



**T.C.
ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**MEDYA VE KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

TÜRKİYE'DE HABERCİLİĞİN DÖNÜŞÜMÜ VE RETORİK

Seyhan KARAMAN

Tez Danışmanı

Dr. Öğr. Üyesi Can DİKER

İSTANBUL, 2019

T.C.
ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

MEDYA VE KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

TÜRKİYE’DE HABERCİLİĞİN DÖNÜŞÜMÜ VE RETORİK

Seyhan KARAMAN

Tez Danışmanı

Dr. Öğr. Üyesi Can DİKER

İSTANBUL, 2019



T.C.
ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZ SINAV TUTANAĞI

GENEL BİLGİLER

Öğrenci No	: 174104012
Öğrenci Adı Soyadı	: Seyhan Karaman
Anabilim Dalı	: Medya ve Kültürel Çalışmalar
Tez Danışmanı	: Dr. Öğr. Üyesi Can Diker
Tezin Başlığı	: Dijital Çağda Televizyon Haber Sunumlarında Retoriklerin Dönüşümü

TEZ SAVUNMA SINAVI TUTANAĞI

Toplantı Tarihi	: 19.08.2019	Saati 14 : 00
Öğrenci Savunmaya	: ☒ GELDI	
Üniversitemiz Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili hükümleri uyarınca tez bilimsel olarak incelenmiş, adayın tez çalışmasını sunmasının ardından, adaya tez çalışması ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Yapılan değerlendirmeler sonunda adayın tez çalışmasıyla ilgili aşağıdaki kararı, ☒ OY BİRLİĞİ ☐ OY ÇOKLUGU ☒ Yapılan savunma sınavında adayın başarılı bulunması sonucunda tez KABUL edilmiştir. ☐ Yapılan savunma sınavı sonucunda tezin DÜZELTİLMESİ için ay EK SÜRE verilmesinin Enstitü Müdürlüğüne önerilmesi kararı alınmıştır. (en fazla 3 ay) ☐ Yapılan savunma sınavının sonucunda tezin REDDEDİLMESİ kararı alınmıştır.		
Savunmada Tezin Başlığı	: ☐ Değişmedi. ☒ Değişti.	
Tezin Yeni Başlığı	: Türkiye'de Haberciliğin Dönüşümü ve Retorik	
Öğrenci Savunmaya	: ☐ GELMEDI	
Üniversitemiz Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili hükümleri uyarınca yukarıda belirtilen tarih ve saatte Tez Savunma Jürisi toplanmış ancak ilgili öğrenci savunma sınavına gelmemiştir. Adayın tez çalışmasını Jüri önünde sunmadığı için yapılan değerlendirmeler sonunda adayın tez çalışmasıyla ilgili aşağıdaki kararı, ☐ OY BİRLİĞİ ile REDDEDİLMİŞTİR.		

Tez Sınavı Jürisi	Unvanı, Adı Soyadı	İmza
Danışman Üye	Dr. Öğr. Üyesi Can Diker	
Üye	Prof. Dr. Nazife Gönçör	
Üye	Dr. Öğr. Üyesi İhsan Eken	

YEMİN METNİ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Türkiye’de Haberciliğin Dönüşümü ve Retorik” adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

.../.../.....

Seyhan KARAMAN

İmza

ÖNSÖZ

Yüksek lisans eğitimim boyunca bana destek olan eşime, cesaretlendiren ve güç veren kızıma ve oğluma,

Her aşamada beni yönlendiren ve destekleyen tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Can Diker'e,

Yüksek lisans eğitimi yapmam konusunda beni yüreklendiren Prof. Dr. İ. Tayfun Uzbay'a ve Prof. Dr. Nazife Güngör'e,

Tezin içeriğini zenginleştiren değerli katkıları için Doç. Dr. Hadiye Yılmaz Odabaşı ve Doç. Dr. İ. Arda Odabaşı'na,

Tecrübelerini benimle paylaşarak tezime verdikleri cevaplarla katkıda bulunan 13 değerli haber spikeri ve haberciye,

Ve destekleriyle bana güç veren adını sayamadığım tüm dostlarıma sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

ÖZET

Günümüzde teknolojik gelişmelerin haber sunumlarına katkı sağlamasına rağmen izleyici retorik anlamda inandığı, güvendiği haber spikerinden haber almayı seçmektedir. Yani arkadaki dev ekran, ekranda yazan veriler, grafikler, animasyonlar, stüdyodaki her türlü dikkat çekici unsur, seyirciyi o ekrana bağlamaya yetmemektedir.

Bu çalışmada retorik perspektifinden televizyon haber sunumlarında ilk haber sunumundan günümüze kadar yaşanan dönüşüm değerlendirilerek televizyon haber bültenlerindeki haber sunumları incelenmiştir. Teknolojik gelişmelerin habere katkısına rağmen ve aynı zamanda izleyiciye görsel artılar kazandırsa da; retorik birincil faktör olduğu tezi, alanında yetkin 13 kişi ile görüşülerek ispatlanmaya çalışılmıştır.

Dijital çağda televizyon haber sunumlarındaki dönüşüme dair retorik temelli araştırmalar ve günümüz haberciliğinin teknik olanaklar, dijital donanımlar ve zengin altyapı şartlarının bilgi ve tecrübeleriyle yetkin haber spikerleri ve habercilerin görüşleri haber bültenlerinde halen en önemli faktörün retorik olduğuna dair birinci elden kaynaklar sunmaktadır. Günümüz medyasında şaşırtıcı boyutta teknoloji kullanımından yararlanılmasına rağmen haber sunumlarında, izleyicilere sadece doğru haber aktaran ve inandırıcı gelen haber spikerleri izlenmektedir.

Görülmektedir ki daha çok tercih edilen haber sunumu yöntemi; iyi eğitim almış, doğru Türkçe kullanımına sahip, donanımlı, gündemi takip eden, doğal sunum yapan, güçlü bir retoriğe sahip haber spikerinin dikkati dağıtmayacak ve haberin önüne geçmeyecek şekilde teknolojik imkânlardan da yararlanarak gerçekleştireceği bir haber sunumudur.

Anahtar Kelimeler: Haber, Haber Spikeri, Haber Sunumu, Retorik, Televizyon Haber Sunumu, Haberci, Habercilik, Haberciliğin Dönüşümü.

ABSTRACT

Even though today's technological advances contribute to news presentations, the audience chooses to receive news from the newscaster, in which the individual believes and trusts rhetorically. In other words, the giant screen on the back, data written on the screen, graphics, animations and all the remarkable elements in the studio are not enough to connect the audience to that screen.

In this study, the transformation from the first news presentation to the present news presentations was evaluated from a rhetorical perspective and the news presentations in the television news bulletins were examined. Despite the contribution of technological developments to the news and that the audience gains visual advantages; this thesis in which the rhetoric is the primary factor, has been constructed to be proved by interviewing 13 competent people in the field.

Rhetoric-based research on the transformation of television news presentations in the digital age and the knowledge and experience of today's journalism with technical possibilities, digital equipment and rich infrastructure conditions, and competent newsreaders and journalists' views provide first-hand sources that rhetoric is the most important factor in news report. In today's media, despite the striking use of technology, news reporters only follow news anchors that convey the right news to the audience.

It is seen that the more preferred news presentation method is to be well-educated, well-equipped, following the agenda, making a natural presentation, a news reporter with a strong rhetoric that will not distract and take advantage of the news in a way to make news presentation.

Keywords: News, Newscaster, News Presentation, Rhetoric, Television News Presentation, Newsperson, Journalism, Alteration of Journalism.

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ	i
ÖNSÖZ.....	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT.....	iv
İÇİNDEKİLER	v
GİRİŞ	1
Çalışmanın Amacı.....	2
Çalışmanın Önemi.....	3
Çalışmanın Yöntemi	3
Çalışmanın Kavramsal Çerçevesi	4
Çalışmanın Kapsam ve Sınırlılıkları	5
Çalışmanın Varsayımları.....	5
1. BİRİNCİ BÖLÜM: TELEVİZYON HABERCİLİĞİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ VE DİJİTAL ÇAĞDA DÖNÜŞÜMÜ	6
1.1. Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Gelişimine Genel Bir Bakış.....	6
1.2. Televizyon Haberciliği: Tanım ve Temel Kavramlar	10
1.2.1. Habercilikte nesnellik ve yorum	12
1.2.2. Habercilikte güncellik	13
1.2.3. Habercilikte anlaşılabilirlik ve dilin estetiği	14
1.2.4. Habercilikte önem ve ilgi çekicilik	15
1.2.5. Habercilikte ahlak ve etik.....	16
1.3. Dijital Çağ ve Televizyon Haberciliği	21
1.3.1. Popüler kültür ve yeni kitle	23
1.3.2. Ticari televizyon haberciliği ve magazinleşme	27
1.3.3. Haber televizyonculuğu	30
2. İKİNCİ BÖLÜM: RETORİK KAVRAMININ TARİHSEL GELİŞİMİ VE ÖNEMİ	34
2.1. Retoriğin Etimolojisi.....	34
2.2. Retoriğin Anlamı ve Önemi	35
2.3. Retorik Kavramının Tarihsel Gelişimine Genel Bir Bakış	36
2.3.1. Aristo’da retorik	36
2.3.2. Roma retoriki	42
2.4. Retorik Sanatının Bölümleri	44
2.4.1. Retorikte üç ikna kanıtı: Ethos, Pathos, Logos	45

3. ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: RETORİK PERSPEKTİFİNDEN TELEVİZYON HABER SUNUMLARININ DÖNÜŞÜMÜ 49

3.1. Giriş.....	49
3.2. Araştırmanın Amacı.....	52
3.3. Araştırmanın Önemi.....	52
3.4. Araştırmanın Yöntemi.....	53
3.5. Araştırmanın Kavramsal Çerçevesi.....	53
3.6. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları	54
3.7. Araştırmanın Varsayımları.....	55
3.8. Araştırmada Elde Edilen Bulgular	55
3.8.1. Televizyon haberciliğinde başarı kıstasları ve retorik ilişkisine ilişkin görüşler	55
3.8.2. Kanal sayısındaki artış ile istihdam ve başarı arasındaki ilişkiye ilişkin görüşler	63
3.8.3. Kanal sayısının artışıyla spikerlik ve haber sunum tekniklerindeki dönüşümün eski ve yeni zamanların retoriğine kıyasla nasıl farklılaştığına ilişkin görüşler.....	67
3.8.4. Habercilikteki dönüşüm sürecinde yalan haber ve enformasyon kirliliğine karşı alınan önlemlere ilişkin görüşler.....	74
3.8.5. Televizyon haberciliğinde yaşam, haber ve retorik ilişkisine ilişkin görüşler	78
3.8.6. Televizyon haberciliğinde yalan haber üretimi, inandırıcılık ve retorik ilişkisine ilişkin görüşler.....	83
3.8.7. Eski habercilikten yeni haberciliğe dönüşüm ve retoriğin önemine ilişkin görüşler	87
3.8.8. Haber sunumlarında teknolojinin kullanımı ve haberin inandırıcılığı arasındaki ilişkiye ilişkin görüşler.....	91
3.9. Değerlendirme.....	96
3.9.1. Televizyon haberciliğinde başarı kıstasları ve retorik ilişkisine ilişkin değerlendirme.....	96
3.9.2. Kanal sayısındaki artış ile istihdam ve başarı arasındaki ilişkiye ilişkin değerlendirme.....	97
3.9.3. Kanal sayısının artışıyla birlikte dönüşümün eski ve yeni zamanların retoriğine kıyasla nasıl farklılaştığına ilişkin değerlendirme.....	98
3.9.4. Habercilikteki dönüşüm sürecinde yalan haber ve enformasyon kirliliğine karşı alınan önlemlere ilişkin değerlendirme	100
3.9.5. Televizyon haberciliğinde yaşam, haber ve retorik ilişkisine ilişkin değerlendirme	101
3.9.6. Televizyon haberciliğinde yalan haber üretimi, inandırıcılık ve retorik ilişkisine ilişkin değerlendirme.....	102
3.9.7. Eski habercilikten yeni haberciliğe dönüşüm ve retoriğin önemine ilişkin değerlendirme.....	103
3.9.8. Haber sunumlarında teknolojinin kullanımı ve haberin inandırıcılığı arasındaki ilişkiye ilişkin değerlendirme	104

SONUÇ.....	106
KAYNAKLAR	108
EK-1: DERİNLEMESİNE GÖRÜŞMELER	111
ÖZGEÇMİŞ.....	184



GİRİŞ

Gelişen teknolojinin hayatımızın tüm alanlarında etkisi olduğu gibi; haber sunumlarında da görsel anlamda zenginleştirici ve daha dikkat çekici bir etkisi vardır. Günümüz haber bültenlerinde modern ve geniş stüdyolar, dev ekranlar, grafik ve animasyonlar, bağlantılar, dron görüntüleri vb. teknolojik birçok faktör kullanılmaktadır. Bunların kullanımındaki amaç haberlere olan ilgiyi artırmak, reyting yapmak ve görsel olarak dikkat çekerek, daha fazla tercih edilen bir haber bülteni haline getirmektir. Ancak izleyicilerin bir haber sunumunu tercih etmesinde grafik animasyon, dron görüntüsü vb. teknolojik imkânların kullanılmasının etkisi azdır. Bu imkânların kullanılmasının haberin içeriğini daha kolay anlaşılır hale getirdiği ve dolayısıyla da haberin inandırıcılığını daha artırdığı düşünülecek olsa da; günümüzde daha çok teknolojik imkânlar kullanılarak sunulan haber bülteni sayısı artarken aynı zamanda izleyicilerin haberlere güveninde bir düşüş olduğu gözlemlenmektedir. İzleyiciler Türkiye’de TRT ile başlayan haber bültenlerini takip etme alışkanlığını, kanalın haber spikerlerinin düzgün bir Türkçeyle, en sade bir şekilde masa başında aktarmasına olan alışkanlığıyla günümüzde de teknolojiye tercih etmektedir. Sade giyimli, abartısız, samimi, haberlere hâkim, bilgi sahibi ve inandırıcı gelen bir haber spikerinden dinleyeceği haber bültenini, teknolojik donanımlı stüdyo ve haber spikerlerine tercih etmeye devam etmektedir. Bu durum konunun farklı bir perspektiften ele alınmasına olanak verir: Antik Çağlardan bu yana kişiler arası iletişimin olmazsa olmazı retorik kavramının, günümüzdeki teknoloji araçsallığından inandırıcılık bağlamında daha üstün olduğu irdelenmektedir.

Günümüzde tüm teknolojik gelişmelerin haber sunumlarına katkı yapmasına rağmen izleyici retorik anlamda inandığı, güvendiği haber spikerinden haber almayı seçmektedir. Yani arkadaki dev ekran, ekranda yazan veriler, grafikler, animasyonlar, stüdyodaki her türlü dikkat çekici unsur, seyirciyi o ekrana bağlamaya yetmemektedir. Nitekim izleyici retorik bağlamda kendisine inandırıcı gelen bir haber spikerinden gündemi takip etmeyi tercih etmektedir.

Çalışmada teknolojik gelişmelerin habere katkısı olsa da ve aynı zamanda izleyiciye görsel olarak artılar katmış olsa da retorik birincil faktör olduğu, alanında yetkin 13 kişi ile görüşülerek anlatılmaya çalışılmıştır. TRT’nin tek kanal olduğu yıllardaki haber bültenleri düşünülecek olduğunda ekranda sadece bir masa ve masa başında oturarak haber sunan bir spiker bulunmaktadır. Erkek ya da sade giyimli, hafif makyajlı bir kadın

spiker, çok düzgün bir Türkçeye, tüm haberlere vâkıf bir şekilde sadece haber okumaktadır. Yorum yapmayan, mimik ve jest kullanmayan, ayakta dolaşmayan TRT spikerleri hiçbir teknolojik cihaz ya da dikkat çekici bir görsel kullanmamaktadır. Ancak izleyici TRT spikerine güvenmektedir. İlerleyen yıllarda televizyon kanalları artmış, haberler ve haber sunumları çeşitlenmiş, bilgili ve retorik gücü olan haber spikerlerinden; görsel destekleyicilerle haber bültenlerinde dikkat çekmeye ve reyting yapmaya çalışan, retorik anlamda çok da yeterli olmayan, eğitim ve tecrübesi tek kanal TRT döneminden daha kısıtlı haber spikerleri artmıştır. Ayrıca, Türkiye’deki İletişim Fakültesi sayıları da artarak habercilik, haber etiği, haberin sunumu, spikerlik, fonetik ve diksiyon gibi pekçok konuda akademik çalışmalar yapılmış ve ilgili dersler verilmiş olmasına rağmen, özel televizyon yayıncılığının yaygınlaşmasıyla birlikte söz konusu bilgi birikiminin gelecek kuşaklara aktarımı ve öğretimi kısıtlı kalmıştır. TRT yıllarca sınavla personel almış ve ekrana çıkacak spiker ve muhabirlerine meslek içi eğitimler düzenleyerek retorik anlamda özel kanallara göre daha duyarlı davranmış ancak özel kanallar bu hassasiyeti göstermemiştir. Yeterli diksiyon eğitimi almadan, birtakım bağlantılarla ekrana çıkan birçok haber spikeri, gündeme de vâkıf olmadığı için seyirciye inandırıcı gelmemiştir. Reyting kaygısıyla tüm dikkat çekici yöntemlerin haber bültenlerinde sırayla denenmesi haberde kaliteyi düşürmüştür. Günümüzde haber sunumlarında teknolojik birçok yenilikten yararlanılsa da dron görüntüsü, 4G bağlantılar, dev ekran vb. izleyici yine de bilgisi ve sunumundaki samimiyetiyle, retorik gücüyle haber spikeri seçerek, güvendiği haber spikerinin sunduğu haber bültenini takip etmektedir.

Çalışmanın Amacı

Bu çalışmada retorik perspektifinden televizyon haber sunumlarında ilk haber sunumundan günümüze kadar yaşanan dönüşüm değerlendirilerek televizyon haber bültenlerindeki haber sunumları incelenmektedir. Çalışmanın amacı Türkiye’de kamu yayıncılığı yapan, ilk ve uzun yıllar tek televizyon kanalı olan TRT dönemindeki haber bültenlerinden; dijital olarak tüm imkânların kullanılabildiği günümüze kadar olan süreçte sunum tekniklerinin değişim ve dönüşümünü araştırmaktır. Araştırmanın ardından teknik gelişmelerin sadece bir araç olduğu, gelişmeleri aktaran sunucuların/spikerlerin izleyici kitleler üzerinde etki bırakmasının en önemli unsurunun retorik olduğunu anlatmayı amaçlamaktadır.

Çalışmanın Önemi

Dijital çağda televizyon haber sunumlarındaki dönüşümün retorik temelli olarak incelenerek değerlendirilmesi, günümüz haberciliğinin teknik olanaklar, dijital donanımlar ve zengin altyapı şartları bağlamında ele alınarak, bilgi ve tecrübeleriyle yetkin haber spikerleri ve habercilerin görüşlerini alarak haber bültenlerinde halen en önemli faktörün retorik olduğuyla ilgili kaynak oluşturmaktır.

21. yüzyıl itibarıyla hakikat sonrası bir çağ içerisine girildiği tartışmaları eşliğinde özellikle internetin hızlı yayılması, sanal kimliklerin anonimliği ve ‘troll’ olarak bilinen ve bir ideoloji sebebiyle kara-propaganda yapanların ürettikleri yalan haberlerin, haber olgusuna yönelik kitlelerin inandırıcılığını sorgulamasına sebep vermiştir. Bu tezin önemi, 21. yüzyılın içinde yaşanan ikinci on yıl döneminde, yani 2010-2020 yılları arasında haberlere yönelik güven olgusunun küresel boyutta ‘sahte haber’ tartışmaları eşliğinde giderek büyük bir hızla sarsılması sebebiyle haberlere tekrar güvenilebilmesi için 20. yüzyılın son çeyreğinde aktif olarak haber aktarımında görev almış kişilerin birikimlerinden faydalanmak ve bir inandırıcılık kriteri olarak retorik olgusunun önemini anlamaya çalışmaktır.

Çalışmanın Yöntemi

Bilimsel bir çalışma olarak planlanan bu çalışmada, retorik perspektifinden televizyon haber sunumlarında yaşanan dönüşümün tespitine yönelik olarak nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın kuramsal içeriğinin araştırılmasına ilişkin detaylı bir literatür taraması yapılmıştır. Veri toplama tekniği olarak ise derinlemesine görüşme tekniği seçilmiştir. Bu amaçla örneklem olarak habercilik alanında yetkin haber spikeri/haberci 13 kişiyle görüşme yapılmıştır. Derinlemesine görüşme tekniklerinden biri olan yapılandırılmış görüşme tekniğinin tercih edildiği çalışmada daha önce belirlenmiş olan haber spikeri ya da haberci 13 kişiye daha önceden hazırlanmış olan sorular yöneltmiştir. Çalışmada literatür tarama ve derinlemesine görüşmeler yapılarak televizyon haber sunumlarında yaşanan dönüşümün nasıl gerçekleştiği analiz edilmiştir. Çalışma, konuyla ilgili kavramların literatür taramaları ve alanında yetkin 13 haber spikeri/haberci ile yapılan görüşmelerden oluşturulmuştur. Elde edilen bilgiler

neticesinde retorik perspektifinden televizyon haber sunumlarındaki dönüşüm tespit edilmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın Kavramsal Çerçevesi

Çalışma güçlü bir kuramsal temel üzerine oturtulmaya çalışılarak kapsamlı bir literatür taraması ve alanında yetkin 13 kişi ile derinlemesine görüşmeler yapılmasından oluşmaktadır. Kronolojik olarak TRT'nin tek kanal olduğu yıllardaki haber sunumlarından başlayarak dijital çağın yaşandığı günümüze kadar, sunum tekniklerinin retorik açıdan araştırılması ve birbirinden farklı çok sayıda yayın formatının olduğu bir dönemde haber sunumlarındaki değişimin incelenmesi çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Birinci bölüm Türkiye’de televizyon yayıncılığının gelişimine genel bir bakış, televizyon haberciliği tanım ve temel kavramları ile dijital çağ ve televizyon haberciliği konularının literatür taramalarından oluşmaktadır. İkinci bölüm retorik kavramının, tarihsel gelişiminin ve öneminin ele alındığı detaylı bir retorik taramasından oluşmaktadır. İlk olarak Platon’un Gorgias kitabında geçen retorik kelimesi, en geniş anlamda Antik Çağ’da “dili ikna edecek şekilde kullanma sanatı” olarak tanımlanmıştır. Cicero “söylenecek sözün en etkili yolunu bulma” olarak tanımlarken, Quintilian retoriği “güzel konuşma sanatı” olarak tanımlamıştır. Aristoteles, retoriği hemen hemen her konu üzerinde inandırma yollarını kullanma gücü olarak değerlendirmiştir. Aristoteles’e göre 3 tür retorik mevcuttur. Politik, adli ve törensel hitabet. Retorikte, 3 ikna kanıtına göre konuşmacılar incelenmiştir: ethos, pathos ve logos. Üçüncü bölümde ise retorik kavramıyla birlikte derinlemesine görüşme yapılan 13 haber spikeri ve habercinin verileri birleştirilerek günümüzde haber inandırıcılığının en önemli kavramının retorik kullanımı ve beraberinde değerlendirilebilecek beden dili kullanımı olduğu tezin kavramsal çerçevesi içerisinde vurgulanmıştır.

Dolayısıyla bu bağlamda bu tezin hipotezi “haber sunumlarında teknolojinin etkisi ve kullanım alanı sürekli genişlemekte ve gerçekliği artırıcı bir etkiye sahip olsa da sadece bir araç etkisine sahip olup, haber sunumlarında kullanılan retorik unsuru ve beraberindeki beden dili kullanımı kişiler arası iletişim gibi izleyici tarafından algılanarak daha inandırıcı bulunmaktadır” şeklinde oluşturulmuştur.

Çalışmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Türkiye genelinde belirlenecek bir evren içerisinde izleyiciler üzerinde de oldukça kapsamlı bir anket çalışması yapılması gerekmektedirken, bu çalışmada bir sınırlılık olarak geleneksel medyada haber aktarımının tecrübeli kişilerinin birikimlerinden faydalanılmıştır. Çalışma dijital çağda haber sunumlarında retorik perspektifinden dönüşümün incelenmesi bağlamında literatür taramalarını içermektedir. TRT'nin ilk yayın hayatına başladığı yıllarda haber spikerliği yapmaya başlayan ve uzun yıllar TRT'de çalıştıktan sonra emekli olan duayen haber spikerleriyle, belirli dönemlerde TRT ve özel kanallarda çalışmış veya halen bu kanallarda çalışmaya devam etmekte olan 13 yetkin isimle yapılan derinlemesine görüşmelerle sınırlandırılmıştır.

Çalışmanın Varsayımları

Retorik sanatı ile televizyon haberlerinde spikerlerin ikna ediciliği arasında önemli bir bağ olduğu varsayılmaktadır. Buna göre haber sunumlarında retorik en önemli faktördür. Haber sunumlarında inandırıcılık ancak retorikle sağlanabilmektedir.

Güçlü bir retorik de iyi bir diksiyon eğitimi almak, Türkçeyi çok iyi kullanabilmek ve gündemi yakından takip ederek donanımlı bilgiye sahip olmakla sağlanabilir.

İnandırıcı bir haber sunumu; iyi eğitim almış, doğru Türkçe kullanımına sahip, donanımlı, gündemi takip eden, doğal sunum yapan, güçlü bir retoriğe sahip bir haber spikerinin; dikkati dağıtmayacak ve haberin önüne geçmeyecek şekilde teknolojik imkânlardan da yararlanarak gerçekleştireceği haber sunumudur.

1. BİRİNCİ BÖLÜM: TELEVİZYON HABERCİLİĞİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ VE DİJİTAL ÇAĞDA DÖNÜŞÜMÜ

1.1. Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Gelişimine Genel Bir Bakış

Televizyonla ilgili ilk teknik buluş 1873’te gerçekleşmiştir. Ancak modern televizyon 1923’te Rus Vladimir Zworykin tarafından icat edilmiştir. Zworykin 1926’da kinescope cihazını icat etmiş ve ilk uygulamayı 1928’de yapmıştır. İlk televizyon yayını 1936’da Londra’da BBC tarafından gerçekleştirilmiştir. BBC’den sonra 1939’da ABD’de ve aynı yıl SSCB’de televizyon yayını başlamıştır. 1950’lerden sonra televizyon yayıncılığı tüm dünyada gelişerek yayılmıştır (Yağlızoğlu, 2016: 8).

Televizyon ile ilgili Türkiye’de ilk çalışmalar 1949-1950 yıllarında İTÜ’de gerçekleştirilmiştir. İTÜ Elektrik Fakültesi Yüksek Frekans Tekniği Bilim Dalı Başkanı Prof. Dr. Mustafa Santur’un girişimleriyle 1951 yılında alınan cihazların montajları da yine Prof. Dr. Mustafa Santur, Doç. Dr. Adnan Ataman ve Asistanı Ziya Akçasu tarafından yapılmıştır. İlk verici anten 1952’de İTÜ Taşkışla binasının çatısına dikilerek 1952’de ilk yayın yapılmıştır. 1963’te daha düzenli ve daha gelişmiş bir yayıncılık yapılabilen Maçka’daki yeni hazırlanan stüdyoya geçilene kadar yayınlar Taşkışla’dan sürdürülmüştür. 1961 Anayasasıyla televizyon yayıncılığı yasallaşmıştır. TRT Ankara Televizyonu 1968’de deneme yayınlarına başlamış; 1970’te ise İstanbul’da İTÜ’deki yayınlar öğrenci olayları yüzünden kesilmiştir. Ankara Televizyonu yayınlarının PTT radyolinkleri üzerinden İstanbul’a verilmesi ve İTÜ TV vericisi üzerinden naklen yayın yapılması için 1971 yılında Prof. Dr. Adnan Ataman, TRT Genel Müdürü Adnan Öztrak’a başvuruda bulunmuştur. İTÜ’nün 500 watt gücündeki vericisi 10 bin liraya kiralanarak canlı yayın ve deneme yayın hizmetleri İTÜ’den TRT’ye devredilmiştir. İstanbul’da Ankara bağlantılı ilk paket yayın 1971’de başlamış, 1972’de de Federal Almanya’nın desteğiyle Çamlıca Tepesi’ne İstanbul Televizyonu verici istasyonu kurulmuştur. Bu gelişme ile Marmara ve Trakya Bölgeleri televizyon yayınlarını izlemeye başlamıştır. Halit Kıvanç’ın radyodan anlattığı ve Mithatpaşa Stadında oynanan 1961 Türkiye-Sovyetler Birliği futbol maçı, Taşkışla binasının damına kurulan bir kamerayla yapılan Türkiye’nin televizyondaki ilk naklen yayınıdır (Sirer, 2010: 3).

Televizyon, 1920’lerdeki keşfi ve 2 Kasım 1936’da gerçekleştirilen ilk televizyon yayınından günümüze kadar hızla yaygınlaşmış bir keşiftir. Önce siyah beyaz yayın

ardından 1951’de ABD’de renkli yayın olarak gelişmiş ve 20. yüzyılın en önemli buluşlarından birisi olmuştur (Serim’den akt. Özsoy, 2011: 117).

TRT, 1964’te özel yasayla, özerk tüzel kişilikle kurulmuş, ilk yayınlar Türk-Alman hükümetlerinin ikili anlaşmalarıyla 1968’de Ankara’da Mithatpaşa Stüdyosunda, Mahmut Tali Öngören’in yaptığı açılış konuşmasıyla başlamıştır. Bu dönemin yayıncılık anlayışı yetişkinlere yönelik ve eğitim önceliklidir; eğlenceye yönelik programlar yapılmamaktadır (Yağızoğlu, 2016: 18). Ankara’da gerçekleştirilen ilk yayınların ardından yaklaşık 6 ay sonra 6 Ağustos 1968’de Uluslararası İzmir Fuarı’ndan naklen televizyon yayını yapılmıştır (Aziz’den akt. Yağızoğlu, 2016: 18).

Türkiye’nin ve TRT’nin ilk haber spikerlerinden biri olan Jülide Gülizar *TRT Meydan Savaşı* adlı kitabında, gerçekleştirilen ilk yayını neredeyse dakika dakika şöyle anlatmaktadır (Gülizar’dan akt. Yağızoğlu, 2016: 18).

“31 Ocak 1968 Çarşamba... Mithat Paşa’daki 47 ve 49 numaralı binaların bodrum katlarında insanlar oradan oraya koşuşturuyorlar. Telaş ve heyecan dorukta... Kolay değil, az sonra Türkiye’deki ilk TV yayını yapılacak. Yıllardır sürdürülen çalışmaların boşa gitmemesi, yayının kazasız belasız başlatılıp bitirilmesi için bu koşuşturmalar, bu yürek çarpıntıları... Saat 18.30... Akşamın ilk saatlerinden beri TV’lerini açık tutan izleyiciler, ekranlarının ışımasıyla birlikte heyecanla yerlerinden fırlayıp alkışlamaya başlıyorlar. Televizyonu olanların sayısı öylesine az ki o yıllarda... Ama ‘ilk yayını’ görmek isteyen meraklılar televizyonu olan evleri tıklım tıklım doldurmuşlar. Gözlerini kırpmadan, soluk alıp vermekten bile korkarak ekrandaki ‘test diası’ni seyrediyorlar. Saat 19.15... Ekranda TRT harfleri beliriyor. İzleyicilerden bir alkış daha...23 ve anında sinyal müziği başlıyor. Saat 19.25... Ekrandaki görüntü değişiyor, sinyal müziği susuyor. Sol üst köşede Ankara Televizyonu yazısı ve ortada bir Atatürk heykeli görünüyor...19 Saat 19.29... Gongu vurulup saat ayarı veriliyor. Saat 19.30... Televizyonun ilk spikeri Nuran Ermen yayının açılışını yapıyor. Saat 19.31... TV Müdürü Mahmut Tali Öngören’in Başlarken adlı konuşması. Saat 19.35... Prof. Afet İnan ve öğrencileri Türk Devrim Tarihi adlı belgesel programı sunuyorlar. Saat 20.00... Bir kez daha gonga vurulup saat ayarı veriliyor. Ve ekranda televizyonun ilk haber spikeri Zafer Cilasun... Sağ üst köşede 31 Ocak 1968- ilk TV haberi yazısı. Saat 20.10... Zeynep Esen hava raporunu okuyor. Saat 20.15... Bir çizgi film. Kötü Adam- İnatçı Çiçek... Saat 20.38... Yine bir belgesel. Antalya Ormanları... Saat 20.50... Nuran Ermen yayını kapatıyor. Anonsun hemen ardından ekranda Türk bayrağı dalgalanıyor. İstiklal Marşı’yla ilk yayın bitiyor. İlk gece atlatılmıştır. O kadar dikkate, telaşa, heyecana karşın iki kez arıza oluyor

yayında. Toplam beş dakika dolayındaki bu arızalarda, hemen ‘arıza diasi’ geliyor ekrana. O yılların izleyicileri anımsayacaklardır. Bu, trafik sinyal lambasının yanındaki bir polis. Omuz hizasında kaldırdığı sağ elinde ünlü polis düdüğü. Sol eli ise ‘durunuz’ işareti yapar durumda. Parmaklarının hemen ucuna değen bir baloncuk içinde ‘lütfen bekleyiniz’ yazısı. İlk yayın saat 20.50’de bitiyor, ama televizyonlarını kapatan izleyicilerin televizyon üzerine konuşmaları sabaha kadar sürüyor”.

Yayın çeşitliliği anlamında çok önemli olan Eurovision bağlantısının yapıldığı 1972’de önemli teknik gelişmeler yaşanmıştır. Bunlardan biri Münih Olimpiyatları ve Eurovision Şarkı Yarışmasının naklen yayınlanmasıdır. 1972’de verici güçlerinde ve aynı zamanda program tür ve saatlerinde de gelişmeler olmuştur. Yayın günleri 1971’de haftada üç günden dört güne, 1972 yılında ise dört günden beş güne çıkarılmıştır (Tekinalp’ten akt. Yağızoğlu, 19). Bütün bu gelişmeler sonucunda televizyona ilgi artmış ve televizyon satışları da artmıştır. Televizyon alıcılarının satışları 1970’ten önce 50 bin civarında iken; 1971 yılında 100 bin, 1972’de 120 bin rakamlarına yükselmiştir (Aziz’den akt. Yağızoğlu, 2016: 19). Türkiye’de renkli televizyon yayınına ise 1984’te geçmiştir (Sirer, 2010: 3).

Türkiye’de televizyon yayıncılığına geç başlanmakla birlikte bu buluş çok hızlı bir şekilde hayatlara girmiştir. Kısa bir zaman içinde televizyonsuz ev kalmamış; her evde oturma odalarının başköşesine TV yerleşmiştir (Yağızoğlu, 2016: 20). Televizyon, gündelik yaşamda giderek yerinin artmasından ve popülerleşmesinden dolayı alandaki kişiler tarafından, görüntülü radyo, mit, çağdaş öykü anlatıcısı, elektronik dev, kültür üretme makinesi, kültürel çöplük, şeytan, mesih vb. birçok kavramla tarif edilmiştir. Bu da televizyonun gücünü ve çok tartışıldığını göstermektedir (Özsoy, 2011: 118).

Radyo ve televizyon yayıncılığı görevi, 1961 anayasasına dayanılarak çıkarılan 359 sayılı Radyo ve Televizyon Kurumu Kuruluş yasasıyla kurulan Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu’na bırakılmıştır (Turam’dan akt. Aker, 2010: 21). Amaç; bu şekilde devlet güvencesinde tarafsız, özerk ve kamu tüzel kişiliğine sahip bir yayın kurumunun kurulmasıdır. Ancak TRT, 1964-1971 döneminde, yasal olarak kendine tanınmış olan özerkliğe rağmen radyo ve televizyon yayınları konusunda siyasal iktidarın baskısı altında kalmıştır (Topuz; Öngören; Aziz vd. aktaran Aker, 2010: 22).

TRT’nin özerkliği 12 Mart 1971 Muhtırası’nın ardından 20 Eylül 1971’de Anayasa’nın 121. maddesi değiştirilerek yasal olarak da sona ermiştir. Ayrıca radyo ve televizyon kanalları sadece devlet tarafından kurulabilecektir (Kejanlıoğlu’ndan akt. Aker, 2010: 22).

Radyo ve televizyonlara, 1980-1983 yıllarında da baskıcı bir askeri yönetim uygulanmıştır (Kejanlıoğlu'ndan akt. Aker, 2010: 22). Ancak 1993'te Anayasa'da yapılan değişiklikle TRT radyo ve televizyon kanallarının üzerindeki tekel kalkabilmiştir. Anayasa'nın 133. maddesi 1993'te "Radyo ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek, kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbesttir..." şeklinde değiştirilmiştir. "Kamu hizmeti yayıncılığı" ilkesiyle yayın hayatına başlayan TRT, yasal anlamda gelişimler yaşamıştır ve günümüzde de bu misyonu taşımakta olduğunu belirtmektedir. TRT, Türkiye'de kamusal yayıncılığın da tek örneğidir (Aker, 2010: 22).

Özel televizyon yayıncılığı; Radyo ve Televizyon Yayıncılığı hakkının yasa gereğince bir tek TRT'ye verildiği bir dönemde, 1990'da 8. Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın girişimiyle başlatılmıştır. Dönemin Başbakanı Turgut Özal, 1990'da ABD'de iken şu açıklamayı yapmış ve bir anlamda özel televizyon yayınlarının önünü açan meşru bir zemin hazırlamıştır:

"Yurt dışından Türkçe televizyon yapılmasını engelleyen bir kural yok. Anayasa'da özel televizyonlarla ilgili düzenleme yapılana kadar dış memleketlerde bir kanal kiralayan, Türkiye'ye yayın yapabilir" (Serim'den akt. Yağizoğlu, 2016: 24).

Magic Box Incorporated televizyonu, ilk özel televizyon olarak Rumeli Holding tarafından kurulan ve Federal Almanya'dan yayın yapan bir televizyondur. Anayasa'da ve 2954 sayılı TRT Yasası'nda uydu yayınları ile ilgili bir madde bulunmadığından Eutelsat uydusundan iki kanal kiralayarak yayına geçmiştir. Magic Box, iki ay süren hazırlık ve test yayını sonrası 7 Mayıs 1990'da günde altı saat yayın yaparak test yayınına başlamıştır (Serim'den akt. Yağizoğlu, 2016: 24).

Müzik kanalı olan Teleon 1992 yılında Magic Box Star 1 televizyonunun ardından kurulmuş ve ardından Show TV, Kanal 6, HBB TV, Flash TV, TGRT kanalları yayına başlamıştır (Aziz'den akt. Yağizoğlu, 2016: 25). Bu kanalların gayri hukuki yayınlar yapması da kamuoyunda yoğun tartışmalara neden olmuştur (Yağizoğlu, 2016: 25).

Bu tartışma sürecinde kamuoyu, TRT tekelinin kaldırılmasını isteyenler ve istemeyenler olarak ikiye ayrılmıştır. Televizyon kanal sayısının artmasının demokrasi gereği olduğunu düşünenler, ifade özgürlüğü ve çokseslilik tanımlamasıyla yayın engellerinin kaldırılarak yayın özgürlüğü istemiştir. Özel radyo ve televizyon yayınlarına izin verildiğinde Türkiye'nin güvenliği ve bütünlüğünün bozulacağı olumsuzluklar yaşanacağını düşünenler ise TRT tekelinin devam etmesini istemiştir. Bu dönem 1990 ve 1993 yılları arasında herhangi bir yasanın olmadığı bir kaos dönemidir (Tekinalp'ten akt. Yağizoğlu, 2016: 25). Anayasa'nın 133. maddesi, 8 Temmuz 1993 tarihinde 3913 sayılı

yasa ile değiştirilmiştir. Yeni yasa gereği; radyo ve televizyonların kurulması ve işletilmesi serbestleştirilmiş, TRT'nin özerkliği yeniden Anayasa'ya alınmıştır. Anayasa'nın 133. maddesi şöyledir: “Radyo ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbesttir. Devletçe kamu tüzelkişiliği olarak kurulan tek radyo ve televizyon kurumu ile kamu tüzel kişilerden yardım gören haber ajanslarının özerkliği ve yayınlarının tarafsızlığı esastır” (Uyguç ve Genç'ten akt. Yağizoğlu, 2016: 25). Böylece yasa olmadan 1927'den beri devam eden radyo ve televizyon yayıncılığı dönemi sona ermiş; yayıncılıkta yasal dönem bu maddeyle başlamıştır (Yağizoğlu, 2016: 25).

1.2. Televizyon Haberciliği: Tanım ve Temel Kavramlar

Teknolojik gelişmelere paralel olarak yaygınlaşan kitle iletişim araçları hayatın vazgeçilmez bir parçası olmuş; zaman ve mekân ayırt etmeksizin her an, her yerden, her şeyden haberdar olunmasını sağlamıştır. Eski köy, mahalle, devlet, ulus kavramlarının yerini küresellik almıştır. Çağımızda insanlık, herkesin birbiriyle etkileşim halinde olduğu küresel bir köyde yaşamaktadır. Dünyanın küresel bir köy haline gelmesini sağlayan kitle iletişim araçları aynı zamanda evrendeki tüm insanları tek bir çatı altında toplayabilme gücüne sahiptir (McLuhan'dan akt. Metin, 2017: 4).

Latince kökenli olarak “uzağı görmek” manasına gelen “televizyon” kelimesi haber verme, eğitime, eğlendirme, mal ve hizmet tanıtımı imkânı yaratma, ikna etme gibi işlevlere sahiptir. Uzağı görmek; zaman ve mekân kısıtlılıkları olan gündelik yaşantıyı değiştirebilen teknolojik bir imkândır. Böyle bir teknolojik olanak da önceki habercilik kavramında çok köklü değişiklikler meydana getirmiştir (Mutlu'dan akt. Aker, 2010: 12).

Dünyanın her yerinden haber alınabilmesini sağlayan televizyon, insanlık tarihindeki en önemli icatlardan biridir. Hem kulağa hem de göze hitap etmesi onu diğer medya araçlarından ayıran en önemli özelliktir. Televizyonun; din, dil, ırk vb. hiçbir sınıf ayrımı yapmadan her kesime hitap etmesi nedeniyle çok geniş seyirci potansiyeli bulunmaktadır (Saraç'tan akt. Metin, 2017: 4).

Televizyon haberciliği tanımı ve temel kavramları üzerinde durmadan önce haberin tanımı incelenecek olursa, en yaygın haber tanımlamalarından bazılarının şunlar olduğu görülecektir: “*Haber, vaktinde verilen, toplumda çok sayıda kişiyi ilgilendiren ve etkileyen, bu kişilerin anlayabileceği bir dilde yazılan olay, fikir ya da görüştür. Yani ilgi çekici bir olayın bir durum, düşünce, eğilim veya kanının doğru, anlaşılır ve çabuk şekilde*

yayınlanır bir metin haline getirilmesidir. Haber bir olay değildir. Olayın bildirilişi haberdur. Burada da olay hakkında bilginin iletilmediği sürece haber olamayacağı görülmektedir. Buna göre, her olayın zamanlı, doğru ve tam zamanlı olarak bildirilişi haberdur. Olayın kendisi haber olmayıp, bir haberin hammaddesidir” (Kaptan’dan akt. Aker, 2010: 13).

Hâkim Oliver Wendell Holmes’un hukuk tanımından Postman ve Powers haberin tanımını şöyle çıkarmıştır: *“Hukuk, mahkemeler ne derse odur ne fazla ne eksik. Buna benzer haber de haber müdürleri ile muhabirleri ne derse odur”* (Postman ve Powers’tan akt. Aker, 2010: 13). Lewis de oluşan bir olayın haber olarak görülebilmesinin haber kuruluşuna bağlı olduğunu “haber, haber kuruluşu her ne söylerse odur” yaklaşımıyla belirtmiştir (Aker, 2010: 13).

Haber, etimolojik olarak İngilizcedeki News (North, East, West, South) kelimesinden gelmektedir. Haber, dünyanın bir yerinde, oluşan yeni, anlık ve gerçek olaylardır. Gerçek bir olayın hikâyeleştirilerek kamuoyuna aktarılma şekli olan haber, ağırlıklı olarak televizyonla iş birliği halindedir. Televizyon haber iş birliğinden “televizyon haberciliği” kavramı doğmuştur (Şeker’den akt. Metin, 2017: 4).

Haber, kişileri bilgilendirici, eğitici ve eğlendiricidir ve gerçekle ilişkili ya da tamamen gerçek zannedildiğinden medyanın çok etkili bir içeriğidir (Girgin’den akt. Aker, 2010: 13). Bir mesajın kitle iletişim araçlarından izleyici ya da dinleyiciye ulaşma aşamasında müdahale eden kişiler kapı tutucusu ya da eşik bekçisi terimi ile tanımlanır (Mutlu’dan akt. Aker, 2010: 14). Gerçeklerin şekillendirilerek yeniden inşasında eşik bekçilerinin rolü çok büyüktür. Bu seçimlerin yapılma aşamasında kapı tutucuların kişilik özellikleri, değer yargıları, mesleki kuralları, haber kaynakları, kurumsal rolleri, alıcıları, reklam verenleri, hükümetler olarak birçok faktör sayılabilir. Bunlar dışında ideoloji ve kültür olarak iki temel toplumsal etmen de eşik bekçiliğini belirler (Çebi’den akt. Aker, 2010: 14).

Televizyon haberi, görsel içerikler eşliğinde, konuşma şeklinde, gelişen olayların seyirciye aktarılması sürecidir. Görsel bir kitle iletişim aracı olan televizyon, haberin sunumunu da zamanla görselleştirmiştir (Turam’dan akt. Aker, 2010: 17). Radyodan haber okuma tekniği, sinemadan belgesel film tekniği ve basından da röportaj ve gazetecilik teknikleri alınarak televizyon haberciliğine dönüşüm gerçekleşmiştir (Uyguç ve Genç’ten akt. Aker, 2010: 17) Bernard Rosko haber değeri konusunda, klasik “köpeği ısırın adam” örneğiyle, bir olayın “olağan ya da olağan dışı” oluşuyla haber değerinin değişebileceğini anlatmaktadır (Aker, 2010: 15).

Televizyon yayınları ve ilk kanalların kurulduğu ülke olan Amerika ile Avrupa'da mevcut olan haber yayıncılığı, bu alanda iki farklı eğilim olarak tüm dünyayı etkilemiştir. Amerika'daki televizyon kanalları ülkenin ekonomik sistemine paralel olarak özel sektörün elinde iken Avrupa'da kamu yayıncılığı hâkimdir. Türkiye de uzun yıllar Avrupa haber yayıncılığını benimseyerek kamu yayıncılığı yapmıştır. Amerikan haber yayınlarında diğer programlarda olduğu gibi reklamlar alınmış, sponsorlar bulunmuştur. Bu uygulama Avrupa'da olmadığı gibi Avrupa'yı model alan Türk haber yayıncılığında da uzun bir müddet söz konusu olmamıştır. Amerikan haber yayıncılığında ticari amaçlı olarak yüksek izlenme oranı temel kriter olduğundan konu seçiminden haberin sunum tarzına kadar izleyicinin ne istediğine odaklı bir eğilim hâkim olmuştur. 1980'lerden itibaren hem Avrupa hem de Türkiye'de Amerikan haber yayıncılığı eğilimine geçiş sağlanarak ticari televizyon haberciliği hâkim hale gelmiştir (Şeker, 2006). Bu tarz içinde televizyon haberciliğinin tabloidleşme/magazinleşme olgusu şüphesiz Türkiye'deki televizyon haberciliğine de yansımıştır. Özellikle özel TV kanallarında hem içerik hem de biçim açısından yüksek oranlı bir tabloidleşme eğilimi olduğunu tespit etmek mümkündür (Bek, 2004: 31).

Ticari televizyonculuk ve dolayısıyla televizyon haberciliği yüksek izlenme oranları sayesinde yüksek kâr elde etmeye odaklıdır. Ticari haber televizyonculuğunda kolay anlaşılan, hızlı ve eğlendirici habercilik tarzı egemenliktir. 1990'lardan itibaren Amerika merkezli olarak tüm dünyaya yayılan bir başka eğilim sürekli haber yayıncılığı olmuştur. Başını CNN'nin çektiği bu tarzda dünyanın belli başlı merkezlerinden toplanan haberlerin tüm dünyaya ulaştırılması temel amaçtır. Ticari televizyon haberciliği ile sürekli haber yayıncılığı karşılaştırıldığında hâkim görüş sürekli haber televizyonculuğunun daha ciddi ve tutarlı olduğu yönündedir (Şeker, 2007: 37-38).

1.2.1. Habercilikte nesnellik ve yorum

Kişilerin yetişmekte oldukları toplumun çizdiği sınırlarla hayatlarını sürdürmelerinin nedeni o toplumun kural ve yargılarıyla yetişmeleridir. Bireylerin tepkileri yetişmiş oldukları değerler çerçevesinin bir sonucudur. Bazı mesleklerde ise yetişilen toplumun değer yargıları dışında bir bakış açısı gerekmektedir. Gazetecilik mesleğinde olduğu gibi kendi hayat görüşleri dışında üçüncü bir gözle olaylara dışarıdan bakabilenler ve her açıdan görebilenler daha nesnel olmayı başarabilecektir (Horoz, 2013: 105). Gazetecilikte subjektif haber verme yerine objektif haber verme ilkesinin benimsenmesi 19. yüzyılın

önemli yeniliklerindendir. Haberin tarafsızca ve dengeli bir şekilde verilmesi, objektif haber vermenin temelidir (Tokgöz'den akt. Horoz, 2013: 106). Bireyler kendilerine sunulan konularda az çok fikir sahibidir. Kant'ın görüşüne göre, insanlar aklı, duyguları, tutkuları gibi birçok etkenden de etkilenirler. Ancak haber üretenler; duyguları, değer yargıları ve çıkarları dışında olayın taraflarının görüşlerini aktarmalıdır (Girgin'den akt. Horoz, 2013: 106).

Demokrasi ile yönetilen ülkeler için basın vazgeçilmezdir. Kitle iletişim araçlarının toplum ve toplumsal olaylar üzerindeki etkilerinin artması basını daha önemli hale getirmiştir (Özgen'den akt. Horoz, 2013: 106). Nesnellik, haber yazarken uyulması gereken kurallardan biridir. Bunun için olayın doğru, gerçeğe bağlı bir şekilde iletilip iletilmediği ve tarafsızlığı, kişisel düşüncelerden ayrı tutulup tutulmadığı dikkate alınmalıdır. Yorum ile haberin ayrılması, haberin kişisel görüşten ayrı sunulması ve karşıt taraf temsilcilerinin temsil edilmesine gayret edilmesi, nesnelliğin üç temelidir (Alver'den akt. Horoz, 2013: 106).

Haberin araştırılması, yazılması ve yayımlanması aşamasında habercinin yaşadığı zorluklar vardır. Kendi görüşü, bilgiler, dengeli yayın ilkesi, hedef kitle beklentileri, yayın politikası, sansür kuralları vb. hangisine bağlı kalınacağına genellikle tümü göz önünde bulundurularak haber yeniden biçimlendirilir ve bu yüzden gerçek olaydan uzaklaşılır (Girgin'den akt. Horoz, 2013: 107). Haberin aslına sadık kalınarak halka aktarılması gerekirken basın sektörü bu konuda yeterince özgür olmadığından nesnel değildir (Horoz, 2013: 108).

1.2.2. Habercilikte güncellik

Geçmiş dönemlerde oluşan olaylar insanların dikkatini çekmeyerek haber değerini düşürmekte, yakın zamanlarda gerçekleşen olaylar ise haberin değerini artırmaktadır (Uğur ve Öztürk'ten akt. Metin, 2017: 7). Yakın zamanda gerçekleşen olaylar insanların dikkatini çektiğinden haber içerikleri de güncel olmalıdır. Haberlerde çok eski tarihli olaylar haberin değerini düşürdüğünden ve kamuoyunun dikkatini çekmeyeceğinden haber değerini kaybetmektedir (Girgin'den akt. Metin, 2017: 7). Bu nedenle güncellik bir haberde aranılan başlıca nitelik durumundadır. White 1950 tarihli çalışmalarında habercilerin haber seçiminde en önem verdikleri hususun “haber daha önce yayınlanıp yayınlanmadığı” olduğunu belgelemektedir. Güncellik konusu, bir başka iletişimci Gans'ın da değindiği konulardan biri olmuştur. Gans'a göre haberin güncelliğini

belirleyen üç kriter bulunmaktadır: 1. Haber hikayesinin veya gelişmenin yeni olması, 2. Konunun henüz bir başkası tarafından haber yapılmamış olması, 3. Olayın üzerinden uzun zaman geçmemiş olması. (Küçüközyiğit, 2016: 89).

1.2.3. Habercilikte anlaşılabilirlik ve dilin estetiği

Ulusların oluşumunda ve birlik-beraberliğin sağlanması ve sürdürülmesinde dil faktörü başat önemdedir. Dilin bu önemine binaen basın ve yayın organlarının insanlar ve toplumlar üzerinde etkin olabilmesi, gündem yaratabilmesi ve yön verebilmesinde dilin kullanımı son derece etkilidir. Radyo ve televizyonlar ister resmi ister özel kurumlar olsunlar bir tür kamu görevi yaptıklarından bu kuruluşlarda dilin kullanımı ayrıca öneme sahiptir ve bu hususta hassas olunmalıdır. Zira toplumu ilgilendiren eğitim, bilim, siyaset, günlük yaşam haberleri halkı televizyonlara yönlendirmektedir (Güllüdağ, 2012: 50). Güllüdağ, medyada dil kullanımının uzun vadede etkilerine yönelik şu saptamaları yapmaktadır:

“Radyo ve televizyon teknolojisi, dil yanlışlarının yayılma hızını artırmış, yayılma alanını genişletmiştir. Bazen kişisel bir dil yanlış, çok kısa sürede farkında olunmadan ve istenmeden radyo ve televizyon kanalları vasıtasıyla bütün topluma mal olmakta, kendi kurallarına aykırı bir değişimin içine sokulmaktadır. Bu, ise dilin bozulmasına sebep olmaktadır” (Karahana’dan akt. Güllüdağ, 2012: 50).

Çocuklar üzerinde ise basın ve yayın organlarının adeta bir okul işlevi gördüğü bilinmektedir. Çocuklar farkında olmadan basından öğrendikleri her şeyi doğru kabul etmektedirler. Yerleşik yanlışların sonradan düzeltilmesi oldukça çok zordur (Güllüdağ, 2012: 51).

Haber sunumlarında kelimeler, haberi okuyan, izleyen ya da dinleyen kişilerin haberi anlayabileceği kadar açık ve net; olaylar ise sıralı ve bütünlük içerisinde olmalıdır. İzleyicilerin haber sunumu sonrasında aklında herhangi bir cevapsız soru ya da anlaşılmayan bir konu kalmamalıdır. Haber spikeri, kısa ve öz, lafı uzatmadan, çok detaya girmeden ve yabancı sözcük kullanmamaya dikkat ederek haberi sunmalıdır. Spiker, haber sunumu öncesi haberleri okuyarak gereksiz ve anlam bozukluğu oluşturan kelimeleri düzeltmelidir (Girgin’den akt. Metin, 2017: 9).

Haber sunumları, tüm toplumun anlayabileceği şekilde olayın ne, nerede ve nasıl gerçekleştiğinin yanı sıra sade, net ve anlaşılır bir şekilde aktarılmasını gerektirir (Uğurlu ve Öztürk’ten akt. Metin, 2017: 9).

Basın yayın organlarının adları öncelikle isimlerinden başlayıp Türkçeleştirmeli ve dil denetleme ekipleri bulunmalıdır. Radyo ve televizyonlardaki sunuculuk ve seslendirme yapanlar Türkçe diksiyon dersi almalıdır. Alfabemizde bulunmayan harflerin basında kullanımı yasaklanmalı, en çok çocukların izlediği reklamlarda yabancı sözcükler kullanılmamalıdır. Söz kişisel ancak dil toplumsal olduğundan bir ulusu oluşturan halkın ortak geçmişi ancak ortak mirasları olan dil ile korunacaktır. Dilimizin daha fazla bozulmaması için yeni yasalar olmalıdır. Dünyada en çok konuşulan 5. dil olan Türkçe, fonetik olarak küçük farklarla 200 milyon kişinin konuştuğu çok büyük bir coğrafyayı kapsamaktadır. Dilin korunmasının etkilerine yönelik Güllüdağ şu değerlendirmeyi yapmaktadır: *“Böyle büyük bir coğrafyaya mensup olan bu dil grubunda yer almamız, insanı kıvançlandırıyor. Bu kıvancı taşıyan toplumun bireyleri olarak gelecek kuşaklara, kendi değerlerini, benliğini ve kültürünü korumuş, gelişmiş bir ülke bırakmak için Türkçemizi doğru kullanalım”* (Güllüdağ, 2012: 57).

1.2.4. Habercilikte önem ve ilgi çekicilik

Haberin önemi “olayın ölçüsü” ve “olayın sonuçları” şeklinde ikiye ayrılır. Olayın ölçüsüne bir örnek olarak; çıkan çatışmada şehit olan polis ve asker sayısı gösterilebilir. Olayın sonuçlarına örnek olarak da hükümetin sağlık politikalarında yaptığı bir değişikliğin halkı nasıl etkileyeceğinin aktarımı gösterilebilir. Haber konusunun çok sayıda kişinin ilgisini çekmesi önemliliğinin en önemli ölçütüdür (Girgin’den akt. Metin, 2017: 9).

Toplumsal, siyasal, ekonomik ya da kültürel hayatı doğrudan etkileyen ve bu alanlarda gelişim ya da değişim yaratan bir olay önemlidir ve ciddi haber olarak tanımlanmaktadır. Bir haberi önemli yapan etkenlerden bazıları; kişiler, sayılar, garip olaylar, zıtlıklar olarak sıralanabilir. İnsanlar bu konulardaki haberleri merak ederler. Bu yüzden ünlü kişiler, bazı ülke ve şehirlerle ilgili haberler vb. toplumsal yaşamda önemlidir (Tokgöz’den akt. Horoz, 2013: 102).

Yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi ve sosyo-ekonomik durum gibi özellikleri farklı olsa da bir haberin herkes tarafından ilginç bulunması gerekir. Günümüzde de haberlerde ilgi çekici olaylara yer verilmeye dikkat edilmektedir. İnsanlarda merak uyandırmayan, heyecanlanmaya, düşünmeye ve seyretmeye yönleltmeyen içerikler haber niteliği taşımamaktadır (Uğurlu ve Öztürk’ten akt. Metin, 2017: 8). John Bogart’ın şu sözleri haberde ilginçliğin önemine dikkat çekmektedir: *“Köpek insanı ısırırsa haber değil,*

insan köpeği ısırsa haberdır” (Girgin’den akt. Metin, 2017: 8). Toplumun büyük bir kısmını ya da tamamını ilgilendiren, nadiren ya da ilk kez olan, toplumun tepkisini çeken ya da ilgilendiren vb. önemli ve ilginç olaylar haber niteliği taşımaktadır (Ertan’dan akt. Metin, 2017: 8).

Ana akım medyanın çoğu, günümüzde yayın politikalarını kamu yararından ziyade ticari çıkar ilişkilerine göre yürütmektedir. Sorunlu ana akım politikaları sıklıkla sağlık haberciliği anlamında kamu yararı ilkesinin ihlal edilmesine sebep olmaktadır. Sağlık haberciliği en çok kamu yararı içeren alanlardan olmasına rağmen; haberin çerçevesi ve sunum şekli kamu yararına değil; medya kuruluşlarının sahiplerine ait çıkar gruplarına fayda yaratacak şekilde çalışmaktadır. Etik ve sorumlu yayıncılık ilkesiyle çalışması gereken medya, reyting, tiraj, ziyaretçi sayısı ve bu bağlamda daha çok reklam gelirine dayalı kâr amacı gütmektedir. Sansasyon kelimesini TDK “birçok kimseyi ilgilendiren, etkileyen heyecan verici olay” olarak tanımlarken, sansasyon yaratmak fiilini “büyük bir ilgi ve heyecan yaratmak” şeklinde tarif edilmektedir. Ana akım medyanın haber konusu seçimleri ve içerik konusunda kullandığı haber dili, gerçeklikten uzak ve duygu sömürüsü yapacak şekilde ve yapılan haberler de duygu sömürüsü olarak algılanabilecek haberlerdir. Diğer alanlarda olduğu gibi sağlık alanında da haber dili sansasyonel ve insanları umutsuzluğa sürükleyecek ya da sahte umut verecek haberler sık sık kullanılmaktadır.

Ziyaretçi/okuyucu sayısını artırmak için ilgi çekecek; haberin içeriğiyle uyumsuz, sansasyonel başlıklar tercih edilmektedir. Sağlık haberleri, ana akım medya tarafından magazinsel olarak ya da polis-adliye haberciliğiyle işlenerek, zaman zaman da tıbbi araştırmalar kesin sonuç şeklinde çekinmeden sunulmaktadır. Ticarileşen sağlık alanıyla birlikte kimi zaman ilaç/teşhis/tedavi önerileri içeren haberler ve ürün tanıtımı/reklâm içeren içerikler üretilmektedir. Zaman zaman sağlık alanında uzmanlığı, yetkinliği olmayan kişiler kaynak olarak değerlendirilmekte; deneyimsiz sağlık muhabirlerine sağlık haberleri yaptırılmaktadır. Bu olumsuz örnekler halkın haberlerin doğruluğundan şüphe etmesine neden olmaktadır; kâr amaçlı bir yayın politikası yerine, sağlık alanında kamu yararını düşünen yayıncılık anlayışına ihtiyaç vardır.

1.2.5. Habercilikte ahlak ve etik

Etik kelimesi, köken olarak Yunanca “Ethos” kelimesinden gelmektedir. Sözcüğün iki farklı kullanımı bulunmaktadır. Alışkanlık, töre, gelenek anlamındaki kullanımı

Yunancada “εθος” şeklinde yazılmaktadır. Geçerli töreye göre eylemlerini düzenlemeye alışkın kişiler etiğe uygun davranmaktadır. Yunancada asıl anlamıyla “ηθος” olarak yazılan etik ise eylem kurallarını ve değer ölçülerini sorgulamadan uygulayan değil; üzerinde düşünüp daha iyiyi yapabilmek için alışkanlığa çeviren kişidir. Böylece etik kelimesi erdemli olmanın davranışı olarak pekişerek karakter anlamını da kapsamaktadır (Pieper’den akt. Uzun, 2007: 11).

Arapça “hulk” kelimesinin çoğulu olan ahlak kelimesi ile etik kelimesi Türkçede genellikle aynı manada kullanılmakla birlikte bu iki kelimenin anlamları arasında ayrımlar bulunmaktadır. Hulk, yaradılıştan gelen davranış, huy, alışkanlık anlamındayken; ahlak toplumu oluşturan kişilerin uymak zorunda olduğu davranış kuralları, iyi niyet, güzel huy gibi konuları içermektedir. Etik kelimesi insan davranışlarını ahlak kuralları kapsamında araştıran “ahlak bilimi” manasını içermekle birlikte dilimizde ahlak ve ahlaki kelimelerini de anlamca kapsamaktadır. Kelimenin sözlüğümüzde “töre bilimi”, “bir meslek grubunun uymak zorunda olduğu davranışlar bütünü”, “etik bilimi” ve “ahlaki, ahlakla ilgili” karşılıkları bulunmaktadır (Uzun, 2007: 11).

İletişimle ilgili mesleklerde meslek etiği “iletişim etiği” olarak adlandırılmaktadır. Kitle iletişim araçlarının artması ve çoğalmasıyla 1970’lerde iletişim etiği hakkındaki araştırmalar da artmıştır. Bilgi toplama ve haber üretme rolü üstlenen kitle iletişimciler, içerik izleyenleri etkileyebileceği için önemli noktalarda konumlandırılmışlardır (Kiran’dan akt. Uzun, 2007: 17). İletişim alanındaki mesleklerde de diğer mesleklerdeki gibi etik ilke ve değerlerin saptanarak hayata geçirilmesi kendi kendini düzenlemeyle gerçekleştirilmektedir. Bu alanda kendi kendini düzenleme; yoruma açık ve öznel bir kavramken, geleneksel kendini düzenleme ise medya profesyonellerinin kendi aralarında gönüllü oluşturdukları kuralları ve bunların hayata geçirilmesini ifade etmektedir (Uzun, 2007: 18).

Medya sektöründe çalışan kişilerin etik anlayışlarını ve davranışlarını kapsayan Medya Etiği; meslek ahlakı veya meslek ilkeleri başlığı altında, medya alanında benimsenmiş olan kuralları oluşturmaktadır. Özgürlük, özel yaşam, kamu yararı, barış ve davranış kuralları, medya etiği kapsamına dâhildir. Etik dışı davranışlar ise; medya alanında çalışanların şahsi bilgisizlikleri, ihmal ve hatalarıdır. Medya etiği kavramı insanların aşağılanması, eksik ya da yanlış bilgi aktarımı, özel hayata müdahale konularını içermektedir. Yasama, yürütme ve yargının yanı sıra kamu yararı gözetme sorumluluğundan dolayı medya da dördüncü güç olarak görülmektedir. Medya etiği;

medyanın sektörel ilişkilerinin, hükümet ve örgütlü oluşumlarla ilişkilerinin, çalışma şartlarının, ücret politikalarının, üretilen içeriğin toplum tarafından kabul edilebilmesidir (Coşkun, 2011: 11). Süleyman İrvan ise medya etiğini şöyle tanımlamaktadır: *“Etik ya da ahlak felsefesi insan davranışlarını, yargılarını, davranış kurallarını ve ilkelerini ahlakilik temelinde araştıran, savunan ya da eleştiren bir felsefe dalıdır. Medya etiği de bu felsefe dalının bir alt kategorisidir ve temel alanı, medya çalışanlarının ya da gazetecilerin mesleklerini icra ederken uymak zorunda oldukları kurallar ve ilkelerdir”* (İrvan’dan akt. Coşkun, 2011: 11).

Medya etiğinde devletin basına karışmasına mâni olmak, meslek ahlakının korunması ve basının saygınlık kazanması hedeflenmiştir. Birleşmiş Milletler (BM) tarafından 1948’de kabul edilen İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi birtakım oluşumlar için kaynak olmuştur. İnsan haklarına saygı ve kamusal düzenin korunması bu beyannamede esas alınmış, ardından UNESCO da basın ahlak ilkelerine yeni kurallar eklemiştir. Avrupa kıtasında gazetecilik konusunda etik oluşturulması için çalışmalar yapılmıştır. Bunlar, 1954 Bordeaux Bildirgesi, 1971 Münih Bildirgesi ve 1993’te Avrupa Konseyinde hazırlanan metindir. Birinci Pan Amerikan Basın Konferansı’nda dünyanın ilk Basın Ahlak Yasası kabul edilmiştir. Kurallar; dürüstlük, objektiflik, haberlerin doğruluğunun araştırılması, olayların kışkırtılmaması ve gizlenmemesi, düşünce özgürlüğünün savunulması, savaş çıkırtkanlığı yapılmaması, uydurma ve abartı haber yapılmaması, özel hayata saygı ve özel yararlar sağlamama vb.dir. Dünyanın birçok ülkesinde kurulan basın konseylerinden en başarılıları ise İngiltere ve Almanya’daki konseylerdir. Medyada etik kavramı ilk olarak gazeteciliğin ilk geliştiği yer olan Batı’da oluşmuştur. Batı’da etik kavramı, okurun güveninin kazanılması ve bunun korunması için de gazetecilerin aldığı önlemlerini çağırıştır (Coşkun, 2011: 12).

Yayın sektörü, toplumsal ve kültürel rolü ve etkisi sebebiyle diğer medya alanlarından daha çok yasal düzenleme gerektirmiştir. Avrupa ülkelerinde devlet ve özel radyo ve televizyonlarını düzenleyen yasalar mevcut olmakla birlikte, “European Convention on Transfrontier Television ve Television without Frontiers Directive” gibi yayıncılıktaki temel standartları sağlamayı hedefleyen yasal araçlar da mevcuttur (Uzun, 2007: 21).

Doğal afetler, trafik ve iş kazaları, yangınlar, savaşlar, toplumsal çatışmalar gibi trajik olaylarda yayınlanan görüntüler televizyon haberciliğinde en çok tartışılan etik sorunlardan biridir. Haber değeri taşıyan bu tür olaylar haber yapılmakta ancak bu haberlerde kullanılan kanlar içinde insan, ceset, ağlayan insan, şiddet gibi görüntüler

trajedinin sömürsüdür. Bu tür haberler yapılırken dikkat ederek tekrar eden görüntüden kaçınarak olay üzerinde durulmalıdır (Uzun, 2007: 166).

Televizyon haberciliğinde en çok tartışma konusu olan etik sorunlar, görüntüden kaynaklanan etik sorunlardır. Bunlar haberlerde arşiv görüntülerinin kullanılması, canlandırma yapılması, filmlerden görüntüler kullanılması, amatör kamera görüntüleri ve gizli kamera çekimleridir (Uzun, 2007: 167). Televizyon kanalları haber bültenlerinde zaman zaman haberin doğası gereği ya da haberin görüntüsü olmadığında arşivlerindeki benzer görüntüleri kullanarak hazırlanan haberleri kullanırlar. Bu tür durumlarda arşiv görüntüsü olduğunun belirtilmesi gerekmekte ancak genellikle ihmal edilerek görüntüler yeni haberin görüntüleri gibi verildiğinden, çeşitli yanlış anlamalara neden olmaktadır. Örneğin hafif bir depremde önceki şiddetli bir deprem görselinin kullanılması izleyicilerde paniğe sebep olabilmektedir. Ya da arşiv görüntüleri Fransa sahillerinde çekilen petrole bulanmış kuş görüntülerinin Körfez Savaşı sırasında CNN’de gösterilmesi örneğindeki gibi yönlendirme amacıyla da kullanılabilir (Uzun, 2007: 168).

Haber yaparken o olayla ilgili elinde görseli olmayan televizyon kanallarının izleyicilere olayı tam aktarabilmesi için, senaryo haline getirilen olay oyuncular tarafından canlandırılarak canlandırma yapılmaktadır. Canlandırma olduğu uyarısı mutlaka ekranda görünmesi gereken bu haberlerde gereksiz şekilde canlandırma kullanılmamalıdır. İzleyiciler canlandırma esnasındaki küçük değişikliklerden etkilenmeye açıktır. Ayrıca canlandırmanın içerdiği yorum, algıyı etkilemektedir. Dolayısıyla bu teknik sadece çok sınırlı olarak ve anlatımı zor ve karmaşık olaylarda kullanılmalıdır (Uzun, 2007: 168).

Televizyon kanallarının hazırladıkları haberle ilgili ellerinde görüntü olmadığı bazı durumlarda, konuyla ilgili film görüntüleri kullanılmaktadır. Türkiye’de televizyon kanallarında özellikle savaş, çatışma, mafya, teknoloji haberlerinde film görüntülerine başvurulmaktadır. Film görüntüleri, izleyicinin algısını, canlandırma kullanıldığında etkilere benzer şekilde etkilemektedir. Olayın öyküsüyle filmin öyküsü izleyicinin kafasında özdeşleştirilebildiğinden film görüntülerinden kaçınmak gerekmektedir (Uzun, 2007: 169).

Gelişen teknoloji sayesinde amatör el kameralarının habercilik alanına girmesi milyonlarca insana önemli olayları kaydetme olanağı verirken, görüntüleri televizyonlara malzeme olarak vermeleri de haber kuruluşlarının işini kolaylaştırmıştır. Televizyon kanalları kadroları ne kadar geniş olsa da her olayı izleyememekte bu boşluğu da amatör çekim yapan kişilere düşük ücretler ödeyerek doldurmaktadırlar. Amatör çekim yapanlara

düşük ücretler ödenmesi ekonomik anlamda televizyon kanallarının işine gelmekte ancak görüntüler çok kaliteli olmamaktadır. Ancak hiç görüntü kullanmadan haber yapmak yerine çok kaliteli olmayan görüntünün kullanılması tercih edilmektedir. Amatör kamera çekimlerinin kullanıldığı haberlerde haberin doğruluğunun teyit edilememesi etik konusunda sakıncalıdır. Zaman zaman hızlı haber yapmak için amatör kamera çekimlerinin kullanılması doğruluktan ödün vermeye ve hata yapma olasılığının artmasına neden olmaktadır. Örneğin Çernobil'deki bir kimyasal fabrikadan yayıldığı iddia edilen yangın görüntüsü sunulmuş ardından bu görüntünün İtalya'da bir çimento fabrikasının görüntüsü olduğu saptanmıştı (Matelski'den akt. Uzun, 2007: 170).

Haberlerde televizyon kanallarının kullandıkları görüntülerden bazıları gizli kamera çekimleridir. Bu çekimler kanalın habercileri tarafından yapılabileceği gibi amatör kamera sahiplerince de yapılmaktadır. Rüşvet, yolsuzluk, kadın ticareti, uyuşturucu ticareti, çocuk bakıcılığında yaşanan sorunlar, tarikatlar veya kişilerin özel hayatlarıyla ilgili olayların haber yapılmasında gizli kamera yöntemi kullanılmaktadır. Önemli olayların ortaya çıkarılmasında başvurulacak önemli bir yöntem olan gizli kamera yöntemi bazı haber programlarında da gereksizce kullanılmaktadır. Bu haberlerin çok azında üst düzey yetkililerin hataları açığa çıkmakta; çoğu alt düzey çalışanların hatalarını içermektedir (Uzun, 2007: 171).

Gizli kamera görüntülerinin bazıları çekimi yapanın manipülasyonunu içerirken, bazılarının ise komplo ya da şantaj amacıyla kaydedilme olasılığı bulunduğundan bu ve benzeri nedenlerle gizli kamera çekimleri kullanılırken çok dikkatli olunması gerekmektedir. Bu konudaki en önemli etik sorun ise özel yaşamla ilgilidir. Bir tarafta insanların özel hayatlarının korunmasını savunanlar gizli kamera çekimlerine karşı çıkmakta diğer tarafta ise halkın haber alma özgürlüğü iddiasıyla bu çekimleri savunanlar mevcuttur. Kamunun faydasına olan durumlarda saklanmak istenen olayları ortaya çıkarmakta gizli kamera kullanımı çok önemlidir. Ancak yöntem aldatmayı da içerdiğinden son seçenek olarak düşünülmeli; öncelikle görüşme, gözlem ve belgelerin araştırılması yöntemlerinin tamamı denenmelidir (Uzun, 2007: 172).

