

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO, TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI
RADYO, TELEVİZYON VE SİNEMA BİLİM DALI

**TELEVİZYON HABERCİLİĞİNDE NESNELLİK: SES
KAYITLARININ TV HABERLERİNDE ELE ALINIŞI**

Kübra BACA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman

Yrd. Doç. Dr. Mete Kazaz

Konya 2015

ÖN SÖZ

Bu çalışma Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo, Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı'nda yüksek lisans tezi olarak hazırlanmıştır.

Televizyonun insan hayatındaki yeri yadsınamaz bir durumdadır. Artık her evde en az bir tane televizyon bulunmaktadır. İnsanların günlük hayat içerisinde en sık kullandığı kitle iletişim araçlarından biri konumundadır. Yeni araçlar ortaya çıksa da televizyon sahip olduğu konumu elinde tutmakta bu araçların varlığından çok fazla etkilenmemektedir. Tercih edilme oranı fazla olan bu kitle iletişim aracı insan hayatı için önemli olan haber alma özgürlüğüne de katkı sağlayan bir araç olarak hayatına devam etmektedir.

Günlük hayatta meydana gelen olayları yine televizyon ile birlikte evlerimize kadar ulaşan haberler sayesinde öğreniyoruz. Merak ettiğimiz olayları birçok televizyon kanalından aynı anda öğrenebilme şansına sahibiz. Televizyon kanalları arasında seçim yapmak ve meydana gelen olayın doğrusunu öğrenmek en doğal hakkımızdır. Bu noktada izleyicinin beklentisi olayın en doğru ve tarafsız bir şekilde kendisine ulaşmasıdır. Haber almak kadar haberi doğru olarak almak da bir hak olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu doğruluğu, tarafsızlığı sağlayacak olan nesnellik kavramıdır. Televizyon haberciliğinde nesnel olmak kamuoyunun güvenini kazanmak oldukça mühim bir olaydır.

Bu doğrultuda hazırlanan “Televizyon Haberciliğinde Nesnellik: Ses Kayıtlarının TV Haberlerinde Ele Alınışı” isimli tez çalışmada nesnellik kavramının televizyon haberlerinde ses kayıtları olayı çerçevesinde nasıl ele alındığını belirlemek amaçlanmıştır. Televizyon kanal kuruluşlarının ya da haberi hazırlayan kişilerin (editör, muhabir) ideolojik eğilimlerinin, kişisel fikirlerinin haberin nesnel olarak aktarılmasında etkisi olduğu düşünülmektedir. Araştırmada, bu etkinin düzeyi belirlenmeye çalışılmıştır.

Lisans hayatım boyunca severek takip ettiğim, çalışmak istediğim habercilik alanında hazırladığım bu çalışmanın planlanıp yürütülmesi esnasında bilgi, tecrübe ve yönlendirmeleri ile bana yol gösteren danışman hocam, Sayın Yrd. Doç. Dr. Mete Kazaz'a, bana destek olan hocam Sayın Yrd. Doç. Dr. Nurullah Tabakçı'ya, bu süreçte ve tüm eğitim öğretim hayatım boyunca benden maddi manevi desteğini esirgemeyen, beni her zaman yüreklendiren canım aileme sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

KÜBRA BACA



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Adı Soyadı	Kübra BACA		
Numarası	124223001017		
Ana Bilim / Bilim Dalı	Radyo Televizyon ve Sinema		
Programı	Tezli Yüksek Lisans <input checked="" type="checkbox"/>	Doktora	<input type="checkbox"/>
Tez Danışmanı	Yrd. Doç. Dr. Mete KAZAZ		
Tezin Adı	Televizyon Haberciliğinde Nesnellik: Ses Kayıtlarının TV Haberinde Ele Alınışı		

ÖZET

Kamuoyunun haber alma aracı olarak kullandığı televizyonun, olayları aktarırken nesnellığı göz ardı edip etmediklerini belirlemek bu araştırmanın amacını oluşturmaktadır.

Araştırma yöntemi olarak içerik analizinin seçildiği bu çalışmada yöntemine uygun olarak farklı ideolojik yaklaşımlara sahip dört televizyon kanalı olan Kanal D, Atv, Samanyolu Haber ve Artı 1 televizyonu örneklem olarak seçilmiştir. Araştırmada yargısal örnekleme yöntemi kullanılmış olup, seçilen bu dört ayrı televizyon kanalının ses kayıtları haberlerini nasıl ele aldıklarına dair veriler elde edilmiştir.

Araştırmanın ilk iki bölümünde literatür taraması yöntemiyle konu ile ilgili kuramsal çerçeve oturtulmuştur. Birinci bölümünde haber kavramı, günlük bir olayın nasıl televizyon haberine dönüştüğü, olayın haber olmasını sağlayan değer etmenleri ve haber içeriklerine etki eden unsurlar anlatılmıştır. İkinci bölümünde televizyon haberciliğinden, televizyon haberciliğinde korunması gereken nesnellik kavramından, haber oluşum sürecinde nesnellik aşamalarından bahsedilmiştir. Etik kavramına, televizyon haberciliğinin gösterdiği değişime ve televizyon haberciliğinde karşılaşılan etik sorunlara değinilmiştir.

Araştırmanın üçüncü bölümünde incelenen televizyon kanallarının analizleri aktarılmaya başlanmıştır. Dört ayrı televizyon kanalının incelenen gün içerisinde ana haber bültenlerinde ses kayıtları olayını ele alışları içerik analizi yöntemiyle irdelenmiştir. Spikerin söylemi, hazırlanan perfore metni, kullanılan k'ler, haber süreleri, kişilere ayrılan süreler aktarılmıştır. Yine araştırmanın bulguları analizler doğrultusunda hazırlanan tablolar ile aktarılmaya çalışılmıştır. Bu analizler ve tablolar sayesinde sonuca ulaşılmıştır.

Araştırmada haber içeriklerini hazırlayan televizyon kanalının sahip olduğu ideolojik eğilimin haber içerikleri konusunda oldukça etkili olduğu görülmüştür. Kişisel fikirler, ideolojik bakışın habere konu alan kişilere göre farklı yaklaşımlar sergilediği dikkat çekmektedir. Kendi sahip oldukları görüş dışında başka görüş bildiren bir kişi, olayın sahibi yani olay kişisi olsa bile haber içerisinde yer bulamamıştır. Ayrıca bu bakış açısının hem kullanılan k'ye, hem haber metnine hem de spikerin söylemine aynı şekilde yansıdığı görülmektedir. Spikerin söyleminin haber içerisinde de defalarca yinlendiği, alt yazılarla da bu iki söylemin desteklendiği rahatlıkla fark edilmektedir. Özellikle haber bülteni içerisinde kanal görüşünü destekleyen kişilerin açıklamalarının uzun süre yer bulduğu, karşıt görüşlerin bültende ya çok az yer bulduğu ya da hiç yer bulmadığı sonucuna varılmıştır.



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin

Adı Soyadı	Kübra BACA		
Numarası	124223001017		
Ana Bilim / Bilim Dalı	Radyo Televizyon ve Sinema		
Programı	Tezli Yüksek Lisans <input checked="" type="checkbox"/>	Doktora	<input type="checkbox"/>
Tez Danışmanı	Yrd. Doç. Dr. Mete KAZAZ		
Tezin İngilizce Adı	Television in Journalism Objectivity : The Handling of Audio Recording in TV News		

SUMMARY

The aim of this survey is to detect whether Television ignores the objectivity or not that is used as a news source for the public opinion. Research method of content analysis in this study is selected among the channels such as Kanal D, Atv, Samanyolu Haber and Artı 1 as they have different approaches to ideologies. In the study, the method of judgemental samples is used and also obtained data how they have worked on voice records news from these different channels. Theoretical framework relevant to the literature method was based on the first two chapters of the study. The concept of news in the first section, which turned into a daily event how television news, and news content factors influence the values that make us the elements of the event are described. The second part of television journalism, television concept of objectivity in journalism in need of protection, are discussed objectivity in news production process stages. The ethics, TV show and TV journalism that changes have been mentioned problems encountered in journalism ethics. From the third chapter of the study, it has been conveyed the analysis of TV channels that are examined. Four separate channels in the prime news event of the examination day audio recordings have been examined by the method of content analysis of handling. The discourse of the announcer, perforated prepared text, the kj are used, the notice period for the person's talking time was transferred. Again, it was tried to convey the charts prepared in accordance with the analysis of the research findings. It comes to the solution with the help of this analysis and tables. In the survey, research in the ideological trend in television channels owned by preparing news content news content have been shown to be very effective. Personal ideas, it was observed that different approaches regarding the person who subjects to the ideological news.

A person reported to have other opinions out of sight of the broadcaster, the event that the owner of the event, even if the person did not find place in new.

Moreover, this perspective of both kj'y used to, and the news text, and is seen to be reflected in the same way the discourse of the speaker. Announcer repeated many times in the news discourse, the subtitles can be noticed easily supported these two discourse. In particular, the description of the person supporting the view channel in the newsletter has found place for a long time, he found the opposite view of the newsletter, or it is concluded that very little space or cannot find any place.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
BİLİMSEL ETİK SAYFASI	i
YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU.....	ii
ÖNSÖZ.....	iii
ÖZET.....	iv
SUMMARY	v
İÇİNDEKİLER	vi
KISALTMALAR	ix
TABLolar LİSTESİ	x
GİRİŞ.....	xi

1.BÖLÜM

OLAY HABER İLİŞKİSİ VE HABER İÇERİKLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

1.1.Haber Nedir	1
1.2.Günlük Olayın Televizyon Haberine Dönüşümü	4
1.3.Haber Değer Etmenleri.....	5
1.3.1. Gerçeklik.....	5
1.3.2. Zamanlılık.....	6
1.3.3. Yakınlık	8
1.3.4. Önemlilik	8
1.3.5. Etkili İlgililik.....	9
1.3.6. İlginçlik	10
1.4. Haber İçeriklerine Etki Eden Unsurlar.....	10
1.4.1 Medya Çalışanlarından Kaynaklı Etkiler	11
1.4.2 Çalışma Düzeninden Kaynaklanan Etkiler.....	11
1.4.3 Kurumsal Amaçlardan Kaynaklanan Etkiler	12
1.4.4 Kurum Dışından Gelen Etkiler	12
1.4.5 İdeolojik Eğilimlerin Etkileri.....	12
1.5. Haber İnşa Stratejileri.....	13

2.BÖLÜM

TELEVİZYON HABERCİLİĞİNDE NESNELLİK VE ETİK SORUNLAR

2.1. Televizyon Haberciliği	15
2.2. Televizyon Haberciliğinde Nesnellik Kavramı	18
2.2.1. Netlik Unsuru	19
2.2.2. Denge Unsuru	19
2.2.3. Eşit Alan / Eşit Zaman Unsuru	19
2.3. Televizyon Haberciliğinde Nesnellik Aşamaları.....	20
2.3.1. Haberin Yazım Aşamasında Nesnel Olmak	21
2.3.2. Haberin Düzenlenme Aşamasında Nesnel Olmak	25
2.3.3. Haberin Yayın Aşamasında Nesnel Olmak	27
2.4. Habercilikte Yorum	29
2.5. Haber Nesnelliğın Değerlendirilmesi	30
2.6. Ahlak ve Etik Kavramları	31
2.7. Televizyon Haberinde Yaşanan Değişim ve Magazinleşme Sorunsalı	33
2.8. Televizyon Haberciliğinde Etik Sorunlar	38
2.9. Basında Yer Alan Mesleki İlkeler	42
2.9.1. Doğan Medya Grubu Yayın İlkeleri	43
2.9.2. BBC'nin Editöryel Değerleri.....	47

3.BÖLÜM

TELEVİZYON HABERCİLİĞİNDE NESNELLİK: SES KAYITLARININ TV

HABERLERİNDE ELE ALINIŞI

3.1. Araştırmanın Konusu	50
3.2. Araştırmanın Amacı	51
3.3. Araştırmanın Önemi	52
3.4. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıklar	53
3.5. Evren ve Örneklem Seçimi	53
3.6. Araştırmanın Yöntemi	54
3.7. Varsayımlar	55
3.8. Tanımlar	55

3.9. Verilerin Toplanması.....	56
3.10. Bulgu ve Yorumlar	58
3.11. Ses kayıtları Olayı.....	58
3.12. Kanal D	59
3.12.1. Kanal D Ana Haber Bülteni Ses Kayıtları Olayı Haber Kesitleri.....	59
3.13. Samanyolu Haber.....	61
3.13.1. Samanyolu Haber Ana Haber Bülteni Ses Kayıtları Olayı Haber Kesitleri.....	62
3.14. Atv	63
3.14.1. Atv Ana Haber Bülteni Ses Kayıtları Olayı Haber Kesitleri.....	64
3.15. Artı 1 Tv.....	65
3.15.1. Artı 1 Ana Haber Bülteni Ses Kayıtları Olayı Haber Kesitleri	66
3.16. Kanallara Göre Yapılan İncelemeler ve Elde Edilen Dağılımlar	67
3.16.1. İncelenen Kanalların Haber Sayıları Dağılımı	67
3.16.2. İncelenen Kanalların Haber Kaynakları Dağılımı	68
3.16.3. İncelenen Kanalların İktidara Yönelik Tutumlarının Dağılımı	69
3.16.4. İncelenen Kanalların Muhalefete Yönelik Tutumlarının Dağılımı.....	70
3.16.5. İncelenen Kanalların BDP'ye Yönelik Tutumlarının Dağılımı.....	70
3.16.6. İncelenen Kanalların Kullandıkları Anlatım Tarzı Dağılımı.....	71
3.16.7. Kanalların İncelenen Tarihlerle Göre Ses Kayıtlarını Konu Alan Haber Sayıları Dağılımı	72
3.16.8. İncelenen Kanalların Kullandıkları Aktarma Yüklemleri Dağılımı	73
3.16.9. İncelenen Kanallarda Spiker Yorumunun Dağılımı.....	74
3.16.10. İncelenen Kanallarda Kullanılan Sıfatların Yönü Dağılımı	75
3.16.11. İncelenen Kanalların Olayı Adlandırma Şekli Dağılımı	76
3.16.12. İncelenen Kanallara Göre Haber İnşa Stratejileri Dağılımı.....	77
3.17. Değerlendirme ve Sonuç	79
3.18. Öneriler	83
Kaynakça	84
EK 1. RTUK Kanunu	91
EK 2. Basın Meslek İlkeleri.....	92
EK 3. Türkiye'li Gazeteciler İçin Etik İlkeler.....	93
EK 4. Kodlama Formu	102
Özgeçmiş	104

KISALTMALAR

AKP: Adalet ve Kalkınma Partisi

CHP: Cumhuriyet Halk Partisi

MHP: Milliyetçi Hareket Partisi

BBP: Büyük Birlik Partisi

BDP: Barış ve Demokrasi Partisi

HSYK: Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulu

TÜBİTAK: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu

TDK: Türk Dil Kurumu

MEGEP: Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi

TABLULAR LİSTESİ

	Sayfa No
Tablo 1: Kanallara Göre Ses Kayıtlarını Konu Alan Haber Sayısı.....	67
Tablo 2: Kanallara Göre Kullanılan Haber Kaynakları	68
Tablo 3: Kanalların İktidar ve Mensuplarına Yönelik Tutumları	69
Tablo 4: Kanalların Muhalefet ve Mensuplarına Yönelik Tutumları	70
Tablo 5: Kanalların BDP ve Mensuplarına Yönelik Tutumları	71
Tablo 6: Kanalların Kullandıkları Anlatım Tarzı	71
Tablo 7: Kanalların İncelenen Tarihe Göre Yaptıkları Haber Sayıları.....	72
Tablo 8: Kanallara Göre Kullanılan Aktarma Yüklemeleri	74
Tablo 9: Kanallara Göre Spikerlerin Yorumu.....	75
Tablo 10: Kanallara Göre Kullanılan Sıfatların Yönü.....	76
Tablo 11: Kanalara Göre Olayı Adlandırmada Kullanılan Kelimeler	77
Tablo 12: Kanallara Göre Haberde İdeoloji İnşa Stratejileri	78

GİRİŞ

İnsan hayatında gün içerisinde birçok olay meydana gelir. Bu olayların bir kısmı büyük öneme sahip olup bültende yayınlanmak üzere haber olurken, bir kısmı da yaşanıp bitmekte ve kaybolmaktadır. Bu olayların haber olmasını sağlayan, onların değerini belirleyen hususlardır. Bu hususlar sayesinde olaylar değerlendirilir ve kamuoyuyla paylaşılmak üzere hazırlanır. Olay, haber haline gelirken birtakım süreçlerden geçmektedir. Bu süreçler olayı kendi saf halinden uzaklaştırmaktadır. Burada önemli olan haberi olduğu gibi, en yansız şekilde kamuoyuyla paylaşmaktır. Yani önemli olan haberin oluşum süreçlerinden hiçbirinde nesnellik atlanmaması ve etik kuralların çiğnenmemesi gerektiğidir. Bu çalışmada haber kavramından, haber oluşum süreçlerinden, televizyon haberciliğinde korunması gereken nesnellik kavramından, yine televizyon haberciliğinde karşılaşılan etik sorunlardan bahsedilmektedir.

Kitle iletişim araçlarının hepsi için haber en temel kavramlardan bir tanesidir. Günümüzde insanların haber aldıkları mecralar çoğaldıkça, insanlar da kendilerine sunulan alternatifleri değerlendirmektedir. Yapılan anketlerde insanların haber almada en çok kullandıkları kitle iletişim aracının televizyon olduğu görülmektedir. Bu sebeple, bu çalışmada alan daraltılarak televizyon haberciliği üzerine yoğunlaşmıştır.

Çalışmanın “olay haber ilişkisi ve haber içeriklerini etkileyen faktörler” isimli birinci bölümünde haber kavramına genel bir bakış yapılmış, haberin ne olduğu, günlük bir olayın televizyon haberine nasıl dönüştüğü, bir haberde bulunması gereken değer etmenlerinin neler olduğu anlatılmıştır. Aynı zamanda bu bölümde haber içeriklerine etki eden unsurlara da değinilmiştir.

Çalışmanın “televizyon haberciliğinde nesnellik ve etik sorunlar” isimli ikinci bölümünde; televizyon haberciliğinden, televizyon haberciliğinde nesnellik kavramından, televizyon haberciliğinde karşılaşılan etik sorunlardan bahsedilmektedir. Yine bu bölümde televizyon haberciliğinde son dönemde yaşanan değişim ele alınmış ve basın içerisinde yer alan mesleki ilkeler, kanun ve yayıncılık esasları değerlendirilmiştir.

Çalışmanın “Televizyon Haberciliğinde Nesnellik: Ses Kayıtlarının Tv Haberlerinde Ele Alınışı” isimli ve aynı zamanda tez çalışmasına adını veren üçüncü bölümünde, incelenen Kanal D, Atv, Samanyolu Haber ve Artı 1 televizyon kanallarının ses kayıtları olayını ana haber bültenlerinde nasıl ele aldıklarına değinilmiştir. Yine bu kısımda araştırmanın önemi, amacı, yöntemi, kapsam ve sınırlılıkları, varsayımları, evren ve örneklem seçimi

açıklanmıştır. Araştırmanın verileri doğrultusunda elde edilen bulgular tablolaştırılmış, tüm bölümlerde elde edilen sonuçlar bu kısımda toplanmış ve bir değerlendirme yapılmıştır.

1.BÖLÜM

OLAY HABER İLİŞKİSİ VE HABER İÇERİKLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Çalışma teorik olarak haber üretim sürecinin ilk aşamasında karar veren insanların belirleyici olduğunu vurgulayan “eşik bekçiliği modeli” ile, insanların neyi izlemeleri gerektiğini, neyi önemli görmeleri gerektiğini vurgulayan “gündem belirleme” kuramı üzerine inşa edilmiştir.

Eşik bekçiliği modeli haber üretim sürecinde kapitalist toplumsal formasyonunun belirleyiciliğini, ekonomik kaynakların dağılımının, medya kuruluşlarının örgütsel ve mülkiyet yapılarının, reklam verenlerin etkisinin hiçbir önemi olmadığını belirtmektedir. Tüm bunların yerine haber seçimlerinin sadece eşik bekçileri tarafından gerçekleştiğini söylemektedir. Haber akışının sürekli olduğu ve bu akışta eşik bekçisinin yayın ilkelerine göre seçme işlemini gerçekleştirdiği vurgulanmaktadır. Gündem belirleme kuramında ise medyanın kamuoyunun neyi izleyeceğine karar verdiğine dikkat çekilmektedir. Medya bazı olaylara önem vererek ya da bazı olayları görmezden gelerek toplumun gündemini belirlemektedir. İnsanlar da medyanın verdiği konular hakkında fikir sahibi olabilirken, kendilerine anlatılmayan olaylar hakkında bir şey öğrenememektedir. Bu durumda kamuoyu öğrendikleri doğrultusunda medyanın önem verdiğine o da önem vermeye başlamaktadır. Medya insanların gündemini yönlendirici bir rol üstlenmektedir. (Yaylagül, 2013: 80; 84).

Araştırmanın bu kısmında haber kavramına genel olarak yaklaşılmaya çalışılmıştır. Gün içerisinde meydana gelen bir olayın habere dönüşümü, olayın haber olabilmesi için sahip olması gereken değer etmenleri ve haber içeriklerine etki eden unsurlar anlatılmıştır.

1.1.Haber Nedir?

Haberle ilgili birçok tanım yapılmaktadır. “Köpek bir adamı ısırırsa bu haber değil ama adam köpeği ısırırsa haberdir.” Bu en sık yapılan tanımlardandır. Haber, günlük yaşamın akışı içinde değişikliğe neden olan veya olacak gelişmeler zinciri olarak değerlendirilmektedir. Daha genel ve alışılmış bir ifadeyle küçük insanların

yaptığı büyük şeyler, büyük insanların yaptığı küçük şeyler haberdır. Haberler kimi zaman televizyonlarda yer alan birçok içerikle aynı değerlendirilmektedir. Haber eğlence değildir ve demokratik bir toplumun temel gereksinimlerinden biridir. En önemlisi de kamuoyunun haber alma özgürlüğünün temel sonuçlarından biridir. Çoğu zaman daha çok izlenir olmak için içeriklerine müdahaleye maruz kalmaktadır. Bu da haberlerin ticari bir girişim olarak algılanmasına sebep olmaktadır. Günlük hayatta meydana gelen olaylar belli işlemlerden geçerek habere dönüşür. İnsanlar haber almak için televizyon, gazete, radyo, internet gibi haber kaynaklarını seçmektedir.

Kamuoyu haber alma işlemini kitle iletişim araçları sayesinde yerine getirmektedir. Kitle iletişim araçlarından en çok televizyon kullanılmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri'nde B&T Marketing & Media Ingenuity Research'in 2001 'de yaptığı araştırma sonucuna göre tek haber kaynağı seçiminde halkın yüzde 60'a yakını televizyonu, yüzde 25'i gazeteyi, yüzde 17'si radyoyu, yüzde 10'u ise interneti göstermişlerdir. Yani insanlar haber almada ilk olarak televizyonu tercih etmektedirler. (Orhon, 2002: 3).

Bireylerin herhangi bir haberi izlerken emek harcamadıkları görülmektedir. İzleyicinin aynı anda birden fazla televizyon kanalı sayesinde değişik bilgilere ve yorumlara istediği zaman ulaşması mümkündür. Bu aynı zamanda televizyonun demokratik yönünü vurgulamaktadır. Yani televizyon aynı anda herkese aynı bilgileri aktarmaktadır. Aynı zamanda hız yönünden de diğer kitle iletişim araçlarından açık ara önde yer almaktadır. Bir haberi olayın gerçekleştiği ana en yakın zaman diliminde kamuoyuyla paylaşmaktadır. Bu konuda internet ve radyo haberciliği bile zaman zaman kendisine hız konusunda yetişememektedir. Bu kolaylıklar sayesinde televizyon insanlar tarafından tercih edilme açısından bakıldığında diğer kitle iletişim araçlarını geride bırakmaktadır. (Seyhan, 2012: 18). Aynı zamanda televizyonun kamuoyu üzerinde bazı işlevleri bulunmaktadır. Bu işlevler televizyonun diğer kitle iletişim araçları arasındaki yerini belirlemektedir. Haber verme, eğitme, eğlendirme, kamuoyu oluşturma, mal ve hizmetlerin tanıtılması (reklam) gibi sahip olduğu işlevler televizyonun çoklu bir etkiye sahip olduğunun bir göstergesidir (Kazaz, 2002: 41).

Haber almada en çok tercih edilen televizyon, diğer işletmeler gibi ticari bir kuruluş olarak nitelendirilmektedir. Bu sebeple televizyon habercilik anlayışında bazı şeyler değişmedikçe izleyiciler ana haber bültenini açtığında ya da bir haber programını açtığında bazı gerçeklerle karşılaşacaktır. Bunlar:

1. Amerikan televizyonu, uyumayan bir para makinasıdır.

2. Muhabirler, haber niteliğindeki olayların peşindeyken, iş anlayışlı yönetim sık sık ticaretin önemine dayanan kararlar almaktadır.

3. Haber programlarının biçim ve içeriği hakkındaki pek çok karar, izleyiciye ilişkin bilgilerin ışığında alınmaktadır. Bunun amacı izleyicileri reklamlarla karşı karşıya bırakmak için onların izlemesini sağlamaktır. (Postman, Powers, 1996: 17). Haber programları sürükleyici programlar olarak görülmektedir. Prime-time kuşağının başında yayınlanan bir ana haber bültenin ne kadar izlendiği kendisinden sonra yayınlanacak olan televizyon içeriğini de etkilemektedir. Haber bülteninin izlenme oranı, sonraki televizyon içeriğinin izlenme oranının da yükselmesini sağlamaktadır. Bunun yanı sıra haber izleyicisi diğer televizyon programlarına göre daha nitelikli bir kitleyi oluşturmaktadır. Bu da reklam verenler için istedikleri tüketici grubunu göstermektedir (Şeker, 2014).

Günlük hayatta meydana gelen olayın haber olarak uygulanmasında bazı belirleyiciler vardır. Olay meydana geldiği anda saf, yorumsuz ve olağan bir kavramdır. Haber haline geldiğinde ise artık belli bir ürün olarak adlandırılır. Olay bir biçime bürünür ve insanlara sunulur.

Olaya ait malzeme, içerik şayet bir kamusal yayın yapılan bir kuruluşta kullanılıyorsa devlet ideolojisine bağlılık, ticari yayın kuruluşlarında kullanılıyor ise maddi kazanç belirleyici olmaktadır. Kamuoyuna sunulan ve bir ürün olarak nitelendirilen haberin yapısal bazı özellikleri vardır. Bu özellikler haberin inşa, yönlendirme, yansıtma, taklit ve birer gösteri işi olduğunu göstermektedir. Bu özelliklere yakından bakacak olursak haber inşaadır. Bu yaklaşımda haber, olay değildir. Haber metniyle, müzikle süsleyerek, kurguyla olaydan farklı olarak yeni bir biçim ortaya çıkarmaktadır. Bu da olayı temsilden çok yeniden inşa etmektir. Haber yönlendirmedi. Olayın yeniden bir ürün olarak tasarlanmış hali olan haber, belirli bir bakışın ve ele alınışın ortaya konmasıdır. Haber bir yansıtmadır. Aynı zamanda haber olayın yansımasıdır. Dünyaya açılan bir ayna ve penceredir. Haber taklittir. Olay,

haber olarak şekillendirilirken televizyonun bazı araçlarından faydalanmaktadır. Haber televizyon ekranına taşınırken olay hikayeleştirilir ve asıl hali değişime uğrar. Olay, taklit ve benzetme sonucu haber olarak şekillenmektedir. Haber bir gösteri işidir. Son dönemde gazetecilik ve habercilikte diğer eğlence alanları gibi gösteri dünyasının bir ürünü olarak algılanmaktadır. Televizyondaki diğer içerikler gibi haberlerin de amacı olabildiğince kitleyi kendine çekmektir. Bu sebeple hedefi yerine getirmek adına haberin içeriklerinde değişiklikler yapılmakta bu da haberlerin gösteri işi olarak görülmesine sebep olmaktadır. (Orhon, 2002: 6- 7).

1.2 Günlük Olayın Televizyon Haberine Dönüşümü

Haberler gün içinde meydana gelen olaylardan oluşur. İzleyiciye göre haber, “o gün ne olduğudur”. Ancak gün içinde o kadar çok olay medyana gelir ki tüm bu olayların haber değeri taşıyabilmesi mümkün değildir. O yüzden haber için en doğru tanım “ o gün olan önemli ve ilginç şeyler ” olacaktır. Peki, bu olayların haber olup olamayacağına kim karar verir sorusunun cevabının da haber müdürleri ve muhabirler olduğu görülmektedir. (Orhon, 2002: 19– 20).

Günlük yaşantımızda içinde bulunduğumuz ya da bulunamadığımız birçok olay meydana gelmektedir. Bu olayların bir kısmı bize farklı gelmekte ve dikkatimizi çekmektedir. Diğer bir kısmı ise olağan bir şekilde yaşanıp, geri planda kalmakta ve hayatımız içerisinde çok fazla yer bulamadan yok olmaktadır. Buradan hareketle, hayatımızda ilginç bulduğumuz o bir kısım olayların belli özellikler taşıdığı ve bunun sayesinde bizim ilgimizi çekip, hayatımızda belli bir yer edindiği görülmektedir. Bu taşıdıkları belli özellikleri onları farklı yapmakta ve önemsenmelerini sağlamaktadır. İşte haberler de bu belli özellikler taşıyan, insan hayatında belli bir yer edinmiş ya da edinebilecek olayların insanlara sunulmasıyla oluşur.

Günlük hayatta meydana gelmiş, alışlagelmiş olmayan, genel ilgiye hitap eden, varlığıyla birçok hayatı etkileyebilecek, ilginç, belli bir önem taşıyan gelişmeler, felaketler, karışıklıklar, değişimler haberin ham maddesidir. Bunların içerisinde seçim yapılmakta ve seçilen olaylar haber olmaktadır. Haber özelliği taşıyan birçok olay kimi zaman belli sebepler doğrultusunda, haber olmaya değer görülmemektedir. Buradan anlaşılacağı üzere seçilmeyen ve işlenip haber olarak yer

bulamayan olay, haber olarak değerlendirilememektedir. Burada öncelikle haberin seçim aşaması önemlidir (Orhon, 2002: 11).

Haber olacak olayların bazı özellikler taşınması gerekir. Burada izleyiciyi ilgilendirecek olayların anlatılmasına özen gösterilir. Önemli olan izleyicinin ne beklediğidir. Bu konuya bir örnekle yaklaşmak anlaşılması için faydalı olacaktır: İsviçre'den otuz yıl önce göç etmiş bir adam vardır. Bu adam Amerikan vatandaşıdır ama anavatanına karşı hala ilgilidir ve orada olanları merak etmektedir. Haberlerde “neden İsviçre hakkında hiç öykü yok?” diye haber üreticilerine sorar. “Sen ve birkaç kişi dışında İsviçre’yi merak eden yok.” cevabını alır. Devamında da “ İsviçre ilginç bir ülkedir. Fakat çoğu Amerikalı İsviçre’de hiç bulunmamıştır. Ya da İsviçre’de hiç akrabası yoktur. İsviçreli bir banker yerine İngiliz Lordlarının dünya ekonomisi hakkında ne söylediğini merak eder.” yanıtını alır. Buradan hareketle haber izleyicisinin merak edeceği, önemli olduğunu düşündüğü olaylar haber bültenlerine taşınmaktadır (Postman, Powers, 1992: 25).

1.3 Haber Değer Etmenleri

Daha önce bahsedildiği gibi gün içerisinde yüzlerce belki de binlerce olay meydana gelmektedir. Bu olayları, gerek yanı başımızda olanları, gerekse bulunduğumuz noktadan kilometrelerce uzakta, dünyanın bir ucunda olanları haberler sayesinde öğrendiğimiz görülmektedir. Bu kadar çok olay arasında haber bültenine taşınacak olanlar ise belli bir seçme işleminden geçerek hazırlanmaktadır. Bu noktada devreye bazı ayırıcı faktörler girmektedir.

Haberin ana haber bülteninde yer alabilmesi için bazı özelliklere sahip olması gerekmektedir. Haberde bulunması gereken değerler, altı ana başlıkta toplanmaktadır. Bunlar: gerçeklik, zamanlılık, yakınlık, önemlilik, etkili ilgililik ve son olarak da ilginçliktir. Bunların her biri bir olayı haber olabilme özelliğine taşımaktadır (Tokgöz, 2006: 223).

1.3.1 Gerçeklik

Haber değer etmenlerinden en önemlisidir. Her şeyden önce insan, verilen bir bilgiye, anlatılan ya da aktarılan bir habere güvenmek ister. Yani izleyici en başta izlediği bir haberin gerçekten var olup olmadığını sorgulamaktadır. Bu nedenle

haberde en başta bir olayın doğruluğu sınanmaktadır. Tüm kaynaklar gözden geçirilmekte, olayda her ayrıntı ayrı ayrı denetlenmektedir. Gerçekliği kesinleştikten sonra diğer etmenlere göz atılmaktadır. Gerçeklik etmeni haberin bir nevi var olup olamayacağına karar veren etmendir. Ortada gerçekten bulunan bir olay ve bu olayı inceleyen ya da araştıran muhabir/editör tarafından izleyiciyle buluşturulmaktadır. Olayı takip eden kişilerce gerçekliğin yeniden yapılandırıldığı ve bunun da haberin doğruluğunu olumsuz yönde etkilediği son dönemde yoğun olarak tartışılan konular arasındaki yerini almıştır.

Televizyon haberi simülasyon, yani bir canlandırma ile farklı bir anlatım tarzı ile “işte olay aslında böyleydi” demektir. Olayları aktaran televizyon kanalları “biz gerçekleri yansıtıyoruz” söylemlerini yinelemektedir. Bu noktada karşımıza sıkça sorulan sorulardan biri olan medya mı toplumu yansıtır, toplum mu medyayı yansıtır, sorusu çıkmaktadır. Bu sorunun cevabı medya toplumu yansıtır olursa haberlerde verdiğimiz bir yansıtımadan öteye gitmemektedir. Yani kameramız yerleştiği konumdan olan biteni kaydediyor demektir. Bu nokta ise ne kadar yönlendirici olup olmadığını ortaya koymaktadır. Yeniden oluşturma ise arşiv görüntüleriyle ya da olayın yanına bir takım görüntülerin eklenmesiyle olmaktadır. Birtakım teknik olanaklarla bambaşka bir gerçeklik oluşmuş olmakta bu da olayı olduğundan farklı hale getirmektedir (Orhon, 2000: 1). Bu etkenler yukarıda bahsedilen gerçeklik kavramı için büyük önem taşımaktadır.

