

### **HABER VE HABERİN YAPISI**

Haber nedir? Bu soruya yanıt olarak tarih boyunca çok sayıda tanım yapılmış olsa da tüm zamanları ve tüm farklı bakış açılarını kapsayan evrensel bir tanıma ulaşmak hâlen güç. Bu nedenle “haber” kavramını farklı bağlamlara oturtarak bir tanım geliştirmek yararlıdır; ancak en önemlisi haberi, insanın varlığının ayrılmaz bir parçası olarak, tarihsel evrim sürecimize eşlik eden bir kavram olarak görmek gerekir. Çünkü günümüzde haber üretimi ve dağıtımını profesyonel kodlarla yapılan bir meslek olarak görülmekle birlikte, aslında haberin kökeni profesyonelleşmeden çok daha eskilere dayanmaktadır.

### **HABERİN KÖKENİ VE HABER KAVRAMI**

Haber kavramı insanlığın varlığı kadar eskidir. Bu bağlamda denilebilir ki, insanların birbirlerine enformasyon ve haber aktarmaları insanlığın tarihi kadar eski bir davranış örüntüsüdür. İnsanlık bizzat görgü tanığı olamayacağı kadar uzak yerlerde meydana gelen olayları, insanlar arası etkileşimi, savaşları, kıtlık ve kuraklıkları, salgınları öğrendikçe kendisini daha güvende ve gelecekte olabilecek olaylara karşı daha hazırlıklı hissetti. Farkındalığa duyulan böylesi bir açlığı bastırmak için insanlar tarih boyunca benzer şekillerde haber üretilip paylaştılar. Toplumsal değişimler, ticaret ve savaşlar gibi gelişmeler insanın habere olan ihtiyacını arttırmış ve giderek haberin profesyonel olarak üretilen bir meta olarak şekillenmesini sağlamıştır. İlk gazeteler yayıma başladıktan sonra gazete ve gazetecilik hızlı bir gelişim gösterdi. Kökenleri bu kadar eskiye dayanan ve toplumların evrimiyle paralel olarak gelişen haber kavramına nasıl bir tanım getirilebilir? Basit bir tanım haberi “dikkat çekici ya da alışılmadık olan, güncel bir olay, olgu ya da etkinlik” olarak betimlerken; başka bir tanıma göre “haber, bir gazetede düzenli olarak yer alan, yeni gelişen olaylar hakkındaki bilgilerdir” şeklinde tasvir edilebilir. Görüleceği üzere, haber henüz gerçekleşmiş, yeni bir olguyla ilgili olmalıdır. Ayrıca haber konusu, alışılmadık ya da dikkat çekici olmalıdır. Ancak bu temel özellikler haberin yapısını oluşturmak için yeterli değildir. Haber, aynı zamanda gerçeklere dayanmalıdır, yani dedikodu ya da söylentiler haber olamaz. Bununla birlikte, gerçek de tek başına haber değildir. Gerçek de olsa birtakım bilgilerin haber olarak düşünülebilmesi için yeni (taze) olması ve çoğu insanı ilgilendiren bir konuyla ilgili olması gerekir. Bu bağlamda denilebilir ki, “haber, geniş bir okuyucu/izleyici/dinleyici kitlesi için ilgi çekici olan, güncel, gerçeklere dayalı bilgilerdir.”

### **HABER ÖGELERİ VE İLĞİ ÇEKİCİ HABER YAZIMI**

Haberin öğelerini oluşturan beş temel özellikten bahsetmek mümkündür. Haber metni güncel, doğru, objektif, dengeli, özlü ve açık olmak zorundadır. Güncellik, aslında farklı anlamlar taşıyan bir terimdir. Bir olay, bir hafta ya da on günden daha uzun bir süre önce gerçekleşmişse bu genellikle ‘eski haber’ olarak tanımlanır ve haber için uygun bir malzeme olmaz. Haberin bir diğer temel özelliklerinden biri de doğruluktur. Haber metni mutlak surette doğrulara dayanmak zorundadır. Tarafsızlık (nesnellik, objektiflik), haberde önyargı ve/veya yanlılık olmaksızın yalnızca gerçekleri aktarmak ve okuyucunun haber konusuna ne açıdan yaklaşması gerektiğini kendisinin belirlemesine izin vermek anlamına gelmektedir. Haber, aynı zamanda açık ve özlü olmalıdır. Habere ilişkin veriler mümkün olduğunca az kelimeyle ancak diğer yandan gerekli ve önemli ayrıntılardan fedakârlık etmeksizin, kolay anlaşılır bir dille sunulmalıdır. Haberi İlgi Çekici Kılmak: Haber Değerleri Haberin güncel, doğru, nesnel, dengeli, açık ve özlü olmasının yanı sıra, gazetecinin bir başka sorumluluğu, haber konusu olayların ilgi çekici olduğundan emin olmaktır. Bunu sağlamak üzere, haberde bulunması gereken birtakım standart öğeler vardır. Bunlara aynı zamanda haber değerleri denilir. Okuyucu/izleyici ya da dinleyici kitlesi için haberi ilgi çekici kılan birçok unsur ya da haber değeri vardır; bunların arasında en yaygın olanları ise zamanlılık, yakınlık, sonuç (netice), önemlilik, dramatiklik, tuhaflik, duygusallık ve çatışmadır. Zamanlılık bir olayın ne zaman ve ne kadarlık sürede ortaya çıktığıyla ya da haber yazıldıktan sonra ne zaman ortaya çıkacağıyla ilgilidir. Yakınlık kavramı bir olayın okuyucuya/izleyiciye olan fiziksel mesafesini ifade eder. Okuyucular için, bir olay kendi buldukları yere ne kadar yakınsa o ölçüde merak uyandırıcı ve ilgi çekici olacaktır. Sonuç ya da netice, bir olayın okuyucu/izleyici/dinleyiciler üzerinde yarattığı etkiyi ifade eder. Haber konusu olay ya da olgunun büyüklüğü sonuç ögesini doğrudan etkilemektedir. Önemlilik okuyucu/izleyici/dinleyicilerin haberdeki bir yere, kişiye, konuya aşına olmasını, o konunun okuyucuyu ilgilendirmesini ifade eder. Dramatiklik unsuru haberde gerilim, çekişme gibi yönlerin ve çeşitli olaylar, çeşitli karşıtlıklar bulunması anlamına gelmektedir. Tuhaflık ya da gariplik, haberde sıra dışı, alışılmadık, şaşkınlık

verici yönlerin bulunması anlamına gelmektedir. Duygusallık, hemen tüm insanların ilgisini çeken bir özelliktir. Duygusallık haberde yer alan duyum ve duyguların okuyucuları yoğun bir biçimde etkilemesini ifade eder. Çatışma ise hem haberdeki tarafların bir tür anlaşmazlık sonucu tartışmalarını, karşı karşıya gelmelerini ifade eder, hem de birbiriyle çelişen, birbirini tutmayan durumların olması anlamına gelir.

Neler Haber Olur? Her gün gazetelerde ve internet sitelerinde okuduğumuz, televizyonlarda izlediğimiz, radyolarda dinlediğimiz haberler nasıl seçilmiştir? Daha kısaca ifade edilecek olursa, neler haber olur? Aslında hemen her şey haber olabilir; yaşama, topluma ve hatta tüm evrene dair bir olay, bir olgu, bir gelişme, bir etkinlik, bir fikir eğer insanları etkiliyor, ilgi çekiyorsa haber olabilir. Haber Hikâyesini Bileşenlerine Ayırmak Haber metninin yazımında birtakım kurallar geçerlidir. Haberi ilgi çekici kılmanın yollarından biri de habere uygun bir başlık koymaktır. Aynı haber metni gibi haber başlığı yazmak için de bazı temel kurallara uyulabilir. Bir haber için başlık oluşturmak için en basit yollarından biri ilk önce, hikâye hakkında gerçekten ne olduğunu sormak ve haberdeki hikâyeyi 5N ve 1K bileşenlerine yerleştirmektir. Haberdeki hikâyeyi bileşenlere ayırdıktan sonra, parçaların her birini haber başlığı olarak kullanmayı denemek mümkündür. Bu bileşenlerle başlayan başlıkları kullanmaya ek olarak, bir haber başlığını ilgi çekici farklı yolları da vardır. Örneğin, farklı dilbilgisel başlıkları kullanmak mümkündür.

Haberi Karakterize Etmek Başarılı muhabirler haber yazımında gerekli kurallara uymak ve haberde ilgi çekici kılacak öğelere yer vermek kadar, haberin belirli bir karaktere, özel ve özgün yana sahip olmasını isterler. Bu bakımdan haberlere olabildiğince özgün bir yapı kazandırarak haberi ‘özel haber’ olarak kaleme almak okuyucu/izleyici/dinleyicilerin ilgisini daha fazla çekecektir. Özel haber hikâyeleri, bir medya kuruluşuna tarz ve ruh kazandıran nitelikli haberlerdir. Bir özel haber hikâyesi tüm haberler gibi bir olay, olgu ya da fikir ve buna bağlı farklı bakış açıları ekseninde yazılır. Özel haber konusu nasıl bulunur? Aslında bu süreç genel olarak tüm haber konularını bulmaktan çok farklı değildir. Hatta bazı durumlarda genel haber konularından, pek çok farklı özel haber çıkarmak mümkün olabilir. Aradaki temel fark, rutin bir haber hikâyesinin genellikle habere konu olan olay ya da olguya bağlı olması ve zamanlı olmasıdır; bir özel haber hikâyesi ise herhangi bir yerde ve zamanda ortaya çıkabilir. Haberleri derinleştirmek ve onları özel haber olarak değerlendirmeye imkân sağlamak için öne çıkarılabilecek farklı karakteristik özellikler olabilir.

Bunları kısaca şöyle saymak mümkündür:

Öyküsel özellikler: Bu özellik bir gazete tarafından zaten yazılmış olan bir haber konusu olaya dayanabilir. Genel olarak bir haber, olgu ve olayların gerçeklere dayalı bir aktarımı olsa da haberde bazen gerçeklerin ötesinde olan ve ilk bakışta görünmeyen yanlar da bulunabilir. Gazetecilik açısından bu durum “hikâyelerin arkasındaki hikâyeler” olarak tanımlanır.

Yorumsal özellikler: Yorumsal özellik haber konusu olgunun neden ya da nasıl meydana geldiğine bakmakla ilişkilidir. Muhabir, haberdeki olgunun nedenlerini, yani olayın oluşunda etkili olan faktörleri ayrıntılı olarak inceler ve olası sonuçları ortaya koyar.

Kişilik özellikleri: Bir kişinin prestijli bir ödül kazanması, saygın bir hedefe ulaşım başarı göstermesi, önemli ya da alışılmadık bir olayın parçası olması, eşsiz bir yetenek ya da beceriye sahip olması durumunda bu kişinin hikâyesi haber için ilgi çekici bir konu oluşturabilir. Bu durumda haberde, söz konusu kişinin deneyimleri, düşünceleri, davranış ve tavırları ile ilgili detaylandırılmış arka plan bilgileri vererek okuyucu/izleyici ve dinleyiciler için merak konusu olan karakter özelliklerini öğrenmeleri sağlanabilir.

Röportaj özelliği: Bu özellik, kişilik özelliğine benzerdir ve genellikle belirli bir konu veya etkinlikte öne çıkan önemli bir birey veya yetkili hakkındadır. Ancak röportaj özelliği, haber öznesinin kişilik özelliklerinden çok bir mülakattan edinilen bilgilere dayanır. Duygusal özellik: Bir kişi veya bir grup insan hakkındaki dramatik öyküler genellikle okuyucu/izleyici ve dinleyicilerin duygularına hitap eder. Bu hikâyeler neşeli ya da hüzünlü, endişe verici veya rahatlatıcı olabilir. Duygusal özellik okuyucuda belirli bir ruh hâli ve duygusal bir tepki yaratır. Görüleceği üzere, haberin kuru bir ‘havadis aktarımından’ daha karmaşık olan ve düzenlemesi çaba gerektiren yapısal birtakım özellikleri vardır. Dolayısıyla aslında her an gerçekleşmekte olan olay ve olgular, muhabirler bunları öğrenip belirli bir format içinde sunmadıkları müddetçe profesyonel anlamda haber hâlinde bulunmazlar. Gazeteciler nerede, ne zaman haber bulacağını, neyi ve kimi göreceğini, topladıklarını nasıl ayırıp değerlendireceğini bilmelidir. Başarılı muhabirler, hayatlarındaki her an, çevrelerini fotoğrafı çekilecek ve okuyuculara aktarılacak bir kare gibi görürler. Bu bakımdan gazeteci, olayları henüz aktarmadan önce görmeli ve bilmelidir.

### **HABERDE NESNELLİK**

Bir medya kuruluşunun temel sorumluluğu, haber, bilgi ve düşüncüyü paylaşarak topluma hizmet etmektir. Bu hizmet, yayınların okuyucu/izleyici/dinleyiciler nezdinde güvenilirliğini koruyacak şekilde yapılmalıdır. Güvenilirlik, aslında halkın bir medya kuruluşunun verdiği bilgilere olan güvenidir ve doğruluk, nesnellik (tarafsızlık) ve adilliğin daima gözetilmesi yoluyla kazanılır.

İnsanların hemen her konuda bir fikir sahibi olma hakkı vardır ve bu hak gazetecileri ve gazetelerini de

kapsar. Nesnelliği sağlamak için en temel kural, haberi aktarırken olayda tam olarak neler olduğunu ve insanların tam olarak neler söylediklerini bildirmektir, ardından okuyucuların o olay, olgu ya da sözlere dair kendi fikirlerini oluşturmasına izin vermek gerekir. Öte yandan özellikle kitle iletişim alanına eleştirel olarak yaklaşan bazı kuramsal görüşler, haberde tam ve saf bir nesnelliğin teorik olarak mümkün olmadığını vurgulamaktadır. Haber metninin oluşturulması, dil aracılığıyla kurgulanan bir inşa süreci olarak görüldüğü için bu metni yaratan kişi ve kurumun kendi görüşlerinden tamamen soyutlanamayacağı savunulur. Sonuç olarak, gerçekten de eleştirilen hususlar bakımından haberde saf bir nesnelliğin sağlanması zor görünmektedir. Bu noktada gazetecilerin kullanabileceği iki alternatif tercihten söz edilebilir. Bunlardan birisi gazetecinin tarafsız olamayacağı fikrinden hareketle etik ve vicdan ölçüleri çerçevesinde hareket etmek ve daima güçsüzdən, yoksuldan, mağdurdan, sesini duyuramayandan, engelli ve handikaplıdan, dezavantajlıdan, kısacası kamu yararından yana taraf olmaktır. İkinci tercih ise haberde nesnellik bakımından sağlanması mümkün olmayan mesleki prensipleri “dengelik” unsurunu gözeterek uygulamak ve habere konu olan tüm tarafların görüşlerini mutlaka eşit, adil ve eşzamanlı olarak yansıtarak haberin tüm taraflara aynı mesafede kalmasını sağlamak olacaktır.

## **GİRİŞ**

Gazeteciliğin karmaşık ve çok yönlü oluşu mesleğin tam anlamıyla icrası için uzmanlık alanlarına ayrılmasını gerektirmektedir. Uzmanlaşma gazeteciliğin daha başarılı ve etkili gerçekleştirilmesini sağlar; doğru, güvenilir ve kaliteli haberciliğin önünü açar. Gazetecilikte uzmanlaşmayla birlikte gazeteci, hem daha donanımlı hâle gelmekte hem de daha başarılı olmaktadır.

## **HABER TÜRLERİ**

Yayın kuruluşları sahip oldukları insan kaynağını verimli kullanabilmek adına haber konularına göre farklı branşlar veya uzmanlık alanları belirlemektedir. Dolayısıyla haberler de bu uzmanlık alanlarına göre çeşitli kategorilere ayrılmaktadır. Okuyucu açısından ilgi duyulan haberin seçilip okunabilmesi açısından kolaylık sağladığı düşünülen bu kategorizasyonda, her bir haber kategorisinin üretim (haber toplama ve yazma) süreci bu bağlamda farklılaşmaktadır. Siyasi (İç/Dış Politika) Haberleri Politika haberleri genelde gazetelerin ilk sayfalarında ve televizyon haberlerinin ilk sırasında yer alan haberlerdir. Siyasi partilerin faaliyetlerini, liderlerin ve temsilcilerin siyasi kararlar ve politik süreçlere dair demeçlerini, yasama çalışmalarına yönelik bilgileri içermekte ve ülke gündemini belirlemektedir. Özellikle tarihi ve politik genel kültürü gelişkin, ülkenin politik geçmişine yönelik donanımlı, analiz yeteneğine sahip bir gazetecilik gerektirmektedir. Tecrübeli olmanın yanı sıra haber kaynaklarına yakın olmak son derece önemlidir. Özellikle seçim süreçlerinde iş yoğunluğu artan siyasi haber gazetecileri, her zaman iç politikayı olduğu kadar dış politikayı da takip etmek durumundadır. Siyasetin terminolojisine hâkim olması gereken gazeteciler, meclis gündemini, kulis konuşmalarını, ne zaman hangi komisyonda neyin konuşulacağını bilmelidir.

Politika habercisinin temel haber kaynakları başlıca şunlardır;

TBMM, Cumhurbaşkanlığı ve Bakanlıklar, siyasi partiler, Genel Kurmay Başkanlığı, Belediye başkanlıkları, Sivil Toplum Kuruluşları ve yabancı misyonlar. Günümüzde gazeteciliğin konularına göre uzmanlaşmasının yanında her uzmanlık alanının da alt dallarına ayrıldığı görülmektedir. “Bu bağlamda politika haberciliği öncelikle iç politika ve dış politika habercilikleri başlıkları altında iki kategoriye ayrılır.

İç politika haberciliği ise; yerel politika haberciliği, ulusal politika haberciliği, parlamento haberciliği ve yüksek yargı haberciliği şeklinde bölümlere ayrılmıştır.

Dış politika haberciliğinde ise diplomasi haberciliği ayrı ve önemli bir yer edinmiştir”. Her bir uzmanlık alanının kendisine göre zorlukları, işleyişi ve önemi bulunmaktadır. Örneğin parlamento muhabirliği temsili demokrasinin sağlıklı işleyebilmesi için ve seçilenlerin eylemlerinin halk adına denetlenmesi gibi önemli bir misyonu vardır. Partilerin taşra teşkilatlanmaları yerel politika haberleri kapsamındadır.

Her birinin haber kaynaklarına yakın olması gerekir. Dış politika haberciliği ülkelerin diğer ülkeler ve uluslararası politik kuruluşlar ile olan ilişkileri üzerine kuruludur. Diplomasi haberciliği olarak adlandırılan bu tür bir gazetecilikte uluslararası diplomasiyi hâkim olmak ve ileri düzeyde yabancı dil bilmek gereklidir.

Ekonomi Haberleri Ekonomi haberciliği Sanayi Devrimi ve sonrasında Avrupa’da gelişim göstermiştir.

“Sanayi devrimi sonrası mal ve hizmetlerin yeni pazarlar bulması ve ekonominin toplumsallaşması neticesinde ekonomi haberlerine ihtiyaç, gazetelerde ekonomi bültenlerinin de artışı getirmiştir”.

1760 yılında İngiltere’de yayınlanan PublicLedger gazetesi dünyada bilinen ilk ekonomi gazetesidir.

Amerika’da ise 1789 yılında The Wall Street Journal yayına başlamıştır. Türkiye’de ise 1980 sonrası

görülen neo-liberal ekonomi politikalar ekonomi haberlerinin gelişiminde önemli bir etkiye sahip

olmuştur. Neo-liberal süreç gazetelerin ve toplumun ekonomi haberlerine yönelik ilgisinin artmasına

neden olmuş ve uzmanlaşmaya yol açmıştır. Ekonomi haberleri, bölgesel ve küresel ekonomik

gelişmeler, yeni ekonomi politikaları, devlet bütçesi, borsalar, döviz kurları, faizler, maaş zamları,

enflasyon/devalüasyon, dış ticaret ve iş çevreleriyle ilgili yatırım, teşvik konulu içeriklerdir.

Yoğunlukla güncel sayısal veri, tablo ve grafiklere yer verilir ve önceki dönemlerle karşılaştırılarak

oransal değişimler analiz edilir.

Ekonomi habercisinin temel haber kaynakları başlıca şunlardır; Ekonomi alanında belirleyici/etkili

olan gerçek kişiler, ekonomi alanıyla doğrudan ya da dolaylı olarak ilgisi bulunan kurum-kuruluş ve

organizasyonlar, kurumsal kimliğe sahip kaynaklarca yayınlanan raporlar. Küreselleşen dünyada

ülkelerin ekonomik faaliyetlerinin birbirlerinden bağımsız olarak geliştiği düşünülemez. Hatta

dünyanın küreselleşmesindeki en önemli etkinin ekonomik nedenler olduğu iddia edilebilir. Bu nedenle ekonomi haberciliği küresel ekonomi pratiklerinin iyi bilinmesini ve analiz edilmesini gerektirmektedir. “Ekonomi alanında her an veri üretilmektedir. Ekonomi alanına dair veriler anlık, günlük, haftalık, aylık ve farklı süreli biçimlerde rutin olarak sınıflandırılarak enformasyon raporları haline getirilmektedir”.

Spor Haberleri Spor haberciliği futboldan voleybola, atletizmden hentbola, güreşten buz hokeyine kadar tüm spor dallarındaki başarıları, yenilgileri, yenilikleri ve tartışmaları içermektedir. Spor gazeteciliği; okur ve izleyicileri bilgilendirme amacıyla spora dair konu ve içeriklerin detaylı bir biçimde işlendiği, sporla ilgili organizasyon, faaliyet ve haberlerin okuyuculara ulaştırıldığı, haber, bilgi, yorum içeren ve uzmanlık gerektiren habercilik türü olarak tanımlanır. Diğer haber türlerinde olduğu gibi, spor haberi yapan gazeteciler de spor dallarına, kurallarına hakim olmak, spor kulüplerini, yöneticilerini, antrenörleri ve sporcuları tanımak durumundadır. Spor haberleri ilk zamanlar politik, sosyal, kültürel haberlerin tamamlayıcısı olarak görülmüştür. 19 yüzyıla birlikte spor haberciliği gittikçe bir uzmanlık alanına dönüşmüştür.