İnsanlar gördüklerinin gerçek olduğuna inanmakta ve televizyon kanalları da gerçekleri aktardıklarını iddia etseler de günümüzde teknolojinin gelişmesi sayesinde görüntü çok kolay manipüle edilebilmektedir. Sayısal teknolojilerdeki gelişmeler, eğlence ve spor programlarının yanı sıra haber programlarında da kullanılabilmektedir. Doğan Holding Yayın İlkeleri ve TGC'nin hak ve sorumluluklar bildirgesi ile izleyicilerin görüntülerle manipüle edilmesi ve aldatılması engellenmeye çalışılmıştır.

Türkiye’de radyo ve televizyon yayınları konusunda ilkeler getiren bir yasal düzenleme ile de 3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun’un Yayın İlkeleri başlıklı 4. maddesinde; yayınların “hukukun üstünlüğüne, Anayasanın genel ilkelerine, temel hak ve özgürlüklere, milli güvenliğe ve genel ahlaka uygun olarak kamu hizmeti anlayışı çerçevesinde” yapılacağını belirtmiş ve radyo, televizyon ve veri yayınlarında uyulması gereken yayın ilkeleri 23 bend olarak düzenlenmiştir (Uzun, 2007: 174).

Medya etiği anlamında çok önemli ve kesinlikte hoş görülemeyecek bir konu olan asparagas, basında gerçek olay ve olgulardan kaynaklanmayan, gazeteciler tarafından üretilen yalan haberler demektir. Ancak asparagas haberler hemen hemen her ülkenin medyasında vardır. En meşhur asparagas örneği Pulitzer Ödülü kazanan, Washington Post muhabiri Janet Cooke aktardığı haberi ile 1981 yılında Pulitzer Ödülü almış ardından tamamen Cooke tarafından uydurulduğu anlaşılarak ödülü geri alınmıştır. Washington Post’un ombudsmanı, editörlerin mesleki kuşkuculuğu bıraktığına dikkat çekerek olayı “bağışlanamaz” diye nitelendirmektedir (Sanders’den akt. Uzun, 2007: 174). Editöryal denetim, asparagasın önüne geçilebilmesi ve haber kuruluşlarının muhabirlerin etik dışı davranışlarına alet olmaması için çok önemlidir. Bilgiyi teyit etmeden anonim kaynak kullanmayı editörün kabul etmemesi gerekmektedir (Uzun, 2007: 174).

1.3. Dijital Çağ ve Televizyon Haberciliği

İletişim tarihi ile 20. yüzyılın kültür tarihi arasında bir bağ mevcuttur. Çok sayıda tarihçi, 19. yüzyılın sonlarında yer alan telgraf, telefon, radyo, sinema, reklamcılık ve popüler basın gibi gelişmelerin, teknolojik ve ekonomik değişimler oluşturduğunu belirtmişlerdir. Bu gelişmeler, zaman ve mekân kavramlarını değiştirmişlerdir (Hatırnaz, 2014: 40).

“Matbaa makinesinin keşfi sayesinde 1600’lü yıllarda kitap ve gazete basılmış böylece, iletişimin yayılarak daha geniş kitlelere ulaşması mümkün olmuştur. 1839’da fotoğraf, 1850’de telgraf, 1860’ta telefon, 1900’de film, 1940’da televizyon, 1946’da basit nitelikte ilk bilgisayarın gerçekleşmesiyle iletişim teknolojisi hızlı bir süreç izlemiştir. 1960’larda ise uydu teknolojisinin gelişmesiyle iletişim ve haberleşme olanakları artmıştır” (Yaykın’dan akt. Hatırnaz, 2014: 40).

“Dijital Medya” ya da “Yeni Medya” kavramı, 20. yüzyılın son çeyreğinde tüm bilgisayar kökenli yeni iletişim teknolojilerini kapsamaktadır (Yaykın’dan akt. Hatırnaz,

2014: 44). İnternet, GSM, WAP, GPRS, CD, VCD, DVD vb. geleneksel iletişim kanalları dışında kalan dijital teknolojiler, “yeni medya” kavramını oluşturmaktadır (Soydan’dan akt. Hatırnaz, 2014: 44).

Online endüstri, 21. yüzyılda, farklı bir toplumsal statü olması dışında, kendi iç dinamiklerini yaratan bir küresel kavram olmaya başlamıştır (Kara’dan akt. Hatırnaz, 2014: 44).

Yazı, grafik, resim, ses ve görüntüleri eş zamanlı olarak sunabilme imkânı sağlayan internet; televizyon, radyo, gazete, dergi vb. kitle iletişim araçlarının tüm işlevlerini yerine getirmektedir. Bir kişiden bir kişiye iletişim kavramını, çok kişiden çok kişiye olarak genişlemiş olan interaktif iletişim; gönderici ve alıcı kavramlarından oluşan temel iletişim kuramlarını da değiştirmiştir (Kara’dan akt. Hatırnaz, 2014: 45). İçerik ve teknoloji üretebilen ve geniş kitlelere ulaştırabilen alıcıların olması medyanın demokratikleşmesi anlamına gelmemekte ve aslında izleyici ve kullanıcıların yeni bir şekilde sömürülmesini ifade etmektedir (Başaran’dan akt. Hatırnaz, 2014: 45).

Yeni medya, dijital teknolojinin gelişimiyle yayıncılıkta da değişimler yaratmış; internetin yaygınlaşması ve geleneksel medya araçlarını da içine almasıyla sadece teknik kalitenin artmasını değil içerik paylaşımında da yeni yöntemler ortaya çıkmasına neden olmuştur (Hatırnaz, 2014: 45).

Günümüze dek teknolojiler birbiriyle iç içe geçerek çoklu medya ortamı oluşturmuşlar; böylelikle hem kendilerini hem de yaşamı değiştirmişlerdir. Tuncel, değişimi olumlu karşılayanlar olduğu gibi olumsuz bulanların da olduğunu ve yeni iletişim teknolojilerinin insanları özgürleştirici ve eşitleyici bir güç olduğunu belirtir. Diğer yandan teknoloji ve bilgiye ulaşım ve bunlardan yararlanmanın mevcut eşit olmayan durumu daha da artıracağını düşünenler de vardır. Ayrıca teknolojiyi dışardan satın alan gelişmekte olan ülkelerde o teknoloji ile birlikte onun içerik ve hayat tarzının da yaygınlaştırıldığı belirtilmiştir (Yılmaz’dan akt. Hatırnaz, 2014: 40).

Teknoloji ve üretim araçlarının pahalılığından dolayı, kitle medyası çağında birçok kişi yayıncılık alanı için gerekli demirbaşları alabilecek ekonomik güçte değildir. Medya örgütleri de bu yüzden sınırlı sayıdadır. Dijital teknoloji bu durumu değiştirerek medya üreticilerinin artmasına sebep olmuştur (Wittel’den akt. Hatırnaz, 2014: 40).

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimi yeni medya çağını ortaya çıkarmıştır. Yeni medya çağında, habercilik dijital ortamda yapılmaya başlanmıştır. Dijital olarak işlenmeye başlanan metin, fotoğraf, video, fotoğraf gibi farklı formatlardaki bilgilerle; geleneksel iletişim araçlarının üstlendiği işlevlerinde önemli değişiklikler olmuştur. Yeni

medya çağı birçok farklı iletişim aracının sağladığı imkânları, bir tek iletişim aracının sunabildiği bir dönemdir. Akıllı cep telefonları, mobil iletişim teknolojilerinin artmasıyla yöndeşme ya da bütünleşme sürecinin en önemli araçlarıdır. 2000’li yıllarla birlikte vatandaşlar, web günlükleri olarak da adlandırılan blog ve sosyal paylaşım sitelerinin kurulmasıyla haber içeriklerine de katkıda bulunmuşlardır (Değirmencioğlu, 2016: 604).

Yüksek çözünürlüklü fotoğraf ve video çekimi gerçekleştirebilen telefon kullanan vatandaşlar, içerik yönetimine katkı sağlamıştır. Medya kuruluşlarından önce anlık gelişmelerin internette paylaşıldığı bir döneme geçilmiştir. Habercilik ilkeleri gereğince internetteki içeriklerin en az iki güvenilir haber kaynağından doğrulanması gerekmektedir. Uluslararası haber organizasyonları, haber doğrulamaya yarayan uygulama ve araçlardan faydalanmaktadırlar. Enformasyon teknolojileri, mobil teknolojilerin katkısıyla ilerlemektedir. Bu değişimler neticesinde inovasyon haberciliğiyle birlikte habercilik yöntemleri gelişerek geleneksel haber üretimi ve paylaşımı uygulamaları dönüşmektedir (Değirmencioğlu, 2016: 604).

Habercilik, vatandaşların mobil iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde sosyal paylaşım siteleri üzerinden içerik üreterek paylaşımda bulundukları bir yapı olmuştur. Ana akım medya profesyonel haber merkezleri, muhabir kadroları, haber bürolarıyla haber üretiminde başat rolünü sürdürmekte ancak uluslararası haber ajansları en başta olmak üzere ana akım medya, dijital çağa ayak uydurmaya çalışmaktadır. Bu nedenle kendi sosyal paylaşım siteleri ve mobil uygulamaları aracılığıyla fark yaratmaya çalışmaktadırlar. İnteraktif haber merkezleri olan uluslararası medya kuruluşları, haber ve bilgileri daha anlaşılır ve farklı olarak sunma konusunda yarış içerisindeyler (Değirmencioğlu, 2016: 605).

İletişim teknolojilerinin gelişimi haberciliğin doğasını, haber üretim ve paylaşım şekillerini dönüşüme uğratmış ve yeni habercilik türlerinin doğuşuna sebep olmuştur (Değirmencioğlu, 2016: 605).

1.3.1. Popüler kültür ve yeni kitle

Kuşak teorisi hakkında önemli bilimsel çalışmalar yapılmış ve yaş grupları, sosyal, psikolojik, ekonomik, coğrafi faktörler göz önünde bulundurularak hayata bakışları, tepki, beklenti ve algılarından bilimsel sonuçlar elde edilmeye çalışılmıştır. Kuşaklar kendi içinde belirgin özelliklere sahip olmakla birlikte her kuşak içinde de farklılıklar olabilecektir. Her ülkenin kuşak gelişimi farklıdır. Kuşaklar ülkelerin sosyo-kültürel

özelliklerinden ve gelişim düzeylerinden etkilendiğinden her ülkenin kendi özelliklerine göre kuşak çalışmaları yürütülmelidir.

Gelenekselciler Kuşağı: Gelenekselciler, 1900-1945 yılları arasında doğmuşlardır. Sadık, tutarlı ve uyumlu bireyler olup Büyük Bunalım ve II. Dünya Savaşı döneminde doğan ve kurallara uymaya çalışan kişilerdir (Kyles'tan akt. Ardıç ve Altun, 2017: 13). Tüm dünyadaki işsizlik, Savaş Kuşağı ya da Sessiz Kuşak olarak tanımlanan bu kuşağın tasarruf yapmalarına ve sade bir hayat yaşamalarına neden olmuştur (Demirkaya, Akdemir, Karaman ve Atan'dan akt. Ardıç ve Altun, 2017: 13). Gelenekselciler kıtlık ve yıkımlar görmüştür. Türkiye'de imparatorluğun çöküşüyle 1850 sonrası doğumlu Osmanlılar, çöküş sonrası yaşanan sosyolojik süreçlere şahit olmuş, endişeyle yaşamış ve hayatta kalma savaşı vermişlerdir (Yalçın, Sökmen ve Kulak'tan akt. Ardıç ve Altun, 2017: 13). Sessiz Kuşağı yetiştiren anne-babaların da savaş, göç, ülkenin bölünmesi dedikoduları ve ümitsizliğin olduğu bu süreçte toplumsal çözülmenin çok olmasından psikolojileri bozulmuştur. Türkiye'de 1920 sonrası kuşağına "Cumhuriyet Kuşağı" denilmektedir. Var olmak için mevcudun korunmasına inanmış ve bu yüzden kurallara sadık kalmışlardır. Radyo, gelenekselciler kuşağının kullandığı teknolojik alettir. Bu kuşak, Cumhuriyet sonrası her anlamda gelişmenin olduğu ve bundan gurur duyan, dünyanın ve ülkenin yeniden oluşumuna şahitlik etmiş bir kuşaktır (Yalçın'dan akt. Ardıç ve Altun, 2017: 14). Ardından II. Dünya Savaşı nedeniyle hayatta kalma mücadelesi vermeye başlamıştır. Dünyanın; Batı Medeniyeti, Doğu Bloku, İslam Dünyası ve Üçüncü Dünya olarak ayrıldığı bir "Soğuk Savaş" dönemi başlamıştır. Batı'nın II. Dünya Savaşı'nı kazanmasıyla dünyayı konumlandırmaları bugünkü dünyayı şekillendirmiştir (Senbir'den akt. Ardıç ve Altun, 2017: 14).

Bebek Patlaması Kuşağı: Bu kuşak, 1945-1965 arasında doğan Soğuk Savaş dönemi çocukları olarak Sandviç Kuşağı olarak da tanımlanmaktadır. Harcama ve eğlenme eğilimli bir kuşak olup Batılı ülkelerde üretim talebin gerisinde kalmış; kapitalistleşmede geri kalan ülkeler "üret, sat" stratejisi kullanmışlardır. Komünist blok Batı karşıtı politika izlemeye devam etmiştir. Bu kuşak, Doğu-Batı zıtlaşması ile doğan, büyüyen, 68 kuşağını yaratan bir kuşaktır (Kupperschmidt ve Senbir'den akt. Ardıç ve Altun, 2017: 14). Televizyonla büyüyen ve televizyonun etkili bir iletişim aracı olduğunu fark eden ilk kuşak olan Bebek Patlaması Kuşağının diğer kuşaklardan en önemli farkı; 68 Kuşağının mimarları olmalarıdır (Benlisoy ve Altıntuğ'dan akt. Ardıç ve Altun, 2017: 14). Bu kuşağın dörtte biri lisans ve lisansüstü diplomaya sahip olmasıyla yüksek eğitim seviyesine sahiptir (Crumpacker ve Crumpacker'den akt. Ardıç ve Altun, 2017: 14).

Türkiye’de, sıkıntılı yıllar geçirmiş ve ayakta kalma mücadelesi vererek gelişme ve dünyayla etkileşimin başladığı, çok partili hayata geçişin etkilerinin olduğu bir dönemdir. Tüm dünyada savaşların bittiği, hayatın kolaylaştığı, üretimde artışın ve teknolojiye gelişmelerin olmasından dolayı nüfus oranı da artmıştır. Anadolu’daki ailelerin ortalama 7-10 çocuğunun olduğu ve Türkiye’den Almanya’ya yoğun göç olan bir dönemdir (Yalçın ve diğerlerinden akt. Ardıç ve Altun, 2017: 15).

X Kuşağı: Kayıp Kuşak olarak da adlandırılan ve 1965-1977 yılları arasında dünyada belirsizliklerin hâkim olduğu bir dönemde doğan kişilerden oluşmaktadır. Daha çok çalışmak, daha çok para kazanmak odaklı ve gelecek kaygısı taşıyan bir kuşaktır. X Kuşağı, Türkiye’de “Geçiş Dönemi Çocukları” tanımlanmaktadır. Kanaatkâr, sadık ve idealist bir kuşak olarak teknolojiyle ileri yaşlarda tanışmışlardır. Francis Fukuyama’nın “Büyük Çözülme” olarak adlandırdığı dönemde, 1960’ların ortalarında evlilik ve doğum oranları azalmış, boşanmalarla parçalanmış aileler artmış, kurumlara karşı güven eksikliği başlamıştır (Altuntuğ’dan akt. Ardıç ve Altun, 2017: 15). Sorunlarla büyüyen Bebek Patlaması kuşağının yetiştirdiği bu kuşak, problem çözmede yetenekli, sorumluluk duygusu yüksek ve süreç değil sonuç odaklıdır; sorunları sonuca bağlamayı önemsemektedirler (Yalçın ve diğerlerinden akt. Ardıç ve Altun, 2017: 15).

Sıcak savaş yaşamamış olmasına rağmen içinde bulundukları ortam X Kuşağı’nı sürekli bir tehdit düşüncesiyle şüpheciliğe yönlendirmiştir. “Çalışmak için yaşamak” düşüncesinde olan Bebek Patlaması Kuşağı’nın aksine “yaşamak için çalışmak” düşüncesi vardır. Motorlu Taşıt Vergisi, AIDS, bilgisayar oyunları bu dönemde yer almıştır (Demirkaya’dan akt. Ardıç ve Altun, 2017: 15). Kişisel bilgisayar ve internet sahibi ilk kuşak olan X Kuşağı, çoklu paralel düşünebilen, aynı anda birçok şeyi yapabilen, becerikli, bağımsız ve eğitimi zorunlu gören bir kuşaktır (Clausing ve diğerleri, Crumacker ve Crumacker, Kupperschmidt’ten akt. Ardıç ve Altun, 2017: 15).

Türkiye’de ise 1965-1980 yıllarında eğitim, sağlık ve nüfus alanında gelişimler olarak hayat standartları iyileşmiştir. Özellikle Almanya’da olmak üzere yurt dışında çalışan işçiler dünya ile ilişkileri geliştirmiştir. X Kuşağı, Türkiye’de televizyonun yaygınlaşması, renkli televizyon kullanılmaya başlanması ve bilgisayarın ortaya çıkması önemli değişikliklere tanık olmuştur (Yalçın ve diğerlerinden akt. Ardıç ve Altun, 2017: 15).

Y Kuşağı: Türkiye’de “80 Sonrası Kuşak” adı verilen 1977-1994 yıllarında doğan ve Gelecek Kuşağı, www Kuşağı, Dijital Kuşak, Patlama Kopyası, Net Kuşağı ve İndigolar olarak da adlandırılan kuşaktır. Bilgisayar ve GSM teknolojileri bu dönemde çıkıp gelişmiştir ve kuşağın çocukları teknolojiyle arası iyi, bireysel ve rahattır. X

kuşağından ağabey ve ablalarının kanaatkâr ve idealist ruhlarının da devam ettiği bir kuşak olan Y kuşağı, birçoğunun Z kuşağının ebeveyni olmasından dolayı da ayrı bir önem taşır (Demirkaya ve diğerlerinden akt. Ardıç ve Altun, 2017: 16).

Teknolojiyi kullanarak tüm dünya ile iletişim kurabilen ve tüm dünyayı kültürel çeşitlilik anlamında gitgide daha küçülen bir yer olarak gören ve önceki nesillere göre daha küresel bir kuşaktır. Y kuşağı, küresel olarak iletişimin artmasından dolayı tüm dünyaya yardım edebilmek için birlikte hareket etmeyi bilir, farklı kültürlerle karşı hoşgörülüdür. Düşünce yapıları bilgisayarlardan etkilenmiştir (Clausing ve diğerlerinden akt. Ardıç ve Altun, 2017: 16).

Y kuşağında doğanlar için, doğduklarından itibaren sahip oldukları bilgisayar ve elektronik cihazlar teknoloji değildir. Teknolojiyi standart görmelerinin nedeni telefonla konuşurken bilgisayarda yazışabilme ve müzik dinleyebilmeleridir. Yükseköğretimi masraflı bulmakta olan Y kuşağı çalışanları aynı zamanda eğitim düzeyi ileri ve okumuş kişi sayısı yüksek olan işyerlerinde çalışmaktadırlar. İletişim ve problem çözme yetenekleri ise düşüktür (Crumpacker ve Crumpacker'den akt. Ardıç ve Altun, 2017: 16).

Milenyum Kuşağı: Çocukluk döneminin sonlarında interaktif dünya ile tanışan Y kuşağındaki ağabey ve ablalarının ardından, 1994-2003 yılları arasında doğan ve “Dijital Kuşak” olarak da adlandırılan ilk interaktif kuşaktır. En çok oyun indirmek için internet kullanan, teknolojiyle iç içe, bireysel ve zor beğenen küresel dünya vatandaşlarından oluşan Milenyum Kuşağı, internette çok fazla yazışmalarından dolayı kendilerine özgü kısaltmalardan oluşan şifreli bir dil kullanmaktadır. Yan yana otururken bile yazışmayı konuşmaya tercih eden Milenyum çocukları, doğaya zarar veren kurumların markalarına tepkili yaklaşmaktadır. Günümüze kadar en interaktif ve en uluslararası kuşak olan ve bu özellikleri ile kardeşlerini de etkileyen Milenyum Kuşağı, Z kuşağının ağabey ve ablaları olan kuşaktır (Senbir'den akt. Ardıç ve Altun, 2017: 18).

Z Kuşağı: Z Kuşağı, 2003 ve sonrası yıllarda doğan 21. yüzyılın ilk kuşağıdır (Senbir'den akt. Ardıç ve Altun, 2017: 18). Küreselleşme dolayısıyla dünya gençliğiyle paralel bir gelişim gösteren ve “Bilgi Çağı” imkânlarından dünyayla eş zamanlı faydalanma imkânına sahip bir kuşaktır. Sosyal medyayı en çok kullanan ülkelerden olduğu araştırma sonuçlarında belirtilen Türkiye, geçmiş yıllardan daha fazla dünyadaki gelişmelere yatkın kuşak şartlarını hazırlamıştır. Z Kuşağı, gelişmeye olan ihtiyaçtan dolayı, doğru yönlendirme ve eğitimle çok diplomalı, uzman ve buluşçu kişiler olacaktır (Yalçın'dan akt. Ardıç ve Altun, 2017: 18).

1.3.2. Ticari televizyon haberciliği ve magazinleşme

Ticari televizyonculuk, reyting ve sonucunda da reklam geliri sağlama amacıyla çalışmakta ve tüm programlar da bu amaç çerçevesinde üretilerek seçilmekte ve sunulmaktadır. Buna göre haber bülteni de reyting yapmak zorunda olan bir programdır. ABD’de bu sistemin ilk döneminde bile haberden kâr etme amacı güdülmüş; haber bültenlerine sponsorluk anlaşmaları yapılmıştır (Matelski’den akt. Şeker, 2007: 38) NBC haber yayımladığı ilk yıllarda Camel sigarasıyla sponsorluk anlaşması yapmış ve bültenlerde puro içen insan görüntüsü yayımlamamıştır. Ticari televizyonculukta izlenme oranının yüksek olması için içerikten sunuma kadar pek çok konuya müdahale edilmektedir. Kamusal bir hizmet olarak değil; ticari bir mal gibi görülmekte olan haberin izleyicisinin de reklamcılara pazarlanması hedeflenmektedir (Postman, Powers, Ramonet ve Hackett’den akt. Şeker, 2007: 38). Prime time kuşağı başında yayımlanan haber bülteninin yüksek izlenme oranı olduğundan, sonrasında yayımlanacak programların da fazla izlenmesine neden olmaktadır. Haber bülteni izleyicileri diğer programlardan daha nitelikli olduğundan reklam verenler tarafından ulaşılmak istenen bir tüketici grubudur. Ticari bir girişim olarak kabul edilen televizyon yayımcılığında, liberal ekonomi kuralları haber bültenlerini de etkilemektedir. Büyük yatırımlarla kurulan televizyon kanalları, yüksek maliyetli programlar ve haber bültenlerinden yatırımlarını karşılamak istemektedirler. Bu da bülten içeriklerinin ve biçiminin, izleyici ve reklam verenler talebine göre hazırlanmasına neden olmaktadır (Şeker, 2007: 39). Herman ve Chomsky’nin Amerikan medyasından geliştirdiği Propaganda Modelinde; yatırımcı bu endüstriden yüksek reklam geliri beklemekte, reklam veren de en çok tüketiciye ulaşan ve mensubu olduğu grubu rahatsız etmeyecek içerikteki programlar istemektedir. İzleyici isteklerine göre hazırlanan bülten içeriklerinde hoşça giden ama önemsiz konular haber yapılmakta ve bilinmesi gerekmekte iken izleyici sıkıldığı için önemli konular ise göz ardı edilmektedir. Haber içeriklerine dolaylı ya da dolaysız müdahale eden reklam verenler, ekonomik ve siyasal güçlerin toplum üzerindeki kontrolü sağlamalarında etken olmaktadır. Bu da haberin bilgilendirme, toplumsal tehlikelerden haber verme ve bunlara karşı önlem alma işlevlerinin yok olması demektir (Şeker, 2007: 39). Postman, televizyonun eğlenceyi tüm söylemlerin üst ideolojisi yaptığını, sadece haberlerin değil toplumu ilgilendiren tüm konuların eğlence tarafından bakılıp aktarıldığını belirtmektedir. Amerikan haberciliği daima eğlenceli hikâyeler aktarmaktadır (Curran’dan akt. Şeker, 2007: 39). Bu habercilik anlayışı Avrupa ile birlikte Türkiye’de

ticari televizyonlarda haber bültenlerini eğlence odaklı hale getirmiştir. Bu da haberlerde magazin artmasına, önemli ama sıkıcı konuların azalmasına neden olmuştur. Türkiye’deki ticari televizyonlardaki magazin haberlerinin oranı %40’lara ulaşmıştır (Ergül’den akt. Şeker, 2007: 39).

“Radyo ve Televizyonların Kuruluşları ve Yayınları Hakkındaki Kanun” 20 Nisan 1994’te yürürlüğe girerek özel, ticari radyo ve televizyon yayıncılığını yasallaştırmıştır (Aziz’den akt. Yağızoğlu, 2016: 26). RTÜK de bu yasa kapsamında, radyo ve televizyon faaliyetlerini düzenlemek üzere kurulmuş ve 3984 sayılı yasada 2003’te değişiklikler olmuştur. Haber yayıncılığı konusunda; haberlerde tarafsızlık, bir görüş ya da siyasi topluluğun görüşlerini yansıtmama, kanaat oluşumunun önlenmemesi ve haber kaynaklarının gizliliğinin korunmaması maddeleri bulunmaktadır (www.rtuk.org.tr’den akt. Yağızoğlu, 2016: 26).

Özel televizyon kanallarının yayın yapmaya başlaması toplum için geleneksel haber anlayışından farklı bir açılım olmuştur. Özel televizyonların haber anlayışları klasik resmi protokol haberciliği biçim ve içeriği olan TRT’den çok farklıdır (Cankaya’dan akt. Yağızoğlu, 2016: 26). Özel televizyon kanalları haber programlarına ve kuşaklarına çok önem vermiştir. Bu kanallarda haberler, bilgilendirme amacından çok, izlenme amaçlıdır. Bu nedenle ulusal kanallar prime-time kuşağına ana haber bülteniyle başlayıp ilaveten de sabah ve öğle ara haber kuşaklarına yer vermektedir.

Özel kanallar yayın hayatlarına başladıkları ilk dönemlerde haber alma özgürlüğü anlamında yeni bir soluk getirmişlerse de daha sonra medyadaki tekelleşme ve ticari endişeler nedeniyle haber bültenlerindeki gerçeği yansıtmama, doğruluk ve tarafsızlık özelliklerini kaybetmeye başlamışlardır. Reyting kaygısıyla, özel kanallar, haberlerde bilgidan çok eğlence ve gerçek haberin yeniden kurgulandığı anlatımlara yer vermişlerdir. Bu durumdan televizyon haberlerinin sıralaması da etkilenmiştir. Olağanüstü bir olay ya da facia olmamışsa, haber bülteni politikayla başlamaktadır. Devlet büyüklerinin etkinlikleri, siyasal olaylar ve dünyadaki olayların ardından izleyiciyi rahatlatarak magazin haberler verilmektedir. Ekonomi haberleri ve hava durumuyla haberler sona ermektedir (Cankaya’dan akt. Yağızoğlu, 2016: 27).

Özel kanallar, haber sunucularının fiziki özelliklerini ön plana çıkararak, sözleri ve beden dillerini kullanarak kendi yorumlarını katmalarıyla haberleri daha ilginç hale getirmeye çalışmaktadırlar. Bu kanallardaki habercilik kavramında ilgi çekebilmek için olumsuzlukların yüceltilmesi, güncel konulara yer verilmesi, devamlılık içeren konuların

seçilmesi ve bu konuların da insanlara dayandırılması gibi unsurlar göz önünde bulundurulmaktadır (Ergül'den akt. Yağızoğlu, 2016: 27).

Ana akım medyanın yayınlarında çok fazla reklama yer vermesi, magazinleşen haber programları, kanalların izleyici isteklerine göre yayınlar yapması insanların seçicileşmesine; reklamverenlerin de hedef kitleye ulaşabilmesinin zorlaşmasına neden olması, tematik kanalları ortaya çıkarmıştır (Yağızoğlu, 2016: 28). En önemlisi haber kanalları olmak üzere belgesel, spor, müzik, eğlence vb. birçok konuda tematik kanallar mevcuttur (Işıklar'dan akt. Yağızoğlu, 2016: 28). En çok izlenen kanalların çoğunda magazin ağırlıklı yayınlar yapılması, izleyiciyi rahatsız etmiştir. İzleyicinin televizyon karşısına geçtiğinde istediği şeyi izlemesini sağlayan tematik kanallar, özellikle sosyo-ekonomik düzeyi yüksek izleyiciler tarafından tercih edilmektedir. Özel kanallar açıldıktan sonra yapılan programların içeriklerindeki yozlaşmayla birlikte habercilik anlayışları da magazinleşmiştir (Işıklar'dan akt. Yağızoğlu, 2016: 28).

Medya araştırmacıları son dönemlerde tabloidleşme ve bil-eğlence ilgili kavramlarıyla çok ilgilenmektedir. Tabloidleşmenin kodları daha az metin içeriği, siyasal haber ve uluslararası haber; daha çok görüntü, eğlence ve insanların ilgisini çekecek haber şeklindedir (Mc Lachlan ve Golding'den akt. Bek, 2004: 10). Tabloidleşme, adeta bilgi programlarına eğlence katılması şeklinde bil-eğlencenin ileri şeklidir (Brants ve Neijens'ten akt. Bek, 2004: 10). Bil-eğlence, tabloidleşmenin ikili yapısından biridir. Siyaset, ekonomi ve topluma daha az ilgi, spora, skandallara ve eğlenceye daha çok ilgi gösterilmesi, ünlü/sıradan insanların özel hayatlarına daha çok; siyasal konulara, ekonomik ve toplumsal değişimlere daha az ilginin gösterilmesi birinci boyutuyla ilgilidir. İletişim aracındaki önceliklerde haber ve bilgidен eğlenceye doğru gidilmesi de ikinci boyutu oluşturan tabloidleşmedir (Sparks'tan akt. Bek, 2004: 10).

Son yıllarda tabloidleşme eğilimine karşı uyarılar karşısında diğer taraftan iyimser görüşler de artmaktadır. John Fiske, egemen güçlerin resmî gazetecilik yaklaşımından farklı olarak tabloid gazeteciliğin hâkim yaklaşımları yok edebileceğini ve onlara alternatif bir gerçeklikle özgürleşme yaratacağını ileri sürmüştür (Bek, 2004: 10). Tabloidleşme en azından bazı meseleleri görünür kılmak adına iyi bir şey olabilir (Bird'den akt. Bek, 2004: 10). Kamusal alanlar uzmanlar tarafından işgal edildiğinden vatandaşlar katılım ve karar verme anlamında dışlanmışlardır. Tabloid Bild gazetesi Almanya'da katılımcı temsili siyasal etkinliği artıran araçlardan biridir. Siyaseti popülerleştiren Bild, halkı siyasete ulaştırmaktadır. Bu şekilde Bild, halkın siyasal

yaşamdan tamamen uzaklaşmasını önleme görevini yapmış olmaktadır (Klein'den akt. Bek, 2004: 11).

Kültürel çalışmalar kapsamındaki araştırmalar, tabloidleşmenin eksiklerini ararken aslında daha övmüş oluyor. Bu da bu tür çalışmalarla iletişim ve kültürü, ekonomi politik açısından düşünenler arasında devam eden çatışmanın bir ögesidir. Tabloidleşmeye olumlu bakanlar, tabloid haber yapılmasını, demokratik kültür ve vatandaşlık anlamında bir tehlike sayanları popüler kültüre karşı çıkmakla suçlamaktadır (Bek, 2004: 11). İstikrarlı bir burjuva demokrasiyle yönetilen ülkelerde, halkın hayatında siyasal ve ekonomik iktidar ayrılmış olması tabloidleşmenin asıl nedenidir. Burjuva demokrasisi istikrarlı oldukça ve yerleşikleştikçe, halkın da demokrasi ile ilgisi azaldıkça; yerine apolitik popüler basına yönelme olacaktır (Sparks'tan akt. Bek, 2004: 13).

1.3.3. Haber televizyonculuğu

ABD'de doğmuş ve günümüzde tüm dünyada yaygınlaşmış olan sürekli haber yayıncılığı, televizyonun haber medyası olarak ikinci kullanım formatıdır. İlk olarak CNN, sürekli haber yayınlamak için kurulmuştur. Yayın hayatına 1980 yılında başlayan CNN tüm dünyadan haber toplamak ve bu haberleri de yine tüm dünyaya yayınlamak için kurulmuştur. Akşam saatlerinde yarım saatlik haber bültenini bekleyen Amerikalılar, CNN'in günün her saatinde haber yayınlamasına büyük ilgi göstermiştir. İlk başlarda zarar etmesine karşın bu haber kanalı gazetecilik normlarına uygunluğu, güvenilirliği ve dünyada gerçekleşen birçok olayı canlı yayınlamasıyla haber televizyonculuğunu oturtmuştur (Postman ve Powers'tan akt. Şeker, 2007: 41). CNN, 1980'lerin sonundan itibaren ciddi izleyici sayısı sahibi olmuş, kâr etmeye başlamış ve dünyanın önemli merkezlerinden haber toplayıp yayınlarını tüm dünyaya ulaştıran bir kanal olmuştur (İnceoğlu'ndan akt. Şeker, 2007: 41).

Şeker, haber televizyonculuğunun önemlilerini şu şekilde sıralamıştır: “*CNN’le rekabet eden Fox News Channel, Microsoft ve NBC’nin ortak kuruluşu MSNBC, Avrupa merkezli BBC World News, Euronews ve Sky News, ağırlıklı olarak Asya ülkelerine yayın yapan ancak Orta Doğu ve Amerika’yı da kapsayan 40 ülkeye ulaşan Star TV, Arap ülkelerine yayın yapan ANN ve El Cezire, Afrika ve Ortadoğu’ya yönelik Worldspace uluslararası haber televizyonlarının önemlilerindendir*” Haber televizyonculuğu yapan bu kanallar, sermaye yapıları, haber topladıkları alanlar ve yayın yaptıkları alanlar olarak küresellik özelliğine sahiptir. Birçok ülkede ulusal ya da bölgesel yayın yapan haber

televizyonlarına da sahiptirler (Şeker, 2007: 42). Haber televizyonculuğunun en önemli özelliği, sürekli ve anında haber vermesidir. Amacı; haber değeri taşıyan tüm olayları canlı yayınlamaktır. Uluslararası savaşlar, politikacı açıklamaları, toplumsal çatışmalar, afetler, kaza ve magazin olayları canlı olarak yayınlanabilmektedir (Şeker, 2007: 42).

CNN International, haber konusunda birden fazla ülkedeki izleyiciyi hedef kitle olarak seçen ve çalışmalarını çok uluslu bir yapıyla yürüten şirketlere örnektir. Time Warner tarafından 1985'te kurulmuş ve London, Abu Dhabi ve Hong Kong dâhil olmak üzere yaklaşık 200 ülkedeki, 47 bürosu ve 4000'den fazla çalışana ulaşmıştır (Henery'den akt. Kaya, 2017: 84). Haber yayınının CNN gibi 24 saat yapıldığı yeni televizyonculuk şekli kısa zamanda izleyicilerin ilgisini çekmiş, tüm dünyadaki olaylardan haber yaparak yine tüm dünyaya servis etme ilkesi CNN'in yalnızca haber yapan bir kanal olarak izlenebilirliğini ispatlamıştır (Şeker'den akt. Kaya, 2014: 86). CNN Türk, 2000 yılında Doğan Grubu ve Time Warner iş birliği ile Türkiye'de yayın hayatına başlayan ilk küresel-yerel eklemlenmedir (Büyükbaykal'dan akt. Kaya, 2014: 86). "Dünyayla aynı anda ve yerkürenin her köşesinden" sloganıyla yayın yapan CNN International'ın Türkiye'deki oluşumu ve yayın ortağı olarak CNN doğmuştur ve Türkiye açısından televizyon haberciliğinde küresel bir boyut kazanma anlamında önemli bir dönüm noktasıdır. Ancak ülkemizde televizyon haberciliğinde uluslararası standartlar başlatan CNN Türk değil; 9 Kasım 1996'da CNN'den dört yıl önce kurulan, Türkiye'yi haber televizyonu ile tanıştıran ve haberciliğe yeni bir boyut katan NTV'dir. NTV, Nergis Televizyonunun kısaltmasıdır; İngilizce telaffuz edilmişse de CNN Türk'ten farklı olarak tamamen Türkiye sermayesiyle yayına başlamıştır. BBC ve iş birliği halinde çalıştığı uluslararası haber kanalları sayesinde haberciliğe küresel bir tarz katmıştır (Kaya, 2017: 86). Cavit Çağlar tarafından 1996'da Türkiye'nin ilk tematik kanalı olarak kurulan NTV, 1999 yılında Doğuş Yayın Grubu'na katılmıştır (Kaya, 2017: 87). Türkiye'de hızla artan özel kanal sayısı, televizyon haberlerinde de dönüşüm yaratmıştır. İzleyiciler protokol haberlerini TRT'den izledikten sonra, aynı haberleri özel kanallardan farklı yorumlarla izleme tercihinin sahip olmuşlardır (Turam'dan akt. Kaya, 2017: 88).

NTV ilk kurulduğunda daha çok eğitim düzeyi yüksek ve iş dünyasından insanlar tarafından ilgi görürken, haber bültenlerinde görüntünün haberden daha ön planda olmasından rahatsız olanlar tarafından da tercih edilmiştir (Erol'dan akt. Kaya, 2017: 88). TRT'nin tek kanal olduğu dönemlerin ardından özel kanallar arasında izleyici çekme yani reyting mücadelesi başlamış NTV'nin kurulduğu dönemde de haber bültenlerine yansımakta ve izleyicilerin dikkatini çekmeye yönelik haber sunumlarının olduğu

televizyon haberciliği de artmaktadır. Haberden çok nasıl izlettirileceğine çaba harcanması artmıştır. Reyting kaygısıyla haberler birer haber show'a dönüştürülmüş, ses ve görüntü efektleri artırılmış, haberin özünden uzaklaşmaya başlanmıştır (Aydın'dan akt. Kaya, 2014: 89). Türkiye'nin ilk haber kanalı olarak daha sonra kurulacak haber kanallarına örnek olan NTV, uluslararası haber kuruluşlarını ve televizyonlarını örnek alarak kurulmuştur. Bunlar BBC ve CNN'dir (Kaya, 2017: 92). NTV ve BBC'nin yayın ilkeleri kıyaslandığında çok fazla benzerlik vardır. Her ikisinin de doğruluk ilkesi hemen hemen aynıdır (Kaya, 2017: 93). BBC ve NTV iş birliğindeki yayıncılıkta, yayın ilkeleri ve habercilik konusundaki yaklaşımları da haber yapma şekline yansımıştır. NTV haberde uygulanan double check olarak bilinen, haberin iki güvenilir kaynaktan doğrulaması kuralı BBC'den örnek alınmıştır. NTV ayrıca haberi ilk vermek değil doğru vermek kuralını benimsemiştir (Kaya, 2017: 94). NTV'nin, CNN yerine BBC'yi model alması da coğrafi ve kültürel yakınlık gibi birtakım faktörler neticesinde yaşanmıştır (Kaya, 2017: 98).

TRT, haberlerin derlenmesi konusunda tarafsız ve doğru davranmayı, haber ve yorumu ayrı tutarak yalnızca bilgi vermeyi hedeflediğini ifade etmektedir. Protokol haberciliği yapmakta olan TRT, bu yüzden sunumlarında tarafsızlık ilkesi gereği daha objektif anlatımları seçmeye çalışmaktadır. Ancak TRT yine protokol haberciliği yaptığı için haber bültenlerinde siyasetçi ve bürokratlara daha fazla yer vermektedir (Aslan'dan akt. Olgun, 2015: 51). TRT'nin en çok eleştirilen yanı ise siyasi iktidarın icraatlarına en başlarda yer verilmesi ve muhalefetle ilgili haberlerin çok az yer almasıdır (Göktaş ve Zeki'den akt. Olgun, 2015: 51). TRT bir kamu hizmeti yayıncısı olmaktan daha çok devlet kanalıdır (Göktaş ve Zeki'den akt. Olgun, 2015: 51). Türkiye'de özel kanalların açılması, TRT'nin karşısına rakip kanallar çıkarmıştır. Star 1 ilk özel kanal olarak yayın hayatına başladığı ilk zamanlarda haber bültenleriyle TRT'yi geçerek özellikle Körfez Savaşı döneminde CNN'den simultane yapılan yayın habercilikte çok büyük bir başarıdır (Aslan'dan akt. Olgun, 2015: 53).

Kamu yayıncılığı yapan TRT ile özel televizyonların en büyük ayırt edici özelliklerinden biri sunucu ve muhabirlerin ticari kanallarda birer yıldız dönüşmesidir (Aslan'dan akt. Olgun, 2015: 53). Özel kanallarda anchormanlar spikerlerin yerini almış; bununla birlikte Türkiye'de anchormanların sunduğu haber bültenleri sıklaşmıştır. Haber bültenleriyle bütünleşen isimler Reha Muhtar, Ali Kırca, Denek 12 Ali Birand gibi isimlerdir. Özel kanallardaki haber sunumlarında görsellik ve haber sunum şekli önemli görülmekte ve haberler eğlence şovu haline dönüştürülmektedir (Göktaş'tan akt. Olgun,

2015: 53). Özel kanallarda altyazılar, kullanılan tekrar görüntüleri, popüler müzikler haberin izlenme oranını artırmaya yönelik faktörlerdir. Özel televizyon kanallarında haber sunumları seyircilere iyi zaman geçirmek amacına yöneliktir. Haber bültenlerinde komedi, müzik, kan, vahşet ve şiddet öğeleri mevcuttur (Aslan'dan akt. Olgun, 2015: 53). Bu anlamda ticari televizyon haberciliğinde reytingler çok önemsenmektedir (Olgun, 2015: 53). Canlı yayınlar, haber kanallarının belirleyici taraflarıdır. Son dakika gelişmeleri anında izleyiciye iletilebilmekte ve ana haber bültenleri tematik kanallardan daha çok izlenmektedir (Aslan'dan akt. Olgun, 2015: 53). Haber gündemi siyasilerce belirlenmekte, haber toplantılarında TRT örnek verilecek olursa, haber müdürü ya da daire başkanı/başkan yardımcısı bu süreci belirlemektedir (Olgun, 2015: 57). Habere bakış açısı haber kanalları ve diğer kanallarda farklılıklar göstermektedir. Haber yapmak ve yayınlamak haber kanallarının önceliği iken; haber bültenleri günün tümüne yayılmıştır. Her an, her yerde olması, hızlı olmasını gerektirmektedir. Haberciliği prime time olarak yapan kanallarda ise akşamları ana haber bültenleri bulunmakta ve bazılarında ise gün ortası haber kuşakları olsa da bu çok fazla kanalda değildir. Ana haber bültenlerini prime time haber yapan kanallar, akşamları ortalama 45 dakika civarında hazırlamaktadır. Bu kanallar haber hazırlarken görselliği, izlenebilirliği gibi konulara çok fazla önem vermektedir. Dolayısıyla reytingin en etkin olduğu habercilik budur (Olgun, 2015: 60).

Birinci bölümde televizyon haberciliğinde tarihsel gelişim ve dijital çağda dönüşümü ana başlığı altında Türkiye'de televizyon yayıncılığının gelişimi; televizyon haberciliğinin tanım ve temel kavramları, bu çerçevede habercilikte nesnellik ve yorum, güncellik, anlaşılabilirlik, önem ve ilgi çekicilik ile ahlak ve etik; dijital çağ ve televizyon haberciliği kapsamında popüler kültür ve yeni kitle, ticari televizyon haberciliği ve magazinleşme ile haber televizyonculuğu konuları irdelenmiştir. Televizyon haberciliğinde irdelenen konuların devamı olarak bu kapsamda retorik konusunda da literatür taraması yapılmıştır.

İkinci bölümde retorik kavramının tarihsel gelişimi ve önemi ana başlığı altında retorikğin etimolojisi; anlam ve önemi, tarihsel gelişimi; bu bağlamda Aristo'da retorik, Roma'da retorik; retorik sanatının bölümleri ve bu kapsamda retorik türleri, politik (müzakereci) hitabet, adli (hukuki) hitabet, törenselleştirilmiş (epideiktik) hitabet, retorikte 3 ikna sanatı, sanatsal kanıtlar; ethos, pathos ve logos ile sanatsal olmayan kanıtlar incelenmiştir. Böylelikle televizyon haber sunumlarında hem televizyon ve habercilik hem de retorik perspektifinden literatür taramaları yapılarak konu araştırılmıştır.

2. İKİNCİ BÖLÜM: RETORİK KAVRAMININ TARİHSEL GELİŞİMİ VE ÖNEMİ

2.1. Retoriğin Etimolojisi

Eski Yunancada “retorik” kelimesinden önce “retoreia” kelimesi kullanılmıştır. Anlamı “retor” yani hatibin söylevi, sanatla çekilmiş söylevdir (Bailly’den akt. Altınörs, 2011: 82). Konuşma sanatını bilen ya da icra eden kişi retordur. Retor kelimesi, söz sanatı icra etme, topluluk karşısında konuşma, nutuk atma anlamına gelen “retoreuo” fiilinden gelmektedir. Retorlara özgü, hitabet yeteneğine/sanatına özgü anlamlarına gelen sıfat da “retorikos”tur (Bailly’den akt. Altınörs, 2011: 82). “Gorgias” diyalogu, Platon’dan günümüze kalan ve “retorik” kavramının kullanıldığı en eski metindir (Dürüşken’den akt. Altınörs, 2011: 82). Gorgias retorik kelimesini “sözle ikna etme gücü” olarak tanımlamaktadır. Platon ise retoriği bir kandırma veya aldatma işi olarak görmektedir.

Retorik kelimesi ilk olarak Platon’un *Gorgias* adlı kitabında geçmiştir ve retor-konuşmacı sözcüğü M.Ö. 5. yüzyıldan itibaren konuşma yapanlar için kullanılmaya başlanmıştır. Retorik en geniş anlamıyla Antikçağda “dili ikna edecek biçimde kullanma sanatı” olarak ifade edilmiştir. Cicero retoriği “söylenecek sözün en etkili yolunu bulma” olarak tanımlarken bir başka retorik ustası Quintilian retoriği “güzel konuşma sanatı” olarak tanımlamıştır (Çam, 2015: 6-7).

Retorik; söylev/konuşma konusunda bir üst dildir. Retoriğin çeşitli uygulanma biçimleri vardır. Teknik olarak retorik; fikrin doğruluğuna bakılmaksızın muhatabı ikna etmek sanatıdır. Öğretim yolu olarak retorik; retor tarafından öğrenci ya da müşterilerine retorik sanatını öğretmekte kullandığı egzersiz, ders, sözlü sınav vb. uygulamalardır. Ön bilim ya da bilim olarak retorik; dilin etkisiyle ilgili fenomenleri izleyen ve sınıflara ayıran, dili konu alan bir üst-dildir. Ahlak olarak retorik; dilin pratik bir amaca yönelik kullanım kılavuzu olmanın yanı sıra dilin etki yaratmaya olanak tanıyan ve sınırlarını belirleyen bir yasa metni, bir kurallar bütünüdür. Sosyal pratik olarak retorik; (retorik öğrenmek para gerektirdiğinden) yönetici sınıfa sözün gücüne sahip olma ayrıcalığı verir. Oyun pratiği olarak retorik ise; retorikten türeyen bir kara retoriktir. Alaycılık, küçümseme, ironi, parodi, erotik imalar ve liselivâri şakalar kara retoriktir (Barthes’tan akt. Altınörs, 2011: 83).

2.2. Retoriğin Anlamı ve Önemi

Retorik kavramı asırlar boyunca her dönemin düşünürleri ve felsefecileri tarafından tartışılmıştır. Aristoteles bu konuda asırlar sonrasına kadar iz bırakan bir eserle tartışmanın en güçlü isimlerinden biri olmuştur. Bu kavram ilk olarak Platon'un kitaplarında yer almış ancak retorik kavramını sistemleştiren Aristoteles olmuştur. İngilizceye “halk önünde konuşma sanatı” ya da “mantıklı tartışma sanatı” olarak çevrilebilen Retorik ve Diyalektik kelimelerinin birbirinin eşdeşi olduğunu belirten Aristoteles, her iki kavramın da hemen hemen tüm insanların genel bilgi alanı içine girdiğini ve belli bir bilime ait olmayan şeylerle ilgili olduğunu ifade eder (Aristoteles, 2017: 33).

Aristoteles, retoriki belirli durumlarda mevcut ikna yollarını kullanma becerisi olarak tanımlayarak retorığın törensel, adli ve politik olmak üzere üç türü bulunduğunu belirtir (Aristoteles, 2017: 44). Politik bir tartışmada, yargı ileri süren insanın, kendi çıkarları ile ilgili bir karar verirken herhangi bir şeyi kanıtlamasına gerek olmadığını ancak adli tartışma söylevinde, bunun yeterli olmadığını belirten Aristoteles, burada dinleyicinin ikna edilmesi gerektiğini, başkalarının işleri hakkında kararlar verildiğini ve yanlı olarak dinleyen yargıçların, kendi aralarında karar veremeyerek tartışmacılara teslim olduklarını ifade ederek şöyle der: “Bu durumda retorik üzerine çalışmanın, tam anlamıyla, inandırma tarzıyla ilgili olduğu açıktır” (Aristoteles, 2017: 35).

Bu tanımlara bakıldığında retorığın temel anlamlarının “etkileme ve ikna etme” olduğu görülmektedir. Bu anlamlar ise iletişimin her alanında büyük öneme sahip olmuştur. Politik, ekonomik, toplumsal ve kültürel-sanatsal alanın yanı sıra ikili iletişimin güçlü bir nitelik kazanması bakımından da retorığın taşıdığı bu anlamlar tarih boyunca etkili bir rol oynamıştır. Aristo “ikna etmenin” üç tarza bağlı olduğunu ifade ederek bir “ikna kuramı” oluşturmuştur. Bu tarzları “ethos”, “pathos” ve “logos” olarak adlandırmıştır (Aristoteles, 2017: 35). Platon ise retoriki “dinleyicilerin ruhunu ele geçirme sanatı” olarak tanımlamaktadır. Quantilianus’a göre retorik güzel konuşma sanatıdır. Retorik güzel konuşma sanatıdır (Çam, 2015: 8).

2.3. Retorik Kavramının Tarihsel Gelişimine Genel Bir Bakış

2.3.1. Aristo'da retorik

Aristoteles, retorîği, hemen hemen her konu üzerinde inandırma yollarını kullanma gücü olarak değerlendirek bunun için de teknik karakteriyle, onun herhangi bir özel ya da kesin bir konu sınıfı ile ilişkili olmadığını söyleyerek şunları belirtir: “*Söylenen sözün sağladığı üç tür inandırma tarzı vardır. İlki konuşmacının kişisel karakterine bağlıdır; ikincisi dinleyiciye belli bir ruh haline sokmaya bağlıdır; üçüncüyse, konuşmacının kendisinin sözcüklerinin sağladığı tanıtı ya da sözde tanıtı. Konuşma, bize, konuşanın inanılacak biri olduğunu düşündürecek biçimde yapıldığında, inandırma, konuşmacının kişisel karakteriyle başarılı olur. İyi insanlara ötekilerden daha tam ve daha kolay bir şekilde inanırız*” (Aristoteles, 2017: 35-37).

Bazı yazarların retorikle ilgili kitaplarında belirttikleri konuşmacının inandırıcılığının konuşma gücüne hiçbir şey katmadığının doğru olmadığını; tersine konuşmacının karakterinin, sahip olduğu en etkili inandırma şekli olduğunu ifade eden Aristoteles ayrıca konuşma, dinleyiciyi etkilemişse inandırmanın dinleyicilerden de gelebileceğini belirtir. Aristoteles, mutlu ve dostça duygular hissettiğimiz zamanlarla, sıkıntılı ve düşmanca duygularla dolu olduğumuz zamanlarda yargılarımızın aynı olmadığını belirterek üçüncü olarak da duruma uygun inandırıcı kanıtlar yoluyla bir gerçeği ya da sözde gerçeği kanıtladığımızda, inandırmanın, konuşmanın kendisiyle olduğunu ifade eder (Aristoteles, 2017: 38).

Aristoteles “*Öyleyse, inandırmayı etkileyen bu üç yol var demek oluyor. Açıkça görülüyor ki, bunlara egemen olan insanın, (1) mantıksal olarak düşünebilmesi, (2) insan karakterini ve erdemini çeşitli biçimleri içinde anlayabilmesi, (3) coşkuları anlayabilmesi- yani, onları adlandırabilmesi ve tanımlayabilmesi, nedenleri ve harekete geçirilme yollarını bilebilmesi- gerekir*” derken böylelikle, retorîğin diyalektiğin ve aynı zamanda törebilim çalışmalarının bir dalı olduğunu ortaya çıktığını da ifade eder. Törebilim çalışmalarının politik olarak da nitelendirilebileceğini; bu yüzden sahte retorik gösterilerine politika bilimi, bunu öğretenlere de politika uzmanları tanımlamasını yapmıştır (Aristoteles, 2017: 34).

Retorîğin, üç sınıf dinleyiciye göre üç bölüme ayrıldığını; konuşmacı, konu ve seslenilen kişi olarak üç öğeden de konuşmanın amacını ve hedefini belirleyen dinleyici olduğunu ifade eden Aristoteles, geçmiş ya da geleceğe ait konularda karar verme

durumunda olan bir yargı ya da bir gözlemci olması gerektiğini; meclisin bir üyesinin gelecek olaylar üzerine, bir jüri üyesinin de geçmiş olaylar üzerine kararlar aldığını aktarır. Konuşmacının ustalığı üzerine karar veren kişilerin de gözlemci olduğunu; sonuç olarak üç tür söylevin ortaya çıktığını belirtir: Politik, adli ve törensel gösteri söylevi (Aristoteles, 2017: 43-44).

Politik konuşmalar insanı, bir şeyi yapma veya yapmama konusunda yönlendirir. Politikacılar gibi özel danışmanlar da aynı yolları izlerler. Mahkemelerdeki konuşmalar da savunma ve saldırı şeklinde olur. Törensel gösteri söylevlerinde biri ya övülür ya kötülenir. Bu üç tür retoriğin farklı üç zaman türüne işaret ettiğini söyleyen Aristoteles, politik söylevin gelecekle ilgili olduğunu ve bundan sonra yapılacaklar üzerine olduğunu belirtir. Yine davalarda insanların geçmişle ilgili bir konuda birinin suçladığını diğerinin de savunduğunu açıklar. Tören hatibi ise, geçmişini anımsatma veya gelecek hakkında tahminler yapmayı yararlı görse de şimdiki zamanda var olan şeylerin durumunu göz önünde tutarak övücü ve suçlayıcı konuşur (Aristoteles, 2017: 44).

Aristoteles retoriğin yukarıda açıklanan üç türden birine giren üç amacı olduğunu, politik hatibin önerilen bir eylem yolunun uygunluğunu ya da zararlı olduğunu tanıtmayı amaç edindiğini söyleyerek, eğer kabulü zorluyorsa, yararlı olacağına dayanarak yapıldığını, önerinin doğru-haksız, onur verici-onur kırıcı olabileceği noktaların ana düşünceye yardımcı olacağını belirtir (Aristoteles, 2017: 44).

Bütün insanların üzerinde düşündüğü, politik söylevcilerin üzerinde konuşmalar yaptığı ana konularını; yollar ve araçlar, savaş ve barış, ulusal savunma, dışalım ve dışalım ve yasalar olarak gruplara ayıran Aristoteles bu maddeleri şöyle açıklar:

“Yollar ve Araçlar konusunda konuşacak olan kişinin ülkenin gelir kaynaklarının sayısını ve ölçüsünü bilmesi gerekir ki, herhangi biri gözden kaçmışsa eklenebilsin ya da yetersizce artırılabilsin. Ayrıca, herhangi kısmı gereksizse kaldırabilsin ya da çok fazlaysa kısılabilsin diye ülkenin giderlerini de bilmelidir. Çünkü insanlar yalnızca var olan gelirlerini arttırmakla değil, giderlerini kısmakla da zenginleşir. Bu sorulara ilişkin kapsamlı bir görüş yalnızca iç işlerindeki deneyimlerden kazanılmaz; bu gibi konularda akıl verecek kimsenin başka ülkelerde uygulanan yöntemlerle de yakından ilgilenmesi gerekir” (Aristoteles, 2017: 46).

Savaş ve barış konusunda da, konuşmacının, ülkesinin hem gerçek hem de potansiyel gücünü bilmesi gerektiği gibi, ülkenin girdiği savaşları, bunların nasıl olduğunu da bilmesi gerektiğini belirten Aristoteles, kendisinininkinden daha güçlü ülkelerle barışın devam edebilmesi ve kendi ülkesinin, kendisinden daha güçsüz ülkelerle savaşın veya

savaşmasın, savaşacak gücünün olması için bu bilgileri sadece kendi ülkesi ile ilgili değil, aynı zamanda komşu ülkeler ve aralarında savaş çıkma ihtimali olan ülkeler hakkında da bilmesi gerektiğini ifade ederek şunları söyler:

“Bir başka ülkenin askeri gücünün kendisinininkine benzeyip benzemediğini de bilmelidir; çünkü bu, onların görece gücünü etkileyebilecek bir şeydir. Aynı amacı göz önünde tutarak, kendi ülkesinin olduğu kadar başka ülkelerin yaptığı savaşları da nasıl sonuçlandırdıklarını da incelemiş olması gerekir; benzer nedenlerin doğuracağı sonuçlarda benzer olabilir çünkü. Ulusal Savunma ile ilgili olarak: bir askeri birlik çok küçükse büyütebilsin diye, stratejik noktalar dikkatle korunabilsin diye, savunma birliğinin gücü ve özelliği, kalelerin konumları gibi o günkü geçerli savunma yöntemleri hakkında her şeyi bilmek zorundadır- kalelerin konumlarını bilmesi, ülkenin toprak durumunu da iyi bilmesi gerektiği anlamına gelmektedir” (Aristoteles, 2017: 47).

Konuşmacının yiyecek kaynaklarıyla ilgili olarak ise; ülkesinin yiyecek ihtiyacının nasıl karşılanacağını, hangi yiyeceklerin ülkede üretilip hangilerinin başka ülkelerden getirildiğini; hangi malların ülke dışına satılıp hangilerinin dışarıdan alınması gerektiğini bilmesi gerektiğini belirten Aristoteles, şöyle der:

“Bu sonuncusunu, ilgili ülkelerle anlaşmalar ve tecimsel bağlaşımlar yapılabilsin diye bilmek zorundadır. Aslında, yurttaşlarının herhangi bir saldırıya neden olmamasını gözeticeği iki tür devlet vardır, kendisinininkinden daha güçlü olan devletler ile ticaret yapmanın yararlı olduğu devletler. Fakat güvenlik bakımından, bütün bunları dikkate alabilme gücünde olması gerekirken, her şeyden önce yasama konusundan da anlamalıdır; çünkü bir ülkenin bütün varlığı, zenginliği, yasalarına bağlıdır. Bu yüzden her birinin hangi koşullar altında gelişeceğini, başarılı olacağını, hangi iç gelişmeler ya da dış saldırılarla yıkılacağını bilmelidir” (Aristoteles, 2017: 47).

İnsanların seçtikleri ve kaçındıkları şeylerle belli bir amaca yöneldiklerini ve bu amacı kısaca mutluluk ve onu oluşturan şeyler şeklinde özetleyebileceğimizi ve mutluluğun yapısının ne olduğu, onu oluşturan parçaların öğelerinin ne olduğunun örneklerle araştırılması gerektiğini söyleyen Aristoteles, mutluluğu erdemle birleşmiş refah olarak tanımlar. Bu tanımın yanı sıra mutluluğu yaşam bağımsızlığı ya da hazdan güvenli yararlanma ya da insanın malını mülkünü ve bedenini koruma ve onları kullanma gücüyle birlikte varlığın ve bedenin iyi bir durumda olması gibi alternatifler sunarak mutluluğun bu şeylerden biri ya da birkaçı konusunda insanların hemfikir olduğunu belirterek şöyle der: *“Mutluluğun bu tanımından, onu oluşturan parçaların şunlar olduğu ortaya çıkar:- soylu bir doğum, çok sayıda arkadaş, iyi arkadaşlar, varlık, iyi çocuklar,*

çok sayıda çocuk, mutlu bir yaşlılık, aynı zamanda da ün, onur, şans ve erdemle birlikte sağlık, güzellik, güç, boy bos, atletik güç gibi bedence üstünlükler. Bir insan bu iç ve dış iyi koşullara sahipse, tamamen bağımsız olmaması için hiçbir engel kalmaz; çünkü bunların dışında sahip olunacak başka şey yoktur” (Aristoteles, 2017: 48-49).

Aristoteles, yönetim biçiminin demokrasi, oligarşi, aristokrasi, monarşi olarak dörde ayrıldığını belirterek yargı ve karar verme hakkının bu yönetici güçlerden birinin ya da bütününe sorumluluğunda olması gerektiği söyler:

“Demokrasi, yurttaşların devlet görevlerini kura ile aralarında bölüştürdükleri bir yönetim biçimidir, oysa oligarşide mülk sahipliği nitelemesi, aristokraside ise eğitim nitelemesi vardır. Eğitimle, yasayla konulmuş eğitimi kastediyorum; çünkü bir aristokraside görev alanlar, ulusal kurumlara sadık olanlardır. Bunlar “en iyi insanlar” olarak düşünölmek zorundadır, bu tür yönetim, adını (en iyilerin düzeni) işte bu gerçekten almıştır. Sözcüğün de belirttiği gibi, monarşi, bir insanın herkesin üzerinde yetke sahibi olduğu yapıdır. İki tür monarşi vardır: Daha önceden konmuş koşullarla sınırlı olan krallık ve herhangi bir şeyle sınırlı olmayan ‘tiranlık’” (Aristoteles, 2017: 63).

Demokrasinin amacının özgürlük; oligarşinininkinin zenginlik, aristokrasinininkinin eğitimin ve ulusal kurumların devamı; tiranlığının ise tiranın korunması olduğunu belirten Aristoteles her yapının idealini gerçekleştirmeye yarayan belli törelerinin, kurumlarının ve çıkarlarının birbirinden ayrılması gerektiğini söyler, çünkü insanlar kendi yollarını kendi amaçlarını hesaba katarak seçmektedirler (Aristoteles, 2017: 63).

İnsanların erdemlerinden yararlanılarak yüceltildiğini anlatan Aristoteles tutkulu ve kolay heyecanlanan insanın “sözünü sakınmaz” biri olduğunu ya da kibirli insanın “üstün” ya da “etkileyici” olduğunu, uçlarda gezinenlerin buna uygun düşen iyi nitelikleri olduğunu; aceleciliğin cesaret olduğunu, israfın cömertlik olduğu da açıklamalarına ekler. Çoğu insanın böyle düşündüğünü ve bu yöntemle gereksiz yere tehlikelere atılan insanların soylu bir nedenle yapıtlarını açıkladıklarını söyleyen Aristoteles sadece dostlarına değil bütün insanlara karşı iyi olabilme şeklinin, aldatıcı bir sonucun çıkarılmasına sebep olduğunu belirtir (Aristoteles, 2017: 64). Övgünün bir insanın iyi niteliklerinin yüceliğinin sözle ifadesi ve dolayısıyla eylemlerinin bu tür niteliklerinin ürünü olduğunu söyleyen Aristoteles methiyenin gerçekten yapılmış olan şeyleri gösterdiğini belirtir. Doğuştan soyluluk ya da eğitim gibi ikinci dereceden unsurların anılmasının öykünün inanılır olmasına yardımcı olduğunu vurgulayan Aristoteles, örnek olarak iyi babalarının çocuklarının da iyi olacağını, iyi bir eğitimin iyi bir karakteri

doğuracağını anlatır. Hâlihazırda yapılan şeylere methiyelerin yapılmasının normal olduğunu söyleyen Aristoteles gerçek edimlerin yapanın karakterinin kanıtı olduğunu şöyle açıklar: *“Eğer bir insan belli bir iyi şey yapmamışsa bile, eğer onun bu tür işler yapacak bir insan olduğundan eminsek överiz onu. Bir insanın kutlu olduğunu söylemek, ekleyelim, onun mutlu olduğunu söylemekle aynı şeydir”* (Aristoteles, 2017: 68).

Aristoteles bir insanı övmek istemekle ilgili şunları düşünmeyi tavsiye eder: *“Sonuç olarak, birisini övmek istediğinizde, insanları ne yapmaya teşvik edeceğinizi düşünün; bir şeyin yapılmasını teşvik etmek istediğiniz zamansa, bir insanı ne yapmış olmakla öveceğinizi düşünün. Öneri, bir eylemi yasaklayabilir ya da yasaklamayabilir olduğuna göre, ona vereceğimiz övgü biçimi, iki zıt anlatım şeklinden birini almalıdır. Övgünün etkisini arttırmanın birçok faydalı yolu vardır. Örneğin, bir insanın, bir şey yapmış tek, ilk ya da hemen hemen tek kişi olduğunu; ya da onu başkalarından daha iyi yaptığını belirtmeliyiz; bütün bu farklılıklar saygınlık vericidir. Dahası, bunu tam da o sırada beklediğimizi ileri sürerek, bir eylemin zamanını, zeminini çok önemli göstermemiz gerekir. Bir insan aynı başarıyı sık sık göstermişse bunun sözünü etmeliyiz; önemli bir noktadır bu; o zaman güvenilecek şey şans, talih değil, onun kendisi olacaktır. Aynı şekilde, onunkine benzer başarıları cesaretlendirmek ya da onurlandırmak için kutlamalar bulunması ve kurulması onun lehine olur”* (Aristoteles, 2017: 68-69).

Gelecekteki olayları, geçmişteki olaylardan yapılan kehanetlerle yargıladığımız için amaçlı konuşmalarda örneklerin çok uygun olacağını belirten Aristoteles, örtük tasımlar yani retorik kanıtların ise adli konuşmalara uygun olduğunu aktarır (Aristo, 2017: 69-70). Zorlamaların doğamıza aykırı olduğu için acı verici olduğunu ve bu yüzden de çok fazla çaba sarf ederek ve zahmetle yapılan şeylerin acı verici olduğunu; zevkli olabilmesi için alışkanlık olması gerektiğini belirten Aristoteles zevk veren konulardan da şöyle bahseder: *“Bedensel arzularımızın çoğuna hoş bir duygu eşlik eder; ya geçmiş bir zevki anmaktan ya da gelecekteki bir zevki beklemekten hoşlanıyoruzdur, tıpkı ateşten yatağa düşmüş kimselerin susuzluk nöbetleri sırasında geçmişte içtikleri şeyleri anımsamaktan ve gelecekte daha fazlasını içeceklerini ummaktan hoşlanmaları gibi. Bu yüzden bir aşık da sevgilisi üzerine konuşmaktan ya da yazmaktan veya onunla ilişkili küçük küçük şeyler yapmaktan hoşlanır; bütün bu şeyler onu belleğinde canlandırır ve imgelem gözünde yeniden yaşatır. Gerçekten de birisinin varlığından hoşlanmamız yanında, gittiğinde onu anımsamamız ve artık burada olmadığı için zevk kadar acı da duymamız, aşkın daima ilk belirtisidir. Benzeri bir biçimde, ölmüş olanlar için yas tutmamızda ve ağlamamızda bile bir zevk ögesi vardır. Doğru, kaybindan dolayı keder vardır, ama onu anımsamada ve*

yaptıkları ettikleriyle önümüzde, yaşıyormuş gibi görmede de bir zevk vardır” (Aristoteles, 2017: 73-74).

Aşk, sevgi gibi zevk veren duygular kadar, insanların başkalarına kötülük yapmaları ile ilgili ruh durumları ve bu kötülükleri kimlere yaptıkları konusunda da Aristoteles görüşlerini aktarır. İnsanların, bir şeyin kendileri tarafından yapılabileceğini; yakalanmadan ya da yakalanırlarsa cezadan kaçarak ya da cezalandırılırsalar bile, zararlarının daha küçük olduğunu varsaydıklarını belirten Aristoteles, insanların, güzel konuşma yeteneğine; çok fazla yasa deneyimine, çok sayıda dost ya da çok fazla paraya sahipseler cezalandırılmadan başkalarına kötülük yapabileceklerini düşündüklerini ifade eder. Bunlara sahip kişilerin güvenlerinin daha da arttığını ancak kendileri sahip değil de bunlara sahip dostları, yakınları var ise de bunun da yetebileceğini hem suç işleyip hem de kaçarak cezalandırılmayacaklarını şöyle belirtir: *“Kurbanlarıyla ya da kendilerini yargılayacak olan yargıçlarla araları iyiye, o zaman da kendilerini güvende hissederler. O zaman, kurbanları kendilerini kötülüğe karşı savunma durumunda olmayacaklar ve dava açmak yerine onlarla anlaşmaya çalışacaklardır; oysa yargıçları, onları sevdikleri için ya cezalarını bağışlayacak ya da hafif cezalar vererek onların yanını tutacaktır. Dış görünüşleri kendilerine karşı yapılacak suçlamalara zıt düşüyorsa, belki de suç işledikleri anlaşılmayacaktır. Örneğin, cılız, güçsüz birinin saldırıyla ya da çirkin ve yoksul bir insanın zinayla suçlanma olasılığı zayıftır. Kamusal ve açık zarar ziyan, yapılması en kolay olanıdır, çünkü hiç kimse onların yapabileceğini düşünmez ve dolayısıyla önlem almaz”* (Aristoteles, 2017: 78-79).

Haklı ve haksız eylemlerin; özel yasa ve evrensel yasa olmak üzere iki tür yasaya ve iki tür kişiye göre tanımlandıklarını söyleyen Aristoteles, özel yasayı her topluluğun kendi kendine uyguladığı yasa olarak; bunların bir kısmının yazılı, bir kısmının ise yazılı olmadığını belirterek tanımlar. Evrensel yasayı ise; bütün insanları, hatta birbiriyle bir bağı ve anlaşması olmayanları bile bağlayan bir doğal adalet ve adaletsizlik olduğu için, doğanın yasası olarak tarif eder. Ve şöyle devam eder: *“Yapmamız ve yapmamamız gereken eylemler olarak da tüm topluluğu ya da onun üyelerinden bazılarını etkileyenler olarak ikiye ayrıldığını ve bu açıdan, haklı ya da haksız işleri bu iki yoldan birinde yapabiliriz- belli bir kişiye, ya da topluluğa karşı. Zinadan ya da namusa saldırıdan suçlu olan insan belli bir kişiye kötülük yapıyordur; orduya katılmaktan kaçan insansa topluluğa kötülük yapıyordur”* (Aristoteles, 2017: 82-83).

Aristoteles *Retorik*¹ adlı eseriyle, bu konuda asırlar sonrasına kadar uzanacak izler bırakmıştır. İki bin üç yüz yıldır taptaze duran bu başyapıt, gelecek yüzyıllarda da güncelliğini koruyacaktır. Yargıçların; dostluk ya da nefret duyguları ya da kişisel çıkarları etkisiyle, gerçekleri açıkça göremeyeceklerini ve kararlarını kişisel görüşlerini etkileyebileceğini; bu yüzden mümkün olduğunca az şeye karar vermeleri gerektiğini ifade eder. Politik tartışmalarda, yargı ileri süren insanın, herhangi bir şeyi kanıtlamasına gerek olmadığını ancak adli tartışma söylevlerinde, bunun yeterli olmadığını belirten Aristoteles, burada dinleyicinin ikna edilmesi gerektiğini, başkalarının işleri hakkında kararlar verildiğini ve yanlı olarak dinleyen yargıçların, kendi aralarında karar veremeyerek tartışmacılara inandıklarını ve bu yüzden de retorik üzerine çalışmanın, tam anlamıyla, inandırma tarzıyla ilgili olduğunu anlatır.

2.3.2. Roma retoriği

Roma’da “retorik” sosyal ve siyasi konularda etkili söylevlerde bulunmanın ve bunu öğretmenin yollarını araştıran seçkin bir bilim dalı haline gelmiş ve yönetici sınıflara hizmet etmiştir (Altınörs, 2012: 82). Roma siyasal yaşamında siyaset ve retorik yurttaşın varlık nedeniyle ve Roma’nın geleceği gibi ulvi bir amaç için yapılmaktaydı. Bu nedenle, Roma’da Antik Yunan’a göre oldukça karmaşık, yaygın, kendiliğinden gelişen, sınıflar üzerine kurulu, ideolojik ve kışkırtıcı propaganda mevcuttu. Romalılarda, belagat/retorik/güzel konuşma Yunan medeniyetinin etkisiyle, yaşamın bir parçası haline almıştı. Roma retoriği, Yunan öncüllerine büyük oranda sadık kalmıştır. Romalılar için felsefe hep hukukun ardında kalmıştır. Roma’da söze yazı da eklenmiş, özü konuşmaya dayalı retoriğin kuramı yazılı hale getirilmiştir.

Hitabet, retoriğin ilk dönemlerinde yalnızca belirli büyük yerlerde yapılmaktadır. Roma’da Forum adı verilen, halkın siyasi-sosyal olayları ve hararetli tartışmaları izlediği toplantı yerleri mevcuttur. Forumlarda gerçekleştirilen konuşmalar büyük bir disiplinle yapılmakta ve özel kişilerce yönetilmektedir. Forumlarda daimî üyeler bulunmaktadır. Daimî üyeler günümüzün milletvekili konumunda olup görevleri; çeşitli meslek ve toplulukları temsil etmek, halkın haklarını savunmak ve sitelerin siyasi durumlarını tartışmaktır. Çoğu konunun halkın önünde tartışılması da Roma’da retoriğin gelişmesini sağlamıştır (Yüzendağ’dan akt. Karaman, 2012: 24). Bu forumları yakından takip etmiş

¹ İngilizceye “halk önünde konuşma sanatı” ya da “mantıklı tartışma sanatı” olarak çevrilmiştir.

olan insanlar bir tür eğitim görmüş olmaktadır. Bu dönemin ardından, belâgat okulları açılmış ve ünlü hatipler ve bilginler bu okullardan yetişmiştir. İzokrat Okulu da bunlardan biridir (Yüzendağ'dan akt. Karaman, 2012: 24) Roma'da retorik, daha çok sarayda gündelik yaşam içinde güzel konuşma eğitimi haline gelmiş, güzel konuşma saygınlık uyandırmıştır. Retoriğin siyasal işlevi büyük oranda ortadan kalkmıştır (Yaşın'dan akt. Ekinci, 2017: 51).