Gerçekliğin yeniden sunumu gelişen ve değişen toplum şartları sebebiyle görece bir oluşum göstermektedir. Bu noktada haber, günümüz sosyal yapısının değişkenlik göstermesi, medyatik gerçekliğin var olmasıyla yeniden kurgulanan, görsel efekt ve bir takım öğelerle süslenip insanların tüketimine sunulan yapay bir gerçekliğe dönüşmektedir (Göktaş, 2006: 23).

1.3.2 Zamanlılık

Haberde zamanlılık ögesi haberin ne zaman ortaya çıktığını göstermektedir. Olayın öğrenildiği anda aktarılması ana koşuldur. Zamanlılık ögesini belirleyen üç ana bileşke bulunmaktadır. Bunlar: yenilik, anılık ve geçerliliktir. Bu öğelerden

yenilik ve anilik televizyon ve radyo için ön planda tutulurken, geçerlilik ögesi gazeteler için ön plana çıkarılmaktadır (Tokgöz, 2006: 223).

Gelişen teknoloji ve iletişim ağıyla haberler son derece hızlı aktarılmaktadır. Haber kavramı da güncel olarak sunulması gereken bir kavramdır. Haberi anında izleyiciyle buluşturmak, olayla ilgili son dakika gelişmelerini en hızlı şekilde verebilmek kaynağın izleyici tarafından ilk olarak tercih edilmesini sağlamaktadır. Ülkemizin herhangi bir yerinde meydana gelen patlama, sel ya da göçük gibi olayların olduğu anda izleyiciye aktarılması önemli görülmektedir. Aynı zamanda olayda meydana gelen gelişmeler, ölü sayısındaki değişiklik ya da olayla ilgili bir yetkilinin, uzmanın yaptığı açıklama da son dakika gelişmeleri olarak aktarılmaktadır. Örneğin; Manisa Soma'da meydana gelen maden kazası günlerce haber bültenlerinde yer almış ve yaşanan tüm gelişmeler kamuoyuyla paylaşılmıştır. Bu günlerde ülkede olan diğer olaylar önemini yitirmiş, neredeyse bültenlerin tamamı maden kazası haberine ayrılmıştır.

Haberde yenilik söylemi, telgrafın bulunmasının ardından mesajların hızlı bir biçimde aktarılmasıyla birlikte dikkate değer bir konuma gelmiş olup, günümüzde ise kitle iletişim araçlarının her geçen gün elektronikleşmesiyle daha fazla bir önem kazanmıştır. Dünyanın bir ucunda meydana gelen bir olayın dünyanın diğer ucundaki noktaya aktarılma süresi şimdilerde dakikalarla ölçümlenmektedir (Altun, 2007: 10).

Haberin “yeni” olması izleyicinin dikkatini çekmekte ve izleyiciyi etkilemektedir. Burada dikkat edilmesi gereken nokta; yeni kavramının, sadece olayın yeniliğini değil aynı zamanda meydana gelen gelişmenin yeniliğini kastettiğidir. Yani zamanlılık kavramında olayın “yeni” olması şart değildir. Eskiden yaşanmış bir olayla ilgili yeni bir gelişme de tüm gündemi değiştirebilir. Örnek verdiğimiz Soma maden kazası üzerinden zaman geçmiş, olay eskiden meydana gelmiş olsa da bugün olayla ilgili herhangi yeni bir bilgi birden tüm gündemi etkileyebilir yine ilk sıralarda yer alabilir.

Günümüzde insanlar haberleri bir tüketim malzemesi olarak görmektedir. Sürekli yeni şeyler arayışında olan insan haber konusunda da bir yenilik peşindedir. Bu sebeple okuduğu bir haberi sorgulamamakta, hemen yeni bir haber tüketmek

istemektedir. Bu konuda Nezih Orhon haberin artık bir hamburgerden farkı kalmadığını belirterek açıklamaktadır. İnsanların hızla olaylara göz attığını, hemen tüketime gittiğini ve haberlerin sorgulanmadığını vurgulamaktadır. Bu durumdan her bireyin kendisinin sorumlu olduğunu, haber tüketirken farklı ideolojilerin aynı olayı neden farklı aktardığının incelenmesi gerektiğini de ekleyerek televizyon haberciliğinde nesnelliğe dikkat çekmektedir (Orhon; 2014).

1.3.3 Yakınlık

Haberde yakınlık “nerede” sorusunu sordurmaktadır. İnsanlar yakın çevrelerinde meydana gelen olaylarla ilgilenir, bu olaylara karşı merak duyarlar. Bu sebeple insanlar etraflarında olan olaylara karşı duyarlıdır ve çevrelerinde olup bitenleri öğrenmek isterler (Uğurlu, Öztürk, 2006: 36).

Coğrafi yakınlık muhabiri de izleyiciyi de haberi incelemeye doğru itmektedir. Yakın çevrede olup bitenler kimi zaman diğer olaylara göre çok daha fazla ilgimizi çekmektedir. Diğer bir deyişle; Yunanistan’da meydana gelen bir olay kimi zaman en az ülkemizde olan bir olay kadar önemsenmektedir. Bu önem coğrafi yakınlık sayesinde gerçekleşmektedir. Haberlerimizde bu yakınlığa sıkça vurgu yapıldığı görülmektedir. Örneğin: bültenlerde “Komşuda Ekonomik Kriz” başlıklarını, alt yazılarını görebilmekteyiz. Burada haber verilirken sıradan bir ülkeden değil coğrafi yakınlığımız olan komşu ülkemiz Yunanistan’dan bahsedilmektedir. Yakınlığa vurgu yapmak içinde “komşu” kavramı kullanılmaktadır.

1.3.4 Önemlilik

İnsanların ilgileri, genellikle önem verdiklerine göre şekillenmektedir. İnsanlar daha çok önemli kişileri, soyları, zıtlıkları, garip olayları merak eder ve bunlara ilgi duyarlar. (Hizmetli, 1995: 12). Meydana gelen olayın yani haberin ham maddesinin belli bir önemi olması gerekmektedir. Burada da önemli olan haberin toplumun büyük bir kısmını etkileyip, etkilemeyeceğidir. Önemlilik ögesi haberin gazetede, televizyonda ya da radyoda yer alışı şeklini de etkiler. Önem derecesi yüksek olan haberler gazetede manşetten, televizyon ve radyoda ise ilk sıralarda verilmektedir (Tokgöz, 2006: 227). Olayları önemli yapan etkenler arasında ünlü kişiler, garip olaylar, buluşlar, çelişkiler dikkat çekmektedir (Bülbul, 2000: 115).

Bir haberin önemli sayılabilmesi için, izleyici içerisinde önemli sayıda kişinin bu habere ya da bu haberin ortaya çıkaracağı sonuçlardan doğrudan ya da dolaylı olarak etkilenmesi gerekmektedir. Örneğin genel seçimler Türkiye sınırları içerisinde yaşayan için son derece önemlidir. Çünkü genel seçimin sonuçlarından bu ülkede yaşayan tüm vatandaşlar doğrudan etkilenecektir. Yine aynı şekilde İzmit depremine bakacak olursak; bu doğal afet sadece İzmit'te yaşayan halkı değil diğer şehirlerde yaşayan insanları da büyük ölçüde etkilemiştir. Bu olayı kendileri fiziksel olarak yaşamamış olsalar bile yaşayanlarla özdeşim kurduklarından onların yaşadığı üzüntüden olumsuz etkilenmişlerdir (Çil, 2007: 11).

İzleyicinin bir olayı, bir olguyu önemli olarak nitelendirmesinin arkasında kimi zaman farklı nedenler olabilir. Bazen habere konu olan kişilerin ünlü, popüler karakterler olması bazen de haber sunucusunun güvenilir bulunması izleyicinin haberi önemli algılamasına sebep olmaktadır. Örneğin; izleyici için ünlü bir siyasetçinin evine hırsız girmesi olağan bir hırsızlık vakasından çok daha fazla dikkat çekmektedir. Yine aynı şekilde bu haberin meslekte daha çok yeni olan bir haber sunucusu tarafından verilmesi önem arz etmemekte ama deneyimli bir haber sunucusu tarafından izleyiciye aktarılması haberi çok daha önemli kılmaktadır (Altun, 2007: 11).

1.3.5 Etkili İlgililik

Her olay, her haber herkesi aynı derecede ilgilendirmez. Burada haberin kaç kişi için haber değeri taşıdığı ve haber etkisi yarattığı önemlidir. Yani haberin kaç kişi üzerinde etkili olduğu haberin etkili ilgililik değeri etmenin bir kuralıdır (Tokgöz, 2006: 226). Etkili ilgililik; haber değeri etmenlerinden önemlilik ile oldukça yakın bir anlam taşımaktadır. Haber ne kadar çok kişiyi ilgilendiriyorsa o kadar fazla önem taşımaktadır. Yani haber değeri etmenlerinden etkili ilgililik haber değeri etmenine sahip bir haber aynı zamanda izleyici için önemli bir haberdir. Örneğin; ülkemizde yapılacak bir genel seçim tüm Türkiye'yi etkileyecektir. Seçim sonucu ülkede yer alan her birey üzerinde etkili olacaktır, haber değeri etmenlerinden etkili ilgililik değeri etmenini karşılayacaktır. Büyük bir kitleyi etkileyecek ve aynı zamanda da haber değeri etmenleri düşünüldüğünde önemlilik değeri etmenini kapsayacaktır.

Bu bağlamda olayın kaç kişiyi etkileyeceği son derece önemlidir. Hedef kitle üzerinde ne kadar çok kişiyi ilgilendiriyorsa haber bir o kadar değerlidir. Bu haberler etkili ilgililik haber değer etmenini taşıdığından çok daha fazla kitleye seslenmektedir (Sanal, 2014: 1).

1.3.6 İlginçlik

Haberin konusu insanların ilgisini çekecek düzeyde olmalıdır. Her zaman olabilecek ve sıradan olaylar insanların ilgisini çekmez. Haberın sıradanlıktan uzak, albenisi olması gerekmektedir (Tokgöz, 2006: 228). İlginçlikte amaç, sıradanlıktan kurtulma, günlük hayatta insanların ilgisini çekebilecek farklı haberleri insanlarla paylaşmaktır. En sık yapılan haber tanımı: “Eğer köpek insanı ısırırsa bu bir haber değildir. Şayet insan köpeği ısırırsa bu bir haberdır.” bu değer etmenine en güzel örneklerdendir (Girgin, 2002: 13).

1.4. Haber İçeriklerine Etki Eden Unsurlar

Haber kuruluşları da diğer kuruluşlarla ortak birtakım özelliklere sahiptir. Diğer işletmelerden farklı bir ürün ortaya koymalarına karşın, haber kuruluşlarının da patronları ve maaşla çalışanları vardır. Aynı zamanda diğer işletmeler gibi para kazanma ve zarar etmeme gibi amaçları bulunmaktadır. Her işletmede olduğu gibi bu kuruluşların da en temel gayesi kar etmektir. Bunun için aynı zamanda belirli bir etik çevrede hareket etmeleri gerekmektedir. Bu da medya etiğidir. Ticari amaçlarla meslek amaçlarının yasal düzenlemelerle birlikte ele alınması ve dengede tutulması gerekmektedir. Tüm işletmelerde olduğu gibi haber kuruluşlarının da birçok çalışanı vardır. Bu çalışanlar belli görevlerle birtakım kimliklere sahip olmaktadır. Aralarında örgütsel bir yapı bulunmaktadır. Gazete ve televizyonda bunlar genel müdür, genel yayın müdürü ya da yönetmen, editör, muhabir gibi isimlerle belirli bir iş düzenine sahip olmaktadır. Bu görev sahiplerinin, elde ettikleri içerikleri kamuoyuyla en doğru ve tarafsız şekilde paylaşmaları istenmektedir. Burada dikkat edilmesi gereken nokta aslında haber içerikleri ve bunların nasıl yansıtıldığıdır. Haber içerikleri bahsettiğimiz haber kuruluşları çalışanları tarafından oluşturulmaktadır. Bu çalışanların haberleri hazırlarken özenli olmaları ve en doğru bilgiyi kamuoyuyla paylaşmaları gerekmektedir. Bu sebeple bu içerikler oluşturulurken dikkat edilmesi

gereken belli hususlar bulunmaktadır. Haber içeriklerini, medya çalışanları, bu çalışanların içinde bulunduğu çalışma düzeni, kurumsal amaçlar, kurum dışından gelen etkiler ve ideolojik eğilimler etkilemektedir (Yüksel ve Gürcan, 2005: 90).

1.4.1. Medya Çalışanlarından Kaynaklanan Etkiler

Haber içerikleri, haber kuruluşlarında çalışanlar tarafından yani ilk elden oluşturuldukları için onların tutumları önemlidir. Medya çalışanlarının kişisel özellikleri, inançları, değerleri, mesleki birikimleri, olaylara bakış açıları, tutumları haber içeriklerini etkiler. Olaylar ilk olarak haber çalışanları tarafından kurgulanıp, ürün haline getirildikleri için bu çalışanlar, haber içeriklerinin oluşturulmasında büyük önem taşımaktadır (Kılıç, 2005: 132).

Profesyonelliğin bir gerekliliği olarak kendi duygu ve düşüncelerini, değer yargılarını açıklamaması, saklaması gerektiğini düşünen gazeteci ya da muhabir bu endişeyle birlikte haberini tamamen haber kaynağına dayanarak oluşturabilir. Bu durumda da gazeteci ve haber kaynağı arasındaki bağımlılık sebebiyle gazetecinin özerkliği kaybolmakta, haberin içeriği biçimi sadece haber kaynaklarınca belirlenmiş olmaktadır. Bu da sorunlu bir yapıyı ortaya çıkartmaktadır (Göktaş, 2006: 66).

1.4.2 Çalışma Düzeninden Kaynaklanan Etkiler

Çalışma düzeninin var olan şartları da haber içeriklerini etkileyebilmektedir. Haber programlarının yayın periyodu, zaman kısıtlılığı, yer sınırlılığı, haber yazım kuralları, haber kaynağına olan bağlılıktan doğan etkiler de haber içeriklerinde etkili olmaktadır (Yüksel ve Gürcan, 2005: 91).

Çalışma düzeninde özellikle zaman kısıtlılığı oldukça büyük önem arz etmektedir. Özel bir haber yapmaya çalışan muhabir hem ulaşımın zorluğu hem de haberini zamanında yetiştirmeye çalışması sebebiyle zaman zaman haber kişiliklerinin hepsine ulaşamamaktadır. Konuyla ilgili bir kişinin görüşünü alabilmekte belki diğer söz hakkı olan kişilere yeterince yer verememekte ya da hiç zaman ayıramamaktadır. Bu da haberin eksik olarak kamuoyuna aktarılmasına sebep olmaktadır.

1.4.3 Kurumsal Amaçlardan Kaynaklanan Etkiler

Haber kuruluşları da diğer kuruluşlar gibi hiyerarşik bir yapıya sahip olup, kurum içi iş bölümünün gerçekleştiği ekonomik amaçları doğrultusunda hareket eden bir yapıya sahiptir. Bu sebeple de elde edilen ya da edilecek olan kazanç, haberlerin içeriğine etki etmektedir. Temelde ticari amaç taşıyan medya kuruluşlarının bu kurumsal amaçları haberin üretim sürecini oldukça fazla etkilemektedir (Kılıç, 2005: 132).

Diğer işletmeler gibi maaş ödemesi gereken çalışanları bulunan, ekonomik olarak kazanım sağlaması beklenen yayın kuruluşu kendisinden bu bekleneği gerçekleştirebilmek için zaman zaman belli kuralları atmaktadır. Kurumun devamlılığını sağlayabilmek için ihtiyaç duyulan finans kaynağı ve kurumun amaçları bu noktada haberlerin içeriklerine müdahale eder duruma gelebilmektedir.

1.4.4 Kurum Dışından Gelen Etkiler

Çıkar gruplarının medyada yer bulabilmek için ortaya attıkları olaylar ve yasal anlamda kimi zaman hükümet baskılarının doğurabileceği etkiler kurum dışından gelen etkilerdir. Bunlar haber kuruluşları dışında gelişen unsurlardır (Yüksel ve Gürcan, 2005: 91).

Haber kuruluşları gün içerisinde her konuda olayları bültenlerine taşımaktadır. Konularına göre bu kimi zaman sağlık, kimi zaman da siyasi olabilmektedir. Olayları olabildiğince aynı aktarmaya çalışan televizyon kanallarının bazen habere konu olan kişiler, kurumlar ya da haberin içeriğinden olumsuz etkilenebilecek kişiler, kuruluşlar tarafından belli baskılara uğradıkları görülmektedir. Bu baskıyı uygulayan taraflar kurum içerisinden değil, kurum dışından da haberlerin içeriklerine yaptırım uygulamaktadır.

1.4.5 İdeolojik Eğilimlerin Etkileri

Habercinin bağlı bulunduğu yayın kuruluşu içerisinde toplumsallaşma süreci profesyonel gazetecilik ideolojisinin yerleşmesinde büyük bir etkiye sahiptir. Haberciler, bu toplumsallaşma sürecinde haber değerine ilişkin ölçütleri, yapıları öğrenmekte ve içselleştirmeye çalışmaktadır. Genellikle bu ölçütlerin egemen

ideolojiyi destekleyici nitelikte olduğunu fark edememektedir. Çalıştığı kuruluşun diğer yapılara ve gelişen olaylara yaklaşımını öğrenen haberciler, haberlerini hazırlama aşamasında bu yaklaşıma göre hareket etmektedir. Kimi zaman üzerinde fazlaca düşünmeden ya da zorunlu olarak bu yaklaşıma göre hareket etmek durumunda kalmaktadır. Bu durumda da haber içerikleri yani haber metni ve haber görüntüsü çoğu durumda editörün ya da haber müdürünün müdahalesine gerek duymadan yayın kuruluşunun ideolojisi doğrultusunda şekillenmektedir (Altun, 2007: 27).

1.5 Haber İnşa Stratejileri

Habercilikte önemli olan noktalardan biri de haber kuruluşunun herhangi bir ideolojiye olan yakınlığıdır. Haber üretim aşamalarında en önemli yere bu madde sahip olmaktadır. Haber üretimi iktidarın, ekonomik ve sınıfsal gücü elinde bulduranın lehine olacak şekilde yapıldığında gerçeği gizleme veya çarpıtma gibi durumlar ortaya çıkmaktadır. Bu durumlar nesnelliği olumsuz yönde etkileyeceğinden büyük özen gösterilmesi gereken konulardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Şeker, 2003: 4).

Bu kısımda haber inşa stratejilerine değinilecektir. Stratejilere geçmeden önce ideoloji kavramına göz atmak yerinde olacaktır. İdeoloji, birçok siyasal bilimci için vazgeçilmez bir terim olmuştur. Bu kavram sık sık nesnel olmayan bir düşünce ürünü olarak tanımlanmaktadır. Belirli bir sınıf ya da gruba özgü inançlar sistemidir. Anlam ve fikir üretiminin genel sürecidir (Kazancı, 2006: 2). Gerçeklik ideolojik düzene göre biçimlenmektedir. Bireyler ideolojinin verdiği bakış açısıyla dünyayı yorumlamaktadır. Bu düzen bireyin sosyal yaşam biçimlerini, inançlarını, düşünce sistemlerini ve daha birçok insani faaliyetlerini oldukça fazla etkilemektedir. İnsan bu yoğun ideolojik silsileler içerisinde özgür düşünme ve özgür hareket etme yeteneğinden uzak olduğu için aynı zamanda tarafsız düşünme yeteneğinden de yoksun olmaktadır (Sucu, 2012: 31) Althusser, ideolojiyi zihnin işleyişinin ürünü olarak kabul etmekte ve belli aygıtlarla gerçekleştiğini söylemektedir. Devletin baskı aygıtı hükümet, ordu, yönetim, polis, mahkeme gibi kurumlar oluştururken, devletin ideolojik aygıtları ise dini, hukuki, siyasal, kültürel ve aile gibi kavramlardan oluşmaktadır. Devleti yöneten sınıf devlet iktidarını elinde bulundurduğundan

devletin baskı aygıtını da devletin ideolojik aygıtını da etkin olarak kullanmaktadır (Güngör, 2001: 222- 229). Egemen olanın meşruluk kazandırılması sürecinde ideoloji bazı düşünürlere göre belli işleyiş stratejileri izlemektedir (Çoban, 2009: 37). İdeolojinin işleyişinde meşrulaştırma, gizleme/saklama, birleştirme, parçasallaştırma/bölme, şeyleştirme/ somutlaştırma gibi beş temel inşa stratejisi mevcuttur. Kazancı (2002: 74- 76) inşa stratejilerini şöyle tanımlamaktadır:

- a) Meşrulaştırma: Toplumda var olan problemleri yani haksız oluşumları ve eşit olmayan ilişkileri doğal varsayıp bu durumu benimsemektir.
- b) Gizleme/ Saklama: Burada egemen ideolojik düşünce oldukça önemlidir. Olay egemen ideolojik düşünce tarafından gerçekleştirilmekte ve doğal sayılması için çaba harcanmaktadır. Sorunun, olayın özü saklanarak ilginin başka alanlara itilmek istenmesidir.
- c) Birleştirme: Bir problem karşısında aralarında hiçbir bağlantı bulunmayan, herhangi bir çıkar ilişkisi bulunmayan kişileri bir kavram altında bir çatı altında toplamaktır. Birleştirmede “biz” olgusu ön plana çıkmaktadır. Ülke, bayrak, milli birlik gibi kavramlarla ideolojik platformlara ulaşılmakta olup, yapılacak olan çalışmalar için en uygun yöntemin propaganda olduğu bilinmektedir.
- d) Parçasallaştırma/ Bölme: Birleştirme yönteminin tam tersi olarak karşımıza çıkmaktadır. Var olan büyük ana sistem subjektif ölçülere dayanarak parçalara bölünür. Belirli bir görüş altında toplananlar merkezi oluşturup, dışında kalanlar ise hain, düşman ve yabancı sıfatlarıyla adlandırılır.
- e) Şeyleştirme/ Somutlaştırma: Burada doğallaştırma ve edilgen hale getirme stratejisi işlenir. Tarihsel durumların doğallığı vurgulanmaktadır. Örneğin; kadınların erkeklere göre geride kalmasının tarihsel açıklamaları ve gerekçeleri günümüze taşınmaktadır. Kadının fiziksel eksikliği eşitsizliğin doğal gerekçesi olarak gösterilip, toplumda bu yönde bir algı oluşması istenmektedir.

2. BÖLÜM

TELEVİZYON HABERCİLİĞİNDE NESNELLİK VE ETİK SORUNLAR

Araştırmanın bu kısmında televizyon haberciliğinde nesnellik kavramı ve televizyon haberciliğinde karşılaşılan etik sorunlar aktarılmaya çalışılmıştır. Televizyon haberciliğinin tüm aşamalarında nesnelliğin nasıl korunması gerektiği irdelenmiştir.

2.1. Televizyon Haberciliği

Günümüzde kitle iletişim araçları arasında en yaygın olan, en fazla kitleye sahip olan araç televizyondur. Her iletişim aracında olduğu gibi televizyonun da kendine özgü, doğasından gelen özellikleri vardır. Bu özelliklerini kullanarak kendine özgü bir anlatım dili oluşturmaya çalışmıştır. Bu kendine özgü bir dil oluşturma sürecinde televizyon, aynı zamanda kendinden önce var olan bazı sanat formlarından da faydalanarak günümüzdeki halini almıştır (Güzel, 2007: 2). Bazı sanat dallarından etkilenerek kendini bulmaya çalışan televizyon, hızlı bir gelişim göstererek en çok tercih edilen ve kullanılan haber alma kanalı haline dönüşmüştür.

Televizyon 1930'lu yıllarda ortaya çıktığında şimdiki halinden yani günümüzdeki yapısından oldukça farklı bir yapıya sahipti. En önemlisi, etkileri şimdiki kadar fazla değil, sınırlı bir yapıdaydı. Programlar oldukça maliyetli bir şekilde üretilebiliyor ve çalışmalar geniş bir ekipman gerektiriyordu. Televizyonun habercilik açısından kendisini göstermesi ise 1940'lı yıllara dayanmaktaydı. Haberlerin biçim yönünden gelişim göstermesi, sunucuların ortaya çıkması yani bugünkü haline gelişi ancak 1950'li yıllarda gerçekleşebildi. Haber bültenlerindeki asıl önemli iyileşme ve gelişme 1960'lı yıllarda ortaya çıkmıştır. O yıllardan sonra haberde en önemli malzeme hız ve görsel olarak kendini göstermiştir (Atik, 2006: 50). Temel malzemesi hız ve görsellik olan habercilik medyanın en temel kavramlarından bir tanesidir. Hayatın içerisinde başat bir noktada yer alan bu kavram insanın en temel haklarından biri olan haber alma hakkını temsil etmeye çalışmaktadır.

Medya ve haber iç içe geçmiş kavramlar olarak adlandırılmaktadır. Medyanın olduğu yerde haber muhakkak vardır. Televizyonun da bir kitle iletişim aracı olduğu göz önüne alındığında yerine getirmesi gereken ilk işlev “haber vermek”tir (Aksakal, 2011: 33). Uydu teknolojilerinin de gelişimiyle birlikte televizyon yayıncılığının en hayati yanını haber oluşturmaktadır. Haberin izleyici kitleye; doğrudan, hızlı bir biçimde aktarılmasıyla, haberlere ilişkin yorum ve algılamaların en çabuk şekilde ulaştırılmasıyla ve gündem belirlemede etkin bir konuma gelmesiyle kamuoyu için bir ihtiyaç haline gelmiştir (Işıklar, 2011: 118). İlk işlevi haber vermek olan televizyon diğer kitle iletişim araçlarından farklı özelliklere sahiptir. Bu özellikler yapısından, yaygınlığından ve teknolojisinden kaynaklanmaktadır. Bu noktada “televizyon haberi” de radyo ve gazete haberlerine göre farklı niteliklere sahiptir. Bu farklı nitelikler, haberin seçimiyle başlamakta, haber üretim sürecinin her aşamasında kendisini göstermektedir (Şeker, 2003: 53).

Televizyon haberciliği temelde görselliğe dayanmaktadır. Bu sebeple görüntünün varlığı, olayın haber olup olamayacağını belirlemektedir. Ayrıca görüntünün kalitesi, ait olduğu haberin seçimini, sıralanışını, süresini de belirlemektedir. Bu sebeple haberciler en iyi görüntüyü yakalayabilmek için büyük bir çaba harcamaktadır (Bal, 2007: 19). Televizyonda tüm görüntüsel ve ses öğelerinin yanı sıra kişiliklerde büyük önem taşımaktadır. Televizyon oyuncusu ya da sunucusu insanlar tarafından içinde buldukları televizyon içeriği ile özdeşleştirilmektedir. Siyaset Meydanı’yla Ali Kırca, Arena ile Uğur Dündar kamuoyunun hafızlarına kazanmıştır. Bu ezber hale gelen durumlar bazı sınırlılıkları da beraberinde getirmektedir. Bu artık ezber hale gelen kişilikler eğlence programlarında izleyici karşısında çıktığında kabul görmemektedir (Atik, 2006:156). Özellikle haber kişilikleri o döneme kadar yaptıkları işleri genellikle devam ettirmektedir. Onlardan beklenen haber kimliklerini sürdürmeleridir. İnsanlar televizyonda gördükleri haber sunucularından her zaman en doğru ve tarafsız olayların aktarılmasını beklemekte, onlara güven duymak istemektedir. Bu durumda haber kişilerinin üzerlerine büyük sorumluluklar yüklemektedir.

Televizyon haberciliğinde haberler konuşma biçimde verilir. Konuşur şekilde haber verilmesi, haber sunucularının evlere gelen ziyaretçi, güvenilen bir dost gibi algılanmasını sağlamaktadır. Yine televizyon haberciliğinde anılık faktörü ön planda

tutulmaktadır. Bunun için de “bu sabah” , “az önce” gibi sözcüklere yoğun olarak yer verilmektedir. Geçmiş zaman kullanmamak için dün olan olaylardan oldukça uzak durulmakta, mutlaka verilmesi gereken bir olay varsa bugünkü yeni gelişmelere bağlanarak düne dair olaylar izleyiciye aktarılmaktadır (Turgay, 2006: 9).

Televizyonun görsel ve işitsel bir kitle iletişim aracı olması okuma–yazma zorunluluğunu ortadan kaldırmaktadır. Okuma–yazma bilmeyen herkes rahatlıkla istediği haberi seyredebilmektedir (Turgay, 2006: 10). Televizyon haberciliğinde izleyicinin haberi seçme gibi bir durumu söz konusu değildir. Bültende hangi haber veriliyorsa onu izlemek durumundadır. Haberi geçme ve tekrar izleyebilme gibi durumu da yoktur. Gazetede istenilen haber okunabilir ve anlaşılmadığında onu tekrar etmek mümkündür. Televizyon haberciliğinde ise böyle bir durum yoktur.

Televizyon haberlerinde gerçeğe dayalı haberler tekrarlanır. Bu tekrarları muhabirler yapmaktadır. Haberlerde anlatılmaya çalışanlar hayatı sekteye uğratan durumlardır. Bu noktada televizyon haberleri dizilerle benzeşmektedir. Haberlerde yer alan muhabirlerin yerini dizilerde oyuncular almakta ve pembe dizilerde de hayata dair sorunlar çözülmeye çalışılmaktadır. Dolayısıyla, televizyon haberleri ile kurmacaya dayalı türler arasında önemli bir fark bulunmamaktadır (Şeker, 2003: 58).

Televizyon haberciliğinde en önemli unsurlardan bir tanesi de süredir. Birçok haber verebilmek adına her haberin belirli bir süresi bulunmaktadır. Burada mühim olan olayı, haberi en kısa sürede aktarabilmektir. Sonuç olarak kısa sürede anlatılmak istenen olay pek de detaylı olarak verilememekte, olaylar yüzeysel kalabilmektedir.

Televizyon haberciliğinde görüntüyle birlikte kamuoyunun güvenini kazanmak daha kolay olmaktadır. Bir de buna televizyonda canlı yayın eklenince izleyicinin inancı daha da artmaktadır. Canlı yayın televizyonu güçlü kılan özelliklerden bir tanesi olarak karşımıza çıkmaktadır (Turgay, 2006: 11). Televizyon haberciliği en önemli gücünü, ulaştığı kitlenin büyüklüğüne borçludur. Diğer kitle iletişim araçlarından daha geniş bir insan topluluğuna seslenmektedir. Farklı özelliklere sahip bu televizyon haberciliği teknolojiyle birlikte gün geçtikçe gelişmekte ve daha büyük kitleleri peşinden sürüklemektedir.

Haberler aynı zamanda bir televizyon kanalının prestijidir. Bir televizyon kanalında yarışma programı, sağlık programı ya da bir ekonomi programı

olmayabilir. Ama güçlü bir televizyon kanalı elinde tutmak isteyen yayıncının kanalında haber bülteni muhakkak bulunmaktadır. Televizyon kanalında gün içerisinde birçok kez haber yayınlanabilmektedir. Olayların daha detaylı ve geniş yer bulduğu ise ana haber bültenleridir. Birçok televizyon programı bu bültene muhabirleri ve editörleri ile oldukça sıkı bir şekilde hazırlanmaktadır. Ana haber bültenleri birçok televizyon kanalında aşağı yukarı aynı saatlerde yer almaktadır.

Bazı programların televizyonlarda yeri sabit bir duruma gelmiştir. Bunlardan biri de ana haber bültenleridir. Ana haber bültenleri yukarıda da belirttiğimiz gibi artık birçok televizyon kanalında aynı saatlerde yayınlanmaktadır. Bunun nedeni ise bilinirlik oluşturmaktır. Yayıncı açısından avantaj olarak düşünülmektedir. Bazen de bir stratejiden ziyade sadece izleyicinin sahip olduğu alışkanlıkları yayıncıları bu programları aynı saatte yayınlamaya doğru itmektedir (Koçer vd., 2013: 59).

2.2. Televizyon Haberciliğinde Nesnellik Kavramı

İzleyici haberleri izlerken belli konularda bilinçli olmalıdır. Haber izleyicisi, haberi sağlayanların politik inançları ve ekonomik durumları hakkında bir şeyler bilmelidir. Eğer bunlara hakim olursa televizyon haberlerini hazırlayanların hangi olayları önemli, hangilerini önemsiz olarak algıladığının farkına varır. Bu farkındalık ile içerik hazırlayanlarla kendi yargılarını ve değerlerini kıyaslayabilir (Postman, Powers, 1992: 24).

Kamuoyunu bilinçlendiren, haber alma özgürlüğünü yerine getiren haber kuruluşlarının bu içerikleri oluştururken nesnellik kurallarına dikkat etmeleri gerekmektedir. Haberin objektifliğini sağlamak için üç önemli hususa dikkat çekilmektedir. Bu hususların önemsenmesiyle haberde nesnellığe biraz daha yaklaşılabilir. Yüksel ve Gürcan (2005: 66). Haberde nesnellığın; netliğin, dengenin ve eşit alan/eşit zaman gibi üç temel unsurun korunmasıyla sağlanabileceğini vurgulamaktadır:

2.2.1 Netlik Unsuru

Haber, üretim sürecinde etkili olan editör ya da muhabirin ürünüdür. Bu ikilinin haberde ne söylediği önem taşımaktadır. Haberde ayrıca kaynak diye adlandırdığımız, olayın öğrenildiği, onaylandığı mecra da son derece önemlidir. İzleyici haberde aktarılanın doğruluğuna inanmak ister. Bu sebeple haberde kurulan cümleler ve haberin kaynağı önemsenmektedir. Kaynağı belli olmayan, genellemelere dayanan haber doğruluğunu yitirmektedir. İzleyiciye aktarılan haberin içerisindeki bilgiler net, kesin olmalı ve belirli bir kaynağa dayandırılmalıdır. Yüksel ve Gürcan (2005: 66).

