

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANA BİLİM DALI
GAZETECİLİK BİLİM DALI

**TÜRKİYE’DE ARKEOLOJİ HABERCİLİĞİ: NORMATİF VE
PRATİK ÜZERİNE BETİMSSEL BİR ARAŞTIRMA**

Sabah MAHJOUB

DOKTORA TEZİ

Danışman
Prof. Dr. Ahmet Yalçın KAYA

Konya- 2023

ÖNSÖZ

“Türkiye’de Arkeoloji Haberciliği: Normatif ve Pratik Üzerine Betimsel Bir Araştırma” başlıklı bu tez çalışması dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, haber kavramsallaştırması ve konuyla ilgili literatür üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde Arkeoloji kavramı ve bilim olarak gelişimine yer verilmiştir, Üçüncü bölümde arkeoloji iletişimi ve arkeoloji haberciliği konularındaki temel yaklaşımlara yer verilmiştir. Dördüncü bölümde ise, Türkiye’de Arkeoloji Haberciliği Normatif ve Pratik üzerine arkeoloji haberlerinin içerik analizi ve görüşmeleri yapılarak sonuçlara ulaşılmıştır. Tezin her aşamasında desteğini esirgemeyen, bilgi ve deneyimlerini paylaştan, en iyisini oluşturmak için motivasyonumu artıran değerli danışman hocam Prof. Dr. Ahmet Yalçın Kaya’ya teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca doktora tezi savunma jürisinde yer alan ve düşünceleriyle tezin son hâlini şekillendiren, eserlerinden çok şey öğrendiğim Prof. Dr. Meral Serarslan’a ve Prof. Dr. Şükrü Balcı’ya teşekkürlerimi sunarım. Tezime verdiği katkılardan dolayı Prof. Dr. Zeynep Erdem’e, Prof. Dr. Hüseyin Murat’a, Prof. Dr. Filiz Yenişehirlioğlu’na, Sayın Ömer Erbil’e, Prof. Dr. Ertekin Mustafa’ya, Doç. Dr. Kenan Eren’e, Doç. Dr. Nuri Paşa Özer’e, Doç. Dr. Ahmet Tarık Türkmanoğlu’a, Dr. Zafer Korkmaz’a ve Dr. Buğra Ateş’e ve çalışmanın Türkçesini düzenleme ’de çabalarını eksik etmeyen kıymetli arkadaşım Celal Görgeç’e teşekkürlerimi iletmek isterim.

Hiçbir zaman benden desteğini esirgemeyen ve hakkını ödeyemeyeceğim annem Amira’ya sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum. Sudan’da kıymetli hocam Prof. Ali Osman Mohammad ‘ya ve bana destek veren kıymetli arkadaşım Mirghni Abbashar Osman’ya teşekkürlerimi bir borç bilirim. Ayrıca, Tüm aileme ve gurbet yolculuğumda hep yanımda olan Mai, Yasir, Nusiba’ya ve diğer arkadaşlarıma da teşekkürlerimi bir borç bilirim.



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	Adı Soyadı	SABAH MAHJOUB
	Numarası	164122001002
	Ana Bilim Dalı / Bilim Dalı	GAZETECİLİK / GAZETECİLİK
	Programı	DOKTORA
	Tez Danışmanı	PROF. DR. AHMET YALÇIN KAYA
	Tezin Adı	TÜRKİYE'DE ARKEOLOJİ HABERCİLİĞİ: NORMATİF VE PRATİK ÜZERİNE BETİMSSEL BİR ARAŞTIRMA

ÖZET

Kimlik, kültür ve kültürel miras, insanlık tarihinin başından beri var olan ve son derece önemli, değerli ve işlevsel olan kavramlardır. Bu olgular, insanlığın varlığını sürdürmesinde ve gelecekte de kullanarak ilerlemesinde büyük bir rol oynamaktadır. Kitle iletişim araçları teknolojisi ve içerikleri, kimliklerin ve kültürlerin gelişiminde önemli bir etkiye sahiptir. Ancak, özellikle haber gibi önemli bir içerikte bu rol, zaman zaman olumlu zaman zaman da olumsuz olabilmektedir. Son çeyrek asırda kitle iletişim araçları, giderek artan bir şekilde kamu kültürünü şekillendirmektedir. Birçok insan için medya, bilimsel konulardaki tek kaynaktır. Bununla birlikte, bazı arkeologların medyaya yaklaşması, yanlış bir varsayıma dayanmaktadır. Ancak artan medya ilgisi, mutlaka aynı oranda konuya olan kamu ilgisini artırmaz ve otomatik olarak konunun daha fazla kabul edilmesini sağlamaz. Artan bilgi, izleyicinin aslında daha eleştirel olduğu anlamına gelmektedir. Bu çalışmada, Türkiye’de arkeoloji haberciliği normatif ve pratik betimsel bir araştırma olarak tartışılmasının ardından, gazetelerin internet sitelerinde yayımlanan arkeoloji haberlerinin içerik ve sunumunda meydana gelen değişimler içerik çözümlemesi yöntemiyle tespit edilmiştir.

Bu çalışma kapsamında, 2022 yılı boyunca Ocak-Aralık ayları arasında Hürriyet, Sözcü ve Sabah gazetelerinin internet sitelerinde yayınlanan arkeoloji haberleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Yapılan analizler sonucunda, 742 haberin yayımlandığı tespit edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, haberlerin sunum biçimi bilgilendirici olmaktan uzaktır. Haberlerde buluntuların topluma faydası ve keşfin önemi gibi konuların yetersiz bir şekilde anlatıldığı gözlemlenmiştir. Gazetelerin hâlâ daha çekici bulunan başlıkları tercih ettiği ve bu başlıkların genellikle buluntunun yaşı ve dikkat çekici özelliği üzerine odaklandığı belirlenmiştir. Bu durum, gazetecilikte devam eden eski bir hastalık olarak tanımlanmakta ve haberlerin etkileyici bir şekilde sunulmasına odaklanmaktadır. Örneğin, “5000 yıllık heykel bulundu” gibi bir başlık, okuyucuların ilgisini daha çok çekmektedir. Ancak, bu tür başlıklar, buluntunun toplum için taşıdığı değerleri ve keşfin önemini yeterince aktaramaz. Haberlerin sunumunda, buluntuların topluma faydaları, tarihsel ve kültürel önemi gibi unsurların daha iyi bir şekilde vurgulanması gerekmektedir. Haberlerde kullanılan dilin, okuyucunun anlayabileceği bir şekilde bilgilendirici olması önemlidir. Bu şekilde, toplumun arkeolojik keşiflere ve kültürel mirasa olan ilgisi artırılabilir.

Bu çalışmada verilerin analizi sonucunda, arkeolojik haberlerde kullanılan görsellerin ana temaları belirlenmiştir. Analize göre, görsellerin %30,6’sında buluntunun maddi değeri, %14,8’inde arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme, %0,7’sinde kültürel varlıkların korunması için öneriler ve %3,6’sında ziyaretçilere yönelik öneriler yer almaktadır. Görsellerde en çok yer verilen kişiler ise %15,5 ile kazı yerini temsil eden kişiler ve %12,3 ile kazı başkanı veya başkan yardımcısıdır. Ayrıca, tespit edilen haberler arasında %0,04’ün altında polis tarafından yakalanan arkeolojik eserler yer alırken %0,01’in altında hiçbir görselin yer almadığı görülmüştür. Bu verilere dayanarak, Türk toplumunun görsel hafızasının güçlü olduğu ve haberlerin görsellerin altında özet bir şekilde yazılması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Batı’da yazı daha çok ön plana çıkarken Türkiye’de görsellerin daha fazla dikkat çektiği ve okunduğu belirtilmektedir. Bu nedenle, arkeoloji yazarlarının görsellerin altına haberleri özetleyici bir şekilde yazmaları önemlidir. Çünkü Türk toplumu görsel mesajları daha kolay anlamlandırma eğilimindedir. Bu şekilde, arkeoloji haberlerinin etkileyciliği ve anlaşılabilirliği artırılabilir ve toplumun arkeolojik keşiflere olan ilgisi güçlendirilebilir.

Anahtar Kelimeler: Arkeoloji haberleri, Haber, İçerik çözümlemesi.



T.R.
SELÇUK UNIVERSITY
Directorate of Social Sciences Institute



Student' s	Name & Surname	SABAH MAHJOUB		
	Number	164122001002		
	Department	JOURNALISM		
	Program	DOCTORATE (PHD)		
	Thesis Advisor	PROF. DR. AHMET YALÇIN KAYA		
	English Title of the Thesis	ARCHEOLOGY JOURNALISM IN TURKEY: A DESCRIPTIVE RESEARCH ON NORMATIVE AND PRACTICE		

ABSTRACT

Identity, culture, and cultural heritage, which have existed since the beginning of human history, are extremely important, valuable and functional. Humanity has continued its existence by using these phenomena, not only up to the present day but also in the future. Mass media play an extremely important role in the development of identities and cultures with technology and content. This role, especially with significant content like news, can have both positive and negative impact. Archaeological finds that the history expresses the identity and culture, and form the cultural heritage in the next stage in a context, it is important to examine the relationship between archaeological news and how to create a solid edification of cultural heritage or cultural asset. In the last quarter century, mass media has increasingly been shaping public culture. For many people, the media is the only source for scientific issues. However, the approach of some archaeologists to the media is based on a false assumption. However, increased media attention does not necessarily increase public interest in the topic at the same rate and does not automatically lead to greater acceptance of the topic. Increased knowledge means that the audience is actually more critical.

This study utilizes content analysis to examine the changes in the content and presentation of archaeological news on newspaper websites, following a theoretical discussion on the theory of archaeological news intake and the criteria to be followed, the analysis aims to determine how these changes have occurred.

To investigate this relationship, a content analysis was conducted on archaeological news published on the websites of three Turkish newspapers (Hürriyet, Sözcü, and Sabah) throughout December 2022 and January 2023. As a result of the analyses, it was found that 742 news articles were published. The findings indicate that the presentation format of the news often lacks informative and educational element.

It has been observed that there are inadequacies in explaining issues such as the benefits of finds to society and the importance of discovery in the new. It has been determined that newspapers still prefer headlines that are found to be more attractive, and these headlines usually focus on the age and remarkable feature of the find. This condition, which is defined as an old disease that persists in journalism, brings to the fore the impressive presentation of new for example, a title such as “5000-year-old sculpture found” attracts the attention of readers more. However, such titles do not adequately convey the values that the find carries for society and the importance of the discovery. In the presentation of news, it is necessary to emphasize elements such as the benefits of finds to society, historical and cultural significance in a better way. It is important that the language used in the news is informative; this a way that the reader can understand. In this way, society's interest in archaeological discoveries and cultural heritage can be.

As a result of the analysis of the data, the main themes of the images used in archaeological news were determined. According to this analysis, 30.6% of the images contain the material value of the find, 14.8% contain information about the archaeological discovery, 0.7% contain suggestions for the protection of cultural assets, and 3.6% contain suggestions for visitor. The people who are featured the most in the images are the people representing the excavation site with 15.5% and the excavation chairman or vice chairman with 12.3%. On the other hand, it was also determined that there were archaeological artifacts captured by the police below 0.04% and news reports that did not contain any images below 0.01%. Based on these data, it turns out that the visual memory of Turkish society is strong, and it should be written

in a summarizing way along with the visuals under the new While writing comes to the fore more in the West, it is stated that visuals attract more attention and are read in Turkey. For this reason, it is important for archaeological writers to summarize the news under the images, because Turkish society tends to make sense of visual messages more easily.

Keywords: Archaeology News, News, Content analysis.



İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	II
ÖZET	III
ABSTRACT.....	V
KISALTMALAR LİSTESİ	XI
TABLolar LİSTESİ.....	XII
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

HABER KAVRAMSALLAŞTIRMASI

1.1. Haberin Tanımı	5
1.2. Haber Türleri.....	9
1.3. Haber Değeri ve Unsurları	12
1.4. Haberin İşlevleri	20
1.5. Haber Kuramları	21
1.5.1. Ekonomi Politik Yaklaşım	22
1.5.2. Eleştirel Ekonomik Politik Yaklaşımı	22
1.5.3. Araçsal Yaklaşım.....	24
1.5.4. Kültürel Yaklaşım.....	25
1.5.5. Sosyolojik Yaklaşım	26
1.5.6. Liberal Yaklaşım.....	28
1.6. Haber Üretim Süreci	28
1.6.1. Haber Konularının Seçiminde Nesnellik	30
1.6.2. Haber Yazımında Tarafsızlık	31
1.6.3. Haberler ve İdeolojik Değerler	33
1.6.4. Haber Çerçevesi	36
1.6.4.1. Sorumluluk Çerçevesi	37
1.6.4.2. Çatışma Çerçevesi.....	37
1.6.4.3. İnsanî İlgi Çerçevesi.....	38
1.6.4.4. Ahlakilik Çerçevesi.....	38
1.6.4.5. Ekonomik Sonuçlar Çerçevesi.....	38

İKİNCİ BÖLÜM

BİR KAVRAM VE BİLİM OLARAK ARKEOLOJİ ve GELİŞİMİ

2.1. Arkeoloji Kavramı ve Arkeoloji Bilimi	41
2.2. Dünyada ve Türkiye’de Arkeoloji Gelişimi	50

2.3.1. Dünyada Arkeoloji Gelişimi	51
2.3.2. Türkiye’de Arkeolojinin Gelişimi	57

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARKEOLOJİ İLETİŞİMİ VE ARKEOLOJİ HABERCİLİĞİ ÜZERİNE TEMEL YAKLAŞIMLAR

3.1. Arkeoloji Haberciliği	63
3.2. Türkiye Arkeoloji yayıncılığı ve Haberciliğinin Kısa Tarihi	65
3.3. Arkeoloji Haberlerinin Üretim Süreci	68
3.4. Arkeoloji Habercilerinin Nitelik ve Sorumlulukları	71
3.5. Arkeoloji Haberciliğindeki Sorunlar ve Etik Çıkarımlar	83
3.6. Arkeoloji Haberciliğinde Dikkat Edilmesi Gereken Unsurlar	88

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARKEOLOJİ HABERLERİNİN İÇERİK ANALİZİ

4.1. Araştırmanın Konusu	93
4.2. Amaç	94
4.3. Önem	94
4.4. Varsayımlar (Sayıtlar)	95
4.5. Araştırma Soruları	95
4.6. Sınırlılıklar	96
4.7. Tanımlar	96
4.8. Yöntem	96
4.9. Verilerin Elde Edilmesi	98
4.10. Bulgular ve Yorumlar	102
4.10.1. Haberin Yer Aldığı Gazete	102
4.10.2. Haber Başlığının Biçimi	102
4.10.3. Haber Başlığının Üslubu	103
4.10.4. Haber Başlıklarının Konuya Göre Dağılımı	108
4.10.5. Haberde Kullanılan Kaynaklar	113
4.10.6. Haberde Görsel Kullanımı	115
4.10.6.1. Haberde Yer Alan Görselin Ana Teması	116
4.10.6.2. Haber Görselinin İçeriği	118
4.10.7. Haber Metninin İçeriği	120
4.10.7.1. Haber Metninin İçeriğinde İkna Edici Yöntemler Kullanımı	125
4.10.7.2. Haber Metninin İçeriğindeki Etkili Karakterler	129
4.10.7.3. Metnin İçeriğinde En Sık Kullanılan İfadeler	133

4.10.7.4. Arkeoloji Haberlerinin Bilinçle İlişkisi	138
4.10.7.5. Arkeoloji Haberlerinde Bilinç İnşasına Katkı	140
4.10.7.6. Haber Metninde Yanlış Bilinç İnşa Eden Temalar	142
4.11. Yapılandırılmış Görüşmeden Elde Edilen Bulgular	144
SONUÇ.....	158
KAYNAKÇA.....	163
EK-1: KODLAMA CETVELİ.....	169
EK- 2: GÖRÜŞME SORULARI	175



KISALTMALAR LİSTESİ

AA	: Anadolu Ajansı
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
Akt.	: Aktaran
Çev.	: Çeviren(ler)
Ed.	: Editör (ler)
KİA	: Kitle İletişim Araçları
M.Ö.	: Milattan Önce
M.S.	: Milattan Sonra
NTV	: Nergis Televizyonu
PR	: Halkla İlişkiler
TAG	: Teorik Arkeoloji Grubu
TMMOB	: Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
vb.	: ve benzeri

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Çalışma Evreninin Genel Dökümü	98
Tablo 2: Gazetenin Adı	102
Tablo 3: Haber Başlığının Biçimi	103
Tablo 4: Gazete Adı ve Haber Başlığının Biçimi Çapraz Tablosu.....	103
Tablo 5: Haber Başlığının Üslubu	104
Tablo 6: Haber Başlığının Üslubu ve Gazetenin Adı Çapraz Tablosu.....	105
Tablo 7: Haber Başlığının Üslubu ve Metnin İçeriğinin Konusu Çapraz Tablosu ..	106
Tablo 8: Haber Başlıkların Konuya Göre Dağılımı	109
Tablo 9: Haber Başlıkların Konusu ve Gazete Adı Çapraz Tablosu	111
Tablo 10: Haberde Kullanılan Kaynaklar	114
Tablo 11: Haberde Görsel Kullanımı	116
Tablo 12: Haberde Yer Alan Görselin Ana Teması	117
Tablo 13: Haber Görselinin İçeriği	119
Tablo 14: Haber Metninin İçeriğinde İşlenen Tema	121
Tablo 15: Haber Metninin İçeriğinin Konusu Gazete Adı Çapraz Tablosu	123
Tablo 16: Metin İçeriğinde Kullanılan İkna Edici Yöntemler	125
Tablo 17: Haber Metninin İçeriğinin Konusu ve Kullanılan İkna Edici Yöntemler Çapraz Tablosu.....	127
Tablo 18: Haber Metninin İçeriğindeki Etkili Karakterler	129
Tablo 19: Haber Metninin İçeriğinin Konusu ve Metnin İçeriğindeki Etkili Karakter Çapraz Tablosu.....	131
Tablo 20: Metnin İçeriğinde En Sık Kullanılan İfadeler	134
Tablo 21: Haber Metninin İçeriğinde En Sık Kullanılan İfadeler ve Gazete Adı Çapraz Tablosu.....	137
Tablo 22: Haber Metninde Bulunan Bilinç Türü	138
Tablo 23: Haber Metninde Bulunan Bilinç Türü ve Gazete Adı Çapraz Tablosu....	139
Tablo 24: Arkeoloji Haberlerinde Bilinç İnşasına Katkı.....	140
Tablo 25: Arkeoloji Haberlerinde Bilinç İnşasına Katkı ve Gazete Adı Çapraz Tablosu	141
Tablo 26: Haber Metninde Kültür Endüstrisi ve Yanlış Bilinç İnşası Teması	143
Tablo 27: “Sizce medyada yeterince arkeoloji haberi yer alıyor mu?” sorusuna ilişkin katılımcı görüşleri	145
Tablo 28: “Arkeoloji haberlerinin sunumunu nasıl değerlendiriyorsunuz? Yani sayfada yer aldığı konumu, büyüklüğü, görselleştirilmesi yeterli midir?” sorusuna ilişkin katılımcı görüşleri	146
Tablo 29: “Genel olarak bakıldığında arkeoloji konulu haberlerin en büyük sorunları nelerdir?” sorusuna ilişkin katılımcı görüşleri.....	147
Tablo 30: “Bugüne değin herhangi bir haberci sizden arkeoloji konulu bir haber için yardım istedi mi?” sorusuna ilişkin katılımcı görüşleri	150
Tablo 31: “Genel olarak bakıldığında Arkeoloji haberlerinde, baş vurulan uzmanın görüşü doğru yansıtılıyor mu?” sorusuna ilişkin katılımcı görüşleri.....	151

Tablo 32: “Arkeoloji haberi yazacak olan bir habercinin hangi nitelikleri taşıması gerekir?” sorusuna ilişkin katılımcı görüşler	153
Tablo 33: “Arkeoloji haberlerinde dikkat edilmesi gereken unsurlar nedir? İdeal bir arkeoloji haberi nasıl olmalıdır?” sorusuna ilişkin katılımcı görüşleri	156



GİRİŞ

İnsanoğlu gelişkin beyin yapısı sayesinde doğada canlı kalarak bir kültür yaratabilir. Kültür ise bir toplumda yaşamını sürdüren insanların öğrendiklerinin hepsini ve paylaştıklarını kapsayan bir kavramdır. Davranışsal bilimlerinin inceleme alanlarının neredeyse tamamı, kültür tarafından şekillendirilir. Zamanla kültürün ortaya çıkardığı kurallar bizim bir parçamız hâline gelir. Kültür, insanların kullandıkları dil yardımıyla yayılır ve kişiler arasındaki etkileşimler sonucu doğarak gelişir. Her topluluğun birbirinden farklı düşünce, inanış ve değer sistemleri vardır. Her fikir yapısı, doğduğu kültür içinde önemlidir ve geçerlidir. Kültürün bir başka niteliği ise öğrenilen davranışlardan meydana gelmesidir. Her toplumun kültürü, somut (maddî) ve soyut (manevî) olarak iki temel unsurdan oluşur (Özkalp, 1993, 79). Kültür kavramının sosyolojiyle ilgisi ve sorunları, kültür kavramının ilk elden açık bir şekilde tanımlanmasında bir güçlük olarak görülebilir. Olağanüstü bir karmaşıklığa sahip olan bu kavramın tarihi ve kullanımı Williams'ın çalışmalarında da ele alınmıştır (Williams, 1993, 8).

Hegel'in felsefî anlayışından bu yana, insan bilincinin her zaman aynı kalmadığı, yavaş yavaş geliştiği bilinmektedir. İnsan olmak, diğerlerinden farklı, eşsiz bir kişiliğe sahip olmak anlamına gelse de insanlık tarihinin birikmiş bilgisi, kişinin evrendeki benlik algısının, yaştan yaşa belirli kalıplarla geliştiğini göstermektedir. Sözlü kültürden yazıya geçiş üzerine yapılan modern araştırmalar ve daha sonrasında basım ve elektronik sözleşirme süreci bu gelişmenin birçok açıdan yazmaya bağlı olduğunu göstermektedir (Walter, 2014, 208).

Tarihsel süreç boyunca birey kendi yaşamını çevreleyen toplumsal yapıdan giderek uzaklaştıkça ve kendi iç dünyasına baktıkça, bilincin evrimi ortaya çıkmıştır. Öz-bilinçli olmak, insanlığın vazgeçilmez bir unsurudur. Bununla birlikte dili incelemek ve araştırmaya dökmek sadece zamanla gelişir. Kısa vadeli ilerleme, bunun nasıl geliştiğini ve Euripides trajedilerinin Aiskhylos trajedilerinden¹ daha az sosyal beklentiler içerdiğini ve bunların vicdan krizleri olduğunu göstermektedir. Uzun vadedeki diğer gelişmeler, felsefî ilginin aynı şekilde geldiğini göstermektedir. Erich

¹ Euripides trajedilerinin Aiskhylos,(Eshilos-yunanca,Aiskhyols) Euripides, Eski Yunan trajedi yazarıdır .

Neuman “Bilincin Kaynakları ve Tarihçesi” adlı eserinde bilinç aşamalarının bilinçli, farklı ve son derece kişisel bir içselleştirmeye doğru nasıl ilerlediğini göstermiştir.

Kişinin toplumsal yapılarda bilincinin kaybolmadığı görülmekle beraber yüksek derecede içselleşmiş bilinç aşamalarının, yazı icat edilmemiş olsaydı insan bilincinin pek kolay erişemeyeceği aşamalar olduğu anlaşılmaktadır. Bütün insanların doğumla birlikte dahil olduğu sözlü kültür ve toplumların sonradan edindiği yazı teknolojisi arasındaki karşılıklı etkileşim bilincimizi de derinden etkilemekte ve değiştirmektedir.

İnsanın toplumsal varlığı ve geçmişi açısından bilinci açık bir dille öncelikli olarak ortaya çıkaran, özneyi yüklemiden ayırarak bu ikisini birbirine bağlayan bir toplulukta insanları birbirine bağlayan şeyin sözlü kelime olduğu düşünülür. Yazı beraberinde bölünme ve yabancılaşma olgularını getirirse de daha gelişkin bir birliktelik de sağlamaktadır. Yazı insanın benlik duygusunu pekiştirmekle birlikte kişiler arasında daha bilinçli bir bağlantı kurar. Yazının bilinç düzeyini artırdığı söylenebilir (Ong, 2014, 209).

Sözlü ve yazılı kültür etkileşimi, insanlığın en önemli sorunları ve amaçları arasında yer almaktadır. İnsanlık tarihindeki bütün dinî geleneklerin uzak kökenleri sözlü geçmişte yatar. Hepsinin de söylenen sözcüklere büyük değer verdiği görülmüştür (Ong, 2014, 210). Dolayısıyla bilinci geliştirmek için olguların yazılı olmaktan daha çok sözlü olması gerekir.

Kültürün oluşturucusu ve taşıyıcısı olan iletişim araçları içinde büyük bir öneme sahip olan gazeteler, bir kültür tipi olan popüler kültür kaynaklıdır. Aslında kültür kavramını “hem düşünsel yeniden üretim yani “tinsel dünya” hem de maddi yeniden üretim alanlarının tarihsel olarak ayırt edilebilir ve anlaşılabilir bir birlik oluşturması ölçüsünde verili bir durumdaki toplumsal yaşam bütünlüğü” olarak tanımlayan Marcuse’ye göre olumlayıcı kültür olgusu, burjuva çağı kültürünün kendi gelişim içinde zihinsel ve tinsel dünyayı, uygarlıktan bağımsız ve daha üstün bir değer alanı olarak ayırmasıyla ortaya çıkmıştır (Kejanlıoğlu, 2005, 245). Öte yandan kültür kavramı, gazetecilikle ilgili kuramların oluşturulmasında giderek daha fazla önem kazanmakta ve ulus ötesi kültüre yönelmektedir. Bir kültür kuramı olarak kültür çalışmalarında kültür ne soyut bir ideal ne de tinsel ve hayali eser olarak kavranmamaktadır. Kültür, gazetecilik çalışmaları açısından gazeteciliğin kültüre etkisi dolayısıyla önemli görülmektedir. Kültür başarımı olarak gazeteciliğin

temelinde metin yönelimli bir kültür kavramı bulunmaktadır. Kültür çalışmalarında gazeteciliğin bütün metin üretimleri, popüler kültürün anlam üretiminin temel yapı taşı olarak görülmektedir (Alver, 2011, 254).



BİRİNCİ BÖLÜM

HABER KAVRAMSALLAŞTIRMASI

Bu çalışmanın birinci bölümünde haber kavramı, haber türleri, haber değeri, haber değer etmenleri, haberin işlevleri, haber kuramları ve haber üretim süreci ele alınmaktadır. Haber adı verilen iletişim içeriğinin ne olduğu, neden var olduğu, nasıl üretildiği, ne gibi işlevleri olduğu ve etkileriyle ilgili genel bir çerçeve çizilmiştir.

1.1. Haberin Tanımı

Haber, bir kişinin bilinmeyenini tanıma ve bununla ilgili bilgi gereksinimini karşılama arzusunun bir ifadesidir. İçinde bulunduğu koşullara uyum sağlaması için doğuştan gelen bilgi gereksinimi, insanlara rehberlik eder. Daha kapsamlı bir biçimde haber, çeşitli medya tarafından sunulan doğru veya tarafsız bir açıklama veya rapor olarak tanımlanabilir. Haber, kişileri ilgilendiren bir olay, durum, fikir, sorun veya faaliyet hakkında basılı, duyulabilir veya medya aracılığıyla tüm insanlar tarafından okunur, dinlenir, izlenir ve farkındalıklarına, eğitimlerine ve eğlencelerine katkıda bulunur. Haber, modern gazeteciliğin temel taşıdır ve vazgeçilmez bir parçasıdır. Basın veya gazete, haber olmaksızın var olamaz. Haber, gazetecilikte öne çıkan bir unsur olarak yapılandırılır ve üretilir. Bir konuşma, soruşturma, rapor veya makale, ancak haber formatına dönüştürülürse topluma ulaşabilir. Bir diğer ifadeyle toplumla, bireyle ilgili ne varsa haber olursa, haber yapılırsa topluma ve bireye ulaşabilir. Başyazılar, makaleler ve haberler olmadan hiçbir gazetecilik soruşturması veya raporu meydana gelemez.

