

HABER VE TÜRKİYE'DE TELEVİZYON HABERCİLİĞİ NEWS AND TELEVISION JOURNALISM IN TURKEY

Arş. Gör. Dr. Emir TOKER

Muş Alparslan Üniversitesi - İletişim Fakültesi - Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü,
emir_toker@hotmail.com ORCID:0000-0002-8067-7243

ÖZET

Televizyon haberciliği, günümüz toplumlarında haberciliğin temel taşı konumundadır. Geçmiş dönemlerde gazete ve radyonun temelini oluşturduğu habercilik anlayışında bugün en yaygın haber ulaşım kaynağı televizyondur. Bu denli büyük kitlelere hitap eden televizyon haberciliğinin ele alındığı bu çalışmada öncelikli olarak haber kavramına yer verilmiştir. Haberin tanımına, bir olayın haber olarak nitelendirilmesi için sahip olması gereken özelliklerden söz edilmiştir. Daha sonra televizyon haberciliği kavramı ele alınarak tanımına ve televizyon haberciliğinde benimsenen ilkelere yer verilmiştir. Tarihsel gelişiminin yanı sıra ülkemizde televizyon haberciliğinin durumu incelenmiş, konuya ilişkin benzer çalışmalarda elde edilen bulgulardan bahsedilerek sonuç ve öneriler ile birlikte çalışma tamamlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Televizyon, Haber, Kitle, Radyo, Kanal.

NEWS AND TELEVISION JOURNALISM IN TURKEY

ABSTRACT

Television journalism is the cornerstone of journalism in today's societies. In the past, the most common news source of news is the television, which forms the basis of the newspaper and radio in the past. In this study, which focuses on television journalism for such a large masses, the concept of news is given priority. The definition of the news is mentioned about the features that an event has to be considered as news. Then, the concept of television journalism was taken into consideration and the principles adopted in television journalism were included. In addition to its historical development, the status of television journalism in our country has been examined, the findings of similar studies on the subject have been mentioned and the work has been completed with the results and suggestions.

Keywords: Television, News, Audience, Radio, Channel.

1.GİRİŞ

Televizyon, gündelik yaşam içerisinde neredeyse olmazsa olmazlar arasında yer almayı başaran bir olgu haline gelmiştir. Bugün hemen her evde en az bir televizyon bulunmaktadır ve insanlar evde geçirdikleri vakit süresince televizyonun açık bulunmasını tercih etmektedir. Bu da haberciliğin gazete ve radyonun ötesine geçerek televizyona taşınmasına yol açmıştır. Bugün hala radyo ve gazete habercilik adına önemli araçlardır ancak televizyon kadar geniş kitlelere ulaştığından söz etmek mümkün değildir. Televizyonun bu gücü göz önüne alındığında televizyon haberciliğinin toplum adına çok daha değerli bir hal aldığı görülmektedir. Haber, özü itibari ile doğru ve toplumu yakından ilgilendiren bilginin aktarımı olduğundan bireyler televizyonda izledikleri haberin doğruluğunu sorgulama ihtiyacı hissetmemektedir ancak son dönem bu güven duygusunun azaldığından söz etmek mümkündür.

İnsan yaşamış olduğu dünyada birçok olaya şahit olur ve birçok olayın içerisinde bulunabilir. Bu olayların kimisi çok büyük bir değer taşırken kimisi ise basit olaylara dayanmakta ve zamanla insan hafızasından silinmektedir. Aynı şekilde yaşanan bu olayların sahip olduğu belli özellikler onların haber olmasını sağlayan unsurlar olmaktadır. Olayların sahip olduğu bu unsurlar onları değerli kılar ve onları toplumla paylaşmaya hazır hale getirir. Bu olaylar haber formatı haline dönüşürken belli aşamalardan geçmektedir. Bu aşamalardan geçerken olay ilk halinden çok farklı bir duruma bürünebilmektedir. Fakat burada esas olan olayın nesnel ve yaşandığı şekliyle toplumla paylaşılmasıdır. Özetle olayın gerçekleşmesi sırasında neler meydana geldi ise bunların olduğu gibi aktarılması ve ahlaki kurallar çerçevesinde sunulması durumudur. Buna karşın artan özel kanalların sayısı ile birlikte toplumsal kaygılarının yerini maddi kaygıların yer almış olması habercilik anlayışında da farklılaşmalara yol açmıştır. Bu çalışma kapsamında televizyon haberciliğinin özü ve günümüz televizyon haberciliği üzerinde durularak hem yaşanan değişimlere hem de sorunların çözümüne ilişkin önerilere yer verilerek istenmiştir.

2. HABER

Haber kavramına yönelik birçok farklı tanımlamaya rastlamak mümkündür. Bununla birlikte haber kavramına yönelik kullanılan en yaygın tanımlama şu şekildedir: “Köpek bir adamı ısırduğunda bu haber niteliğine sahip değilken, bir adam köpeği ısırduğunda bu bir haberdur”. Haber kavramı, olağanın dışında kabul edilen, gündelik yaşamı etkileyen gelişmeler olarak nitelendirilmektedir. Haber kavramı, demokratik toplumların olmazsa olmazları arasında yer almaktadır. Her birey ve toplum, doğru habere ihtiyaç duymaktadır. Özellikle televizyon

kullanımının yaygınlığında geline nokta ile birlikte televizyonda karşılaşılan birçok içerik haber olarak algılanmaya başlanmıştır ancak bu yanlış bir algıdır. Haber, eğlence içerikli bir unsur değildir ve kitlelerin kendilerini ve çevrelerini ilgilendiren konular hakkında bilgi sahibi olmasını sağlamaktadır. Günümüzde habere ulaşmanın en yaygın yolları olarak radyo, televizyon ve gazetenin yanı sıra internet de kendisine yer bulmaktadır.

Günümüz kitle iletişim araçlarının kullanımı ve sunduğu imkanlar düşünüldüğünde bireyin habere ulaşması için bir çaba sarf etmesinin yanında bir tercih söz konusudur. Bununla birlikte birden farklı kaynaktan aynı habere ulaşmak mümkün olduğundan en tarafsız, en doğru bilgiye ulaşmak da günümüzde geçmişe nazaran daha kolay bir hale gelmiştir. Doğru bilgiyi elde etmek ise bahsedildiği üzere bireyin kişisel çabasını gerektirmektedir.

Televizyon, habere ulaşmak için en sık tercih edilen kitle iletişim aracı konumundadır. Özel haber kanallarının yanı sıra hemen her kanalda ana haber programları yer almaktadır ve gündelik gelişmeler aktarılmaktadır. Ulaştığı geniş kitle ve sunduğu hızlı bilgi ile birlikte televizyon, haber alanında öncülüğünü korumaktadır (Seyhan, 2012: 8). Yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte internet kullanımının yaygınlaşmasına rağmen televizyon, önümüzdeki minimum birkaç yılda da haber alanında yerini koruyacak gibi görünmektedir.

2.1. Haber Değeri

Yaşanan her olayı haber olarak nitelendirmek mümkün değildir. Bir olayın haber niteliğini kazanabilmesi için bir takım özelliklere sahip olması gerekmektedir. Bu özelliklerin başlıcaları; yakınlık, zamanlılık, önemlilik, ilginçliktir ve etkili ilgililiktir (Tokgöz, 2006: 223). Bir olayı habere dönüştüren özellikler şunlardır:

- **Gerçeklik:** Haber kavramının temelinde gerçeklik yer almaktadır. Bu sebeple bir olayın haber niteliğine ulaşabilmesi için öncelikli olarak gerçek olması gerekmektedir. Her birey, kendisine aktarılan bilginin ilk olarak doğruluğunu sorgulamaktadır. Dolayısıyla gerçek olmayan bir bilgiyi göz ardı ederlerken, gerçek bilgiye yönelmektedirler. Bir olayın haber olarak nitelendirilebilmesi için birçok özelliğe yer verilmesine karşın ilk olarak gerçeklik özelliğine sahip olması gerekmektedir. Gerçek olmayan bir olayın diğer tüm özellikleri karşılamasına rağmen haber olarak nitelendirilmesi mümkün değildir. Haber, geniş kitlelerin ilgisini çeken bir olgu olduğundan günümüz haberciliğinde daha geniş kitlelere ulaşmak adına olaylar üzerinde oynanarak haberleştirildiğine rastlanmaktadır. Bu da haberi gerçeklikten uzaklaştırmaktadır. Daha az etkiye sahip bir olayın yeniden kurgulanarak, görsel ve ses efektleri eklenerek daha çarpıcı bir hale getirilmesi son yıllarda beraberinde

birçok tartışmayı da getirmektedir. Saf haberciliğin yanı sıra son dönemde türeyen ve oldukça da yaygınlaşan yapay habercilikten söz etmek de mümkündür (Göktaş, 2006: 23).