2.2.2 Denge Unsuru

Genellikle bir görüş üzerine oluşturulmuş haberlerde bu unsur önem kazanmaktadır. Ortada bir görüş, bir konu varsa bu konu üzerine söz söyleyen karşıt görüşler olması da doğaldır. Bu gibi durumlarda haber içerisinde karşıt görüş bildirenlere de yer verilmesi gerekmektedir. Yani sadece tek bir tarafın iddiasını ya da görüşünü haber içerisinde vermek haberi yansız olmaktan uzaklaştırmaktadır. Bu gibi durumlar haberin tek boyutlu olarak algılanmasına sebep olmaktadır. Haberde objektiflik adına farklı görüşlere yer verilmeli ve denge unsuru atlanmamalıdır (Megep, 2007: 25).

2.2.3 Eşit Alan / Eşit Zaman Unsuru

Haberde içeriğin dışında başka unsurlar da önem taşımaktadır. Bunların başında haberin verildiği alan/süre önemlidir. Gazetede haberin konum olarak nerede yer aldığı, televizyon ve radyoda ise hangi sırada verildiği önem taşımaktadır. Gazetede konum açısından bakıldığında önemli haberin manşet ve sürmanşetten verildiği görülmektedir. Gazetenin vitrini olarak adlandırılan bu kısımlar haberin önemini vurgulamaktadır. Televizyon ve radyoda ise haberin hangi sırada verildiği onun önem derecesini belirlemektedir. Haberler bu alanlara göre incelendiğinde, tıpkı denge unsurunda olduğu gibi iddialara ve savunma yapması gereken taraflara aynı alanlarda eşit olarak yer verilmesi gerekmektedir. Tüm tarafların görüşlerinin

haberde net bir biçimde ve eşit olarak yer alması objektiflik için son derece önemlidir. Yüksel ve Gürcan (2005: 66).

2.3. Televizyon Haberciliğinde Nesnellik Aşamaları

Nesnellik diğer bir anlamıyla objektifliktir. Nesnellik: haberin malzemesi olan olayın bireysel etkilerden uzak, doğruyu yansız olarak yani olduğu gibi vermektir. Nesnellik için bazı ölçütler vardır. Meydana gelmiş olayla ilgili verileri toplarken, yazınsal ve görsel olarak düzenlemesini yaparken ve yayına verirken doğruluk ilkelerine uymak bu ölçütlerin içerisinde yer almaktadır. Haberin verilmesi gereken tüm ayrıntılarını vererek, ana hatları aynen aktarmak da bu kavram için önem taşımaktadır. Objektiflik gereği haberi oluşturan içerik hazırlayıcısı muhabir ya da editör kendi görüş ve düşüncelerini haberin içerisinde bulundurmamalıdır. Haberi hazırlarken her tarafa aynı ölçüde yer verilmeli ve yanlılıktan uzak durulmalıdır. Haberlerde elden geldiğince somut verilere yer verilmelidir. Haber kaynağının söylemleri doğrudan aktarılmalı, haberi düzenlerken, hınç alma duygularından, yanlı ve aykırı tutumlardan uzak durulmalıdır (Bülbül, 2001: 271).

Haberler de diğer televizyon ürünleri gibi rekabet kavramından nasibini almaktadır. Gelişen teknolojiyle birlikte insanların haber aldıkları mecralarda artış gözlenmekte, reklam verenlerin yelpazesi genişlemekte ve haberler bu durumdan olumsuz etkilenmektedir.

Nesnellığın imkansız olduğunu savunanlar da vardır. Gazeteci haberi yazarken kendi değer yargılarıyla yaklaşmaktadır. Bu değerler onun kişisel tarihinden gelmektedir ve bu sebeple objektif olmak mümkün değildir denmektedir. Bu durumda da bir gerçeklik payı olduğu doğrudur. Bu yüzden muhabir haberi yazarken kendisi ve haber arasına bir mesafe koymalı ve kamuoyunun onun görüşünü değil sadece olayın aslını öğrenmek istediği hiçbir zaman unutmamalıdır (Dursun vd., 2005: 158).

Basın organlarının birçoğunun haber kaynağı aynı olmaktadır. Aynı kaynaktan beslenen haber mecraları olayları spotlar, başlıklar ya da sunuş şekilleriyle farklı bir çerçevede kamuoyuna sunmaktadır. Rekabetle birlikte insanların daha çok ilgisini çekebilmek için bu mecralar kimi zaman haberlerin içeriklerini değiştirmektedir.

Kamuoyuna doğru haber verme amacı bu sebeple çiğnenmekte ve içeriğin özünden uzaklaşmaktadır. Bu, haberde atlanmaması gereken, özen gösterilmesi gereken hususlardandır. Televizyonda haber üç ayrı aşamada filtreleme işleminden geçmektedir. İlk filtreleme işlemi haberin seçim aşamasında ve yazım aşamasında görülmektedir. İkinci filtreleme işlemi, haberi düzenlerken yapılmaktadır. Son filtreleme ise haberin oluşum süreçlerinden sonuncusunda yani yayın aşamasında yapılmaktadır. Bu üç aşamada filtreleme işlemlerinin nasıl yapıldığına ve bu aşamalarda nesneliliğin nasıl korunması gerektiğine bu kısımda değinilmektedir.

2.3.1. Haberin Yazım Aşamasında Nesnel Olmak

Haberin temel unsurlarını en basit şekliyle 5N 1K olarak açıklamak mümkündür. Bir muhabir haberini yazarken Ne, Nerede, Ne Zaman, Neden, Nasıl ve Kim sorularına cevap aramaktadır. Bu öğeleri taşıyan haber akılda kalıcı, anlamlı ve izleyicinin merak ettiği soruları tüm soruları cevaplayan haber olarak karşımıza çıkmaktadır (Seyhan, 2012: 10- 11).

Haberin ilk aşaması gün içerisinde meydana gelen olaylar arasından yapılan seçme işlemidir. Haber üreten medya kuruluşları ve haber üretim aşamasında yer alan gazeteciler gün boyu meydana gelen yüzlerce olay arasından haber yapmak üzere bir kısmını seçmekte, bir kısmını ise çöpe atmaktadır. Muhabirler ve editörler bu aşamada rol almaktadır. Bu aşama haberin en önemli kısımlarından biridir. Bu kısımda cevabı aranan iki soru bulunmaktadır. Sorulardan ilki, haberin seçilmesini sağlayan özelliklerin neler olduğudur. Bu da haberin sahip olduğu değer etmenleridir. İkinci soru ise, haber yapılmak üzere seçilen olayın gerçekte olduğu gibi aktarılıp aktarılmadığıdır. Olaylar nesnel bir şekilde mi habere dönüşmekte yoksa bir takım ideolojilerin, ön yargıların müdahaleleriyle mi şekillenmektedir? Bu iki sorunun cevabı bu ilk aşamada büyük bir önem taşımaktadır (Şeker, 2003: 16).

Televizyon haberinde en önemli malzeme görüntüdür. Burada görüntünün haberin değerinin belirlenmesinde etkili olduğu söylenmektedir. Olayla ilgili elde yeteri kadar görüntü olması, haberin seçiminde büyük rol oynamaktadır. Önem arz eden bir olayla ilgili elde az görüntü mevcutsa bu da haberin editörler tarafından

haberleştirelmemesine sebep olmaktadır. Buradan hareketle teknolojinin, haber seçiminde önem taşıdığı söylenmektedir (Ertan, 2011: 26).

Gündem muhabirler ve editörler tarafından sıkı bir şekilde takip edilmektedir. Haber merkezlerinde sabah ve öğleden sonra olmak üzere iki kez toplantı yapılmakta, ilk yapılan toplantıda günün gündemi ve muhabirlerin takip edecekleri haberler belli olmaktadır. Akşam saat 17: 00' de yapılan toplantıda ise ana haber bülteninde yapılacak olan haberlere karar verilmektedir (Aker, 2010: 41).

Gündem oldukça değişken bir hal izlemektedir. Kamuoyu da gündemi haberler aracılığıyla takip etmektedir. Birçok haber kanalının ekrana taşıdığı haberler kamuoyunun dikkatini çekmekte ve gündem belirlenmektedir. Kimi zaman siyasi olaylar, kimi zaman ünlü isimler, kimi zaman da meydana gelen şiddetli bir deprem gündeme hakim olabilir. Gündem belirlemede farklı unsurlardan bahsedilmektedir.

Medya, bir konuyu, bir kişiyi, bir sorunu gündemde tutabilir ve bu konulardaki gelişmeleri kamuoyuna aktarabilir. Gündem belirleme dinamik bir süreçtir. Politik, sanat, ekonomik, kültür ve spor alanlarındaki iktidar odakları burada belirleyiciler olmaktadır (Aslan, 2002: 136). Bu belirleyiciler kamuoyunun gündemini oluşturmaktadır. Bu noktada karşımıza eşik bekçiliği kavramı çıkmaktadır.

Eşik bekçileri olaylar, mesajlar insanlara kitle iletim araçları tarafından aktarılırken buna müdahale edenler olarak bilinmektedir. Eşik bekçisi meydana gelen olayları kamuoyuna ulaşmadan önce süzgeçten geçirmektedir. Bir kısım iletilerin geçmesine izin vermekte, bir kısmının geçmesini de engellemektedir. Eşik bekçiliğinde süreç oldukça uzundur. Süreç ilk olarak yayın müdürünün muhabiri görevlendirmesiyle başlar. Sonrasında haberin oluşum aşamasında, yazımında da süreç devam eder. Haberin diğer haberler arasında sırasının belirlenmesinde de eşik bekçisi rol oynar ve haberin yayına gönderilmesiyle süreç sona erer. Eşik bekçiliği aynı zamanda "içeriği belirlemede seçicilik" olarak adlandırılmaktadır. Haberin en önemli öğelerinden bir tanesi olan kaynaklar da birer eşik bekçisidir. Kaynaklar olayları kitle iletişim araçlarına sunan araçlardır. Bu sebeple kaynaklar bilgi akışını durdurursa habere ulaşım olanaksızlaşır. Kaynakların paylaştığı bilgiler haber olarak yayın organlarında yer alabilir. Burada kaynakların kamuoyuna verilecek olan haberlere müdahalesinden bahsedilmektedir (Bülbül, 2000: 200- 201).

Bir habercinin görevi; Kamuoyunun istek ve beklentileri doğrultusunda yaşanan olayları, gelişmeleri toplumun gündemine sunmaktır. Burada mühim olan habercinin ya da muhabirin kamuoyunu ne kadar tanıdığıdır. Haber konusunu seçerken kamuoyunu hangi olay ve konuya karşı ilgi göstereceğini bilmek mesleki birikimle sağlanır. Haberlere gelen tepkiler de haber konusunun başarısını ortaya koyar. Habercinin kamuoyunun ilgisini bilmesinin yanında kendisi de gündem oluşturabilir. Gündemde olmayan ama izleyicinin ilgilenebileceği olayları haber haline getirip gündem oluşturabilir. Haber olarak kamuoyuyla paylaşılan olaylar ilgiyi ne oranda çektiyse o kadar gündemde kalmaktadır (Güz, 2005: 81).

Muhabirler haber yapılacak olayları sıkı bir şekilde takip etmektedir. Haber bir ajans haberiye ve görüntü ve bilgiler yeterli değilse muhabir olay ile ilgili daha fazla bilgi almak için olayın kaynaklarıyla görüşmektedir. Haberin seçim işleminden sonra sırada haberin yazım işlemi vardır. Bu kısım da nesnellik açısından oldukça önemlidir. Muhabirin ya da editörün haberi olduğu gibi aktarması, olaydan sapmaması ve kendi görüşlerini haber metninden uzak tutması gerekmektedir. Haber metni (habercilikte perfore olarak adlandırılmaktadır) olayın anlatıldığı metindir. Olay kahramanlarının konuşması dışında olayla ilgili tüm bilgilerin verildiği kısımdır. Bu metni muhabir ya da editör yazıyor olabilir. Haberin görüntüsünü izleyen haber üreticisi, haber metnini izleyicinin anlayacağı şekilde yazmalıdır.

Haber metinleri yazılırken mümkün olduğunca sıfat kullanımından uzak durulmalıdır. Argo ifadelerden uzak durulmalıdır. Herhangi bir yanlış yapılmaması adına haberde geçen isimler ve rakamlara dikkat edilmelidir. Haber kaynağından metin içerisinde bahsetmek kamuoyuna güven vermek açısından önemlidir. Bu sebeple haber kaynağına metinde yer verilebilir (Dışkaya, 2009: 48). AA'nın verdiği bilgiye göre, Cumhurbaşkanlığı'ndan yapılan açıklamaya göre gibi kaynak belirten cümleler izleyicide daha gerçekçi bir izlenim oluşturmaktadır.

Haber metni haberin en temel öğelerinden biridir. Haberin anlaşılması ve izleyici üzerindeki etkisi haber metninin yazılışına bağlıdır. Bu sebeple haber metni yazılırken şunlara dikkat edilmelidir (MEGEP, 2008: 14- 15).

1. Haber metni yazılırken günlük dilde yer alan kelimeler kullanılmalıdır.
2. Televizyon haberleri yazılırken, yabancı kelimeler çok mecbur olmadıkça kullanılmamalıdır.

3. Haber metinleri yazılırken cümleler kısa, sade ve açık olmalıdır. Devrik cümle kurulmamalıdır.
4. Haber metni yazılırken bilgiler sadeleştirilerek yazılmalıdır.
5. Haber yazarken haber görüntülerinin anlatımında kullanılması gereken teknik terimler, sadeleştirilerek yazılmalıdır.
6. Haber metinleri yazılırken sıfatlar mümkün olduğunca kullanılmamalıdır.
7. Haberi yazan ya da sunan kişi kendi kişisel görüşünü haberin içerisinde yansıtmamalıdır.

Bu maddelerin hepsi haber metinleri oluşturulurken son derece önemlidir.

Nesnellik çerçevesinde bakıldığında ise son iki madde çok daha fazla dikkat çekmektedir. Bu iki maddeye dikkat edilmediğinde habercilik adına büyük problemler ortaya çıkmaktadır.

Haber metninde sıfat kullanımları, yanlı ifadeler nesnelliği tehdit etmektedir. Nesnelliğin öznellik bozulması, önyargılar, taraflılık habercilik adına ciddi sorunlar ortaya çıkarmaktadır. Bu çerçevede Türkiye’de yaşanan PKK terörüne bakacak olursak, çıkan çatışmalarda şehit edilen askerlerle ilgili haberleri aktaran bir muhabirin üzgün bir yüz ifadesine sahip olması ya da “hunharca ” bir saldırı şeklinde bir tabir kullanması doğal karşılanabilir. Nitekim terör, uluslararası değerler çerçevesinde de kabul edilemez bir olgudur. Fakat bu haberi verirken muhabirin belirli bir toplumu hedef alan açıklamalarda bulunması veya siyasi bir ideolojinin dilini kullanması, toplumda karmaşa yaratabileceği gibi aynı zamanda da nesnelliği ortadan kaldırmaktadır (Çil, 2007: 25). Bunlardan hareketle haber yazılırken gazeteci, muhabir ya da bir editör olaya iyi niyetle ve en önemlisi yansız olarak yaklaşmalıdır. Olaylarla ilgili malzemeleri, belgeleri nesnelliği göz ardı etmeden toplamalıdır. Görüntü seçiminde, metin üslubunda da bu ayrıntılara dikkat etmelidir. Bunların göz ardı edilmesi nesnelliği ortadan kaldırmaktadır.

Haber yazılırken objektifliğin atlanıp atlanmadığı kontrol edilmelidir. Haber yazılırken olayın dışında muhabirin ya da başka bir kişinin görüşünün girip girmediğine bakılmalıdır. Haber metninin, haberin tüm ayrıntılarını atlamadan bütün yönleriyle anlatıp anlatmadığına bakılmalıdır. Olayın eksik bir yanı kalmamalıdır. Haberde hiçbir şekilde bir önyargı bulunmamalıdır. Önyargı yorumlarda geçerli olduğundan objektifliği zedeleyebileceğinden bu ayrıntı atlanmamalıdır. Haber

okunduğunda içeriğin kimden yana olduğuna karşı bir yorum yapılabiliyorsa yine objektiflik tehlikeye girer. Bu sebepten haber bitince okunmalı ve herhangi bir tarafı tutan bir ibare varsa haber içerisinden çıkarılmalıdır (Güz, 2005: 84).

2.3.2. Haberin Düzenlenme Aşamasında Nesnel Olmak

Haberin seçim işlemi ve metnin yazılması işleminden sonra sırada haberin düzenlenmesi işlemi vardır. Bu aşamada elde edilen, bilgiler, belgeler yani toplanan tüm verilerin düzenlenmesi söz konusudur. Haberin asıl oluşum sürecidir. Haber seçimini yapan muhabir ve editör eldeki verilerle olayı en doğru ve yansız şekilde kamuoyu için yazmaktadır. Bu aşamada da yazılan metin ve görüntülerin en anlamlı ve doğru şekilde düzenlenmesi beklenir. Metinde yer alış sırasına ve söylemine göre görüntüler detaylı bir şekilde izlenmekte ve sıralanmaktadır. Televizyonu diğer kitle iletişim araçlarından ayıran en önemli özellik olan görüntü burada büyük önem taşımaktadır. Görüntü sayesinde hem olayla ilgili en doğru fikir verilmiş olur hem de izleyicinin olaya olan inancı sağlanmış olur. Bu sebeple elde olan görüntüler olayı en iyi yansıtabilecek şekilde seçilmelidir. Nasıl metin yazarken sözcüklerin kullanımına dikkat ediliyorsa aynı şekilde burada da görüntülerin seçimine dikkat edilmeli ve nesnellik atlanmamalıdır. Bir haberci doğru ve güvenilir olabilmek için bütün düşüncelerini, ön yargılarını kişisel ve sınıfsal özelliklerini bir kenara bırakarak olaya yaklaşmasını bilmelidir (Altun, 2007: 24).

Televizyon kanalları haberlerde de izleyiciyi ekranda tutmaya çalışmaktadır. Diziler, yarışmalar izleyici çekmek için ne kadar önemliyse ana haber bültenleri de bir o kadar önemlidir. Bu durumda haberlerde izleyiciyi etkilemek için haber içerikleri de şekil değiştirebilmektedir. İzleyicinin ilgisini çekebilecek olaylar aktarılmaktadır. Bunlar aktarılırken de yine izleyicinin beğenisini kazanacağı tahmin edilen görüntüler kullanılmaktadır. Zaman zaman haberin taşıdığı değer etmeninden çok bunu izleyecek olan izleyicinin beğenisi ön planda tutulmaktadır. Haberlerde olayla ilgisi olmayan ve defalarca tekrarlanan görüntülerle izleyici ekrana çekilmeye çalışılmaktadır. Bazı haberler ise bültende ayrıntılı olarak yer almamakta, haber turu başlığıyla olaylardan kısa kısa anlatımlar ve görüntüler kullanılmaktadır. Bununla da

televizyon kanalı hiçbir haberi atlamadığını izleyiciyi hiçbir olaydan mahrum bırakmadığını göstermek istemektedir.

Haber, kamuoyuna canlı bağlantı ile olayın aktarılması şeklinde ya da önceden hazırlanmış paketler aracılığıyla verilecek olabilir. Her iki şekilde de haberlerin düzenlenmesinde tarafsızlık ve nesnellik ölçütlerine dikkat edilmelidir. Paket haberler metnin yazımı, seslendirilmesi ve montajı gibi aşamalardan geçeceği için diğer haberlere nazaran daha fazla zamana ihtiyaç duymaktadır. Bu sebeple haber kuruluşları zamandan tasarruf etmek için canlı bağlantı veya haberin yayın sırasında spiker tarafından aktarılması yöntemine başvurmaktadır (Işıklar, 2011: 60).

Haberlerde şiddet içeren görüntülerin acıtasyonu sağlamak amacıyla defalarca verilmesi ya da kameramanın birçok görüntü içerisinde yoğunlukla o görüntüyü kaydetmiş olması ve bunların ekrana taşınması nesnellik için tehlike arz etmektedir. Kişilerin konu olduğu haberlerde tüm taraflara eşit zaman ve yer verilmesi görüntülerinin ve seslerinin dengeli bir şekilde yer almasına özen gösterilmelidir.

Görüntüler ve metinler senkronize olacak şekilde bu aşamada düzenlenir. Haberler sunulmadan önce süreleri ve sıraları da yine bu düzenleme aşamasında belirlenmektedir. Gazete için satır ne ise, televizyon için de saniye odur. İzleyici tutum ve davranışları süre ile doğrudan ilgilidir. Olayın en doğru ve yansız şekilde en kısa sürede aktarılması beklenmektedir (Işıklar, 201: 65).

Nesnellik için gerekli hususların gözetimi bu aşamada da ihmal edilmemelidir. Haberlin görüntüleri, belgeler ve haberlin metni birleşerek kamuoyuyla buluşmak için bu aşamada hazırlanmaktadır. Burada önemli olan hiçbir kişisel görüş ve yoruma yer verilmemesidir. Yazılan metin ve görüntülerin olduğu gibi kamuoyuyla paylaşılması gerekmektedir. Bunu anlayabilmek için haber kurgulandıktan sonra dikkatle incelenmeli, izlenen haberde muhabirin ya da editörün yorumunun olup olmadığına, eksik kalan herhangi bir durumun olup olmadığına bakılmalıdır.

Televizyon yayınlarında gerçek ile kurgu arasındaki dengenin gerçek lehine olduğu iddia edilen tür, haberlerdir. Meydana gelmiş bir olay üzerinden yapılmış bir haber, gerçeklik iddiası taşır. Fakat olayın kaydedilmesinden izleyiciye sunulmasına kadar geçen süreçte, hatta sunum aşamasında olayın gerçekliğinde belli kırılmalar

olabilir. Çünkü burada olayın yeni bir yapılanması, yeniden üretilmesi ve bir ürün haline gelmesi söz konusudur (Ertan, 201: 37).

2.3.3. Haberin Yayın Aşamasında Nesnel Olmak

Haber oluşum sürecinin en son aşaması haberin yayınlanmasıdır. Seçim işleminden geçen, metni hazırlanan, görüntüler ve efektler ile düzenlemesi yapılan haber en son aşama olarak yayınlanmakta, kamuoyuyla paylaşılmaktadır.

Muhabir ya da editör tarafından belirli süreçlerden geçerek oluşan haberin diğer aşamalarında olduğu gibi bu aşamada da korunması gereken nesnellik ölçütleri vardır. Bu aşamada en önemli öğelerden bir tanesi spikerdir. Spiker kavramına yakından bakacak olursak ilk olarak ne olduğuna bakmak gerekmektedir. TDK' da (TDK, 2006). Spiker, radyo ve televizyonda programları, haberleri sunan kimse olarak tanımlanmaktadır. Yani; izlediğimiz ya da dinlediğimiz haberlerin hazırlanmış halini anlatarak bizlerle paylaşan kişidir. Spiker olarak adlandırılan bu kişi, haber içerikleri kadar önem taşımaktadır. Baştan sona kadar taşınan ve korunan nesnellik bu aşamada spiker tarafından atlanırsa haber tarafsızlığını yitirmiş olur. Bu noktada hazırlanan haberin spiker tarafından nasıl aktarıldığı, izleyiciyle nasıl buluşturulduğu önemlidir. Sunucunun içten davranışları, hassaslığı, ses tonu ve jest, mimikleri izleyicinin habere olan bakışını etkileyebilmektedir (Orhon, 2002: 17).

Ülkemizde spiker dendiğinde akla ilk olarak haber spikerleri gelmektedir. Program içerisindeki karar verici rolleri, zaman zaman konuk aldıkları isimler ve kamuoyunu bilgilendirme gibi işlevleri düşünüldüğünde bu kişilerin oldukça önemli oldukları görülmektedir. Haber spikerleri gündem dışı konulara da programlarında yer verip kendi gündemlerini de belirleyebilmektedir. Bununla birlikte aktardıkları haberlerle ilgili kendi görüşlerini de belirterek kamuoyunun yönlendirilmesinde önemli bir role sahip olmaktadır (Demir, 2012: 149).

Televizyonun diğer kitle iletişim araçlarına üstünlük sağladığı alanlardan biri de canlı yayındır. Hem görüntülü hem de sesli iletişimi sağlayan canlı yayınlar haber kuruluşları tarafından oldukça fazla tercih edilmektedir. Muhabirin olay yerinde yaptığı canlı bağlantı, olayla ilgili tüm son dakika bilgilerinin izleyiciye o an verilmesine olanak sağlamaktadır. Bu canlı yayınlar aynı zamanda konukların

görüşlerine yer vermek için de kullanılmaktadır. Birçok olanak sağlayan bu yayınlar haber bültenlerine görsel olarak da renk katmaktadır (Işıklar, 2011: 89). Haber kuruluşları da yayın öncesi paketleri hazırlamış olsa dahi inandırıcılığı arttırmak ve heyecan oranını yükseltmek için canlı yayınları tercih etmektedir (Şeker, 2003: 62). Bu kısımda nesnelliği koruma görevi hem spikere, hem de canlı bağlantı yaptığı muhabire düşmektedir. Yayın sırasında spikerin tutumu, canlı bağlantıda muhabirin seçtiği sözlükler, jest ve mimikleri, şayet varsa konuklarına ayırdığı zaman gibi öğeler oldukça önemlidir. Yayıncılık gün geçtikçe teknolojinin de ilerlemesiyle gelişmekte ve gelişmeye devam etmektedir. Olayın an be an kamuoyuyla paylaşılmak istenmesi, kanallar arasındaki rekabet habercilikte ortalığı karıştırmakta ortaya “ışık hızı haberciliği” kavramını çıkarmaktadır. Işık hızı habercilikte sonuç kimi zaman aldatıcı ya da yanıltıcı olabilir. Kimi haberlerin görüntülerinin paylaşılmasında ön eleme gerekmektedir. Işık hızı haberciliğinde ön elemeye vakit olmayabilir. Gösterilmemesi gereken görüntüler de yayına aktarılabilir. Bu da ışık hızı haberciliğinde nesnellik açısından olumsuz bir sonuç doğurmaktadır. Olayla ilgili tanıklara süre kısıtlılığı sebebiyle eşit zaman ayrılmayabilir. Bu da denge unsurunu tehlikeye düşürmektedir.

İnternet yayıncılığında sıkıştırılmış bir içerik karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanı sıra dijital ortam içeriklerin geliştirilmesine, açılmasına da olanak vermektedir. Herhangi bir olay ortaya çıktığı an ve sonraki aşamaların takibi yapılarak içeriğin aşama aşama geliştirilmesini de sağlamaktadır. Bir taraftan ise olaylarla ilgili çok hızlı bir yayıncılığın ve güncellenmenin yapılıyor olması bazı gerçekte olmayan ya da henüz gerçekliği doğrulanmamış bilgilerin de bu dolaşımda yer almasına sebep olmaktadır (Dursun, 2015).

Nesnelliğin korunması gereken son aşama yayın aşamasıdır. Yazılan ve sonrasında düzenlenen haberin yayınlamasında da nesnellik dikkate alınmalıdır. Burada düzenleme kısmında olduğu gibi son kontroller yapılır. Düzenlemede nesnelliğin atlanıp atlanmadığı kontrol edilir. Düzenlenen haberin yayınlanma aşamasında nasıl sunulduğu da önemlidir. O sebeple sunucunun kullandığı sıfatlar, tavrı, seçtiği sözcükler, jest ve mimikleri oldukça önemlidir. Tüm taraflara eşit

davranılması, denge unsurunun korunması gibi nesneliği sağlayan temel ölçütler yayın aşamasında da son derece önemlidir (Bülbül, 2001: 273).

Son dönemde habercilik gelişen iletişim teknolojileriyle birlikte yeni bir boyut olan yurttaş gazeteciliği kavramını kazanmıştır. Herkesin haber yapabileceği ya da haberi yayımlayabileceği farklı bir düzlem ortaya çıkmıştır. Teknolojik gelişmelerle birlikte herkesin elinde bir kamera olması ya da cep telefonunun kayıt edebiliyor olması vatandaşın gazeteci rolünü üstlenmesine katkı sağlamaktadır. Örneğin Irak'ta ABD askerlerinin insanlık onurunu zedeleyici eylemlerini ve işkencelerini görüntüleyen ve bunu kamuoyuna sunan bir gazeteci değil, bir asker ya da sivil olmuştur. Bu durumda gerçeklerin ortaya çıkmasının sadece gazetecinin elinde olmadığı, olaya tanık olan kişiler tarafından da ortaya rahatlıkla çıkarılabileceği görülmektedir (Karabağ,2014: 27- 29). Bir vatandaşın görüntülediği bir görüntüyü yayınlamadan önce de tüm kontroller yapılmalıdır. Işık hızı haberciliğinin karşımıza çıkaracağı olumsuz özellikler bu noktada da göz önünde bulundurulmalıdır.

2.4 Habercilikte Yorum

Haberin olduğu gibi aktarılması gerektiği vurgusunu yapmak adına “haberde yorum yoktur” görüşü basında hakim olan görüştür. Yorum; meydana gelen olayda düşünürün, yazarın yetkilinin kendi düşüncesini, görüşünü açıklaması anlamına gelmektedir. Bu da haberde nesnellik unsurunu zedeleyici niteliktedir. Buna karşın son dönemde “açıklayıcı haber” kavramından söz edilmeye başlanmıştır. Bu kavram da yorumu ön plana çıkarmaktır. Haberde yorum kavramı kişisel görüş ve düşüncelerin aktarılması değil, haberin öncesinde ya da sonrasında daha fazla bilgi ve ayrıntı vermek olarak değerlendirilmektedir. Burada “nesnellik ” ve “doğruluk” kavramları daha da önem kazanmaktadır. Kişisel görüş ve değerlendirmelerin haberin içeriğinden uzak tutulması gerekmektedir. Bununla ilgili güzel bir örnek bulunmaktadır. New York Gazetesi'nin yayın müdürlerinden biri mesleğe yeni başlayan muhabirin “yaşlı adam”la ilgili yazdığı haberi okur. Yazılan haber üzerine muhabire yaşlı adamın kaç yaşında olduğunu sorar. Muhabir de habere konu olan adamın elli yaşında olduğunu söyler. Bunun üzerine yayın müdürü kendisinin de elli yaşında olduğunu ve yaşlı sayılmadığını belirtir. Haberde adamın sadece yaşını

yazması gerektiğini, sınıflandırma ve yorumdan uzak durması gerektiğini vurgular. Bu örnekte de olduğu gibi haberin nesnelliğini koruması için kişisel düşünceler ve yoruma haber içerisinde yer verilmemelidir (Bülbül, 2001: 279).

Habere yorum katmak, aynı zamanda izleyicilerin görüşlerini yönlendireceğinden habercilik açısından iyi sonuçlar doğurmamaktadır. Haber kişinin yorumu, televizyon kanalının ideolojik bakışını yansıtan cümleler ya da yorumlar izleyicinin almak istediği tarafsız habere bir darbe vuracaktır. Bu sebeple haberin içerisine yorum katmak etik kurallara aykırı bir durumu ortaya çıkarmaktadır (Öztürk, 2004: 98).

2.5 Haberde Nesnelliğin Değerlendirilmesi

Tarafsızlık haberde her zaman korunması gereken kavramlardan bir tanesidir. Haberde tarafsızlık kavramı, habere konu olan taraflardan aynı sürede eşit olacak şekilde sunulması olarak tanımlanmaktadır. Bu ilke gereğince, gerek muhabirin gerek editörün habere konu olan tarafların tamamına eşit uzaklıkta yer alması ve olayın olduğu şekliyle kamuoyuyla paylaşılması beklenmektedir (Diler, 2011: 18).

Haberde nesnellik; haberin seçilmesi, muhabir ya da editör tarafından yazılması, düzenlenmesi ve yayınlanması gibi aşamalarında gerçekleşmektedir. Haberi hazırlayanlar bu aşamaların hepsinde aynı özeni göstermelidir. Şayet yazım aşamasında nesnellik göz ardı edilirse haberin tamamında nesnellikten ödün verilmiş olmaktadır. Bu sebeple haberin tüm oluşum aşamalarında nesnellik ölçütlerine özen gösterilmelidir. Haberde nesnellik aynı zamanda, iletişim etiğinin de bir gereğidir. İletişim etiğini göz ardı etmemek adına haberde nesnellik ölçütlerine uyulmalıdır. Bu ölçütlere uyan yayıncılar kamuoyunda olumlu bir izlenim bırakırken, ölçütlere uymayanlar da şüphesiz prestij kaybına uğrayacaktır (Bülbül, 2000: 212 -213).

Kamuoyunun ya da hedef kitlenin kitle iletişim araçlarına güveni oldukça önemlidir. Kitle iletişim araçlarının bağımsız ve etki altında kalmadan hareket edebilmeleri bu güveni sağlayacaktır. Bu ikili arasındaki ilişkinin temeli güvendir. Bu güven sağlanırsa kitle iletişim araçları yaşamaya ve görevlerini yerine getirmeye devam ederler. Bağımsız ve objektif olmayan bir kitle iletişim aracında kamuoyunun

güveni ve inancı kalmayacağından haber içeriklerinde yansız ve tarafsız olmaya dikkat edilmelidir (Güz, 2005: 88).

2.6 Ahlak ve Etik Kavramları

Ahlak ile ilgili çok çeşitli tanımlar yapılmaktadır. Bu tanımlardan birkaç tanesine bu kısımda göz atılmaktadır. “*Ahlak; insanın doğuştan getirdiği ya da sonradan kazandırdığı bir takım davranış şekilleri, huylar, tavırlar, manevi seviyesini belirleyen tutum ve tavırlardır. Hukuki olarak ise ahlak; toplumun doğru saydığı davranışlardır*” (Meydan Larousse, 1981: 162). Ahlak insan ilişkileri üzerine oluşan içerisinde belirli değer yargıları barındıran ve her topluma özgü olan değerler bütünüdür. Ahlak kurallarına uymadan yapılan kötü ya da yanlış hareket o toplumun değer yargılarını olumsuz etkilemektedir. Bir ahlak sistemi zamanla değişiklik gösterebildiği gibi aynı zamanda da toplumdan topluma farklılık göstermektedir (Uçar, 2011: 6). Ahlak kelimesi aynı zamanda insanların davranışlarının yanlış ya da doğru olup olmadığını belirleyen ilkeler için kullanılmaktadır. Bu kavram kültürler tarafından genelleştirilip, kanunlaştırılır. Bununla birlikte toplumlar kendi içerisinde barındırdıkları üyelerin davranışlarını düzenlemeye çalışmaktadır. Bu düzenlemeyi doğru bir şekilde uygulayan toplum bireyleri ahlaklı, düzenlemeyi reddeden ve davranışlara uyumluluk göstermeyen bireyler ise dejenere olarak tanımlanmaktadır (Eriş, 2009: 23- 24).

