu, olayın yakın geçmişine de dokunulmaktadır. İki kural birleştirildiğinden, önemsiz ayrıntılar sona bırakılmaktadır. Yazılan haber de ise haber yavaş yavaş öneminden azaltılma yoluna gidilmektedir.[12]

Bu kural ile tarihi binaların yanması, yıkılması, onarımı hakkında çok iyi bir şekilde haber yazılabilmektedir. Ayrıca, önemli bir kişinin ölmesi de bu kural ile işlenebilmektedir. Bu kuralı uygulayan gazeteci, haberini yazarken genellikle, biyografik ve tarihi kaynaklara başvurmak zorunda kalmaktadır[13]

---

[12] Carl Warren, **Modern News Reporting**, (New York: Harper and Row, 1959), s. 233 ve devamı.

[13] ibid.,

13. BAHİS

HABERLERİN TEKRAR YAZILMASI

13.1 Haber Ajansları Yönünden Sürdürülen Haber Verme Yarışı :

Günümüzde, bütün dünyada haberleri toplayıp yazarak abonelerine büyük bir süratle sunanlar haber ajanslarıdır. Büyük örgütler halinde çalışan haber ajansları, haberleri düzenli olarak hemen hemen anında abonelerine geçmektedirler. Hele beş büyük haber ajansı olan A.P., U.P.I., Reuter, Tass ve A.F.P. için, bu işlemler yönünden aralarında büyük bir rekabet bulunmaktadır. Eskiden, gazetelerce sürdürülen "ilk önce biz haberi verdik" anlayışı, bugün artık haber ajanslarının tekeline geçmiştir denilebilir.

Radyo ve televizyon istasyonları, gazeteler ise haber alabilmek için çoğu kez haber ajanslarına abonedirler. Eğer çeşitli yerlerde muhabirleri ve özel büroları bulunuyorsa, birdenbire patlayan olayları izleyicilerine sunabilme olanaklarına, tıpkı haber ajansları gibi sahip olabilmektedirler. Çoğu kez uluslararası ve büyük ulusal olaylarda yapılan ise, haber ajanslarından gelenlerle yetinmedir. Zaten, gazetecilik kuruluşlarının çoğunun büro açacak, muhabir bulunduracak malî gücü de yoktur. Bu yönden, haber ajansları habercilik alanında sürat yarışında hep önde gitmektedirler demek yanlış bir tanı değildir.

Haber ajanslarından geçenler ise gerek yazılı basın gerekse sözlü basınca kendi yayın politikalarına göre bir düzenlemeye ve değerlendirilmeye tâbi tutulmaktadır. Özellikle, gazeteler radyo ve televizyona oranla, olayları daha ayrıntılı ve derinliğine vermek durumunda olduklarından, haber ajanslarından gelenleri yeni bir hava içinde sunmayı yeğlemektedirler. Zaman zaman gazetelerin haber ajanslarından gelenleri, kendi istihbarat kaynakları ile değerlendirdiği haller olmaktadır. Radyo ve televizyon için de aynı durum söz konusudur. Daha başka deyişle, yazılı basın ve sözlü basın tarafından haber ajanslarından gelen haberler, gazetelere radyo, televizyon bültenlerine konulmadan tekrar yazılmaktadır.

13.2 Gazetecilikte Haberlerin Tekrar Yazılması : Redaksiyon İşlemi :

Bir yandan gazetecilikte haber toplama yönünden giderlerin kabarması, diğer yandan haber ajanslarının haber verme bakımından sürat yarışı içinde olmaları, çeşitli gazetecilik organlarında yeni bir habercilik anlayışını yerleştirmiştir. Çok masraflı alanlarda haber toplama ve yazmayı haber ajanslarına bırakan gazeteler, radyo ve televizyon istasyonları ise hiçbir zaman, haber yazmıyor değildirler. Elleri kolları bağlı olarak ta oturmamaktadırlar. Yalnız haber toplayıp yazacaklarına, bundan belki daha güç olan bir işlem ile günlerini geçirmektedirler.

Çoğu kez hergün pek çok gazetecilik kuruluşunda yapılan ise, haber ajanslarından geçen haberleri, kendi yayın politikaları içinde değerlendirmek, yeniden kaleme almaktır. Yapılan işlem ilk bakışta çok basit görülmektedir. Yalnız başkasının yazmış olduğu bir haberin tekrar yazılması şeklinde olduğundan çok dikkat istemektedir.

Başka muhabirler tarafından derlenip, toparlanarak haber şeklinde yazılmış haberlerin, orijinal haline dokunulmayarak, yeni bir anlayış ve havayla sunulmasına **redaksiyon işlemi** adı verilmektedir.[1] Aslında yapılan işlem yukarıda da belirtildiği gibi, haberin bir ölçüde tekrar kaleme alınması, tekrar yazılmasıdır. Günümüzde gazetelerin sayfalarını dolduran, radyo ve televizyon haber bültenlerinde yer alan haberlerin büyük çoğunluğu, redaksiyon suretiyle hazırlanmış ve değerlendirilmiş haberlerdir. Redaksiyon, günümüz gazeteciliğinin temelini oluşturmaktadır.

13.3 Redaksiyon İşleminin Ortaya Çıkış Nedenleri :

Redaksiyon işleminin ortaya çıkışını Alexandre Graham Bell'in telefonunun yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmasına kadar götürmek mümkündür. Telefonun gazetelerce kullanılmasıyla, gazetecilikte redaksiyon işleminin temelleri atılmıştır denilebilir. Redaksiyon işlemini ilk kez yararlı bir işlem olarak gören ise, A.B.D.'de **New York Evening Post Gazetesi** Yazı İşleri Müdürü Charles Chapin'dir.[2] Chapin, gazetecilerin haberlerini topladıktan sonra, büroya dönerek haberlerini yazmalarının gerekli olmadığını savunmuştur. Haber topladıktan sonra, gazetecinin topladıklarını gazetedeki yazı işleri müdürüne tele-

---

[1] John Hohenberg, **The Professional Journalist**, (New York : Holt : Rinehart and Winston, 1978), s. 185 : Curtis Mc Dougal, **Interpretative Reporting**, (New York : The MacMillan and Co., 1969), s. 179.

[2] Hohenberg, **op. cit.**, s. 186.

fonla bildirmesini ise şart koşmuştur. Böylelikle, zamandan tasarruf edileceğini söyleyen Chapin, redaksiyon işleminin de hız kazanmasına neden olmuştur.

Redaksiyon işlemi, önceleri A.B.D.'de akşam gazetelerinin çeşitli baskıları için çok sık başvurulan bir işlem olmuştur. Daha sonraları bu yolu sabah gazeteleri de benimsemiştir. Hele II. Dünya Savaşından önce A.B.D.'de redaksiyon öyle yaygınlaşmıştır ki, hemen hemen bütün haberler redaksiyon yoluyla yazılır olmuştur. John Hohenberg, bu yılları dile getirirken, şöyle demektedir :[3]

> "Her şey iyiydi hoştu ama, gazetecilikte haberin ilk elden toplanışına, yazılışına gazetelerde rastlamak olanaksız hale gelmişti."

A.B.D. II. Dünya Savaşına girince, haberlerin redaksiyon yoluyla tekrar yazılması ile gerçek anlamda haberin toplanıp yazılması yönünde bir denge kurulmağa çalışıldı. Muhabir olarak çalışan erkeklerin askere alınması, gazetelerde kadınların muhabir olarak çalışmalarını, redaksiyon işlemini üstlenmelerini zorunlu kılmıştı. Savaş bitip, erkek muhabirler görevlerine dönünce, kadınlar işlerini kaybetmediler fakat, televizyonun yaygınlaşmasıyla gazetelerin sayılarında azalma başladı. Bu yeni olgu ise, zaman etkeninin de değerlendirilmesiyle, gazetelerin daha ayrıntılı, daha derinliğine haber veren araçlar şekline dönüşmesini hızlandırdı. Redaksiyon işleminin kısmen önemi azalırken, özellikle haberi toplayıp yazan muhabirlerin haberleri gazetelerde daha sık görülür oldu.[4]

Gazetelerin hazırlanması günümüzde hâlâ çok zaman almaktadır. Bu nedenle, redaksiyonun gazetecilik üzerindeki baskısı dengelenmeğe çalışılmakla beraber, redaksiyon hâlâ önemini korumaktadır. Gerek yazılı basın gerekse sözlü basında zamanlılık yönünden aslına sadık olarak fakat süratli bir biçimde haberlerin sunulması temel olduğundan, redaksiyon yapan kadın ve erkek gazetecilerin işleri her zaman yoğundur.. Hohenberg'in deyişiyle, "A.B.D.'de önceleri bir deney olarak başlatılan redaksiyon işlemi, alışkanlık haline gelmiş, günümüzde ise bir gereksinme olmuştur."[5]

13.4 **Redaksiyon Yoluyla Haberlerin Tekrar Yazılması İşlemi** :

Redaksiyon işlemi günümüz gazeteciliğinde çok sık başvurulan bir işlem olmakla beraber, uygulanışı yayın organları arasında farklılık

---

3 ibid., s. 187.
4 ibid.,
5 ibid.,

göstermektedir. Pek çok batı ülkesinde redaksiyon işlemini yapan, redaktörler (rewrite man or woman) gazetecilik kuruluşunun kadrosunda devamlı olarak çalıştırılmaktadır. Türkiye'de çeşitli gazetelerde redaksiyon işlemini istihbarat şefleri ile telefoncular yaparken, TRT'de radyo ve televizyon haber bültenlerinin son şeklini almasıyla görevli redaksiyon bölümü ve redaktör spikerler bulunmaktadır.

Redaksiyon yoluyla haberlerin yazılması işlemine aşağıdaki haller gerektirdiği ölçüde başvurulabilir :[6]

1. zaman ve yer, haber toplayan gazetecinin çalıştığı gazetecilik kuruluşuna gelip, kendi haberini yazmasını engellediği durumlarda, telefonla verdiği bilgilerin haber haline getirilmesi için,
2. diğer yayın organlarında çıkmış bulunan haberleri tekrar yazmak için,
3. haber ajanslarının geçtiği haberlere ulusal, veya yerel bir hava katmak için,
4. kendi muhabirlerinin daha önce yazmış oldukları yayınlanmış yayımlanmış haberleri geliştirmek, yenilikler eklemek için,
5. yazı işleri müdürlüğü tarafından seçilmiş bulunan yazılmış, basılmış belgeleri, mektupları, ve basın bültenlerini haber yapabilmek için.

13.5 Redaktörlere Düşen Görevler :

Her gazetecilik kuruluşunda, redaktörler, aynı işleri görmezler. Bazılarında redaktörler, yalnız kısa ve yer dolduracak haberlerin düzenlenmesi işiyle görevlendirilirler. Bazıları, telefonla haber almada başarılıysa, haber toplayan muhabirlerin telefonla verdiklerini almak, için çalıştırılırlar. Bazıları, başka gazetelerde çıkmış haberleri redakte edebilir. Gerektiğinde, kullanılabilecek malzeme tararlar, ayırırlar. Haber ajanslarının teleksle geçtiği haberleri tekrar yazarlar. Hattâ, kendi yayın organlarında veya başkalarında çıkmış haberleri yeniliklere göre geliştirirler, genişletirler.

Redaktörlere düşen görevler çok çeşitli olmakla beraber, yaptıkları işleme çok dikkat göstermeleri gerekmektedir. Genelde, redaksiyon işlemi ile uğraşanlar bu bakımdan, meslekte eskimiş, deneyimli gazetecilerdir. Çalıştığı gazetecilik kuruluşunun haber kaynaklarını iyi bilen, kullanılabilecek haberler üzerinde yeterli ölçüde hüküm verebilecek durumda olanlardır. Gerekli yerlerde ne gibi hususların kullanılabileceğini iyi değerlendirebilenlerdir. Daha doğrusu, yaratıcı gücü olan,

[6] Mc Dougal, op. cit., s. 171 ve devamı.

hiç görmediği fakat toplanmış, değerlendirilmiş haberleri, zihninde şekillendirerek yazıya geçirebilen gazetecilerdir.[7]

Redaksiyon yapan redaktörlerin kendilerine göre haber yazma şekilleri bulunmaktadır. Hepsinin üzerinde birleştiği ilke, haberin tam olarak yazılmasıdır. Daha doğru bir deyişle, belirli zaman sınırı içinde haber yazma işleminin bitirilmesidir. Zaten, redaksiyonun amacı da budur. Bu bakımdan, devamlı olarak zamanı dikkate almak ve elini çabuk tutmak zorundadır.