- **Zamanlılık:** Habercilikte gerçeklikten sonra ki en önemli özellik zamanlamadır. Özellikle günümüz toplum yapıları ve teknoloji kullanımları düşünüldüğünde geçmişe nazaran çok daha hızlı bir şekilde tüketimin yaşandığı görülmektedir. Bu tüketim habercilik için de geçerlidir ve kimi zaman 1 saat önce yaşanan bir olay bile 1 saat sonra haber niteliğini kaybetmektedir. Habercilikte bilginin doğru zamanda aktarılması büyük bir öneme sahiptir. İnternet kullanımının yaygınlaşması ile birlikte habercilikte zamanlama sorununu en çok yaşayan kitle iletişim aracı gazeteler olmuştur (Tokgöz, 2006: 223).
- **Yakınlık:** Yaşanan olayın gerçekliği ve zamanlamasının yanı sıra yaşandığı yer de kitle adına önem taşımaktadır. Örneğin Japonya’da meydana gelen deprem ile Türkiye’de meydana gelen deprem aynı haber değerine sahip değildir. Japonya’da yaşayan insanlar için Japonya’da meydana gelen depremin haber değeri yüksekken, Türkiye’de yaşayan insanlar için Türkiye’de meydana gelen depremin haber değeri daha yüksektir (Uğurlu ve Öztürk, 2006: 36).
- **Önemlilik:** Yaşanan olayın önemi de haber değerini doğrudan etkileyen bir unsurdur. Haber kavramında yer verildiği üzere bir köpeğin insanı ısırmasındaki haber değeri ile bir insanın köpeği ısırmasındaki haber değeri aynı değildir. Yaşanan olayın geniş kitleleri ilgilendiriyor olması haber değerini belirlemektedir. Nitekim ana haber programları incelendiğinde öncelikli olarak siyaset ve ekonomi alanındaki haberlere yer verildiği görülmektedir (Hizmetli, 1995: 12). Son yıllarda magazin el olaylar da geniş kitlelerin ilgisini çektiğinden sıkça haberleştirilmeye başlanmıştır.
- **Etkili İlgililik:** Olayların ya da yapılan haberlerin insanları ilgilendirme derecesi birbirinden farklı olabilir. Burada önemli olan konu yapılan haberin ne kadar sayıda insan üzerinde etkiye sahip olduğu yani haberin insanları etkileme derecesidir. Özetle haberin sayıca kaç kişi üzerinde etkiye sahip olduğu o haberin etkili ilgililik derecesini bize göstermektedir (Tokgöz, 2006: 226). Etkili ilgililik bu yönüyle haber değer etmenlerinden kabul edilen önemlilik kuralıyla da benzer bir anlama sahiptir. Bir haber ne kadar çok sayıda insanın ilgi alanına giriyorsa o derecede de öneme sahiptir demektir.
- **İlginçlik:** Bir olayın nitelik bakımından haber değerine sahip olabilmesi için gereken son özellik ise ilginçliktir. Söz konusu olayın normalin dışında, ilginç olması gerekmektedir. İnsanların birbirlerine bahsedeceği, günlük yaşamın dışında gerçekleşen olaylar haber

niteliği taşımaktadır. Bahsi geçen özelliklerin tamamının bir arada olması ile birlikte bir olay habere dönüşmektedir. Bu özelliklerin herhangi birinin eksik olması durumunda yaşanan olayın haber niteliği kazanması mümkün değildir (Girgin, 2002: 13).

3. TELEVİZYON HABERCİLİĞİ

Yaşanan teknolojik gelişmeler ile birlikte internet kullanımı yüksek bir artış içerisinde olsa da hala en yaygın kitle iletişim aracı televizyondur. Bu da habercilik kavramında televizyon haberciliğinin ayrı bir yere sahip olmasını sağlamaktadır. İletişim araçlarının hemen hepsinde olduğu gibi televizyon da kendine has ve kendi yapısından kaynaklanan birtakım özelliklere sahiptir. Televizyon da sahip olduğu bu nitelikleri kullanarak anlatım dilini kendine has bir hale getirmiştir. Televizyon bu süreçte kendine özgü bir dil oluşturmakla kalmamış bununla birlikte yine kendisinden önceki sanat dallarının çeşitli özelliklerini de bünyesine katarak şu anki konumuna sahip olmuştur (Güzel, 2007: 2). Sanatın birtakım farklı formlarından etkilenecek yeni bir forma sahip olan televizyon, hızla bir değişim ve gelişim göstermiş ve bunun sonucunda insanların çok fazla tercih ettiği haber alma aracı haline gelmiştir.

Televizyonun 1930 tarihinden günümüze kadar olan hali göz önüne alındığında bugünkünden oldukça farklı olduğu görülmektedir. En büyük farklılık ise bugünkü yaygınlığa sahip olmayışıdır. Oldukça dar bir kitleye ulaşabilen televizyon ve beraberinde programları, bugüne kıyasla oldukça yüksek maliyete yol açmaktaydılar.

Televizyon haberciliğinin ortaya çıkışının belirgin bir hale gelmesi 1940'lı yılların başlarından itibaren olmuştur. Bu anlamdan televizyon haberlerinin şekil ve anlam yönünde ilerlemesi ve haber spikerlerinin ortaya çıkması da 1950'li yıllarından itibaren gerçekleşebilmiştir. Diğer yandan haberciliğin daha da gelişmesi ile haber bültenleri ortaya çıkmış ve bu bültenlerin daha kaliteli duruma gelmesi de 1960'lı yılları bulmuştur. Bu yıllardan sonra ise teknolojinin de ilerlemesiyle birlikte esas önem kazanan konu haberde hızın ve görsel unsurların ön plana çıkması olmuştur (Atık, 2006: 50). Medyanın en temel unsurlarından olan habercilikte hız ve görsellik ayrıca bir öneme sahiptir. İnsan yaşamında en üst noktada konumlanan habercilik kavramı temel anlamıyla bireyin haber alma hakkı olarak kendini ortaya koymaktadır.

Televizyon yayıncılığının gelişimi incelendiğinde, radyodan farklı olarak toplumların gelişmişlik düzeyine paralel bir gelişim süreci geçirdiği görülmektedir. Tarihte televizyon yayımına yönelik ilk denemeler Amerika Birleşik Devletleri'nde olup 1920'li senelerin sonuna doğru meydana gelmiştir. Düzenlik olarak yayında ise İngiltere, Amerika Birleşik

Devletleri'nden hızlı davranarak düzenli yayına geçen ilk ülke olmayı başarmıştır (Tekinalp, 2003: 128).

İlk denemelerden itibaren yaklaşık 20 yıllık dönemde televizyon, radyonun bir uzantısı olarak algılandı. Düzenli yayınlara geçilmesi de bu algıyı değiştirmede. Nitekim 1940'ların sonunda dahi Amerika Birleşik Devletleri'nde en yaygın kitle iletişim ve haber aracı radyoydu. Henüz radyo ile rekabet gücüne ulaşamayan televizyonda, radyoda okunan haberlerin yalnızca görsellikte birlikte okunmasına yer verilmiştir. Bugünkü haber programları ya da eğlence programları o dönemde henüz ortaya çıkmamıştı. Bu durum düzenli olarak akşam haberlerinin yayınlanmaya başladığı 15 Ağustos 1948 tarihinde dahi değişmedi ve televizyon, radyonun bir uzantı, yol arkadaşı olarak algılanmaya devam etti (Matelski, 2000: 30).

Radyo, televizyonun var olduğu dönem içerisinde altın çağını İkinci Dünya Savaşı'nda yaşamıştır. Savaş dönemi en güçlü haber aracı haline gelen radyo, televizyonun gelişimini de yavaşlatmıştır. Arka planda kalmasına rağmen teknik gelişimine devam eden televizyon, savaş sonrası dönemde 1950'li yılların ikinci yarısından itibaren radyo ile rekabet edebilir hale gelmiştir (Şeker, 1999: 46).

Televizyonun ilk sıçraması ile Amerika Birleşik Devletleri'nde gerçekleşen 1960 seçimleri ile birlikte olmuştur. Seçim propaganda süreci boyunca televizyonu etkin bir şekilde kullanan aday Kennedy ile birlikte televizyona yönelik ilgi artmıştır. 1962 yılında fırlatılan Telestar 1 uydusu ile birlikte uluslararası haberciliğin önünün açılması televizyon izleyişi kitleyi genişletirken, 1963 yılında Başkan Kennedy suikastinin yayınlanması da yine televizyona olan ilginin artmasında etkili olan olaylardan biri olmuştur. 1960'lı yılların başında önemli bir gelişim kaydeden televizyon yayıncılığı, 1960'lı yılların sonlarında dünyanın her yerinden bilgi toplayan ve bilgi paylaşan bir kaynak haline gelmiştir. Bu tarihten itibaren de televizyon haberciliği değer kazanmış, oldukça prestijli bir hal almıştır. Dünya televizyon tarihinde de önemli bir yere sahip olan Vietnam Savaşı, televizyondan yayınlanan ilk savaş unvanına sahiptir ve televizyon haberciliğine farklı bir boyut kazandırmıştır. İlerleyen yıllarda televizyon haberciliği yükselişini sürdürse de asıl amacından saptığı düşüncesiyle eleştiriler de artmıştır (Uğurlu ve Öztürk, 2006: 51).