Haber, geçmiş dönemden farklı olarak artık sadece bir şehir veya bölgenin sınırları içinde değildir. Teknolojinin hızla geliştiği ve dünyanın küçüldüğü bir çağda, dünyanın herhangi bir bölgesinde meydana gelen olaylar dünya nüfusunun büyük ilgisini çekmektedir. Bir bölge, dünya nüfusunun hayatını etkileyen küresel olayların merkezinde yer alabilir. Geçen yüzyıllarda büyük olan evren, artık küçülmüştür.

Yeni iletişim teknolojilerini kullanan medyada yer alan bir gazeteci, televizyon kanallarının belirli zaman aralıklarında yayımladığı programlardan daha hızlı bir şekilde haberleri anlık olarak sunabilmektedir. Eğer bir haber önemliyse, haberin taşınması gereken nitelikler de özellikle bu noktada daha da önemli hale gelmektedir. Yeni iletişim teknolojilerini medyadaki bolluk ve haber sunma yeteneklerinin yarıştığı

bir ortamda, alıcı ve izleyici için hız faktörü oldukça kritiktir, çünkü izleyici içgüdüsel olarak anlık habere değer vermektedir. İnsanlar genellikle “yeni” olan keşifler ve bilgiler arayışındadır. Bu nedenle, özellikle bu döneme özgü olan elektronik ve dijital gazeteler halk tarafından yoğun bir şekilde tercih edilmekte ve kullanılmaktadır. Ancak tüm bu bilgi bolluğu ve bilgiyi hızla verme yarışı içinde haberlerin teyidinde dikkat edilmesi gerekir.

Bu noktadan sonra haber nedir sorusunun yanıtı aranmalıdır. İlk haber tanımları, “Olan her şey haberdur.”, “İnsanların konuştuğu şey haberdur.” ve “Okuyucunun ilgisini çeken her şey haberdur.” şeklinde yapılmıştır. Bu tanımların hareket noktası, bir diğer ifadeyle de haberin giderdiği ihtiyaç insanların yaşadıkları çevredeki olaylara duydukları merak olmuştur (Tokgöz, 2020, 218). Diğer bir tanıma göre haber; dikkat çekici özellikleri olan, yeni ve gerçekleşmiş bir olayın doğruluğunun korunarak aktarılmasıdır (Schlapp, 2000, 1). Bu tanımlamalara bakıldığında bir haberin var olabilmesi için önce haber olacak, olabilecek bir olayın meydana gelmesi gerektiği söylenebilir.

“North” (Kuzey), “East” (Doğu), “West” (Batı) ve “South” (Güney)² kelimelerinin baş harflerinden oluştuğu kabul edilerek, İngilizcede “haber” kelimesi temel olarak “her yönden gelen olaylar” olarak tanımlanır. Bu bağlamda, farklı tanımlar bulunmaktadır: “Olan her şey haberdur.”, “Daha önce bilmediğimiz bilgi haberdur.”, “İnsanların konuştukları şeyler haberdur.” ve “Haber, okuyucuların öğrenmek istediği şeydir.” (Girgin, 2013: 3).

Günümüzde haber için birçok farklı tanım bulunmaktadır. Bu tanımlardan bazıları aşağıda sıralanmıştır:

- I. “Bir etkinlik hakkında alınan veya iletilen bilgilerdir.”
- II. “Bir olayın raporudur.”
- III. “Bir fenomen hakkında elde edilen bilgidir.”
- IV. “Günün etkinliğidir.”
- V. “Gerçek bir olayın özetidir.”
- VI. “Beklenen veya beklenmeyen gelişmeler hakkında bilgidir.”

² İngilizcede haber, *news* kelimesiyle ifade edilir.

VII. “Bireylerin ilgi gösterdiği olayların hikâyesidir.”

VIII. “Dün bilmediğimiz her şey burada yer alır.”

IX. “İnsanların konuştuğu şeydir.”

X. “İnsanları ve toplumu ilgilendiren olaylardır.”

XI. “Kitle iletişim araçlarında sunulan ilginç hikâyelerdir.”

XII. “Yakın zamanda meydana gelen veya yeni meydana gelmiş bir olay hakkında okuyucular, izleyiciler veya dinleyiciler için sunulan bilgidir.” (Girgin, 2013: 3-9).

Haberler genellikle “yeni, ilginç ve gerçek” bir içerik olarak tanımlanmaktadır (Rudin ve Ibbotson, 2002, 5). Genel bir tanıma göre haber; fiili veya varsayılan eylemleri açıklamak veya neden-sonuç ilişkilerini ifade etmek için kullanılan dilin yoğunlaştırılmasıdır ve bu bağlamda bazı anlaşılır unsurları içerir. Tokgöz’e göre, haber genellikle bir olaya, fikre veya soruna dayanır. Bu unsurlar olmadan haber meydana gelmez, gelemmez. Başka bir deyişle olaylar, fikirler veya sorunlar, haberin temel malzemesini oluşturur. Bu bağlamda, olaylar, fikirler veya sorunlar, haber formatına dönüştürülmek üzere hikâye edilir veya özetlenir. Günümüzde özetleme sözlü, yazılı veya görsel medya yoluyla gerçekleştirilebilir. Özetleme süreci sırasında haber görevlisinin olayı, fikri veya sorunu nasıl yeniden yapılandığı dikkate alınması gereken önemli bir noktadır. Çünkü özetleme yapılırken haberin/haber olayının orijinal çerçevesini korumaya özen göstermek gerekir. Haber ve gerçeklik arasındaki ilişki; olayı, fikri veya sorunu özetlerken veya anlatırken göz önünde bulundurulmalıdır. Olayı orijinal bağlamına yerleştirmek ve gerçekler arasında bir ilişki kurmak bu çerçevenin bir parçasıdır (Tokgöz, 2020, 55).

Okuyucuların, izleyicilerin, dinleyicilerin, kullanıcıların yani haberin tüketicilerinin ilgisini çekmek amacıyla haberlerin konusu olan olay, fikir veya sorunun şu an yaşanmış olması önemlidir. Haber anlık bir içeriği yansıtır ve genellikle yakın geçmişe odaklanarak geleceğe dair öngörüler içerir. Bu nedenle haberler kişiden kişiye aktarılırken veya iletilirken tazeliğini, güncelliğini, yeniliğini korumalıdır. Çünkü haberlerin temelinde yer alan olay, fikir veya sorunun güncel ve geçerli olması gerekmektedir. Haberi anlamlı ve ilgi çekici hâle getirmek için, özetleme yapmak ve haberi orijinal çerçevesi içinde sunmak önemlidir. Haber tanımının karmaşıklığı

bağlamında, araştırmacıları ve gazetecileri başka bir soruya yöneltmiştir: “Bir etkinlik ne gibi özelliklere sahip olmalıdır ki haber değeri taşıyın?” Bu soruyla ilgili yapılan çalışmalar, haber tanımına yeni açılımlar getirmiştir ve “*haber değeri*” kavramı böylece ortaya çıkmıştır (Tokgöz, 2020, 137). Artık gazeteciler veya haber üreticileri haber üretirken veya kendilerine haber üretmek için bir konu, olay, fikir, sorun seçerken “haber değer etmenleri”ne sahip olanları tercih etmiştir. Çünkü bir olay, sorun, fikir veya konu ne kadar çok ve yoğun olarak haber değer etmenine sahip ise haber olma, bunun da ötesinde haber tüketicisi tarafından tercih edilme şansına sahip olmuştur.

Tüm bu sıralananlar herhangi bir olayı, sorunu, fikri veya gelişmeyi haberleştirmenin çok basit bir eylem olmadığını, bu eylem gerçekleştirilirken bir dizi kural, ilke, etik ve dolayısıyla tercihin söz konusu olduğunu göstermektedir. Van Dijk’ın da belirttiğine gibi haber üretimi ekonomik, sosyal ve kurumsal koşullardan prosedürlere kadar çeşitli faktörler veya kısıtlamalarla ilişkilidir. Bu nedenle haberlerin yapısal özellikleri de farklılık gösterebilir. Dolayısıyla haberdeki bilgileri anlamak, hatırlamak ve iletişim sürecini yeniden üretmek artık hem metinsel hem de bağlamsal (bilişsel, sosyal) özelliklerine göre incelenebilir bir hâle gelmiştir (Uçak, 2019, 11). Haberle ilgili bu bakış açısı “ayna” metaforunu kullanarak haberleri tanımlayan liberal görüşü dışlamaktadır. Liberal bakış açısına göre basın yasama, yürütme ve yargının yanı sıra dördüncü bir güç olarak kabul edilmektedir. Liberal paradigmada basın, hükûmetin yönetilenler için ne yaptığını ve yapmadığını denetleyen bir bekçi köpeği olarak görülmektedir. Bu görüşe göre gazeteciler, siyasî duruşlarını dışlamak zorundadırlar ve tarafsız bir şekilde bilgi üretmelidirler. Bu pozitivist bilim anlayışının etkilerini taşıyan görüşe göre, gazeteciler gerçekliği nesnel bir şekilde sunabilirler. Haberler dışarıda meydana gelen olayları ve gerçekleri objektif bir şekilde yansıtabilir. Bu inanç, meslekî gazetecilik standartlarını, etik kuralları ve bilgilendirme değerlerini temel alarak gerçek ve tarafsız bilgi aktarımını sağlayacak ilkeler olarak şekillenmiştir. Haber değerleri, meslek kurallarına ve etik kurallara uygun olarak yazılan haberlerin doğru, objektif, dengeli ve tarafsız olması gerektiğini vurgulamaktadır (Dolunay, 2022, 10). Kuramsal bağlamda oldukça tutarlı, yararlı ve kolay görünen bu normatif silsile uygulamada tahminlerin ötesinde sorun yaşamakta

ve soruna neden olmaktadır. Çünkü bu normatif önermelerin uygulama olanağı kimi konu, koşul, dönem ve coğrafyalarda ya sınırlı ya da hiç yoktur. Bu da önermelerin genellenebilirliğini ve dolayısıyla geçerliliğini sorgulanır kılmaktadır.

1.2. Haber Türleri

Yukarıda da belirtildiği gibi haberler tek bir konuda, türde ve tonda değildir. Haberler çok farklı kriterlere, bakış açılarına göre kategorize edilebilir. Haberler, kullanıldıkları medya türüne göre sınıflandırılabilir. Ayrıca yayımlandıkları konulara ve amaçlarına bağlı olarak da nitelikleri farklılaşabilir. Bu nedenle haberler genel olarak üç gruba ayrılırlar:

I. Genel Haberler: Bu tür haberler, konu açısından her zaman karşımıza çıkabilen haberlerdir. Günlük hayatta sıkça karşılaştığımız haberler bu kategoriye girer. Örneğin, kısa röportajlar, konuşma toplantıları (her türlü bilimsel, kültürel, sanatsal), kutlamalar (açılışlar, temel atma törenleri, yıldönümleri, üretime geçişler vb.), performanslar, yarışmalar, festivaller gibi olaylar genel haberlere örnek verilebilir. Bu tür haberler deneyim gerektirmez ve her muhabirin yazabileceği türden haberlerdir (Tokgöz, 1981, 59).

II. Basit Haberler: Bu tür haberler ölüm, hastalık, cenaze, yangın, sel, hava durumu gibi konuları içerir ve bu kategoriye girer. Basit haberler, net bir konusu olan ve kolayca yazılabilecek haberlerdir.

III. Karmaşık Haberler: Bu tür haberler, uzmanlık gerektiren konuları içerir. Bu haberlerin hazırlanması için detaylı araştırma ve çalışma gereklidir. Adli haberler, iç ve dış politika haberleri, iş dünyası ve çalışma hayatıyla ilgili gelişmeler, eğitim, bilim, araştırma haberleri, din ve felsefe konularına dair haberler karmaşık haberlere örnek olarak verilebilir. Bu tür haberlerin hazırlanması için bir muhabirin saha bilgisine ve uzmanlığa ihtiyacı vardır (Tokgöz, 1981, 60).

Bununla birlikte haberleri şu şekilde üç ana kategoriye ayırmak mümkündür:

I. Eylem Haberleri: Bu tür haberlerde eyleme dair daha fazla bilgi yer alırken, söyleme dair daha az bilgi bulunur. Örneğin, cinayet veya trafik kazası haberleri.

II. Söylem Haberleri: Bu tür haberlerde daha fazla söyleme dair bilgi bulunurken, eyleme dair bilgi daha azdır. Örneğin, toplantılar, konferanslar, bilimsel toplantılar gibi haberler.

III. Eylem-Söylem Haberleri: Bu tür haberlerde eylem ve söylem bilgileri eşit miktarda yer alır. Örneğin, tören haberleri gibi.

Atilla Girgin ise gazeteciliğin temel ilkelerini konu edindiği eserinde haberleri daha çok işledikleri konu bağlamında şöyle sınıflandırmaktadır:

I. Toplum: Yerel, ulusal ve uluslararası konularla ilgili haberler, güncel olaylar ve yenilikler.

II. Siyaset: Yerel, ulusal ve uluslararası siyasî olaylarla ilgili haberler, yorumlar ve diğer makaleler.

III. Ekonomi: Yerel, ulusal ve uluslararası ekonomik gelişmeler üzerine haberler ve yorumlar.

IV. Hukuk: Hukukun yorumlanması, hukuk sistemi, mahkeme kararları, başvurular gibi konularla ilgili haberler.

V. Kültür/Sanat: Edebiyat, tarih, sinema, tiyatro, müzik vb. konularda haberler, eleştiriler ve gözlemler.

VI. Sosyal Etkinlikler: Yoksullara yardım, burs olanakları, kermes, çevre sağlığı ve sosyal konularla ilgili haberler.

VII. Din: Dinî konularda haberler ve makaleler, ilahiyat ile ilgili gelişmeler.

VIII. Eğitim ve Bilim: Eğitim sistemi, eğitimdeki gelişmeler, bilimsel araştırmalar ve gelişmelerle ilgili haberler.

IX. Turizm: Turistik alanlarla ilgili her türlü makale ve haberler.

X. Sansasyon: Kazalar, afetler, doğal afetler, ünlülerle ilgili sansasyonel haberler, özel olaylar, polis ve mahkemeden haberler gibi konuları içeren kategoriler. Bu ana gazetecilik kategorileri zaman içinde gelişmiştir (Vural, 2013, 4).

Başka bir sınıflandırmaya göre özel haber ve rutin haberler, konularına ve formatlarına göre olarak iki ana kategoriye ayrılmaktadır:

I. Konuya Göre Haberler: Eğitim, sağlık, ekonomi, politika, güncel olaylar, dergi, spor, kültür-sanat, bilim gibi farklı alanlarda yer alan haberlerdir. Bu tür haberler deneyim gerektirir; çünkü her biri ayrı ayrı birer uzmanlık alanı olan bu konularda haber yapmak bir yana olan biteni anlamak bile farklı bir bilgi ve deneyim gerektirir. Dolayısıyla bu konu ve alanlarda haber yapacak muhabirin ilgili alandaki bilgisi ve deneyimi yeterli olmalıdır.

II. Biçime Göre Haberler: Bu tür haberler, yayımlandıkları medya ortamına göre sınıflandırılır. Gazetelerde, dergilerde, televizyon ve radyo haberlerinde kullanılırlar. Bu tür haberler sıklıkla günlük olayları yansıtır ve ertesi gün gerçekleşen bir olayın gelişimini içerir. Bu nedenle genellikle geçmiş zamanda bir dil kullanılır. Gazete haberleri kalıcı nitelikte olup arşivlenirken, internet, televizyon ve radyo haberleri daha ayrıntılı bir şekilde sunulur, tekrar okunabilir ve belirli bir belge niteliği taşır (Norşenli, 2015, 24).

Diğer bir tasnife göre, haber türleri aşağıdaki şekillerde sınıflandırılabilir:

I. Coğrafi Bölümlere Göre Haberler.

II. İçeriğe veya Konuya Göre Haber Türleri:

- Dış Haberler: Gazetenin yayımlandığı topluluğun dışında yer alan haberler.
- İç Haberler: Gazetenin yayımlandığı topluluğun içinde yer alan haberler. Bu tür haberler siyasi, ekonomik, sosyal, kültürel, edebi, bilimsel, spor, sanatsal, dini, askeri gibi farklı alanlarda olabilir.

III. Zaman Bölünmesine Göre Haber Türleri:

- Tahmin Edilen Haberler: Oluşumun yeri ve zamanlaması önceden bilinen haberler.
- Beklenmeyen Haberler: Önceden bilinmeyen ve aniden gelişen haberler.

IV. Üretimine Göre Haber Türleri:

- Yaratıcı Haberler: Gazetecinin elde etmek, formüle etmek ve düzenlemek için çaba gösterdiği haberler.
- Hazır Haberler: Gazeteci medya, halkla ilişkiler ve basın bültenlerinden bu haberleri alır.

V. Ağırlığına Göre Haber Türleri:

- Ciddi Haberler: Günlük yaşamları etkileyebilecek önemli olay ve durumlarla ilgilenir.

- Hafif Haberler: Sanat ve spor gibi okuyucuları ilgilendirir ve eğlendirir.

VI. Şablon Açısından Haber Türleri:

- Son Dakika Haberleri: Etkinliğin arka planını yansıtan faydalı veriler ve bilgiler içerir.

- Özet Haberler: Olayı sunmak ve gerçekleri kaydetmekle sınırlıdır.

- Basit Haberler: Belirli bir olaydan bahseder.

VII. Renklendirme Açısından Haber Türleri:

- Renkli Haberler: Bazı bilgileri silerek veya olayla ilgili bazı gerçekleri göz ardı ederek sunulur.

VIII. Sanatsal Biçim Açısından Haber Türleri:

- Nesnel Vandalizm: Tüm bilgileri artırmadan veya azaltmadan içerir.

- Bileşik Vandalizm: Haber, bir olayla ilgili bir dizi gerçek ve bilgi içerir (Siddig, 2016, 7).

1.3. Haber Değeri ve Unsurları

Haber değeri, haberlerin temel prensipleri hakkında bilgi sunar ve haber yapımında kullanılan rehber niteliğindeki ölçütleri ifade eder (Tokgöz, 2020, 231). Haber değeri kavramı, kamuoyunu şekillendirme ve habercilik alanındaki yaklaşımlarını inceleyen Walter Lippmann tarafından literatüre kazandırılmıştır. Lippmann, “*Kamuoyu*” adlı kitabında, muhabirlerin olaylara yaklaşımını açıklarken “*haber değeri*” terimini kullanmıştır. Lippmann’e göre haber değeri, coğrafi yakınlık, açıklık, sürpriz etkisi, ilgi gibi unsurların haber seçimini etkilediğini belirtmiştir (Küçüközyiğit, 2016, 88). Bu haber değerleri, muhabirlerin etkinlikler arasından seçim yaparken nelere dikkat etmeleri gerektiğini gösterir ve bir nevi gazetecilere haber seçiminde rehberlik eder. Bu kriterler farklı yazarlar arasında değişebilse de haber değerlerinin ortak noktası, hangi olayların seçildiğini ve nedenini açıklamaktır (Uçak, 2019, 11). Haber değeri, medyada haberlerin üretimi, düzenlenmesi ve yayınlanmasında kullanılan temel kriterleri ifade etmektedir. Bu kriterler, medya

yöneticilerinin haber seçimine yönelik kararlarını şekillendiren kodlar olarak da adlandırılabilir (Girgin, 2003, 80).

Haberlerde yer alan temel unsurlardan bazıları, gazeteciliğin temel ilkelerini yansıtır. Haber değeri, haberin içeriğini tanımlamaktan daha çok haber kavramını açıklama çabası olarak da görülmektedir. Bu yaklaşım, haberin nasıl ele alındığını, çekicilik düzeyini ve haberi daha çarpıcı hale getirme çabasını değerlendirmek veya tartışmak için kullanılır. Bu açıdan haberlerin nasıl sunulduğu ve dikkat çekmek için yapılanlar ele alınır. “Bir köpek bir adamı ısırırsa, bu haber değildir. Bir adam bir köpeği ısırırsa, haber niteliği taşır.” Bu ifade, haberlerde yer alan temel unsurları anlatmak için kullanılır ve haberin ne şekilde sunulduğuna dair örnek bir yaklaşımı gösterir. Haber değerini anlamak, haberlerin içeriğini ve çekiciliğini belirleyen unsurların anlaşılmasına yardımcı olabilir (Tokgöz, 2020, 62). Gazeteciliğin temel unsurları olarak kabul edilen haber değeri genellikle yedi ana başlık altında toplanır:

- I. Gerçeklik (Realite)
- II. Açıklık (Relevance)
- III. Yakınlık (Proximity)
- IV. Zamanlılık (Timeliness)
- V. Önem (Significance)
- VI. Sonuç (Consequence)
- VII. İlgi Çekme (Interest)

Bu unsurlar, haberlerin seçilmesi, düzenlenmesi ve sunulması süreçlerinde gazetecilerin dikkate aldığı kriterleri yansıtır (Tokgöz, 2020, 63).

I. Gerçeklik: Haberler, gerçeklere ve doğru verilere dayanmalıdır. Bu haberlerin ve haberciliğin en temel ilkesidir. Haberler, bireysel algıları yansıtan kişisel değerlere sahip olabilir, ancak temelde gerçek ve doğru bilgilere dayanmalıdır. Haberlerin gerçekliği gazetecinin deneyimleri, toplumsal beklentileri, etik değerleri ve kaynak güvenilirliği gibi faktörlere dayanmaktadır. Haber yapımında, haber kaynağının güvenilirliğinden emin olunmadığı durumlarda kaynağı doğrulamak önemlidir. Haberlerin gerçekliği, farklı kaynaklardan alınan bilgilerle teyit edilmelidir. (Girgin, 2013).

Görüldüğü üzere haberler doğruluk prensibine uygun olarak hazırlanmalıdır. Haber, habercinin kültürel ve kişisel değerlerini yansıtabilir, ancak gerçeklere ve gerçekliğe sadık kalmalıdır. Gerçekliğin haberde yer alması, az önce de belirtildiği üzere haber kaynağının güvenilirliğine bağlıdır.

Bir olay hakkında bilgi toplarken, gazeteci her olasılığı göz önünde bulundurmalıdır. Gerçekleri keşfetmek için olayın köklerine inmelidir. Gazetecilikte kabul edilen bir anlayışa göre, “haberi vermek, ancak doğru yazmak” son derece önemlidir (Girgin, 2013, 9-11). Bu yaklaşım, haberlerin güvenilir ve doğru bir şekilde sunulmasının gerekliliğini vurgular.

II. Açıklık: Haberin temel niteliklerinden biri “açıklık” veya “anlaşılabilirlik”tır. Haberlerin açıklığını ve netliğini sağlamada dil kullanımı kritik bir öneme sahiptir. Bu bağlamda, haber dilinin açık ve özlü olması gerekmektedir. Haberlerin iletilmesi için basit cümleler kullanılmalıdır. Bununla birlikte, haber metni aşağıdaki özellikleri taşımalıdır:

- Anlaşılır sözcüklerden oluşmalı ve basit olmalıdır.
- Ters/zıt anlam içeren cümleler haber diline dâhil edilmemeli ve gereksiz detaylardan kaçınılmalıdır.
- Bilinmeyen veya belirsiz sözcükler kullanılmamalıdır.

Görüldüğü üzere haber dili basit, net ve öz olmalı, böylece okuyucu, dinleyici, izleyici ve internet kullanıcısı kolayca anlayabilmelidir. Bu sayede haberde ifade edilen olay veya durum hakkındaki temel soruları yanıtlamak mümkün olur. Haberler, farklı değerlere, eğitim düzeyine, kültüre ve sosyal yapıya sahip tüm bireylere ulaşabilmelidir. Haber değeri taşıyan olayı şekillendirirken, haberi bütünlüğü ve mantıklılığı/tutarlılığını korumak önemlidir. Haberler, bilgiyi yeterli ve kesintisiz bir şekilde sunarak okuyucuların haberi anlamasını sağlamalıdır. Haberler aynı zamanda gereksiz detaylardan kaçınılarak izleyicinin dikkati dağılmamalı ve ilgisiz bilgilerle onları meşgul etmemelidir. Haberler ayrıca olay veya konu yanı sıra farklı görüş ve bilgileri çok yönlü, kesin ve eksiksiz bir şekilde içermelidir (Girgin, 2013, 15-16). Tüm bunlar da haberin içerdiği bilgi gibi haberin açık ve anlaşılır olmasını sağlayacaktır.

III. Yakınlık: Haberin konusunun okuyucuya veya izleyiciye ne kadar yakın olduğu da önemlidir. Konu yerel mi, ulusal mı yoksa uluslararası mı? Bu faktör haberin

yakınlık unsuruyla ilgili bir göstergedir. İnsanlar doğaları gereği çevrelerinde ve dünyada olup biten olaylarla ilgilenirler. Haberler, bu insan merakını karşılamada önemli bir rol oynar. İnsanlar genellikle kendi yaşadıkları çevredeki olaylara ve kişilere daha fazla ilgi gösterirler çünkü bu olaylar ve kişiler onların günlük yaşamlarını etkiler. Örneğin, yakındaki bir yangın, trafik kazası veya yerel bir etkinlik gibi olaylar, insanların ilgi duyduğu haber konuları olabilir (Tokgöz, 2020, 65-66).

Yakınlık unsurunun haberde etkili bir şekilde kullanılması, haberin ne zaman ve nerede meydana geldiği konusunda okuyucunun net bir şekilde bilgilendirilmesini sağlar (Girgin, 2013, 11). Coğrafi yakınlık dışında, insanların duygusal, kültürel veya kişisel bağları da haberlerdeki yakınlığı etkileyebilir. Bir olayın veya konunun insanların günlük yaşamlarına, ilgi alanlarına veya değerlerine yakın olması, onların haberlere daha fazla ilgi göstermelerine neden olabilir. Haber yaparken hedef kitleyi önceden tahmin etmek önemlidir. İnsanların ilgi alanlarına, yaşadıkları coğrafi bölgeye veya kültürel geçmişlerine göre haberleri seçmek, haberlerin daha etkili ve ilgi çekici olmasını sağlayabilir. Ayrıca, dijitalleşmenin yaygınlaşmasıyla birlikte haberlere erişim daha kolay hâle geldiği için, farklı coğrafi bölgelerdeki insanların da farklı konulara ilgi gösterebileceği bir döneme girilmiştir. Bu nedenle, yakınlık kavramı artık sadece coğrafi olarak yakın olma anlamına gelmez, aynı zamanda duygusal, kültürel ve bireysel yakınlığı da içerebilir. Bu da gazetecilerin ve haber kuruluşlarının çeşitli ilgi alanlarına hitap eden haberleri seçmeleri ve sunmaları gerektiği anlamına gelir.