Redaksiyon yoluyla haber yazılırken, habere hem iyi bir giriş bulmak hem de bunu tamamlayan gövdeyi düzgün bir şekilde plânlamak hep redaktörün görevidir. Redaktör, ayrıca haberin sağlıklı ve ilginç olabilmesi için gerekli yan unsurları da habere katabilme olanağına sahiptir. Ayrıca, çalıştığı gazetecilik kuruluşunda elindeki habere ne kadar yer veya zaman süresi ayrılabileceğini, değerlendirebilme olanağı da bulunmaktadır.[8]

13.51 Telefonla Haber Alma :

Redaktörlere telefonla haber verildiği zaman, ilk yaptıkları haber hakkında not alabilmek için, daktilo makinelerine kağıt takıp hazırlamaktır. Bundan sonra, telefonla haber veren muhabirin söylediklerini büyük bir dikkatle dinleyip not alırlar. İşinin ehli olan bir redaktör hiçbir zaman muhabirin sözünü kesmez. Dinler ve notlarını alır. Muhabir haberini çabuk olarak vermek istediğinden zor kelimeleri ve adları kendine göre yazdırır. Bitince de, redaktöre sorunuz var mı diye sorarak, onun boş bıraktığı kısımları doldurmaya çalışır.[9]

Genellikle, muhabirler telefonla haberlerini verirlerken, ilk cümlede haberi özetleyecek şekilde verirler. Bu bir bakıma telgrafın ilk kullanılışı yıllarından kaynaklanan bir gelenektir. Daha sonra ise kendine göre ayrıntıları sıralar. Akıllı bir redaktör ise, muhabir haber vermeyi bitirince haberin en önemli kısmının neresi olduğunu sormayı ihmal etmemelidir. Hele, muhabirin işine hiç karışmamalıdır.[10]

Haberi toplayan muhabir olayın herhangi bir kısmı veya ayrıntısı dolayısıyla heyecanlanmış olabilir veya ilginç bir kısmını ayrıntı olarak görebilir. Bu yönden, bu gibi durumlarda haberin redaktör tara-

---

[7] Carl Warren, **Modern News Reporting**, (New York: Harper and Row, 1959), s. 266.

[8] Hohenberg, **op. cit.**, s. 189-190.

[9] **ibid.**, s. 189-190.: Warren, **op. cit.**, s. 269.

[10] Warren, **op. cit.**, s. 270.

fından kaleme alınması, heyecan ve hata paylarını ortadan kaldırabilir. Özellikle, işinin ehli bir redaktör, olayı sanki kendisi görmüş gibi kafasında tekrar canlandırarak, muhabirin verdiği çıplak ayrıntıları iyi bir şekilde haberde kullanabilir. Daha doğru bir deyişle, habere anlam kazandırmak için elinden geleni yapar.[11]

Redaktörün, telefonla verilen haberleri çeşitli boyutlar içinde değerlendirme yolları araması her zaman elinde mevcuttur. Yalnız, hiçbir zaman fazla ayrıntı kullanarak, gerçeklere sahte bir ifade kazandırmamalıdır. Bu yönden telefonla haber aldığı muhabiri, çalıştığı yayın kuruluşunun ayakları, gözleri ve kulakları olarak değerlendirmek durumundadır.[12]

13.52 Haber Ajanslarının Verdiği Haberleri Tekrar Yazma :

Redaksiyon işlemi bütün gazetecilik kuruluşlarınca en çok haber ajanslarından geçenler üzerinde yapılmaktadır. Genelde bölgesel, yerel veya ulusal bir hava vermek, kendi yayın kuruluşunun elindekilerle birleştirmek için hep redaksiyona başvurulmaktadır. Redaksiyon işlemi çeşitli haber ajanslarının haberlerini birleştirmek için kullanılmaktadır.[13]

Türk uygulamasında da haber ajanslarından geçenler üzerinde redaksiyona başvurularak, gazetelerin sayfaları hazırlanmakta, radyo ve televizyon haber bültenleri düzenlenmektedir. Pek çok gazete Anadolu Ajansı'nın geçtiği haberlerin redaksiyonu ile çıkmaktadır. Anadolu Ajansı yanında diğer haber ajansları olan Türk Haberler Ajansı, Ak Ajans, Anka, ve Ulusal Basın Ajansının haberlerini redaksiyon yoluyla kullanan gazetelerimiz de vardır.[14]

TRT'nin uygulaması yazılı basına göre biraz daha farklıdır. Redaksiyon yine, radyo ve televizyon haberlerinin temelini oluştururken, özellikle haber ajanslarından geçen haberlerin radyo ve televizyon haber uslubuna göre tekrar yazılması gerekmektedir. Bu yönden, TRT Anadolu Ajansı, Türk Haberler Ajansı, Anka, Ak Ajans, Hürriyet Haber Ajansı'nın haberlerini kullanırken, kendi haber kaynakları ile birlikte değerlendirirken devamlı olarak redaksiyon işlemine başvurmaktadır.

---

[11] Hohenberg, **op. cit.**, s. 190.

[12] **ibid.**,

[13] Mc Dougal, **op. cit.**, s. 171 ve devamı.

[14] Cya Tokgöz, "Türkiye'de Yerel Gazetecilik Olgusu, Rolü ve Önemi" **BYYO Yıllığı 1979-1980**, (Ankara: 1981), s. 276 ve devamı.

Haber ajanslarının geçtikleri arasında radyo ve televizyon için hazırlanmış olan haberlerin de verilmesi A.B.D'de ve bazı diğer Batı ülkelerinde oldukça yaygınlaşmıştır. Aslında, radyo ve televizyon istasyonları için büyük bir kolaylık olan bu hizmetten yararlananların, sayısı haylice kalabalıktır. Yine de, yukarıda belirtildiği gibi, bölgesel, yerel veya ulusal bir hava vermek, yönünden redaksiyon işleminden yararlanılmaktadır.[15]

13.53 Diğer Yayın Organlarında Çıkmış Olanları Tekrar Yazma :

Redaksiyon işlemi, diğer yayın organlarında çıkan haberler üzerinde de yapılabilir. Bu uygulama ile, yapılan genellikle çıkan haberlerden denetlendikten sonra yararlanmaktır. Pek çok yayın organı artık kendilerine ait olarak yayınladıkları ve yayımladıkları üzerinde telif hakkı koymaktadırlar.

Alınan telif hakkı doğal olarak haberin çıktığı şekli itibariyledir. Amaç ise, haberler üzerinde korsanlık yapılmasını (news piracy) önlemedir. Aslında, kamuya ait haberlerle belirli bir gazetecilik kuruluşuna ait olan arasındaki çizgi aşıldımı, bu durumu belirlemek çok kolaydır. Zaten, kamuya ait bilgiler üzerinde telif hakkı uygulanamaz.[16] Bazı yayın organları kamuya ait bilgileri diğerlerine göre baskı sırasının ve antene çıkma zamanının önceliği itibariyle, iyi bir şekilde haber yapma veya tümden kaza eseri olarak, daha önce kullanabilirler. Yalnız, bütün yayın organlarının genelde bilinen bütün olguları kullanma hakkı olduğu, akıldan çıkarılmamalıdır.[17]

Başka yayın organlarında çıkan haberlerin redaksiyon suretiyle tekrar düzenlenerek kullanımı, daha çok yer ve zaman doldurmak için yapılmaktadır. Yapılan işin güvenilir olması için kesinkes zorunludur. Türk gazeteciliğinde de bu yola başvurulması olağandır. Genelde uygulama ise haberi kullanılan yayın organının adının belirtilmesi şeklindedir.

13.54 Kendi Gazetecilik Kuruluşunca Daha Önce Verilmiş Haberin Geliştirilmesi veya Birleştirilmesi :

Haberi oluşturan olayda gelişme görülmesi, redaksiyon yoluyla düzenlenebilmektedir. Redaksiyon, bu bakımdan haberlerin gelişmesi ve devamını değerlendirebilmek yönünden iyi bir işlem olarak karşımıza

---

15 Hohenberg, op. cit., s. 184 ve devamı.
16 ibid., s. 191.
17 ibid.,

çıkmaktadır. Haberlerin gelişmesini gösterebilmek yönünden haber değerini yitiren etkenler atılmakta, değerini koruyanlara yenilikler ve gelişmeler eklenmektedir. Haber bu şekilde hem gelişmekte hem de yeni bir hava ve anlayışla tekrar sunulmaktadır. Daha başka deyişle, haber tazelenmektedir.[18]. Haberlerin gelişmesini izlemeye, **haberlerin gelişmesi ve devamı** adı verilmektedir. Bu gibi haberlere gazeteciler arasında **ikinci gün haberi** dendiği de olmaktadır[19]

Haberin gelişmesi yönünden ikinci gün açısı kullanılacaksa, haberine göre kullanılan girişte ya renkli haber girişi ya da açıklayıcı bir girişe yer verilebilir. Aslında, eski haberin yenileştirilmesi, tazelenmesi işlemi yapıldığından, özellikle anlamlı ve önemli yeni etkenlerin girişte kullanılması gerekmektedir. Özellikle yeni yazılan girişin yapay sonuçlar yaratmaması için büyük dikkat gösterilmelidir.[20]

Redaksiyon işlemi aynı zamanda daha önce çıkmış haberlerin birleştirilmesi bakımından da kullanılmaktadır. Genelde yapılan ise, aynı konuda ve mahiyette haberlerin bir bütün haline getirilmesidir. Böyle durumlarda, aynı gün cereyan eden, aynı konu ve mahiyetteki olaylar ayrı ayrı haber olarak verilseler bile, gerekli görüldüğünde birleştirilmektedirler.[21] Yapılan bu işleme, **redaksiyon yoluyla haberlerin birleştirilmesi** denilmektedir.

13.55 Çeşitli Belgeler ve Basın Bültenlerini Haber Yapma :

Günümüz gazeteciliğinde, ikinci el kaynaklar sayılan çeşitli belgeler, basın bültenleri, raporlar redaksiyon yoluyla haber yapılabilmektedir. Bu işlemler sırasında bazan ilk el kaynaklardan toplanmış haberlere oranla daha iyi haberler de çıkabilmektedir. Ciddi içerikli bu tür haberler ise basın kuruluşları tarafından çok sık olarak kullanılmaktadır.

Basın bültenleri, belgelerin taranması yanında, gerektiği durumlarda kullanılması zorunlu olan biyografik bilgilerin derlenerek redaksiyon yoluyla haber haline getirilmeleri gerekmektedir. Daha önce hazırlanan bu tür haberler, derhal arşivden çıkarılarak, birdenbire patlayan bir olayı aydınlığa kavuşturabilmek yönünden kullanılmaktadır. Daha doğru bir deyişle, olayın özgeçmişini (background) açıklamakta, kolaylıkla değerlendirilmesine neden olmaktadır.

---

18 **ibid.**, : Mc Dougal, **op. cit.**, s. 171.
19 Mc Dougal, **op. cit.**, s. 172 ve devamı.
20 Warren, **op. cit.**, s. 279 ve devamı.
21 **ibid.**, s. 280.

4. BÖLÜM

ÇAĞDAŞ GAZETECİLİK TÜRLERİ

14. BAHİS

FİKİR GAZETECİLİĞİ

14.1 Fikir Gazeteciliği : Tanımı ve Özellikleri :

Günümüz gazeteciliğinde önemli bir yer işgal eden, hiç kuşkusuz fikir gazeteleridir. Fikir gazeteleri, insanoğlunun yapısı gereği olarak, pek hoşlanmadığı, fakat bilmesi, öğrenmesi gerekli olan haberleri sunan gazetecilik türüdür. Sunduğu ciddi içerikli haberlerle insanları düşünmeye yöneltir. Fikir gazeteciliğinin amacı, önemli toplumsal sorunları, konuları saptayarak, toplumun gündemine getirmedir.

Toplumu belirli bir görüşü savunarak, bilinçlendirme görevi yapan fikir gazetelerinin okuyucuları, genelde yüksek eğitim görmüşlerdir. Fikir gazetelerinin yapmak istedikleri arasında ise, haberleri yorumlayarak, açıklayarak değerlendirmek önde gelmektedir. Ayrıca, haberleri derinliğine, ayrıntılarına inerek, zaman zaman neden ve niçinini soruşturarak vermeyi de uygun görürler. Bu bakımdan, haber yaparken açıklayıcı ve yorumlayıcı bir yaklaşım uyguladıkları gibi, soruşturucu, araştırıcı bir yolu da benimseyebilirler.

Fikir gazetelerinde ciddi içerikli haberler yanında, yorumlar, çeşitli görüşlerin değerlendirildiği makalelere rastlamak olağandır. Çeşitli görüşleri savunan sütun ve köşe yazarları, uzmanlaşmış muhabirlerin hazırladığı çeşitli toplumsal konuları içeren sayfalar ve bölümler, bu tür gazetelerin sayfalarını oluştururlar. Tirajları ise, yönelmek istedikleri kümelerin görüşlerine uygun geldiği ölçüde yükselir veya alçalır. Yalnız, magazin gazetelerine oranla, satışlarının, dağılımlarının düşük olduğunu söylemek yalnış olmaz.