İlk Romalı hatip Cato'dur. Retorik hakkındaki görüşlerini *De oratore ad mar- cum filium* adlı eserinde yayımlamıştır (Selen, 1971: 6). Bu kitap Romanın ilk retorik kitabıdır. Roma'nın iki büyük hatibi Cicerö ve eğitimci Quintilien, Roma retoriğinin en önde gelen isimleri olmuştur (Stron'dan akt. Ekinci, 2017: 49). Ancak Roma retoriği temellerini Aristo retoriğinden almış, Quintilian ve Cicero eserlerini Aristo retoriğini analiz ederek oluşturmuştur. Cicero retorik üzerine *de Inventione*, *de Oratore*, *Brutus* ve *Orator* adlı dört kitap kaleme almıştır. Yarım kalmış eseri *de Inventione*'de retoriğin kuramsal yapısı üzerinde durur. Antik dönemin anlayışını tümüyle yansıttığı eseri ise *de Oratore*'dir. Cicero bu incelemesinde iyi bir hatip olmak için çok bilgili, yasalar ve ahlaka ilişkin konularda da donanımlı olunması gerektiğini belirtmektedir. Cicero'ya göre bu konularda bilgisi olmayan bir hatip ne kadar iyi bir konuşma ve iyi performans sergilese de, söylevini bir çocuğun boyunu aşan konularda konuşmasına benzetmektedir (Altınörs, 2012: 83.) Cicero *Brutus* adlı eserinde Roma retoriğini anlatır ve *Orator* adlı eserinde hatipliğin üç seviyesi (basit, orta, yüksek) üzerinde durur (Duman, 2019: 74).

Cicero, retoriğin felsefi bilgiye dayanması gerektiğini belirtmiş, iyi bir “retor” olmak için felsefe ve retorik çalışmalarını birleştirmenin öneminden bahsetmiştir. Cicero, Platon'un da referansıyla; felsefe olmadan iyi bir belagate ulaşmanın mümkün olmadığı konusunda kesin bir dil kullanmıştır. Cicero'ya göre esas bilgelik Augustinus'un da belirttiği gibi, sözcükleri değil bizi şeyleri araştırmada saklıdır.² Bu şekilde, yalnız dile ve belagate takılan bir ustalaşma çabasının Cicero'ya göre kıymeti yoktur (Altınörs, 2012: 83).

Retorik sanatına döneminin diğer tüm hatiplerden daha çok önem vermiş olan Cicero kendi retorik kuramını oluşturmuştur. Cicero'ya göre iyi bir hatip olabilmek için, incelemeci ve bilgi sahibi olunmalıdır. Aksi durumda konuşma boş, yetersiz, doyurucu olmayacaktır. Konuşmacı ne üzerine, nasıl, hangi esasları belirterek konuşacağını bilmeli, bunlara sunacak yeteneğe sahip olmalıdır. Cicero bir konuşma hazırlanırken önem

² “Non enim vocabulorum opificem, sed rerum inquisitorem decet esse sapientem”.

verilmesi gereken 5 esas üzerinde durmuştur. Bunlar; 1. Konunun bulunması, 2. Konu için toplanan belgelerin düzenlenmesi, 3. Konunun en etkili biçimde yazılması, 4. Konuşmanın ezberlenmesi, 5. Konuşmanın yapılması (Selen, 1971: 7-8).

Retorik sanatı Roma'nın 395'te ikiye ayrılmasından sonra etkisini yitirmiş, Ortaçağ'da ise dini bir nitelik kazanmıştır. Yeniçağ'da ilk olarak 1493'te retorik konulu bir eser yazılmış ancak bu eser antik dönem retorığının tekrarı olmuştur. 18. yüzyıl Aydınlanma döneminden itibaren retoriğe hâkim olan Antik dönem sınırlarından çıkılmaya çalışılmıştır (Selen, 1971: 7-8).

2.4. Retorik Sanatının Bölümleri

Retorik, dinleyici sınıflarına göre üçe ayrılmaktadır. Aristo, bir konuşmanın sacayağına benzeyen üç unsuru olduğunu belirtmiştir. Bu üç unsur hatip (konuşmacı), konu ve dinleyici (seslenilen kişi)dir ve konuşmanın hedef ve amacını belirleyen; dinleyicidir. Seslenilen kişi (dinleyici) geçmiş ya da gelecekteki bir konu hakkında karar veren yargıç veya gözlemcidir. Bir meclis üyesi geçmiş olaylar, bir geçmiş üyesi de gelecek olaylarla ilgili kararlar almaktadır. Ancak gözlemciler yalnızca konuşmacının (hatip) ustalığına göre karar vermektedir. Aristo'ya göre üç tür retorik mevcuttur:

1- Politik (Müzakereci) Hitabet: Kamu meclislerine konuşan kişilerde olduğu gibi özel danışmanların da seçtiği gibi, kişileri bir şey yapmaya ya da yapmamaya yönlendirmektedir. Politik hitabet gelecekle ilgili ve olumlu ya da olumsuz, hakkında konuştuğu konuda gelecekte yapılacaklarla ilgilidir.

Politik söylevde bulunan kişinin amacı bahsettiği konudaki eylemin uygun ya da zararlı olduğunu anlatmak; kabul ettirmek istiyorsa yararlı olduğu konusuna dayanarak önerisi ile ilgili haklı, haksız, onurlandırıcı ya da onur kırıcı vb. tüm konularda ana fikre yardım edecek her şeyi anlatmaktadır.

Politik hitabet her tür karar vermeyi içermektedir; zaman, para, her tür kaynağın değerlendirilmesi bu kapsamdadır. Araba alıp almamaya ya da nasıl bir araba alacağınıza karar verme aşamasında yapılan, Aristo'nun politik hitabetidir. Bir başka örnekle bir okulun geleneksel yaz tatili dönemi yerine başka bir dönemde tatil yapmaya karar verme çalışması, politik usavurumdur yani muhakeme yoluyla bir sonuca varmadır. Eylemle ilgili, gelecekle bağlantılı olan ve en iyi şekilde kaynak kullanımını araştıran politik hitabettir. Politik hatiplerin, seslendikleri kişilerin iyi bir gelecek ile ilgili ne

düşündükleri, ilgilerinin yönleri ve nelerin işe yaramayacağı ile düşünceleriyle ilgilenmeleri gerekmektedir.

2-Adli (Hukuki) Hitabet: Adli söylev geçmişle ilgili olup suçlayarak veya savunma yaparak gerçekleştirilmiş bir eylemin doğru olup olmadığını değerlendirmektedir. Yasada, davadaki bir taraf geçmişle ilgilenmektedir. Bir taraf diğer tarafı suçlarken diğer taraf kendini savunmaktadır. Davadaki taraflar bir fiildeki haklılık ya da haksızlık konusunu bulmayı amaçlamakta ve tüm diğer noktaları buna yardımcı olarak sunmaktadırlar.

Bir insanın suçlu ya da suçsuz olduğu konusunda doğru bir savunma yapabilmek için hukuki hatibin iyi bir insan karakteri gözlemcisi olması gerekmektedir. İnsanların düşünceleriyle yakından ilgilenirken toplumun da adaletle ilgili görüşlerini yakından takip etmelidir. Adalet yalnızca mahkemelerde tartışılmamaktadır. Mevcut olaylarla ilgili de doğru olup olmadıkları konusunda karar verirken hukuki konularda usavurum yapmaktayız. Adalet konusundaki inançlarımız, kanıttan mantıklı hipoteze varmaya çalışırken ön plana çıkmaktadır.

3-Törensel (Epideiktik) Hitabet: Törensel gösteri hitabetinde bir kişi övülmekte ya da kötülenmektedir. Hatip, şimdiki zamanla ilgili konuşmaktadır. İnsanlar geçmiş zamanı hatırlatmayı ve gelecekle ilgili tahminler yürütmeyi faydalı görerek o anda mevcut şeylere göre övmekte ya da suçlamaktadır. İnsanlar bir kişiyi överken ya da ona saldırırken, o kişinin onurlu ya da onursuz olduğunu ispatlamaya çalışmakta ve tüm düşünceleri de bu amaca hizmet etmektedir.

Savaş kahramanlarını anma veya cenaze gibi kamusal törenlerde epideiktik hitabet kullanılmaktadır. Politik hitabet menfaat konularıyla, adli hitabet adalet konularıyla, törensel hitabet de erdem ve ahlak ile ilgilidir. Törensel hitabet cesaret, onur ya da dürüstlük gibi değerleri savunduğundan çok önemli bir yere sahiptir.

2.4.1. Retorikte üç ikna kanıtı: Ethos, Pathos, Logos

Aristo, üç ikna kanıtına göre ikna eden konuşmacıları yerlerinde inceleyerek ikna etme kategorilerini ikiye ayırmıştır:

1. Sanatsal kanıtlarda Aristo olgu üzerinde durarak konuşmacının yönetim yeteneğini anlatmaktadır.

2. Sanatsal olmayan kanıtlarda ise konuşmacının kontrolünde olmayan durumlar söz konusudur. Konuşmanın yeri ve fiziksel çekiciliği vb.

Sanatsal kanıtlar ise üçe ayrılmaktadır: ethos, pathos ve logos.

2.4.1.1. Ethos

Eski Yunancada “Karakter” anlamına gelen Ethos sözcüğü, “Etik” kelimesinin de kökünü teşkil eder. Aristo, ethos’u Retorik’te şu şekilde tanımlar: *“Konuşma, bize konuşanın inanılacak biri olduğunu düşündürecek biçimde yapıldığında, inandırma, konuşmacının kişisel karakteriyle başarılmış olur. İyi insanlara ötekilerden daha tam ve daha kolay bir şekilde inanırız: Sorun ne olursa olsun bu genellikle doğrudur, tam bir kesinlik olanaksızsa ve fikirler bölünmüşse mutlak olarak doğrudur. Ötekiler gibi bu tür inandırma da konuşmacının söylediği şeylerle başarılmalıdır, konuşmaya başlamadan önce halkın bu kişi hakkında düşündükleriyle değil. Bazı yazarların retorik üzerine kitaplarında varsaydıkları gibi, konuşmacının gösterdiği kişisel iyiliğin onun inandırma gücüne hiçbir şey katmadığı doğru değildir; tersine karakterinin, sahip olduğu en etkili inandırma yolu olduğunu söyleyebiliriz”* İlk kez ethos kavramını kullanan Aristo olmuştur. Aristo ethos’u ahlaki temellere dayandırmıştır. Aristo doğruluğu konuşmacının karakteri ile sözlerinin birleşerek yalnızca doğruların söylenmesi olarak ifade etmektedir. Ona göre; mantıksal nedenlerden daha çok “akıllılık, iyi niyet ve erdem”le konuşmaların doğruluğuna inanılabilecektir (Koçak, 2019).

Aristo ethosu konuşmacının kişisel iyiliği ile özdeşleştirmiştir. Retoriğin ikna ediciliği bakımından ethosun öncelikli olarak ortaya konulması gerektiğini ifadeyle, ethosun bir beceri, yetkinlikten ziyade kişiye bağlı bir öge olduğunu söylemiştir. Kişinin erdemleri, iyi ve doğru tavırları, güven vericiliği konuşmacının otoritesini artıracak, konuşan ile dinleyici arasında olumlu bir etkileşim kurulmasını sağlayacaktır (Başarır, 2016: 711).

Aristoteles, iyi insanların diğerlerine göre daha inandırıcı olduklarını ve sözlerinin doğru olduğunun daha kolay kabul edildiğini ifade eder. Kesin bir mantıksal sonucun olmadığı durumlarda ethosun ikna etmede kilit bir rol oynadığını belirtir. Diğer hatipler mantıksallık ve rasyonelliğin önemini ve üstünlüğünü vurgularken Aristoteles, konuşmacının ortaya koyduğu kişisel iyiliğin gücüne dikkat çekmektedir. Günümüzde konu üzerine yapılan araştırmalar Aristoteles’in ethosa ilişkin olarak ortaya koyduğu kuramı büyük oranda destekler niteliktedir (McCormack, 2014: 133).

Ethos, konuşmacının sözleri ile karakteri arasındaki uyum ilişkisini ifade eder. Aristo ethosu ünlü ve itibarlı kişiler olarak tanımlamıştır. İtibar inanılır ve güvenilir olmaktan

kaynaklanan bir itibardır. Aristo'ya göre konuşmacı dinleyenlere verdiği sözleri yerine getirerek ve beklentileri karşılayarak ancak ethosa sahip olabilirler. Konuşmacının ses, jest ve mimikleri ethos kavramı içinde konuşmanın ikna kuvvetini artırıcı diğer önemli unsurlardır (Doğançay, 2014: 5). Çünkü bu jest ve mimiklerle konuşmacı fiziksel mesajlarla karakterini dışa vurmaktadır. Ses, tüm bu unsurlar içinde önemli bir yere sahiptir, konuşmacının konuşma özelliklerinin tamamlayıcısı durumundadır (Çam, 2015: 13).

2.4.1.2. Pathos

İkinci sanatsal kanıt olan pathos; dinleyenlerde bir ruh hali oluşturmak anlamına gelir. Pathos, konuşmacının seslenilenler üzerinde sanatsal bir kanıt oluşturarak his ve duygularını etkilemesidir. Aristo'ya göre konuşma coşkuları harekete geçirdiğinde inandırma dinleyenden gelmektedir; mutlu ve dostluk duygusu içinde olduğumuzda yargılarımız düşmanlık duygularıyla ve sıkıntıyla dolu olduğumuz zamanlarla aynı şekilde değildir (Koçak, 2019).

Hatibin dinleyicilerin ruhunu ve hislerini göz ardı etmemesi ve ona göre davranması gerekmektedir. Pathos, “aklın doğru çerçevesi” olmakta ve Aristo, konuşmacının sadece çıkarlarla ilgili ya da bir davayı kazanma isteğinden çok, doğru yargılama sağlayan bir ahlakının olması gerektiğini belirtmektedir. Pathos, duygu psikolojisi olup doğruyu bulma amacıyla ahlaki bir endişeye sahiptir. Sadece duyguları harekete geçirme ile ilgili değil aynı zamanda tartışılmakta olan konuda dinleyicilerin duygusal durumlarını ayarlamak için duygunun detaylı psikolojisini göstermektir (Koçak, 2019).

İkna edicilik için dinleyiciler üzerinde duygusal bir etki oluşturma gücü pathosun önemine işaret etmektedir (Aristoteles, 2017: 98). Aristoteles, gündelik deneyimlerin ve kararların yaşadığımız duyguları etkileyebildiği gibi, duygularımızın da aldığımız kararları etkileyebileceğinden hareketle pathosu üç ikna kanıtından biri olarak tanımlamıştır. Diğer bazı retorikçiler hukuki karar vermede duyguya yer olmadığı görüşünderken, çağımızın bazı araştırmaları, hukuki alanda duyguların mantıkla bağlantılı olarak çalışan bir aygıt olduğunu belirleyerek Aristotelesin pathos kuramını desteklemektedir (McCormack, 2014: 139-140). Aristoteles'e göre pathos konuşmacının psikolojik çekiciliğidir. Bu nedenle konuşmacı hitap edeceği topluluğun mevcut psikolojisini, duygu durumunu tespit ederek dinleyiciyle bir empati kurmalıdır. Pathos'ta da Ethos'ta olduğu gibi ve hatta Ethos ile aynı bazı erdemler bulunmaktadır. Aristoteles

bunların başlıcalarını adalet, cesaret, cömertlik, nezaket olarak belirtmektedir (Çam, 2015: 14).

2.4.1.3. Logos

Logos; Antik Yunan düşüncesinde “söz, düşünme, akıl, anlam ve açıklama” kelimelerinin karşılığıdır ve bir şeyin o olmasını sağlayan nedendir. İnsanlarla hayvanları ayıran bir özelliktir. Yunanlar, M.Ö. 4. yüzyılda konuşma ile düşünme arasında ayrım yapmıyorlar, ikisini birbiriyle bağlantılı kullanıyorlardı. Yunanlar ya da geç Romalılarda sessiz okuma bilinmemekte, tüm okumalar sesli yapılmaktaydı. Yazılı kelimeler aynı zamanda sözlüydü ve logos yazılıken bile sözlü kelimeler halindeydi.

Logos, retorikğin rasyonel temellerini oluşturmaktadır. Konuşmanın mantıksallık, akılcılık ve nedensellik ilişkisi içinde kurulması konuşmacının ikna kabiliyetini artırıcı üç unsurdan biri olarak görülmektedir. Bunu yapabilmek için konuşmacının bilgiyi işleme ve kanıtları düzenleme/tasarlama yeteneğine sahip olması gerekmektedir. Aristoteles’e göre konuşmacıların logosu oluşturabilmeleri için açık ifadeden kaçınmaları, dinleyicileri düşünmeye sevk etmeleri gerekmektedir (Çam, 2015: 26).

Aristoteles logosun bilhassa hukuki/adli retorikte önemine dikkat çekmiş, hukuk söyleminin daha mantıklı ve rasyonelliğe dayalı bir söylem biçimine dönüşmesi üzerinde durmuştur. Ona göre bir hâkim ve jüri, “meraklı, ihtiyatlı, kanıtlara önem veren ve iyi bir akıl yürütebilen” kişilerden oluşmalıdır. Logosa karşı bazı hatipler ise hâkim ve jürinin duygularının ve güvenme eğilimlerinin logosun önünde geçtiğini savunmuştur (McCormack, 2014: 133).

3. ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: RETORİK PERSPEKTİFİNDEN TELEVİZYON HABER SUNUMLARININ DÖNÜŞÜMÜ

3.1. Giriş

Birinci bölümde televizyon haberciliğinin tarihsel gelişimi ve dijital çağda dönüşümü literatür taraması yapılarak incelenmiştir. Bu bağlamda Türkiye’de televizyon yayıncılığının gelişimi, televizyon haberciliğinin temel kavramları olan habercilikte nesnellik ve yorum, habercilikte güncellik, habercilikte anlaşılabilirlik, habercilikte önem ve ilgi çekicilik, habercilikte ahlak ve etik ile dijital çağ ve televizyon haberciliği; popüler kültür ve kitle, ticari televizyon haberciliği ve magazinleşme, haber televizyonculuğu konuları bu bölümde ele alınmıştır.

İkinci bölümde retorik kavramının tarihsel gelişimi ve önemi literatür taraması yapılarak ele alınmıştır. Bu bölümde retorik kavramının etimolojisi, retorik kavramının anlamı ve önemi, retorik kavramının tarihsel gelişimi; Aristo’da retorik ve Roma retorisi, retorik sanatının bölümleri, türleri ve retorikte üç ikna sanatı aktarılmıştır.

Araştırmanın üçüncü bölümünde ise birinci bölümdeki “televizyon haberciliğinin tarihsel gelişimi ve dijital çağda dönüşümü” ve ikinci bölümdeki “retorik kavramının tarihsel gelişimi ve önemi”nin literatür taramalarıyla elde edilen bilgiler ışığında hazırlanan sorular bağlamında, kamu kanalı olarak ilk televizyon yayını yapan TRT’nin ilk dönem haber spikerleri ile günümüz haber spiker ve habercilerinden 13 kişiyle görüşülmüştür. Böylece dijital çağda televizyon haber sunumlarında retorik kavramının etkisinin önemi hakkında detaylı bir araştırma yapılması hedeflenmiştir. Bu bağlamda genel anlamda televizyon haber sunumlarında nasıl bir formatın daha uygun olduğu, haber sunumunun nasıl olması gerektiği ve haber spikerlerinin özelliklerinin neler olması gerektiğine dair bilgiler edinilmesi amaçlanmıştır.

Bireylerin davranış sebepleri ve bir konudaki düşünce ve duygularını öğrenmek için en iyi yol yine o kişiye gidip bilgi alınmasıdır. Soru yöneltilen kişinin açık uçlu sorulara verdiği yanıtlarda yansıttığı duygu ve düşünceleri en doğru şekilde öğrenmek mümkündür. Bu bağlamda diğer yöntemlerden farklı nitelik ve derinlikte bilgi elde etmek için “görüşme” araştırma tekniği kullanılabilir. Araştırmacı ve araştırmanın öznesi olan birey arasındaki kontrollü ve amaçlı sözel iletişim biçimi, görüşme araştırma tekniğidir

(Cohen ve Manion'dan akt. Türnüklü, 2000: 544). Görüşme yöntemi ile araştırmacı tarafından, görüşülen kişinin i dünyası anlaşılmaya ve olaylar onun perspektifinden anlaşılmaya çalışılır (Patton'dan akt. Türnüklü, 2000: 545). Grlenlerin tecrübeleri, kendi açıklamalarından ve anlamlandırmalarından daha net anlaılabilecek; diğerk yöntemlerle yeterince ulaılamayacak kişiye özel birçok konu görüşme tekniğı ile ortaya çıkarılabilecektir (Kvale'den akt. Türnüklü, 2000: 545). Diğerk bireylerin sosyal gerekliğı yapılandırma ve biimlendirmelerini öğrenmenin en geçerli yolu kişinin kendisine sorulmasıdır (Jones'tan akt. Türnüklü, 2000: 545). Kişilerin sosyal gerekliğı dair bilgi, görüş, tecrübe, duygu ve düşüncelerini anlayanın belki de en iyi yolu görüşme tekniğıyle o kişilere ulaılmasıdır (Mason'dan akt. Türnüklü 2000: 545). "Görüşme" araştırma tekniğinin amacı, görüşülen kişilerin sahip olduğı belli özelliklerin miktarını anlamak değıl amaç; o kişinin zihnindeki kültürel kategorileri bulmaktır. Bu anlamda araştırmacı görüşmede araştırılan konuyu taramayıp bir madenci gibi derinlemesine kazır (McCracker'den akt. Türnüklü, 2000: 546).

Eğitimbilim çalışmalarında genellikle üç tür görüşme tekniğı kullanılmaktadır (Patton, Robson, Wragg, Gall, Borg ve Gall'dan akt. Türnüklü, 2000: 546). Yapılandırılmamı, yapılandırılmış ve yarı yapılandırılmış görüşme. Yapılandırılmayan görüşmede, doğıal akış içerisinde bir protokole bağılı kalmaksızın, spontane yapılan bir iletişim mevcuttur (Gali, Bong ve Gall'den akt. Türnüklü, 2000: 546). Yapılandırılmış görüşmenin yapısı, kişilerin kendine dair bilgileri belirlenmiş kategorilere göre cevapladığı anket çalışması veya tutum ölçekleri gibidir (Robson'dan akt. Türnüklü, 2000: 546). Grlen her bireye aynı sorular, aynı kelimelerle, aynı biçimde sorulmakta ve kişiler de kapalı uçlu cevaplar vermekte, sunulan seçeneklerden birini seçmektedir. Bu yanıyla yapılandırılmış görüşmeler, anket çalışması tarzında nicel veri oluşturmaktadır (Türnüklü, 2000: 547). Yapılandırılmış görüşme tekniğinden biraz daha esnek olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinde, araştırmacı sormayı planladığı soruları kapsayan görüşme protokolünü hazırladıktan sonra görüşme esnasında duruma göre yeni ya da alt sorularla görüşmeyi yönlendirerek grlenin açık cevaplar vermesini, detaylandırmasını sağılayabilmektedir. Bazı soruların cevabı başka soruların içinde cevaplanırsa bu sorular sorulmayabilmektedir. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğı mevcut standartlık düzeyi ve aynı zamanda esneklik yönüyle eğitimbilim araştırmaları için daha uygun bir teknik gibi görünmektedir (Yıldırım ve imek'ten akt. Türnüklü, 2000: 547).

Eğitimbilim çalışmalarında en önemli aşamalardan biri örneklem seçimi olup genellenebilir sonuç elde edilmesi örneklemin seçimine bağlıdır. Nedeni örneklemden elde edilen sonuçların daha geniş bir çevreye genellenmesidir. Dolayısıyla nicel araştırma sonuçları bağlamında esas ölçütlerden biri, örneklemin evreni temsil edip etmemesidir. Çünkü örneklemden elde edilen sonuçlar genellikle daha geniş bir evrene genellenmektedir. Bu nedenle örneklemin evreni temsil edip etmemesi, nicel araştırma sonuçları için temel ölçütlerden biridir (Türnüklü, 2000: 547).

Bu çalışmada, retorik perspektifinden televizyon haber sunumlarında yaşanan dönüşümün tespitine yönelik olarak nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama tekniği olarak ise derinlemesine görüşme tekniği seçilmiştir. Bu maksatla 13 kişiyle görüşme yapılmıştır. Derinlemesine görüşme tekniklerinden biri olan yapılandırılmış görüşme tekniğinin tercih edildiği çalışmada daha önce belirlenmiş olan görüşülenlere daha önceden hazırlanmış olan sorular yöneltilmiştir.

Örneklem olarak görüşülen kişilerin seçiminde, tecrübeleri doğrultusunda 2000 yılı öncesi ve günümüz arasındaki dönemdeki televizyon haberciliğini çok iyi biliyor olmaları tercih edilmiştir. Alanında yetkin 13 örneklemden 10'u tecrübeli haber spikeri, 3'ü de habercilik alanında önemli birikimi olan tecrübeli ve donanımlı kişilerden oluşmaktadır. Örneklem olarak görüşülen haber spikerleri ağırlıklı olarak TRT spikeri olup Türkiye'de TRT'nin ilk yayın yıllarında haber spikerliği yapmış isimlerden, günümüzde halen ekranlarda olan TRT ve özel kanal haber spikerlerini içermektedir. Örneklemde görüşülen diğer 3 haberci ise uzun yıllar haber merkezi, habercilik vb. tecrübesi olan isimlerdir.

Görüşülen 13 kişiye yöneltilen sorular aşağıda belirtilmiştir:

1. 2000 yılı öncesi ve sonrası dönemleri ayırarak ele aldığımızda televizyon haberciliğindeki başarı kıstasları nasıl bir dönüşüme uğramıştır?

2. Az sayıda televizyon kanalı varken istihdam ve başarı arasındaki ilişki nasıldı? Günümüzde kanal sayısının artmasıyla bu durum nasıl değişti?

3- Kanal sayısının artışıyla birlikte spikerlik ve haber sunum tekniklerindeki dönüşüm eski ve yeni zamanlara kıyasla nasıl farklılaşmıştır?

4- Yalan haber ve enformasyon kirliliğine karşı nasıl önlemler alınıyordu? TV kanallarının dijitalleşmesinin ardından bu süreçte herhangi bir değişiklik oldu mu?

5- Haber sunumlarında izleyicilerin gözünde “inandırıcı” olabilmenin önemi nedir? Bu inandırıcılığa nasıl sahip olunur ve kanal yöneticileri açısından inandırıcılık değerinin önemi nedir?

6- Reyting kaygısı sebebiyle bildiğiniz/şahit olduğunuz bir yalan haber/magazinleştirme oldu mu? Bu durum çalışanlar, izleyiciler ve yöneticiler arasında nasıl bir etki yarattı?

7- 2010'ların sonuna geldiğimiz günler itibarıyla bugünkü televizyondaki haber sunumlarıyla eski dönemlerdeki haber sunumlarını kıyasladığınızda nasıl bir dönüşüm görüyorsunuz?

8- Yeni dönemde kullanılmaya başlanılan grafik uygulamaları, 3 boyutlu animasyon vb. dijital etkenlerin haber sunumundaki inandırıcılığı nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz? Sizce izleyicilerin gözünde yan etkenler haber sunumunun/spikerliğin önüne geçmiş midir yoksa retorik halen önemli bir unsur mudur?

3.2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada retorik perspektifinden televizyon haber sunumlarında ilk haber sunumundan günümüze kadar yaşanan dönüşüm değerlendirilerek televizyon haber bültenlerindeki haber sunumları incelenmektedir. Çalışmanın amacı Türkiye’de kamu yayıncılığı yapan, ilk ve uzun yıllar tek televizyon kanalı olan TRT dönemindeki haber bültenlerinden; dijital olarak tüm imkânların kullanılabildiği günümüze kadar olan süreçte sunum tekniklerinin değişim ve dönüşümünü araştırmaktır. Araştırmanın ardından teknik gelişmelerin sadece bir araç olduğu, gelişmeleri aktaran sunucuların/spikerlerin izleyici kitleler üzerinde etki bırakmasının en önemli unsurunun retorik olduğunu anlatmayı amaçlamaktadır.

3.3. Araştırmanın Önemi

Dijital çağda televizyon haber sunumlarındaki dönüşümün retorik temelli olarak incelenerek değerlendirilmesi, günümüz haberciliğinin teknik olanaklar, dijital donanımlar ve zengin altyapı şartları bağlamında ele alınarak, bilgi ve tecrübeleriyle yetkin haber spikerleri ve habercilerin görüşlerini alarak haber bültenlerinde halen en önemli faktörün retorik olduğuyla ilgili kaynak oluşturmaktır.

21. yüzyıl itibarıyla hakikat sonrası bir çağ içerisine girildiği tartışmaları eşliğinde özellikle internetin hızlı yayılması, sanal kimliklerin anonimliği ve ‘troll’ olarak bilinen ve bir ideoloji sebebiyle kara-propaganda yapanların ürettikleri yalan haberlerin, haber olgusuna yönelik kitlelerin inandırıcılığını sorgulamasına sebep vermiştir. Bu tezin

önemi, 21. yüzyılın içinde yaşanan ikinci on yıl döneminde, yani 2010-2020 yılları arasında haberlere yönelik güven olgusunun küresel boyutta “sahte haber” tartışmaları eşliğinde giderek büyük bir hızla sarsılması sebebiyle haberlere tekrar güvenilebilmesi için 20. yüzyılın son çeyreğinde aktif olarak haber aktarımında görev almış kişilerin birikimlerinden faydalanmak ve bir inandırıcılık kriteri olarak retorik olgusunun önemini anlamaya çalışmaktır.

3.4. Araştırmanın Yöntemi

Bilimsel bir çalışma olarak planlanan bu çalışmada, retorik perspektifinden televizyon haber sunumlarında yaşanan dönüşümün tespitine yönelik olarak nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın kuramsal içeriğinin araştırılmasına ilişkin detaylı bir literatür taraması yapılmıştır. Veri toplama tekniği olarak ise derinlemesine görüşme tekniği seçilmiştir. Bu amaçla örneklem olarak habercilik alanında yetkin haber spikeri/haberci 13 kişiyle görüşme yapılmıştır. Derinlemesine görüşme tekniklerinden biri olan yapılandırılmış görüşme tekniğinin tercih edildiği çalışmada daha önce belirlenmiş olan haber spikeri ya da haberci 13 kişiye daha önceden hazırlanmış olan sorular yöneltilmiştir. Çalışmada literatür tarama ve derinlemesine görüşmeler yapılarak televizyon haber sunumlarında yaşanan dönüşümün nasıl gerçekleştiği analiz edilmiştir.

Çalışma, konuyla ilgili kavramların literatür taramaları ve alanında yetkin 13 haber spikeri/haberci ile yapılan görüşmelerden oluşturulmuştur. Elde edilen bilgiler neticesinde retorik perspektifinden televizyon haber sunumlarındaki dönüşüm tespit edilmeye çalışılmıştır.

3.5. Araştırmanın Kavramsal Çerçevesi

Çalışma güçlü bir kuramsal temel üzerine oturtulmaya çalışılarak kapsamlı bir literatür taraması ve alanında yetkin 13 kişi ile derinlemesine görüşmeler yapılmasından oluşmaktadır. Kronolojik olarak TRT’nin tek kanal olduğu yıllardaki haber sunumlarından başlayarak dijital çağın yaşandığı günümüze kadar, sunum tekniklerinin retorik açıdan araştırılması ve birbirinden farklı çok sayıda yayın formatının olduğu bir dönemde haber sunumlarındaki değişimin incelenmesi çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Birinci bölüm Türkiye’de televizyon yayıncılığının gelişimine genel bir bakış, televizyon haberciliği tanım ve temel kavramları ile dijital çağ ve televizyon haberciliği

konularının literatür taramalarından oluşmaktadır İkinci bölüm retorik kavramının, tarihsel gelişiminin ve öneminin ele alındığı detaylı bir retorik taramasından oluşmaktadır. İlk olarak Platon'un Gorgias kitabında geçen retorik kelimesi, en geniş anlamda Antik Çağ'da "dili ikna edecek şekilde kullanma sanatı" olarak tanımlanmıştır. Cicero "söylenecek sözün en etkili yolunu bulma" olarak tanımlarken, Quintilian retoriği "güzel konuşma sanatı" olarak tanımlamıştır. Aristoteles, retoriği hemen hemen her konu üzerinde inandırma yollarını kullanma gücü olarak değerlendirmiştir. Aristoteles'e göre 3 tür retorik mevcuttur. Politik, adli ve törensel hitabet. Retorikte, 3 ikna kanıtına göre konuşmacılar incelenmiştir: ethos, pathos ve logos. Üçüncü bölümde ise retorik kavramıyla birlikte derinlemesine görüşme yapılan 13 haber spikeri ve habercinin verileri birleştirilerek günümüzde haber inandırıcılığının en önemli kavramının retorik kullanımı ve beraberinde değerlendirilebilecek beden dili kullanımı olduğu tezin kavramsal çerçevesi içerisinde vurgulanmıştır.

Dolayısıyla bu bağlamda bu tezin hipotezi "haber sunumlarında teknolojinin etkisi ve kullanım alanı sürekli genişlemekte ve gerçekliği artırıcı bir etkiye sahip olsa da sadece bir araç etkisine sahip olup, haber sunumlarında kullanılan retorik unsuru ve beraberindeki beden dili kullanımı kişiler arası iletişim gibi izleyici tarafından algılanarak daha inandırıcı bulunmaktadır" şeklinde oluşturulmuştur.

3.6. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Türkiye genelinde belirlenecek bir evren içerisinde izleyiciler üzerinde de oldukça kapsamlı bir anket çalışması yapılması gerekmektedir, bu çalışmada bir sınırlılık olarak geleneksel medyada haber aktarımının tecrübeli kişilerinin birikimlerinden faydalanılmıştır. Çalışma dijital çağda haber sunumlarında retorik perspektifinden dönüşümün incelenmesi bağlamında literatür taramalarını içermektedir. TRT'nin ilk yayın hayatına başladığı yıllarda haber spikerliği yapmaya başlayan ve uzun yıllar TRT'de çalıştıktan sonra emekli olan duayen haber spikerleriyle, belirli dönemlerde TRT ve özel kanallarda çalışmış veya halen bu kanallarda çalışmaya devam etmekte olan 13 yetkin isimle yapılan derinlemesine görüşmelerle sınırlandırılmıştır.

3.7. Araştırmanın Varsayımları

Bu çalışmada derinlemesine görüşme yapılan alanında uzman 13 kişinin sektör deneyimlerinin tezin konusu dâhilinde genel bir perspektiften bakılabilecek kadar doğru veri içerdiği varsayılmaktadır. Ayrıca, bu ifadelerin içeriğinde izleyicilerin neyi inandırıcı bulup bulmadıklarına yönelik karar mekanizmalarının bulunduğu da varsayılarak, derinlemesine görüşme yapılan kişilerin retorik ve haber üretim süreçlerine hâkim olmaları sebebiyle deneyim ve bilgi birikimlerinin bu çalışmada öncelikli olarak yer verilip değerlendirilmesinin yeterli olacağı düşünülmüştür.

3.8. Araştırmada Elde Edilen Bulgular

3.8.1. Televizyon haberciliğinde başarı kıstasları ve retorik ilişkisine ilişkin görüşler

Soru, belirlenen haber spikerleri ve televizyon haberciliğinin yetkin isimlerine yöneltilerek dünden bugüne habercilikteki başarı kıstasları ve bu kıstasların dönüşümü hakkında veri toplanmaya çalışılmıştır.

Denek 1, TRT'nin iki kanal olduğu 1980'li yıllarda mesleğe giriş yaptığını ve o dönemde habercilik, program, radyoculuk başarı kıstaslarının çok farklı olduğunu belirterek devlet kanalında kuralları devletin belirlediğini aktarmıştır. *“Özel televizyon kanalları kurulduktan sonra 1990'lı dönemler ve 2000'li dönemler diye bir ayırım yapmak belki daha doğru olur. Yani 1980-1990'lı yıllarda başarı kıstası daha çok haber yüzleri ve yapılan haberlerin sunumu ile ölçülürdü”* diyerek o dönemde Türkçenin ön planda olduğunu ve spikerlerin metnin dışına çıkamadıklarını ifade etmiştir. Özel televizyon kanallarının kurulmasından itibaren devlet tekelinin yıkıldığını ifade eden Denek 1, özel haberler, haber programları ve canlı yayınlarla haberciliğin ön plana çıktığını; eskisi gibi kalan TRT spikerlerinin tek tek yok olurken başarılı olanların ise yıldızlarının parlamadığını belirtmiştir. Habercilik anlamında 2000 sonrasını ise kanallarda magazin salgını başlayan yıllar olarak niteleyen Denek 1, *“Reha Muhtar ile başlayan bu serüven bir süre sonra tüm kanallara yayıldı. Artık doğru dürüst haberler, yerini magazin turlarına bıraktı. Reyting savaşları zaten bir süredir başarı kıstasını belirleyen ana faktör olmuştur ki, bu da yayıncılık anlayışında geriye doğru bir ivme yarattı”* şeklinde de haberde Reha Muhtar ile başlayan magazinleşme dönemini aktarmıştır. *“Günümüzde*

habercilik tamamen yok olduğu ve neredeyse tüm kanallar devlet kontrolüne geçtiği için başarı kıstası diye bir şey ortada kalmadı” şeklinde günümüzde haberciliğin tamamen devletin kontrolüne ve müdahalesine açık hale geldiğini belirtmiştir.

Denek 2, başarı kıstasları hakkında “Başarı kıstasları; 2000 yılı öncesi ve sonrası dönemleri olarak ayıracak olursak aynıdır. TRT tek tabanca olduğu için özel kanallara geçenler sayesinde dönüşüm olmuştur. TRT’de çalışıp tecrübe kazanan kişiler özel kanallar açılınca o kanallara geçti. Aruz, klasik besteciler, genel kültür gibi konular çok önemli. Her gün dünyadan ve Türkiye’den en az 3 gazete okumalı. Mutlaka gündeme dört dörtlük hâkim olmalı. 2000 yılı öncesi ve sonrası dönemleri ayırarak ele aldığınızda TV haberciliğindeki başarı kıstaslarında fazla dönüşüm yok” diyerek habercinin gündeme hâkim olması gerektiğinin, genel kültürünün ve araştırmacılığının önemine dikkat çekmiştir. “Spiker dediğimiz nedir? Spiker konuşmacıdır; kelime karşılığı. Bunun içine haber spikeri de girer, sunucu da girer, herhangi bir toplantıda sunum yapan konuşmacı da girer. Şimdi bunların konuştuğunu karşı tarafa iyi ifade edebilmesi ve anlaşılabilirliğini sağlaması için evvela kendi dilini çok iyi konuşması lazım. Kendi diline hâkim olmayan bir kişi konuşmacı da olamaz. Başkasının hazırladığı metni de iyi şekilde değerlendiremez” diyerek kendi diline çok hâkim olması gerektiğini ve ancak bu şekilde başarılı olabileceğini belirtmiştir. Haber spikerlerinin aktüaliteyi, dünyada neler olup bittiğini yakından takip eden aynı zamanda güvenilir insanlar olmaları gerektiğini belirten Denek 2, “Kendi dilini bilmeyen bir insanı siz haber spikeri olarak kullanamazsınız. Haber spikerinin iyi dil konuşmanın yanı sıra başka hasletleri de olması lazım. Nedir bunlar? Bir defa aktüaliteyi çok iyi takip edecek. Ne oluyor ne bitiyor? Benim memleketimde ne oluyor, dışarıda ne oluyor? Onu bilmesi lazım. Onun ötesinde çok güvenilir olması lazım. Yani ben karşımda haber spikerini gördüğüm zaman ben ona güvenmeliyim. Bunun için de mimiklerini, jestlerini, beden dilini çok yerinde ve usturuplu kullanması gerekir. Yani haber spikeri kendi istediği gibi elini ayağını oynatıp jestlerle mimiklerle destekleyemez. Görüşü ne olursa olsun, herkesin görüşü kendinedir. Ama orada nötr olarak kalmak zorundadır” şeklinde habercilikteki başarı kıstaslarını aktarmıştır. Haber spikerliğinin 90’lı yıllar öncesinde dünyada BBC tipi ve Amerikan tipi olarak 2 tür olduğunu açıklayan Denek 2, “BBC tipi nedir? Daha oturaklı daha ağırbaşlı, masa başında haberini okuyan, jestlerini mimiklerini fazla kullanmayan, karşıya güven telkin eden bir haber spikeri tipidir. Amerikan tipinde buna ek olarak anchormanlar çıkmıştır. Anchormanlar, haberin mutfağından gelen, akışını düzenleyen, o haberin hakkında hemen hemen her şeyi bilen ve ekrana çıkan. Bizdeki ilk örneği Reha Muhtar’dır

diyelim. Bunlar daha biraz samimi, daha arkadaşça yaklaşımlarla haberi seyircisiyle paylaştan tiplerdir” diyerek Türkiye’de BBC tipi habercilikten Amerikan tipi haber sunumlarına geçildiğini açıklamaktadır. Denek 2, 1990-2000 arasını bir bocalama dönemi olarak niteleyerek özel televizyonlarla başlayan bir öğrenme dönemi olduğunu belirtmiş ve 2000’li yıllar sonrasında ise spikerlerin ayakta dolaşmaya başladığını ve seyircinin dikkatini çekeceğinden dolayı buna sıcak bakmadığını ifade etmiştir. Masa başında oturarak haber sunulan dönemden 2000’li yıllara geçişte haber sunumlarındaki değişim ve ayakta sunumlarla ilgili görüşlerini şu şekilde ifade etmektedir. “Şöyle olabilir belki ona hayır demem ayakta başlar; Ali Kırca da öyle yapardı, Denek 12 Ali de öyle yapardı rahmetli. Ayakta başlarsınız, bir açarsınız, bir seyirciyle hâl hatır olursunuz. Ondan sonra yerinize oturursunuz, devam edersiniz. Bitirirken de tekrar, isterseniz kalkarsınız. Hoşça kalın demek için. Ama bunun arasında sürekli ortalıkta gezinen bir spikere ben karşıyım” diyerek haber sunumlarındaki değişimle ilgili görüşlerini aktarmıştır. Haber spikerinin yabancı dil bilgisi olması gerektiğini, araştırmacı olması gerektiğini ve genel kültürünün yüksek olması gerektiğini belirtmiştir.

Zorlu sınavlardan geçerek birçok konuda eğitim aldıktan sonra TRT’de çalışmaya başladığını belirten Denek 2, “İstanbul’daki TRT sınavına giren 2800 kişiden birkaç kişi sınavı kazandı. Bunun Ankara’sı vardı İzmir’i vardı. Dolayısıyla 7 saat Maçka Maden Fakültesinde kompozisyon, tarih, felsefe, mantık, lise bitirme sınavı gibi, bakalorya sınavı gibi bir genel kültür sınavından geçtik. Oradan kaldı geriye 200 küsur kişi. O 200 küsur kişi yapmak istedikleri, seçecekleri dala göre; prodüktör, spiker, metin yazarı ve araştırmacı olarak dallarını seçtiler. Herkes kendi dalında eğitim gördü. Bunların içinde 30 tane prodüktör vardı, 7-8 tane de spiker kalmıştı. Biz bütün dallarda eğitim gördük. Hem metin yazarı, hem araştırmacı, hem prodüktör, hem spiker. Benim ilk kadrom prodüktör spikerdi. Dolayısıyla ben yıllarca program da yaptım. Hem televizyonda, hem radyoda. Ondan sonraki müracaatlarda jüri başkanlığı da yaptığım çok dönem olmuştur” demiştir. Bir cümle: “Türk lirasının, Amerikan doları karşısındaki paritesi 7 lira, 70 kuruş oldu” ile spiker adaylarını sınavabildiklerini aktarmıştır. 1990’dan önce Türkiye’de yayın yapan tek bir kuruluş olduğunu ifade ederek, TRT’nin spikerlerine çok iyi eğitim verdiğini aktaran Denek 2, “1990 öncesinde tek tabanca TRT vardı. TRT’nin yetişen spikerleri hepsi çok iyi eğitim alarak yetiştiler. TRT bir okuldur, bir ekoldür. Dolayısıyla daha sonraki dönemlerde özel televizyonların başlamasıyla birlikte önce bir kısım TRT’cileri oralara transfer ettiler. Ondan sonra da yenileri kendileri yetiştirmeye

başlayınca sayılar giderek arttı. Çünkü radyo televizyon sayısı da çok arttı. İnanılmaz boyutlarda arttı” demiştir.

Başarı kıstasları olarak haber spikerliğini değerlendiren Denek 2, “İki türlü haber spikerliği var diyelim. Biri masa başı. Papağan spikerlik. Papağan gibi önüne konan metni okuyorsun. Tekrar ediyorsun, bitiyor, hadi Allahımsarladık diyorsun, gidiyorsun. Diğer haber spikerliğinde; stüdyoya konuk alabilirsin. Yorumcu alabilirsin. Röportaj yapmak zorunda kalabilirsin. Soru sormak zorunda kalabilirsin. Dolayısıyla şimdi özel televizyonlarda bu tarafa doğru meyil fazla. Yani haberin ayrıntılarını konuklardan da alıyorlar. Dolayısıyla o konuğu stüdyoda siz konuk ettiğiniz zaman o adamı tanımanız lazım. Kimdir bu adam? Kariyeri nedir? Ben buna nasıl sorular yöneltebilirim? Veyahut da fermuar ağızlı konuklar vardır. Açamazsın fermuarını. Yani biz ona fermuar ağızlı deriz. Açamazsın fermuarını geçer karşına oturur. Böyle ağzından laf almaya çalışırsın, çabalarsın alamazsın. Orada işte haber spikerine düşen görev o adamı konuşturmaktır” şeklinde başarılı olmak için gerekenleri anlatarak günümüzü de değerlendirmektedir. “O açıdan yeni dönem kuşak özellikle tematik kanallar; biraz tematikten çıktılar ama haber televizyonu NTV gibi, CNN gibi, Habertürk gibi kanallardaki bülten saatlerinde spikerlik yapanlar, yorumculuğu da röportajı da hepsini bir arada harmanlayıp sunuyorlar. Başarılı da oluyorlar. Ufak tefek yanlışları yok mu var. Kanal sayısı çok fazla, eğitim almadan kanallarda çalışanlar var” diyerek haber kanallarında çalışan haber spikerlerinin başarılarındaki etkenleri aktarmıştır.

Bir kamu yayıncısı olan ve yasalarla kendisine görev verilen TRT için 2000 yılı öncesi veya 2000 yılı sonrasında bir fark olmadığını ve kamu yayıncılığında iktidarların sözünün geçtiğini belirten Denek 3, iktidara gelen kişinin TRT’den bir yönetici seçerek politikalarını o şekilde yürüttüğünü belirtmiştir. Özel televizyonların da 2000 yılı öncesi ve sonrası dönemlerde TRT’den hiçbir farkları olmadığını hatta daha da kötü olduğunu belirten Denek 3, bu durumda TRT’de en azından devletin anlatıldığını ve temsil edildiğini; özel televizyonlarda ise parayı verenin sözünün geçtiğini ifade etmiştir. Ayrıca özel televizyonların televizyon dünyasına heyecan, yenilik getirmek veya daha objektif haber yapmak için kurulup kurulmadığının bir soru işareti olduğunu, bu şekilde yapanlar olmasına rağmen TRT’de iktidarın; özel kanallarda da patronlar parayı verdiği için patronların ilke ve haberlerini yayınlamak zorunda kaldığını aktarmıştır. Başarıyı objektiflik ve doğru haber vermek olarak niteleyerek TRT’de siyasi iktidara yönelik haberlerin süresi dışında, objektif haberler yapıldığını belirten Denek 3, insanların haberlerin doğruluğunu TRT bültenlerini izleyerek teyit ettiklerini aktararak TRT’nin

başarısını dile getirmiş ve özel kanallarda çalışmadığı için o konuda yorum yapmamıştır. Yaklaşık olarak 2012 yılına kadar TRT'nin sınavla gelen, kendi içinden objektif haberciliği öğrenerek yetişen habercilerin haber yaptığını ancak sonrasında durumun değiştiğini ifade etmiştir. Haber spikerlerini 2000 yılı öncesi ve sonrası dönemler olarak değerlendirdiğimizde de; Denek 3, *“2000 yılı öncesinin spikerleri birer deryaydı. Oturup herhangi bir olayın üzerine konuşabilir, tartışabilirdiniz. Gelişmeleri yakından takip ederlerdi. Sadece ve sadece özellikle televizyon spikerlerinin işi gücü sadece saçlarını yaptıırıp makyaj yaptırmak değildi. Okurlardı. Sonrasında o yavaş yavaş azalmaya başladı. Zaman içerisinde yok oldu. Kendi kanalına yönelik olarak söyleyeyim tabii ki tüm arkadaşlarımı töhmet altında bırakmak istemem ama bazı arkadaşlarımın kendilerinin inanmadığını veya ne okuduklarının farkında olmadığını çoğunlukla izlerdim. Sadece ve sadece haberlerde verilenleri baz alırlar onun ötesinde herhangi bir araştırmaya okumaya kendilerini geliştirmeye ihtiyaç duymadıklarını gördüğümde bundan çok büyük üzüntü duyardım. 2000 yılı öncesi ve sonrasıyla fark çok büyük. Bunu anlatmakla bitmez. Sözün bittiği yerdir o bölüm”* şeklinde haber spikerlerinin başarılarındaki yıllar içindeki değişimi anlatmıştır.

Denek 4, 2000 yılı itibarıyla dijital materyal ve internetin hayatımıza girmesinin başarı ölçütlerini daha görünür kıldığını belirtmiştir. Sosyal medya kullanımının etkinliğinin de, toplumun isteklerinin daha anlaşılır olmasını sağladığını ifade etmiştir. *“Artık başarılı olup olunmadığı anlık öğrenilebiliyor. Habercilik de bu hızlı tepkilerin ölçülmesiyle şekilleniyor. Görsel ve yazılı basın da 2000’li yıllar öncesine göre daha interaktif ve daha üretken. 2000’li yıllar öncesine baktığımızda ise günlük gündem takibi ve büyük olayların yer aldığı bir habercilik anlayışı olduğu görülüyor”* diyerek habercilikteki başarı kıstaslarının en büyük dönüşümün toplumun kendisi olduğunu belirtmiştir.

“Televizyon haberciliğinde başarı” kavramının göreceli bir durum olduğunu belirten Denek 5, *“‘Kime göre, neye göre başarı?’ Ancak bilinen ve kabul edilen habercilik ilkelerine göre yapılan bir haberde kamu yararı varsa ve yayımlandıktan sonra pozitif yönde bir etkiyi ortaya çıkartıyorsa ‘başarılıdır’ diyebiliriz”* demiştir. Ülkemizde TRT ile başlayan televizyonculuğun 1990 yılından sonra çok hızlı bir şekilde büyüdüğünü ifade ederek, o dönemde yayın hayatına başlayan pek çok televizyon kanalında televizyon çalışanlarının daha özgür, daha tarafsız habercilik yapabildiğini belirtmiştir. Denek 5, o ortamın, kamunun yani izleyicinin fayda gördüğü, etkili ve başarılı haberleri

doğurduğunu ifade ederek 1994 yılında RTÜK'ün (Radyo Televizyon Üst Kurulu) kurulmasıyla özgür, tarafsız ortamın yavaş yavaş değiştiğini belirtmiştir.

“2000 yılından sonra ise siyasetçiler televizyon kanallarıyla çok daha yakından ilgilendi. Medya patronlarını kendilerine yakın isimlerden seçmeye başladı. Bu televizyon kanallarına yönetici olarak kendilerine yakın isimleri yönetici yapılmasını sağladılar. İşte bu noktadan sonra televizyon haberciliği ülkemizde büyük bir çıkmazın içine girdi. Bizlere İletişim Fakültelerinde öğretilen etik kurallar ve haberciliğin tarafsız hali, çok büyük oranda ortadan kalktı” şeklinde televizyon haberciliğindeki dönüşümü açıklamıştır.

Denek 6, televizyon yayıncılığında özel kanalların devreye girdiği 90'lı yıllardan itibaren reyting kavramının da yavaş yavaş kendini hissettirmeye başladığını belirterek özel kanalların zaman içerisinde tecrübe kazanıp özellikle 2000'li yıllardan itibaren ağırlığını daha fazla hissettirmeye başladığını ifade etmiştir. Bu durumun anchorman ve anchorwoman olarak nitelendirilen haber sunucularını hayatımıza taşıdığını ve o güne kadar TRT'nin geleneksel habercilik anlayışının doğru; güvenilir ve tarafsız habercilik olarak nitelendirilmekte olduğunu belirten Denek 6, *“TRT her zaman devletten yana ve kamu yararı gözetken bir anlayışla yayın yapmış bir kurumdur. Ekrana çıkardığı spikerleri de yayıncılık anlayışına paralel biçimde, ciddi, güvenilir, tarafsız kişilerdir. En önemli özellikleri de hatasız bir İstanbul Türkçesi konuşmaları ve güzel bir ses tonuna sahip olmalarıdır”* şeklinde spikerler hakkında bilgi vermiştir. Denek 6, 2000'li yıllardan itibaren ekranlardaki sunucu profilinin ve habercilik anlayışının değişmeye başladığını belirterek anchorman ve anchorwomanların bazılarının gazeteci kökenli olduğunu ve TRT'nin alışılmış spiker kriterlerinden uzak olduğunu belirtmiştir. Ses ve Türkçenin mükemmelliğinin haber bültenlerindeki başarı kriterlerinden ilk çıkan unsurlar olduğunu belirten Denek 6, *“Daha rahat ve lakayt bir tavırlı bir sunum anlayışı hâkim oldu. Özel kanallar genellikle büyük gazetelerin sahipliğinde kurulmuşlardı ve bu gazetelerin patronları da çok farklı sektörlerde faaliyet gösteren iş adamlarıydı. Zaman içinde bu iş adamlarının iş dünyasındaki beklentileri onları iktidara yakın hale getirdi. Bu yüzden de tarafsızlık kavramı sektöre uğramaya başladı. Onların bu tavırlarına TRT de başka sebeplerle ortak olunca, tarafsız habercilik bir başarı kriteri olmaktan çıktı”* şeklinde 2000 yılı öncesi ve sonrası dönemleri başarı kıstaslarındaki değişimi ifade etmiştir.

Denek 7, medyada dijitalleşmenin 2000'li yıllarla başladığını; öncesinde kopyalama, aktarma ve rekabet sorunları nedeniyle medya kuruluşlarının haber merkezlerinde daha çok personel istihdam edildiğini belirtmiştir. O dönemde Türkiye'de özel televizyonlar

yeni kurulduğu için rekabetin en üst düzeyde olduğunu ifade eden Denek 7, *“Muhabirler birbirlerine özel haber atlattıklarında bir maaş prim alırlardı. Başarı ödüllendirildiği gibi, başarısızlık da anında karşılık bulurdu, haber atlayan muhabirin işten çıkarılması normal sayılırdı. Daha sonra medyada dijitalleşme başladı”* şeklinde başarı ve başarısızlığın sonuçlarına değinmiştir. Ardından dijital fotoğraf makineleri ve kameraların yaygınlaşmasıyla sahada çalışan muhabir ve kameramanların birbirlerinden görüntü transferinin kolaylaştığını ve bir dijital kamera ve laptopun yeterli olduğunu aktarmıştır. Bu durumun sahada çalışan muhabirler arasında fiili bir havuz sisteminin kurulmasına neden olduğunu ve haber atlamamak ve işinden olmamak için herkesin kurulan o sisteminin üyesi olduğunu belirtmiştir. *“Gazete ve televizyonların rekabet ortamında ayrışması için özel haber şart. Bu nedenle haber merkezlerinde özel haber birimleri oluşturuldu. İşin sırf, ‘özel haber’ yapmak olan muhabirler istihdam edilmeye başlandı”* diyerek dönemle ilgili ayrıntılar hakkında da bilgiler vermiştir.

Denek 8, karasal yayıncılığın yerini uydu yayıncılığına bırakmasıyla birlikte kanal sayılarının hızlı bir artış gösterdiğini belirterek *“Televizyon kanallarını ayakta tutanın reklam pastası olduğu düşünülürse, büyüyen medya karşısında aynı kalan reklam pastası getiriyi düşürmüştü; bunun yansımaları da istihdamda kendini göstermiştir”* şeklinde iş bulma olanakları hakkında bilgi vermiştir. Özel televizyonculuğun ilk yıllarındaki ücretlerin zihinlerde efsane olarak kaldığını ancak ekonomideki arz talep dengesi doğrultusunda eleman ihtiyacının çok artmasının, doğal olarak kaliteyi düşürdüğünü belirtmiştir. Denek 8, *“İşin kötüsü izleyicinin seçicilikten uzak duruşu işverenin işine yaramış; nitelik, aranan özellik olmaktan uzaklaşmıştır”* şeklinde izleyici ve işverenlerin istihdamla ilgili tutumları hakkında görüşlerini aktarmıştır.

Denek 9, diğer televizyonlardan hatta daha geniş haber servisleri olan gazetelerden farklı ya da üzerinde çalışılmış haber verme çabası olan televizyonların, günümüzde haberden çok PR kabul edilebilecek bültenlerle izleyici karşısına çıktığını aktarmıştır.

Denek 10, başarı kıstaslarının, 1970'lerden çok daha farklı olduğunu, ilk dönemlerdeki durgun ve kontrollü haber spikeri ve muhabiri görüntüsünden çok, daha dinamik bir haberciliğe geçildiğini belirtmiştir. *“Başarı eskiden uzun haber yazabilmekken 2000'lerden sonra kısa ve az cümleli haber ama bültende bol haber anlayışı gelişti. Ancak bir şey ortadan kaktı. Haber, haber program, naklen yayın, siyasî yayın ve yorumlar 2000'den daha doğrusu 1990'dan önce ana çizgileriyle birbirinden ayrılmıştı. Bu beş yayından herhangi birinin, diğerinin içinde olmaması gerektiği düşünülürdü”* şeklinde bilgi vermiştir. Bir haber bültenini izlerken, birdenbire spikerin

yorum yapmaya başladığını ancak insanların spikeri yorum yapması için izlemediğini belirten Denek 10, *“Spikerin tanımı bellidir. Eskiden, kaşıyla gözüyle mesaj veriyor diye spikerler eleştirilirdi. Şimdi açıkça taraf oluyor ve yorum yapıyor. Ancak başarı kıstası habercilikte bellidir: açık, tarafsız, çabuk ve doğru habercilik yapan başarılıdır”* diyerek başarı kıstaslarındaki dönüşüme dair bilgiler aktarmıştır.

Denek 11, 2000 yılından önceki teknoloji ve sistemler ile karşılaştığımızda günümüz TV haberciliğinin müthiş bir hız ve bilgi belge akışına kavuştuğunu ve dolayısıyla habere ulaşmanın da o haberi seyirciye ulaştırmanın da kolaylaştığını belirtmiştir. *“3G teknolojisi başta olmak üzere artık profesyonel kamera kadar iyi çekim yapabilen telefon kameraları, mobese kameraları, dronlar ile birlikte neredeyse her yer ve her bir birey bir muhabir ve kameramana dönüştü. Bu mutfaktaki işimizi kolaylaştırırken aynı zamanda haber seçimi anlamında bir o kadar zorlaştırdı”* diyerek 2000 yılı ile günümüzü karşılaştırmış ve bu anlamda günümüzde müthiş bir başarı sağlanmış olsa da çalışan kalitesinin de bir o kadar düştüğünü ifade ederek televizyon haberciliğini değerlendirmiştir.

Denek 12, 2000 yılı öncesinde haberciliğin çok katmanlı bir boyutta olmadığını, genellikle ajans haberciliği yapıp onlar üzerinden haberlerin yürütüldüğünü belirtmiştir. *“Özellikle son zamanlarda biz yeni nesil haberciliği konuşuyoruz. Yeni nesil habercilik dediğimiz şey tam anlamıyla whatsapp haberciliği yani; etrafta gördüğünüz tüm olayları bir anda çekip atabiliyorsunuz. Haber merkezi de anında o görüntüleri, doğruluğunu teyit ettikten sonra yayınlatabiliyor”* diyerek hızlaşan ve ajans haberciliğinden yeni nesil haberciliğe geçişi anlatmıştır. Başarı kıstaslarının da teknoloji ölçüsünde arttığını aktararak muhabirlerin 2000 yılından önce bir haberi elde edebilmek için çok mücadele ettiğini ancak günümüzde artık bu kadar çalışılmadığını ifade etmiştir. Önceden görüntülerin defalarca izlenmesi, başa alınması ve daha birçok işlerin yapılması gerektiğini ancak yeni nesil habercilik denen sistemde artık teknoloji oranında başarının daha müsait olduğunu belirtmiştir. *“Ama bana göre tarz itibarı ile 2000 yılı öncesinde yapılan habercilik zor ve meşakkatli olduğu için onlar çok daha değerli benim için”* diyerek 2000 yılı öncesi ve günümüze dair görüşlerini ifade etmiştir.

Denek 13, televizyon haberciliğindeki başarı kıstaslarını 2000 yılı öncesi ve sonrası olarak ayırmaktan ziyade; tek kanal TV haberciliği ile televizyonların çoğaldığı dönem habercilik başarısı olarak değerlendirmek gerektiğini belirterek *“Tek kanal haberciliğinde; adı üstünde tek kaynak olduğundan haberler önemliydi ve izlenmekteydi. Kanal sayısı arttığında haber sunumları farklılaştı. Ancak güvenilirlik hepsi için aynı*

olmadı elbette. Ayrıca beklenen rekabette kalite yoktu, bu da büyük bir başarı getirmedir” diyerek rekabet ve kalite ilişkisinden bahsetmiştir.

3.8.2. Kanal sayısındaki artış ile istihdam ve başarı arasındaki ilişkiye ilişkin görüşler

Sorunun haber spikerleri ve televizyon haberciliğinin belirlenen yetkin isimlerine yöneltilmesiyle, TRT’nin tek televizyon kanalı olduğu yıllar ile günümüz arasında istihdam ve başarının dönüşümü hakkındaki verilerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Soru, TRT’nin tek kanal olduğu dönem ile günümüz arasında, istihdam ve başarı kıstaslarına dair bulguların kıyaslanması bakımından önem taşımaktadır.

Denek 1, Kanal sayısının az olduğu dönemlerde o kanalların beslenebileceği tek kurumun ve başarı kıstasının TRT olduğunu belirterek *“Ben TRT’ye 18.000 kişi arasından 5-6 sınavı kazandıktan sonra girmeye hak kazanmıştım. Yayıncılığın başka öğrenebileceği bir yer de yoktu zaten. Kanal sayısı artmaya başlayınca bu kez gazetelerde çalışan arkadaşlarımız haber merkezlerine dâhil olmaya başladılar”* şeklinde bilgi vermiştir. Ekranda ve habercilikte doğru işler yapan ve özellikle canlı yayınları başından sonuna götürebilenlerin başarılı olduğunu ifade eden Denek 1, kanal sayılarının artmaya başlamasıyla birlikte teknik ekip sıkıntısının da yaşanmaya başladığını, haber yönetmeni kadrolarında sıkıntılar oluştuğunu aktarmıştır. Tecrübesiz kişilerin işe alınıp yetiştirilmeye çalışıldığını ve bu şekilde bir süre sonra da kalitenin düştüğünü ifade eden Denek 1 *“Günümüzde ise o kadar çok kanal var ki; her ne kadar habercilik yapılmıyor olsa da çok kötü bir Türkçe konuşuluyor. Ne yazık ki, çocuklarımız ve gençlerimiz bu dilden etkileniyor. Artık geçmiş dönemde alınan ücretler de ortadan kalktı. Şimdi kanal çok ama çok fazla İletişim Fakültesi ve mezun olan gençler var. Bu kez de istihdam fazlası oluştu diyebiliriz”* şeklinde değişen istihdam ve başarı şartları ile ilgili bilgi vermiştir.

Denek 2 ise; eğitim imkânları açısından az sayıda kanal olmasını olumlu değerlendirmiş ve günümüzde kanal sayısının artmasının istihdamı artırsa da başarıyı düşürdüğünü belirtmiştir.

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesinde ders verdiği dönemde mezun öğrencisinin alanda iş bulamamasıyla ilgili olarak da *“Bu kadar fazla kanalın olduğu bir yerde çocukların iş bulamaması bir defa çok ayıp bir şey. Yani kanalların en azından İletişim Fakültelerinden mezun olanlara bir kontenjan ayırması lazım diye düşünüyorum. Ama şu da var tabii. Şu anda kaç tane üniversitemiz var? 100’ün üzerinde. Burada 100’ün*

üzerinde de İletişim Fakültesi var demektir. Ben mesela 94-99 arasında hocalık yaptım. 4. sınıfları okutuyordum. Mezun olan öğrencilerim hem birinci öğretim hem ikinci öğretim 50-55 civarındaydı. Her yıl düşünün 100 tane öğrenci sadece Marmara'dan mezun oluyormuş o dönemde. Öbür fakülteleri de katalım üstüne. O kadar çocuğu nereye yerleştireceksiniz? O da mümkün değil” diyerek o yıllardan günümüze istihdamla ilgili değerlendirmelerini belirtmiştir.

Televizyon kanallarının artışının ihtiyaçları da artırdığını ve istihdamı fazlaştırdığını belirten Denek 2, istihdamı kaliteli ve kalitesiz istihdam olarak ikiye ayırarak istihdam artışının kalitenin yanında kalitesizleri de kullanmaya ihtiyaç duyduğunu aktarır. Bu durumda kalitesiz spikerle kaliteli spikerin yan yana oturup bülten okuduğunda kalitesizin kaliteli olanı da bozduğunu belirtmiştir.

Denek 3, TRT’de haberlerle ilgili olarak Ankara, İstanbul, İzmir’de spikerlik sınavı açıldığında 16 bin kişinin başvurduğunu, kendisinin 7 sınavdan geçtiğini ve ancak 1 yıl sonra atanabildiğini; sınavı da 16 bin kişiden sadece 6 kişinin kazandığını belirtmiştir. TRT’nin tüm branşlarında istihdamın böyle yapıldığını çok nadiren dışardan insanın tepeden inerek geldiğini aktarmıştır. Günümüzde artık uzun yıllardır TRT’de sınav olmadığını istihdamla başarı arasındaki ilişkinin de artık olmadığını belirten Denek 3, “İstihdamın tek bir yolu var; o da belli. Artık belirli bir kanaldan, belirli bir merkezden birtakım talimatlarla insanlar alınır oldu. Ve gelen insanlar başka televizyonlardan, başka gazetelerden, başka haber ajanslarından geldiler. Ve sözüm ona TRT’yi düzeltmeye geldiler. Düşünün ki siz orada tecrübeli bir demircisiniz, hayatında demir dövmemiş insanları sizin üstünüze gönderiyorlar ve diyorlar ki siz kenara çekilin bu işi çok iyi bilen insanlar geldi. Daha demir dövmeyi bilmiyorlardı bile... Ve istihdam ve başarı arasındaki ilişkiyi yok ettiler” diyerek istihdamla ilgili görüşlerini belirtmiştir. “Sadece bendensen istihdam edilirsin ve sana çok büyük paralar veririm. Benden değilsen işte seni yavaş yavaş eritmenin yolunu ararım. Olay buydu. Bunun ötesinde başka bir yöntem yoktu” ifadeleriyle de TRT’den bahsederek bu durumun kanal sayısının artmasıyla ilgili değil yayın etiğiyle ilgili bir durum olduğunu belirtmiştir. Denek 3, istihdamla başarı arasındaki eskiden mükemmel ilişkinin günümüzde artık söz konusu bile olmadığını aktarmıştır.

Özellikle tek kanallı dönemde, televizyon istihdamının devlet eliyle sağlandığını ve burada bir başarı ölçütü söz konusu olmadığını ancak özel kanalların hayatımıza girdiği 90’lı yıllar itibarıyla bir kıyas yapılabileceğini belirten Denek 4, özel televizyon kanallarının Türkiye’de önemli bir istihdam alanı oluşturduğunu gerek habercilik gerekse

televizyon programcılığı alanında iş imkânları sağladığını ifade etmiştir. *“Başarılı olmak isteyen televizyon kanalları toplumda karşılığı olan ve değer gören isimleri kadrolarına katma çabası içinde olmuşlardır her daim. Bu ölçüt özellikle kamera önü için geçerli”* diyerek televizyon kanallarının, daha önce başarılarla imza atmış isimlere kadrolarında yer vermeye çalıştığını amacın ise; sağlanan bu istihdamla başarı elde etmek olduğunu ancak birebir istihdamın başarı getirdiğini söylemenin doğru olmadığını belirtmiştir.

Denek 5, televizyon kanalı sayısının az olduğunu belirttiği 1990-2000 yıllarında istihdam edilen personel sayısının, günümüzün artan televizyon kanalı sayısına oranla daha yüksek olduğunu, bunun da daha büyük başarılar getirdiğini ifade etmiştir. Günümüzde televizyon sayısı çok yüksek olsa da çalışan sayısının gelişen televizyon teknolojisi nedeniyle azaldığını aktaran Denek 5, ucuz maliyeti nedeniyle ajans haberciliğinin ön plana çıktığını belirtmiştir. *“İstanbul ya da Ankara merkezli pek çok televizyon kanalında 'Yurt Haberler Servisi' kapandı. Taşra olarak ifade etmiş olduğumuz Anadolu'daki illerde bulunan yerel muhabir ve kameramanların işlerine son verildi. Bu nedenle çok az personel istihdam ediliyor ve daha ucuza habercilik yapılıyor. Bu durum televizyon haberciliğinde rekabeti ortadan kaldırdı. Özel haber kavramı büyük oranda yok oldu”* diyerek istihdam ve başarı ilişkisi hakkında değerlendirmelerde bulunmuştur.

Başarının 2000’li yıllar öncesinde istihdamın en temel gerekçesi olduğunu ve az sayıda televizyon kanalının, kalifiye eleman çalıştırmak prensibine sadık kalarak çalıştığını belirten Denek 6, o süreçte en büyük kaynağın TRT olduğunu ifade ederek *“TRT’de yetişen deneyimli yayıncılar özel kanalların ilk yıllarında onların can simidi oldular. Kanal sayısının artmasıyla deneyimli ve kalifiye eleman arayışı sekteye uğradı. Ekranlar tecrübesiz ve çok zaman da bilinçsiz kişilere teslim edilmeye başlandı”* şeklinde 2000’li yıllar ve öncesini değerlendirmiştir.

Denek 7, televizyonların kanal sayısı arttıkça haberciliği kısmen ajanslara devrettiğini ve ajans haberciliğinin hem daha ucuz hem daha kolay hem de daha sorunsuz olduğunu belirterek *“Televizyon yönetimi bir haberle ilgili sıkıntı yaşanırsa topu ajansa atıp çıkıyor, haber merkezleri ortada bir yanlış varsa ajansın yanlış deyip sıyrılabiliyor”* şeklinde habercilik ve istihdam ilişkisini ifade etmiştir.

Denek 8, *“Geçmişin, ilkeli, kalemini kırmak yerine kafasını kırmayı düstur edinmiş basın patronları yerini holding sahiplerine bıraktı. Paranın bir türlü satın alamadığı kocaman itibarlar televizyon sahipliği sıfatıyla kucaklara düştü”* diyerek holding sahiplerinin bu sayede önlerinde bütün kapıların açıldığını gördüklerini ve bunun ardından da medya kuruluşlarının organize sanayi bölgeleri gibi irili ufaklı birbiri ardına

açılmaya başladığını belirtmiştir. Özellikle ulusal kanalların 4. kuvvet avantajının bu pastayı daha özendirici hale getirdiğini aktaran Denek 8, bir televizyonun ya da bir gazetenin ekonomik olarak maliyetinin çok büyük olduğunu ifade etmiştir. Bir yandan artan rakipler dolayısıyla yükselen maliyet, diğer yandan halkın istediğini vermek kolaycılığı el ele verince; önce maliyetlerin, ardından da kalitenin düşürüldüğünü ifade eden Denek 8, gazete sütunlarının ve televizyon ekranlarının deneyimli personel yerine daha düşük ücretli, daha genç, daha yetersiz insanların kamerasına, kalemine emanet edilmeye başladığını aktarmıştır.

Denek 9, az sayıda televizyon kanalı olan dönemlerden günümüze geçişte, televizyonların habercilik deneyimi arayan televizyonlardan, muhabir ya da spikerin ekranda iyi görünmesinin yeterli kabul edildiği televizyon dönemine geçildiğini belirtmiştir. *“Güzel ya da yakışıklı olarak diye nitelenen stajyerler iki üç günlük deneyimin ardından habere gönderilmektedir”* diyerek kıyaslama yapmıştır.

Özel televizyon kanallarının ilk dönemlerinde az kişiyle çok iş yapılmasının benimsendiğini ve spiker, prodüktör, ışıkçı, sesçi, kameraman, yönetmen, dekoratör, teknisyen, mühendis, grafiker, arşivci, muhabir, çevirmen, redaktör, editör, müdür, montajcı, araştırmacı vb. çekirdek kadronun minimum 100 kişi olduğunu belirten Denek 10; *“Bugün NTV’de en az 400 kişi çalışıyor. TRT başlangıçtaki tek kanalda birinci gün 200 kişiyi istihdam etmişti. Haftada toplam yayın saati ise sadece 9 idi. 24 saatlik bir yayını 25-30 kişiyle yapamazsınız. Özel kanallar bunu bildikleri için günümüzde belli bir nüveye maaş veriyor, diğerlerini stajyer gibi çalıştırıyor”* diyerek insanların belirli bir işi varsa üretim olduğunu aksi takdirde bunun ancak dökme suyla değirmen olabileceğini ve her yıl kanalların kapanma sebeplerinden birinin de istihdama para ayıracak kaynağı bulamaması olduğunu belirterek *“Kaliteli yayın, ancak yeterli sayıda kaliteli personel çalıştırmakla mümkündür”* diyerek istihdam-başarı ilişkisi hakkındaki görüşlerini belirtmiştir.

Denek 11, televizyon kanallarının sayısının az olduğu dönemlerde istihdam edilecek kişilerin büyük bir titizlikle elemelerden geçirilerek uzun süre denendiğini, bu deneme süresi içinde dahi profesyonellerce eğitildiğini ve ancak tam bir donanıma ulaştıklarında net bir görev verildiğini belirtmiştir. Kanal sayısının artması ve istihdam sayısındaki doğal artış ile birlikte bu eğitim sürelerinin ya çok kısaldığını ya da neredeyse yok denecek noktaya geldiğini ifade eden Denek 11, *“Değerlendirmeye televizyonun okulu denen TRT Kurumu da dâhil oldu zamanla maalesef. Ve bireysel başarılar müthiş ölçüde düşüş gösterdi. Tabii başarıdan neyi kastettiğimiz de önemli. Ama kalite ve doğru*

habercilik kurallarından bahsediyorsak ve başarıyı da buna bağlayacaksak geldiğimiz nokta maalesef bu...” diyerek konuyla ilgili görüşlerini belirtmiştir.