IV. Zamanlılık: Haberlerin zamanında ve güncel bir şekilde iletilmesi, haberlerin etkili olması ve izleyicilerin ilgisini çekebilmesi için son derece kritiktir. Haberlerin “*ne zaman*” sorusuna yanıt vermesi, haberin etkisini büyük ölçüde artırabilir. Zamanlılık unsuru, haberlerin güncelliğini ve tazeliğini ön plana çıkarır. Haberlerin “*ne zaman*” sorusuna yanıt vererek, olayların veya gelişmelerin ne kadar yeni ve ilgi çekici olduğunu gösterir. Bu nedenle, haberlerde sıkça kullanılan zaman zarfları olan “dün, bugün, bir saat önce, gece” gibi ifadeler, haberin konusunun ne kadar süre önce gerçekleştiğini ifade eder (Tokgöz, 2020, 64). Bu kapsamda, üç temel unsur zamanlılığı açıklamak için kullanılır:

a. Yenilik: Haber konusu olan olayın hemen hemen yeni olması veya yeni bir açıklama ile sunulması, haberin yenilik unsuru taşımasını sağlar. Örneğin, son dakika

gelişmeleri veya yeni bir keşif haber değeri taşır. Haberlerdeki olayların tazeliği ve yeniliği önemlidir. Okuyucular genellikle en son ve en güncel olayları bilmek isterler. Bu nedenle, haberlerde olayın ne kadar yeni olduğu vurgulanmalıdır. Haberlerde yer alan olayların veya fenomenlerin yeni ve güncel olması, haberin haber değerini artırır ve okuyucunun dikkatini çeker. Yenilik ilkesi, haberlerin sıkça tercih edilmesine ve okuyucuların ilgisini çekmesine yardımcı olur. Yeni ve güncel olaylar, insanların bilgi açlığını tatmin etme isteğini uyandırır ve toplumun gündemine yansır. Ayrıca, eski ve önceden ihmal edilmiş olayların veya fenomenlerin tekrar gündeme gelmesi, bu yenilik ilkesinin etkili bir şekilde kullanılmasıyla mümkün olabilir. Gazeteciler bu tür olayları veya fenomenleri yeniden formüle ederek güncel ve ilgi çekici bir şekilde sunarak, okuyucuların ilgisini tekrar çekebilirler. Böylece, haberlerin sadece güncel olaylara odaklanmasının ötesine geçilerek, daha önce gözden kaçan veya unutulmuş konular da tekrar gündeme taşınabilir. Haberlerin yenilik ilkesi, medyanın rolünü yerine getirme açısından da önemlidir. Medya, topluma bilgi aktarma ve toplumsal olayları aktif bir şekilde takip etme görevini üstlenir. Yenilik ilkesi, medyanın bu rolünü etkin bir şekilde yerine getirmesini sağlar ve toplumun bilgi düzeyini artırır.

b. Geçerlilik: Haberin zaman açısından geçerli olduğu anlamına gelir. Haberlerde zaman dilimine göre ifadeler kullanılarak, haberlerin ne zaman meydana geldiği net bir şekilde ifade edilir. Haber değeri ve unsurları arasında geçerlilik (Currency) kavramı da önemlidir ve dolaysızlıkla ilişkilidir. Geçerlilik, haberin güncelliğini ve zamansal bağlamını ifade eder. Zamanlılık, haberin en son olayları birbirine bağlayarak toplumun ilgisini çekmesini sağlar. Ancak, geçerlilik bu olayları zaman içinde çeşitli bağlantılı olaylarla ilişkilendirir. Geçerlilik, haberin güncelliğini korurken aynı zamanda olayların bağlantısını ve devamlılığını sağlar. Bu şekilde, okuyucuların veya izleyicilerin olayları daha iyi anlamasına yardımcı olur. Haber, okunduğu veya izlendiği an itibarıyla hâlâ geçerli ve önemli olan bir konuyu içermelidir. Geçmişteki olaylar veya bilgilerle ilgili haberlerin güncelliği sorgulanabilir.

c. Anında Olma: Haberlerin hızlı bir şekilde yayınlanması ve iletilmesi, anında olmanın bir göstergesidir. Bu, telefon, internet ve diğer hızlı iletişim araçlarının kullanımıyla mümkün hâle gelmiştir (Yüksel ve Gürcan 2005, 58).

Günümüzde iletişim teknolojilerinin ilerlemesi, haberlerin anında yayılmasını sağlamıştır. Telefonlar, internet ve sosyal medya gibi araçlar sayesinde haberler hızla geniş kitlelere ulaşabilir hale gelmiştir. Ancak, bu hızlı iletim aynı zamanda haberlerin de hızla unutulmasına neden olabilir. İnternet gazeteciliği, haberleri hızla yayma olanağı sunsa da haberin doğruluğu ve güvenilirliği de göz önünde bulundurulmalıdır. Haberlerin hızla yaşlanması, özellikle internet üzerinde birçok haberin hızla paylaşılmasıyla ilişkilendirilebilir. Haberlerin yayınlandığı andan itibaren kısa süre içinde diğer haberlerin gölgesinde kalma riski mevcuttur (Tokgöz, 2020, 233). Bu nedenle, haberlerin içeriği ve sunumu kadar hızlı yayınlanması da önemlidir. Hızlı haber yayını kadar haberin niteliği ve güvenilirliği de gözetilmelidir (Civeleker, 2017, 18).

V. Önem: Önemli kişiler, çelişkiler veya sayılar gibi unsurlar haberleri anlamlı kılan faktörler arasında yer alır. İnsanlar ünlü kişilerle ilgili haberleri merak ve ilgiyle takip ederler. Ünlü kişilerin yanı sıra ülke, kurum ve kuruluşlar da haber değeri açısından önem taşıyabilir. Bu bağlamda, “neden?” ve “nasıl?” soruları haberlerin önemini belirler. Anlamlılık ilkesi, açıklayıcı ve yorumlayıcı haberlerin temelini oluşturur. Anlamlılık, sonuç ilkesi kadar önemlidir. Haberi değerlendiren gazeteci de bu ilkeyi göz önünde bulundurmalıdır (Tokgöz, 2020, 66-67).

Bir olay, sosyal, politik, ekonomik veya kültürel yaşamı doğrudan etkiliyorsa önem taşır. Bu tür olaylar, bu alanlarda değişikliklere yol açabilir. Bu tür haberler genellikle “zor haber/hard news” olarak adlandırılır. Yeni yasalar, kararnameler, yasaklar gibi unsurlar uyulması gereken kurallarla ilgili olduğunda önemlidir. Aynı şekilde, bireylerin alması gereken öneriler (örneğin trafik nedeniyle kullanılmaması gereken yollar hakkında bilgiler veya bazı hastalıklara karşı alınması gereken önlemler gibi) de önem taşır (Girgin, 2013, 14).

Haber metni için seçilen olayın da önemli olması gerekir. Bir olay, siyasî, ekonomik veya sosyal yaşamda bir değişikliğe neden oluyorsa önemli kabul edilir. Bu tür haberler ciddi haberler olarak değerlendirilir. Önem kavramı, duygularımızla da bağlantılıdır. Ünlü kişiler veya kuruluşlarla ilgili haberler de genellikle önemli kabul edilir (Schlapp, 2000, 19).

Ayrıca, önem unsurunun iki alt başlığı bulunmaktadır: “Olayın boyutu” ve “olayın sonuçları”. Olayın boyutuna çok sayıda ölümle sonuçlanan bir trafik kazası boyuta örnek olarak verilebilir. Olayın sonuçları için, yeni bir yasanın topluma olumlu veya olumsuz etkileri gibi örnekler verilebilir. Bir eylemin etkisinin yoğunluğu veya söylemin etkisi veya her ikisi de konuyla ilgilenen çok sayıda okuyucunun önem verdiği konuları yansıtır. Toplumun hassas olduğu meseleler de zamanla “*ilginç*” veya “*önemli*” hâle gelir. Örneğin, bireylerin duygu ve düşüncelerini olumlu veya olumsuz etkileyen bir haber, önemli kabul edilir. Örneğin Türk Millî Futbol Takımı’nın bir maçı kazanması veya enkaz altında kalan çocuklar gibi (Girgin, 2003, 87; Girgin, 2013, 14).

VI. Sonuç: Hikâyelerin haber değerini temsil eden temel ilkelerden biri, haberlerdeki sonuçlardır. Sonuç ilkesi, olay veya olaylar hakkında “Ne? Ne zaman? Nereye?” sorularıyla ifade edilir. Haber değeri çatışmalardan, gelişmelerden veya kazalardan kaynaklanan sonuçlarla ilgili olabilir. Etkinliğin değerlendirilmesi veya haberdeki konu, sonucun önemini veya büyüklüğünü belirler. Bu özellikler göz önünde bulundurulduğunda, bir habere ne kadar zaman ve mekân ayrılacağına karar vermek için gereken düşünce sürecine dâhil edilmelidir. Böylece, gazeteci doğru zamanda doğru kararı verme yeteneğine sahip olur (Tokgöz, 2020, 66). Bu ilke, haberlerde bahsedilen olay veya durumun sonucunun büyüklüğünü ve önemini yansıtır. Bu nedenle, haber metni ne kadar uzun olacağını belirler. Öneme bağlı olarak, sonuç ilkesine dayalı haber metni, okuyucuların ilgisini çeker. Aynı zamanda habercinin haberi gündemde tutup tutmama kararını vermesine yardımcı olur.

VII. İlgi Çekme: İnsanları ilgilendiren olaylar, ilgiyi uyandıran veya dikkat çeken durumlar olarak tanımlanabilir. İnsanların yaşam tarzlarını takip etmek, başkalarının karşılaştığı zorluklar, üzüntüler veya mutluluklar gibi durumlar, insanlarda sempati, nefret veya ilgi uyandırabilir. Bir örnek olarak depremin etkisiyle evsiz kalan insanlara duyulan ilgiyi ele alınabilir. Her haber içeriğinin, kişisine göre değişen bir çekiciliği veya cazibesi bulunmaktadır. Bazı haberler diğerlerine göre daha fazla insan ilgisi çekebilir. Bu bağlamda, haberde yer alan olay, insanların dikkatini çekmek için duygusal yönlerini harekete geçirmek amacıyla tasarlanır. Arzu, nefret, korku gibi kavramlar, çatışma, macera veya heyecan gibi konular, insanların ilgisini çeken konular arasında yer alır. Başka bir deyişle, çatışma, şüphe, karmaşıklık ve sıra

dışılık genellikle haberde anlatılan olayı ilginç hâle getirir (Tokgöz, 2020, 67-68). Aynı zamanda, cinsiyet farklılıkları da insanların ilgisini çeken konularda farklı bir boyut getirir. Kadınlar genellikle aşkla ilgili haberlere ilgi gösterirken, erkekler cinayet haberleri, siyaset ve spor gibi konulara daha fazla ilgi gösterebilir. Çocuklar ve hayvanlar da insanların ilgisini çeken konular arasında kabul edilir. Örneğin, bir çocuğun kaybolduktan sonra bulunması veya atı çeken bir arabayı satan bir satıcı gibi haberler ilgi çekebilir. Bu nedenle, haber konularında çatışma, şüphe, kafa karışıklığı ve sıra dışılık gibi öğeler bulunur. Bu öğeler, insanların ilgisini çekerek haberleri daha ilgi çekici hale getirir (Tokgöz, 2020, 67-68).

McQuail ve Deuze'ye (2020) göre, haber değeri bir bilgi parçasının haberlerde yer almayı hak edip etmediğini seçerken kullanılan bir kriterdir. Ancak bu kriter konvansiyonel yani üzerinde uzlaşılmış değildir. Çünkü gazeteciler bu kriterleri bir medya kuruluşunda belirler. Bu nedenle, haber değerinin tanımı her haber odasında hatta bireyler arasında bile farklılık gösterir. Harrison (2006, 118), gazetecilik çalışmalarında, haber seçme kriterlerinin gazetecilik mesleğinin bir “efsanesine” dayandığını ve nesilden nesle aktarıldığını belirtir. Daha önce de belirtildiği üzere pratikte bir bilginin haber değerine sahip olup olmadığını belirleyen kesin bir standart bulunmamaktadır. Bunun yerine, içgüdülere dayanan, halkın veya gazetecinin ne istediğine dair varsayımlara dayanılmaktadır (McQuail & Deuze, 2020; O'Neill & Harcup, 2009, 161). Ancak, haber değeri hayati bir öneme sahiptir. Çünkü haber üretim sürecinde temel bir dayanak noktası olarak kullanılmaktadır (Preston, 2009, 57).

Yaşamda normalden farklı olan her şey, duygu ve düşünceleri değiştirebilir. Bu tür şeyler aynı zamanda ilginç kabul edilir. Siyasî konular, dramatik makaleler veya cinayet haberleri gibi olaylar, insanların dikkatini çeken haberlerdir. Olumsuz konular, insanlarda daha fazla merak uyandırma eğilimindedir. Ayrıca, normal ilginin dışında gerçekleşen olağanüstü olaylar da ilgi çeker (Schlapp, 2000, 18).

İnsanların ilgi alanları ve istekleri konusunda medyanın mı, yoksa kullanıcıların mı belirleyici olduğu her zaman tartışma konusu olmuştur. Medya kullanıcıların hangi konulara ilgi gösterdiğini kimin belirlediği konusunda bir tartışma yaratır. Televizyondaki programlar, televizyon kanallarının yanı sıra izleyiciler tarafından da şekillendirilir, ancak programın ne şekilde yayımlandığı belirsizdir.

Medya genellikle kendi seçtiği konuları gündeme getirir. Ayrıca, içeriğin yeterliliği sonuçlarına göre belirlenir. Bu bağlamda medya, hep eleştiriye maruz kalmıştır. İçerik belirlenirken, sadece kitleler dikkate alınırsa yerel medya sıkıcı hâle gelebilir (Çağdaş, 2002, 84-85).

1.4. Haberin İşlevleri

Bu yüzyılda haber alma açısından sağlanan yenilikler, gazeteciliği yeni bir boyuta taşımıştır. Başlangıçta sadece gazeteler aracılığıyla haber alan insanlar, daha sonra radyo haberlerini dinlemeye, ardından televizyon haberlerini izlemeye başlamışlardır. İnternet öncesi insanlar hızlıca haber almak için radyoyu tercih ederken olayları canlı olarak izlemek için televizyona yönelmekte ve olayları daha derinlemesine anlamak için gazete okumaktadırlar (Tokgöz, 2020, 10). Haber hangi medyada yayınlanırsa yayınlansın benzer işlevlerden söz etmek mümkündür. Haberlerin şu işlevlere sahip olduğu görülmektedir:

I. Eğitim: Haberler, okuyuculara eğitim kazandırmada yardımcı olur.

II. Bilgilendirme: Haberler, alıcılara eğitim, sosyal, spor ve sanatsal alanlarda yeni ve faydalı bilgiler sunarak, dünyanın dört bir yanındaki kültürel bilgiye hızla erişmelerini sağlar.

III. Farkındalık Geliştirme: Haberler, anayasal, yasal ve sağlık bilgileri sağlayarak ve hak ve görevleri konusunda bilgi edinmelerine yardımcı olarak alıcının farkındalığını artırmakta, böylece toplum içindeki eylemlerinde daha güvende hissetmelerini sağlamaktadır.

IV. Mirasın Devri: Kültürel, tarihî ve sosyal mirasın aktarımını ve toplumun medeniyetinin korunmasını içeren haberler kültürel mirasın korunmasını sağlar.

V. Değerlerin Oluşturulması: Haberler, barış ve psikolojik güvenliği destekleyen dinî ve sosyal değerleri pekiştirmeye yardımcı olur.

VI. Tanımlar: Haberler, bireyler, gruplar ve topluluklar arasında buluşmayı, deneyim ve fayda paylaşımını, ortak istek ve hedeflere ulaşmayı, böylece insanlar arasında entegrasyon, dayanışma, sevgi ve iş birliği kurmayı sağlar.

VII. Vatandaşlık Kültürünün Yaygınlaştırılması: Medya, bir vatandaşın vatanıyla olan ilişkisini anlaması ve vatanın hakları ve görevleri konusunda bilgi edinmesi için çalışır.

VIII. Bilgi: Medya, bilimsel keşiflerin alıcılara fayda sağlamasına ve bilimsel araştırmaları takip etmelerine ve üzerine çalışmalarına yardımcı olur.

IX. Gelişme: Haberler, çeşitli alanlarda çeşitli konuları sunarak alıcının gelişimini destekler.

X. Keşfetme Becerileri: Haberler, bireylerin keşfetme yeteneklerini geliştirmeye ve bu beceriler üzerinde çalışmaya yardımcı olur. Aynı zamanda haber, aileyle paylaşılan eğitim ve ruhsal değerlerin pekiştirilmesi, toplumun sosyal yapısının korunması gibi diğer işlevleri de içerir. Vatana bağlılık ve aidiyet değerlerini güçlendirme ve kalkınmaya katkı sağlama gibi sağlam eğitim hedeflerine ulaşmada da rol oynar (Arif, 2022, 63).

Haber verme işlevi, gazeteciliğin en temel ve önemli işlevlerinden biridir. Ayrıca, kamuoyu oluşturma ve toplumun genel görüşleri üzerinde etkide bulunma yönünden de haberler önemli bir rol oynar. Toplumsal işlevlerin yanı sıra, haberler bazı psiko-sosyal işlevleri de yerine getirir. Başka bir deyişle, haber verme işlevinin yanı sıra, toplumsal ve psiko-sosyal düzeyde çeşitli görevleri de yerine getirir. Bu işlevler arasında belirli bir konu üzerinde kamuoyunu oluşturma da bulunmaktadır (Tokgöz, 2020, 10).

1.5. Haber Kuramları

Johnstone (1982), haber üretiminde çeşitli etkilerin rol oynadığını savunmaktadır. Ancak, birçok uzman haber yapımındaki en baskın etkenin farklı bakış açılarına sahip olmak olduğunu belirtmektedir. İlk bakış açısına göre, iş rutinleri ve haber değeri önemli etkilerdir. Daha sonra, birincil etkinin kapı bekçilerine (gazeteciler, editörler ve hatta sahipler) ait olduğunu düşünenler, haber değeri taşıyan bilgilerin belirlenmesinde bu kişilerin rol oynadığını vurgular. Son olarak, birincil

etkinin medya kuruluşunun dışında olduğunu düşünenler ise ekonomik veya sosyal faktörler gibi dış etkenleri vurgular (Johnstone, 1982, 1174).

Bu bağlamda, Shoemaker ve Reese, Medya Etkisi teorisinin Hiyerarşisi'ni beş seviyede sunar: bireysel, rutin, örgütsel, sosyal kurum ve sosyal sistem. Bu beş seviyenin medya tarafından üretilen içeriği etkilediği düşüncesi üzerine kurulmuştur. Ancak, etkili yönü anlamadan önce, haber üretimi çalışmalarında yer alan uzmanların geleneğini incelemek önemlidir. Bu nedenle, bu bölüm üç farklı haber üretim geleneğini açıklamayı amaçlayacaktır.

Haber üretimi çalışmaları, profesyonellerin tarihsel ve geleneksel yönlerini ele almayı amaçlar. Schudson (1989) ve Harrison'a (2006) göre, haber üretimi konusunu araştırırken farklı yaklaşımlar kullanılmaktadır: *Ekonomi Politik Yaklaşım, Kültürel Yaklaşım, Araçsal Yaklaşım, Sosyolojik Yaklaşım ve Liberal Yaklaşım*.

1.5.1. Ekonomi Politik Yaklaşım

Ekonomi Politik Yaklaşım, medyanın içerik üretimi ile egemen güç arasındaki ilişkiyi ele almakta ve Marksist Politik Ekonomi teorisine dayanmaktadır. Bu yaklaşıma göre medya ya “egemen sınıfın bir uzantısı” olarak görülür ya da “kapitalist sistemin bir ürünü” olarak değerlendirilir. Ekonomi Politik Yaklaşım devletin ve ekonomik yapıların medyanın örgütlenmesi, medya kuruluşlarının ekonomik yapısı ve medyanın işleyişi üzerindeki etkilerine odaklanır.

Ayrıca bu yaklaşım medyanın sahipliğini ve merkezileşmesini incelemekte ve medya sahiplerinin hakimiyetini vurgulamaktadır. Yaklaşım makro düzeyde etkileri, medya kuruluşlarının bağımsızlığı ve medyanın denetleyici işlevi gibi konulara dikkat eder. Ekonomi Politik yaklaşım, haber üretiminin güçlü ve zayıf yönlerini büyük resimde görmeyi amaçlar. Ancak, Schudson (1989) ekonomi politik yaklaşımını eleştirirken, bu yaklaşımın basitçe gazetecilerin haber üretme yetkisini göz ardı ettiğini ve çalışmalarında bazen üst düzey yetkililerin doğrudan ilişkilerini gözden kaçırabildiğini savunur. Bu nedenle Ekonomi Politik yaklaşımının eksiklikleri olduğu düşünülür.

1.5.2. Eleştirel Ekonomik Politik Yaklaşımı

Bu yaklaşım Ekonomik Politik yaklaşım ile ekonomik ve kültürel çalışmaları birleştiren bir perspektiftir. Bu yaklaşım alt yapı unsurlarına odaklanan ekonomik

analizi kültürel çalışmaların üst yapı unsurlarıyla sentezlemektedir. Eleştirel Ekonomik Politik Yaklaşımın odak noktası sadece medya değil, aynı zamanda izleyici, okuyucu ve dinleyicidir. Bu bir noktada zorunluluktur. Çünkü yaklaşım kültürel çalışmalar boyutuna da vurgu yapmakta, bunu da medya tüketicisini üzerinden yapmaktadır.

Marx'ın analizi, kapitalist toplumun temel birimi olan metayla başlar. Kapitalizmin temel özelliklerini taşıyan bu meta, ihtiyaç karşılama özelliği ve değişim değeri özelliği taşır (Aşkın, 2017, 26). Bu perspektifte, haberin ekonomik bir değer taşıdığı görülür. Haberın ekonomik politiğı, insanların maddi varlıklarını sürdürmek için gerekli olan araçların üretimi, tüketimi, değişimi ve bölünmesinin incelendiğı alandır. Kapitalist sistemde medyanın ve haberin, egemen toplumsal ve ekonomik yapının meşrulaştırılmasına hizmet eden bir araç olarak görüldüğü vurgulanır. Medya, endüstri olarak görülür ve haber ile ideoloji arasındaki ilişkiye odaklanılırken ideolojinin ekonominin etkisi altında nasıl şekillendiğı önemli bir nokta olarak ifade edilir. İdeolojinin kâr amacının artırılmasındaki rolü özellikle vurgulanırken egemen güçlerin meşrulaştırılması üzerindeki etkisinin de altı çizilir.

Ekonomi Politik yaklaşımın ideoloji eleştirisi, medya metinlerinin kapitalist ideolojinin gereksinimlerini yerine getiren bütünlükler olarak görülmesini önerir. Bu perspektifte, izleyiciler veya okurlar, başat kültürel üretim sistemi olan Kapitalist üretim sisteminin pasif tüketicileri veya nesneleri olarak görülür. Bu yaklaşım, metinleri ve izleyici/okurları, Kapitalizmin değerlerini ve anlamlarını üretmede pasif ve tamamen Kapitalizm tarafından belirlenmiş bir konumda bulunan unsurlar olarak konumlandırır. Ekonomi politik yaklaşımın bu tür ideoloji ve medya eleştirisi, dil ve özne ilişkisine belirli ön kabullere dayanır.

Klasik Marksist yaklaşımlar, toplumsal gerçekliğin oluşumunda özneyi ve özne-dil ilişkisini değerlendirmekte bazı zayıflıklara sahiptir. Alt yapı-üst yapı belirlenimine dayanan Klasik Marksist yaklaşımın zayıflığı, ideoloji kuramı içinden telafi edilmeye çalışılmıştır. Ancak bu telafi çabası, Marksizm'in bazı kavramsal öncüllerini de zorlaştıran bir perspektife sahiptir. Örneğin, Marksist özne Aydınlanma düşüncesinden miras kalan, tutarlı, rasyonel ve bütünlüklü bir özne olarak kabul edilir. Bu özne, üretim ilişkilerindeki bağımlı konumunu fark ederek, devrimci dönüşümü

gerçekleştirmek için yazgılı bir güç olarak görülür. Ancak bu özne, üretim ilişkilerindeki konumu tarafından sınırlanan ve kısıtlanan bir öznedir. Bu özne hem toplumsal ilişkileri belirleyebilen hem de verili tarihsel-toplumsal koşullar tarafından belirlenen bir öznedir. Verili tarihsel toplumsal koşullar altında öznenin bilinci, yanlış bilinçten kurtulup “doğru” bir sınıf bilincine dönüştüğünde, özne artık belirleyici bir rol üstlenmeye başlamış demektir (Dursun, 2004, 10). Ancak üretim ilişkilerinin ideoloji tarafından baskın olduğu varsayımı, siyaset ve kültürel düzeydeki işlemler aracılığıyla emeğin kendi içindeki sınıf bilincine ulaşmasını da engelleyebilir. Sonuç olarak, Ekonomi Politik yaklaşımın ideoloji eleştirisi, medya metinlerinin ve izleyicilerin kapitalist ideolojiye uygun bir şekilde nasıl konumlandırıldığını incelemektedir. Ancak bu yaklaşımın, özne ve dil ilişkisine dair bazı kavramsal zayıflıkları bulunmaktadır ve Marksist öncüllerle çelişebilir.

1.5.3. Araçsal Yaklaşım

Araçsal Yaklaşım, medyanın ekonomik bağlamını ve toplumsal yaşamdaki seçkinlerin iktidarını vurgulayan bir perspektiftir. Bu yaklaşım Mosco ve Herman (1981) tarafından geliştirilmiştir ve özellikle medyanın yönetici sınıfın denetim uygulama aracı olduğunu vurgular. Domhoff (1967, 1970, 1979) gibi seçkin araştırmacılar medyaya çok az bir bağımsızlık tanırırlar. Geleneksel Marksist görüşe benzer şekilde, seçkinler arasında anlaşmazlıkları kullanabilirken, temelde seçkinlerin çıkarlarına hizmet eden bir araç olarak görür.

Araçsal Yaklaşımın göre, medya ekonomi-politik bağlamı içinde işler ve toplumsal yaşamdaki seçkinlerin iktidarını yansıtır. Medya, haber üretimi sürecinde ekonomiye dikkat çekerken aynı zamanda iktidardaki seçkinlerin gerçekliğini yaratma aracı olarak da işlev görür. Medya, siyasi ve askeri iktidarların yanı sıra seçkinlerin perspektiflerini ve çıkarlarını yansıtarak toplumsal algıları şekillendirir. Bu yaklaşım, medyanın sadece ekonomik faktörlerle değil aynı zamanda toplumsal iktidar yapılarıyla da yakından ilişkili olduğunu öne sürer. Haber üretiminin ekonomik boyutuna ek olarak, medyanın iktidar ve seçkinlerin çıkarlarına hizmet eden bir araç olarak nasıl faaliyet gösterdiğini vurgular. Bu perspektife göre, medya haberleri manipüle ederek, iktidarın ve seçkinlerin görüşlerini ve gerçekliğini yansıtarak toplumsal bilincin oluşmasını etkiler (İrvan, 2014, 108).

1.5.4. Kültürel Yaklaşım

Kültürel Yaklaşım, yalnızca aşağıdakilere bakmakla kalmayan neo-Marksizm kavramına dayanır ve kültür ile ideolojinin toplumdaki ekonomiyle ilişkisi yanı sıra kurumların rolü, kültürel formlar ve diğer sosyal unsurların süreçlerini inceler (Harrison, 2006, 22; Schudson, 1989, 275).

Kültürel Yaklaşım medyanın dilini, söylemini ve medya kapasitesini şu varsayım üzerinden değerlendirir: Medya gerçeği yansıtmak yerine sosyal gerçekliği inşa eder. Aynı zamanda medya, hegemonya mücadelesinin bir alanı hâline gelir (Cottle, 2003, 11). Preston'a göre (2009, s. 12), kültürel yaklaşım, fikirlerin varlığını görmeye çalışır; haber odalarındaki ideolojiler ve belirli bir dili ve tadı olan içerikler topluluk bağlamında ele alınır. Böylece, haber metni şu şekilde görülemeyecek bir konuma yerleştirilir: Tarafsız bir ürün.

Diğer yandan, Raymond Williams'a göre (Harrison, 2006, 22), bu yaklaşım medyayı belirli bir temele dayanan teknik ve kültürel bir biçim olarak görür; ideolojiler ve sosyal koşullar etrafında şekillenir. Bu nedenle medya, kültürel üretim kurumlarının ayrılmaz bir parçasıdır (Schudson, 1989, 276). Harrison'a göre (2006, 22), Kültürel Yaklaşım üç avantaj sunar: Birincisi bu yaklaşım, haber organizasyonu dışındaki önyargıları ve etkileri ortadan kaldırır. İkincisi farklı görüş ve ifade biçimlerinin varlığını ve duyulmasını gerektirir. Üçüncüsü medya tüketiminde bu yaklaşım, sadece sosyo-ekonomik ve sınıfsal yönleri değil, aynı zamanda izleyicinin diğer yönlerini de dikkate alır ve tüketim kalıplarını etkiler. Kültürel yaklaşımla yapılan çalışmalar genellikle haber metinlerini analiz etmeye odaklanır; içerdikleri semboller ve anlamları görmek ve bunları toplumun sosyo-kültürel koşullarıyla ilişkilendirmek amaçlanır.