14.2 Fikir Gazeteciliğine Yöneliş Nedenleri :

Sanayi devrimi öncesi yayımlanan gazeteleri iki ana kümede toplamak mümkündür :

1. siyasal polemikle uğraşanlar,
2. ticaret, iktisat, iş haberleri verenler.

Hiç kuşkusuz, sanayi devrimi, beraberinde gelen teknolojik gelişmeler gazeteciliğe de yeni bir görünüm kazandırdı. Aynı şekilde, gazeteler de yeniden biçimlenerek, dünyanın değişen toplumsal çehresine uyum sağladılar.

1830'lardan sonra, birbiri arkasından gelen teknolojik yenilikler gazetelere yeni bir görünüm vermiştir. Kazandıkları yeni görünüm içinde, belki en önemli değişiklik, kalıplaşmış haber sunma biçimlerindekidir. Haber sunma biçimlerine koşut olarak ta, gazetelerin sayfa düzenleri ve formaları da değişiklik geçirmiştir.[1]

Aslında, gazetelere bu değişiklikleri getirenler hep tek tek gazetecilerdir. Yalnız şurası unutulmamalıdır ki, bu değişiklik belirli bir toplumsal yapı içinde gerçekleşmiştir. Haber toplama ve yazma yönünden getirilen yenilikler, buna koşut olarak haber konusu olabilecek yeni sorunlara yönelme, hep yenilik arayan kişilerden çok, değişen toplumsal koşulların sonucudur.[2]

Teknolojik gelişmeler bir yandan matbaacılıkta ilerlemelere neden olurken, diğer yandan haber toplama ve yazma bakımından telefon, telgrafın kullanımı, haberin meta olarak değerini ve önemini arttırmıştır. Özellikle, halka dönük gazetecilik anlayışının benimsenmesini, basının kurumsal olarak yeniden şekillenmesinde görülen en önemli değişiklik olarak kabul etmek gerekir. Bu akımla birlikte, gazetecilik bir yandan fikir gazeteciliği diğer yandan da sansasyonel haberlere yer veren bulvar gazeteciliği olarak gelişmeye ve ilerlemeğe yönelmiştir.

Gazetelerin XIX. yüzyıldan itibaren başlayarak geçirdikleri değişimi, Amerikalı sosyolog Robert B. Park,[3] şöyle dile getirmektedir :

> "Basının doğal tarihi, yaşayan türlerinin tarihidir. Bunlar ise, altında günümüzde yaşayan gazetelerin yeşerdiği, şekil aldığı koşulların tümüdür."

Tıpkı bütün toplumsal kurumlar gibi, basın da geçmişte üretilenler üzerinde kuruludur. Her toplumda basın araçlarının yönetimi, içeriğinin seçimi ve denetimi hep geçmişinin izlerini taşır. Bu bakımdan, günümüzdeki gazeteciliği, yine Park'ın deyişiyle, "modern bir kent gibi mantıksal bir ürün olarak kabul etmemek" gerekmektedir.[4]

---

1 Bernard Roschco, **Newsmaking**, (Chicago: The University of Chicago Press, 1975), s. 25.: Edwin Emery, Michael Emery, **The Press and America**, 4. baskı, (New Jersey: Englewood Cliffs, Prentice Hall, 1978), s. 119 ve devamı.

2 Roschco, **op. cit.**, s. 23.

3 **ibid.**, s. 24.

4 **ibid.**,

14.3 Objektif Haber Verme Anlayışı : Özellikleri ve Getirdikleri :

XIX. yüzyılda haberin meta olarak değerinin ve öneminin artması, gazetecilikte haber verme yönünden önemli bir değişiklik getirmiştir. Getirilen en önemli yenilik ise, objektif olarak haber verme ilkesinin benimsenmesidir. Daha başka deyişle, objektif gazeteciliğe yönelmedir. Objektif olarak haber vermenin temelinde, haberin taraf tutmadan, dengeli bir biçimde verilmesi yatmaktadır.

Haberler ile fikirler arasında denge sağlanması, objektif haber vermenin en belirgin özelliğidir.[5] Objektif haber vermeye sıkı sıkı bağlanmanın sonucu olarak, gazetelerde haber sayfaları yanında fikirlere yer veren sayfalar da (editorial page) görülmeğe başlanılmıştır.[6] Egemen görüş ise, haber sayfalarının yalnız olguları değerlendirmesi, fikir sayfalarında da çeşitli görüşlerin işlenmesi şeklindeydi.

Gazetecilikte objektif haber verme öncesi uygulamada ise, haber verilirken kaynak belirtilir fakat haberde taraf tutulup tutulmadığının anlaşılması, okuyucunun kendisine bırakılırdı. Bu uygulama XVI. ve XVII. yüzyıllardan beri pek çok gazete tarafından uygulanmaktaydı.[7] Objektif haber verme ise, haberde objektifliği ve taraf tutmamayı vurgulamaya yönelmişti. Doğal olarak, bu yaklaşım objektif gazetecilik anlayışının ideal şeklini yansıtıyordu.

Objektif haber verme yönünden Amerikalı gazeteci Samuel Bowles'in 1871 yılında söyledikleri bir hayli ilginçtir :[8]

> "Gazetelerde yeralan günlük gazetecilik konuları hiçbir zaman kendi seçimleri değildir. Çoğunlukla bunlar uygulamadan ileri gelmektedir. Gazetenin ilk görevi, ideal olmayan fakat güncel olan yaşantıyı haber olarak vermedir. Önemsemeyerek tatsız durumları baskı altına alsa bile, bunu yapmaya asla hakkı yoktur. Gazete, temelde 'neyi' betimlemek için vardır."

Bowles'in üzerinde durmak istediği husus, toplumsal gerçeklerdeki çeşitliliğin haber yapılabilmesi yönünden, objektif haber verme normlarının, toplumun değerlerinden bağımsız olması gerekliliğidir. Yalnız gerçekte durum bu muydu? Gazeteler haberler ve fikirler arasında denge sağlıyabiliyorlar mıydı? Aslında, aşağıda değerlendiri-

---

[5] John Hohenberg, **The Professional Journalist**, (New York : Holt, Rinehart and Winston, 1978), s. 37.

[6] Roschco, **op. cit.**, s. 31.

[7] **ibid.**, s. 33.

[8] Emery, Emery,**op. cit.**, s. 132-133. : Roschco, **op. cit.**, s. 32

leceği gibi, gazetelerdeki gerçek uygulama ideal ilkelerden ayrılıyordu. Bu durumu, John Hohenberg şöyle değerlendirmektedir :[9]

> "XX. yüzyılın başında tanımlandığı ölçüde objektif haber verme, hoş, tatlı bir mit olmaktan öte geçememişti. Geçerli olmuş, hâlâ da olan, haberlerin verilmesinde dürüstlük, tarafsızlık, iyiniyet anlayışıdır."

14.4 Objektif Haber Verme Yönünden Eleştiriler : Haberi Yorumlama Gerekliliği :

Objektif haber vermenin uygulaması arttıkça, çeşitli eleştirileri de beraberinde getirmiştir. Eleştirilerin özellikle üzerinde durduğu noktaları ise;

1. objektif haber verme normları nasıl olmalıdır?
2. objektiflik nasıl tanımlanır?

sorularına yanıt arama şeklinde özetleyebiliriz. Ama genelde hep, haberler objektif olarak verilmiyor yönünden eleştiriler yöneltiliyordu.

Objektif haber vermenin önde gelen savunucularından sayılan Samuel Bowles, 1871'de yazdıklarından ayrılarak, 1885'te şöyle demekten kendini alamıyordu :[10]

> "Haberini yazan gazeteci, kendi fikrini çelişen kaynakların görüşlerinden ayrı tutmalıdır. Zaten, temel olan haber (news of fact) ile fikrin (news of opinion) birbirinden ayrılmasıdır.

Aslında, aydınlığa kavuşturulmak istenilen husus ise, her haberin yazılırken devamlı olarak, kişisel algılamalardaki farklılıkların etkisinde kalıp kalmadığıdır. Bu hususu ilk ortaya atan, yorumlamaya gerek olduğunu ileri süren 1911'de Will Irwin olmuştur.[11] Will Irwin gibi aynı görüşü savunan, Max Weber'den etkilenen,[12] Walter Lippmann da bulunmaktadır.

Lippmann haber üzerinde hüküm verme sürecine dikkati çekerek, gazetecinin tam anlamıyla objektif kalamayacağını söylerken,[13]

---

9 Hohenberg, **op. cit.**, s. 37.
10 Roschco, **op. cit.**, s. 40.
11 **ibid.**, s. 40.
12 Max Weber, araştırma konusu olarak yapılan seçimin subjektif olduğunu, bunun da araştırılmak için seçilenin objektif olarak değerlendirilmesini etkilediğini ileri sürmektedir.
13 Roschco, **op. cit.**, s. 45.

bu görüşlere benzer görüşler haber ajanslarının verdiği dış kaynaklı haberler için de ileri sürülmüştür.[14] Lippmann, yorumlayıcı haberciliğin (interpretative reporting) temelini ise şu sözleriyle atmıştır :[15]

> "Özellikle, haberi oluşturan olguların gözlenebilmesi zorsa, objektif olarak haber verme olanaksızdır, bunların gün ışığına çıkarılması için yorumlama gereklidir."

14.5 **Yorumlayıcı, Açıklayıcı Haber Verme** (Interpretative Reporting)

I. Dünya Savaşı çıktığında, yorumlayıcı, açıklayıcı haber verme anlayışı iyice benimsendi denilebilir.[16] Büyük kitlelerin etkilendiği, kendini savaşın içinde bulduğu, savaşın neden, niçin çıktığının, kimlerin taraf olduğunun sokaktaki adama anlatılması için haberlerde tarafsız olmak, objektif olmak yetmiyordu. Etrafta olup bitenlerin, olayların altında yatanların yorumlanması, anlatılması gerekiyordu. Aslında, bu yeni yönelişe ayak uydurmak gazeteciler için de zordu. Yorumlama, açıklama için XVI. ve XVII. yüzyıl gazeteciliğinde yaygın bir uygulamaya tekrar dönüldü. Eski başmakale yazarlarının yerini, gazetelerde sütun yazarları, radyoda ise yorumcular almağa başladı.[17] Ayrıca, gazeteciler yazdıkları haberlerde olayları yorumlayabilmek için fazlasıyla yeni haber kaynaklarına, uzmanlarla yapılmış mülâkatlara yer verdiler.[18]

1929 ekonomik krizi, arkadan gelen buhranlı yıllar yorumlayıcı, açıklayıcı haber verme işlemine daha çok hız kazandırdı. Gelişen aktüalite dergiciliği yanında çeşitli gazeteler haftalık haber özetleri hazırladılar. Bu özetler içinde yavaş ta olsa yorumlayıcı, açıklayıcı haberler yanında, haberin öz geçmişine değinen (background) yaratıcı, bazan spekülatif haberler de yer alıyordu[19] Gazeteler, siyasal fikirleri objektif forma içinde nasıl yazmayı öğrendilerse, bu formayı koşullar gerektirince daha geniş bir alanda yer alan yorumlayıcı görüşlere de uyguladılar. Yavaş yavaş, olayların altında yatanları haber olarak verirken yorumlayıcı ve açıklayıcı bir ifade kullanmağa başladılar. Böylelikle, yorumlayıcı ve açıklayıcı haber verme yerleşti.[20]

---

[14] **ibid.**, s. 46-47.
[15] **ibid.**, s. 46.
[16] Curtis Mc Dougal, **Interpretative Reporting**, (New York : The MacMillan, 1969), s. 15. : Emery, Emery, **op. cit.**, s. 368-370.
[17] Roschco, **op. cit.**, s. 49.
[18] **ibid.**,
[19] Mc Dougal, **op. cit.**, s. 16.
[20] **ibid.**,

II. Dünya Savaşından sonra ise yorumlayıcı habercilik anlayışı daha çok hız kazandı denilebilir. Olayları derinliğine değerlendirme, yorumlama yanında, okuyucuyu olayın perde arkasına götürme, haberi okuyucunun izafet çerçevesine ve deneyimlerine uyarlama, olgulara anlam kazandırma, haberi anlamlı bir çerçeveye oturtma, haberi anlamlı kılma için çeşitli yollar denendi, hâlâ da denenmektedir. Artık yorumlayacı haber yazan muhabirlerin tıpkı bilim adamları gibi oynadıkları rollerinden dolayı sorumlulukları olduğu kabul edilmektedir. Bu bakımdan, yorumlayıcı haber yazanların haberi genişlettikleri, haberi yapan olguları açıklığa kavuşturdukları, açıkladıkları, anlam kazandırdıkları üzerinde durulmaktadır.[21]

14.6 **Araştırıcı Haber Verme** (Investigative Reporting)

Gazeteciliğin kamu yararını gözeterek yaptığı yayımlarda araştırıcı haber verme büyük yer tutmaktadır. Araştırıcı haber yazan gazeteciler, gizli kapaklı kalmış, üstü örtülmüş olayları araştırırlar, derinleştirirler. Tıpkı toprağı kazanlar gibi, hükümete ait sorunlardaki doğru ve yalnış uygulamaları, özel sektördeki yolsuzlukları ortaya çıkarmağa çalışırlar. Araştırıcı haber verme yorucu olduğu kadar, tehlikeli bir gazetecilik uygulamasıdır[22]

Mağazin gazeteciliğine yönelişi hızlandıran Amerikalı gazeteci Joseph Pulitzer aynı zamanda, araştırıcı haber verme yönünden gazetecinin önemli rolü olduğunu, olması gerektiğini gündeme getirmiştir. Sistematik olarak kötülüklere karşı çıkmış, bunları su yüzüne çıkarabilmek için çeşitli yollar denemiştir. Bunlar arasında muhabirin araştırıcı rolü yanında, olaylara tanıklık etmesini, mülâkat yapmasını zorunlu tutması yer almaktadır. Koyduğu Pulitzer ödülleri ile de A.B.D.'de pek çok araştırıcı haber verme örneklerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır.[23]

Araştırıcı haber vermeye çeşitli polis-adliye haberlerinin açığa kavuşturulmasında olduğu kadar, hükümetin işleyişi yönünden parasal yolsuzluklar, vergi sorunları, hastahane, çocuk suçlulukları, ruhsal hastalıkları değerlendirme yönünden başvurulmaktadır. Yalnız, bu tür haber vermenin çok uzun süre boyunca haber toplandıktan, çok büyük masraflar yapıldıktan sonra ürün verebildiği akıldan çıkarılmamalıdır. Bu tür haberler çeşitli şekillerde yazılabilir. Eğer her-

---

21 **ibid.**, s. 17.