3.1. Televizyon Haberciliğinin Özellikleri

Teknolojik gelişmelerin gelmiş olduğu noktaya bağlı olarak televizyon haberciliği de zamanla yarışır hale gelmiştir. Geçmiş dönemde haber kavramına yönelik birçok tanımlama yapılmış olmasına karşın yaşanan teknolojik gelişmeler karşısında yeni bir tanımlamaya

gidilmiş ve “bir saniye önce bilinmeyen” olarak tanımlanmıştır. Bu tanımlama haberin esas anlamını koruduğu gibi teknolojik gelişmeler sonucu bugün gelinen noktayı da tasvir etmektedir (Vural, 2004: 105).

Televizyon haberciliği, haber niteliği taşıyan olayların görsel içeriklerin yanı sıra konuşmanın da eklenmesi ile birlikte kitlelere sunulması esasına dayanmaktadır. Televizyon haberciliğinin temel araçları günlük düzenli yayın yapan ana haber programlarıdır. Ayrıca yalnızca habercilik hizmeti sunan kanallar da televizyon haberciliği yaygınlaştıran, ileriye taşıyan bir araç konumundadır. Kitlelere doğru haberi aktarma amacıyla olan bu program ve kanallar, televizyonda yer alan birçok programdan ayrılarak çok daha farklı bir hizmet sunmaktadırlar (Vural, 2004: 106).

Televizyon haberciliğinde en önemli unsur ilk haber özelliğine sahip olunmasıdır. Televizyon kanallarının sayısal çokluğu, radyo ve gazete gibi kitle iletişim araçlarının yanına internetin eklenmiş olması ile birlikte bu özellik çok daha önemli bir hal almıştır. Nitekim sunulan haberlerin daha ilgi çekici bir hal alması adına son yıllarda görsel efektlere ve canlı yayınlara da yoğun bir şekilde başvurulmaktadır (Yüksel ve Gürcan, 2005: 217).

Televizyon haberciliğinin bir diğer önemli özelliği sunulan haberde yer alan bilgilerin özlüğüdür. Radyo ya da gazete gibi önemi olmayan detaylara yer verilmeden en değerli, ana unsurlar haber içeriğinde yer alır. Televizyon haberciliğinde dramatik habercilik anlayışı kabul görmektedir ve sunulan her haberin giriş, gelişme ve sonuç bölümleri yer almaktadır (Yüksel ve Gürcan, 2005: 218).

Televizyon haberciliğinde öne çıkan bir diğer özellik habercilik anlayışının görselliğe dayanmasıdır. Radyo gibi yalnızca ses ya da gazete gibi yalnızca yazıdan ibaret değil görselliğin ön planda olmasının yanında ses ve yazıya da yer verilmektedir. Nitekim haberde yer verilen ses ve yazının varlığı da görüntünün kalitesine, uzunluğuna, değerine göre şekillenmektedir. Bu nedendir ki en iyi haberi yakalamanın yanında en iyi görsel kaydı yakalamak adına da yoğun bir çaba sarf edilmektedir.

Televizyon haberciliğinin en önemli özelliklerinin başında ulaştığı kitlenin ölçeği gelmektedir. Gazete ve radyonun aksine çok daha geniş bir kitleye ulaşmayı başaran televizyon, bu sayede çok daha geniş bir etki alanına sahiptir (Uyguç ve Genç, 1998: 166). Diğer taraftan ana haber bültenlerinde yer alan ve o günün yayın akışı içerisinde tanımlanan “prime time” dediğimiz ve aynı zamanda insanların televizyonu o zaman aralığında en çok izlediğinin düşünülmesi de televizyon haberciliğinin bu anlamıyla ayrı bir yere ve öneme sahip olduğunun

başka bir göstergesidir. Bu belirtilen zaman aralığı içerisinde bulunan televizyon programlarının yine en çok izleyici sayısına ulaşması ise bu zaman dilimi içerisindeki programların ne kadar merak uyandırıcı ve dikkat çekici olduğuyla çok yakından ilgilidir. Bu açıdan bakıldığında benzer haber kaynaklardan aldıkları bilgi, belge ya da görüntüleri yayınlamak isteyen televizyon kanallarının izleyici kitlelerini ekranda tutabilmek adına yayınlarının görsellik, içerik ve sunum tarzları noktasında birbirinden farklılık göstermesi gerektiği düşüncesi ön plana çıkmaktadır (Vural, 2004: 152).

Televizyon haberlerinin radyo ve gazete haberleri ile büyük benzerliklere sahip olduğu görünmekle birlikte büyük farklılıkları da göze çarpmaktadır. Haberin bir şov düzeni içerisinde aktarılıyor olması televizyon, gazete ve radyonun ortak özelliği olarak dikkat çekse de televizyonda görselliğe yer veriliyor olması televizyonu diğer kitle iletişim araçlarından ayıran temel özellik olarak dikkat çekmektedir. İnternet kullanımının ve internet haberciliğinin yaygınlaşması ile birlikte bu anlamda televizyon haberciliğine en yakın kitle iletişim aracının internet haberciliği olduğundan söz etmek mümkündür.

3.2. Televizyon Haberciliğinde Nesnellik Aşamaları

Objektiflik olarak adlandırılan terimin diğer bir adı da nesnelliktir. Objektiflik ya da nesnellik, habere konu olan malzemelerin ya da olayların kişinin öznel düşüncelerinden uzak olacak şekilde doğru olanı tarafsız bir biçimde vermesi durumudur. Nesnelliği ortaya koyan birtakım kriterler vardır. Yaşanmış olup bitmiş bir olay hakkında gerekli bilgileri elde ederken, yazımında ve görsel unsurların oluşturulmasında ve tüm bunları yayınlama esnasında doğruluğu sağlayan etmenlere tabi olmak bu kriterlerin içerisinde bulunmaktadır. Yine aynı şekilde haberde aktarılması esas olan tüm detayları anlatmak ve haberi temel çerçevesi ile olduğu gibi sunmak da nesnellik kavramı açısından büyük önem arz etmektedir. Haberi hazırlayan ya da haberin oluşumunda rol oynayan içerik hazırlayıcısı konumundaki çalışanlar, muhabirler ya da editörlerin objektifliği sağlamak adına kendi fikir ve önerilerini haberde bulundurmamaları gerekir. Haberleri hazırlama aşamasında olayda yer alan tüm taraflara eşit şekilde yaklaşılmalı ve taraflı bir tavır sergilenmemelidir. Haberlerde olabildiğince somut bilgiler yer almalıdır. Haberi oluşturan kaynak ya da kişilerden elde edilen bilgiler doğrudan ve olduğu gibi aktarılmalıdır. Ayrıca haberi düzenleme esnasında toplumda kin ve nefret duygusu uyandıran söylemlerden uzak kalmalı, yalan ve yanlış düşüncelere sebep olacak bir yazım ve üsluptan da kaçınılmalıdır (Bülbül, 2001: 271).

Günümüz rekabet koşullarından etkilenmeyen hiçbir alan olmadığı gibi haber ve habercilik sektörü de bu koşullardan etkilenmiştir. Nitekim habercilik sektörü içerisinde yayın

organları kendi içerisinde yüksek bir rekabete girdiği gibi diğer yayın organları ile de yüksek bir rekabet içerisinde dirler.

Geçmiş dönemlerde gazete ile sınırlı olan haber yayım organları, daha sonra gazete ve radyo halini almış, ilerleyen yıllarda bunlara televizyon eklenmiştir. Her yeni çıkan yayım organı bir öncekinden daha hızlı bir şekilde ve daha geniş kitlelere haberi ulaştırma donanımına sahip olarak geliştirilmiştir. İnternet çağının yaşanması ile birlikte internet de önemli bir haber yayım organı haline dönüşmüştür ve diğer yayım organlarından çok daha hızlıdır. Bu da internet alanı içerisinde yaşanan rekabetin yanında internet ile diğer yayım organları arasında da yüksek bir rekabet yaşanmasına yol açmaktadır (Dursun vd. 2005: 158).

Basım organları incelendiğinde haber kaynaklarının ağırlıklı olarak aynı olduğu görülmektedir. Yüksek rekabet içerisinde fark yaratan ise aynı haberin sunuluş şekli olmaktadır. Rekabette var olabilmek için olabildiğince geniş kitlelere ulaşmak gerekmektedir ki etkili bir sunum bu hususta büyük farklılıklar yaratabilmektedir.