Dünyada bugünkü anlamda yayımlanan ilk spor gazetesi İngiltere’de 1838 yılında basılan Sporting Life’dir. 1854 yılında Fransa’nın başkenti Paris’te Le Sport dergisinin basılmıştır. 1885 yılında ise İtalya’da La Gazzetta dello Sport adlı gazete yayımlanmıştır. 19. yüzyılın sonlarında spor ve spor organizasyonları artık ulusal ve uluslararası haber ajanslarının takip ettiği bir alandır. Radyoda ilk spor karşılaşması haberi 1921 yılında dinleyicilere aktarılırken 1936 yılında yapılan Berlin Olimpiyat Oyunları ise televizyondan yayımlanan ilk spor faaliyeti olarak tarihe geçmiştir. Spor haberleri diğer haber türlerinde olduğu gibi doğruluk, tarafsızlık, hızlılık ilkelerine uymalıdır. Ancak spor faaliyetlerinde görülen fanatizm, ırkçılık ve cinsiyetçi söylemler spor gazeteciliğinin icrasında bir takım sorunlara neden olmaktadır. Spor gazetecisi öncelikle sporu sevmeli, sporun herhangi bir dalında uzmanlaşmış olmasına rağmen diğer spor dallarına ilişkin geniş bir genel kültürü olmalıdır. Magazin Haberleri Magazin haberleri; sanat, siyaset, spor ve sosyetenin ünlü insanların yaşayışları, başarılarına gelen olaylar, durumlar ve bunlara yönelik bakış açılarından oluşmaktadır.

Magazin, eğlendirirken bilgilendirmeyi amaçlayan bir yayıncılık anlayışını ifade eder. Genel olarak hafif içerik olarak değerlendirilen magazin haberlerinde, göze hitap edildiği için fotoğraf metinden daha büyük olmakta ve hatta bu fotoğraf çoğu zaman güncel bir nitelik taşımamaktadır. Magazin haberleri ayrıca eğlenceli içeriğine uygun bir biçimde basit bir anlatıma sahiptir ve haberde büyük puntolar kullanılır. Magazin haberlerinde dikkat edilmesi gereken en önemli nokta özel hayatın gizliliğinin gözetilmesi ve özel hayata yönelik sınırların aşılmasıdır. Magazin haberleri ilk olarak halka dönük gazetecilik anlayışıyla İngiltere’de ortaya çıkmıştır. Ancak magazin haberciliğinin temelini atan iki Amerikalı gazeteci James Gordon Bennett ve Joseph Pulitzer’dir. William Radolph Hearst ise sansasyonel-magazin gazeteciliğine, haber kaynağının belli olmadığı sadece okuyucunun ilgisini çekmek amacıyla ciddiyetten uzak bir haber anlayışı taşıyan sarı gazetecilik (yellow journalism) akımını eklemiştir. Sansasyonel magazin haberleri özellikle 1970’lerden sonra genel olarak haber olgusunu olumsuz yönde etkilemiş ve haberde tabloidleşmenin oluşmasına neden olmuştur. Neo-liberal ekonomik politikaların dünyada yaygınlaşması, özel radyo ve televizyonların yayın hayatına geçişi ve sayılarının çoğalması haberde tabloidleşmenin tüm medyaya yayılmasına ve fikir gazetelerinin giderek azalmasına neden olmuştur. Polis/Adliye Haberleri Polis/Adliye haberlerinin okur/izleyici kitlesi en geniş olan haber türlerinden biridir. Robert Lissit’in yaptığı bir araştırmaya göre “televizyon haberlerinin yüzde 30’unu polis-adliye haberlerinin, yüzde 10’unu doğal felaket haberlerinin, yüzde 15’ini siyasi haberlerin” oluşturduğu ortaya konmuştur. Polis/Adliye haberleri, asayiş haberleri ya da üçüncü sayfa haberleri olarak da tanımlanmaktadır. Polis-Adliye (asayiş) haberleri; adi suç olaylarını ve bunların mahkeme süreçlerini içermektedir. Bu tür haberlerde dikkat edilmesi gereken en önemli nokta gazetecinin polisin ya da yargının alanına girmemesidir. Polis/adliye türünde ilk uzmanlaşan yayın 1928 yılında çıkarılan “Dédetective” gazetesidir. Dédetective gazetesi, okur adına olayların gözlemlenmesi, cinayet ipuçlarının takip edilmesi amacıyla yola çıkarken yöntem olarak polis yöntemlerinin izlenmesini tercih etmiştir.

Her şeyin bir terminolojisi olduğu gibi polis/adliye olaylarının da bir terminolojisi vardır. Bu nedenle polis/adliye muhabirlerinin bu terminolojiyi iyi bilmesi gerekir. Şüpheli, sanık, hükümlü, soruşturma, gözaltı, kovuşturma, ifade alma, sorgu, beraat ve tahliye gibi kavramlar yerli yerinde karıştırılmadan kullanılmalıdır. Şüphelilere yönelik suçlayıcı ve yönlendirici ifadeler kullanılmamalıdır. Kişilik haklarını ihlal edecek bir üsluptan kaçınılmalıdır. Haber metni ön yargılardan arındırılmış bir biçimde kurgulanmalıdır. Şüphelilere ait kimlik bilgileri hiçbir şekilde ifşa edilmemelidir. Şüpheli, sanık, tanık veya mağdur olan çocukların kimlik bilgileri, fotoğraf veya görüntülerinin yayımlanmamalıdır. Masumiyet (suçsuzluk) karinesine dikkat göstermelidir. Polis/adliye muhabirinin genel haber kaynakları aşağıdaki gibi özetlenebilir; Polis telsizi, mobese ve sokak kameraları ve benzeri, emniyet birimleri, polis basın bürolarının bültenleri, dışardan gelen şikâyet ve ihbarlar, savcılık, savcılıktaki işlem dosyaları, mahkemeler, mahkeme süreçleri, hukuk büroları ve avukatlar gibi adli birimler. Kültür/Sanat Haberleri Kültür/sanat haberleri adından da anlaşılacağı üzere toplumdaki sanatsal ve

kültürel faaliyetleri konu edinen ve onları haberleştiren bir uzmanlık alanıdır. Tiyatro, sinema, plastik sanatlar, edebiyat, felsefe, güzel sanatlar, resim, heykeltıraşlık, mimarlık, müzik, felsefe, tarih gibi konularda yapılmış ürün ve organizasyonlarla ilgilenir. Bu haber türü toplumdaki kültürel ve sanatsal faaliyetlere olan ilginin artmasına da neden olmaktadır.

Toplumdaki kültürel ve sanatsal faaliyetlere ilginin artması da bu haber türünün daha gelişkin bir uzmanlık alanı olmasına neden olmaktadır. Kültür/sanat haberciliğinde entelektüel bir çaba gerekmektedir; Gazeteci alana ilişkin geniş bir bilgiye sahip olmalı, estetik kaygılar gütmeli ve kültür-sanat ortamlarına rahatça adapte olabilmelidir. Eleştiri yapabilmek için alana ilişkin donanımlı olmalıdır. Ancak gerek gazetecilik mesleğinin ekonomik koşulları ve gerekse kültür ve sanat gazeteciliği için gerekli entelektüel donanımın eksikliği ayrıca toplumun geneli bağlamında kültür ve sanat üzerine az yoğunlaşma gibi nedenler bu gazetecilik türünde uzmanlaşmanın önünü tıkamaktadır. Kültür/sanat haberciliğinde esnek çalışma durumu söz konusu olabilir. Ancak bu haber türünde takvime dayalı çalışmak gerekir.

Hangi faaliyetin hangi tarihte, nerede ve kimlerin katılımıyla gerçekleşeceği bilgisi eksiksiz olmalı ve bu bilgilere göre hareket edilmesi gerekir. Gazeteci konuşması, bilgisi, kıyafeti ve duruşuyla bulunduğu ortama adapte olabilmelidir. Kültür/sanat haberleri özellikle magazin haberlerinin ya da tabloidleşmenin olumsuz etkileri nedeniyle medyada fazla yer almamaktadır. Bu durum toplumdaki entelektüel ilginin seviyesiyle doğru orantılı olarak açıklanabilir. Ancak haberlerin genelinde görülen magazinleşme toplumdaki ilginin sansasyonel olana kaymasına neden olmakta ve kültürel-sanatsal alana ilişkin ilginin azalmasını sağlamaktadır.

Sağlık Haberleri Sağlık haberleri sadece sağlık personeli ya da sağlık problemi olanların değil toplumun her kesiminin ilgilendiği bir alandır. Sağlık haberleri, sağlıkla ilgili hemen her konuda yapılan haberlere denk gelmektedir. Salgın hastalıklar, hastalıklara ilişkin tanı ve tedavi yöntemlerinde yenilikler, sağlık sistemine yönelik düzenlemeler, yine sağlık sisteminde görülen sorunlar ve sağlık örgütlerinin faaliyet ve açıklamaları ile ilgilenir. Sağlık çalışanlarının çalışma koşullarından obezite gibi güncel hastalıklara değin geniş bir alanda uzmanlaşma söz konusudur. Sağlık haberlerinde dikkat edilmesi gereken en önemli nokta sağlık gibi yaşamsal öneme sahip bir alanda çalışıldığının unutulmamasıdır. İnsanlara umut tacirliği yapmaktan kaçınılmalıdır. Sağlık konusunda uzman kişi, kurum ya da örgütlerin açıklamalarına yer verilmelidir. Yeni yöntemler ya da ilaçlar/ürünler konusunda gizli reklam yapmaktan kaçınılmalıdır. Bu alanda çalışan gazeteciler, toplumu bilgilendirme amacının yanı sıra sağlık okuryazarlığının yükselmesine katkı sağlamayı hedeflemelidir.

### **HABER ÜRETİM SÜRECİ**

Haber üretim süreci haber yapan medya kuruluşlarında günlük belirli bir rutin içerisinde gerçekleşmektedir. Bilginin toplanmasından okurun önüne gazete olarak sunulmasına kadar çeşitli aşamaları içeren bu süreçte, medya organizasyonları içinde ve dışındaki aktörler çeşitli düzeylerde görev almaktadırlar. Haber Üretim Sürecinin Aktörleri Haber üretim sürecinin en temel aktörü muhabirlerdir. Muhabirlerin topladığı bilgilere dayanılarak haber metni inşa edilmekte, önem sırasına göre haberler medya gündemi içerisinde kendine yer bulmaktadır. Haber üretim sürecinde muhabir dışında çeşitli aktörlerden bahsedilebilir.

Bu aktörler ulusal çapta yayınlanan ortalama bir gazete için, genel yayın yönetmeni, yazı işleri müdürü, haber müdürü, sayfa sekreterleri, redaktörlerden oluşmaktadır. Medya kuruluşunun ekonomik gücüne göre bu çekirdek kadroya yeni isimler katılabilmekte ya da bir kişi bir kaç görevi birden üstlenebilmektedir. Örneğin yerelde yayınlanan bir gazetede haber müdürü, sorumlu yazı işleri müdürü ve imtiyaz sahibi aynı kişi olabilmektedir. Haber Üretim Sürecini Belirleyen Faktörler Haber üretim süreci çeşitli faktörlerden etkilenmektedir.

Bu faktörleri temelde 'içsel' ve 'dışsal' olmak üzere ikiye ayırmak mümkündür.

İçsel Faktörler Haber üretim sürecinin içsel faktörleri haber kuruluşundan kaynaklanan bir takım faktörleri içermektedir. Bu faktörleri 'habercinin kişisel özellikleri' ile 'haber kuruluşundan kaynaklı özellikler' başlıkları altında incelemek mümkündür. Habercinin kişisel özellikleri İçsel faktörler medya kuruluşunun iç işleyişinin haberin üretim süreci üzerinde etkili olmasıyla ilişkilidir. İçsel faktörleri de 'habercinin kişisel özellikleri' ile 'haber kuruluşundan kaynaklı özellikler' başlıkları altında ikiye ayırmak gerekir. Habercinin kişisel özellikleri haberin şekillenmesinde ve haber söyleminin oluşmasında çok etkilidir. Zira haber denilen metin insan zihninin bir ürünüdür. Habercinin eğitim düzeyi, yaşı, cinsiyeti, inanç ve değerleri ile sahiplendiği etik değerler kişilik özelliklerini şekillendiren faktörler olarak haber yazımı üzerinde de etkili olmaktadır. Özellikle bu değişkenler haber söyleminin oluşmasında önemli bir paya sahiptir. Örneğin demokratik değerleri içselleştirmiş bir muhabir ile bu değerlere haber yazarken dikkat etmeyen muhabirin haber yazımı birbirinden farklı olacaktır.

Cinsiyet açısından bakıldığında kadın ile erkek muhabirin yazacağı haberlerin söylemi arasında bir fark olacağı düşünülebilir. Örneğin kadın muhabirlerin kadına karşı şiddet haberlerini daha çok gazete sayfalarına taşıması söz konusudur. Bireyin sahip olduğu değerleri de haber üretim süreci üzerinde etkilidir. İdeolojinin hayat tarzını şekillendirdiği bir muhabirin haberlerinde de ideolojisinin izleri görülecektir. Haber kuruluşundan kaynaklı özellikler Haber kuruluşundan kaynaklı özelliklerin haber üretim süreci üzerindeki etkisi daha çok makro seviyede gerçekleşmektedir. Kurumsallaşma düzeyi, genel yayın politikası ve eşik bekçileri bu düzeyin önemli başlıkları olarak ortaya çıkmaktadır. Haber üreten yapının ne kadar ve ne ölçüde kurumsallaştığı haber üretim sürecine ve haber diline yansımaktadır. Herhangi bir toplumsal soruna/olaya bakış açısı kurumsallaşmış büyük medya organizasyonlarında daha yerel düzeydeki kuruluşa göre farklı olacaktır. Haber kuruluşlarının büyüdükçe çalışanlarına kurumsal kültürlerini daha çok uyguladıkları bir gerçektir. Bu kurumsal kültür, çalışanların üretim süreçlerini etkilemektedir. Örneğin İngiliz kamu yayıncılığı kuruluşu BBC'nin çalışanlarından beklentileri tüm dünyada yayıncılık faaliyetlerine örnek teşkil etmiştir. Medya organizasyonları büyüdükçe tüm çalışanları kapsayacak şekilde bir takım politikalar geliştirmektedirler. Genel yayın politikası olarak tanımlanan bu politikalar bir yandan çalışanlar için ilkesel sınırlar çizerken bir yandan da medya sahibinin çıkarlarının neler olduğuna dair hatırlatmalar yapmaktadır. Medya çalışmalarına eleştirel gözle bakan bilim insanları için genel yayın politikası aslında patronun kişisel çıkarlarının kurumsal politikalar başlığı altında perdelenmesinden başka bir şey değildir. Büyüklü küçüklü bütün medya kuruluşlarında yayın politikası vardır ve bu politikalara haber üretimi sürecinde uyulması muhabirlerden ve diğer üretim aktörlerinden beklenmektedir. Medyada kurumsal düzeyde haber üretim süreci üzerinde etkili olan bir diğer faktör de eşik bekçileridir. Eşik bekçileri medya kuruluşlarında neyin haber değeri olup olmadığını belirlemede hayati bir role sahiptir. Genel yayın yönetmeni, haber müdürleri aynı zamanda birer eşik bekçileridir. Medyada haber havuzunun içine gün içerisinde onlarca haber düşmekte fakat bütün bu haberlerin hepsi okuyucunun önüne çıkamamaktadır. Hangi haberin gazetede nasıl yer alacağına karar veren kişiler olarak eşik bekçileri haber üretim sürecinde stratejik bir öneme sahiptirler.

Dışsal Faktörler Haber üretim süreci üzerinde sadece kurumsal yapı içerisinde yer alan aktörler etkili olmamakta, aynı zamanda kurumsal yapıdan bağımsız bir şekilde çeşitli faktörlerde daha çok dolaylı yollardan etkili olmaktadır. Haber üretim sürecinde etkili olan dışsal faktörleri ise dört başlık altında toplamak mümkündür. Bunlar 'resmi haber kaynaklarına bağımlılık olgusu', 'gündem kurma aktörleri', 'hukuksal yapı' ve 'değişen teknolojidir. Resmi haber kaynaklarına bağımlılık Günümüzde gazetelerde yer alan haberlerin önemli bir kısmı devlet organlarından kaynaklı haberlerdir. Muhabirler resmi devlet kurumlarının görüş ve düşüncelerinin kamuoyuna ulaşmasında aracılık vazifesi görmek durumunda kalmaktadırlar. Gazetelerde muhabirden her gün haber havuzuna katkıda bulunması beklenmektedir. Bu durum muhabirleri yoğun bir tempo içerisinde sokmaktadır. Resmi haber kaynaklarının açıklamaları, basın bültenleri ve duyuruları bu tempo içerisinde muhabirlere kurtarıcı olarak yetişmektedir. Özel haber yapımı zor bir olgudur. Oysa resmi haber kaynaklarından gelen açıklamalarla beraber birçok muhabir rutin haberlere imza atarak gazeteciliğin zor kısmı olan özel haberi atlamaktadırlar. Okuyucu açısından bakıldığında ise muhabirin resmi haber kaynaklarına bu denli bağlı kalmasının en önemli zararı güdümlü bir kamuoyunun oluşumu gibi bir tehlikeye yol açmasıdır. Yani devlet kurumlarının ve onu temsil eden kişilerin istediği yönde oluşan bir kamuoyu. Bu durum haber üretim süreçlerine de yansımaktadır. Tek taraflı bakan, sorun veya konuları toplumsal düzeyde çok fazla tartışmayan bir habercilik anlayışı ortaya çıkmaktadır. Özetle resmi haber kaynaklarına bağlı kalarak haber yazmak konu ve sorunların kamuoyu önünde tartışılmadan tek taraflı bir bakış açısı ile karşılık bulmasına neden olmaktadır.

Gündem kurma aktörleri Haber üretim süreci üzerinde medya organizasyonu dışında etkili olmaya çalışan kişi ve gruplardan da söz edilebilir. Gündem kurma aktörleri denilen bu kişi ve gruplar medyanın haber üretim süreci üzerinde daha çok dolaylı yollardan etkili olmaya çalışırlar. Sivil toplum örgütleri, baskı grupları, siyasi liderler, sanatçılar vb. medyanın gündeminin oluşmasında dolayısıyla da haber üretim süreci üzerinde etkili olan gündem kurma aktörleridir. Bunların yapmış oldukları açıklamalar, eylemler medya gündemini bir anda değiştirebildiği gibi, gündem kurma aktörleri çeşitli düşünceleri medya mensuplarına farklı yollardan empoze ederek haber üretim sürecini yönlendirebilirler. Hukuksal yapı Bir ülkenin medyasının içinde faaliyet gösterdiği hukuki düzen de haber üretim sürecini etkiler. Basın hukuku hangi olay nasıl haber yapılırsa suç oluşturur şeklinde sınırlar çizerek haber üretimini etkiler.

Gazetede yapılan haberler her zaman kamunun yararına sonuçlar doğurmaz. Kimi zaman bilinçli kimi zaman da bilinçsiz bir şekilde yapılan haber yasaları ihlal edebilir. İşte bu durumda yasa koyucu karşısında bir sorumlu arar. Bunun için gazetelerde sorumlu yazı işleri müdürleri vardır. Sorumlu yazı işleri müdürleri yapılmış haberlerden dolayı hukuki sorumluluğu üzerine alan yöneticilerdir. Teknolojik değişim Son olarak teknoloji haber üretimini etkileyen bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Hızla değişen teknoloji haber üretimini ve tüketimini önemli oranda değiştirmiştir. Değişen teknolojiye ayak uyduramayan haber kuruluşları ya kapanmakta ya da el değiştirmektedir. Uluslararası faaliyet gösteren yayın devleri çeşitli ülkelerde yaptıkları satın almalarla medya sektörünün yeni oyuncularını olmaktadır. Bu değişimler haber üretimine de yansımaktadır. Medya sektöründe yaşanan tekelleşme olgusu sektörde yer alan küçük oyuncuları yutmuştur. Küresel medya işbirlikleri ve satın almaları yeni medya girişimlerinin önünü tıkamaktadır. Zira bir medya patronu kâğıt üretiminden gazetenin dağıtım kanallarına kadar çeşitli aşamaları kontrol etmekte, bu durum küçük ölçekli medya işletmelerini ortadan kaldırmaktadır. Böylece basında tek seslilik ön plana çıkmakta, bu durum kamuoyunun serbest oluşumun önünü tıkamaktadır. Teknoloji dünyanın pek çok yerinden anlık bilgiler almayı ve alınan bilgileri okuyucu ya da izleyici/dinleyici ile hızlı bir şekilde paylaşabilmeyi mümkün kılmıştır. Değişen teknoloji ile haber alma ve yazma süreçleri değişmiştir.

“Haber toplama”nın en yaygın ve en bilinen yolu görüşmedir. Gazeteciliğin başladığı günden bu güne kadar gazeteciler, haber olabilecek şeyleri öğrenmek için görüşme tekniğini kullanmış, mülakat/söyleşi ve röportaj yapmıştır. Röportaj denince akla gelen yüz yüze/karşılıklı görüşmedir. Edebi yönü ağır basan röportajlar olduğu gibi, önemli/ilginç bir olayın ardından çabucak yazılmış kısa röportajlar da vardır. Okura, olay yerindeymiş hissi veren röportajlar, okura olayı adım adım izleme şansı sunduğu için basit haberden daha çekici gelir. TARİHÇE Özde soru-cevaba dayalı mülakat, tür olarak ilk kez, İngiltere ve ABD’de kullanılmıştır.

ABD’de, 1830’lardan sonra bazı yazar, düşünür ve gazete yöneticilerinin haberlere yeni bir boyut katmak için sokaktaki sıradan insanın yaşamını yansıtmaya çabası gazete sütunlarında kendini göstermiştir 1832’de İngiltere’de yayımlanmaya başlanan magazin gazetelerinde “insanı ilgilendiren haberler” (human interest news) mülakatları da kullanarak yazılmıştır. Batı gazeteciliğinde, “mülakat” karşılığı “interview” sözcüğü, ilk kez 1867 yılında Associated Press muhabiri Joseph Burbridge Mc Cullagh tarafından kullanılmıştır. Fransa’da bu türün en güzel örneklerini de Honoré de Balzac ve Emile Zola gibi yazarlar vermiştir.

Türk Basınında Mülakat ve Röportaj Başta, William Churchill ile yine Kırım Savaşı’nda muhabirlik yapan Howard Russell olmak üzere, çeşitli dönemlerdeki savaşları izleyen muhabirler röportaj türünün Türk basınındaki ilk örneklerini ortaya koymuştur. Türk basınında röportaj türünün en önemli isimlerinden biri Yaşar Kemal’dir. Yaşar Kemal’in Yanan Ormanlarda Elli Gün (1955) Çukurova Yana Yana (1955) Peri Bacaları (1957) Bu Diyar Baştan Başa (1971) Bir Bulut Kaynıyor (1974) adlı kitapları Cumhuriyet gazetesinde yayımlanan ve Çukurova’daki tanıklıklarına, görüşmelerine konuşmalarına dayanan röportajlardan oluşmuştur.