Denek 12, günümüzde irili ufaklı, yerel, bölgesel, ulusal ve tematik olarak adlandırılan televizyon kanalı sayısının 360’ı bulunduğunu ancak hem nitelikli hem tematik hem de ulusal televizyon kanalı statüsüne bakıldığı zaman bunun da 20-30 televizyon kanalı arasında olduğunu belirtmiştir. İletişim Fakültelerinden mezun olanların iş bulmalarının hatta stajlarının bile bir hayli güçleştiğini ifade ederek günümüzde kanal sayısı artarken aynı oranda artan televizyon kanallarının nitelik ve nicelik olarak hem görsel hem de içerik açısından iyi olmadığını ifade etmiştir. *“Tamamıyla uydu kirasını ödeyerek klip yayınları yapan müzik kanalları ve bu anlamda sadece televizyonda eski Kemal Sunal’ın filmlerini yayınlayan televizyon çöplüğüne kavuştu televizyon sektörü. Dolayısıyla bu televizyonların artması iletişim fakültesi mezunu arkadaşlarımızın oraya gireceği anlamına gelmiyor; zaten istihdam edilen bir iki kişiyle o tipteki televizyon kanalları dönüyor. İçeriği, görseli ve bu anlamda etkisiyle birlikte; iyi olan televizyon kanalları maalesef artmadı”* diyerek artan televizyon sayısının başarı ve istihdamı artırmadığını belirtmiştir.

Denek 13 ise; kanal sayısı arttıkça istihdamın da arttığını ancak İletişim Fakültesi öğrencilerine kanallarda daha çok yer verilmesine karşın bu öğrencilerin ne kadar yayıncı olacağının tartışılacağı görüşünde olduğunu belirtmiştir. *“Kaldı ki bu dönemde fizikleri güzel olduğu için alınanlar epey çoktur. Çünkü TV sahipleri genelde işin uzmanları değil kapital sahipleridir. Bu nedenle de istihdam şekli kendi amaçları doğrultusunda olmuştur”* diyerek kanal sayısı arttıkça teknolojinin getirileri dışında kalite anlamında düşüş yaşandığını; bunun da yalnızca habercilikte değil muhabirlik, spikerlik de dâhil genel bir durum olduğunu belirtmiştir.

3.8.3. Kanal sayısının artışıyla spikerlik ve haber sunum tekniklerindeki dönüşümün eski ve yeni zamanların retoriğine kıyasla nasıl farklılaştığına ilişkin görüşler

Sorunun haber spikerleri ve televizyon haberciliğinin belirlenen yetkin isimlerine yönltilmesiyle, artan kanal sayısının spikerlik ve haber sunum tekniklerindeki dönüşüm hakkındaki verilerin toplanması amaçlanmıştır. Soru, çalışmada haber spikerleri ve habercilerle TRT’nin tek kanal olduğu dönem ile günümüz arasında, spikerlik ve haber sunum tekniklerine dair bulguların kıyaslanması amacıyla sorulmuştur.

Denek 1, TRT’de çalıştığı dönemlerde haberi oturur şekilde sunduklarını ancak günümüzde artık ayakta haber sunmanın moda haline geldiğini belirtmiştir. Bunun da beden dili gibi konulara daha hazırlıklı olmayı gündeme getirdiğini; artık iletişim araçları geliştiğini, eskiden rejiden gelecek komutlara göre haber sunduklarını aktarmıştır. *“Ben ve benim gibi bir iki spiker sürekli kulaklık açık, rejiyi dinleyerek yayın yapardık. Şimdilerde bilgisayar, internet, telefon, sosyal medya hesapları öne çıktı. Haber sunum ve bültenlerinde bunlardan da faydalanılır oldu”* diyerek ajansların sürekli spikerin önünde açık olduğunu ve son dakika gelişmelerini anında görme imkânı olduğunu ifade etmiştir. Eski yıllarda AA’nın teleksteki zili çaldığında herkesin Haber Merkezinde teleksin başına koştuğunu ve o haberin alınarak hazırlandığını, spikere iletilindiğini belirtmiştir. Denek 1, o günlerden haber olmasa bile alt yazı ile son dakika gelişmesi vermenin mümkün olduğu, ajanstan gelen son dakika haberlerin anında ekranlara düğüldüğü günümüze gelindiğini aktarmıştır. *“Eskiden muhabirler anons yapmazlardı, Star TV ile birlikte muhabirler de görüntülü habere geçmeden önce anons yapmaya başladılar. Bu da yeni haber yüzlerinin ortaya çıkmasına neden oldu. Tabii 5 N, 1 K değişmedi, değişmez de... Tabii düzgün diksiyon ve iyi bir beden dili sizleri diğerlerinden ayıracak en önemli etmenlerdir, bu hiç değişmedi, değişmeyecek de...”* diyerek spikerlik ve haber sunum tekniklerini değerlendirmiştir.

Denek 2 da, eskiden TRT zamanında tek kanal varken haberin masada oturarak okunduğunu, bir tek masa olduğunu, haber spikerinin çok sade giyimli; kadınsa saçlarının ve makyajının çok sade, dikkat çekmeyecek şekilde olduğunu ve aksesuar takmadığını aktarmıştır. Haberin önüne çıkacak hiçbir şey olmadığını ve haber spikerinin çok düzgün bir diksiyonla, habere hâkim bir şekilde haber okuduğunu belirten Denek 2, yorum da yapmadıklarını belirtmiştir. Eskiden teknik olarak imkânların sınırlı olduğunu ve haberlerde efekt vb. kullanılmadığını; haberin önüne asla geçilmediğini ifade ederek o dönemde tek kanal varken spikerlerin daha fazla deneyimli olduğunu, konuya hâkim, haberin mutfağından gelen, bağırıp çağırmayan, bir gelişme olduğu zaman konuyu bilip anlatabilen kişiler olduğunu ifade etmiştir. *“Şimdi çok fazla kanal var. Günümüzde büyük bir masa başında haber okunuyor. Ayakta haber sunumu yapanlar da var. Haber spikerlerinde diksiyon eskisi gibi değil. Kıyafetler, renkler, saç-makyaj, aksesuar haberin önüne geçecek kadar dikkat çekici kadınlarda. Ayakta sunum yapanlar var, yorum yapıyorlar haberlerde. Stüdyo görsel olarak donanımlı, teknik olanaklar yönünden zengin. Grafikler, ekranlar, dron görüntüleri kullanılıyor. Haber spikeri yürüyerek haber sunabiliyor, ekrandan gösterebiliyor, yorum katıyor”* şeklinde bilgi vererek ancak

günümüzde yabancı kanallarda da haber spikerlerinin oturarak haber okuduklarını belirtmiştir.

Denek 2, eskiden BBC örneği olduğunu; spikerlerin masada oturarak fazla abartmadan, yorum katmadan, mimiklerine, jestlerine, beden dillerine müracaat etmeden, seyirciyle araya belli bir mesafe koyarak okuduklarını aktarmıştır. Daha sonra anchorman, anchorwoman şeklinde Amerika'dan biraz daha arkadaşça bir yaklaşımla biraz daha samimi bir yaklaşım getiren bir olay çıktığını belirtmiştir. *“CNN International’i açtığınız zaman spiker oturuyordur yerinde. Ben hiç CNN spikerini ortalıkta dolaşırken görmedim. Ne yapar? Bol miktarda bağlanır. Şimdi artık kuru kuruya, oturduğu yerden haber okumak yok. Dijital imkânların artması, görüntü fazlalaşması, görüntü imkânının artması sayesinde artık 4.5 G ile bağlandım, 5 G ile bağlandım; bizim zamanımızda öyle şeyler yok”* diyerek Çanakkale’de törenler olduğunda 20.00 haberlerine girecek görüntülerin montaj yapılmak üzere helikopterle televizyona ancak 19.40’ta ulaştığından birkaç dakikalık bir haber montajının yetiştirilebildiğini belirtmiştir.

Yabancı kanallardan kendi takip ettiği Deutsche Welle, BBC, CNN, RAI kanallarında da spikerlerin oturarak haber sunduğunu ifade eden Denek 2, çok bağlantılı devam ettiklerini belirterek *“Bunu kendi imkânlarıyla yaparlar ki bunu CNN genelde yapar. Irak Harbi’nde çok büyük paralar sarfetmiştir bu konuda. CNN çok büyük para yatırdı Irak Harbi’nde Körfez Savaşı’nda. Ne yaptı işte? O zaman koca koca uydular, naklen yayın arabaları, onları her yere serdiler... Ama neden çıkarları var; çektiği görüntüyü satıyor. Aynı şekilde Reuters, Associated Press veya Agence France Press. Büyük ajanslar bu tür büyük dünya olaylarında çok yakından takip eder ve hiçbir paradan kaçınmazlar. Muhabir yollarlar, teknik imkânlarını oraya yöneltirler. Büyük büyük uydular kurarlar transpornerlar kiralarlar uzaydan. Karşılığında da para kazanırlar”* diyerek bağlantılı haberler için yapılan harcamalardan bahsetmiştir.

Denek 3, kanal sayısının artışıyla birlikte spikerlik ve haber sunum tekniklerindeki dönüşümün, ilk ticari televizyonun kurulmasıyla başladığını belirtmiştir. Özel sektörün henüz kendi yayıncısını üretecek durumda olmadığından, İnterstar’a, kamu yayın kuruluşu olan TRT’den gittiğini ifade etmiştir. Denek 3, böyle bir sektör, böyle bir eğitim alanı olmadığından TRT’den gidenlerin gittikleri ticari televizyonlarda çalışmaya başladığını aktarmıştır. Bu kanalların, o yıllarda TRT’nin tek taraflı verdiği, siyah beyaz veya hep birbirine benzer programlardan sunumlardan ve pek çok şeyden kurtulmasını sağladığını; en azından rekabeti ortaya çıkardığını belirten Denek 3, bununla birlikte

yıllar içinde kanal sayısı arttıkça spikere, yayıncıya, haberciye daha fazla ihtiyaç olduğunu ifade etmiştir. TRT'nin de o kadar besleyecek durumu olmadığını, zaman içerisinde beslediklerinin bittiğini belirten Denek 3, daha sonra gazetelerden vb. bir takım yerlerden gelen insanların ticari televizyonlarda yer almaya başladığını ifade etmiştir. Denek 3, *“Ben yıllarca kamu yayın kurumunda spikerlik yaptım. Bize sadece öğretilen tek cümle şuydu; hiçbir zaman öne çıkmayacaksınız. Öne çıkacak herhangi bir davranış yapmayacaksınız, siz burada bir ekip çalışmasının sonucu olarak son adam olarak çıkıyorsunuz. Dolayısıyla da siz bir ekibi temsil ediyorsunuz. Adınız değil TRT'yi temsil ediyorsunuz. Biz de hayatımız boyunca hep böyle bir spikerlik yaptık”* demiştir. TRT'de verilen görevin haberi sadece ve sadece izleyiciye aktarmak olduğunu; anchormanlık gibi yani haberle ilgili yorum yapan, haberle ilgili fikir ve düşüncelerini de söyleyebilen insanlar TRT'de olmadığını nedeninin de izin verilmemesi olduğunu ifade etmiştir. Denek 3, TRT'de *“Sadece bunu alacaksınız ve okuyacaksınız dendi ki kişisel olarak bu benim her zaman karşı çıktığım şeydi çünkü kendimi katmak istiyordum. Ama hiçbir zaman kendimi katamadım”* demiştir. Denek 3, sonraki süreçte ticari televizyonların çıkışı ve kanal sayısının artışıyla birlikte, reyting yarışına başladığını; reyting yarışında ayakta sunmak, oturarak sunmak, dev stüdyoda sunmak, yanına konuk almak, sansasyon yaratmak vb. haberlerin de şeklinin değişmeye başladığını belirtmiştir. Bu değişimin iyi veya kötü olduğunu konuşmaya gerek olmadığını; sınıf arkadaşı, Reha Muhtar'ın Show Haberinin zaten adından da belli olduğu şekilde; haberin şova dönüştürülmüş hali olduğunu belirten Denek 3, Reha Muhtar'ın reyting rekorları kırdığını, ardından insanların onu taklit etmeye çalıştıklarını ifade etmiştir. *“Reha Muhtar bir taneydi; taklidi asla kendisini yaşatamadı. Olmadı ve O bir efsane olarak; öyle veya böyle, iyi anlamda demiyorum, sadece kanal sayısının artmasıyla birlikte spikerliğin de haber sunum tekniklerindeki dönüşüme ilişkin örnek veriyorum. Sayın Kadir İnanır'a bile haber okutuldu. Veya görme engelli bir sanatçımız var; O da haber okumuştur; Metin Şentürk. Sonradan mankenler, güzellik kraliçeleri, sanatçılar bu işe soyundular. Onlar devreye girdiler. Kanal sayısı ile birlikte spikerlik ve haber sunum tekniklerinde onların da katılmasıyla ortaya böyle bir kadro çıktı”*

Seyircinin hepsinin farkında olduğunu ve bir gün artık doğru ve gerçek haberi istediğini ve onun arayışına başladığını ve bulduğunu belirten Denek 3, seyircinin aptal olmadığını; ne verilirse verilsin siyasi görüşünü sokakta belirttiğini ama evine gittiğinde doğru haberi yine izlediğini ifade etmiştir. Denek 3'e göre bazı haber bültenlerinin bir numarada olmasının nedeni budur.

Denek 4, kanal sayısının artmasından çok teknolojinin gelişiminin haber sunum tekniklerini değiştiren en önemli etken olduğunu belirterek prompter, büyük led ekranlar, kamera çeşitliliğinin artması vb. haber sunumunu şekillendiren teknolojik cihazlardan bahsetmektedir. Tek kanallı dönemde bir kamera ile yapılan çekimler, çok kanallı dönemde bu nedenlerle büyük bir dönüşüm gösterdiğini belirten Denek 4, kâğıttan metin okuyan spikerlerden, sunumlarını teknolojinin getirdiği yeniliklere göre şekillendiren spikerlere dönüşüm sağlandığını ifade etmiştir. *“Bu da ekranda doğallığı beraberinde getirmiştir. Artık, elindeki metni okumaktan ziyade, daha çok doğaçlama yapan, konulara hâkimiyeti olan, anlık gelişmelere rahatlıkla geçiş yapabilen, stüdyoyu daha etkin kullanan spikerlik anlayışı bulunmaktadır”* diyerek dönüşümü anlatmıştır.

Kanal sayısının artmasının televizyon kanallarını farklı olmaya yönelttiğini belirten Denek 5, spikerlik ve haber sunumundaki tekdüzelikten kurtulmak isteyenlerin gelişmiş ülkelerdeki televizyon kanallarını örnek aldıklarını; TRT'nin bile bir masanın başında haber sunan spikerini ayağa kaldırarak 'video wall' önünde haberlerini sundurduğunu belirterek durumu *“Sunum teknikleri gelişen teknolojiyle daha da çeşitlendi”* şeklinde yorumlamıştır. Denek 5, geçmiş yıllarda sadece haberi anons eden spikerlerin günümüzde canlı yayın konuklarına sorular sorduğunu, donanımlarını daha çok gösterebildiklerin aktarmıştır. *“Türkiye'de geçmiş yıllarda sadece genç ve güzel kadınlar spiker/sunucu olurken şimdi yaşına bakılmaksızın donanımına bakılarak, habercilik ya da televizyonculuk alt yapısına bakılarak istihdam edilir hale geldi. Gelişmiş ülkelerdeki televizyonculara baktığınızda bunu daha da çok gözlemlersiniz. BBC, CNN gibi uluslararası yayın yapan kuruluşlardaki spikerlerin hemen hemen hepsinin ileri yaşlarda ve çok donanımlı, tecrübeli sunucular olduğunu gözlemleyebiliriz”* diyerek haber spikerlerinin dünyadaki değişimini aktarmıştır.

Denek 6, günümüzde doğru ve güzel dil kullanımının önemini yitirdiğini, rahat sunum anlayışının çoğu zaman da laubalilikle karıştırılır olduğunu belirterek *“Güzel ses arayışı sona erdi. Fiziksel görünüm ya da değişik alanlarda kazanılmış şöhret sunucularda tercih sebebi oldu. Masa başı sunumdan hareketli, ayakta ve daha rahat bir sunuma geçildi”* şeklinde haber sunumlarındaki dönüşümü anlatmıştır.

Denek 7 de, haber sunumunun özel bir yetenek istediğini, iyi bir diksiyon gerektirdiğini ve anlatılan haberin konusuna hâkim olunması gerektiğini belirterek canlı yayınlarda her türlü sürprize hazırlıklı olmak gerektiğini ifade etmiştir. Eskiden genellikle sahada yetişen yani muhabirlik geçmişi olan kişiye diğer özellikleri de uygunsa haber sunumu yaptırıldığını eğer "güzel" diye bir kadına haber sundurulacaksa bile en az bir

sene muhabirlik yapması istendiğini belirtmiştir. Denek 7, bu kişilerin sahada neyin nasıl olduğunu, haberin hangi aşamalardan geçerek geldiğini görüp öğrenmesi istendiğini ve ancak muhabirlikte geçirilen belli bir sürenin sonunda haber sunumu yaptırıldığını aktarmıştır. Denek 7, *“Şimdi ise "prompter spikerleri" çok fazla. Bunlar genelde diksiyon kursuna gidip belli bir sürenin sonunda ekrana çıkarılan eli-yüzü düzgün genç hanımlar. Konularına çoğu hâkim değil. Dünyada ve Türkiye’de ne olup bittiğinden habersiz kişiler var. Önündeki prompter gidince "far görmüş tavşan" gibi kalan spikerlere siz de denk gelebilirsiniz”* diyerek artan kanal sayısı ile birlikte spikerlik ve haber sunum tekniklerindeki dönüşümü ifade etmiştir.

“45 saniyede gayet doyurucu biçimde verilebilecek bir haberi, biz seyircileri salak yerine koyarcasına aynı görüntüleri defalarca döndürerek 2-3 dakikaya çıkarmak. Bunlar seyirci çekmek için yapılan ucuz kurnazlıklardı” diyerek günümüz medyasını eleştiren Denek 8, hangi ekran açılrsa aynı haberlerin olduğunu belirtmiştir. Türkiye’de ne yana bakılsa haber varken neden tüm kanallarda aynı haberlerin izlendiğini sorgulayarak *“Bu mu haber alma özgürlüğü? Neden mi böyle? Maliyetlerden, yetersizlikten, tecrübesiz eleman kullanımından...”* ifadeleriyle haber merkezlerinin abone olduğu ajanslardan gelen aynı haberlerle her kanalda karşılaşıldığını belirtmiştir. Denek 8, işi bilmenin maliyeti olduğunu ve bedel ödenmediğinde kalitesizliğe boyun eğileceğini; aynı zamanda gerçek muhabirlerin fazla maliyetlerinin işvereni başka önlemlere yönelttiğini aktarmıştır. Ayrıca, sahada başarılı olacak deneyimli muhabirlerin şef olarak haber merkezleri duvarları arasına alındığını ifade ederek sahaya çıkarılanların ise işe yeni alınan ya da ileride kadro alma ümidi taşıyan stajyerler olduğunu ifade etmiştir.

Denek 9, *“Okuduğu haberle ilgili söyleyecek sözü olan, 20-30 yıl haber tecrübesi olan anchorman döneminden, ilk ekran tecrübesinde haber sunan spiker dönemine geçildi”* diyerek artan kanal sayısına rağmen haber spikerlerinin tecrübesindeki azalmayı ifade etmiştir.

Denek 10, özel kanalların birer birer devreye girip de izleyiciye sınırsız kanal sayısının olabileceğinin ortaya çıkışının, hem spikerlikte hem de sunum tekniklerinde büyük bir dönüşümü beraberinde getirdiğini belirtmiştir. Tek kanal döneminde yalnızca verilen metni okuyan ve yayına kendinden çok az şey katan spikerliğin yavaş yavaş ortadan kalkmaya başladığını ve canlı yayında spikerlerin geliştirmekte olan bir veya birkaç olayın içinde kendini bulduğunu aktarmıştır. *“Spiker, eskiden ne okuyacağım sorusunu sorarken, artık 'ne oluyor' ve 'neler olabilir' sorusunu sorarak yayına hâkim olmaya*

başlamıştır. Böylece acil durum halinde ne yapabileceğini az çok kestirmeye başlamıştır. Yalnızca mikrofonun karşısına geçip kırmızı ışığın yanıp metin okumayı bekleyen spikerler yerine yayın anında telefonla konuşan, bilgisayar kullanan, mikrofon uzatan, yayına müzik verebilen spikerler yetişmiştir. Artık yayından önce araştıran, bilgi taraması yapan ve bilgiyi analiz etme becerisi geçerlidir” diyerek yeni dönem haber spikerlerini anlatmıştır. Denek 10, spikerlerin çok yönlü enformasyonu doğru değerlendirme becerisinin yanında sosyoloji, ekonomi, sosyal bilimler ve edebiyat bilmek zorunda olduğunu ve aynı zamanda dil bilgisi ve imla kurallarına hâkim olmanın yanı sıra doğaçlama yapabilme becerisine de sahip olması gerektiğini belirtmiştir. *“Bunun için şu benzetmeyi yapabilirim: 100 yıl öncenin çakaralmaz silahlarıyla savaşan bir asker, günümüzde bilgisayar donanımlı ve sesten hızlı mermilerle savaşmaktadır. 100 yıl önce gideceği yeri pusula ile arayan askerler, artık hedef sapmayacak şekilde santimi santimine varış yerini bulmaktadır. İki asker arasında bu fark, geçmiş dönem spikerleriyle bugünkülerin mukayesesinde rahatlıkla kullanılabilir. Tek kelimeyle belirtecek olursak, zekâ diyebilirim. Spikerin yalnızca gözü ve dili değil artık kafası da fena halde çalışmalıdır”* diyerek spikerlik ve haber sunum tekniklerindeki dönüşümü ifade etmiştir.

Denek 11, kanal sayısının artışının seçim konusunda kanalları başka yollara iterek *“Önce hanımefendiler için " güzel olsun- albenisi olsun yeter", beyefendiler için " yakışıklı olsun- bir karizma görelim ama mümkünse daha çok hanımefendiler ile haber yapalım, ekran renkli görünsün" kaygısı başladı. Sonrasında eğitim durumları, Türkçeye hâkimiyetleri, ses tonları, vurgulamalarına bakılmaksızın insanlar sırf bu kaygı ve istekler ile ekranlarda boy göstermeye başladı. Maalesef sonrasında da bu benim tarzım dedikleri kendilerine has sunum şekilleri peydahlandı”* demiştir. Denek 11, 2000 yılı öncesi sunum şeklinin de çok iyi olduğunu söyleyemeyeceğini, çok ama çok monoton olduğunu ama günümüzde bu konuda ayarın kaçtığını; son zamanlarda yavaş yavaş bir toparlanma sürecine girildiğini ancak hâlâ tam bir denge sağlanamadığını belirterek haber sunan kişinin giyimi, mimikleri ve tarzı ile haberin önüne geçmemesinin temel ve vazgeçilmez kural olduğunu belirtmiştir.

Denek 12, kanal sayısının artışıyla birlikte spikerlik ve sunum teknikleri arasındaki dönüşümün de arttığını belirterek eskiden haber sunucularının daha durağan bir yapıda olduğunu ve oturduğu yerden haberlerini okuduğunu şimdi artık video wall’ların önüne giderek çeşitli teknolojik aletlerle de ilintili bir şekilde önemli bir değişime uğradığını belirtmiştir. Denek 12, eskiden TRT döneminde sadece prompter spikerliği yapıldığını ve

sadece prompterdan yazılan haberlerin okunması istendiğini aktarmıştır. Günümüzde sistemin değiştiğini ve yorumların fazlalaştığını ve bununla birlikte spikerin kendi kabiliyetiyle birlikte o haberlerin içeriğine de katkıda bulunmasının istendiğini ifade ederek eskiden spikerlerin sadece haberleri ezberlemesinin yeterli olduğunu ancak günümüzde tamamen gündeme hâkim olmasının da beklendiğini belirtmiştir.

Denek 13, Daha çok teknolojik gelişmelerin sunumlarda kolaylık ve rahatlık getirdiğini; buna karşın habercilikte ve programcılıkta dilin bozulduğunu belirterek Türkçenin kötü kullanılır olduğunu buna da ehil olmayanların ekranlara çıkartılmasının neden olduğunu belirtmiştir. *“Bugün hemen bütün kanallarda haber spikerleri yorum da yapmaktadır ki, bu haberciliğin tarafsızlığına gölge düşürmektedir. Yorum, haberi sunan tarafından yapılmamalıdır”* diyerek kanal sayısı artınca önceleri haber spikerlerinin yaşının da küçüldüğünü ve haberde spiker yaşının önemli olduğunu ifade etmiştir. *“Genç spikerlerin sunduğu habere güven duyulmamaktadır. Bu bütün dünyada böyle olmuştur. Son yıllarda bazı kanallarda bu konu dikkate alınmaya başlanmıştır”* şeklinde haber sunumlarındaki dönüşümü aktarmıştır.

3.8.4. Habercilikteki dönüşüm sürecinde yalan haber ve enformasyon kirliliğine karşı alınan önlemlere ilişkin görüşler

Sorunun haber spikerleri ve televizyon haberciliğinin belirlenen yetkin isimlerine yöneltilmesi, TV kanallarının dijitalleşmesinin ardından yalan haber ve enformasyon kirliliğine karşı nasıl önlemler alındığına dair bulguların tespiti amacını taşımaktadır.

Soru, haber spikerleri ve habercilerle TRT’nin tek kanal olduğu dönem ile günümüz arasında, yalan haber ve enformasyon kirliliğine karşı TV kanallarının dijitalleşmesinin ardından bu süreçteki değişikliklere dair bulguların kıyaslanması maksadıyla sorulmuştur.

Denek 1, 80’li, 90’lı yıllarda yalan haberden bahsetmenin mümkün olmadığını ve ülkenin aynı saatte eskilerin deyimi ile Ajans’ın karşısına geçtiğini belirterek, o dönemde yalan haber olmadığını, haberin kontrollü verildiğini ifade etmiştir. Teknolojinin gelişmesi ve sosyal medyanın hayatımıza girmesi ile 2000’li yıllardan sonra korkunç bir haber kirliliği başladığını ve hâlâ da devam ettiğini ve bu nedenle dijitalleşmenin bozulmaya yol açtığını belirtmiştir. *“Artık gelen haberleri birçok kanaldan teyit eder hale geldik. Eskiden Ajans’tan gelen haber kutsaldı, üzerinde tartışılmazdı bile. Şimdi Ajanslardan gelen haberleri bile teyit ettirmeye çalışıyoruz, onlar da sorgulanır hale*

geldi. Artık habercilik hem çok kolay hem de çok zorlaştı...” diyerek yalan haber ve enformasyon kirliliği hakkında görüşlerini belirtmiştir.

“TRT asparagasa asla yer vermezdi. Tüm haberler mutfakta tartışılırdı, ön plana ne çıkıyor değerlendirilirdi” diyen Denek 2, günümüzde spikerlerin; anchorman, anchorwoman gibi sıfırdan bu alanda yetişmiş olan kişiler olduğunu ve gündemde olup bitenden haberi olan kişiler olduğunu belirterek mutfağın haberi iyi araştırması ve birkaç yerden doğrulaması gerektiğini ifade etmiştir. “Günümüzde kanallar haberleri kendi görüşleri doğrultusunda ve kendi yayın çerçevelerinde veriyorlar. Beş kanalda beş farklı yorum var” demiştir. Haberi ilk yapmaya çalışmanın yanlış olduğunu ve yalan haberin bu şekilde olabileceğini belirten Denek 2, hiç olmayan bir haberin yapılmadığını ancak haberi eksik bilgilerle ilk yapmaya çalışmanın yalan haber olacağını ifade etmiştir. Günümüzde olaylarla ilgili bilgilere ulaşmanın teknolojik olanaklar, dronlar vb. dolayı eskisinden daha kolay olduğundan bilgi kirliliğini önlemek için tüm bilgiler netleşmeden haberin verilmemesi gerektiğini aktarmıştır.

Denek 3, TRT’de gelen haberlerin en az iki veya üç kişi nokta, kuruluştan doğrulatılmadan asla ve asla verilmediğini; yalan haberin zaten hiç yapılmadığını belirtmiştir. Enformasyon kirliliği konusunda da böyle bir kirliliğin asla söz konusu olmadığını; sürekli her bir kademenin bir önceki kademenin gönderdiği haberi sorguladığını ifade etmiştir. Denek 3, bir sonraki aşamaya geçildiğinde, bir sonraki aşamanın bir öncekini bu sefer tekrar sorguladığını aktararak bahsettiklerinin genelde siyasi haberler olduğunu belirtmiştir. Televizyon kanallarının dijitalleşmesinin ardından bu süreçte herhangi bir değişiklik olup olmadığını bilmediğini belirten Denek 3, on beş yıldır televizyon seyretmediğini aktarmıştır. Sektörde kim olduğuna dair sadece internetten haberleri takip ettiğini, gece yatmadan, sabah kalktığında, yurt içi ve yurt dışından haberleri takip ettiğini belirten Denek 3, bu şekilde bağımlı koparmadığını; ancak hem haber hem de program anlamında dijitalleşmenin ardından ne değişiklik olduğu konusunda hiçbir fikrinin olmadığını ifade etmiştir.

Dijital çağın haber akış hızını etkileyen en önemli etken olduğunu belirten Denek 4, özellikle internetin hayatımıza girmesinin habere daha hızlı ulaşmayı sağladığını ancak bu hızın, yalan haber ve enformasyon kirliliğine neden olabileceğinden dikkatli olunması gereken bir süreci de beraberinde getirdiğini belirtmiştir. Denek 4, “Televizyon kanalları haberin gerçekliğine her daim önem vermiştir. Haberin doğruluğu ilkesi dijital çağ ve öncesinde de temel ilkedir. Dijitalleşme haberin doğruluğuna ilişkin bilgilere daha hızlı ve kolay ulaşmayı sağlamıştır” diyerek süreçle ilgili görüşlerini belirtmiştir.

Denek 5, habercilik kavramının gelişen teknolojiyle birlikte çok değiştiğini; analog yayın yapılan dönemde yalan haber, manipülasyon yapılmasının neredeyse imkânsızken dijitalleşmenin bunun kapısını araladığını ifade etmiştir. Teknolojiyle sınırsız kitlelere ulaşabilme gücünün, haberlerin kaynağını bile neredeyse yok ettiğini belirten Denek 5, *“İzleyiciler, okuyucular özellikle internet, akıllı telefonlar sayesinde şu an çok hızlı bir şekilde medyanın ortaya çıkardığı haberleri tüketiyor. Seçici izleyici ve okuyucu sayısı çok az olduğu için haber yapanların bir kısmında etik habercilik maalesef kalmadı”* diyerek soruya cevap vermiştir.

Denek 6, *“Anadolu Ajansı devlete bağlı ve çok güvenilir bir haber kaynağı idi. Oradan teyit gelmeden bir haber TRT’de ekrana yansımazdı. Ancak zaman içinde özel kanal haberciliği ile her türlü kaynaktan edinilen bilgilerin herhangi bir teyit basamağı olmaksızın bültenlerde kullanılmasına tanık olmaya başladık”* diyerek süreçte internet ve sosyal medyanın da çok olumsuz bir etkisi olduğunu da belirtmiştir.

Yalan haber ya da dezenformasyonun haber merkezlerinin korkulu rüyası olduğunu belirten Denek 7, sosyal medyada doğru bilgilerin yanı sıra bazen maksatlı olarak yalan bilginin de dolaşıma sokulduğunu; ancak kendi kanalları olan NTV’nin genelde Anadolu Ajansı’nı baz aldığını belirtmiştir. *“Örnekle açıklamak gerekirse bizim için en korkuncu ölmeyen birini öldürmektir”* demiştir. *“Rakiplerimiz olan CNN Türk ve Habertürk TV ‘filanca ünlü isim hayatını kaybetti’ diye son dakika bilgisi girerken biz hep temkinli yaklaştık”* diyerek kanal yaklaşımlarının yanlış bilgiyi vermektense geç ama doğru bilginin verilmesi olduğunu belirterek *“Hatta NTV’de bu tip durumlar için yaptığımız bir espri var; ‘NTV vermediyse ölmemiştir’ şeklinde. Sonuç olarak ekrana verilen haber en az 4-5 filtreden geçerek veriliyor”* demiştir.

Denek 8, haberin doğruluğunu sınamak için ya kaynağın güvenilirliğini daha önce kanıtlamış olması ya da bilginin farklı kaynaklardan doğrulatilması gerektiğini belirterek esas zorluğun ani gelişmelerde ilk gelen haberlerin doğrulatilması olduğunu belirtmiştir. Bir yandan haber atlatma kaygısı, diğer yandan yanlış haberin servis edilme riski olmasının ilkeli haberciliğin karşılaştığı önemli zorluklardan olduğunu belirten Denek 8, *“Bu konuda benim kişisel yaklaşımım kesinliği olmayan haberlerin veriliş dilinde bu belirsizliğin vurgulanması biçimindeydi. Örneğin ‘elimize ilk ulaşan, doğrulatmaya çalıştığımız bilgilere göre’ gibi”* şeklinde konuyla ilgili yaklaşımlarını aktarmıştır. *“Dijitalleşmeyle birlikte bilgi kirliliği ve bilgi manipülasyonunun kaygı verici biçimde arttığını görmekteyiz”* diyerek Denek 8, günümüzle ilgili görüşlerini dile getirmiştir.

Denek 9, “Günümüzdeki gibi sırf bir kişiyi ya da çevreyi hedef alan spekülatif ve yalan habere hiç şahit olmadım. Tek yapılan bağlantılardan ötürü olumsuz haberlerin zaman zaman görülmemesi olurdu. Yalan haber değil iyi araştırılmadığı için tekzip alınan haber işten çıkartılma gerekçesi olurdu” diyerek konuyla ilgili bilgilerini aktarmıştır.

“Bizim dönemimizde yalan haber yok denecek kadar azdı. Dedikodu, bizde haber olmazdı. Çünkü haberin teyidi söz konusuydu. Ajanslardan gelen haberlerde mutlaka ajansın adı verilirdi” diyerek TRT’de çalıştığı dönemi aktaran Denek 10, çok nadir de olsa tekzip edilen haberler olduğunu, eğer bir haber tekzip edilmişse -ki bunu 40 yıl içinde en fazla 3 kez yaşadığını- haberi tekzip edilen muhabirin mutlaka cezalandırılarak en iyi ihtimalle 3 ay uzak bir yere gönderildiğini aktarmıştır. Televizyondaki dijitalleşmenin herkesin muhabir olma şansını yarattığını ve insanların elinde telefonla çektiklerini kanallara gönderdiklerini belirten Denek 10, çekilen görüntülerin doğruluğunun kanıtlanması konusundaki tereddütlerini dile getirmiştir. “Dijitalleşme, kötü niyetliler için bulunmaz fırsatlar da doğurdu. Gizli çekimler, gizli ses almalar, habercilik yaptığını sanan kişilere toplumdaki güvensizliği körükleyici etki yaptıklarını unutturdu” diyerek medyanın güvenilir olmak zorunda olduğunu da belirtmiştir. Medyanın 4. kuvvet olma özelliğini ancak temiz ve doğru haberler vererek koruyabileceğini; habere kesinlikle şüpheyle yaklaşılması ve kaynağı belirsiz haberlere asla itibar edilmemesi gerektiğini ifade etmiştir.

Denek 11, 2000 yılı öncesi hızın çok da önemli olmadığını ama haberin doğruluğu ve gerçekliğinin büyük önem taşıyan bir unsur olduğunu, sonraki yıllarda özel televizyonların artması ile birlikte hızın ön plana çıkmaya başladığını belirtmiştir. Gelen ilk duyumun haber olarak ekranlara, ekran altındaki kuşaklara yansıdığını aktaran Denek 11, yanlış bilginin daha sonra gelen doğru bilgi ile değiştirildiğini ancak seyirciden iletilen yanlış bilgi için hiç özür dilenmediği gibi bu uygulamaya devam edildiğini aktarmıştır. Denek 11, “TRT kurumu yıllarca yavaş ama gerçek ve doğru bilgileri paylaştı seyirci ile ve her ne olursa olsun ilk haberi seyirci özel televizyonlardan alsa da muhakkak teyit için TRT’yi izledi. Günümüzde maalesef TRT de hız ve reyting kaygısı ile bazen doğruluğundan emin olmasa da bu hataya düşebiliyor. Yine de özel televizyonlar ile karşılaştırıldığında halen 1. sıradadır diyebilirim gerçek haber konusunda” demiştir.

Denek 12, dijitalleşme öncesinde televizyonculuk açısından yalan haberin denetlenmesinin çok kolay olmadığını, doğrulatilması gerektiğini ve teyit edilmesi gereken bilginin de doğrulatilmasının çok kolay olmadığını belirtmiştir. Denek 12,

“Örneğin haber ajanslarından haber havuzuna düşen bir haberi ya kullanacaktınız ya kullanmayacaktınız. Kullandığınız haber eğer haber ajansları tarafından geçen yanlış bir haberse o çorap söküğü gibi tüm televizyonlara sirayet edebiliyordu. Ve özellikle muhabirinizi bir bölgeye gönderdiğinizde konuyla ilgili doğru haberi yapmasını istediğinizde; orada görgü tanıklarının, konuyla alakalı fikir sahibi olanların yanlış bilgilendirmesi sonucunda yanlış enformasyonlarla muhabir arkadaşşı yönlendirmesiyle yalan bir habere imza atabiliyordunuz” diyerek bunun bilinçli bir hata olmadığını ve tolere edilebildiğini belirtmiştir. Dijitalleşme sonrası süreçteki yeni nesil habercilikte sosyal medyanın etkin olduğunu ifade eden Denek 12, kitle iletişim araçlarının teknolojiyi tüm dünyada son sistemle kullanmasından dolayı artık yalan ve yanlış haber ekrana getirmenin kabul edilemez bir durum olduğunu belirtmiştir.

Denek 12, yeni nesil medyada çok çabuk olma ve tematik nitelikli yayın yapan televizyon kanallarına haber atlatma kaygısıyla hızlıca son dakikada yayına girme isteği yüzünden yanlış haber yapılabildiğini belirtmiştir. Bunlara çok dikkat edilmesi gerektiğini belirten Denek 12, günümüzde bu tür sorunların haber atlatma zafiyetlerinden kaynakladığının altını çizmek istediğini bunun da reytingle doğru orantılı olduğunu düşündüğünü aktarmıştır.

Denek 13, TRT’nin tek kanal olduğu dönemde haberlerin doğruluğunun kesinleşmeden yayınlanmadığını belirterek *“Özel kanallarda çalışmadım ama görebildiğim kadarıyla faraziyeler üzerine bile haber, haber program yapılabilir”* demiştir.

3.8.5. Televizyon haberciliğinde yaşam, haber ve retorik ilişkisine ilişkin görüşler

Sorunun haber spikerleri ve televizyon haberciliğinin belirlenen yetkin isimlerine yöneltilmesi, haber sunumlarının inandırıcılığı hakkında bulguların tespit edilmesi bakımından önem taşımaktadır. Soru, haber spikerleri ve habercilerle haber sunumlarında izleyicilerin gözünde “inandırıcı” olabilmenin önemi, bu inandırıcılığa nasıl sahip olduğu ve kanal yöneticileri açısından inandırıcılık değerine dair bulguların kıyaslanması maksadıyla sorulmuştur.

TRT spikeri olmanın eskiden tek başına inandırıcılık olduğunu ve zaten özel kanalların da önce bu inandırıcılığı satın aldığını belirten Denek 1, Mesut Mertcan, Mehpere Çelik, Erkan Oyal, Orhan Ertanhan, Jülide Gülizar, Aytaç Kardüz, Halit Kıvanç,

Gülgün Feyman gibi isimlerin zaten inandırıcılık demek olduğunu ifade etmiştir. Denek 1, *“Ardından bizim jenerasyon geldi, TRT’den geldiğimiz için inandırıcılığımız vardı, sorgulanmazdık. Kanal yöneticileri zaten bunun için bizleri transfer ettiler”* diyerek günümüzde de yine sunucuların inandırıcılıklarının önemli olduğunu belirtmiştir. Kanal yöneticilerinin de böyle inandırıcı isimleri bulmak ve onlarla çalışmak istediklerini ancak günümüzde birilerinin eşi ya da tanıdığı olan kişilerin ekrana çıktığını, bu nedenle kanalların inandırıcılıktan giderek uzaklaştığını ifade etmiştir. Denek 1, *“İnsanlar alternatif arayışında ve genellikle internete yöneliyorlar”* demiştir.

Denek 2, haber sunumlarında izleyicilerin gözünde inandırıcı olabilmenin backgrounduyla da, kişilerle de, hazırlayanlarla da bağlantılı olduğunu ve haberin iyi araştırılması gerektiğini belirtmiştir. *“İlk önce konuyla ilgili tüm bilgiler ulaşana kadar ‘Şu anda bu şekilde bilgi verebiliyoruz, tekrar değerlendireceğiz.’ ya da ‘İlk izlenimlerimize göre...’ şeklinde haber verilmelidir. Haberi ilk verme çabasıyla yanlış haber verilmemelidir”* sözleriyle Denek 2, haber verilirken olayda yer alan kişilerin görüşleri alındıktan sonra haberin verilmesi gerektiğini ve tek bir kişiden alınan bilgilerle haber yapılmaması gerektiğini belirtmiştir. Kanal yöneticilerinin inandırıcılık kriterinin ise farklı olduğunu; ekrandaki kişinin görsel olarak ve dilsel olarak düzgün, seyirciyi bağlayabilecek, ağzından çıkanın doğru olduğuna ikna edebilecek bir görüntüde, bir profilde olması gerektiğini ifade etmiştir.

Denek 3, *“Haber yayıncılığında bir tek kural vardır: Doğal olmak. Onun ötesinde başka hiçbir şey yok. Eğer doğalsanız eğer oturma odanızda, eğer dostlarla salonunuzda sohbet ediyor gibiyse insanlar size inanıyorlar. Ve gerçekten başka taraflara gitmiyorlar. Ne oluyor bu doğallığınızı ortaya koyduğunuzda? Sizin elinize hazır gelen haber ne olursa olsun; siz o haberin sunumu sırasında araya kattığınız bir sözcük veya bir beden diliyle bile gerçekten o haberin gerçekten ne olduğu, nasıl anlaşılması gerektiğine dair seyirciye de zaten bir tüyoyu verirsiniz. Seyirciler bunu bilir”* demiştir. Haber spikeri doğal ve dürüstse; hata yaptığına özür dilemeyi biliyorsa, herhangi bir şekilde geçiştirmiyorsa inandırıcı olabildiğini belirten Denek 3, ayrıca haberciliği zincirin halkalarına benzeterek bir habercinin her zaman ve her zaman günü gününe her şeyi takip etmesi gerektiğini belirterek inandırıcılıktaki en önemli unsurlardan birinin bu olduğunu aktarmıştır.

İnandırıcılık değerinin önemini çok iyi bildiği için kanal yöneticiliğini yaptığı dönemde, haber dairesi başkan yardımcısıyken aynı zamanda ilk bir yılında ana haberi de okuduğunu ifade ederek *“Hatta ayakta haber okumayı başlatan benim. Daha öncesinde*

böyle bir sunum da yoktu. Ben o zaman kanal yöneticisiydim aynı şeyleri yönetici olduğum zaman da yaptık” demiştir. Bir haberi birkaç yerden doğrulatmadan, mutlaka ve mutlaka son kararı vermeden önce Haber Merkezinde tartışmadan hiçbir şekilde yayına vermediklerini; bunun da yapıldığında inandırıcılığın kendiliğinden geldiğini ifade etmiştir.

Habercilikte tarafsızlığın önemli bir unsur olduğunu ve inandırıcılığı da beraberinde getirdiğini belirten Denek 4, doğruluğu şüphe götürmeyen ve haberi tarafsız bir şekilde seyirciye aktarmayı ilke edinen her televizyon kanalının toplum nezdinde değer gördüğünü belirterek *“Toplum, tarafsızlığından şüphe ettiği televizyon kanallarını izlemeyi terk ederek tepkisini göstermektedir”* demiştir.

Denek 5, *“Haberde inandırıcılık her şey demektir. İzleyicinin inanmadığı bir haberin hiçbir değeri yoktur. İnandırıcılığa sahip olmanın yolu tarafsızlıktan geçer. Meydana gelen bir olayı tarafsız ve eksiksiz olarak izleyiciye ulaştırdığınızda inandırıcılık düzeyiniz yükselir”* diyerek yapılan haberin çok doğru, önemli ve tarafsız olmasına rağmen haberi sunan kişinin izleyici karşısında eksileri varsa haberin inandırıcılık oranının düşeceğini ifade etmiştir.

Haber için inandırıcılığın her şey olduğunu; bunun da kanalın güvenilirliği ve sunanın kişiliği ve çizdiği imaj ile vücut bulduğunu ifade eden Denek 6, tek başına kanalın da sunucunun da marka olmasının inandırıcılığı getirmeyeceğini ve bunun iki ayaklı bir oluşum olduğunu ifade etmiştir.

İnandırıcılığın haberciliğin olmazsa olmazı olduğunu belirten Denek 7, seyirci gözünde inandırıcılığın kaybedilmesinin her şeyi kaybetmek olduğunu belirtmiştir. İnsanların inanmadığı, güvenmediği haberi okumayacağı ve izlemeyeceğini ifade ederek *“Kendiniz çalıp kendiniz oynarsınız. İzleyici o haberi sadece sizden izlemiyor, 5-6 kaynaktan daha takip ediyor”* demiştir. Haberi hızlı verme adına bazen ilk bilgilerin doğru olmayabildiğini ve işin doğası gereği yanlış yapılabildiğini ifade eden Denek 7, bu tür durumlarda kanal olarak kontrollü davrandıklarını şu sözlerle aktarmıştır. *“Biz bu tip durumlarda daha kontrollü gidiyoruz, ayağımız sürekli frenedir”* Resmi makamların yani Anadolu Ajansı, başhekim, vali, bakan, cumhurbaşkanı vb. açıklamalarını doğru bilgi olarak o makamların ağızından verdiklerini belirten Denek 7, ilerleyen süreçte bir yanlışlık olursa da sorumluluğun o makamlara ait olduğunu aktarmıştır.

Denek 8, *“Bu dönemi incelerken Reha Muhtar fenomenini göz ardı etmek olmaz. Haberi şov haline getiren, televizyon ekranını sirke çeviren (uzun muhabir, şişman muhabir, cüce muhabir) Muhtar, izlenme rekorlarını alt üst ederek ve bunu başarı*

simgesi olarak aktararak döneme damgasını vurmuştur” demiştir. Burada sorulması gerekenin; böyle bir kalitesizliğin nasıl prim yaptığı ve birinci sıraları işgal ettiği olması gerektiğini belirterek aykırılıkların ilgi çektiğini ifade etmiştir. İnandırıcılık ve güveni birbirine karıştırmamak gerektiğini aktararak sokakta iki kişinin kavgasını izlemenin bu davranışı tasvip etmek anlamına gelmediğini belirtmiştir. Denek 8, *“Nitekim aynı dönemde insanlar Reha Muhtar’ın o gün ne tuhaflıklara imza attığını merak ettiklerinden onu izlerken haber alma ihtiyacını Ali Kırca’dan karşılamaktaydılar”* diyerek inandırıcılığın sahicilikle başladığını belirtmiştir. İzleyicinin haberciye inanırsa habere inanacağını, haberciliğin güven demek olduğunu ve habercinin doğal olduğu ölçüde inandırıcı olduğunu ifade ederek doğallığın da kişinin normal hayatındaki tavrını belli bir saygı ve sempati sınırı içinde ekrana taşınmasıyla olacağını belirtmiştir.

Denek 9, *“Birilerinin bir yerlerde yayınlanmasını istemediği gerçek haberler, bültende görülmeye başlarsa inandırıcılık yeniden gelir”* diyerek haber sunumlarında inandırıcılığın önemini ve inandırıcılığa nasıl sahip olunacağını ifade etmiştir.

Denek 10, spiker için daima yapmacıklıktan uzak konuşmanın çok önemli olduğunu belirterek; yapmacık konuşanın kendini çabuk ele verdiğini ifade etmiştir. Erkek spikerlerin kadınlardan daha inandırıcı olduğunun söylendiğini ve bu nedenle ana haber bültenlerinde genellikle erkeklerin ve belli bir yaşın üzerindeki kişilerin tercih edildiğini belirtmiştir. Spikerin kaş göz işaretlerinin kesinlikle inandırıcılığı ortadan kaldırdığını ifade eden Denek 10, bakışın doğru ve anlamlı olması gerektiğini şu sözlerle aktarmıştır: *“Cümlelerin sonunda gözünü devirerek bakan, bakışını değiştiren, ağzını büzen spikerin o anda inandırıcılığı kaybolur ve bir daha bunu kazanması uzun zaman alır. Bu bakımdan spikerlerin bedenlerini haberin doğruluğu veya yanlışlığı üzerine kurgulamamaları gerekir”*

Denek 11, TRT haberciliği ile ilgili bilgiler vererek TRT’nin tek bir kaynaktan gelen doğrulamayı kabul etmediğini birden fazla kaynaktan aynı doğrulamayı beklediğini ve sonrasında haberi seyirciye ilettiğini belirtmiştir. *“Mesela bir olay vuku bulduğunda Valilikten açıklama almak yetmezdi TRT için, Bakanlık, Belediye Başkanlığı, Kaymakamlık vb. merciilerden de teyit ettikten sonra girerdi haberi ki doğrusu da budur”* demiştir.

İzleyicinin bilgiyi alarak yorumladığını ve sonrasında zamanla birlikte hangi kanala güveneceğini ve izleyeceğini kararlaştırdığını belirten Denek 11, yöneticiler için tek kıstasın bu olmadığını; onların o zamanı hiçbir zaman bekleyemediklerini ifade etmiştir. Bunun nedeninin kısa olmayan bir süreç olduğunu aktaran Denek 11, yöneticilerin

reytingler ile değerlendirildiklerinden işin bu noktada karıştığını ve bunun çalışanlara baskı olarak geri döndüğünü ve bu baskıyı üzerinde hisseden çalışanın ise hata yapmaya açık hale geldiğini belirtmiştir. Denek 11, haberlerin bir ekip tarafından hazırlandığını ve spikerin de ekibe güveniyorsa yapılan habere de güveneceğinden; inanıp güvendiği haberi sunmasının da seyirciyi inandırmak açısından çok daha kolay olduğunu ifade etmiştir.

Spikerlerin bazen de çok inanmasa da aktarmak zorunda olduğu haberler olduğunu ve bu durumda profesyonellik gereği tiyatral bir sunuma girmek ile birlikte, inandırma gerekliliğini ikinci plana atarak seyircinin değerlendirmesine bıraktıklarını ifade etmiştir. Denek 11, *“İnandırıcılık; sesinizin tonu, vücut diliniz, bakışlarınız, sunum ciddiyetiniz ile ilgilidir. Bunlar bütünsel bir ahenk içerisinde olmalı ne aşırıya kaçmalı ne de eksik kalmalıdır. Bu yetiye sahip olmak ise başlangıçta Allah vergisi, devamında spikerin deneyimi ile olur. Yöneticiler için de bu önemlidir. Çok iyi bilirim ki bazen öyle haberler okuduk ki (sonucu kötü olan da olmuştur) bülteni sunmaya öyle kaptırmışızdır ki kendimizi, yöneticilerimiz bülten sonrasında odalarından çıkıp stüdyoya kadar gelip tebrik etmişlerdir”* demiştir.

Denek 12, doğallığın çok önemli olduğunu, yapmacık hareketlerin izleyiciye çok net geçtiğini ifade ederek iyi resim verme kaygısıyla davranan ve egolara takılan spikerlerin doğallıktan uzak kaldığını belirtmiştir. Haber okurken doğal davranmak gerektiğini, haberi yaşamak gerektiğini ve bu noktada yeni nesil medyada haber spikerlerinde bu konuda eksikler olduğunu ifade eden Denek 12 *“Örneğin bir haber spikeri şehit haberini okuyor ama o sırada o şehit haberini yaşamıyor ve şehit haberinde ya da bir kaza, ölümlü haberlerde, ya da böyle bir acı haberlerde gülümseyen haber spikeri arkadaşımızla karşılaşıyoruz. Bu da gerçekten mesleki anlamda inandırıcılığın aslında tam karşıtı oluyor. Boş verin inandırıcılığı, izleyenin tepkisiyle karşı karşıya kalıyorsunuz”* demiştir.

Denek 12, haberin yaşayarak anlatılması gerektiğini dolayısıyla habere ve gündeme hâkim olunması gerektiğini belirterek haber spikerinin tüm gün nerede olursa olsun haber ajansı, radyo, TV, internet sitesi vb. tüm kitle iletişim araçlarından gündemi takip etmesi gerektiğini ve haber sunumuna kadar haberlerle ilgili bilgi sahibi olması gerektiğini aktarmıştır. Haberle ilgili bilgili olmadan ekrana çıkınca doğallıktan uzaklaşıldığını ifade eden Denek 12, *“Kanal yöneticileri açısından da inandırıcılık değeri çok önemli. Şöyle söyleyebilirim: Ne kadar çok doğal olursanız Türk televizyonlarında çalışan, özellikle tematik haber kanallarında çalışan yöneticilerden bahsediyorum; o denli sizi içlerine alırlar. Editöryal anlamda da kuvvetli olmanız lazım. Sadece artık spikerlerden salt bir spiker olması beklenmiyor; bu anlamda onların iyi bir editör, iyi bir muhabir aynı*

zamanda iyi bir perfore seslendirmecisi olması da bekleniyor. Dolayısıyla habere hâkim olabilmek de inandırıcılığın en önemli özelliklerinden biri” demiştir.

Denek 13, seyircinin güvendiği kanalı izlediğini, haberde spikerin yaşı, özel yaşamı, konuşma şekli, giyimi, v.s.’nin etkin olduğunu; inandırıcılığın izlenmeyi artırdığını belirtmiştir. Denek 13, *“Bu nedenledir ki; özel kanallardan sonra haberi bir de TRT’den dinleyelim diyenler güven duyduklarından bir de TRT’yi izlemişlerdir. Ama ne yazık ki O da bugün bu güveni yitirmiştir”* demiştir.

3.8.6. Televizyon haberciliğinde yalan haber üretimi, inandırıcılık ve retorik ilişkisine ilişkin görüşler

Sorunun haber spikerleri ve televizyon haberciliğinin belirlenen yetkin isimlerine yöneltilmesi, reyting kaygısı sebebiyle TV haberciliğinde yalan haber/magazinleştirme konusundaki çalışanlar, izleyiciler ve yöneticilere dair bulguların tespit edilmesi amacını taşımaktadır. Soru, haber spikerleri ve habercilerle TRT’nin tek kanal olduğu dönem ile günümüz arasında, televizyon haberciliğinde yalan haber/magazinleştirmeye karşı bu süreçteki değişikliklere dair bulguların kıyaslanması maksadıyla sorulmuştur.

Denek 1, ilk özel kanallarda reyting kaygısının olmadığını; zaten seyredildiklerini ancak art arda özel kanallar açılmaya başlayınca reyting kaygısının ortaya çıktığını çünkü reklam kuşaklarının da buna göre şekillendiğini belirtmiştir. Buna örnek olarak 90’lı yılların sonu, 2000’li yılların başındaki dönemi vererek ana haberlere bile magazin hâkim olduğunu ifade etmiştir. Denek 1, o dönemde reyting uğruna yalan yanlış magazin haberleri de yapıldığını belirterek *“Mesela ben spikerliği bırakma, daha doğrusu televizyonu bırakma kararını böyle bir an sonrasında aldım. Sene 2001 ve ana haber bültenimde konuğum Mezdeke Dansöz Grubu idi. Hem dans ettiler, hem onlarla röportaj yaptım. Düşünün ne yapacağımızı şaşırmışız ana habere dansöz gurubu çıkartıp, oynatıyoruz”* diyerek aslında magazin ağırlıklı bültenlerin kendisi gibi eski spikerleri ve yöneticileri de rahatsız etmesine rağmen çare bulamadıklarını ifade etmiştir.

Denek 2, reyting kaygısıyla haber/magazinleşmenin genel olarak daha çok magazin haberlerinde olduğunu; bu tür haberlerde örneğin doktor açıklama yapmadan öldü haberi verildiğini belirtmiştir. Kulaktan kulağa haberi verildiği takdirde hata olacağını; önemli olan haberin gerçek olduğu anlaşıldıktan sonra verilmesi olduğunu aktarmıştır. Denek 2, ayrıca AA, DHA, İHA’dan ilk anda geçtikleri habere güvenerek haber geliştirilirse yanlış olacağını, kanalların kendi muhabirleri olması gerektiğini ifade etmiştir. Ayrıca olayın

değişik haber kaynaklarından (vali, jandarma vb.) doğrultulması gerektiğini belirten Denek 2, haberin doğrultulduktan sonra haberin verilmesi gerektiğini aktarmıştır.

Denek 2, diğer taraftan magazinleşmenin günümüzde kaçınılmaz bir şey olduğunu; Türkiye'deki okur-yazar oranına bakıldığında veya yurt dışındaki ilgi alanlarına bakıldığında magazinleşmenin her televizyonda olduğunu belirtmiştir. Her haber bülteni içine de bir magazinleşme katılarak daha fazla reyting almak için sert söylemlerin; özellikle politik söylemlerin ardından havayı biraz yumuşatmak açısından işin içine magazin katıldığını ifade etmiştir. Reyting kaygısıyla yalan haber yapılması konusunda ise Denek 2; *“TRT’de yalan haber yapılmadı. Sadece haber olarak almayalım; TRT’de bir denetim mekanizması vardı. Mesela bütün şarkılar bir denetim kuruluna giderdi. Örneğin “Tombul tombul memeler” diye bir türkü var. Bu bizden geçmezdi. Yani çoluğun çocuğun kafasında soru işareti uyandıracak, Türkçesini bozacak, terbiyesine zarar verecek türde şeyleri Denetim Kurulu ayıklardı ve onu hiçbir şekilde TRT yayınlamazdı sansürse sansür bu. Ama reyting olsun diye TRT’de yalan haber asla olmadı”* şeklinde bilgi vermiştir. Denek 2, TRT dışındaki kanallarda reyting nedeniyle yalan haber yapılmasıyla ilgili de; yalan haberin vebalinin çok büyük olduğunu ve yalan haberin beraberinde hukuksal şeyleri de getireceği için; hiç kimsenin böyle bir şeye girmek isteyeceğini düşünmediğini belirtmiştir.

Denek 3, reyting kaygısı sebebiyle bildiğiniz/şahit olduğu bir yalan haber/magazinleştirme konusunda TRT’de böyle bir şey hatırlamadığını dolayısıyla da izleyiciler ve yöneticiler arasında da nasıl bir etki yarattığını bilmediğini belirtmiştir. TRT’de 2018 Haziran ayına doğru kendi isteğiyle ana haberi bıraktığını, 2018 Eylül ayında da emekliye ayrıldığını ifade eden Denek 3, sadece haberini sunarken karşıdaki monitöründen televizyon izlediğini, onun haricinde yine sabah kalktığında tüm haber kanalları, gazetelerin başlıkları, Amerika’nın Sesi, BBC, Deutsche Welle’yi hep takip ettiğini aktarmıştır. *“Dolayısıyla da haberden öyle kopmadım. Çünkü zaten söz uçar gider, yazı kalır. Ben de yazıyı takip ettim. O halkaları hiçbir zaman yok etmemeye çalıştım. Dolayısıyla da kanalında reyting kaygısı sebebiyle böyle bir şey olduğunu hatırlamıyorum”* demiştir.

Denek 4, bu konuda bir bilgisinin olmadığını belirtmiştir.

Denek 5, her sabah gelen reyting raporlarının medya çalışanlarının mesleklerini tarafsız, dürüst, ilkeli bir şekilde yapmasını engelleyebildiğini çünkü medya patronlarının ve reklam verenlerin önce reytinge baktığını belirtmiştir. *“Şu an Türkiye’de yayın yapan*

televizyon kanallarında bir içerik yapıyorsanız 'eğer reytinginiz varsa varsınız reytinginiz yoksa yoksunuz' demektir” diyerek görüşlerini belirtmiştir.

Denek 6, “Kuşkusuz çok örneği var ama şu an spesifik olarak hatırladığım bir haber yok” demiştir.

Denek 7, çalıştığı 5-6 kurumda, hiçbir zaman reyting için tiraj için manipülasyon yapıldığına şahit olmadığını ifade etmiştir. “Zaten öyle bir şey yaparsanız bir tek siz habercilik yapmıyorsunuz ki rakipleriniz bu durumu anında ifşa eder” diyerek inanılrlık ve güvenilirliğin sarsıldığında bir daha hiç kimsenin okumayacağını, takip etmeyeceğini belirtmiştir.

Denek 8, bu konuda hatırladığı bir anısını “Editör arkadaşlardan biri akşam haberlerinin tanıtımı için ‘İbrahim Tatlıses hastanelik oldu’ şeklinde bir alt yazı geçirdi. Olayın aslı bir film çekimi sırasında sevdiği bir kedinin, Tatlıses’in elini tırmalaması ve küçük bir müdahale yapılmasından ibaretti. Haberin yayınlanmasıyla kanalın telefonları kilitlendi. Ve ciddi sıkıntı yaşadık” diyerek, kanalın inandırıcılığıyla ilgili bu itibar kaybının kanal yöneticilerinin de öfkesine neden olduğunu aktarmıştır.

Denek 9, “Görev aldığım realty programda yalan habere şahit oldum. Habercilik geçmişi olan çalışanlar bunu yanlış bulup karşı çıkarken, yapımcı hatta sunucu yalan olduğunu bildiği halde reyting getirdiği için yalan haberi başarı hanesine yazıyor” şeklinde görüşlerini ifade etmiştir.

Yalan haberin genellikle yazılı basında çıkmakta ve sık sık tekzip yayınlamak zorunda kaldıklarını belirterek ayrıca, bir siyasi partiye angaje olmuş kanallarda görüldüğünü ifade eden Denek 10, yönlendirilmiş haberin de yalan haber olduğunu ve bu tür haberlere asparagas haber dendiğini aktarmıştır.

Haberde magazinleştirmenin piyasa şartları içinde özel kanalların seyirci toplama telaşıyla yapılmaya başlandığını; bir cinayet veya kaza haberini magazinleştirerek anlatan bir dil kullanmanın da habercilik yapmak olmadığını belirtmiştir. “Paparazzi denilen sapık ruhlu kişilerin eline bir kamera verip de insanların mahrem alanlarına sokup sözde haber yayınlamak aslında suç olmalıdır” diyerek Denek 10, örneklerle açıklamıştır. “Eski Başbakanlarımızdan Tansu Çiller'in bahçesini dikizleyip, güneşlenmesini haber yapıp mayolu halini izinsizce yayınlamak ahlaksızlığın önde giden halidir. Aynı şekilde bir kafede arkadaşlarıyla konuşan bir sanatçıyı gizli mikrofonla ve kamerayla çekip "şunu dedi" diye yayınlayıp zor durumda bırakmakla mağazanın soyunma odasına kamera koyup yayınlamak bence aynı şeydir”

Denek 10, bazen farkında olmadan yönlendirilmeye müsait haberler yayınlandığını, 2008 yılında TRT'nin 13.00 bülteninde Türkiye'deki cezaevlerinin ne kadar modern ve insani olduğuna ilişkin bir haber yayınlandığı örneğiyle anlatmıştır. Toplumsal sorumluluğa aykırı olarak nitelendirdiği bu haberin, insanları cezaevlerine girmeye teşvik eden niteliği olduğundan müdahale ettiğini ve diğer bültenlerde yayınlamadığını ifade etmiştir.

Eskiden TRT'de reyting kaygısıyla haber yapmanın ya da magazinleştirmenin de olmadığını belirten Denek 10, canlandırmanın bile yapılamadığını; TRT'de ilk canlandırmayı yapan kişi olmasına rağmen yayınlanmadığını ifade etmiştir.

Denek 11, yalan haber/magazinleştirmenin yöneticileri ne kadar mutlu etse de bu tür haberlerin hazırlanması ve sunumunun, çalışanları da bir o kadar hatta iki katı rahatsız ettiğini ifade etmiştir. *“Sonrasında yaptığımız, okuduğumuz haberden vicdan azabı duyduğumuz olmuştur. Keşke reyting habercilerin ensesinde Demokles'in kılıcı gibi durmasa...”* diyerek düşüncelerini ifade etmiştir.

“Reyting kaygısı sebebiyle özellikle entertainment kanallarda yani ATV, Show, Star, Kanal D gibi majör kanallarda reyting kaygısı bir hayli fazla” diyerek bunun hep konuşulduğunu ama kendi kanalında reyting kaygısıyla şahit olduğu bir yalan haber olmadığını belirten Denek 12, ancak bunun olmadığı anlamına da gelmediğini; mutlaka ve mutlaka televizyon kanallarında reyting kaygısıyla yapılan yanlış haberler olduğunu ifade etmiştir.

Denek 12, *“Her şey ertesi gün kantar medyanın yani reyting ölçen sistemin saat 10.00'da mailinize geldiği; o nerede olduğunuzla alâkalı reyting sisteminde iyi yerdeyseniz sesiniz çıkmıyor. Kötü yerdeyseniz ya ben nerede yanlış yaptım diye sürekli hem yöneticiler hem çalışanlar bir kısır döngü içerisine girebiliyor. Dolayısıyla reyting kaygısı sebebiyle yapılan yanlışlar şu an itibarıyla televizyon kanallarında var ama bunu tematik haber kanallarında görmüyoruz. Genellikle entertainment yani majör kanallarda rastlıyoruz. ATV, Star, Show, Kanal D gibi televizyonlarda bunlara rastlamak mümkün”* diyerek yalan haber/magazinleştirme konusundaki görüşlerini belirtmiştir. Denek 13, bu soruya cevabının olmadığını belirtmiştir.

3.8.7. Eski habercilikten yeni haberciliğe dönüşüm ve retorikğin önemine ilişkin görüşler

Sorunun haber spikerleri ve televizyon haberciliğinin belirlenen yetkin isimlerine yöneltilmesi, bugünkü televizyondaki haber sunumlarıyla eski dönemlerdeki haber sunumlarının mukayesesine dair bulguların tespitine yöneliktir.

Soru, haber spikerleri ve habercilerin verdiği cevaplar yoluyla TRT'nin tek kanal olduğu dönem ile günümüzün haber sunumlarının karşılaştırılması suretiyle yaşanan dönüşüme dair bulgulara ulaşmak maksadıyla sorulmuştur.

“Daha interaktif, daha hareketli bir sunum tarzı var. Oturur halde haber sunulması tarih oldu neredeyse, ayakta sunumlara geçildi. Sosyal medya çok kullanılıyor” diyerek günümüzü değerlendiren ve eskiden her kanalda biri İstanbul’da biri Ankara’da olmak üzere bir ya da iki canlı yayın arabası olduğunu belirten Denek 1, bunun nedeninin çok pahalı bir yatırım olması olduğunu aktarmıştır. Günümüzde teknolojinin inanılmaz bir gelişim gösterdiğini ifade eden Denek 1, kameralar, mikrofon sistemleri, ses ve ışık sistemleri, canlı yayın araçları gibi her şeyin ucuzladığını ve birçok yerden canlı yayınlar yapıldığını; bunun da haberlerin çok aktif olmasını sağladığını belirtmiştir. Denek 1, eskiden TRT yıllarında haber sunucularının asla mimik yapamadıklarını, kendilerinden bir şey ekleyemediklerini ve haber hakkında yorum yapamadıklarını ifade ederek *“Şimdi bu tamamen değişti. İyi mi oldu? Bazen öyle saçma cümleler, yorumlar duyuyorum ki izleyemiyorum. Ancak gerçekten doğru bir sistemle yapılırsa güzel olur bu yorum işi. Diğer taraftan eskiden tuttuğumuz takım, parti vs. bize saklı kalırdı, kimse bilmezdi. Şimdi bu da tamamen değişti. İyi bir haberci tarafsız olmalıdır oysaki...”* demiştir.

Denek 2, eskiden haber sunumlarının masa başında olurken günümüzde haber sunum formatlarında değişimler olduğunu ancak dünyada da birçok haber kanalında haber sunumlarının oturarak yapıldığını ve ayrıca ekranlarındaki spikerlerin yaş ortalamasının da 40’tan yüksek olduğunu çünkü 20 yaşında bir çocuğa göre daha inandırıcı olduğunun düşünüldüğünü belirtmiştir.

Her şeyin bir gelişme içinde olduğunu; masa başında oturup elini kolunu kıpırdatmadan haber okumanın da doğru olmadığını ifade eden Denek 2, masa başında da oturulabileceğini ancak biraz sağa, biraz sola dönülebileceğini biraz öne, biraz yana hareket edilebileceğini belirtmiştir.

Denek 2, *“Ortalıkta çok dolaşmaya da karşıyım. Abartmadan, yumuşatılmış bir şekilde hareketler, beden dili, jest, mimik katılabilir artık. Ama haberi çok doğrulayacak*

anlamda spiker bu mimiği, jesti yaparsa ama ‘Ya bu bunun tarafını mı tutuyor, bu, bu politik görüşte mi de acaba böyle davranıyor?’ gibi seyircide soru işareti uyanabilir. Bir takım dönüşüm olmasını destekliyorum; haddini bilerek yalnız, abartısız” demiştir.

“Yaş ortalamaları konusunda BBC’de derler ki 50 yaşından itibaren ya da 40 yaşından itibaren haber spikeri inandırıcıdır. Oturuşuyla, duruşuyla, yaşıyla, başıyla, karşıya bir güven telkin eder. Dolayısıyla haber spikerlerinin yaş ortalaması 50’den başlar. Bizde çok gençler var. Yani magazin ya da eğlence programı sunacağı çağlarda haber sunuyor” diyerek Denek 2, haberin bir yaş ortalaması olması gerektiğini, anchormanlar haberin mutfağından gelen kişiler olarak daha çok haberin oluşturulmasında, yazılmasında, geliştirilmesinde mutlaka katkılarının olduğunu ifade etmiştir.

Eskiden haber spikerlerinin haber okuyacağı saatten önce giderek okuyacakları haberlere haber masasında bakıp sonra da bülten saatinde okuduğunu aktaran Denek 2, sonrasında redaktör spiker kavramının geldiğini belirtmiştir. *“Redaktör spiker; düzeltendir, bakandır, yanlış bulandır, tekrardan gerekirse yeni baştan yazıp da redaksiyon amirine gidip ‘Ya şöyle olmuş; bu böyle olsa daha iyi olur’ diyebilendir. Onun için zaman içinde salt oturup papağan gibi okuyan haber spikerinden farklı bir haber spikerliğine dönüşmüştür olay”* demiştir.

“Biz yerimize çakılmış gibi, çivilenmiş gibi haber sunardık. Çünkü bizden istenen buydu” diyerek Denek 3, seyircilerin ekranda gördüğü insanın üzerine yorum yaptığını, gerisine bakmadığını ve sadece onu tanıdığını belirtmiştir. Seyircinin sadece son insanı tanıdığını, onun haricindeki insanları tanımadığını ve her şeyi onun yaptığını zannettiğini belirten Denek 3 şunları aktarmıştır. *“Hâlbuki bu bir ekip işidir. Ekibin çalışmasının sonucunda bunlar ortaya çıkar. Yıllar yılı yerimizden oynatmadan bizi, oturduğumuz yerden haber sundurdular. Aynı dille, eski doğu bloku tabiriyle ki o zamanki adıyla ki doğrudu. Hep aynı cümlelerle, hep aynı şeylerle bize haber sundurdular. Rahat bırakılmadığım için rahat haber sunamadık. Ama en azından inandırıcılığı sağladı”* Bunun da çok büyük bir başarı olduğunu, rahat olsaydı inandırıcılığın çok daha iyi olacağını ifade eden Denek 3, inandırıcılığa somut bir şekilde katkıda bulunan en önemli konunun beden dili olduğunu; beden dilinin de fazla kullanılmasına izin verilmediğini belirtmiştir.

Denek 4, haber sunumlarının son derece doğallaşmış durumda olduğunu; artık eline verileni okuyan spikerlerden çok, haberi anlatan sunucuların ekranlarda olduğunu belirtmiştir. Mimik ve jestlerin de aynı doğallıkta sunuma katkı sağladığını ve seyircinin

beklentisinin de bu yönde olduğunu ifade eden Denek 4, halkın doğal olan, haberi anlatıp bazen de yorumlayan sunucuları daha çok benimsediğini aktarmıştır. Tüm gelişmeleri yakından takip eden, anlık olayları rahatlıkla ve akıcı bir şekilde seyirciye aktarabilen, uzmanlık gerektiren alanlarda bilgi sahibi olan, olayları ve konuları analiz edebilen haber sunucularının televizyon kanallarının da öncelikli tercihi olduğunu, bu konunun da kanalların dönüşen topluma cevap vermesi açısından önemli olduğunu ifade etmiştir.

Denek 5, teknolojik gelişmeler ve reyting kaygısının televizyonculuğun içeriğini belirlediğini ve bundan en çok etkilenen ve değişen alanın da sunum teknikleri olduğunu belirtmiştir. Ayrıca örneğin meydana gelen büyük bir yangını izleyicilerin sosyal medyadan anında öğrendiğinden; televizyon habercilerinin mutlaka ona farklı bir açıdan bakması ve sunması gerektiğini ifade ederek aksi takdirde izleyicinin gerisinde kalınacağını ve izlenmeyeceğini ifade etmiştir.

Denek 6, *“Yukarıdaki sorulara verdiğim yanıtlar, bu soruya da cevap oluşturmaktadır”* diyerek diğer cevaplarının bu soruyu kapsadığını belirtmiştir.

Denek 7, bu soruyu gelişen teknoloji ile ilgili olarak ele alarak son dönemde televizyon yayın teknolojisinin çok geliştiğini belirtmiştir. Denek 12’in sunduğu haber bültenini örnek göstererek (<https://www.youtube.com/watch?v=esEuiENpvcQ>) günümüzde böyle abartılı sunumlar olsa da yaygın medyada pek tercih edilmediğini ifade etmiştir. Denek 7, *“Televizyon haberciliğinin olmazsa olmazı; görüntü. TV haberciliğinde görüntü güzelse ‘görüntüleri yiyelim’ diye bir deyim vardır yani; o görüntüyü başta özetle gösterip ilgi uyandırılır, sonra da sık sık tekrarlanan ‘az sonra’larla o ilgi diri tutulur”* diyerek teknolojik gelişmelerle doğru orantılı olarak görüntü kullanımının arttığını aktarmıştır.