Doğru haberi kamuoyuna verme adına içinde bulunulan bu rekabet haberde olması gereken etik kurallara uyulmamasına sebep olmakta ve haberi esas amacından saptırmaktadır. Bu nedenle haber verirken bütün kurallara riayet edilmeli ve haberin kamuoyuna en doğru bir biçimde ulaştırılması sağlanmalıdır. Bütün bunları sağlayabilmek için ise televizyon haberleri baştan sonra 3 farklı filtrelemeden geçmektedir. Bunlar;

1. Haberin seçim aşamasında ve yazım aşamasında,
2. Haberi düzenlerken
3. Haberin oluşum süreçlerinden sonuncusunda yani yayın aşamasında.

3.2.1. Haberin Yazım Aşamasında Nesnel Olmak

Habercilik temel prensibinde 5N 1K prensibi yer almaktadır. 5N 1K, soru kalıpları olup ne, nerede, ne zaman, neden, nasıl ve kim sorularına dayanmaktadır. Yani bir haberin oluşumu için bu altı soruya yanıt aranmaktadır. Altı sorunun da yanıtını bünyesinde barındıran haberler çok daha akılda kalıcı, çok daha merak ve ilgi uyandıran hale bürünmektedir (Seyhan, 2012: 10- 11).

Haberin ilk aşaması gün içerisinde meydana gelen olaylar arasından yapılan seçme işlemidir. Haber üreten medya kuruluşları ve haber üretim aşamasında yer alan gazeteciler gün boyu meydana gelen yüzlerce olay arasından haber yapmak üzere bir kısmını seçmekte, bir kısmını ise çöpe atmaktadır. Muhabirler ve editörler bu aşamada rol almaktadır. Bu aşama

haberinin en önemli kısımlarından biridir. Bu kısımda cevabı aranan iki soru bulunmaktadır. Sorulardan ilki, haberin seçilmesini sağlayan özelliklerin neler olduğudur. Bu da haberin sahip olduğu değer etmenleridir. İkinci soru ise, haber yapılmak üzere seçilen olayın gerçekte olduğu gibi aktarılıp aktarılmadığıdır. Olaylar nesnel bir şekilde mi habere dönüşmekte yoksa bir takım ideolojilerin, ön yargıların müdahaleleriyle mi şekillenmektedir? Bu iki sorunun cevabı bu ilk aşamada büyük bir önem taşımaktadır (Şeker, 2003: 16).

Bir habercinin asli görevi, topluma gerçek bilgi ve gelişmeleri aktarmaktır. Ele alınan haber başlıklarında şüphesiz toplumun talep ve beklentileri de dikkate alınmaktadır ancak kamu yararına olduğu düşünülen her konuda habercinin gerçeği aktarma görevi bulunmaktadır. Doğrudan geniş kitlelere ulaştırılan bu haberlerin toplumda bıraktığı izleri ve oluşturduğu etkileri de yakından gözlemlemek mümkün olduğundan haberci adına büyük bir avantaj oluşturmaktadır. Toplumun tepkilerini takip eden ve dikkate alan bir haberci, bir sonraki çalışmada hangi konuya ağırlık vermesi gerektiğini de daha iyi ön görebilir hale gelmektedir. Haberci, bizzat gündemde olan bir konu üzerine haber sunabildiği gibi yaptığı çalışmalar ve edindiği bilgiler sonucunda gündemi belirleyecek haberler de sunabilmektedir. Bu da haberciye güçlü bir konuma getirmektedir (Güz, 2005: 81).

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

Haber metinlerinin hazırlanmasında dikkat edilmesi gereken hususların başında dil gelmektedir. Metnin dilinde olabildiğince sıfat kullanımına yer verilmemeli, argo kelimeler kesinlikle kullanılmamalıdır. Sunulan bilginin doğruluğunun yanında özel isim ve rakamlara ilişkin de titiz bir tavır sergileyerek hata payı ortadan kaldırılmalıdır. Haber, güvenilir ve inanılır olması gerektiğinden güvenilirliği yüksek ajans ve konuya ilişkin açıklamada bulunan devlet makamlarının adının geçirilmesi de haber metninde dikkat edilmesi gereken bir noktadır (Dışkaya, 2009: 48).

Bahsedildiği üzere haber metni, haberin kendisi kadar etkili bir unsurdur ve bu sebeple doğru bir şekilde hazırlanması büyük önem taşımaktadır. Bir haber metninin hazırlanmasında dikkat edilecek başlıca hususlar şunlardır:

1. Haber metni yazılırken günlük dilde yer alan kelimeler kullanılmalıdır.
2. Televizyon haberleri yazılırken, yabancı kelimeler çok mecbur olmadıkça kullanılmamalıdır.
3. Haber metinleri yazılırken cümleler kısa, sade ve açık olmalıdır. Devrik cümle kurulmamalıdır.
4. Haber metni yazılırken bilgiler sadeleştirilerek yazılmalıdır.
5. Haber yazarken haber görüntülerinin anlatımında kullanılması gereken teknik terimler, sadeleştirilerek yazılmalıdır.
6. Haber metinleri yazılırken sıfatlar mümkün olduğunca kullanılmamalıdır.
7. Haberi yazan ya da sunan kişi kendi kişisel görüşünü haberin içerisinde yansıtmamalıdır.

3.2.2. Haberin Düzenlenme Aşamasında Nesnel Olmak

Haberin seçilmesi ve sunum için metninin hazırlanmasının ardından bu kez haberin düzenlenmesi aşamasına geçilmektedir. Bu aşamada habere ilişkin mevcut tüm bilgiler ve bu bilgilerin geçerliliği adına belgeler bir araya getirilmekte ve düzenlenmektedir. Bir haberin kamuoyuna aktarılması adına en etkin aşama haberin düzenlenmesi aşamasıdır. Haberin düzenlenmesi aşamasında yine öznellikten uzak durularak haberin nesnelliğinin korunması gerekmektedir. Televizyon haberciliğinde görselliğe de yer verildiğinden sunulacak olan haberin görsel kısmı ile metin kısmının uyum içinde olması sağlanır. Bu sayede hem izleyici kitlenin ilgisini çekmek mümkün olmakta, hem de haberin inandırıcılığı kuvvetlenmektedir. Bu sebeple haberin sunumunda hazırlanan metnin ve hazırlanan görselliğin ayrı ayrı büyük önemi olduğu gibi kendi aralarındaki uyumu da büyük önem taşımaktadır. Yine tıpkı haberin metninde olduğu gibi görselliğinde de nesnelliğin ve gerçekliğin korunması gerekmektedir. Haber sunumunda en önemli unsur inandırıcılıktır ve kitlenin habere inanmasını sağlamak için hazırlanan haberin yanı sıra haberin sunucusunun da duygulardan, deneyimlerden, kısacası öznel tüm duygu ve düşüncelerden arınmış bir sunum gerçekleştirmesi gerekmektedir (Altun, 2007: 24).

Televizyon yayıncılığı başlı başına gerçek ile kurgunun birleşiminden oluşmaktadır. Eğlenceye yönelik yayınlarda kurgu ön plana çıkarken, gerçekçiliğin ön plana çıktığı tek yayın haber yayınlarıdır. Ele alınan her konu, haberleştirilen her olay gerçeklik iddiası ile birlikte

kamuoyuna sunulmaktadır. Bununla birlikte haberin hazırlanışında ve sunumunda gerçeklikten sapılması da mümkündür. Bu doğrultuda gerçekliği korumak için özen gösterilmektedir. Nitekim haberin her aşamasındaki nesnellik, haberin güvenilirliğine de doğru orantıda güç katmaktadır (Ertan, 201: 37).

3.2.3. Haberin Yayın Aşamasında Nesnel Olmak

Bir haberin oluşum sürecindeki son aşama yayın aşamasıdır. Diğer aşamaları tamamlanmış olan haber artık yayına hazırdır ve yayın ile birlikte de süreç tamamlanmaktadır. Diğer aşamalarda olduğu gibi sürecin son aşamasında da haber kaynaklarının, muhabirlerin ve sunucuların nesnellik ölçütüne bağlı kalmaları gerekmektedir. Spiker ya da sunucunun da sürece dâhil olduğu bu son aşamada haberin sunumuna kadar nesnellik ölçütlerine bağlı kalınmasına karşın son aşamada yani sunum anında nesnellikten uzaklaşmak mümkündür. Bunun önüne geçebilmek için de nesnellik ölçütlerine bağlı kalınması gerekmektedir. Bu aşamada spiker ya da sunucuya düşen görev haberin sunumuna ve sunumunun sonrasında kişisel görüşlerine yer vermemesidir. Son derece objektif bir yapıyla duygu ve düşüncelerine habere dahil etmemesi nesnelliğin korunması adına büyük önem taşımaktadır (Orhon, 2002: 17).