Türkiye’de 1940 ve 50’li yıllarda anılan isimlerin çabalarıyla gelişen ve yaygınlaşan röportaj türü, basın özgürlüğüne bağlı olarak gelişme kaydetmiştir. 1970’li yıllarda Abdi İpekçi, Halit Çapın, Cüneyt Arcayürek, 1980’lerde Emin Çölaşan, Mehmet Ali Birand, Uğur Dündar bu dalın başarılı isimleri oldu. 1990’lardan itibaren de özellikle kadın röportajcılar (Neşe Düzel, Nilgün Cerrahoğlu, Nuriye Akman, Ayşe Arman, Sedef Kabaş, Balçıçek Pamir) öne çıktı. TANIM Türk Dil Kurumu sözlüğünde Fransızca “reportage” sözcüğünden Türkçeye geçtiği belirtilen “röportaj” sözcüğüne iki karşılık verilmiştir: İlki, “konusu bir soruşturma, araştırma olan gazete veya dergi yazısı” şeklindedir ve bu ünitenin konusu için geçerli olabilecek karşılıktır. Günümüzde daha çok “söyleşi” diye adlandırılan “mülakat”, üçüncü kişilere aktarılacak amacıyla, belirli konu ya da konularda, herhangi bir kaynağa sorular yönelterek bilgi, görüş, düşünce derlemeye dayalı bir yazı türüdür. Söyleşi, günümüz gazeteciliğinde de geniş ölçüde kullanılmaktadır. Ancak röportaj, tam olarak “mülakatın Türkçesi” olarak bilinen “karşılıklı görüşme” yani “söyleşi” demek değildir. Haberden ziyade eğlendirme, vakit geçirme, rahatlatma amaçlı görüşmenin/konuşmanın adı olan mülakat/söyleşi, konusu/içeriği kadar formatı bakımından da farklılık gösterir.

### **HABER, MÜLAKAT, RÖPORTAJ**

Röportaj yazısı kavramı ile kastedilen gazetecinin/röportajcının ciddi/önemli bir konuda, önceden hazırlıklar yaparak konunun uzmanı, ilgilisi, yetkilisi ile konuşmasının ardından elde ettiği bilgileri, beyanları, iddiaları vs. düz yazı formatında aktarmasıdır Haber ve Röportajın Farkları Karşılıklı konuşma türlerini anlatmakta kullanılan kavramların sayısının çokluğu aradaki farkları anlamayı zorlaştırmaktadır. Haber, verilen bilgilerin gerçek ve kanıtlanır olması gereken bir türdür. Buna karşılık röportajda kanıtlama durumu söz konusu edilemez. Röportaj yazısı, öznel bir tür olmasına karşın, gazetecinin istediği gibi yorum yapabileceği bir alan da değildir. Röportaj yazarı okuyucuda inanç uyandırmaya çalışır. Oysa haberde, inanç, kanaat oluşturma, yönlendirme yapmaktan sakınmak gerekir. Haber gündüktür ve tüketim ömrü kısadır. Röportajda ise bazen zaman unsuru çok önemli olmayabilir.

Röportaj Türleri Röportaj; konusu, alanı, konuşulan kişi, yayımlanacak ortam vs. yönleriyle çok farklı boyutları olan bir yazı türüdür.

- Haber Röportaj
- Duygusal İçerikli Röportaj
- Biyografik Röportaj
- Tarihi Röportaj
- Araştırmacı ve Yorumlayıcı Röportaj

- Renkli Röportaj
- Macera ve Kişisel Hikâye Röportajı
- Yerel Bir Durumu Anlatan Röportaj Röportaj Konuları Kitle iletişim araçlarındaki röportajların konuları, çoğunlukla toplumsal gündemle ilgili konulardan seçilir. Bununla birlikte röportajın mutlaka toplumsal gündemle ilgili olması şart değildir. Röportajın konusunun toplumla ilgili olması daha uygundur. Yoğun gündem sebebiyle göz önünde olmayan ama toplumsal hayatla ilgili konular da büyük ilgi görebilir. Röportaja Hazırlık Başarılı bir röportaj, ön çalışma gerektirir. Ön çalışma, çok uzun zaman alabileceği gibi röportajcının rutin çalışma düzeni gereği sürekli de olabilir. Bazen de (özellikle söyleşi tarzındaki görüşmelerde) kişi odaklı çalışmak gerekir; böyle durumlarda belirli bir konuya odaklanılmaz, seçilen kişiyi tanıtıcı, ilginç, dikkat çekici, etkileyici, heyecan uyandırıcı, duygulandırıcı vs. cevapların alınması hedeflenir.

Hazırlık aşamasında şunlar yapılır:

- Röportaj için randevu almak şarttır
- Röportaj verecek kişi ile ilgili bilgi derlemelidir
- Arşivlerden yararlanmalıdır • Konuşacağı konu hakkında bilgi sahibi olmalıdır
- Sorularını hazırlamalı, düzenlemelidir. Yedek sorular hazırlamalıdır
- Kullanacağı malzemeleri hazırlamalıdır. Sorular Nasıl Olmalı? Açık □ seçik ve anlaşılır olmalı, Kapalı sorulardan uzak durulmalı, Açık sorular tercih edilmelidir.

Bir de yüzleştirici sorular vardır. Hazırlık aşamasında sorular önemine göre sıralanmalıdır.

### **GÖRÜŞME KURALLARI**

Röportajın en önemli aşaması hiç şüphesiz görüşme aşamasıdır. Görüşme sırasında karşı tarafın tavır ve davranışlarına göre hareket etmek yararlı olacaktır; ancak yüzden gülümsemeyi eksik etmemek gerekir. Röportajı verenle konuşulan konu dışında tartışmaya girmemek gerekir. Temkinli ve tedbirli olunmalıdır; ses kaydı yapılıyor olsa da kısa kısa not almayı ihmal etmemek gerekir. Gazeteci konuştuğu konuya ve hazırladığı sorulara hâkim olmalıdır Görüşme Esnasında Gelişebilecek Psikolojik Durumlar Görüşme/röportaj esnasında tarafların tutum ve davranışları görüşmenin daha olumlu veya daha olumsuz geçmesine neden olabilir.

Şu durumlar sorun oluşturabilir:

- Haber kaynağının kafası karışık olabilir,
- Haber kaynağı rahatsızdır,
- Gerçek görüşünü ifade etmekten çekinebilir,
- Yalan söyleyebilir,
- Yanlış bilgi verebilir,
- Gazetecinin varlığından tedirgin olup gerçek duygularını belirtmeyebilir,
- Konuyu ya da olayı abartabilir,
- Önemli ayrıntıları unutabilir ya da gizleyebilir. Dinleme Görüşmenin/konuşmanın başarısı ‘iyi bir dinleme’ ile de yakından ilgilidir. Görüşen kişi duygu ve düşüncelerini tamamen yaptığı iş üzerinde odaklaştırmalıdır. Görüşmeci dinlemeyi sadece konuşmamak şeklinde algılamamalıdır. İyi bir dinleyici olan röportajcı karşı tarafın sessizliğinin/isteksizliğinin nedenini araştırır ve bunu gidermeye çalışır. Eğer görüşmeciye iyi dinleyememiş ise dinliyormuş veya anlamış gibi davranmamalı dürüst hareket etmelidir. **RÖPORTAJIN YAZIMI**

Başarılı bir görüşmenin/konuşmanın iyi bir röportaj olabilmesi röportajcının/gazetecinin konuşmayı yazıya aktarma becerisiyle de yakından ilgilidir. Okurların konuyu en iyi biçimde anlayabilmesini sağlamak için elverişli bir metin/öykü oluşturulmalı, kafa karıştıracak, merak veya kaygıya neden olacak unsurlar yazıya konulmamalı, konunun anlaşılmasını kolaylaştıracak görüşme dışı unsurların eklenmesi ihmal edilmemelidir. Elde edilen bilgiler ve açıklamalar “haber” olarak değerlendirilecekse haber kurallarına uygun olarak, “Önemli ne dedi?” sorusunun yanıtı verilerek metne başlanır ve genellikle “ters piramit” tekniği tercih edilerek yazılır. Görüşme/konuşma röportaj yazısı biçiminde değerlendirilecekse, oluşturulacak metin edebi yönü baskın bir hal alır. Karşılıklı konuşmaların geçtiği bir roman bölümü gibi kurgulanabilir. Görüşmenin/konuşmanın söyleşi tarzında soru-cevap formatıyla yazılması en kolay yöntemdir. Soru-cevap formatlı yazımlarda, röportaja ‘giriş yazısı’ yazmak, çalışmayı daha değerli kılabilir.

### **HABER KAYNAKLARI**

Her haberin bir çıkış noktası vardır. Haberin çıkış noktalarına haber kaynağı adı verilir. Haberin kaynağını çeşitli kategoriler içerisinde ele almak olanaklıdır. Haber kaynağının elde edilme tarzına, haber kaynağının coğrafi konumlanışına ve haber kaynağının örgütlenme biçimine göre gruplandırmalar yapmak mümkündür. Elde Ediliş Tarzına Göre Haber Kaynakları Haber konusunu oluşturacak malzemelerin haberi yazan muhabirci doğrudan gözlemlenerek mi elde edildiği yoksa bir takım haber kaynaklarınca haber olmaya hazır bir şekilde mi muhabire verildiği bilgisinden hareketle haber kaynakları sınıflandırmaya tabi tutulmaktadır. Elde edilme tarzına göre haber kaynakları ikiye ayrılır.

Bunlar 'birinci el haber kaynakları' ile 'ikinci el haber kaynakları'dır. Bir muhabir haber haline getirilebilecek bir sorun/olay ya da konuyu bizzat gözlemleyip haber haline getiriyorsa bu haberde birinci el kaynaklara başvurulmuştur ve muhabirin kendisi haberi oluşturduktan sonra birinci el kaynak durumuna gelir. Foto-muhabirlerin çektiği resimler ile kameramanların çektiği görüntülerin haber değeri olduğu için foto-muhabir ve kameramanlar da birinci el kaynak olabilir.

İkinci el haber kaynakları ise muhabirin haber haline getirmek için yarı yapılandırılmış bilgilere veya başka haber metinlerine başvurusuyla ortaya çıkar. Bir haberde muhabir ajanslardan ya da başka bir medya kuruluşundan elde ettiği habere, basın bülteni vb. önceden hazırlanmış metinlere başvuruyorsa bu noktada muhabir artık ikinci el haber kaynağı olduğu gibi, yapmış olduğu haber de ikinci el haber kaynaklarına dayalı bir haber haline gelmiş olur.

Coğrafi Konumlanışına Göre Haber Kaynakları Haber kaynağının coğrafi konumlanışı da haber kaynağını sınıflandırırken bir ölçüt olarak ortaya çıkmaktadır.

Bu açıdan haber kaynaklarını 'iç' ve 'dış' haber kaynakları olarak ikiye ayırmak mümkündür. Eğer habere kaynaklık eden kurum/kuruluş ya da kişi haberin yayınlanıp yazılacağı ülke sınırları içerisinde ise haberde iç kaynaklara başvurulmuştur denilir. Tam tersi şekilde haber kaynağı ülke sınırları dışında ise dış haber kaynaklarına başvurulmuştur demek gerekir. Ülke içinde faaliyet gösteren habercilik yapan medya kuruluşlarının yabancı ülkelerdeki temsilciliklerinden gelen haberler de dış haber kaynağıdır. Dış haber kaynaklarının kaynaklık ettikleri haberler ülke dışını ilgilendirebileceği gibi ülke içinde ki konu/sorun ya da olay, kişilere ilişkin de olabilir. Örneğin herhangi bir ulusal gazetenin AB (Avrupa Birliği)'nin başkenti sayılan Brüksel'den kaynaklık ettiği haber Türkiye'nin bir iç sorununa ilişkin olabilir. Nitekim 'AB-Türkiye İlerleme Raporları' AB kurumundan çıkan bir metin olmasına rağmen Türkiye'nin ülke içi gelişmelerini de içermektedir. Örgütlenme Yapısına Göre Haber Kaynakları Haber kaynağının örgütlenme biçimi de ayırt edici bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Bu açıdan haber kaynaklarını 'resmî' ve 'özel' haber kaynakları ile 'haber ajansları' olmak üzere üç başlık altında incelemek mümkündür.

Resmî haber kaynakları devlet örgütlenmesine dayalı haber kaynağı anlamına gelmektedir. Haberin çıkış noktası resmî devlet örgütlenmesi içerisinde yer alan bir kurum/kuruluş ya da bunları temsil eden bir şahıs ise yapılan haberde resmî haber kaynaklarına başvurulmuş demek gerekir. Cumhurbaşkanlığı, Türkiye Büyük Millet Meclisi, Genel Kurmay Başkanlığı, Dışişleri Bakanlığı, Üniversiteler, Mahkemeler vb. devlet kurum ve kuruluşları birer resmî haber kaynağı örneğidir. Resmî haber kaynaklarına bağımlı olmak haberin objektifliğini gölgeleyen bir unsurdur. Zira resmî haber kaynaklarının devlet otoritesini yansıtan görüşler olarak kamuoyunu da medya üzerinden istediği şekilde oluşturma arzusu vardır. Bu resmî bakış açısı karşıt görüş ve fikirlerin kamuoyunda konuşulup tartışılması önünde engel oluşturur. Habercinin tüm fikirlere eşit yaklaşması ve haberlerinde bu şekilde yansıtması objektif haber yazımının bir gereğidir. Özel haber kaynakları ise resmî devlet alanı dışından gelen enformasyona kaynaklık eden kurum/kuruluş ya da şahıslardır. Örneğin devlet televizyonu olarak TRT resmî haber kaynağıdır. Buna karşın özel televizyon kanallarının tamamı özel haber kaynağıdır. Devlet üniversiteleri resmî haber kaynağı iken vakıf üniversiteleri özel haber kaynağı olarak değerlendirilir.

Örgütlenme yapısına göre üçüncü haber kaynağını haber ajansları oluşturmaktadır. Yirminci yüzyılın başından bu güne kadar geçen süreçte haber ajansları önemli bir haber kaynağı görevi gördüğü gibi, dünyada dolaşımda olan haberlerin çoğuna kaynaklık etmektedir. Günümüzde uluslararası haberlerin çoğunluğu Reuters, Associated Press gibi uluslararası haber ajanslarının elinden çıkmaktadır. Bu uluslararası haber ajansları gibi ulusal haber ajansları da medya kuruluşlarına haber kaynağı olarak

önemli oranda katkı vermektedirler. Haber ajansları haberi ticari bir ürün olarak kullanmakta, elde ettikleri haber, görüntü, ses ve fotoğrafı ücret karşılığında abonelerine sunmaktadır.

Ülkemizde anonim şirket şeklinde yarı resmî örgütlenme yapısına sahip olan Anadolu Ajansı özellikle ülke içi basın kuruluşlarına haber sağlama noktasında önemlidir. Muhabirin Haber Kaynağı İlişkisi Muhabir ile haber kaynağı arasındaki ilişkinin niteliği ve sınırı haberin objektifliğini ve doğruluğunu sağlamada önemlidir. Muhabirin haber kaynağının güvenilirliğini sağlaması ön koşuldur. Gazetecinin şüpheli kaynaklara dayanarak yapmış olduğu haberin olumsuz birçok sonucu olabilir. Günümüzde taze ve sıcak haberi en hızlı şekilde verebilme rekabeti özellikle televizyon, internet habercilerini yanlış enformasyonu istemeden de olsa vermelerine yol açmaktadır.

Adli olaylara ilişkin gelişmelerde verilen yanlış bilgi, örneğin hırsızlık, tecavüz vb. olaylarda şüphelinin fail olduğu kesinleşmeden suçlu olarak ilan edilmesi, hem kişi hem de kamuoyu bakımından geri döndürülemez sonuçlara yola açabilmektedir. Muhabirin haber kaynağı güvenilir olmalıdır Muhabirin haber kaynağının güvenilirliğini tehlikeye düşürebilecek çeşitli sebepler olabilir.

Çalıştığı kurumda haksızlığa uğradığını düşünen bir kişi haber sızdırabilir. Gazetecilik terminolojisinde haber sızdırma (news leak) adı ile anılan bu eylemde doğru bilgiler muhabire verilebileceği gibi, öç alma duygusu ile hareket edebilen haber sızdırıcı yanıltıcı ya da yanlış bilgi de verebilir. Bu noktada bir başka kaynaktan sağlamasının yapılmadan haber yazımına geçmemek gerekir. Haber kaynakları kendi görüş ve düşüncelerinin medya üzerinden kamuoyu ile paylaşılmasını arzularlar. Özellikle siyasetçiler veya farklı çıkar grupları düzenledikleri basın toplantıları ile veya yayınladıkları basın bildirimleri ile haberi yönetmek (news management) isterler. Sorgulamadan bu tür bilgilere dayanılarak yazılan bir haber hatalı olur. Bu noktada da kaynak güvenilirliğini sağlamak muhabirin en önemli görevidir. Haber kaynaklarının dezenformasyon (yanlış, eksik, çarpıtılmış bilgi) yapabileceği de unutulmamalıdır. Özellikle dış haberlerde bu durumun örnekleri bariz görülebilir. Silahlı gücünü olduğundan kuvvetli ya da ekonomik göstergelerini olduğundan daha iyi göstermek isteyen yabancı ülkelerin resmî kaynakları çoğu zaman dezenformasyona başvurur. Haber kaynağının vermiş olduğu bu türden bilgileri farklı kaynaklardan doğrulamak muhabirin sorumluluğundadır. Günümüzde internet teknolojisinin sağladığı olanaklardan haber kaynağı olarak faydalanmak olasıdır. Fakat sosyal medya ya da web siteleri gibi kaynaklardan elde edilen bilgilerin doğruluğunun mutlaka teyit edilmesi gerekir. Mümkün olduğunca kurum ya da kuruluşların resmî web sitelerine kaynak olarak başvurulmalıdır. Muhabir haber kaynağına saygı duymalı ve onu korumalıdır Muhabirin haber kaynağı ile olan ilişkisini devam ettirmesi ona saygı duymasına ve korumasına bağlıdır. Bazı kurum ve kuruluşlar adına gayri resmî açıklama yapan kişiler ile haber sızdırıcılar yapılacak olan haberde isimlerinin açık bir şekilde yer almasını istemeyebilirler.

Gazetecilik terminolojisinde anonim kaynak belirtme yöntemi ile muhabir haberi yazarken söz konusu kişinin ismini açıklamadan ‘x bakanlığından üst düzey bir yetkilinin açıkladığına göre...’ şeklinde belirsizleştirilmiş bir kaynağa atıfta bulunarak haberini yazar. Muhabiri haber kaynağının ismini açıklamaya hiçbir kişi ve kurum zorlayamaz. Muhabir de haber kaynağına saygının bir gereği olarak söz konusu kaynağın ismini açıklamamalıdır. Haber kaynağı kimi zaman muhabire kayıt dışı (off the record) ifadesi eşliğinde haber olarak yazılmasını istemediği bilgiler verebilir. Kayıt dışı bilgi muhabire genellikle olayın farklı taraflarını görerek düşünce derinliği sağlamak adına verilmektedir. Kimi zaman da verilecek olan haberin yaratacağı toplumsal tepkiden de çekinilebilir. Bu gibi durumlarda kaynak ‘off the record şunu da belirteyim...’ şeklinde bir cümle kurduğunda haberci söz konusu bilgileri kaynağın haber haline getirilmesini istemediğini anlamalıdır. Bu isteğe muhabir saygı göstermelidir. Ambargolu haber olgusunda da haber kaynağının muhabirden haberin bir saat, gün takviminden önce haberleştirilmesini istemediğini anlamak gerekir. Örneğin x devlet başkanı çok hastadır ve ölümü beklenmektedir. Bu durum da haber kaynağı şunu diyebilir: ‘eğer devlet başkanının 48 saat içinde ölümü gerçekleşirse yerine x kişinin bakacağını yazabilirsiniz’. Bu durumda gazeteci 48 saat içinde bir olayın gerçekleşmesini bekler ve haberi öyle yazar. Veya süre sınırı da muhabirden istenebilir. Bir ilin emniyet müdürü gece saat 01.00’da gerçekleşecek bir operasyonun haberinin saat 01.00’den sonra verilmesini muhabirden isteyebilir. Bu gibi durumlarda mesleki kodlar çerçevesinde haber kaynağının istekleri göz önüne alınmalıdır. Haber Kaynakları İle Görüşme Yöntemleri Muhabirlerin haber kaynakları ile görüşürken kullandıkları en eski yöntem yüz yüze görüşmedir. Kaynak ile yapılacak yüz yüze görüşmede muhabirin psikolojisini denetleyebilmek muhabire haberi elde etme noktasında önemli artılar sağlar. Yüz yüze görüşmede haber kaynağının fiziksel müdahalesine (örneğin toplumsal olaylarda) maruz kalma tehlikesi her zaman mevcuttur. Muhabirin haber kaynağı ile görüşmesinde en sık kullandığı yöntem ise telefon aracılığı ile görüşmedir. Özellikle kısa demeçler almak için telefon birebirdir. Uzakları yakın etmesi ve birden çok kaynak ile oturduğunuz yerden iletişim kurmanıza olanak vermesi telefon aracılığı ile haber toplamanın en faydalı taraflarındır. Bunun yanında telefonun yüzünüze kapatılması haber kaynağı ile olan iletişiminizi sonlandırmaya da sebep olabilir. Günümüzde haber kaynakları ile görüşme yapmak için internet teknolojilerinden de faydalanılmaktadır.

Skype ve facetime gibi görüntülü görüşme yöntemlerinin yanında 4,5 G teknolojisi ile telefonlardan

internet yardımı ile sesli ve görüntülü görüşebilmek mümkün hale gelmiştir. Artık farklı kıtalarda ve ülkelerdeki haber kaynakları ile internet sayesinde yüz yüze görüşebilmek olanaklıdır. Bu seçenek yüz yüze görüşme ve telefon yardımı ile görüşmenin avantajlarını bünyesinde birleştirmiş gözükmektedir. Muhabirlerin Olası Haber Kaynakları Günümüzde habercilikte yaşanan uzmanlaşma ile birlikte haber kaynakları da çeşitlenmiş ve uzmanlaşmaya özgü hale gelmiştir. Özellikle ulusal düzeyde yayın yapan medya kuruluşlarında siyasetten spora, kültürden sanata, ekonomiden polis-adliyeye kadar farklı alanlarda çalışan muhabirler bulunmaktadır. Söz konusu uzmanlaşma alanlarına göre de haber kaynakları farklılaşabilmektedir. Adli vakalar ile polisiye olayları takip eden muhabirler için mahkemelerde görülen davalar, mahkeme kayıtları, savcılar ile özel kalem müdürlükleri, emniyet güçleri, jandarma, itfaiye en önemli haber kaynaklarıdır. Polis-adliye muhabirleri bu kaynaklarla ilişkilerini geliştirmeli ve onlarla olan ilişkisini mesafe temelli ayarlamalıdır.