Etik ve ahlak kavramları çoğunlukla birbirinin yerine kullanılmaktadır. Her iki kavram da adet veya geleneklere uygun davranışlara gönderme yapar. Tıpkı ahlak gibi etik için de pek çok tanım yapılmaktadır. Etik, bilginin kalitesini korumak, pozitif hukukun yetersizliğini gidermek ve en önemlisi de mesleki saygınlık sağlayabilmek için gerekmektedir (Şeker, 1999: 95;97). En genel tanımına bakılacak olursa etik ; “*bir işte neyin yapılmasının doğru, neyin yapılmasının yanlış olduğunu gösteren felsefedir*” (Uğurlu ve Öztürk, 2006: 55). Sözcük anlamına bakıldığında etik kelimesinin karşılığı töre bilimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Etik, ahlaki olanın özünü, temelini araştıran bilim ve insan davranışlarını inceleyen felsefe dalı olarak tanımlanmaktadır. Etik aynı zamanda ahlak felsefesidir (MEGEP, 2006: 3).

“Etik ” kavramı tüm toplumlarda, insan hayatını yönlendiren emredici hükümler olarak kabul edilir. Bu emredici hükümler televizyon haberi için de geçerlidir. Etik problemler en çok trajik olaylarda dikkat çekmektedir. Buna bir örnek olarak; 1989 yılının Ağustos ayında, Orta batı’ da bir kentte bir adam eşi ve çocuklarıyla yola çıkar. 55 millik bir hızla nehre doğru ilerler ve tahta barikatları aşarak suya dalar. Emniyet kemeri bağlı olmayan baba ve anne camdan çıkarak kurtulurlar fakat emniyet kemeri bağlı olan dört çocuk araçta boğulur. Dalgıçlar cesetleri nehirden çıkartırken haber muhabirleri olay yerine gelir. Bu görüntüleri kaydeder ve olaya tanık olanlarla röportaj yapar. Muhabirlerin bir kısmı olay sırasında çekilmiş görüntüyü kullanmayarak olayı sadece özetlemeyi seçmiştir. Diğer muhabirler ise dört küçük çocuğun sudan çıkarılırkenki görüntülerini, ambulansa taşınmalarını da izleyiciyle paylaşmıştır. Ayrıca tanıklarla ve çocukların yakınlarıyla yapılan röportajları da ekrana taşımışlardır. Haberin veriliş biçimi izleyicinin yayını izlemesine yol açan merakın sınırlarını da fazlasıyla aşmıştır. İzleyicilerden çok sayıda şikayet mektupları gelmiş, bu olayın sadece haberciliğin etik sınırlarını ihlal etmediği aynı zamanda dört kurbanın yakınlarına da fazladan sorumluluk yüklediği vurgulanmıştır (Matelski,1995: 65- 66).

Şiddet, nefret, terör gibi konuların ekrana etik kurallar çiğnenerek yansıtılması “medya terörü” kavramını ortaya çıkarmaktadır. Katil, katliam, intihar, cinayet, şiddet gibi haberlerin belirli sloganlarla, tekrar tekrar yayınlanması bunun bir göstergesidir. Bu görüntüleri izleyenler dehşete düşmekte, güvenlik duygusu zedelenmekte ve görüntüler sebebiyle yıpranmaktadır. Ayrıca bu görüntüler, izleyici üzerinde özendirici etki yaratmakta, depresyon gibi hastalıkları körüklemektedir (Başar, 2014). Özellikle şiddet, intihar gibi olayların sık sık kötü görüntülerle dramatize edilerek, yorum yapılarak, ayrıntıya girilerek verilmesi toplumun endişelerini pekiştirmektedir (Palabıyıkoglu, 1997: 125). Haber bültenlerinin tek başına bile depresyon sebebi olabileceği düşünülebilir. Öyle ki televizyondaki haber bültenlerinin jeneriklerinde bile savaş, terör, felaketler, kurşun vızıltıları arasında anons çekmeye çalışan muhabirler yer almaktadır. Bu sebeplerden ötürü insanlar haber bültenlerini sonuna kadar izleyememektedir (Aytuğ, 2012: 14).

Medyanın verdiği haberlerde yöneldiği sansasyon, taraflılık, şiddet ya da müstehcen öğelerin ön plana çıkartılması, kişilik haklarının ve özel hayatın hiçe

sayılması, yanıltıcı bilgi ve görüntüler, insanları psikolojik olarak etkileyecek görüntülerin defalarca tekrarlanarak yayınlanması medyada kirlenmeye sebep olmaktadır. Bu etkenlerin bir araya gelmesi ve bunun ekrana taşınmasıyla da kirlenen sadece medya değil aynı zamanda da toplumda olmaktadır.

2.7 Televizyon Haberciliğinde Yaşanan Değişim ve Magazinleşme Sorunsalı

Televizyon haberi günden güne değişim göstermektedir. Reklam ve rating kaygısı haberlerde de kendisini göstermektedir. İzleyiciyi kendine çekmeye çalışan haber içerik üreticileri bunu sağlayabilmek için haberlerde bazı öğeleri ön plana çıkarmakta kimi zaman da haberlerin içeriklerine müdahale etmektedir. İnsanların dikkatini çekeceği düşünülen şiddet, nefret içeren görüntüler haber bültenlerinde yoğun olarak kullanılmaktadır. Kimi zaman da haberler daha ilgi çekici hale getirilmek için içerikleri sulandırılmakta, ciddi haberlerin bile magazinsel yanları ön plana çıkartılmaktadır. Haberlerde şiddetin ön planda tutulması ve içeriklerin sulandırılması, magazinleştirilmesi haberde değişimin sağlandığı iki önemli unsurdur.

Uluslararası yayıncılığın gelişmesi ile birlikte toplumlar ve kültürlerde belirgin benzerlikler yaşanmaya başlamıştır. Bu hayatın her alanında ne kadar etkiliyse televizyon ve habercilik alanında da bir o kadar etkili olmaya başlamıştır. Dünyanın her yerinde aynı tip yarışma programları, soop operalar, çizgi filmler ve benzer haber programları yayınlanmaya başlamıştır. Haber programları, haber bültenleri de bu benzeşmeden nasibini almış, magazinleşme olgusu birçok ülkede bültenlere yerleşmiş ve daha fazla izlenebilmek uğruna haber içerikleri sulandırılmaya başlamıştır (Uğur, 2006: 79).

Toplumun kitle iletişim araçlarına olan güveni doğrultusunda düşünüldüğünde özellikle olumsuz duygular uyandıran haberler insanlar üzerinde daha büyük bir etkiye sahiptir. Nefret söylemi, saldırganlık, ayrımcılık, düşmanlık, hoşgörüsüzlük ve şiddet kavramlarıyla iç içedir. Terör olayları da yine nefret ve şiddet kavramlarıyla aynı paralellikte negatif duygular barındırmaktadır (Yücel, 2011: 29;49).

Terör, yasa dışı siyasal ve stratejik hedeflere ulaşmak üzere, bir kişi, grup, örgüt ya da devlet tarafından insanlarda korku, panik ve güvensizlik yaratmak amacıyla bilinçli ve planlı bir şekilde girişilen her türlü şiddet eylemini ifade eder. Nefret söylemi ise 1997 yılında Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesinin R (97) 20 sayılı Tavsiye Kararında: *“saldırgan milliyetçilik, ayrımcılık ve azınlıklara, göçmenlere ve göçmen kökenli kişilere karşı ifade edilen hoşgörüsüzlük dâhil ırkçı nefret, yabancı düşmanlığı, antisemitizm ve hoşgörüsüzlüğe dayalı diğer nefret biçimlerini yayan, teşvik eden, savunan ya da haklı gösteren her tür ifade biçimi”* olarak tanımlanmıştır (Yücel, 2011: 6; 30) .

Meydana gelen terör eylemlerinin televizyon haberinde yer alışı, sunumu, ekrana taşınan görüntüleri, içeriğindeki sözcük seçimi, kullanılan dil ve üslubu çok önemlidir. Haberlerin bu eylemleri gerçekleştirenleri nasıl tanımladığı ve bu konuya karşı sergilediği duruş dikkate alınmaktadır. Televizyon kanallarında bu haberler yayınlar kesilip “şok haber ” , “ flash haber ” , ya da “ son dakika ” gibi uyarılarla çok fazla seçim işlemi yapılmadan sığağı sığağına ekrana getirilmektedir. Bu da yine ışık hızı haberciliğinin dezavantajlarından biri olmaktadır. Lakin bunların ekrana taşınması ratingi arttırıcı bir durum olarak ortaya çıkmaktadır. Burada atlanmaması gereken nokta, habercinin temel görevinin olayları gerçeğe en yakın biçimde kamuoyuna aktarmak olduğudur. Kamuoyunu bilgilendirmenin dışında başka amaçlara hizmet edebilecek dil ve üsluba, anlatım biçimi ve görüntülere yer verilmemesine özen gösterilmesi gerekmektedir (Gökçe, Demiray, 2004: 39; 41; 44).

Hemen hemen herkes yaşamının belli dönemlerinde sıkıntılı, bunalımlı dönemler geçirebilir. Bunları kolayca atlatabilir yaşamlarına devam edebilirler. Ama bu durumları atlatamayan insanların var olduğunu da bilirler ve bunlara tanık olmak belki de bunları televizyonda, haberlerde görmek onlar için caziptir. İşte bu istek habercilerde farkındalık yaratır ve asıl problem burada başlar. Haberi daha seyirlik hale getirebilmek için insanların tanık oldukları ya da olamadıkları olayları ekranda tüm açıklığıyla “ dramatize ” bir tarzda ekranlara taşırlar. Terör olayları, şiddet, dayak, cinayetler, gasp gibi olumsuz olaylar ve görüntüler bültenlerdeki yerini alır (Mutlu, 1999: 148). Özellikle bu anlayışa Türkiye’de rastlanmaktadır. Gelişmiş ülkelerin televizyonlarında kopmuş kollar, parçalanmış vücutlar gösterilmez. 11 Eylül saldırılarından sonra ABD’deki habercilik anlayışı bunun açık bir

göstergesidir. Bu saldırılardan sonra haber bültenlerinde hiçbir ceset gösterilmemiş sadece İki Kuleler' in vuruluşu defalarca vurgulanmıştır. Bununla birlikte durumun kısa sürede halledileceği aşılana çalışılmıştır. Türkiye'de ise en basit bir olay bile abartılıp, ekranlara taşınmakta şiddet dolu görüntüler defalarca tekrarlanmakta şayet görüntü yoksa arşiv kullanılmaktadır. Olaylar olay olmaktan çıkarılıp adeta bir şova dönüştürülmektedir (RTÜK, 2002: 95).

Günlük yaşantıda meydana gelen terör, şiddet, nefret içeren olaylar televizyon haber bültenlerine taşındığında tüm toplum tarafından daha kolay fark edilir bir hal almaktadır. Bu içeriklerin topluma nasıl yansıtıldığı bu noktada büyük önem taşımaktadır. Televizyon haberleri diğer program yapılarından içerik ve kurgusal olarak farklılıklar barındırır da bir televizyon kanalı için aynı zamanda reklam kaynağıdır. Aslında *“reklam gelene kadar izleyicinin ilgisini ayakta tutan bir tuzaktır”* (Postman, Powers, 1996: 28). Televizyon haberi için reklam önem taşıdığından daha izlenir olmak adına insanlar tarafından merak edilecek haberler bültenlerde daha fazla yer kaplamakta ya da belli olaylar farklı öğelerle daha dikkat çekici hale getirilmektedir. Burada olay habere dönüştürülürken belli bir prodüksiyon aşamasından geçer. Haberde görüntüyü sağlayan kamera değişik yöntemlerle kullanılarak (alt açı, üst açı) haberin dramatik etkisi artırılmakta bu sayede istenilen etki verildiğinden daha çok izlenilmesi sağlanmaktadır (Orhon, 2002: 16) Olayın dramatik etkisinin artırılması haberin değerini de değiştirmektedir. Kamusal yayıncılıkta haberde duygusal üretimin olmaması gerekmektedir. Haberde dramatik etki yaratma, duygusallaştırma kamu hizmeti ile bağdaşmayacak bir duruştur. Çünkü duygusallaştırma ile birlikte haberin amacı değişmekte ve asıl işlevi olan bilgi verme işlevi tam olarak yerine gelememektedir (Göktaş, 2006: 80).

Aynı zamanda izlenir olmak adına şiddet, terör, nefret içerikli haberler bültenlerde oldukça fazla yer kaplamaktadır. Olayın olumsuz haline bir de sansüresüz görüntüler eklenmekte toplumun bu olaylardan ne kadar etkilendiği göz ardı edilmektedir. Aslında bunların yayınlanmasıyla ilgili belli kurallar vardır. Toruk (2008: 220) etik ilkeler arasında yer alan *“yayınlarda hiç kimse; ırkı, cinsiyeti, yaşı, sağlığı, bedensel özrü, sosyal düzeyi ve dini inançları nedeniyle kınanamaz, aşağılanamaz”* maddesini hatırlatarak nefret söylemine dikkat çekmektedir.

Televizyon haberciliğinde şiddet, nefret, terör gibi olayların ekrana taşınırken hiçbir özen gösterilmemesi, bu gibi olayların rating elde etmek için özellikle bültende yer alması ve bu haberlerde ana aktör olarak kullanılan insanların bu durumlardan nasıl etkilendiği düşünülmeden haberlere taşınması üzerinde tartışılan konulardandır.

Şiddete ve nefret söylemine haberlerde gereğinden fazla yer verilmesi nasıl haberin değişim değerini etkiliyorsa haberin magazinleşmesi de değişimde o denli etkili olmaktadır. Televizyon haberleri beklediği parasal bir karşılık elde edebilmek için, izleyiciyi ekrana çekmeyi amaçlamaktadır. Haberler içerisinde yoğun olarak dikkat çekici görüntülerin kullanılması, kurguyla bir bağlantısı olmayan parçaların eklenmesi bu amaç doğrultusunda yapılmaktadır. Bunlar haberlere uygulandığında doğal olarak eksik ve üstün körü bilgiler verilmektedir. Burada amaçlananın içerik değil, değişim değeriyle kazanılacak getiri olduğundan elde edilen bu sonuç olağandır. Haber ile aktarılan bilgi, mesaj ve her türlü içerik özüne olan aitliğini kaybetmektedir. Sadece ticari bir girişim olarak algılanmasına sebep olmaktadır. Tüm içeriklerin çerezlik haline gelmesi, eğlendiricilik işlevinin ön planda tutulması verilen bilgilerin eksik, bozulmuş olmasına hatta zaman zaman yanlış olmasına sebep olmaktadır. Bunların bir sonucu olarak insanlar kendi hayatlarına ilişkin neyi ciddiye alıp almayacaklarını ve bunlara nasıl bir tepki verecekleri konusunda kendilerini boşlukta hissetmektedir. Bu da insanların doğruya olan inanç ve saygılarının yok olmasına sebep olmaktadır (Orhon, 2002: 87 -88).

Rating kaygısına düşen televizyon haberi; içerisinde yer almaması gereken konulara aşırı vurgu yapması, etik kuralların ihlal edilmesi, içeriklerin gereksiz görüntü ve müziklerle süslenmesi konusunda eleştirilmektedir (Ergül, 2000: 87) Bunlar tabloidleşme kavramını ortaya çıkarmaktadır. Haberin tabloidleşmesi siyasete, ekonomiye, uluslararası kapsamdaki haberlere verilen önemin azalması eğlence, spor, özel yaşam ve sansasyonel olaylara daha fazla yer verilmesidir. Bu tabloidleşme biçimsel olarak; haberin alt yazısında, içerik anlatımında, canlandırmalarında, müzik kullanımında kendini göstermektedir. Tabloidleşmenin içerik boyutu ise iki farklı ögeye sahiptir. Bunun birincisi; kişiselleştirme, ikincisi ise siyasetin tabloidleşmesidir. Siyasetçilerin siyasi kimliklerinin dışında insani boyutlarının ortaya çıkarılmak istenmesi dikkat çekmektedir. Haberlere ilgiyi

çekmek için, özellikle kadın ünlüler siyasetçilerden haberlere daha çok konu olmaktadır (Bek, 2004: 31- 32).

Haberin biçimsel özelliklerinin yanı sıra bu haberlere konu olan kişiler de içerik açısından önem taşımaktadır. Bu kişiler haber aktörleridir. Yani haberin başkahramanlarıdır. Haber aktörleri politikacılar, yabancı politikacılar, uzmanlar, ünlüler, sıradan vatandaşlar, asker, polis, sivil toplum kuruluşları, gazeteciler olabilir. Bu aktörler her akşam izlediğimiz haber bültenlerinde başkahraman olabilmektedir. Özel televizyonlarda iki ana haber aktörü vardır. Birincisi; geçirdikleri kazalar ile yoksullar/sıradan insanlar, ikincisi ise; gösterişli yaşam tarzları ve dedikodularıyla zenginler/ünlülerdir. Buradan sıradan insanların ve ünlülerin haber bültenleri için önem taşıdığı ortaya çıkmaktadır. Ünlüler özellikle de kadın ünlüler haber bültenlerinde siyasetçilerden daha fazla yer kaplamaktadır. Sıradan insanlar ise daha çok trajik olaylarıyla, acılarıyla haberlere konu olmaktadır. Hatta yaşadıkları olaylar daha fazla dramatize edilerek, bunların onları ve yakınlarını nasıl etkileyeceği hiç düşünülmeden haber bültenlerine taşınmaktadır. Ünlülerin belli sebeplerle iyi ya da kötü ekrana taşınmaları onların hayatlarını pek fazla etkilemezken belki de olumlu bir yanı bile olabileceken sıradan insanlar açısından böyle bir yanı yoktur. Hatta sıradan insanların böyle bir şeye ihtiyacı olmadığından bu durum onlar için yıkıcı bile olabilir. Buradan hareketle haber değerinin değişmesinin toplumsal hayat için de önemli sonuçlar doğuracağı söylenmektedir (Bek, 2004: 28).

Toplumsal hayat için bu denli önemli olan haber belirli bir noktada ise endüstri olarak görülmektedir. İzleyiciyi reklama hazırlayan bir oyalama türü olduğuna dikkat çekilmektedir. Nasıl bir işletme hayatta kalabilmek için kar amacı güdüyorsa televizyonlar da aynı diğer işletmeler gibi varlığını devam ettirebilmek için belirli bir bütçeye ihtiyaç duymaktadır. Bu noktadan bakıldığında televizyon içeriklerinin hepsinde haber de dahil daha çok izlenme, daha çok para kazanma amacı güdülmektedir. Bu da reklamın habercilik için temel belirleyicisi olmasına sebep olmaktadır.

Reklamcılık televizyon haberciliğinde iki noktada ortaya çıkmaktadır. Bunlardan birincisi şovun bütününe ilgilendirirken, ikinci ise içeriğine vurgu yapmaktadır. Birinci durumda reytingler son derece önemlidir. Haber programları bir

bütün olarak değerlendirilirler ve diğer haber bültenleri ile sürekli bir rekabet halindedirler. Bu yüzden haberleri yazan kişiler izleyiciyi habere çekebilmek için daha çok sansasyonel öğeleri kullanmayı tercih etmektedir. İkinci durumda yani haberin içeriği söz konusu olduğunda ise reklam verenlerin denetimi daha gizli takip edilir. Bu durumları haber yönetmenleri reklam verenleri düşünerek onların istemeyecekleri haberleri yapmaktan vazgeçebilirler (Güzel, 2007: 45).

Ana haber bültenleri ailede büyük küçük demeden herkesin birlikte seyrettiği içeriklerdendir. Bu sebeple ekrana taşınacak olan haberlerin seçimine titizlikle yaklaşılmalıdır. Televizyon kanalının kendisinin sahip olduğu özdenetiminin yanında bireyler de televizyon kanallarının denetimine katkı sağlayabilmektedir. Meydana gelen bir problem karşısında ne yapması gerektiğini, nereye başvurması gerektiğini bilen birey duyarlı bir vatandaş olarak medyanın eski itibarına kavuşmasına da katkı sağlayacaktır (Gül, 2013: 137).

2.8 Televizyon Haberciliğinde Etik Sorunlar

Her insan ve her meslek grubu etik kavramıyla karşı karşıya gelmektedir. Buna karşın gazeteciliğin alanına giren konular diğer meslek gruplarına göre çok daha fazla etik sorunlarla karşı karşıya getirmektedir. Gazeteci gün boyu, özgürlük, yansızlık, dürüstlük, mahremiyet gibi birçok konuyla baş başa kalmaktadır. Buradan hareketle etikle ilgili her türlü sorun, problem gazetecilik mesleğinin ayrılmaz bir parçası olduğunu göstermektedir (Şeker, 1999: 102).

Etik çalışmalar medyada iki farklı anlayışla şekillenmektedir. Bunlardan bir tanesi faydacı etik anlayışı olarak bir diğeri ise görevci etik anlayışı olarak karşımıza çıkmaktadır. Her iki anlayış aslında birbirinin karşıtı olarak açıklanmaktadır. Birinde toplum ya da çoğunluk ön planda tutulurken diğerinde ne olursa olsun her bireyin kişisel hakları ön planda tutulmaktadır. İlkeleri farklı olan bu iki anlayış gazetecinin bireysel etiğiyle doğrudan bağlantılıdır (Karabağ, 2014: 40).

Basın içinde çalışanlar piyasa kurallarının hakim olmaya başladığı düzen içerisinde çalışmaya başlamışlardır. Gazeteciler, televizyon habercileri artık belli düşünceleri savunan kollayan değil, çalıştığı basın kuruluşunun çıkarlarını gözetken, onun ticari değerini arttıran ve bu politikaya göre hareket eden birer metaya

dönüşmüştür. Haberin karşılığının paraya dönüştüğü ortamda basın ahlakından söz etmek mümkün olamamaktadır (Uçar, 2011: 11).

Televizyon haberciliğinde yapısı ve anlatımı gereği bir takım etik problemler yaşanmaktadır. Bu etik problemlerin başında haberlerde kullanılan görüntüler gelmektedir. Televizyon haberciliğini gazete ve radyodan ayıran en temel özellik görüntüdür. Televizyonun en temel malzemesidir. Olayların anlatımı görüntü aracılığıyla kamuoyuyla paylaşılmaktadır. Bu görüntüler etik problemleri de beraberinde getirmektedir. Dramatik etki yaratmak için haberler trajik görüntülerle anlatılmaktadır. Bu şekilde insanların dikkatleri haberlere daha çok çekilmektedir.

Televizyon haberciliğinde etik problemlerin yoğun olarak yaşandığı konulardan bir diğeri de kamuya mal olmuş kişilerin özel hayatlarıdır. İzleyicilerin merakla takip ettiği kişilerin yaşantılarını bilme isteği kimi zaman bu kişilerin özel hayatlarının içerisine girmektedir. Bu kişiler kamuya ait dünyalarıyla, kendilerine ait özel yaşamları arasına çizgi çekmeye çalıştıkları zaman güçlüklerle karşılaşmaktadır (Matelski,1996: 73). Kamuya mal olmuş kişilerin hayatlarının diğer insanlar tarafından merak edilmesi noktasında televizyon haberciliği ayrı bir yara daha almaktadır. Bu ünlü ve tanınmış kişilerin hayatları ile ilgili haberler kimi zaman toplumda farkındalık yaratacak birçok olayı geride bırakarak hepsinin önüne geçmektedir. En önemlisi de haberler magazinleştirilmekte ve içerikleri sulandırılmaktadır. Bununla kamuoyunun dikkati çekilmekte, gereksiz yere gündem meşgul edilmektedir.

Televizyon haberlerinin canlandırılması da sık sık etik problemlere yol açmaktadır. Televizyonu diğer kitle iletişim araçlarından ayıran en önemli malzemenin görüntü olduğundan bahsetmiştik. Muhabirler ya da haber içeriklerini hazırlayanlar anlatmak istediklerini ya da vermek istedikleri mesajı en çok görüntü ile sağlayabilmektedir. Bazı durumlarda elde olmayan sebeplerle muhabirler olayla ilgili görüntüye ulaşamayabilirler. Bu durumda haberlerde canlandırma yöntemi devreye girmektedir. Mevcut olmayan görüntü elde edilen bilgiler doğrultusunda canlandırma yöntemiyle elde edilmektedir.

Canlandırma ile gerçek arasındaki çizgi bulanıktır. Bazı haber programları, haber öykülerini tanımlamak için Hollywood fikirlerini kullanmaktadırlar. Örneğin sunucu bir konu hakkında konuşup, yorum yapıyor ve bu sırada ortada konu ile ilgili

bir görüntü yoksa bu haberci açısından korkutucu bir durum olmaktadır. Bu durumda ise film görüntülerinden seçmeler kullanılmaktadır. Bu görüntüler gerçekte yaşanan olayı anlatmak için kullanılmakta ama doğru bir şekilde yansıtılmamaktadır. Edward R. Murrow, televizyon gazetecilerini kastederek şu ifadeye kullanmıştır: “*Haber toplamada her zaman bir takım hatalar olacaktır fakat mikrofonların, kameraların ve filmlerin mümkün hale getirdiği hileler asla, kaçırdığımız ya da hiçbir zaman meydana gelmemiş bir olayı sanki kanıtlarla bir araya getirilmiş bir haber gibi öne sürmemelidir*” (Postman ve Powers, 1992: 78).

Türk özel televizyonlarında etiğe aykırı uygulamalardan bir tanesi de haberlerin fonunda müzik kullanılması idi. Burada amaç insanların duygularını daha da körüklemek, müzikle dramatik etkiyi arttırmaktı. Bu aynı zamanda olaya yorum katmakla eş değer algılanmaktaydı (Uğurlu ve Öztürk, 2006: 61). Bu etkiyi ortadan kaldırmak için RTÜK 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkındaki Kanunun 8.maddesinin 1 bendinde “ ... haberin verilişinde abartılı ses ve görüntüye, doğal sesin dışında efekt ve müziğe yer verilemez.” uyarısıyla haberlerde fon müziği kullanımını yasaklamıştır (RTÜK, 2011).

Elektronik gazeteciliğin anımsal ve görsel malzemede netlik konularındaki hassasiyeti giderek artmaktadır. Öyle ki, daha derinlemesine ama görsel açıdan daha etkisiz görüntüler kullanılarak kanallar arasındaki rekabet körüklenmeye çalışılmaktadır (Matelski, 1996: 80). Olayı herkesten önce sunmaya çalışma, birçok önemli öğenin atlanmasına ve haberin denetlenmeden direkt olarak izleyiciyle buluşmasına sebep olmaktadır.

Etiğe aykırı en son durum ise haberin çarpıtılması, olduğundan abartılı ve farklı yansıtılmasıdır. Böyle yapıldığında kamuoyuna yanlış bilgi akışı sağlanmakta ve yanlış yönlendirme yapılmaktadır. Yayın kuruluşunda çalışan herkes etik sorumluluk taşımak durumundadır. Etik sorumluluktan yoksun kuruluşlar kendi imajlarına ve işleyişlerine zarar vermektedir. Meslekteki keyfi uygulamalar da etik kurallar sayesinde sona ermektedir (Uğurlu ve Öztürk, 2006: 61).

Genel olarak bakılacak olursa; kişilik haklarına, insan onuruna ve özel yaşamın gizliliğine saygı gösterilmemesi, şiddet içeren görüntülerin açık olarak ve defalarca gösterilmesi, hızlı olabilmek adına doğru şekilde denetleyemeden bilgi ve görüntülerin verilmesi, yargılayıcı ve aşağılayıcı üslubun seçilmesi, cinselliğin

sömürü amaçlı yapılması, müzik ve efektlerle haberin abartılarak aktarılması, açık bir şekilde yönlendirme çabası gibi belli başlıklar televizyonda etik problemlerin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır (Ertan, 2011: 29).

Televizyonda karşılaşılan etik sorunlar sadece onun yapısı gereği ya da uyguladıkları sebebiyle ortaya çıkmamaktadır. Aynı zamanda dışarıdan kaynaklı durumlar da etik sorunları beraberinde getirmektedir. Basının etrafında yer alan güç odakları ekonomik, siyasal, sosyal alanlarda çoğu zaman belirleyici olmaktadır. Basın bu güç ortaklarıyla bu etkili faktörler sebebiyle ortak hareket etmektedir. Basın bu güç odaklarının belirlediği çizgide yayınlar yapmaktadır. Aralarında belirli bir çıkar ilişkisi olduğu görülmektedir. Günümüz ekonomisinde basın egemen medya grupları tarafından sahiplenilmekte ve onlar tarafından kontrol edilmektedir. Bu durumun bir sonucu olarak da basın kendi sahip olması gereken özelliklerden uzaklaşmaktadır (Uçar, 2011: 65).

Bu anlatılanlar ışığında akıllara peki bu etik kurallar atlandığında ne gibi yaptırımlar uygulanmaktadır sorusu gelmektedir. Burada karşımıza RTUK çıkmaktadır. Televizyon kanallarında yayınlanan haber bültenleri RTUK tarafından denetlenmektedir. Kanuni herhangi bir suç unsuru taşıyan bültene bir takım müeyyideler uygulanmaktadır. Aşağıda RTUK tarafından 14.04.2011 tarihinde yapılan 21.toplantıda alınan 19. karar gerekçesiyle birlikte açıklanmış olup, müeyyideyi örnekler nitelik taşımaktadır. "ULUSAL 1 logosuyla yayın yapan ULUSAL KANAL İLETİŞİM HİZMETLERİ SAN. VE TİC. A.Ş. unvanlı kuruluşun, 30 Kasım, 01 Aralık 2010 tarihlerinde yayınladığı Ana Haber Bülteninde; 3984 sayılı Kanunun 4756 sayılı Kanunla değişik 4 üncü maddesinin (1) bendinde yer alan "Kişilerin manevi şahsiyetlerine eleştiri sınırları ötesinde saldırıda bulunulmaması, cevap ve düzeltme haklarına saygılı olunması, soruşturulması basın meslek ilkeleri çerçevesinde mümkün olan haberlerin soruşturulmaksızın veya doğruluğuna emin olunmaksızın yayınlanmaması, saklı kalması kaydıyla verilen bilgilerin kamu yararı ciddi bir biçimde gerektirmedikçe yayınlanmaması." ilkesinin tekraren ihlali nedeniyle yayın kuruluşuna idari para cezası müeyyidesi uygulanmasına Prof. Dr. M. Korkmaz Alemdar'ın karşı oyu ve oy çokluğu karar verilmiştir (RTUK, 2010).

2.9 Basında Yer Alan Mesleki İlkeler

Gazetecilik yapan kimi kitle iletişim araçları kendi etik ilke ve kurallarını kendi koymakta ve uygulamaktadır. Kimisi de ilke ve kurallarını bir kitapta toplamıştır. Bu kitapçıklar “style book” olarak adlandırılmaktadır. Bu kuralların geçerli olduğu mecralarda işe yeni başlayanlara bu kurallar şart koşulmaktadır. Buna ülkemizden örnek olarak Hürriyet ve Milliyet gazeteleri gösterilebilir. Bu gazeteler bu uygulamanın bir benzerini uzun bir süreden beri uygulamaktadır.

Haberlerde etik ilke ve kurallarına uymak ve haberde nesnelliği sağlayabilmek kamuoyunun güveni açısından oldukça önemlidir. Bu güveni sağlayabilmek için bazı kurumlar uygulamalar yapmaktadır. Doğan Medya Grubu bu uygulamalardan bir tanesini kullanmaktadır. Grup, CHP parti meclisine seçilen iki üst düzey sorumlusuna “ya gazete ya parti ikisi bir arada olmaz.” uyarısını yaparak bir tercihte bulunmalarını istemiştir. Bu iki gazeteci de parti meclisindeki görevlerinden istifa ederek gazeteciliği tercih etmişlerdir. Bu olay etik ve nesnellik unsurları açısından habercilik adına olumlu bir gelişme olarak nitelendirilmektedir. Ayrıca Doğan Medya Grubunda meydana gelen bu olay batıdaki “style book” uygulamasına oldukça yakın görülmektedir. (Bülbül, 2001: 284) Doğan Medya Grubu kendi yayıncılık ilkelerini belirlemiş ve çalışanlarının bu ilkelere uyması gerektiğini vurgulamaktadır.

Birçok meslek grubunda o mesleğin tanımının yapıldığı, çalışanların haklarının vurgulandığı ve meslek içerisinde uygulanması gereken kuralların yer aldığı düzenlemeler bulunmaktadır. Bu düzenlemeler içerisinde basın için hazırlanmış RTUK Kanunu, (Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun), Basın Konseyi tarafından belirlenmiş gazetecilerin mesleki sorumluluklarını ve çalışma düzenlerini belirleyen Basın Meslek İlkeleri, Medya Derneği ve ICFJ işbirliğiyle gazetecilerin katılımıyla belirlenen etik kuralların yer aldığı Türkiye’li Gazeteciler İçin Etik İlkeler gibi belirleyici kurallar yer almaktadır. Bunlar gazetecilerin mesleğinin gereklerini yerine getirebilmesi için yön gösterici uygulamalardır. Bu ilkeler araştırmanın ekler kısmında detaylı olarak aktarılmıştır.

Tüm ülkelerin yayın kurumlarında önem verdikleri politikalardan biri de tarafsızlıktır. Kamuoyuna en doğru bilginin olduğu şekilde aktarılabilmesi için yayın kurumları özen göstermeye çalışmaktadır. İnsanın yoğun olarak yer aldığı haber üretim süreçlerinde doğal olarak insan yapısı gereği bir takım hatalar yapılabilmektedir. Gören her göz aynı şeyi görmediği gibi, olayların her insanın zihin sürecinden geçtikten sonra yorumlaması da birbirinden farklıdır. Bu olağan bir durumdur. Bu konuda kurumların olaya bakışı ve çalışanı doğru yönlendirmesi gerekmektedir. (Vural, 1986: 38).