Kültürel yaklaşımların erken dönemi olan 1970'lerde, tahakküm ilişkilerinin devamlılığında medyanın oynadığı rolün izi, medya metninin anlam yapılanmalarının çözülmesiyle sürülmekteydi. Bu dönemde medya metni, anlam üretiminde öncelikli bir rolde görülmekteydi. Özellikle göstergebilim ve yapısalcılık, metinsel stratejilere odaklanan bu anlayışı güçlendirmekteydi. Stuart Hall, bu anlayışa dayalı olarak, medya metniyle karşılaşan okur için üç varsayımsal okuma konumu olduğunu öne sürmüştür:

a. Baskın Okuma: Metindeki anlamların okur/izleyici tarafından bütünüyle benimsenip kabul edildiği bir karşılaşmadır.

b. Müzakereci Okuma: Metindeki anlam, okur/izleyici tarafından kısmen kabul edilir.

c. Karşıt Okuma: Metindeki anlamlar bütünüyle reddedilir.

Bu bağlamda, herhangi bir medya metniyle karşılaşmak, metindeki anlamı sadece tüketmek değil, daha çok metnin başat ideolojik yapısı ile izleyicinin/okurun toplumsal konumu arasındaki bir müzakere sürecidir. İzleyicilerin/okurların metinle nasıl etkileşimde bulundukları, hangi anlamların nasıl hareketlendiği, Hall'un ortaya koyduğu bu okuma konumları üzerinden çalışanlar için medya çalışmalarında somut çözümlemelerde kullanılan analitik ve kavramsal araçlara dönüşmüştür. Bu yöntemsel strateji, metni okuyan ile ilişkisini ele alırken, pembe dizilerden yarışma programlarına, haberlerden reality showlara kadar farklı medya metinlerinin çözümlenmesinde uygulanmıştır (Dursun, 2004, 23).

Kültürel çalışmalar içinde izleyicinin anlam üretimine odaklanan bu anlayış, "Etnografik Strateji Anlayışı" olarak adlandırılır. Örneğin, ilk kez David Morley, toplumsal deneyimin önemli bir alanı olan medya, özellikle televizyon metnini bir söylem olarak görmüştür. Morley'e göre, yorumlayıcı bir etkinlik olarak okuma, metnin söylemleri ile okurun söylemleri arasında müzakereli bir karşılaşma şeklinde gerçekleşir. Etnografik yaklaşımların güçlenmesiyle anlamlar, metin içine yerleştirilmiş nesneler olarak değil, metin ve okur/izleyici arasındaki etkileşim içinde oluşan ve üzerinde mücadele edilen dinamik inşalar olarak anlaşılmaya başlanmıştır. Metindeki anlamların potansiyeli çeşitli yollarla harekete geçirilebilir şeklinde görülmüştür. Farklı kişiler aynı metinden farklı anlamlar çıkarabilecek okumalar yapabilirlerdi. Ancak, bu farklı okumalar sonsuz çeşitlilikte ya da sayıda olamaz. Toplumsal, ekonomik ve bölgesel faktörler göz önünde bulundurulduğunda, birbirine yakın izleyiciler belirli yorumlayıcı çerçeveleri veya yorum şemalarını paylaşarak anlamları ve gerçekliği etkin bir şekilde inşa etmekteydiler (Dursun, 2004, 24).

1.5.5. Sosyolojik Yaklaşım

Ekonomi Politik ve kültürel yaklaşımının aksine, sosyolojik yaklaşım haberin toplum bilincinin bir ürünü olduğu argümanına dayanmaktadır. Bu yaklaşıma göre,

gazeteciler ve medya kuruluşları haber üretiminde etkili bir rol oynamaktadırlar. Sosyolojik yaklaşımla yapılan çalışmalar, gazetecilerin haber üretiminde “eşik/kapı bekçisi” olarak işlev gördüğüne odaklanır. Bu yaklaşımın gelişimiyle birlikte çalışmalar, haber üretimini haber odalarındaki bağlamla birlikte ele almıştır (Harrison, 2006, 24; Cottle, 2003, 15). Preston (2009, s. 7) Bu yaklaşım üç etki düzeyinde incelenmiştir: Bireysel, Örgütsel ve Rutin.

I. Bireysel Düzey: Bu yaklaşım, bireysel olarak gazetecilerin haber üretimindeki temel etkilerini inceler. Bireysel olarak gazetecilerin geçmişleri, değerleri ve perspektifleri bir haber hikâyesinin şekillenmesi ve üretimi üzerinde etkili olur.

II. Örgütsel Düzey: Yaklaşım ikinci olarak, gazetecilerin rutini, haber yapımında yalnız çalışmadıkları teorisine dayanmaktadır. Ayrıca bu düzeyde gazetecilik pratiğindeki değerlerle ilgili bir dizi norm ve rutin bulunmaktadır. Bu normlar, gazetecilerin çalışma alışkanlıklarını ve haber üretimini etkiler (Preston, 2009, 8).

III. Rutin Düzey: Üçüncü olarak, Rothman ve Lichter’e göre (Schudson, 1989, 274) örgütsel düzeyde, medya kuruluşlarını incelemenin iki temel amacı vardır: İlk olarak, kontrol ve gazetecilerin sınırlanması, bireysel değerlerin dışlanmasını etkileyen bir gazeteci olma düşüncesine odaklanır. İkincisi, toplumsal sistemde “gerçekliğin” toplumsal bir inşa olduğunu vurgular. Bu bakış açısına göre, haberler doğal dünyayı bir gerçeklik olarak yansıtmaz. Aksine, haberler, gazetecilerin veya haber odalarının pratiği tarafından üretilen bir ürün olarak görünen bir olayı veya gerçeği tanımlama gücüne sahiptir (Molotch & Lester, 1974, 111). Bu süreçte gerçekler örgütsel olarak tanımlanır ve belirli yöntemlerle doğrulanır (Schudson, 1989, 271).

Bu yaklaşımla ilgili önemli çalışmalardan biri White (1950) tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma, bir gazetecinin haberleri seçme veya reddetme yetkisine sahip olduğunu ve haberlerin oluşturulması için kullanılan bilgiyi göstermektedir. Daha sonra, birçok araştırma haber odası seviyesine odaklanmış ve haberin ortak bir çabanın sonucu olduğunu vurgulamıştır (Epstein 1973; Golding ve Elliott, 1979; Molotch ve Lester, 1974). Farklı araştırmalar, bir haber kuruluşundaki

haber üretiminin belirlenmiş rutinlere, mesleki ideolojiye ve ortaya çıkan üretim bağlamına dayandığını bulmuştur. Aynı zamanda bu süreç, çeşitli engellerden ve çatışmalardan da etkilenebilmektedir (Harrison, 2006, 24).

1.5.6. Liberal Yaklaşım

Liberal Yaklaşım, medyanın denetleme işlevi olduğunu ve kamuyu temsil ettiğini söylerken gerçek yaşamda bu yansıımıyorsa bile haberin objektif olduğu inancını vurgular. Yaklaşım gazeteciliğin profesyonel bir faaliyet olduğunu ve etik ilkeler içinde yürütülmesi gerektiğini savunur. Liberal Yaklaşımına göre gazetecilikle ilgili bu etik kurallara uyulduğunda haber doğrudan ve doğal olarak objektif olacaktır. Haber değeri, etik ve profesyonellik bu yaklaşımın sürekli olarak vurguladığı temel unsurlardır. Liberal Yaklaşım, medyanın kendisini “Dördüncü Güç” olarak tanımlar.

Haberin nesnelliği vurgulanırken, habere yüklenen anlam “*ayna metaforu*” olarak adlandırılabilir. Bu metafor, gerçeği yansıtmaya amacını ifade eder. Bu noktada, ekonomi ve iktidar gibi faktörler, özgürlük meselesi gibi konular, haberin objektifliğiyle ilişkilendirilir. Liberal kurgu içinde haberin nesnellikle ilişkilendirilmesi, pozitivist bilim anlayışından bağımsız değildir. Pozitivist mantık, deney ve gözlemle sayısal verilerin kullanılmasını içermektedir ve bu veriler gerçekliği kanıtlama mantığına dayanmaktadır. Bu bağlamda içerik analizi de bir örnektir.

Liberal yaklaşımın temelinde toplumdan önce birey gelir. Birey, toplumsal gerçekliği inşa eden unsurdur. Bireyin dışında nesnel bir gerçeklik alanının varlığı kabul edilir. Birey, zihinsel ve bilişsel kapasitesiyle gözlem ve deney yoluyla bu gerçekliği olduğu gibi kavrayabilir (Dursun, 2004, 3).

1.6. Haber Üretim Süreci

Haber üretim sürecini anlamak için Domingo ve ekibinin tanıttığı iletişim süreci modelinden yararlanılabilir. Bu model, tarih boyunca kamusal iletişimin aynı döngü içinde gerçekleştiği fikrine dayanmaktadır. Ancak gazeteciliğin sosyo-tarihsel olarak halkın kurumsallaşmasından kaynaklandığı göz önüne alındığında, haber üretim süreci çalışma düzeninde de görülmektedir. Bu genel modele rağmen, haber

üretimi çeşitli faktörlere göre şekillenebilir ve değiştirilebilir; örneğin, medya kuruluşlarında ortaya çıkan sorunların dinamikleri (Domingo ve ark., 2008, 329).

Erişim ve Gözlem: Bu aşama, gazeteciler tarafından gerçekleştirilebilir. Organizasyonlar, hatta izleyicilerden gelen fikirlerle bir olayı araştırmak veya gözlemlemek için izleyicilere ulaşabilirler. Hanitzsch'e göre bu aşamada, bilgi ve fikirler hem gazetecilerden hem de ülkenin içindeki veya dışındaki taraflardan elde edilebilir. Gazetecilik kurumu, takip haberleri aracılığıyla da bilgi edinebilir. Bu tür haberler, takip edilen veya takip edilmesi gereken olaylara dayanmaktadır (Hanitzsch, 2014, 3).

Seçme ve Filtreleme: White (1950) gibi bazı bilim insanları bu süreci “kapı süreci” olarak adlandırırlar. Bu aşamada gazeteciler, alınan bilgilerin kabul edilip edilmeyeceğine veya reddedilip reddedilmeyeceğine karar verirler. Bu süreçte, gazeteciler ve medya kuruluşları tarafından gelen bilgiler daha sonra seçilir. Bu süreçte “haber değeri” önemli bir göstergedir. Burada standart haber değeri, gazeteciler veya medya kuruluşları bir bilginin haber kategorisine dahil edilip edilmeyeceğine karar verirken bir filtre olarak kullanır (Saltzis, 2006, 72). Ancak, her birey ve gazeteci, bir haberin değeri konusunda farklı görüşlere sahip olabilir. Bu etkinlik ve bilgiye bağlıdır.

İşleme ve Düzenleme: Bilgi seçildikten sonra, bu aşamada hikâyenin nasıl anlatılacağı belirlenir. Hanitzsch'e göre bu aşamada ana faktörlerden bahsedilir: Temel anlatı seçilir, bakış açısı belirlenir ve çıktı bir haber veya gazetecilik ürünü olduğu için çerçeve oluşturulur. Ayrıca, üretilen çıktıdan kalıbın ve gazetecinin haber yapımındaki rolünün belirlendiği bu aşamada söz edilir (Hanitzsch, 2014, 3).

Dağıtım: Bu aşamada medya kuruluşu, bir haber ögesinin hangi kanallarda ve programlarda yayımlanacağını belirler. Teknolojinin gelişimiyle birlikte birçok çalışma medyadaki bilgilerin daha katılımcı bir dağıtım modeline sahip olmasını sağlayan özellikleri incelemiştir. Örneğin, kullanıcı sıralamasıyla izleyicinin ilgi gösterdiği konuların belirlenmesi (Domingo, 2008, 338) veya bir haberin çeşitli dijital yollarla dağıtılmasına izin veren özellikleri incelemiştir (Engelke, 2019, 33).

Yorumlama: Bu aşama kişisel ağın bir parçasını oluşturur (Domingo ve ark., 2008, 328). Bu nedenle medya düzenleme aşamasında çerçeveleme yapılsa da bilgi işlenirken, izleyiciler yorumlama konusunda tam yetkiye sahiptir. Sonuç olarak,

izleyiciler medyayla etkileşim kurabilirler ve bir haberle ilgili görüşlerini, geri bildirimlerini veya eleştirilerini diğer izleyicilerle paylaşabilirler. Bu tür iletişimi sağlamak için medya kuruluşları sütunlar veya yorum bölümleri oluşturabilirler (Engelke, 2019, 33).

1.6.1. Haber Konularının Seçiminde Nesnellik

Gazetecilerin temel görevi meydana gelen olaylar hakkında bireyleri ve toplumu bilgilendirmektir. Gazetecilik kamu yararını koruma amacını taşıırken, halkın haberlere erişme hakkını korumalıdır. Tüm bunlar da gazeteciliğin demokrasinin sürdürülmesindeki rolünü vurgulamaktadır. Gazetecilik ancak bu şekilde yasama, yürütme ve yargıyla birlikte dördüncü bir güç olarak işlev görebilir (Uçak, 2019, 9).

Medya kuruluşları gün boyunca ajanslar ve diğer kuruluşlardan birçok haber alır. Bu haberlerin tümünü gazete veya televizyon programlarında yayımlamak mümkün değildir. Bu durumda hangi konuların haber olarak seçileceği önemlidir. Bir gazetecinin mesleki anlamda yapması gereken ilk şey haber potansiyeline sahip olayları belirlemektir. Bazı olaylar zaten haber değeri taşır. Bu olaylar dışındaki diğer olayların haber olup olmayacağına gazeteci karar vermelidir. Örneğin, çok sayıda ölünün olduğu bir yangın zaten haber olacaktır. Bu örnekteki gibi olaylar son derece açık ve nettir. Ancak, gazetecinin karar vermesi gereken durumlar daha karmaşıktır. Haber konularının seçimi sırasında gazeteci yalnızca kendi kriter, beğeni, istek ve hassasiyetine göre kararını vermez. Gazeteci karar verirken aynı zamanda medya işinin özgün kurallarını da göz önünde bulundurur (Gaillard, 1991, 30-32). Medya kuruluşlarında haber seçimi konuşulurken, “kapı/eşik süreci” kavramı gündeme gelir. Seçim yapan gazeteciler, çalıştıkları kuruma gelen tüm bilgileri toplar, sıralar, düzenler ve son olarak yayına hazırlarlar. Bu süreçte, haberler medya kuruluşunun yayın politikası ve ilkelerine uygun hâle getirilir ve yayımlanır. Haber içeriği, sosyal, politik, ekonomik ve kültürel bağlamlara göre şekillenir (Çebi, 1996, 249). Seçim yapan gazeteciler, haberleri seçerken tarafsızlık kriterlerini karşılamaya çalışsalar da bu sürecin her zaman nesnel olması mümkün olmayabilir.

Temel bir ilke olarak haberlerde tam bir nesnellikten bahsetmek az önce de belirtildiği üzere mümkün değildir. Çünkü iletişimin her aşamasında bir ikna boyutu bulunur. Bu sürecin doğasında var olan bir durumdur. Bunun nedeni her bireyin

olayları kendi inançları, davranışları ve değerleri çerçevesinde görme ve algılama eğiliminde olmasıdır. Bu yüzden gerçeklik kavramı sadece “göreceli” olabilir. Dolayısıyla, tam anlamıyla bir nesnellik kişiler arası düzeyde ulaşılamaz bir fenomen olarak kabul edilirse editörlerin medya aracılığıyla ilettiği mesajın iletişim sürecinin çok daha karmaşık olduğunu anlamak kolaylaşacaktır. İlk olarak, bir muhabirin belirli bir şekilde yani kendi inançları, tutumları ve değerleri çerçevesinde algıladığı bir olay vardır. İkinci aşamada haber, neyin takip edileceğine karar veren editörlerin ve yönetimin onayını alır veya alamaz. Üst düzey yönetim, reklam verenler, hükûmet yetkilileri vb. genellikle bilinçli bir karar verme sürecine dâhil olurlar. Kişisel ve meslekî inançlar, tutumlar ve değerler ise bilinçaltı seçimlerde rol oynar. Üçüncü ve son olarak izleyici, neyin önemli olduğuna kendi inançlarına, tutumlarına ve değerlerine göre karar vererek neyle ilgileneceğini seçer.

Yukarıda aktarılanların yanı sıra aktarımın hızı, aktarımın alanı ve süresi, görsel ve bağlamsal estetik kaygılar, ticari beklentiler veya zorunluluklar da haberin nesnelliğini belirleyen ve etkileyen diğer unsurlardır. Zaman zaman devreye giren bu unsurlar sonucunda haberler öznellik kazanır veya haberlerin öznelliği artar. Özellikle ulusal meseleler ve uluslararası ilişkilerle ilgili haberlerde nesnellikten sapma giderek artmaktadır. Bu tür haberlerde ülkenin çıkarları ve ulusal kimliği ortaya çıkmakta, haberler bu çerçevede izlenmekte, düzenlenmekte ve yayınlanmaktadır. Görüldüğü gibi, teorinin savunduklarından farklı olarak tam anlamıyla tarafsızlığı sağlamak çok da mümkün değildir. Gazeteci sadece ulaşabildiklerini ve görebildiklerini aktarır; ancak ulaşabildikleri ve görebildikleri sınırlıdır. Bu nedenle nesnellik, ulaşılamayan bir hedef olarak kalmaya devam eder. Bu yüzden nesnellik kavramından sıkılmak yerine haberdeki doğruluk, kesinlik ve denge unsurlarına odaklanmak daha mantıklı olacaktır (Girgin, 2005, 24).

1.6.2. Haber Yazımında Tarafsızlık

Tarafsızlık, toplum içerisinde hâlâ tartışma konusu olan, koşullara, zamana, zemine ve kişilere bağlı olarak değişen bir kavramdır. Ancak buna rağmen tarafsızlık, Basın Ahlak Yasalarında temel bir ilke olarak yer almaktadır (Girgin, 2005, 24). İnsanların merak duygusu, haber alma ihtiyacının temelini oluşturmaktadır. Haber yazarken yalnızca bir birey değil, toplumun genel merak duygusunu gözetmek

önemlidir. Bir gazeteci haberini yazarken, geniş bir kitleye hitap ettiğini bilerek açık ve anlaşılır bir dil kullanmalıdır. Haberlerin anlaşılabilir bir biçimde ifade edilebilmesi için 5N1K kuralına uyulması gerekmektedir. “Kim?”, “Nasıl?”, “Ne zaman?”, “Neden?”, “Nerede?” ve “Ne?” sorularının yanıtları haberlerin yanıtlaması gereken temel soruların yanıtlarıdır (Alemdar ve Uzun, 2013, 88). Gazeteci bu soruların yanıtlarını açık ve net bir biçimde vererek haber olayının da açık ve net bir biçimde anlatılmasını sağlamış olur. Ya da tam tersini yapar.

Gazeteciler, haber yazarken nesnellik ilkesine uyup uymadıklarını anlamak için kendilerine bazı soruları sormalıdır:

I. Haberde muhabirin başkaları tarafından etkilendiği görülüyor mu? Diğer bireyler, muhabiri düşünceleriyle etkilemeye çalıştığında, haberin tarafsızlığı bozulabilir.

II. Haberin konusu tüm detaylarıyla okuyucuya aktarılıyor mu? Eğer olayın tüm detayları iletiliyorsa, muhabir objektif bir yaklaşımla haberi yazmış demektir. Hedef kitle, olayın tam anlaşılabilmesi için olayın tüm yönlerini bilmeye ihtiyaç duyar. Muhabirin olayla ilgili topladığı bilgileri tarafsız bir şekilde, her açıdan aktarması büyük öneme sahiptir.

III. Muhabir, bilim insanı gibi sakın bir dille haberi yazdı mı? Muhabir, bilim insanı gibi sakın bir üslupla haber yazdı mı, yoksa ima etmeye mi çalıştı? Eğer bilim insanı gibi sakın bir dille yazıldıysa, haberler nesneldir. Haberlerde yer alan ifadelerin ima içermesi, tarafsızlığa aykırıdır. Çünkü imada bireysel bilgi, deneyim, tercih, öncelik ve hassasiyetler vardır.

IV. Haberde eksik bilgi var mı? Olayda kasıtlı veya kasıtsız eksik bir kısım bulunuyorsa, haber objektif olmayabilir. Muhabir, olayı açıklarken eksik bir ayrıntı bırakmamalıdır. Bu durumda muhabirin sınırları içinde kalmalıdır. Zaman da önemlidir. Muhabir, olayı ayrılan süre içinde kendi yetenekleriyle araştırır. Ayrıca, bu süreden sonra olayla ilgili yeni gelişmeler ortaya çıkabilir. Bu tür bir durumda, muhabiri objektif olmamakla suçlamak uygun olmayacaktır (Çomakçı, 2023, 13-14).

Haberler bulunduğu pazar tarafından şekillendirilir. Liberallere göre gazeteciliğin temel ilkesi gerçeği aktarmaktır. Ancak serbest piyasa koşulları bu ilkenin önünde bir engel oluşturabilir. Basının tüketicilerin piyasada kalma

beklentilerini karşılamaya çalışmasından kaynaklanan çabaları, gazeteciliğin demokratik işlevini sarsabilir. Bu anlayışa göre, ana akım kitle kültüründen farklı haberlere yer verilmez (O'Neill, 1998, 41).

Gazetecilikte, tarafsız haber üretimini engelleyen durumlar bulunmaktadır. Özellikle gazetelerde, gazetecilerin yazılı haberi çekici kılma kaygısı ve haber kaynaklarının rekabetçi ortamı nedeniyle haberi tamamlayıcı bütünlüğe ulaşamama sorunları, tarafsızlık ilkesinin önünde engel teşkil edebilir (Atabek, 1994, 30).

1.6.3. Haberler ve İdeolojik Değerler

Üretim ilişkileri sistemi, politik, ideolojik ve kültürel düzeyi şekillendirdiği oranda medyanın da belirlenmesine etki eden bir faktör olarak kabul edilir. Alt yapının üst yapıyı mekanik bir biçimde belirlediği görüşünden hareket eden bu yaklaşıma Ekonomi Politik Yaklaşım denir. Ekonomi politik yaklaşımların ideolojik eleştirisi, medyanın yönetici sınıfın çıkarlarına hizmet ettiğini veri olarak görmektedir. Bu eleştiri, medyanın ürettiği anlamlar yerine sınıfsal iktidarın medya tarafından nasıl uygulandığına odaklanır. Zira tüm ideolojik içerik ve kültürel üretimin, yöneten-yönetilen ilişkileri çerçevesinde üretildiği temel bir kabuldür. Bu nedenle, ideoloji analizi, medya sektöründeki sermaye yapılarına ve mülkiyet ilişkilerine odaklanır. Medya mülkiyeti sahibinin seçimlerine ve eylemlerine belirli sınırlılıklar getirir. Bu sınırlılıklar, kapitalizmin örgütlenmesinden kaynaklanmaktadır. Kapitalist toplumlar, kültürel üretimi de kâr ve pazar merkezli kılmışlardır. Kâr merkezli üretimin sürdürülmesi için, kurumlar ve pratikler, sermaye birikiminin ve metalaşmanın mantığına uygun bir üretim tarzı örgütlenmesi geliştirmişlerdir. Medya endüstrisinde, hangi kültürel ürünlerin üretileceği ve nasıl tüketileceği konusunda belirleyici olan egemen ilişkilere göre üretici güçler, teknolojiler ve uygulamalar konumlandırılırlar (Dursun, 2004, 10).

Stuart Hall'un da belirttiği gibi, medyanın ideolojik gücünü sağlayan unsurlardan biri durumları "tanımlama" yeteneğidir. İdeolojinin temelindeki iktidarın ötesine geçmeden önce, ideolojinin doğası olarak toplumsal bütünleşme mekanizması ve medyanın bu süreçle ilişkili toplumsal denetim işlevi üzerinde durulmalıdır. Medyanın ana işlevlerinden biri de bir kültür içerisindeki sınırları korumaktır. Toplumsal çıkarları bir araya getirebilmek için belirli görüş ve değerler kabul edilebilir

sınırlar içinde tutulurken, diğerlerinin “meşru olmayan” şeklinde tanımlanması gerekebilir (İrvan, 2014, 100).

Herbert Gans haberlerin değerleri içerdiği gibi ideolojiyi de içerdiğini ifade eder. Ancak ideoloji, değerler bütünde yalnızca kısmî bir bölümdür. Haber değerlerinin tamamen uyumlu olmadığı ve tamamen bütünleşmemiş olduğu durumlar, genellikle ideolojik onay değerlerini ifade eder. Bir olayın haber seviyesine çıkması ve tüm dünyaya yayımlanması veya yayılması için ideolojik ve entelektüel değerleri içermesi gereklidir. Yani ideoloji, etki yaratma sürecinde belirgin hâle gelir. Hangi olayların ele alınacağına dair karar verme yetkisi genel yayın yönetmenlerinin elindedir. Yayıncılar, editörler ve hatta haber toplarken muhabirler genellikle fikirleri olan kişilerdir. İletişimci olmalarına rağmen, düzenleme sırasında izlenecek yönetime özgürce karar verirler. Özgürlük ve bağımsızlık önemlidir, ancak bir tür ideolojik maruz kalma da vardır. Özgürlük ilkesinin kendisi bir ideolojidir; yani iletişimciler liberalizmi doğuran ideolojiden etkilenmiştir. Ayrıca, medya özgürlüğü bir kişinin fikrini özgürce ifade etmesine olanak tanır ve iletişimcinin görüşü kendi ideolojisinden uzaktır.

Bugün medyanın ideolojik alanda baskın bir devlet aracı olduğunu ve bu açıklığın resmî hükûmet medyasına yansıdığı görülmektedir. Bu yayın organlarında amacın ulusal gelişme başarıları gibi ulusal olaylara odaklanan haberlere yönelik olduğu görülebilir. Bu odak, haber değerlerinin büyük ölçüde bu tür etkilere tabi olmasından kaynaklanır. İktidar ve medya politikasının öne sürdüğü ideoloji, yani haber değerleri, ideolojik değerler kazanır. Aynı zamanda haber değerleri, medya kuruluşundan medya kuruluşuna farklılık gösterebilir. Çünkü her biri kendi ideolojik, sosyal, entelektüel, kültürel ve ekonomik değerlerini yansıtır. Her medya kuruluşunun, kendi ideolojik değerleri dikkate alan ve farklı hedeflere sahip olduğu kendi medyası vardır. Haber değerleri olayların veya unsurların sadece izlenmesi değil, aynı zamanda ideolojik ve zihinsel bir değer yapısıdır. Bir olayın haber düzeyine ulaşabilmesi için ideolojik bir değeri içermesi gerekmektedir. Bu ideoloji, medya kuruluşunun, siyasî gücün veya özel mülk sahiplerinin ve finansörlerin düşüncesidir (Siddig, 2016, 15).

Haber ve ideoloji çalışmalarında Fenomenolojik Yaklaşım önemli bir rol oynamaktadır. Fenomenoloji, felsefî açıdan yapılan çözümlemelerde iki temel boyutu kapsar: Görünen şey kavramı ve Olağan dışı durumlar. Fenomenolojik yaklaşım,

kendini metaforlar ve benzetmelerle ifade eder. Pozitivist mantığa dayalı bilimsel çalışmanın bir yolla ifade edilmesi olarak görülen şey asfaltlı yolda bilim yapmakken fenomenolojik yaklaşım ormanlık yolda bilim yapmak olarak betimlenir. Fenomenolojik yaklaşımda, öze ulaşma sürecinde önemli bir kavram “paranteze alma” kavramıdır. Öze ulaşmak için gerekli olan, verili olanı bir kenara bırakmak ve bir çeşit ayıklama yapmaktır. Haberler bağlamında Tuchman’a göre haberler zaten verili bilgiyi sunar; ancak öze ulaşma noktasında haberler sorunlu hâle gelir. Bu noktada, haberlerden gelen bilgileri bir kenara bırakmak ve öze ulaşmaya yönelirken haberden alınan bilgileri bir tür paranteze almak gereklidir.