22 Hohenberg, **op. cit.**, s. 528-529.: Emery, Emery, **op. cit.**, s. 371-372.

23 Roschco, **op. cit.**, s. 33.: Judith Bolch, Kay Miller, **Investigative and Indepth Reporting**, (New York: Hastings House, 1978), s. 1-2.

kes tarafından kısmen bilinen bir konuysa, bu takdirde fazla açıklama, habere konulmaz. Konu çapraşıksa, özellikle hükümet konularında olduğu bu gibi durumlarda, habere yorumlayıcı malzeme katma zorunludur.[24]

14.7 Değerlendirme :

Günümüzde fikir gazeteciliğinin pek çok ülkede çeşitli yayın organları tarafından uygulaması yapılmaktadır. Türkiye'de fikir gazeteciliği örnekleri bulmak mümkündür. Genellikle, bu tür yayınların içeriklerinde açıklama, özgeçmişine değinme, derinliğine olayları anlatma, çözümleme, yorumlama örnekleri yer almaktadır. Türk gazeteciliğinde fikir gazeteleri olmakla beraber, yorumlayıcı, araştırıcı haberlere rastlamak ancak arasıra mümkündür.

Sütun yazarları, köşe yazarları, çeşitli uzmanların görüşlerinin yer aldığı haberler yanında, ikna etme, tavsiye ve teşvik yöntemlerini içerenler arasında kesinkes bir aralık bırakılmalıdır. Bu gibi yöntemlerin kullanılma yeri ise, fikir sayfalarıdır. Burada, haberi yorumlama, açıklamanın işi kalmamakta, görüşlerin belirtilmesi önemli olmaktadır.

---

[24] Hohenberg, op. cit., s. 535.

15. BAHİS

MAGAZİN GAZETECİLİĞİ

15.1 Magazin Gazeteciliği Tanımı ve Özellikleri :

Bulvar veya diğer adıyla magazin gazeteciliği, günümüz gazeteciliğinde çok yaygın olarak görülen gazetecilik türüdür. Türkiye'de ve pek çok diğer ülkede magazin gazeteciliğinin örneklerine rastlamak olağandır. İnsanoğlunu bilgilendirmekten çok, hoşça vakit geçirmesini vurgulayan magazin gazetelerinin izleyicisi, fikir gazetelerine oranla çok daha fazladır. Her eğitim düzeyine hitap edebildiğinden, vakit geçirmek, oyalanmak için okunulur.

Bol resimli, büyük puntolu fakat az haberin yer aldığı sayfa düzenli, magazin gazetelerinin anlatımı genelde çok basittir. Kullanılan haberler hep tatlı haberlerdir. Haber konuları ise çok çeşitlidir. Sosyete dedikodusundan, sanatçıların yaşamına, basit sokak cinayetlerinden, hayat pahalılığına, çeşitli yemek reçetelerinden yıldız falına değin çeşitli, bazan da akla hayale gelmeyen konular işlenir. Magazin gazetelerinde ciddi içerikli haber malzemesi bulmak gerçekten çok güçtür.

Magazin gazetelerinin amaçlarını ise eğlendirirken bilgi vermek şeklinde özetleyebiliriz. Haber olabilecek her konu haber yapılarak yayımlanır. Başarılı olurlar da olmazlar da. Bu yönden, insanoğlunun hoşuna giden, onları düşünceye yöneltmeyen haberler yanında, çoğu kez yapay haberler de verilir. Günlük haber bütçelerini, fantazyaya (kurmacaya) dönük, tatlı haberler oluşturur. İnsanları oyalamak, modern yaşantının monoton, sıkıcı düzeninden düş dünyasına götürmek, duygularına yönelmek için akla gelmedik yolları denerler.

15.2 Magazin Gazeteciliğine Yöneliş Nedenleri :

Önce İngiltere'de denenerek, daha sonraları A.B.D.'ne ve diğer Avrupa ülkelerine yayılan magazin gazeteciliği, halka dönük gazetecilik anlayışının yaygınlaşmasıyla gelişmiştir denilebilir. 1830'lardan sonra tıpkı, fikir gazeteciliği gibi, magazin gazeteciliği de halka yönelik

olarak çıkarılan gazetelerin uygulamalarıdır.[1] Halka dönük gazeteciliğin iki önemli amacı vardır :

1. insanın ilgisini çeken konuları işlemek,
2. ucuza gazete satmak.

Aslında iki amaçta birbiri ile uyuşmaktadır. Bir yandan okuyucuyu gazetelere yöneltmek için onların ilgisini çekebilecek konuları bulmak diğer yandan ise, ucuza gazete satarak okuyucunun gazeteyi almasını sağlamak için çeşitli yollar denenmiştir.

Gelişen teknoloji, gazetenin ucuza maledilmesine neden olurken üzerinde en çok durulan, insanın ilgisini çeken konuların haber yapılabilmesi için yeni haber kaynaklarının bulunmasıydı. Bu yönde çağdaş gazeteciliğe de damgasını vuran gelişmeleri iki Amerikalı gazeteci gerçekleştirdi diyebiliriz. Bunlar **James Gordon Bennett** ile **Joseph Pulitzer**'dir.[2] Her iki gazeteci de sansasyonel haber vermeyi kendilerine amaç edinmişlerdi.

James Gordon Bennett haber kaynaklarını genişletirken nelerden yararlandı? Evlerin yatak odalarından, pansiyonlara, adi sokak cinayetlerine, fahişelere, sokaktaki adamın cebindeki cüzdanını ilgilendiren parasal konulara değindiği gibi, sosyete haberleri, sosyetede yer alan dedikodular, skandallar, önemli kişiler de haber konusu oluyordu. Hattâ, kendi evlenme törenini bile haber yapmaktan çekinmemişti.[3]

Bennett'in yaklaşımı objektif haber vermeden ayrıydı. Amacı ise belli olmuştu : insanlara dönük haber sunarken, sokaktaki adamın haklarının şampiyonluğunu yapmak fakat onun sağlıklı haber almasını önlemekti. James Gordon Bennett diğer yandan macera, serüven, çeşitli gezileri haber yapmaktan da beri kalmıyordu.[4] Kendi sözleriyle, yaptığı gazetecilikle, "dünyanın doğru bir resmini vermeği" amaçlıyordu.[5]

Joseph Pulitzer, Bennett gibi sansasyonel haberlere rağbet ederken, ayrıca gazeteciliğe yeni bir boyut daha ekliyordu. Gazete sütunlarını çeşitli haber konularının mücadelesi için ayırıyordu. Artık çe-

---

1 Bernard Roschco, **Newsmaking**, (Chicago : University of Chicago Press, 1975), s. 25. : Edwin Emery, Michael Emery, **The Press and America**, 4. baskı, (New Jersey : Englewood Cliffs, Prentice Hall, 1978), s. 137 ve devamı.

2 Roschco, **op. cit.**, 32-33.

3 **ibid.**, s. 26. : Emery, Emery, **op. cit.**, s. 122-125.

4 Emery, Emery, **op. cit.**, s. 122-125.

5 **ibid.**,

şitli savaş, macera, hükümet haberleri, şirket yolsuzlukları Pulitzer ve onun gazetecilik anlayışını benimseyenlerce haber halinde sunuluyordu.[6] Bu yönden de olaylara ilk elden tanıklık etmek olan, Amerikan gazeteciliğinin buluşlarından mülâkata fazlasıyla yer ayırıyordu.[7]

Joseph Pulitzer'e **Wiliam Randolph Hearst**'ün katılmasıyla, sansasyona aşırı derecede yer veren sansasyonel gazetecilik akımı daha çok hız kazandı denilebilir. Gazetecilik tarihinde **sarı gazetecilik** (yellow journalism) olarak bilinen bu akım, çeşitli şekillere, karikatürlere, komik tiplere, iri puntolara, yeni gelişen baskı teknolojisine uygun, renklerle zenginleştirilmiş olarak yer veriyordu.[8] Sundukları içerik teise, üstün nitelikli dramatik eserler ucuz melodramlar haline getirilerek çarpıtılıyordu. Okuyucularına, önder olacaklarına cinsiyet, günah ve şiddet sunmayı yeğ tutmuşlardı.[9]

Sarı gazetecilikle birlikte sansasyonel gazetecilik akımı iyice yerleşmiştir. Bu akım XX. yüzyılda da devam edegelmiştir. Sansasyonel haberlerin tutması üzerine, geniş başlıklarla verilen açık saçık resimli, heyecanlı, saptırılmış, çarptırılmış, çoğu kez de uydurma haberler gazetelerde görülmeğe başlamıştır. Buna ek olarak, gazeteler ayrıca pazar günü ekleri, karikatür, mizah ekleri de çıkartmışlardır.[10]

I. Dünya Savaşından sonra, sansasyonel gazetecilik doruk noktasına ulaşmıştır. Savaşın acılarının sarıldığı yıllarda, 1919'lardan itibaren gerek Avrupa'da gerekse A.B.D.'de sansasyon dolu, açık saçık resimli cinayet haberleri gazetelerin sayfalarını doldurmuştur. Hattâ satış yapabilmek için şampanya dolu banyo küveti içinde oturan çıplak dansözün, elektrikli sandalyada idam edilen kâtil kadının resmini basmayı dahi ihmal etmemişlerdir.[11]

Bu tür gazetelere Avrupa'da bulvar gazeteleri demek yavaş yavaş alışkanlık haline gelmiştir. Nedeni ise, bu tür gazetelerin öğleden sonraları veya akşam üstleri bulvarlara serilerek satılmasındandır. Buna karşılık, A.B.D.'de magazin gazeteleri tabloid adı altında çıkarılmıştır. Tabloid gazetenin en önemli özelliği ise, sansasyonel haber vermesi yanında, boyutlarının ilk çıkan İngiliz gazetelerininkilerle aynı olmasındandır.

---

[6] ibid., s. 219-228.
[7] ibid.,
[8] ibid., s. 244 ve devamı.
[9] ibid.,
[10] ibid., s. 248.
[11] ibid., s. 363 ve devamı.

15.3 Günümüzde Magazin Gazeteciliği :

1929'dan sonra ekonomik krizin ardından gelen buhranlı yıllarda, I. Dünya Savaşından beri yaygınlaşmaya başlayan yorumlayıcı haber verme ağırlık kazanmıştır. İnsanoğlu karşılaştığı güçlükleri, zorlukları göğüslerken, yine de sansasyonel haber almak merak, ilgi ve alışkanlığını sürdürmüştür. Magazin gazeteleri çıkmağa devam etmişlerdir. Aktüalite dergilerinin çıkmağa başlaması, radyo, arkadan televizyonun devreye girmesi, insanın ilgisini çeken konuların anlamlı bir çerçeve içinde sunulması anlayışını yerleştirmiştir. Avrupa'da ve A.B.D.'de bulvar gazeteleri yine yayımlanırken, A.B.D.'de tabloidler büyük kentlerden küçük kentlere kaymışlardır.[12]

Bulvar basını türündeki gazetelere, gelişmekte olan ülkelerde rastlamak mümkündür. Gelişmekte bir ülke olan Türkiye'de magazin gazeteleri çok yaygındır. Bu gibi ülkelerde, magazin gazeteleri haberleri, olayların aslına sadık bir şekilde verdikleri ölçüde, toplumu çeşitli olaylara karşı bilgilendirmede başarı sağlayabilirler. Olayları, saptırdıkları, çarptırdıkları durumlarda ise, yapay, uydurma haber veriyor şeklinde damgalanabilirler. Doğal olarak, ikinci yolu izlemeleri, toplumun yararına değil, zararınadır.