Tarafsızlığı sağlamak adına kurum ve kuruluşlar bir takım yasalar, ilkeler ve kurallar koymaktadır. Yayın denetimini bu şekilde sağlamaktadır. Türkiye'nin devlet televizyonu olan TRT bu konuda çok yönlü bir denetim uygulamaktadır. Yayıncının kendi içerisinde uyguladığı denetim ve halkın denetimi bunlar arasındadır. Bu konularda anket çalışmaları da yapılmaktadır. Yayının taraflı mı yoksa tarafsız mı yayın yaptığı sorulduğunda TRT Genel müdürü yetkili olarak yayının tarafsız olmadığını tarafsız olabilmek için kurumun özerk bir kurum olması gerektiğini basın toplantısında açıklamaktadır. (Vural, 1994: 147).

Yayın kuruluşları gazetecilerin, televizyon habercilerininin dikkat etmesi gereken ilkeleri kimi zaman kendi koyduğu kurallarla vurgulamaktadır. Araştırmanın bu kısmında Doğan Medya Grubunun yayın ilkeleri ve BBC Türkçe' nin tarafsızlığa dikkat çektiği yayın ilkeleri aktarılmıştır.

2.9.1 Doğan Medya Grubu Yayın İlkeleri

Doğan Holding Onursal Başkanı Aydın Doğan, 10 Aralık 2012 tarihinde Hürriyet Dünyası Çetin Emeç Salonunda yaptığı sunumda Doğan Medya Grubunun yayın ilkelerini açıklamıştır. Dünyanın önde gelen medya kuruluşlarının yayın ilkelerinden hareketle hazırlanan bu ilkelerin 'Ortak Değerlerimiz' bölümünde okura ve izleyiciye meslek etik ilkelerine uygun, saygılı bir yayıncılık faaliyeti vaat edilmektedir. Bu ilkelere Doğan Medya Grubunun yayıncılık esasları şöyle açıklanmaktadır: (CNNTURK, 2012).

1.Güven

Genel tavırlarımızla toplumun, yayınlarımızla okurlarımızın ve izleyicilerimizin güvenini kazanmak en önemli değerimizdir. Doğan Yayın Grubu'nun bugününün ve yarınının temeli bu güven duygusudur.

2. Bağımsızlık

a) Toplumun ve izleyicimizin güven duygusunun temelinde, Doğan Yayın Grubu'nun yönetimi ve çalışanlarıyla bağımsızlığı yatar. Çalışanlarımız ve yöneticilerimiz, mesleki çalışmalarını her türlü çıkar ve nüfuz ilişkisinin dışında tutar; Grubun, kurumunun ve şahsının itibarını sarsacak türden bir faaliyet ve organizasyon içinde olamaz, bağımsızlığına gölge düşürecek çıkar çatışması durumlarından uzak durur.

b) Bağımsızlığımızın en temel unsurlarından biri, Doğan Yayın Grubu'nun faaliyetlerinin ekonomik gerçekler ve basiretli yönetim ilkeleri üzerine inşa edilmesidir. Ekonomik değer yaratmayan faaliyetlerde bulunamayız. Çünkü ekonomik olmayan bir faaliyet, başka bir kaynağa bağımlılık demektir.

c) Yayınlarımızda yer alan, ilân, reklâm, sponsorluk gibi ticari unsurları, bu nitelikleri hiçbir tereddüde yer bırakmayacak şekilde ayrıştırıyor ve belirtiyoruz. Yayının ana unsurlarından olmadığı sürece şirketler ile ticarî ürünlerin isim ve markasını kullanmamaya özen gösteriyoruz. İlân-reklâm kaynaklarından herhangi bir telkin, tavsiye ile yayın yapmıyoruz.

3. Doğruluk ve gerçeklik

a) Yayınlarımızın temel işlevi, gerçekleri bozmadan, abartmadan, sansürlemeden, hiçbir baskı veya çıkar grubunun etkisi altında kalmadan, objektif bir biçimde kamuoyuna iletmektir.

b) Hiçbir zaman yayıncılık hızı, doğruluğun; abartma veya basitleştirme, gerçeğin çok yönlülüğünün önüne geçmemelidir. Bilmediğimizi açıkça kabul etmeli ve spekülasyona neden olmamaya çalışmalıyız.

c) İzleyicimizi ve okurumuzu, bilerek, kasten yanıltmamak; bilgi ve özen eksikliğimizden kaynaklanan yanıltmaları en aza indirmek ve en kısa zamanda düzeltmek hedefimizdir.

4. Tarafsızlık, çoğulculuk, hakkaniyet

a) Yayınlarımız, gerçeğin farklı boyutlarını yansıtacak şekilde çoğulcu, gerçeğin farklı yönlerini temsil eden düşünceler ve toplumsal aktörler karşısında ise tarafsız olmalıdır. Tarafsızlık ve çoğulculuk, yayınlarımızın tümü dikkate alındığında ve makul bir süre içinde, toplumda var olan belli başlı bütün görüşlerin, hiçbiri göz ardı edilmeden ve hak ettikleri oranda yansıtılması demektir.

b) Bir düşünceyi, tutumu, davranışı savunan ya da karşı çıkan görüşleri ve kanıtları değerlendirirken açık görüşlü ve önyargısız olmayı hedefliyoruz. Farklı görüş, düşünce, tutum ve davranışlar karşısında hakkaniyetle davranmalıyız. Kendimizi, farklı olanın yerine koyabilmeli ve hakkaniyetle davranıp davranmadığımızı böyle ölçmeliyiz

5. Toplum değerlerine uyum

a) Çok sesli bir ülkede, hızla değişen bir toplumda yaşıyoruz. Bu toplumun, düşünce, inanç ve tutum davranış zenginliğini, yayıncılığımızı besleyen bir kaynak olarak görüyoruz. Bu farklılık ve zenginliği bir arada tutan demokratik ve laik sistemimize, Anayasa'mıza ve yasalara saygılıyız

b) Düşünce, vicdan ve ifade özgürlüğünü sınırlayıcı; temel insan haklarına aykırı; şiddeti, zorbalığı, kini ve düşmanlığı kışkırtıcı; bireyler, topluluklar ve uluslar arasında nefret ve düşmanlığı körükleyici, dini inanç ve duyguları rencide edici yayınlardan kaçınıyoruz.

c) Şiddet olgusu ve suç olaylarını konu alan her türlü yayında, insanları ve özellikle çocukları etkileyebilecek, özendirici veya yöntem öğretici olabilecek ayrıntılara, şiddeti yücelten dil ve anlatım unsurlarına yer vermiyoruz.

d) Terör olgusunu konu alan yayınlarımızda, halkın haber alma hakkı ile terörün propagandasını yapmama ilkesini birlikte gözetiyoruz. Terör eylemlerinin sonuçlarını ölçsüz ve oransız şekilde büyütmemeye, etnik ayrımcılığa yol açmayacak bir dil kullanmaya özen gösteriyoruz.

e) Yayınlarımızda dünyanın ve insan hayatının her halini gösteriyoruz. Bunun zaman zaman rahatsız edici, yadırgatıcı olabileceğini biliyoruz. Bunu yaparken, insanlara -özellikle de çocuklar, özürhüner, azınlıklar gibi özen gösterilmeye ihtiyaç duyan gruplara- bilinçli zarar vermemeye ve toplumun değerlerini, gereksiz, ölçüsüz ve gerekçesiz şekilde rencide etmemeye özen gösteriyoruz.

f) Yayınlarımızda, doğrudan haber unsuru olmadığı sürece, insanları ırkı, milleti, toplumsal sınıfı, dili, dini inanç veya inançsızlığı, meslek grubu ve fiziki veya zihni engelleri ile tanımlamaktan; bu özellikleriyle alay, küçümseme, aşağılama konusu yapmaktan kaçınıyoruz.

g) Bir grup ya da kişiyi, muhtelif sıfat, değerlendirme ve yöntemlerle 'ötekileştirilip' nefret öznesi haline getirilmiyoruz. Nefret suçlarını çağrıştıracak ifadelere kesinlikle yer vermiyoruz.

h) Kişi ve kuruluşları, eleştiri sınırlarının ötesinde küçük düşüren, aşağılayan lakap ve yakıştırmalar kullanmıyoruz.

i) İzleyicimizin, çocuklarının korunması için özel bir beklentileri olduğunu bilincindeyiz. Yayınlarımızda yer alan ya da yayınlarımızın konusu olan çocuk ve ergenlerin fizik ve duygusal olarak korunması için özel çaba gösteriyoruz.

6. Kişilik hakları ve özel hayatın korunması

a) Yayınlarımızda kişilerin özel yaşamına saygılıyız. Kişilerin özel yaşantısını, haberleşmesini, yazışmalarını, belgelerini; mahremiyet ilkesinin gereklerini göz ardı etmemizi gerektirecek bir kamu yararı olmadıkça açıklamıyoruz.

b) Kişinin yaşam şekli, tavır ve davranışlarını; özel yaşamının, kamu yararı olmaksızın açık edilmesi için bahane olarak kullanmıyoruz.

c) Özel yaşamın dokunulmazlığını ihlâl eden gizli görüntü ve ses kayıtlarını, haberleşme özgürlüğünü ihlâl eden her türlü kaydı, yasal yolla elde edilmiş veya olsa bile, kamu yararını gerektiren haller dışında yayınlamıyoruz.

d) Somut bilgi ve belge bulunmadıkça kimseyi yasaların suç saydığı eylemlerle itham etmemeye, yasal soruşturmalarda, kişi ve kurumları peşinen suçlu ilan etmemeye, iddiaya ve savunmaya dengeli yer vermeye, soruşturmanın olumsuz etkilenmemesine, okur ve izleyicimizin yönlendirilmemesine özen gösteriyoruz.

7. Şeffaflık ve hesap verebilirlik

a) Başta yayınlarımız olmak üzere, her türlü faaliyetimiz için okur ve izleyicilerimize hesap vermekle yükümlüyük. Eğer varsa hatalarımızı açıkça kabul edip, en hızlı şekilde düzeltmek önceliğimizdir. Kişiler hakkında yanlış, kişilik haklarını zedeleyen yayınlardan kaynaklanan cevap ve düzeltme hakkına saygılıyız

b) Doğan Yayın Grubu bünyesindeki bütün yayın kuruluşları, yayın hatalarının tekrar etmesini engelleyecek, okur ve izleyicilerin görüşlerinin, şikâyetlerinin takip edilebilmesini sağlayacak yapısal önlemler alır ve mekanizmalar oluştururlar.

8. Kurumsal saygınlık

a) Toplumun saygısını kazanmak istiyorsak, önce biz kendi kurumlarımıza ve çalışma arkadaşlarımıza saygı duymalıyız.

b) Doğan Yayın Grubunun her düzeydeki çalışanı, kurumun ve çalışma arkadaşlarının saygınlığına gölge düşürecek, Grup çatısı altındaki şirketlerin ticari itibarını zedeleyecek davranışlardan kaçınmaya özen gösterir.

2.9.2. BBC'nin Editöryel Değerleri

BBC, kurumsal değerlerinin temelini oluşturan yayın ilkelerini kamuyoyuyla Türkçe olarak paylaşmak için "BBC Yayın İlkeleri" Klavuzu – BBC'nin Değerleri ve Standartları adıyla yayınlanmıştır. (BBC, 2014). Bu klavuz içerisinde yer alan nesnellik öğeleri aşağıda aktarılmıştır:

"BBC'nin global itibari editöryal dürüstlük ve bağımsızlık temelleri üzerinde durmaktadır. İzleyicilerimiz kararlarımızda siyasi ya da ticari baskıların ya da kişisel çıkarların etkili olmadığına güvenebilmelidirler. BBC'yi gözden düşürecek herhangi bir şey yaparak bu değerleri zedelememeliyiz."

- Hem devletten hem de partizan çıkarlardan bağımsız olmamız gerekir.
- Başka bir durum ya da kuruluşu onlara ait ürün, faaliyet ya da hizmetleri desteklememeli ya da destekler görünmemeliyiz.

- Ticari ürünleri ya da hizmetleri gereğinden çok öne çıkarmamalıyız.
- Programlarda ürün yerleştirme olarak bilinen uygulamalara yer yer verilmemelidir.
- Yayınlarda ve web sitelerinde, başkalarının katkı ya da yardımlarına teşekkür eden ibarelerin haklı editoryal gerekçeleri bulundurduğundan emin olmalıyız.
- Kamu hizmetindeki yayınlarımızda BBC'nin ya da BBC ile ilintili ticari ürün ya da hizmetleri tanıtırken aşırıya kaçmamalıyız.
- Sunucularda da dahil, BBC için çalışan kişilerin kurum dışındaki faaliyetleri, BBC programlarını ya da kurumsal karar alma sürecini uygunsuz şekillerde etkilememelidir.

Gerçeklik ve Doğruluk

Uğraşımız, doğruyu bulmak ve gerçekte ne olduğunu ortaya çıkarmaktır. Doğruluk çabukluktan daha önemlidir ve çoğu kez doğru bilgilere erişmekten ibaret değildir. Doğruya ulaşmak için ilgili tüm unsur ve bilgileri tartmamız gerekecektir. İzleyici, sağlam kaynak ve delillere dayanan, kılı kırk yarararak sınanmış, açık ve kesin bir dille sunulan bir ürün almalıdır. Neyi bilmediğimizi dürüstçe ve açıkça söylemeli ve temelsiz tahminlerden kaçınmalıyız.

Tarafsızlık ve Fikir Çeşitliliği

Uğraşımız, adil ve açık fikirli olmak ve çatışan değişik görüşleri irdeleyerek belli başlı tüm bakış açılarını yansıtmaktır. Bir konuyu işlerken nesnel ve hakça davranmalıyız. Gereken durumlarda profesyonel görüşlere yer vermeli, ancak kamu siyaseti, siyaset ya da çalışma hayatında patlak veren uyuşmazlıklarda tek başına belli bir görüşü asla öne çıkarmamalıyız.

Editoryal Dürüstlük ve Bağımsızlık

BBC hem devletten hem de partizan çıkarılardan bağımsızdır. İzleyicilerimiz kararlarımızda siyasi ya da ticari baskıların ya da kişisel çıkarların etkili olmadığına güvenebilmelidirler.

Kamu Yararının Gözetilmesi

Uğraşımız, önemli olan haberi duyurmaktır. Haberin özünü yakalamak için elinden geleni her çabayı gösterir ve haberi açıklarken somut bilgilerden hareket ederiz. Alanımızdaki uzmanlığımız, yaşadığımız bu karmaşık bu karmaşık dünyanın gereksindirdiği otorite ve analizi sağlayacaktır. Kamu görevlilerini titizlikle sorgular ve açık tartışmalar için kapsamlı bir forum sağlarız.

Hakkaniyet

Yayınlarımız hakkaniyet, açıklık ve dürüstlük temellerine oturmalıdır. Katkıcılara dürüstçe ve saygılı davranılmalıdır.

Mahremiyet

Dünyanın neresinde olursak olalım, özel yaşamın gizliliğine saygı duyar ve onu geçerli bir neden olmaksızın ihlal etmeyiz. Belirgin bir kamu yararı olan haller dışında özel davranışlar, haberleşme ve söyleşiler aleniyete dökülmeyecektir.

Çıkar Çatışmaları

Yayınlarda görülen ya da duyulan ve bir programın ya da servisin içeriğinden sorumlu olan herkes kendini bir çıkar çatışması içinde bulabilir. Kişisel, ticari, mesleki, mali ya da diğer çıkarların, BBC'nin editoryal ya da mali kararlarını etkilediğine dair en küçük bir kuşku bile bulunmamalıdır.

3.BÖLÜM

TELEVİZYON HABERCİLİĞİNDE NESNELLİK: SES KAYITLARININ TV HABERLERİNDE ELE ALINIŞI

Bu bölüm çalışmanın uygulama kısmını oluşturmaktadır. Çalışmanın ilk iki bölümünde aktarılan televizyon haberciliğinde nesnellik kavramının bu kısımda televizyon haberciliğinde nasıl yer bulduğu aktarılmıştır.

3.1. Araştırmanın Konusu

Haber, günlük olayın belirli işlemlerden geçerek kamuoyuyla paylaşılmasıdır. Bu paylaşım ve aktarım yapılırken özenli davranılması gerekmektedir. Bir olayın meydana geldiği haline en yakın ve en doğru şeklinin vatandaşla paylaşılması gerekmektedir.

İnsan öğrendikleri ve sahip olduğu fikirlerle kendine haz bir yapıya sahiptir. Bir olaya herkesin bakış açısı farklıdır. Bu bakış açısı sahip olduğu görüşlere göre şekillenmektedir. Dolayısıyla bir olay herkeste farklı bir duygu uyandırmaktadır ve aktarılırken de farklı bir şekle bürünmektedir. İnsanın var olduğu bu sistemde olay habere dönüşürken zaman zaman farklı bir hal alabilmektedir. Bu noktada dikkat edilmesi gereken olayın bu görüşlerden, fikirlerden ve bakış açılarından etkilenmeden, özünü kaybetmeden oluşturulmasıdır. Teori kısmında aktarılan üretim aşamalarında ve bu aşamalarda gerek kişisel bakış açısından gerekse kurumdan kaynaklanan sebeplerden haberin etkilenip etkilenmediğinin kontrol edilmesi gerekmektedir. Olayların kamuoyuna gerçek ve tarafsız bir şekilde aktarıldığı düşünülmektedir.

Bu araştırma televizyon haberciliğinde nesnellik kavramının ne denli uygulandığını belirleyebilmek için örnek bir olay üzerinde hareket etmektedir. Televizyon kanalının sahip olduğu ideolojik görüş, haberi hazırlayan kişinin sahip olduğu fikir haber içeriklerinin bu kişilere göre şekillenmesine sebep olmaktadır. Bu da olayların doğru ve tarafsız olarak kamuoyuna aktarılmasına engel olmaktadır. İşte bu durum araştırmanın temel problemini oluşturmaktadır.

3.2. Araştırmanın Amacı

Haberler, günlük hayatta meydana gelen olayların belli kişiler tarafından derlenip, düzenlenmiş halidir. Şuanda sadece bulunduğumuz yerde neler olup bittiği bilinmektedir. Aynı zaman diliminde bizden kilometrelerce uzakta olan olaylar hakkında bilgi sahibi olunamamaktadır. İşte bu noktada devreye kitle iletişim araçları girmektedir. Bu araçlar sayesinde nerede, ne zaman, neler meydana geliyor rahatlıkla öğrenilebilmektedir. İnsanın anayasal haklarından biri olan haber alma özgürlüğü de yine bu kitle iletişim araçları sayesinde gerçekleşmektedir. Bireyler kendi hayatları dışında başka hayatlarda neler olduğunu, yaşadıkları ülkenin siyasi, ekonomik vb. alanlarda neler gerçekleştirdiğini merak ederler ve öğrenmek isterler. Bu noktada beklentileri de en doğru, tarafsız bir şekilde bilgilenmektir. Yani kendilerine aktarılacak olayların kişisel çıkar ve fikirlerden uzak tarafsız ve en doğru şekilde olmasını isterler.

Kitle iletişim araçlarının birçoğu bireyler tarafından haber almada kullanılmaktadır. Kişiler televizyonu, radyoyu ya da gazeteyi günlük hayatta neler olduğunu öğrenmek için kullanıyor olabilir. Hepsi ayrı birer araçtır. En genel bakış ile bakacak olursak bu araçlardan en çok televizyonun tercih edildiğini görürüz. Kullanımı kolay, ucuz ve artık her evde mevcut olan bir kitle iletişim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanlar bunu her gün belli sürelerde kullanmaktadır. Bu noktada en önemlisi de bireyler bu araçların hangisini kullanırsa kullansın hepsinden en doğru bilgiyi alacağını düşünmekte ve bu konuda bu araçlara güvenmek istemektedir.

Televizyon haberciliğinde televizyon kanalları da olayları doğru ve tarafsız bir şekilde aktarmaları gerektiğini bilirler. Bir taraftan da bir işletme olan televizyonun para kazanabilmesi için kişiler tarafından izlenmesi gerekir. Reklam alabilmek için ratinglerinin yüksek olması gerekir. Bu noktada da daha izlenilir olmak için olayların akışını izleyici çekecek şekle dönüştürmeye çalışırlar. Bunu yaparken de zaman zaman olayların içeriklerine müdahale ederler. Burada dikkat edilmesi gereken bazı noktalar vardır. Burada kontrol edilmesi gereken, olaylar haber haline gelirken her aşamada nesnelliğin göz ardı edilip edilmediği noktasıdır. Olayların haber

çalışanlarının kişisel fikirlerinden ve kurumun ideolojisinden uzak, olduğu gibi şeffaf bir şekilde izleyiciye aktarılması beklenmektedir.

Bu anlatılanlar bağlamında bu çalışmanın genel amacı; kamuoyunun haber alma aracı olarak kullandığı televizyonun, olayları aktarırken nesnelliği göz ardı edip etmediklerini belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda ise aşağıdaki sorulara cevap aranmaya çalışılmıştır.

Araştırma Sorusu 1: Yayın grubunun ya da kuruluşunun çıkarlarının ve ideolojisinin haber içeriklerinin şekillenmesine etkisi nedir?

Araştırma Sorusu 2: Bireyler üzerinde etki gücünün yüksek olduğu bilinen televizyon haberciliğinde nesnellığe ne kadar dikkat edilmektedir?

Araştırma Sorusu 3: Spikerin aktarımında yaptığı yorumun izleyicinin yönlendirilmesinde etkisi nedir?

a) Spiker ile yazılan metnin ve k'ın paralel olmasının olayın pekiştirilmesinde etkisi nedir?

Araştırma Sorusu 4: Televizyon kanalları olayları aktarırken haber inşa stratejilerinden hangisini/ hangilerini tercih etmektedir?

3.3. Araştırmanın Önemi

Bu araştırmada televizyonda haber üretirken yani haber üretim aşamalarında nesnellik adına dikkat edilmesi gerekenler anlatılmaktadır. Nesnellik kavramı haberciliğin temelini oluşturmaktadır. Bu bağlamda çalışma, televizyon haberciliğinin en önemli özelliğini aktarması ve bu konuyla ilgili sonuçlara varması açısından önemlidir. Ayrıca çalışmada seçilen yayın kuruluşlarının farklı görüşleri temsil eden televizyon kanalları olduğu göz önünde bulundurulduğunda, bu kanalların aynı olayı kamuoyuna nasıl aktardığı karşılaştırmalı olarak incelendiğinden nesnellik adına önemli sonuçlar doğurmaktadır. Dört farklı televizyon kanalının ana haber bültenlerini inceleyen bu çalışma kamuoyu gündemini uzun süre meşgul eden ve edecek olan ses kayıtları olayını ele aldığından uygulamanın önemli bir kitleyi ilgilendirmesi açısından da önem taşımaktadır.

3.4. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Araştırmaya konusu itibariyle Türkiye’de yayın yapan bütün ulusal-özel televizyon kanallarında yer alan ana haber bültenleri dahil edilebilmektedir. Bu araştırmacının zamanı ve araştırmanın maliyeti açısından mümkün olamamaktadır. Buradan hareketle bu araştırmaya bazı sınırlılıklar getirilmiştir. Bu sınırlılıklar;

1. Araştırma bağlı bulunduğu yayın grubu (farklı görüşleri temsil eden), hedef kitle ve bu kitleleri temsil etme gücü düşünülerek Kanal D, Samanyolu Haber, Atv ve Artı 1 televizyon kanallarında yayınlanan haber bültenleriyle sınırlandırılmıştır. Bunun dışındaki televizyon kanalları ana haber bültenleri araştırma dışında bırakılmıştır.

2. Araştırma, seçilen dört televizyon kanalının ana haber bülteniyle sınırlandırılmıştır. Bunun dışında gün içerisinde yayınlanan haber kuşakları çalışma dışında bırakılmıştır.

3. Araştırma, söz konusu kanalların internette yayınlanan ses kayıtları haberini konu aldıkları (25.02.2014- 03.03.2014) aynı dönemi kapsayan 7 günlük (bir haftalık) ana haber bültenleriyle sınırlandırılmıştır.

3.5. Evren ve Örneklem Seçimi

Evren, bir araştırmada soruları cevaplamak için ihtiyaç duyulan verilerin elde edildiği canlı ya da cansız varlıklardan oluşan büyük gruptur.(Büyüköztürk vd., 2012: 80). Örneklem ise, özellikleri hakkında bilgi toplamak için çalışılan evrenden seçilen onun sınırlı bir parçasıdır (Büyüköztürk vd., 2012: 81).

Televizyon haberciliğinde nesnelliğin ses kayıtları haberlerinde ele alınışını konu alan bu araştırmanın evreni, Türkiye’de ulusal çapta yayın yapan televizyonların ana haber bültenleridir. Araştırmada yargısal örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Yargısal örnekleme bir uzman kişi veya bilirkişinin kendi özel bilgisini ve yargısını kullanarak temsilci olma niteliğini taşıyan elemanlar ile bir örnekleme çerçevesi oluşturmasıdır (Sanal, 2014). Evrenin oldukça geniş olması, tüm haberlerin analiz edilmesinin güçlüğü sebebiyle dört televizyon kanalının (Kanal

D, Samanyolu Haber, Atv ve Artı 1) ana haber bültenleri araştırmanın örneklemini olarak seçilmiştir.

Bu televizyon kanallarının seçilmesinde ilk olarak açık yayın yapan, farklı yayın gruplarına ait televizyon kanalları tespit edilmiştir. Tespit edilen televizyon kanalları arasında yapılan kura sonucu dört ayrı televizyon kanalı (Kanal D, Samanyolu Haber, Atv ve Artı 1) belirlenmiştir.

Belirlenen televizyon kanallarının ana haber bültenleri kayıt edilerek olayın ortaya çıktığı ilk gün ve onu takip eden bir haftalık süreç olan 25.02.2014-03.03.2014 tarih aralığı araştırmada incelenmiştir.

3.6. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmanın ilk iki bölümünde televizyon haberciliğinde nesnellik olgusu literatür taraması yöntemiyle aktarılmıştır. Bu bağlamda çalışma kapsamında haber, televizyon haberciliği, nesnellik, etik sorunlar gibi kavramlar çeşitli kitaplar, makaleler, tezler, süreli yayınlar incelenmiş ve değerlendirilmiştir. Çalışmanın uygulama kısmında ise sosyal bilimler araştırma yöntemlerinin en önemlilerinden biri olan içerik çözümlemesi yöntemi kullanılmıştır.

İçerik çözümlemesi; Psikoloji, sosyoloji, tarih, edebiyat, gazetecilik gibi değişik alanlarda farklı amaçlarla kullanılabilen bir araştırma yöntemidir. Bireylerin sembolik davranışlarını ya da iletişim materyallerini, televizyon yayınlarını, film içeriklerini çözümlenmeye dayanmaktadır (Öğülmüş, 1991:213). Bu teknik özellikle sosyal bilimler alanında sıklıkla kullanılan bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yöntem sadece metinler üzerinde kullanılmamaktadır. Aynı zamanda resim gibi görsellerin ve televizyon programların ve çekimlerin incelenmesinde de yine içerik analizi yöntemi sıklıkla tercih edilmektedir. İçerik analizinde kullanılacak süreçler, yapılacak analizin amacına ve analiz edilecek olan materyalin türüne göre farklılık göstermektedir. Bu sebeple araştırmacı öncelikle amacına odaklanmalıdır. Ayrıca içerik analizi yönteminde analize başlamadan önce kategoriler belirlenmelidir. Bu kategoriler daha önce konu ile ilgili yapılan araştırmaya, bilgilere göre şekillenmelidir. Şekillenen kategoriler ile birlikte konuya aşina hale gelen araştırmacı

bu veriler ışığında araştırmanın sonuçlarını analiz doğrultusunda açıklayabilmelidir (Büyüköztürk, Çakmak vd, 2011).

Ele alınan ses kayıtları haberleri, dört ayrı televizyon kanalında (Sanyolu Haber, Atv, Kanal D ve Artı 1) nasıl ele alınmış, kamuoyuna nasıl aktarılmış, örnek haberlerin içerik analizleriyle birlikte irdelenmiştir.

3.7. Varsayımlar

Televizyon haberciliğinde nesnelliğin ses kayıtları haberlerinde ele alınışını konu alan bu araştırmada var olan varsayımlar aşağıdaki gibidir:

- Farklı ideolojilere sahip olan televizyon kanalları kendi görüşlerini destekler nitelikte haber yapmakta, kendi görüşlerini destekleyen kişi, kurum ve kuruluşlara ayrıcalık tanımaktadır.

- Haberlerin oluşturulma sürecinde ideolojik görüşleri destekleyen olaylar ön plana çıkarılmakta, karşıt görüşlere karşı olumsuz tutum geliştirilmekte hatta bu görüşler yok sayılmaktadır.

- Egemen söylemin haber kanallarında yer alma sürecinde “parçasallaştırma” sıklıkla kullanılan haber inşa stratejilerindedir.

3.8. Tanımlar

“Haber” kavramı ile Türkiye’de yayın yapan ve incelemesi yapılan dört ayrı televizyon kanalında “ana haber bülteni” içerisinde ses kayıtları olayını ele alan haberler kastedilmektedir.

“Kj” kavramı karakter jeneratörü kavramının kısaltılmış halidir. Televizyon ekranında çeşitli boyut ve renklerde olan, haber bültenlerinde alt satırda yer alan, olayı özetler nitelikte açıklayıcı yazılar olarak nitelendirilmektedir.

“Tematik Haber Kanalı” kavramı ile yayın içerikleri içerisinde haberlerin daha ağırlıklı olduğu televizyon kanalı olarak tanımlanmaktadır. Bu çalışma içerisinde Sanyolu Haber tematik haber kanalı olarak nitelendirilmektedir.

3.9. Verilerin Toplanması:

Araştırma için belirlenen sınırlılıklar ve içerik doğrultusunda veriler 25 Şubat-3 Mart 2014 tarihleri arasında Kanal D, Samanyolu Haber, Atv ve Artı 1 televizyon kanalları ana haber bültenlerinin kaydedilmesi yöntemiyle incelenmiştir.

Araştırma süresi içerisinde ses kayıtları olayını aktaran Kanal D'den 26, Samanyolu Haber'den 56, Atv'den 6 ve Artı 1'den 35 haber olmak üzere toplam 121 haber kayıt altına alınmıştır. Bu haberler incelenerek veriler hazırlanan kodlama formuna aktarılmıştır. Kodlama formunda yer alan kavramlar aşağıdaki gibidir:

Televizyon Kanalının Adı: Bir haftalık süre içerisinde inceleme altına alınan dört ayrı televizyon kanalını (Kanal D, Samanyolu Haber, Atv, Artı 1) temsil etmektedir.

Haberin Veriliş Sırası: Değerlendirmeye alınan televizyon kanallarında yer alan ses kayıtları olayının ana haber bülteni içerisinde kaçınıcı sırada yer bulunduğunu göstermektedir. Bu soru açık uçlu olarak yer almış olup, haberin ön sıralarda yer bulması kanal tarafından önemsendiği anlamına gelmektedir.

Haberin Süresi: Ses kayıtlarını konu alan haberlerin ana haber bülteninde ne kadar süre ile yer aldığını tespit etmek amaçlanmaktadır. Haberin süresinin uzun olması televizyon kanalının o haberi öne çıkarmak istediğini göstermektedir.

Haber Kaynakları: Konu ile alakalı olarak televizyon kanalının olayı aktarırken kullandığı kaynakları ifade etmektedir. Formumuzda kaynaklar iktidar ve mensupları, muhalefet ve mensupları, BDP ve mensupları, vatandaş ve diğer (kişi ve kuruluşlar) olarak sınıflandırılmıştır.

Haberde İktidara Yönelik Tutum: Habere kaynak olarak gösterilen iktidar ve mensuplarına karşı televizyon kanallarının kullandıkları tutumu göstermeyi amaçlamaktadır. Bu tutum olumlu, olumsuz ve yansız olarak sınıflandırılmıştır.

Haberde Muhalefete Yönelik Tutum: Habere kaynak olarak gösterilen muhalefet ve mensuplarına karşı televizyon kanallarının kullandıkları tutumu

göstermeyi amaçlamaktadır. Bu tutumda olumlu, olumsuz ve yansız olarak sınıflandırılmıştır.

Haberde BDP'ye Yönelik Tutum: Habere kaynak olarak gösterilen BDP ve mensuplarına karşı televizyon kanallarının kullandıkları tutumu göstermeyi amaçlamaktadır. Bu tutumda olumlu, olumsuz ve yansız olarak sınıflandırılmıştır.

Haberin Anlatım Tarzı: Ses kayıtları olayını haber olarak aktarırken televizyon kanallarının kullandıkları anlatım tarzını göstermektedir. Bunlar; bilgilendirici, eleştirel, abartılı, kaygı uyandırıcı, magazinsel, takdir edici, uyarıcı, yargılayıcı, abartılı, teknik bilimsel olarak sınıflandırılmıştır.

Kullanılan Aktarma Yüklemeleri: İncelemeye alınan haberlerde kullanılan aktarma yüklemeleri haberin yönünü belirlemektedir. Formumuzda “belirtti, açıkladı, ifade etti, anlattı, dile getirdi” gibi söylemler olumlu olarak adlandırılırken, “savundu, iddia etti, ileri sürdü, uyardı, suçladı” gibi söylemler ise olumsuz olarak adlandırılmıştır.

Spikerin Yorumu: Haberlerde kimi zaman kamuoyuna aktarılırken ana haber spikerlerinin söylemlerinde yorum yer aldığı gözlemlenmektedir. Habere yorum katılması nesnelliği etkileyeceğinden oldukça önem arz etmektedir. Spikerin yorumu var mı, yok mu, varsa olumlu mu yoksa olumsuz mu? Bu sorulara kodlama formumuzda kanallara göre cevap aranmıştır.

Haberde Kullanılan Sıfatların Yönü: Aktarılan haberlerde sıfatların ne yönde kullanıldığını ölçümlemek amaçlanmıştır. Bunlar da olumlu, olumsuz ve yansız olarak sınıflandırılmıştır.