4. TÜRKİYE’DE HABERCİLİK

Türkiye’de medya ortamındaki yapılanmayı daha iyi anlamak için Türkiye’nin tarihsel gelişimine bakmakta ve yaşamış olduğumuz sosyo kültürel değişimden söz etmekte yarar vardır. Bu doğrultuda öncelikli olarak sosyo kültürel değişimlerin toplumdan topluma farklılık gösterdiğini ifade etmek gerekmektedir. Bazı toplumlarda sosyo kültürel değişim yoğun bürokratikleşme, modernleşme, şehirleşme vb. yönde olurken, bazı toplumlarda farklı ülke alışkanlıklarının benimsenerek değer karmaşası şeklinde olmaktadır. Ülkemizde yaşanan değişimin ise çift yönlü olduğundan ve yoğun bir şehirleşme, modernleşme gelişiminin yanında değer çatışmalarının ve karmaşasının da yaşandığı bir süreç olarak ele almak mümkündür. Yine de bu değişimi detaylandırmakta yarar vardır (Çalık, 1989:7).

Türkiye’de medya alanı 1990 yılına kadar, basın sektöründe özel sektörün, televizyon ve radyo yayıncılığında ise devlet kaynaklı kamu girişiminin egemen olduğu bir yapılanma göstermekteydi. 1990’lı yıllardan itibaren ise basında tekelleşme son bularak çok kanallı bir yapıya bürünülmüştür. Nitekim ilk özel televizyon kanalının ardından birçok özel televizyon kanalı yayın hayatına başlamıştır. Bu dönemde özel kanalların, gayri resmi de olsa gündeme ağırlıklarını koymaları ile birlikte ortaya çıkan kanal enflasyonu, bireylerin sosyal hayatlarında

köklü değişimlere yol açmıştır. Tıpkı televizyonun ortaya çıktığı ilk dönemdeki gibi televizyon yeniden insanların fazla zaman harcadıkları bir uğraş haline dönüşmüştür (Dursun, 2001: 144).

Türkiye’de 1990 yılından bu yana yaklaşık 30 yıldır özel radyo ve televizyon yayıncılığı gerçekleştirilmektedir. Buna karşın özel radyo ve televizyon yayıncılığına toplumsal bakışta son yıllarda olumsuz görüşlerin arttığı görülmektedir. Bu durumun başlıca sebebi olarak ise medya sektöründe artan tekelleşmedir. Türkiye’deki medya yayın organlarında çok seslilik azalmıştır ki bu da farklı fikir ve zevklerin sunulmasını güçleştirmektedir. Nitekim kanallar arasındaki farklılıklar da belki de yayıncılık tarihinin en düşük dönemini yaşamaktadır. Toplumları peşinden sürüklemeye gücüne sahip olan televizyon yayıncılığında kamu yararından çok kişisel yararlar için yayınların da oldukça arttığı görülmektedir. Televizyon izleyicisine tamamen müşteri gözüyle bakılmakta ve bu yönde programlar sunulmaktadır. Her ne kadar toplumun ihtiyaçları ve talepleri göz önüne alınıyor gibi görünse de kamu yararından ziyade kar marjı yüksek yayınlara yönelindiği görülmektedir. Aynı durumun habercilik için de geçerli olduğundan söz etmek mümkündür. Bugün bazı kanallar doğrudan ana haber bültenlerini kaldırırken, hemen hepsi reklam almaya başlamıştır. Sunulan haberler içerisinde magazin değeri yüksek haberlerin yanı sıra izleyici eğlendirecek öğelere dahi yer verilmektedir. Arta kalan zamanda sunulan haberlerde ise haberin gerçekliği ilkesinin göz ardı edildiğine rastlanmaktadır. Gazetecinin ve haber kaynağının temel işlevi toplumu gerçek habere ulaştırmak olmasına karşın haber aktarımında ve ana haber bülteni sunucularının söylemlerinde kişisel yorumlara sıklıkla rastlanmaktadır. Bugün, artan özel televizyon sayısı ile birlikte televizyon haberi kaynağı artmış olsa da doğru habere ulaşmak adına geçmişe nazaran çok daha yoğun bir çaba sarf edilmek zorunda kalınmaktadır.

Bahsi geçen 30 yıllık süreç göz önüne alındığında Türkiye’deki televizyon haberciliğinin adeta içinin boşaltıldığından söz etmek mümkündür. Artan kanal sayısına rağmen çeşitliliğin azalması, sunulan haberlerin büyük çoğunluğunda önemlilik ve doğruluk ilkelerinin göz ardı edilmesi, ana amacın dışına çıkıldığını göstermektedir.

4.1. Kamusal Yayın Haberciliği

Türk kamuoyu haber bültenleriyle, radyo yayıncılığının başlaması ile tanışmıştır. Yaklaşık 40 yıllık dönemde günün belirli saatlerinde yapılan radyo yayınları ile ülkemizde ve dünyada yaşanan günlük olaylar hakkında haberler paylaşılmıştır. İlk televizyon düşüncesi ile üniversite içerisinde bir laboratuvar niteliğinde 1949 yılında tasarlanmıştır (Tamer, 1983:40). 1952 yılında ise İstanbul Teknik Üniversitesi bünyesinde televizyon yayıncılığına ilişkin birçok çalışma gerçekleştirilmiş ve ilk televizyon yayını yapılmıştır. Bu çalışmalarda temel amaç halka

televizyon hizmeti sunmaktan ziyade araştırma ve eğitim amaçlı olmuştur. Bu doğrultuda da haftadaki bir olmak üzere 1960 yılına kadar amatör yayınlar düzenli olarak gerçekleştirilmiştir. Yaşanan 1960 Darbesi ile birlikte ise bu yayınlar son bulmuştur (Sarmaşık, 2000:19).

1961 Anayasası'nda ise çıkartılan kanun kapsamında Radyo ve Televizyon Kurumu oluşturulmuştur. 1965 yılından itibaren de radyo ve televizyon yayıncılığı görevi Radyo ve Televizyon Kurumu'na verilmiştir (Turam, 1994: 289).

Yaklaşık 55 yıllık dönem incelendiğinde Türkiye'nin ilk kanalı olma özelliğine sahip olan TRT'nin dönem dönem övüldüğü, dönem dönemse eleştirildiği görülmektedir. Dönemsel bakış açıları değişse de TRT'nin Türkiye'deki televizyon kültürünün ve ahlakının temel belirleyicisi olduğu görülmektedir. Devlet kanalı olması itibari ile siyasal olayların etkisinde kalan bir yayın hayatı geçirmesi eleştirilerin temel kaynağı olsa da toplumun kültürel ve ahlaki değerine kattıkları, özel kanalların da yer aldığı bir ortamda belirleyici ve yönlendirici olması itibari ile TRT'nin başarılı işlere imza attığından söz etmek mümkündür.

TRT'nin eleştiri aldığı en yoğun noktası haberciliğine yönelik olmuştur. Kurulduğu günden bu yana haberlerin siyasi iktidar yanlısı olduğu iddia edilmekte ve eleştirilmektedir. Nitekim artık bu etiketin üzerine yapıştığını söylemek de yanlış olmayacaktır.

TRT'nin haber akışında genellikle protokol sıralaması dikkate alınmaktadır. Gündemi doğrudan etkileyen önemli bir gelişme yok ise ilk olarak cumhurbaşkanının günlük çalışmalarına yer verilmektedir. Daha sonra ise iktidar partisi ve sırasıyla muhalefet partisinin gündelik çalışmalarından söz edilmektedir. Bu anlayış kendisini yenilemediğinden geri kalmışlığa ve tek düzeliğe yönelik eleştirilere de maruz kalmaktadır (Kars, 1996: 508). Ancak bir devlet kanalının izlemesi gerek sıralama ve benimsemesi gereken habercilik anlayışı dikkate alındığında alternatif bir uygulamanın da olmadığı görülmektedir. Buna karşın kendisini yenilemek ve habercilik anlayışını ileriye taşımak adına özellikle özel kanalların da yayın hayatına başlaması ile birlikte TRT'nin uygulamalarında yeniliklere gittiği görülmektedir. Bu yeniliklerin başında da gerçekleştirilen canlı yayınlar gelmektedir. Bugün hemen her şehirde TRT temsilcilikleri yer almaktadır ve yaşanan gelişmeler karşısında ana haber bülteni ya da günlük akış içerisinde haber ile en yakın teması kurmak adına canlı bağlantılar gerçekleştirilmektedir.

Söz edilenlerin yanı sıra TRT'nin diğer özel kanalların birçoğunda ortaya konmayan ahlaki değerlere saygı, doğruluk ve dilin güzel kullanımı gibi hayati konularda örnek bir yayıncılık yaptığı görülmektedir. TRT, çıkartmış olduğu kitapçıklarda değer ve standartlarını;

doğruluk, tarafsızlık, değişik kesimlerin yadırgamayacağı yayın yapma zorunluluğu, sıkıntı ve üzüntü verecek unsurları özenle işleme, kötü alışkanlıkların yayınında duyarlı bir yaklaşım ve yapımda şiddete yer vermenin zararını değerlendirme olarak ifade etmiştir (Tekinalp, 2003: 26).