Siyaset alanı da birçok medya kuruluşu tarafından takip edilen bir alandır. Parlamento, Cumhurbaşkanlığı, Bakanlık, siyasi parti muhabirliklerinden söz etmek mümkündür. Parlamento muhabirleri için meclis oturumları ve meclis kulislerinde konuşulanlar, milletvekilleri, komisyonlar, partilerin grup toplantıları en önemli haber kaynaklarını teşkil eder. Cumhurbaşkanlığı muhabiri için ise Cumhurbaşkanının günlük programı, yurt dışı gezileri ile Cumhurbaşkanlığı bürokrasisi en önemli haber kaynaklarıdır. Siyasi parti muhabirleri partilerin rutin toplantıları ile parti teşkilatlarında yaşanan gelişmeleri takip ederler.

Dış politika/diplomasi muhabirleri için ise uluslararası haber ajansları, yabancı medya kuruluşları, büyükelçilikler ve bağlı misyonları, dışişleri bakanlığı, uluslar arası kuruluşların toplantıları ile yabancı ülkelerin resmî kurumlarının açıklamaları en önemli haber kaynaklarıdır. Ekonomi muhabirleri haberlerini Ekonomi Bakanlığı, Merkez Bankası ile bağlı kuruluşları, ticaret ve sanayi odaları, iş dünyasını takip ederek hazırlarlar. Yakın zamanda ayrı bir uzmanlık alanı olarak ortaya çıkmış olan finans muhabirleri ise özellikle yurt içi ve yurt dışı borsalarda meydan gelen gelişmeleri takip ederek finans analistlerinin açıklamalarını haber haline getirirler. Günümüzde habercilik yapan birçok medya kuruluşunda spor muhabirleri de çalışmaktadır. Sporun dalına göre uzmanlaşan spor muhabirleri olduğu gibi, medya kuruluşlarında takip ettiği spor kulübüne göre de farklı spor muhabirleri çalışabilmektedir. Spor kulüpleri, müsabakalar, oyuncular, federasyonlar, taraftar grupları, antrenmanlar, sporcuların ve kulüplerin sosyal medya hesapları spor muhabirlerinin en önemli haber kaynaklarıdır.

### **HABER YAZMA SÜRECİ VE HABER YAZIM KURALLARI**

Haber yazma süreci, haber toplama aşaması sırasında elde edilen bilgilerin, okuyucunun bildiği ve alıştığı bir formatta ifade edilmesidir. Muhabir, öncelikle edindiği bilgilerin önemli ve gerekli bölümlerinin neler olduğuna karar verecek ve sonra bu bilgileri haber tekniklerine uygun bir biçimde yazacaktır. Haber yazma ile ilgili en temel kural metnin basit, somut ve canlı olmasıdır. Haber metni, farklı kültürel düzeydeki insanlar tarafından okunacağı için basit bir dil ile yazılır. Kaynaktan elde edilen, çoğu zaman farklı yoğunlukta, derinlikte ve mesleki ya da teknik terimler içeren bilgiler, tüm okuyucuların anlayabileceği bir dil ile aktarılır. Metin aynı zamanda somut olmalıdır. Haberi okuyan insanların tümü aynı anlamı üretmelidir. Aktarılan bilgilerle ilgili tereddüt oluşuyor ve çelişkili anlamlar çıkarılabiliyorsa somut bir haber metni yazılamamış demektir. Haber aynı zamanda sürükleyici bir üslupla yazılmalıdır. Aksi halde okuyucu metnin tamamını okumaz. Bunu sağlamak için canlı ve akıcı bir ifade tarzı ile yazılmış olması gerekir. Haberin Dili Haberde nesnel bir kullanılmalıdır. Nesnellik gazeteciliğin temel kurallarından biridir.

Haberin içeriği gibi dili de nesnel olmalıdır. Muhabirler haber yazarken, anlattıkları olay veya olguyu tanımlayan cümleler kurmalıdır. Bu cümleler, her zaman, her yerde, herkes için aynı anlama gelecek sözcük seçimleriyle oluşturulmalıdır. Haberde muhabirin veya kurumunun yorumunu, yargısını içeren yaklaşımlar ve bunları anlatan cümleler kurulması nesnelliği ihlal eder. Kullanılması en sakıncalı olan cümle tipi ise çıkarım içeren cümlelerdir. Görünen durumdan yola çıkılarak görünmeyenle ilgili tahminlere yer verilmesi, haberin temel özelliğinden olan gerçeklik ve somutluk ilkelerine de aykırıdır. Haber metinleri hiçbir zaman çıkarım cümleleriyle kurulmamalıdır.

Haberin Zamanı Türkçede haberde iki zaman kipi temel olarak kullanılır. Önemli ve anlamlı konuları içeren ciddi haberler –di’li geçmiş zaman kipi kullanılarak yazılır. İnsan öykülerinin anlatıldığı soft haberlerde ise genellikle şimdiki zaman (-yor) kipi kullanılır. Örneğin “Uçak denize düştü” gibi sıcak gelişmelerin aktarımında veya rutin olayların aktarımında “Meclis bütçeyi görüşmek üzere toplandı” gibi cümlelerde –di’li geçmiş zaman kullanılır. Bir dram veya başarı öyküsünü konu alan soft haberde ise şimdiki zaman veya hikâyesi kullanılır. “Okuma azmiyle her gün yaya olarak 8 kilometre yol gidiyor ve sınavı dereceyle kazanıyordu” Haberde halen devam eden olaylar şimdiki zaman, daha sonra meydana gelecek olaylar ise gelecek zaman kipiyle yazılır. Ancak hiçbir zaman rapor dili, resmi ifade üslubu ile –mektedir, -maktadır, -miştir, -miştir gibi kipler kullanılmaz.

Haberde Sözcük Seçimi Haber, herkesin anlayabileceği bir dille yazılmalıdır. Dil canlı bir varlıktır ve zamanla değişir. Haberin yazıldığı ve okunduğu zaman kesitinde, halkın konuştuğu sözcükler tercih edilmelidir. Çeşitli nedenlerle, kullanılmayan eski sözcükleri seçmek ne kadar yanlış ise, yabancı sözcüklerin yerine üretilmiş ama henüz yerleşmemiş olan karşılıkları kullanmak da sakıncalıdır.

Dil, haberin içeriğini aktarmak için kullandığımız bir araçtır. Dile ilişkin mücadeleler ve tartışmalar haber metinlerindeki sözcük seçimleriyle yapılmaz. Bir sözcüğün Türkçesi varken başka dilden geçmiş karşılığını kullanmak yanlıştır. Yaygın olarak bilinen ve benimsenmiş yabancı kökenli sözcükler kullanılabilir. Bilinmeyen yabancı sözcüklerin kullanılması kaçınılmaz olduğunda anlamları parantez içinde verilmelidir. Aynı kural, halkın aşına olmadığı teknik ve mesleki terimlerin kullanılması durumunda da geçerlidir. Haberde Aktarma ve Yükleme Haber bir aktarma işidir. Muhabir tanık olduğu veya çeşitli yollarla edindiği bilgileri üçüncü kişilere aktarır.

Haberin her cümlesi mutlaka kaynağa dayandırılır ve özne cümlede açık veya gizli olarak mutlaka bulunur. Muhabir bilgileri aktarırken ya doğrudan alıntı yapar ya da kaynağın cümlelerini kendi ifadelerine dönüştürerek dolaylı bir biçimde aktarır. Birbirine yakın içerikteki cümleler aynı özneye dayandırılarak birleştirilir ve haber yüklemeleriyle aktarılır. Haberde kullanılan çok sayıda yükleme bulunur.

Bunların bir bölümü nötr anlam taşıırken, bazıları haberin nasıl anlaşılacağına ilişkin vurguları da içerir. Bazı haber yüklemeleri ise kendi anlamları gereği her yerde kullanılamaz. Dedi ve söyledi, günlük hayatta da kullanılan doğal ve en yaygın kullanılan haber yüklemeleridir. İfade etti, belirtti, bildirdi, açıkladı, anlattı, değindi, üzerinde durdu gibi yüklemeler birbirlerinin yerine kullanılabilir. Vurguladı, altını çizdi gibi yüklemelerin kendi anlamlarına uygun yerlerde kullanılması gerekir. Bunun gibi önceden bilinen bir olayın tekrarlanması durumunda “hatırlattı” kullanılır. Haberin sonunda ana temanın dışında bir ekleme varsa “sözlerine ekledi” tercih edilebilir. “İddia etti, ortaya attı, savundu, ileri sürdü” gibi yüklemeler ise muhabirin kaynağa karşı mesafeli olduğunu veya bilginin kesin

olmadığını hissettirir. Haberin İmlası Haber yazarken Türk Dil Kurumunun yürürlükteki yazım kılavuzu temel alınır.

Ancak özellikle sayılar ve matematiksel işaretlerin yazımında herkes tarafından anlaşılması için harf tercih edilir. Örneğin yüzde, kilometrekare gibi ifadeler matematiksel işaretler yerine harfle yazılır. Dört ve daha yüksek basamaklı sayıların yazılışında da aynı nedenle harf tercih edilir. Birden 10'a kadar sayılar duruma göre rakam veya harf ile yazılabilirken, 10 -999 arasındaki sayılar rakamla yazılır.

Bu iki ve üç haneli sayıları okuyuzar olan herkesin bileceği düşünülür. Ancak bin, milyon, milyar, trilyon, katrilyon gibi büyük ve çok haneli sayılar rakamla yazıldığında okunması karışıklığa neden olabilir. Haberde kısaltmalar daima büyük harf ile yazılır ve ilk kullanıldığı yerde bilinmeyen bir kısaltma ise açık hali yazılır. Kısaltmaların arasına nokta konmaz. Kısaltma kelime gibi okunuyorsa ona göre, harf şeklinde okunuyorsa son harfin okunuşuna göre ek alır. İsimler ve unvanlar haberde ilk geçtikleri yerde bütün olarak kullanılır. Daha sonra akıcılığı bozmamak için kısaltılır. Haberin gerektirdiği bağlam açısından gerekli olan unvan kullanılır. Örneğin bir siyasetçi aynı zamanda profesör olsa da, siyasetçi olarak konu olduğu haberde unvanı profesör değil, milletvekili biçiminde verilmelidir. Haberde bazı temel ve basit imla ya da noktalama hatalarının bulunması okuyanın güvenini zedeler.

Kurumsallaşmış bir haber medyasında haberler imla hatası barındırmaması için tekrar tekrar gözden geçirilir. Haber yazan muhabir de temel imla ve noktalama kurallarını bilmelidir. Ancak hiç kimsenin sözlükte yer alan tüm sözcüklerin nasıl yazıldığını bilmesi de mümkün değildir. Bu nedenle haberciler yazım kılavuzlarına veya TDK'nın internet sitesine başvurmadan çekinmezler.

### **HABER YAZMA TEKNİKLERİ**

Haber yazma teknikleri, haberin türüne, haberin yayınlanacağı mecra ve yayınlanan mecrada kapladığı alan veya süreye göre değişmektedir. Haber iletilmesi için kitle iletişim aracının niteliği, yazım tekniğini belirleyen önemli bir faktördür. Radyo, televizyon, gazete, dergi gibi araçlar, yayın türü ve içeriği açısından farklılaşmakta, bu durum haber metnini gerek nitelik gerekse nicelik bakımından etkilemektedir. Haber yazım tekniğini belirleyen bir diğer etmen, haberin türü ve konusudur. Ekonomi haberi, siyaset haberi, spor haberi, magazin haberi gibi haber türleri, farklı yazım teknikleri gerektirdiği gibi, habere konu olan olayın odak noktası veya noktaları da haberin anlatı yapısını etkilemektedir. Farklı haber yazım tekniklerini gerektiren bir diğer etmen, haber metninin kapsadığı süre ya da kapladığı alandır. Tam sayfa ayrılan bir gazete haberinde konunun tüm ayrıntılarına, konuyla ilişkili diğer olaylara veya ek açıklamalara yer verilebilirken, daha küçük bir alanda çıkan haberde önemlilik derecesi bakımından alt sıralarda olan bilgiler olay örgüsünden çıkarılabilmektedir.

Haber yazım teknikleri genel olarak altı başlık altında toplanabilir:

- Ters piramit tekniği
- Düz piramit tekniği
- Dörtgen veya kare tekniği (kutu tekniği)
- Ters piramit tekniği ile kare tekniğinin birleştirilmesi
- Serbest yazım tekniği
- Konuşma diliyle yazım tekniği

### **TERS PİRAMİT TEKNİĞİ**

Haber yazımında kullanılan en eski tekniklerden biri ters piramit tekniğidir. Günümüzde de en sık başvurulan haber yazım tekniklerinden biridir. Ters piramit tekniğine göre habere yönelik bilgiler, en önemliden başlanarak daha az önemli olana doğru sıralanır. Haberde verilmesi amaçlanan bilginin en kısa zamanda ve en öz hâliyle sunulmasını sağlamaktadır. Yorumlara ve öznel ifadelerle pek yer verilmeyen bu teknikte haberin nesnel bir dille yazılmasına önem teşkil eder. Ters piramit tekniğine göre, haberin tümü üç şekilsel yöntem izlenerek yazılabilir. Bunlar kronolojik dizi, blok paragraflar ile düzenleme ve zincirleme düzen şeklinde ifade edilebilir. Kronolojik dizi yönteminde haberin girişi yazıldıktan sonra bilgiler zaman unsuru dikkate alınarak olayların oluş sırasına göre sıralanır. Olayların akışının göz önünde bulundurularak haberin yazıldığı bu yöntem, zaman unsurunun dikkatlice denetlenmesini gerektirmektedir.

Blok paragraflarla düzenleme yönteminde haberin gövdesini inşa etmek için önemleri hemen hemen aynı olan bilgilerin elde olması gerekmektedir.

Haberin gövde bölümündeki paragrafların yerinin değiştirilmesi durumunda önem sırası değişmemelidir. Haber, girişten sonra gelen her paragrafının anlam bakımından birbirini izleyecek şekilde düzenlenmesi, zincirleme düzeni ifade eder. Metin gövdesinde paragraflar bir zincirin halkaları gibi birbirini takip eder. Bu nedenle haberde paragraf sırası değiştirmek veya kısaltma yapmak zorlaşır. Ters piramit tekniğine göre yazılan haberler giriş, gövde ve detay unsurlarına sahiptir. Haber girişinde haber değeri açısından önemi olan olay ve sonuç kısaca özetlenir. Ayrıntılar ve geçmiş hakkında bilgilerin olay ve önem sırasına göre verildiği bölüm, haber metninin gövdesini oluşturur. Ana konuyla bağlantılı olan, ancak bir haber metninde cevaplanması gereken sorulardan herhangi birine cevap niteliği taşımayan bölüm ise detay bölümüdür.

### **DÜZ PİRAMİT TEKNİĞİ**

Düz piramit tekniğinde haber genellikle öyküleme yöntemiyle yazılır. Çünkü ters piramit tekniğinin aksine habere ayrıntıdan başlanır, önemli görülen unsurlar sona doğru yerleştirilir. Düz piramit tekniğinde haberdeki bilgiler sıralanırken, az önemliden çok önemliye doğru gidilir. Ters piramitte olayın sonucu haberin girişinde verilirken, düz piramit tekniği ile yazılmış bir metinde olayın sonucu ancak haberin sonunda anlaşılabilir. Düz piramit tekniğine göre yazılan haberler genelde renkli haber olarak adlandırılmaktadır. Düz piramit tekniği ile yazılmış bir anlatımda, öyküleyici bir ifade tarzına başvurulduğu için daha esnek ve renkli ifadelerle yer verilebilir. Ters piramit tekniğinde haberin çok uzun olması durumunda son paragraflardan kısaltma yoluna gidilebilirken, düz piramit tekniğinde böyle bir düzenleme yapılamaz. Çünkü son paragraflar haberin sonucu hakkında bilgi içermektedir. Bir düzeltme yoluna gidilecekse metnin tümü okunarak yeniden düzenleme yapılması daha uygun olacaktır.

### **DÖRTGEN VEYA KARE TEKNİĞİ (KUTU TEKNİĞİ)**

Haberde verilecek bilgilerin hepsinin eşit derecede önem arz etmesi durumunda başvuru teknik genelde dörtgen ya da kare tekniğı olmaktadır. Ters piramit tekniğinden sonra en çok uygulanan haber yazma tekniğıdir. Kutu tekniğinde haberin girişinde özet bilgiler kısaca verildikten sonra diğer bilgiler haberin gövde bölümüne yerleştirilir. Her bilgiye eşit paragraf ayırmaya özen gösterilerek haberle ilgili bilgiler aktarılır. Dörtgen kuralının iki uygulanış şekli vardır: İlk şekil dar bir kenar üzerine oturmuş dörtgen olarak nitelendirilir. Bu tekniğe göre yazılan bir haberin tamamı okunmadan olaylar tam olarak anlaşılabilir. Ekonomi, maliye, sosyal problemler, işçi-işveren ilişkileri türü haberler bu şekilde tam olarak değerlendirilebilir. İkinci uygulanış şekline göre, haberin özü verilir, ikinci haber olarak habere ait kısa bir geçmiş eklenir.

### **TERS PİRAMİT TEKNİĞİ İLE KARE TEKNİĞİNİN BİRLEŞTİRİLMESİ**

Ters piramit ve kare tekniklerinin birleştirilmesinden oluşan bu teknik ile yazılan haber metinlerinde önemli ve dikkat çekici unsurlar en başta verildikten sonra ayrıntılar önem sırasına göre sona doğru yazılmaktadır. İki kuralın birleştirilmesi tekniğı ile yazılan haberlerde haberin esasını oluşturan olay veya olayların yakın geçmişine de gidilmektedir. İki tekniğın birleştirilmesinden dolayı ayrıntılar sona bırakılmakta, haberin genel yazılışında ise önemli olaylar öne alınarak en önemsizler sona atılmaktadır.

### **SERBEST YAZIM TEKNİĞİ**

Herhangi bir tekniğe bağlı olmayan, yalnızca haberin anlaşılır olmasının önemsendiğı yazım türüdür. Televizyon kanallarında sıklıkla başvuru bu yöntemde zaman zaman haber yazım kuralları ihlal edilerek özne yargılara yer verilmektedir. Reyting kaygısıyla yapılan haberlerde sıkça başvuru bir tekniktir.

### **KONUŞMA DİLİYLE YAZIM TEKNİĞİ**

Daha çok televizyon, magazin ve gezi haberlerinin yazımında sıklıkla başvuru bu teknikte temel ilke o an (şimdi) ne olduğunun aktarılmasıdır. Haberlerin konuşma diliyle yazıldığı bu teknikte haberi yazan kişi karşısındaki biriyle konuşuyormuş gibi dolaylı anlatıma başvurmaktadır. Bu teknikte haber metni konuşma üslubuyla yazıldığı için kısa ve basit cümleler kullanılmaktadır. Metin, genellikle edilgen cümlelerle ve dolaylı anlatımla aktarılmakta, dolayısıyla haberde uzun açıklamalara, zorunlu olmadıkça kavram ve terimlere yer verilmemektedir.

### **HABER METNİNİN KURGULANMASI**

Haber metinleri kurgulanmış metinlerdir. Kavramsal olarak baktığımızda dolayımlanmış metinler demek mümkündür. Haber sosyal gerçekliğin kendisi değil, yeniden yapılanmasıdır. Gerçekliğin dolayımlanmış halidir. Ancak, haberi diğer kurgusal metinlerden ayıran en önemli özelliği “doğru” olma gerekliliğidir. Haber, “doğruluk” taşımaktadır. Olguların çarpıtılması, var olmayan bilgilerin haber metninde yer alması gazetecilik değil, kışkırtıcılık olur. Gazeteci kamuya olan biteni mümkün olduğu kadar yalansız ve eksiksiz aktarma mesleğidir. Haber, yalan, dedikodu, rivayetler üzerine değil, doğrular üzerine kurgulanmalıdır. Dolayımлама,

- Medya organizasyonunun yayın kimliğine,
- Medya organizasyonunun yayın politikasına,
- Haberin yayınlanacağı medyanın türüne (tv, radyo, gazete, internet v.s.)
- Haber metninin kurgusu başlık, mahreç, flaş, gövde (ikinci paragraf vd.) ve son pa-ragraf olmak üzere beş ana unsurdan oluşmaktadır.

Başlık Başlık, haberin ister gazete ister dergi, isterse internet ortamında olsun, ilk dikkati çeken unsurudur. Haberin içeriği, konusu, kapsamı hakkında bilgi veren, 5-6 kelimeyi geçmemek üzere planlanmış, bazen slo-ganvari, bazen şiirsel olabilen haber özetidir. Genelde yargı bildiren ifadelerdir. Başlıklarda benzetme ve karşılaştırmalara yer verilmesi haber haline getirilmek istenen olayı, okuyucunun zihninde canlandırmasına yardımcı olmanın en iyi yöntemlerinden biridir. Haberde başlık kompozisyonunun beş unsuru vardır. Ancak, her haberde tümü kullanılmayabilir. Bunlar: üst başlık, ana başlık, alt başlık, spot ve ara başlıktır. Üst başlık: Ana başlığın üzerinde, ona destek özet bilgi içeren başlıktır.

5-10 sözcüklü bir cümle halinde verilir. Genellikle, ince, zayıf yapılı, ana başlığın 3'te 1'i oranına yakın puntoda verilir. Ana başlık: Her yazınsal metnin mutlaka bir başlığının olması gere-kir. Haberin başlığı ana başlıktır. Ana başlık, haber metninin üzerinde yer alan en önemli ve mutlaka bulunması gereken temsilcisidir. Ana başlığın gazetenin logosuna göre konumlandığı iki çeşidi vardır. Manşet: Gazetenin ilk sayfasında, logonun hemen altında iri puntolu harflerle yazılmış haber başlığı. O günün en önemli haberi manşet haberdir her gazetede bir manşet haber bulunur. Hatta gazeteyi sattıran haber olarak da tanımlanabilir. Sürmanşet: Gazetenin ilk sayfasında, logonun üstünde konumlanmış haberin başlığı. Haber hiyerarşisinin en üstünde yer alan haber, sürmanşet haberdir. Manşetten daha iri puntolu harflerle dizilir. Manşet haberden daha önemli haberdir.