Fenomenolojik yaklaşımın eleştirilen bir yönü, insanların günlük hayatlarını anlamlandırırken var olan uzlaşma sürecine odaklanmasıdır. Burada eleştirilen nokta, söz konusu bu uzlaşmanın aslında kimin tarafından belirlendiği ve kurgulandığıdır. Uzlaşma süreci, aslında tüm bireylerin toplumsal gerçekliğin inşasının bir parçası olduğu bir süreçtir. Yönelimsellik kavramı, haberlerde kendini gösterirken “biz” ve “öteki” kavramlarını iç içe geçirir. Uzlaşımın sağlanmasında haber, toplumsal gerçekliğin inşasında bir araç olarak rol oynar. Haberi sunan ve alan arasında gizli bir anlaşma bulunur ve sonuç olarak bilgiye erişenlerle bilgiyi iletenler arasında bir dinamik oluşur.

Fenomenolojik yaklaşıma dayanan toplumsal inşacı görüşler, toplumsal bilginin inşasının medya ve izleyici/okur kitleleri tarafından birlikte gerçekleştirilen bir süreç olduğunu vurgular. Toplumsal bilginin inşa edilmesi sırasında medya, belirli anlamları ve yorumları tercih eder ve bu tercihlere dayalı olarak sınıflandırma ve düzenlemeler yaparak belirli gerçeklikleri içerirken diğerlerini dışarıda bırakır. Medya, paylaşılan bir toplumsal olguyu tanımlamasının yanı sıra onun oluşumuna da katkıda bulunur. Medyanın tanımlamaları, adlandırmaları, sınıflamaları ve neden-sonuç ilişkileri, toplumsal alana ve sıradan insanların günlük dünyasına yayılır. Bireyler, medyanın inşa ettiği sembolik gerçekliğin sunduğu başvuru çerçevelerine göre kendi öznel dünyalarını ve kimliklerini şekillendirirler. Bireyler, medyada karşılaştıkları gerçeklikle toplumsal bir ilişkiye girerler. Klasik ideoloji anlayışı bağlamında medya, ideolojik alanda yer alan üst yapısal düzeyde içerik üreticileridir. Üretilen içerikler, kapitalizmin sömürü ilişkilerini gizemlileştirmeye, doğallaştırmaya

ve evrenselleştirmeye hizmet eder. Ancak Marks'a göre ideoloji, daha çok piyasa ilişkileri aracılığıyla üretilir. Piyasa, bireylerin eşit ve özgür bir şekilde mübadele ilişkilerine girdiği yanılsamasını yaratarak, kapitalist ideolojinin yeniden üretilmesine katkı sağlar. Bu durumda emek-sermaye çelişkisi yanlış bir biçimde temsil edildiğinden, toplumsal gerçeklik de çarpıtılmış olur. Bu nedenle Marks'ın eleştirisi, toplumsal çelişkinin gerçek kaynağı olan üretim ilişkilerine odaklanır. İktidar ve ideoloji arasındaki bağlantıları da üretim ilişkilerine ve üretim tarzına yerleştirir (Dursun, 2004, 7-9).

1.6.4. Haber Çerçeveleri

Çerçeveleme olayların ve bilgilerin bireyler tarafından belirlenmesi, teşhis edilmesi, yorumlanması, adlandırılmasında kullanılan araçlardır. Bu kavram, özellikle Goffman tarafından ele alınmış ve tanımlanmıştır. Haberlerin çerçevelenmesi aşağıdaki şekillerde olabilir: Biçimsel Çerçeveler (Episodik/Tematik Haber Çerçeveleri): Bu tür haber çerçeveleri, konu odaklıdır ve düşünsel bir yaklaşıma sahiptir. Haberin yapısal ve biçimsel özelliklerini vurgular. Episodik çerçeveler, belli olaylara odaklanırken, tematik çerçeveler ise daha genel konularda düşünsel bir yaklaşım sunar. Tür Çerçeveleri: Tür çerçeveleri belirli bir konu veya olay türüne odaklanır. Örneğin sorumluluk çerçevesi, olayın veya konunun kimin sorumluluğunda olduğuna dair vurgular yapar. Çatışma çerçevesi, çelişki veya anlaşmazlık içeren yönleri vurgularken, insanî ilgi çerçevesi olayın insan hikâyeleri ve duygusal yönlerini öne çıkarır. Ahlakilik çerçevesi, olayın etik veya ahlaki boyutlarına odaklanırken ekonomik sonuçlar çerçevesi olayın ekonomik etkilerini inceleyebilir.

Bu çerçeveler, haberlerin farklı yönlerini vurgulayarak okuyucuların veya izleyicilerin olayları anlamalarına yardımcı olur. Bugüne kadar literatür, genellikle haberlerde ortaya çıkan belirli çerçeveleri tanımlamıştır. Bu çerçeveler aynı anda var olmasa da çoğu zaman görülür. Çoğu çalışma haberlerde bir veya daha fazla çerçevenin varlığına odaklanmakta ve bu çerçevelerin toplum üzerindeki etkilerini değerlendirmektedir. Özellikle çatışma çerçevesi ve haberlerde sorumluluk atfı gibi konular çokça tartışılmıştır. Neuman, Just ve Crigler tarafından 1992 yılında gerçekleştirilen bir çalışma, ABD haberlerinde çatışma, ekonomik sonuçlar, insan etkisi ve ahlaki çerçevelerin yanı sıra bir dizi diğer sorunun yaygın olduğunu

göstermiştir. Valkenburg ve Semetko tarafından yapılan bir çalışma izleyicilerin çeşitli sosyal hizmetlerden kimin sorumlu olduğunu nasıl anladıklarını ölçmeye yöneliktir. Bu çalışmada iki tür haberin formatı üzerindeki etkileri incelemiştir: “Epizodik” haberler belirli olayları kapsarken; “Tematik” haberler ise daha analitik, bağlamsal veya tarihsel içeriğe sahiptir (Valkenburg ve Semetko, 2000, 95).

1.6.4.1. Sorumluluk Çerçevesi

Bu çerçeve, haber içeriğindeki bir olaya, soruna veya duruma ilişkin olarak kimin sorumlu olduğunu ortaya koyarak algı yönetimi oluşturan bir yaklaşımdır. Haber içeriğinde, bir sorunun veya durumun çözümünün sorumluluğunu belirli bir kişi, grup veya kuruluşa atfeder. Sorumluluk çerçevesi, örneğin, bir sorunun çözümünü hükûmete veya belirli bir birey veya gruba atfedebilir. Haberlerde bir sorumluluk çerçevesinin varlığı açıkça ölçülme de ABD haber medyasının, önemli toplumsal sorunlarla ilgili olarak kamuoyunun görüşlerini şekillendirmede kimin sorumlu olduğunu vurgulayarak algı yönetimi yaptığı gözlemlenmiştir. Örneğin yoksulluk gibi önemli bir toplumsal sorunun çözümünün veya nedeninin hükûmet veya sistemde mi yoksa bireylerde mi olduğunu belirlemek sorumluluk çerçevesi içerisinde tartışılmıştır.

Iyengar’ın (1991) çalışması, televizyon haberlerinin genellikle bir sorunu veya olayı daha çok bireysel örnekler ve olaylar üzerinden ele aldığını ortaya koymuştur. Bu durum, haberlerin “Epizodik” formatını kullanarak bireysel hikâyelere odaklanmayı teşvik ederken daha geniş tarihsel ve sosyal bağlamları göz ardı edebilir. Bu şekilde, bir refah eksikliği durumunda fakir bir kadın, sistem yerine kendi kaderinden sorumluymuş gibi sunulabilir. Televizyon haberlerinin çoğunluğunun “belirli olaylar veya durumlar” hakkında bilgi verdiği ve bu bağlamda bir sorumluluk çerçevesi oluşturduğu gözlemlenmiştir (Valkenburg ve Semetko, 2000, 97).

1.6.4.2. Çatışma Çerçevesi

Haber içeriğinde farklı kurumlar, bireyler veya partiler arasındaki çatışmaların vurgulanması anlamına gelir. Bu çerçeve çatışma kavramını kullanarak farklı tarafların farklı görüşlerini, çıkarlarını veya hedeflerini karşı karşıya getirir. Çatışma çerçevesi aynı zamanda farklı tarafları ötekileştirme veya karşıtlık oluşturma amacını taşıyabilir.

1.6.4.3. İnsanî İlgi Çerçeveleri

Bu çerçeve günlük yaşamda sıkça karşılaşılan durumları haberlerde dramatik bir şekilde aktarmayı, başarı hikâyelerini paylaşmayı veya örneğin kanserle mücadele eden bir kişinin öyküsünü anlatmayı içerir. Bu çerçeve, olayların, sorunların veya durumların sunumuna insan yüzü veya duygusal bir açı getirerek yaklaşır. Neuman bu yaklaşımı “İnsan Etkisi Çerçevesi” olarak tanımlar. Bu çerçeve çatışma çerçevesiyle birlikte haberlerde yaygın olarak kullanılan bir çerçevedir. Haber pazarının giderek daha rekabetçi hâle gelmesiyle birlikte gazeteciler ve editörler, ilgi çekici ve dikkat çekici içerik üretmeye yönelik baskı altında bulunurlar. Bu nedenle haberleri izleyicilerin ilgisini çekebilmek ve sürdürebilmek için dramatikleştirmek veya duygusal bir şekilde sunmak bir strateji olarak kullanılır. Haberleri insanî çıkarlar açısından çerçevelemek, izleyicilerin ilgisini çekmeyi amaçlar. Bu yaklaşım, haberleri kişiselleştirme çabasını yansıtır. Haberleri dramatize etmek veya duygusal bir şekilde sunmak, izleyicilerin ilgisini çekmek ve tutmak için kullanılan bir yöntemdir (Valkenburg ve Semetko, 2000, 95).

1.6.4.4. Ahlakilik Çerçevesi

Bu çerçeve haberlerde bir siyasî parti, lider veya adayın eylemlerini, söylemlerini tamamen ahlaki değerlere, etik konulara ve hatta dinî prensiplere kadar geniş bir yelpazede ele alır. Ahlakilik çerçevesi olayı, sorunu veya durumu ahlaki kodlar veya dinî ilkeler bağlamında değerlendirir. Gazeteciler, genellikle profesyonel nesnellik normu gereği, ahlaki çerçevelere dolaylı olarak atıfta bulunabilirler. Bu alıntılar veya çıkarımlar aracılığıyla başka birinin görüşlerini sunarak veya bir gazete örneğinde bir soruyu gündeme getirerek olabilir. Örneğin, cinsel yolla bulaşan hastalıklar hakkında soru sormak için ilgi grubuna dayanarak bir haber yapılabilir. Bu tür bir haber ahlaki mesajlar içerebilir veya belirli sosyal reçeteler sunarak nasıl hareket edilmesi gerektiğine dair önerilerde bulunabilir. Bu çerçeve, izleyiciler arasında haber içeriğinden daha yaygın olarak bulunsa da haber raporlarında kullanılan birkaç çerçeveden biri olarak tanımlanmıştır (Valkenburg ve Semetko, 2000, 96).

1.6.4.5. Ekonomik Sonuçlar Çerçevesi

Bu çerçeve haberlerde ekonomik sonuçları ve etkileri vurgular. Haberin içeriği bir olayın veya durumun ekonomik sonuçlarını değerlendirirken, kâr ve zarar hesabını

yapmakla ilgili olabilir. Bu çerçeve aynı zamanda siyasî partilerin politikalarının ekonomik sonuçlarını da ele alarak bir partinin politikalarını önemsizleştirebilir veya olumsuz göstermeye çalışabilir. Örneğin, bir siyasî partinin ekonomik politikalarının halka olan etkileri üzerine yapılan haberlerde ekonomik sonuçlar çerçevesi kullanılabilir. Bu çerçeve hükûmetin veya siyasî liderlerin ekonomik kararlarından kaynaklanan sonuçları analiz ederken olumlu veya olumsuz etkileri vurgular. Bu çerçeve aynı zamanda haberlerde ekonomik eşitsizlik, işsizlik, enflasyon gibi konuların ele alınmasında da kullanılabilir. Haberin içeriği bu konulardaki ekonomik sonuçları ve etkileri incelerken toplumun farklı kesimlerine nasıl yansıdığını göstermeye çalışabilir. Ekonomik sonuçlar çerçevesi, izleyicilere bir olayın veya durumun ekonomik boyutunu anlamada yardımcı olurken aynı zamanda siyasî ve ekonomik kararların halk üzerindeki etkilerini değerlendirmeye olanak tanır. Bu çerçeve, haberlerin içeriğini daha geniş bir toplumsal ve ekonomik bağlam içinde değerlendirmeye yardımcı olabilir (Valkenburg ve Semetko, 2000, 97).

Medya analizi ve çerçeveleme konusunda önemli bir örnek olan Todd Gitlin'in "The Whole World Is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left" adlı kitabı 1960'lardaki öğrenci hareketleri ve Vietnam savaşı karşıtı hareketlerini incelemiş ve bu hareketlerin medyada nasıl temsil edildiğini ve nasıl çerçevelendiğini ele almıştır. Gitlin, çalışmasında medyanın öğrenci hareketlerini nasıl marjinalleştirdiğini ve önemsizleştirdiğini ortaya koymuştur. Medya tarafından genellikle bu hareketlerin sol görüşlü ve komünist öğrenciler tarafından gerçekleştirildiği vurgulanmıştır. Basın, bu eylemlerin önemini küçümseyerek haberlerde marjinalleştirme eğilimi göstermiştir. Ayrıca, eylemlerin şiddet içerdiği yönünde bir çerçeve oluşturulmuş, egemen medya ise polisi düzen sağlayıcı bir şekilde çizmiştir. Medya, resmî kurumları öne çıkaran bir yaklaşım sergilemiştir. Gitlin'in çalışması, medyanın haberleri nasıl çerçevelediğini ve bu çerçevelerin nasıl toplumsal algıyı etkilediğini anlamak için önemli bir örnek sunmaktadır. Çerçeveleme yönteminin, sadece tek taraflı değil çift taraflı düşünülmesi gerektiği de vurgulanmıştır. Gitlin'in verileri bu konuda önemli bir rol oynamaktadır (İrvan, 2014, 102).



İKİNCİ BÖLÜM

BİR KAVRAM VE BİLİM OLARAK ARKEOLOJİ VE GELİŞİMİ

Arkeoloji iletişimi ve arkeoloji haberciliğiyle ilgili kavramsal tartışmaların öncesinde bir kavram ve bilim olarak arkeolojinin ayrıntılı bir biçimde tartışılması çalışmanın bütünlüğü açısından bir zorunluluk olarak görülmüştür. Bu bölümde bir kavram ve bilim dalı olarak arkeoloji, Türkiye’de ve dünyada arkeolojinin tarihsel gelişimi konuları ayrıntılı olarak tartışılmıştır.

2.1. Arkeoloji Kavramı ve Arkeoloji Bilimi

Arkeoloji kelimesinin etimolojisine bakıldığında, Antik Yunancada eski anlamına gelen “arkeo” ve bilim anlamlarına gelen “logos” kelimelerinden oluşmakta, yani geçmişin bilimi anlamına gelmektedir. Arkeoloji kavramı, Türkçeye “eskinin/geçmişin bilimi” olarak çevrilebilir. Arkeoloji, esasen insanlık tarihinin kültürel geçmişi, kültürel değişimi ve birbirleriyle olan ilişkilerini konu alır. Arkeoloji daha ayrıntılı bir biçimde “kazı ve yüzey araştırması gibi teknikler ve analizler kullanarak, yazılı kaynaklar ve her türlü somut kalıntılar üzerinden insanlığın geçmişini araştıran bilim dalı” olarak tanımlanabilir. Arkeoloji, her şeyden önce Türk Dil Kurumu sözlüklerinde ifade edildiği şekliyle sadece bir ‘kazı bilimi’ değildir. Arkeoloji sözcüğünün Özbilen’in belirttiği gibi Türkçeye uyarlanmış hâliyle, ‘eskinin (arkhaios), yani geçmişin bilimidir (Özbilen, 2020, 42).

Klasik anlam ve uygulamasıyla arkeoloji, geçmiş insan kültürlerinden kalan materyal kalıntılarının incelenmesidir. Arkeologlar, daha güncel ve genel olarak arkeolojiyi, her zaman ve her yerde insan davranışı ile maddi kültür arasındaki ilişkinin incelenmesi olarak tanımladılar. Alfred Kroeber ise antropolojiyi ve dolaylı olarak da arkeolojiyi bilimlerin en insancıl ve beşerî bilimlerin en bilimsel olanı olarak tanımlamıştır. Nash ise günümüz açısından arkeolojiyi “tarih öncesi, tarihî ve yakın geçmişte insan davranışı ve maddi kültür hakkındaki sorulara cevap vermek için farklı araştırma alanlarından analitik teknikler kullanan çok disiplinli bir sosyal bilim” olarak tanımlamıştır (Nash, 2000, 2). Bir ulusun ait olduğu kültürel geçmiş, kimliğinin ayrılmaz bir parçası olmalıdır, toplumsal kimliğin oluşumuna bilinç ve heyecan vererek bunun içselleştirilmesini sağlamalıdır.

Kültürel geçmişin korunması, kimlik oluşumuna katkı sağlamasında arkeoloji biliminin de önemli katkıları vardır. Ancak arkeolojinin ortaya çıkarttığı geçmiş, buluntular ve bugünle ilişkisinin toplum tarafından bilinmesi, paylaşılması ve daha sonraki kuşaklar aktarılması de bir o kadar önemlidir. Bu noktada medya devreye girmektedir. Medya arkeoloji aracılığıyla kültürel geçmiş, kültürel değişim ve bunların ilişkilerinin bilinir kılınması, paylaşılması ve kültürel bir öge olarak toplumun diğer kesimlerine ve gelecek kuşaklara aktarılması mümkün olmaktadır.

Arkeoloji Türkiye’de ve Dünyada sosyal/beşerî bilimler arasında sınıflandırılmaktadır. Arkeologların multidisipliner çalışmalarındaki ağırlık merkezinin sosyal bilimler ailesindeki diğer “akrabalarıyla” değil de fen bilimlerindeki “yabancılarla” olması açıklanmaya muhtaç bir durumdur. Acaba arkeologlar, sosyal bilimlerin o karışık, kesinlikten uzak alanında yer almaktan rahatsız mıdır? Çalışmalarının daha “bilimsel” olması için fen bilimlerinin olanaklarını mı kullanmaktadır? Bu soruya cevap vermeden önce daha kapsayıcı şu soru sorulabilir: Arkeolojinin derdi nedir, arkeologlar ne yapmak istemekte, kendi bilim dallarının amacını ne olarak görmektedir? L. Althusser psikanaliz üzerine hazırladığı eserinde Freud’un ve onun peşinden gelen Lacan’ın çalışmalarının, psikanalizin bilim-öncesinden çıkışını sağladığını ve bu alanda “epistemolojik kopuş”u gerçekleştirdiğini ileri sürer. Althusser, benzer bir tartışmayı siyasî ekonomi ve tarih anlayışında Marx için yapar. Althusser’nin fikirlerini şöyle özetlemek mümkündür: Bilimler günümüzdeki halleriyle doğmamıştır. Her bilimin bir bilim-öncesi aşması vardır. Bilim-öncesi ve bilim açısından simya-kimya arasındaki ilişki, klasik bir örnek olarak anılabilir. Bilim-öncesi, bilimle bazı ortak yöntemleri kullanan, o bilimle ortak alanda gezinen bir evredir. Ancak bu dönemin problemi, daha sonra gelecek olan bilim döneminden başkadır. Bilim-öncesi derken aynı malzeme üzerinde çalışan, ancak bu malzemeye bakışta daha sonra ortaya çıkacak sorulara ve kavramlara henüz sahip olmayan bir dönemden bahsedilmektedir (Aytaçlar, 2014, 64).

Arkeoloji biliminin kavramsallaştırılması ve arkeoloji tarihi denildiğinde bu bilimin bir serüveni ve gelişmesine yol açan olayların kaydı olarak anlaşılmaması gerekir. Bu bilimin tarihi aynı zamanda onun temellerinin atılmasına katkı sağlayan kişilerin sıralanması da değildir. Aksine arkeoloji tarihi teorik düşünceyle bu olaylara

ve kişilere eşlik eden ve o bilimin seyrini ve kaderini belirleyen pratik araçların gelişimini ifade eder. Arkeolojide gündeme getirilen konuların doğasını incelemek, bu konularla ilgili olayları zamansal ve mekânsal çerçeveleri içinde değerlendirmek ve bunların çağdaş düşünceyle bağlantısını kurabilmek için zaman ve mekânın göz önünde bulundurulması gerekir. Bununla birlikte konu ele alınırken, arkeolojiyle diğer insan ve doğa bilimleri arasındaki etkileşimde izlenen strateji ve programa tam anlamıyla vakıf olmak gerekir. Bilim tarihçisi George Sarton'un belirttiği gibi büyük olayların hem bilimsel hem de bilimsel olmayan insan faaliyetleri üzerinde etkisi bulunmaktadır (Abbas, 2002, 15). Bu nedenle çağdaş olayların ve düşüncelerin, arkeoloji ve onun konularını etkilemesi ve onlardan etkilenmesi gerekir. Ayrıca her bilimin tarihi sürecinin bilinmesi, bu bilimin anlaşılması ve kavranması için birinci şarttır. Arkeolojinin ortaya çıkışının üzerinden bir buçuk asır geçmiş, oluşum ve doğum aşamasından sonra yükselme ve olgunluk dönemine geçmiştir. Bu bilim bütün bu geçen süreç boyunca tarihini, amaçlarını yenileyen ve araştırma alanlarını genişleten temeller atmıştır (Danial,1989, 21).

Birçok insan hâlâ arkeolojiyi Indiana Jones filmlerinde mitolojikleştirildiği gibi (macera dolu cesaret gerektiren işler, şeytanî kötü adamlar ve efsanevi hazine³) ilk arkeologların bütün macera ve ihtişamıyla ilişkilendirilmektedir. Doğal olarak da bütün filmlerde olduğu gibi Harrison Ford ve iyi insanlar sonunda kazanır. Ancak bunlar modern arkeologların gerçekte yaptıklarına hiçbir şekilde benzemeyen harika, çekici Hollywood işleridir. Bir başka popüler yanlış kanı daha bulunmaktadır. Bu yanlış kanı da arkeologların muhteşem dinazor fosillerini veya uzun zaman önce yeryüzüne serpilmiş her türlü vahşi yaratığı gün yüzüne çıkarmasıdır. Arkeologlar insanları inceler, paleontologlar ise dinazorları ve uzun süre önce yok olan diğer hayvanları. İnsanlar yaklaşık 66 milyon yıl önce nesli tükenen dinazorlarla birlikte hiç yaşamamıştır. İnsanların ilk ataları, günümüzden sadece 4 ila 5 milyon yıl önce ortaya çıkmıştır. Daha önce de tanık olunduğu gibi bir asır önce arkeolojinin çoğunluğu antik şehirlerden ve mezarlardan elde edilen çarpıcı ve sıradan eserler için bir mücadeleydi.

³ Hazine: Mal sandığı, kasa yerinde kullanılır bir tabirdir. Arapça bir kelime olan hazinenin Kamus'ı Osman'deki tarifi şöyledir: Nukud ve emval konulup saklanacak muhkem, rasin ambar ve saire, mecazen her şeyin kesretle bulunduğu yere de itlak olunur. Hazine-i Maliye, hazine-i hassa-i şahne, hazin-i kütüp, su hazinesi (Pakalın,1971,788).

Muazzam bir piramidin gölgesinde kazı yapan kolonyal şapkalı yaşlı bir profesör klişesi, bir doğruluk unsuruna sahiptir. Ancak bir arkeoloğun bir hafta içerisinde Dicle Nehri boyunda üç kraliyet sarayını keşfedeceği günler çoktan tarih oldu. Bugün arkeoloji birçok bilimsel yöntemden yararlanan oldukça karmaşık, çok disiplinli bir bilim haline gelmiştir (Washburn vd., 2011, 3).

Yabancı ve egzotik bir ülkedeki kayıp bir uygarlığın kazısında bir işçi ordusuna emreden tozlu kıyafetli profesörler veya hazine avcıları arkeolojinin popüler imajı gibi görünmekte ve heyecan verici gelmektedir. Fakat bu imaj doğru değildir. Belki de konuya arkeolojinin ne olmadığıyla başlamak en doğrusu olacaktır. Arkeoloji, “Indiana Jones” veya “Tomb Raider” değildir. Arkeoloji çanak çömlek aramak veya hele hele mezar hırsızlığı hiç değildir. Zaten bunların hiçbirisi bilim de değildir. Arkeoloji jeoloji değildir, yeryüzünün ve mineral bileşenlerinin incelenmesi değildir. Paleontoloji değildir, yani bitki ve hayvan fosil kalıntılarının incelenmesi değildir. Bunlar aynı zamanda bilimsel disiplinler olsa da ve arkeologlar bazen kayalar ve fosillerle ilgilenseler de bunlar arkeoloji değildir.

Arkeoloji tanımları tarihsel, antropolojik, kültürel ve sosyal bir perspektiften farklı yönlerden ele alınmalıdır. Arkeoloji basit bir tanımla “geçmişte yaşamış kültürlerin incelenmesi”dir. Arkeoloji insan kültürlerini inceleyen antropolojinin bir alt alanıdır. Diğer alt alanlar ise yaşayan kültürleri inceleyen “Kültürel Antropoloji”, insan biyolojisini ve insanların soy ağacının yaşayan yahut soyu tükenmiş türleri inceleyen “Fiziksel Antropoloji” ve insan dilini inceleyen “Dil Bilim”dir. Arkeoloji öncelikle geçmiş insan davranışlarının maddi kalıntılarından soyu tükenmiş kültürleri yeniden inşa etmekte veya insanların yaptığı, kullandığı ve geride bıraktığı şeylerle ilgilenmektedir. Bu kalıntılara “Eser” adı verilmektedir.