4.2. Özel Televizyon Haberciliği

Ülkemizde televizyon haberciliğinde kamu kesiminin yanında özel kesimin de yer almaktadır. Kamu kanallarının temel amacı halkın haber alma hakkını karşılamak ve doğru bilgiye ulaştırmak iken özel kanalların temel amacı daha geniş izleyici kitlelerine ulaşmaktır. Bu durum habercilik anlayışına yansımaktadır ve izleyicilerin ilgisini çekecek konularda haber çeşitliliği sağlanmaktadır. Nitekim bugün birçok ana haber bültenin komik videolara ve magazin içerikli haberlere yer verilmesindeki temel sebep budur.

Türkiye’de 1990’lı yıllarla birlikte faaliyete başlayan ve sayıları her geçen gün artan özel televizyon kanalları, habercilik anlayışına farklı bir boyut getirmişlerdir. Bu kanallar ağırlıklı olarak eğlence içerikli programlara yer verdiklerinden haberlerde de televizyonun eğlendiriciliğinin sürdürülmesi gerektiği anlayışını benimsemişlerdir. Bu yeni habercilik anlayışına göre; daha hafif, halkın ilgisini çekecek konulara yönelinmekte ve bu konuların da magazin yönü ön plana çıkartılarak eğlenceli haber bültenleri hazırlanmaktadır (Kars, 2004: 562).

Haber bültenlerinin temel işlevi topluma gerçek haberi aktarmaktadır. Yaşanan gelişmelerden toplumun bilgi sahibi olmasını sağlamak ve sorunlara ilişkin de duyarlılığını arttırmaktadır. Özel televizyon kanallarında ise işletme bazlı kaygılar ön planda tutulduğunda bu temel işlevlerden sapılmakta ve maddi kaygılar doğrultusunda hareket edilmektedir. Bugün gelinen noktada özel kanalların en çok habercilik anlayışında farklılaşmaya yol açtığı görülmektedir.

4.3. Tematik Kanal Haberciliği

Tematik televizyon kanalı; bir ya da birden fazla konuda uzmanlaşmış ve bu konulara yönelik kitleleri hedef kitlesi olarak belirleyen kanallardır. Bu kanallara en güzel örnekler NTV ve Bloomberg TV’dir. Her iki kanal da gündem ve ekonomi odaklı yayınlar gerçekleştirmektedir. Nitekim son dönemde değişime giden TV 8 kanalı da yalnızca eğlence odaklı bir yayın akışına sahiptir (Özer, 2004: 256). Ülkemizde özel kanalların sayısının artması ile birlikte tematik kanalların da sayısı artış göstermiştir. Bugün birçok müzik, haber,

spor ya da belgesel odaklı kanala rastlamak mümkündür. Özel kanallarda yaşanan bu yönelim ile birlikte TRT de geri kalmayarak haber, müzik ve spor kanalları oluşturmuştur.

4.4. Televizyon Haberlerinin Magazinleşmesi

Günümüz habercilik anlayışı içerisinde medyada artan magazin hâkimiyetinin televizyon haberciliğine de yansıdığı görülmektedir. Bugünkü televizyon haberciliğindeki magazinleşme iki şekilde dikkat çekmektedir. Bunlardan ilki doğrudan haber programları içerisinde magazin haberlerine yer verilmesidir. İkincisi ise magazinsel olmayan haberlerin magazinsel bir yapıya büründürülmesidir. Temel olarak farklı yapılara sahip olsalar da iki tür de aynı amaca hizmet etmektedir.

Magazin haberleri özü itibariyle daha çok bireylere odaklanmaktadır ve yaşanan gelişmeleri daha dramatik, daha etkileyici bir dil kullanarak sansasyonel bir havaya sokmaktadır. Bu haberlerin bir diğer özelliği yaşanan olayın sunum içerisinde sık sık tekrarlanması ve arkada ilgi çekici bir müziğin yer almasıdır. Sunum içerisinde büyük puntolar ve göz alıcı renkler tercih edilmektedir. Haber bültenlerinde doğrudan magazin haberlerine yer verilmesi, toplum tarafından tanınan sanatçı, oyuncu, futbolcu ya da müzisyen gibi isimlerin özel hayatlarına ilişkin gelişmeleri aktarmak yönüyle gerçekleştirilmektedir. Bu haberler, toplumu bilgilendirmekten ziyade eğlendirmeye yöneliktir. Haber içeriğinin magazinleştirilmesi ise habere konu olan olayın ikincil öneme sahip öğelerin öne çıkarılmasıdır. Bir başka deyişle siyasal, ekonomik ve toplumsal nitelikli ciddi konuların da eğlenceli hâle getirilerek sunulmasıdır. Siyasi bir toplantıdaki siyasetçinin üzerindeki çizgili takım elbisenin İtalyan kesimi olduğu bilgisinin sunulması, olayı magazinleştirme çabasına bir örnektir. Ünlü ses, sinema, sahne sanatçıları, mankenler, sporcular ve sosyete mensuplarının özel yaşamlarına ilişkin biraz da dedikodu karışımı haber ve programlar, büyük ilgi görmektedir. Söz konusu kişilerle ilgili evlenmeler, boşanmalar, ayrılımlar, aşklar, kavgalar, eğlence yerlerinden ve gece yaşamlarından günlük kesitler de magazin basınının kapsamı içinde yer almaktadır.

Haber programlarının geçirmiş olduğu evrim göz önüne alındığında bugünkü haber içeriklerinin çok daha yüzeysel, çok daha ilgi çekmeye yönelik ve çok daha gerçek habere uzak olduğu görülmektedir. Bu durum şüphesiz toplumun değişen ihtiyaçlarının bir sonucu olduğu gibi habercilik anlayışının da değiştiği gösteren bir yansıma olarak karşımıza çıkmaktadır (Ergül, 2005: 101).

Medya haberi magazinleştirilerek izleyicinin dikkatini asıl olan bitenden uzaklaştırır. Yaşananları değerlendirmede kullanılan ölçütlerin ya da çözümlemelerin dayandırıldığı

bütüncül ve olabildiğince rasyonel ve nesnel çerçeveyi silikleştirerek, eleştirinin zaman içerisinde işlevsizleştirilmesine neden olur. Mevcut yapıyı ve değerlerini tartışmaya açmayarak var olanı sorgulanamaz bir yapı olarak kurar, kaderci, statükocu bir anlayışı oturtur. Yaşananları doğallaştırır. Aksaklıklar da kişisel, şahıs hatasına bağlı ve münferit olarak görülür ya da boş inançların yaygınlaşmasına neden olabilecek gerçek üstü veya ütöpik fantezilerle açıklanır (Ertan, 2011: 70).

Haberin tabloidleşmesi; toplumu doğrudan ilgilendiren siyasi, ekonomik ve uluslararası gelişmelerin daha az ilgi çeker hale gelmesi sonucu bu konu başlıklarının yerine toplumun ilgisini daha çok çeken spor, eğlence ve ikili ilişki odaklı gelişmelere daha çok yer verilmesi anlamına gelmektedir. Televizyon haberciliğinin magazinleşmesi, haberin tabloidleşmesinin bir sonucudur. Bu anlayış içerisinde yaşanan gelişmenin haber değerine ya da önemine değil toplum tarafından gösterilen ilgi düzeyine ağırlık verilmektedir (Bek, 2004: 31).

Magazin de magazinsel unsurlar da insan hayatının içerisinde yer alan unsurlara dönüşmüş durumdadır. Nitekim bu gerçeğin bireysel anlamda olumsuz etkileri de endişe verici boyutta değildir ancak toplumun genelinin magazinsel değerlere ve olaylara gerçek haberlerden daha çok ilgi gösterir hale gelmesi toplumsal gelişim adına oldukça kaygı verici bir durumdur. Bu tavırdaki bir toplum, gerçek haberden uzaklaşmakta, ulusal ve uluslararası gelişmelere gerekli önemi göstermemekte, bilgiden ziyade eğlenceye önem verir hale gelmiş demektir. Bugünkü televizyon haberciliğinde de baskın bir şekilde haberlerin magazinsel bir hal aldığından ve magazin haberciliğinin ön plana çıktığından söz etmek mümkündür (Bayraktaroğlu ve Uğur, 2011: 43).