Olayın Adlandırılmasında Kullanılan Kelimeler: İncelenen televizyon kanallarının ses kayıtları haberlerini farklı isimlerde adlandırdıkları görülmektedir. Bu adlandırmalardan kimisi yorum taşıdığından nesnelliği etkilemektedir. Buradan hareketle araştırmaya dahil edilen televizyon kanallarının aynı olayı nasıl adlandırdıklarını göstermek amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda televizyon kanallarının söylemleri olan “iddia edilen ses kaydı”, “ses kaydı”, ve “montaj kaset” adlandırmaları kodlama formunda yer almaktadır.

Haberde Kullanılan İdeoloji İnşa Stratejileri: Televizyon haberciliğinde nesnelliği incelediğimiz bu tezimizin teori kısmında kişilerin ve çalıştıkları kurumların ideolojilerinin haberler üzerinde oldukça etkili olduğundan bahsetmiştik. Burada ideoloji inşa stratejilerinden hangilerinin incelenen televizyon kanalları tarafından tercih edildiğini göstermek amaçlanmaktadır. Haber inşa stratejileri meşrulaştırma, gizleme/gizemleştirme, birleştirme, bölme/ parçasallaştırma, şeyleştirme şeklinde sınıflandırılmıştır.

3.10. Bulgu ve Yorumlar

Araştırmanın bu bölümünde örneklem olarak seçilen Kanal D, Samanyolu Haber, Atv ve Artı 1 televizyon kanallarında 25.02- 03.03 2014 tarihleri arasında yayınlanan haberlerin içerik çözümlemesi yer almaktadır. Bu çözümleme ile amaçlanan televizyon kanallarının bu haberleri yaparken nesnel olup, olmadıklarını ortaya koymaktır. Oluşturulan kodlama formuyla tespit edilen veriler SPSS (istatistik programı) ile anlamlı değerler ve sonuçlar haline dönüştürülerek tablolaştırılmıştır. Ayrıca olayı aktaran televizyon kanallarından örnek haber kesitleri verilip, haberin yayımlandığı ilk günün (haber internette sonra ilk kez televizyonda aktarıldığı gün) haber dökümü ekte detaylı olarak aktarılmıştır. Bununla olayı spikerin anlatımıyla, görüntü dökümüyle, taraflara ayrılan süre ile daha detaylı gözler önüne sermek amaçlanmıştır.

3.11. Ses Kayıtları Olayı

17 Aralık tarihinde “Yolsuzluk Soruşturması” kapsamında birçok camiadan isim gözümlenmiştir. Bu tarihte devlet bakanlarının bazı taraflarla ve dönemin başbakanı Recep Tayyip Erdoğan ile oğlu Bilal Erdoğan arasında geçtiği iddia edilen bir ses kaydı internete düşmüştür. 25 Şubat 2014- 03 Mart 2014 tarihleri arasında internette yayınlan bu ses kayıtları kimi televizyon kanalı tarafından görmezden gelinmiş, kimi televizyon kanalı tarafından ise oldukça fazla önemsenip ana haber bülteninde geniş yer bulmuştur. Araştırmada ele alınan dört ayrı televizyon kanalı tarafında bu olayın nasıl ele alındığı irdelenecektir.

3.12. Kanal D

Ayhan Şahenk ve Aydın Doğan tarafından ortak olarak kurulmuştur. 16 Eylül 1993'te test yayınına başlayan kanal 19 Aralık 1993'te yayın hayatına tamamen katılmıştır. Star TV, Flash TV, Teleon, Show TV, HBB, TGRT, Atv ve Cine5'ten sonra Türkiye'nin onuncu özel televizyon kanalı olmuştur. 17 Ekim 1994 tarihinde televizyon kanalının tüm hisseleri Aydın Doğan'a verilmiş olup, logosu da değiştirilerek bugünkü halini almıştır. Avrupa ülkelerine Türkçe yayın yapan Almanya merkezli Euro D kanalı da Türkiye dışındaki şubesi olarak yayın hayatına devam etmektedir. Kanal diziler, yarışma programları, sohbet programları, haberler, haber programları ve bunun gibi birçok içeriği izleyici sunmaktadır. 5 Eylül 2005'ten beri Kanal D Ana Haber Bülteni'ni hafta içi Mehmet Ali Birand sunmuştur. 17 Ocak 2013'ten beri Kanal D Ana Haber Bülteni'ni hafta içi Serdar Cebe, hafta sonu ise Gözde Atasoy sunmaktadır (Sanal, 2014).

3.12.1. Kanal D Ana Haber Bülteni Ses Kayıtları Olayı Haber Kesitleri

Bu kısımda incelemesi yapılan Kanal D'nin ses kayıtları olayını nasıl ele aldığı aktarılmıştır. Aşağıda örnek nitelikte seçilmiş bir haber aktarılmaktadır.

Haberin Yayın Tarihi: 25.02.2014

Haberin Süresi: 02'39"

KJ: Erdoğan ve Oğlunun Sesi İddiası

CHP VE MHP'de Olağanüstü Toplantı

Başbakanlık: "Ahlaksızca, Montaj

CHP: "Başbakan İstifa Etmeli"

Spiker: Bugün 25 Şubat Salı Kanal D Haberden iyi akşamlar sayın seyirciler. Türkiye'ye dün gece ses bombası düştü. İnternet sitelerinde başbakan Erdoğan'ın 17 Aralık operasyonu sırasında oğlu Bilal Erdoğan'la yaptığı iddia edilen telefon görüşmelerinin kaydı yayımlandı. Ankara alarma geçti. Başbakan Erdoğan yardımcısı Beşir Atalay adalet bakanı Bekir Bozdağ ve Mit müsteşarı ile bir araya geldi. CHP ve MHP yönetimleri de olağanüstü toplandı. Erdoğan o kayıtlar için dublaj açıklamasını yaparken Kılıçdaroğlu benim sesim değil diyemiyor sözleriyle eleştirdi başbakanı.

Görüntü: Erdoğan ve vekillerin görüntüsü + gazetecilerin “Sayın Başbakan” diye seslenişi 9”

Perfore: İnternete düşen yeni bir iddia, bir ses kaydı dün gece Ankara’yı ayağa kaldırdı. Başkentte olağanüstü bir trafik yaşandı.

Görüntü: Erdoğan mitingte konuşurken - 5”

Erdoğan: Bir başbakanın eşiyile konuşması, çocuğuyla konuşması dinlenir mi?

Görüntü: Erdoğan + ses dinleyen bir adam+ Erdoğan ve oğlu Bilal Erdoğan’ın konuşması (kulağına fısıldama)-6”

Perfore: İddia başbakan Erdoğan’la oğlu Bilal Erdoğan arasında olduğu öne sürülen ses kaydı üzerine,

Görüntü: Vekillerin meclise girişi- 15”

Perfore: Gece yarısı 3 ayrı merkezde 3 olağanüstü toplantı yaptırdı o iddia, o kayıt. Başbakanlıkta, Erdoğan, yardımcısı Atalay adalet bakanı ve mit müsteşarıyla bir araya geldi.

Görüntü: CHP binası- 3”

Perfore: CHP ve MHP liderleri de kendi genel merkezlerinde kurmaylarını topladılar.

Görüntü: Erdoğan + ses dinleyen bir adam+ Erdoğan ve oğlu Bilal Erdoğan’ın konuşması(kulağına fısıldama)- 6”

Perfore: Bu toplantıların gündeminde internette yayılan o ses kaydı var. Başbakan ve oğluna ait olduğu öne sürülen o ses kaydı

Görüntü: Kemal Kılıçdaroğlu konuşurken- 10”

Kemal Kılıçdaroğlu: Operasyonun yapıldığı sabah, sabah 8i 2 geçiyor. Ve başbakan oğlunu arıyor.

Görüntü: Ses kaydı görüntüleri- 5”

Perfore: Kayıtle birlikte ortada dolaşan iddialar Ankara’nın hatta Türkiye’nin gündemini değiştirdi.

Görüntü: Kılıçdaroğlu’nun konuşması- 15”

Kemal Kılıçdaroğlu: Oğlunu arıyor. Oğlum senin evinde ne var ne yok sen bunları çıkar tamam mı diyor. Aileyi topluyorlar, bütün aile bir arada parayı nasıl yok edecekler, sıfırlayacaklar onun arayışı içindeler.

Görüntü: Ses kaydı dinleyen bir adamın görüntüsü- 3”

Perfore: Dün gece her yerde o iddia konuşulurken,

Görüntü: Başbakanlık görüntüsü- 6''

Perfore: Başbakanlığın bir açıklama yapacağı duyuruldu o saatlerde Erdoğan başbakanlık merkez binadaydı

Görüntü: Başbakan açıklama yapıyor- 12''

Erdoğan: Dün akşam saatlerinde, kendi kurguladıkları, dublajını da kendilerinin yaptıkları bir piyesi servis ettiler.

Görüntü: Vekillerin başbakanlığa giriş görüntüleri- 9''

Perfore: Yardımcısı Beşir Atalay, adalet bakanı Bekir Bozdağ ve mit müsteşarı Hakan Fidan da geldi başbakanlığa. İlk değerlendirmeler yapılırken,

Görüntü: CHP toplantı görüntüsü- 8''

Perfore: O saatlerde CHP de merkez yürütme kurulunu topladı. Ana muhalefetin ilk tepkisi başbakanlık açıklamasından önce geldi

Görüntü: CHP genel başkan yardımcısı Haluk Koç açıklama yaparken- 16''

Haluk Koç: Recep Tayyip Erdoğan'ın başbakanlığındaki hükümet şu andan itibaren meşruiyetini kaybetmiştir. Hırsızlık ve rüşvet olaylarının altında ezilen bu başbakan şu andan itibaren istifa etmek zorundadır.

Görüntü: Devlet Bahçeli'nin görüntüsü- 4''

Perfore: MHP de toplandı ama açıklama yapmadı Bahçeli.

Görüntü: İnternet aracılığıyla servis edilen ses kayıtları yazılı internet sayfası ve ses kaydı görüntüsü- 20''

Perfore: Sonra başbakanlığın iddiaları reddeden açıklamaları geldi. Açıklama kısa ama netti. Ses kayıtlarının ahlaksızca bir montaj ürünü ve gerçekdışı olduğu belirtildi. Başbakanlık o açıklamada; Türkiye Cumhuriyeti başbakanını hedef alan bu kirli tezgâhı kuranlardan hukuk içinde hesap sorulacaktır denildi.

3.13. Samanyolu Haber

Samanyolu Haber televizyon kanalı Samanyolu Yayın Grubuna bağlı olarak yayın yapan tematik haber kanalıdır. Yayın hayatına 22 Ocak 2007 tarihinde başlamıştır. Daha çok haber içerikleri ve haber programları gibi içeriklere sahiptir.

Kanalın genel müdürlüğünü Hidayet Karaca yapmaktadır. Samanyolu Haber ana haber spikerliğini Kemal Gülen yapmaktadır. (Sanal, 2014).

3.13.1. Samanyolu Haber Ana Haber Bülteni Ses Kayıtları Olayı Haber Kesitleri

Bu kısımda incelemesi yapılan Samanyolu Haber'in ses kayıtları olayını nasıl ele aldığı aktarılmıştır. Aşağıda örnek nitelikte seçilmiş bir haber aktarılmaktadır.

Haberin Yayın Tarihi: 25.02.2014

Haberin Süresi: 03'39"

KJ: İşte İddia Edilen O Sesler

Spiker: Samanyolu Haber'den iyi akşamlar. Günün gelişmeleri ile beraberiz. Sevgili seyirciler Türkiye çok kritik bir süreçten geçiyor. Dinleme iddiaları, tapeler ve bunlarla ilgili savunmalar gazetelerin ilk sayfasını süslüyor. Bugün Ankara'da iki grup toplantısı vardı. Başbakan Erdoğan'ın da, ana muhalefet lideri Kemal Kılıçdaroğlu'nun da gündeminde başbakanla oğlu Bilal arasında geçtiği iddia edilen konuşmalar ilk sırada yer aldı. Türkiye böyle bir gündemle ilk kez karşılaşılıyor ve herkes bu konuşmanın ayrıntısını merak ediyor. Samanyolu Haber bu iddianın bütün ayrıntılarıyla başlıyor.

Spiker: Sevgili seyirciler CHP lideri başbakan Erdoğan'la oğlu Bilal Erdoğan arasında geçtiği iddia edilen ses kayıtlarını mecliste dinletti. Kayıtlar da başbakan olduğu ileri sürülen ses Bilal Erdoğan olduğu ileri sürülen kişiden evdeki paraları güvenli yerlere taşımamasını istiyor.

Görüntü: Kılıçdaroğlu'nun meclise girişi ve el sıkışması- 10"

Perfore: Kemal Kılıçdaroğlu beş ayrı konuşmadan oluşan ses kayıtlarını dinletti. Grup toplantısına taşınan konuşmada ilk önce Erdoğan olduğu iddia edilen ses

Görüntü: Erdoğan'ın telefonla konuşması- 3"

Perfore: Bilal Erdoğan olduğu iddia edilen sese yolsuzluk ve rüşvet operasyonunu haber veriyor.

Görüntü: Kılıçdaroğlu'nun konuşmayı dinletme görüntüsü- 21"

Perfore: Kayıtta ardından paraların güvenli yerlere taşınması talimatı veriliyor.

Görüntü: Kayıtları dinletme +Erdoğan ve oğlu Bilal Erdoğan'ın görüntüsü-13''

Görüntü: Bilal Erdoğan ve Recep Tayyip Erdoğan'ın görüntüsü – 5''

Perfore: Kemal Kılıçdaroğlu'nun dinlettirdiği kayıtlarda Bilal Erdoğan olduğu iddia edilen ses paraları ne yapması gerektiğini soruyor.

Görüntü: Kemal Kılıçdaroğlu'nun konuşmayı dinletme görüntüsü- 24''

Görüntü: Bilal Erdoğan'ın el sıkışması- 4''

Perfore: İddia edilen ikinci konuşmadaysa paraların nerelere taşınacağı fikri tartışılıyor.

Görüntü: Kılıçdaroğlu ses kayıtlarını dinletirken- 32''

Görüntü: Bilal Erdoğan'ın yürürkenki görüntüsü- 4''

Perfore: Başbakan olduğu ileri sürülen kişi paranın sıfırlanması talimatını veriyor.

Görüntü: Kemal Kılıçdaroğlu'nun konuşmayı dinletme görüntüsü- 8''

Görüntü: Başbakan Erdoğan'ın halkı selamlama görüntüsü- 6''

Perfore: CHP grup toplantısında dinletilen kayıtlara göre paranın bir kısmı dağıtılıyor. İddiaya göre kalanı içinse akşam olması bekleniyor.

Görüntü: Kemal Kılıçdaroğlu'nun kayıtları dinletme görüntüsü- 19''

Görüntü: Başbakan Erdoğan konuşma yaparken+ Bilal Erdoğan'ın görüntüsü 6''

Perfore: Başbakan Erdoğan ve oğlu arasında geçtiği iddia edilen kayıttaki parayı koyacak yer bulmakta zorlanıldığı anlatılıyor

Görüntü: Kemal Kılıçdaroğlu'nun kayıtları dinletme görüntüsü- 29''

Görüntü: Başbakan Erdoğan'ın telefonla konuşma görüntüsü- 5''

Perfore: İddia edilen ses kaydına göre para il gün eritilemiyor. İkinci gün de para dağıtımını sürüyor.

Görüntü: Kemal Kılıçdaroğlu'nun kayıtları dinletme görüntüsü 25''

3. 14. ATV

Atv televizyon kanalı 1993 yılında Dinç Bilgin tarafından kurulmuş, 2002 yılında Ciner Grubuna geçmiştir. 2013 yılına kadar Çalık Holdinge bağlı olarak

yayın hayatını sürdürmüştür. Turkuaz Aktif Televizyon Prodüksiyon A.Ş' nin sahip olduğu televizyon kanalında haber programları, diziler, eğlence programları ve yarışma programları gibi çeşitli televizyon içerikleri bulunmaktadır. Atv ana haber bültenini hafta içi Cem Öğretir, hafta sonu ise Şebnem Sunar Küçük sunmaktadır. Televizyon kanalı son dönemde iktidara olan yakınlığı ile bilinmektedir.

3.14.1. Atv Ana Haber Bülteni Ses Kayıtları Olayı Haber Kesitleri

Bu kısımda incelemesi yapılan Atv'nin ses kayıtları olayını nasıl ele aldığı aktarılmıştır. Aşağıda örnek nitelikte seçilmiş bir haber aktarılmaktadır. (Sanal, 2015).

Haberin Yayın Tarihi: 25.02.2014

Haberin Süresi: 02'25"

KJ: Ses Kayıtları Montaj Hilesi

Jet Hızıyla ABD' de Analizi Yapıldı, Yanıt Hemen Geldi

Montaj Komplosuna Soruşturma

Spiker: Başbakan ile oğlu arasında geçtiği iddia edilen ses kayıtlarının montaj olduğuna dair ilk rapor Amerika Birleşik Devletlerindeki dünyanın en gelişmiş ses stüdyosundan geldi. Kayıtları incelemeye alan stüdyo daha ilk anda montaj dedi ve raporu Ankara'ya ilettili. Stüdyo seslerin kes- yapıştır yöntemiyle montajlandığını bazı bölümleri de bilgisayar marifetiyle dublaj yapıldığını söylüyor. Kayıtları ilgili Ankara Cumhuriyet Başsavcılığı da harekete geçti. Kayıtları yayan ve yayınlayanlar hakkında soruşturma başlatıldı.

Başbakan Erdoğan: Bir hafta on gün içerisinde onların karışıklarını aynı şekilde bizde bu teknolojiyle hareketle sizlere izleteceğiz...23"

Perfore: Başbakan Ak Parti grup toplantısında oğluyla arasında geçtiği iddia edilen kayıtları montaj olduğunun altını özellikle çizmiş sesin nasıl montajlandığına dair ayrıntıları da yakında açıklayacağını söylemişti. Başbakan'ın sinyalini verdiği ileri teknoloji ürünü montajlama tekniği gece yarısından bu yana Amerika'daki bir kuruluş inceliyor. Erdoğan gece o kayıt internet ortamında yayımlandıktan sonra kurmaylarıyla buluşmuş komployu analiz etmişti. Kayıtları yine gece hızla

Amerika'daki dünyaca ünlü en gelişmiş stüdyolarına analize gönderildi. Amerikalı ses uzmanları kaydın montaj olduğunu anlamakta zorlanmadı. Yanıt hemen geldi. Ön rapora seslerin tümünün kesilip yapıştırılmış ve bilgisayarda eklemeler yapılmış bir kurgu çalışması olduğu yazıldı. Kayıttaki ses kırılmalarının tek tek ayrıştırıldığı hatta bazı yerlerde iki kelimenin tek kelime haline getirildiği de ortaya çıktı. Ak Partiye gece yarısı ulaşan ön raporda ilginç bir ifade daha vardı. Raporda eksik kelimelerin bilgisayar seslendirmesiyle tamamlandığı söyleniyor. Yani bir tür dublajdan bahsediliyor. Şimdi uzmanlar o kaydı saniye saniye izliyor, not tutuyor. Montaj hilelerini kanıtlarıyla rapor haline getiriyor. Raporunda kısa süre içerisinde başbakana teslim edilmesi bekleniyor. Doğrudan başbakanı hedef alan komplo ile ilgili hukuki süreç de işlemeye devam ediyor. Ankara Cumhuriyet başsavcılığı harekete geçti. Gazete ve internet sitelerinde yer alan haberleri ihbar kabul edip soruşturma başlattı. Soruşturmayı bilişim suçları savcısı yürütecek. Savcı yeni internet yasası gereğince kaydı yayan ve yayınlayanlar hakkında gerekli yasal işlemleri yapacak. Kayıtlı ilgili bir açıklama da Adalet Bakanı Bekir Bozdağ'dan geldi. Bozdağ kameraların alınmadığı meclis kulisinde habercilerle sohbet etti. Kayıt için sınırsız ahlaksızlık tanımlamasını yaptı. Bozdağ bu kasetlere bundan sonra daha fazla şahit olabiliriz uyarısında da bulundu.

3.15. Artı 1 Televizyonu

Düzy Radyo ve Televizyon Yayıncılığına bağlı olarak yayın hayatına girmiştir. İzleyen bilir sloganıyla çıkış yapan kanal logo olarak da +1 olarak ekranlarda yer almaktadır. 23 Nisan 2013'te test yayına başlayan televizyon kanalı, 29 Nisan 2013'te ise tamamen yayın hayatına başlamıştır. Kurucusu Tuncay Mollaveisoğlu olan kanalda haber, sağlık, eğitim, sohbet, kültür – sanat gibi içerikler barından programlar yer almaktadır (Sanal, 2013). Bu televizyon kanalı birçok televizyon kanalını yandaş medya olmakla suçlamakta kendilerinin olayları tüm çiplaklığıyla, tarafsız bir şekilde kamuoyuyla paylaştığını iddia etmektedir. Artı 1 Canlı Gaste isimli ana haber bülteninin Can Dünder sunmaktadır.

3.15.1 Artı 1 Ana Haber Bülteni Ses Kayıtları Olayı Haber Kesitleri

Bu kısımda incelemesi yapılan Artı 1'in ses kayıtları olayını nasıl ele aldığı aktarılmıştır. Aşağıda örnek nitelikte seçilmiş bir haber aktarılmaktadır.

Haberin Süresi: 08'32"

KJ: CHP Lideri O Kaydı Dinletti

Spiker: Dün bu saatlerde geldi haber ve siyaseti alt üst etti. O ses kayıtlarıyla başlıyoruz bizde canlı gazeteye. Dün geceyi Türkiye ve bugünü o kayıtları tartışarak geçirdi. Medyanın büyük bir kısmı görmezden gelse de sosyal medya dün gece tam tabiriyle yıkıldı ve sonunda o ses kayıtları bugün bütün parti gruplarının gündemine geldi. Birazdan hepsini tek tek vereceğiz ama önce istifa çağrısına yol açan o kayıtlarda neler olduğuna bakalım.

Görüntü: CHP grup toplantısı 3"

Görüntü: Ekranın yarısı Kemal Kılıçdaroğlu diğer yarısı ses kayıtları görüntüleri 8'26"

Görüntü: Grup toplantısından yükselen sesler "Yönetim İstifa"- 3"

Haberin Süresi: 03'43

KJ: Kayıt Montaj Değil, Gerçek

Spiker: Siz başbakanın daha önceki konuşmalarını aldınız bu konuşmayla kıyaslayan bir bilgisayar programı kullanarak kıyasladınız. Öyle mi?

Kıvanç Kitapçı: Aynen öyle. Daha önce youtube'de bulunan sayın başbakanın yapmış olduğunu bildiğimiz konuşmalarla yani doğruluğuna emin olduğumuz konuşmalarla şu an sen son basına açıklanan bu konuşmaları bilimsel anlamda kıyasladık.

Spiker: Bu kayıt analizinden bu konuşmanın başbakana ait olduğu çıktı. En azından %95 oranında, bilimsel ihtiyat payını koyuyorsunuz.

Kıvanç Kitapçı: Tekrar tekrarlamak isterim. Bunun tekrarlanması gerekir. Bütün konuşma kaydından 15- 20 kelimeyi sadece test edebildik ama açıkçası yeterli gibi gözükse de bunun tekrarlanması gerekir...

3.16. Kanallara Göre Yapılan İncelemeler ve Elde Edilen Dağılımlar

Burada araştırmaya konu edilen dört televizyon kanalının ses kayıtları olayını kamuoyuna nasıl aktardığı açıklanmıştır. Kanalların haber süreleri, kullandıkları haber kaynakları, bu haber kaynaklarına karşı tutumları, anlatım tarzları, kullandıkları aktarma yüklemeleri, sıfatların yönü, spikerin yorumu, olayı adlandırırken kullandıkları kelimeler, haber inşa stratejileri açısından değerlendirmeler tablolaştırılarak aktarılmıştır.

3.16.1. İncelenen Kanalların Haber Sayılarının Dağılımı

Araştırma kapsamında yer alan Kanal D, Samanyolu Haber, Atv ve Artı 1 televizyon kanallarının incelenen bir hafta içerisinde ses kayıtları olayıyla ilgili kaç haber yaptıkları Tablo-1’de gösterilmektedir.

Tablo 1: Kanallara Göre Ses Kayıtlarını Konu Alan Haber Sayısı

Kanal Adı	Haber Sayısı
Kanal D	26
Samanyolu Haber	54
Atv	6
Artı 1	35

7 günlük dönemde, ana haber bültenlerinde Tablo 1’de görüldüğü gibi ses kayıtları olayı ile ilgili Atv’de 6, Kanal D’de 26, Artı 1 televizyonunda 35 ve Samanyolu Haber’de 54 haber olmak üzere toplamda 121 haber yapılmıştır.

3.16.2. İncelenen Kanalların Haber Kaynakları Dağılımı

Araştırma kapsamında yer alan Kanal D, Samanyolu Haber, Atv ve Artı 1 televizyon kanallarının incelenen bir hafta içerisinde ses kayıtları olayında kullandıkları haber kaynakları aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 2: Kanallara Göre Kullanılan Haber Kaynakları

Haberin Kaynakları	Kanalın İsmi				Toplam
	Kanal D	Samanyolu Haber	Atv	Artı1	
İktidar ve Mensupları	11	28	5	8	52
Muhalefet ve Mensupları	11	11	0	9	31
Bdp ve Mensupları	1	2	0	1	4
Vatandaş	3	1	0	3	7
Diğer	0	12	1	14	27
Toplam	26	54	6	35	121

Tablo 2’de haber kaynakları iktidar ve mensupları, muhalefet ve mensupları, BDP ve mensupları, vatandaş ve diğer olarak sıralanmıştır. Kanallar bu kaynaklara göre incelendiğinde Kanal D’nin iktidar ve mensuplarını ve aynı zamanda muhalefet ve mensuplarını 11 kez kaynak olarak göstermiştir. BDP’yi 1 kez, vatandaşı da 3 kez kaynak olarak göstermiştir.

Samanyolu Haber ise haber kaynakları açısından değerlendirildiğinde İktidar ve mensuplarını 28 kez, muhalefet ve mensuplarını 11 kez, BDP ve mensuplarını 2 kez, vatandaşı 1 kez, diğer kişi ve kurumları ise 12 kez haber kaynağı konumunda bulunmaktadır.

Atv’nin ses kayıtları ile ilgili yaptığı 6 haberden 5 tanesinin haber kaynağı iktidar ve mensuplarıdır. 1 kez kullandığı haber kaynağı kişi diğer kişi ve kuruluşlardır.

Artı 1 televizyon kanalı ise iktidar ve mensuplarını 8 kez, muhalefet ve mensuplarını 9 kez, BDP ve mensuplarını 1 kez, vatandaşı 3 kez, diğer kişi ve kurumları ise 14 kez ses kayıtları haberinde haber kaynağı olarak göstermiştir.

3.16.3. İncelenen Kanalların İktidara Yönelik Tutumlarının Dağılımı

Araştırma kapsamında yer alan Kanal D, Samanyolu Haber, Atv ve Artı 1 televizyon kanallarının incelenen bir hafta içerisinde ses kayıtları olayında haber kaynağı olarak gösterdikleri iktidar ve mensuplarına karşı gösterdikleri tutum aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 3: Kanalların İktidar ve Mensuplarına Yönelik Tutumları

Haberde İktidara Yönelik Tutum	Kanalın İsmi				
	Kanal D	Samanyolu Haber	Atv	Artı 1	Toplam
Olumlu	0	0	5	0	5
Olumsuz	3	24	0	8	35
Yansız	8	4	1	5	18
Toplam	11	28	6	13	58

Tablo 3'te, Tablo 2'de yer alan haber kaynaklarından biri olan iktidar ve mensuplarına yönelik tutum gösterilmektedir. Tabloya göre Kanal D iktidara karşı 8 yansız, 3 olumsuz tutum sergilerken hiç olumlu tutum sergilememiştir.

Samanyolu Haber ses kayıtları haberlerinde iktidara karşı 4 yansız, 24 adet olumsuz tutum sergilerken hiç olumlu tutum sergilememiştir.

Atv ses kayıtları haberlerinde kaynak olarak seçtiği iktidar ve mensuplarına karşı 1 yansız, 5 olumlu tavır sergilemiştir. Atv'nin iktidar ve mensuplarına karşı hiç olumsuz bir tavrı bulunmamaktadır.

Artı 1 televizyonu ise haber kaynağı olarak iktidar ve mensuplarını gösterdiği haberlerinde 5 yansız, 8 olumsuz tutum sergilerken, iktidar ve mensuplarına karşı hiç olumlu tavır sergilemediği görülmektedir.

3.16.4. İncelenen Kanalların Muhalefete Yönelik Tutumlarının Dağılımı

Araştırma kapsamında yer alan Kanal D, Samanyolu Haber, Atv ve Artı 1 televizyon kanallarının incelenen bir hafta içerisinde ses kayıtları olayında haber kaynağı olarak gösterdikleri muhalefet ve mensuplarına karşı gösterdikleri tutum aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 4: Kanalların Muhalefet ve Mensuplarına Yönelik Tutumları

Muhalefete Yönelik Tutum	Kanalın İsmi			
	Kanal D	Samanyolu Haber	Artı 1	Toplam
Olumsuz	2	0	0	2
Yansız	14	14	9	37
Toplam	16	14	9	39

Tablo 4'e göre Kanal D haberlerinde muhalefete karşı 2 olumsuz, 14 yansız tutum sergilerken hiç olumlu tutum sergilememiştir.

Samanyolu Haber haberlerinde 14 yansız tutum sergilerken, olumsuz ve olumlu bir tutum sergilememiştir.

Artı 1 televizyonu 9 yansız tutum sergilerken, olumsuz ve olumlu bir tutum sergilememiştir.

Atv ses kayıtları haberlerinde kaynak olarak muhalefeti sergilemediğinden tabloda yer almamaktadır. Toplam olarak bakıldığında ses kaynakları haberlerinde kaynak olarak gösterilen muhalefete karşı 2 olumsuz, 37 yansız tavır sergilenmiştir.

3.16.5. İncelenen Kanalların BDP'ye Yönelik Tutumlarının Dağılımı

Araştırma kapsamında yer alan Kanal D, Samanyolu Haber, Atv ve Artı 1 televizyon kanallarının incelenen bir hafta içerisinde ses kayıtları olayında haber kaynağı olarak gösterdikleri BDP ve mensuplarına karşı gösterdikleri tutum aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 5: Kanalların BDP ve Mensuplarına Yönelik Tutumları

BDP'ye Yönelik Tutum	Kanalın İsmi			
	Kanal D	Samanyolu Haber	Artı 1	Toplam
Yansız	3	2	1	6
Toplam	3	2	1	6

Tablo 5'e göre Kanal D' de BDP'ye 3 yansız tutum, Samanyolu Haber'de 2 yansız, Artı 1 televizyonunda ise BDP'ye 1 yansız tutum sergilenmiştir. Kaynak olarak gösterilen BDP'ye karşı olumlu ya da olumsuz bir tavır gösterilmemiştir.

3.16.6. İncelenen Kanalların Kullandıkları Anlatım Tarzı Dağılımı

Araştırma kapsamında yer alan Kanal D, Samanyolu Haber, Atv ve Artı 1 televizyon kanallarının incelenen bir hafta içerisinde ses kayıtları haberlerinde haber kaynaklarına karşı kullandıkları anlatım tarzı aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 6: Kanalların Kullandıkları Anlatım Tarzı

Kanal İsmi	Bilgilendirici	Eleştirel	Yargılayıcı	Abartılı	Teknik/Bilimsel	Kaygı Uyandırıcı	Uyarıcı	Magazinsel	Alaycı
Kanal D	24	2	5	2	1	-	-	-	-
Sam. Haber	52	13	8	7	-	2	-	-	4
Atv	5	-	-	1	2	-	-	-	-
Artı 1	35	2	1	-	3	1	-	-	3

Tablo 8'e göre ses kayıtları haberlerinde Kanal D bir teknik bilimsel, iki abartılı ve eleştirel, beş yargılayıcı, yirmi dört haberde ise bilgilendirici bir anlatım tarzı kullanmıştır.

Samanyolu Haber iki kaygı uyandırıcı, dört alaycı, yedi abartılı, sekiz yargılayıcı, ön üç eleştirel, elli iki haberinde ise bilgilendirici anlatım tarzını kullanmıştır.

Atv bir haberinde abartılı, iki haberinde teknik/ bilimsel, beş haberinde ise beş haberinde bilgilendirici bir anlatım tarzı benimsemiştir.

Artı 1 televizyonu bir haberinde yargılayıcı ve kaygı uyandırıcı, iki haberinde eleştirel, üç haberinde alaycı ve teknik/ bilimsel, otuz beş haberinde ise bilgilendirici anlatım tarzı benimsemiştir.

3.16.7. Kanalların İncelenen Tarihler Göre Ses Kayıtlarını Konu Alan Haber Sayıları Dağılımı

Araştırma kapsamında yer alan Kanal D, Samanyolu Haber, Atv ve Artı 1 televizyon kanallarının incelenen bir hafta içerisinde ses kayıtları haberlerini kimisinin daha çok önem verdiği görülmektedir. Kimisi olayın ilk aktarıldığı tarihlerde kamuoyuyla paylaşmış, sonrasında ana haber bültenlerinde başka konularda haberler vermiştir. Kimisi ise olayın gündemde kalabilmesi adına olayı uzun süre ana haber bülteninde aktarmayı sürdürmüştür. Aşağıdaki tabloda incelenen tarihler arasında kanalların gün gün ses kayıtları olayıyla ilgili yaptıkları haber sayıları verilmektedir.

Tablo 7: Kanalların İncelenen Tarihe Göre Yaptıkları Haber Sayıları

Haberin Yayınlandığı Tarih	Kanallara Göre Yayınlanan Haber Sayısı				Toplam	
	Kanal D	Samanyolu Haber	Atv	Artı 1		
25.02.2014- 03.03.2014	25 Şubat 2014	6	11	3	15	35
	26 Şubat 2014	7	11	3	8	29
	27 Şubat 2014	4	12	0	9	25
	28 Şubat 2014	4	7	0	0	11
	1 Mart 2014	1	4	0	0	5
	2 Mart 2014	4	3	0	0	7
	3 Mart 2014	0	6	0	3	9
Toplam	26	54	6	35	121	

Tablo 7'ye göre haberler gündeme geldikleri ilk gün en çok konu olarak alınmıştır. 25 Şubat 2014 tarihinde yani olayın konu olarak aktarıldığı ilk günde Atv üç haber,

Kanal D altı haber, Samanyolu Haber on bir haber ve Artı 1 televizyonu ise on beş haber yapmıştır.