Gelişmekte olan ülkelerde eğitim düzeyi genelde düşüktür. Halkın büyük çoğunluğunun ya hiç eğitim görmediğini ya da az eğitim görmüş olduğunu söylemek yanlış değildir. Bu yüzden, magazin gazeteleri büyük resimler, iri puntolu başlıklar fakat az yazı ile ifade edilen haberlerle, topluma katkıda bulunabilirler. Düşük eğitim düzeyinde olanları, bir yandan gazetelerle ilgilenmeye diğer yandan bir ölçüde yakın ve uzak çevresinde olup bitenler hakkında bilgilendirmeye yöneltebilirler. Gerçi düşünme olanağını yaratmamakla beraber, halkın öğrenmesine, yardımda bulunabilirler.

15.4 Magazin Gazeteciliğinde Yer Alan Haberler : Renkli Haber Tanımı ve Özellikleri :

Magazin gazetelerinde yer alan haberlerin hepsi renkli haber şeklinde kaleme alınmışlardır. Diğer düz haberlere oranla, renkli haberlerin çoğu kişiseldir. Renkli haberi yazan, haberinde kendi fikirlerini ifade fırsatını bulur. Aynı zamanda, yazdıklarında bilerek veya bilmeyerek, etrafında olup bitenlere karşı olumlu veya olumsuz olarak tepki gösterebilir. Bununla beraber, renkli haberler, renkli haberleri yazanlar kendi fikirlerini ifade etsinler diye mevcuttur diyemeyiz. Makale-

[12] ibid., s. 365-366.

ler, eleştiriler, imzalı sütunlar, fikirlerin ve görüşlerin ifade edildiği yazı türleridir.

Gazetecinin duyguları, hayal gücü insanları ve olayları tanımlama yeteneği, kelimeleri, fikirleri ve anıları örmesi, ancak renkli haber ile mümkün olabilmektedir. Bu yönden, diğer haber yazma şekillerini kısıtlayıcı bulan bir gazeteci için, renkli haber yazma, hiç kuşkusuz büyük bir değişikliktir.[13] Çoğu kez röportaj diye adlandırılan renkli haber için şöyle bir tanım vermek mümkündür :

> "Bir gazetede yer alan renkli haber, düz haberin temelini oluşturan, cilâsız, kim, ne, nerede, ne zaman, neden ve nasıl sorularının ötesinde ve dışında kalanları da içine alan bir yazı türüdür."

Bu tanımdan görüldüğü gibi, renkli haberin varlığı, gücü ve benliği, hayal gücünün nasıl sunulduğunda yatmaktadır. Aslında, renkli haberin temeli, gerçeğin basit olarak anlatılmasına, sunulmasına dayanmaktadır. Bu yönden, renkli haber fıkra veya kısa hikâye adı verilen yazı türlerinden farklıdır. Renkli haber gerçeklere dayanır, edebî değildir. Renkli haber yazan gazeteciler, fıkra ve kısa hikâyecilerin kullandıkları hikâye etme şeklini, haberlerine uygulayabilirler.[14]

Renkli haber, makaleden, eleştiriden ve imzalı sütundan da farklıdır. Bunlardan ayrıldığı nokta ise, olay hakkında hüküm verme yönündendir. Renkli haber yazan gazeteci sık sık hüküm verebilir, ama hiçbir zaman avukat gibi davranmamalıdır. Amacı ikna etme olduğu kadar, aydınlatma da olmalıdır. Bu yüzden de renkli haber yazan gazeteci, hiçbir zaman birinci tekil şahıs kullanmaz, kendi fikirlerine de atıfta bulunmaz. Haberinde, kendi kişisel gözlemleri yansır.

15.41 **Renkli Haber Yönünden Yapılan Sınıflamalar :**

Renkli haberler yazılış şekilleri itibariyle aralarında sınıflanmaktadırlar. Yapılan sınıflama ise, renkli haberlerin çeşitlerini göstermektedir.[15] Bu sınıflama şöyledir :

1. haber röportaj
2. insanın ilgisini çekme yönü ağır basan renkli haber

---

[13] John Hohenberg, **The Professional Journalist**, (New York : Holt Rinehart and Winston, 1978), s. 230 : Norman B. Moyes, David M. White, **Journalism in the Mass Media**, (Boston : Ginn and Co., 1970), s. 210.

[14] Carl Warren, **Modern News Reporting**, (New York : Harper and Row, 1959), s. 261.

[15] Moyes, White, **op. cit.**, s. 215.

3. biyografik röportaj
4. tarihi röportaj
5. açıklayıcı ve yorumlayıcı röportaj
6. bir şeyin nasıl yapıldığını gösteren renkli haber
7. macera ve kişisel hikâye röportajı
8. yerel bir durumu anlatan röportaj

15.411 **Haber Röportaj :**

Bu tür röportaj adından da anlaşıldığı gibi, sıkı sıkıya haberi oluşturan olaya bağlıdır. Haber röportajı renkli haber dışında yazmak mümkün olabildiği gibi, eldeki bilgiler kısıtlıysa, renkli haber şeklinde kaleme almak daha doğrudur. Zaten, çoğu kez, malzemeleri haber mülâkatlardan çıkmaktadır.[16]

15.412 **İnsanın İlgisini Çekme Yönü Ağır Basan Röportaj :**

Bu tür röportajlar okuyucuları duygusal yönden fazlasıyla etkilemeyi amaçlarlar. İnsanoğlunun duygularını kamçılayan, onları zaman zaman üzen, kızdıran, eğlendiren, sempati veya antipati uyandıranlar, hep bu tür röportajlardır. Bu tür röportajlarda sonuç daima sona saklanır. Böylelikle okuyucuyu tatmin etmek veya şaşırtmak yoluna gidilebilir.[17]

İnsanın ilgisini çekme yönü ağır basan röportaj, daha çok hikâyeye benzer. Radyo ve televizyon gazeteciliğinde de, yazılı basın kadar çok kullanılır. Yalnız radyo ve televizyonda yazılı basında kullanılan günlük sade dilin özellikleri, konuşma şeklindeki usluba göre biraz değişiklik göstermektedir. Mizah, acı ve üzüntü bu tür röportajlarda egemendir.[18]

15.413 **Biyografik Röportaj :**

Gazetelerde biyografik röportajların çıkması yerleşmiş olmakla beraber, kişiliğin araştırılması daha çok dergilere bırakılmaktadır. Bu tür röportajlar yerel olarak yapılıyorsa, gazetelerde yayımlandıkları ölçüde acele olarak yazılmış, rutin, monoton yazılar olmaktan öte geçemezler. Halbuki, ulusal dağılıma sahip dergilerde çıkarlarsa, titizlikle hazırlanırlar. Dergiler bu yönden gazetelere oranla daha çok biyografik röpor-

---

16 ibid., s. 231.
17 ibid., s. 216-217.
18 ibid.,

tajlar yaparlar. Hazırladıklarrı röportajlar ise röportaj yapılanın kişiliğini genelde iyi bir şekilde tanımlar ve tanıtır.[19]

15.414 **Tarihi Röportaj :**

Dünyada mevcut bulunan her şeyin bir tarihi veya hikâyesi vardır. Bu yönden tarihi röportaj konuları çok çeşitli ve zengindir. Yalnız, tarihi röportajlarla orijinal ve taze fikirler getirebilmek, her zaman kolay değildir. Yapılabilirse, takdir edilir. Tarihi röportaj türü, insanın ilgisini çekme yönü ağır basan röportajlarla, gazete veya haber ajansı tarafından hazırlanmış biyografik röportajlar arasında yer alan bir gazetecilik türüdür.[20]

Tarihi röportaj konuları arasında insanların doğum, evlenme, ölüm yıldönümleri, binaların temel atma, açılış törenleri, tiyatrolar, sanat eserleri, kentler, yıkıntılar, buluşlar, keşifler bulunabilir. Bu tür röportajlar azami 500-600 kelime civarında yazılırlar.

15.415 **Araştırıcı ve Yorumlayıcı Röportaj :**

Açıklayıcı ve yorumlayıcı renkli haber, okuyucusunu sahnelerin arkasına götürür. Amacı neyin neye ait olduğunu göstermedir. Bu yönden, insanın ilgisini çekme yönü ağır basan renkli haberin öbür ucunda yer alır. Yorumlayıcı gazetecilik anlayışının bir göstergesi olduğundan, diğer renkli haberlere göre daha uzundur, ayrıntılıdır, ciddi bir ifade taşır. Örneğin : Atom enerjisinin barışçı amaçlarla kullanılmasını açıklayan bir yasanın önemi hakkında yorumlayıcı röportaj gibi.[21]

15.416 **Bir şeyin Nasıl Yapıldığını Gösteren Renkli Haber :**

Açıklayıcı röportajın bir türü de bir şey nasıl yapılır hakkında röportajdır. Bu tür diğerine oranla daha derinliğine, malzemeyi işler. Açıklamanın yanında, yol göstermede yer alır. Fikirlerinden çok, fiziksel eylemlere yönelmiştir. Anlayış kadar yöntem ve teknikleri de öğretmeyi hedef alır. Günlük gazetelerde veya haftalık dergilerde yemek nasıl yapılır, çiçek nasıl yetiştirilir, bakılır gibi röportajlar bu türün örnekleridir.[22]

Bu tür renkli haber yazanlar, gayet pratik ve becerikli olmalıdırlar. Yazdığının çok az edebi niteliği vardır fakat faydacı niteliği de-

---

[19] ibid., s. 218-220.
[20] ibid., s. 221.
[21] ibid., s. 222.
[22] ibid., s. 220-221.

vamlı olarak ağır basmaktadır. Bu yüzden, daha çok açıklama için şekillere, şamalara, resimlere, benzer görüntü malzemesine yer vermek zorunludur.

15.417 Macera veya Kişisel Hikâye Röportajı :

İnsanların başından geçen çeşitli maceralar, özellikle aya seyahat, uzay yolculukları, çeşitli savaş anıları, denizaltı serüvenleri, renkli haber için yeni bir tür yaratmıştır. Pekçok konunun üzerinden gizlilik kaydının kalkması, bu tür röportajların kullanımında artışa neden olmuştur. Özellikle, uluslararası haberleşmenin serbest bırakılması, bazı arşivlerin açılması, savaşlar sırasında olayları izleme, uzay alanında gelişmeler, bu tür röportajlarda değerlendirilmektedir.[23] Örneğin : Himalaya'lardan dönen bir dağcı grubu ile röportaj ve aya giden astronotlarla yapılanlar gibi.

15.418 Yerel Bir Durumu Anlatan Röportaj :

Haber bakımından fazla zengin olmayan bu tür röportajın amacı, yerel toplumda olup biteni tanımlamaktır. Daha doğru bir deyişle, çeşitli kesitlerin portresini yapmaktır. Genellikle olumlu ve takdir edici bir hava taşırlar.[24] Örnek : Bir kasabada başlatılan herhangi bir tarım programının veya projenin getirdikleri hakkında röportaj yapılması gibi.

15.42 Renkli Haber Nasıl Yazılır?

Renkli haber için en uygun haber yazma kuralı normal piramit kuralıdır. Bu bakımdan renkli haber önemsiz bir ayrıntı ile başlar, en önemliye ise haberin sonunda ulaşır. Yalnız, renkli haberin girişi gibi, diğer bölümleri de canlı ve hareketli olmalıdır. Renkli haberin tonu ise devamlı olarak gayri resmidir.

Renkli haber yazarı haberciliğin temel ilkeleri ve gereklerine uymak zorundadır. Kesinlik, açıklık, doğruluk, okunabilirlik, sadelik, zevkli bir ifadeye devamlı olarak uyar. Ancak bu şekilde kendi fikirlerini ifade etme fırsatını bulur. Üzerinde duracağı önemli nokta ise, haberlerini yazarken, kendisini hiçbir zaman olaya katmamadır. Bu şekilde yazdıklarıyla olaya karşı da tepki göstermiş olur.[25]

---

[23] **ibid.**, s. 219.

[24] **ibid.**,

[25] Hellen M. Patterson, **Writing and Selling Feature Articles**, 3. baskı, (New Jersey: Englewood Cliffs, Prentice Hall, 1956), s. 211.