Olağanüstü olaylar, çok önemli siyasi gelişmeler, ulusal/ulusla-rarası spor karşılaşmalarına ilişkin haberler sürmanşetten verilir. Alt başlık: Ana başlığın hemen altında yer alır. Ana başlığı açıklayan özellikte, tam cümle yapısında olan başlık. Ana ve üst başlığa göre daha küçük pun-tolu harflerle dizilir. Üç cümleye kadar kullanılabilir. Spot: Haberden özet bölümlerin başlığa çıkarılmasına spot denir. Haberin 15-20 sözcüklü özeti, ana temasıdır. Haber içindeki özel-likleri vurgulamak, ana ayrıntıları başlık kompozisyonu içinde sergilemek için kullanılır. Haber metninden biraz daha büyük puntolu harflerle dizilir. Ara Başlık: Haber metninin içinde yer alan, haber metnine göre daha iri puntolu harflerle dizilen başlık. Kendinden sonraki paragrafları tanımlar nite-likte olan, bölüm arası başlıktır. Ayrıca, uzun metin-lerde tekdüzeliği ortadan kaldıran, okura rahat okuma imkânı veren, sayfa düzenine hareketlilik sağlayan başlıktır.

Mahreç Haberin kimliğidir. Haberin geldiği coğrafi alanı ŞEHİR olarak belirten ve haberi hazırlayan medya organizasyonunun kimliğini açıklayan, metne haber formatı veren bölümdür. Ülke, mahreç olmaz. Mahreç, genellikle ilk paragrafın başında bulunur. Ancak, haberin sonunda da kullanılabilir. Özel haberlerde, medya organizasyonu adı yerine muhabirin adı tercih edilir. Flaş Haberin flaşı birinci paragrafıdır. Haberi ileti haline dönüştüren tasa-rımlanmış bölümdür. Haberin en önemli enformatik unsurlarından oluşur. Mahreçten hemen sonra başlar. En çok üç, en az bir cümleden oluşur. Habere aynı zamanda başlığı veren bölümdür.

Flaş size başlığı vermiyorsa, kurgusunda bir problem var demektir. Flaşı oluştururken kelime eko-nomisi yapmak gerekir. En çok karıştırıldığı kavram “flaş haber”dir. Flaş haber, gündemi tartışmasız ele geçiren haber değeri en yüksek haberdir. Beklenmedik olaylardır. Örn: Suikast, doğal afetler, ka-zalar, istifalar v.s. Haber Öğelerine Göre Flaş Türleri Bir haberde yanıtı olması gereken sorular dediğimiz haber öğeleri yani 5N+1K haberin yapı taşlarıdır. Bu altı öğenin hangisinin daha önemli olduğu haberden habere değişiklik gösterir. Ve hangi öğe en önemli ise, haberin flaş yani

birinci paragraf kurgusu o ögenin ön plana çıkarılmasıyla yapılır.

Bunlar; “Ne” flaşı, “Nerede” flaşı, “Nasıl” flaşı, “Neden” flaşı, “Ne zaman” flaşı ve “Kim” flaşı’dır. Gövde (İkinci Paragraf vd.)

Haberde girişten sonra, giriş ifadesinin açıldığı, ayrıntıların işlenmeye başlandığı ve diğer öğelerle detaylara yer verildiği bölüme “haber gövdesi” denir. Kaynak belirtme alanıdır. Haberin gövdesi dediğimiz bu paragrafta başlıklarda ve flaşta verilen bölümlerin tamamı bu paragrafta ayrıntılı şekilde mutlaka tekrarlanmalıdır. Son Paragraf Ayrıntılı bilgi alanıdır. Bu bölümden belirli satırlar atılsa bile haber zarar görmez, ana enformatik değeri azalmaz, ileti özelliği değişmez. Haber konusuyla ilgili geçmişe dair hatırlatıcı bilgiler ya da gelecekle ilgili ek bilgiler bu paragrafta verilir.

#### **HABER YAZMADA DENETİM VE DOĞRULAMA**

Muhabir haberini yazarken, haberin doğruluğu açısından aşağıdaki maddeleri yerine getirmelidir: • Haberin doğruluğu, muhabire güvenin yanı sıra yayınlandığı medya organizasyonunun güveni açısından çok önemlidir. Günümüzde internet gazeteciliğinin gelişmesiyle haberde “hız” ve “doğruluk” tartışmaları gündeme gelmektedir. Haberi diğer medya organizasyonlarından daha hızlı vermek adına, haberi doğrulama işlemleri atlanabilmektedir. Bu durumda yanlış bilgi verilmesi hali, muhabir, editör ve medya organizasyonu açısından olumsuz sonuçlara yol açabilmektedir.

- Muhabir haberini yazarken ‘doğruluğu’nu kanıtlamış olmalıdır. Haberde geçen isimlerin ve ünvanların doğru olup olmadığını kontrol etmelidir.
- Ayrıca haberdeki ayrıntılar, örneğin bir ile bağlı olan ilçe ismi ve bağlı olduğu ilin doğruluğu kontrol edilmelidir. Adres verildiyse, öyle bir adresin var olup olmadığına bakılmalıdır. Muhabirlerin, meydana gelen olaylara tanık olmak şansları her zaman olmayabilir. İşte burada haber kaynağı devreye girer. Gazeteci her zaman temkinli olmalıdır. Aksi takdirde yanlış yönlendirilme tuzağına kolayca düşebilir. Böyle bir durumda sorumluluk haber kaynağına değil, muhabire aittir. Bu nedenle muhabir, kaynağına ne kadar güvenirse güvensin, yazacağı haberi mutlaka çifte kontrol mekanizmasına tabi tutmalı, uluslararası literatürdeki “double check”ten geçirmelidir. “Double check”, haberin kalitesi ve nesnellığı açısından da en değerli ve vazgeçilmez yöntemdir [7].

Muhabir haberini yazdıktan sonra ise (teslim etmeden önce) aşağıdaki maddeleri yerine getirmelidir:

- Muhabir, öncelikle yazmış olduğu haberini 1-2 kez daha okumalıdır. • Habere konu olan kişilerin isimleri, ünvanları ve görevleri doğru yazılmış mı? Diye bakması gerekir.
- Haber istediği kadar önemli ve güzel yazılmış bir haber olsun, içinde dikkatsizlikten doğan bir yanlışlık varsa, her şey boşa gider.

Örneğin, bir trafik kazası yazıldığını düşünelim. Kazada ölen kişi sayısı 5, hastaneye kaldırılan yaralı sayısı 13, ve hastaneye kaldırıldıktan sonra ölen kişi sayısı 2. Siz haberi yazarken, hastaneye kaldırıldıktan sonra ölen kişileri dikkatinizden kaçırırsanız haberinizde yanlış bilgi vermiş olursunuz. İşte bu noktada, sayısal veriler varsa muhabir bu sayısal verileri tekrar kontrol etmelidir. • Tarihler ve günlerde uyumsuzluk var mı? Dikkat edilmesi gereken bir diğer unsurdur. • Muhabir haberini okurken, kendini okurun yerine koymalıdır. Anlaşılmayan ya da belirsiz bir unsur var mı? Her şey net mi? konularına özellikle dikkat edilmelidir. 5N+1K sorularının yanıtları var mı? diye kontrol edilmelidir.

İnsanların doğasından kaynaklanan bilme ve öğrenmenin altında birşeylerden habedar olma, haber alma isteği yatmaktadır. Bilmek, öğrenmek ya da birşeylerde haber almak eylemi sadece işitsel bir temele dayandığında kimi zaman zihinde canlandırmada zorluk yaşatmakta, kimi zaman ise inandırıcılığını kaybetmektedir. Belki de bu nedenle insanoğlu birşeyleri anlatırken çizimlere, daha sonra ise fotoğrafa başvurmuştur. Çünkü bir olayın aktarımının sadece işitsel değil görsel olarak da desteklenmesinin insanlar üzerindeki etkisi büyüktür. Bu durumun temelinde ise insanın gördüğüne duyduğundan daha fazla inanmaya meyilli olması yatmaktadır. Nitekim haberin görsel olarak desteklenmesi denilen bu süreç, daha haber yazılmadan başlamaktadır. Bilindiği üzere haber artık sadece masa başındaki bir yazarın görevi olmaktan çıkmıştır.

### **HABERİN GÖRSEL DESTEKLERİ**

Fotoğraf kâğıda basıldıktan ve maliyeti düştükten sonra tüm dünyadaki habercilik anlayışını baştan aşağı değiştirmiştir. Çünkü fotoğrafın okuyucu üzerindeki etkisi kısa sürede fark edilmiş ve haberciliğin en önemli enstrümanı haline dönüşmüştür. Ancak fotoğraf çekilirken yapılan hatalar, habere konu olan kişiler ve konular üzerinde yapılması gereken düzenlemeler illüstrasyon adı verilen bir çalışmanın ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Özellikle de fotoğrafın yazılı basında kullanılmaya başlamasıyla birlikte fotoğrafçılar ve resimciler arasında da büyük bir rekabet başlamıştır. Uzun yıllar süren bu rekabet adeta bir savaşa dönüşmüştür. Hatta fotoğraf gravürlerinin istenilen kaliteye ulaşmadığı ilk dönemlerinde, gazetelerin sıklıkla çizilmiş resimlere başvurduğu bilinmektedir. Fotoğrafın baskı kalitesiyle ilgili bu süreçteki yaşanan geliştirmelerle birlikte fotoğraf teknik verilerin analizine dayanmayan, olay saptaması olan birçok olayda haberin değişilmez destekçisi olarak kullanılmaya başlamıştır. Bu bağlamda fotoğraflar, videolar, karikatürler, grafikler, tablolar ya da illüstrasyonların hepsi haberin görsel destekleri arasında yer almaktadır. Haberi desteklemesi için düşünülen görsel desteklerin metinle de uyumlu olması istenmektedir. Örneğin kullanılan fotoğraftaki kişinin ifadesine bakarak onunla ilgili çıkarım yapmak isteyeceklerdir. Ya da diğer bir örnekle haberdeki görüntülerde yer almayan bir olayın metinde yer alması izleyici tarafından hoş karşılanmayacaktır. Haber Fotoğrafçılığı Fotoğraf ilk kez 1850 yılında yazılı basında kullanılmıştır. Bu dönemde yazılı basın için Amerika ve Avrupa'da meydana gelen kazaların fotoğrafları çekilerek, yayınlanmıştır. Fakat bildiğimiz anlamdaki haber fotoğrafçılığı ilk kez Roger Fenton ile 1855 yılında başlamıştır. Fenton asistanı ile birlikte Kırım Savaşını fotoğraflamak için Kırım'a gelmiştir. İngiliz Kraliçesi Victoria, Fenton'a savaşta hayatlarını kaybedenleri ve yaralı askerlerin üniformalı hallerini fotoğraflaması koşuluyla izin vermiştir. Fenton ve asistanı bu süreçte yüzlerce fotoğraf çekerek hem ilk kez bir savaşı bu kadar detaylı fotoğraflamış hem de ilk gerçek yazılı basın fotoğrafçısı olmuşlardır. İlk dönemde savaşlar ve bazı önemli olaylar üzerinden yürüyen haber fotoğrafçılığı zaman içerisinde, toplumun ilgilendiği ve haber değeri taşıyan her konuyu fotoğraflamak için basın tarafından kullanılmaya başlamıştır. Öyle ki; haber fotoğrafçılığında uzmanlaşmanın olması gerektiğine olan inanç 20. Yüzyıla birlikte artmış, haber fotoğrafçılığı, savaştan spora kadar birçok alanda uzmanlaşma gerektiren bir hale bürünmüştür. Dolayısıyla bu uzmanlaşma haber fotoğrafçılığının diğer fotoğrafçılık türlerinden ayrılması anlamına da gelmektedir. Haber Fotoğrafının Değerini Belirleyen Unsurlar Haber fotoğraflarında inandırıcılık asla taviz verilmemesi gereken önemli bir ayrıntı olarak ön plana çıkmaktadır. İnandırıcılığı artırmak isteyen foto muhabiri uygun zamanda, uygun bir yerde, fotoğrafın hedef kitesinin merak edeceği yahut konuyu en iyi yansıtabilecek kareyi yakalamak için büyük bir çaba harcamaktadır [6]. Yalnız sözü edilen bu çaba yıllarca kazanılan deneyimlerle birlikte bir anlam kazanmaktadır. Kuşkusuz haber fotoğrafçılığında en önemli nokta burasıdır. Çekilen fotoğrafın tarihe tanıklık ettiği unutulmamalı, olayı tüm çıplaklığıyla vermelidir. Bilindiği üzere her tarihe tanıklık ettiği düşünülen fotoğraf ya da gün içinde meydana gelen olaylarla ilgili tüm fotoğraflar basında yer bulmamaktadır. Bunun için belli başlı kriterler gözetilmekte, basında yer alacak ince elenip sık dokunarak seçilmektedir. Dolayısıyla haber fotoğraflarının seçilmesi kadar onların değerini belirleyen bazı ölçütler olduğu kabul edilen bir gerçektir.

Dünya çapında yaygın olarak kabul edilen bu ölçütler fotoğrafın etki boyutu, yakınlık, zamanlama, tanınmışlık, haber fotoğrafının sıra dışı olması, fotoğrafın duygusal yoğunluğu, toplumsal çatışmalar, savaşlar, toplumsal olaylar şeklinde sıralanmaktadır. Foto Röportaj Önceden belirlenen bir konu hakkında ön hazırlık yapılarak, konuyla ilgili uzman kişi ya da kişilerle görüşülmesine röportaj

denilmektedir [5].

Foto röportaj ise foto hikaye, fotoğrafik deneme, belgesel gibi isimlerle de anılmaktadır. Ancak yaygın olarak Avrupa’da foto röportaj olarak bilinen kavramın Amerika kıtasında ise belgesel olarak adlandırıldığı unutulmamalıdır. Ayrıca foto röportaj tarihe tanıklık etmesi kadar, yalnızca belgesel çalışmasında anlatılabilecek hikâyeyi, kurulacak sözü ortaya çıkarmak için kullanılan bir yöntemdir. Dolayısıyla foto röportaj kimi zaman birden fazla fotoğrafın bir araya getirildiği ve bu fotoğraflara güçlü metinlerin eşlik ettiği bir yazın türüdür. Bu nedenle de güçlü fotoğrafların seçilmesi ve çekilmesi büyük önem arz etmektedir. Çünkü tek bir kare fotoğrafın burada birçok satırlık cümleye karşılık geleceği unutulmamalıdır. Bu noktadan bakıldığında foto röportajı yapan kişi, tanıklık eden kişi, gözlemde bulunan kişi ve araştırmacı olmak üzere dört rol üstlenmesi gerekmektedir. Bunlar sırasıyla foto röportajı yapan kişi, tanıklık eden kişi, gözlemde bulunan kişi ve araştırmacı olmak üzere dört rol olarak karşımıza çıkmaktadır. Video Röportaj Röportajın bir çok türü bulunmasına rağmen en çok bilinen türü video röportajlardır. Özellikle televizyonculuk bağlamında ele alınan bu röportaj türü karşımıza iki şekilde çıkmaktadır. Bunlardan birincisi haber röportajları diğeri ise feature röportajlardır. Haber röportajları, haber değeri olan ve haberle ilgili detaylı bilginin verildiği röportaj türü olarak bilinmektedir. Genellikle kısa olarak hazırlanan bu türün en büyük özelliği haber içerisinde sıklıkla kendisine yer bulması ve kısa süreli olarak hazırlanmasıdır. Diğer bir deyişle belli bir konuda muhabir aracılığıyla tanık ya da uzmana sorularak hazırlanan röportaj şeklindedir. Feature röportajlar ise daha çok bir konunun derinlemesine analizine ihtiyaç duyulduğunda başvuru olan röportaj tekniğidir. Burada yapılmak istenen şey aslında bir konunun geçmişi, mevcut durumu ve geleceğine yönelik saptama sunmaktır. Süresi haber röportajlarına kıyasla daha uzun olan bu tür genellikle bir program içine yerleştirilir ya da direkt olarak bir programın kendisi olurlar. Örneğin haber programları içerisinde haberlerden daha uzun süre ayrılarak yer verilen röportajlar buna bir örnek olabildiği gibi, beslenme, sağlık, spor, gündemdeki olaylarla ilgili yapılan programlarda uzman görüşü olarak arada verilen röportajlarda yine bu tür kapsamında değerlendirilmektedir. Grafikli Haber Haber metinleri yazılırken her ne kadar haberle ilgili tüm detaylar içerisine konmaya çalışılsa da kimi zaman bu konuda yeterli başarı sağlanamamaktadır. Buradaki temel sorun haberin salt verilere dayanmasıdır. Haber metnindeki verilerin kolay anlaşılabilir olması amacıyla grafiklerle birlikte verilmesine grafikli haber denilmektedir. Bir spor takımının yaptığı maçlarda aldığı sonuçların ve form durumunun incelenmesi, ekonomik verilerin aktarılması, hava durumu gibi klasik bir bilgilendirme ya da çeşitli verilerin değerlendirilmesi bu durumu ortaya çıkarmaktadır. Özellikle gazete, dergi ve televizyonların vazgeçilmez bir görsel unsuru olan grafikli haberler konuyu takip eden izlerkitlenin konuyu daha hızlı ve akılda kalıcı bir şekilde takip etmesini sağlamaktadır.

20. Yüzyılın başından itibaren ortaya çıkan görsel-işitsel kitle iletişim araçları, toplumun yeniden biçimlendirilmesinde önemli bir rol oynamıştır. Bu döneme kadar etkili olan yazılı basın görece daha dar hedef kitlelere mesajlarını ulaştırabiliyorken, görsel ve işitsel kitle iletişim araçlarının ortaya çıkışıyla birlikte çok daha geniş kitlelere bilgi ve haber aktarımı sağlanmıştır. Bu araçların doğası gereği kitlesellik gücü, toplumun eğitilmesinde, ikna edilmesinde, haber ve bilginin halka ulaştırılmasında ve eğlendirilmesinde etkin bir biçimde kullanılmıştır. İletişim alanında yaşanan gelişmelere paralel olarak toplumun yönlendirilmesinde radyo ve televizyonun bireylerin kanaatleri ve davranışları üzerinde oluşturacağı etki çok önemsenmiştir. Görsel ve işitsel kitle iletişim araçlarının tüm dünyada yaygınlaşmasının ardından bu araçların üretmiş olduğu program ve haber içerikleri çeşitlenerek yeni program türlerine kaynaklık teşkil etmiştir. Uzun yıllar insanların haber ve bilgiye ulaşmada tekeli elinde bulunduran yazılı basın araçları, daha hızlı, daha etkili unsurları kullanarak toplumun büyük bir kısmına ulaşabilen yeni kitle iletişim araçlarına bu misyonunu devretmek zorunda kalmıştır. Radyo yayıncılığının 20. yüzyılın ilk yarısına kadar olan süreçte etkin bir rol oynamasına karşın bu yüzyılın ikinci yarısından itibaren televizyon yayıncılığı tüm dünyada hızla yaygınlaşmıştır.

### **RADYONUN ORTAYA ÇIKIŞI VE RADYODA HABER YAYINCILIĞININ GELİŞİMİ**

Dünyada ilk radyo istasyonlarının kurulmasının ardından hızla yaygınlaşan radyo yayıncılığı, dönemin etkin kitle iletişim araçları olan gazeteler, dergiler gibi takip edebilmek için okuryazarlık gerektiren önemli bir yetkinliğe gereksinim duymadan kitleselliğe yeni bir boyut getirmiştir. Sadece dinlemenin esas olduğu çok geniş kitlelerin takip edebildiği yeni bir dönemin kapısını aralamıştır. Özellikle 20. Yüzyılın başından itibaren ortaya çıkan görsel-işitsel kitle iletişim araçları, toplumun yeniden biçimlendirilmesinde de önemli bir rol oynamıştır. Radyo gündelik olaylar konusunda bilgi edinmek isteyen, yaşadığı yörenin hava ve yol durumu, o bölgede gerçekleşecek çeşitli etkinliklerin bilgisine ulaşmak isteyen herkesin kolayca erişebildikleri, dinleyicinin de gerçekten programın bir parçası olabileceği etkileşimi yüksek bir medyadır. Hem yayıncı hem de dinleyici açısından ucuz olması, hem içeriklerinin dinleyicilere ulaştırılması konusunda zaman ve mekan konusunda esnek olması ve hızlı olması ve hem de meşgul edici değil, eşlik edici olmasından dolayı radyo, diğer iletişim araçlarına göre daha çok tercih edilmektedir. Televizyon, internet gibi kendisinden sonra gelen iletişim teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla yüzyılın ilk elektronik iletişim aracı olan radyonun arka plana atıldığına yönelik tartışmalar olsa da, sayısal iletişim teknolojilerinin sunmuş olduğu olanaklarla birlikte radyo yeni teknolojilerin içine entegre olarak hayatın her alanında zaman ve mekân sınırlarını aşarak var olmaya devam etmektedir. Günümüzde ise internet sayesinde yerel radyolar, küresel düzeyde dağılmış alıcılara bireysel olarak ulaşmaktadır.

Radyo Haberciliğinin Genel Özellikleri İnsanların yoğun olarak haberi tükettikleri televizyon, radyo, gazete ve internet gibi kitle iletişim mecraları gerek konumu, gerek işlevi ve gerekse tüketilme/kullanılma biçimleri açısından önemli farklılıklar taşımaktadırlar. Haber her ne kadar kapalı bir metin olsa da kitle iletişim aracının özelliklerine göre değişim göstermekte, yayımlandığı mecranın yapısına göre şekillenmektedir. İşte bu farklılıklar haberlerin diline ve yapısına da yansımakta, her mecranın kendine özgü haber dili ortaya çıkmaktadır. Radyo haberciliği diğer kitle iletişim araçlarıyla karşılaştırıldığında diğerlerinden daha hızlı olmasıyla ayrılmaktadır. Örneğin televizyon haberciliğinde görüntünün düzenlenmesi, metnin görüntünün altına okunması; gazete ve internet haberciliğinde ise haberin yazılması, sayfa düzeninin yapılması, okuyucuya ulaşması gibi süreçler haber verme işlevini görece yavaşlatırken, radyoda haber hiçbir dolayımına gerek kalmadan sadece ses olarak iletilmektedir. Bu haliyle radyo haberciliği basit ve süratlidir. Radyo haberinin hızlı olma özelliği, onu uzun ve ayrıntılı metin olmaktan çıkarır.