Denek 8, *“Ne yazık ki artık spikerlik diye bir meslek kalmamıştır. Yoldan geçen insanı istihdam edebildiğiniz bir görev, meslek değildir. Haber ekranlarındaki az sayıda başarılı arkadaşlarımız vardır elbet. Ama çoğunluk, bu işin herkes tarafından yapılabileceğinin göstergesidir adeta. Hele haber altı seslendirmelere hiç değinmeyelim”* diyerek ayrıca günümüzde haber sunumunun bir sıkıntısının da sahadan gelen muhabirlerin bazı yanlış alışkanlıklarının ekrana yansması olduğunu belirtmiştir. Salgın gibi büyüyen bir yanlış olarak cümle sonlarında noktadan sonra durak vermeyip derhal diğer cümleye geçişten bahsederek *“Oysa nokta, bildirimin sonunda, dinleyenin, anlatılanları sindirmesi ve beyninde resmetmesi için tanınan süredir”* demiştir. Günümüzde tohumları yakın geçmişte atılan iki haber aktarım şeklinin kullanılmakta olduğunu belirten Denek 8, birinin geçmişten gelen klasik haber spikerliği diğerinin ise

haber sunuculuğu olduğunu aktararak *“Doğrusu ikincisi bugün bana daha sıcak ve inandırıcı gelmektedir. Sunumla spikerlik arasındaki farktan da kısaca söz etmek gerekirse; spiker hazır metni okuyan aktaran kişidir, sunucu anlatandır”* demiştir. Günümüzde iki şekilde de kullanılan bu sunum tekniklerinin ortak bir altyapı gerektirdiğini bunun da anlaşılabilirlik, doğru ses ve nefes kullanımı ve kulağı tırmalamayan bir ses olduğunu ifade eden Denek 8, haber altı seslendirmeler konusunda da spikerin sesinin daha önemli olduğunu belirtmiştir. Zaman zaman bazı büyük kanalların uyguladığı şekilde o haber merkezinin değişmez sesinin haberleri aktarmasının bilinçaltı güveni artıracağı gibi kanalın prestijinin de ifadesi olacağını aktaran Denek 8, *“Ne var ki günümüzde önüne gelen bu seslendirmeleri yapmakta ve ortaya bir okul müsamesesi kıvamında anlatımlar çıkmaktadır. Sonuç olarak medyanın %80’den fazlasının emir komuta altına girdiği bir piyasada ne içerik kalitesinden ne de liyakatten söz etmek mümkündür”* demiştir.

Denek 9, bugünkü televizyon sunumlarıyla eski dönemlerdeki haber sunumlarını kıyasladığında günümüzde daha yüzeysel olduğunu; 3-4 dakikalık, sahada röportaj ile desteklenmiş haberlerden, 25-30 saniyelik haberlere geçildiğini belirtmiştir.

Denek 10, eskiden spikerlerin tümüyle yazılı metinlere bağlı kaldığını ve dolayısıyla metindeki hataların sorumlusunun, haberi yayına veren kişi olduğunu; son yıllarda haber üzerinde yer yer yorumlar gördüğümüzü, burada ise yorumu yapan kişinin söylediklerinden sorumlu olduğunu belirtmiştir. Denek 10, *“Spiker ile anchorman denilen haberi hazırlayıp-sunan kişi arasında fark vardır ve artık seyirciler bunun bilincindedir. O bakımdan spiker ile haber saati özdeşleşmemiştir ama anchorman denilen haberin yönetimini üstlenen kişiyle özdeşleşebilmiştir”* diyerek spiker ile anchorman arasındaki farkı vurgulamıştır.

Denek 10, spikerin bültene konuk almış olsa da konuya yeterince hâkim olmazsa, konuğun sırtıttığını bu yüzden de spikerin dersine çok iyi çalışması, konuğun kimliğini ve fikirlerini iyi bilmesi gerektiğini, söyleyeceği sözleri tahmin ederek soruların birbiriyle bütünlük arz etmesine çalışması gerektiğini belirtmiştir. Haber sunumunda tempo, tavır ve görüntüsü yerinde olan birçok spikerin, sırf konuğuyla olan iletişiminin eksik olması dolayısıyla bülteni zayıflattığını ifade eden Denek 10, ayrıca konuğa hitap konusunun da çok önemli olduğunu; kişinin adı söylenecekse başına sayın sıfatının getirilmesi gerektiğini belirtmiştir.

Denek 11, 2000 öncesi yıllarda çok ciddi ve neredeyse robotik olan sunumların, sonrasında fazla cıvık ve her hali ile komedi noktasına geldiğini ifade etmiştir. Denek 11

“Özellikle haberi satmak isteyen sunucuların yaptıkları hareketler sırf farklı olma ilgi çekmek adına biz spikerleri çok güldürüyor aynı zamanda da üzüyordu. Çünkü sunucu ile spiker arasında çok fark vardır. Hele giyim kuşam ve aksesuarlar bir acayıpti. 2010 yılından sonra ise şükür ki yanlışlar görüldü ve dizginlenmeye başladı bu tür yapılar” demiştir.

Sosyal medya haberciliğinin televizyonlara sıçraması ile birlikte televizyonlarda konuşulan Türkçede büyük yozlaşma yaşanmaya başladığını ve bu yetmezmiş gibi diksiyon eğitimi almamış ama haberci olarak ismi duyulan ve saygı gösterilen isimlerin haber sunmaya başlaması ile birlikte Türkçemizin ekranlarda daha da kötü duruma geldiğini ifade eden Denek 11, *“Beni özellikle korkutan gelecekte evlatlarımızın ana dillerini iyice kaybetme riskidir”* diyerek konuyla ilgili görüşlerini belirtmiştir.

Denek 12, 2010’ların sonuna doğru geldiğimiz günler itibarıyla bugünkü televizyonlarda artık daha çok teknolojiyi kullanan, teknolojik altyapıyı daha iyi becerebilen haber spikerleriyle karşı karşıya olduğumuzu ifade etmiştir. 2010 öncesinde, daha çok durağan, oturan, prompter önünden geçen haberleri okuyan ve bununla ilgili çok da fazla yorulmayan bir haber spikeri profili olduğunu ama 2010’lardan sonra televizyonculukta teknolojinin bir hayli gelişmesiyle birlikte arkada fotobloklardan video wall’lara geçildiğini aktaran Denek 12, artık dokunmatik ekranlar olduğunu, bunu da kullanabilmek için durağanlığın dışında hareketli bir haber sunumuyla karşı karşıya kalındığını belirtmiştir. Denek 12, *“Dokunmatik ekranlardan video wall’lara, büyük ekranlara, haber spikerlerinin anında 5G bağlantılarla olayla ilgili bilgi almalarına, kendi cep telefonundan gelen son dakika bilgilerine baktığına bile şahit olabiliyoruz artık”* demiştir.

Denek 13, *“Haberde saygı çerçevesinde rahatlık güzel, ancak sunan bunu bir kurum adına yaptığının ciddiyetinde olmalı”* diyerek spikerin bir kurumu temsil ettiğini unutmaması gerektiğini vurgulamıştır.

3.8.8. Haber sunumlarında teknolojinin kullanımı ve haberin inandırıcılığı arasındaki ilişkiye ilişkin görüşler

Sorunun haber spikerleri ve televizyon haberciliğinin belirlenen yetkin isimlerine yöneltilmesi, yeni dönemde kullanılmaya başlanılan grafik uygulamaları, 3 boyutlu animasyon vb. dijital etkenlerin haber sunumundaki inandırıcılığı nasıl etkilediğine ve izleyicilerin gözünde bu yan etkenlerin haber sunumunun/spikerliğin önüne geçip

geçmediğine, yoksa halen retorikğin önemli bir unsur mu olduğuna dair bulgulara ulaşma amacını taşımaktadır. Çalışmada haber spikerleri ve habercilerle; Yeni dönemde kullanılmaya başlanılan grafik uygulamaları, 3 boyutlu animasyon vb. dijital etkenlerin haber sunumundaki inandırıcılığı nasıl etkilediği ve izleyicilerin gözünde bu yan etkenlerin haber sunumunun/spikerliğin önüne geçip geçmediği yoksa halen retorikğin önemli bir unsur mu olduğuna dair bulguların kıyaslanması amaçlanmıştır.

Denek 1, *“Retorik yani eskilerin deyimiyle belagat hâlâ en etkili yöntem olmaya devam ediyor. Hayatımızın her alanında belagat önemlidir. Tabii grafik uygulamaları, 3 boyutlu animasyon vb. dijital etkenler haber sunumunda önemli hale geldi. İnsanların gözlerine hitap ediyor. Boşuna insan gözünde bir şey canlandırmaya çalışmıyor. Ama sunucunun sesi, diksiyonu ve beden dili hala her şeyin önünde yer alıyor. Ne kadar etkili animasyonlar kullanırsanız kullanın, sunum ama etkili sunum çok önemli olmaya devam ediyor”* demiştir. Eski ve yeni dönem kıyaslandığında özellikle TRT’nin tek kanal olduğu yıllarda sınavla TRT’ye girip spiker ya da muhabir olunabildiğini aktaran Denek 1, o dönemde TRT’de ciddi bir eğitim verildiğini; hatta bitmeyen bir eğitim olduğunu söylemenin mümkün olduğunu çünkü spikerlik mesleğinde usta-çırak ilişkisi olduğunu belirtmiştir. Denek 1, Denek 10’in kendisini yetiştiren spiker hocalardan olduğunu belirterek *“Bizi eğiten deneyimli spikerler, bizim ustalarımızdı ve onlarla uzun soluklu yıllar bu ilişki böylece devam ederdi. Buradan bizi yetiştiren değerli spiker hocalarımıza sevgi ve saygılarımı sunuyorum. Vefat edenleri de rahmetle anıyorum”* demiştir.

Denek 2, haber gerçek anlamda oluştuktan sonra dijital efektler, destekleyen haritalar ve drone çekimlerinin gerekli olduğunu; artık görüntülerin anında ulaşabildiğini ifade ederek günümüzde dijital imkânlar olduğunu ve kullanılması gerektiğini belirtmiştir. Sunucunun, arkada görsel yoksa elindeki bilgileri açık ve net olarak anlatması gerektiğini ancak açık ve net anlatılanı, grafiğin de desteklediğini ifade etmiştir. Denek 2, *“Spiker, konuya hâkim olmalı, bağırıp çağırmamalı, haberin mutfağından gelmiş olmalı, çok okumalı, çok yazmalı, inisiyatifli olmalı, kulaklığından bir şey söylendiğinde, konuyla ilgili konuşabilecek kapasitesi olmalı. Bunlar için İletişim Fakültesi eğitimi yeterli değil; tecrübe gerekiyor”* diyerek spikerin nasıl olması gerektiğini anlatmıştır.

Denek 2, günümüzün haber sunumuna dair *“Örneğin bir trafik kazası olmuş. Siz onu telefonla da yansıtabilirsiniz. Üzerinde dron da uçurabilirsiniz. Hiç insanın giremeyeceği yerlerde olmuş bir olayı dronla tespit edip gönderebilirsiniz ekrana. Bunlar çok önemli gelişmeler. Eskiden spiker haberin başlığını okurdu, başlık bittikten sonra film girer, perfore girer, perforede ne anlatılırsa görüntüler akar biter. Ama şimdi öyle değil; o*

görüntüler sürekli arkada akıyor, spiker üstüne konuşuyor, altına konuşuyor, arada çıkıyor giriyor; bunların hepsi aksiyon. Sabit durmanın karşısında aksiyonlu bir sunum olayı gelişti” diyerek konuyla ilgili görüşünü aktarmıştır.

Eurovision Şarkı Yarışmalarını hem yurt içinde hem yurt dışında Bülent Özveren ile beraber kendisinin sunduğunu belirten Denek 2, saat 22.00’de Eurovision bağlantısının yapılması gerekirken teknik sorundan dolayı bağlantı yapılamadığını ve ancak kulaklığına görüntü verileceğini; üstüne konuşması gerektiğinin söylendiğini aktarmıştır. Eski Eurovision’lardan görüntüler akarken onun üstüne yarım saat konuştuğunu ifade eden Denek 2, konuyu bilmeyen bir sunucunun asla böyle bir şey yapamayacağını belirtmiştir.

“Boğaziçi Köprüsü açılırken 1973’te radyodan canlı yayın yapıldı. Akşam da Atatürk Kültür Merkezi’nde bir konser yapıldı. Orada da konuşuyordum; birdenbire ara verdiler. Yani 15 dakika ara dediler; hiç böyle bir şey yoktu hesapta. Ben bağılıyım, “Burası ara verdi siz kesin” mi diyeceğim? Ne yaptım? 15 dakika boyunca sabahın erken saatlerinden itibaren köprüde ne olmuşsa, kaç kişi çalıştı, kaç mühendis vardı, ne kadar para sarf edildi, ne oldu? Yani spikerin dolu olması lazım; konuyu bilecek. Boşluğu dolduracak bilgi ve birikime sahip olması gerekir spikerin” diyerek görüntü olmasa da habercinin görevinin konuyu enine boyuna en iyi şekilde anlatabilecek bilgiye sahip olması gerektiğini belirtmiştir.

Denek 2, *“İlk haber spikerleri de Denek 3 Celasun ve Jülide Gülizar bizden önceki dönem. Benim dönem arkadaşlarım Erkan Oyal, Çetin Çeki, Aytaç Kardüz, Sevinç Yemişçi. Sonraki dönemlerde Sevim Canbaz, Şengül Kılıç, Denek 12 Akarca, Lami Sesar, Mesut Mertcan, Tuna Huş, Can Akbel (Almanya’dan geldi)”* demiştir.

Denek 3, yeni dönemde kullanılmaya başlanan grafik uygulamaları, 3 boyutlu animasyon ve dijital etkenlerin haberin sunumunu hiç etkilemediğini; orada önemli olanın orada yazan değil, sunan kişinin ağzından çıkan olduğunu ifade etmiştir. *“Sonuçta haberi almışsınız, grafik uygulamalarını yapmışsınız, ekrana vermişsiniz. Ne olur? Bir parça belki sözü dinlemediğinizde, görseli gördüğünüzde “Aaa, bak bu da böyleymiş, enteresan bir bilgi”* diyebilir ama bu tür grafik uygulamaların ve bu tür dijital etkenlerin ben inandırıcılığı etkilediğini düşünmüyorum” demiştir.

İzleyicilerin gözünde yan etkenlerin haber sunumunun, spikerliğin önüne geçtiğini zannetmediğini belirterek kendisinin de TRT’deki son dönemlerinde haberleri sunarken ayakta yine büyük bir ekranda fotoğrafla başladığını aktarmıştır. Önce fotoğrafı

anlattığını ve fotoğrafın öyküsünden habere geçiş yaptığını ifade eden Denek 3, tarzının bu şekilde olduğunu belirtmiştir.

Denek 4, grafik animasyon, 3 boyutlu görseller vb. teknolojiler de kullanılsa yine amacın haberin doğruluğu olması gerektiğini belirtmiştir. Haberin görselinin seyirciyi ekrana kilitlemek için kullanılan bir etken olduğunu; *“Daha çarpıcı, daha renkli, daha göz alıcı nasıl yapılabilir?”* sorusuyla yola çıkıldığını ifade eden Denek 4, ancak doğruluktan, tarafsızlıktan uzaklaşarak hazırlanan izleyiciyi yanıltıcı görseller ne kadar teknolojik ve gösterişli olursa olsun inandırıcılıktan uzaksa kabul görmediğini ve dışlandığını belirtmiştir. *“İnandırıcılık her zaman öncelikli seyircinin gözünde”* demiştir.

Denek 5 dijitalleşmenin haber sunumunda sadece bir araç olarak görülmesi gerektiğini; merkezde sunucu ve haberin içeriğinin olduğunu belirterek şu örneği vermiştir: *“Örneğin seçim sonuçlarının verildiği bir ekranda herkes oy sayılarını görür ama bunları yorumlayan, kıyaslayan, izleyiciye aktaran yine sunucudur”*

Denek 6, yeni dönemde kullanılmaya başlanılan grafik uygulamaları, 3 boyutlu animasyon vb. dijital etkenlerin haber sunumundaki inandırıcılığa mutlaka etkisi olduğunu, gelişen teknolojiyi kullanmanın itibar kazandırdığını ama haber bültenlerinin özünde olması gereken etik ve mesleki değerlere bir katkısı olduğunu düşünmediğini belirtmiştir.

Üç boyutlu animasyon ve grafiklerin haberin unsuru olmakla birlikte “olmazsa olmazı” olmadığını ifade eden Denek 7, bir haberde grafik, animasyon olmasa da olabileceğini; çok da şart olmadığını belirtmiştir. Olmasının ise haberin izlenirliğini, etkisini artırdığını, bu nedenle abartıya kaçmamak kaydıyla haberlerde grafik ya da animasyon kullanıldığını ifade ederek *“Oradaki ince çizgi, haberin inandırıcılığıdır. Eğer o grafik ya da animasyon haberin inandırıcılığının önüne geçiyorsa pek tercih edilmez ama inandırıcılığı destekliyorsa haberin bir unsuru olarak kalmaya devam edecek”* demiştir.

Denek 8, izleyicinin temsil sistemlerine hem göze hem kulağa hitap etmenin önemini bildiğini, sunum tekniklerinde de aynı şeyin geçerli olduğunu belirterek *“Son dönemde grafik uygulamaların zaman zaman belli ölçüde sunumun önüne geçtiğini farkediyorum. Sebebi bu olmamakla birlikte bu biraz, düğün salonlarında sesi sonuna kadar yükleyip müzik icrasındaki falsoları kapatmak gibi bir şey. Zira spikerliğin meslek olmaktan çıktığı, gerçekten herkesin yapabilir hale geldiği bir uğraş olduğu malum”* demiştir. Şartlar gereği bu durumun çok da yadırgatıcı olmadığını, bu kadar geniş bir kanal yelpazesi içinde talep arttıkça, kalite beklentisinin de düşmesiyle kalifiye eleman

temininin kolay iş olmadığını belirterek *“Hele ki mevcut ücret politikalarıyla... Sonuç olarak bunun bir oranı olmalı diye düşünüyorum”* demiştir.

Denek 9, yeni dönemde kullanılmaya başlanılan grafik uygulamalarının, 3 boyutlu animasyon vb. dijital etkenlerin haber sunumundaki inandırıcılığa etkisi hakkında; haberin anlatımına katkısı olduğunu düşündüğünü ancak izleyicilerin gözünde yan etkenlerin spikerin önüne geçmeyeceğini ifade etmiştir.

Denek 10, gelişen teknolojiyle birlikte teknoloji kullanımının kaçınılmaz olduğunu belirterek televizyon haberciliğinde de bir takım teknolojik gelişmelerden yararlanılmakta olduğunu ifade etmiştir. Yeni dönemde kullanılmaya başlanan grafik uygulamaları, 3 boyutlu animasyon vb. dijital etkenlerin, haberin anlatımına katkıda bulunsada haber sunumunun/spikerliğin önüne geçemediğini belirtmiştir. Denek 10, grafik uygulamalar ve teknolojik imkânların kullanılmasının günümüzde kaçınılmaz olmasına rağmen haber sunumunda retoriğin her zaman daha önemli olduğunu ifade etmiştir. Denek 10, haber spikerinin dijital etkenler olmadan, haber görüntüsü üzerine hatta haber görüntüsü kısıtlı olsa bile haberi aktaracağını belirtmiştir.

Denek 11, kararında kullanılan bu tür uygulamalar ve tekniklerin güzel ve iş gördüğünü ama bazı kanalların abartılı uygulamalarının ise inandırıcılıktan uzaklaştırdığı gibi, haberin özünü de bozduğunu ifade etmiştir. Kararında dengesinde olan bu tür uygulamaların kendi görüşüne göre spikerin/sunucunun elini güçlendirdiğini belirtmiştir. Denek 11, *“Kendi adıma sevdiğimi söyleyebilirim ama fazlası her şeyde olduğu gibi bu konuda da zarar maalesef. Söz söyleme sanatı birikim gerektirir. Çok okuyacak, çok dinleyecek, çok çalışacaksınız. Unutkan olmayacak önemli hadiseleri daima zihninizde taşıyacaksınız ki geçmiş ile bugünü kıyaslayabilesiniz. Ola ki haber olan bir olayı yorumlamak durumunda kalırsanız, geçmiş size çok büyük kolaylıklar sunarken; okumaktan, dinlemekten kaynaklı birikimleriniz, kelime dağarcığınız rehberiniz olacaktır. Bakın lugatta 150 bin kelimemiz var aşağı yukarı. Biz ana dilimiz olmasına rağmen bu kelimelerin ancak 3 bin 5 bin tanesine vâkıfız. Günlük konuşmada kaç kelime ile konuşuyoruz sizce? Sadece 150-300. Ne kadar acı değil mi?”* demiştir.

Denek 12, yeni dönemde birçok grafik kullanılabildiğini, böylece canlı yayında stüdyonun içerisine tanklar, topların bile girebildiğini ve kendisinin de daha önce böyle bir 3 boyutlu algıyla karşılaştığını belirtmiştir. Denek 12, *“Afrin Harekâtı’nda kahraman Denek 12’çimize destek vermek amacıyla kahraman Denek 12’çimizin Afrin’e giriş anını 3 boyutlu olarak televizyonda haber sunarken ekranlarda içeriye soktuk; 3 boyutlu grafik animasyonla birlikte. Kimilerine göre bu çok önemli bir durumdu, kimilerine göre*

haber spikerinin algısının kaymasını sağlayan bir durumdu” diyerek bu durumun çok eleştirildiğini aktarmıştır. Kendisinin de bunu bizzat yaşamış biri olduğunu ifade ederek *“3 boyutlu animasyon noktasında abartılmaması kaidesiyle 3 boyutlu animasyonlar, grafikler kullanılabilir”* demiştir.

Denek 13, *“Retorik elbette önemlidir ve bunu önce spiker bilmelidir. Yan unsurlar spikerin önüne geçmemelidir”* diyerek yeni dönemde kullanılmaya başlanılan grafik uygulamalarının, 3 boyutlu animasyon vb. dijital etkenlerin haber sunumundaki inandırıcılığa etkisi olmadığını ve spikerin önüne geçmemesi gerektiğini belirtmiştir.

3.9. Değerlendirme

3.9.1. Televizyon haberciliğinde başarı kıstasları ve retorik ilişkisine ilişkin değerlendirme

2000 yılı öncesinde özellikle tek kanal olan TRT döneminde televizyon habercilerinin çok sayıda başvuruda bulunan kişi arasından sınavla seçildiği, çok detaylı eğitimler alarak çalışmaya başladıkları ve hatta usta-çırak ilişkisiyle bu eğitimin sürekli devam ettiği belirtilmiştir. TRT’nin habercilik anlayışının; doğru, güvenilir, tarafsız habercilik olduğu ve devlet ve kamu yararı gözettiği ifade edilmiştir. Haberlerin, ajansın yanı sıra diğer kaynaklardan da teyit edilerek verildiği belirtilmiştir. Ekran yüzlerinin de yayıncılık anlayışı gibi, ciddi, güvenilir, tarafsız olduğu ve hatasız bir İstanbul Türkçesi ve güzel bir ses tonuna sahip olduğu ifade edilmiştir. Dönemin haber spikerlerinin çok araştırmacı, genel kültür sahibi ve gündemi çok iyi takip ederek gerektiğinde konuyla ilgili detaylı bilgileri okumadan anlatabilecek bilgi ve tecrübeye sahip olduğu ancak kurallar gereği yorum, mimik, jest yapmadan ve masa başında haber sundukları belirtilmiştir. İlk özel televizyon kanalları kurulmaya başlandığında TRT’den çok yüksek ücretlerle transferler yapılarak bu spikerlerin çok ünlü ve başarılı oldukları ancak zamanla transfer edilecek iyi eğitim alan seçkin TRT personelinin bittiği ve zamanla tecrübesiz, eğitimsiz isimlerin ekranlara çıkmaya başladığı ifade edilmiştir. Bu süreçte zamanla 'TRT’nin alışılmış spikerlik kriterleri’nden uzak hale gelindiği; ses ve Türkçenin mükemmel konuşulmasının da haber bültenlerinden çıkan kriterler olduğu belirtilmiştir. İlk başlarda TRT’nin tek kamu kanalı olduğu dönemlerde teknoloji sınırlı ve haber birçok kaynaktan doğrulanmadan verilmezken ayakta sunum dahi yapılamayan katı kuralların da mevcut olduğu belirtilmiştir. Başarının objektiflik ve doğru haber vermek olarak

nitelendirildiğinde TRT’de siyasi iktidara yönelik haberlerin süresi dışında, objektif haberler yapıldığı, insanların haberlerin doğruluğunu TRT bültenlerini izleyerek teyit ettikleri aktarılmıştır. Yaklaşık olarak 2012 yılına kadar TRT’nin sınavla gelen, kendi içinden objektif haberciliği öğrenerek yetişen habercilerin haber sunduğu ancak sonrasında durumun değiştiği ifade edilmiştir. Diğer yandan kanal sayısı artarken kalitenin de artmadığı belirtilmiştir.

TRT’nin BBC tipi masa başı haberciliğinden, 2000 yılı sonrasında özel kanallarda Amerikan tipi haberciliğe geçilerek sunuculuk ve habercilik profilinin değişmeye başladığı aktarılmıştır. Bu dönemde muhabirlikten gelen, gazetecilik kökenli olan ya da farklı alanlardan gelen kişilerin anchorman olarak haber sunması ile habercilikte değişim yaşandığı belirtilmiştir. Daha magazin, daha show nitelikli haberlerin arttığı dönem için Reha Muhtar örneği verilmiştir. Özel kanallarda gazete patronları ve iş adamlarının, medya patronu olarak iş dünyasındaki beklentilerinden dolayı iktidar yanlısı olarak tarafsızlık kavramını sekteye uğrattığı belirtilmiştir.

Ayrıca 2000 yılı itibarıyla dijital materyal ve internetin hayatımıza girmesinin başarı ölçütlerini daha görünür kıldığı, sosyal medya kullanımının etkinliğinin de toplumun isteklerinin daha anlaşılır olmasını sağladığı ifade edilerek habercilikteki başarı kıstaslarındaki en büyük dönüşümün toplumun kendisi olduğu belirtilmiştir.

3.9.2. Kanal sayısındaki artış ile istihdam ve başarı arasındaki ilişkiye ilişkin değerlendirme

TRT’nin binlerce kişinin başvurduğu sınavlar açtığı ve sınavlarda birkaç kişinin başarılı olarak kadroya girmeyi başardığı ifade edilmiştir. TRT sınavını kazanarak TRT’den çok kapsamlı bir eğitim alan kişilerin TRT’de çalışabildikleri belirtilmiştir. TRT’nin tek kanal olduğu dönemde son derece sıkı bir eğitimle personel işe başlatıldığından başarı ve istihdam ilişkisi anlamında; bu kişilerin çok başarılı olduğu ifade edilmiştir.

Özel kanalların açılmasıyla birlikte TRT’nin yetişmiş personelinin çok yüksek ücretlerle diğer kanallara transfer olduğu belirtilmiştir. Ancak zamanla TRT’nin diğer kanalları besleyemediği, TRT’den özel kanallara geçecek personelin kalmadığı, özel kanalların da kendi elemanlarını yetiştirmedeğinden, bu özel kanallarda yetişmiş personel kalmadığı belirtilmiştir. Bu durumda kalitenin düştüğü ifade edilmiştir.

Televizyon kanalı sayısının az olduğunun belirtildiği 1990-2000 yıllarında istihdam edilen personel sayısının, günümüzün artan televizyon kanalı sayısına oranla daha yüksek olduğunu, bunun da daha büyük başarılar getirdiği ifade edilmiştir.

Günümüzde televizyon sayısının çok yüksek olmasına rağmen, çalışan sayısının gelişen televizyon teknolojisi nedeniyle azaldığı belirtilmiştir. Ucuz maliyeti nedeniyle ajans haberciliğinin ön plana çıktığı, bir sıkıntı yaşanırsa sorumluluğun ajansa atıldığı İstanbul ya da Ankara merkezli pek çok televizyon kanalında “Yurt Haberler Servisi”nin kapatıldığı, Anadolu'daki illerde bulunan yerel muhabir ve kameramanların işlerine son verildiği belirtilmiştir. Bu nedenle çok az personel istihdam edildiği ve daha ucuza habercilik yapıldığı; bu durumun da televizyon haberciliğinde rekabeti ortadan kaldırdığı ve özel haber kavramının büyük oranda yok olduğu aktararak istihdam ve başarı ilişkisi değerlendirilmiştir.

Bir televizyon kanalının ekonomik olarak maliyetinin çok büyük olduğu, hem artan rakipler dolayısıyla yükselen maliyet, hem de halkın istediğini vermek kolaycılığı nedeniyle önce maliyetlerin, ardından da kalitenin düşürüldüğü ve televizyon ekranlarının deneyimli personel yerine daha ucuz, daha genç, daha yetersiz insanların kamerasına, kalemine emanet edilmeye başlandığı; ekranda iyi görünmesinin yeterli kabul edildiği aktarılmıştır.

Günümüzde irili ufaklı, yerel, bölgesel, ulusal ve tematik olarak adlandırılan 360 civarında televizyon kanalı olduğu ancak hem nitelikli hem tematik hem de ulusal televizyon kanalı statüsüne bakıldığı zaman 20-30 televizyon kanalı olduğu belirtilmiştir. Çok fazla İletişim Fakültesi mezunu olduğu, mezunların iş bulmalarının hatta stajlarının bile bir hayli güçleştiği de ifade edilerek günümüzde kanal sayısı artarken aynı oranda artan televizyon kanallarının nitelik ve nicelik olarak hem görsel hem de içerik açısından iyi olmadığı ifade edilmiştir.

Kanal sayısı ve bu kanallardaki teknolojinin getirileri artarken; istihdamın azaldığı hatta istihdam fazlalığının oluştuğu, kalite anlamında düşüş yaşandığı belirtilerek başarı-istihdam ilişkisi açıklanmıştır.

3.9.3. Kanal sayısının artışıyla birlikte dönüşümün eski ve yeni zamanların retoriğine kıyasla nasıl farklılaştığına ilişkin değerlendirme

TRT'nin tek kanal olduğu dönemde haberin masa başında oturarak sunulduğu, stüdyoda bir tek masanın olduğu, haber spikerinin çok sade giyimli, kadınsa saçlarının ve

makyajının çok sade, dikkat çekmeyecek şekilde olduğu ve aksesuar takmadığı aktarılmıştır. Haberin önüne çıkacak hiçbir şey olmadığı ve haber spikerinin çok iyi eğitilmiş, donanımlı ve çok düzgün bir diksiyonla, habere hâkim bir şekilde haber okuduğu ve yorum yapmadığı; TRT'nin de yoruma izin vermediği belirtilmiştir.

O dönemde teknik olarak imkânların sınırlı olduğu ve haberlerde efekt vb. kullanılmadığı; haberin önüne asla geçilmediği ifade edilmiştir. TRT'nin tek kanal olduğu dönemde spikerlerin daha fazla deneyimli olduğu, konuya hâkim, haberin mutfağından gelen, bağırmandan haber sunan ancak teknik sorun vb. olduğu zaman konuyu bilip anlatabilen kişiler olduğu ifade edilmiştir.

2000 yılı öncesinde BBC örneğinin uygulandığı; spikerlerin masa başında oturarak fazla abartmadan, yorum katmadan, mimiklerine, jestlerine, beden dillerine müracaat etmeden, seyirciyle araya belli bir mesafe koyarak prompterden haber okudukları belirtilmiştir. Daha sonra anchorman, anchorwoman şeklinde Amerika'dan biraz daha arkadaşça bir yaklaşımla biraz daha samimi bir yaklaşım getiren bir haber sunumu yapılmaya başlandığı belirtilmiştir.

Ticari televizyonların çıkışı ve kanal sayısının artışıyla birlikte, reyting yarışına başlandığı; reyting yarışında da ayakta sunmak, oturarak sunmak, dev stüdyoda sunmak, yanına konuk almak, sansasyon yaratmak vb. haberlerin de şeklinin değişmeye başladığı belirtilmiştir. Reha Muhtar'ın Show Haberi'nin, haberin şova dönüştürülmüş hali olduğu; reyting rekorları kırdığı, ardından insanların onu taklit etmeye çalıştıkları ifade edilmiştir. Reyting savaşları nedeniyle Kadir İnanır'a ve görme engelli sanatçımız Metin Şentürk'e ve ardından mankenler, güzellik kraliçeleri ve sanatçılara haber okutulduğu ifade edilmiştir.

2000 yılı öncesi sunum şeklinin de çok iyi olduğunun söylenemeyeceği, çok monoton olduğu ama günümüzde bu konuda ayarın kaçtığı; son zamanlarda yavaş yavaş bir toparlanma sürecine girildiği ancak hâlâ tam bir denge sağlanamadığı; haber sunan kişinin giyimi, mimikleri ve tarzı ile haberin önüne geçmemesinin temel ve vazgeçilmez kural olduğunu belirtilmiştir. Geçmiş yıllarda sadece haberi anons eden spikerlerin günümüzde canlı yayın konuklarına sorular sorduğu, donanımlarını daha çok gösterebildikleri de aktarılmıştır.

Kanal sayısının artmasıyla, Türkiye'de geçmiş yıllarda sadece genç ve güzel kadınlar spiker/sunucu olurken şimdi yaşına bakılmaksızın donanımına ve habercilik ya da televizyonculuk alt yapısına bakılarak istihdam edilir hale geldiği belirtilmiştir. BBC, CNN gibi gelişmiş ülkelerdeki uluslararası yayın yapan kuruluşlardaki spikerlerin hemen

hemen hepsinin ileri yaşlarda ve çok donanımlı, tecrübeli sunucular olduğu belirtilerek haber spikerlerinin dünyadaki değişimi de aktarılmıştır. Ayrıca CNN International, Deutsche Welle, BBC, CNN, RAI kanallarında da spikerlerin oturarak haber sunduğu, ayakta dolaşmadığı, çok bağlantı yaparak haber sunumu gerçekleştirdiği belirtilmiştir.

Bir diğer yandan, kanal sayısının artmasından çok teknolojinin gelişiminin de haber sunum tekniklerini değiştiren en önemli etken olduğu belirtilerek prompter, büyük led ekranlar, kamera çeşitliliğinin artması vb. haber sunumunu şekillendiren teknolojik cihazlardan da bahsedilmiştir.

Günümüzde haber spikerlerinin eli-yüzünün düzgün olması, diksiyon eğitimi almış olması, gündeme hâkim olması ve prompter okumasının yanı sıra; donanımlı olması, sorular sorabilmesi, yorum yapabilmesi ve teknolojiyi kullanabilmesinin de gerektiği belirtilmiştir.

3.9.4. Habercilikteki dönüşüm sürecinde yalan haber ve enformasyon kirliliğine karşı alınan önlemlere ilişkin değerlendirme

Haberi ilk yapmaya çalışmanın yanlış olduğu ve yalan haberin bu şekilde olabileceği; TRT’de hiç olmayan bir haberin yapılmadığını ancak haberi eksik bilgilerle ilk yapmaya çalışmanın yalan haber olacağı ifade edilmiştir. TRT’de gelen haberlerin en az iki veya üç kişi, nokta, kuruluştan doğrulanmadan asla ve asla verilmediği; yalan haberin zaten hiç yapılmadığı belirtilmiştir. Enformasyon kirliliği konusunda da böyle bir kirliliğin asla söz konusu olmadığı; sürekli her bir kademenin bir önceki kademenin gönderdiği haberi sorguladığı ifade edilmiştir.

Günümüzde olaylarla ilgili bilgilere ulaşmanın teknolojik olanaklar, dronlar vb. dolayı eskisinden daha kolay olduğundan bilgi kirliliğini önlemek için tüm bilgiler netleşmeden haberin verilmemesi gerektiği aktarılmıştır.

Teknolojinin gelişmesi ve sosyal medyanın hayatımıza girmesi ile 2000’li yıllardan sonra korkunç bir haber kirliliğinin başladığı ve hâlâ da devam ettiği ve bu nedenle dijitalleşmenin, bozulmaya yol açtığı belirtilmiştir.

2000 yılı öncesi hızın çok da önemli olmadığı ama haberin doğruluğu ve gerçekliğinin büyük önem taşıyan bir unsur olduğu, sonraki yıllarda özel televizyonların artması ile birlikte hızın ön plana çıkmaya başladığı belirtilmiştir. Gelen ilk duyumun haber olarak ekranlara, ekran altındaki kuşaklara yansıtıldığı ve yanlış bilginin daha sonra gelen doğru bilgi ile değiştirildiği ancak seyirciden iletilen yanlış bilgi için hiç özür

dilenmediği gibi; bu uygulamaya devam edildiği aktarılmıştır. TRT kurumunun yıllarca yavaş ama gerçek ve doğru bilgileri seyirci ile paylaştığı ve her ne olursa olsun ilk haberi seyirci özel televizyonlardan alsa da muhakkak teyit için TRT'yi izlediği belirtilmiştir. Günümüzde TRT'nin de hız ve reyting kaygısı ile bazen doğruluğundan emin olmasa da bu hataya düşebildiği yine de özel televizyonlar ile karşılaştırıldığında gerçek haber konusunda halen 1. sırada olduğu belirtilmiştir.

Televizyondaki dijitalleşmenin herkesin muhabir olma şansını yarattığı ve insanların elinde telefonla çektiklerini kanallara gönderdikleri belirtilmiştir. Dijitalleşmenin kötü niyetliler için bulunmaz fırsatlar doğurduğu; gizli çekimler ve gizli ses almaların da, habercilik yaptığını sanan kişilerin toplumdaki güvensizliği artırdığı ifade edilerek medyanın güvenilir olmak zorunda olduğunu belirtilmiştir.

Yalan haber ya da dezenformasyonun haber merkezlerinin korkulu rüyası olduğu ve sosyal medyada doğru bilgilerin yanı sıra bazen maksatlı olarak yalan bilginin de dolaşıma sokulduğu ancak NTV'de genelde Anadolu Ajansı'nın baz alındığı belirtilmiştir.

3.9.5. Televizyon haberciliğinde yaşam, haber ve retorik ilişkisine ilişkin değerlendirme

TRT spikeri olmanın eskiden tek başına inandırıcılık olduğu ve zaten özel kanalların da önce bu inandırıcılığı satın aldığı, bu yüzden kanallarına transfer ettiği belirtilmiştir. Kanal yöneticilerinin de böyle inandırıcı isimleri bulmak ve onlarla çalışmak istedikleri ifade edilmiştir. Haber sunumlarında izleyicilerin gözünde inandırıcı olabilmenin; spikerin backgrounduyla da kişilerle de hazırlayanlarla da bağlantılı olduğu ve haberin iyi araştırılması gerektiği; haberi ilk verme çabasıyla yanlış haber verilmemesi gerektiği belirtilmiştir.

Haber için inandırıcılığın her şey olduğu; inandırıcılığın da kanalın güvenilirliği ve sunanın kişiliği ve çizdiği imaj ile vücut bulduğu belirtilmiş ve tek başına kanalın da sunucunun da marka olmasının inandırıcılığı getirmeyeceği ifade edilmiştir. İzleyicinin bilgiyi alarak yorumladığı ve sonrasında zamanla birlikte hangi kanala güveneceği ve izleyeceğini kararlaştırdığı aktarılmıştır. Spikerlerin yapmacıklıktan uzak konuşmasının çok önemli olduğu; kaş göz işaretlerinin kesinlikle inandırıcılığı ortadan kaldırdığı ve bakışın doğru ve anlamlı olması gerektiği ifade edilmiştir.

Günümüzde haber yayıncılığında “doğal olmak” kuralı olduğu; doğal davranan haber spikerine seyircinin inandığı belirtilmiştir. Spikerin haberin sunumu sırasında araya kattığı bir sözcük veya bir beden dili hareketinin bile gerçekten o haberin ne olduğu, nasıl anlaşılması gerektiğine dair seyirciye bir tüyo verdiği ve seyircilerin bunu bildiği aktarılmıştır. Ayrıca seyircinin güvendiği kanalı izlediği, haberde spikerin yaşı, özel yaşamı, konuşma şekli, giyimi, vb. etkenlerin önemli olduğu ve inandırıcılığın izlenmeyi artırdığı belirtilmiştir. Bu nedenle; TRT’ye güven duyulduğundan özel kanallardan sonra haberin bir de TRT’den izlendiği ama ne yazık ki bugün TRT’ye de bu güvenin yitirildiği ifade edilmiştir.

Kanal yöneticilerinin inandırıcılık kriterinin ise; ekrandaki kişinin görsel olarak ve dilsel olarak düzgün, seyirciyi bağlayabilecek, ağzından çıkanın doğru olduğuna ikna edebilecek bir görüntüde, bir profilde olması gerektiği ifade edilmiştir. Ancak günümüzde birilerinin eşi ya da tanıdığı olan kişilerin ekrana çıktığı; bu nedenle kanalların inandırıcılıktan giderek uzaklaştığı ifade edilmiştir.

3.9.6. Televizyon haberciliğinde yalan haber üretimi, inandırıcılık ve retorik ilişkisine ilişkin değerlendirme

TRT’de yalan haber/magazinleştirme olmadığı belirtilmiştir. Kulaktan kulağa haberi verildiği takdirde hata olacağı ve haberin gerçek olduğu anlaşıldıktan sonra verilmesi gerektiği aktarılmıştır. İlk özel kanallarda da reyting kaygısının olmadığı; zaten seyredildikleri ancak art arda özel kanallar açılmaya başlayınca reyting kaygısının ortaya çıktığı nedeninin de reklam kuşaklarının buna göre şekillenmesi olduğu belirtilmiştir.

Haber bültenlerinde 90’ların sonu 2000’lerin başında magazinleşmenin başladığı ancak yalan haber yapılmadığı aktarılmıştır. İnandırıcılığın kaybedildiğinde tekrar kazanılamayacağı ifade edilmiştir. Haberde magazinleştirmenin piyasa şartları içinde özel kanalların seyirci toplama telaşıyla yapılmaya başlandığı; bir cinayet veya kaza haberinin magazinleştirilerek anlatıldığı bir dil kullanmanın da habercilik yapmak olmadığı belirtilmiştir. Paparazzi denilen sapık ruhlu kişilerin eline bir kamera verip de insanların mahrem alanlarına sokup sözde haber yayınlamanın da suç olması gerektiği belirtilmiştir.

Magazinleştirme, yöneticileri mutlu etse de bu tür haberlerin hazırlanması ve sunumunun, çalışanları ise çok rahatsız ettiği ifade edilmiştir. Ancak reyting kaygısıyla

yapılan bu yalan haber/magazinleştirmelerin reyting sıralamalarında yarışan ulusal kanallarda yapıldığı ifade edilmiştir.

Günümüzde her sabah iletilen reyting raporlarının medya çalışanlarının mesleklerini tarafsız, dürüst, ilkeli bir şekilde yapmasını engelleyebildiği çünkü medya patronlarının ve reklam verenlerin önce reytinge baktığı belirtilmiştir.

3.9.7. Eski habercilikten yeni haberciliğe dönüşüm ve retoriğin önemine ilişkin değerlendirme

Eskiden haber sunumlarının masa başında olurken günümüzde haber sunum formatlarında değişimler olduğu ancak dünyada da birçok haber kanalında haber sunumlarının oturarak yapıldığı ve ayrıca BBC’de ekranlardaki spikerlerin yaş ortalamasının da 40’tan yüksek olduğu ve bu yaşlardan sonra güven telkin ettiği, inandırıcı olduğu belirtilmiştir.

Her şeyin bir gelişme içinde olduğu, masa başında oturup elini kolunu kıpırdatmadan haber okumanın da doğru olmadığı ifade edilmiş; biraz hareket edilebileceği belirtilmiştir. Haber sunumu esnasında sürekli dolaşmanın dikkati dağıtacağı; abartmadan, yumuşatılmış bir şekilde hareketler, beden dili, jest, mimik katılabileceği belirtilmiştir. Haberi doğrulayacak anlamda mimik ve jest yapılmaması, seyircide politik görüşlerle ilgili soru işareti uyandırılmaması gerektiği belirtilmiştir.

Bugünkü televizyon sunumlarıyla eski dönemlerdeki haber sunumları kıyaslandığında günümüzde haberlerin daha yüzeysel olduğu; 3-4 dakikalık, sahada röportaj ile desteklenmiş haberlerden, 25-30 saniyelik haberlere geçildiği aktarılmıştır. Eskiden spikerlerin tümüyle yazılı metinlere bağlı kaldığı ve dolayısıyla metindeki hataların sorumlusunun, haberi yayına veren kişi olduğu; son yıllarda ise haber üzerinde yer yer yorumlar gördüğümüz, burada ise yorumu yapan kişinin söylediklerinden sorumlu olduğu belirtilmiştir.

2000 öncesi yıllarda çok ciddi sunumların, sonrasında fazla cıvık hale geldiği ifade edilmiş özellikle haberi satmak isteyen sunucuların sırf farklı olma, ilgi çekmek adına yaptıkları hareketlerin hem güldürdüğü hem de üzdüğü, giyim kuşamlarının da acayip olduğu belirtilmiştir. 2010 yılından sonra yanlışların anlaşıldığı ve azaltılmaya başlandığı belirtilmiştir.

Sosyal medya haberciliğinin televizyonlara sıçraması ile birlikte televizyonlarda konuşulan Türkçede büyük yozlaşma yaşanmaya başlandığı ayrıca diksiyon eğitimi

almamış ama haberci olarak ismi duyulan ve saygı gösterilen isimlerin haber sunmaya başlaması ile birlikte Türkçemizin ekranlarda daha da kötü duruma geldiği ifade edilmiştir.

Gelişen teknoloji ile ilgili olarak konu ele alındığında son dönemde televizyon yayın teknolojisinin çok geliştiği ve Görüşülen Denek 12'in sunduğu haber bülteni örnek gösterilerek (<https://www.youtube.com/watch?v=esEuiENpvcQ>) günümüzde böyle abartılı sunumlar olsa da yaygın medyada pek tercih edilmediği belirtilmiştir.

2010'ların sonuna doğru geldiğimiz günler itibarıyla bugünkü televizyonlarda artık daha çok teknolojiyi kullanan haber spikerleri olduğu aktarılmıştır. 2010 öncesinde, daha çok durağan, oturan, prompterdan haber okuyan ve bununla ilgili çok da fazla yorulmayan bir haber spikeri profili olduğu ama 2010'lardan sonra televizyonculukta teknolojinin bir hayli gelişmesiyle birlikte arkada fotobloklardan video wall'lara geçildiği, artık dokunmatik ekranlar olduğu, bunu da kullanabilmek için durağanlığın dışında hareketli bir haber sunumuyla karşı karşıya kalındığı da aktarılmıştır. Günümüzde dokunmatik ekranlardan video wall'lara, büyük ekranlara, haber spikerlerinin anında 5G bağlantılarla olayla ilgili bilgi aldıkları ve kendi cep telefonundan gelen son dakika bilgilerine baktıkları haber sunumları yapıldığı ifade edilmiştir.

3.9.8. Haber sunumlarında teknolojinin kullanımı ve haberin inandırıcılığı arasındaki ilişkiye ilişkin değerlendirme

Retoriğin yani belagatin hâlâ en etkili yöntem olmaya devam ettiği belirtilmiştir. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte, grafik uygulamaları, 3 boyutlu animasyon vb. dijital etkenlerin haber sunumunda önemli hale geldiği ifade edilmiştir. Bu uygulamaların insanların gözlerine hitap ettiği, dikkatlerini çektiği, haberi gözüyle de takip etmesine katkı sağladığı belirtilmiştir. Ancak inandırıcılığa bir katkısı olmadığı, sunucunun sesi, diksiyonu ve beden dilinin hâlâ her şeyin önünde yer aldığı, ne kadar etkili animasyonlar kullanılırsa kullanılsın, sunumun çok önemli olmaya devam ettiği belirtilmiştir.

Haber hazırlandıktan sonra dijital efektler, destekleyen haritalar ve drone çekimlerinin gerekli olduğu; artık görüntülerin anında ulaşabildiği, dijital imkânlar olduğu ve kullanılması gerektiği ifade edilmiştir. Ancak sunucunun, arkada bir görsel yoksa da elindeki bilgileri açık ve net olarak anlatması gerektiği ancak açık ve net anlatılanı, grafiğin de desteklediği aktarılmıştır.

Eskiden spikerin haberin başlığını okuduğu, başlık bittikten sonra filmin girdiği, perforenin girdiği, perforede ne anlatılırsa görüntülerin aktığı ve bittiği aktarılmıştır. Ancak günümüzde o görüntülerin sürekli arkada aktığı, spikerin üstüne konuştuğu, zaman zaman görüntü esnasında konuştuğu, sabit durma yerine aksiyonlu bir sunum geliştiği belirtilmiştir.

Spikerin, konuya hâkim olması, bağırıp çağırmaması, haberin mutfağından gelmiş olması, çok okuması, çok yazması, inisiyatifi olması, teknik bir sorun olduğunda ya da kulaklığından bir şey söylendiğinde, konuyla ilgili konuşabilecek kapasitesi olması gerektiği belirtilmiştir. Haber görselinin seyirciyi ekrana kilitlemek için kullanılan bir etken olduğu, bültenin daha çarpıcı, daha renkli, daha göz alıcı olması için yola çıkıldığı ancak dijitalleşmenin haber sunumunda sadece bir araç olarak görülmesi gerektiğini; merkezde sunucu ve haberin içeriğinin olduğu ifade edilmiştir.

Seçim sonuçlarının verildiği bir ekranda, herkesin oy sayılarını gördüğü ama bunları yorumlayan, kıyaslayan, izleyiciye aktaranın yine sunucu olduğu örneği verilmiştir.

Son dönemde grafik uygulamaların zaman zaman belli ölçüde sunumun önüne geçtiği, spikerliğin meslek olmaktan çıktığı ve herkesin yapabilir hale geldiği bir uğraş olduğu için de tek sebebi bu olmamakla beraber biraz, düğün salonlarında sesi sonuna kadar açıp müzik icrasındaki falsoları kapatmak gibi bir şey olduğu örneği de verilmiştir.

Yeni dönemde birçok grafik kullanılabildiği, böylece canlı yayında stüdyonun içerisine tanklar, topların bile girebildiği ve Afrin Harekâtı'nda kahraman Denek 12çiğimize destek vermek amacıyla kahraman Denek 12çiğimizin Afrin'e giriş anının, televizyonda haber sunarken 3 boyutlu grafik animasyon olarak ekranlarda stüdyonun içerisine sokulduğu aktarılmıştır. Kimilerine göre bu çok önemli bir durum, kimilerine göre haber spikerinin algısının kaymasını sağlayan bir durum olarak yorumlanan bu durumun çok eleştirildiği belirtilmiştir. Kendisinin de bunu bizzat yaşamış biri olduğu ifade edilerek abartılmaması kaidesiyle 3 boyutlu animasyonlar ve grafiklerin kullanılabileceği ifade edilmiştir.

Yan unsurların spikerin önüne geçmemesi gerektiği, yeni dönemde kullanılmaya başlanan grafik uygulamalarının, 3 boyutlu animasyon vb. dijital etkenlerin haber sunumundaki inandırıcılığa etkisi olmadığı ve spikerin önüne geçmemesi gerektiği belirtilmiştir.

SONUÇ

Günümüz dünyasının olmazsa olmazlarından biri, teknoloji ve teknolojinin hayatımıza getirdiği kolaylıkları kullanmaktır. Teknoloji sayesinde haber bültenlerinin ne kadar hareketlendiği ve dikkat çekici hale geldiğini kabul etmek kaçınılmazdır. Haber bültenlerinde teknolojinin kullanımı görsel anlamda izleyicinin dikkatini çekmek ve reyting yapmakla ilgilidir. Ancak günümüz medyasında şaşırtıcı boyutta teknoloji kullanımından yararlanılmasına rağmen haber sunumlarında, izleyicilere sadece doğru haber aktaran ve inandırıcı gelen haber spikerleri izlenmektedir. TRT'nin tek televizyon kanalı olduğu yılları ele alırsak stüdyoda tek bir masa ve tek bir haber spikerinin haber okuduğu dönemlerde haber spikerleri ve bültenleri en inandırıcı yıllarını yaşamaktadır. Hiçbir efekt, grafik animasyon kullanılmamakla birlikte haberler son derece inandırıcıdır. Çünkü dönemin haber spikerleri çok iyi eğitimler almış, retorik anlamda çok güçlü, gündeme son derece vâkıf ve haberleri sürekli takip eden donanımlı haber spikerleridir. Haberler de teyit edilmeden izleyiciye aktarılmamaktadır.

Dolayısıyla TRT'nin ilk günlerini de göz önüne aldığımızda teknolojik imkânlar ne kadar günümüzün gerisinde olsa da haber merkezinin haberleri aktarmadaki ciddiyeti ve haber spikerlerinin gerek eğitim gerek donanım gerekse kamu faydası gözetilerek kamu yayıncılığının Türkiye'deki tek temsilcisi olan TRT'nin nesnel olarak tasarladığı prensiplerinin getirdiği kuralcı yapısıyla retorik perspektifinden baktığımızda, izleyicilere güven verdiğini görmekteyiz.

Takip eden yıllarda kanal sayısındaki artış haber spikerleri için istihdam olanağını artırmışsa da, haber ve sunum kalitesini artırmamıştır. İyi eğitilmiş ve retorik anlamında güçlü haber spikerleri TRT'den özel kanallara transfer edildiğinde bir süre tercih edilmeye devam edilmişlerdir. Ancak daha sonra özel kanallarda retorik anlamda yetişmiş spiker kalmaması, yeni spikerlere eğitim verilmeden ekrana geçmeleri ve rekabetten dolayı haber bültenlerine ilgi azalmıştır. Televizyon kanalları en fazla reyting alma ihtimalinin olduğu saatlerde yayınladıkları haber bültenlerine reyting kaygısıyla birçok yenilik getirmeye çalışmış, dikkat çekici haber spikerleri seçmiş, zaman zaman başarılı da olmuş ancak izleyiciler yine de haber alma tercihlerini güvendikleri bir haber spikerini ve kanalı takip ederek göstermişlerdir.

Grafik animasyon, efektler ya da günün reyting kaygısıyla kurgulanan haberler izleyiciyi ekrana bir miktar çekse de yine doğru haberi dinlemek için izleyici en son yine doğru haber ve retorik anlamda güvendiği haber spikerlerini seçmiştir.

Günümüz medyasında ise her türlü efekt, bağlantı, teknolojik imkân, dron görüntüsü vb. kullanılsa da retorikle sağlanan inandırıcılığın kazanılamadığı görülmektedir. Günümüzde pek çok kanalda haber bülteni yer almakta ancak inandırıcılık anlamında hepsi aynı etkiyi uyandırmamaktadır. Nitekim TRT'nin tek kanal olduğu yıllardaki inandırıcılık özel kanalların açılmaya başlaması ve yanı sıra teknolojik gelişmelerin de haber bültenlerinde kullanımının artmasıyla aynı ölçüde güvenilirlik ve inandırıcılık katkısı bulunmadığı uzmanlarca dile getirilmiştir. İzleyiciler habere vâkıf olduğunu düşündüğü, retorik anlamda inandığı kişilerden haberleri takip etmeyi tercih etmektedir. Günümüzde tabii ki teknolojik gelişmeler hayatımıza kolaylıklar ve yenilikler katacaktır. Bunlar son derece de memnuniyet vericidir. Şüphesiz haber sunumlarında haberi dinlerken dikkati dağılan ya da görsele gözü takılan insanlara arkadaki görsellerin, efekt ve grafiklerin dikkat çekmek anlamında etkisi olacaktır. Dron görüntüleri vb. haberin daha iyi görüntülenmesi vb. imkânlar da vermektedir. Ancak mühim olan o görüntüler olmadan da ya da teknik bir sorun olduğunda da haber spikerinin gelişmeleri aktaracak bilgi donanımına ve retorik anlamda yeterliğe sahip olmasıdır. İyi bir eğitim almış, hatasız bir Türkçeye sahip, kendini çok iyi yetiştirmiş, sürekli gündemi takip eden, doğal sunum yapan, güçlü bir retoriğe sahip bir haber spikerinin teknolojik imkânlardan da yararlanması ancak çok fazla dikkati dağıtmayacak ve haberin önüne geçmeyecek şekilde teknoloji kullanımının olması tercih edilebilecek bir haber sunumudur.

BBC tipi masa başı, ciddi haber sunumundan Amerikan tipi haber sunumuna; durağan haber sunumundan daha aktif ve dinamik haber sunumlarının gerçekleştirildiği günümüz sunumlarına kadar, halen önemli olan haber spikerinin inandırıcı ve güvenilir olması, donanımlı ve mesleki olarak yeterli bilgiye sahip olması ve retorik anlamda güçlü olmasıdır.

KAYNAKLAR

AKER, H. (2010). *Televizyon Haberciliğinde Anchor'ların Kullandıkları Beden Dilinin İzleyicinin Kanal Tercihi Üzerine Etkisi*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

ALTINÖRS, A. (2011). "Platon ile Aristoteles'in Retorik Anlayışlarının Karşılaştırılması", *EKEV Akademi Dergisi*, Y: 15, S: 49, ss. 82-83.

ARDIÇ, E. & ALTUN, A. (2017). "Dijital Çağın Öğreneni", *Uluslararası Sosyal Bilgilerde Yeni Yaklaşımlar Dergisi*, Sayı: 1, ss. 13-18.

ARISTOTELES. (2017). *Retorik*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

BAŞARIR, M. (2016). "Retorik İkna Bileşenlerin Siyasi Liderlerce Kullanımı: İktidar ve Ana Muhalefet Liderlerinin TBMM Grup Konuşmaları Üzerine Bir Analiz", *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, Cilt: 4, Sayı: 2, ss. 711.

BEK, M. G. (2004). "Türkiye'de Televizyon Haberciliği ve Tabloidleşme", *İletişim Araştırmaları*, 2(1): 11-13, 31.

COŞKUN, Ş. (2011). *Televizyon Haberciliğinde Etik: KKTC'de Televizyon Haberciliğinin Etik Anlayışı Üzerine Bir İnceleme*, Yüksek Lisans Tezi, Yakın Doğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Lefkoşa.

ÇAM, M. S. (2015). *Türkiye'de Basın Reklamlarının Retoriği: Otohaber Dergisinde 1992 ve 2012 Yıllarında Yayınlanan Otomobil İlanlarının Karşılaştırmalı İçerik Analizi*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

DEĞİRMENCİOĞLU, G. (2016). "Dijitalleşme Çağında Gazeteciliğin Geleceği ve İnovasyon Haberciliği", *TRT Akademi*, Cilt: 01, Sayı: 02, ss. 604-605.

DOĞANÇAY, H. "Ethos, Pathos ve Logos ile Etkili İletişim", <https://halukdogancay.com/2014/09/09/ethos-pathos-ve-logos-ile-etkili-iletisim/> (Erişim Tarihi: 26.07.2019).

DUMAN, M. A. (2019). "Türkçede Retorik: Topal Aristoteles, Sağır Cicero ve Kör Quintilianus", *III: İKSAD Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi*, Sayı: Mart 2019, ss. 74.

EKİNCİ, N. (2017). “Antik Yunan’dan Roma’ya Retorikten Propagandaya”, *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı: 62, ss. 49.

EKİNCİ, N. (2017). “Antik Yunan’dan Roma’ya Retorikten Propagandaya”, *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı: 62, ss. 51.

GÜLLÜDAĞ, N. (2012). “Yazılı ve Görsel Basında Dil Estetiği”, 21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum, Cilt: 1 Sayı: 1, ss. 50-57.

HATIRNAZ, B. (2014). *Kültür Endüstrisi Bağlamında Stok Fotoğrafçılığının Dönüşümü: Dijital Çağda Mikrostop Endüstrisi ve İçerik Yönetimi*, Doktora Tezi, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

HOROZ, T. (2013). Türkiye’de Televizyon Haberleri, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

KARAMAN, S. (2012). *Retorikte Genel İnandırma Tarzları Hakkında Bir İnceleme*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

KAYA, E. Ç. (2017). “Televizyon Haberciliğinde Küresel Etkileşim Örneği Olarak NTV-BBC İlişkisi”, *Global Medya Journal TR Edition*, 7(14), ss. 84-98.

KOÇAK, Ş. “Aristoteles ve Retorik”, https://www.academia.edu/5808466/Aristoteles_ve_Retorik (Erişim Tarihi: 26.07.2019).

KÜÇÜKÖZYİĞİT, U. (2016). “Teknolojiyle Hızlanan Haber Akışı ve Bir Haber Değeri Unsuru Olarak Güncelliğin Dönüşümü”, *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)*, Cilt: 1, Sayı: 1, ss. 89.

MCCORMACK, K. C. (2014). Ethos, Pathos and Logos: The Benefits of Aristotelian Rhetoric in the Courtroom, *Washington University Jurisprudence Review*, V: 7, I: 1, 133-140.

METİN, M. C. (2017). Televizyon Haberciliğinde İdeoloji: TRT 1, *Kanal 7, Kanal D Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.

OLGUN, C. K. (2015). *Türkiye’de Kamu ve Özel Televizyon Kanallarında Haber Üretim Süreçlerinin İşleyişi*, Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

ÖZSOY, A. (2011). *Televizyon ve İzleyici*. İstanbul: Ütopya Yayınevi.

SELEN, N. (1971). “Söz Söyleme Sanatının Tarihsel Gelişimi”, *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Dergisi*, Cilt: 29, Sayı: 1-4, ss. 6-8.

SİRER, E. (2010). *Televizyon Haberciliğinin Gelişen ve Değişen Biçimsel Yapısı*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

ŞEKER, M. (2007). “Televizyon Haberciliğinde Küresel Format ve Haberciliğe Etkileri”, *Selçuk İletişim Dergisi*, Cilt: 4, Sayı: 4, ss. 38-41.

TAYLAN, A. & ÜNAL, R. (2017). “Ana Akım Medyada Sansasyonel Habercilik: Sağlık İletişimi Örneği”, *Atatürk İletişim Dergisi*, Sayı: 14, ss. 28.

TÜRNÜKLÜ, A. (2000). “Eğitimbilim Araştırmalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel Bir Araştırma Tekniği: Görüşme”, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, Sayı: 24, ss. 543-547.

UZUN, R. (2011). *İletişim Etiği Sorunlar ve Sorumluluklar*. Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Basımevi.

YAĞIZOĞLU, F. (2016). *Türk Televizyon Haberciliğinde Dış Haber Algısı: TRT Haber, CNN Türk ve Fox TV Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

EK-1: DERİNLEMESİNE GÖRÜŞMELER

Haber Spikeri Denek 1

1- 2000 yılı öncesi ve sonrası dönemleri ayırarak ele aldığımızda televizyon haberciliğindeki başarı kıstasları nasıl bir dönüşüme uğramıştır?

1980’li yıllarda mesleğe giriş yaptığım zaman, yani TRT’nin sadece iki kanaldan ibaret olduğu dönemlerde habercilik, program, radyoculuk başarı kıstasları çok farklıydı. TRT tekel bir yayın kuruluşu idi. TRT Haber Merkezi ise adeta bir başka cumhuriyetti. Devletin kanalında çalışırken kuralları devlet belirlerdi, hal böyle olunca çok da gerçek habercilikten bahsetmek mümkün olmazdı. Mutlaka belirli bir sansür uygulaması yapılırdı. TRT’deki ilk görev yerim Trabzon Radyosu idi. Orada görev yaparken büyük bir heyelan ve sel meydana geldi. Orada çok net olarak uygulanan sansüre tanıklık ettim. Gözümüzün önünde yaşanan ölümler, yaralanmalar, maddi kayıplar çok daha küçük rakamlarla ifade edildi. Bu bir devlet politikası idi. Aslında 2000’li yıllardan önce ve sonra diye ayırım yapmak yerine belki de özel kanallar kurulduktan sonraki dönemi karşılaştırmakta fayda var. Özel televizyon kanalları kurulduktan sonra 1990’lı dönemler ve 2000’li dönemler diye bir ayırım yapmak belki daha doğru olur. Aslında Anadolu Ajansı haricinde kurulan İHA (İhlas Haber Ajansı), CHA, (Cihan Haber Ajansı), DHA (Doğan Haber Ajansı), Ulusal Basın Haber Ajansı (UBA), ANKA gibi ajansların devreye girmesi ile ciddi bir haber akışı sağlanmaya başladığı gibi Anadolu Ajansı’nın tekeli de kırılmış oldu. Kısacası geçmişte, yani 1980-1990’lı yıllarda başarı kıstası daha çok haber yüzleri ve yapılan haberlerin sunumu ile ölçülürdü. O dönemde düzgün Türkçe her zaman ön plandaydı. Yapılan haberlerin üslubu da yine haberdeki başarıyı simgelerdi. Spiker o metinlerin dışına çıkamazdı. Yine de devletin hâkimiyetinde yapılan haberlerde bile bir adalet sistemi vardı yani şimdiki gibi muhalefet yok sayılmazdı. Belirli sürelerde herkese yer verilirdi. Özel televizyon kanallarının kurulması ile birlikte devlet tekeli de yıkılmış oldu. Önce Irak Savaşı sırasında savaşı resmen canlı olarak bize izleten gerçek haberciliğin ne olduğunu görmeye başladığımız Magic Box kuruldu. (Star TV ve Tele On) Ardından sırasıyla HBB, Show TV, Kanal D, TGRT, NTV, CNN Türk, BRT (Bayındır Radyo Televizyon) gibi kanallar devreye girdi. İşte bu dönem, başarının adını değiştirdi. Özel haberler, haber programlar, herkesin birbirini atlatmaya çalıştığı haberler, canlı yayınlarla habercilik ön plana çıkmaya, TRT spikerleri de yerlerini gazeteci ve muhabirlere bırakmaya başladı. Bu noktada eskisi gibi kalmaya çalışan TRT spikerleri

birere birer yok olurken, habercilik alanında da başarıyı yakalayan spikerlerin yıldızı parladı. 2000’li yılların sonrasında ise bir magazin salgını başladı kanallarda. Reha Muhtar ile başlayan bu serüven bir süre sonra tüm kanallara yayıldı. Artık doğru dürüst haberler, yerini magazin turlarına bıraktı. Reyting savaşları zaten bir süredir başarı kıstasını belirleyen ana faktör olmuştu ki, bu da yayıncılık anlayışında geriye doğru bir ivme yarattı. Özel hayata yönelik magazin haberleri, BBG Evi gibi programlar ön plana çıkmaya başladı; haberler de bu yönde evrildi. Mesela BRT’de ana habere çıktığım dönemde “Mezdeke Gurubu”nu ana habere çıkartıp dans ettirip, röportaj yapmıştık. Alın size reyting kaygısı, o dönem başarı kıstası bu idi.

Günümüzde habercilik tamamen yok olduğu ve neredeyse tüm kanallar devlet kontrolüne geçtiği için başarı kıstası diye bir şey ortada kalmadı. Tanıdık, amca yeğen ilişkileri başarı kıstası oldu! En kısa zamanda gerçek habercilik günlerine dönülmesini umut ediyorum. Medya bir anlamda toplum vicdanıdır. Her dönem iktidar medya üzerinde etkili olmuştur, lakin hiçbir zaman şimdiki gibi bir etkiden bahsetmek mümkün değil. Geçmişte 4. güç medya derdik ve aslında medya iktidarın da, muhalefetin de, birçok kişi, kurum ve kuruluşun da kendine çeki düzen vermesini sağlardı. O zaman başarı da bu yönleri ile yapılan haberlerden geçirdi.

Haber Spikeri Denek 2

1-2000 yılı öncesi ve sonrası dönemleri ayırarak ele aldığınızda TV haberciliğindeki başarı kıstasları nasıl bir dönüşüme uğramıştır?

Başarı kıstasları; 2000 yılı öncesi ve sonrası dönemleri olarak ayıracak olursak aynıdır. Günümüzde çok fazla iletişim fakültesi var ve bu fakültelerden de çok fazla mezun var. Haber spikeri olarak istihdam edilen kişiler ise elde kalan mevcutlar kanallarda geziyor. Bu aynı isimler geziyor. Sunum aynı içerik aynı. TRT tek tabanca olduğu için özel kanallara geçenler sayesinde dönüşüm olmuştur. TRT’de çalışıp tecrübe kazanan kişiler özel kanallar açılınca o kanallara geçti. Yeni kuşakların yetişmesinde İletişim Fakültesi eğitimi yeterli değil. Haberi verme ve yorumlama tarzı konusunda bazı haber spikerleri kendinden bir şeyler kattı. Sadece okuyanlar var. Fakültede stüdyoda bulunan kişilerle çalışmak önemlidir.

Aruz, klasik besteciler, genel kültür gibi konular çok önemli. Her gün dünyadan ve Türkiye’den en az 3 gazete okumalı. Mutlaka gündeme dört dörtlük hâkim olmalı. 2000 yılı öncesi ve sonrası dönemleri ayırarak ele aldığınızda TV haberciliğindeki başarı kıstaslarında fazla dönüşüm yok.

Spiker dediğimiz nedir? Spiker konuşmacıdır; kelime karşılığı. Bunun içine haber spikeri de girer, sunucu da girer, herhangi bir toplantıda sunum yapın konuşmacı da girer. Şimdi bunların konuştuğunu karşı tarafa iyi ifade edebilmesi ve anlaşılabilirliğini sağlaması için evvela kendi dilini çok iyi konuşması lazım. Kendi diline hâkim olmayan bir kişi konuşmacı da olamaz. Başkasının hazırladığı metni de iyi şekilde değerlendiremez. Şimdi görüyoruz işte perfore okuyorlar vakıa mesela ya da inceltmeleri, şapkaları kullanamıyorlar. Kendilerine göre birtakım şeyler yapıyorlar. Fantezi diyorlar falan filan; bunların hepsi not olarak tutulmuştur. Şimdi kendi dilini bilmeyen bir insanı siz haber spikeri olarak kullanamazsınız. Şimdi haber spikerinin iyi dil konuşmanın yanı sıra başka hasletleri de olması lazım. Nedir bunlar? Bir defa aktüaliteyi çok iyi takip edecek. Ne oluyor, ne bitiyor? Benim memleketimde ne oluyor, dışarıda ne oluyor? Onu bilmesi lazım. Onun ötesinde çok güvenilir olması lazım. Yani ben karşımda haber spikerini gördüğüm zaman ben ona güvenmeliyim. Bunun için de mimiklerini, jestlerini, beden dilini çok yerinde ve usturuplu kullanması gerekir. Yani haber spikeri kendi istediği gibi elini ayağını oynatıp jestlerle mimiklerle destekleyemez. Görüşü ne olursa olsun, herkesin görüşü kendinedir. Ama orada nötr olarak kalmak zorundadır.

1990 yılına kadar olan dönemde TRT tek tabanca; tek kanal. Dolayısıyla TRT’de haber spikerliği ya da radyo spikerliği yapanlardan beklentiler ve onların beklentileri bugünkünden çok farklı yani şimdi seyirci radyo spikerini sesinden ayırt eder öyle sever. Haber spikerini hem görüntüsünden hem sesinden sever. Kendi takip etmek istediği spikeri özellikle önüne geçer oturur, ondan bir şeyler almaya çalışır. Alacağına inanıyorsa eğer; işte onun için de haber spikerinin güvenilir bir yapısı olması lazım; abartısız. Bizim görevimiz de yani 90’lı yıllardan önceki dönemlerde 2 tür haber spikerliği dünyada geçerlidir. BBC tipi ve Amerikan tipi. BBC tipi nedir? Daha oturaklı daha ağırbaşlı, masa başında haberini okuyan, jestlerini mimiklerini fazla kullanmayan, karşıya güven telkin eden bir haber spikeri tipidir. Amerikan tipinde buna ek olarak anchormanlar çıkmıştır. Anchormanlar, haberin mutfağından gelen, akışını düzenleyen, o haberin hakkında hemen hemen her şeyi bilen ve çıkıp ekrana bizdeki ilk örneği Reha Muhtar’dır diyelim. Bunlar daha biraz samimi, daha arkadaşça yaklaşımlarla haberi seyircisiyle paylaşan tiplerdir. Bunlara anchorwoman veya anchorman diyoruz. Şimdi bu iki tipten hareketle masa başı haberciliği 90’lı yıllardan sonra özellikle-90’la 2000 arası bir bocalama dönemidir-yani biz neyiz? Deve miyiz, kuş muyuz? Neyi nasıl yapacağız. Bir öğrenme dönemidir; özel televizyonlarla başlayan. Ama o da yavaş yavaş oturduktan sonra 2000’li yılların sonrasına geldiğimizde spikerler ayakta dolaşmaya başladılar mesela. Ben ona

sıcak bakmıyorum. Başka sıcak bakmayan arkadaşlarımız da var. Çünkü ayakta dolaşan bir spiker, seyircinin dikkatini dağıtır. Ne ile dağıtır? Kıyafetiyle dağıtır. Efendim stiletto pabuçlarıyla dağıtır. Takılarıyla, küpeleriyle, yüzükleriyle dağıtır. Saçıyla başıyla dağıtır. Dağıtır Allah dağıtır. Onun için masa başında şöyle olabilir belki ona hayır demem ayakta başlar; Ali Kırca da öyle yapardı, Denek 12 Ali de öyle yapardı rahmetli. Ayakta başlarsınız, bir açarsınız, bir seyirciyle hal hatır olursunuz. Ondan sonra yerinize oturursunuz, devam edersiniz. Bitirirken de tekrar isterseniz kalkarsınız. Hoşça kalın demek için. Ama bunun arasında sürekli ortalıkta gezinen bir spikere ben karşıyım. Bizim dönemimizde sponsor firmalar yoktu. Herkes kendi aldığı maaştan ne arttırabiliyorsa kıyafet için ama dükkândan ama pazardan; maaşlar da belli. Kendiniz kendinizi giydirdiniz, sizi kimse giydirmezdi. Öyle zaman olurdu ki üstüne ceket giyerdi, altına blue Jean pantolonla otururdu masada. Şimdi sponsor firmalar var. Her akşam farklı bir görüntüler. Görsellik spikerliğin önüne geçmiş oldu. Görmek, işitmekten daha yüksek yüzdeye sahiptir. Dolayısıyla gördüğünüz anda zaten haber dinlemek için veya seyretmek için oturan kişi onunla ilgilenmez. Ama o ilgilenmezken yanındaki eşi ilgilenabilir, genç kızı ilgilenabilir. Hiçbir zaman haberin önüne geçecek şekilde spiker kendini lanse edemez.