Antropolojik arkeolojinin tanımının yapılabilmesi için ilk önce arkeoloji onun bir parçası olduğu için de antropolojinin tanımlanması gerekir. Antropoloji “biyo-kültürel bir perspektiften insanlığın incelenmesi”dir. Antropolojinin diğer tüm sosyal bilimlerden farkı nedir? Tüm sosyal bilimler Batı’da geliştirilmiştir. Ancak antropoloji geleneksel olarak Batılı olmayan insanları ve kültürleri inceleyen tek bilimdir. Antropolojiyi anlamak için antropolojik terimlerin bilinmesi gerekmektedir. Örneğin “etnomerkezcilik-etnosentrizm”. Etnomerkezcilik/etnosentrizm bir kültürün kendini

standartlarına bakarak diğerini yargılanmasıdır. Bunu her kültür yapar, bir diğer ifadeyle etnomerkezcilik her kültür için geçerlidir. Ancak bu durum, diğer yaşam tarzlarını kendi yaşam tarzlarından aşağı görmenin aşırı uçlarından olan etnik temizlik ve soykırıma kadar sadece bir derece meselesidir. Bu durumun somut örnekleri olarak her gün haberlerde birçok olay bulunabilir. Etnomerkezciliğin panzehri, zararlarını ortadan kaldıran ilacı nedir? Kültürel görelilik veya “bir kültürü kendi şartlarıyla yargılama”, etnomerkezciliğin panzehri olarak görülmektedir. Daha yeni bir terim olan “çok kültürlülük” bugünlerde popülerdir. Ancak çok kültürlülük de farklı anlama sahiptir. Kavram birçok farklı kültürel gelenekten oluşan bir toplumu ifade etmektedir. Örneğin Batı kültürü, teknolojiye o kadar takıntılıdır ki herkesi bu standarda göre yargılar ve avuç içi bilgisayarı ya da cep telefonuna sahip olmayanları “geri kalmış” veya “daha az gelişmiş” olarak adlandırır. Bu insanlar hâlâ bir öküzle - öküz ucuz ve ulaşılabilir olduğu için onlara daha mantıklı gelse bile- pulluk sürüyordur ve bu yüzden onlardan daha “ilkeller”dir. Gelişme başka bir şekilde tanımlansaydı bizler hepsinden daha “gelişmiş” mi olurduk? Ya edebî, mimarî ya da sanatsal gelişimden söz edilseydi? Hindistan, onun Tac Mahal’i ve binlerce yıllık güzel şiirleriyle karşılaştırıldığında ABD nerede olurdu? “İlkel” ve “gelişmiş” kavramları bir kenara bırakıldığında belki daha fazla veya daha az karmaşık sistemlerle farklı kültürler daha yüksek veya daha alçak, daha iyi veya daha kötü değil farklı olarak görülecek, değerlendirilecektir. Emik ve etiği⁴ tanımlamak gerekirse: Bunlar dilbilim antropolojisindeki kavramlar arasında yer almaktadır. Fonem, anadili konuşan kişi için anlamı olan ses iken, fonetik analiz

⁴ Davranışı ve kişiliği anlamak için kullanılan emik ve etik yaklaşımlar, kültürel antropoloji çalışmalarının önemli bir parçasını oluşturur. Kültürel antropoloji, insanların kültürel ve alt kültürel faktörlerle şekillendiğini ve bu faktörlerin kişilik araştırmalarında dikkate alınması gerektiğini vurgular. Emik yaklaşım, kültüre özgüdür ve genellikle belirli bir kültüre odaklanır. Kendi içinde anlaşılır terimler kullanır. Emik terimi, dilbilimde “fonemik” teriminden türetilmiştir ve konuşma seslerini emik bir şekilde özetlemek için kullanılan dile özgü bir yöntemdir. Bu yaklaşım, bir kültürdeki bireylerin davranışlarını ve inançlarını, o kültürün içinden gelen anlamlı terimlerle açıklamayı amaçlar. Yani, emik bir hesap, bir kişinin kendi kültüründen gelen bilinçli veya bilinçsiz terimlerle davranışını veya inancını tanımlar. Bir kültürün içinde neredeyse her şey emik olarak açıklanabilir. Diğer bir yaklaşım olan etik yaklaşım ise davranışın veya inancın bir sosyal analist veya bilimsel gözlemcinin (örneğin bir antropolog veya sosyolog gibi) kültürler arasında uygulanabilecek terimlerle açıklanmasıdır. Etik bir açıklama, gözlemcinin kendi etnosantrik, politik ve/veya kültürel önyargılarını veya yabancılaşmasını sınırlayarak ‘kültürel açıdan tarafsız’ olmaya çalışır. Yani, etik yaklaşım, gözlemcinin belirli bir kültüre özgü terimler yerine genel ve nesnel terimler kullanarak davranış ve inançları analiz etmesini sağlar. Böylece, kültürler arasında daha kapsayıcı ve karşılaştırmalı bir perspektif elde edilmesi hedeflenir. Her iki yaklaşım da kültürel antropoloji alanında önemlidir ve insan davranışı ve kişiliği gibi karmaşık konuların anlaşılmasında farklı perspektifler sunarlar.

bir dilde çıkarılan seslerin anlaşılıp anlaşılmadığına bakılmaksızın dışarıdan bir uzman tarafından bilimsel olarak incelenmesidir. Dolayısıyla etik bir kültürün antropolojik bir uzman tarafından incelenmesidir ve emik ise kültürü yerlilerin bakış açısından anlamaktır. Bunlardan hangisi tercih edilmelidir? Tabii ki her ikisine de sahip olmak, bunları yapmak önemlidir. Bunun yanında etik sadece bir başkasının emiğidir (Nancy, 2000, 11).

Kamu arkeolojisi ise uygulamalı antropolojidir. Sadece arkeolojik alanların ve diğer kültürel kaynakların yönetimini değil aynı zamanda tarihi koruma planlaması ve hukukuna dâhil olmayı, okul çocuklarından arkeologlara ve genel kamuoyuna arkeoloji eğitimi, çizgi filmlerden filmlere ve edebiyata kadar popüler medyadaki arkeolojiyi ve arkeolojik uygulama siyasetini anlamayı içerir. Kamu arkeolojisi antropolojik bakış açısını içermektedir. Çünkü profesyonel arkeologlar kadar toprak sahiplerini, mirasçıları ve arkeolojik kayıtlardaki politik, yasal ve çıkarları olan diğer insanları dikkate alır. Şimdi tüm arkeolojinin kamu arkeolojisi olduğu görülmektedir. Geçmiş araştırmak için kamu fonlarını nasıl kullandığının hesaba katılması gerekmektedir; kimin geçmişini araştırıldığı ve daha acil dünya sorunları varken onu kurtarmanın neden önemli olduğunun tanımlanması gerekmektedir. Tüm arkeoloji “uygulamalı antropoloji” olmalıdır. Örneğin Latin Amerika, Balkanlar ve etnik çatışmalardan sonra başka yerlerde yaşanan cinayet ve soykırım kurbanlarının kazısı gibi, örneğin saldırı sonrası Dünya Ticaret Merkezi kazısı ve kurbanlarının eşyalarını bulma gibi. İnsanların doğal çevreler üzerindeki etkileri ve bunun tersi üzerine yapılan birçok arkeolojik çalışma, günümüzde çeşitli doğal ve kültürel afetlerin, çevresel tükenmenin ve biyotik ve diğer doğal kaynakların aşırı kullanımı/yok oluşunun sonuçlarını görmek açısından yararlıdır (Nancy, 2000, 12).

Arkeoloji karşı konulmaz görünmektedir: Kayıp medeniyetler, savurgan kral mezarları, gömülü şehirler ve maymun benzeri insan ataları. Romantizm bir kenara bırakıldığında sadece birkaç arkeoloğun bir kral mezarını veya unutulmuş bir medeniyeti keşfedecek kadar şanslı olduğu görülecektir. Bununla birlikte birçok kişi arkeolojiyi bir meslek olarak kabul etmektedir. Eskilerin parmak iziyle tamamlanmış basit bir çömlek parçasının veya büyük bir özenle yapılmış bir taş aletin keşfi hâlâ unutulmaz derecede heyecanlı olabilir. Buna karşın birçok uzman araştırmacı bir

laboratuvarın dışına nadiren adım atar. Kariyerini genellikle çarpıcı olanı arayarak değil, alelade olanı araştırarak geçirir. Günümüzdeki arkeologlar insanların yaptıkları nesneler ve inşa ettikleri binalar kadar, “neden o şekilde yaşadıklarıyla” da ilgilenmektedir. Hepsinden önce insan topluluklarının ve toplumların uzun zaman dilimlerinde nasıl ve neden değiştiğiyle ilgilenmektedir. Örneğin Kuzey Çin’de medeniyet nasıl ve neden gelişti? M.Ö. 10. yüzyılda klasik Maya uygarlığının çoğunun kısmî çöküşünün nedenleri nelerdi? Bu sorular Tutankamon’un mezarının içindekiler kadar merak uyandırıcıdır ve cevapları da aynı zamanda tüm antik toplumlar hakkında da çok şey anlatmaktadır. Ancak romantik ve çarpıcı olan terk edilirse şu soru belirginleşir: Neden uzak geçmişi inceleyelim? Görünüşe göre arkeoloji çalışması ne kadar büyüleyici olursa olsun ekonomik belirsizlikler, kontrolsüz küresel ısınma ve yaygın yoksulluk, kıtlıkla kuşatılmış bir dünyada göze alınamayacak bir lüks gibi görünmektedir. Fakat arkeolojiye bu gözle bakmak, insanlığın tüm kültürel mirasını yaşam kalitesi için alakasız ve gereksiz olarak ele almak olur. Ancak arkeoloji gerçekte görüleceği gibi yaşam kalitesini tamamlayıcıdır (Layton, 1994; Trigger, 2006, 24).

Cambridge sözlüğüne göre arkeoloji, “geçmişte yaşamış olan insanlara ait binaların, mezarların, aletlerin ve diğer nesnelerin toplumların ve kültürlerin öğrenilmesi için incelenmesidir”. David sosyal bir bakış açısıyla, arkeolojinin “dolaylı etkilerin incelenmesi yoluyla insan davranışının bir gözlemi” olduğuna inanmaktadır. Arkeoloji, gözlemlenemeyen insansı davranış kalıplarının kötü örneklerdeki dolaylı izlerden kurtarılması için teori ve pratiğe sahip olan bir disiplindir (Clarke, 1973, 47). Gabriel de arkeolojinin bir sosyal bilim olduğuna inanmaktadır. Arkeoloji araştırması ve arkeolojiyi teşkil edebilecek geniş araştırma yöntemleri, dönemleri ve faaliyetleri göz önüne alınacak olursa arkeoloji farklı şekillerde yorumlanabilecek bir terimdir (Gabriel, 2017, 15).

Tarihsel açıdan arkeolojinin tanımı şu şekilde yapılabilir: Sadece bir hazine arayışından daha fazlası olan arkeoloji geçmişteki insanlara veya yerlere işaret eden kanıtların keşfidir.

Holtorf’un macera ve keşifle ilgili olarak arkeoloji tanımında belirttiği gibi arkeoloji, -yakın veya uzak- egzotik yerlerdeki keşifleri içerir ve kazı dedektifleri tarafından gerçekleştirilir. Popüler kültürde muhtemelen eylem hâlindeki araştırma

sürecindeki arkeoloji, gerçek araştırma sonuçlarının kendisinden daha önemli olmuştur (Holtorf, 2016, 45).

Arkeoloji, bir mesajı okuma ve bu insanların nasıl yaşadığını anlama yoludur. Arkeologlar, geçmişteki insanların geride bıraktığı ipuçlarını alır ve dedektif gibi ne kadar zaman önce yaşadıklarını ne yediklerini, aletlerinin ve evlerinin neye benzediğini ve onlara ne olduğunu anlamaya çalışırlar. Clarke'ın tanımında açıkladığı gibi arkeoloji, insanların yazmayı öğrenmeden önce nasıl bir zihin ve ruhla donatılmış olduğunu keşfetmeye çalışır (Clarke, 1973, 38). Ayrıca antropoloji yaklaşımında bir arkeoloji tanımına da rastlanılmaktadır: “Arkeoloji bilgi verenleri onları inceleme sürecinde öldürdüğümüz tek antropoloji dalıdır.” (Flannery, 1982, 265).

Orton konuya istatistik ve arkeolojide istatistik kullanımı açısından yaklaşmış ve arkeolojide istatistiğin kullanılmasının temel sorunun, nicelleştirme ve nesne koleksiyonlarının veri kümelerine indirgenmesi olduğunu belirtmiştir (2002, 194).

Arkeolojinin sadece kazılarda ortaya çıkarılan insan eliyle yapılmış sınırlı sayıda kanıtlardan ibaret olmadığı söyleyebilir. Aksine arkeoloji, arkeologların bu kanıtlarla ilgili söyledikleridir. Kendi içinde devam eden bir süreç olan geçmişi ele almanın devamıdır. Arkeoloji ne bulunduğu değil ne keşfedildiğidir (Thomas, 1989, 31).

Arkeolojinin aşırı gerçekçilik temelinde saldırıya uğradığını gösteren bazı tanımlar da mevcuttur. Ancak herhangi bir nedenle arkeolojiye saldırmak çok da akıllıca değildir. Bir kişi ekvator'dan da saygısızca bahsedebilir. Arkeoloji için bir bilim olmak ne iyi ne de kötüdür, sadece bir gerçektir. Değeri tamamen nasıl kullanıldığına bağlıdır ve sadece bir sanatçı onu kullanabilir. Malzeme için arkeoloğa, yöntem için sanatçıya başvurulmalıdır. Doğrusunu söylemek gerekirse arkeoloji ancak bir tür sanata dönüştürüldüğünde gerçekten zevklidir (Aurevilly, 1891, 216).

Arkeolog Jones'a göre arkeoloji gerçeği değil, olguları aramaktır (1989, 5). Farkında, sorumlu ve ilgili bir küresel arkeoloji, ortak gök altında ve bölünmüş ufuklar huzurunda farklılığı, çeşitliliği ve gerçek çok sesliliği tanıyan ve kutlayan ilgili, pozitif bir güç olabilir. Küresel farklılık ve ötekiliğe maruz olma hepsini cevap ve sorumluluk aramaya iter (Meskell, 1998, 5).

Trigger arkeolojiyi insan davranışını ve düşüncesini hiçbirisiyle doğrudan herhangi bir temas kurmadan incelemeye çalışan tek disiplin olarak görmektedir (Trigger, 1991, 34). Murray arkeolojiyi insanlığın kendisini incelemesi olarak görse de “konuya yönelik bu tutum hesaba katılmadığı sürece arkeoloji, imkânsız teoriler veya karmaşık çakmaktaşı parçalarla dolup taşacaktır” der (Murray, 1961, 13).

Arkeoloji, geçmiş kültürlerin ve insanların yaşama şekillerinin bilimsel olarak incelenmesidir ve ayrıca arkeoloji eskiden kim olduğumuzu ve dolayısıyla şimdi kim olduğumuzu keşfettiğimiz geçmişe yolculuğumuzdur (Paglia, 1999, 26). Arkeoloji, şeytan tarafından kışkırtıcı bir işkence aracı olarak icat edilen çok büyük, şeytanî bir yapbozdur (Bahn, 1989, 17).

Estetik çalışmaları için malzeme sağlamada “Yeni Dünya arkeolojisi”nin rolü dikkate değerdir. Ancak görünüşte ana ilgi alanıyla ilgili ve teori açısından ise önemsizdir. Kısacası, Frederic William Maitland'ın ünlü görüşünü tekrarlanacak olursa: “Yeni Dünya arkeolojisi, antropolojidir veya hiçbir şey değildir” (Phillips, 1955, 246). Arkeoloji, insan kültürünün geçmiş evreleriyle ilgilenen bilim dalıdır. Pratikte erken ve tarih öncesi evrelerle yazılı belgelerde örneklendirilenlerden daha fazla alakadardır (Crawford, 1960, 21). Neticede arkeoloji bir disiplindir (Clarke, 1973, 18).

Arkeoloji, insanların geride bıraktıkları şeylere dayanarak geçmiş kültürlerin ve insanların nasıl yaşadıklarının bilimsel olarak incelenmesidir. Kenyon'a göre arkeoloji, maddi açıdan insan ırkının geçmişini ortaya çıkarma yöntemi ve bu geçmişin ürünlerinin incelenmesidir (Kathleen, 1956, 30). Arkeoloji Woolley'e göre birkaç bin yıla sınırlı bir dönemi ele almaktadır ve konusu evren, hatta insan ırkı değil, modern insandır (Woolley, 1961, 27). Arkeoloji, arkeologların yaptığı şeydir (Clarke, 1973, 6).

Farklı bir perspektiften bakıldığında arkeolojinin insanın mevcut konumunu ve güçlerini nasıl elde ettiği bilgisi, zihni açmaya ve eğitimin en yüksek sonucu olan bu tür geniş ilgi ve toleransı üretmeye en uygun olan en geniş araştırmalardan biri olduğu görülür (Petrie, 1904, 21). Önceki tüm tanımlar arkeoloğun objeleri değil insanları kazıp ortaya çıkarması gerektiği konusunda ısrarcı sabit bir tema karşıya çıkmaktadır (Wheeler, 1954, 13).

Arkeolojinin arkeologların sahada yaptıkları beklendiği gibi saha arkeolojisi olan sistematik kazı aracılığıyla sistematik bilgi edinmeyi amaçladığı söylenebilir. Ancak önemli bir saha öncesi unsuruna ve hatta önemli bir saha sonrası unsuruna da sahiptir. Bazen saha arkeolojisi terimi, sadece sahada arkeologlar tarafından kullanılan kazı dışındaki teknikleri ifade etmek için kullanılmaktadır. Bu anlamdaki saha arkeolojisi temelde arkeolojik ilgi alanlarının (sahaların) yerini saptamak için kullanılan tahrip edici olmayan saha teknikleri dizisini ifade etmektedir (Drewett, 1999, 56). Burada azizlerin ve devlerin kemikleri, kahramanların cephaneliği veya sadece hazine için bir avda yeryüzünü tersine çevirmeyle değil, sistematik bilgi için metotlu bir kazıyla ilgilenmektedir (Wheeler, 1954, 19). Saha Arkeolojisi antik objelerin kazıp çıkarılması için bilimsel yöntemin uygulanmasıdır ve bir nesnenin tarihsel değerinin, nesnenin kendisinin doğasından çok yalnızca bilimsel kazının tespit edebileceği çağrışımlarına bağlı olduğu teorisine dayanır. Kazı, büyük ölçüde gözlem, kayıt ve yorum üzerine kuruludur (Woolley, 1961, 30).

Arkeoloji metodolojisine gelince Yunanlılar ve Romalılar insanın erken gelişimiyle ve barbar komşularının statüsüyle ilgilenseler de bu toplulukların tarih öncesini yazmak için gerekli ön koşulları, yani insan geçmişinin maddi kalıntılarının toplanmasını, kazılmasını, sınıflandırılmasını, tanımlanmasını ve analizini geliştirmedikleri görülmektedir (Daniel, 1975, 25).

Kısaca arkeoloji, “geçmişteki insanların, bunların kültürlerinin ve çevreleriyle olan ilişkilerinin bilimsel olarak incelenmesi”dir. Arkeolojinin amacı, “geçmişteki insanların çevreleriyle nasıl etkileşimde bulunduğunu anlamak ve bu tarihi günümüzdeki ve gelecekteki öğrenmeler için korumaktır. Kuruyan pınarları yeniden diriltmek, unutulmaları yeniden bilinir hâle getirmek, ölüleri diriltmek ve hepimizi kuşatan o tarihi ırmağı bir kez daha akıtmak için bu, arkeoloğun muhteşem görevi hâline gelmiştir. Belki de bu yüzden arkeologlar gezegendeki en bezdirici işe sahiptirler (Watterson, 2009, 4).

2.2. Dünyada ve Türkiye’de Arkeoloji Gelişimi

Bu başlık altında arkeoloji biliminin bugün sahip olduğunu konum, anlam ve işleve ulaşıncaya kadar geçirdiği gelişim evresi incelenmiştir. Arkeolojinin tarihsel

gelişimi Dünyada ve Türkiye’de olmak üzere iki ayrı başlık altında tartışılmış böylece gelişim çizgisindeki benzerlik ve farklılıklar ortaya konulmaya çalışılmıştır.

2.3.1. Dünyada Arkeoloji Gelişimi

Arkeoloji, insanın fiziksel ve kültürel olarak mazisine ait geride bıraktığı kalıntıları araştıran tarih çalışmasının bir koludur. Tarihi kapsayıcı olarak ele alan bir araştırmacı yazılı, kaya resmi ya da fiziki bütün kaynaklarla ilgilenir. Böylece tarihçi, imkânları ölçüsünde insanın tarihini anlama adına doğru ve tam bir fotoğraf çekmeye çalışır. Arkeolog ise silahlar, barınaklar, kabirler ve ibadethaneler gibi insanın geride bıraktığı fiziksel malzemelerle ilgilenir. Keşfedilen ilk yazılı kaynaklar yaklaşık beş bin yıl öncesine dayanmaktadır. Genel anlamda arkeolojinin iki kolu bulunmaktadır. Bunlardan ilki yazı öncesi dönemle ilgilenir. Bu “tarih öncesi” bilim olarak adlandırılır ve Doğu Afrika’da yaşayan erken dönem insan toplulukları dönemine dayanır. Bu dönemin tarihi iki buçuk milyon yıl ya da daha fazladır. Arkeolojinin ikinci kolu ise insanın yazıyı keşfetmesinin ardından fiziksel uygarlık adına geride bıraktıklarıyla ilgilenir. Zaten insan medeniyeti de iki ana döneme ayrılır: Tarih Öncesi Dönem ve Tarihi Dönem. Yazıya ait bilinen en eski kanıtlar, Mezopotamya’nın güneyinde yer alan Varka bölgesinde ele geçirilen ve tarihi M.Ö. 3000 yılına uzanan Sümerlilere ait yazıtlardır (Thomas, 1989, 29).

İşin başında bu topluluklara ait maddi kalıntılar, yazılı kaynaklara verilen önem kadar büyük bir önem taşımaktaydı ki bu dönem “tarihin doğumu” olarak görülmüştür. Yazılı kaynakların ortaya çıkması ve bunların çokluğuyla birlikte uygarlık, tarihin doğuşundan tam anlamıyla tarihi döneme intikal etmiştir. Bu aşamada insanın fiziksel kalıntılarının araştırılması, çok yaygın olduğu şekliyle tarih bilimine hizmet eden bir araç halini almıştır (Majid, 2019, 3).

İngiliz Oxford sözlüğüne göre arkeoloji kelimesi, “eski şeylere duyulan ilgi” anlamına gelen ve aslı Yunanca olan bir kelimeden türemiştir. Kelime, öncelikle genel olarak eski tarih anlamını ifade etmektedir. İkinci olarak ise tarihi kalıntıların detaylı incelenmesi anlamını ifade etmektedir. Üçüncü olarak ise tarih öncesi döneme ait arkeolojik ve uygarlık kalıntılarının bilimsel olarak incelenmesi anlamına gelmektedir (Wheeler, 1956, 16). Günümüzde kelimenin ilk anlamı kullanılmaz hale gelmişken, üçüncü kullanımı onun sabit anlamı haline gelmiştir. Tarih öncesi dönem, süreç

açısından arkeologların ilgilendiği en uzun dönemi ifade etse de kelimenin ikinci tanımına göre yani eserlerin sistematik olarak tanımlanması ve incelenmesine göre o dönem, arkeolojinin ilgilendiği küçük bir dönemi kapsamaktadır. Bu nedenle de kelimenin ikinci tanımı gerçeğe daha yakındır. İngiliz Oxford sözlüğünün açıklamadığı konu ise, arkeolojik kalıntıların ayrıntılı tanımlanmasında amaçlanan şeyin insanın tarih öncesi ve tarihi dönemine ait geçmişine ışık tutmak için arkeolojik kalıntıların bizzat kendisinin olmadığıdır.

George Daux, Arkeolojinin Aşamaları-Les Etapes de L'Archéologie (1942) adlı eserinde arkeoloji kavramını kullanmıştır. Kavramın 17. yüzyılda (1647-1685) akademik çevrede kullanılmasını sağlayan ise Jacques Spon olmuştur. Daux ve Spon'u 1689 yılında Amsterdam'da yayınladığı İtalya, Yunanistan ve Şam Seyahati adlı kitabıyla Dr. Sabbun takip etmiştir (Daniel, 1957, 24).

British Ansiklopedisi arkeolojiyi “insanın geçmişine dair fiziksel kalıntıları inceleyen bilim dalı” olarak tanımlamıştır. Encyclopedia of United States of America'ya göre ise tarihini keşfetme adına, insanın mazisini ve hadiselerin kronolojik sıralamasını belirleme adına tarih öncesi ve erken dönem tarihi inceleyen bir bilimdir. Burada Amerikan kaynaklarının arkeoloji ve tarih öncesi eserler ifadelerini kullandığına işaret etmek gerekir. Bazen bu iki ifadenin anlamları yer değiştirmektedir. Bu durumun nedeni belki de arkeolojinin ilgilendiği Kuzey Amerika başta olmak üzere oradaki uygarlık kalıntılarının çoğunluğunun yazının bilinmediği döneme ait olmasıdır (Kenyon, 1956, 33).

Yugoslavya olarak bilinen batı bölgesinde ise kavramın kullanımı 1913-1989 yılları arasında yaygınlaşmıştır. Bu noktada şu sorular sorulabilir: Arkeoloji ne zaman doğdu? İlk arkeolog kimdir? Tarih bize, son yerli Babil krallarından bazılarının Sümer ve Akatlılara ait eski şehirlerde bir kısım imar projelerine kalkıştıklarından bahsetmektedir. Babillerin son kralı Napunidus'un Ur kentinde bazı kazı ve restorasyon işlemlerine girişmiş, Napunidus'un kızının ise sarayda bir odasında yerli arkeolojik eserleri muhafaza etmiştir (Aurevilly, 1909, 20'den akt. Daniel, 1981, 17). Elbette bu erken dönem denemeleri bilinen arkeolojik çalışmaların başlangıcı değildir. Klasik Yunan ve Roma dünyası, uygarlıklarına ait fiziksel kalıntılar aracılığıyla insanın eski tarihiyle ilgilenen bir bilimi tanımamıştır. Bakhtaneser II. Nabonidus,

Herodot ve bazı Yunan bilim insanları gibi tarihçiler iyi derecede etnografik mülahazalarını kayıt altına aldıkları ve onların çağdaş bazı berberi kabileleri⁵ gördükleri anlaşılmaktadır (Woolley, 1961, 39). Bu denemelerin aynı zamanda halk mirası, etnoloji ve antropoloji alanı içine girdiği de söylenebilir.

Roma ve Yunanlıların insanlık geçmişi hakkında düşünceleri olduğu, ancak bunun arkeoloji merkezli olmadığı söylenebilir. Yunanlılar, demirin kullanılmasından önceki Miken dönemine ait tarihleri hakkındaki çok şey öğrenmişlerdir. Yunanlılar ve Romalılar aynı zamanda çağlar boyunca üretim ve üretimin gelişmesine odaklandılar ve bu işi takip ettiler (Orton, 2002, 25).

Uygarlıkların kökeni ve yayılması hakkında bazı teoriler öne sürülmüştür. Örneğin Diodorus Siculus döneminde bazı Mısırlılar ya da Mısır kökenli Yunanlılar, insanların eski Mısır'dan yayıldığını savunmuşlardır. Daha sonraki dönemde bu düşünce diğer uygarlıkları da kapsayacak şekilde yaygınlaşmıştır. Ancak bu düşüncenin milliyetçilik duygularından hareketle olmadığı anlaşılmaktadır (Abbas, 2002, 31). Aynı zamanda tarihi M.Ö. 52 senesine dayanan, Taş Devri'nden başlayarak Tunç, ardından Demir devirlerini ele alan insanlığın tarihi serüvenini anlatan Çin kaynaklı metinler de bulunmaktadır. Prof. R. H. Lowie 1937 yılında yayımlanan Etnolojik Teori Tarihi adlı kitapta bu bakış açısına işaret ederek şöyle yazmıştır: “Bu, bilimi 2000 yıl geçen bir zekâ durumu değildir. Parlak bir zekâ, herhangi bir gerçeğe dayanmaksızın bazı olasılıklara ulaşabilir. Bununla birlikte bunun doğruluğunu test edecek girişimler de bulunmamaktadır. Öyle ki tarihi bir gerçeklik olarak yerleşen ve modern arkeolojinin 19. yüzyılda köşe taşı haline gelen Taş, Tunç ve Demir çağlarına ait bu Çin metinlerinin bazı eski halk efsanelerini içermiş olabileceği varsayılmaktadır.” (Lowie, 1973'ten akt. Daniel, 1957, 29).

Çin metinleri ile Yunan ve Roma tasavvurlarının Roma İmparatorluğu sonrası dönemde Avrupa düşüncesi üzerinde herhangi bir etkisi olmamıştır. Zira bu dönemde henüz arkeoloji bilinmemekteydi. Geçmişe Eski Ahit ve Klasik Kitaplar aracılığıyla bakılmaktaydı (Majid, 2019, 7).

⁵ Bu kabilelere “berberi” adı verilmiştir. Bu ifadeyle, Yunan olmayan halklar kastedilmiştir.

1508 yılında yayımlanan, “İngiltere Kralları Tarihi” (A History of Kings of Britain) adlı kitapta Aeneas’ın oğlu Geoffrey Mon Mouth Brutus’un İngiltere’ye M.Ö. 1125 yılında geldiğini ve böylece İngiltere tarihinin başladığını yazmaktadır. Bu tarih efsane ve hurafeler üzerine kurulu olan varsayımlardan inşa edilmiş bir tarihtir. Zira arkeolojik kanıtların öneminin henüz kavranmadığı dönemde insanın elinden gelen tek şey bu tarz çalışmalardı (Colin, 2005, 37).

Yunan ve Roma imparatorluğunun çökmesi, eski çağlarda yaşayan insanlar hakkında klasik dünyada yaygın olarak bulunan düşüncelerin kaybolmasına neden olmuştur (Abbas, 2002, 19).