Radyoda Haber Türleri Radyo haberciliğinde biçimsel olarak haber üç başlıkta ele alınmaktadır. Radyo haberciliğinde haberler bülten haberleri, kısa haberler ve haber programları ve kuşakları şeklinde sınıflandırılmaktadır. Kısa haberler: Özet hâlinde yazılmış metinleri kapsar cümleler kısa ve hatırlatıcı niteliktedir. 3-4 cümleyi geçmeyen spot haber içerikleridir. Bülten haberleri: Radyo haberleri biçimsel olarak uzun radyo haber programlarının dışında haber bülteni olarak yayına hazırlanır. Bültenler genel olarak ana haber bültenleri ve ara haber bültenleri şeklinde iki başlık altında hazırlanır. Ana haber bültenleri haberin ayrıntılarına odaklanırken ara haber bültenlerinde haber başlıklarına kısaca yer verilir. Ana haber bültenleri yayın süresi bakımından uzun olması habere ait içeriğin detaylı bir biçimde verilmesine olanak sağlamaktadır. Ara haber bültenleri ise süre

bakımından sınırlıdır.

Ana haber bülteninde yer alan tüm haber başlıklarına değinemez gündemde olan en önemli haber başlıklarını seçerek spot cümlelerle yayına aktarır. Haber programları ve kuşakları: Gündemin öne çıkan en önemli olaylarını yorum unsurlarını kullanarak röportaj, söyleşi gibi yöntemlerle olayları geniş bir çerçevede ele alan haber programlarıdır. Bu programlarda haberler dramatik bir biçimde kurgulanmakta ve sunulmaktadır.

Yerel, ulusal, evrensel ölçekteki haberler bu programlarda ayrıntılarıyla incelenmektedir. Radyo Haberciliğinde Haber Kaynakları ve Haber Toplama Teknikleri Radyo haberciliğinde en önemli farkındalık habere ulaşmada ve haberin kitlelere aktarılmasındaki hızdır. Bu nedenle radyo muhabirleri haber kaynaklarına ulaşırken ve haberi toplarken bazı unsurlara dikkat etmesi gerekir. Muhabir doğru haber kaynaklarına kanalize olmalıdır. Basın toplantıları, basın ajansları, bildiriler, resmi açıklamalar, elektronik ağlar ve internet, diğer gazeteciler, konuklar.. gibi kaynaklar habere ulaşmada etkili kanallardır. Radyo muhabirleri habere ulaşırken kullandığı haber kaynakları ile doğru ve samimi bir iletişim biçimi geliştirmelidir. İletişimi güçlü bir kaynak kullanımı habere ulaşmada önemli kolaylıklar sağlar. Radyo muhabiri haberi toplarken doğru ve güvenilir kaynaklara ulaşmalıdır. Her zaman haberle ilgili topladığı bilgileri kontrol etmelidir. Bilgilerin doğruluğunu araştırmadan haberi yazmamalıdır. Muhabir haberin kamu yararı gözetip gözetmediğini bilmelidir. Baskın kurumlar haberi yönlendirme çabası güderler. Kişi ya da kurumların çıkarları doğrultusunda haber yazılmamalıdır.

### **TELEVİZYON HABERCİLİĞİ**

Geleneksel medyanın en popüler ve en gözde kitle iletişim aracı televizyondur. Görsel ve işitsel unsurları bir arada kullanabilme yetisiyle günümüzde kitleler üzerinde oluşturduğu etki yadsınamaz bir gerçektir. Ortaya çıktığı dönemden günümüze kadar toplumsal yaşamın temel pratiklerini dönüştürmüş, insanların kanaatleri ve davranışları üzerinde etkili olmuştur. İşitsel öğelerin biçimlendirdiği radyo yayıncılığına karşın görsel unsurları hareketli bir formda aktaran televizyon yayıncılığı kitleler üzerindeki etki gücünü pekiştirmiştir. Günümüz yayıncılık anlayışında televizyonun kamuoyu oluşturma, eğitime ve eğlendirme, gündem belirleme, mal ve hizmetlerin tanıtımını sağlama gibi işlevleri arasında bilgi ve haber verme işlevi ön plana çıkmaktadır. Giderek tüm dünyanın iç içe daha entegre olduğu bu süreçte bireylerin bilgi ve habere olan gereksinimi artmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelere paralel olarak televizyonda habercilik anlayışı da farklı uzmanlık alanlarına evrilmiştir. Haberin aktarım biçimleri yeni yapıya uyum sağlayarak dönüşmüş ve uzmanlaşmıştır.

Günümüzde tematik olarak haberi merkeze alan tüm güne yayılmış haber kanalları toplumsal alanı kuşatarak baskın bir biçimde yayıncılık faaliyetlerini sürdürmektedir. Televizyonun Ortaya Çıkışı ve Televizyonda Haber Yayıncılığının Gelişimi Televizyon yayıncılığında özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren yayın içeriklerini tüm dünyada ilgi görmeye başlamıştır. 1935'te Almanya, 1936'da İngiltere, 1941'de ABD'de düzenli televizyon yayıncılığına geçilmiştir. II. Dünya Savaşı sırasında Avrupa'da televizyon yayıncılığı gelişmemiştir. Bu yıllarda Amerika'da televizyon yayıncılığı önemli bir gelişme göstermiştir. Televizyon yayıncılığı, savaşın bitmesinden hemen sonra tüm dünyada hızla yaygınlaşmıştır. Yayınların kitlelere ulaştırabilmesi için televizyon vericilerinin sayıları artırılırken, yeni televizyon istasyonları hayata geçirilmiştir. Aynı dönemde televizyon alıcısı sayısı da önemli ölçüde artmıştır.

Televizyon haberleri de XX. yüzyılın ikinci yarısından itibaren yayın içeriklerinin önemli bir kısmına karşılık gelmeye başlamıştır. Televizyon haberciliği diğer kitle iletişim araçlarından yapılan habercilik pratiklerine karşın kendine özgü özellikleri mevcuttur. Televizyon haberi hareketli görüntünün temelinde şekillendiği için farklı bir biçimde ele alınmalıdır Televizyon haberciliğini diğer habercilik anlayışlarından farklı kılan temel unsur televizyon teknolojisinin kendine has yapısıdır. Bu nedenle yayıncılıkta haberlerin içeriği kadar televizyon teknolojisinin bu haber formatına uyumlu hâle getirilmesi önemlidir. Bu dönüşümde ses ve görüntü öğeleri kullanılarak haber unsurlarının bir araya getirilmesi ayrı bir uzmanlık gerektirmektedir.

Televizyon Haberciliğinde Haber Görüntü Kaynakları Televizyon haberciliğinde en temel unsur haber metni ile görüntünün birlikte izleyiciye sunulmasıdır. Habere konu olan görüntüler haberi tamamlayıcı ve açıklayıcı olmalıdır. Haberin televizyon ortamında izlenmesinin nedeni habere ilişkin olayların görüntüsünün de ekrana yansıtılmasıdır. Haberin kitle üzerinde inandırıcılığın artması görüntünün kanıt niteliği taşımasından kaynaklanmaktadır. Televizyonda Haber Dili ve Haberin Yapısal Özellikleri Haber bir olayı izler kitleye anlatma faaliyetidir. Bu anlatım basit ve açık bir dille gerçekleştirilir. Haberin dili toplum içerisinde eğitim düzeyi ve sosyo-ekonomik durumu farklı olan bireylere yönelik hazırlanır.

Geniş bir yelpazede homojen olmayan bu kitleye herkesin anlayabileceği bir anlatı ile haber aktarılmalıdır. Günlük yaşamımızda kullandığımız dil haberin diliyle benzerlikler içerir. Haberin izleyici üzerinde etkili olabilmesi haber metninin nasıl yazıldığına bağlıdır. Haber metni yazılırken dikkat edilmesi gereken hususlar şunlardır: Metnin yazımında kullanılan kelimeler gündelik yaşamımızda kullandığımız dilden seçilmelidir. Televizyon haberlerinde zorunlu durumlar dışında

yabancı sözcüklerin kullanımından kaçınılmalıdır. Uzun cümle yapıları kurmak yerine, basit, kısa açık cümleler kullanılmalıdır. Haber metninde tanımlama yapmak amacıyla gereksiz sıfat kullanımından kaçınılmalıdır.

Gündelik dile yerleşmiş argo ifadelerden kullanılmamalıdır. Haberin yazımında öznel ifadeler yer verilmemelidir. Haber dilinde maddeleştirilmiş ifadeler ve parantez kullanımına yer verilmez. Haberde elde edilen bilgiler ve görüntünün anlatımında kullanılan teknik terimler sadeleştirilerek verilir. Televizyonda Haberin Yapısal Özellikleri Kitle iletişim araçlarının ortaya çıkışından günümüze kadar geçen süreçte yayıncılık kamu kuruluşları ve özel işletmelerin sahipliğinde gelişmiştir. Kamu yayıncılığı halkı gözeterek kâr etme amacı gütmeyen toplumsal yapının farklılıklarına seslenirken, özel teşebbüslerin elinde gelişen yayın kuruluşlarının temel amacı kâr elde etmektir.

Günümüzde televizyonun temelde bir eğlence aracı olarak görülmesi televizyon haberlerinin yapısal özelliklerini de bu yönde etkilemiştir. Bu görüşten yola çıkarak, televizyon haberciliğinin yapısal özelliklerini şöyle sıralayabiliriz. Televizyon haberleri hareketin esas alındığı olay esaslıdır. Haberler konusuna ve olaya dayalı olarak haber değeri kazanır. Televizyonda olaya dayalı haberler görüntü sağladığından daha çok yer almaktadır. Konuya dayalı haberler ise soyut haberlerdir bu nedenle ekranda daha az yer bulurlar. Televizyon haberleri izleyicisiyle çok hızlı bir biçimde buluşmaktadır. Olay yerine ulaşan muhabirler haberleri ekrana çok hızlı taşırlar.

Televizyon az önce gerçekleşen olayları haber olarak ekrana getirmektedir. Hatta canlı yayınlarda olduğu gibi olayları oluş anında verebilen bir araçtır. Televizyon haberleri yazılı basında yer alan haberlere göre daha kısa ve özet niteliğindedir. Ana haber bültenlerinde yer alan haberlerin yazılı metinleri oldukça kısadır. Haberde Kullanılacak Görüntülerin Özellikleri Televizyon haberlerinde habere konu olacak görsel içeriğin, haber değerini artırıcı unsurlara sahip olması gerekmektedir. Görüntüsü olmayan konular ya da olaylar önemli olsalar bile haber bülteninde ya yer almaz ya da çok az süreyle yer alır. Bu nedenle habere konu olan görselliğin sunumunda dikkat edilmesi gereken bazı noktalar vardır. Habere konu olan içeriğin en yeni görüntülerini kullanmak gerekmektedir.

### **İNTERNET HABERCİLİĞİNİN TANIMI**

İnternet haberciliği, internet tabanlı teknolojilere dayalı olarak yürütülür. Dolayısıyla internet haberciliği gazeteciliğin çeşitli yöntemleri kullanılarak insanların internet aracılığıyla bilgilendirilmesini ifade eder. İnternet haberciliği temelde mesajın sunulduğu mecranın değişimi, mesajın sunumu ve alınmasına ilişkin dönüşümü ifade eder. İnternet haberciliği yazı, ses ve görüntü gibi unsurların eş zamanlı olarak kullanılmasına imkân tanır. Bu yönüyle internet haberciliği gazete, radyo ve televizyon haberciliğinin sentezini oluşturan bir gazetecilik türü olarak görülür. Ayrıca internet haberciliği biçiminde ifade edilen habercilik faaliyetleri için sanal habercilik/gazetecilik, online (çevrimiçi) habercilik/gazetecilik ve dijital habercilik/gazetecilik, elektronik habercilik/gazetecilik gibi farklı kavramlar da kullanılır.

### **İNTERNET HABERCİLİĞİNİN TARİHÇESİ**

İnternet haberciliğinin kökeni televizyonlardaki teleteks yayınlarına dayanmaktadır. 1980'li yıllarda Avrupa'da altın çağını yaşayan teleteks Türkiye'de ilk olarak 1990'lı yılların başında TRT tarafından uygulamaya sokulmuştur. Teleteks hizmeti ile birlikte haber, hava durumu, yol bilgisi ve spor gibi konular bilgisayar ortamına aktarılmış ve televizyon vericisiyle yayınlanmıştır. Bu uygulama ise internet haberciliğinin temelini atmıştır. İlk internet gazeteleri ABD'de ortaya çıkmıştır. 1995 yılında sekiz büyük gazete baskıya hazır gazete sayfalarını online ortama aktarmak için 'Yeni Yüzyıl Yayım Ağı' adında bir şirket kurarak sanal yayıncılığı örgütsel olarak başlatmıştır. Yalnızca internet üzerinden yayın yapan gazetelerin ilk örneğine ise 1990'lı yılların sonunda rastlanmaktadır. Türkiye'de gazete yayınları, internet ortamına ilk olarak 1995 yılında aktarılmıştır. İçeriğinin tamamını internete açan ilk gazete Milliyet gazetesidir. Türkiye'de internet ortamına taşınan ilk dergi ise Aktüel dergisidir. Türkiye'de yalnızca internet üzerinden yayın yapan ilk Türk gazetesi ise Ocak 1996 yılında yayın hayatına başlayan Xn gazetesidir.

İnternet gazetelerinin ortaya çıkışından günümüze kadar geçen sürede internet haberciliği üç döneme ayrılarak değerlendirilebilir. Birinci Dönem: Gazetelerin haberlerini internet gazeteciliği için üretmedikleri, basılı gazeteler için üretilmiş haberleri internet ortamına aktarıldıkları dönemdir. İkinci Dönem: Gazetecilerin web teknolojilerindeki gelişmeleri ve sunduğu olanakları göz önünde bulundurarak özgün haber içeriğini web sayfası için düzenledikleri dönemdir. Üçüncü Dönem: Haber içeriğinin web sayfası için biçimlendirilerek üretildiği dönemdir. İnternet haberciliğindeki farklılaşmanın en önemli ayağını web 2.0 teknolojisi oluşturur. Web 2.0 ile birlikte kullanıcı, internet ortamında paylaşım ve yorumda bulunabilmektedir. Dolayısıyla web 2.0 teknolojisi okuyucuyu pasif konumdan çıkarıp aktif bir konuma getirmiştir. Bu durum ise yurttaş gazeteciliği kavramını ortaya çıkarmıştır. Web teknolojisindeki gelişmeler haber sunumunda da pek çok avantajı beraberinde getirmiştir. İnternetin sunduğu multimedya ve hipermedya ortamı haberin etkileşimli ve dinamik bir yapıda sunulmasını sağlamıştır. İnternet haberciliği tarihindeki en önemli gelişmelerden biri de akıllı telefonların yaygın olarak kullanılmaya başlanmasıdır. Mobil cihazların yaygın olarak kullanılması, internetin okuyucunun her an elinin altında bulunması enformasyona ulaşım ve enformasyon paylaşımı açısından büyük kolaylık sağlamıştır.

### **İNTERNET HABERCİLİĞİNİN ÖZELLİKLERİ**

İnternet haberciliğinin özellikleri internetin depolama, multimedya, hipermetin gibi olanakları, kullanıcı ile etkileşim imkânı, haber sunum şekilleri, zaman ve mekân nitelikleri bağlamında çizilebilir. İnternet yoluyla muhabir bilgiye daha ucuz ve daha hızlı bir şekilde ulaşabilir. İnternetin interaktiflik (etkileşim) özelliği okuyucunun yorum yapabilme ve geri bildirimde bulunabilmesine imkân tanır. Haber siteleri okurun tepkisini anlık olarak alabilir. Okur haber üretim sürecinde aktif bir rol üstelenebilir ve habere müdahale edebilir. İnternetin multimedya (çoklu ortam) özelliği video, ses, müzik gibi araçları bir arada kullanarak haberin daha güçlü ve dikkat çekici bir şekilde sunulmasını sağlar. İnternetin en önemli özelliklerinden biri hipermetin özelliğidir. Bu özellik sayesinde okuyucu, aynı sayfadaki metnin içinde bir yere ya da başka sayfalara bağlantılar aracılığıyla erişebilir. İnternet haberciliğinde yer sıkıntısı yoktur. Haber istenilen uzunlukta verilebilir. İnternet haberciliğinde haberin okuyucuya ulaşma süresi oldukça hızlıdır. Dolayısıyla olay olur olmaz internet ortamında habere ulaşmak mümkündür. İnternet haberciliğinde güncelleme oldukça kolay ve hızlı bir şekilde yapılır. Habere konu olan olaya dair bilgiler geldikçe haber hızlı bir şekilde güncellenir. Okur istediği zaman diliminde haberlere ulaşım okuyabilir. İnternetin depolama ve arşivleme özelliği sayesinde haberler

kolaylık depolanıp saklanır ve kolayca bu arşivlere ulaşılabilir. Ayrıca okuyucu istediği haberi arşivleyebilir. İnternet ortamında yayınlanan gazetelerin büyük çoğunluğu ücretsizdir.

### **İNTERNETİN HABERCİLİĞE GETİRDİĞİ AVANTAJLAR VE DEZAVANTAJLAR**

İnternet haberciliğinin en önemli avantajlarından birisi okuyucunun haberin içine daha fazla katılımını sağlamasıdır. Okur web sayfasındaki linkler, iletişim kutusu veya e-posta gibi online iletişim yolu ile anında olumlu ve olumsuz tepkilerini yansıtabilir. İnternet haberciliğinde ses, görüntü ve grafik gibi multimedya unsurları ile desteklen haber daha doyurucu bilgiler aktarır. Geniş içeriklere rağmen internet haberciliği çok fazla istihdam gerektirmez. Bunun yanı sıra internet haber yayıncılığında pahalı cihazlara gerek duyulmaz. Gazete ve televizyondaki gibi baskı veya yüksek yayın maliyeti de söz konusu değildir. İnternet haberciliğinde eş zamanlı yayın söz konusudur. Olay gerçekleşir gerçekleşmez haber olarak okura sunulabilir. İnternet haberciliğinin daha geniş kitlelere daha kısa sürede, sınırsız ve daha ucuz bir erişim olanağı yarattığı söylenebilir. İnternet haberciliği alternatif medya potansiyeli de taşır. İnternet haberciliği, gazetecinin gerek kendi görüş ve düşüncelerini gerekse haberlerini herhangi bir baskı altında kalmadan özgürce paylaşabileceği bir ortam sunar. Geleneksel gazeteciliğe kıyasla internet haberciliğinin sahip olduğu avantajların yanında birtakım dezavantajları da bulunur. Geleneksel medyaya kıyasla daha kolay bir habercilik kulvarı yaratan internet haberciliğinin olumsuz yönlerinden biri de gazetecilik etiğine ilişkin ihlalleri artırmış olmasıdır. Haberin hızlı bir biçimde okura sunulması çabası içinde denetimden geçmeden servis edilen haberler bunun en önemli örneğini oluşturur. Diğer yandan geleneksel medyada olduğu gibi bir denetim mekanizması bulunmayan internet haberciliği ile birlikte gerek yasadışı içeriklerle gerekse saldırgan yayıncılık ile basın meslek ilkeleri ile uyuşmayan bir habercilik anlayışı gelişmiştir. İnternet ortamında habercilik ilkeleri ile uyuşmayan sansasyonel ve asparagas haber üreterek enformasyon kirliliği yaratan sitelerin artan sayısı önemli bir sorun olarak görülür. Ayrıca bazı siteler okuyucunun sitede çok daha fazla zaman harcaması için çarpıcı başlıklar altında uzun, anlaşılmaz veya haberin temel hedeflerine uzak metinleri haber olarak servis ederler. İnternet haberciliğinde önemli görülen sorunlardan biri de “copy-past” (kopyala-yapıştır) haberciliğidir. Bu tutumla yürütülen habercilik, farklı kaynaklar ve sitelerden alınan haberlerin hiç değiştirilmeden veya çok az değiştirilerek kullanımını ifade eder. Ayrıca haber sitelerinin haber olarak okura sunduğu metinlerin geleneksel medya organlarından veya başka haber sitelerinden kaynak göstermeksizin alınması da bir başka sorun olarak öne çıkar.

### **İNTERNETİN HABER, GAZETECİ VE OKUR ÜZERİNDE YARATTIĞI DEĞİŞİMLER**

Yeni iletişim teknolojileriyle birlikte internetin haber süreçlerinde kullanılmaya başlanması haberde ve haber süreçlerinde önemli değişiklikler yaratmıştır. Haberin toplanması, işlenmesi ve sunum teknikleri gibi haber iş akış süreçleri ile haber içeriklerinin biçimi, haber merkezlerinin yapısı ve organizasyon biçimleri söz konusu değişikliklerden bazılarıdır. Haber içeriklerini oluşturan bilgiler günümüzde büyük oranda bilgisayarlar, veri bankaları veya internet sitelerinde yer alır. Dolayısıyla geleneksel haber kaynaklarının yanında internet, önemli bir haber kaynağı olarak farklı kulvarlarda bilgi toplama aracı olarak önem kazanmıştır. İnternet haberleri geleneksel gazete haberlerinin aksine sayfa sayısı, metin veya fotoğraf gibi kısıtlamalara tabi değildir. Bununla birlikte internet gazeteciliği aynı coğrafi konum ve zaman diliminde çalışma zorunluluğunu ortadan kaldırmıştır. Haber, sanal düzlemde ortaya çıkarılmaya başlanmıştır. Bu yönüyle haberde son derece önemli bir yapı olarak görülen yazı işlerinin de sanallaştığı söylenebilir. Medyaların yöndeşme eğilimi çerçevesinde haberciler internet teknolojilerinden her geçen gün daha fazla yararlanmaya başlamıştır. Bununla birlikte internetin sunduğu avantajlarla birçok kişi veya kurum gazetecilik faaliyeti içinde yer alır. Özellikle internet teknolojilerinin etkin kullanımına ilişkin becerilere sahip olup mesleki anlamda gazetecilikle uğraşmayan insanların haber yapması “yurttaş gazeteciliği” kavramını doğurmuştur. Yurttaş gazeteciliğinin en önemli özelliği; kullanıcıların aktif katılımına izin vererek haber üretim süreçlerinde gönüllü ve güven temeline dayalı olarak aktif bir biçimde yer almalarını sağlamasıdır. Yurttaş gazeteciliği ile birlikte birçok kişi haber profesyonellerinin karşısına güçlü bir şekilde çıkabilmektedir. Bu yönüyle yurttaş gazeteciliği, temelde vatandaşları habere hem içerik sağlayan hem de kaynaklık eden biçiminde konumlandırır. “Katılımcı gazetecilik” başta olmak üzere “halk gazeteciliği” ve “demokratik gazetecilik” gibi farklı kavramlarla da eş anlamlı olarak kullanılan yurttaş gazeteciliği haber alanında rekabetçi bir ortam yaratır. Bu rekabet ortamı, gazeteci kimliğine sahip olanların internet teknolojilerine ilişkin gelişmeleri yakından takip etmelerini zorunlu hale getirir.