Zaman öğesi, renkli haberde önemli olmakla beraber, okuyucunun ilgisi üzerinde katkısı olmadığından, fazla önemsenmez. Bu yüzden, renkli haberini yazarken gazeteci zaman öğesini olayın akışı içinde düzenler. Cümlelerini, paragraflarını, hayal gücünü kullanarak, renk, yorum, açıklama katarak bütün haline getirir [26]

[26] ibid.,

16. BAHİS

RADYO-TELEVİZYON GAZETECİLİĞİ

16.1 Konuşma Şeklinde Haber Verme :

XX. yüzyılda radyo ve televizyon gibi iki yeni kitle haberleşme aracının gazeteler yanında etkinlik kazanmaları, yazılı basında köklü değişikliklere neden olmuştur demek yanlış bir yorum değildir. Özellikle radyo ve televizyonun yapısal özellikleri dolayısıyla, yeni bir tür gazetecilik anlayışı benimsenmek durumunda kalınmıştır. Bu yeni akıma, **konuşma şeklinde haber verme** adı verilmektedir.

Konuşma şeklinde haber verme ile izleyicilere arkadaşça, dostça fakat basit bir dille yaklaşılmağa çalışılmaktadır. Yeni şekil haber verme hiçbir zaman yerleşmiş haber yazma kurallarını ortadan kaldırmamıştır. Belki getirdiği önemli yenilik ise, haber yazma kurallarının radyo ve televizyonun yapısal özelliklerine göre uyarlanmasındandır.

Radyo ve televizyon ayrıca, konuşma şeklinde fakat anında haber verme olanağını kitleye tattırmıştır. Yazılı basında bu olanak hiçbir zaman yoktur. Özellikle, radyonun hızlı ve çabuk haber vermesi, televizyonun ise haberlerini ses ve görüntüyle süslemesi, yazılı basına pahalıya mal olmuştur. Daha doğrusu, insanoğlu gazetelerdeki haberleri okumadan önce, muhakkak duymuş veya görmüş olduğundan, yazılı basının radyo ve televizyona göre verdiği haberleri daha ilginç kılması zorunludur. Bu bakımdan da, sunduğu haberler yönünden geniş ve yeni bilgiler yanında, derinliğine açıklamalar, yorumlamalar da koymak durumundadır.

16.2 Elektronik Basının Gelişimi :

Elektronik basını oluşturan radyo ve televizyon ayrı ayrı gelişmiştir. Radyo altın çağını yaşarken, televizyon gelişmeye başlamıştır. Günümüzde ise, her iki araç birlikte, farklı amaçlar için kullanılmaktadır. Bu yönden her iki aracın nasıl gelişme gösterdiğine, değinmede yarar bulunmaktadır.

16.21 Radyonun Gelişimi :

Radyo yayınlarının başlangıcını, pek çok ülkede 1920'lere kadar götürmek mümkündür. Özellikle, A.B.D.'de ve bazı Avrupa ülkelerinde 1920'li yıllarda, aynı zamanda radyoda haber yayını da başlamıştır.[1] Halbuki az gelişmiş ülkelerde veya gelişmekte olan ülkelerde, radyonun topluma girişi 1930-1940 yılları arasında olmuştur. Sömürgelere, sömürgeci devletler tarafından, sömürge olmayanlara ise ileri görüşlü girişimciler veya devletin yaptığı ticari antlaşmalar yoluyla girmiştir.[2]

Radyo yayınları çeşitli aşamalardan geçmiştir. Özellikle 1927 ile II. Dünya Savaşı sonuna kadar geçen dönem içinde olgunluk çağını yaşamıştır denilebilir.[3] Televizyonun yayınlarının bu yıllar içinde henüz deneme niteliğini koruması, II. Dünya Savaşının çıkmasının denemeleri engellemesi, radyonun haber verme yönünden etkin bir araç haline gelmesini sağlamıştır. Belki de bu dönem radyonun habercilik yönünden altın çağıdır da.

Bu dönem içinde radyo bir yandan çeşitli siyasal önderler tarafından propaganda aracı olarak kullanılırken, diğer yandan süratli ve çabuk haber vermesi nedeniyle, gazetecilik mesleğinde yeni atılımların ve deneylerin yapılmasını da kolaylaştırmıştır.[4] Yeni atılımlar arasında hiç kuşkusuz savaş sahasından haber verme, olayları yorumlama ve özetleme, daha sonra televizyon haberciliğinin temelini oluşturacak olan çeşitli muhabirlerin haberlerinden yararlanma (eye witness news) yer almaktadır[5]

II. Dünya Savaşından 1960'a kadar geçen yıllar içinde olgunluğunun doruk noktasına erişen radyoculuk, 1950'lerden itibaren yaygınlık kazanan televizyon ile karşı karşıya kalmıştır. Bir yandan, televizyon karşısında kendisini yenilemeye çalışmış, diğer yandan izleyicilerini televizyona kaptırmamak için amansız bir mücadele vermiştir. Bunda ise kısmen başarılı olmuştur denilebilir. İyi ve nitelikli haber programların hazırlanması, özellikle A.B.D.'de 24 saat boyunca haber verme hizmetlerini sunma yoluyla, 1960'lardan itibaren radyo artık ev-

---

[1] Edwin Emery, Michael Emery, **Press and America**, 4. baskı, (New Jersey : Englewood Cliffs, Prentice Hall, 1978), s. 394 ve devamı. : Aysel Aziz, **Radyo ve Televizyona Giriş**, genişletilmiş ikinci baskı, (Ankara : Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın ve Yayın Yüksek Okulu Basımevi, 1981), s. 24.

[2] Elihu Katz, George Wedell, **Broadcasting in the Third World**, (New York : The MacMillan, 1978) s. 7.

[3] Emery, Emery, **op. cit.**, s. 398. : Aziz, **op. cit.**, s. 24.

[4] Emery, Emery, **op. cit.**, s. 401.

[5] **ibid.**, s. 401-403.

de bir elektronik araç olmaktan çıkmış, kişinin dostu, arkadaşı olmuştur.

16.22 Televizyonun Gelişimi :

Televizyon yayınları 1950'den sonra dünya düzeyinde yaygınlık kazanmış, benimsenmiştir. Bugün için, televizyon, gazetelerden de radyodan da, dergilerden de daha etkin bir kitle haberleşme aracı hüviyetini korumaktadır. Pek çok yazara göre televizyonun olgunluğa ulaşması 1960'ların başında olmuştur.[6] Az gelişmiş ülkelere televizyonun girmeye başlaması ise, 1960'ların başına rastlamaktadır.[7] Televizyonun 1960'tan sonra ise altın çağını yaşadığı ileri sürülmektedir.[8]

Renkli televizyon yayınları, yayın türlerindeki artış, radyolink ve uydularla naklen yayınlarda, radyonun yanında büyük bir üstünlük sağlamıştır. Bu üstünlüğünü A.B.D.'de ve pek çok gelişmiş ülkede sürdürmekle beraber, yine az gelişmiş ülkeler veya gelişmekte ülkeler yönünden radyo günlük haber alma gereksiniminin sağlandığı en önemli aracıdır. Televizyon için, radyonun ölüm ilânını yazan araç denilmekle beraber, her iki aracın kendilerine göre haberleşme açısından yerleri ve görevleri bulunmaktadır.[9]

Pek çok ülke ve A.B.D. bakımından televizyon, haberleri kitlelere ulaştıran birinci ve en etkin araç durumundadır. Bununla beraber, televizyon çok fazla eleştirilen bir araç ta olmaktadır. Bu eleştiriler arasında belki en ağırı, gerçekleri haber yaparken, olayları saptırdığı, çarptırdığıdır.[10] Üzerinde durulan diğer bir nokta ise, televizyon için haber izleyen gazetecilerin haberlerini kendi görüş açılarından değilde, hiç kimsenin görüşünü yansıtmadan sunmalarıdır.[11] Aslında bütün bu görüşler ve eleştiriler bir yana, televizyonun günümüzün ekranda yansıyan bir aynası olduğu akıldan çıkarılmamalıdır.

16.3 Radyo ve Televizyon Gazeteciliğinin Temel Özellikleri :

Gerek radyo gazeteciliği gerekse televizyon gazeteciliği tıpkı yazılı basın gibi aynı haber kaynaklarından yararlanırlar. Haber toplarken radyo için ses alma aygıtları, televizyon için de ses alma aygıtları ya-

---

6 **ibid.**, s. 405-406. : Aziz, **op. cit.**, s. 28.

7 Katz, Wedell, **op. cit.**, s. 10.

8 Emery, Emery, **op. cit.**, s. 414 ve devamı.

9 **ibid.**, s. 403.

10 David Altheide, **Creating Reality, How Television News Distorts Events**, (Sage · California, 1974), s. 29 ve devamı.

11 Edward Jay Epstein, **News From Nowhere**, (New York : Vintage, 1974), giriş bölümü.

nında film çekme aygıtları ve malzemesine gereksinme duyarlar, bunlardan yararlanırlar.

Diğer önemli bir özellikleri ise 24 saat gibi bir zaman sınırı ile sınırlı olduklarından, zamanlamaya önem vermek durumunda olmalarıdır. Yazılı basın için yer sorunu, radyo, televizyon yönünden zaman olarak belirmektedir. Zaman zaman gazetelerde yer sorunu fazla sayfa koyma ile çözülebilirse de, radyo, televizyon için günün belirli saatleri hiçbir zaman değişemeyeceğinden, bunlarla devamlı olarak sınırlı kalmak zorundadırlar.

Radyoda haberleri zamanlama televizyona göre daha kolaydır. Televizyon haberlerinde ses yanında görüntü malzemesi de kullanıldığından, zamanlamaya ses ile birlikte görüntünün işgal edeceği sürenin eklenmesi zorunludur. Radyoda ise, haberlerin içinde sunulan yerinde alınmış seslerin eklenmesi ile zamanlama sınırı, televizyona göre daha kolaylıkla belirlenebilir.

Gerek radyo gerekse televizyon haberlerinde kullanılan ses ve görüntü malzemesinin, haberler antene çıkmazdan önce kurgulanması ve zamanlamasının yapılması, zorunludur. Televizyon haberlerinde kullanılacak resimler, fotoğraflar, filmler önce seçilir, değerlendirilir, kurgusu yapılarak, haberlerin içinde ne kadar zaman süresi yer alacağı plânlanır. Ancak ondan sonra, antene çıkabilir. Radyo yönünden de kullanılacak kayda alınmış ses için benzer bir değerlendirilme, antene çıkmadan önce yapılır. Daha doğru bir deyişle, radyo ve televizyon haberlerinin hazırlanması için çok zaman harcanır, çok kişi de çalışır, didinir, yorulur.

Radyo, televizyon haberleri ister kısa haberler şeklinde ister haber bültenleri şeklinde isterse haber program olarak hazırlansınlar,[12] kullanılan haber metinleri zamana göre ayarlanmış kağıtlara yazılırlar. Gerek programı antene çıkaran teknik sorumlulunun gerekse haber metinlerini sunan spiker veya spikerlerin elinde radyo için kayda alınmış seslerin, televizyon için ses ve görüntülerin kapladığı zaman süresini, gösteren metinler bulunur. Bütün yayınlar bu metinler izlenerek yapılır.

16.4 Radyo, Televizyon Gazeteciliğinde Haber Yapısı :

Elektronik basında yazılı basının aksine, haberlerin bir bütün olarak düşünülmesi esastır. Genelde elektronik basında haberler gruplar

[12] John Hohenberg, **The Professional Journalist**, (New York : Holt, Rinehart and Winston, 1978), s. 270-273, 279.

halinde düşünülür. Halbuki, yazılı basında günün önemli haberi için en büyük başlık kullanılarak, haberin önemli ve büyüklüğü belirtilmeye çalışılır. Elektronik basında haberlerin gruplar halinde düşünülmesinde iki yol izlenilir :[13]

1. Haberler özet halinde az ve öz olarak verilir. Buna **kısa haber ler** denilir.
2. Haberler bir bütün halinde **haber bülteni** içinde yazılır.

Bu iki yolun dışında,, gerek radyo gerekse televizyonda günün önemli olayları hakkında **haber programların** yayınlanması hemen hemen hergün başvurulan yollardan diğer bir tanesidir.[14]

Haberler kısa haberler şeklinde sunulduğunda, genelde yapılan haber kaynağının belirtilerek olayın bir veya iki cümle içinde özetlenmesidir. Haber bülteni şeklinde ise, haberlerin verilmesi kısmen yazılı basına yaklaşmaktadır. Gazetelerdeki gibi haberler uzun ve derinliğine yazılmamakla beraber haberin aldığı süre, kısa haberlere göre uzundur. Ayrıca, haber bülteninde yer alan haberler, kısa haberlere göre daha kapsamlı, aynı zamanda çeşitlidir.

Haber programlar ise kısa haberler ve haber bültenlerinden farklılık gösterirler. Bunlar, günün önemli olaylarını derinliğine, yerinde yapılmış mülâkatlar, röportajlar, yorumlarla birlikte sunarlar. Daha doğru bir deyişle, amaçları günün önemli olaylarını özetleme, değerlendirmedir. Bu yönden de haber programlar, devamlı olarak dramatize bir hava taşırlar.