Hesiod ve Lucretius’un sundukları tasavvurların yerini dünyanın yaratılışı ve bütün dünyayı kaplayan tufan hikâyeleri almıştır (Daniel, 1981, 27). 15. ve 16. yüzyılda ortaya çıkan eğitim rönesansıyla birlikte klasik döneme ve Lucretius, Aristoteles, Hesiod ve Herodot⁶ gibi o dönemin tarihçi, düşünür ve ozanlarına yeniden ilgi duyulmaya, yazdıkları tekrar okunmaya başlanmıştır. Orta ve Kuzey Avrupa’da bulunan Keltler⁷, Galyalılar, Almanlar, İngilizler ve Gotlardan⁸ oluşan Berberilerin yaşamını tanımlayan Sezar’ın Galya⁹ Savaşı, Agricola, Almanya ve Tacitus’la ilgili kaleme alınan eserler için de durum aynıdır (Daniel, 1981, 29). Romanın düşmesi ve Hristiyanlığın yayılmasının ardından geçmişe bakış açısı değişmiştir. Bu değişime paralel olarak filozof ve ilahiyatçı Aziz Augustine (354-430) gibi bazı şahsiyetler “Tarih tekrardan ibaret değildir, aksine planlanmış bir hedef istikametinde seyretmektedir” görüşünü ortaya atmışlar, “Öyle ki tarih dönüşü olmayan bir yolda ilerlemektedir” demişlerdir. Bu düşünceler Rönesans Çağı bilim adamlarını çok etkilemiştir (Abbas, 2002, 22).

Burada İbn Haldun’dan (1332-1406) mutlaka bahsetmek gerekir. Kendisi 14. yüzyılda Kuzey Afrika’da yaşamıştır. Uygarlık kalıntılarıyla 16. yüzyıla kadar varlığını devam ettiren Klasik uygarlıklar tarihi hakkında birçok bilgiyi içeren önemli

⁶ Klasik dönem kitabı, geçmişe önem vermesi açısından M.Ö 4. ve 5. Çağda yaşayan (Platon, Aristoteles, Herodot Thecodides) gibi filozof ve tarihçileri anlatmıştır. Bunların bakış açıları; tarihin daire şeklinde seyrettiği yönündedir. Başka bir ifade ile tarih tekrar etmektedir. Bu bakış açısı Roma’nın düşüşüne ve Hristiyanlığın egemen oluşuna kadar hüküm sürmüştür.

⁷ Keltler: Eskiden Batı Avrupa’ya yerleşen Avrupa-Hint halklarından birisidir.

⁸ Gotlar: Eski Alman halklarıdır.

⁹ Galya: Eski Fransızlardır.

çalışmalar bırakmıştır (Haldun,1992, 36). İtalyan araştırmacılar gibi İtalya, Yunanistan, küçük Asya ve Mısır'ı ziyaret eden seyyahlar da Klasik Döneme ve Yakın Doğu bölgesine ait eserlerle tanışmaya, ardından da onları tanımlamaya ve onlara karşı hayranlıklarını ifade etmeye başlamışlardır. Rahipler ve keşişler de antika ve tarihi eserleri toplamaya başlamışlar ve evlerini özel müzeye dönüştürmüşlerdir (Orton, 2002, 31). İbn Haldun “Mukaddime” adlı eserinde uygarlıkların gelişmesini arkasında belli güdülerin bulunmasını kaçınılmaz bir olgu olarak görmüştür. Bu güdüler sosyal nedenler, iş birliği zorunluluğu ve bölge, iklim ve toprak gibi toplumu etkileyen faktörler olarak belirlemiştir. İbn Haldun toplumun ne zaman önceki faktörlerin etkisinde gelişirse, çözülme ve yıkılış aşamasına geçmeden önce, ilkel aşamadan köy hayatına, oradan da şehir hayatına sabit değişmez prensipler ışığında gelişeceği görüşünü savunmuştur (Haldun, 1992, 38).

Yunan ülkelerinde ikinci Rönesans çağını temsil eden 1750-1880 arası dönemde klasik çalışmalara karşı ilgi ve atfedilen önem artış göstermiştir. Ardından da klasik dünyanın tarihi eserleri Fransız, Alman ve İngiliz bilim insanları tarafından keşfedilmeye başlanmıştır. Sonra da gezginci James Stuart (1712-1786) ve mimar Nicholas Revett (1720-1804) ile tarihi eserler koleksiyon çağı başlamıştır (Aurevilly, 1909, 27'den akt. Daniel, 1981, 21).

On sekizinci yüzyıl boyunca İtalyan tarihi eser koleksiyoncularının hevesi kırılmış ve zamanla azalmıştır. Böylece çok sayıda Roma tarihi eseri Paris, Madrid ve Münih'e geçmiştir. Buna rağmen Joachim Winchelman, 18. yüzyıl ortalarında ünlü eseri “Sanat Tarihi” (History of Arts) (1763-1768) kitabını yazdığında Roma hariç kitabına malzeme sağlayan çıkmamıştır.

İlk dönem Arap ve Yunan gezginlerinin eski Mısır eserleri hakkında bilgi sahibi oldukları görülmektedir. Örneğin “tarihin babası” olarak bilinen Herodot¹⁰, güney istikametinde Asvan'a kadar Mısır diyarına seyahat etmiş ve Mısır'daki mumyalama ve ihramlar hakkında yazılar kaleme almıştır. Ayrıca Mısır'ı Diador, Strabo, Pausanis ve Pliny the Elder de ziyaret etmiştir (Majid, 2019, 2). Bununla beraber 16. yüzyılda

¹⁰ Herodotus M.Ö. 484 yılında bugün Türkiye'nin batısında bulunan ve Ege denizine bakan bir Karya şehri olan Halikarnassos'ta (Günümüzdeki adıyla Bodrum) doğmuştur. “Tarih” kitabını yazmasının ardından tarih bilimi bunun üzerine temellendirilmiştir.

Avrupalı gezginlerin de Mezopotamya'yı dolaştıkları ve Babil'deki ¹¹ iki büyük tepeyi ve Asur'daki Musul'u ziyaret ettikleri görülmektedir. Bahsi geçen bu iki tepe, kadim Yahudi ve Arap kitaplarının Babil ve Ninova şehirlerinin yerleşim yeri olarak zikrettikleri tepelerdir. Gezginler bu bölgelerden çanak çömlek kalıntıları, kil parçaları ve eski Pers eserlerindeki gibi çivi yazılı tablet kalıntılarını toplamışlardır (Kenyon, 1956, 45). İngiliz tarihi eser koleksiyoncularına bakıldığında ilgili dönemin tarihi eserler alanında meydana gelen gelişme ve değişimler de görülmektedir. 1533 Yılında John Leleand'ın Kral VIII. Henry'nin emriyle krallığa ait tarihi eserlerden sorumlu olduğu görülmektedir. Leleand İngiltere'yi dolaşarak kütüphaneler, manastırlar ve binalar gibi tarihi eser değerinde olan binaları tespit etmiştir (Daniel, 1975, 51).

Konuyla ilgili olarak müzeler ve bilimsel dernekler de önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle de özellikle Avrupa'daki müze ve bilimsel derneklerin kısa tarihçesine bakmak yararlı olacaktır. İlk müzeler krallara, düklerle, din adamlarına ve bu sıralananlar dışındaki insanlara ait özel koleksiyonlardan önce ortaya çıkmıştır. Öyle ki Polonya müzesinin temellerini Ulysses Aldrovandi'de (1586-1646) bulunan bir kısım özel müzelerin koleksiyonları ile bazı müzelerde bulunan Thomas Howard ve Arundel Kont'unun koleksiyonları (1586-1646) atmıştır (Abbas, 2002, 42). John Tradescant ve oğlu koleksiyonculuğa ve doğal tarihçiliğe önem veren İngiliz öncüler arasında yer almıştır. Glen Daniel ise koleksiyonlarını 1656'da Londra'daki Tradscante Müzesi'nde sergilemiştir. Elias Ashmoul 1682 yılında özel koleksiyonunun tamamını Ashmolean Müzesi'nin çekirdeğini temsil eden Oxford Üniversitesi'ne bağışlamıştır (Daniel, 1975, 49).

17. yüzyılda da Hollanda'da bulunan en büyük özel müze 1719 yılında açılan Siba Müzesi'dir. Fransa'da ise iki grup koleksiyon vardı. Bu koleksiyonlardan ilki Fransa'da arkeolojik kalıntı çalışmalarının kurucusu olarak tanımlanan Nicolas-Claude Fabri de Peiresc'ye (1580-1637), ikincisi ise 18. yüzyıl araştırmacısı ve gezgini Monsieur Le Comte Caylus'a aittir. (Pettigrew, 1848, 54)

17. yüzyıl uluslararası ilk bilimsel derneklerin varlığına da tanıklık etmiştir. Roma'daki Deu Lincei Akademisi- The Accademia dei Lincei 1603 yılında

¹¹ Bugünkü Irak'ın El Hilla kasabası.

kurulmuştur. Del Cimento Akademisi- Accademia del Cimento Floransa'da 1650 yılında Medici ailesi tarafından kurulmuştur. Vetorum Naturae Akademisi Napoli'de 1560 yılında kurulmuştur. Fransa Dole Landon'da bulunan Krallık Derneği de 1660 yılında kurulmuştur. Yine Fransa Bilimler Akademisi- Académie des Sciences akademisi ise Paris'te 1666 yılında kurulmuştur (Assam, 1996, 14).

İngiltere 1572 yılında Milli Eserleri Koruma Derneği kurmuştur. Bu derneğin kurucuları arasında Papaz Matthew Parker, John Stow, William Camden ve öğrencisi Sir Robert Cotton gibi göze çarpan isimler yer almıştır. Derneğin bu kurucuları Kraliçe 1. Elizabeth'e tarihi eserlerin korunması için kraliyet emri çıkarması için başvurmuşlardır. Ardından da 1718 yılında İngiliz Tarihi Eserler Derneği kurulmuştur (Kenyon, 1956, 40).

2.3.2. Türkiye'de Arkeolojinin Gelişimi

Avrupalı antikacılar Osmanlı İmparatorluğu topraklarında yer alan özellikle antik Yunan ve Roma medeniyetlerinin göz kamaştıran anıtları ve diğer kalıntılarıyla ilk olarak 16. yüzyılda ilgilenmeye başlamıştır. Böylece Yakın Doğu arkeolojisi veya klasik arkeolojiyle ilgilenen Avrupalı bilim insanları medeniyetlerin ana vatanı olan Mezopotamya, Mısır ve Ege Osmanlı toprağı olduğu için buralarda araştırmalar yapmışlardır. Osmanlılar birkaç asır boyunca arkeoloji mesleğini antikacılık çalışmalarıyla Avrupalıların tuhaf uygulamalarından biri olarak görmüştür (Özdoğan, 2006, 51). Osmanlı topraklarındaki yabancı arkeologların sayısındaki artış, Avrupa okullarında yetişen Osmanlı aydınları arasında arkeolojiye duyulan ilginin artmasını sağlamıştır (Özdoğan, 2001, 287).

Avrupa'da Helenistik Dönem ve Roma kültürlerini incelemek için arkeolojiye büyük bir eğilim mevcuttu. Çünkü Helen ve Roma kültürleri Avrupa toplumları tarafından haddinden fazla övülmekteydi. Osmanlı'nın ilk dönem arkeologları, Batılı bilim insanlarını takip ettiği için ilgi alanları da doğal olarak birbirine benzerdi. Yani Osmanlı Devleti'nin son dönemindeki eğitimli üst sınıf Avrupalı kuruluşların örnek alındığı ya da taklit edildiği bir Batılılaşma sürecine koşut olarak arkeoloji bilimiyle ilgilenmeye başlamıştır. Böylece arkeoloji Avrupa kültürünü bilen Osmanlı aydınlarının uğraşlarıyla Osmanlıya tanıtılmıştır (Aksoy, 2003, 149). Bu sebeple arkeolojinin bir bilim dalı olarak Batı'dan Osmanlı'ya 19. yüzyılda geldiği söylenebilir.

Osmanlı Devleti'nde ilk antikacılık girişimleri II. Mehmet gibi kimi padişahlar ve Safvet Paşa gibi dönemin yüksek rütbeli bürokratları tarafından bir zamanlar yapılan Bizans eserleri koleksiyonlarıdır. Bu küçük koleksiyonlar Aya İrini Kilisesi'nde "Müze-i Hümayun" adı altında korunmuştur. Bu kilise, 1869 yılında Osmanlı İmparatorluk Müzesi'ne dönüştürülmüştür (Özdemir, 2001, 52). Ancak 1875 yılına gelindiğinde Aya İrini Kilisesi aşırı genişleyen bu koleksiyonu artık taşıyamamış ve bundan dolayı müzedeki tüm parçalar Çinili Köşk'e taşınmıştır (Ogan, 1947, 7).

Avrupa'da eğitim alarak arkeolojiyle ilgilenen son dönem Osmanlısının en önemli figürleri arasında Halil Ethem Bey, Makridi Bey, Mustafa Celâleddin Paşa ve Osman Hamdi Bey bulunmaktadır (Dikkaya, 2003, 187). Osmanlı İmparatorluğu'ndaki Arkeoloji Müzesi'nin ilk müdürü Osman Hamdi Bey olmuştur. Aynı zamanda ilk Osmanlı kazılarının başlatılması emrini veren kişi yine Osman Hamdi Bey'dir. Osmanlı'nın son dönemlerinde arkeolojinin asıl probleminin antikacılık görüşlerine dayanan müzecilik anlayışı olduğu görülmektedir. Bu sebeple Osmanlı kazılarının amacı, estetik özelliklere sahip daha çok arkeolojik kalıntı çıkararak bu müzenin içeriklerini zenginleştirmek olmuştur. Yeni kazılarda elde edilen eserlerle birlikte Çinili Köşk de tüm bu arkeolojik parçaları barındırmakta yetersiz kalmıştır. Bu sebeple yeni bulguları depolamak maksadıyla günümüzde İstanbul Arkeoloji Müzesi olarak bilinen bina inşa edilmiştir. Bu binanın ön cephesi neoklasik tarzdadır (Cezar, 1995, 276).

Osman Hamdi Bey yeni müze binasının yanı sıra Osmanlı ve Türkiye topraklarında gün yüzüne çıkarılan arkeolojik buluntuların korunması bakımından hem Osmanlı hem de Türk arkeolojisine birçok önemli katkıda bulunmuştur. Osman Hamdi Bey'in 1884 yılında antikalar üzerine hazırladığı iç tüzük 1973 yılına kadar kullanılmıştır (Özdoğan, 1998, 115). Önceleri arkeolojik bulguların üçte biri kazıcılara bırakılmakta, kalan üçte biriyse toprak sahiplerine dağıtılmaktaydı (Eldem, 2004, 121). Yeni düzenlemeyle birlikte Osmanlı topraklarındaki arkeolojik bulguların bölüştürülmesi kuralı iptal edilmiştir. Tüm antikaların yurtdışına satımı veya götürülmesi yasaklanmıştır. Böylelikle ilk kez arkeolojik kalıntılar Osmanlı İmparatorluğu ve ardından Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin malı sayılmıştır. Osman Hamdi Bey ayrıca Nemrut Dağı, Lagina ve Sayda'daki kazılarla saha çalışmalarına da

dâhil olmuştur (Özdemir, 2001, 60). Son dönemdeki Osmanlı arkeolojisinin önemli kişiliklerinden biri olan Makridi Bey, Osman Hamdi Bey’le çağdaştır. Makridi Bey’in Avrupalı birtakım arkeologlarla birlikte Osmanlı topraklarında katıldığı çeşitli kazı projelerinin başında İstanbul Arkeoloji Müzesi’nin Hugo Winkler ve Otto Puchstein’le iş birliği yapılmış olan Alacahöyük ve Boğazköy kazıları gelmektedir (Özdemir, 2001, 60).

Burada Türk veya İslam öncesi dönemleri incelemeye yönelik ilginin köklerini de görebilmek mümkündür. Bu anlayış ve çalışmalar Yeni Türkiye Cumhuriyeti’nin başlangıcındaki arkeolojik çalışmaların ana gövdesini biçimlendirmiştir (Erdur, 2003, 207). Osman Hamdi Bey’in kardeşi olan Halil Ethem Bey de 1910-1931 yılları arasında bu müzenin müdürü olarak görev yapmıştır. Halil Ethem Bey’in en önemli katkılarından biri de müze koleksiyonunun kronolojik olarak düzenlenmesi olmuştur (Mansel, 1948, 20). Bu düzenleme göz önünde bulundurulması gereken önemli bir noktadır. Çünkü bu 19. yüzyılın sonlarında ve 20. yüzyılın başlarında Osmanlı arkeolojisinde kullanılacak bir yöntem olarak Kültür Tarihi Yaklaşımı’nın tercih edilmesinin önemli bir kanıtıdır. Kültür-tarihsel yani bir nevi Sanat Tarihi Yaklaşımı, aslında Avrupaî bir eğilimdi ve çağdaş Osmanlı arkeologlarının bu sistemi 20. yüzyılın sonlarındaki Avrupa geleneğinden almış olmaları yüksek ihtimaldir. 1875 yılında vefat eden Mustafa Celâleddin Paşa 19. yüzyılın sonlarındaki Osmanlı arkeolojisi açısından bir başka önemli isimdir. Aslında Mustafa Celâleddin Paşa Müslüman olduktan sonra bu adı alan Konstantyn Borzecki adında Polonyalı bir sürgündü. Joseph de Guignes ve A. J. Gobineau’nun düşüncelerinden etkilenen ve Osmanlı’ya büyük bir ilgi duyan Mustafa Celâleddin Paşa 1869 yılında Eski ve Modern Türkler-Les Turcs anciens et modernes adlı bir kitap yazmıştır. Kitabının temel amacı Türklerin insanlığın ortak medeniyetine katkısını vurgulamaktı. Bunun yanında Touro-Aryan adındaki ırk grubuna ait olduğunun kabul edildiği Aryan ırkıyla Türkler arasındaki yakın münasebeti göstermekti (Özdemir, 2001, 40). Mustafa Celâleddin Paşa bu savı öne sürerek Osmanlı aydınları arasında Türkçü düşüncenin başlamasına katkı sağlamıştır. İslam öncesi Türkleri eski Yunanlıların, Mezopotamyalıların ve Mısırlıların ataları olarak kabul eden fikrin ilk defa Mustafa Celâleddin Paşa tarafından ortaya atıldığını da belirtmekte yarar bulunmaktadır (Dikkaya, 2003, 187). Türklerin

kökenleriyle ilgili öne sürülen bu düşünce, Ahmet Vefik Paşa, Ali Suavi ve Süleyman Hüsnü Paşa gibi bazı Osmanlı aydınları tarafından desteklenerek daha da geliştirilmiştir. Böylece Eski Yunan ve Roma medeniyetleri Osmanlı arkeolojisinin odağı hâline gelmiştir. Bu sebeple 19. yüzyılın son yıllarında Greko-Romen dönemlerine ait olan Sayda, Nemrut Dağı, Alabanda, Tralleis gibi kazılar yapılmıştır (Özdoğan,1998, 115). Son dönemdeki bu Osmanlı geleneğinin yansımalarını İstanbul Arkeoloji Müzesinin ön cephe tercihinde de görülmüştür. Başka bir deyişle klasik arkeolojiye olan ilgi, İstanbul Arkeoloji Müzesinin ön cephesinin neden klasik dönem mimarisine çok benzediğini açıklamaktadır (Özdoğan, 2002, 42). Bu neoklasik mimari stil o dönemde Avrupa'daki kamu binalarında oldukça yaygın kullanılan bir stildi. Fakat Osmanlı arkeolojisinin kendi geçmişini araştırmak gibi açık bir amacının bulunmaması da oldukça dikkat çekicidir. Disiplinin Osmanlı arkeolojisinde milliyetçi ideolojinin bir temsilcisi olarak kullanılmamasının temel sebebi, Osmanlıların Klasik ve Roma dönemlerini incelemeyi Batılılaşma sürecinin bir gereği olarak görmeleriyle açıklanabilir (Özdoğan,2006, 52-53).

Bu doğrultuda Osmanlı kazılarının ve arkeolojik çalışmaların esas amacı, günümüzdeki klasik arkeoloji çalışmalarındaki gibi göz kamaştıran sanat eserleri ve muhteşem anıtlar bulabilmek olmuştur. Bu sebeple arkeolojik bulguların toplanması ve belgelenmesine dayanan, sanat tarihi merkezli bir perspektif son dönem Osmanlı arkeolojisindeki kazı ve çalışmalara hâkim olmuştur. Osmanlı'nın 19. yüzyılın sonlarında arkeolojik çalışmalar açısından iki önemli başarıya imza atmıştır. Bunlardan ilki, pek çok arkeolojik eserin bir araya getirildiği ilk müze kılavuzlarının oluşturulmasıdır. Osman Hamdi Bey gibi önemli isimler Osmanlı Devleti'nin son günleri gibi sıkıntılı bir dönemde bile koleksiyonlarında kayıplar yaşanmadan müzeler oluşturup koruyabilmişlerdir. Osmanlıların ikinci önemli başarısı ise daha önce de belirtildiği üzere 1884 yılında antika eserleri korumak adına bir tüzük çıkarmaktı. Oldukça yararlı ve etkili olan bu tüzük, 1973 yılına kadar kullanılmıştır (Özdoğan, 1998, 115).

Arkeolojinin bilim-öncesindeki en başat bileşen koleksiyonculuk ve bununla paralel sanat tarihçiliğidir. Aslında koleksiyonculuğun insanlık tarihi kadar eski olduğu söylenebilir. Koleksiyoncu “güzel” olan nesneye sahip olmayı ister ve sanat tarihi

aracılığıyla bu nesnenin kimin tarafından ve ne zaman üretildiğine, sanat ve kültürün gelişimi içindeki yerine yönelik sorular da sorar. Ancak nesnenin bağlamı, başka bir deyişle nasıl bir toplumsal/politik/ekonomik vb. bir dünyanın parçası olduğu onun ilgi alanında değildir. 18 ve 19. yüzyıllara kadar koleksiyoncular “kazıyı bizzat yapmayı” hedeflememiştir. Tesadüfen bulunan ya da kazı yapılarak ele geçirilen nesneler antik eser pazarlarında alıcı beklemişlerdir. Alıcı (koleksiyoncu) ve satıcı (kazıyı yapan) birbirlerinin alanları ile ilgilenmez. Modern arkeolojik kazıların öncüleri, 18. Ve 19. yüzyıllarda ulus devletlerin ortaya çıkış sürecinde birbirini destekleyen iki ihtiyaçla başlamıştır. Bunlardan ilki “ulusal prestij” sembolü olan kraliyet ya da devlet müzelerine kazandırılacak ve sanat tarihi bakış açısıyla “güzel” olan eserleri elde etmektir. Çok sayıda öncü arkeolojik kazının tek hedefi, müzeler ve koleksiyonlar için eski sanat eserleri bulmak olmuştur. İkinci ihtiyaç ulus biçimlenmesi sürecinde ulusu bir arada tutan tarihî bir bağ olarak eski eserlerle temsil edilen antik uygarlıkları konumlandırmaktır (Aytaçlar, 2019, 65).

Yunanistan’dan başlayan ve Amerika’ya kadar uzanan “Batı” algısının oluşturulması, Türk Dil Kurumu ve Türk Tarih Kurumu’nun açılması, Fransızca, İngilizce ve Almancanın önemli eğitim kurumlarında ders olarak yerleştirilmesi gibi pek çok uygulama ile arkeolojinin ülkede bilimsel olarak kuruluşu aynı döneme denk gelmektedir. Halkevleri, Ankara Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi, Türk Tarih Kurumu’nun kuruluşunun ardından yapılan yayınlar ve ülkede düzenlenen uluslararası kongreler, arkeoloji ve tarih bilincinin oluşturulmasında gerekli olan iklimi sağlamıştır. Cumhuriyetin ilk dönemlerinde yurt dışına gönderilen arkeologlar ve yurt dışından Türkiye’ye kazı yapmaları için izin verilen arkeologların yürüttüğü çalışmalar, bunların yayınlarının da arkeoloji biliminin kurulmasında önemli etkenlerden biri olmuştur (Bütün, 2014, 153).

Yine Cumhuriyet’in kurulduğu ilk yıllarda yarı bağımsız yayın organı niteliğindeki “La Turquie Kemaliste” gibi yayınlar, Türkiye’nin arkeolojik ve kültürel zenginliğini aktaran önemli araçlardan biri olmuştur. Pek çok kurum, kitaplarda Cumhuriyet sonrası bir çeşitlenme görülmektedir. Ayrıca üstünde durulması gereken üniversite ve müzelerin yayınları, raporları, dergiler, valiliklerin yayınları ve gazeteler ile 36 yıldır yayımlanan Arkeoloji ve Sanat Dergisi’nin katkıları sonderece önemli ve

değerlidir. İkinci bir yayınevi olarak adı anılması gereken Ege Yayınları ise 1990 yılında kurulmuştur ve ülkemizin arkeoloji alanında yayın yapan en önemli yayınevlerinden bir olarak yaşamını sürdürmektedir. Arkeolojiyle ilgili diğer yayınevlerini sıralamak gerekirse; Phoenix, Sel Yayıncılık, Kaynak Yayınları, Yapı Kredi Yayınları, Bilgi Üniversitesi Yayınları, Bilim ve Gelecek Yayınları, İletişim Yayınları, İş Bankası Yayınları, Alter, Der Yayınları, Homer Yayınevi, National Balcı Yayınevi, Remzi Kitabevi, National Geographic Yayınları ve NTV Yayınları kısmi düzeyde arkeoloji kitabı basan yayınevleri arasında yer alır. Ayrıca TUBA, TÜBİTAK, Anıtlar ve Müzeler Müdürlüğü, valilikler, Türk Tarih Kurumu, Türk Dil Kurumu, yabancı enstitüler, Millî Kütüphane, TMMOB-Mimarlar Odaları, belediyeler, özel yatırımcıların kurduğu müzeler, şirketler, üniversiteler, Kültür ve Turizm Bakanlığının yayınlarını da bu çerçevede değerlendirmek gerekir (Bütün,2014, 154).

Bütün'e göre Türkiye'de arkeologlara bakış açısı kazandıran giriş kitapları ve yayınlarda çok büyük eksikler bulunmaktadır. Akademisyenler yüzeysel ve artık geçerliliği olmayan bilgilerle dolu olması nedeniyle öğrencilerine kitap önermekte zorlanmaktadır. Bütün akademisyenlerin çoğu zaman popüler kitleye hitap eden ama akademik dille yazılmış Arkeo-Atlas dergisini bu açığı kapatmak için kullanmakta olduklarını söylemektedir. Çoğu zaman akademisyenler de İngilizce kaynaklara yönelerek kendi açıklamalarını kapatmaktadır. Öğrencilerin %99,9'unun yabancı dil bilmemesi nedeniyle verilen yabancı kaynakları okuyup anlayamadıklarını gören akademisyenlerin öğrencilere kaynak önermekten vazgeçtiğini söyleyen Bütün akademisyenlerin genelde bu yabancı yayınları kendileri okuyup notlar çıkararak öğrenciye hazır bilgi olarak sunduklarını ifade etmektedir. Bütün böyle olunca öğrencilerin akademik metin okumayı, not çıkarmayı öğrenemediklerini, dolayısıyla yazı yazmayı da geliştirmediklerini ve sonuçta bir kısır döngü içinde eğitimin niteliğinin oldukça düşmekte olduğunu söylemektedir. (Bütün, 2017, 157).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARKEOLOJİ İLETİŞİMİ VE ARKEOLOJİ HABERCİLİĞİ ÜZERİNE TEMEL YAKLAŞIMLAR

Bu başlık altında bir kavram olarak arkeoloji haberciliği, arkeoloji haberciliğinin görev ve sorumlulukları ve arkeoloji haberciliğinde etik konuları ayrıntılı olarak tartışılmıştır.

3.1. Arkeoloji Haberciliği

Arkeoloji haberciliği kavramı her ne kadar yeni ve henüz tam oturmamış olsa da artık her geçen gün artan medya-arkeoloji ilişkisi bağlamında bir arkeoloji haberciliğinden rahatlıkla söz edilebilir. Arkeoloji haberciliğinin ne olup olmadığı tartışmasından önce medya-arkeoloji ilişkisine kısaca değinmek yararlı olacaktır.