Haberin konu olarak aktarıldığı ikinci gün yani 26 Şubat 2014'te Atv üç haber, Kanal D yedi haber, Artı 1 sekiz haber, Samanyolu Haber on bir haber yapmıştır.

Üçüncü günde yani 27 Şubat 2014 tarihinde Kanal D dört haber, Artı 1 televizyonu dokuz haber, Samanyolu Haber on iki haber yaparken Atv konu ile ilgili hiç haber yapmamıştır.

Dördüncü günde yani 28 Şubat 2014 Kanal D dört haber, Samanyolu Haber yedi haber yaparken Atv ve Artı 1 televizyonu ise hiç haber yapmamıştır.

Beşinci günde yani 1 Mart 2014 tarihinde Kanal D konu ile ilgili bir haber, Samanyolu Haber dört haber yaparken, Atv ve Artı 1 televizyonu hiç haber yapmamıştır.

Altıncı günde yani 2 Mart 2014 tarihinde Samanyolu üç haber, Kanal D dört haber, Atv ses kayıtları konusuyla ilgili hiç haber yapmamıştır. Artı 1 Televizyonunda bu tarihte ana haber bülteni yer almamıştır.

Değerlendirmeye alınan son gün yani 3 Mart 2014 tarihinde ses kayıtları olayı ile ilgili Artı 1 televizyonu üç haber yaparken, Samanyolu Haber son gün haber sayısını artırarak altı haber yapmıştır. Kanal D hiç haber yapmamış ve Atv de son dört günde olduğu gibi bugünde konu ile ilgili haberlere ana haber bülteninde yer vermemiştir.

3.16.8. İncelenen Kanalların Kullandıkları Aktarma Yüklemeleri Dağılımı

Araştırma kapsamında yer alan Kanal D, Samanyolu Haber, Atv ve Artı 1 televizyon kanallarının incelenen bir hafta içerisinde ses kayıtları haberlerinde kullandıkları aktarma yüklemeleri Tablo 8'de gösterilmektedir.

Tablo 8: Kanallara Göre Kullanılan Aktarma Yüklemeleri

Kanalın İsmi	Kullanılan Aktarma Yüklemeleri				Toplam	
	Olumlu		Olumsuz		Sayı	%
	Sayı	%	Sayı	%		
Kanal D	14	53,8	12	46,2	26	100
Samanyolu Haber	11	20,4	43	79,6	54	100
Atv	6	100	0	0	6	100
Artı 1	13	37,1	21	60,0	34	100

Tablo 8'e göre Kanal D 14 (% 53,8) haberinde olumlu, 12 (% 46,2) haberinde olumsuz aktarma yüklemi kullanmıştır.

Samanyolu Haber 11 (% 20,4) haberinde olumlu, 43 (% 79,6) haberinde ise olumsuz aktarma yüklemi kullanılmıştır.

Atv 6 (% 100) haberinde olumlu aktarma yüklemi kullanırken, hiçbir haberinde olumsuz aktarma yüklemi kullanmamıştır.

Artı 1 televizyonu 13 (% 37,1) haberinde olumlu 21 (% 60,0) haberinde olumsuz aktarma yüklemi kullanmıştır.

3.16.9. İncelenen Kanallarda Spiker Yorumunun Dağılımı

Araştırma teorik kısmında televizyon haberciliğinde nesnellik kavramını anlatırken spikerin yorumunun kamuoyunu etkilemede oldukça etkili olduğundan bahsetmiştik. Aşağıdaki tablo Kanal D, Samanyolu Haber, Atv ve Artı 1 televizyon kanallarının incelenen bir hafta içerisinde ses kayıtları haberlerinde spikerlerinin yorum yapıp yapmadıklarını göstermektedir.

Tablo 9: Kanallara Göre Spikerlerin Yorumu

Kanalın İsmi	Spikerin Yorumu						Toplam	
	Var/ Olumlu		Var/ Olumsuz		Yok			
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Kanal D	0	0	0	0	26	100	26	100
Samanyolu Haber	0	0	10	18,5	44	81,5	54	100
Atv	2	33,3	0	0	4	66,7	6	100
Artı 1	0	0	8	22,9	28	77,1	35	100

Tablo 9'a göre Kanal D'de aktarılan ses kayıtları haberlerinde spiker 26 (% 100) haberde hiç yorum yapmamıştır.

Samanyolu Haber'de ana haber spikeri 44 (% 81,5) haberde yorum yapmamış, 10 (% 18,5) haberde olumsuz yorum yapmıştır. Samanyolu Haber'de spikerin yaptığı yorumlarda olumlu bir tavır gösterilmemiştir.

Atv'de ses kayıtları olayı ile ilgili ana haber spikeri 2 (% 33,3) haberde olumlu yorum yaparken, 4 (% 66,7) haberde yorum yapmazken, spikerin yorumlarında olumsuz bir durum kullanılmamıştır.

Artı 1 televizyonunda konu ile ilgili 8 (% 22,9) haberde spiker olumsuz yorum yaparken, 28 (% 77,1) haberde spiker yorumsuz kalmıştır.

3.16.10. İncelenen Kanallarda Kullanılan Sıfatların Yönü Dağılımı

Araştırma kapsamında yer alan Kanal D, Samanyolu Haber, Atv ve Artı 1 televizyon kanallarının incelenen bir hafta içerisinde ses kayıtları haberlerinde kullandıkları sıfatların yönü aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 10: Kanallara Göre Kullanılan Sıfatların Yönü

Kanalın İsmi	Haberde Kullanılan Sıfatların Yönü					
	Olumlu		Olumsuz		Yansız	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Kanal D	0	0	2	7,7	24	92,3
Samanyolu Haber	1	1,9	35	64,8	18	33,3
Atv	4	66,7	0	0	2	33,3
Artı 1	0	0	15	42,9	18	51,4

Tablo 10'a göre Kanal D 2(% 7,7) haberinde olumsuz sıfatlar kullanırken, 24 (% 92,3) haberinde yansız sıfatlar kullanmıştır. Kanal D' nin haberlerinde olumlu sıfat kullanılmamıştır.

Samanyolu Haber 1(% 1,9) haberinde olumlu sıfat, 18 (% 33,3) haberinde yansız sıfat, 35 (% 64,8) haberinde ise olumsuz sıfat kullanmıştır.

Atv 2 (%33,3) haberinde yansız sıfat, 4 (% 66,7) haberinde olumlu sıfat kullanmıştır. Atv'nin haberlerinde hiç olumsuz sıfat kullanmamıştır.

Artı 1 15 (% 42,9) haberinde olumsuz sıfat kullanırken, 18 (% 51,4) haberinde yansız sıfat kullanmıştır. Artı 1 televizyonunun haberlerinde olumlu sıfat kullanmamıştır.

3.16.11. İncelenen Kanalların Olayı Adlandırma Şekli Dağılımı

Meydana gelen olay haber haline gelirken birtakım aşamalardan geçmektedir. Olayın kanıtlanıp, kanıtlanmadığı bu aşamalarda oldukça önemlidir. Bu noktada olayı aktarırken kullanılan kelimeler de bir o kadar önem taşımaktadır. İncelenen televizyon kanallarının olayı farklı adlandırdığı görülmektedir. Araştırma kapsamında yer alan Kanal D, Samanyolu Haber, Atv ve Artı 1 televizyon kanallarının incelenen bir hafta içerisinde ses kayıtları olayını adlandırmada kullandıkları kelimeler ve kullanma sıklığı aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 11: Kanalara Göre Olayı Adlandırmada Kullanılan Kelimeler

Kanalın İsmi	Olayın Adlandırılmasında Kullanılan Kelimeler			Toplam
	İddia Edilen Ses Kaydı	Ses Kaydı	Kaset Komplosu	
Kanal D	26	0	0	26
Samanyolu Haber	54	0	0	54
Atv	2	0	4	6
Artı1	7	25	0	32
Toplam	89	25	4	118

Tablo 11’de ses kayıtları olayını televizyon kanallarının adlandırmada kullandığı kelimeler gösterilmektedir. Kanal D’nin olayı 26 haberinde de “iddia edilen ses kaydı” olarak adlandırdığı görülmektedir.

Samanyolu Haber’in de Kanal D gibi olayı adlandırırken tek bir yorumda bulunduğu görülmektedir. Samanyolu Haber 54 haberinde de olayı “iddia edilen ses kaydı” olarak adlandırmaktadır.

Atv’nin ana haber bülteninde 2 haberi “iddia edilen ses kaydı” olarak aktardığı, 4 haberi ise “kaset komplosu” olarak adlandırdığı görülmektedir.

Artı 1 televizyonunun 7 haberini tıpkı Kanal D ve Samanyolu Haber gibi “iddia edilen ses kaydı” olarak yorumladığı görülmektedir. Artı 1 televizyonu 25 haberini ise “ses kaydı” olarak adlandırmış, 7 haberinin önünde kullandığı “iddia edilen” söylemini kaldırdığı görülmektedir.

3.16.12. İncelenen Kanallara Göre Haber İnşa Stratejileri Dağılımı

Haber içerisinde kullanılan haber inşa stratejileri kamuoyuna mesaj verme ve onları kendi ideolojilerine göre yönlendirmede oldukça fazla etkiye sahiptir. Araştırma kapsamında yer alan Kanal D, Samanyolu Haber, Atv ve Artı 1 televizyon kanallarının incelenen bir hafta içerisinde ses kayıtları haberlerinde kullandıkları haber inşa stratejileri aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 12: Kanalara Göre Haberde İdeoloji İnşa Stratejileri

Kanal Adı	Meşrulaştırma		Birleştirme		Gizleme		Şeyleştirme		Parçasallaştırma	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Kanal D	0	0	3	11,5	2	7,7	0	0	21	80,8
Samanyolu Haber	0	0	4	7,4	1	1,9	0	0	49	90,7
Atv	0	0	0	0	0	0	0	0	6	100
Artı1	0	0	2	5,7	0	0	0	0	33	94,3

Tablo 12'e göre Kanal D 2 (% 7,7) haberinde gizleme, 3 (% 11,5) haberinde birleştirme, 21 (% 80,8) haberinde ise parçasallaştırma inşa stratejisi kullanılmıştır.

Samanyolu Haber 1 (% 1,9) haberinde gizleme, 4 (% 7,4) haberinde birleştirme, 49 (% 90,7) haberinde ise parçasallaştırma inşa stratejisi kullanılmıştır.

Atv 6 (% 100) haberinde de parçasallaştırma inşa stratejisi kullanmıştır.

Artı 1 televizyonu 2 (% 5,7) haberinde birleştirme, 32 (% 94,3) haberinde parçasallaştırma inşa stratejisi kullanılmıştır.

3.17. Değerlendirme ve Sonuç

Haber hayatın bir parçası gibidir. Meydana gelen her olay bir haber adayıdır. Ne kadar çok kişiyi ilgilendiriyorsa, ne kadar önem taşıyorsa, haber değer etmenlerini ne kadar içinde barındırıyorsa bir o kadar haber olmaya yakın demektir. Olay ve olaya konu olan insanda haber içerisinde olmaya bir o kadar meyillidir.

Kitle iletişim araçlarından televizyon her evin, iş yerinin hatta okulların bile vazgeçilmez haber alma aracı haline gelmiştir. Hayatın bu kadar içinde olan haber ile yine artık her yerde vazgeçilmez bir araç haline gelen televizyon birleştiğinde daha da önemli hale gelmektedir. İşte insan için bu kadar önemli hale gelen televizyon haberciliği herkesin dikkat alanındadır. Bireyler üzerinde bu kadar önemli bir etkiye sahip bu parçalar sadece bireylerin değil aynı zamanda birçok kurumunda dikkatini çekmektedir. Kitle iletişim araçları özellikle televizyon artık dördüncü güç olarak görülmektedir. Kamuoyuna bilgi vermede, kendi fikrini benimsetmede özellikle de bireyleri istenilen noktaya yönlendirmede ne kadar önemli olduğu fark edilmiştir.

Bu denli önemli olan televizyon haberciliği oluşurken belirli aşamalardan geçerek son halini almaktadır. Haber olacak olayların belirlenmesi, seçilen olayı anlatırken yazılan metin, kullanılacak görüntüler, kullanılan k'ler, haber öncesi ya da sonrası spikerin yaptığı yorumlar gibi faktörler olayı kişilerin ya da kurumların istenildiği şekilde kullanmasını sağlamaktadır. Burada karşımıza haber çerçevelemesi çıkmaktadır. Yayın kuruluşları istediklerini yazmakta, istemediklerini de haber dışında bırakabilmektedir. İstenilen mesaj verilebilmekte, kendi görüş ve ideolojileri doğrultusunda istenilen kitle oluşturulabilmektedir. Olayın ilk halini ya da olayla ilgili farklı görüşleri bilemeyen birey sadece verilenlere bakarak bir fikir oluşturmaktadır. İşte bu noktada haberleri izleyiciye aktaran kurumun bu konuda ne kadar nesnel olduğu önem kazanmaktadır. Olayı en doğru, saf ve tarafsız haliyle aktarmaları beklenmekte, kamuoyu haber alırken bu yayınları yapan kuruluşlara güvenmek istemektedir. Hayatın bu kadar içerisinde olan, insanı bu kadar etkileyen haber en tarafsız ve en doğru şekilde hazırlanması beklenmekte, nesnellığe özen gösterilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Bu çalışma televizyon haberciliğinde nesnellik kavramı üzerinde temellendirilmiştir. İlk bölümünde haber kavramı, olayın habere dönüşümü, haber değer etmenleri, haber içeriklerine etki eden unsurlar aktarılmıştır. İkinci bölümünde

televizyon haberciliğinden, televizyon haberciliğinde nesnellik aşamalarından, etik sorunlardan ve meslek kurallarından bahsedilmiştir. Araştırmanın üçüncü ve son kısmı olan uygulama kısmında incelenen dört ayrı televizyon kanalının (Kanal D, Samanyolu Haber, Atv, Artı 1) ses kayıtları olayını ele alışında nesnelliği göz ardı edip etmediği içerik çözümlemesi yöntemiyle ele alınmış ve bir takım sonuçlara ulaşılmıştır.

Uygulama kısmında araştırma sorularına yanıt aranmış ve araştırmanın varsayımları doğrulanmaya çalışılmıştır. Kanalların ses kayıtları olayıyla ilgili yaptıkları haber sayıları, hangi haber kaynaklarını kullandıkları, kullandıkları haber kaynağına karşı geliştirdikleri tutumun yönü, haberlerinde kullandıkları anlatım tarzı, aktarma yüklemeleri, sıfatların yönü, haber spikerlerinin yorum yapıp yapmadıkları, olayı adlandırırken kullandıkları kelimeler ve yine haberi aktarırken kullandıkları haber inşa stratejileri tablolaştırılarak aktarılmıştır.

İncelenen dört televizyon kanalı da ses kayıtları haberini konu almıştır. Bu olayı internete düştüğü gecenin ardından ertesi gün kamuoyuyla paylaşmışlardır. Haber sayılarına bakıldığında olayı en çok öne çıkarmak isteyen televizyon kanalının dönemin iktidarıyla yani Ak Parti ile karşıt görüşlere sahip olan Samanyolu Haber televizyon kanalı olduğu, en az haberi yapan ise yine iktidara yakınlığı ile bilinen “yandaş medya” olarak adlandırılan Atv televizyon kanalı olduğu görülmektedir.

Kanal D’nin olayı kamuoyuyla paylaşmak istediği görülmekte ve Artı 1 televizyonu da yine bu olayı es geçmemekte izleyiciyle olayı oldukça farklı yönleriyle ele almak istemektedir. Bununla paralel olarak olaya kaynak olarak belirli gruplar gösterilmiştir. Bu açıdan incelendiğinde Samanyolu Haber’in olaya konu olan Ak Partiyi muhalefete göre daha fazla kaynak olarak gösterdiği görülmektedir.

Artı 1 televizyonu muhalefet ve iktidara yakın sayıda haber verdiği, Kanal D iki tarafa da eşit sayıda yer verdiği görülmektedir. Bu noktada Atv’nin kaynak olarak tek bir tarafı kaynak olarak gösterdiği sadece iktidara söz hakkı tanıdığı açık olarak görülmektedir. Kaynak olarak gösterilen taraflara yönelik kanalların sergiledikleri tutumda oldukça önemlidir. Kanal D’nin kaynaklara daha çok yansız yaklaşıma çalıştığı görülmekte, Artı 1 televizyonunun kaynak olarak gösterdiği iktidar ve mensuplarını yoğunlukla olumsuz yönde aktardığı dikkat çekmektedir. Bu noktada Atv ve Samanyolu Haber televizyon kanallarının tutumları fark edilir niteliktedir.

Atv'nin tek kaynak olarak kullandığı iktidar ve mensuplarını hiç olumsuz göstermediği, Samanyolu Haber'in ise konu ile ilgili tüm kanallardan sayıca fazla yaptığı haberlerinde olumsuz bir tavır sergilediği görülmektedir. Bu da sahip olunan ideolojinin haber içeriklerinde ne denli etkili olduğunun bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Olayı gündemde tutma açısından bakıldığında incelenen bir hafta içerisinde ilk günden son güne kadar Samanyolu Haber'in olayın aktarılmasına ve gündemde tutulmasına ne kadar önem verdiği görülmektedir. Hatta son günlere doğru haber sayılarında bir artışta gözlenmiştir. Yine Atv'nin de bu süreçte sadece iki gün olayı konu ettiği daha sonra bu konudan değil başka gündem maddelerinden bahsettiği dikkat çekmektedir.

Haberlerin aktarımda kullanılan anlatım tarzına göre Kanal D'nin daha çok izleyiciyi bilgilendirmek istediği, zaman zamanda yargılayıcı ve eleştirel tarzda söylemler kullandığı görülmektedir. Samanyolu Haber'in izleyiciyi bilgilendirmenin yanı sıra eleştirel, yargılayıcı zaman zaman ise abartılı bir anlatım tarzı tercih ettiği görülmektedir. Atv'nin olayın aktarımında yoğun olarak bilgilendirici bir tavır takındığı, olayı teknik olarak anlatmaya çalıştığı görülmektedir. Artı 1 televizyonu ise izleyiciyi olay hakkında bilgilendirip, teknik açıdan değerlendirdiği ve zaman zamanda eleştirel bir tutum takındığı görülmektedir.

Haberleri ifade ederken kullanılan aktarma yüklemeleri de yine diğer değerlendirmelerle paralel ortaya çıkmıştır. Kanal D'nin aktarma yüklemelerinde neredeyse eşit bir tavır sergilediği görülmektedir. Artı 1 televizyonunun olaya karşı olumsuz yüklemelerinin daha fazla olduğu, Atv'nin tüm yüklemelerinin olumlu olduğu dikkat çekmektedir. Son olarak Samanyolu Haber televizyon kanalının ise olumsuz yüklemelerinin olumlu yüklemelerine göre neredeyse dört katı oranında olduğu rahatlıkla görülmektedir. Araştırmanın teori kısmında spikerin olaya yaptığı yorumun kamuoyunu yönlendirme de oldukça önemli olduğu aktarılmıştı. Kanallar spiker yorumu açısından değerlendirildiğinde Kanal D spikerinin herhangi bir yorumda bulunmadığı görülmekte, Atv spikerinin yorum yapmaktan kaçındığı ama az sayıda da olsa yorumda bulunduğu ve bu yorumlarının sadece olumlu nitelikte olduğu görülmektedir. Artı 1 ve Samanyolu Haber spikerlerinin yaptıkları yorumlarda sadece olumsuz bir tavır sergiledikleri dikkat çekmektedir. Haberlerde kullanılan sıfatların yönünde de yine Samanyolu Haber ve Artı 1 televizyonlarının genellikle

olumsuz sıfatları tercih ettiği görülmekte, Atv'nin ise olumlu sıfatları kullanmayı yeğlediği görülmektedir. Ekran karşısına geçen izleyici eğer olayı internetten takip etmediyse ilk duyacağı mecra televizyon kanalı olacaktır.

Olay aktarılırken ilk dikkat çekilecek şey ise olayın televizyon kanalı tarafından nasıl tanımlandığıdır. Bu tanımlama izleyicinin kafasında olayı şekillendirecektir. Bu noktada da olayın adlandırılmasında kullanılan kelimeler oldukça önem ara etmektedir. Bu açıdan Kanal D'nin ve Samanyolu Haber'in olaya temkinli yaklaşarak "iddia edilen ses kaydı" olarak adlandırdığı görülmektedir. Artı 1 televizyon kanalının da olayı "iddia edilen ses kaydı olarak" adlandırdığı ama yoğun olarak "ses kaydı" tanımlaması yaparak "iddia edilen" sıfatını kaldırmayı tercih ettiği görülmektedir. Atv televizyonunun ise "iddia edilen ses kaydı" söylemini kullandığı ama bundan çok daha fazla olarak "kaset komplosu" olarak adlandırdığı olayın olayın bir komplo olduğuna dikkat çekmeye çalıştığı görülmektedir. Araştırmamızın verileri haber inşa stratejileri açısından değerlendirildiğinde oldukça büyük bir oranla inşa stratejilerinden "parçasallaştırma"nın kullanıldığı fark edilmektedir. İdeolojik görüşler kendilerinin destekleyen görüşleri kamuoyuyla paylaşmayı yeğledikleri, diğer görüşleri kötü, düşman olarak gördükleri görülmektedir.

Varsayımlar kısmında belirtilen maddeler bu anlatılanlar doğrultusunda doğrulanmaktadır. "farklı ideolojilere sahip olan televizyon kanalları kendi görüşlerini destekler nitelikte haber yapmakta, kendi görüşlerini destekleyen kişi, kurum ve kuruluşlara ayrıcalık tanımaktadır" ve "haberlerin oluşturulma sürecinde ideolojik görüşleri destekleyen olaylar ön plana çıkarılmakta, karşıt görüşlere karşı olumsuz tutum geliştirilmekte hatta bu görüşler yok sayılmaktadır" varsayımları özellikle Atv ve Samanyolu Haber'in haber sayıları arasındaki farklar, haber kaynakları ve bu kaynaklara karşı tutumları, kullandıkları yüklem ve sıfatların yönünün farklılığı açısından ne denli doğruladığı oldukça açık bir şekilde görülmektedir. Kanalların kullandıkları inşa stratejileri incelenen haberler doğrultusunda belirlenmiştir. Kanallar belirli tarafı ve görüşü temsil eden olayları aktarırken en çok "parçasallaştırma" inşa stratejisini kullanmaktadır. Bu sonuçta varsayımlar kısmında belirttiğimiz "egemen söylemin haber kanallarında yer alma sürecinde "parçasallaştırma" sıklıkla kullanılan haber inşa stratejilerindedir." maddesini doğrulamaktadır.

3.18. Öneriler:

Farklı televizyon kanallarının belirli bir olayı nasıl aktardığını ve nesnel olup olmadıklarını ölçümleyen bu araştırma ile elde edilen veriler ışığında bazı önerilerde bulunmanın bu konuyu merak edenler, bu konuya ilgi duyanlar açısından bilgilendirici ve daha sonra bu konuda çalışmak isteyenler açısından faydalı olacağı düşünülmektedir.

Bu öneriler aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

- Nesnellik haber alanında korunması gereken en önemli maddelerden biridir. Bu yüzden bu konuda önemli araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır.
- Çalışmanın inceleme döneminin dışında başka dönemlerde de başka örneklem doğrultusunda daha fazla ve çeşitli kanallar kapsamında çalışmalarda yapılmalıdır.
- Televizyon izleyicisinin doğru ve tarafsız nesnel haber alma konusunda ne gibi beklentileri bulunduğu konusunda araştırmalar yapılmalıdır.
- Bu çalışmaya benzer çalışmalar gazete, dergi, radyo gibi araçlar açısından da karşılaştırmalı değerlendirilmelidir.
- Televizyon haber merkezi çalışanlarına haber yazma kuralları, nesnellik kuralları açısından doğru bilgilendirmeler yapılmalıdır.
- Televizyon yöneticileri ve haber çalışanları aktardıkları haberlerin kamuoyu üzerinde ne denli önemli olduğu konusunda eğitimler verilmeli, daha hassas davranmaları konusunda bilinçlendirilmelidir.
- Bu tarz çalışmalar yapan eğitim kurumları, çalışması yapılan sektörler tarafından maddi ve manevi işbirliği içerisinde olmalı ve karşılıklı destek sağlanması gerekmektedir.
- İletişim fakültesi öğrencilerine kuramsal olarak bildiklerini aktarabilecekleri uygulama alanları yaratılmalı ve bu konuda çalışma yapmak isteyen öğrencilere destek verilmelidir.

KAYNAKÇA

- Aker, Hacer (2010). *Televizyon Haberciliğinde Anchor'ların Kullandıkları Beden Dilinin İzleyicinin Kanal Tercihine Üzerine Etkisi*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Aksakal, Tuğba (2011). *Kanal D ve Samanyolu'ndaki Ana Haber Bültenlerinde Yer Alan Ergenekon Haberlerinin Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Altun, Sibel (2007), *Haber Söylemi Değişkeleri: Cumhuriyet Mitingleri Ya Da "Gelincik Devrimi" Örnekleme*, Yüksek Lisans Tezi, Kültür Üniversitesi, İstanbul.
- Artı 1 (2014). http://tr.wikipedia.org/wiki/Art%C4%B1_Bir_Tv Erişim tarihi: 19.10.2014
- Aslan, Kemal (2002). *Haberin Yol Haritası*. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Atik, Abdulkadir (2006). *Türkiye'de Özel Televizyon Haberciliğinde Eğlendiren Bilgi Süreci ve Örnek Program Show Tv Ana Haber Kuşağı*, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Atv (2014). <http://tr.wikipedia.org/wiki/Atv> Erişim tarihi: 01.04.2015
- Aytuğ, Yüksel (11 Ekim 2012). *Haberler Aklımızı Mı Alıyor?* Sabah.
- Bal, Enes (2007). *Televizyon Haberciliğinde Magazinleşme Olgusu: TRT, NTV ve SHOW TV Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- BBC (2014)
http://www.bbc.com/turkce/kurumsal/2009/07/000000_yayin_ilkeleri.shtml,
Erişim Tarihi: 15.06.2015
- Basın Konseyi (1988). <http://www.basinkonseyi.org.tr/basin-meslek-ilkeleri>, Erişim Tarihi: 13.10.2014
- Başar, Hatice (2014). *Madalyonun İki Yüzü: Terör ve Medya-Uluslararası Terörizm Şiddet*, http://www.academia.edu/5624863/MADALYONUN_%C4%B0K%C4%B0_Y%C3%9CZ%C3%9C_TER%C3%96R_VE_MEDYAULUSLARARA_SI_TER%C3%96R%C4%B0ZM_VE_%C5%9E%C4%B0DDET, Erişim Tarihi: 29.12.2014.

- Bek, M.Gencil (2004). *Türkiye’de Televizyon Haberciliği ve Tabloidleşme*. İletişim Araştırmaları, 2 (1).
- Bülbül, Rıdvan (2000). *Genel Gazetecilik*, Ankara: Nobel Yayınevi.
- Bülbül, Rıdvan (2001). *Haberin Anatomisi ve Temel Yaklaşımlar*, Ankara: Nobel Yayınevi.
- Büyüköztürk, Şener, Çakmak, Ebru, Akgün, Özcan, Karadeniz, Şirin ve Demirel, Funda, (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Pegem Akademi.
- CNN TURK (2012). <http://www.cnnturk.com/yayin-ilkeleri/ortak-degerlerimiz>
Erişim Tarihi: 13.10.2014
- Çil, Serdar (2007). *Televizyon Haberlerinde Etik: Karşılaştırmalı Haber İçerik Analizleri*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çoban, Melek (2009). *Egemen Söylemin Yeniden Üretilmesinde Haber Çerçeveleme: Kanal D ve STV Örneği*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Demir, Fatma Nur (2012). *Televizyonda Kamuoyu Bilgilendirme Amaçlı Mesaj Oluşturma ve Yönlendirme Sürecinde Sunucu/ Yorumcunun İşlevsel Rolü*, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.
- Dışkaya, Gülizar S. (2009). *Eğlencenin Habere Haberin Eğlenceye Dönüşmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Diler, Melike (2011). *Televizyon Haberinde Tarafsızlık ve Nesnellik: Eleştirel Bir Yaklaşım*, Uzmanlık Tezi, RTUK (Radyo Televizyon Üst Kurulu), Ankara.
- Dursun, Çiler, Duran, Ragıp, Cangöz, İncilay, Arsan, Esra, Eryılmaz, Tuğrul, Yurdalan, Özcan, ve Sucu, Mehmet (2005). *Gazetecilik ve Habercilik* (2. Baskı). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Dursun, Çiler (2015), Medya Atlası İMC TV 11.01.2015 tarihli yayın
http://www.dailymotion.com/video/x2enx21_medya-atlasi-ciler-dursun-11-ocak-2014_tv Erişim Tarihi: 13. 03. 2015
- Ergül, Hakan (2000). *Televizyonda Haberin Magazinleşmesi*, İstanbul: İletişim Yayınları.

- Eriş, Esra (2009). *Seçmenlerin Etik Kimlikleri ve Etik İnançları ile Siyasal Tercihleri Arasındaki İlişki: 22 Temmuz 2007 Genel Seçimleri Niğde Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- Ertan, Bengü (2011). *Televizyon Haberinde Magazinleşme*, Uzmanlık Tezi, RTUK (Radyo Televizyon Üst Kurulu), Ankara.
- Girgin, Atilla (2000). *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etiği*, İstanbul: İnkılâp Yayınevi.
- Girgin, Atilla (2002). *Haber Yazmak*, İstanbul: Der Yayınları.
- Girgin, Atilla (2003). *Yazılı Basında Haber*, İstanbul: İnkılâp Yayınevi.
- Göktaş, Zühal (2006). *Televizyon Haberinde Duygusallaştırma Ya Da Duygu Ötesi Toplum Yaratma (Show Tv, Kanal D, Atv Örneği)*, Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Gül, Mehmet (2013). *Türk Televizyon Kanallarındaki Haber Bültenlerinde Özdenetim Uygulamaları*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Güngör, Süleyman (2001). *Althuuser'de İdeoloji Kavramı*, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C.6 S.2
- Güz, Nurettin (2005). *Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları*, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Güzel, Meltem (2007). *Televizyon Haberciliğinde Magazinleşme (Karşılaştırmalı Bir Çalışma)*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Hizmetli, Mustafa (1995). *Yayın Standartları Açısından TRT Televizyon Haberleri*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Işıklar, H., Cem (2011). *Haber Televizyonlarında Haber Yapım ve Yayın Süreçleri: NTV, HABER Türk ve CNN Türk Televizyonlarının Karşılaştırmalı Çözümlemeleri*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Işıklar, H., Cem (2011). *Haber Televizyonculuğu mu Yorum Televizyonculuğu mu?* Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Broadcaster İno Dergisi, Elazığ.
- J. Matelski, Marilyn (2000). *Televizyon Haberciliğinde Etik*, Çeviren: Bahar Öcal (Düzgören) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

- Kanal D (2014). http://tr.wikipedia.org/wiki/Kanal_D, Erişim tarihi: 14.10.2014
- Karabağ, Müge (2014). *Savaş Muhabirliği; Suriye İç Çatışması Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kazancı, Metin (2002). *Althusser, İdeoloji ve İletişimin Dayanılmaz Ağırlığı*, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi 57-1, Ankara.
- Kazancı, Metin. (2006). *Althusser, İdeoloji ve İdeoloji İle İlgili Son Söz*, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi 24, İstanbul.
- Kazaz, Mete (2002), *Türk Televizyon Spor Programlarına Yönelik İçerik Analizi: Örnek Olay: Bizim Stadyum(ATV), 3. Devre (KANAL D), 90 Dakika (NTV), Maraton (SHOW TV), Telegol (STAR TV), Spor Stüdyosu (TRT 1), Spor Programları*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Koçer, Sevim, Öztürk, Serap, Ersin, Nimet, İspir, Bilge, İspir, Burçin ve Altınırnak, Serpil (2013). *Radyo ve Televizyon İşletmeciliği (1. Baskı)*, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayını, Eskişehir.
- Medya Derneği (2011). http://www.medyadernegi.org/turkiyeli-gazeteciler-icin-etik_ilkeler/, Erişim Tarihi: 14.10.2014
- MEGEP (Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi). (2006). *Meslek Etiği*, Ankara: TC. Milli Eğitim Bakanlığı Yayını.
- MEGEP (Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi). (2007). *Haberin Nitelikleri*, Ankara: TC. Milli Eğitim Bakanlığı Yayını.
- MEGEP (Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi). (2008). *Televizyon Haberciliği*, Ankara: TC Milli Eğitim Bakanlığı Yayını.
- Meydan Larousse (1981). İstanbul: Meydan Yayınevi.
- Mutlu, Erol (1999). *Televizyon ve Toplum*, Ankara: TRT Eğitim Dairesi Başkanlığı.
- Orhon, Nezih (2000). *Televizyon Haberlerinde Bakış ve Gerçeklik*, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yerel Medya Seminerleri, Malatya <http://www.tgc.org.tr/ybs/18-26.htm> Erişim Tarihi: 16.04.2015
- Orhon, Nezih (2002). *Olayın Televizyon Haberine Dönüşümü- Değişim Değeri Açısından Televizyon Haberi*, Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

- Orhon, Nezih (2014). *Haberin Hamburgerden Farkı Yok*,
<http://www.mynet.com/haber/guncel/haberin-hamburgerden-farki-yok-1109877-1> Erişim Tarihi: 16.04.2015
- Orhan, Gökçe ve Demiray, Uğur (2006). *Terörün Görüntüleri, Görüntülerin Terörü*,
Konya: Çizgi Kitabevi.
- Öğülmüş, Selahattin (1991). İçerik Çözümlemesi, Ankara Üniversitesi Eğitim
Bilimleri Fakültesi Dergisi, Cilt:24, Sayı: 1, Ankara.
- Öztürk, Şerife (2004). *Özel Televizyon Kanallarının Türk Haberciliğine Etkisi*.
Selçuk İletişim, 3, (2).
- Palabıykoğlu, Refia (1997). *Medya ve Şiddet*, Kriz Dergisi, 5 (2).
- Postman, Neil ve Powers Steve (1996). *Televizyon Haberlerini İzlemek*, (Çeviren:
Aslı Tunç) İstanbul: Kavram Yayınevi.
- RTUK (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu). (2002). *Şiddet ve İntihar Haberleri*,
Ankara: Başbakanlık Basımevi.
- RTUK (2010). (Radyo Televizyon Üst Kurulu). Üst Kurul Kararları,
<http://www.rtuk.org.tr/#>, Erişim Tarihi: 28.12.2014.
- RTUK Kanunu (Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında
Kanun), (2011). TC Resmi Gazete, 11379, 15 Şubat 2011.
- Samanyolu Haber (2014). http://tr.wikipedia.org/wiki/Samanyolu_Haber Erişim
tarihi: 18.10.2014
- Sanal (2014). 25 Şubat Kanal D Ana Haber Bülteni,
[http://video.kanald.com.tr/anahaberbulteni/25022014-Kanal-D-Ana-Haber-
Bulteni/22979](http://video.kanald.com.tr/anahaberbulteni/25022014-Kanal-D-Ana-Haber-Bulteni/22979), Erişim Tarihi: 12.09.2014.
- Sanal (2014). 25 Şubat Atv Ana Haber Bülteni, [http://www.atv.com.tr/webtv/atv-
ana-haber/bolum](http://www.atv.com.tr/webtv/atv-ana-haber/bolum) , Erişim Tarihi: 01.04.2015.
- Sanal (2014). 25 Şubat Samanyolu Haber Ana Haber Bülteni,
<http://www.kure.tv/izle/ana-haber-bulteni-25-subat-2014>, Erişim Tarihi:
07.11.2014.
- Sanal (2014). 25 Şubat Artı 1 Televizyonu Ana Haber Bülteni,
<http://tvarsivi.com/player.php?y=570&z=2014-02-25%2019:00:00>, Erişim
Tarihi: 21.11.2014.