Elektronik basında haberler ister kısa haberler, ister haber bültenleri, isterse haber programlar içinde verilsinler, konuşma havasında verilmeleri en temel özellikleridir. Bu bakımdan, pek çok Batı ülkesinde ve A.B.D.'de haberlerin konuşma havası içinde, fiil zamanı olarak şimdiki zaman kullanılarak verilmesi çok yaygın bir uygulamadır. Türkiye'de elektronik basında, radyo ve televizyonun haber yapısını birbirinden ayırmak çok güçtür. Haberler aslında her iki kitle haberleşme aracı için hazırlanmakta, hemen hemen aracın yapısal özelliği dikkate alınmaksızın aynen sunulmaktadır. TRT Kurumu tarafından kullanılan haber zamanı, "di'li geçmiş zamandır".

Elektronik basında, yazılı basındaki gibi sayfa düzeni bulmak çok zordur. Yalnız, haberlerden önce verilen haber özetleri kısmen, bu işlevi

---

[13] ibid., s. 270-271.
[14] ibid., 273-279.

yerine getirmektedir denilebilir. Kullanılan haber özetleri iyi düzenlenir ve yazılırsa, radyo dinleyicisi ve televizyon seyircisi üzerinde iyi bir etki bırakabilir. Ayrıca, haberleri sunan spiker veya spikerlerin sesi, yerinde kayda alınmış röportajlar ve haber filmleri kullanılıyorsa, fonda konuşan muhabirin sesi, radyo ve televizyon gazeteciliği için önemli etkenlerdir. Belki üzerinde durulması gerekli diğer önemli bir nokta ise, haberleri oluşturan kelimelerin antene çıktığında, doğru ve aslına sadık bir şekilde telâffuz edilmeleridir.[15]

Elektronik basında haberler konuşma havasında verildiklerinden devamlı olarak dostça bir ifade taşırlar. Daha doğru bir deyişle gayrı resmidirler. Kullanılan cümleler kısadır. Cümlelerin kuvveti başta değil, sondadır. Bu yönden çoğu kez renkli haber havası taşırlar.[16] Yalnız, elektronik basında, yorumlayıcı, açıklayıcı, araştırıcı haberlere de rastlamak mümkündür.[17]

16.41 Radyo Haberciliği :

Pek çok ülke yönünden günlük haber alma gereksinimini sağlayan radyo haberciliği, açık, anlaşılması kolay şekilde yazılmış haberlerden oluşur. Radyo için haber yazanlar devamlı olarak, insanın kulağına yönelik olarak haberlerini düzenlerler. Bu yüzden de kısa cümleler, az heceli kelimelerle haberlerini yazarlar. Ellerinden geldiği kadar zor telâffuz edilen kelimelerin haberlerinde yer almamasına dikkat ederler.[18]

Radyo haberlerinin temel anlatımı hikâye etme şeklindedir. Bu şekil, yazılı basında kullanılan renkli haber yaklaşımına yakındır. Amaç ise dostça bir yaklaşımla, dinleyicinin ilgisini çekmek, çevresinde olup bitenleri tanımlamaktır. Dinleyicilerin haberi ancak tekrarlandığı ölçüde tekrar dinleme olanağı vardır. Tekrarlanmazsa, haber için geriye dönüş olanağı hiçbir zaman yoktur. Bu bakımdan, radyo haberlerinde anlaşılırlığı sağlama yönünden, kaynak belirtme önemlidir.[19]

Genelde radyo haberlerinde ister kısa haberler, ister haber prog-

---

[15] **ibid.**, s. 276.

[16] **İbid.**, s. 276.: Edward Bliss Jr. John M. Patterson, **Writing News For Broadcast,** (New York: Columbia University Press, 1971), s. 116 ve devamı.

[17] Maury Green, **Television News: Anatomy and Process,** (California: Wadsworth, 1969), s. 205 ve devamı.

[18] Hohenberg, **op. cit.**, s. 270.: Irwin E. Fang, **Television News,** New York: Hastings House, 1972), s. 141 ve devamı.

[19] Hohenberg, **op. cit.**, s. 270.

ramlar isterse haber bültenlerinde sayılan giriş tipleri uygulanarak haberler kaleme alınır :[20]

1. kaynağı belirterek yazılan girişler
   Örnek : Ak Ajansın verdiği habere göre.....
2. yer belirterek yazılan girişler
   Örnek : Yugoslavya'nın başkenti Belgrat'ta.....
3. zaman belirtilerek yazılan girişler
   Örnek : Saat 0.1'den sonra.....
4. zıtlık gösterilerek yazılan girişler
   Örnek : Gülermisin ağlar mısın.....
5. soru sorarak başlayan girişler
   Örnek : İki Almanya birleşecek mi?.....
6. Nükte ile başlayan girişler
   Örnek : Mart kapıdan baktırır, kazma kürek yaktırır örneği, Nisan ayında yağan karlardan yollar kapanmıştır.

16.42 Televizyon Haberciliği :

Televizyon için haber yazmanın diğer haber yazma türlerine göre en çok dikkat ve yaratıcılık istediği ileri sürülmektedir. Televizyon haberi bir yandan usluba önem verirken, aynı zamanda muhabirin becerisini iyi bir şekilde kullanmasını, olayın özgeçmişini içinde bulunduğu koşullar içinde iyi bir şekilde değerlendirmesini zorunlu kılmaktadır.[21]

Televizyon haberinin yapısı en çok radyo ve dergi haberine yakındır. Yine de anılanlarla arasında belirgin farklılıklar bulunmaktadır. Radyo haberi ile benzeşmesi, her ikisinin de haber yapısının bir şov (gösteri) düzeni içinde düzenlenmesi gerekliliğindendir. Yalnız, televizyon haberinde ayrıca görüntü malzemesinin yer alması gösteri düzenini, radyodan ayırmaktadır. Dergi haberlerinden televizyon haberlerinin ayrıldığı nokta ise, televizyonda haberlerin bir yayın düzenine göre kurgulanmasıdır[22]

Televizyon haberi için belki en önemli özellik, haberin son kelimesi söylenmeden, son resim gösterilmeden olayı tam olarak anlatmadığıdır. Hiçbir zaman zaten, gazete haberi gibi alttan önemsiz kısımlar

---

[20] ibid.,
[21] Green, op. cit., s. 83.: Hohenberg, op. cit., s. 286.
[22] Green, op. cit., s. 83.: Fang, op. cit., s. 121 ve devamı.

çıkarılabilecek şekilde kaleme alınmaz. Bu durumu da dramatik bir bütünlük içinde kaleme alınması zorunluluğundan ileri gelmektedir.[23] Ayrıca, televizyon stüdyosu hiçbir zaman gazetenin yazı işleri odasıyla benzeşmez. Televizyon haberleri bakımından zaman darlığı varsa, haberler kısaltılmaz, bazı haberler tümden çıkarılırlar.

Televizyon haberinin dramatik bir bütünlüğü olduğundan, başı, ortası ve sonu tıpkı Aristo'nun bütünlük anlayışı gibi anlamlı bir şekilde düşünülerek kaleme alınmalıdır. Daha doğru bir deyişle, bir kısmından vazgeçmek, haberi anlamsızlaştırabilir. Bu yönden, bir piyesin tersine televizyon haberinde olayın doruk noktası haberin ya başında ya da başlangıca yakın bir kısmına yerleştirilir. Nedeni ise, gerekli olan olguları dramatik terimlerle ifade etme olduğu kadar, olayın neden ve sonuçlarını görebilmedir.[24]

---

[23] Green, op. cit., s. 84.: Bliss, Patterson, op. cit., s. 127 ve devamı.
[24] Green, op. cit., s. 84.: Fang, op. cit., s. 121 ve devamı.

KAYNAKÇA

I. KİTAPLAR

ALMOND Gabriel, POWELL Bingham, **Comperative Politics : A Developmental Approach,** (Boston : Little and Brown : 1966).

ALTHEIDE David, **Creating Reality : How Television News Distorts Events.** (California : Sage; 1974).

AZİZ Aysel, **Radyo ve Televizyona Giriş,** genişletilmiş 2. baskı, (Ankara : Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın ve Yayın Yüksek Okulu Basımevi, 1981).

BLISS Edward, PATTERSON M. John, **Writing News for Broadcast,** (New York, Columbia University Press, 1971).

BLUMLER Jay, KATZ Elihu (der.), **The Uses of Mass Communications : Current Perspectives on Gratification Research,** (London : Sage : 1974).

BOLCH Judith, MİLLER Kay, **Investigative and Indepth Reporting,** (New York, Hastings House, 1978).

CHARNLEY Mitchell V., **News by Radio,** (New York : MacMillan, 1948).

CLAPPER Joseph, **The Effects of Mass Communication,** (New York : The Free Press, 1960).

CLAUSSE Roger, **Les Nouvelles,** (Editions de l'Institüt de Sociologie de l'université Libre de Bruxelles, 1963).

COHEN Bernard, **The Press : The Public and Foreign Policy,** (Princeton : New Jersey : Princeton University Press, 1963).

DEFLEUR Melvin, **Theories of Mass Communication,** 2. baskı, (New York : David Mc Kay, 1970).

DÖNMEZER, Sulhi, **Basın Hukuku,** (İstanbul : Sulhi Garan Matbaası, 1976).

EMERY Edwin, **Press and America,** 2. baskı, (New Jersey : Englewood Cliffs. Prentice Hall, 1962).

EMERY, Edwin, EMERY Michael, **Press and America,** 4. baskı, (New Jersey : Englewood Ciliffs, Prentice Hall 1978).

EPSTEİN Edward Jay, **News From Nowhere,** (New York Random House, 1973).

EVLİYAGİL Şevket, **Basın Sanayinin Temel Kavramları,** (Ajans Türk Bilim Yayınları Dizisi No : 3, Ankara, 1973).

FANG Irwin, **Television News,** (New York : Hastings House, 1972).

GREEN Edward, **Television News : Anatomy and Process,** (California : Wadsworth. 1969).

GLAZER Robert (der.), **The Nature of Reinforcement,** Part I. (Pittsburg : University of Pittsburg Learning Research and Development Center, 1970).

HARRİSS Julian, JOHNSON Stanley, **The Complete Reporter,** 5. baskı, (New York: MacMillan, 1969).

HIEBERT E. Ray, UNGURAIT F. Donald, BOHN W. Thomas, **Mass Media: An Introduction to Modern Communication,** (New York: David Mc Kay, 1974).

HOHENBERG John, **The Professional Journalist,** 4. baskı, (New York: Holt, Rinehart and Winston, 1978).

KATZ Elihu, WEDELL George, **Broadcasting in the Third World: Promise and Performance,** (New York: The MacMillan, 1978).

Les Agences Telegraphiques De L'information, (Unesco: Paris, 1953).

L'information a Travers Le Monde, (Unesco: Paris, 1964).

LİPPMANN Walter, **Public Opinion,** (New York: MacMillan, 1949).

MERRILL C. John, (der.), **International Communications: Media, Channels and Functions,** (New York: Hastings House, 1970).

MC DOUGAL Curtis, **Interpretative Reporting,** (New York: Mac Millan, 1969).

MC LUHAN Marshall, **Understanding the Media: The Extensions of Men,** (New York: The New American Library, 1963).

MC QUAİL Dennis, (der), **Sociology of Mass Communication,** (Penguin Books, 1972).

MOYES B. Norman, WHITE M. David, **Journalism in the Mass Media,** (Boston: Ginn and Co., 1970).

PATTERSON M. Hellen, **Writing and Selling Feature Articles,** (New York: Prentice Hall, 1956).

ROSCHCO Bernard, **Newsmaking,** (Chicago: University of Chicago Press, 1975).

SCHRAMM Wilbur, (der., **The Process and Effects of Mass Communication,** (Urbana: University of Illinois Press, 1954).

SCHRAMM, Wilbur, (der.), **Mass Communications,** (Urbana: University of Illinois Press, 1960).

SCHRAMM Wilbur, ROBERTS F. Donald, (der.), **The Process and Effects of Mass Communications,** gözden geçirilmiş baskı, (Urbana: University of Illinois Press, 1971).

SCHRAMM Wilbur, **Men, Messages and Media,** (New York: Harper and Row, 1973).

STRINGBERG Charles, (der.), **Mass Media and Communication,** (New York: Hastings House, 1972.).

TERROU Fernand, **L'Information,** (Presses Universitaires de France, Paris, 1969).

TOKGÖZ Oya, **Türkiye ve Ortadoğu Ülkelerinde Radyo ve Televizyon Sistemleri: Mukayeseli Bir Araştırma,** (Ankara: Sevinç Matbaası, 1972).

TOPUZ Hıfzı, **100 Soruda Türk Basın Tarihi,** (İstanbul: Gerçek Yayınevi, 1973).

Uluslararası Anlayış ve Kitle İletişim Araçları, (Unesco: Hacettepe Üniversitesi Ortak Semineri, 1980).