Haber saatinin başlaması ile beraber ülke gündeminde olan haberlerin magazinleştirilerek verilmesi veya verilmesi gereken bilginin arka planda tutularak ön plana haberin magazin yönünün verilmesi haberin nitelikleri ile çelişmektedir. Örnek verecek olursak; Suudi Arabistan Kralı Selman bin Abdülaziz El-Suud Atatürk Havalimanı apronunda karşılamak için yaklaşık 100 araç hazır bekletildi. Kral Selman, uçaktan yürüyen merdiven ve asansör kullanarak inmesi haberi, haberin magazin kısmıdır. Oysa gerçek haber Suudi Kralı Selman bin Abdülaziz ElSuud'un Türkiye'ye İslam İşbirliği Teşkilatı 13. İslam Zirvesi'ne katılmak için geldiğidir. Toplumun almak istediği gerçek bilgi, haber magazinciliğinin ardına gizlenmektedir. Suudi Kralı Selman bin Abdülaziz El-Suud'un Türkiye'ye hangi uçakla geldiği ve nasıl karşılandığı, ne yiyip içtiği ve giydiği haber bültenlerinde yoğun olarak yer almaktadır. Ancak Selman bin Abdülaziz El-Suud'un Türkiye'ye geliş amacı detaylı şekilde belirtilmemektedir. Gerçek haberlerin magazinleştirilip

verilmesi toplumun aldatılması anlamına gelmekle birlikte aynı zamanda toplumdan gerçekleri de saklamak anlamına gelmektedir. Fakat habercilikte doğruluk, gerçeklik, nesnellik önemlidir. İnsanların doğru haberi ve gerçek bilgiyi alması engellenmemelidir. Haber verildikten sonraki yorum izleyicilere bırakılmalıdır. Haberde izleyicinin dikkati görsellere çekilerek ve haberle ilgili yorumlar yapılarak izleyicinin düşünce algısı yönetilmemelidir (Bayraktaroğlu ve Uğur, 2011: 43).

4.5. Magazinleşen Televizyon Haberlerinin Topluma Etkisi

Teknolojik gelişmelerin gelmiş olduğu nokta ile birlikte insanlık boyunca görülmemiş bir bilgi erişimi fırsatı ortaya çıkmıştır. Bugün, kitle iletişim araçları sayesinde her türlü bilgiye hem kolayca hem de üst düzey bir hızla ulaşılabilir. Bilginin kaynağı adeta sonsuzlaşmıştır. Her döneme, her topluma ya da her konuya ilişkin bilgiye ulaşmak mümkündür. Bu da bireysel ve toplumsal birikimin üst düzey olmasına büyük bir katkıda bulunmaktadır (Timisi, 2003: 41-42).

Türkiye'nin birçok güçlü yayın organı, uzun bir dönem açıkça kendi ürettiği suni ve yapay gündemlerle toplumu meşgul etmiş, yapmış olduğu birçok yayınlı toplumsal değerlerle çatışma durumuna düşmüştür. Basın, aslında tam tersine ilkeli davranıp bilgiyi yansız şekilde halkla paylaşıp, insanlara haklıyı ve haksızı ayırt etme işini onlara bırakması gerekirken olaya müdahil olan, kıvılcımın ateşlenmesi için birincil görevi yerine getiren yegâne unsur konumuna gelmiştir (Ceylan, 2011: 546).

Haber programlarının temel işlevi toplumun doğru bilgiye ulaşmasını sağlamak iken her geçen gün tıpkı eğlence programları gibi halkın ilgisini çekmek, daha geniş kitlelere ulaşmak çabası içerisine girildiği görülmektedir. Çeşitli kaygılar sonucu habercilik ilkelerinden sapılarak gidilen bu yolda toplumun da herhangi bir rahatsızlık duymaması ve hatta magazinleşen habercilik anlayışına ilgi göstermesi toplumsal gelişme adına beraberinde birçok sorunun da ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Ortaya çıkan sorunların başında “haber” kavramının önemini yitirmesi gelmektedir. Bugün geçmiş dönemde olduğu kadar gerçek haberin değeri bilinmemektedir. Bununla birlikte gerçek haber arayışının da azaldığı görülmektedir ki bu da yanlış bilgilendirmelerin ve daha da kötüsü yönlendirilmiş bilgilendirmelerin artmasına yol açmaktadır. Bir diğer sorun da magazinleşen habercilik anlayışının kültürel yozlaşmaya bulunduğu katkılardır ki bu da toplumsal değerlerin ve duyguların azalmasına neden olmaktadır (Bal, 2006: 46).

Haber metinleri biçimi ve içeriğinden dolayı güvenilirliği en yüksek metinler olmalıdır. Haber metinlerinin eğlence içeriğiyle aktarılması ise güvenilirliği yüksek bu metinlerin magazin içeriğiyle birlikte güvenilirliğinin sorgulanmadan algılanması gibi bir sonucu doğurmaktadır. Yanlış haberdan daha sakıncalı olan bu durum da haberi güvenilir metin diye magazin yönüyle algılayan bireyin iç dünyasında yarattığı algılamamanın, bireyin gündelik yaşamını olumsuz ve yanlış yönlendirebileceğini söylemek bu anlamda çok da yanlış olmayacaktır. Bu konuda olup biten hakkında haberdar etmek anlamında hazırlanan televizyon haberlerinde sunulan magazin içerikli öğeler; bağlamından koparılmış, yüzeysel bir bilgi yığınınından oluştuğu için bireyi yüzeysel bir bakışla yetinme alışkanlığına götürmektedir. Çoğu zaman da reklamlarla bölünen haberler ve bağlamından koparılmış haber parçacıkları nedeniyle insanların yeterince bilgilenememesi, herhangi bir konu hakkında derinlemesine bir bilgi edinememesi gibi bir sonucu ortaya çıkarmaktadır. İnsanları bilgilendirmekten uzaklaştıran, yanıltan, yersiz ve yüzeysel haberlerin iletilmesiyle ortaya çıkan sonuç da televizyon haberlerinin insanları bilgilendirmekten çok eğlendirdiği ve çok da sakıncalı bir yöne doğru sürüklediği söylenebilir (Kurt, 2001: 101).

Magazin haberciliğinin temel sorunlarının başında bireylerin özel hayatlarına dâhil olunması ve yaşam alanlarının kısıtlandırılması gelmektedir. Bireylerin, özellikle de ünlü bireylerin yaşam alanları her geçen gün daralmaktadır ve toplumun bireyler düzeyinde ünlülerden beklentileri artmaktadır. Özel hayatın işgal edilmesi normal karşılanmaya başlanmış ve bireyler adına yapılan bu olumsuz davranış bir sorun olarak görülmemeye başlamıştır. Magazin haberciliğin topluma olumsuz etkilerinden bir diğeri de insanların özel hayatlarının bir eğlence unsuru haline dönüşmüş olmasıdır. Bireyler, binbir türlü şekilde değerlendirebilecekleri vakitlerini insanların özel hayatlarında yaşanan gelişmeleri takip ederek geçirmektedir ki bu da insan beynini işlevine olumsuz etkide bulunmaktadır (Yurdigül ve Yurdigül, 2014: 122).

Televizyonda yayınlanan programlar sadece eğlenmemizi değil aynı zamanda bilgilenmemizi ve dünyada olan biteni anlamamız konusunda bize oldukça önemli bilgiler sunmaktadır. Bu programların doğru bir biçimde oluşturulması ve yayınlanması kültürel unsurların da düzgün bir şekilde aktarılmasına katkı sağlayacak ve böylece gelecek nesillerin sağlıklı bir zihin yapısıyla yetiştirilmesi mümkün olabilecektir. Bu nedenle televizyon yayıncıları ve televizyon programı yapan kişiler etik kurallara dikkat etmeli, haberlerde daima doğru olanı vermeli, özel hayatın gizliliğine ve mahremiyete özen göstermeli, şahsi menfaatlerine yönelik eylemlerden uzak durmalı, yayınlarda niteliğe ve kaliteye önem vermeli,

nesnel ve tarafsız olmalı, toplumda yer alan sözlü ve sözsüz kurallar olarak değerlendirilen örf, adet ve gelenekler konusunda hassas davranmalı, hukuka ve evrensel kurallara dayalı bir yayıncılık anlayışını benimsemelidir. Buna ek olarak televizyon programlarının eğitici ve öğretici yönü ön plana çıkarılmalı, etik problemlerden arındırılmalı, çocukların ve yetişkin bireylerin psikolojik ve sosyolojik açıdan gelişimine katkı sağlamalı ve onların ruhsal yapılarına zarar verici yayınlardan uzak durmalı, milli birlik ve bütünlüğe dayanan ve bunları güçlendiren yayınlar yapmalı, milli ve ahlaki değerlere olan saygıyı koruyucu bir yayın politikası izlemelidir. Yukarıda saydığımız tüm bu kurallar doğrultusunda yapılan yayıncılık anlayışının milli birlik ve beraberliğin yanı sıra milli kültüre de çok büyük katkı sağlayacağı apaçık ortadadır (Süme, 2011: 404).