### **İNTERNET HABERLERİNDE ANLATI VE SUNUM BİÇİMLERİ**

İnternet, geleneksel medyanın tüm olanaklarına sahip olmakla birlikte metin, ses, görüntü, video, grafik, animasyon gibi özellikler ve gerçek zamanlı yayın, interaktiflik, isteğe bağlı erişim ve kullanıcı kontrolü dâhil olmak üzere geniş bir ölçekte haberciliğe yeni imkânlar sunar. Yeni medya ortam ve araçlarını kullanan gazeteciler bir hikâyeyi/haberi anlatmak için gerekli ve uygun yöntemleri ile ortamın sunduğu iletişim özelliklerini kullanarak etkili hikâyeler anlatabilir. İnternetin multimedya özelliği haber anlatı yapısı ve sunum biçimini zenginleştirmiştir. İnternet ortamındaki haberler metin,

ses, grafik, animasyon ve 360 derecelik video gibi var olan imkânların hepsinden yararlanabilir. Hipermedya özelliği sayesinde internet ortamındaki haber, linkler arasında bağlantı kurularak geniş ölçekte anlatılabilir. Benzer haberler arasında bağlantı sağlanabilir. Diğer yandan bir olay, daha önce yapılmış haberlerle bağlantı kurularak daha ayrıntılı bir şekilde aktarılabilir. Linkler arasında kurulan bağlantı sayesinde habere konu olan olaya ilişkin geniş bir foto arşiv oluşturulabilir. Bu anlamda gazeteci de artık yalnızca haberi yazan değil, haber metinlerine ait parçaların birbiriyle nasıl ilişkilendirileceğini ve uygun bir şekilde nasıl bağlantı kurulacağını kararlaştıran kişi konumundadır. Slaytlar, sesli öyküler, canlı sohbetler, sormaca ve anketler, animasyon öyküleri ve tüm yönlü kamera internet ortamındaki haber anlatı biçimleri arasında yer alır. Slaytlar, anlamsal olarak bütünleşik bir öyküyü belirli bir sırayla sunan fotografik bir anlatı biçimini izler. Sesli öyküler ise seslerin yaratıcı bir şekilde kullanılarak olayların betimlenmesini içerir. Canlı sohbetler tam olarak bir haber anlatı yapısı olarak kabul edilmese de uygun bir şekilde düzenlendiğinde haberin bir unsuruna dönüşebilir. İnternet ortamındaki haber bazen de soru ve cevaplar üzerine kurulmaktadır. Haber anlatısının sorular ve cevaplar üzerine kurulması haberi dikkat çekici kılar. Diğer yandan internet ortamındaki bir haber tamamen animasyon biçimde anlatılabilir. Habercilikte tüm yönlü kamera kullanımı ise internet gazeteciliğinin çehresini değiştirmiştir. İnternet haberciliği bağlamında önem kazanan haber sunum biçimlerinden biri de infografik haber tasarımıdır. İnfografik; veri görselleştirmelerini, resimleri, metinleri ve görüntüleri bir araya getirerek hikâyeyi kusursuz bir şekilde anlatan grafik tasarımıdır. İnfografik tasarım haberi daha etkili ve öz bir anlatımla sunmak için başvurulan yöntemlerden biridir. Türkiye’de infografik haber tasarımı özellikle Anadolu Ajansı tarafından haber anlatı ve sunum biçimi olarak sıklıkla kullanılır. İnternet haberlerinde genellikle olayın ve sonucunun ilk paragrafta özetlendiği ters piramit yöntemi tercih edilir. Bu yöntemin tercih edilmesinin en büyük nedeni ise internet ortamında hız olgusunun oldukça önemli olmasıdır. Ayrıca internet haberlerinde kısa ve çarpıcı başlıkların yoğun olarak kullanıldığı görülür.

### **KRİZ VE KRİZİN TARAFLARI**

Genel itibarıyla literatürde işletmecilik ve yönetim bilimi alanı içerisinde ele alınan bir kavram olarak kriz, örgüt ve yönetim boyutlarında değerlendirilmekte, organizasyonun rutin sürecini veya örgütün işleyişini sekteye uğratan, olumsuz bir etki oluşturan beklenmedik durumları ifade etmektedir. Örgütün yaşadığı kriz durumunu oluşturan etmenler çevresel ve örgütsel olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Kriz sürecinde çoğunlukla en önemli rolü oynayan çevresel etmenler; ekonomik sistem ve durum, teknolojik gelişmeler, toplumsal ve kültürel etmenler, hukuki ve siyasi etmenler, uluslararası çevre etmenleri ve doğal etmenlerdir. Örgütün krizle karşılaşmasına sebep olan örgütsel etmenler ise, değişimlere yönelik esnekliği olmayan katı örgüt yapısı ve yönetimin yetersiz ve deneyimsiz niteliğidir. Kriz durumunun genel özellikleri, beklenmedik bir şekilde ortaya çıkması, bir sorun oluşturmaması, hızlı müdahale gerektirmemesi, toplumda merak uyandırması ve çok sayıda insanı etkilemesidir. Herhangi bir kriz durumunda, medya, devlet kurumları ve toplum arasındaki iletişim ya da etkileşimin niteliği öne çıkmakta, karşılıklı beklentilerin yerine getirilmesi ve amaçlara ulaşılabilmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

Toplum ve Kriz Türkiye ekonomik, siyasal, terör ve doğal afet krizlerinin sıklıkla yaşandığı bir ülke olmasına rağmen krize karşı hazırlıklı olmak bağlamında yeterlilik gösterememektedir. Toplumsal olarak tedbir almak ve kriz anında yapılması gerekenlerle ilgili farkındalık ve bilgi eksikliği krizle baş edebilme konusunda başarımızı olumsuz etkilemektedir. Herhangi bir kriz durumunda enformasyon, toplum nezdinde özellikle de toplumsal yaşamı tehdit eden unsurlar söz konusuysa önemli ve güçlü bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır. İnsanlar endişelerini gidermek ve güvensizlik ortamından sıyrılabilme için her türlü malûmatı gerçeklik olarak kabul etme eğilimindedir.

Kriz ortamının karmaşası içinde ortaya çıkan bilgi kirliliği bağlamında, insanlar çoğunlukla ulaştıkları bilgilerin gerçekliğini sınamayacak durumdadır ve konuya dair eleştirel bir bakış açısı geliştirebilmeleri de çok zordur. Dolayısıyla toplumun doğru ve güvenilir enformasyona olan ihtiyacının karşılanması, karmaşanın önlenmesi ve farkındalık oluşturulabilmesi konusunda sorumluluğun büyük kısmı devlet ve medyaya düşmektedir. Devlet ve Kriz (Kriz Yönetimi) Öncelikli olarak devlet sistemi içerisinde ve devlet kurumları bünyesinde kriz durumlarına yönelik bir takım hazırlıkların yapılmış olması ve bu bağlamda devletin krizi yönetme yeterliğine sahip olması gerekmektedir. Kamuda kriz yönetimi, krizi ortadan kaldırmak amacıyla yapılan planlı ve rasyonel faaliyetlerin tümüdür. Bu faaliyetlerin işlevselliği, esneklik, ekip çalışması, kurumlar arası koordinasyon/işbirliği ve medya ile ilişkilerin sağlıklı olmasına bağlıdır. Bu bağlamda, Proaktif kriz yönetiminde, Kriz öncesinde krizi öngörebilmeye dayalı olarak, bunu oluşturabilecek durumlara karşı yapılması gerekenlerin tespiti ve önlemlerin alınmasına odaklanılır.

Reaktif kriz yönetiminde ise, Kriz meydana geldikten sonra, zararların tazmini, hasarların onarımı, mağduriyetlerin giderilmesine odaklanılır. Olağanüstü durumlara karşı hazırlıklı devlet kurumlarının benimsenen kriz yönetimi süreci kriz sinyallerinin alınması, krize hazırlık ve korunma, krizi denetim altına alma, krizin olumlu yanlarının saptanması, krizi çözme, kriz sonrası rehabilitasyon aşamalarından oluşmaktadır. Krizin denetim altına alınıp çözümlenmesi etkili bir yönetim ve dolayısıyla kriz yöneticiliği/liderliği ile mümkün olabilir. Bu bağlamda kriz dönemlerinde, hem yönetsel hem de iletişimsel beceriye sahip liderlik önem kazanmaktadır.

Medya ve Kriz Kriz dönemlerinde kitle iletişim araçları; bilgi akışını sağlama, bilgiyi güncelleme, sorunları dile getirme, kitlelere rehberlik etme gibi işlevlere sahiptir. Medya, devlet ve kamu yararı adına, olağanüstü durumlara yönelik farkındalık oluşturma, risk önleme ve tedbir alma, süreci takip etme ve denetleme, müdahale süreçlerine ve toplumsal rehabilitasyona destek sağlama gibi olumlu roller de üstlenmektedir. Kriz haberciliği konusunda medyanın ticari kaygıları çoğu zaman sorumlu yayıncılık anlayışının önüne geçmektedir. Bu da kriz konusunda olgusal gerçekliği aktarma ve bilgilendirme amacı yerine, şiddet içerikli görsel öğeler üzerinden seyirlik metinler üretme, bireysel mağduriyetleri hikayeleştirerek daha çok izleyici ya da okuyucuyu çekmeye odaklanılmakta, dolayısıyla insanların merakını tahrik etme, korku ve panik havasını körükleme gibi olumsuz sonuçlar doğurabilecek bir yayıncılık anlayışı kabul görmektedir.

### **KRİZ HABERCİLİĞİ**

Belirsizliğin ve buna karşılık enformasyon beklentisinin en yüksek olduğu kriz dönemlerinde medyanın hem hızlı hem de doğru bilgiyi aktarabilmesi gerekmektedir. Özellikle bu dönemlerde toplumsal

hassasiyet artmakta ve toplum yanlış yönlendirilmeye müsait olmaktadır. Bu bağlamda kriz haberciliğinde yapılabilecek yanlışların sonucunu kontrol etmek de normal zamana göre çok daha zor olabilmektedir. Doğası gereği zaten zamanla yarışan bir pratik olan habercilik, krizin beklenmedik niteliğine paralel olarak bir kat daha hızlı işlemek zorundadır. Genellikle hazırlıksız yakalanan bu tür durumlarda karar alma süreçlerinde yapılan hatalar kimi zaman doğruluğu kanıtlanmamış bilgilerin yayılmasına ve toplumsal infiale sebep olmaktadır. Bu olumsuzluklar aynı zamanda medyanın imajını da zedelemektedir. Haberciler arasında “haber atlatma” olarak ifade edilen, haberi ilk veren olma yarışı içerisinde galip gelme çabası kimi zaman doğru olmayan bilgilerin ve iddiaların doğru ya da gerçeğin kendisi olarak algılanması sonucunu doğurmaktadır. Kriz durumlarında, özellikle televizyon kanalları tarafından uygulanan ve haberciler tarafından “teneke yuvarlama” şeklinde ifade edilen, olay anı ya da olay yeri görüntülerini tekrar tekrar yayınlama pratiği, hem dikkat çekmek hem de süre doldurmak amacını taşımaktadır. Krize sebep olan olaya yönelik görüntünün azlığı buna karşın enformasyonun çokluğunu dengelemeye çalışan haberciler, dehşet uyandıran görüntüleri sürekli olarak vermekte, bu görüntülerin zihinlere kazınmasına ve dahası bir görüntü terörüne yol açabilmektedir. Krizde Haber Toplama ve Yazma Bir krizin haberleştirilme sürecindeki adımlar şöyle sıralanabilir: İlk adımda sıcak olayın meydana geldiğine dair duyum kaynaklara doğrulattılır. Haber doğrulandıktan sonra ilk flaş açıklama yayınlanır. Bu aşamadan sonra haber ekibi olay yerine en hızlı ve en uygun yol ile ulaşır. Haber ekibi olay yerinde gözlemlerde bulunarak haber merkezinin yöneticisi ile bu gözlemleri paylaşır. Daha sonra olay yerinden gözlem ve edinilen bilgilere dayalı kısa bilgi ve görüntüler flaş olarak geçilir. Kriz oluşturan olaya dair doğrulanmış detaylı bilgiler ve görüntüler habere dönüştürülerek yayınlanır ve gelişmeler takip edilir. Bu süreç dahilinde olay yeri bilgi ve görüntülerine ek olarak daha önce meydana gelmiş benzer olay ya da durumlara dair arşiv görüntüleri, istatistiki veriler, daha önce yapılmış açıklamalar ve olayın bağlam ve ardağan bilgileri de haber materyali olarak kullanılabilir.

Haber kaynakları ve veri toplama İyi bir haber doğru seçilmiş haber kaynağı ile doğru yapılmış bir mülakata dayanır. Muhabir, trajedi ya da travma yaşayan bu insanlara soru sorarken acılarını ve yaşadıkları zorlukları mutlaka göz önünde bulundurmalıdır. Haber üretiminde kullanılan bir başka kaynak da uzmanlardır. Haberciler kriz konusuna yönelik uzman görüşlerine başvururken, farklı bakış açılarına sahip uzmanların polemiğine sebep olmaktan ve bu görüşleri sansasyonel bir tarzda sunmaktan kaçınmalıdır. Bu noktada toplumun enformasyon ihtiyacını karşılamak amacına sahip olunmalı, kafa karışıklığı veya korku ve panik yaratılmamalıdır. Anlık hızla iletişim kurabilme fırsatı sağlayan sosyal medya kanalları özellikle ani gelişen kriz olayları ya da durumlarında hem ilk yardım, kurtarma ekipleri ve güvenlik güçlerine hem de gazetecilere önemli veriler sağlayabilmektedir. Güvenilirliği şüpheli olsa da doğrulattılması kaydıyla bu veriler haber üretim sürecinde değerlendirilmektedir. Bunlara ek olarak, kriz durumlarında haber kaynakları, siyasi yöneticiler (bakan, milletvekili, belediye başkanı, vali vs.), güvenlik güçleri yetkilileri, sivil toplum kuruluşları (meslek odaları, sendikalar, dernekler) yetkilileri, uluslararası örgütlerin temsilcileri olabilmektedir. Medyanın haber kaynağı tercihinde kaynağın güvenilirliği, sosyal statüsü, olaya ya da duruma hâkimiyeti ve ilişkisi, kitle üzerindeki etkisi, beyanlarının ispatlanabilirliğinin yanı sıra medya kuruluşunun yayın politikası da etkili olmaktadır. Haber dili Kriz durumlarına yönelik haber metinlerinin başlıkları ya da spotları klişeleşmiş çerçevelerden oluşmakta, çoğunlukla kısa ve çarpıcı bir şekilde, ölü ve yaralı sayılarına odaklanan, acıyı öne çıkaran, öfke dolu ve suçlayıcı ya da savunmacı ifadeler kullanılmaktadır. Haber şemalarını, arama-kurtarma çalışmaları ve yardım organizasyonları hakkında bilgiler, siyasi otoritelerin olay yeri ziyaretleri ve açıklamaları, mağdurların acıklı hikâyeleri, mucizevi kurtuluş hikâyeleri ve yurt içinde ve yurt dışında daha önce yaşanmış benzer olaylarla kurulan ilişkiler oluşturmaktadır.

Haber içerikleri ise, bu olayın insanlara ne ifade ettiği, ortaya çıkardığı etki, ölü ve yaralı sayıları, maddi kayıp miktarı ve sosyo-kültürel sonuçlarından oluşmaktadır.

Öteden beri insanların/toplumların haberdar olma/bilme ihtiyacını karşılamak için gazeteler ve gazeteciler bütün mesailerini “haber” değeri taşıyan olayları/durumları öğrenmeye, öğrendiklerini belirli bir formata uygun olarak yazmaya, sonra da yaymaya harcamıştır. Günümüzde de haberleşme/iletişim dünyasında bu yöndeki çabalar sürmektedir. Çabalara ve gelişmelere paralel olarak gazetecilik de zamanla uzmanlaşmaya doğru ilerlemiştir. Gazeteciliğin uzmanlık alanlarından biri “araştırmacı gazetecilik”tir. Aslında “araştırmacı” gazeteciliğin/haberciliğin ayrı bir alan olarak ortaya çıkması/benimsenmesi, araştırma olgusunun gazetecilikte/habercilikte zaten bulunması gerektiği, gazeteciliğin doğasının araştırmayı gerektirdiği göz önünde bulundurulunca çok da anlamlı olmamaktadır. Yani gazetecilik/habercilik zaten araştırmaya dayalıdır/dayanmalıdır. Ancak asıl kastedilen daha ileri, daha nitelikli, daha uzmanlaşmış haber türü olan “soruşturmacı gazetecilik/habercilik”tir. KAVRAMLAR VE TANIMLAR Araştırma, habere ulaşmanın ve yazmanın en önemli faktörüdür. Herkesin gözü önünde meydana gelmiş sıradan bir olayın, rutin gelişmenin (trafik kazası, yürüyüş, sokak kavgası vs.) habere dönüştürülmesi sürecinde dahi araştırma ve soruşturma gerekir Haber, Araştırma, Soruşturma Araştırma/soruşturma süreci zorlu, uzun ve yorucu olduğu için gazetecilik etkinliklerinin hepsinden daha değerli, önemli ve doğurduğu sonuçlar bakımından en etkilisidir. Bu tür haberleri cesur, becerikli, usta ve çalışkan gazeteciler yapabilir. Araştırma/Soruşturma Haberi Araştırma/soruşturma haberinin tanımı ise şöyledir: Kasıtlı olarak gizlenmiş, gizli kalması için yasal, idari ve/veya pratik önlemler alınmış, gizli kalmasından kamunun siyasal, sosyal, ekonomik zararlar gördüğü birtakım gerçeklerin gün ışığına çıkarılması, neden olduğu zararların giderilmesi amacıyla yönelik haberlere araştırma/soruşturma haberi, bu amaçla yapılan habercilik faaliyetine araştırmacı/soruşturmacı gazetecilik denir.

### **TARİHSEL GELİŞİM**

Gazeteciliğin köklü bir geçmişi bulunan Avrupa ülkeleri ile Amerika Birleşik Devletleri’nde (ABD), araştırmacı/soruşturmacı haberciliğin önemli ve sonuçları bakımından etkili örnekleri bir hayli fazladır. ABD’de Araştırmacı/Soruşturmacı Habercilik Benjamin Harris (1673-1716) ile James Franklin (1697-1735), ABD’nin ilk dönem araştırmacı gazetecileri ve yayıncılarıdır. ABD’de 19. yüzyıl sonu ve 20. yüzyıl başında da iktidar çevrelerini rahatsız ettiği için “muckraker” olarak nitelenen/aşağılanan araştırmacı/soruşturmacı gazeteciler bulunuyordu. McClure's Magazine adlı dergide Ida M. Tarbell adlı gazeteci The History of Standard Oil başlıklı haberiyle bir petrol şirketinin yolsuzluklarını, aynı derginin muhabiri Lincoln Steffens ise The Shame of Minneapolis başlıklı haberinde Minneapolis şehrindeki siyasal yolsuzlukları haberleştirdi.

1960’lı ve 1970’li yıllar ABD’de birkaç önemli araştırma haberinin çok etkili sonuçlar verdiği bir dönem oldu. The Washington Post muhabiri Bob Woodward ve Carl Bernstein, Watergate skandalını ortaya çıkardı; bu gazetecilik başarıları iki gazeteciye ödül getirirken dönemin ABD Başkanı Nixon’ı da istifaya götürmüştür. Yerel düzeyde, New York’ta The Village Voice ve Boston’da The Phoenix gibi alternatif haftalık gazeteler ile Mother Jones ve The Nation gibi politik dergiler araştırma/soruşturma haberciliğine yöneldi. Yine 1960-70 dönemine damga vuran bir olay da Vietnam savaşı olmuştur. Bu savaş dolayısıyla Vietnam’da başarısızlığa uğrayarak adeta batağa saplanmış olan ABD yönetimi yalanlarla bu durumu saklamaya çalışmıştır. 1971’de savaş sırasındaki yazışmaları/belgeleri yayımlayan The New York Times ve The Washington Post gazeteleri, yönetimin halka yalan söylediğini göstermiştir. Pentagon Papers olarak tarihe geçen bu gazetecilik çalışmasının ardından iki gazete ödüller kazanırken kamuoyu desteğini yitiren ABD yönetimi, Vietnam’dan çekilmek zorunda kalmıştır. Araştırmacı/soruşturmacı gazetecilik alanında Joseph Pulitzer en önemli gazetecilerden biri olmuş, yaptığı haberciliğe ithafen kendi adını taşıyan bu alandaki en prestijli ödüllerin verildiği yarışma düzenlenmiştir. Avrupa’da Araştırmacı/Soruşturmacı Gazetecilik Fransa’da araştırmacı gazetecilik 1980’lerden sonra gelişmiş; günün olaylarını takiple yetinmeyen Fransız gazeteciler, aynı zamanda sorgulayan, inceleyen, bağları çözümlen, üst düzey siyasetçi ve yöneticileri rahatsız eden haberler yapmıştır.

Almanya basım faaliyetlerinin ve gazeteciliğin en erken başladığı Avrupa ülkelerinden biridir. Mainz’da 15. yüzyılda geliştirilen modern matbaa ve yenilikçi teknolojisi, buradan ülkenin diğer bölgelerine, Avrupa’ya ve dünyaya yayılmıştır. Günter Wallraff Almanya’nın en önemli araştırmacı gazetecilerinden biridir. 1970-1990 döneminde yaptığı haberlerle ünlenen Wallraff, bir psikiyatri kliniğinde alkol bağımlısı, evsiz birisi, ev arayan bir öğrenci veya Amerikan ordusuna napalm bombası

satmaya çalışan birisi gibi çeşitli kılıklara girerek röportajlar gerçekleştirmiş ve oldukça popüler olmuştur. Wallraff 1977 yılında da 3,5 ay boyunca Bild gazetesinin Hannover bürosunda, başka isim altında, redaktör olarak çalışmış ve yaşadıklarını bir kitapta anlatmıştır. Wallraff'ın takma isimlerle kendini gizleyerek araştırma haberi yapma yöntemi literatüre "wallraffing" olarak yerleşmiştir. Alman gazeteci Jürgen Roth (1945 - 2017) ise kariyeri boyunca yoksulluk, yolsuzluk ve çeşitli ülkelerde karşılaştığı diğer sorunlarla ilgili haberlere imza atmıştır. Almanya'da güçlü haber dergileri de bulunmaktadır. Der Spiegel, Stern ve Focus en bilinen dergilerdir. Stern, Almanya'nın yeniden kurulduğu II. Dünya Savaşı ertesinde 1948 yılında kuruldu. Önemli ve ses getiren haberlere imza atan dergi, 28 Nisan 1983 tarihli nüshasında "Hitler'in Günlükleri"ni yayımlamaya başlayınca hem ülke içinde hem de ülke dışında gündem oluşturdu. Ancak bir süre sonra Günlükler'in sahte olduğu ortaya çıkınca derginin itibarı sarsıldı. 1993'te çıkmaya başlayan Focus ile birlikte Almanya'nın söz konusu haber dergileri özellikle 1990-2010 arasında bir milyon civarındaki tirajları ile de Avrupa'nın en önemli haber dergileri oldu.