WARREN Carl, **Modern News Reporting,** (New York: Harper and Row, 1959).

WİLLİAMS Francis, **La Transmission de l'information,** (Unesco, Paris, 1953).

WOOD A. William, **Electronic Journalism,** (New York: Columbia University Press, 1967).

World Communications, (Paris, The Unesco Press, 1975).

World Newspapers and News Agencies, (Paris: The Unesco Press, 1964).
WRİGHT Charles, **Mass Communications,** (New York: Random House, 1959).

II. MAKALELER:

ABADAN Nermin, "Gazeteciliğin Gelişim Safhaları", **SBF Dergisi,** cilt, 16, No: 1, Mart 1961.

BECKER Lee, MC COMBS Maxwell, MC LEOD Jack, "The Development of Political Cognitions", Steven Chaffee (der.). **Political Communication,** (Sage: London, 1975).

BERELSON Bernard, "What a Missing Newspaper Means?", Wilbur Schramm (der.), **The Process and Effects of Mass Communication,** (Urbana: University of Illinois Press, 1954).

BERELSON Bernard, "Communication and Public Opinion", Wilbur Schramm (der), **Mass Communications,** (Urbana: University of Illinois Press, 1960).

CHAFFEE Steven, "The Diffusion of Political Information", Steven Chaffee (der.), **Political Communication,** (Sage: London, 1975).

CULBERTSON Hugh, "News Leaks: A Dilemna for Editors as well as Officers", **Journalism Quarterly,** (Autumn, 1980).

ESTES W.K, "Reward in Human Learning Theoretical Issues and Strategic Choice Points" Robert Glazer (der.), **The Nature of Reinforcement,** Part I, (Pittsburg: University of Pittsburg Learning Research and Development Center, 1970).

LASSWELL Harold D., "The Structure and Function of Communication in Society" Wılbur Schramm, (der.), **Mass Communication,** (Urbana: University of Illinois Press, 1960).

LAZARSFELD Paul, MERTON K. Robert, "Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action" Wilbur Schramm (der.), **Mass Communication,** (Urbana: University of Illinois Press, 1960).

MOLOTCH Harvey, LESTER Marilyn, "News as a Purposive Behavior: On the Strategic Use of Routine Events and Scandals" **American Sociological Review, 39, (1974).**

NORDENSTRENG Kaarle, "Policy for News Transmission," Denis Mc Quail (der.), **Sociology of Mass Communication,** (Penguin 1972).

ÖCAL Hakkı, "Türk Basını: Kalkınma ve Basının Görevi" **Ufuk,** 29 Şubat 1980.

PARK B. Robert, "News as a Form of Knowledge", Charles Stringberg (der.), **Mass Media and Communication,** (New York: Hastings House, 1972).

ROBERTS F. Donald, "Nature of Communication Effects" Wilbur Schramm, Donald F. Roberts (der.), **The Process and Effects of Mass Communication,** (Urbana: University of Illinois Press, 1971).

SCHRAMM Wilbur, "The Nature of News" **Journalism Quarterly,** 20 (1949).

SUSSMANN Leonard, "The March Through World's Mass Media" **Orbis,** 20 (1977).

THOMPSON of Fleet Lord, "Newspaper Standarts for the Seventies" Heinz Dietrich-Fischer, John Merrill, (der.), **International Communication: Media, Channels, Functions,** (New York: Hastings House, 1970).

TOPUZ Hıfzı, ÖZKÖK Ertuğrul, "Vers un Nouvel Ordre international de l'information" **Milletlerarası Münasebetler Türk Yıllığı, 1976,** (Ankara: 1979).

TOPUZ Hıfzı, "Kitle İletişim Araçları Evrensel Bildirgesi ve Yeni Uluslararası İletişim Düzeni", (Unesco-Hacettepe Üniversitesi Semineri, 1980).

TOKGÖZ Oya, "Haber Toplayan ve Satan Kuruluşlar: Haber Ajansları" **SBF Dergisi,** cilt: 27, No: 2, Ankara, 1972).

TOKGÖZ Oya, "Siyasal Toplumsallaşmada Kitle Haberleşme Araçlarının Rolü ve Önemi" **SBF Dergisi,** cilt: 33, No: 3-4, Ankara, 1980.

TOKGÖZ Oya, "Türkiye'de Yerel Gazetecilik Olgusu" **Basın ve Yayın Yüksek Okulu Yıllığı, 1979-1980,** (Ankara: 1981).

UNAT-ABADAN Nermin, "Tek Yönlü İletişime Karşı Görüşler ve Düşünceler". **Basın ve Yayın Yüksek Okulu Yılığı 1974-1976,** (Ankara: 1977).

WİEBE Gerhard, "Mass Media and Man's Relationship to His Environment" **Journalism Quarterly,** (Autumn, 1973).

III. GAZETECİLİK KONUSUNDA TÜRKÇE YAYINLANMIŞ KAYNAKLAR

KİTAPLAR

Basın ve Hukuk

DÖNMEZER Sulhi, **Basın ve Hukuku,** (Sulhi Garan Matbaası: İstanbul, 1976).

GÖLCÜKLÜ Feyyaz, **Haberleşme Hukuku - Basın, Radyo, Televizyon,** (Sevinç Matbaası, Ankara, 1970).

İÇEL Kayıhan, **Kitle Haberleşme Hukuku,** (Sulhi Garan Matbaası, İstanbul, 1977).

ÖZEK Çetin, **Türk Basın Hukuku,** (Fakülteler Matbaası, İstanbul, 1978).

Basın Sanayii

EVLİYAGİL Şevket, **Basın İşletmeciliği Ders Notları,** (Ajans Türk Bilim Yayınları Serisi No: 2, (Ankara, 1969).

EVLİYAGİL Şevket, **Basım Sanayiinin Temel Kavramları,** (Ajans Türk Bilim Yayınları Serisi No: 3, Ankara, 1976).

EVLKYAGİL Şevket, **Basın ve Basım İşletmeciliği Ders Notları,** (Ajans Türk Bilim Yayınları Serisi No: 4, Ankara, 1977).

Basın Tarihi

(Bu alanda Türkçe yayınlanmış kaynak oldukça fazladır. 1981 yılında yayımlanmış Türkiye Basın Yayın Tarihi Kaynakçası adını taşıyan kitaptan yararlanılması daha anlamlıdır).

VARLIK Bülent. M., **Türkiye Basın-Yayın Tarihi Kaynakçası,** (A.İ.T.İ.A. Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksek Okulu Basımevi, Ankara, 1981).

Gazete Yayınlama Yöntemleri

EVLİYAGİL Şevket, **Gazete Yayınlama Yöntemleri,** (Ajans Türk Bilim Yayınları Serisi No: 5, Ankara, 1981).

GÜNEŞSOY Sencer, **Gazeteciliğin Temel İlkeleri ve Tekniği: Ders Notları,** (A.İ.T.İ. A. Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksek Okulu Yayını, Ankara, 1979).

KARACA Osman Nuri, **Haber ve Yazı Tekniği**, (İstanbul: Akşam Gazetesi Yayını, 1962).

İPEKÇİ Abdi, **Başlık ve Mizanpaj Tekniği**, (teksir 1970-1971).

KURTBÖKE Oktay, **Sayfa Düzeni - Gazete Yayınlama Tekniği**, (İstanbul, 1979).

SUBAŞI Nihat, **Gazete**, (Ulusal Basımevi, Ankara, 1970)

YÜREĞİR Orhan Remzi, **Gazete ve Gazeteci**, (Başnur Matbaası, 1969).

Genel Gazetecilik

BAŞKUT Cevat Fehmi, **Gazetecilik Dersleri**, (İstanbul, 1959).

DENOYER, Pierre, **Modern Basın**, (Çev.: Adnan Cemgil, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1963).

HOHENBERG John, **Gazetecilik Mesleği**, (Çev. Filiz Ofluoğlu, İstanbul Gazeteciler Cemiyeti Yayını, 1960).

KORKMAZ A. Hikmet, GÖKER Olcay, **Yazılı Basının Dağıtım ve Maliyet Sorunları**, (Ankara: Basın Yayın Genel Müdürlüğü, 1975).

TAN Hasan, **Gazete Haberleri Testi: Geliştirilmesi ve Standardizasyonu**, (Ankara, 1974).

TAYGUN Ali İsa, **Basın, 4. Kuvvet**, (Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayını No: 1, Ankara, 1968).

TGS, Basın Sorunları Raporu, (Başnur Matbaası, Ankara 1972).

TULGAR Ayçetin, **Haber Tekniği**, (Ankara: 1970).

MAKALELER

ABADAN Nermin, "Gazeteciliğin Gelişim Safhaları" **SBF Dergisi**, cilt: 16, No: 1, Mart 1961, s. 118-140.

ABADAN Nermin, "Cumhuriyet ve Ulus Gazeteleri Hakkında Muhteva Tahlili," **SBF Dergisi**, cilt: 16, No: 2, Haziran 1961, s. 93-118.

ABADAN-UNAT Nermin, "Tek Yönlü İletişime Karşı Görüşler ve Düşünceler", **Basın ve Yayın Yüksek Okulu Yıllık 1974-1976**, (Doğan Basımevi, Ankara, 1977), s. 425-440.

ALDOĞAN Yazgülü, "Günümüz Türk Basını", **Basın ve Yayın Yüksek Okulu Yıllık 1977-1978**, (Ankara, SBF-BYYO Basımevi, 1979), s. 1-34.

ALDOĞAN Yazgülü, "Günümüz Türk Basını II", **Basın ve Yayın Yüksek Okulu Yıllık 1979-1980**, (Ankara: SBF-BYYO Basımevi, 1981), s. 1-23.

ALİCAN Cahit, "Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Gazete ve Halk Eğitimi", **Basın ve Yayın Yüksek Okulu Yıllık 1973**, (Ankara: Sevinç Matbaası, 1974), s. 213-240.

DANIŞMAN Ahmet, "Devlet Basını ve Yayını", **Basın ve Yayın Yüksek Okulu Yıllık 1973**, (Ankara : Sevinç Matbaası, 1974), s. 241-266.

GÜNAL Yılmaz, "Basında Sorumluluk", **Basın ve Yayın Yüksek Okulu Yıllık 1977-1978**, (Ankara: SBF-BYYO Basımevi, 1979), s. 67-77.

KOCABAŞOĞLU Uygur, "Haber Kavramı Üzerine", **Basın ve Yayın Yüksek Okulu Yıllık, 1974-1976**, (Ankara: Doğan Basımevi, 1977), s. 335-349.

KOLOĞLU Orhan, "Devlet Enformasyonu Kavramı ve Basın Tarihinin Halkla İlişkiler Tarihine Dönüştürülmesi", **Basın ve Yayın Yüksek Okulu Yıllık 1979-1980**, (Ankara: SBF-BYYO Basımevi, 1981), s. 123-128.

ÖNGÖREN Mahmut Tâli, "Haberciliğe Genel Bakış", **Basın ve Yayın Yüksek Okulu Yıllık 1977-1978,** (Ankara: SBF-BYYO Basımevi, 1979), s. 109-131.

SOYSAL İlhami, "Basın İlân Kurumu ve Resmi İlânlar Sorunu", **Basın ve Yayın Yüksek Okulu Yıllık 1979-1980,** (Ankara: SBF-BYYO Basımevi, 1981), s. 263-270.

ŞENYAPILI Önder, "1970'lerin Başında Sayılarla Türk Basını", **Amme İdaresi Dergisi,** cilt: 4, No: 4, Aralık 1971, s. 67-115.

TOKGÖZ Oya, "Haber Toplayan ve Satan Kuruluşlar: Haber Ajansları", **SBF Dergisi,** cilt: 17, No: 2, Ankara, 1972, s. 143-157.

TOKGÖZ Oya, "Gazetecilik Araştırmalarının Önemi", **SBF Dergisi,** cilt: 17, No: 4, Ankara, 1973, s. 83-100.

TOKGÖZ Oya, "Çağımızın Gazeteciliğinin Özellikleri", **Basın ve Yayın Yüksek Okulu Yıllık 1973,** Ankara, 1974, s. 267-277.

TOKGÖZ Oya, "Günümüzde Gazeteler ve Gazete Okuma", **SBF Dergisi,** cilt: 18, No: 3-4, Ankara, 1975, s. 83-95.

TOKGÖZ Oya, "Bazı Gazetelerimizde 1973 Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı Seçimlerine Verilen Önem: İçerik Çözümlemesi ile Yaklaşım", **SBF Dergisi,** cilt: 20, sayı: 1-4, Ankara, 1977, s. 67-78.

TOKGÖZ Oya, "Türkiye'de Yerel Gazetecilik Olgusu: Rolü ve Önemi", **Basın ve Yayın Yüksek Okulu Yılık 1979-1980,** Ankara, 1981, s. 271-294.

S.B.F. Basın ve Yayın Yüksek Okulu Basımevi, Ankara - 1981 170 TL.