Başarılı çocuklarımız var; yok demiyorum. İsimlerini say dersen bilemem çünkü ben isim olarak takip etmem insanları. Ama başarılı gördüğümü açarım telefonu: “Aferin yavrum, bu akşam çok güzel bir haber okudun” Derim. Hatta inanamazlar, Denek 2 Hanım gerçekten siz mi arıyorsunuz bizi derler. Ama kötü okuyanı da veya yanlış okuyanı da “Bak şunu, şunu, şunu, şunu yanlış yaptın yavrum, bunları düzelt; bir daha aynı yanlışları yapma” diye de uyarırım. Bu birazcık televizyon jandarmalığı oluyor. Ama bunu yapmak zorundayız. Eğer biz bu ülkenin yer etmiş, adı çıkmış spikerleriysek bu bize düşen bir görevdir; bunu yapmak zorundayız. Gençlerden çoğu özel kurslardan eğitim aldılar. Özel kurslara baktığımız zaman tabii TRT’den izin alınamadığı için bu kurslarda ders vermek için; mesela beni de Can Gürzap yalvar yakar oldu. Dedim mümkün değil. TRT benim Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesinde hocalık yapmama izin veriyor; ben 5 yıl hocalık yaptım. Ama özel bir kursa izin vermez. O zaman ne oldu? Özel kurslar tiyatrocı ağırlıklı hocalarla ders vermeye başladılar. Şimdi isim vermiyorum. Tiyatrocı arkadaşım süper güzel bir sesi var, muhteşem, konuşuyor. “Ayasofya’nın Alemi” Kariye Camii. Yahu kardeşim kırk yıllık Kâriye, Kariye mi oldu? Tâhin, tahin mi oldu? Âbidin Abidin mi oldu? Âdile Adile mi oldu? Olmaz. Şimdi ne oluyor; yalan yanlış şeyleri öğreniyorlar. Ondan sonra da ekranda onu tekrar ediyorlar. Sonra da diyorlar ki ben gittim

Millî Eğitim Bakanlığı sertifikalı kurstan sertifika aldım diyor. Şimdi kendi kendini yetiştirmesi lazım. Bizde usta çırak muhabbeti vardı. Kendinizden daha büyük yaş olarak, daha yetenekli, daha her konuda kimi Batı Müziği konusunda yetenekli spikerdir, kimi Türk Sanat Musikisinde. Yani “Tûti mucize gûyem ne desem lâf değil, çerh ile söyleşemem âyinesi saf değil” Mef’ulü, mef’aülü failatün failün bilmiyorsa, o Türk Müziği anonslarını yapamaz. Veya allegro, adagio, andante, kantabile demesini bilmiyorsa Batı Müziği anonsunu yapamaz. Ve bunu yapan birine sormak zorundadır. Ben dört lisan biliyorum. Ve ben buna rağmen her seferinde yabancı bir röportaj yapacağım kişiyle konuşmadan evvel giderim konuşurum. Derim ki: “Mr. Leonard Bernsthenid, siz Musevisiniz. Adınız da Bernsthenid. Ama size Amerika’da Börnstein diyorlar. Sizi nasıl anons etmemi istersiniz?”

“Çok haklısınız ben Bernsthenid’ım ama Börnstein diye biliniyorum. Öyle anons edin”

Şimdi enteresan bir şeydir. Mesela senelerce Leh Valessa denildi. Ben açtım Polonya Konsoloslugu’nu sordum. Nasıl okunur? Dedim. Leh Vavensa adamın adı. Aynı doğrultuda NATO Genel Sekreteri Joseph Luntz. Bu adama Cozef Luntz dendi, Jozef Luntz dendi Cozef dendi Yozef dendi. Ankara beni aradı. Dedi ki: “Denek 2 senin lisan bilgine çok güveniyoruz. Ama sen bir kere de bu adamla bir konuş bakalım, ismi nasıl telaffuz ediliyor?” Yeşilköy’de adamı karşıladım, İstanbul’a geldiğinde, dedim: “Bay Luntz, böyle böyle ben sizin isminizin tam okunuşunu rica ediyorum dedim. Elimde de küçük teyibim var. “My name is Lüntz, Jozef Lüntz” dedi adam. Yani ö ile ü arası bir Lüntz ve adamın adı Jozef. Çünkü dedi: “Benim babam Flaman ama annem Yahudi. Anneden Yahudi olunduğu için ben Jozef’im” dedi. Açtım Ankara’ya söyledim. Adam ertesi gün İzmir’e gidicekti, İzmir’deki arkadaşı uyaralım dediler, O da yanlış bir şey yapmasın” “Onu, siz bilirsiniz, ben bilmem” Dedim. Adam gitti Meryem Ana’yı falan ziyaret etti. Oradaki spiker arkadaşımız tabii Ankara duyurmamış herhalde ya da O’na iletemedi. “Cozef Luntz” dedi yine. Bir hafta sonra medyada bir yazı çıktı. Benim medyadaki yazılarım hep mesela Haldun Taner, Ahmet Kabaklı, Şevket Rado. Türkiye’de İstanbul Türkçesini en iyi konuşan spiker Denek 2 Doğru’dur diye makaleleri vardır. Onlar durur, sabittir. Hikmet Feridun Es diye bir yaşlı gazetecimiz var. 80’li yaşlarında o zaman. İsim vermeden “İstanbul’daki spiker adamın adını yanlış okudu, Yahudi ismi gibi okudu. Neyse Allaktan İzmir’deki kızımız çıktı da düzeltti” Hiç sesimi çıkartmadım, yakışmaz çünkü adam 0 küsür yaşında. Tesadüfen adam 3-4 ay sonra İstanbul Radyosu’na bir programa konuk oldu. Haberim oldu konuk olduğundan. İndim

aşağıya. Dedim ki: “Hikmet Bey, size bir şey söylemek istiyorum. Biraz da aksi bir ihtiyardı. “Buyrun” dedi. “Siz, böyle böyle bir yazı yazmıştınız” Dedim. “Evet” dedi. “Bu, yazıda benden bahsettiniz” dedim. “Aaa, siz miydiniz O dedi, yanlış söyleyen?” “Evet” dedim “Bendim” Yanımda teyibi götürdüm ama. “Ben dedim, 4 lisan biliyorum, yabancı okulda okudum. Ve lisanları da çok iyi biliyorum dedim. Fonetiklerini çok iyi biliyorum. Dolayısıyla ben yanlış yapmam dedim. Ama siz yanlış yaptınız dedim. Araştırmadan bu yazıyı yazdınız dedim. Bakın ben şimdi size bir şey dinleteceğim dedim. Lütfen, kulaklarınızı açarak dinleyin” “Neymiş o” dedi. “O yazı yazdığınız NATO Genel Sekreterinin kendi sesinden isminin telaffuzu:” dedim. “My name is Lüntz, Jozef Lüntz. Because my mother is Juis” diyor adam, “Annem Yahudi” diyor. “My father is Flaman” “Dolayısıyla bunu ayırt etmenin yolu, o lisanları da bilmektir” dedim. “E napalım canım, olmuşsa olmuş” Dedi. Bu sefer. Yani demek istediğim spiker lisan bilecek. Lisan bilmiyorsa da Anglosakson veya Latin kökenli dillerinki işte bunun içine Latin kökenlilerin içine Romence girer. İtalyanca girer, İspanyolca girer, Anglosakson dillerin içine İngilizce girer, Danimarkaca girer, Norveççe girer. Bunların en azından fonetik yapılarını bilmesi gerekir.

İstanbul’daki TRT sınavına giren 2800 kişiden birkaç kişi sınavı kazandı. Bunun Ankara’sı vardı İzmir’i vardı. Dolayısıyla 7 saat Maçka Maden Fakültesinde kompozisyon, tarih, felsefe, mantık, lise bitirme sınavı gibi, bakatorya sınavı gibi bir genel kültür sınavından geçtik. Oradan kaldı geriye 200 küsur kişi. O 200 küsur kişi yapmak istedikleri, seçecekleri dala göre; prodüktör, spiker, metin yazarı ve araştırmacı olarak dallarını seçtiler. Herkes kendi dalında eğitim gördü. Bunların içinde 30 tane prodüktör vardı, 7-8 tane de spiker kalmıştı. Biz bütün dallarda eğitim gördük. Hem metin yazarı hem araştırmacı, hem prodüktör, hem spiker. Benim ilk kadrom prodüktör spikerdi. Dolayısıyla ben yıllarca program da yaptım. Hem televizyonda hem radyoda. Ondan sonraki müracaatlarda jüri başkanlığı da yaptığım çok dönem olmuştur. Bir cümle: “Türk lirasının, Amerikan doları karşısındaki paritesi 7 lira, 70 kuruş oldu” Bu kadar bir cümle. Kadın ağlıyor dışarda. Annesi ağlıyor. “Hocam siz nasıl anladınız da benim çocuğumu eliyorsunuz?” “Hanımefendi, bir cümle yeterli” Bir günde 1500 kişi dinliyoruz, 1 günde. Benim oturup da saatlerle haber okutacak halim yok, girecek olan kişiye. Bize bir cümle yetiyor. Dolayısıyla iş daha kolayla döndü. Sese bakıldı, diksiyona bakıldı; yeter. Olabilir mi, yetiştirebilir miyiz? Evet yetiştirebiliriz. Sonrasında hizmet içi eğitimlerimiz de oldu. Ben muhabirleri de eğittim çünkü. Muhabirin de konuşması çok

önemli; spiker kadar önemli. Çıkıyor kız ciyak ciyak bir sesle pazar yerinden. Ben mecbur muyum onu dinlemeye.

Son yıllarda eğitimin yerini usta-çırak ilişkisi aldı. Bu mesleğe hasbelkader girmiş. Oturacak kendisine bir örnek seçecek. Diyecek ki ben Denek 2 Hanım'ı dinleyeceğim. Ama beni taklit etmeyecek. Benden bir şeyler almaya çalışacak. Dolayısıyla ekrandan kaptıklarını biraz da kendi çabalarıyla bütünleştirirse bir şeyler olur. Ama mesela bize genç bir arkadaşımız gelmişti. Sınavı kazanmış gelmiş. Benim yanıma verdiler. Yani hepimizin yanına birer tane verdiler yetiştirelim diye. Kızcağz bir reklâm okuyor o akşam nöbette. Emâye tencere dedi. “Kızım dedim emâye değil o, emaye” “Ben neyin ne olduğunu biliyorum, şimdi bir daha mı öğreneceğim?” dedi. “Sen neyi biliyorsun çocuğum?” dedim. “Sen lisan biliyor musun, Fransızca biliyor musun? Emay'ın ne olduğunu, emayenin ne olduğunu biliyor musun ki burada ukalalık yapıyorsun dedim, çık dışarı” Dedğim gibi lisan bilecek, en azından anlayacak üç aşağı beş yukarı ne nedir veya kulak dolgunluğu olacak, lisana karşı. Yabancı kelimelerde biz çok hassasızdır. Mesela devlet başkanları, yabancı konuklar, şunlar bunlar... “Yabancı onun üstünde durmaz” Mesela Sarıyer demez de Şırayır der. Onun Şırayır'ı onu normal kabul eder Sarıyer yerine, ben mecbur değilim der. Ama biz öyle değiliz. Biz her şeyin detayına inerek öğrenmeye çalışırız. Genç arkadaşlarımız da öyle yapacak. Yani kurslarda aldığı özellikle de tiyatroculardan... nefes eğitimi alabilir... Ses kullanma tekniklerini alabilir. Metin okuma, metin değerlendirme tekniklerini alabilir. Ama diksiyon fonetik tiyatroda başkadır, televizyonda radyoda başkadır.

Şöyle bir örnek anlatayım: Mücap Oflluoğlu vardı, meşhur bir tiyatrocudur. Benim haber stüdyomun yanında seslendirme stüdyosu vardı. Vakit de vardı. Bir şey seslendiriyor. Barbaros Hayrettin Paşa ile ilgili bir tiradı, bir repliği var. “HAYrettin Paşa, HAYrettin Paşa” Yönetmen durduruyor; “Mücap Abi, yanlış vurguladınız” diyor. Bir daha alalım diyor. “HAYrettin Paşa, HAYrettin Paşa” En sonunda dedi ki Yönetmen, alamam dedi bu şekilde. Yanlış vurguluyorsunuz. “Ee, ne diycem kardeşim kırk yıllık tiyatrocuya, sen Hayrettin Paşa'nın vurgulamasını mı öğretiyorsun? dedi, kabul etmedi. Tiyatroculuk ayrı bir şey, sahnede kötü diksiyonun da olsa, yanlış vurgulaman da olsa, beden dili var ya o beden dili onun içinde kaybolur gider bir sürü şey, tiyatro seyircisi bakmaz bunun diksiyonu fonetiği nasıldır, iyi midir değil midir diye. Ama buradaki seyirci affetmez.

1990 öncesinde tek tabanca TRT vardı. TRT'nin yetişen spikerleri hepsi çok iyi eğitim alarak yetiştiler. TRT bir okuldur, bir ekoldür. Dolayısıyla daha sonraki

dönemlerde özel televizyonların başlamasıyla birlikte önce bir kısım TRT’cileri oralara transfer ettiler. Ondan sonra da yenileri kendileri yetiştirmeye başlayınca sayılar giderek arttı. Çünkü radyo televizyon sayısı da çok arttı. İnanılmaz boyutlarda arttı.

Başarı kıstasları açısından başarılı çocuklarımız da var yok demiyorum. Hata yapmıyorlar mı yapıyorlar. Arada ufak tefek. Mesela özellikle yapıyorlarr, geliyorlarr, gidiyorlarr diye cümle sonlarında perforelerde sinir olduğum tipler var. Yaptırılıyorr, gidiliyorr, geliyorr... Ne oluyorsun ya? Gidiyor, geliyor, yaptırıyor yani, yorr diye vurgulama. Soru sormalarını beğeniyorum. Güzel sorular soruyorlar. Yani iki türlü haber spikerliği var diyelim. Biri masa başı. Papağan spikerlik. Papağan gibi önünü konan metni okuyorsun. Tekrar ediyorsun, bitiyor, hadi Allahısmarladık diyorsun, gidiyorsun. Diğer haber spikerliğinde; stüdyoya konuk alabilirsin. Yorumcu alabilirsin. Röportaj yapmak zorunda kalabilirsin. Soru sormak zorunda kalabilirsin. Dolayısıyla şimdi özel televizyonlarda bu tarafa doğru meyil fazla. Yani haberin ayrıntılarını konuklardan da alıyorlar. Dolayısıyla o konuğu stüdyoda siz konuk ettiğiniz zaman o adamı tanımanız lazım. Kimdir bu adam? Kariyeri nedir? Ben buna nasıl sorular yöneltebilirim? Veyahut da fermuar ağızlı konuklar vardır. Açamazsın fermuarını. Evet. Evet. Yani biz ona fermuar ağızlı deriz. Açamazsın fermuarını geçer karşına oturur. Böyle ağızından laf almaya çalışırsın, çabalarsın alamazsın. Orada işte haber spikerine düşen görev o adamı konuşturmaktır. Bunu da nasıl? Kısa sorularla konuşturursun. Sorunun içinden soru çıkarsa yan cümlecikli ana cümleler olursa adam hepten kafası karışır. Ne olduğunu anlayamaz. O açıdan yeni dönem kuşak özellikle tematik kanallar; biraz tematikten çıktılar ama haber televizyonu NTV gibi, CNN gibi, Habertürk gibi falan kanallardaki bülten saatlerinde en azından spikerlik yapanlar, yorumculuğu da röportajı da hepsini bir araya harmanlayıp sunuyorlar. Başarılı da oluyorlar. Ufak tefek yanlışları yok mu var. Kanal sayısı çok fazla, eğitim almadan kanallarda çalışanlar var. Açıyorsunuz inanılmaz yöresel kanallar var. Bölgesel kanallar var, radyo kanalları da 1500 bulmuş.

Haber Spikeri Denek 3

2000 yılı öncesi ve sonrası dönemleri ayırarak ele aldığımızda televizyon haberciliğindeki başarı kıstasları nasıl bir dönüşüme uğramıştır?

Öncelikle retorik kelimesine takıldığımı söylemeliyim. Neden bir İngilizce veya Fransızca kökenli bir kelimeyi kullanıyorsunuz da söz sanatı denen şeyi niye kullanmıyorsunuz? Bu bana göre affedilir bir durum değil. Çünkü edebiyat dergilerini okuduğumuzda insanların anlamaması için insanlar, yazarlar sözlükleri karıştırmış ve bir takım fazla kullanılmayan sözcüklere ulaşmış bunları metinlerinde kullanmış gibiler.

Retorik bir kere çok bilinen bir sözcük değil. İlla ki bir lisans veya yüksek lisans teziyse bu tür kelimelerin kullanılması gerekiyor mu? Bana göre hayır. Ben bir kere ona takıldım, ondan başlamalıyım.

Şimdi 2000 yılı öncesi ve sonrası dönemleri televizyon haberciliğindeki başarı; başarıyla neyi kastettiğinize bağlı. Veya objektiflikten mi bahsediyorsunuz? Veya başka bir ölçütünüz mü var? Bunu da bilmiyorum. Ama 200 yılı öncesi dönemleri ayırarak ele aldığımızda şunu söyleyebilirim:

Bir kamu yayıncısı olan veya en azından yasalarla kendisine görev verilen bu TRT'den başlayabiliriz. Kamu yayıncısı kamu yayıncısının 200 yılı öncesi veya 2000 yılı sonrasında herhangi bir farkı yok. Çünkü kamu yayıncılığı dediğiniz şey iktidarlar tarafından benim borumun öttüğü bir kanaldır. Sadece öyle anlaşılır. Onun dışında herhangi bir şekilde anlaşılması söz konusu değildir. Nasıldı? Kim iktidara gelirse gelsin; bir genel müdür belki de bir genel müdür yardımcısı, belki de TRT'nin içerisinde bir Haber Dairesinin yöneticisi olarak birini seçer ve politikalarını öyle götürürdü. Ne yapıldı? Televizyon haberciliğindeki başarıdan bahsediyorum. TRT'dekinden bahsediyorum. TRT örneğin rahmetli Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel'den bahsedeyim. Sadece bir örnek veriyim: Sayın Cumhurbaşkanı Çankaya Köşkü'nde muhtarları kabul ederdi, hiç unutmuyorum hatta bir olay var. Güney Amerika'da bir deprem olmuştu. En az 10-15 bin ölü vardı. Ben ana haberdeydim. Çıktığımda Şili'de veya Güney Amerika'da ülkeyi hatırlamıyorum. Şu şiddette deprem oldu, binlerce ölü var ama önce Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel'in haberleri 15 dakika. Sonra deprem, sonra günün diğer haberleri ve sonra tüm haberler bittikten sonra o ilk haberin daha uzamış haliydi. Bu yıllar yılı hep böyle devam etti. Ama şunu sakın unutmayalım; yapanlar sadece ve sadece TRT'nin içerisinde hangi siyasi iktidar varsa ona yakın insanların göreve getirilerek yaptırıldığı haberlerdi. Veya göreve gelen sayın cumhurbaşkanıysa, sayın başbakanısa TRT'nin içerisinde bir yönetici seçer; onun aracılığıyla bunları yapardı. Dolayısıyla TRT'de durum böyleydi. Özel televizyonlar kurulduktan sonra 2000 yılı öncesi ve sonrası dönemlere bakalım aslında TRT'den hiçbir farkları yoktu. Hatta bence daha da kötüydü. Çünkü en azından TRT en azından devleti anlatıyordu. Devleti temsil ediyordu veya iktidarın öyle veya böyle fazla da olsa süreliydi. Haberleri damgasını vurarak ve büyük uzun süreler alarak öyle bir habercilik yaptırırdı. Özel televizyonlardaysa parayı veren düdüğü çalardı. Bundan daha doğal hiçbir şey olamaz. İnsanların televizyon kurmalarının, özel televizyonların ticari televizyonların kurulmasının sadece ve sadece televizyon dünyasına heyecan, yenilik vs. getirmesi veya

haberlerin daha objektif olması adına mıydı? Bu koskocaman bir soru işareti. Bunu tabii ki bu yönde yapanlar vardı. Ama sonuçta parayı kim verirse devlette TRT'ye iktidar, diğerlerinde patron verdiği için sonuçta herkes o patronun veya iktidarın ilkelerini, haberlerini vs. yayınlamak zorunda kalırdı. Şimdi başarı dediğiniz şey objektifliktir. Başarı doğrudur, başarı doğru haberi vermektir. Bu anlamda ben TRT deneyimim var; evet. Siyasi iktidara ayrılan uzun sürelerin dışında gerçekten objektif haberler yapardı TRT. Şimdi olayın başka bir tarafına geliyorum. Gerçekten her zaman çok objektif haberler yaptı. Başarı çok büyüktü. O kadar büyüktü ki insanlarımızda şu kanı şu yargı vardı: En son bir de TRT'ye bakalım TRT demiyorsa doğru değildir. Dolayısıyla başarı TRT tarafından başarı bu anlamda yakalanmıştı. Özeldekini bilmem. Çünkü özelde çalışmadım. Dolayısıyla da onlara ilişkin bir yorum yapma şansım söz konusu değil. Ama kesinlikle ve kesinlikle belirli bir döneme kadar, ne zamana kadar 2015 belki de 2014-2012 yıllarına kadar evet TRT'de, TRT'nin içinden yetişmiş, sınavla gelmiş, haberciliği öğrenmiş, objektifliğin ne olduğunu bilen insanlar haber yaptılar. Sonrasında durum değişti. Dolayısıyla 2000 yılı öncesi ve sonrası dönemleri ayırdığımızda, evet televizyon haberlerinde ben 2000 yılı diye ayırmıyorum. Ben 2010 diye ayırıyorum. Belki 2015-2010 yılı arası yılı kastediyorum. Ben sadece TRT'den bahsediyorum. Çünkü diğerleri beni ilgilendirmiyor ayrıca çalışmadım da. Çalışmadığım bir yere ilişkin de herhangi bir yorum yapma şansına sahip değilim.

2000 yılı öncesi ve sonrası dönemlerde haber spikerleri olarak değerlendirdiğimizde de;

2000 yılının öncesinin spikerleri birer deryaydı. Oturup herhangi bir olayın üzerine konuşabilir, tartışabilirdiniz. Gelişmeleri yakından takip ederlerdi. Sadece ve sadece özellikle televizyon spikerlerinin işi gücü sadece saçlarını yaptırıp makyaj yaptırmak değildi. Okurlardı. Sonrasında o yavaş yavaş azalmaya başladı. Zaman içerisinde yok oldu. Kendi kanalına yönelik olarak söylüyim tabii ki tüm arkadaşlarımı tövmet altında bırakmak istemem ama bazı arkadaşlarım kendilerinin inanmadığını veya ne okuduklarının farkında olmadığını çoğunlukla izlerdim. Sadece ve sadece haberlerde verilenleri baz alırlar onun ötesinde herhangi bir araştırmaya okumaya kendilerini geliştirmeye ihtiyaç duymadıklarını gördüğümde bundan çok büyük üzüntü duyardım.

2000 yılı öncesi ve sonrasıyla fark çok büyük. Bunu anlatmakla bitmez. Sözü bittiği yerdir o bölüm.

Haber Spikeri Denek 4

2000 yılı öncesi ve sonrası dönemleri ayırarak ele aldığımızda televizyon haberciliğindeki başarı kıstasları nasıl bir dönüşüme uğramıştır?

2000’li yıllar dijital materyallerin ve internetin hayatımıza girmesi nedeniyle başarı ölçütlerini daha bir görünür kılmıştır. Özellikle sosyal medyanın bu denli etkin kullanılması toplumun ne istediğinin bilinmesini sağlayan en büyük etken. Artık başarılı olup olunmadığı anlık öğrenilebiliyor. Habercilik de bu hızlı tepkilerin ölçülmesiyle şekilleniyor. Görsel ve yazılı basın da 2000’li yıllar öncesine göre daha interaktif ve daha üretken. 2000’li yıllar öncesine baktığımızda ise günlük gündem takibi ve büyük olayların yer aldığı bir habercilik anlayışı olduğu görülüyor. Dolayısıyla başarı kıstasındaki en büyük dönüşüm toplumun kendisi.

Haberci Denek 5

1- 2000 yılı öncesi ve sonrası dönemleri ayırarak ele aldığımızda televizyon haberciliğindeki başarı kıstasları nasıl bir dönüşüme uğramıştır?

'Televizyon haberciliğinde başarı' kavramı göreceli bir durumu ifade ediyor. 'Kime göre, neye göre başarı?' Ancak bilinen ve kabul edilen habercilik ilkelerine göre yapılan bir haberde kamu yararı varsa ve yayımlandıktan sonra pozitif yönde bir etkiyi ortaya çıkartıyorsa 'başarılıdır' diyebiliriz.

Ülkemizde TRT ile başlayan televizyonculuk 1990 yılından sonra çok hızlı bir şekilde büyüdü. O dönemde yayın hayatına başlayan pek çok televizyon kanalında televizyon çalışanları daha özgür, daha tarafsız habercilik yapabiliyorlardı. Bu ortam, kamunun yani izleyicilerin fayda gördüğü, etkili, başarılı haberleri doğurdu.

1994 yılında RTÜK'ün (Radyo Televizyon Üst Kurulu) kurulmasıyla özgür, tarafsız ortam yavaş yavaş başka bir hale geldi. Televizyon kanallarında yapılan haberlerin kamu yararı taşıyan hali patronların gösterdiği istikamette ilerledi. Büyük medya kuruluşları siyasetçilerle kol kola bir yola girdi. Bu durum izleyiciden bazı gerçeklerin saklanmasına, yanlış bir habercilik yapılmasına neden oldu. İlerleyen yıllarda

RTÜK siyasetler tarafından medya kuruluşlarının başında sallanan bir kılıç haline dönüştürüldü. Bu durum doğal olarak habercilik yapılmasını zorlaştırdı

1994 yılından 2000 yılına kadar televizyon haberciliği her şeye rağmen toplumun fayda gördüğü bir halde kendi mecrasında ilerledi. 2000 yılından sonra ise siyasetçiler televizyon kanallarıyla çok daha yakından ilgilendi. Medya patronlarını kendilerine yakın isimlerden seçmeye başladı. Bu televizyon kanallarına yönetici olarak kendilerine yakın

isimleri yönetici yapılmasını sağladılar. İşte bu noktadan sonra televizyon haberciliği ülkemizde büyük bir çıkmazın içine girdi. Bizlere iletişim fakültelerinde öğretilen etik kurallar ve haberciliğin tarafsız hali çok büyük oranda ortadan kalktı. Medya patronlarının aynı zamanda iş insanları olması onları siyasetçilerle iyi geçinme telaşına soktu. Patronların belirlediği yayın politikasının dışında, kamu yararı taşısa bile, herhangi bir habercilik yapılması söz konusu değil. Medya kuruluşları için siyasilerin göstermiş olduğu yolda yürümek ya da yürümek diyen iki yol bulunuyor. Orta yol maalesef şu an söz konusu değil. Ya iktidardan yana ya da muhalefette olmak gibi etik olmayan bir durum söz konusu. İktidarın doğrularına doğru diyemeyen, yanlışlarına da yanlış diyemeyen iki medya var. Bu medya kuruluşlarında doğal olarak başarılı ve tarafsız habercilik yapılması mümkün değil.

Haber Spikeri Denek 6

1-2000 yılı öncesi ve sonrası dönemleri ayırarak ele aldığımızda televizyon haberciliğindeki başarı kıstasları nasıl bir dönüşüme uğramıştır?

Televizyon yayıncılığında özel kanalların devreye girdiği doksanlı yıllardan itibaren reyting kavramı da yavaş yavaş kendini hissettirmeye başladı. Özel kanalların zaman içerisinde tecrübe kazanıp deyim yerindeyse palazlanmalarıyla beraber de özellikle 2000'li yıllardan itibaren ağırlığını daha fazla hissettirmeye başladı. Bu durum beraberinde anchorman ve anchorwoman olarak nitelendirilen haber sunucularını hayatımıza taşıdı. O güne kadar TRT'nin geleneksel habercilik anlayışı doğru; güvenilir ve tarafsız habercilik olarak nitelendirilmekteydi. TRT her zaman devletten yana ve kamu yararı gözetilen bir anlayışla yayın yapmış bir kurumdu. Ekranı çıkardığı spikerleri de yayıncılık anlayışına paralel biçimde, ciddi, güvenilir, tarafsız kişilerdi. En önemli özellikleri de hatasız bir İstanbul Türkçesi konuşmaları ve güzel bir ses tonuna sahip olmalarıydı.

2000'li yıllardan itibaren ekranlardaki sunucu profili de habercilik anlayışı da değişmeye başladı. Anchorman ve anchorwomanların bazıları gazeteci kökenliydi ve TRT'nin alışılmış spiker kriterlerinden uzaktılar. Ses ve Türkçenin mükemmelliği haber bültenlerindeki başarı kriterlerinden ilk çıkan unsurlar oldu. Daha rahat ve lakayt bir tavırlı bir sunum anlayışı hâkim oldu. Özel kanallar genellikle büyük gazetelerin sahipliğinde kurulmuşlardı ve bu gazetelerin patronları da çok farklı sektörlerde faaliyet gösteren iş adamlarıydı. Zaman içinde bu iş adamlarının iş dünyasındaki beklentileri onları iktidara yakın hale getirdi. Bu yüzden de tarafsızlık kavramı sektöre uğramaya

başladı. Onların bu tavırlarına TRT de başka sebeplerle ortak olunca tarafsız habercilik bir başarı kriteri olmaktan çıktı.

Hızlı habercilik beklentisi ve rekabet doğru haberciliğe de zarar verdi. Ve haber merkezlerinin güvenilirliği sorgulanır oldu.

Reyting kaygısının uzantısı olarak şiddet ve kan odaklı haberler, cinayet haberleri bültenlerde daha fazla yer alır oldu. Bazı psikolog ve psikiyatristlerin sakıncalı bulduğu türde görüntüler defalarca ekrana getirilmek suretiyle haberlerde kullanılır oldu.

Haberci Denek 7

2000 yılı öncesi ve sonrası dönemleri ayırarak ele aldığımızda televizyon haberciliğindeki başarı kıstasları nasıl bir dönüşüme uğramıştır?

Medyada dijitalleşme 2000'li yıllarla başladı. Öncesinde kopyalama, aktarma ve rekabet sorunları nedeniyle medya kuruluşlarının haber merkezlerinde daha çok personel istihdam edilirdi. Türkiye'de özel televizyonlar yeni kurulduğu için rekabet en üst düzeydeydi. Muhabirler birbirlerine özel haber atlattıklarında bir maaş prim alırlardı. Başarı ödüllendirildiği gibi, başarısızlık da anında karşılık bulurdu, haber atlayan muhabirin işten çıkarılması normal sayılırdı. Daha sonra medyada dijitalleşme başladı.

Dijital fotoğraf makineleri ve kameraların yaygınlaşmasıyla sahada çalışan muhabir ve kameramanların birbirlerinden görüntü transferi kolaylaştı. Bir dijital kamera ve laptop yeterliydi. Bu da sahada çalışan muhabirler arasında fiili bir havuz sisteminin kurulmasına neden oldu. Kimse haber atlamamak ve işinden olmamak için kurulan o sistemin üyesi oldu. Gazete ve televizyonların rekabet ortamında ayrışması için özel haber şart. Bu nedenle haber merkezlerinde özel haber birimleri oluşturuldu. İş sadece, 'özel haber' yapmak olan muhabirler istihdam edilmeye başlandı. Habercilikte ve gazetecilikte en büyük kırılma 2013'te yaşanan Gezi olaylarıdır. Gezi olaylarına kadar medya üzerindeki baskı ve baskılamalar bilinirdi ama yine de habercilik yapıldı. Yani doğru olduğu sürece her türlü haber bir şekilde yapıp yayınlanıyordu. İktidar kanadından gelen tepkiler de bir şekilde medya kuruluşları tarafından normal karşılanıyordu; bir çeşit iyi polis-kötü polis vakası gibi.

CNN International İstanbul'a muhabir gönderdi. İstanbul'daki gelişmeleri an be an izleyicilerine aktardı.

CNN Türk ise olayların en ateşli olduğu anlarda penguen belgeseli yayınlamayı tercih etti. 2013'ten bu yana Türkiye pek çok olay yaşadı hem Gezi hem de 17-25 Aralık operasyonlarında yaşananlar netti; medya kuruluşlarında çalışanlar bir otokontrol mekanizması kurdu. Muhabirler ve editörler bu kriteri göre davranmaya başladı. Avrupa

ve Amerika'da gazeteciler ne kadar çok şey bilip öğrenirlerse yazdıkları sürece iyi gazeteci olurlar. Günümüz Türkiye'sinde ise tam tersi. Muhabir ve köşe yazarları ne kadar çok şey bilip yazmadığı sürece iyi gazeteci oluyor yani o gazetecilerle özel sohbet ettiğinizde olayları daha iyi kavrayabiliyorsunuz ama köşelerine baktığınızda çoğu zaman anlattıklarının 180 derece tersini savunuyorlar.

Haber Spikeri Denek 8

1-2000 yılı öncesi ve sonrası dönemleri ayırarak ele aldığınızda TV haberciliğindeki başarı kıstasları nasıl bir dönüşüme uğramıştır?

Karasal yayıncılığın yerini uydu yayıncılığına bırakmasıyla birlikte kanal sayıları hızlı bir artış gösterdi.

Televizyon kanallarını ayakta tutanın reklam pastası olduğu düşünülürse, büyüyen medya karşısında aynı kalan reklam pastası getiriyi düşürmüş bunun yansıması da istihdamda kendini göstermiştir.

Nitekim özel televizyonculuğun ilk yıllarındaki ücretler zihinlerde efsane olarak kalmıştır. Ekonomideki arz talep dengesinin doğrultusunda eleman ihtiyacının çok artması doğal olarak kaliteyi düşürmüştür. Ve işin kötüsü izleyicinin seçicilikten uzak duruşu, işverenin işine yaramış nitelik aranan özellik olmaktan uzaklaşmıştır.

Haberci Denek 9

2000 yılı öncesi ve sonrası dönemleri ayırarak ele aldığımızda televizyon haberciliğindeki başarı kıstasları nasıl bir dönüşüme uğramıştır?

Diğer televizyonlardan hatta daha geniş haber servisleri olan gazetelerden farklı ya da en azından üzerinde çalışılmış haber verme çabası olan tv'ler, günümüzde haberden çok PR kabul edilebilecek bültenlerle izleyici karşısına çıkmaktadır.

Haber Spikeri Denek 10

1- 2000 yılı öncesi ve sonrası dönemleri ayırarak ele aldığımızda televizyon haberciliğindeki başarı kıstasları nasıl bir dönüşüme uğramıştır?

Bir kanalın yayın politikası haber ve haber programlarının içerik ve sunum tarzıyla ortaya çıkar. Haber, aslında bir kanalın lokomotifidir sayılır. Etkili bir haber yayını, kanalın diğer programlarının da izlenirliğini artırır. Bu durum dün de böyleydi, bugün de böyledir ve gelecek yıllarda da değişeceğini sanmıyorum.

2000 öncesi ve sonrası dönemi ayırdığımızda TRT'nin yurt içi ve yurtdışına yaptığı yayıncılığın dünyayı sarması olarak değerlendirebiliriz. TRT, Yurt dışı televizyon yayıncılığına 1992 yılında başladı ama 2000 yılında yayınlarımız dünyanın bütününü kapsar duruma geldi. Bu durumda yurt içi ve yurt dışı yayıncılığı diye düşünmemiz

gerekirdi. Ancak, 2000'e kadar çanak antenler yardımıyla izlenen TRT İNT yayınlarının kablo teknolojisiyle rekabet edebilmesi söz konusu bile olamazdı. Bu yüzden örneğın Avrupa'daki TV yayıncılığı TRT Türkiye'nin Sesi Radyosu'nun dinlenirlik oranına ancak 2000'den sonra uydu teknolojisine geçilmesiyle yaklaşabilmiştir. Gene o dönemde Sovyet sistemini kullanmaya devam eden Asya Türk ölkelerinde bizim televizyon yayınıımız NTSC ve PAL sisteminin uyumsuzluğu yüzünden her yerden izlenemiyordu. Oralara da kablo ve uydu teknolojisi geç de olsa geldi ve yayınlarımız daha net izlenmeye başladı. Uzun yıllar boyunca TRT İNT ve TRT Avrasya kanallarının haber bÖltenlerini sundum. Bizim haber politikamız, yurt içinden daha bağımsızdı. Bunda, yurt içinden izlenmiyor oluşumuzun da etkisi olmuştur. Ancak yurt dışına yayın kanallarımız elbette TRT'den ayrı düşünölmezdi. TRT'nin muhabirinden tutun da cihazlarına kadar bütün unsurlar hem yurt içi hem yurt dışı yayınlara hizmet verir. Aynı havuzdan aldığımız haberi, içerde yayınlanmış şekliyle veriyorduk. En fazla gereksiz yerleri çıkariyorduk. Ama bunun yanında yurt dışı canlı muhabir bağlantılarında muhabirler daha özgürce haber verirdi. Yurt içinde birtakım abartılmış kurallara bağılı muhabir ile yurt dışından bize haber geçen muhabir arasındaki farkı hep düşünmüşömdür. Yurt dışındaki anlaşmalı muhabirimiz, gazetelere ve daha sonra da özel televizyonlara haber geçtikleri için çok daha rahat ve bağımsız haber verebilme reflekslerini geliştirmişlerdir.

TV Haberciliğinde başarı kıstasının değeriendirilmesi, TRT'nin kendi içindeki rekabetle başlamıştır. 1986'da entelektöel bir bakış açısıyla İkinci kanalımız yayına başladı. İkinci kanalda protokol haberciliğı yapılmadı, klasik müzik yayını başlatıldı, ödöl almış filmler gösterime girdi. İngilizce, Almanca ve Fransızca haberler okundu. Sadece İstanbul ve Ankara'ya yapılan yayın, İntelsat uydusundan kiralanan bir aktarıcı yoluyla bütün yurt sathına yayıldıkça, sanat ağırlıklı yayından vazgeçildi ve ikinci kanal önce spor ve haber ağırlıklı bir kanal oldu. Üçüncü kanalın kurulmasının ardından da haber ağırlıklı yayınlar yapılmaya başlandı. TRT-3 ve GAP-TV'nin, 1989 yılında hizmete girmesiyle TRT'nin kanal sayısı 4'e çıktı. 2000 yılında yurt dışına yönelik iki kanalımızla birlikte 6 kanaldan yayın yapmaya başladık. Bu kanalların tümünde de haber yayını vardı. TRT 1 Haber Müdürü, TRT 2 Haber Müdürü, TRT İNT ve Avrasya Haber sorumlusunun, ister istemez ve fırsat buldukça aynı kurumun diğeri kanallarıyla rekabet olmasa da biraz farklı habercilik yapmaya çalıştıklarını biliyorum. Ama önlerinde bir mevzuat hazretleri, bir de parti etkisiyle atanmaya başlanmış müdürler veya Başkan yardımcıları vardı.

Türkiye'de özel televizyon yayıncılığı 1994'de başladı. Ama Türkiye'de başladı. 1991'de ise Avrupa'dan Türkiye'ye doğru başladı. 1989 yılında, Cumhurbaşkanı Turgut

Özal'ın öncülüğüyle TÜRKSAT projesi başlatıldı. Ancak TÜRKSAT 1 A uydusu, fırlatma sırasında düştü. Özal'ın verdiği demeçten bir ay sonra, 1990'ın Şubat ayı başında, Rumeli Holding'in Federal Almanya'dan Türkiye'ye yayın yapacak bir uydu kanalı kiraladığı haberi yayımlanmış ve bu konuyla ilgili haberler birbirlerini izlemişti. Lihtenştayn'da kurulan Magic Box adlı şirket, 1990 yılının Mayıs ayından itibaren Rumeli Holding aracılığıyla Almanya'da faaliyete başladı. Almanya Telekom'u üzerinden Türkiye'deki PTT vericilerine gönderdiği görüntülerle ilk test yayınlarını gerçekleştirdi, Ağustos ayında da düzenli yayına başladı. Böylece ortaya çıkan bu fiili durum, mahkemeye götürüldü. Ancak Yargıtay, nihai kararında itirazı kabul etmedi. Çünkü mahkemede dava açanlar, 1991 seçimlerinde özel bir kanalı kullanarak propaganda yapmıştı.

1994 yılında, Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) kuruldu. Habercilik yapmak için gereken hemen tüm çalışanları ya TRT emeklilerinden ya da TRT'den transfer ettikleri yayıncılardan oluşturdular. Başlangıçtaki haber yayıncılığı TRT'den farklılaşmaya gayret eden ancak kendi zincirlerini kıramayan bir anlayıştan oluşuyordu. Star, Tele 10, Kanal 6 gibi kanallar, TRT'den transfer ettikleri yayıncılarla kendi yayın politikalarını oluşturmaya başladılar. 30-40 yıl öncesine ait arşiv görüntülerini nereden temin ettiklerini tam olarak anlayamadık ama sinema filmlerini Yeşilçam'dan aldıkları kesindi. Televizyonculuk oldukça pahalı bir iş olduğu için, televizyonların sahipleri mesleğin dışından gelen kişilerden oluşuyordu. Bildiğim kadarıyla, televizyon kuran ilk yayıncı Güneri Civaoğlu'dur. Ancak maliyetin yüksek ve reklâm payının düşük olması sebebiyle bir süre sonra medya patronluğundan vaz geçti. Medya patronlarının büyük bir bölümünü banka sahipleri oluşturunuyordu. Bu patronlardan biri de Bank Kapital'in sahipleriydi. Yurt dışından yayın yapan ilk kanallardan birini kurdular. Televizyon, Londra'dan yayına başlamıştı. Yüksek maaşlar teklif ederek TRT'den bazı arkadaşlarımızı istifa ettirip bünyelerine kattılar. 2-3 yıl her şey güzel gitti... Sonra işler yavaş yavaş sarpa sarmaya başlayınca, bazı kalifiye elemanları işten çıkarıp yerlerine stajyer almaya başladılar. Durum öylesine vahimleşti ki, gece nöbetine kalan yayıncılara yemek dahi veremediler. Yayıncıların maaşları da zamanında verilmemeye, 2-3 ay sonra ödenmeye başlandı. Spiker ve muhabirler önce kendilerini noter aracılığıyla uyardı, ödenmeyen maaşlar için protesto çektiler. Daha sonra da mahkemeye verdiler. Dolayısıyla işten ayrılmak zorunda kaldılar. Bu arada dönemin TRT genel müdürü, bunların bir bölümünü yeniden işe aldı.

Yayıncılık teknolojisi, bugüne göre oldukça geriydi ama geriye dönüp baktığınızda, teknolojinin bugüne doğru dev adımlarla ilerlediğini anlıyorsunuz. O kadar hızlı gelişti ki 20 yıl geriye baktığınızda, sanki 100 yıl geri gitmiş gibi oluyorsunuz.

Başarı kıstası, 1970'lerden elbette çok daha farklıydı. İlk dönemlerdeki durgun ve kontrollü haber spikeri ve muhabirlerin görüntüsünden ziyade, daha dinamik bir haberciliğe geçildiğini görüyoruz. Başarı eskiden uzun haber yazabilmekken 2000'lerden sonra kısa ve az cümleli haber ama bültende bol haber anlayışı gelişti. Ancak bir şey ortadan kaktı. Haber, haber program, naklen yayın, siyasî yayın ve yorumlar 2000'den daha doğrusu 1990'dan önce ana çizgileriyle birbirinden ayrılmıştı. Bu beş yayından herhangi birinin, diğerinin içinde olmaması gerektiği düşünülürdü. Ancak günümüzde birçok kanalda, birkaç demiyorum birçok kanalda adeta iç içe geçmiştir. Bir haber bültenini izlerken, birdenbire spikerin yorum yapmaya başladığını fark ediyorsunuz. İnsanlar spikeri yorum yapsın diye izlemez. Spikerin tanımı bellidir. Eskiden, kaşıyla gözüyle mesaj veriyor diye spikerler eleştirilirdi. Şimdi açıkça taraf oluyor ve yorum yapıyor. Ancak başarı kıstası habercilikte bellidir: açık, tarafsız, çabuk ve doğru habercilik yapan başarılıdır.

Haber Spikeri Denek 11

1-2000 yılı öncesi ve sonrası dönemleri ayırarak ele aldığımızda televizyon haberciliğindeki başarı kıstasları nasıl bir dönüşüme uğramıştır?

2000 yılından önceki teknoloji ve sistemler ile karşılaştırdığımızda günümüz TV haberciliği müthiş bir hız ve bilgi belge akışına kavuştu. Dolayısı ile habere ulaşmak ta o haberi seyirciye ulaştırmak ta kolaylaştı. 3G teknolojisi başta olmak üzere artık profesyonel kamera kadar iyi çekim yapabilen telefon kameraları, Mobese kameraları, dronlar ile birlikte neredeyse her yer ve her bir birey bir muhabir ve kameramana dönüştü. Bu mutfaktaki işimizi kolaylaştırırken aynı zamanda haber seçimi anlamında bir o kadar zorlaştırdı. Ama 2000 yılı ile karşılaştırdığımızda her ne kadar bu anlamda müthiş bir başarı günümüzde sağlanmış olsa da, maalesef çalışan kalitesi de bir o kadar düştü.

Haber Spikeri Denek 12

1-2000 yılı öncesi ve sonrası dönemleri ayırarak ele aldığımızda televizyon haberciliğindeki başarı kıstasları nasıl bir dönüşüme uğramıştır?

2000 yılı öncesinde tabii artık; habercilik çok katmanlı bir boyutta değildi. Genellikle ajans haberciliği yapıp onların üzerine gidilen bir operasyonla haberler yürürdü 2000 yılı öncesinde. Ama yine bu günlerde olduğu gibi reyting anlamında dana çok ilginç haberlerin yapılması, ilginç haberlerin dışında önemli olduğu konularda yine insanların

büyük bir çaba içerisinde olduğunu görüyorduk 2000 yılı öncesinde. Ama tabii 2000’li yıllardan sonra artık Ajans haberciliği biraz daha teknoloji adaptasyonu ile birlikte biraz daha farklı noktalara gitti. Özellikle son zamanlarda biz yeni nesil haberciliği konuşuyoruz. Yeni nesil habercilik dediğimiz şey tam anlamıyla whatsapp haberciliği yani etrafta gördüğünüz tüm olayları bir anda çekip atabiliyorsunuz. Haber merkezi de anında o görüntüleri doğruluğunu teyit ettikten sonra yayınlayabiliyor. Teknoloji açısından bir defa çok değişim ve dönüşüm gösterdi 2000 yılı öncesi ve sonrasında.

Biliyorsunuz hani bunu çok fazla söylemeye gerek yok. Eskiden kasetli sistemlerdeydi. Artık sineji sisteminden çok daha rahat bir şekilde dijital ortamda saklayabildiğimiz veriler var. Arşivlerde öyle. Eskiden girdiğiniz zaman 2000 yılı öncesinde bir oda dolusu kasetle karşılaşırdınız artık onlara gerek yok. Sineji sisteminde habercilik sisteminde dijital arşivleri tutmanız mümkün. Sadece bu boyutu ile bakıldığı zaman değil aynı zamanda habercilikteki başarı kıstasları da çok değişmiş oldu.

Düşünsenize; PETKİM Fabrikası yanıyor oraya haber ajansının ulaşıp gitmesi çok zor. Ama bir bakıyorsunuz ki orada gönüllü bir vatandaş PETKİM’deki yangını çekmiş size atmış. Sizde o haberin doğruluğunu teyit ettikten sonra anında girebiliyorsunuz. Çok hızlaştı artık habercilik. Doğruluğu teyit ettikten sonra artık her şeyi yapabilmeniz mümkün yeni sistemde, yeni nesil haberciliği ile.

Dolayısıyla başarı kıstasları da o ölçüde, teknoloji ölçüsünde arttı. 2000 yılından önce bir haberi elde edebilmek için çok çok mücadele ederdi bir muhabir, bir editör. Ama artık bu kadar çalışılmıyor. Önceden defalarca izlemek zorundaydı. Bandı başa sarmak zorundaydı başka işler yapmak zorundaydı ama yeni nesil habercilik diye tabir ettiğimiz o işlerde artık her şey teknoloji oranında başarıya daha müsait ama bana göre tarz itibarı ile 2000 yılı öncesinde yapılan habercilik zor ve meşakkatli olduğu için onlar çok daha değerli benim için.

Haber Spikeri Denek 13

1-2000 yılı öncesi ve sonrası dönemleri ayırarak ele aldığımızda televizyon haberciliğindeki başarı kıstasları nasıl bir dönüşüme uğramıştır?

Yıldan ziyade tek kanal TV haberciliği ile televizyonların çoğaldığı dönem habercilik başarısı diye bölelim. Tek kanal haberciliğinde; adı üstünde tek kaynak olduğundan haberler önemliydi ve izlenmekteydi. Kanal sayısı arttığında haber sunumları farklılaştı. Ancak güvenilirlik hepsi için aynı olmadı elbette. Ayrıca beklenen rekabette kalite yoktu, bu da büyük bir başarı getirmedi.

Haber Spikeri Denek 1

***2-Az sayıda televizyon kanalı varken istihdam ve başarı arasındaki ilişki nasıldı?
Günümüzde kanal sayısının artmasıyla bu durum nasıl değişti?***

Az sayıda televizyon kanalı varken, bu kanalların beslenebileceği yegâne kurum TRT idi. Dolayısıyla özel kanallara çok yüksek fiyatlarla transfer olduğumuz bir dönem yaşandı. TRT'deki yöneticilerimiz, biz spikerler, haberciler özel kanallara transfer olduk; hatta kanallar arasında dolaştık yüksek ücretlerle. Bu noktada başarı kıstası TRT idi. Çünkü mesela ben TRT'ye 18.000 kişi arasından 5-6 sınavı kazandıktan sonra girmeye hak kazanmıştım. Yayıncılığın başka öğrenebileceği bir yer de yoktu zaten. Kanal sayısı artmaya başlayınca bu kez gazetelerde çalışan arkadaşlarımız haber merkezlerine dâhil olmaya başladılar. Köşe yazarları, muhabirler, haber şefleri televizyonlara transfer olmaya başladılar. Gazetelerde yaptıkları, kovaladıkları özel haberleri TV için yapmaya başladılar ve başarılı da oldular. Tecrübelerini televizyon haberleri için ortaya koydular, istihbarat şefleri özellikle spesifik konularda başarılı çalışmalar yaptılar. Giderek muhabirler; siyaset muhabiri, polis adliye muhabiri, belediye muhabiri şeklinde şekillendiler. İlk başlarda ekranda ve habercilikte doğru işler yapıyorsanız, hele ki canlı yayınları başından sonuna götürebiliyorsanız başarı bu idi. Sonra sonra kanallar daha da artmaya başladı. Özellikle teknik ekip sıkıntısı yaşanmaya başladı, ardından haber yönetmeni gibi kadrolarda sıkıntı oluştu. Artık tecrübesiz kişiler işe alınıyor, içerde yetiştirilmeye çalışılıyordu. Bu da bir süre sonra kalitenin azalmasına yol açtı. Günümüzde ise o kadar çok kanal var ki; her ne kadar habercilik yapılmıyor olsa da çok kötü bir Türkçe konuşuluyor. Ne yazık ki, çocuklarımız ve gençlerimiz bu dilden etkileniyor. Artık geçmiş dönemde alınan ücretler de ortadan kalktı. Şimdi kanal çok ama çok fazla iletişim fakültesi ve mezun olan gençler var. Bu kez de istihdam fazlası oluştu diyebiliriz.

Haber Spikeri Denek 2

***2-Az sayıda TV kanalı varken istihdam ve başarı arasındaki ilişki nasıldı?
Günümüzde kanal sayısının artmasıyla bu durum nasıl değişti?***

Az sayıda kanalda, eğitim imkânı daha fazla olabilir. Kanallarda 10-12, 12-14 gibi saatlerde haber kuşakları çok olup bunlarda değişik kişiler yer alınca başarı düşüyor. Eskiden Radyo TV nöbetleri vardı. TV haberlerinde bazı spikerler görüntü bazında kendini yetiştirmeye çalıştı. Diksiyon dersi almış mıdır? Rol model almış mıdır? Derme çatma kurslar vardı. Redaktör spiker olmak için 10 yıllık spiker olmanız gerekmekteydi. Haberin mutfağında 10 yıl olunmalıydı. Muhabirlerin özellikle daha iyi olduğunu

gözlemlersiniz. Gerektiği yerde gerektiği sorulara cevap verir. Özel haber yaparken bakarsınız fark edersiniz. Günümüzde kanal sayısının artması istihdamı artırsa da başarıyı düşürmüştür.

İstihdam şöyle; ben Marmara İletişim’de hocalık yaptığım dönemlerde işte çocuğum geliyor diyor ki ben Migros’ta gece envanter defteri tutuyorum. Mezun oldum ama iş bulamıyorum. Bu kadar fazla kanalın olduğu bir yerde çocukların iş bulamaması bir defa çok ayıp bir şey. Yani kanalların en azından İletişim Fakültelerinden mezun olanlara bir kontenjan ayırması lazım diye düşünüyorum. Öyle bir imkânlar yok çocukların. Ama şu da var tabii. Şu anda kaç tane üniversitemiz var? 100’ün üzerinde. Burada 100’ün üzerinde de İletişim Fakültesi var demektir. Ben mesela 94-99 arasında hocalık yaptım. 4. sınıfları okutuyordum. Mezun olan öğrencilerim hem birinci öğretim hem ikinci öğretim 50-55 civarındaydı. Her yıl düşünün 100 tane öğrenci sadece Marmara’dan mezun oluyormuş o dönemde. Öbür fakülteleri de katalım üstüne. O kadar çocuğu nereye yerleştireceksiniz? O da mümkün değil. Onun için eskiden 3-5 tane üniversite vardı. Çocukların iş bulma imkânı daha fazlaydı. Nedir işte TRT’ye girer veya haber ajanslarına girer, Türk Haber Ajansı vardı, Anadolu Haber Ajansı vardı, mesleğiyle ilgili bir şeyler bulurdu en azından. İlla ki İletişim Fakültesinden mezun oldu, ben haber spikeri olacağım diye bir şey yok. Öyle bir imkân yok yani. İletişimle ilgili radyo televizyonla ilgili haber spikerliğinin sıfatı çok güzel. Yolda eskiden peşimizden koşarlardı, imza verir misiniz? Ya da imzalı resminizi verir misiniz? Falan. Ya kardeşim benim bankada çalışan memurdan bir farkım yok. Ben devlet memuruyum. Niye benim imzamı istiyorsun? Hep sanatçı gözüyle, artist gözüyle baktılar ekranda olanlara. Biraz ekranın arkasını düşünün derdim ben öğrencilere. Yani prodüktörlük var, montajcılık var, vtr’cilik var, makyajcılık var, grafikerlik var, bir sürü dal var yani. Bu haber spikerinin veya sunucunun arkasında dekoratör var, güzel sanatlar var, bir sürü şey var yani niye illa ki haber spikerliği?

TRT’nin dışında yetişenler maalesef eğitim alabilecekleri spikerlik konusunda; hadi biraz diksiyon fonetik o da daha sonraları girdi üniversitelere. Eğitim alabilecekleri bir yer olmadığı için onlar hep ortalıkta yabani ayırık otu gibi kaldılar. Yani el yordamıyla öğrendiler bir şeyleri. Sonradan işte diksiyon fonetik dersleri. Ama diksiyon fonetik dersi de işe yaramaz. Rahmetli Alaaddin Asna vardı benim arkadaşım İletişim Fakültesi Dekanı. “Ya derdi Denek 2 ben anlamıyorum niye bu dersin adını Diksiyon Fonetik koyuyorlar? Yok böyle bir şey derdi. Amerika’da okumuştun O ve uzun yıllar da orada çalışmıştı.

“Güzel konuşma sanatı, etkili konuşma sanatı” falan gibi bir ad verin buna” Yani diksiyon fonetik her çocuğa lazım olabilecek bir şey değil. Şimdi benim öğrencim var, çocuk “Hocam, ben niye sizin gibi konuşamıyorum?” Çocuğun aile yapısı, geldiği coğrafya, o güne kadar içinde bulunduğu ortamda konuşulan Türkçe böyleyse ben bu çocuğa diksiyon fonetik dersi versem ne olur vermesem ne olur? Değiştiremem. Onun için diksiyon fonetik dersi son derece lüzumsuz bir ders bana göre. San derece lüzumsuz. Onun yerine şivesi ne olursa olsun, bu adamın şivesi olabilir, Doğu Anadolu’nun en ücra köşesinden gelmiş okumuş, belli bir yere yükselmiş olabilir. Bu adamın bir konuşma yapması gerekiyordur, biz o adamın şivesini biliyoruz. Onun doğudan veya kuzeyden, Karadeniz’den veya Güney Anadolu’dan geldiğini biliyoruz köken olarak. Onun şivesi bizi yadırgatmaz. Ama sahne hâkimiyeti, etkili konuşması, seçtiği kelimeler, konuşma özellikleri bizi bağlar. Bırakın bunun adı Güzel Konuşma olsun, Etkili Konuşma olsun. Bırakın diksiyon fonetiği yani.

TV kanalı olarak sayı arttıkça ihtiyaçlar da artar. İstihdam da fazlalaşır. Kaliteli istihdam vardır, kalitesiz istihdam vardır. İstihdam fazlalaştıkça ne olur? Kalitenin yanında artık benim bu adamlara ihtiyacım var, bu işi yaptıracağım deyip mecburen kalitesizleri de onların yanında kullanmaya başlarsınız. Bu sefer kalitesiz kalitelinin yaptığını bozmaya başlar. Biraz evvel verdiğim örnek kalitesiz bir spikerle kaliteli bir spikeri yan yana oturtup bülten okutamazsınız. Kaliteliyi de bozar.

Haber Spikeri Denek 3

***2-Az sayıda televizyon kanalı varken istihdam ve başarı arasındaki ilişki nasıldı?
Günümüzde kanal sayısının artmasıyla bu durum nasıl değişti?***

Aslında televizyon kanalı az sayıda televizyon kanalı varken yanlış bir ifade bana göre; çünkü iktidara kim gelirse gelsin. Veya iktidarda kim olursa olsun belirli bir tarihe kadar başarı ile istihdam arasında çok önemli bir ilişki vardı. Şuydu: Örneğin TRT’den bahsedeceğim tabii ki yine; yine sınavla insanlar alınırdı. Kılı kırk yaracak şekilde sınav yapılırdı. Ben kendi adıma söyleyeyim. Ankara, İstanbul, İzmir’de spikerlik sınavı sadece bu üç ilde açıldığında 16 bin kişi başvurmuştu. 7 sınavdan geçtim sanıyorum ve 1 yıl sonra atandım. 15 bin küsur kişiden biz sadece 6 kişi kazandık. TRT’nin tüm branşlarında istihdam böyle yapılırdı. Ve dışarıdan sadece haberleri kastediyorum; TRT’nin diğer bölümlerini bilemem, çok nadiren dışardan insan tepeden inerek gelirdi. Günümüzde mi? Günümüzde artık sınav yok zaten uzun yıllardır TRT’de. İstihdamla başarı arasındaki ilişki artık yok. İstihdamın tek bir yolu var; o da belli. Eğer gerçekten bir takım artık eskiden hamili kart yakınimdir diye bir söz vardı, artık böyle bir şey de yok. Artık belirli

bir kanaldan, belirli bir merkezden bir takım talimatlarla insanlar alınır oldu. Ve gelen insanlar başka televizyonlardan, başka gazetelerden, başka haber ajanslarından geldiler. Ve sözüm ona TRT'yi düzeltmeye geldiler. Düşünün ki siz orada tecrübeli bir demircisiniz, hayatında demir dövmemiş insanları sizin üstünüze gönderiyorlar ve diyorlar ki siz kenara çekilin bu işi çok iyi bilen insanlar geldi. Daha demir dövmeyi bilmiyorlardı bile... Ve istihdam ve başarı arasındaki ilişkiyi yok ettiler.

Sadece bendensen istihdam edilirsin ve sana çok büyük paralar veririm. Benden değilsen işte seni yavaş yavaş eritmenin yolunu ararım. Olay buydu. Bunun ötesinde başka bir yöntem yoktu. Yine TRT'den söz ediyorum. Yani günümüzde kanal sayısının artmasıyla ilgili bir durum değil bu. Bu sadece etik bir durum. Bu bir yayın etiği. Başka hiçbir şey değildir. Yine dediğim gibi kamu yayıncılığı yapan bir kurumdan bahsediyorum. Kendi kurumumdan bahsediyorum. Belirli bir tarihe kadar tüm haberler gerçekten 4/8'lik profesyoneller tarafından yapıldı. Her ne kadar insanlar TRT'yi sevmiyoruz TRT'den nefret ediyoruz, TRT'yi izlemiyoruz deseler de sadece ve sadece şunu hep atlادılar. TRT'yi yönetenler demediler hiçbir zaman hep TRT'den dediler. Halbuki TRT'deki iş yapan insanlar hep aynıydı. Sadece TRT'yi yöneten insanlar değiştikçe o hale geldi. Sonuçta insanlar, başa gelen insanların talimatları, ilkeleri, yönlendirmeleri doğrultusunda bir şey yaptılar. Ş da değil midir? Yıllar evvel bir yayıncı TRT'den ayrıldıktan sonra bir gazeteye verdiği demeçte yıllarca politikacıların yalanlarını okudum, yeter artık demişti. Ben buna da kesinlikte katılmıyorum. Neden katılmıyorum? Çünkü eğer yalanları okumak istemiyorsanız, ağırınıza gidiyorsa ve yaşam için oraya mecbur değilseniz, orayı bırakır gidirsiniz. Eğer yayıncıysanız, direnmek istiyorsanız, doğruları en azından başka haberleri başkalarının hazırladığı veya yönlendirdiği haberleri okuyorsanız da onun dışındaki bazı haberlerde hala yorum yapmaya devam ediyorsanız sonuçta yaptığınız işten para kazanıyorsanız; bir gün oradan ayrıldığınızda bunu söylemeye hakkınız yoktur. O zaman derler ki adama zamanında ayrılıydın en azından bunları çekmezdin. Dolayısıyla tekrar konuya gelecek olursak istihdamla başarı arasındaki eskiden mükemmel ilişki günümüzde artık bir şekilde söz konusu bile değildir.

Haber Spikeri Denek 4

2-Az sayıda televizyon kanalı varken istihdam ve başarı arasındaki ilişki nasıldı? Günümüzde kanal sayısının artmasıyla bu durum nasıl değişti?

Özellikle tek kanallı dönemde, televizyon istihdamı devlet eliyle sağlanıyor ve burada bir başarı ölçütü söz konusu değil. Ancak özel kanalların hayatımıza girdiği 90'lı

yıllar itibarıyla bir kıyas yapılabilir. Özel televizyon kanalları Türkiye’de önemli bir istihdam alanı oluşturmuştur. Gerek habercilik gerekse televizyon programcılığı alanında iş imkânları sağlanmıştır. Günümüzde de sağlanmaya devam edilmektedir. Ancak televizyonu kamera önü ve kamera arkası diye ayırmak daha doğru olacaktır. Başarılı olmak isteyen televizyon kanalları toplumda karşılığı olan ve değer gören isimleri kadrolarına katma çabası içinde olmuşlardır her daim. Bu ölçüt özellikle kamera önü için geçerli. Kamera arkasında ise toplumun bir etkisi yok istihdam sağlanırken. İşinde yetkin, tecrübeli ve deneyimli kişilerin istihdamına yön veren ‘insan kaynakları’... Televizyon kanalları, daha önce başarılarla imza atmış isimlere kadrolarında yer vermeye çalışmakta. Amaç ise sağlanan bu istihdamla başarı elde etmek. Ancak birebir istihdamın başarı getirdiğini söylemek doğru olmaz.

Haberci Denek 5

2-Az sayıda televizyon kanalı varken istihdam ve başarı arasındaki ilişki nasıldı? Günümüzde kanal sayısının artmasıyla bu durum nasıl değişti?

Televizyon kanallarının sayısının az olduğu dönemlerde (1990-2000) istihdam edilen personel sayısı, televizyon kanallarının günümüzde artan sayısına oranla daha yüksekti. Çalışan kişi sayısının fazlalığı ortaya daha büyük başarılar çıkartıyordu. Günümüzde televizyon sayısı çok yüksek olsa da çalışan sayısı gelişen televizyon teknolojisi nedeniyle azaldı. Ucuz maliyeti nedeniyle ajans haberciliği ön plana çıktı. Televizyon kanalları neredeyse sadece AA (Anadolu Ajansı), İHA (İhlas Haber Ajansı) DHA (Demirören Haber Ajansı) gibi ajansların kendilerine servis etmiş olduğu haberleri kullanır hale geldi. İstanbul ya da Ankara merkezli pek çok televizyon kanalında 'Yurt Haberler Servisi' kapandı. Taşra olarak ifade etmiş olduğumuz Anadolu'daki illerde bulunan yerel muhabir ve kameramanların işlerine son verildi. Bu nedenle çok az personel istihdam ediliyor ve daha ucuza habercilik yapılıyor. Bu durum televizyon haberciliğinde rekabeti ortadan kaldırdı. Özel haber kavramı büyük oranda yok oldu.

Haber Spikeri Denek 6

2-Az sayıda televizyon kanalı varken istihdam ve başarı arasındaki ilişki nasıldı? Günümüzde kanal sayısının artmasıyla bu durum nasıl değişti?

Başarı istihdamın en temel gerekçesi idi 2000’li yıllar öncesinde ve az sayıda televizyon kanalı kalifiye eleman çalıştırmak prensibine sadıktı. Bu süreçte en büyük kaynak da TRT oldu. TRT de yetişen deneyimli yayıncılar özel kanalların ilk yıllarında onların can simidi oldular. Kanal sayısının artmasıyla deneyimli ve kalifiye eleman

arayışı sekteye uğradı. Ekranlar tecrübesiz ve çok zaman da bilinçsiz kişilere teslim edilmeye başlandı.

Haberci Denek 7

***2-Az sayıda televizyon kanalı varken istihdam ve başarı arasındaki ilişki nasıldı?
Günümüzde kanal sayısının artmasıyla bu durum nasıl değişti?***

Yukarıda değindim ama bu sorunu yine yanıtlayayım. Televizyonların en sıkıntılı yerleri haber merkezleridir. Yaptığınız haberler kimsenin hoşuna gitmez, hep eleştirilirsiniz. En ufak eleştirel haberde iktidarın tepkisini çekmeyi saymıyorum bile. 2003'te Acun Ilıcalı tv8'i aldığıında ilk işi haber merkezini kapatmak olmuştı. "Bir sürü haber kanalı var, haber izlemek isteyen onları izlesin, biz eğlence kanalı olacağız" demişti, dediğini de yaptı. 6 yıldır tv8'de haber merkezi yok, dolayısıyla da haber bülteni yayınlanmıyor oysa ki az sayıda televizyon kanalı varken rekabet en üst seviyede idi. Özel haber reyting yani çok izlenme demekti. Kanal sayısı arttıkça televizyonlar haberciliği kısmen ajanslara devretti. Ajans haberciliği hem daha ucuz hem de daha kolay hem de daha sorunsuz. Tv yönetimi bir haberle ilgili sıkıntı yaşanırda topu ajansa atıp çıkıyor, haber merkezleri ortada bir yanlış varsa ajansın yanlış deyip sıyrılabiliyor.

Haber Spikeri Denek 8

***2-Az sayıda televizyon kanalı varken istihdam ve başarı arasındaki ilişki nasıldı?
Günümüzde kanal sayısının artmasıyla bu durum nasıl değişti?***

Aslında bu değişimi daha sağlıklı irdeleyebilmek için daha geriye gitmek gerekir. Geçmişin, ilkeli, kalemini kırmak yerine kafasını kırmayı düstur edinmiş basın patronları yerini holding sahiplerine bıraktı... Paranın bir türlü satın alamadığı kocaman itibarlar televizyon sahipliği sıfatıyla kucaklara düştü... Holding sahipleri baktılar ki bu sayede bütün kapılar önlerinde ardına kadar açılmakta, organize sanayi bölgeleri gibi birbiri ardına açılmaya başladı irili ufaklı medya kuruluşları. Hele ulusal kanalların 4. kuvvet avantajı, bu pastayı daha özendirici hale getirdi. Ekonomik olarak bir televizyonun bir gazetenin maliyeti elbette çok büyük... Hele bu kadar çok rakip olursa... Hâlâ okuma yazma oranının istatistiklerde yer işgal ettiği Türkiye'de gazete okuma alışkanlığının yetersizliğiyle dikkat çeken Türkiye'de nasıl ayakta kalacaktı bunca kuruluş... Haa bu arada bir de alışkanlık vardı, taa devlet televizyonundan kalma... Halkın önünden gitmek değil peşinden yürümek... Ya da halkın istediğini vermek...

Haberci Denek 9

***2-Az sayıda televizyon kanalı varken istihdam ve başarı arasındaki ilişki nasıldı?
Günümüzde kanal sayısının artmasıyla bu durum nasıl değişti?***

Habercilik deneyimi arayan TV'lerden, muhabir ya da spikerin ekranda iyi görünmesinin yeterli kabul edildiği TV dönemine geçilmiştir. Güzel ya da yakışıklı olarak diye nitelenen stajyerler iki üç günlük deneyimin ardından habere gönderilmektedir.

Haber Spikeri Denek 10

***2-Az sayıda TV kanalı varken istihdam ve başarı arasındaki ilişki nasıldı?
Günümüzde kanal sayısının artmasıyla bu durum nasıl değişti?***

Özel televizyon kanallarının ilk dönemlerinde az kişiyle çok iş yapılması benimsenmişti. Spiker, prodüktör, ışıkçı, sesçi, kameraman, yönetmen, dekoratör, teknisyen, mühendis, grafiker, arşivci, muhabir, çevirmen, redaktör, editör, müdür, montajcı, araştırmacı ve aklıma gelmeyen çekirdek kadro, neresinden bakarsanız bakın, minimum 100 kişidir. Bugün NTV'de en az 400 kişi çalışıyor. TRT başlangıçtaki tek kanalda birinci gün 200 kişiyi istihdam etmişti. Haftada toplam yayın saati ise sadece 9 idi. 24 saatlik bir yayını 25-30 kişiyle yapamazsınız. Özel kanallar bunu bildikleri için günümüzde belli bir nüveye maaş veriyor, diğerlerini stajyer gibi çalıştırıyor.

İnsanların belirli bir işi varsa üretim olur. Yoksa ancak dökme suyla değirmen olabilir ki her yıl kanalların kapanma sebeplerinden biri, istihdama para ayıracak kaynağı bulamamaktır. Kaliteli yayın, ancak yeterli sayıda kaliteli personel çalıştırmakla mümkündür.

İlk dönemlerde Star ve Tele 10 gibi kanalların gece yarısı porno film yayınlayarak seyirci çekme gayreti de kalitesiz bir yayıncılıkla kalitesiz kitleyi kendine çekme çabasından başka bir şey olmamış, zamanla yasalar karşısında ödedikleri cezalarla bundan vazgeçmişler ve ister istemez sinema filmleri ve uzun soluklu yabancı dizilerle yayını götürmek mecburiyetinde kalmışlardır. Tabii ki bu duruma kalite denemez. Kalite, kendi kaynaklarınızla ortaya çıkardığınız bir sonuçtur.

Haber Spikeri Denek 11

***2-Az sayıda televizyon kanalı varken istihdam ve başarı arasındaki ilişki nasıldı?
Günümüzde kanal sayısının artmasıyla bu durum nasıl değişti?***

Az sayıda TV kanalı varken istihdam edilecek kişiler çok titiz bir elemenden geçirilir, uzun süre denenir, Bu deneme süresi içinde bile profesyonellerce eğitilir ve tam donanıma eriştiklerinde net bir görev verilirken, kanal sayısının artması ve istihdam sayısındaki doğal artış ile birlikte bu eğitim süreleri ya çok kısaldı ya da neredeyse yok denecek noktaya geldi. Bu değerlendirmeye televizyonun okulu denen TRT Kurumu da dahil oldu zamanla maalesef. Ve bireysel başarılar müthiş ölçüde düşüş gösterdi. Tabii başarıdan

neyi kastettiğimiz de önemli. Ama kalite ve doğru habercilik kurallarından bahsediyorsak ve başarıyı da buna bağlayacaksak geldiğimiz nokta maalesef bu...

Haber Spikeri Denek 12

***2-Az sayıda televizyon kanalı varken istihdam ve başarı arasındaki ilişki nasıldı?
Günümüzde kanal sayısının artmasıyla bu durum nasıl değişti?***

Tabii geçmiş dönemde az sayıda televizyon kanalı vardı. Ama o zamana baktığımız zaman da iletişim fakültelerinin de bir hayli az olduğunu görüyorduk. Dolayısıyla ve iletişim fakülteleri az olduğu için televizyon kanalı da azdı. İstihdam ve başarı arasındaki ilişkiler bir hayli farklıydı. Şimdi şu an itibarıyla baktığımız zaman günümüzde irili ufaklı yerel bölgesel ulusal ve tematik olarak adlandırdığımız televizyon kanalları 360'ı buluyor. Ama nitelikli hem tematik hem bu anlamda ulusal televizyon kanalı statüsüne baktığımız zaman bir elin parmaklarını geçmiyor. Bu da 20 ilâ 30 arasında televizyon kanalı demek. İletişim fakültelerinden mezun olan arkadaşlarımızın da iş bulmaları bir hayli güçleşiyor. Bırakın şu dönemde işe girmeyi staj noktasında bile zorlanan iletişim fakültesindeki mezun arkadaşlarımızı görüyoruz. Dolayısıyla bu anlamda günümüzde kanal sayısı elbette arttı ama o oranda artan televizyon kanalının niteliği ve niceliği hem görsel hem de içerik açısından iyi olmadı. Tamamıyla uydu kirasını ödeyerek klip yayınları yapan müzik kanalları ve bu anlamda işte sadece televizyonda eski Kemal Sunal'ın filmlerini yayımlayan televizyon çöplüğüne kavuştu televizyon sektörü. Dolayısıyla bu televizyonların artması iletişim fakültesi mezunu arkadaşlarımızın oraya gireceği anlamına gelmiyor; zaten istihdam edilen bir iki kişiyle o tipteki televizyon kanalları dönüyor. İçeriği, görseli ve bu anlamda etkisiyle birlikte iyi olan televizyon kanalları maalesef artmadı. Dolayısıyla vereceğim cevap budur.