### **TÜRKİYE'DE ARAŞTIRMACI/SORUŞTURMACI GAZETECİLİK**

Türkiye'de 1970'li yılların ikinci yarısında araştırmacı gazeteciliğin ilk örneklerini ortaya çıktı. Uğur Mumcu özellikle siyasal alandaki araştırmaları ve haberleriyle bu alanın öncüsü olmuştur. Mumcu'nun Altan Öymen'le birlikte hazırladığı "mobilya ve hayali ihracat dosyası" bu alanda ilk örnek sayılmaktadır. Türkiye'deki diğer başarılı araştırmacı gazeteciler Uğur Dündar, Mehmet Ali Birand, Savaş Ay'dır. Araştırma/Soruşturma Haberinin Nitelikleri Araştırma haberi diğer haberlerden daha önemli ve daha etkilidir. Rutin haberler görüneni aktarır; toplumsal yapı ve yaşam içindeki pek çok olay ve olgunun, görüldüğü gibi olmadığıyla ilgilenmez. "Özel haber" de gazeteciliğin önemli işlerinden biridir; ancak araştırma/soruşturma haberi, özel haberden de farklı ve üstündür. Başka gazetecilerden önce olaya/kaynağa ulaşmış haberi ilk yapan kişi olma anlamında "atlatma haber" rutin haberden daha değerlidir; ancak araştırma/soruşturma haberi değildir. Araştırma/soruşturma haberi gizlenen-saklanan olayları ortaya çıkarmayı hedefler; zor ve uzun bir süreç gerektirir; bu bakımdan diğerlerinden daha değerlidir.

Araştırmacı/Soruşturmacı Gazetecinin Nitelikleri Araştırmacı gazetecinin bu bağlamda birtakım özelliklere sahip olması gerekir: Habere konusu olabilecek olay ve olguları derinlemesine incelemelidir. Araştırmacı/soruşturmacı haberci kuşkucu olmalıdır. Titiz olmalıdır. Habere ulaşmak için kişiliği ve geçmişi ile haber kaynaklarına güven vermelidir. Arşivleme oluşturmayı, bunlardan yararlanmayı ve belgeleri incelemeyi becerebilmelidir. Araştırmacı/Soruşturmacı Gazeteciliğin Konuları Araştırma/soruşturma haberi için konular bir hayli fazladır aslında... İnsanı/toplumunu ilgilendiren her şey araştırma haberinin konusu olabilir. Bu bakımdan konular sonsuz gibidir. Günlük hayatın kimsenin dikkatini çekmeyen yönleri/detayları araştırma/soruşturma haberi konusu olabilir. Haberleştirilmesi durumunda kişi ve kurumları rahatsız edecek olaylar, bu tür haberciliğin konuları arasında ayrıcalıklı bir yere sahiptir.

Kamu görevlilerinin, üst düzey bürokratların ve politikacıların faaliyetleri araştırılmaya değerdir.

Yerel politikacı ve yöneticilerin işleri ve davranışları da araştırma haber olacak önemdedir.

İnsanların sağlığı ve parası çok önemlidir; bu iki konuya ilişkin söyleyecek sözleri, yakınacak dertleri/şikâyetleri her zaman bulunur. Onun için bu iki alanda haber konusu bulmak kolaydır.

Araştırmacı/Soruşturmacı Gazeteciliğin Haber Kaynakları Bu alanda her şey ve herkes haber kaynağı olarak kullanılabilir. Telefon kayıtları, makaleler, belgeler, basın bildirileri, anekdotlar, hatıratlar, kurumlar arası yazışmalar, mahkeme zabıtları elverişli haber kaynaklarıdır. Özellikle politikacılar ve bürokratlar/memurlar muhalif oldukları kişi, kurum ve örgütlerle ilgili bilgi ve belge "sızdırma"ya çok yatkındır. Araştırmacı/soruşturmacı gazeteci insanlarla kurduğu ilişki ve yüz yüze yaptığı görüşmelerden de haber çıkarabilir; özellikle 'mağdurlar' önemli haber kaynaklarıdır.

### **HABERİ HAZIRLAMA VE YAZMA**

Araştırma haberi yaparken planlı çalışmak şarttır. Plan üç aşamadan oluşur: Konunun belirlenmesi, Araştırmanın yürütülmesi, Haberin yazımı. Gözlem Haber araştırması/çalışması sürecinde gözlem en önemli tekniklerden biri olmalıdır. Katılımcı/içerden gözlem ve dışarıdan gözlem diye iki tür gözlemden bahsedilebilir. Görüşme Haber konusu araştırılırken görüşme tekniği kullanılarak da bilgiler derlenir. En önemli ve etkili görüşme tekniği yüz yüze görüşmedir. Gazeteci, olayın şahitleri, uzmanlar, görevliler ve olayın tarafları ile görüşür. Bazen en önemli kişi ile veya olayın merkezindeki kişi ile görüşmeye başlanır, bazen de ilk sırada dışarıda/'kenarda' kalmış olanlar tercih edilir. Soru sorma Görüşme sırasında soru sormak hassas ve beceri/deneyim gerektiren bir durumdur.

Karşıdaki kişiyi incitmeden ama cevaplardan da vaz geçmeden soruları yöneltmek ve gerçekleri ortaya çıkarmaya çalışmak önemlidir. Haber Yazma Araştırma/soruşturma haberi yazılırken birkaç haber yazım tekniği kullanılabilir. Kullanılacak teknik, haberin konusuna göre farklılık gösterebilir.

Araştırma haberi birçok unsuru içermek zorunda olduğu için uzun metinlerden oluşur. Bu bakımdan bu tür haberlerin yazımında daha özenli davranmak, açık, net, anlaşılır ifadeler kullanırken aynı zamanda kolay okunur olmasına da dikkat etmek gerekir. "Ters piramit" tekniği kısa haberlerde kullanılabilir ancak araştırma/soruşturma haberleri çok karmaşık olayları ortaya koyma iddiasında olan bir haber türü

olarak daha dengeli bir şekilde aktarılmak durumundadır. Konuşmaların aktarımında hem direkt, hem dolaylı aktarım tekniği hem de '-e göre' kalıbı kullanılmalıdır.

### **MEDYA-ETİK-SOSYAL SORUMLULUK BAĞININ TARİHSEL GELİŞİMİ**

Günümüzde kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte dönemin kiteselliğini vurgulamak adına bilgi çağı, enformasyon toplumu, bilişim uygarlığı gibi kavramlar kullanılmaktadır. Ulusal ve uluslararası medya yapıları aracılığıyla sunulan etik ve sosyal sorumluluk anlayışının, özünde sisteme entegre olmuş norm ve yargıların devam ettirilmesi, iş ile çalışma yaşamındaki kuralların ve standartların benimsenmesi; uyumlu olmayan sosyal değer ve tutumların ise terk edilmesi biçiminde ortaya çıktığı görülmektedir. Bu nedenle var olduğu günden beri iletişim araçlarının içeriğini oluşturan haber, yorum, bilgi, reklam, ilan gibi unsurların okuyucular, dinleyiciler, izleyiciler tarafından nasıl anlamlandırıldıkları ve bu unsurlara yer veren medyanın hangi politikalara dayanarak içerikleri oluşturduğu tartışmalı bir alan olarak güncelliğini korumaktadır.

Klasik dönemde basın etiği, partizan basının üyelerince siyasi bir amaca, bir görüşe ya da bir partiye hizmet etmek, gözlemci basının üyelerince (spectator) tarafsız bir yaklaşımla kitleleri doğru bir biçimde bilgilendirmek, reformcu ya da radikal eylemci basının üyelerince ise özgür, eşitlikçi bir kamusal alanı savunmak, despotların ve aristokrasinin gücünü azaltmak şeklinde farklı biçimlerde ifade edilmeye çalışılmışsa da ticari medyanın kamusal alana sahip diğer güçler tarafından kabulü ve kiteselleşmesi 'dördüncü güç' kavramıyla anlam kazanmıştır. Dördüncü güç kamusal alanı ve bu alandaki siyaset felsefesini oluşturan yasama, yürütme ve yargı güçlerinin karşısında değil, bilakis yasamanın bir eklentisi olarak işlevselleştirilmesi istenen yazılı basını tanımlamak için kullanılmıştır. Basın Alanındaki Etik Uygulamalar Basının toplumsal olayları ve sorunları gözeterek haber içerikleri üretmeye başladığı dönemden beri en tartışmalı konu basının haberi kimin için ürettiğidir. Bu temel tartışma basının sorumluluğunun kime karşı olması yönündedir. Basın ve devlet ilişkisinin çok güçlü olduğu 17.yüzyılda sorumluluk iktidara ve devlete yöneliktir.

18.yüzyıldan itibaren burjuvazinin soylu sınıfa karşı güçlenmesi özgürlükçü fikirlerin yayılması ve bu ortamdan beslenen gazetecilerin sorumluluklarını halka karşı olduğu gerçeğini kabullenmesi rasyonel düşüncenin toplum içerisinde daha hızlı yayılmasına neden olmuştur. Katılımcı ve çoğulcu demokrasilerde, devletin medya alanına yönelik denetleyici rolünün yanı sıra, medya sektöründe yer alan kuruluşların da kendi kendini denetleme sorumluluğu yüklenmiştir. Bülbül bu sorumlulukları üç ana başlık altında ele almaktadır. Hiyerarşik Sorumluluk: Sorumluluk bilinci habercinin kendisinden başlamaktadır. Çalıştığı kuruma karşı etik ilkelerle bağlı gazeteci hiyerarşik bilinçle hareket eder. Topluma karşı sorumluluk: Gazeteciliğin temel ilkelerinden biri olan toplumsal sorumluluk hedef kitlenin beklentilerine karşı görevlerini yerine getirmesini ifade etmektedir. Bireysel Sorumluluk: Habercinin kendi kendini denetlediği, iç dünyasında sorumluluklarını sorguladığı süreci ifade etmektedir. Liberal sistemlerde habercilere atfedilen görev yöneten ve yönetilenler arasında köprü işlevi görmesidir. Yönetilenler adına yönetenler üzerinde denetçilik misyonu yüklenmiştir. Yanlış uygulamalar için uyarı işlevini yerine getirmektedir. Habercilerin kamuyu bilgilendirme işlevini etkin biçimde kullanarak toplumun sağlıklı haber almasına olanak sağlayacak yapıyı tesis etmeyi amaçladığı bu süreçte basının görevleri de netlik kazanmıştır. Sezer(8) bu görevleri şöyle sıralamaktadır: Anlamlı bir çerçeve içerisinde günün olaylarını eksiksiz, tam ve mantıklı bir biçimde sunmak Kanaat ve eleştirilerin toplum içerisinde yayılabileceği forum ortamı oluşturmak Toplum içindeki kişi ya da grupların kanaat ve düşüncelerini birbirlerine duyurabilecekleri bir araç olmak Toplumun amaç ve değerlerini sunacak ve açıklayacak bir yöntem olmak Basının yansıttığı bilgi, düşünce ve duygu akımlarıyla toplumun bütününe erişebilmek. Günümüzde haberciler kamuoyu oluşumunda etkin bir biçimde rol almaktadırlar. Medyanın kamuoyunu yansıttığı kadar, onu biçimlendiren bir yönü de bulunmaktadır. Kısaca basının kamu görevi, bilgi vermek, haber vermek, denetlemek, eleştirmek böylece kamuoyunun oluşumuna katkı sunmaktır. Bireylerin kanaatleri ve davranışlarına yön veren kamuoyunun oluşumunda tek faktör, basın değildir.

Bireylerin ulaşabileceği kitaplar dergiler, kanaat önderleri, çevreleri de kamuoyunun oluşumuna kaynaklık ederler. Bir mesleğe yönelik genel ahlak kurallarının uygulandığı ilk mesleklerden biridir gazetecilik. Dünyanın farklı yönetim sistemlerinde farklı bölgelerinde icra edilen bu meslek ortak bir dil üretmek zorundadır. Bu nedenle evrensel hakların sunmuş olduğu özgürlükler çerçevesinde ve ülkelerin kendi hukuki, siyasi ve sosyal yapılarının belirlediği yasalar aracılığıyla mesleğin kuralları belirlenmektedir. Özgürlüklerin kabul gördüğü rejimlerde mesleki ahlak kuralları daha toplumun taleplerine yönelikken baskı üreten sıkı rejimlerde iktidarın taleplerine dönüktür. Günümüzde medya

alanında gazetecilerin davranışlarına yönelik uygulanan yasalar, kitle iletişim araçlarının gelişimine paralel olarak uygulanmaktadır. Teknoloji aracılığıyla elektronik ortama taşınan mesleki pratikler çok yaygınlaşsa da günümüzde uygulanan kurallar daha çok yazılı basına yöneliktir. Yeni teknolojilerin ortaya çıkardığı sorun ve gereksinimler tespit edilerek yasaların oluşturulması zaman alıcı bir süreçtir. Bu nedenle yasaların tesisi daha geriden gelebilmektedir.

Haber içeriklerine konu olanlar genellikle halktan insanlardır. Medya profesyonellerinin haberi daha etkili hale getirebilmek için eleştiri sınırlarının dışına çıkarak bireylerin haklarını ihlal ettikleri durumlarda mesleki ahlak kuralları da devreye girmektedir. Belsey ve Chadwick(9) bu durumlarda gazeteciler için konulan ahlak yasalarından doğrudan yararlanan üç kesimin varlığına dikkat çekmektedir.

Bunlar: Birincisi habercilerin çalıştıkları gazete, dergi, televizyon ve radyo gibi kitle iletişim araçlarının okuyucuları, dinleyicileri ve izleyicileridir. Doğru bilgi alması öngörülen hedef kitlenin kararlarını verirken habere ait bilgilerden faydalanabilirler. İkincisi habercilerin haber malzemesini sağladıkları haber kaynaklarıdır. Bir yasada haberciye haber hakkında bilgi veren kişinin adının açıklanmaması gibi maddelerin varlığı koruyucu niteliktedir. Üçüncüsü haberin içeriğine konu olan kişilerdir. Yasalar bu kişilerin özel yaşam alanlarının ve mahremiyetlerini korumasını sağlamaktadır. Haber üretiminde yer alan basın çalışanlarının bir ahlak yasasına tabi tutulmaları meslek standartlarının yükseltilmesine yardımcı olabilmektedir. Bu noktada meslek için üretilen doğru etik kodlar haberin değerini artırmaktadır. Girgin gazeteciler için oluşturulan bir ahlak yasasında var olan bir kuralın pek çok yasada da geçerli olabileceğini, bunun yanı sıra meslek sahiplerine mesleğin itibarını sarsacak davranışlara yönelik hükümlerin de yasalarda bulunduğu dikkat çekmektedir.

Mesleki Etik İlkeleri ve Kurallarına Yönelik Yaklaşımlar Bireysel ve hukuksal yaklaşımlar:

Habercilik alanında etik ilke ve kuralları hukuk ve özdenetim yöntemiyle gerçekleşir. Hukuk yoluyla, haber alanında çalışanları disipline etme özgürlük anlayışına ters düşse de yasalar aracılığıyla meslek çalışanları cezai yaptırımlarla karşı karşıya gelebilmektedir. Cezanın niteliğine göre hapis, para ya da hürriyeti bağlayıcı şeklinde olabilmektedir. Özdenetim yoluyla, mesleki disiplin sağlama yolu etkin bir biçimde kullanılmalıdır. Haber çalışanlarının kendi oto kontrollerini devreye sokarak etik ilke ve kuralları ihlal etmeden, meslek pratiklerini gerçekleştirmeleri çağdaş ve modern toplumların bir gerekliliğidir. 20.yüzyıl sonrası meslek olarak örgütlenme çabasına giren basın çalışanları etik ilkelere yönelik kuralları yeniden biçimlendirmişlerdir. Kurumsallaşmaya yönelik hamleler bu dönemde gerçekleşmiştir.

Doğruluk Kuralı: haberin doğru olarak sunulması meslek çalışanlarının görev bilincinin yansımasıdır. Özellikle haber içerikli yazınsal türlerde doğruluk ilkesi öne çıkan en önemli unsurdur. Doğru haber gazetecinin meslek ilkelerine bağlılığının bir kanıtıdır. Medya sektöründe haber alanında çalışanlar için ortak ahlak ve sorumluluk anlayışı geliştirebilmek tüm dünyada meslek çalışanları arasında işbirliğini gerektirir. Yeni Dünya Enformasyon ve İletişim Düzeni başlığında Unesco aracılığıyla desteklenen bu arayışlar demokrasinin gelişmediği üçüncü dünya ülkelerinde tartışılmaya devam etmektedir. Kaarle Nordenstreng haber üretiminde bazı hassas konularda haber çalışanlarının tarafsız kalamayacağını ifade etmektedir. İnsanın yararına olan konularda habercilerin pozitif ayrımcılık yapması gerekliliğine vurgu yapmaktadır.

Tarafsızlığı engelleyen bu değerleri şöyle sıralamaktadır: Ulusal Özgürlük Barış'a ilişkin Evrensel Ölçütler İnsan Hakları Demokrasi Doğru Haberin Unsurları Dürüstlük ve haberde gerçeklik: Haberin doğası gereği tüm arayış gerçeğin kendisi olmalıdır. Dürüstlüğün en önemli göstergesi güveni sağlayacak nitelikte olmasıdır. Haberin içerisinden gerçek olan anlatıların çıkarılması haberin bütünlüğünü bozar. Haberin içeriğinin gerçeklikle ilişkisi olmayan önemsiz unsurların ön plana çıkarılarak olaylarla ilişkisi olmayan öğelere sıkça yer verilmesi haberin gerçekliğini ortadan kaldırır.

### **BASIN MESLEK İLKELERİ VE DENETÇİ KURULUŞLAR**

Gazetecilik mesleği 20. Yüzyılın başından itibaren toplum tarafından da itibar görmeye başlamış ve önemli bir meslek olarak kabul edilmiştir. Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması neticesinde bu alanda çalışan sayısı hızla artmıştır. Sahada çalışanların sayısını artması mesleki uygulamalara yönelik bazı sorunları da beraberinde getirmiştir. Bu nedenle çeşitli meslek örgütleri oluşturularak çalışanlara yönelik bazı kurallar oluşturulmuştur. Bu kurallar anayasa maddeleri, ceza yasaları, basınla ilgili cezalar, basın yasaları, meslek onuru kuralları, etik kodlar, ahlaki kurallar şeklinde sıralanabilir. Meslek çalışanlarına genel ve ortak çalışma prensiplerini oluşturan bu kurallar temelde üç işlevi yerine getirmek için hazırlanmıştır. Hizmet ilkelerini korumak Meslek içi rekabeti düzenlemek Yetersiz ve mesleğe aykırı çalışanları ayıklamak Meslek çalışanlarının bilgiye ulaşma, yayma ve fikrini beyan etme özgürlüğü bu işlevler aracılığıyla korunurken, haberi yanlış bir biçimde çarpıtmak, mesleki sırları korumamak, haber kaynaklarının gizliliğini korumamak gibi davranışların da önüne geçmektedir. Basın Konseyleri ve Ombudsmanlık 20. yüzyılın başından itibaren iletişim teknolojilerindeki gelişmeler iletişim alanıyla ilgili her türlü mesleki alanı da düzenlemeyi zorunlu hale getirmiştir. Bu alanda özellikle halka bilgi ve haber içeriği sağlayan çalışanların iş pratiklerini düzenleyen ve denetleyen yasalara ve kurumlara ihtiyaç duyulmuştur.

Mesleki kodların ilk ilkeleri demokrasilerindeki gelişmelere paralel olarak öncelikle batıda şekillendiği görülmektedir. Amerika’da 1923 yılında Amerikan Gazete Editörleri Cemiyeti’nin yayımladığı metin ilkeler dizesi olarak kabul edilmektedir. Bu belgeyi 1929 tarihli Pan Amerikan Basın Konferansı’nın belirlediği genel kurallar metni takip etmiştir. Avrupa’da ise 1954 yılında Bordeaux Bildirgesi, 1971 Münih bildirgesi ve 1993 yılında Avrupa Konseyi’nde hazırlanan metin, yayıncılık alanını düzenleyen içeriklerdir. (Türkiye gazetecileri hak ve sorumlulukları bildirgesi) Yazılı basın ahlak kurallarını meslek çalışanları üzerinde uygulamanın bir yolu da basın şeref divanları ve basın konseyleri aracılığıyla mesleki hiyerarşiyi kullanarak çalışanların aidiyet bağını geliştirerek kurallara uyulmasını sağlamaktır. Basın konseylerinin günümüzdeki temel işlevi toplumla iletişim kurumları arasında bir denge unsuru olmasıdır. Amerika’da 1923 yılında gazetecilik kuralları olarak belirlenen yasalar 1929 yılında kabul edilen “Uygulama Standartları Yasası” adını almıştır. 1939 yılında ise yenilenerek “Radyo Kodeksi” ismini almıştır. 1952 yılında ise “Televizyon Kodeksi” hazırlanmıştır. 1934 yılında Amerikan Gazeteciler Birliği kendi ahlak yasalarını oluşturmuştur. Federal İletişim Komisyonu ise 1934 tarihli iletişim ahlak yasasından ortaya çıkmıştır. Amerika’da uluslararası radyo, televizyon, uydu ve kablo üzerinden iletişim politikalarını belirleyen bağımsız federal bir komisyonunun adıdır. Bu kurum Amerika’da iletişim ve yayıncılıkta kuralların belirlenmesini sağlamaktadır. Ticari işletmelerin rekabet kurallarını ve ücretlendirme politikalarını düzenlemektedir. İngiltere’de ise 1963 yılında İngiliz Gazeteciler Enstitüsü, basın ahlak yasası oluşturmuştur. Ombudsmanlık Ombudsman, şikâyetleri ve bir takım teşebbüsleri ele alıp değerlendiren ve bunlara her iki taraf için de tatmin edici çözümler bulan kişi olarak tanımlanmaktadır. Kelime kökeni açısından İsveççe ‘de “arabulucu” anlamına gelen ‘ombuds’ ve “kişi” anlamına gelen ‘man’ kelimelerinin bir araya getirilmesiyle oluşturulmuştur. Kısaca aracı kişi anlamına gelmektedir. Kitle iletişim araçlarının sayısının artması yayıncılık alanında mesleki pratiklerin de sorgulanmasına yol açmıştır.