- Sanal (2013). Etkili İlgililik,
<http://medyavehabercilik.blogspot.com.tr/2013/11/neyin-onemli-olduguna-karar-vermek.html>, Erişim Tarihi: 13.10.2014.
- Sanal (2014). Örneklem, <http://tr.wikipedia.org/wiki/%C3%96rnekleme>, Erişim Tarihi: 13.10.2014
- Seyhan, A., Selman (2012). *Televizyon Gazeteciliğinde Muhabirlerin Mesleki Yeterlilik Beklentileri Ankara Alan Araştırması*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Sucu, İpek (2012). *Althuuser'in gözünden İdeoloji ve İdeolojinin Bir Taşıyıcısı Olarak Yeni Medya*, Selçuk İletişim Dergisi, 7,3, Konya.
- Şeker Mustafa (1999). *Televizyon Haberciliği*, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Konya.
- Şeker, Mustafa (2003). *Özel Televizyonlarda Haberin Seçimi ve Yapılandırması (NTV, ATV ve SHOW TV Örneği)*. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Şeker, Mustafa (2014), *Televizyon Haberciliğinde Küresel Format ve Haberciliğe Etkileri*,
<http://akademikstok.com/televizyon-haberciliginde-kuresel-format-ve-habercilige-etkileri-oku-39.html> Erişim Tarihi: 16.04.2015
- Tokgöz, Oya (2006). *Temel Gazetecilik*, Ankara: İmge Kitabevi.
- Toruk, İbrahim (2008). *Gutenberg'ten Dijital Çağa Gazetecilik- Türkiye'de Haber Siteleri*, İstanbul: Literatürk.
- TDK (Türk Dil Kurumu), (2006). Spiker Tanımı ,
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GT.S.548d6bf3e6f053.75342916, Erişim Tarihi:06.08.2014.
- Türkan, Turgay (2006). *Televizyon Haber Yayıncılığında Tabloidleşme Olgusu: ATV ve KANAL 7 Haber Bültenlerinin Karşılaştırması*, Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Uçar, Yasemin (2011). *Basın Ahlakı Açısından Haberde Nesnellik Olgusu*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Uğurlu, Faruk ve Öztürk, Şerife (2006). *Türkiye'de Televizyon Haberciliği*, Konya: Tablet Kitabevi.

- Uğur, Ufuk (2006). *Türkiye’de Televizyon Haberlerinde Magazinleşme Olgusu*, Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Vural, Sacide (1986). *Radyo ve Televizyon Kurumlarında Yönetim ve Türkiye’deki Uygulama*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Vural, Sacide (1994). *Kitle İletişiminde Denetim Stratejileri*, Öz ışık Matbaacılık, Ankara.
- Yaylagül, Levent (2013). *Kitle İletişim Kuramları*, (5.Baskı). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yücel, M., Uğur (2011). *Televizyonlarda Terör Irkçılık ve Nefret İçerikli Yayınlar*, Uzmanlık Tezi, RTUK (Radyo Televizyon Üst Kurulu). Ankara.
- Yüksel, Erkan ve Gürcan H., İbrahim (2005). *Haber Toplama ve Yazma*, Konya: Tablet Kitabevi.

EK 1. RTUK Kanunu

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun yayın ilkeleri 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanununun 8. maddesinde 'Yayın Hizmeti İlkeleri' başlığı altında şöyle açıklanmıştır (RTUK, 2011).

1) Medya hizmet sağlayıcılar, yayın hizmetlerini kamusal sorumluluk anlayışıyla bu fıkra da yer alan ilkelere uygun olarak sunarlar. Yayın hizmetleri;

a) Türkiye Cumhuriyeti Devletinin varlık ve bağımsızlığına, Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne, Atatürk ilke ve inkılâplarına aykırı olamaz.

b) Irk, dil, din, cinsiyet, sınıf, bölge ve mezhep farkı gözeterek toplumu kin ve düşmanlığa tahrik edemez veya toplumda nefret duyguları oluşturamaz.

c) Hukukun üstünlüğü, adalet ve tarafsızlık esasına aykırı olamaz.

ç) İnsan onuruna ve özel hayatın gizliliğine saygılı olma ilkesine aykırı olamaz, kişi ya da kuruluşları eleştiri sınırları ötesinde küçük düşürücü, aşağılayıcı veya iftira niteliğinde ifadeler içeremez.

d) Terörü övemez ve teşvik edemez, terör örgütlerini güçlü veya haklı gösteremez, terör örgütlerinin korkutucu ve yıldırıcı özelliklerini yansıtıcı nitelikte olamaz. Terör eylemini, faillerini ve mağdurlarını terörün amaçlarına hizmet eder şekilde sunamaz.

e) Irk, renk, dil, din, tabiiyet, cinsiyet, özürlülük, siyasî ve felsefî düşünce, mezhep ve benzeri nedenlerle ayrımcılık yapan ve bireyleri aşağılayan yayınları içeremez ve teşvik edemez.

f) Toplumun millî ve manevî değerlerine, genel ahlaka ve ailenin korunması ilkesine aykırı olamaz.

g) Suç işlemeyi, suçluyu ve suç örgütlerini övücü, suç tekniklerini öğretici nitelikte olamaz.

ğ) Çocuklara, güçsüzlere ve özürlülere karşı istismar içeremez ve şiddeti teşvik edemez.

EK 2. Basın Meslek İlkeleri

Basın Konseyi gazetecilerin mesleki sorumluluklarını ve çalışma düzenlerini 16 madde ile belirlemiştir. Bu maddeler şunlardır (Sanal,1988).

1. Yayınlarda hiç kimse; ırkı, cinsiyeti, yaşı, sağlığı, bedensel özrü, sosyal düzeyi ve dini inançları nedeniyle kınanamaz, aşağılanamaz.

2. Düşünce, vicdan ve ifade özgürlüğünü sınırlayıcı; genel ahlak anlayışını, din duygularını, aile kurumunun temel dayanaklarını sarsıcı ya da incitici yayın yapılamaz.

3. Kamusal bir görev olan gazetecilik, ahlaka aykırı özel amaç ve çıkarlara alet edilemez.

4. Kişileri ve kuruluşları, eleştiri sınırlarının ötesinde küçük düşüren, aşağılayan veya iftira niteliği taşıyan ifadelere yer verilemez.

5. Kişilerin özel yaşamı, kamu çıkarlarının gerektirdiği durumlar dışında, yayın konusu olamaz.

6. Soruşturulması gazetecilik olanakları içinde bulunan haberler, soruşturulmaksızın veya doğruluğuna emin olmaksızın yayınlanamaz.

7. Saklı kalması kaydıyla verilen bilgiler, kamu yararı ciddi bir biçimde gerektirmedikçe yayınlanamaz.

8. Bir basın organının dağıtım süreci tamamlanmadan o basın organının özel çabalarla gerçekleştirdiği ürün, bir başka basın organı tarafından kendi ürünüymiş gibi kamuoyuna sunulamaz. Ajanslardan alınan özel ürünlerin kaynağının belirtilmesine özen gösterilir.

9. Suçlu olduğu yargı kararıyla belirlenmedikçe hiç kimse “suçlu” ilan edilemez.

10. Yasaların suç saydığı eylemler, gerçek olduğuna inandırıcı makul nedenler bulunmadıkça kimseye atfedilemez.

11. Gazeteci, kaynaklarının gizliliğini korur. Kaynağın kamuoyunu kişisel, siyasal ekonomik vb. nedenlerle yanıltmayı amaçladığı haller bunun dışındadır.

12. Gazeteci görevini, taşıdığı sıfatın saygınlığına gölge düşürebilecek yöntem ve tutumlarla yapmaktan sakınır.

13. Şiddet ve zorbalığı özendirici, insani değerleri incitici yayın yapmaktan kaçınılır.

14. İlan ve reklam niteliğindeki yayınların bu nitelikleri, tereddüde yer bırakmayacak şekilde belirtilir.

15. Yayın tarihi için konan zaman kaydına saygı gösterilir.

16. Basın organları, yanlış yayınlardan kaynaklanan cevap ve tekzip hakkına saygı duyarlar.

EK 3. Türkiyeli Gazeteciler İçin Etik İlkeler

Medya Derneği ve ICFJ işbirliğiyle 25- 27 Ocak 2011 tarihinde TRT Harbiye Radyoevi'nde düzenlenen çeşitli şehir ve kurumlardan 25 gazetecinin katıldığı Uluslararası Medya Etiği Atölye Çalışması'nda etik kurallar belirlenmiş ardından eğitmenler tarafından sadeleştirilerek düzenlenmiştir. Meslek ilkelerinde tarafsızlık bağımsızlık, haber kaynakları ile ilişkiler, isimsiz kaynakların kullanımı, haber hırsızlığı, görsel malzeme kullanımı, özel hayat, ayrımcılık, nefret söylemi, aldatma ve çıkar çatışması konularına yer verilmiştir. Gazeteciler tarafından belirlenen Türkiyeli Gazeteciler İçin Etik İlkeler şunlardır (Sanal, 2011).

Gerçeklik ve Doğruluk

Gazeteciler bilgiyi toplama, haberleştirme ve yorumlama konusunda dürüst, adil ve cesur davranmalıdır. Kamuoyuna hizmet en başta gelen amaçları olmalıdır. Gerçeği eksiksiz ve yalın bir şekilde yansıtmak gazetecinin temel görevidir. Bilgileri net bir şekilde ortaya koymalı, soru işaretlerine, kafa karışıklığına ve manipülasyona yol açabilecek muallâkıktan uzak durmalıyız. Bunu başarmak için gazeteciler şunları yapmalıdır:

- Bütün kaynaklardan eline ulaşan bilginin doğruluğunu sınamalıdır. Haberlerde kullanmak üzere elde ettiği yazılı, dijital, görsel ve işitsel belgelerin orijinalliğinden emin olmalıdır.

- Bilgiyi, belgeleri ve iddiaları, sanki haberin konusuyla ilk kez karşılaşmış gibi titizlikle gözden geçirmelidir.

- Bilgiyi tam olarak doğrulayamıyorsa, sorumlu olduğu editöre danışmalı ve şu sorulara cevap aramalıdır: a) Bilgi, kamuoyunun bilmesi açısından ne kadar önem taşımaktadır? b) Haberin, konu ettiği şahıslar açısından olası sonuçları nelerdir? c) Zarar nasıl asgariye indirilebilir? d) Elimizde ne gibi alternatifler var?

- Habere konu olan kişiler aranmalı, onlara haberdeki iddialara cevap verme fırsatı tanınmalıdır. Haberde sözü edilen bireyler, kurumlar ve yerler hakkında teyit edebildiğimiz bilgiyi doğru ve ayrıntılı bir şekilde aktarmak konusunda dikkatli olmalıyız.

Gazeteci bu gerekleri uygularken şu hususlara dikkat etmelidir:

- Gerçeğe ulaşabilmek için elindeki tüm imkânları kullanmalı, alternatifleri değerlendirmelidir.

- Bilhassa hassas meseleleri ele alırken, haberin güvenilirliğine zarar verebilecek olası davalara veya yalanlamalara karşı korunmak için röportajlarda ses kayıt cihazı kullanmayı düşünmelidir. Bu durumda gazetecilerin kaynaklarına, sözlerinin kaydedildiğini söylemesi gerekir. Gizli ses kayıtları, röportaj yapılanların izni olmaksızın daimi şekilde kullanılmamalıdır. Haberin güvenilirliğini sağlamak için televizyon kameraları da kullanılabilir.

- Haberin odak noktasını yönlendirmekte çıkarı olabilecek kurumlardan veya bireylerden gelen bilgiye kuşkuyla yaklaşmalıdır. Haberi kendi lehine saptırabilecek veya karşıtlarını kötü gösterebilecek bilgi veren kaynakların amaçlarını daima sorgulamalıdır.

Tarafsızlık ve Adil Olmak

Türkiye'deki medya çalışanları herhangi bir siyasi partinin veya özel çıkar çevresinin sözcülüğü rolünü üstlenmemeli veya bunlara açık destek vermemelidir. Buna, bir parti veya siyasi hareket adına konuşmalar yapmak da dahildir.

Haber yaparken tarafsız ve adil kalmalı; siyasi, toplumsal veya ekonomik ideolojilerin geçmişte yaşanan, halihazırda vuku bulan ya da gelecekte gerçekleşmesi ihtimal dahilinde olan çatışmalarında taraf olmamalıdır.

Bir gazeteci belgeleri toplama, röportaj yapma ve haberi hazırlama esnasında tüm kişisel fikirlerini, ideolojisini ve yorumlarını askıya almalı ve tarafsızlığını korumalıdır. Bunu başarmak için gazeteciler şunları yapmalıdır:

- Haberde konu edilen bütün tarafların ifade özgürlüğüne saygı göstermeli ve adil olmak ve tarafsızlık adına görüşlerine haberde yer vermelidir.
- Kişileri veya grupları hedef haline getirmemelidir.
- Habere konu olan kişi ya da kurumlara ekonomik bağıllık durumlarında bile (sözgelimi haberde sözü edilen kişi veya kurumlardan elde edilen reklam geliri) haberin tarafsızlığını sağlamak için tüm olası alternatifleri değerlendirmelidir.

Bağımsızlık

Gazeteciler kamuoyunun bilme hakkından başka hiçbir özel çıkara bağlı olmamalıdır. Gerçek veya öyle algılanabilecek çıkar çatışmalarından kaçınmalı ve dürüstlükten taviz verebilecek veya güvenilirliklerine hanel getirebilecek ilişkilerden ve faaliyetlerden uzak durmalıdır. Yayın kuruluşları devletten, özel çıkar çevrelerinden ve siyasi partilerden bağımsız olmalıdır. Kamuoyu, siyasi, ticari ya da kişisel çıkarların kuruluşun yayın politikası üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığına inanmalıdır.

Gazeteciler, toplumdaki diğer insanlar gibi, kuvvetli siyasi ve ideolojik görüşlere sahip olsalar da, bu görüşler habercilik süreçlerine dahil olmamalıdır. Kişisel fikirlerin veya siyasi inançların haberlerde yeri yoktur. Gazeteciler yazdıklarının fikir veya yorum olduğunu, olgulara dayalı haberlerle karıştırılmaması için, net bir şekilde belirtmelidir.

Reklam verenlere veya özel çıkarlara iltimas geçilmemeli ve onların haberleri etkilemesine izin verilmemelidir. Gazeteciler iltimas, hediye veya para için bilgi vermeyi öneren kaynaklardan uzak durmalıdır.

Kaynakların Kullanımı

Kaynaklar konusunda gazeteciler şu hususlara dikkat göstermelidir:

- Kaynakla ilişkisinde, habercinin veya çalıştığı haber kuruluşunun güvenilirliğini zayıflatacak hiçbir çıkar çatışması olmadığından emin olmalıdır.

- Kaynakla arasında hesabını veremeyeceği herhangi bir maddi bağ kurmamaya özen göstermelidir.
- Kaynaktan edindiği iddiaların doğruluğundan emin olmalıdır. Kaynağın kamuoyunun gözünde güvenilir olup olmadığına bakmaksızın, bu iddiaları destekleyecek belgeler istemelidir.

İsimsiz Kaynakların Kullanımı

Gazeteciler isim kullanmama sözü vermeden önce kaynakların amaçlarını daima sorgulamalıdır. Bilgi karşılığında herhangi bir söz verirken, bunun hangi koşullara bağlı olduğunu açıkça belirttiğinden emin olmalıdır. Bir kez ismi saklı tutma sözü verdiğinde, o sözü tutmalıdır. Türkiye’de isimsiz kaynaklara dayanan haberler yayınlamak alışkanlık haline gelmiştir; bu tür haberler sık sık bilginin manipülasyonuna ve kanıtlanmamış iddialara veya söylentilere yol açmaktadır. Etik ilkeler uyarınca, özel koşullar olmadığı sürece, bütün kaynakların ismi verilmelidir. Böyle bir durumda, haber kuruluşunun yöneticileri ile tartışılmalı ve kaynağın isminin niye saklandığına dair bilgi kamuoyu ile paylaşılmalıdır.

Gazeteciler editörleriyle veya sorumlu oldukları kişilerle şu hususları gözden geçirmelidir:

- a) Kaynağın verdiği bilgiler onu ya da yakınlarını hayati tehlikelerle ya da toplumsal sorunlarla baş başa bırakıyor mu?
- b) Verilen haber kamuoyunu ne ölçüde ilgilendiriyor? Haber önemli mi ve ciddi bir etkisi var mı?
- c) Kaynağın, iddialarını destekleyecek belgeleri var mı?
- d) Kaynağın bu bilgiyi vermekteki amacı ne?
- e) Kaynağın isimsiz kalması, haberin güvenilirliğini zedeler mi?

Kaynağın isminin saklanması konusunda karar alınırca, istendiği takdirde gazeteciler kaynağın kimliğini editörüne açıklamalıdır. Editör ve haberci, ismi saklama taahhüdünü yerine getirmelidir.

Kaynağı bilinmeyen bilgi ve belgelerin değerlendirilmesinde şüpheli davranılmalı ve orijinal olup olmadıkları titizlikle soruşturulmalıdır. Doğru

olmayabileceği bilinen bir haberin yayınlanması kararında, haber diğer medya kuruluşlarına sızdırılmış olsa bile, mesleki rekabet faktörü belirleyici bir faktör olmamalıdır. Günümüzün rekabetçi medya piyasasında bile karar verirken gözetilmesi gereken faktörler doğruluk ve hakikat olmalıdır. Yöntemlerden biri, haberi, bilginin orijinalliğini sorgulayan ve bilginin nereden geldiği ve niye yayımlandığına dair bakış açısı sağlayan bir bölümle birlikte yayınlamak olabilir.

Haber hırsızlığı / İntihal

İntihalle ilgili kural basittir: Yapmayın. Haberlerimizde herhangi bir başka mecradan (internet, gazete, televizyon, radyo, kitap ya da dergi) alıntı yapılarak kullanılan özgün ifade, üslup ve fikirlerin kaynağı mutlaka belirtilmelidir. Kaynak gösterme ilkesi haber ajansı havuzlarından alınan haberler için de geçerlidir. Haber hırsızlığı internetle birlikte iyice yaygınlaştığı için, ne olduğunu anlamak ve tanımlamak her zamankinden daha önemlidir.

Bilgi hırsızlığı: Başka bir muhabirin elde ettiği bilgiyi ya da yaptığı haberi kaynak göstermeden kullanmaktır.

Üslup hırsızlığı: Bir muhabir, bir haberi yaratıcı ve alışılmadık bir tarzda yazar ve bir başka muhabir kendi haberinde bu haberden pasajlar kopyalarsa, üslup hırsızlığı yapmış olur.

Fikir hırsızlığı: Bir gazeteci, köşe yazarı veya haber analisti, yazısında veya haberinde bir meseleyle ilgili yeni bir fikir veya teori ortaya atar ve başka bir gazeteci bu fikri, kaynağına atıfta bulunmadan kopyalarsa fikir hırsızlığı yapmış olur.

Görsel Malzeme Kullanımı

Fotoğrafları ve görsel malzemeleri üreten gazeteciler çalışmalarında yüksek etik standartlara riayet etmekle yükümlüdür. Görsel malzemenin sunumunda doğru ve kapsayıcı olmalı, görselleri, yeni dijital teknolojilerle manipüle etmenin ayartıcılığına karşı koymalıdır. Sorulacak kilit soru şudur: Bu görsel, fotoğrafladığımız sahneyi veya olayı doğru yansıtıyor mu? Kullanılan görüntü ve fotoğraflar kişi mahremiyetine saygılı olmalı ve gazeteciler haberlerine dahil ettikleri

fotoğrafları ve görsel malzemeleri seçerken adil olmaya azami dikkat göstermelidir. Şu hususlara dikkat gösterilmelidir:

Fotoğraf çekimleri rahatsızlık vermeyen ve şiddet kurbanlarının veya hayatta kalanların acılarını deşmeyen bir mesafeden yapılmalıdır. Trajediden etkilenenlerin özel yas ve acı anlarında duyarlı davranılmalıdır.

Kullanılan görsel malzemeler gerçeği olduğu gibi yansıtmalıdır. Kamuoyu, dijital olarak değiştirilmiş görsel malzemelerle ve bilhassa bu malzemelere ekleme veya çıkarma yapılmak suretiyle manipüle edilmemelidir. Görüntü kalitesini artırmak için yapılacak teknik müdahaleler bu kuraldan müstesnadır.

Çocukların, cinsel taciz ve suç kurbanlarının, travmatik olay kurbanlarının fotoğraflarının veya görüntülerinin alınması ve kullanılması konusunda daha fazla hassasiyet gösterilmelidir.

Gazeteci görsel malzemelere konu olan herkese saygı ve dürüstlikle davranılmalıdır. Fotoğrafçılar savunmasız kişileri ele alırken özel dikkat göstermeli ve suç veya trajedi kurbanlarına merhametle yaklaşmalıdır. İçerdiği kişilere acı verebilecek bir fotoğrafı ya da görüntüyü kullanmanın gerekli olup olmadığını ve bunları hangi motivasyonla kullanmak istediğini sorgulamalıdır. Fotoğrafları ve görsel malzemeleri kullanmanın olası sonuçlarını gözden geçirmelidir.

Fotoğraf altı yazıları fotoğrafta sunulan gerçekliği ifade etmelidir.

Arşiv görüntüsü kullanımında dikkat ve hassasiyet gösterilmeli, trajedinin veya travmanın anılarını canlandırmanın hayatta kalanlara ve genel olarak kamuoyuna acı verebileceği unutulmamalıdır. Eğer fotoğrafı kullanmak için iyi bir gazetecilik sebebi varsa (sözgelimi trajik bir olayın yıldönümü) tarihi verilmeli ve başlıkları açık konulmalıdır.

Özel Hayat

Bilgi toplama ve haber yapma sürecinde meslek ilkeleri akıldan çıkarılmamalı ve gazetecilik konumunun bize özel hayatı ihlal etme hakkı vermediği hiçbir zaman unutulmamalıdır. Bu nedenle haber peşinde koşarken, bir kişinin mahremiyetini ihlal etme tehlikesi ortaya çıktığında, “Bu haberi yapmamızın amacı nedir? Aynı şey benim başıma gelse ne hissederdim? Bu haber kamu yararına gerçekten hizmet

ediyor mu?” gibi soruları kendimize sormalıyız. Cinsel suç mağdurları ve çocuk zanlıların kimliklerinin açıklanması konusunda büyük dikkat gösterilmelidir.

Ayrımcılık ve Nefret Söylemi

Haberler hiçbir şekilde kışkırtıcı veya ayrımcı bir dil kullanmamalıdır. Doğrudan haberle ilgili olmadıkça gazeteciler bir kişiyi veya bir grubu dili, inancı, ırkı, toplumsal cinsiyeti, cinsel kimliği veya toplumsal sınıfı ile tanımlamamalıdır.

Medya kuruluşları herhangi türde nefret söylemini veya ayrımcı görüntüleri yayınlarken azami dikkat göstermelidir. Ama bu son derece hassas bir meseledir: Olayları aktarmak gazetecilerin görevidir. Nefret eylemlerini görmezden geldiğimizde, kimsenin tepki gösterme, kınama veya farklı bir bakış açısı ortaya koyma fırsatı olmayacaktır.

Gazeteciler, saldırgan görüşleri aktarma görevlerine bağlı kalmayı sürdürürken zararı en aza indirebilecek seçenekler bulmalıdır. Takipçilerine, büyük resmi anlamalarını sağlayacak bilgiyi vermelidirler. Medyanın, bunun niye nefret söylemi olduğu ve niye bir haberde kullanıldığını anlaması için kamuoyuna yardımcı olması önemlidir. Diğer bir deyişle, kamuoyuna bağlamı da sunma sorumluluğumuz vardır. Bu yüzden nefret suçu içeren ifadelerin veya diğer malzemelerin kullanılmasına, ancak haber değeri olduğuna hükmedildiğinde, bir meseleye veya olaya ışık tuttuğunda ve kamusal yarar söz konusu olduğunda izin verilebilir.

Aldatma

Bütün geleneksel habercilik yöntemleri tükenmediği ve kamuoyu açısından hayati önem taşıyan bir bilgi elde edilemediği sürece, gizli ses veya görüntü kaydı gibi yöntemleri kullanmaktan kaçınmak gerekir. Elde edilmeye çalışılan bilgi, aldatma yönteminin kullanılmasını (sözgelimi bir habercinin takma isim kullanarak kendisini gizlemesi) haklı gösterecek kadar büyük önem taşımalıdır.

Önemli bir bilgi elde etmek için aldatma yöntemi kullanıldığı takdirde, haber kuruluşu kamuoyu da dahil, ilgili bütün taraflara aldatmanın niteliğini ve sebebini açıkça söylemelidir. Bu noktada önemli bir kural: Aldatma yoluyla ifşa edilen bilgi

sayesinde önlenen zarar, bizzat aldatma eyleminin neden olduğu zarara baskın çıkmalıdır.

Gazeteciler aldatmanın aldatılanlar açısından (uzun ve kısa vadeli) sonuçlarını, gazeteciliğin güvenilirliği ve misyonu açısından etkisini veya aldatma yoluna başvurmanın sebebini tartmalıdır.

Çıkar Çatışması

Gazeteciler, topluma karşı taşıdıkları büyük sorumluluktan dolayı, gerçek veya algı düzeyinde çıkar çatışması yaratan durumlara karşı bilhassa dikkatli olmalıdır. Gazeteciler aşağıda sayılan durumların etkisine karşı sorumluluklarını göz önünde bulundurmalıdır:

- Belli faaliyetlerde yer almak, sözgelimi siyasi bir gösteride konuşmak
- Kampanyalar veya örgütlerle yakın ilişkiler kurmak
- Kaynaklar, reklam verenler veya diğer taraflardan iltimas veya özel muamele kabul etmek
- Gazetecinin güvenilirliğini riske sokacak yan işlerde çalışmak
- Haberlerin unsuru olarak takip edilen kaynaklarla dostluk kurmak

Gazeteciler mesleği ile kesişen veya çatışan bir başka işte çalışmamalıdır. Devlet kurumları veya siyasi partiler gibi kurumlar için yarı zamanlı veya gönüllü iş yapmamalıdır. Gazeteciler haber kaynaklarıyla ilişkilerinde dikkatli davranmalıdırlar. Hediye, özel muamele veya para almak gibi çıkar ilişkilerine girmemelidirler. Gazeteciler kendilerine daima şu soruları sormalıdırlar:

Bağımsız mı davranıyorum?

Yaptığım şey, güvenilirliğime veya haber kuruluşumun güvenilirliğine halel getirebilir mi? Davranışım bir çıkar çatışması olmasa da çıkar çatışmasının izlenimini vermek bile, kamuoyunun gözünde dürüstlüğüme ortadan kaldırmaya yeter mi?

Blog Yazma Etiği

Etik standartlar mevzu bahis olduğunda, geleneksel gazetecilik değerleri ve ilkelerinin blogcular ve diğer sosyal medya türleri için de değişmeden kalması

yönünde genel bir uzlaşma vardır. Birçok gazeteci ve haber kuruluşu için bu yeni bir alandır; fakat temel ilkeler özünde aynıdır:

Blogcular dürüst ve adil olmalı, hakikati söylemelidir.

Üslupları veya fikirleri intihal etmemeli veya çalmamalıdır.

Mümkün olduğu her zaman kaynakları belirtmeli ve onlara bağlantı vermelidir.

Hakkında yazdıkları kişilerin özel hayatlarını ihlal etmemek konusunda dikkatli olmalıdır.

İnternet sitesindeki alıntılarını, başlıklarını, fotoğraflarını ve diğer içeriğinin yanlış sunulmadığından emin olmak önemlidir.

Blog yazmanın başka önemli boyutları da vardır. Bunlar şöyle sıralanabilir:

- Blog yazarı, kurumunun ilkelerine uygun davranmalı ve gazetede veya televizyon ve radyoda kabul görmeyecek kişisel fikirlerini açıklamaktan kaçınmalıdır.

- Blog içeriğinde hiçbir şekilde nefret dili veya tektipleştirici dil kullanılmamalıdır.

- Gazeteciler kullandıkları malzeme, ses kaydı, fotoğraf, görüntü ve diğer görsel malzemelere kaynak göstermelidir. Haber hırsızlığından her durumda kaçınılmalıdır.

- Kimi özel durumlarda blog sahibinin kimliğini gizlemesi ve mahlas kullanması kabul edilebilir.

- Hiçbir durumda gerçek ya da bağlam saptırılmamalıdır.

- Blog sahibi yazdıkları konusunda hesap verebilir olmalıdır. Hata yaparsa bunu kabul etmeli ve derhal düzeltmelidir.

EK 4. Kodlama Formu

A. Televizyon Adı

1. Kanal D
2. Samanyolu Haber
3. Atv
4. Artı 1

B. Haberin Veriliş Sırası

- 1,2,3,4,5,6....

C. Haberin Süresi

Açık Uçlu (1.25,2.10,3.25 gibi..)

D. Haber Kaynakları

1. İktidar ve Mensupları
2. Muhalefet ve Mensupları
3. BDP VE Mensupları
4. Vatandaş
5. Diğer...

E. Haberde İktidara Yönelik Tutum

1. Olumlu
2. Olumsuz
3. Yansız

F. Haberde Muhalefete Yönelik Tutum

1. Olumlu
2. Olumsuz
3. Yansız

G. Haberde BDP'ye Yönelik Tutum

1. Olumlu
2. Olumsuz
3. Yansız

H.Haberin Anlatım Tarzı

- 1.Bilgilendirici
- 2.Eleştirel
- 3.Abartılı
- 4.Kaygı Uyandırıcı
- 5.Magazinsel
- 6.Takdir Edici
- 7.Uyarıcı
- 8.Yargılayıcı
- 9.Teknik Bilimsel
- 10.Alaycı

İ. Kullanılan Aktarma Yüklemleri

- 1.Olumlu (Belirtti,açıkladı,ifade etti,anlattı, vs..)
- 2.Olumsuz (Savundu, iddia etti, ileri sürdü, uyardı,vs..)

J.Spikerin Yorumu

- 1.Var/ Olumlu
- 2.Var/ Olumsuz
- 3.Yok

K.Haberde Kullanılan Sıfatların Yönü

- 1.Olumlu
- 2.Olumsuz
- 3.Yansız

L. Olayın Adlandırılmasında Kullanılan Kelimeler

- 1.İddia Edilen Ses Kaydı
- 2.Ses Kaydı
- 3.Kaset Komplosu

M. Haberde Kullanılan İdeoloji İnşa Stratejileri

- 1.Meşrulaştırma
- 2.Gizleme/ Gizemleştirme
- 3.Birleştirme
- 4.Parçasallaştırma
- 5.Şeyleştirme



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı	Kübra Baca			
Doğum Yeri	İstanbul			
Doğum Tarihi	26.10.1988			
Medeni Durumu	Bekar			
Öğrenim Durumu				
Derece	Okulun Adı:	Program	Yer	Yıl
İlköğretim	Mehmet Akif Ersoy İlköğretim Okulu		İstanbul	1999
Ortaöğretim	Mehmet Akif Ersoy İlköğretim Okulu		İstanbul	2002
Lise	Fatih Kız Lisesi	Eşit Ağırlık	İstanbul	2005
Ön Lisans	İstanbul Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksek Okulu	Radyo ve Televizyon Teknolojisi Programı	İstanbul	2008
Lisans	Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	Konya	2012
Yüksek Lisans	Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü	Radyo, Televizyon ve Sinema Bilim Dalı	Konya	2014
İş Deneyimi	Ön Lisans ve Lisans sonrası birçok televizyon kanalında editörlük, muhabirlik yapmış, 2 yıl boyunca da radyo programcılığı yapmıştır. 2014 Eylül itibariyle de İstanbul Kültür Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Radyo ve Televizyon Teknolojisi Programında Öğretim Görevlisi olarak görevde bulunmaktadır.			
Hakkımda bilgi almak için önerebileceğim şahıslar	Yrd. Doç. Dr. Mete Kazaz (Selçuk Üniversitesi) Prof. Dr. Aytekin Can (Selçuk Üniversitesi) Öğr. Gör. Bilgen Kuzu (Kültür Üniversitesi)			
Tel	0 212 617 11 22 / 0535 272 16 66			
Adres	Yeşilpınar Mah. Girne Cad. Çeşme Arası Sok. No: 2 Eyüp /İstanbul			