Haber Spikeri Denek 13

***2-Az sayıda televizyon kanalı varken istihdam ve başarı arasındaki ilişki nasıldı?
Günümüzde kanal sayısının artmasıyla bu durum nasıl değişti?***

Elbette kanal sayısı arttıkça istihdam da artmıştır. Benim gözlemime göre iletişim fakültesi öğrencilerine daha çok yer verilmeye başlandı ama bu öğrencilerin ne kadar yayıncı olduğu tartışılır tabii. Kaldı ki bu dönemde fizikleri güzel olduğu için alınanlar epey çoktur. Çünkü TV sahipleri genelde işin uzmanları değil kapital sahipleridir. Bu nedenle de istihdam şekli kendi amaçları doğrultusunda olmuştur. Özetle bana göre, kanal sayısı arttıkça teknolojinin getirdikleri dışında, kalite düşmüştür. Bu düşüş yalnızca habercilik de değil geneldedir. Muhabirlik ve spikerlik de buna dâhildir elbet.

Haber Spikeri Denek 1

3-Kanal sayısının artışıyla birlikte spikerlik ve haber sunum tekniklerindeki dönüşüm eski ve yeni zamanlara kıyasla nasıl farklılaşmıştır?

Spikerlik tekniklerindeki değişimlere şöyle bir göz atarsak... Prompter 80'li yıllar itibarıyla hayatımıza girdi. Eskiden kam spikerlere dokunmak redaktör spiker değilseniz mümkün değildi. Sonra sonra kendi kam spikerlerimizi düzeltme hakkı oluştu. (Ben TRT'de zaten redaktör spiker unvanı ile işe girmiştım.) Genelde oturur şekilde haber sunardık, şimdilerde artık ayakta haber sunmak moda haline geldi. Bu da duruş, beden dili gibi konulara daha hazırlıklı olmayı gündeme getirdi. Artık iletişim araçları gelişti; eskiden rejiden gelecek komutlara göre haber sunardık. Ben ve benim gibi bir iki spiker sürekli kulaklık açık, rejiyi dinleyerek yayın yapardık. Şimdilerde bilgisayar, internet, telefon, sosyal medya hesapları öne çıktı. Haber sunum ve bültenlerinde bunlardan da faydalanılır oldu. Ajanslar sürekli spikerin önünde açık ve bir son dakika gelişmesini anında görme imkânı var.

Eskiden AA'nın telekstekli zili çalardı. Herkes haber merkezinde teleksin başına koştururdu. O haber alınır hazırlanır, spikere çıkarılırdı. Şimdi haber olmasa bile alt yazı ile son dakika gelişmesini vermek mümkün. Ajanstan gelen son dakika haber anında ekranlara düşüyor. O günlerden bugünlere geldik. Eskiden habere çıkarken; kameraman, kameraman asistanı, hatta bazen ışıkçı ile giderdi muhabir. Sonraları canlı yayın arabaları revaçtaydı. Onlar bugün de çokça kullanılıyor. Artık teknoloji gelişti ağır kameralar ve nagra lar dönemi bitti. Büyük kasetler tarih oldu, herkes cep telefonu ile bile çekim yapıp, haber haline getirebiliyor. Eskiden muhabirler anons yapmazlardı, Star TV ile birlikte muhabirlerde görüntülü habere geçmeden önce anons yapmaya başladılar. Bu da yeni haber yüzlerinin ortaya çıkmasına neden oldu. Tabii 5 N, 1 K değişmedi, değişmez de... Tabii düzgün diksiyon ve iyi bir beden dili sizleri diğerlerinden ayıracak en önemli etmenlerdir, bu hiç değişmedi, değişmeyecek de...

Haber Spikeri Denek 2

3-Kanal sayısının artışı ile birlikte spikerlik ve haber sunum tekniklerindeki dönüşüm eski ve yeni zamandaki kıyasla nasıl farklılaşmıştır?

Eskiden TRT zamanında tek kanal varken haber masada oturarak okunurdu. Bir tek masa vardı. Haber spikeri çok sade giyimli; kadınsa saçları ve makyajı çok sade, dikkat çekmeyecek şekilde olurdu, aksesuar takmazdı. Haberin önüne çıkacak hiçbir şey olmazdı. Haber spikeri çok düzgün bir diksiyonla haber okurdu. Bu kişiler habere hâkim bir şekilde sadece haberi okurlardı, yorum da yapmazlardı. Teknik olarak imkânlar

sınırlıydı, bugünkü gibi değildi. Haberde efekt vb. kullanılmazdı. Eskiden haberin önüne asla geçilmezdi. Eskiden tek kanalda spikerler daha fazla deneyimliydi, konuya hâkim, haberin mutfağından gelen, bağırp çağırmayan, bir gelişme olduğu zaman konuyu bilip anlatabilen kişilerdi.

Şimdi çok fazla kanal var. Günümüzde büyük bir masa başında haber okunuyor. Ayakta haber sunumu yapanlar da var. Haber spikerlerinde diksiyon eskisi gibi değil. Kıyafetler, renkler, saç-makyaj, aksesuar haberin önüne geçecek kadar dikkat çekici kadınlarda. Ayakta sunum yapanlar var, yorum yapıyorlar haberlerde. Stüdyo görsel olarak donanımlı, teknik olanaklar yönünden zengin. Grafikler, ekranlar, dron görüntüleri kullanılıyor. Haber spikeri yürüyerek haber sunabiliyor. Ekrandan gösterebiliyor, yorum katıyor. Yabancı kanallarda da haber spikerleri oturarak haber okuyorlar günümüzde; ben çok takip ederim. Yani dünyada da bu şekilde. Eskiden çok iyi bir diksiyonla haberin önüne geçmeden sadece doğru haber aktarılmaya çalışılırken günümüzde teknolojik imkânlardan da yararlanılarak ancak eskisi gibi spikerlik tecrübesi çok olmayan daha genç ya da farklı alanlardan kişiler tarafından haberler sunuluyor.

Teknikte bir şey değişmez. Sadece görünümde değişir. Biraz evvel söylediğim gibi masa başı veya masa dışı. Dolaşarak veya oturarak. Abartılı veya abartısız. Sadece habere fokuslanmış ya da görselliğe fokuslanmış olarak ayırt edebiliriz bunları. Eskiden BBC örneği vardı. BBC örneğinde spikerler masaya oturlardı. Fazla abartmadan, yorum katmadan, mimiklerine, jestlerine, beden dillerine müracaat etmeden, belli bir mesafe koyarak araya seyirciyle, okurlardı. Sonra da işte anchorman, anchorwoman Amerika'dan biraz daha arkadaşça bir yaklaşımla biraz daha samimi bir yaklaşım getiren bir olay çıktı. Anchorwomanlık çıktı, anchormanlık çıktı. Biraz işte ayağa kalkılmaya başlandı. Ama haber aynıdır. Bülten hazırlanın, masanın üstüne serilir. Spiker gelir harmanlar onu, alır toparlar yanına götürür. Onun dışında ben özel kanallarda ne şekilde yapılıyor açıkçası bilmiyorum.

CNN International'i açtığınız zaman spikeri oturuyordur yerinde. Ben hiç CNN spikerini ortalıkta dolaşırken görmedim. Ne yapar? Bol miktarda bağlanır. Şimdi artık kuru kuruya, oturduğu yerden haber okumak yok. Dijital imkânların artması, görüntü fazlalaşması, görüntü imkânının artması sayesinde artık 4.5 G ile bağlandım, 5 G ile bağlandım; bizim zamanımızda öyle şeyler yok. Çanakkale'de törenler oluyor; saat 20.00'de haberi girecek ve de montajı yapılacak makas montajı yapılacak bant bizim elimize saat 8'e 20 kala helikopterle geliyor, televizyonun bahçesine. Ancak birkaç dakikalık bir montaj yetiştirebiliyoruz o an için. Şimdi öyle bir şey yok ki.

Yabancı kanallarda benim gördüğüm; ana kanallar, yani tabii orada da özel kanallar var. Orada da paralı kanallar var. Ama bir Dolce Welle dediğimiz zaman, bir BBC dediğimiz, CNN dediğimiz veya RAI dediğimiz zaman RAI'deki spiker de oturur oturduğu yerden sunar haberini, bu böyledir. Mesela bülten biter hava durumu sunucusu ayakta sunar kartelanın önünde hava durumunu. Yoksa spikerin ben fazla dolaştığını görmüyorum. Ama çok bağlantılı devam ediyorlar. Yani her konuda, açılımını yaptıkları her haberin mutlaka gelişmesinde bir bağlantı mekanizması vardır. Ama bunu kendi imkânlarıyla yapar ki bunu CNN genelde yapar. Irak Harbi'nde çok büyük paralar sarfetmiştir bu konuda. CNN çok büyük para yatırdı Irak Harbi'nde Körfez Savaşı'nda. Ne yaptı işte? O zaman koca koca uydular, naklen yayın arabaları, onları her yere serdiler... Ama neden çıkarları var; satıyor. Çektiği görüntüyü satıyor. Aynı şekilde Reuhters aynı şekilde Assosiated Press. Veya Ajans France Press. Büyük ajanslar bu tür büyük dünya olaylarında çok yakından takip eder ve hiçbir paradan kaçınmazlar. Muhabir yollarlar, teknik imkânlarını oraya yöneltirler. Büyük büyük uydular kurarlar transpornerlar kiralarlar uzaydan. Karşılığında da para kazanırlar.

Haber Spikeri Denek 3

3-Kanal sayısının artışıyla birlikte spikerlik ve haber sunum tekniklerindeki dönüşüm eski ve yeni zamanlara kıyasla nasıl farklılaşmıştır?

Kanal sayısının artmasıyla birlikte ticari televizyonu kurup ilk ticari televizyonun kurulmasıyla başladı. İnterstar'dı yanlış hatırlamıyorsam yine bizden gitti. Yani kamu yayın kuruluşu TRT'den gitti çünkü özel sektör henüz kendi yayıncısını üretecek durumda değildi. Böyle bir sektör yoktu. Böyle bir eğitim alanı yoktu. Dolayısıyla da TRT'den giden insanlar gittikleri ticari televizyonlarda seslenmeye başladılar. Ne farkı oldu? Ticari televizyonlar kuruldu. O yıllarda özellikle söyledim çünkü TRT'nin tek taraflı verdiği, renksiz veya siyah beyaz veya hep birbirine benzer programlardan sunumlardan ve pek çok şeyden kurtulmasını sağladı. En azından rekabeti ortaya çıkardı. Ama bununla birlikte yıllar içinde kanal sayısı arttıkça spikere daha fazla, yayıncıya daha fazla, haberciye daha fazla ihtiyaç oldu. TRT'nin de o kadar besleyecek durumu yoktu. Zaman içerisinde besledi ve bitti. Sonra gazetelerden gelen veya işti bir takım yerlerden gelen insanlar ticari televizyonlarda yer almaya başladılar.

Ben yıllarca kamu yayın kurumunda spikerlik yaptım. Bize sadece öğretilen tek cümle şuydu; hiçbir zaman öne çıkmayacaksınız. Öne çıkacak herhangi bir davranış yapmayacaksınız, siz burada bir ekip çalışmasının sonucu olarak son adam olarak çıkıyorsunuz. Dolayısıyla da siz bir ekibi temsil ediyorsunuz. Adınız değil TRT'yi temsil

ediyorsunuz. Biz de hayatımız boyunca hep böyle bir spikerlik yaptık. Ve dolayısıyla bize verilen görev sadece ve sadece izleyiciye aktarmaktı. Biz aracıyız çünkü. Bizim batıdaki gibi veya şu anda bir-iki tane örneğini biliyorum anchormanlık gibi yani haberle ilgili yorum yapan, haberle ilgili fikir ve düşüncelerini de söyleyebilen insanlar TRT’de yoktu. Çünkü yapılmasına izin vermediler. Hiçbir zaman izin verilmedi. Sadece bunu alacaksınız ve okuyacaksınız dendi ki kişisel olarak bu benim her zaman karşı çıktığım şeydi çünkü kendimi katmak istiyordum. Ama hiçbir zaman kendimi katamadım. Sonra ne oldu? Ticari televizyonların çıkışı ve kanal sayısının artışıyla birlikte, insanlar reyting yarışına başladılar. Reyting yarışında ayakta sunmak, oturarak sunmak, dev stüdyoda sunmak, yanına konuk almak, sansasyon yaratmak vs. şu bu derken haberlerin de şekli değişmeye başladı. Ve bu değişimin iyi veya kötü olduğunu hiç konuşmaya gerek yok zaten her şey ortada ki verebileceğim sınıftan arkadaşım, okuldan arkadaşım Sevgili Reha Muhtar’ın Show Haberi zaten adından da belliydi. Haberin şova dönüştürülmüş haliydi. Ve reyting rekorları kırdı Reha. Sonrasında insanlar onu taklit etmeye çalıştılar ama Reha Muhtar bir taneydi; taklidi asla kendisini yaşatamadı. Olmadı ve O bir efsane olarak; öyle veya böyle iyi anlamda demiyorum sadece kanal sayısının artmasıyla birlikte spikerliğin de haber sunum tekniklerindeki dönüşüme ilişkin örnek veriyorum. Bu şekilde bir takım gelişmeler oldu. Başka insanlar çıktı. Yanlış hatırlamıyorsam Sayın Kadir İnanır’a bile haber okutuldu. Veya görme engelli bir sanatçımız var; O da haber okumuştur; Metin Şentürk. O bile bildiğim kadarıyla yanlış hatırlamıyorsam haber okumuştur. Dolayısıyla insanlar haberden ziyade reyting; paranın reklamın peşine düştü. Sonradan mankenler, güzellik kraliçeleri, sanatçılar bu işe soyundular. Onlar devreye girdiler. Kanal sayısı ile birlikte spikerlik ve haber sunum tekniklerinde onların da katılmasıyla ortaya böyle bir kadro çıktı. Zaten seyirci hepsinin farkındaydı, ne olduğunu biliyordu. Bir gün dedi ki ben artık doğru ve gerçek haberi istiyorum. Onun arayışına başladı. Ve buldu da. Ve seyirci aptal değildir. Ne verirsiniz ne yaparsanız yapın, hangi siyasi görüşe sahip olursanız olun, o siyasi görüşünü sokakta belirtir ama evine gittiğinde doğru yine izler. Onun için bazı haber bültenlerinin bir numarada olmasının nedeni budur; başka da hiçbir şey değildir.

Haber Spikeri Denek 4

3-Kanal sayısının artışıyla birlikte spikerlik ve haber sunum tekniklerindeki dönüşüm eski ve yeni zamanlara kıyasla nasıl farklılaşmıştır?

Kanal sayısının artmasından ziyade teknolojinin gelişimi haber sunum tekniklerini değiştiren en önemli etken. Prompter, büyük led ekranlar, kamera çeşitliliğinin artması

vb. haber sunumunu şekillendiren teknolojik cihazlar. Spikerlik de bu dönüşümde çağın gereklerine göre şekillenmiştir. Tek kanallı dönemde bir kamera ile yapılan çekimler, çok kanallı dönemde yukarıda saydığım cihazlar neticesinde büyük bir dönüşüm göstermiştir. Kâğıttan metin okuyan spikerlerden, sunumlarını teknolojinin getirdiği yeniliklere göre şekillendiren spikerlere dönüşüm sağlanmıştır. Bu da ekranda doğallığı beraberinde getirmiştir. Artık, elindeki metni okumaktan ziyade, daha çok doğaçlama yapan, konulara hâkimiyeti olan, anlık gelişmelere rahatlıkla geçiş yapabilen, stüdyoyu daha etkin kullanan spikerlik anlayışı bulunmaktadır.

Haberci Denek 5

3- Kanal sayısının artışıyla birlikte spikerlik ve haber sunum tekniklerindeki dönüşüm eski ve yeni zamanlara kıyasla nasıl farklılaşmıştır?

Kanal sayısının artması televizyon kanallarını farklı olmaya yöneltti. Spikerlik ve haber sunumundaki tekdüzelikten kurtulmak isteyenler gelişmiş ülkelerdeki televizyon kanallarını örnek aldılar. Örneğin TRT bile bir masanın başındaki haber sunan spikerini ayağa kaldırarak 'video wall' önünde haberlerini sundurdu. Sunum teknikleri gelişen teknolojiyle daha da çeşitlendi. Örneğin canlı yayın teknolojisinin gelişmesi yayıncılık yapan bizleri farklı noktalara taşıdı. Anında, olay yerinden yapılan canlı yayınlar heyecanı yüksek, izleyicide karşılığı olan işler haline geldi.

Geçmiş yıllarda sadece haberi anons eden spikerler şimdi canlı yayın konuklarına sorular soruyor, donanımlarını daha çok gösterebiliyor. Türkiye'de geçmiş yıllarda sadece genç ve güzel kadınlar spiker/sunucu olurken şimdi yaşına bakılmaksızın donanımına bakılarak, habercilik ya da televizyonculuk alt yapısına bakılarak istihdam edilir hale geldi. Gelişmiş ülkelerdeki televizyonculara baktığınızda bunu daha da çok gözlemlersiniz. BBC, CNN gibi uluslararası yayın yapan kuruluşlardaki spikerlerin hemen hemen hepsinin ileri yaşlarda ve çok donanımlı, tecrübeli sunucular olduğunu gözlemleyebiliriz.

Haber Spikeri Denek 6

3-Kanal sayısının artışıyla birlikte spikerlik ve haber sunum tekniklerindeki dönüşüm eski ve yeni zamanlara kıyasla nasıl farklılaşmıştır?

Doğru ve güzel dil kullanımı önemini yitirdi. Rahat sunum anlayışı çok zaman laubalilikle karıştırılır oldu. Güzel ses arayışı sona erdi. Fiziksel görünüm ya da değişik alanlarda kazanılmış şöhret sunucularda tercih sebebi oldu. Masa başı sunumdan hareketli, ayakta ve daha rahat bir sunuma geçildi.

Haberci Denek 7

3-Kanal sayısının artışıyla birlikte spikerlik ve haber sunum tekniklerindeki dönüşüm eski ve yeni zamanlara kıyasla nasıl farklılaşmıştır?

Haber sunumu özel bir yetenek istiyor. Diksiyonunuzun düzgün olması gerekiyor, anlattığınız sunduğunuz konuya hâkim olmanız gerekiyor. Canlı yayın sırasında her türlü sürprize hazırlıklı olmak önemli. Eskiden genelde sahada yetişen yani muhabirlik geçmişi olan kişiye diğer özellikleri de uygunsa haber sunumu yaptırılırdı. Eğer "güzel" diye bir kadına haber sundurulacaksa bile en az bir sene muhabirlik yapması istenirdi. Sahada neyin nasıl olduğu, haberin hangi aşamalardan geçerek geldiğini görüp öğrenmesi istenirdi. Muhabirlikte geçirilen belli bir sürenin sonunda da haber sunumu yaptırılırdı. Şimdi ise "prompter spikerleri" çok fazla. Bunlar genelde diksiyon kursuna gidip belli bir sürenin sonunda ekrana çıkarılan eli-yüzü düzgün genç hanımlar. Konularına çoğu hâkim değil. Dünyada ve Türkiye'de ne olup bittiğinden habersiz kişiler var. Önündeki prompter gidince "far görmüş tavşan" gibi kalan spikerlere siz de denk gelebilirsiniz. Onları saf dışı bırakıp işini iyi yapan spikerler üzerinden bakalım. Yurt dışında ve ülkemizde haber sunumu yapan kişilere **anchorman ya da anchorwoman** deniyor. Atletizmde bayrak yarışlarında en son bölümü koşup takımı adına ipi göğüsleyen atlete verilen isim. Yani eğer haber merkeziniz sağlamsa, iyiye sunucunuzun son turdaki koşusu, yarışın sonucunu belirler. Sunucunuz kötüyse haber merkeziniz ne kadar iyi olsa da onca emeği zayi edebilir.

Haber Spikeri Denek 8

3-Kanal sayısının artışıyla birlikte spikerlik ve haber sunum tekniklerindeki dönüşüm eski ve yeni zamanlara kıyasla nasıl farklılaşmıştır?

İşte bir yandan artan rakipler dolayısıyla yükselen maliyet, diğer yandan halkın istediğini vermek kolaycılığı el ele verince önce maliyetler ardından da kalite düşürüldü... Deneyimli personelin yerine daha ucuz daha genç daha yetersiz insanların kamerasına, kalemine emanet edilmeye başlandı gazete sütunları, televizyon ekranları. Bir süre sonra halkın istediğinin önüne başka bir şey geçti... "Ey halkım herkes bunu istiyor sen de istiyorsun... Belki farkında değilsin ama senin ihtiyacın bu ve biz bunu biliyor, sana veriyoruz" Artık önemli olan ne olursa olsun bir şekilde en fazla seyirciyi toplamaktı...

Genç insanları 100 gün evlere kapatıp, yarışma kurallarıyla kışkırtıp Dr. Mengel tarzı antropolojik, sosyo- psikolojik deneylerle seyirci çekmek. Stüdyoya toplanan insanları bir şekilde kışkırtıp fiili müdahalelere varan tartışmalar yaratmak... 45 saniyede gayet

doğurucu biçimde verilebilecek bir haberi, biz seyircileri salak yerine koyarcasına aynı görüntüleri defalarca döndürerek 2-3 dakikaya çıkarmak. Bunlar seyirci çekmek için yapılan ucuz kurnazlıklardı... Hangi ekranı açsanız aynı haberleri görüyordunuz. Hani Türkiye haber cennetiydi? Bir İskandinav ülkesinde, denizcilik işletmelerinin gemilerini boyayacağı haberi ilk sıradan gidiyor... Zira adamlarda gündem oluşturacak gelişme yok... Ama bizde ne yana baksanız haber... Peki öyleyse niye her kanalda aynı haberleri izliyorsunuz? Bu mu haber alma özgürlüğü? Neden mi böyle? Maliyetlerden... Yetersizlikten, tecrübesiz eleman kullanımından... Haber merkezlerinin abone olduğu ajanslardan gelen aynı haberlerle her kanalda karşılaşıyorsunuz... Aslında olması gerektiği gibi ezkaza bir televizyon çıkıp da gündem belirleyecek farklı bir şey yapsa yere göğe koyamıyorlar... Gümmmm özel haber... Gümmmm yalnız bizde... Haaa neden olamıyor? Ya da nasıl olur? Akıllı başında yetişmiş, bakışı, kalemi kuvvetli bir muhabir kendine özgü kurgusuyla öyle bir konuyu haber yapar ki, belki siz de görmüş ama o boyutuyla düşünmemişsinizdir... Ama o, gazeteci gözüyle farklı bir tarafından görüp sofraya getirir. İstihbarat şefi bir haber için sahaya gönderir, o, iki haber de kendi yakalayıp 3 haberle döner. Tabii işi bilmenin maliyeti var. Eğer o bedeli ödemezseniz kalitesizliğe boyun eğeceksiniz... Gerçek muhabirlerin fazla maliyetleri işvereni başka önlemleri yöneltti. Sahada başarılı olacak deneyimli muhabirler şef olarak haber merkezleri duvarları arasına alındı. Sahaya çıkarılanlar ise işe yeni alınan, ya da ileride kadro alma ümidi taşıyan stajyerler oldu.

Haberci Denek 9

3-Kanal sayısının artışıyla birlikte spikerlik ve haber sunum tekniklerindeki dönüşüm eski ve yeni zamanlara kıyasla nasıl farklılaşmıştır?

Okuduğu haberle ilgili söyleyecek sözü olan 20-30 yıl haber tecrübesi olan anchorman döneminden, ilk ekran tecrübesinde haber sunan spiker dönemine geçildi

Haber Spikeri Denek 10

3- Kanal sayısının artışıyla birlikte spikerlik ve haber sunum tekniklerindeki dönüşüm eski ve yeni zamanlara kıyasla nasıl farklılaşmıştır?

Özel kanalların birer birer devreye girip de izleyiciye sınırsız kanal sayısının olabileceğinin ortaya çıkışı hem spikerlikte hem de sunum tekniklerinde büyük bir dönüşümü beraberinde getirmiştir. Tek kanal döneminde yalnızca verilen metni okuyan ve yayına kendinden çok az şey katan spikerlik yavaş yavaş ortadan kalkmaya başlamıştır. Her şeyden önce canlı yayında spiker, gelişmekte olan bir veya birkaç olayın

içinde bulmuştur kendini. Spiker, eskiden ne okuyacağım sorusunu sorarken, artık 'ne oluyor' ve 'neler olabilir' sorusunu sorarak yayına hâkim olmaya başlamıştır. Böylece acil durum halinde ne yapabileceğini az çok kestirmeye başlamıştır. Yalnızca mikrofonun karşısına geçip kırmızı ışığın yanıp metin okumayı bekleyen spikerler yerine yayın anında telefonla konuşan, bilgisayar kullanan, mikrofon uzatan, yayına müzik verebilen spikerler yetişmiştir. Artık yayından önce araştıran, bilgi taraması yapan ve bilgiyi analiz etme becerisi geçerlidir. Bu durum, Ortaokul ve giderek Lise mezunu olanların yerine en az üniversite mezunu olma koşulunu ortaya çıkarmıştır. Beden dili kullanma bilgi ve becerisi, spiker ve özellikle sunucuların olmazsa olmaz şartıdır. Bir haber spikeri, çevresindeki olayları gözlemleme ve gazeteci gözüyle yaklaşma becerisine sahip olmalıdır. Spiker, çok yönlü enformasyonu doğru değerlendirme becerisinin yanında sosyoloji, ekonomi, sosyal bilimler ve edebiyat bilmek zorundadır. Bu meyanda Dil bilgisi ve imla kurallarına hâkim olmanın yanı sıra doğaçlama yapabilme becerisine de sahip olmalıdır. Bu bilgileri, düşündüklerini analitik ve anlaşılır bir biçimde ifade etme yoluyla açığa vurmalıdır. Öteden beri spikerde olması gereken ekip içinde çalışma, gerektiğinde organizasyon ve koordinasyon becerisi konusu da yeni boyutlar kazanmıştır. Empati kurma, etkili dinleme, eleştirel okuma, okuduğunu anlama ve yazma becerisi gibi farklılıklara sahip olmalıdır bir spiker. Bütün bu bilgi ve becerilere sahip olan bir spikerin de elbette eski meslektaşlarıyla kıyaslanamayacak ölçüde farklı olacağı malûmunuzdur. Bunun için şu benzetmeyi yapabilirim: 100 yıl öncenin çakaralmaz silahlarıyla savaşan bir asker, günümüzde bilgisayar donanımlı ve sesteki hızlı mermilerle savaşmaktadır. 100 yıl önce gideceği yeri pusula ile arayan askerler, artık hedef sapmayacak şekilde santimi santimine varış yerini bulmaktadır. İki asker arasında bu fark, geçmiş dönem spikerleriyle bugünkülerin mukayesesinde rahatlıkla kullanılabilir. Tek kelimeyle belirtecek olursak, zekâ diyebilirim. Spikerin yalnızca gözü ve dili değil artık kafası da fena halde çalışmalıdır.

Haber Spikeri Denek 11

3-Kanal sayısının artışıyla birlikte spikerlik ve haber sunum tekniklerindeki dönüşüm eski ve yeni zamanlara kıyasla nasıl farklılaşmıştır?

Kanal sayısının artışı yukarıda da belirttiğim gibi seçim konusunda kanalları başka başka yollara itmeye başladı. Önce hanımefendiler için " güzel olsun- albenisi olsun yeter" , beyefendiler için " yakışıklı olsun- bir karizma görelim ama mümkünse daha çok hanımefendiler ile haber yapalım, ekran renkli görünsün" kaygısı başladı. Sonrasında eğitim durumları, Türkçeye hâkimiyetleri, ses tonları, vurgulamalarına bakılmaksızın

insanlar sırf bu kaygı ve istekler ile ekranlarda boy göstermeye başladı. Maalesef sonrasında da bu benim tarzım dedikleri kendilerine has sunum şekilleri peydahlandı. 2000 yılı öncesi sunum şekli çok iyiydi demiyorum o da çok ama çok monotondur ama günümüzde maalesef ayar kaçmıştı. Yavaş yavaş bir toparlanma sürecine girildiğini görüyorum son zamanlarda ama hala bana göre tam bir denge sağlanmış değil. Sunan kişi ne giyimi ne de mimik ve tarzı ile haberin önüne geçmemeli. Temel ve vazgeçilmez kural budur.

Haber Spikeri Denek 12

3-Kanal sayısının artışıyla birlikte spikerlik ve haber sunum tekniklerindeki dönüşüm eski ve yeni zamanlara kıyasla nasıl farklılaşmıştır?

Kanal sayısı önceki sorunun cevabında da ifade ettiğim gibi nitelikli televizyon kanalı artmadı. Ne demek bu? Evet Türk televizyonlarında yerel, bölgesel, ulusal ve tematik olarak ayırdığımız şu an itibarıyla uydu televizyonlarında 360'ı aşan irili ufaklı televizyon kanalı var. Ama nitelikli televizyon kanalından kastımız şu; görseliyle, platformlardaki yer alışıyla, HD'siyle, haber bandıyla, KJ'leriyle, ekran yüzleriyle, çalıştırdığı elemanıya gibi gibi gibi... Bunları çok fazla artırabiliriz ama kanal sayısının artışıyla birlikte spikerlik ve sunum teknikleri arasındaki dönüşümde arttı diyebiliriz. Onu şöyle cevaplayalım: Eskiden daha durağan bir yapıdaydı haber sunucuları, daha oturduğu yerden haberlerini okuyordu. Şimdi artık video wall'ların önüne giderek çeşitli teknolojik aletlerle de ilintili bir şekilde daha önemli bir değişime uğradı. Eskiden sadece prompter spikerliği yapıldı. Ekranda bu noktada prompterdan yazılan haberlerin okunması istenirdi ki ya da haberin okunması istenirdi eskiden TRT döneminde. Ama artık bu sistem de biraz değişti. Biraz daha yorumların fazlalaştığını görüyoruz bu dönemde. Yorumların fazlalaşmasıyla birlikte şunu da ekleyebiliriz; kişinin kendi kabiliyetiyle birlikte o haberlerin içeriğine de katkıda bulunması isteniyor spikerin. Eskiden sadece haberleri ezberlemesi yeterliydi ama şimdi tamamen bir spiker arkadaşımızdan gündeme hâkim olması da bekleniyor. Haber sunum teknikleri açısından farklılaşmalardan bir tanesi de arkadaki video wall'lar, dev ekranlar. O dev ekranlarla birlikte artık daha durağan haber sunum tekniğinin dışında daha hızlı, daha dinamik bir haber sunum tekniği kazandı haber spikeri arkadaşlarım.

Haber Spikeri Denek 13

3-Kanal sayısının artışıyla birlikte spikerlik ve haber sunum tekniklerindeki dönüşüm eski ve yeni zamanlara kıyasla nasıl farklılaşmıştır?

Kanal sayısının artmasından çok teknolojik ilerlemeler sunumlarda kolaylık ve rahatlık getirmiştir. Buna karşın hem habercilikte ve hem de programcılıkta dil bozulmuştur. Türkçe kötü kullanılır olmuş, buna biraz da ehil olmayanların ekranlara çıkartılması neden olmuştur.

Bugün hemen bütün kanallarda haber spikerleri yorum da yapmaktadır ki, bu haberciliğin tarafsızlığına gölge düşürmektedir. Yorum, haberi sunan tarafından yapılmamalıdır.

Kanal sayısı artınca önceleri haber spikerlerinin yaşı da küçülmüştür ki haberde spiker yaşı önemlidir. Genç spikerlerin sunduğu habere güven duyulmamaktadır. Bu bütün dünyada böyle olmuştur. Son yıllarda bazı kanallarda bu konu dikkate alınmaya başlanmıştır.

Haber Spikeri Denek 1

4-Yalan haber ve enformasyon kirliliğine karşı nasıl önlemler alınıyordu? Televizyon kanallarının dijitalleşmesinin ardından bu süreçte herhangi bir değişiklik oldu mu?

Geçmişte yani 80’li, hatta 90’lı yıllarda pek yalan haberden bahsetmek mümkün değildi. Düşünsenize bir ülke aynı saatte eskilerin deyimi ile Ajans’ın karşısına geçiyordu. O dönemde yalan haber yoktu, sadece kontrollü veriliyordu haber. Tek bir kanal vardı. O da devlet tekelindeydi. Bazı felaketlerin gerçek boyutu yansıtılmıyordu mesela. Diğer kanallar kurulunca da başlarda yalan haber diye bir şey yoktu. Belki bazı haber görülmüyordu ya da kısaca geçiriliyordu. Bu o kanalın siyaseten kimi desteklediği ile ilgili bir konuydu. Aslında TV’lerde ve gazetelerde gerçek değişim köklü gazeteci kökenli kişilerin gazeteleri satması ya da ekonomik koşullarla kapanmaları ile başladı. Ne zaman iş adamları medyada söz sahibi oldu, bütün dengeler değişmeye başladı.

Enformasyon kirliliği ise her dönemde vardı, ama 80-90’lı yıllarda çok azdı, 2000’li yıllardan sonra teknolojinin gelişmesi ve sosyal medyanın hayatımıza girmesi ile korkunç bir haber kirliliği başladı hala da devam ediyor. Bu nedenle dijitalleştikçe, bozulduk. Artık gelen haberleri birçok kanaldan teyit eder hale geldik. Eskiden Ajans’tan gelen haber kutsaldı, üzerinde tartışılmazdı bile. Şimdi Ajanslardan gelen haberleri bile teyit ettirmeye çalışıyoruz, onlar da sorgulanır hale geldi. Artık habercilik hem çok kolay, hem de çok zorlaştı...

Haber Spikeri Denek 2

4) Yalan haber ve enformasyon kirliliğine karşı nasıl önlemler alınıyordu? TV kanallarının dijitalleşmesinin ardından bu süreçte herhangi bir değişiklik oldu mu?

TRT asparagasa asla yer vermezdi. Tüm haberler mutfakta tartışılırdı, ön plana ne çıkıyor değerlendirilirdi. Günümüzde spiker; anchorman, anchorwoman gibi sıfırdan bu alanda yetişmiş olan kişidir. Ve gündemde olup bitenden haberi olan kişidir. Mutfak iyi araştırmalıdır, birkaç yerden haberi doğrulamalıdır. Mesela Çetinkaya’da yangın çıktı, şu kadar kişi öldü haberi... TRT’de “takip ediyoruz, tahmin ediyoruz” gibi verdik. Yaralıların isimlerini ölü gibi veriyor kanallar. Kanalı arayıp sorarlar: “Oğlum öldü mü?” diye.

Günümüzde kanallar haberleri kendi görüşleri doğrultusunda ve kendi yayın çerçevelerinde veriyorlar. Beş kanalda beş farklı yorum var. Örneğin İmamoğlu meclis toplantıları açık olarak yayımlanmalı, şeffaflaşma olmalı diyor. Diğer yandan muhabirler kendilerine göre yorumluyor. İlk ben haber yapayım derse yanlış olur. Yalan haber böyle olur. Hiç olmayan bir haber yapılmaz ama araştırılmadan doğrulatılmadan yanlış ve eksik bilgilerle haberi ilk ben yapayım diye yapılan haber yalan haber olur. Şimdi olaylarla ilgili bilgilere ulaşmak eskisinden daha kolay. Teknolojik olanaklar var, dronlar var. Bilgi kirliliğini önlemek için konuyla ilgili tüm bilgiler netleşmeden haber verilmemelidir.

Çok fazla dijital yayın, teknik imkân vs. kullanıldığı zaman görüntüde görüyor millet zaten. Yani siz haberin içinde şurada yangın çıktı, ev tamamen harap oldu 5 katlı bina yerle yeksan oldu dersiniz, görüntüyü verdiğiniz zaman sadece giriş katının yandığı ortaya çıkar. Bu görüntü imkânları haberi beslemeye başladıktan sonra, kuru haberde verdiğiniz şeylere millet inanmamaya başladı artık. Gözümle görmek istiyorum dedi. Sancaktepe’de helikopter düştü askeri helikopter; sitenin hemen yanı başına. Şimdi siz bunu haberde verdiğiniz zaman ilk bilgilerde haberin gelişmesini beklemeden, ilk netice almadan, elde edilen ilk bilgilere göre siz şu kadar kişi öldü... Şöyle de diyebilirsiniz askeri helikopter Sancaktepe’de mahallenin ortasına düştü. 15 tane araba zarar gördü. Helikopterin pervanesi eve çarptı. Balkonda oynayan çocuk öldü. Yani atatabildiğin kadar. O anda çünkü bilgi alabileceğin yer kısıtlı. Kime sorucaksın? Mahalle bakkalına soracaksın. Ya da ilk etapta ambulans gelmemiş, itfaiye yetişmemiş, gazeteci telsizden dinliyor. Şurada bir olay var diyor, fırlıyor. Kendi gördükleri neyse, mahalle esnafının, görgü tanıklarının söylediği neyse ona itimat ediyor. Kalkıyor; böyle böyle oldu diye. Ölü ve yaralı sayısı belli değil; hastanede kaç kişi var belli değil. Binalarda ölen var mı, binalarda hasar var mı belli değil. Sonrasında ne oluyor? Görüntü devreye girdiği zaman siz görüyorsunuz ki

helikopter binaların üstüne düştü başkadır. Binaların arasındaki boşluğa düştü başkadır. Haber görüntüyle beslenmeye başlayınca uydurma haber veya katışıklık haber diyelim kendinizden bir şeyler kattığınız haberler geçerli olmamaya başladı. TRT’de kurulan Yurt Haberleri vardır. Bizim mesela Marmara Bölgesi’ne bağlı.

Ben aynı zamanda Haber Müdür Yardımcısıydım. Bana bağlı olan iller Kocaeli, Tekirdağ, Kırklareli, Edirne, Çorlu vb. Oralarda bizim muhabirlerimiz var. Olay olduğu zaman muhabir haber veriyor. Örneğin Çorlu’da tren kazası oldu... Tren raydan çıktı. Ölü ve yaralı olduğundan söz ediliyor. Ama ne kadar olduğunu şu anda bilemiyoruz. Ben hemen olay yerine intikal ediyorum. Flaş olarak kazayı verebilirsiniz, detayları daha sonra geçeceğim ve görüntü yollayacağım. Bu görüntü oradan taksiyle geliyor. Bizim zamanımızdan bahsediyorum 2000’li yılların öncesinden. Taksi kaç saatte gelir, ne zaman getirir? Veya feribota koydum geliyor diyor Çanakkale’den. Yerel muhabirlere bağlı olarak da mesela Tekirdağ muhabiri bana bağlı. Tekirdağ muhabirine bağlı ne var? Hayrabolu muhabiri var. Lüleburgaz muhabiri var. Çorlu muhabiri var. Bunlar o bölgelerdeki okumuş yazmış kişiler. Öğretmen olabilir, asker kökenli olabilir. Ya da bu işin altından kalkabilecek... Onlar oraya bildirir, O da bana bildirir. Şimdi öyle bir şey yok. Anında görüntü hemen; telefonla Doğan Haber Ajansı’na bağlı her ilde, her ilçede muhabir var.

Yalan haber ve enformasyon kirliliğine karşı alınan önlemler konusunda özel televizyonları bilemem, onu özel televizyonların yönetmenleri bilir, haber yönetmenleri, haber editörleri ne şekilde önlem alıyorlar bilemiyorum. Ama TRT’de hiçbir zaman çapraz araştırma yapmadan, iki taraflı soruşturmadan olayı hem yerel muhabirle hem ona bağlı olan muhabirle hem merkezle hem Anadolu Ajansı’yla. Ben mesela bir kaza haberiymi sanıyorum; o zaman biz çok Anadolu Ajansı’ndan yararlanırdık. Çünkü tek ajanstı. Ve onunla kontrol ederdik; acaba onlar ne yazmış ne etmiş diye... Bir trafik kazası haberinde bizim Marmara Bölgesi’nde olan bir trafik kazasında 30 kişi ölü 20 kişi yaralı gibi bir şey gelmiş. Ondan sonra Anadolu Ajansı bülteninde de ölenlerin ve yaralananların isimleri de var. Haberi okumak için son dakikada girilmez stüdyoya; koştura koştura. Erkenci olması lazım habercinin. Topladığı harmanladığı haberi mutlaka bir göz atıp bakması lazım. Sayıyorum sayıyorum bizde 30 tane ölü var gelen haberde benim önüme. Anadolu Ajansı’nda 28 kişi çıkıyor. Yaralı 40 kişi diyoruz, orada sayıyorum 45 kişi çıkıyor. Burada bir çelişki var. Hemen Ankara’yı aradım. Dedim ki bu geçtiğimiz haber; -buradan okuyoruz o zaman İstanbul’un haberlerini- burada böyle bir şey var, bir çelişki var dedim. Yani bunu ya Anadolu Ajansı yanlış veriyor ya biz yanlış

veriyoruz. Dediler ki “Çok teşekkür ederiz, nasıl son anda farkettiniz bunu?” Farkettim, saydım. Yani haber spikeri sadece okuyan değildir. Ajansa da güvenemezsin, seninki doğruysa o zaman Anadolu Ajansı’ndan aldığımız bilgiye göre de diyemezsin. Ya kendi bilgin doğrudur ya ajansınki doğrudur.

Özel televizyonlar devreye girdikten sonra bir yarış. Ben daha önce verdim haberi. Son dakika kim daha önce girerse Aferin sana son dakika bak NTV girdi CNN girmede. Verdiği haber ne kadar doğru bilemezsiniz. Seyirci olarak bilmen mümkün değil. O verdiği habere göre kaç kişi patlamada şehit oldu. Ya benim çocuğum da var mı bunun içinde? Üç kişi mi beş kişi mi? Mevkii neresidir, tam nerede olmuştur? Otobüs nerede devrilmiştir çukura? Yani bunları hesap ederek ilk haberlere daima son dakika şöyle bir olay oldu o kadar.

Haberde nedir düsturumuz? Ne, kim, nerede, nasıl, neden, ne zaman? 5 N, 1 K. Ne olmuş? Trafik kazası olmuş, nerede olmuş Çorlu’da olmuş, nasıl olmuş, beş araç çarpışmış, ne zaman olmuş, akşamüstü saat 5’te olmuş, kim yapmış bir tırla bir özel araba. Bitti ilk haber bu kadar. Temel bilgileri ver, ondan sonra tır mı arabanın üstüne çıktı, araba mı tıra çarptı? Yani yalan haber uydurma haber demeyelim de eksik haber abartılı haber diyelim...

Bilgiye ulaşmakla görüntüye ulaşmak farklı şeydir. Görüntü sözden önce gelir. Görüntüyü çekmişsin, görüntüde ne olduğu belli aşağı yukarı. Bir tarafta bir tır var, bir tarafta bir araba var. Yerde yatan insanlar var. Bir kaza olmuş tamam. Ama bunun bilgisini dijitalleşmeyle bir arada yorumlayamazsın. Görüntü görüntüdür; bilgi başka bir şeydir. Bilgiyi kimden alırsın? Oranın yerel yönetiminden alırsın, hastane yetkililerinden alırsın, görgü tanıklarından alırsın. O doğrular senin haberini.

Haber Spikeri Denek 3

4-Yalan haber ve enformasyon kirliliğine karşı nasıl önlemler alınıyordu? Televizyon kanallarının dijitalleşmesinin ardından bu süreçte herhangi bir değişiklik oldu mu?

TRT’de bu konuda inanılmaz bir düzen vardı. Her şeyden evvel yurt haberlerinden, merkez haberlerden, dış haberlerden, yurt dışı temsilciliklerden bizim muhabirlerimizden başkalarından bahsetmiyorum gelen haberler dahi en az iki veya üç kişi nokta, kuruluş, haber bağlantılı yerler doğrulatılmadan asla ve asla verilmezdi. Yalan haberi hiç konuşmuyorum zaten. Sadece ve sadece enformasyon kirliliği ile ilgili şunu söyleyebilirim; böyle bir kirlilik asla söz konusu olmamıştı. Çünkü sürekli her bir kademe bir önceki kademenin gönderdiği haberi sorgulardı. Yeterince inceledin mi? Gerçekten

bu check edildi mi? Ve bir sonraki aşamaya geçildiğinde, bir sonraki aşama bir öncekini bu sefer tekrar sorgulardı. Bundan emin misiniz? Bu doğru haber mi? Diye. Dolayısıyla tabii ki bunlardan bahsettiğim genelde siyasi haberler. Yoksa trafik kazalarıydı, şuydu, buydu bu tür haberlerden bahsetmiyorum. Zaten habercilik dediğinizde zaten siyasi haberlerdir. Gerisi zaten hemen herkesin olay yerinden emniyet güçlerinden bile alarak verdiği haberlerdir. Dolayısıyla biz haber deyince en başından beri söylemeye çalıştım: Siyasi haberdır. Diğer bütün haberleri ben o kapsama bile dahil etmiyorum.

Televizyon kanallarının dijitalleşmesinin ardından bu süreçte herhangi bir değişiklik oldu mu bilmiyorum. 15 yıldır televizyon seyretmiyorum. 15 yıldır televizyon seyretmiyorum. Televizyon sektöründe kim olduğuna dair sadece internetten kendim haberleri takip ediyorum. Gece yatmadan, sabah kalktığımda, yurt içi ve yurt dışından haberleri takip ediyorum. O şekilde bağımlı koparmıyorum. Dolayısıyla da hem haber hem de program anlamında dijitalleşmenin ardından ne değişiklik oldu hiçbir fikrim yok.

Haber Spikeri Denek 4

4-Yalan haber ve enformasyon kirliliğine karşı nasıl önlemler alınıyordu? Televizyon kanallarının dijitalleşmesinin ardından bu süreçte herhangi bir değişiklik oldu mu?

Dijital çağ, haber akış hızını etkileyen en önemli etken. Özellikle internetin hayatımıza girmesi habere daha hızlı ulaşmayı sağlamıştır. Ancak bu hız, yalan haber ve enformasyon kirliliğine neden olabileceğinden dikkatli olunması gereken bir süreci de beraberinde getirmiştir. Televizyon kanalları haberin gerçekliğine her daim önem vermiştir. Haberin doğruluğu ilkesi dijital çağ ve öncesinde de temel ilkedir. Dijitalleşme haberin doğruluğuna ilişkin bilgilere daha hızlı ve kolay ulaşmayı sağlamıştır.

Haberci Denek 5

4- Yalan haber ve enformasyon kirliliğine karşı nasıl önlemler alınıyordu? Televizyon kanallarının dijitalleşmesinin ardından bu süreçte herhangi bir değişiklik oldu mu?

Habercilik kavramı gelişen teknolojiyle birlikte çok değişti. Analog yayın yapılan dönemde yalan haber, manipülasyon yapılması neredeyse imkânsız gibi bir durumdu. Ancak dijitalleşme bunun kapısını araladı. Teknolojiyle sınırsız kitlelere ulaşabilme gücü haberlerin kimden çıktığını, kaynağını bile neredeyse yok etti. İzleyiciler, okuyucular özellikle internet, akıllı telefonlar sayesinde şu an çok hızlı bir şekilde medyanın ortaya çıkardığı haberleri tüketiyor. Seçici izleyici ve okuyucu sayısı çok az olduğu için haber yapanların bir kısmında etik habercilik maalesef kalmadı.

Haber Spikeri Denek 6

4-Yalan haber ve enformasyon kirliliğine karşı nasıl önlemler alınıyordu? Televizyon kanallarının dijitalleşmesinin ardından bu süreçte herhangi bir değişiklik oldu mu?

Anadolu ajansı devlete bağlı ve çok güvenilir bir haber kaynağı idi. Oradan teyit gelmeden bir haber TRT de ekrana yansımazdı. Anacak zaman içinde özel kanal haberciliği ile her türlü kaynaktan edinilen bilgilerin her hangi bir teyit basamağı olmaksızın bültenlerde kullanılmasına tanık olmaya başladık Bu süreçte internet ve sosyal medyanın da çok olumsuz bir etkisi oldu.

Haberci Denek 7

4-Yalan haber ve enformasyon kirliliğine karşı nasıl önlemler alınıyordu? Televizyon kanallarının dijitalleşmesinin ardından bu süreçte herhangi bir değişiklik oldu mu?

Yalan haber ya da dezenformasyon, haber merkezlerinin korkulu rüyasıdır. Sosyal medyada doğru bilgilerin yanı sıra bazen maksatlı olarak yalan bilgi de dolaşıma sokuluyor; biz genelde Anadolu Ajansı'nı baz alıyoruz. Örnekle açıklamak gerekirse bizim için en korkuncu "ölmeyen birini öldürmektir" Yani sosyal medyada sıklıkla "popüler kişi hayatını kaybetti" bilgisi dolaşıma sokulur. Popüler o kişinin sevenleri ve sevmeyenlerinin mesajları ve diğer paylaşımlarla yalan haber topu bir anda çığa dönüşebiliyor. Biz bile bazen "acaba gerçekten öldü mü?" diye tereddütte kalıyoruz. Bu tip durumlarda önümüzde iki seçenek var. Ya o kişinin yakınına ulaşp haberin bilginin doğruluğunu teyit etmek ya da Anadolu Ajansı'ndan haberin geçmesini beklemek. NTV'de bu tip durumlara pek çok kez şahit oldum.

Rakiplerimiz olan CNN Türk ve Habertürk TV "filanca ünlü isim hayatını kaybetti" diye son dakika bilgisi girerken biz hep temkinli yaklaştık. Bizim felsefemize göre yanlış bilgiyi vermektense geç ama doğru bilginin verilmesi daha önemli hatta NTV'de bu tip durumlar için yaptığımız bir espri var; "NTV vermediyse ölmemiştir" şeklinde. Sonuç olarak ekrana verilen haber en az 4-5 filtreden geçerek veriliyor. Tek bir kişinin inisiyatifiyle olmuyor.

Haberci Denek 8

4-Yalan haber ve enformasyon kirliliğine karşı nasıl önlemler alınıyordu? TV kanallarının dijitalleşmesinin ardından bu süreçte herhangi bir değişiklik oldu mu?

İlkel olarak bakıldığında haberin doğruluğunu sınamak için ya kaynağın güvenilirliğini daha önce kanıtlamış olması ya da bilginin farklı kaynaklardan

doğrulanması gerekir. Bu noktada sıkıntı ani gelişmelerde ilk gelen haberlerin doğrulanmasıdır. Bir yandan haber atlatma kaygısı diğer yandan yanlış haberin servis edilme riski ilkeli haberciliğin karşılaştığı önemli zorluklardan biridir.

Bu konuda benim kişisel yaklaşımım kesinliği olmayan haberlerin veriliş dilinde bu belirsizliğin vurgulanması biçimindeydi. Örneğin “elimize ilk ulaşan doğrulatmaya çalıştığımız bilgilere göre” gibi. Televizyon kanallarının artması ve dijitalleşmesiyle bu kaygı sanki daha azaldı. Buna bir de internette gördüklerinin insanları inanma ve ikna olma noktasında daha fazla etkilemesini katabiliriz. İnternet haberciliği konusunda yapılan araştırmalar bu problemi vurgulamaktadır. Yine benzer araştırmalar insanların birden fazla duydukları ya da izledikleri haberlere, - başta farklı düşünseler bile- giderek inanmaya başladıklarını ortaya koymakta. Kısaca dijitalleşmeyle birlikte bilgi kirliliği ve bilgi manipölasyonunun kaygı verici biçimde arttığını görmekteyiz.

Haberci Denek 9

4-Yalan haber ve enformasyon kirliliğine karşı nasıl önlemler alınıyordu? Televizyon kanallarının dijitalleşmesinin ardından bu süreçte herhangi bir değişiklik oldu mu?

Günümüzdeki gibi sırf bir kişiyi ya da çevreyi hedef alan spekülative ve yalan habere hiç şahit olmadım. Tek yapılan bağlantılardan ötürü olumsuz haberlerin zaman zaman görölmemesi olurdu. Yalan haber değil iyi araştırılmadığı için tekzip alınan haber işten çıkartılma gerekçesi olurdu.

Haber Spikeri Denek 10

4- Yalan haber ve enformasyon kirliliğine karşı nasıl önlemler alınıyordu? Televizyon kanallarının dijitalleşmesinin ardından bu süreçte herhangi bir değişiklik oldu mu?

Bizim dönemimizde yalan haber yok denecek kadar azdı. Dedikodu, bizde haber olmazdı. Çünkü haberin teyidi söz konusuydu. Ajanslardan gelen haberlerde mutlaka ajansın adı verilir, "ismi açıklanmayan kaynak" ifadesi ancak dış haberler için söz konusu olurdu ki bu kaynağın bir MİT görevlisi olduğunu anlayabilirdik. Siyasetçilerin yönlendirme haberleri mutlaka olmuştur. Ancak bu haberleri yalanlamak gene politikacılara düştüğü için onlara mutlaka cevap hakkı tanınırdı. Bunun dışında, çok nadir de olsa tekzip edilen haberlerimiz olmuştur. Eğer bir haber tekzip edilmişse -ki ben bunu 40 yıl içinde en fazla 3 kez yaşamışım- haberi tekzip edilen muhabir mutlaka cezalandırılır, en iyi ihtimalle 3 ay uzak bir yere gönderilirdi.

Televizyondaki dijitalleşme, herkesin muhabir olma şansını yarattı. İnsanlar elinde telefonla çektiklerini kanallara gönderiyor. Ama her çekilen görüntünün doğruluğunu kim kanıtlayacak? Dijitalleşme, kötü niyetliler için bulunmaz fırsatlar da doğurdu. Gizli çekimler, gizli ses almalar, habercilik yaptığını sanan kişilere toplumdaki güvensizliği körükleyici etki yaptıklarını unutturdu. Bir muhabir her şeyden önce topluma karşı sorumluluk duymalıdır. Kör birinin suya düşmesini çekip yayınlamak habercilik değildir. Haberci, öncelikle insan olmalıdır ve o kör kişiyi boğulmaktan kurtarmalıdır.

Yalan, daima yalanı doğuracağı için nefret söylemi de yalan haberlerin çıkışıyla doğru orantılıdır. Komplo teorilerinin kaynağı da yalan haberlerdir. Yıllar önce bulvar gazetelerinin satış yapmak için sarıldığı yalan habercilik, dijitalleşmenin artışıyla kanallar arasındaki rekabete farklı bir boyut getirmiştir. Aylar önce yayımlanan bir görüntüyü ufak değişikliklerle başka bir haberde kullanmak, twitter gibi ortamlardaki trollerin organize bir şekilde yaydığı haberleri araştırmadan yayınlamak, heyecanlı gençlerin meslek hayatının çabuk sönmesine sebeptir. Gençler, hiçbir şekilde reyting için çalışan editörlerin doldurmasına gelmemeli, editörün çıkarını kendi geleceklerinin önünde görmemelidir. Eskiden muhabirler, haber müdürleri tarafından korunur ve öğretilirdi. Şimdi ise editörler, yüksek maaşla transfer uğruna gençleri acımasızca kullanıyor. Bu durum, basın için doğru değildir. Medya güvenilir olmak zorundadır. Medya, 4. kuvvet olma özelliğini ancak temiz ve doğru haberler vererek koruyabilir. Gazeteci, habere kesinlikle şüpheyle yaklaşmalı, kaynağı belirsiz haberlere asla itibar etmemelidir.

Haber Spikeri Denek 11

4-Yalan haber ve enformasyon kirliliğine karşı nasıl önlemler alınıyordu? Televizyon kanallarının dijitalleşmesinin ardından bu süreçte herhangi bir değişiklik oldu mu?

2000 yılı öncesi hız çok da önemli değil ama haberin doğruluğu ve gerçekliği büyük önem taşıyan bir unsurdur. Sonraki yıllarda özel televizyonların artması ile birlikte hız ön plana çıkmaya başladı ve gelen ilk duyum haber olarak ekranlara, ekran altındaki kuşaklara yansıdı. Yanlış bilgi daha sonra gelen doğru bilgi ile değiştirildi ama seyirciye iletilen yanlış bilgi için hiç özür dilenmediği gibi bu uygulamaya devam edildi. Bir deprem haberinde ölü yaralı sayısı abartılı rakamlarla verildi. Bu durumun insanlarımızda oluşturacağı psikolojik etki hiç düşünülmedi. Mantık " ilk bilgiyi biz verelim"di. Bir süre sonra da görsel medya sektörü eski inandırıcılığını kaybetmeye başladı. Bunu gören özel TV kanal yöneticileri zamanla daha yavaş ama daha doğru bilgiyi vermeye yöneldiler. Halen tam olarak oturmamış olsa da günümüzde daha dikkatli olduklarını söyleyebilirim.

TRT kurumu yıllarca yavaş ama gerçek ve doğru bilgileri paylaştı seyirci ile ve her ne olursa olsun ilk haberi seyirci özel televizyonlardan alsa da muhakkak teyit için TRT'yi izledi... Günümüzde maalesef TRT de hız ve reyting kaygısı ile bazen doğruluğundan emin olmasa da bu hataya düşebiliyor. Yine de özel televizyonlar ile karşılaştırıldığında halen 1. sıradadır diyebilirim gerçek haber konusunda.

Haber Spikeri Denek 12

4-Yalan haber ve enformasyon kirliliğine karşı nasıl önlemler alınıyordu? Televizyon kanallarının dijitalleşmesinin ardından bu süreçte herhangi bir değişiklik oldu mu?

Yalan haberlere bakıldığı zaman özellikle sıklıkla karşımıza çıkan bir olgu. Daha öncelerde de yapılan habercilikte takip ettiğim kadarıyla asparagas türünden haberler, medya yayın organlarında yayınlanıyordu. Burada tabii asıl unsur şu şunu söylemek lazım yalan haber konusunda televizyon kanallarının kendi süzgeçlerinden sıklıkla eleyip geçirdikleriyle alakalı.

Önceki dönemlerde bu dijitalleşmeden önceki dünyadan bahsediyorum televizyonculuk açısından yalan haberi denetlemeniz çok kolay değildi, daha doğrusu check etmeniz, haberi doğrulatmanız, teyide muhtaç olan bilgiyi doğrulatmanız çok doğru değildi. Örneğin haber ajanslarından haber havuzuna düşen bir haberi ya kullanacaktınız ya kullanmayacaktınız. Kullandığınız haber eğer haber ajansları tarafından geçen yanlış bir haberse o çorap söküğü gibi tüm televizyonlara sirayet edebiliyordu. Ve özellikle muhabirinizi bir bölgeye gönderdiğinizde konuyla ilgili doğru haberi yapmasını istediğinizde; orada görgü tanıklarının, konuyla alakalı fikir sahibi olanların yanlış bilgilendirmesi sonucunda yanlış enformasyonlarla muhabir arkadaşı yönlendirmesiyle yalan bir habere imza atabiliyordunuz. Ama bu bilinçli bir hata değildi; bu bilinçsizce yapılan bir hataydı. Dolayısıyla bu bilinçsizce yapılan hatanın aslında toleresi olabiliyordu ama iş dijitalleştikten sonra yani bu son yeni nesil haberciliğe geçildikten sonra; sosyal medyanın etkin olduğu, aynı zamanda kitle iletişim araçlarının teknolojiyi son sistemle kullandığı dünyada artık yalan haber yapmanız, yanlış haberleri ekranlara getirmeniz hakikaten kabul edilemez bir durum. Niçin çünkü çok taraftan check balance yapma durumunuz söz konusu bir haberle alakalı. Bir haberi vermeden internet mecrasından araştırabiliyorsunuz. Sosyal medya ortamından doğruluğunu teyit edebiliyorsunuz. Yetkili kaynakların ağzından çıkan o haberin doğruluğuyla ilgili anında kurumsal bir açıklamasını görebiliyorsunuz. Ve buna bu bilgiye çok çabuk bir zamanda erişme imkânınız oluyor.

Doğrusu şu dijitalleşen ve dönüşen yeni nesil medyada yalan haberi yapmanız çok kolay değil. Yeni nesil medyada nasıl yalan haber yapılabilir? Şöyle ben ona tam anlamıyla da yalan haberi yapmak istediğiniz zaman yapabilirsiniz ama örneğin ben daha çabuk olacağım, diğer televizyon kanallarına tematik nitelikli yayın yapan televizyon kanallarına haber atlayacağım dersiniz bir anda hızlıca son dakika KJ'sini basıp bir iki görüntüyle gireyim bütün televizyonlara haber atlatma kaygısıyla yapılan yanlışlar oluyor maalesef dijitalleşen dünyada. Bunlara çok dikkat etmemiz lazım teyide muhtaç olan bilgilerin mutlaka ve mutlaka doğruluğunun, kesinliğinin ve bu anlamda check balancının yapılması durumu çok önemli. Dolayısıyla bu yalan haberler çok daha önceki sistemlerde check balance'ı rahatça kolay kontrol edilemediği için daha sıklıkla görülüyordu ama günümüz dijitalleşen medyada yalan habere pek de fazla rastlamıyoruz. Bir kez daha altını çizerek söylüyorum; rastladığımız bu haberler, diğer haber kanallarına, tematik haber kanallarına, entertainment haber kanallarına haber atlatma noktasındaki zaafiyetlerden kaynaklanıyor. Bunun da birebir reytingle doğru orantılı olduğunu düşünüyorum.

Haber Spikeri Denek 13

4-Yalan haber ve enformasyon kirliliğine karşı nasıl önlemler alınıyordu? Televizyon kanallarının dijitalleşmesinin ardından bu süreçte herhangi bir değişiklik oldu mu?

Tek kanalken yani yalnız TRT varken haberlerin doğruluğu kesinleşmeden yayını yapılmazdı. Özel kanallarda çalışmadım ama görebildiğim kadarıyla faraziyeler üzerine bile haber- haber program yapılabilir.

Haber Spikeri Denek 1

5-Haber sunumlarında izleyicilerin gözünde 'inandırıcı' olabilmenin önemi nedir? Bu inandırıcılığa nasıl sahip olunur ve kanal yöneticileri açısından inandırıcılık değerinin önemi nedir?

TRT spikeri olmak eskiden inandırıcılık demekti tek başına. Zaten özel kanallar da önce bu inandırıcılığı satın aldılar. Mesela Mesut Mertcan, Mehpare Çelik, Erkan Oyal, Orhan Ertanhan, Jülide Gülizar, Aytaç Kardüz, Halit Kıvanç, Gülgün Feyman gibi isimler zaten inandırıcılık demekti. Ardından bizim jenerasyon geldi, TRT'den geldiğimiz için inandırıcılığımız vardı, sorgulanmazdık. Kanal yöneticileri zaten bunun için bizleri transfer ettiler. Zaten TRT ekranlarından evlerine konuk olan isimler başka bir kanaldan evlerine konuk oluyorlardı. Güzeldi, üstelik artık bir çeşitlilik vardı, sadece TRT'ye mahkum değillerdi.

Unutmayalım özel radyoların kurulması bence özel televizyonlardan daha büyük bir devrimdir bu ülkede. İlk özel radyo kanalları olan Süper FM ve Metro FM’de de haber sunmuş birisi olarak özel radyoların çok daha geniş kitlelere iş yaparken bile ulaştıklarını söyleyebilirim. Bütün, taksi ve dolmuşlarda, insanlar işlerine giderken arabalarında radyo dinliyorlardı. Şimdilerde de yine sunucuların inandırıcılıkları önemli... Kanal yöneticileri de böyle isimleri bulmak ve onlarla çalışmak istiyorlar. Lakin şimdilerde onun eşi, öbür siyasetçinin tanıdığı ekrana çıkıyor, bu nedenle kanallar inandırıcı olmaktan giderek uzaklaşıyorlar. İnsanlar alternatif arayışında ve genellikle internete yöneliyorlar.

Haber Spikeri Denek 2

5)Haber sunumlarında izleyicilerin gözünde ‘inandırıcı’ olabilmenin önemi nedir, bu inandırıcılığa nasıl sahip olunur ve kanal yöneticileri açısından inandırıcılık değerinin önemi nedir?

Haber sunumlarında izleyicilerin gözünde ‘inandırıcı’ olabilmek; backgrounduyla da, kişilerle de, hazırlayanlarla da bağlantılıdır. Haber iyi araştırılmalıdır. İlk önce konuyla ilgili tüm bilgiler ulaşana kadar “Şu anda bu şekilde bilgi verebiliyoruz, tekrar değerlendireceğiz” ya da “İlk izlenimlerimize göre...” şeklinde haber verilmelidir. Haberi ilk verme çabasıyla yanlış haber verilmemelidir.

Bir haber verilirken olayda yer alan kişilerin görüşleri alındıktan sonra haber verilmelidir. Tek bir kişiden alınan bilgilerle haber yapılmamalıdır.

Haber Spikeri Denek 3

5-Haber sunumlarında izleyicilerin gözünde ‘inandırıcı’ olabilmenin önemi nedir? Bu inandırıcılığa nasıl sahip olunur ve kanal yöneticileri açısından inandırıcılık değerinin önemi nedir?

Haber yayıncılığında bir tek kural vardır: Doğal olmak. Onun ötesinde başka hiçbir şey yok. Eğer doğalsanız eğer oturma odanızda, eğer dostlarla salonunuzda sohbet ediyor gibiyse insanlar size inanıyorlar. Ve gerçekten başka taraflara gitmiyorlar. Ne oluyor bu doğallığınızı ortaya koyduğunuzda? Sizin elinize hazır gelen haber ne olursa olsun; siz o haberin sunumu sırasında araya kattığınız bir sözcük veya bir beden diliyle bile gerçekten o haberin gerçekten ne olduğu, nasıl anlaşılması gerektiğine dair seyirciye de zaten bir tüyoyu verirsiniz. Seyirciler bunu bilir. Şu anda internetten zaman zaman izliyorum; bir meslektaşım bunu çok güzel yapıyor. Çok son derece başarılı bir şekilde gerçekleştiriyor. Dolayısıyla siz eğer doğalsanız, dürüstseniz, hata yaptığınız an özür dilemeyi biliyorsanız, herhangi bir şekilde geçiştirmiyorsanız, o zaman siz

inandırıcısıdır. Böyle olunur. Ayrıca habercilik dediğiniz şey bir zincirin halkaları gibidir.

Örneğin 9 günlük bayram tatiline gittiniz; ben zaten çok sıkıldım, 9 günde haberleri izlemesem ne olur, onu da öğrenmesem ne olur? Hayır. 9 tane halka o zincirden kopar. O halkaları asla bir daha bir araya getiremezsiniz. Ve sorgulayamazsınız. Geriye dönüp tekrar baktığınızda aynı sıcaklığı bulamazsınız. Bir haberci her zaman ve her zaman günü gününe her şeyi takip etmelidir. İşte inandırıcılıktaki en önemli unsurlardan birisi de budur. Kanal yöneticileri açısından inandırıcılık değerinin önemi? Bilemem. Kanal yöneticilerine sormak lazım. Kanal yöneticiliğini yaptığınızda inandırıcılık değerinin önemini çok iyi bildiğim için aynı zamanda ilk bir yılı haber dairesi başkan yardımcısı olduğumda ana haberi de okumuştum. Bir yıl boyunca okudum. Hatta ayakta haber okumayı başlatan benim. Daha öncesinde böyle bir sunum da yoktu. Ben o zaman kanal yöneticisiydim aynı şeyleri yönetici olduğum zaman da yaptık. Bir haberi doğrulatmadan birkaç yerden, mutlaka ve mutlaka son kararı vermeden önce aramızda tartışmadan hiçbir şekilde yayına vermedik. Bunu da yaptığınız zaman zaten inandırıcılık kendiliğinden geliyor.

Haber Spikeri Denek 4

5-Haber sunumlarında izleyicilerin gözünde ‘inandırıcı’ olabilmenin önemi nedir? Bu inandırıcılığa nasıl sahip olunur ve kanal yöneticileri açısından inandırıcılık değerinin önemi nedir?

Habercilikte tarafsızlık önemli bir unsur. Tarafsızlık, inandırıcılığı da beraberinde getirir. Doğruluğu şüphe götürmeyen haberi tarafsız bir şekilde seyirciye aktarmayı ilke edinen her televizyon kanalı toplum nezdinde değer görmüştür. Dijitalleşmeyle hayatımıza giren internet ve sosyal medya, yalan ve taraflı haberciliğe karşı toplumun tepkisini de ortaya koymasını sağlamıştır. Bu tepkiler anlık ölçülebildiğinden inandırıcılık televizyon kanallarının izlenilirlik oranlarını da belirleyen unsurlardan biri olmuştur. Toplum, tarafsızlığından şüphe ettiği televizyon kanallarını izlemeyi terk ederek tepkisini göstermektedir. Kanal yöneticilerinin inandırıcılığa verdiği öneme ilişkin bir yorum yapmak istemiyorum.

Haberci Denek 5

5- Haber sunumlarında izleyicilerin gözünde ‘inandırıcı’ olabilmenin önemi nedir? Bu inandırıcılığa nasıl sahip olunur ve kanal yöneticileri açısından inandırıcılık değerinin önemi nedir?

Haberde inandırıcılık her şey demektir. İzleyicinin inanmadığı bir haberin hiçbir değeri yoktur. İnanırcılığa sahip olmanın yolu tarafsızlıktan geçer. Meydana gelen bir olayı tarafsız ve eksiksiz olarak izleyiciye ulaştırdığınızda inandırıcılık düzeyiniz yükselir. Ancak bu bir bütün halinde olmalıdır. Yayın yaptığınız kanalın sadece haberleri değil diğer içeriklerinin de tarafsız, izleyiciyi bilgilendiren, haberdar eden bir kimliği bulunmalı. Yapmış olduğunuz haber çok doğru, önemli ve tarafsız olabilir ama onu sunan kişinin izleyici karşısında eksileri varsa o haberinizin inandırıcılık oranı düşer.

Haber Spikeri Denek 6

5-Haber sunumlarında izleyicilerin gözünde ‘inandırıcı’ olabilmenin önemi nedir? Bu inandırıcılığa nasıl sahip olunur ve kanal yöneticileri açısından inandırıcılık değerinin önemi nedir?

Haber için inandırıcılık her şeydir. İnanırcılık kanalın güvenilirliği ve sunanın kişiliği, çizdiği imaj ile vücut bulur. Ne tek başına kanalın ne de sunucunun marka olması inandırıcılığı getirmez. Bu iki ayaklı bir oluşumdur. Bunun içinde zaman içinde çizilen yol ve kritik anlarda sergilenen yaklaşım çok önemlidir. Kanal yöneticisi için inandırıcılık bir anlam ifade etmiyorsa zaten yayınlarda. Bir inandırıcılık kaygısı yoktur.

Haberci Denek 7

5-Haber sunumlarında izleyicilerin gözünde ‘inandırıcı’ olabilmenin önemi nedir? Bu inandırıcılığa nasıl sahip olunur ve kanal yöneticileri açısından inandırıcılık değerinin önemi nedir?

İnanırcılık haberciliğin olmazsa olmazıdır. Seyirci gözünde inandırıcılığınızı kaybederseniz her şeyinizi kaybedersiniz. Kimse inanmadığı güvenmediği haberi okumaz, izlemez. Kendiniz çalıp kendiniz oynarsınız. İzleyici o haberi sadece sizden izlemiyor, 5-6 kaynaktan daha takip ediyor. Eğer verdiğiniz haber yanlışsa, manipölasyon kaygısıyla yapılmışsa, izleyici hemen yakalıyor yani sürekli herkesi kandıramazsınız sadece kendinizi kandırırsınız. Ama işin doğası gereği yanlış yapılmıyor mu? Yapılıyor tabii ki... Haberi hızlı verme adına bazen ilk bilgiler doğru olmayabiliyor. Biz bu tip durumlarda daha kontrollü gidiyoruz, ayağımız sürekli frenededir. Örnekle açıklamak gerekirse; herhangi bir terör saldırısı sonucu sosyal medyadan pek çok doğru ve yanlış bilgi dolaşıma sokuluyor, o bilgiler bizim de önümüze düşüyor. Hatta çoğu zaman o bilgileri yani ölü ve yaralı sayısını muhabirlerimiz kaynaklarından teyit ettiriyor ama biz "ölü ve yaralıları var" diyerek resmi makamların açıklama yapmasını bekliyoruz. Resmi makamlar yani Anadolu Ajansı, başhekim, vali, bakan, cumhurbaşkanı her kimse... Bizim için onların açıklaması doğru bilgidir. O bilgiyi verirken de onların ağzından

veriyoruz. Eğer ilerleyen süreçte bir yanlışlık varsa yanlış sorumluluk onlarındır.

Haber Spikeri Denek 8

5-Haber sunumlarında izleyicilerin gözünde ‘inandırıcı’ olabilmenin önemi nedir?

Bu inandırıcılığa nasıl sahip olunur ve kanal yöneticileri açısından inandırıcılık değerinin önemi nedir?

Bu dönemi incelerken Reha Muhtar fenomenini göz ardı etmek olmaz. Haberi şov haline getiren, televizyon ekranını sirke çeviren (uzun muhabir, şişman muhabir, cüce muhabir) Muhtar, izlenme rekorlarını alt üst ederek ve bunu başarı simgesi olarak aktararak döneme damgasını vurmuştur. Burada sorulacak soru; böyle bir kalitesizliğin nasıl prim yaptığı ve 1. sıraları işgal ettiği olabilir. Gözden kaçan şudur: aykırılıklar ilginizi çeker. Bununla inandırıcılık ve güveni birbirine karıştırmamak gerekir. Sokakta iki kişinin kavgasını izlemek bu davranışı tasvip etmek anlamına gelmez. Nitekim aynı dönemde insanlar Reha Muhtar’ın o gün ne tuhaflıklara imza attığını merak ettiklerinden onu izlerken haber alma ihtiyacını Ali Kırca’dan karşılamaktaydılar.

Ülkenin genel durumundan ayrı değerlendirilemeyecek olan medya sektörü elbette siyasi ortamdan bağımsız düşünülemez. Siyasetin alanını dizayn edebilme gücüne bile yaklaşabilen medya yakın geçmişte kuvvetler ayrılığının bulanıklaşması ve vahşi tekelleşmeyle, mevcut çelişkilerine ilave vurucu darbeyi aldı. Artık istihdam tercihini belirleyen sadece maliyet değildi. Gerek bu alanda gerekse haber içeriklerinde emir komuta zincirinin halkası haline gelen medya çok daha sıkıntılı bir hale geldi.

Haber Spikeri Denek 9

5-Haber sunumlarında izleyicilerin gözünde ‘inandırıcı’ olabilmenin önemi nedir?

Bu inandırıcılığa nasıl sahip olunur ve kanal yöneticileri açısından inandırıcılık değerinin önemi nedir?

Çok bilinen o söz gibi: Birilerinin bir yerlerde yayınlanmasını istemediği gerçek haberler bültende görülmeye başlarsa inandırıcılık yeniden gelir.

Haber Spikeri Denek 10

5- Haber sunumlarında izleyicilerin gözünde ‘inandırıcı’ olabilmenin önemi nedir? Bu inandırıcılığa nasıl sahip olunur ve kanal yöneticileri açısından inandırıcılık değerinin önemi nedir?