SONUÇ

Haber insan yaşamının önemli bir parçası haline gelmiştir. İnsan hayatında ortaya çıkan her hadise aynı zamanda bir haber olma özelliği taşımaktadır. Bir olayın haber değeri kazanabilmesi o olayın ne kadar insanı ilgilendirdiği, ne derecede önemli olduğu, haber değerlerini ne ölçüde taşıdığı ile çok yakından ilgilidir. İnsanoğlunun var olduğu her olay haber olma özelliğini de bir o kadar içerisinde barındırmaktadır. Televizyon haberciliğinin geldiği noktada ilkelerden sapıldığı ve çok sesliliğin azaldığı görülmektedir. Habercilik ve televizyon haberciliği ilkeleri toplumsal çıkarları göz önünde bulundurmaktadır. Günümüzde ise habercilik, işletmenin bir parçası olarak kabul edilmekte ve işletme çıkarları doğrultusunda tutumlar sergilenmektedir. Bu da toplumun doğru bilgiye ulaşmak için çaba sarf etmesine yol açtığı gibi televizyon haberciliğine yönelik güvenin de azalmasına neden olmaktadır.

Televizyon haberciliğinin haberciliğin temelini oluşturduğu ifade edip aynı zamanda da televizyon haberciliğinde magazinselliğe doğru bir kayış olduğu tespit etmek son derece tezat iki durumdur. Bu doğrultuda tezatlığı ortadan kaldırmak ve televizyon haberciliğinin sahip olması ilkelerin yeniden tüm kanallarca benimsenmesi adına getirilebilecek öneriler şunlardır:

- Atılabilecek ilk adım yasal düzenlemelerdir. TRT'nin de içerisinde yer aldığı bir ortamda getirilecek standartlar ile birlikte özel kanallardaki maddi kaygıların ikinci plana atılması ve habercilik ilkelerine bağlı kalınması adına önlemler alınmalıdır.
- Toplumsal bir tepki oluşturulmalıdır. Bireylerin haber edinme hakkı temel hakları arasında yer almaktadır ve haber edinmek için başvuru ilk araç televizyonlardır. Televizyonlarda bu denli gerçek dışı ve taraflı haberlere yer verilmesi, bireylerin haber

edinme hakkına yönelik bir saldırıdır ve bunun karşılığında da toplumsal bir tepki geliştirilmelidir.

- Habercilikten magazinsellik arındırılmalıdır. Bu tutum haberciliğe ve kanala yönelik güvenilirliği zedelendiğinden somut bir karşılığı olmalıdır. Bu karşılık kanala tepki, haberleri izlemem vb. yönde olabilir. Maddi kaygılarla habercilik ilkelerini ikinci plana atan ve magazinsel ögelere haberlerinde yer veren kanallar, kaybettiği izleyici kitlesini geri kazanmak için güvenilir ve tarafsız haberciliğe geri döneceklerdir.
- Televizyon haber çalışanlarının donanımları arttırılmalı, ilkelere bağlılık adına uyarılarda bulunulmalıdır.
- Üniversitede etkili iletişim dersleri arttırılmalı, televizyon ve gazetecilik bölümlerinde habercilik ilkelerine vurgu yapılmalıdır.

KAYNAKÇA

Altun, S. (2007). Haber Söylemi Değişkeleri: Cumhuriyet Mitingleri Ya Da “Gelincik Devrimi” Örnekleme, Yüksek Lisans Tezi, Kültür Üniversitesi, İstanbul.

Atik, A. (2006). Türkiye’de Özel Televizyon Haberciliğinde Eğlendiren Bilgi Süreci ve Örnek Program Show Tv Ana Haber Kuşağı. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Bek, M. G. (2004). Türkiye’de Televizyon Haberciliği ve Tabloidleşme, İletişim Araştırmaları, 2/1:9-38.

Bülbül, R. (2000). Genel Gazetecilik. Nobel Yayınevi, Ankara.

Bülbül, R. (2001). Haberin Anatomisi ve Temel Yaklaşımlar, Ankara: Nobel Yayınevi.

Ceylan, Y. (2011). Toplumsal Değerler Ve Medya Etiği, Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 4/7.

Çalık, M. (1989). Kültür Değişmeleri ve Arabesk. Türkiye Günlüğü Dergisi, Ankara.

Dışkaya, G. S. (2009). Eğlencenin Habere Haberin Eğlenceye Dönüşmesi, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Dursun, Ç. (2001). Televizyon Haberlerinde İdeoloji. İmge Kitabevi, Ankara.

Dursun, Ç., Duran, R., Cangöz, İ., Arsan, E., Eryılmaz, T. Yurdalan, Ö., ve Sucu, M. (2005). Gazetecilik ve Habercilik (2. Baskı). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

Ergül, H. (2005). Televizyonda Haberin Magazinelleşmesi. İstanbul: İletişim Yayınları.

- Ertan, B. (2011). Televizyon Haberlerinde Magazinelleşme, Uzmanlık Tezi, Ankara: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
- Girgin, A. (2002). Haber Yazmak. Der Yayınları, İstanbul.
- Göktaş, Z. (2006). Televizyon Haberinde Duygusallaştırma Ya Da Duygu Ötesi Toplum Yaratma (Show Tv, Kanal D, Atv Örneği), Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Güz, N. (2005). Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Güzel, M. (2007). Televizyon Haberciliğinde Magazinelleşme (Karşılaştırmalı Bir Çalışma), Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Hizmetli, M. (1995). Yayın Standartları Açısından TRT Televizyon Haberleri, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kars, N. (1996). Televizyonda Sermaye ve Haber. Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı, İstanbul.
- Kars, N. (2004). Televizyon Haberlerinde Kadının Konumu. 2th. International Symposium Communication in the Millennium, İstanbul
- Kazaz, M. (2002), Türk Televizyon Spor Programlarına Yönelik İçerik Analizi: Örnek Olay: Bizim Stadyum(ATV), 3. Devre (KANAL D), 90 Dakika (NTV), Maraton (SHOW TV), Telegol (STAR TV), Spor Stüdyosu (TRT 1), Spor Programları, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Kurt, E. V (2001). Televizyon Haberlerinde Magazinelleşme, Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı, Ankara.
- Maktav, H. (1994). Türkiye’de Popüler Kültür ve Televizyon. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Matelski, J. M. (2000). TV Haberciliğinde Etik. (Çev. Bahar Öcal Düzgören). Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- MEGEP (Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi). (2008). Televizyon Haberciliği, Ankara: TC Milli Eğitim Bakanlığı Yayını.
- Mutlu, E. (1999). Televizyon ve Toplum. TRT Yayınları, Ankara.
- Özer, Ö. (2004). Yetiştirme Kuramı: Televizyonun Kültürel İşlevlerinin İncelenmesi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları

- Rigel, N. (1995). Şahlanan Şiddet. İstanbul: Der Yayınlar
- Sarmaşık, J. (2000). Türkiye’de Radyo ve Televizyon Düzeni (1997-2000). İstanbul: Maltepe Üniversitesi Yayınları
- Seyhan, A. S. (2012). Televizyon Gazeteciliğinde Muhabirlerin Mesleki Yeterlilik Beklentileri Ankara Alan Araştırması, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Süme, Çetindağ G. (2011). Televizyon Programlarında Yer Alan Halk Kültürü Unsurlarının Etik Yönden Değerlendirilmesi. Medya ve Etik Sempozyumu 13–15 Ekim 2011, Elazığ: Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Şeker, M. (1999). Televizyon Haberciliği. SelÜn Vakfı Yayınları, Konya.
- Şeker, M. (2003). Özel Televizyonlarda Haberin Seçimi ve Yapılandırması (NTV, ATV ve SHOW TV Örneği). Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Tamer, E. C. (1983). Dünü ve Bugünüyle Televizyon. Varlık Yayınları, İstanbul.
- Tekinalp, Ş. (2003). Camera Obscura’dan Synopticon’a Radyo ve Televizyon. Der Yayınları, İstanbul.
- Timisi, N. (2003). Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Tokgöz, O. (2006). Temel Gazetecilik, Ankara: İmge Kitabevi.
- Turam, E. (1994). Medyanın Siyasi Hayata Etkileri. İrfan Yayıncılık, İstanbul.
- Uğurlu, F. ve Öztürk, Ş. (2006). Türkiye’de Televizyon Haberciliği Özel Televizyon Kanallarının Getirdikleri. Tablet Yayınları, Konya.
- Uyguç, Ü. ve Genç, A. (1998). Radyo Televizyon Haberciliği. Avcıol Basım Yayın, İstanbul.
- Vural, İ. K. (2004). Televizyon Haberciliğinde Bir Mesleki Kişilik Olarak “Anchor” Türkiye’deki Uygulama Biçimine Yönelik Bir Değerlendirme. 2th. International Symposium Communication in the Millennium, İstanbul.
- Yurdigül, Y. ve Yurdigül, A. (2014). Tv Haberlerinin Anlatı Yapısının Oluşturulması Sürecinde Özel Efekt Teknolojileri: Ntv ve Cnn Türk Ana Haber Bültenleri Üzerinden Bir İnceleme, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 46.

Yüksel, E. ve Gürcan, H. İ. (2005). Haber Toplama ve Yazma. Konya: Tablet Yayınları.