Haber vermek, her şeyden önce olaya objektif bakabilmek demektir. İnanırıcılık genellikle aktüel haberler için geçerlidir. Doğruluğu kanıtlanmış, kimsenin itiraz edemediği tarihe mal olmuş olaylarda, inandırıcı davranmak diye bir şey söz konusu olmaz. Osmanlı devletinin son padişahı Vahdettin değildi diyemezsiniz. Yanlış kullanılan

sözcükler, etkili iletişimin en önemli engellerinden biriyse haberde de yanlış kullanılan sözcükler haberin etkili oluşunu düşüren bir unsurdur. Burada görev muhabire düşmektedir. Tabii ki spiker bunun farkına varıp doğru cümle kurarak durumu kurtarabilir. Ama bunun için spikerin zeki ve bilgili olması gerekir. Aceleyle V. Putin yazan muhabirin haberini 5. Putin diye okuyan spikerden böyle bir kıvraklığı bekleyemezsiniz. İnandırıcılık için belirli bir mantık örgüsüyle yazılmış metin gerekir. Saptırılmış veya yanlış bilgi inandırıcılığı ortadan kaldırır.

Alıntı cümleleri kim okursa okusun, alıntı yapılan kişinin kalitesi ön plana çıkar. İkiyüzlülüğü ve yalancılığıyla ünlenmiş birinin sözlerini en sevilen spiker bile okusa sonuç değişmez, inandırıcı olmaz. Haberde inandırıcılığın en önemli unsurlardan biri de konuyla ilgili tanıkların sözleridir. Bu sözlerle haber kendi içinde inandırıcılık sağlar. Hayatta başarılı olmuş kişilerin habere katılması da inandırıcılığı sağlayan etkenlerden biridir. Haberi geçen muhabirin elinde notların olması ve özellikle sayılar için bu notlara bakarak konuşması, inandırıcılığı artıran faktörlerdendir.

Spiker için daima yapmacıklıktan uzak konuşmak çok önemlidir. Yapmacık konuşan, kendini çabuk ele verir. Erkek spikerlerin kadınlardan daha inandırıcı olduğu söylenir. Bu bakımdan ana bültenlerde genellikle erkekler ve belli bir yaşın üzerindeki kişiler tercih edilir. Spikerin kaş göz işaretleri kesinlikle inandırıcılığı ortadan kaldırır. Bakışın doğru ve anlamlı olması gerekir. Cümlenin sonunda gözünü devirerek bakan, bakışını değiştiren, ağzını büzen spikerin o anda inandırıcılığı kaybolur ve bir daha bunu kazanması uzun zaman alır. Bu bakımdan spikerlerin bedenlerini haberin doğruluğu veya yanlışlığı üzerine kurgulamamaları gerekir.

Haber Spikeri Denek 11

5- Haber sunumlarında izleyicilerin gözünde ‘inandırıcı’ olabilmenin önemi nedir? Bu inandırıcılığa nasıl sahip olunur ve kanal yöneticileri açısından inandırıcılık değerinin önemi nedir?

Haber izleyici için gerçek ve doğru olduğu sürece önemlidir. Siz bu gerçeklikten kaçarsanız zamanla seyircinizi de kaybedersiniz. Dolayısı ile ne kadar doğru o kadar nitelikli ve çok izleyici demektir. Ancak aynı zamanda hız ve sunum, haberin detaylarının aktarılış şekli, görüntü ve ses oranı vb. de etkilidir. TRT tek bir kaynaktan gelen doğrulamayı kabul etmez birden fazla kaynaktan aynı doğrulamayı bekler ve sonrasında haberi seyirciye iletirdi. Mesela bir olay vuku bulduğunda Valilikten açıklama almak yetmezdi TRT için, Bakanlık, Belediye başkanlığı, Kaymakamlık vb. merciilerden de teyit ettikten sonra girerdi haberi. Ki doğrusu da budur. Siz bu elemelerden sonra

verdiğiniz habere de yanlış bulamazsınız. Ancak tüm merciler hatalı bilgi vermişlerse o ayrı:)

İzleyici bu bilgiyi sizden alır ve kendi çevresinde yorumlar. Sonrasında zamanla birlikte hangi kanala güveneceğini ve izleyeceğini kararlaştırır. Ama yöneticiler için tek kıstas bu değildir; hiçbir zaman onlar o zamanı bekleyemezler çünkü bu bir süreçtir ve maalesef kısa değildir. Yöneticiler reytingler ile değerlendirildiklerinden iş bu noktada biraz karışır. Bu çalışanlara baskı olarak geri döner maalesef bu baskıyı üzerinde hisseden çalışan ise hata yapmaya açık hale gelir. Gerisi malum...

Haber sunumunda inandırıcı olamazsanız, büyük emek sarfederek hazırlanmış olan haberin hiçbir değeri kalmadığı gibi sizin de o kanalda uzun süre çalışabilmeniz söz konusu olamaz. Bir ekip tarafından hazırlanan haberleri siz ekibinize güveniyorsanız dolayısı ile yapılan habere de güvenirsiniz. Sizin inanıp güvendiğiniz haberi sunmanız da seyirciyi inandırmak açısından çok daha kolay olur. Bunların dışında bazen de habere çok inanmasanız da aktarmak zorunda olduğunuz haberler vardır. Bunlar da profesyonellik gereği tiyatral bir sunuma girmek ile birlikte inandırma gerekliliğini ikinci plana atar seyircinin değerlendirmesine bırakırız. İnandırıcılık sesinizin tonu vücut diliniz bakışlarınız sunum ciddiyetiniz ile ilgilidir. Bunlar bütünsel bir ahenk içerisinde olmalı ne aşırıya kaçmalı ne de eksik kalmalıdır. Bu yetiye sahip olmak ise başlangıçta Allah vergisi devamında spikerin deneyimi ile olur. Yöneticiler için de bu önemlidir. Çok iyi bilirim ki bazen öyle haberler okuduk ki (sonucu kötü olan da olmuştur) bülteni sunmaya öyle kaptırmışızdır ki kendimizi, yöneticilerimiz bülten sonrasında odalarından çıkıp stüdyoya kadar gelip tebrik etmişlerdir.

Haber Spikeri Denek 12

5-Haber sunumlarında izleyicilerin gözünde ‘inandırıcı’ olabilmenin önemi nedir? Bu inandırıcılığa nasıl sahip olunur ve kanal yöneticileri açısından inandırıcılık değerinin önemi nedir?

Haber sunumlarında bir defa şunu ifade etmek lazım ki bir haber spikeri olarak şunu söyleyebilirim doğallık çok önemli; sen de bir haber spikerisin Seyhan, eğer doğallığın dışına çıktın, yapmacık hareketlerin televizyon ekranının diğer tarafında izleyene çok net bir biçimde geçiyor. Ben acaba nasıl iyi resim veriyorum; şu taraftan mı çeksinler bu taraftan mı çeksinler? Ya da kamera açısı böyle daha mı iyi, böyle daha mı güzel gösterdi, acaba böyle daha mı heybetli duruyorum? gibi kişisel egolara takıldığınız müddetçe doğallıktan biraz uzak kalıyorsunuz. Ama normal hayatınızda nasıl konuşuyorsanız; normal hayatınızda nasıl sohbet ediyorsanız tabii ki bunların bir kural ve kaidesi var

dışardaki hayatınızdaki gibi konuşmak zorunda değilsiniz ama o doğallığı yakalamak durumundasınız. Doğallık dediğim şey şu; yani bir toplantı anında insanlarla nasıl konuşuyorsanız bir haber spikeri olarak ekranda da o şekilde haberleri anlatmanız ve aktarmanız lazım. O haberi yaşamamız lazım.

Bundan çok önemli bir konuya gelmek istiyorum; o haberi yaşama noktasında bazı eksikliklerimiz var; yeni nesil medyada haber spikerleri açısından. Örneğin bir haber spikeri şehit haberini okuyor ama o sırada o şehit haberini yaşamıyor ve şehit haberinde ya da bir kaza, ölümlü haberlerde, ya da böyle bir acı haberlerde gülümseyen haber spikeri arkadaşımızla karşılaşyoruz. Bu da gerçekten mesleki anlamda inandırıcılığın aslında tam karşıtı oluyor. Boş verin inandırıcılığı, izleyenin tepkisiyle karşı karşıya kalıyorsunuz. Sen bir şehit haberi sundun ama şehit haberi sunarken sonunda gülümsedin. Yani haber bitti, haberi prompterdan okudun. Prompterdan okuduğun haber sonunda o haberi sen bilmedin ve sonuçta orada gülümsedin. O hadiseyi hâlâ yapan arkadaşlarımız var maalesef üzülmek durumundayım ama tabii inandırıcı olabilmenin kayıtsız koşulsuz bir numaralı altın kuralı bence doğal olabilmek. Ekranda doğal olduğunuz zaman, her zaman izleyenler tarafından çok daha sevilirsiniz çok daha sayılıyorsunuz. Dolayısıyla günlük hayatta nasıl yaşıyorsanız jestleriniz, mimikleriniz ve konuşmanız nasılsa, ekran önünde de öyle olmalı. Eğer bunun dışına çıkacağım, biraz daha farklı olacağım, ses tonumu şöyle yapacağım, bakışımı prompterdan alıp sağdaki monitöre bırakacağım; onu yapmak zorundayım gibi şeylerle ilgilenirseniz haberdan uzaklaşırsınız. Haber dediğiniz şey yaşayarak anlatmanız aktarmanız gereken bir durum. Dolayısıyla bunun için de habere hâkim olmak lazım; gündeme hâkim olmak lazım. Saat 10.00 toplantısından bu yana gelişen tüm olayları gerek internet sitelerinden gerek haber ajanslarından gerekse de televizyonlardan hatta yoldaysanız radyo kanallarından kısacası kitle iletişim araçlarından takip etmeniz lazım ki o haber sunacağınız saate kadar o konuyla ilgili bir bilginiz olsun. Bilginiz olmadan o televizyon kanalına çıkarsanız; haber kanalına, maalesef doğallıktan uzaklaşıyorsunuz.

Kanal yöneticileri açısından da inandırıcılık değerinin önemi çok önemli. Şöyle söyleyebilirim: Ne kadar çok doğal olursanız Türk televizyonlarında çalışan, özellikle tematik haber kanallarında çalışan yöneticilerden bahsediyorum; o denli sizi içlerine alırlar. Editöryal anlamda da kuvvetli olmanız lazım. Sadece artık spikerlerden salt bir spiker olması beklenmiyor; bu anlamda onların iyi bir editör, iyi bir muhabir aynı zamanda iyi bir perfore seslendirmecisi olması da bekleniyor. Dolayısıyla habere hâkim

olabilmek de inandırıcılığın en önemli özelliklerinden biri; inandırıcı olabilmek noktasında bunları söyleyebilirim.

Haber Spikeri Denek 13

5-Haber sunumlarında izleyicilerin gözünde ‘inandırıcı’ olabilmenin önemi nedir? Bu inandırıcılığa nasıl sahip olunur ve kanal yöneticileri açısından inandırıcılık değerinin önemi nedir?

Seyirci, güvendiği kanalı izler. Haberde spikerin yaşı, özel yaşamı, konuşma şekli, giyimi, vs. etkindir. İnandırıcılık izlenmeyi artırır. Bu nedenledir ki; özel kanallardan sonra haberi bir de TRT’den dinleyelim diyenler güven duyduklarından bir de TRT’yi izlemişlerdir. Ama ne yazık ki O da bugün bu güveni yitirmiştir.

Haber Spikeri Denek 1

6-Reyting kaygısı sebebiyle bildiğiniz/şahit olduğunuz bir yalan haber/magazinleştirme oldu mu? Bu durum çalışanlar, izleyiciler ve yöneticiler arasında nasıl bir etki yarattı?

Reyting kaygısı ilk özel kanallarda yoktu, zaten seyrediliyorlardı. Art arda özel kanallar açılmaya başlayınca o kaygı da ortaya çıktı hem de tüm korkunç gerçekliği ile... Çünkü reklam kuşakları buna göre şekilleniyordu. Bunun en korkunç örneğini 90’lı yılların sonu, 2000’li yılların başında yaşadık. Ana haberlere bile magazin hâkim olmuştu. Bu dönemde yalan yanlış magazin haberleri de yapıldı, yazık ki reyting uğruna. Mesela ben spikerliği bırakma, daha doğrusu televizyonu bırakma kararını böyle bir an sonrasında aldım.

Sene 2001 ve ana haber bültenimde konuğum Mezdeke Dansöz Gurubu idi. Hem dans ettiler hem onlarla röportaj yaptım. Düşünün ne yapacağımızı şaşırmışız ana habere dansöz gurubu çıkartıp, oynatıyoruz. Ülke gündemi ile çok da ilgilenilmediği bir süreçti. Birkaç sene sonra da neredeyse 20 senedir yaptığım işi bıraktım, televizyonlara veda ettim. Ayrıldıktan sonra bir gün bile pişman olmadım. Aslında magazin ağırlıklı bültenler biz eski spikerler ve yöneticileri rahatsız ediyordu etmesine ama çare bulamamıştık. İzleyenlere gelince; ülke açık hava bir BBG evine dönmüştü, dedikodu haberlerine bayılıyordu millet.

Gerçekten halk bunu mu istiyordu, yoksa dayattığımız bu durum reyting kaygılarının bir sonucu muydu çok tartışıldı. Aslında herkes işin kolayına kaçmıştı bence... Bu durum toplumda zamanla bir yozlaşma, dedikodu kültürünün gelişmesine yol açma, insanların birbirini gözetlemesi, sanatçıların ya da adı böyle geçen kişilerin özel hayatlarının didik didik edilmesi vs. gibi sonuçlara yol açtı.

Haber Spikeri Denek 2

6) Reyting kaygısı sebebiyle ‘şahit olduğunuz’ bir haber/magazinleşme oldu mu? Bu durum çalışanlar, izleyiciler ve yöneticiler arasında nasıl bir etki yarattı?

Rayting kaygısıyla haber/magazinleşme daha çok magazin haberlerinde oluyor. Doktor açıklama yapmadan öldü deniliyor. Kulaktan kulağa haberi verirsiniz; fısıltı gazetesini, hata olur. Önemli olan haberin gerçek olduğu anlaşıldıktan sonra verilmelidir. AA, DHA, İHA’dan ilk anda geçtikleri habere güvenerek haberi geliştirirseniz yanlış olur. Kanalların kendi muhabirleri olmalı. Onlar haberleri takip etmeli. Ayrıca olay değişik haber kaynaklarından (vali, jandarma) doğrulatilmalıdır. Doğrulandıktan sonra haber verilmelidir.

Haber Spikeri Denek 3

6-Reyting kaygısı sebebiyle bildiğiniz/şahit olduğunuz bir yalan haber/magazinleştirme oldu mu? Bu durum çalışanlar, izleyiciler ve yöneticiler arasında nasıl bir etki yarattı?

TRT’de ben böyle bir şey hatırlamıyorum. Dolayısıyla da izleyiciler ve yöneticiler arasında da nasıl bir etki yarattı bilmiyorum. Ben geçen yıl Eylül ayında emekliye ayrıldım. Onun öncesinde geçen yıl haziran ayına doğru kendi isteğimle ana haberi bıraktım. Sadece haberimi sunarken karşıdaki monitörümünden televizyon izliyordum. Onun haricinde yine sabah kalktığımda tüm haber kanalları, gazetelerin başlıkları, Amerika’nın Sesi, BBC, Deutsche Welle, bunların hepsini hep takip ettim. Dolayısıyla da haberden öyle kopmadım. Çünkü zaten söz uçar gider, yazı kalır. Ben de yazıyı takip ettim. O halkaları hiçbir zaman yok etmemeye çalıştım. Dolayısıyla da kanalımda reyting kaygısı sebebiyle böyle bir şey olduğunu hatırlamıyorum.

Haber Spikeri Denek 4

6- Reyting kaygısı sebebiyle bildiğiniz/şahit olduğunuz bir yalan haber/magazinleştirme oldu mu? Bu durum çalışanlar, izleyiciler ve yöneticiler arasında nasıl bir etki yarattı?

Bu konuda bir bilgim yok.

Haberci Denek 5

6- Reyting kaygısı sebebiyle bildiğiniz/şahit olduğunuz bir yalan haber/magazinleştirme oldu mu? Bu durum çalışanlar, izleyiciler ve yöneticiler arasında nasıl bir etki yarattı?

Benim bizzat içinde bulunduğum ya da şahit olduğum reyting kaygılı haber olmadı. Ancak reytingin çalışanlar üzerinde çok büyük bir etkisi var. Yapılan haberi

izlettirebilmek için zaman zaman meslektaşlarımızın etik olmayan yollara başvurduğunu duyuyoruz. Reytingin verdiği baskı medya çalışanlarında zamanla normal bir duruma dönüşüyor. Yapmış oldukları etik dışı içerikler normal karşılanabiliyor. Her sabah gelen reyting raporları maalesef medya çalışanlarının mesleklerini tarafsız, dürüst, ilkeli bir şekilde yapmasını engelleyebiliyor. Çünkü medya patronları ve reklam verenler önce reytinge bakıyor. Şu an Türkiye'de yayın yapan tv kanallarında bir içerik yapıyorsanız 'eğer reytinginiz varsa varsınız reytinginiz yoksa yoksunuz' demektir.

Haber Spikeri Denek 6

6-Reyting kaygısı sebebiyle bildiğiniz/şahit olduğunuz bir yalan haber/magazinleştirme oldu mu? Bu durum çalışanlar, izleyiciler ve yöneticiler arasında nasıl bir etki yarattı?

Kuşkusuz çok örneği var ama şu an spesifik olarak hatırladığım bir haber yok.

Haberci Denek 7

6-Reyting kaygısı sebebiyle bildiğiniz/şahit olduğunuz bir yalan haber/magazinleştirme oldu mu? Bu durum çalışanlar, izleyiciler ve yöneticiler arasında nasıl bir etki yarattı?

Şimdiye kadar 5-6 kurumda çalıştım, hiçbir zaman reyting için tiraj için manipülasyon yapıldığına şahit olmadım. Zaten öyle bir şey yaparsanız bir tek siz habercilik yapmıyorsunuz ki rakipleriniz bu durumu anında ifşa eder. Haberciliğin günümüzde her ne kadar içi boşaltılsa da yine de rekabetin çetin olduğu bir sektör yani verdiğiniz bilgi yanı sıra özellikle de reyting için bile bile o yanı sıra ısrar ediyorsanız gerçek er ya da geç ortaya çıkar. İnanırlılığınız ve güvenilirliğiniz sarsılırsa da bir daha sizi kimse okumaz-takip etmez. Zaten ilerleyen süreçte o bilginin yanlış olduğu da çoğu zaman ortaya çıkıyor; tabi ne bir özür ne bir eleştiri...

Haber Spikeri Denek 8

6-Reyting kaygısı sebebiyle 'şahit olduğunuz' bir haber/magazinleştirme oldu mu? Bu durum çalışanlar, izleyiciler ve yöneticiler arasında nasıl bir etki yarattı?

Şöyle bir şey hatırlıyorum. Editör arkadaşlardan biri akşam haberlerinin tanıtımı için "İbrahim Tatlıses hastanelik oldu" şeklinde bir altyazı geçirdi. Olayın aslı bir film çekimi sırasında sevdiği bir kedinin, Tatlıses'in elini tırmalaması ve küçük bir müdahale yapılmasından ibaretti. Haberin yayınlanmasıyla kanalın telefonları kilitlendi. Ve ciddi sıkıntı yaşadık. İnanırcılığımızla ilgili bu itibar kaybı yöneticilerimizin de öfkesine neden oldu.

Haberci Denek 9

6-Reyting kaygısı sebebiyle bildiğiniz/şahit olduğunuz bir yalan haber/magazinleştirme oldu mu? Bu durum çalışanlar, izleyiciler ve yöneticiler arasında nasıl bir etki yarattı?

Televizyon haber merkezinde son 8 yıl çalışmadığım için görmedim. Ama bu sürede görev aldığım realty programda yalan habere şahit oldum. Habercilik geçmişi olan çalışanlar bunu yanlış bulup karşı çıkarken, yapımcı hatta sunucu yalan olduğunu bildiği halde reyting getirdiği için yalan haberi başarı hanesine yazıyor.

Haber Spikeri Denek 10

6- Reyting kaygısı sebebiyle bildiğiniz/şahit olduğunuz bir yalan haber/magazinleştirme oldu mu? Bu durum çalışanlar, izleyiciler ve yöneticiler arasında nasıl bir etki yarattı?

Tam yayın etkinliği; ana ve ara haberler ile tüm programlarda kalite ve reyting bakımından önderlik; Devletimizin ve milletimizin ufkunu açan, milli hedeflere yönelen, vizyon ve pozitif kazanımlar sağlayan programlarla, içerik zenginliği ve yüksek kalite düzeyiyle TRT'nin yurt içinde ve yurtdışında tercih ve izlenebilirlik hedefinin gerçekleştirilmesi, ana amaçlarımızdan biri olmuştur. Bu bağlamda TRT'nin hiçbir zaman reyting kaygısı olmamıştır. Yalnızca Fetöcüler döneminde Samanyolu gibi olmasa bile ona benzer biçimde yönlendirici haberler yapılmaya çalışılsa da aslı varken o tür yayınların seyircisi, çakmasını izlemediğinden, bir etkisi olmamıştır.

Yalan haber, genellikle yazılı basında çıkmakta sık sık tekzip yayınlamak zorunda kalmaktadırlar. Yalan haber ayrıca, bir siyasi partiye angaje olmuş kanallarda görülür. Yönlendirilmiş haber de yalan haberdur. Biz bu tür haberlere asparagas haber diyoruz. Bir turistin fotoğrafını veya görüntüsünü verip de "Türk erkeklerine bayılıyor" diye haber yazmak, tamamen yalan haberdur. Bu tür haberler, işsiz güçsüz takımın izlemesi amacıyla yapılır. Haberde magazinleştirme, piyasa şartları içinde özel kanalların seyirci toplama telaşıyla yapılmaya başlanmıştır. Bir cinayet veya kaza haberini magazinleştirerek anlatan bir dil kullanmak, habercilik yapmak değildir. Paparazzi denilen sapık ruhlu kişilerin eline bir kamera verip de insanların mahrem alanlarına sokup sözde haber yayınlamak aslında suç olmalıdır.

Bu anlamda bir örnek vereyim. Eski Başbakanlarımızdan Tansu Çiller'in bahçesini dikizleyip, güneşlenmesini haber yapıp mayolu halini izinsizce yayınlamak ahlâksızlığın önde giden halidir. Aynı şekilde bir kafede arkadaşlarıyla konuşan bir sanatçıyı gizli

mikrofonla ve kamerayla çekip "şunu dedi" diye yayınlayıp zor durumda bırakmakla mağazanın soyunma odasına kamera koyup yayınlamak bence aynı şeydir.

Bazen, farkında olmadan yönlendirilmeye müsait haberler yayınlanır. 2008 yılında TRT'nin 13.00 bülteninde Türkiye'deki cezaevlerinin ne kadar modern ve insani olduğuna ilişkin bir haber yayınlandı. Toplumsal sorumluluğa aykırı bu haber, insanları cezaevlerine girmeye teşvik eden nitelikteydi. Müdahale ettim. Diğer bültenlerde yayınlamayacaklarını söylediler.

Eskiden TRT'de bırakın reyting kaygısıyla haber yapmayı veya magazinleştirmeyi, canlandırma bile yapılamazdı. TRT'de ilk canlandırmayı belki de ben yaptım ama yayınlanmadı. Bu anımı sizinle paylaşmak istiyorum: Özel haber hazırladığım yılların birinde, Ankara'da vatandaşların çektiği sıkıntılar nelerdir, araştırdım. O günlerin dolmuş kuyrukları, metro inşaatı yüzünden trafikteki beklemeler, Sakarya Caddesinde yeni yeni ortaya çıkan tinerci çocuklar... Tümünü bir araya getirip 5-6 dakikalık bir özel haber hazırlıyordum. Bütün görüntüleri çektik, vatandaşların seslerini de alıp bitirdik ama tek bir unsur kalmıştı. O da kalın bir tabaka halinde buz tutmuş kaldırımlarda, insanların yürümekte zorlanması idi. Düşünebiliyor musunuz Ankara'nın en önemli ve protokol yolu olan Atatürk bulvarındaki buzlar temizlenmediği için yürümek pek güç bir hale gelmişti. Haber için son kez kamerayı aldık, çekim yapacağız. Bekliyoruz ki biri kayıp düşsün de haberimizde kullanalım. Epey bir zaman bekledik. İnsanlar zorla yürüyor ama kayarak düşen yok. Hava ayaz, biz de donuyoruz. Onca kişi geçti önümüzden, biri bile düşmedi. Kameraman, 'düşen yok, gidelim artık' diyor, fakat ben vazgeçmek istemiyorum. Kamerayı gören vatandaşlar da birer ikişer etrafımızı sarmış durumda. Hava karacak, çekim yapamayacağız diye düşünürken, etrafımızdaki gençlere baktım. Birine dedim ki "sana 10 lira versem, yürürken kayıp düşer misin?" "Düşerim abi" dedi. 10 lira, o zamana göre iyi bir para, şimdiki 100 TL sayılır. "Hadi bakalım yürürken çekelim seni" dedim. Biz çekime başladık, "kay ve düş" deyince çocuk kaydı ve düştü. Üç dört defa bu sahneyi tekrar tekrar çektik. Sonra haberimizi kurguya verdik, kayma sahnesinin en inandırıcı olanını koyduk ve montajı bitirdik. Akşam saat 20.30 gibiydi. Başkan saat 21.00'den önce genellikle çıkmazdı. Kaseti Başkana götürdüm. O zamanlar özel haberleri Başkan veya yardımcısı izler ve yayınlanması için olur verirdi. Başkan Okay Göçer ve yardımcısı rahmetli Güntaş Aktan, kaseti takmamı istediler. Okay Bey kumandayla cihazı açtı ve haberimi izlemeye koyuldular. Her şey güzel gidiyordu. Ses, müzik, görüntüler, grafikler gerçekten hoştu. Okay Beyin yüz ifadesinden, beğendiğini anlıyordum. Birkaç dakika sonra kayarak düşen delikanlının görüntüsü ortaya çıkınca Okay Bey, "durdur"

dedi, kaseti durdurdum. Kumandayla geri sardı. Tekrar aynı görüntüyü izleyince, “durdur” dedi. Güntaş Beye dönerek, “Güntaş, biz haberde canlandırma yapıyor muyuz?” diye sordu. Güntaş Bey, “yok başkanım, yapmıyoruz” diye cevap verdi. “O görüntüyü at, öyle girsin yayına” dedi. O gün Okay Beyin, görüntünün canlandırma olduğunu nasıl anladığına hayret etmiştim. Görüntüyü attık ama aslında montajda en fazla o düşme sahnesi için uğraşmıştık. Bu arada benim 10 lira da boş gitmişti”

Haber Spikeri Denek 11

6-Reyting kaygısı sebebiyle bildiğiniz/şahit olduğunuz bir yalan haber/magazinleştirme oldu mu? Bu durum çalışanlar, izleyiciler ve yöneticiler arasında nasıl bir etki yarattı?

Tabii ki var ancak kol kesilir yen içinde kalır sözü gereği özel kanallardan birinde yaşadığım bu durumu anlatmam etik olmayacağından affımı rica ediyorum. Ancak yöneticileri ne kadar mutlu etse de bu tür haberlerin hazırlanması ve sunumu, biz çalışanları da bir o kadar hatta iki katı rahatsız eder. Sonrasında yaptığımız, okuduğumuz haberden vicdan azabı duyduğumuz olmuştur. Keşke reyting habercilerin ensesinde Demokles’in kılıcı gibi durmasa...

Haber Spikeri Denek 12

6-Reyting kaygısı sebebiyle bildiğiniz/şahit olduğunuz bir yalan haber/magazinleştirme oldu mu? Bu durum çalışanlar, izleyiciler ve yöneticiler arasında nasıl bir etki yarattı?

Reyting kaygısı sebebiyle özellikle entertainment kanallarda yani ATV, Show, Star, Kanal D gibi majör kanallarda entertainment kanallarda reyting kaygısı bir hayli fazla. Bu hep konuşuluyor ama benim bildiğim reyting kaygısıyla şahit olduğum bir yalan haber olmadı. En azından çalıştığım kurum açısından söylüyorum. Ama bu olmadığı anlamına gelmiyor. Mutlaka ve mutlaka televizyon kanallarında reyting kaygısıyla birlikte yapılan yanlış haberler vardır. Bu durum çalışanlar ve izleyiciler daha doğrusu yöneticiler arasında çok dallandırıp budaklandırılmadan üstü örtülebilecek bir pozisyonda olabiliyor bazen. Ne yazık ki bunu söylemek durumundayım. Her şey ertesi gün kantar medyanın yani reyting ölçen sistemin saat 10.00’da mailinize geldiği o nerede olduğunuzla alâkalı reyting sisteminde iyi yerdeyseniz sesiniz çıkmıyor. Kötü yerdeyseniz ya ben nerede yanlış yaptım diye sürekli hem yöneticiler hem çalışanlar bir kısır döngü içerisine girebiliyor.

Dolayısıyla reyting kaygısı sebebiyle yapılan yanlışlar şu an itibarıyla televizyon kanallarında var ama bunu tematik haber kanallarında görmüyoruz. Genellikle

entertainment yani majör kanallarda rastlıyoruz. ATV, Star, Show, Kanal D gibi televizyonlarda bunlara rastlamak mümkün. Ama benim reyting kaygısı sebebiyle şahit olduğum bir yalan haber olmadı.

Haber Spikeri Denek 13

6-Reyting kaygısı sebebiyle bildiğiniz/shahit olduğunuz bir yalan haber/magazinleştirme oldu mu? Bu durum çalışanlar, izleyiciler ve yöneticiler arasında nasıl bir etki yarattı?

Bu soruya cevabım yok.

Haber Spikeri Denek 1

7-2010'ların sonuna geldiğimiz günler itibarıyla bugünkü televizyondaki haber sunumlarıyla eski dönemlerdeki haber sunumlarını kıyasladığınızda nasıl bir dönüşüm görüyorsunuz?

Daha interaktif, daha hareketli bir sunum tarzı var. Dediğim gibi oturur halde haber sunulması tarih oldu neredeyse, ayakta sunumlara geçildi. Sosyal medya çok kullanılıyor. İzleyicilerin düşünceleri ya da o haber hakkındaki fikirleri anında sosyal medyada paylaşıyor, bu haberciler tarafından ekranda da paylaşıyor. Eskiden bir canlı yayın arabası vardı her kanalda ya da iki. Biri Ankara, biri İstanbul'da olmak üzere, çünkü çok pahalı bir yatırımdı. Şimdilerde teknoloji inanılmaz bir gelişim gösterdi, her şey ucuzladı; kameralar, mikrofon sistemleri, ses ve ışık sistemleri, canlı yayın araçları... Şimdi birçok yerden canlı yayınlar yapılıyor, bu da haberlerin çok aktif olmasını sağladı. Eskiden bütün gece sabaha kadar seçim yayını yapardık, şimdi sonuçlar gece yarısı olmadan tamamlanıyor.

Eskiden TRT yıllarında haber sunucuları asla mimik yapamazlardı, kendilerinden bir şey ekleyemez haber hakkında yorum yapamazlardı. Şimdi bu tamamen değişti. İyi mi oldu? Bazen öyle saçma cümleler, yorumlar duyuyorum ki izleyemiyorum. Ancak gerçekten doğru bir sistemle yapılırsa güzel olur bu yorum işi. Diğer taraftan eskiden tuttuğumuz takım, parti vs. bize saklı kalırdı, kimse bilmezdi. Şimdi bu da tamamen değişti. İyi bir haberci tarafsız olmalıdır oysaki... Blue Box çok kullanılırdı, o zaman büyük bir teknoloji idi, şimdilerde inanılmaz animasyonlar yapılıyor.

Haber Spikeri Denek 2

7) 2010'ların sonuna geldiğimiz günler itibarıyla; bugünkü televizyon haber sunumlarıyla eski dönemdeki haber sunumlarını kıyasladığınızda nasıl bir dönüşüm görüyorsunuz?

Eskiden haber sunumları masa başında olurdu. Günümüzde haber sunum formatlarında değişimler var. Dünyada da birçok haber kanalında haber sunumları ayakta yapılıyor. Yaş ortalaması 40'tan yüksek olan spikerler ekranlarda. 20 yaşında bir çocuğa göre daha inandırıcı olduğu düşünülüyor.

Haber Spikeri Denek 3

7-2010'ların sonuna geldiğimiz günler itibarıyla; bugünkü televizyondaki haber sunumlarıyla eski dönemlerdeki haber sunumlarını kıyasladığınızda nasıl bir dönüşüm görüyorsunuz?

Biz yerimize çakılmış gibi çivilenmiş gibi haber sunardık. Çünkü bizden istenen buydu. Ama insanlar nedense çünkü ekranda gördüğü insanın üzerine yorum yapar gerisine bakmaz. O sadece onu tanır. Müşteri sadece ve sadece son insanı tanır. Onun haricindeki insanları tanımaz ve her şeyi onun yaptığını zanneder. Halbuki bu bir ekip işidir. Ekibin çalışmasının sonucunda bunlar ortaya çıkar.

Yıllar yılı yerimizden oynatmadan bizi, oturduğumuz yerden haber sundurdular. Aynı dille eski doğu bloku tabiriyle ki o zamanki adıyla ki doğrudu. Hep aynı cümlelerle, hep aynı şeylerle bize haber sundurdular. Rahat bırakılmadığımız için daha doğrusu rahat bırakılmadığımız için demiyim, rahat bırakılmadığım için rahat haber sunamadık. Ama en azından inandırıcılığı sağladık. Bu da çok büyük bir başarıydı. Rahat olsaydı eminim inandırıcılık çok daha iyi olurdu. Çünkü inandırıcılığa somut bir şekilde katkıda bulunan en önemli konu beden dilidir. Beden dilini ne yazık ki fazla kullanmamıza izin verilmedi.

Haber Spikeri Denek 4

7-2010'ların sonuna geldiğimiz günler itibarıyla; bugünkü televizyondaki haber sunumlarıyla eski dönemlerdeki haber sunumlarını kıyasladığınızda nasıl bir dönüşüm görüyorsunuz?

Haber sunumları son derece doğallaşmış durumda. Artık eline verilen okuyan spikerlerden çok haberi anlatan sunucular ekranda. Mimik ve jestler de aynı doğallıkta sunuma katkı sağlıyor. Seyircinin beklentisi de bu yönde. Doğal olan, haberi anlatıp bazen de yorumlayan sunucuları daha çok benimsiyor. Tüm gelişmeleri yakından takip eden, anlık olayları rahatlıkla ve akıcı bir şekilde seyirciye aktarabilen, uzmanlık gerektiren alanlarda bilgi sahibi olan, olayları ve konuları analiz edebilen haber sunucuları televizyon kanallarının da öncelikli tercihi olmuş durumda. Bu konu, kanalların dönüşen topluma cevap vermesi açısından önemli.

Haberci Denek 5

7- 2010'ların sonuna geldiğimiz günler itibarıyla; bugünkü televizyondaki haber sunumlarıyla eski dönemlerdeki haber sunumlarını kıyasladığınızda nasıl bir dönüşüm görüyorsunuz?

Teknolojik gelişmeler ve reyting kaygısı televizyonculuğun içeriğini belirliyor. Bundan en çok etkilenen ve değişen alan da sunum teknikleridir. Karmaşık, anlaşılması zor sunum teknikleri yerine basit, sade, hızlı, anlaşılabilir sunumlar artık çok daha yaygın kullanılıyor. Özellikle sosyal medyanın çok yaygın olması zamanla yarışılan bir haberciliği, sunumu ortaya çıkardı. Örneğin meydana gelen büyük bir yangını izleyici anında sosyal medyadan öğrenirken siz televizyon habercisi olarak mutlaka ona farklı bir açıdan bakmalı ve sunmalısınız. Aksi halde izleyicinin gerisinde kalacaksınız ve izlenmeyeceksiniz.

Haber Spikeri Denek 6

7-2010'ların sonuna geldiğimiz günler itibarıyla; bugünkü televizyondaki haber sunumlarıyla eski dönemlerdeki haber sunumlarını kıyasladığınızda nasıl bir dönüşüm görüyorsunuz?

Yukarıdaki sorulara verdiğim yanıtlar bu soruya da cevap oluşturmaktadır.

Haberci Denek 7

7-2010'ların sonuna geldiğimiz günler itibarıyla; bugünkü televizyondaki haber sunumlarıyla eski dönemlerdeki haber sunumlarını kıyasladığınızda nasıl bir dönüşüm görüyorsunuz?

Bu soru sanırım gelişen teknolojiyle ilgili. Son dönemde televizyon yayın teknolojisi çok gelişti.

<https://www.youtube.com/watch?v=esEuiENpvcQ> günümüzde böyle abartılı sunumlar olsa da yaygın medyada pek tercih edilmiyor. Televizyon haberciliğinin olmazsa olmazı görüntü. TV haberciliğinde görüntü güzelse "**görüntüleri yiyelim**" diye bir deyim vardır yani; O görüntüyü başta özetle gösterip ilgi uyandırılır, sonra da sık sık tekrarlanan "**az sonra**"larla o ilgi diri tutulur. Teknolojik gelişmelerle doğru orantılı olarak görüntü kullanımı arttı.

Haber Spikeri Denek 8

7-2010'ların sonuna geldiğimiz günler itibarıyla; bugünkü televizyondaki haber sunumlarıyla eski dönemlerdeki haber sunumlarını kıyasladığınızda nasıl bir dönüşüm görüyorsunuz?

Günümüzde Türk medyasının durumu habercilik açısından bakıldığında iç açıcı durumda değildir. Biraz önce bahsettiğimiz ajans haberciliği bile kısıtlı hale gelmiş aynı tekelin dışlileri arasına sıkışmıştır. (bkz. seçim gecesi A.A.) Gelelim işin beni asıl ilgilendiren kısmına; ne yazık ki artık spikerlik diye bir meslek kalmamıştır. Yoldan geçen insanı istihdam edebildiğiniz bir görev meslek değildir. Haber ekranlarındaki az sayıda başarılı arkadaşlarımız vardır elbet. Ama çoğunluk, bu işin herkes tarafından yapılabileceğinin göstergesidir adeta. Hele haber altı seslendirmelere hiç değinmeyelim.

İnandırıcılık sahicilikle başlar. İzleyici haberciye inanırsa habere inanır. Habercilik güvendir. Haberci doğal olduğu ölçüde inandırıcıdır. Doğallık kişinin normal hayatındaki tavrını belli bir saygı ve sempati sınırı içinde ekrana taşımasıyla olur. Haber sunumunun günümüzde bir sıkıntısı da sahadan gelen muhabir arkadaşların bazı yanlış alışkanlıklarının ekrana yansmasıdır. Salgın gibi büyüyen bu yanlış cümle sonlarında noktadan sonra durak vermeyip derhal diğer cümleye geçiştir. Oysa nokta, bildirimin sonunda, dinleyenin, anlatılanları sindirmesi ve beyinde resmetmesi için tanınan süredir. Günümüzde tohumları yakın geçmişte atılan iki haber aktarım şekli kullanılmaktadır. Biri geçmişten gelen klasik haber spikerliği diğeri haber sunuculuğudur. Doğrusu ikincisi bugün bana daha sıcak ve inandırıcı gelmektedir. Sunumla spikerlik arasındaki farktan da kısaca söz etmek gerekirse; spiker hazır metni okuyan aktaran kişidir, sunucu anlatandır. Pazarlayandır. Spiker malın kullanım kılavuzu, sunucu tezgâhtardır. Günümüzde ikisi de kullanılan bu sunum teknikleri kuşkusuz ortak bir altyapı gerektirir. Bu da anlaşılabilirlik, doğru ses ve nefes kullanımı ve kulağı tırmalamayan bir sestir.

Haber altı seslendirmelere değinmeyelim dedim ama değinmeden olmayacak. Bu noktada spikerin sesi daha önem taşımaktadır. Zaman zaman bazı büyük kanalların uyguladığı gibi o haber merkezinin değişmez sesinin haberleri aktarması bilinçaltı güveni artıracığı gibi kanalın prestijinin de ifadesi olacaktır. Ne var ki günümüzde önüne gelen bu seslendirmeleri yapmakta ve ortaya bir okul müsameresi kıvamında anlatımlar çıkmaktadır. Sonuç olarak medyanın %80'den fazlasının emir komuta altına girdiği bir piyasada, ne içerik kalitesinden ne de liyakatten söz etmek mümkündür.

Haberci Denek 9

7-2010'ların sonuna geldiğimiz günler itibarıyla; bugünkü televizyondaki haber sunumlarıyla eski dönemlerdeki haber sunumlarını kıyasladığınızda nasıl bir dönüşüm görüyorsunuz?

Daha yüzeysel. 3-4 dakikalık sahaya röportaj ile desteklenmiş haberlerden 25-30 saniyelik haberlere verildi.

Haber Spikeri Denek 10

7- 2010'ların sonuna geldiğimiz günler itibarıyla; bugünkü televizyondaki haber sunumlarıyla eski dönemlerdeki haber sunumlarını kıyasladığınızda nasıl bir dönüşüm görüyorsunuz?

Eskiden spikerler tümüyle yazılı metinlere bağlı kalırdı. Dolayısıyla metindeki hataların sorumlusu, haberi yayına veren kişiydi. Son yıllarda haber üzerinde yer yer yorumlar görüyoruz. Burada yorumu yapan kişi, söylediklerinden sorumlu olmaktadır. Yayının akışı bakımından bazen yorumlamak yararlı olsa da seyirci kişisel yorumu değil haberin kendisini duymak ister. Spiker ile anchorman denilen haberi hazırlayıp-sunan kişi arasında fark vardır ve artık seyirciler bunun bilincindedir. O bakımdan spiker ile haber saati özdeşleşmemiştir ama anchorman denilen haberin yönetimini üstlenen kişiyle özdeşleşebilmiştir. Bu sebeple de haber saati kendisiyle özdeş duruma gelen kişiler, yer yer konuk almakta ve haberin içinde konuğun da ayrı bir yorumu bulunmaktadır.

Spiker, bültene konuk almış olsa da konuya yeterince hâkim olmazsa, bültendeki konuk sırtıtmaktadır. O yüzden spiker dersine çok iyi çalışmalı, konuğun kimliğini ve fikirlerini iyi bilmeli, söyleyeceği sözleri tahmin ederek soruların birbiriyle bütünlük arz etmesine çalışmalıdır. Haber sunumunda tempo, tavır ve görüntüsü yerinde olan birçok spikerin, sırf konuğuyla olan iletişiminin eksik olması dolayısıyla bültene zayıflattığını gördük. Ayrıca konuğa hitaplar çok önemlidir. Burada kişinin adı söylenecekse başına sayın sıfatı getirilmelidir. Reşat Bey, Leyla Hanım gibi yarı samimi durum yaratan hitaplar, konuğun anlaşılabilir kişiliği olduğu izlenimi doğurur. Haber içinde konuklara karşı aşırı resmiyet olmaması gerektiği gibi aşırı samimiyet de yanlıştır. Bazı spikerlerin de güler yüzlü, canlı, dinamik sunumlarını geçmişe göre daha çok görüyor ve ilgiyle izliyoruz.

Haber Spikeri Denek 11

7-2010'ların sonuna geldiğimiz günler itibarıyla; bugünkü televizyondaki haber sunumlarıyla eski dönemlerdeki haber sunumlarını kıyasladığınızda nasıl bir dönüşüm görüyorsunuz?

Önce çok ciddi ve neredeyse robotik olan sunumlar (2000 öncesi), sonra fazla cıvık ve her hali ile komedi noktasına geldi. Özellikle haberi satmak isteyen sunucuların yaptıkları hareketler sırf farklı olma ilgi çekmek adına biz spikerleri çok güldürüyor aynı zamanda da üzüyordu. Çünkü sunucu ile spiker arasında çok fark vardır. Hele giyim kuşam ve aksesuarlar bir acayipti. 2010 yılından sonra ise şükür ki yanlışlar görüldü ve dizginlenmeye başladı bu tür yapılar.

Şu an çok daha iyi bir noktadayız diyebilirim. En azında gülmüyorum artık. Ancak sosyal medya haberciliğinin televizyonlara sıçraması ile birlikte televizyonlarda konuşulan Türkçede büyük yozlaşma yaşanmaya başladı. Bu yetmezmiş gibi diksiyon eğitimi almamış ama haberci olarak ismi duyulan ve saygı gösterilen isimlerin haber sunmaya başlaması ile birlikte Türkçemiz ekranlarda daha da kötü duruma gelmiştir. Beni özellikle korkutan gelecekte evlatlarımızın ana dillerini iyice kaybetme riskidir.

Haber Spikeri Denek 12

7-2010'ların sonuna geldiğimiz günler itibarıyla bugünkü televizyondaki haber sunumlarıyla eski dönemlerdeki haber sunumlarını kıyasladığınızda nasıl bir dönüşüm görüyorsunuz?

Bu da güzel bir soru: 2010'ların sonuna doğru geldiğimiz günler itibarıyla bugünkü televizyonlarda artık daha çok teknolojiyi kullanan teknolojik altyapıyı daha iyi becerebilen haber spikerleriyle karşı karşıyayız. 2010'lardan önce çok fazla teknolojiyle ilintili işler yapmıyordu haber spikerleri. Daha önceki sorularınızda da yanıtlamıştım bunu sizlere söylemiştim. Daha çok durağan, oturan, prompter önünden geçen haberleri okuyan ve bununla ilgili çok da fazla yorulmayan bir haber spikeri profiliyle karşı karşıyaydık.

Ama 2010'lardan sonra teknolojinin de gelişmesiyle birlikte televizyonculukta teknolojinin bir hayli gelişmesiyle birlikte arkada fotobloklardan video wall'lara geçmiş durumdayız. Artık dokunmatik ekranlar karşımızda. Bunu da kullanabilmek için durağanlığın dışında hareketli bir haber sunumuyla karşı karşıya kalıyoruz. Şimdiki haber sunumlarında daha dinamik daha durağan değil daha böyle koşturan bir haber spikeriyle karşı karşıya kalabiliyorsunuz. Bu anlamda haber sunumlarına baktığınız zaman tam da yeni döneme yakışır bir hal aldı. Dokunmatik ekranlardan video öwall'lara, büyük ekranlara, haber spikerlerinin anında 5G bağlantılarla olayla ilgili bilgi almalarına, kendi cep telefonundan gelen son dakika bilgilerine baktığına bile şahit olabiliyoruz artık spikerlerin. Bu anlamda 2010'ların sonuna geldiğimiz günler itibarıyla haber sunuculuğu da birçok değişim ve dönüşüme uğradı diyebiliriz.

Haber Spikeri Denek 13

7-2010'ların sonuna geldiğimiz günler itibarıyla bugünkü televizyondaki haber sunumlarıyla eski dönemlerdeki haber sunumlarını kıyasladığınızda nasıl bir dönüşüm görüyorsunuz?

Haberde saygı çerçevesinde rahatlık güzel, ancak sunan bunu bir kurum adına yaptığının ciddiyetinde olmalı.

Haber Spikeri Denek 1

8-Yeni dönemde kullanılmaya başlanılan grafik uygulamaları, 3 boyutlu animasyon vb. dijital etkenlerin haber sunumundaki inandırıcılığı nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz? Sizce izleyicilerin gözünde yan etkenler haber sunumunun/spikerliğin önüne geçmiş midir yoksa retorik halen önemli bir unsurdur?

Retorik yani eskilerin deyimiyle belagat hala en etkili yöntem olmaya devam ediyor. Hayatımızın her alanında belagat önemlidir. Tabii grafik uygulamaları, 3 boyutlu animasyon vb. dijital etkenler haber sunumunda önemli hale geldi. İnsanların gözlerine hitap ediyor. Boşuna insan gözünde bir şey canlandırmaya çalışmıyor. Ama sunucunun sesi, diksiyonu ve beden dili hala her şeyin önünde yer alıyor. Ne kadar etkili animasyonlar kullanırsanız kullanın, sunum ama etkili sunum çok önemli olmaya devam ediyor.

İnandırıcılık yine sunucunun iki ağzının arasında... Unutmayalım; insanlar haberde animasyonların şahaneliğine değil, haberi sunan kişiye bakarlar. Herkes bir kişiden haberi dinlemek ister her zaman, aynı saatte. Bir seçimi vardır... Belagat her zaman, hayatımızın her aşamasında bizi diğer kişilerden ayıran en önemli etkidir. Bu habercilikte de böyledir.

Eski ve yeni dönemi kıyasladığımızda özellikle TRT'nin tek kanal olduğu yıllarda sınavla TRT'ye girip spiker ya da muhabir olunuyordu. Bu dönemde TRT'de ciddi bir eğitim veriliyordu. Aslında bitmeyen bir eğitim olduğunu söylemek mümkün, çünkü bizim meslekte usta-çırak ilişkisi vardı. Bizi eğiten deneyimli spikerler bizim ustalarımızdı ve onlarla uzun soluklu yıllar bu ilişki böylece devam ederdi. İlk özel TV kanallarının açılmasıyla bu süreç sona ermedi, bir süre daha devam etti. Kanallar çoğalınca oluşan spiker ihtiyacı yine bizlerin eğitim verdiği kurslarla sağlanmaya başladı. Ardından gelen gençleri bizler kanallarda eğitmeye devam ettik. Bu süreç 2000'li yılların başına kadar devam etti. Bir süre sonra deneyimli spikerlerin kanallardan ayrılması ve daha değişik bir sunum ve haber anlayışına geçilmesiyle birlikte bu düzen ortadan kalktı. Bu da doğal olarak ciddi bir kalitesizliği, doğru Türkçe konuşamayan spiker ve sunucuların ortaya çıkmasına neden oldu. Buradan bizi yetiştiren değerli spiker hocalarımıza sevgi ve saygılarımı sunuyorum. Vefat edenleri de rahmetle anıyorum.

Haber Spikeri Denek 2

8) Yeni dönemde kullanılmaya başlanan grafik uygulamaları, 3 boyutlu animasyon vb. dijital etkenlerin haber sunumundaki inandırıcılığı nasıl etkilediğini

düşünüyorsunuz? Sizce izleyicilerin gözünde yan etkenler haber sunumunun/spikerliğin önüne geçmiş midir yoksa retorik halen önemli bir unsur mudur?

Haber, gerçek anlamda oluştuktan sonra dijital efektler, destekleyen haritalar, drone çekimleri gerekli. Örneğin; eskiden Çanakkale şehitleri anılıyor, 3,5-4 saatte görüntü gelirdi. Montajı gecikirdi. Haber bülteninde önce sadece Çanakkale'ye gidildiği verilirdi. Montaj bitene kadar başka bir şey aktarılamazdı. Artık görüntüler anında ulaşabiliyor. Günümüzde dijital imkânlar var ve kullanılmalı. Örneğin; CNN, dünyanın yatırımını yaptı, dev yansıtıcılar kurdu Irak Savaşı esnasında. Naklen yayın arabaları vardı. Ben görüntüyü çok önemserim. Drone yoktu, sandallarla takibe çıktı.

Sunucu, arkada görsel yoksa açık ve net olarak anlatmalı, elindeki bilgileri. Ancak açık ve net anlatılanı, grafik de destekler.

Yani özetle;

Spiker konuya hâkim olmalı, bağırıp çağırmamalı, haberin mutfağından gelmiş olmalı, çok okumalı, çok yazmalı, inisiyatifi olmalı, kulağından kulaklığından bir şey söylendiğinde, konuyla ilgili konuşabilecek kapasitesi olmalı. Bunlar için İletişim Fakültesi eğitimi yeterli değil; tecrübe gerekiyor.

Haber Spikeri Denek 3

8-Yeni dönemde kullanılmaya başlanılan grafik uygulamaları, 3 boyutlu animasyon vb. dijital etkenlerin haber sunumundaki inandırıcılığı nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz? Sizce izleyicilerin gözünde yan etkenler haber sunumunun/spikerliğin önüne geçmiş midir yoksa retorik halen önemli bir unsur mudur?

Yeni dönemde kullanılmaya başlanan grafik uygulamaları, 3 boyutlu animasyon, dijital etkenler, hiç etkilemez. Haberin sunumunu etkilemez. Hiç böyle bir şey yok. Orada önemli olan sunan kişinin ağzından çıkandır. Orada yazan değil. Sonuçta haberi almışsınız, grafik uygulamalarını yapmışsınız, ekrana vermişsiniz. Ne olur? Bir parça belki sözü dinlemediğinizde, görseli gördüğünüzde “Aaa, bak bu da böyleymiş, enteresan bir bilgi” diyebilir ama bu tür grafik uygulamaların ve bu tür dijital etkenlerin ben inandırıcılığı etkilediğini düşünmüyorum. Sizce izleyicilerin gözünde yan etkenler haber sunumunun, spikerliğin önüne geçer mi? Yoo ben bunun önüne geçtiğini zannetmiyorum.

Ben son dönemde haberlerimi sunarken ayakta yine büyük bir ekranda fotoğrafla başladım. Önce fotoğrafı anlatırdım. Fotoğrafın öyküsünden habere geçiş yapardım. Dolayısıyla haberi öyle sunardım. Benim de tarzım öyleydi. En azından ben öyle

yapıyordum. Veya en azından TRT bana bu tür bir izin veriyor muydu? Yoksa ben mi bu hakkı elde etmişim? Açıkçası hatırlamıyorum. Ama ben haberi böyle sunuyordum.

Ben internet haber kanallarını okuyorum. Çünkü genellikle günümüz yayıncılarının artık şöyle bir tarafı var. Kendi ideolojilerinin sadece kendilerinin hoşuna gidebilecek haberleri siyasileri insanları olayları takip ediyorlar. Diğer tarafa kapalılar. Halbuki dünyayı anlayabilmek için ülkeyi anlayabilmek için siyaseti anlayabilmek için herkesi her şeyi mutlaka okumak öğrenmek ve beyinde sorular sorarak cevap aramak gerekir. İnsanlar sadece ve sadece örneğin televizyon kanallarında sevdikleri istedikleri gibi haber sunan kanalları tercih ediyorlar. Ama görüyoruz ki reytingde bir numara yine başka bir kanal var. Onu çoklukla izliyorlar ama öbür taraftan da mutlu olabilmek adına o kendi ideolojilerine yakın kanalları seyrediyorlar.

Ben tüm internet haber kanalları, gazete başlıkları, Amerika'nın Sesi, BBC, Deutsche Welle, mümkün olduğunca tüm dünyadaki gelişmeleri bir şekilde takip ediyorum. Ama bu da değil tabii ki haberci olduğum için ne yazık ki sadece araştırma inceleme ve bu tür kitaplar okuyabiliyorum. Onun haricinde herhangi bir kitap okumuyorum. Dolayısıyla da buna katkı sağlayacak bir takım siyasi kitapları da takip ediyorum. Onlardan da yararlanmaya çalışıyorum. Elimde muhteşem bir kaynak var; internet. Ne yazarsanız karşınıza kaç yılına giderseniz gidin size hala önünüze tüm her şeyi serebiliyor. Geriye bir tek şey kalıyor; okumak. Başka da hiçbir şey değil. Bunu yaptığınızda zaten yeterince donanmış oluyorsunuz.

Tabii işin sadece haber sunum, spikerlerin sunumuna getirmişsiniz aslında o spikerlerin kimler olduğu ne tür eğitimler aldığı kimler tarafından o görevlere getirildikleri gerçekten bir iki tane sizin özellikle haber bültenini izleyip ve o spikere ulaşp “Dün akşam okuduğunuz haberle ilgili, şu olayla ilgili geçmişe dönük konuşmak gerekirse bize bu konuda neler anlatabilirsiniz? Diye sorma imkanınız olsaydı; o haber sunan insanların herkesi tabii ki kastetmiyorum; bazılarını kastediyorum. O vahim durumu gerçekten görebilirdiniz. Çünkü insanlar örneğin Türkiye ile Suriye arasındaki ilişkileri sadece Esad ve Esed boyutuna indirgenmiş bir algı yönetimi olarak görüyorlar. Biri eğer birilerine kaka derse herkes için aynı şey oluyor; iyi derse herkes için aynı şey oluyor. Bunların hepsi kafayı kuma gömmekten, okumamaktan, düşünmemekten, soru sormamaktan ve o sorulara cevap aramamaktan kaynaklanıyor. Başka hiçbir şey değil çünkü günümüz dünyasında hepimizi birer makineyle yaşamaya mahkum bıraktıkları için neden televizyon seyretmediğimi de özellikle söylüyüm. Hatta bu konuda her gittiğin seminerde bu örneği veririm; insanlar bilirler beni defalarca izleyenler.

Organize İşler I’de çok güzel bir sahne vardır. Tolga, rahmetli Erdal Tosun’a der ki: “Abi sen niye hiç konuşmuyorsun, dilsiz misin?” O da o tarihi cevabı verir, der ki: “Zamanında çok konuştum, hiçbir faydasını görmedim” Ben de televizyondan hiçbir şey alamadım ve hiçbir faydasını görmedim. Dolayısıyla da izlememeye karar verdim. Çünkü beyninizi kiraya vermek istemiyorsanız, beyninizi satılığa çıkarmak istemiyorsanız her şeyden evvel seçici olacaksınız. İnsanların size dayattıklarını değil sizin kendi özgür iradenizle olayları her bir açıdan öğrenip bir sonuca varmanız halinde ancak siz olabiliyorsunuz. Onun haricinde herhangi bir şekilde siz olabilmeye ulaşamazsınız; sahip olamazsınız. Dolayısıyla ben bu yüzden televizyon izlememeyi seçtim. Çünkü televizyon sadece Türkiye değil tüm dünyada geçerlidir. Bir algı yönetimi kutusudur. Propagandanın en önemli araçlarından bir tanesidir. Eğer bundan kurtulmak istiyorsanız televizyon seyretmezsiniz. Veya tabii ki ben insanları televizyon izlememeye, itaatsizliğe teşvik etmiyorum. Ben kendi durumumu anlatıyorum. Sonuçta karar verecek olan insanlar tabii ki.

Haber Spikeri Denek 4

8-Yeni dönemde kullanılmaya başlanılan grafik uygulamaları, 3 boyutlu animasyon vb. dijital etkenlerin haber sunumundaki inandırıcılığı nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz? Sizce izleyicilerin gözünde yan etkenler haber sunumunun/spikerliğin önüne geçmiş midir yoksa retorik halen önemli bir unsur mudur?

Televizyonculuk eşittir görsellik. Teknolojinin gelişimi haber sunumu kadar görselliği de yeniden dizayn etti. Haber görseli kurgu ile şekillendiriliyor. Bu şekillendirme esnasında amaç haber değeri taşıyan unsurları kısa ama özünden uzaklaşmadan bir görsel oluşturmaktır. Grafik animasyon, 3 boyutlu görseller vb. teknolojiler de kullanılsa yine amaç haberin doğruluğu olmalı. Haberın görseli seyirciyi ekrana kilitlemek için kullanılan bir etken. “Daha çarpıcı, daha renkli, daha gözücü nasıl yapılabilir?” sorusuyla yola çıkılıyor haber görseli hazırlanırken. Ancak, doğruluktan, tarafsızlıktan uzaklaşarak hazırlanan, izleyiciyi yanıltıcı görseller ne kadar teknolojik ve gösterişli olursa olsun inandırıcılıktan uzaksa kabul görmüyor ve dışlanıyor. İnandırıcılık her zaman öncelikli seyircinin gözünde.

Görsellerin çarpıcı ve gözücü olması zaman zaman spikerliğin önüne geçiyor günümüzde. Ancak nihayetinde bir bütünün parçaları görsellik ve sunuculuk. Birlikte anlam ifade ediyor. Spikerin anlatım becerisiyle görselde yer alan unsurlar daha etkili olabiliyor seyircinin gözünde.

Haberci Denek 5

8- Yeni dönemde kullanılmaya başlanılan grafik uygulamaları, 3 boyutlu animasyon vb. dijital etkenlerin haber sunumundaki inandırıcılığı nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz? Sizce izleyicilerin gözünde yan etkenler haber sunumunun/spikerliğin önüne geçmiş midir yoksa retorik halen önemli bir unsurmudur?

Dijitalleşmeyi kullandığınız seviyeye göre bu sorunun yanıtı değişir. Çok yüksek oranda grafik, animasyon vb. kullanıyorsanız bunun haberciliği negatif etkilediğini rahatlıkla ifade edebiliriz. Ancak insan odaklı ama onu zenginleştirmek için bu tür dijital imkânları kullanmak tabi ki daha çok izlenmeye neden olacaktır. Dijitalleşme haber sunumunda sadece bir araç olarak görülmeli. Merkezde sunucu ve haberin içeriği vardır. Örneğin seçim sonuçlarının verildiği bir ekranda herkes oy sayılarını görür ama bunları yorumlayan, kıyaslayan, izleyiciye aktaran yine sunucudur.

Haber Spikeri Denek 6

8-Yeni dönemde kullanılmaya başlanılan grafik uygulamaları, 3 boyutlu animasyon vb. dijital etkenlerin haber sunumundaki inandırıcılığı nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz? Sizce izleyicilerin gözünde yan etkenler haber sunumunun/spikerliğin önüne geçmiş midir yoksa retorik halen önemli bir unsurmudur?

Mutlaka etkisi vardır, gelişen teknolojiyi kullanmak itibar kazandırır ama haber bültenlerinin özünde olması gereken etik ve mesleki değerlere bir katkısı olduğunu düşünmüyorum.

Haberci Denek 7

8-Yeni dönemde kullanılmaya başlanılan grafik uygulamaları, 3 boyutlu animasyon vb. dijital etkenlerin haber sunumundaki inandırıcılığı nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz? Sizce izleyicilerin gözünde yan etkenler haber sunumunun/spikerliğin önüne geçmiş midir yoksa retorik halen önemli bir unsurmudur?

3 boyutlu animasyonlar, grafikler haberin unsurudur ama olmazsa olmazı değildir. Yani bir haberde grafik, animasyon olmasa da olur; çok da şart değildir. Ama olması haberin izlenirliğini, etkisini arttırıyor, bu nedenle abartıya kaçmamak kaydıyla haberlerde grafik ya da animasyon kullanılıyor. Oradaki ince çizgi, haberin inandırıcılığıdır. Eğer o grafik ya da animasyon haberin inandırıcılığının önüne geçiyorsa pek tercih edilmez ama inandırıcılığı destekliyorsa haberin bir unsuru olarak kalmaya

devam edecek.

Haber Spikeri Denek 8

8-Yeni dönemde kullanılmaya başlanan grafik uygulamaları, 3 boyutlu animasyon vb. dijital etkenlerin haber sunumundaki inandırıcılığı nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz? Sizce izleyicilerin gözünde yan etkenler haber sunumunun/spikerliğin önüne geçmiş midir yoksa retorik halen önemli bir unsur mudur?

Açıkçası ben biraz eski kafalıyım. Eğitimlerimde de ille tahta ve kalem elimde olsun isterim. Ama diğer yandan izleyicinin temsil sistemlerine hitap etmenin önemini biliyorum. Hem göze hem kulağa. Sunum tekniklerinde de aynı şey geçerli değil midir? Son dönemde grafik uygulamaların zaman zaman belli ölçüde sunumun önüne geçtiğini farkediyorum. Sebebi bu olmamakla birlikte bu biraz, düğün salonlarında sesi sonuna kadar yükleyip müzik icrasındaki falsoları kapatmak gibi bir şey. Zira spikerliğin meslek olmaktan çıktığı, gerçekten herkesin yapabilir hale geldiği bir uğraş olduğu malum. Şartlar gereği bu çok da yadırgatıcı değil aslında. Bu kadar geniş bir kanal yelpazesi içinde talep arttıkça, kalite beklentisinin de düşmesiyle kalifiye eleman temini kolay iş değil. Hele ki mevcut ücret politikalarıyla.

Sonuç olarak bunun bir oranı olmalı diye düşünüyorum. Yine geçmişten bir örnek vereyim. Kanal6 sabah haberlerinde gazete okumaya başladığımızda bir aktüel kamera genele yakalanmadan omzum üzerinden gazete sayfasındaki okumakta olduğum bölgeye zoom yapardı. Bu yöntem bizlere hareket serbestisi kazandırır, o anda akla gelen ilaveler ya da bağlantı cümleleriyle akıcı bir ahenk içinde sayfadaki haberler arasında geçiş yapma imkânı olurdu.

ATV Haber Merkezi'ne geçtiğimde ısrarla okunacak haberlerin seçiminin yayından önce yapılıp kameraya kaydedilmesi konusunu dayattılar. Çok rahatsız edici bir durumdu. Sonunda şöyle bir ortak yol bulundu. Stüdyonun bir köşesine geniş bir tahta kondu. İki takım alınan gazetelerin bir takımı benim elimde diğer takım sayfa sayfa çift taraflı bantlarla tahtaya yapışık. Ben filanca gazeteyi okurken kamera önce sayfanın genelini görüyor ardından benim okuduğum habere giriyor. Ortak bir yol bulunmuştu ama bana hiç o eski zevki vermedi.

Haberci Denek 9

8- Yeni dönemde kullanılmaya başlanan grafik uygulamaları, 3 boyutlu animasyon vb. dijital etkenlerin haber sunumundaki inandırıcılığı nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz? Sizce izleyicilerin gözünde yan etkenler haber

sunumunun/spikerliğin önüne geçmiş midir yoksa retorik halen önemli bir unsurdur?

Haberin anlatımına katkısı olduğunu düşünüyorum. Ama spikerin önüne geçmez.

Haber Spikeri Denek 10

8- Yeni dönemde kullanılmaya başlanılan grafik uygulamaları, 3 boyutlu animasyon vb. dijital etkenlerin haber sunumundaki inandırıcılığı nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz? Sizce izleyicilerin gözünde yan etkenler haber sunumunun/spikerliğin önüne geçmiş midir yoksa retorik halen önemli bir unsurdur?

Gelişen teknolojiyle birlikte teknoloji kullanımı kaçınılmazdır. Televizyon haberciliğinde de bir takım teknolojik gelişmelerden yararlanılmaktadır. Yeni dönemde kullanılmaya başlanan grafik uygulamaları, 3 boyutlu animasyon vb. dijital etkenler, haberin anlatımına katkıda bulunsa da haber sunumunun/spikerliğin önüne geçemez. Grafik uygulamalar ve teknolojik imkânların kullanılması günümüzde kaçınılmaz olmasına rağmen haber sunumunda retorik her zaman daha önemlidir. Haber spikeri dijital etkenler olmadan, haber görüntüsü üzerine, hatta haber görüntüsü kısıtlı olsa bile haberi aktaracaktır.

Haber Spikeri Denek 11

8-Yeni dönemde kullanılmaya başlanılan grafik uygulamaları, 3 boyutlu animasyon vb. dijital etkenlerin haber sunumundaki inandırıcılığı nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz? Sizce izleyicilerin gözünde yan etkenler haber sunumunun/spikerliğin önüne geçmiş midir yoksa retorik halen önemli bir unsurdur?

Kararında kullanılan bu tür uygulamalar ve teknikler güzel ve iş görüyor. Ama bazı kanalların abartılı uygulamaları inandırıcılıktan uzaklaştırdığı gibi haberin özünü de bozuyor. Kararında dengesinde olan bu tür uygulamalar spikerin/sunucunun elini güçlendiriyor bence. Kendi adıma sevdiğimi söyleyebilirim ama fazlası her şeyde olduğu gibi bu konuda da zarar maalesef. Söz söyleme sanatı birikim gerektirir. Çok okuyacak, çok dinleyecek, çok çalışacaksınız. Unutkan olmayacak önemli hadiseleri daima zihninizde taşıyacaksınız ki geçmiş ile bugünü kıyaslayabilesiniz. Ola ki haber olan bir olayı yorumlamak durumunda kalırsanız, geçmiş size çok büyük kolaylıklar sunarken, okumaktan, dinlemekten kaynaklı birikimleriniz-kelime dağarcığınız rehberiniz olacaktır. Bakın lugatta 150 bin kelimemiz var aşağı yukarı. Biz ana dilimiz olmasına

rağmen bu kelimelerin ancak 3 bin 5 bin tanesine vakıfız. Günlük konuşmada kaç kelime ile konuşuyoruz sizce? Sadece 150-300. Ne kadar acı değil mi?

Haber Spikeri Denek 12

8-Yeni dönemde kullanılmaya başlanılan grafik uygulamaları, 3 boyutlu animasyon vb. dijital etkenlerin haber sunumundaki inandırıcılığı nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz? Sizce izleyicilerin gözünde yan etkenler haber sunumunun/spikerliğin önüne geçmiş midir yoksa retorik halen önemli bir unsur mudur?

Bu sorunuz da çok güzel. Yeni dönemde birçok grafik kullanılıyor. İşte dediğimiz gibi canlı yayında stüdyonun içerisine tanklar, toplar bile girebiliyor ki ben de zamanında böyle bir 3 boyutlu algıyla karşılaştım. Afrin Harekâtı'nda kahraman Denek 12'çimize destek vermek amacıyla kahraman Denek 12'çimizin Afrin'e giriş anını o 3 boyutlu olarak televizyonda haber sunarken ekranlarda içeriye soktuk; 3 boyutlu grafik animasyonla birlikte. Kimilerine göre bu çok önemli bir durumdu kimilerine göre haber spikerinin algısının kaymasını sağlayan bir durumdu. Çok eleştirildi bu durum. Ama ben de bunu bizzat yaşamış biriyim. 3 boyutlu animasyon noktasında abartılmaması kaidesiyle 3 boyutlu animasyonlar, grafikler kullanılabilir.

Yeni dönemde grafik uygulamalara bir hayli önem veriyoruz; özellikle yeni nesil medyayı konuştuğumuz şu günlerde. Grafik tasarımlar çok önemli bir hale geldi ki eski döneme baktığımız zaman tabii ki grafik tasarımlarla çok fazla ilgilenilmeyen bir bölüm vardı artık haber merkezlerinin grafik tanıtım departmanları var ve bu grafik tanıtım departmanları içerisinde grafik tanıtım şefi ve artı 4-5 kişi daha çalışıyor. Bunlar sadece televizyon kanalının ID'lerini, KJ bantlarını, rutin tanıtımlarının yapılmasını ve grafik olarak; animasyon olarak bütün her şeyini üstlenen bir birim haline geldiler.

Özellikle televizyon sektöründe, buna entertainment kanalları da sayabilirsiniz. Tabii yerel ve bölgesel televizyonlar grafik animasyona çok fazla önem vermiyorlar onu da bu anlamda söylemek gerekiyor. Ama tematik kanallarda özellikle haber kanallarında grafik servislerinin önemli bir yeri var. Televizyonlarda dönen tanıtımlardan, televizyon içerisinde izlediğiniz KJ bantlarından, reklam olaylarından ve geçişlerde kullanılan tüm efektleri grafik servisi yapıyor ve grafik uygulamaları ve 3 boyutlu animasyonlar, haber sunumlarına ciddi anlamda bir dinamizm getirmiş durumda. Örneğin bir haberin içerisinde eğer o kişinin sesi yoksa bir grafik animasyonuna getirip başka birine perfore olarak seslendirtebiliyorsunuz. Dolayısıyla grafik animasyonlar çok önemli. İzleyicilerin gözünde de farklılık açısından bir renk katıyor. Örneğin uluslararası anlamda yapılan

haber kanallarında da grafik animasyonların ne denli önemli olduğunu görebilirsiniz. Artık yeni nesil haberciliği konuştuğumuz günlerde örneğin bir harekâttan bahsediyorsak tanklar toplar bile stüdyoya girebiliyorlar. Bu Türk televizyonculuğunun geldiği boyutu gösteriyor.

Sunumun/Spikerliğin önüne geçebiliyor mu bazen grafik animasyonlar? Evet geçebiliyor ama çok fazla abartılmadan doğru düzgün ve sade bir altyapıyla grafik animasyonların kullanılmasını yeterli buluyorum, doğru da buluyorum.

Haber Spikeri Denek 13

8-Yeni dönemde kullanılmaya başlanılan grafik uygulamaları, 3 boyutlu animasyon vb. dijital etkenlerin haber sunumundaki inandırıcılığı nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz? Sizce izleyicilerin gözünde yan etkenler haber sunumunun/spikerliğin önüne geçmiş midir yoksa retorik halen önemli bir unsur mudur?

Retorik elbette önemlidir ve bunu önce spiker bilmelidir. Yan unsurlar spikerin önüne geçmemelidir.

ÖZGEÇMİŞ

Seyhan KARAMAN

KİŞİSEL BİLGİLER:

Telefon : 0532 376 78 33
e-posta : seyhan.karaman@uskudar.edu.tr
Doğum Tarihi : 01.01.1974

EĞİTİM:

2017 – 2019 Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Medya ve Kültürel Çalışmalar (Tezli)
2017 – 2015 Anadolu Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Uluslararası İlişkiler
1993 – 1991 Trakya Üniversitesi, Kırklareli Meslek Yüksekokulu, İşletme
1990 – 1987 Kadıköy Ticaret Lisesi, Bankacılık

İŞ DENEYİMİ:

12.2014 – Üsküdar Üniversitesi, Kurumsal İletişim Birimi, İçerik Editörü
02.2016 – Üsküdar Üniversitesi, Sürekli Eğitim Merkezi, Diksiyon Eğitmeni
2012 – 2013 Işık Üniversitesi, Basın Halkla İlişkiler Müdürü
2011 – 2011 Maltepe Üniversitesi, Basın ve Halkla İlişkiler Daire Başkanı
2011 – 2011 Kastamonu Televizyonu, Program Yapımcısı, Sunucu, Haber Spikeri
2009 – 2010 Ak'la Kara Prodüksiyon, Seslendirme
2004 – 2005 Marmara Eğitim Kurumları, Basın ve Halkla İlişkiler Koordinatörü
2003 – 2004 Marmara Televizyonu ve Radyo Marmara, Haber Spikeri, Program Sunucusu
1998 – 2001 Pamukbank Dialog Direkt Bankacılık Merkezi, Müşteri Temsilcisi
1996 – 1997 Eta Ltd. Şti., Muhasebe Müdürü
1995 – 1996 Süper Minimak Asansörleri, Muhasebe Şefi

1994 – 1995	Bey İnşaat Ltd. Şti. , Muhasebe Sorumlusu
1993 – 1994	Emre Tavuk Ltd. Şti. , Muhasebe Elemanı
1993	Kanal 39 – Kırklareli Belediyesi Televizyonu , Haber Spikeri
1993	Gözde FM , Program Yapımcısı, Sunucu

YABANCI DİL:

İngilizce

ALINAN SERTİFİKALAR:

Diksiyon

- Emin Baykırık ve Murat Atıl
- Mesut Mertcan

Pamukbank Bireysel Bankacılık Eğitimleri

- Etkili Konuşma ve Prezantasyon
- Telefonda Davranış
- Bireysel Bankacılık
- Hisse Senedi
- Ekran Eğitimleri

Maltepe Üniversitesi

- Etkili Konuşma