Günümüzde medya giderek artan bir şekilde kamu bilincini şekillendirmektedir. Birçok insan için medya bilimsel konulardaki neredeyse tek kaynaktır. İnsanlar yaşamlarıyla doğrudan veya dolaylı olarak ilgili olan konuları, gereksinim duydukları bilgileri medyadan almakta, öğrenmektedirler. Söz konusu konu ve bilgiler arasında arkeoloji de bulunmaktadır. Günümüzde artık medya ve arkeoloji ilişkisinden söz etmek mümkündür. Bu durumun kuşkusuz birkaç nedeni bulunmaktadır. Bunlardan ilki arkeoloji gün geçtikçe önemli hale gelmekte, uygulama ve gündem olma anlamında yaygınlaşmaktadır. Öte yandan arkeoloji ve arkeolojik olanla kültür -sanat gibi, politika gibi, ekonomi gibi, turizm gibi, eğitim gibi diğer toplumsal kurumların ilişki içine girmesi bir diğer ifadeyle arkeolojinin de artık toplumsal olması arkeoloji medya ilişkisi güçlendirmiştir. Son olarak tüm toplumsal kurum ve kuruluşlar gibi bireylerin de toplumun da arkeolojiyi birçok açıdan yararlı, işlevsel olarak görmeye başlamaları arkeolojinin bir konu ve içerik olarak medya da daha fazla yer bulmasını sağlamıştır. Sonu itibariyle arkeoloji bir kavram bir bilim dalı olmanın ötesinde bir toplumsal kurum olmuştur. Diğer tüm toplumsal kurumları gibi yine kendisi gibi olan toplumsal kurumlarla ilişki ve etkileşim içindedir. Yani ekonomi, politika, kültür, eğitim gibi toplumsal kurumlar arkeolojiyi etkilemekte, arkeolojiden de etkilenmektedir. Bu ilişki ve etkileşimin nedeninin sadece yapısal olmadığı da açıktır. Sistem içinde bulunan birimler veya alt sistemler yapı gereği birbirleriyle ilişki

içindedir. Ancak bu ilişkinin işlevsel olması yani birimler veya alt sistemler ve sonuçta sistem yani toplum için yararlı olması ilişkiyi güçlü ve kalıcı hale getirmektedir. Medya-arkeoloji ilişkisinde söz konusu ilişkinin yapısal olma yanında işlevsel olduğu da açıktır. Yani bu ilişkiden medya haber başta olmak üzere konu ve içerik olarak yararlanırken arkeoloji de kendini, yaptıklarını, gereksinimlerini topluma aktarmakta, destek bulmakta, özetle kendi içsel amaçlarını gerçekleştirmektedir. Ve nihayetinde hem medya hem de arkeoloji toplumda yaygınlaşmakta, meşrulaşmakta, güçlenmekte ve toplum kazanan olmaktadır. İşte sıralanan bu gerekçelerden ötürü medya ve arkeoloji arasında bir ilişki vardır ve bu ilişki tüm olumsuzluklara ve yaşanan sorunlara karşın her geçen gün derinleşmekte ve güçlenmektedir.

Medya-arkeoloji ilişkisi bağlamında tartışmalı olan bir konuya açıklık getirmek yararlı olacaktır. Medya ve arkeolojinin işlevsel olması, birbirlerinden yararlanması kuşkusuz beklendik hatta olması gereken bir durumdur. Ancak tartışılan kimin daha çok yararlı olduğu ya da kimin ne yaparsa yararlı olacağı noktasına geldiğinde sonuç çözümsüzlüğe gitmektedir. Arkeolojinin medyada yer aldıkça mı arkeolojiye olan ilginin artacağı yoksa arkeolojiye olan ilginin artması durumunda mı medya daha fazla yer alacağı tartışılmalıdır. Bu hatalı tartışma kendisi sorunu olmakla birlikte başka sorunları da beraberinde getirmektedir. Zaten bazı arkeologların medyaya yaklaşması, yanlış, yanlış olmasa da tartışmalı bir varsayım olarak arkeolojinin medyada yer aldıkça toplumun arkeolojiye karşı olan ilgisinin artacağı düşüncesine dayanmaktadır. Ancak artan medya ilgisi, mutlaka aynı oranda konuya olan kamu ilgisini artırmaz ve otomatik olarak konunun daha fazla kabul edilmesini sağlamaz. Artan bilgi, izleyicinin aslında daha eleştirel olduğu anlamına gelmektedir (Kohring, 2005, 218; Nowotny 2004b; Weingart, 2004, 18). Ancak bu durum kimsenin cesaretini kırmamalıdır. Eurobarometer Anketi de dâhil olmak üzere genel halk üzerinde yapılan çok sayıda anket, bilime her zaman olduğu kadar saygı duyulduğunu göstermektedir (Weingart, 2001, 247). Artan medya varlığı, arkeolojiye büyük ölçüde onay ve aynı zamanda eleştiri de dâhil olmak üzere kamuoyunun daha fazla dikkatini çekmektedir. Son olarak medya, konunun mitleriyle daha gerçekçi bir kamuoyu değerlendirmesine yol açabilir.

Günümüzde bilim gazeteciliği araştırmacıları medyayı sadece bir iletişim aracı olmaktan çok daha fazlası olarak görmektedir. Gazetecilerin bilgiyi değerlendirip hazırladığı seçim kriterleri temelde bilimde kullanılanlardan farklıdır. Bir araştırmacı için önemli olan şeyler, bir gazeteci için aynı derecede önemli olmak zorunda değildir ve bir bilim insanı için çok küçük bir ayrıntı bile medyada son derece geniş bir biçimde yer bulabilir. Dolayısıyla medya bilimi birebir temsil etmemekte ve bunu da kendi görevi olarak görmemektedir. Peter Weingart bunun sonuçlarını şöyle ifade etmektedir: “[Medya] kendi gerçekliğini bilimin yaptığı gibi inşa eder. Sadece örtmeye çalıştığı 'gerçekliğe' erişmek için farklı bir yol ve onu sunmanın diğer yöntemlerini kullanır. Bilim tarafından 'yanlış' veya 'çarpık' raporlar veya iddia edilen 'yanlış' haber seçimi hakkında dile getirilen en yaygın şikâyet, sonuç olarak ana noktayı tamamen kaçıır” (Weingart, 2001, 238). Bilim gazeteciliği bağlamında bilim ve medya tartışması arkeoloji haberciliği ve medya-arkeoloji ilişkisi için de geçerlidir. Gazeteciler arkeolojiyi konu ve içerik olarak işlemektedir. Gazeteciler yaptıkları işle spor gibi, ekonomi gibi, kültür-sanat gibi, eğitim arkeolojiye katkı sağlamaktadırlar. Ancak gazetecilerin asıl işi haber vermektir. Arkeoloji haberciliğinin asıl işi arkeoloji konusunda haber vermektir. Zaten arkeoloji habercisi işini iyi yaparsa yani arkeoloji konulu haberleri normatif anlamda verirse arkeoloji de okurlar da toplumda bundan kazançlı çıkacaktır.

3.2. Türkiye Arkeoloji Yayıncılığı ve Haberciliğinin Kısa Tarihi

Atatürk okullarda tarih öğrenimini önemseydiğinden Herbert George Wells’in 1920’de yazdığı “Tarihin Ana Hatları / The Outline of History” kitabının da Türkçeye çevrilmesini emretmiştir. Bu kitap, ileride yazılacak olan “Türk Tarihinin Ana Hatları” ve “Tarih” kitaplarını da etkilemiştir. “The Outline of History” kitabı, 1928’de “Cihan Tarihinin Ana Hatları” olarak çevrilerek basılmıştır. Türk Tarih Heyeti, 1930 yılında “Türk Tarihinin Ana Hatları” adında okullar için 4 ciltlik bir tarih kitabı yazdırmıştır. Afet İnan, Yusuf Akçura, Ahmet Ağaoğlu, Reşit Galip, Hasan Cemil Çambel, Fuat Köprülü, Şevket Aziz Kansu, Reşit Tankut ve Sadri Maksudi gibi eğitimciler ve bilim insanları kitabın yazılmasında görev üstlenmişlerdir. 1931’de ise “Tarih” adı altında dört ciltlik bir lise kitabı basılmıştır. Bu kitabın ana kaynağı yine “The Outline of History” olmuştur. Bu lise kitaplarının daha hafifletilmiş versiyonları da 1933’te

“Ortamektep için Tarih” adıyla basılmıştır. Türk Tarih Cemiyeti’nin 15 Eylül 1932 tarihli toplantısında, Eskiçağ tarihini anlatan bir kitap yazılması kararlaştırılmıştır. İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Önsiya Dilleri ve Kùltürleri Kürsüsü Başkanı Bossert, Fakùlte bünyesinde “Anadolu Araştırmaları” adlı bir dergi çıkartmıştır. Alman Arkeoloji Enstitüsü ÷lkede arkeoloji konulu yayınlar çıkartmıştır. 8 ciltten oluşan “İstanbul Araştırmaları Yayınları”, 4 fasik÷lden oluşan “İstanbul Tebliğleri”, 1934’te Enstitü Müdürü Martin Schede tarafından yazılan “Priene Harabeleri”, 1932’de Prof. Theodor Wiegand tarafından yazılan “1902-1917 Arasındaki Palmira Ekspedisyonu Sonuçları” (Ereigniss der Expedition nach Palmyra von 1902-1917) ve 1934’te yayımlanmış Prof. Wiegand ve Ernest Mamboury tarafından yazılan “Hipodrom ve Marmara Denizi Arasındaki Konstantinopolis İmparatorluk Sarayı” bunların başlıcalarıdır. 1933 yılının temmuz ayında, “Türk Tarih, Arkeologya ve Etnografya Dergisi” basılmaya başlanmıştır. Dergide etnografya konularından çok arkeolojik konulara yer verilmiştir. Dergi periyodik olmayan 5 sayı yayınlarak 1949 yılında yayınına son vermiştir. Ancak 1956’da yayımlanan Türk Arkeoloji Dergisi’nin giriş kısmında, derginin “etnografya” ve “arkeoloji” olarak ikiye ayrılarak Arkeoloji Dergisi’nin yılda iki kere yayımlanacağını duyurmuşlardır. 1937-1985 yılları arasında üç ayda bir yayımlanan Belleten dergisi basılmaya başlanmıştır. Belleten, 1985’ten sonra dört ayda bir yayımlanmıştır. Bunlar dışında her kongre ve konferans sonrasında bildiriler, tartışmalar, soru ve cevaplar kitaplaştırılarak basılmış, müze kılavuzları ve eski eserleri koruma kılavuzu gibi halkı bilgilendirecek yayınlar yapılmıştır. 1943’te toplanan II. Maarif Şûrası’nda ele alınan Tarih dersleri hakkında oluşturulan komisyon bir rapor hazırlamış ve bunu Şûra başkanlığına sunmuştur. Raporda ilkokul ve ortaokul Tarih ders kitaplarının yetersizliğinden bahsedilmiş ve Ortaokul-3 ders kitabında bulunan hataların da giderilmesi istenmiştir. 1946 yılında Şemsettin Günaltay tarafından yazılıp TTK tarafından basılan “Yakın Şark” adlı eserin 2 cildinde Anadolu anlatılmıştır. Bu ciltte Eti yerine Hatti ve proto-Hatti kavramları kullanılmış ve Türklerle olan bağlarına çok az bir bölümde yer verilmiştir. Ayrıca bu kavmin dilleri için Asyanik sözcüğü kullanılmıştır. Bu kitapta genel itibariyle nesnel bir dil kullanıldığı ve bazı belirsiz konularda kesin yargıdan kaçınıldığı gözlenmiştir. Erken Cumhuriyet döneminde basılan yayınların, gazete haberlerinde olduğu gibi, hükümet politikasına uygun olacak şekilde yazıldığı gözlemlenmiştir. Yapılan kongrelerden

sonra, araştırmalardan çıkan sonuçlara göre hazırlanan okul kitapları bunun en büyük örneğidir (Sabahat, 2019, 24)

Arkeoloji haberlerinde karşılaşılan sorunlar Batı’da da mevcuttur. Buluntulara değer atfetme hastalığına Batı’da da rastlanır ama Türkiye’deki kadar değildir. Batı’da gazeteciler olay veya olgunun biraz daha bilimsel tarafını ön plana çıkarmaktadır (Ö.Erbil ile kişisel iletişim,19 Ekim 2022).

Tabii ki de çeyrek asır öncesine bakıldığında arkeoloji haberleri bugün daha iyi değerlendirilmektedir. Fakat para biçme, değer atfetme gibi hâlâ aynı hastalık sürmektedir. Bir antik kent ya da yeni bir kültürel varlık bulunduğunda onun bilimsel altyapısının ne olduğuna bakılmalıdır. Haber yazılırken keşif yapılan alandan keşfeden kişinin anlatımındaki duyguyla verilen izlenimin yanında bilimsel olarak değerlendirilip bu buluntuların gazetelerde daha iyi yer alması gerekmektedir. (Ö. Erbil, ile kişisel iletişim,19 Ekim 2022).

Türkiye’de her yıl “Uluslararası Arkeoloji Sempozyumu” düzenlenmektedir. Türk ve yabancı arkeologlar Türkiye’de yaptıkları arkeolojik kazı ve yüzey araştırmalarının sonuçlarını yeni olağanüstü buluntularını açıklamaktadır. Beş günlük bu toplantılarda Türkiye’nin tarihsel, kültürel ve dinsel mirası ile bağlantılı yeni haberler yağmaktadır. Ne var ki hiçbir basın yayın kurumu, haber kaynayan bu toplantıları izlememekte ve kamuya yansıtılmamaktadır (Açar, 2020).

Türkiye’deki yazılı basın gazetelerden olan Cumhuriyet gazetesi, kültür ve doğa varlıklarının korunmasına doğrudan yer veren, belirli bir eğitici rolü üstlenen en önemli gazetedir. Şu an yayınlanmayan Radikal gazetesi de bu konuda haber yazan ikinci yayın organı olarak öne çıkmaktadır. Diğer gazetelerin hafta sonu eklerinde (Hürriyet, Milliyet) bazen daha çok kentlerin tanıtımına yönelik makaleler yer almıştır. Ecyâd Kalesi’nin yıkılması örneğinde olduğu gibi, çok önemli ve dünyada ses yaratan bir olay da gazetelerin gündemine girmiştir. Ayrıca, bazı köşe yazılarında kültür varlıklarının korunması konusunda politik bazı yazılar gündeme gelmiştir, Sabah ve şu an yayınlanmayan Star’da ise böylesi bir tavır sürmüştür. Ancak burada, yukarıdaki gözlemlerin sistematik ve uzun süreli bir araştırma sonucu olmadığını, gazetelerin gerçek kültür politikalarını algılayabilmek için uzun süreli ve ciddi bir araştırmanın

gereği de belirtilmiştir. Bu yayınların sistematik bir koruma bilinci oluşturma yönünde bir politikaları olmadığına bir gerçek olarak altı çizilmiştir (Asatekin, 2004, 126).

Türk basınında arkeoloji haberleri, genellikle şu şekilde olmaktadır: “*Milyon dolarlık hazine ortaya çıktı*” ya da “*Milyonlarca dolarlık hazine kaçırıldı*”. Arkeoloji haberleri çoğunlukla parasal değerleri üzerinden konumlandırılmaktadır. 2006 yılından sonra arkeoloji haberciliği konusunda Türk basınında bir devrim olmuştur. 2006’da Uşak Müzesindeki Karun Hazinesi’nin en değerli parçası olarak bilinen Kanatlı Denizati Broşu’nun çalınması Milliyet gazetesinde haberleştirilmiş ve bu durum Türk basını için bir milat olmuştur. O tarihten sonra arkeoloji haberleri kıymetli hâle gelmiş ve medya kuruluşları bu tür konuları haberleri için kullanmaya başlamıştır. Türk basını artık haberleri daha sıklıkla ve duyarlılıkla yapmaya başlamışlardır. 2006’da Uşak Müzesindeki Kanatlı Denizati broşunun çalınması büyük bir yankı uyandırmış ve uluslararası otuzdan fazla medya kuruluşuna röportaj verilmiştir. Bu tür olayların ne kadar değerli olduğunu Türk basını bu tarihten sonra fark etmiştir (Ö. Erbil, ile kişisel iletişim, 19 Ekim 2022).

3.3. Arkeoloji Haberlerinin Üretim Süreci

Arkeoloji haberciliği en genel tanımla konu ve içerik olarak arkeolojiyi ve arkeolojik olanı işleyen haberciliktir. Arkeoloji haberi ise arkeolojiyi konu olarak işleyen haberlerdir. Arkeoloji haberinin spor ya da ekonomi haberinden sadece konu bağlamında farkı vardır. Bunun dışında tüm haberler aynı niteliklere sahiptir, aynı yapıdadır. Zaten herhangi bir içeriği haber olarak adlandırabilmek için belirli bir konuda öncelikle hedef kitleyi ardından toplumu bilgilendirme amacı taşıması, medya profesyonelleri -burada gazeteciler- tarafından hazırlanması ve medya yayınlanması gerekmektedir. Haber herhangi bir konu, olay, sorun, gelişme, değişme, kişi veya kurumla ilgili gazeteciler tarafından bilgi, belge, kanıt, ilişki, görüntü ve sesin toplanıp, işlenip, denetlendikten sonra bir medyada yayınlanmasıdır. Görüldüğü üzere haber için spesifik bir konu yoktur. Haber sporla ilgili olabilir, ekonomiyle ilgili olabilir, bilim ve teknolojiyle ilgili olabilir ve tabi ki arkeolojiyle ilgili olabilir. Arkeolojiyle ilgili bir olay, olgu, değişme, gelişme, kişi, kurum, fikir veya sorun arkeoloji haberciliğinin faaliyet alanıdır.

Az önce değinildiği gibi arkeoloji haberciliği, spor haberciliği gibi, ekonomi haberciliği gibi bir uzmanlık alanıdır. Arkeoloji haberciliği bir uzmanlık alanıdır. Herhangi bir yetenek gerektirmeksizin habercilikle ilgili, arkeoloji haberciliğiyle ilgili gerekli ve yeterli bilgi ve deneyime sahip olan herkesin yapabileceği bir iştir. Ancak her muhabir veya haberci arkeoloji haberciliği yapamaz. Daha sonra ayrıntılı olarak değinilecek olan kaçak kazı ve tarihi eser kaçakçılığının arkeoloji haberciliğiyle neredeyse eş tutulması bu konudaki haberlerin polis-adliye muhabirlerine yazdırılmasına yol açmaktadır. Polis-adliye muhabirleri tarihi eser kaçakçıların veya kaçak kazı yapanların yakalanması veya yargılanmasıyla ilgili belki bir haber yapabilir. Ancak bu konuda haberler arkeoloji haberciliğinin çok da doğrudan olmayan konularıdır. Arkeolojinin insanlığın, geçmiş kültürlerin ve insanların yaşama biçimlerini bilimsel olarak incelenmesi olduğu anımsandığında arkeoloji haberciliğinin de kaçakçıların yakalanması ve yargılanmasından çok daha fazla bir şey olduğu ortaya çıkmaktadır. Daha önce değinildiği üzere arkeoloji sayısal bilimlere ait bir bilim dalıdır. Arkeoloji her ne kadar tarih olarak görülse de mimari, jeoloji, antropoloji gibi birçok bilim dalıyla doğrudan ve güçlü bir ilişki içindedir. Bu nedenle de arkeoloji haberlerini arkeolojiyle ilgili bilgi ve deneyim sahibi olmayan bir habercinin kaleme alması çok da mümkün gözükmemektedir.

Bu noktada arkeoloji habercilerinin eğitimi tartışma konusu olmaktadır. Arkeoloji habercileri arkeoloji konusunda bilgili olmalıdır. Ancak bu habercilerin lisans veya lisans üstü düzeyde arkeoloji eğitimi almalarını zorunlu kılmaz. Sonuçta bu kişiler habercidir. İşleri haberciliktir ve dolayısıyla habercilik eğitimi almaları gerekir. Bu haberciler kendilerine uzmanlık alanı olarak arkeolojiyi seçmiştir. Arkeoloji haber nedir? Neler arkeoloji haberi içinde yer alır? Arkeoloji haberi yaparken nelere dikkat edilmelidir? Arkeoloji haberleri için baş vurulması gereken kişi ve kurumlar kimlerdir, nelerdir? Arkeoloji haberi yaparken uyulması gereken etik kurallar nelerdir? Sorularının yanıtlarını bilmeli, her gün bu yanıtları güncellemelidir. Gazeteciliğe, haberciliğe özgü bu soruların ardından arkeoloji nedir? Arkeoloji toplum için, insanlık için neden önemlidir? Arkeoloji haberleri topluma ne gibi girdiler sokar? Medya ve arkeolojik konuların haber başta olmak üzere medyada yer alması arkeoloji dünyasına dolayısıyla topluma ne sağlar? Güncel arkeolojik olaylar ve gelişmeler nelerdir? Gibi soruların da yanıtları arkeoloji habercisi tarafından aranır.

Arkeoloji haberlerinin üretim sürecine diğer uzmanlık alanı haberlerin üretim sürecinden farklı değildir. Öncelikle muhabir/gazeteci/haberci haber olayından haberdar olmalı. Yani haber yapacağı olay, olgu, değişme, gelişme, kişi, kurum, fikir veya sorunun varlığını bilmeli. Haberciler bunun için haber kaynaklarını kullanırlar. Haber kaynakları haber olayından habercileri haberdar eden kaynaklardır. Haberci haber olayını öğrendikten sonra bu olayın haber değeri taşıyıp taşımadığına karar verir. Bu karar verme süreci kuşkusuz sadece habercinin kişisel tercihleriyle yapılmaz. Bir meslek olarak haberciliğin kodları, habercinin görev yaptığı yayın kuruluşunun genel yayın politikası bir diğer ifadeyle tercihleri, öncelikleri, hassasiyetleri, okuyucuların istek, talip ve beklentileri veson olarak da bireysel olarak habercinin kendi mesleki bilgi ve deneyim düzeyi karar verme süreci üzerinde etkili olan parametrelerdir. Haberci haber olayıyla ilgili olarak o olayı haber değerine sahip görürse artık o olay haber olayı olarak seçilmiş olur. Ardından haber olayını haber haline getirirken gereksinim duyulan içerikler toplanmaya başlanır. Herhangi bir olayın haber haline getirilebilmesi için o olayla ilgili başta bilgi olmak üzere görüntü ve ses gerekir. Ancak bir olayın haberleştirilmesi için gazeteciliğin en bilindik ilkelerinden olan 5N 1K'nın yeterli olmayacağı hemen belirtilmelidir. Kim, Ne, Nerede, Ne zaman, Neden ve Nasıl sorularının yanıtlarını ifade eden 5N 1K bir olayın ne olayı olduğunun yanıtını vermeye, genel çerçevesini çizmeye ve haberin girişini yazmaya yarar. Bunun ötesinde 5n 1K'nın bir veya birkaç tanesinin ayrıntılarına gereksinim duyulur. Bu nedenle de haber olayıyla ilgili önce 5N 1K'nın yanıtları ardından da bu yanıtların bir veya kaç tanesine ait ayrıntı, delil, kanıt, ilişki toplanır. Toplanan bilgi, belge, kanıt, ilişki, görüntü ve ses kullanılarak bir bütün oluşturulur. Söz konusu edilen bütünün kendi içinde tutarlı, mantıklı bir bütün olması gerekir. Bu da habercinin yaptığı kurguda yanıtlanmayan bir soru bırakmaması, kullanılan bilgilerin geçerli ve güvenilir olmasına, gazetecinin kendi görüşünü içermemesine, olayın taraflarına söz hakkı verilmesi bunu da dengeli yapılmasına, farklı kaynaklara baş vurmayla mümkün olacaktır. Bu da haberin geçerli ve güvenilir olmasını sağlar. Çünkü habercilik sadece haber malzemesini toplamak ve bunlardan bir haber oluşturmak değildir. Haberci aynı zamanda topladığı bilginin geçerli ve güvenilir olmasını denetleme, bu bilgileri geçerli ve güvenilir hale getirmekle de yükümlüdür. Dolayısıyla haberci haberde kullandığı bilgilerin, görüntülerin ve seslerin de geçerliliği ve güvenilirliğini denetler. Denetleme

en basit, hızlı ve etkin biçimde bir başka kaynağa baş vurularak yapılır. Haberde kullanılan bilgilerden herhangi biri kuşkulu geliyorsa, bir anlam boşluğu yaratıyorsa başka kaynaklara baş vurmak gerekir. Baş vurulan kaynaktan alınan bilgi de kuşkulu veya tatmin edici gelmiyorsa bir başka kaynağa daha gitmek gerekir. Özellikle haberde kullanılan bir bilgi çok sansasyonelse, yayınlanması durumunda çok ses getirecekse, yayınlanması durumunda cevap ve düzeltmeye isteme, dava açma, yargıya baş vurma olasılığı varsa double check ve triple check yani kaynaklara baş vurma bir zorunluluk halini alır. Haberde kullanılan tüm bilgilerin geçerli ve güvenilir olması da sağlandıktan sonra haber yazılır. Görüntü gerekiyorsa ses veya videoyla kurgusu yapılır. Bu aşamadan sonra hazırlanan içerik şef, editör, müdür, genel yayın yönetmeni gibi yöneticilerin denetimine hazır hale gelmiştir. Yöneticilerin haberi incelemesi sonucu varsa eksik veya hatalı yönler giderilmesi üzeri geri gönderilir. Haberde herhangi bir eksik veya hata bulunmuyorsa artık haber gazete sayfasında mizanpajı yapılırken, televizyon haberinde ise bülten sıralamasına alınır. Diğer haber ve içeriklerle bir bütün oluşturduktan sonra yayınlanan içerik artık haber adını alır. Okuyucu, izleyici, dinleyici veya internet kullanıcısı bu haberi okuduğunda, izlediğinde, dinlediğinde ise artık haber, haber olma vasfını yitirerek başka bir şeye dönüşür. Haber bilgiden oluştuğu için haberin bir bilgi haber vermenin ise bir bilgilenme olduğu savunulur. Dolayısıyla hedef kitle haberi tüketerek bilgi sahibi olmakta haber de bilgiye dönüşmektedir. Haberin bilgiye dönüşmesi normatif bir beklentidir. Haber bazen bilgiden çok enformasyona, yargıya hatta önyargıya da dönüşebilmektedir.

3.4. Arkeoloji Habercilerinin Nitelik ve Sorumlulukları

Kısa ve genel olarak anlatılan haber üretim sürecinden de anlaşıldığı üzere haber üretimi sadece habercinin öznesi olduğu bir süreç değildir. Elbette bu süreçte “baş rolü” haberci oynamaktadır. Ancak haberci gibi haber kaynaklarının, bilgi kaynaklarının, eşik bekçisi rolü oynayan profesyonel yöneticilerin, reklam verenlerin ve son olarak Okuyucu, izleyici, dinleyici veya internet kullanıcısının olmadığı bir haber üretim süreci düşünmek mümkün değildir. Adı geçen kişilerden birinin süreçten çıkarılması süreci süreç olmaktan, ürünü de haber olmaktan çıkarır. Bu noktada “kişi”

ifadesinin bir insanı ifade etmekten çok o insanın haber üretim sürecindeki katkılarını ifade ettiğinin altı çizilmelidir.

Öte yandan süreç kişi ve kişilerin sürece katkısıyla birlikte kurumları gerektirir. Özellikle habercilik ve geniş haliyle medya işletmeciliğini kurumsal/örgütsel bir iştir. Görevlerin her ne kadar bireyler yapıyor gözükse de toplumsal bir iş olan haberciliğin yapılabilmesi için toplumsal yapıyı oluşturan kurumlar ve kurumsal nitelikler gerekir. Gazete veya medya bir kurumdur. Gazetecilik, habercilik de kurumsal bir iştir. Bireysel veya bireysel boyutta yapılabilecek bir eylem değildir. Çok farklı niteliklerde çok sayıda kişi çok farklı işleri eş güdümlü bir biçimde zamana karşı yaparak bir tek ürün üretir. Bu nedenle de organizasyon/örgütlenme gereklidir. O nedenle kurallar, görevler, sorumluluklar, etik, ahlak vardır. Tüm bunlara bir de toplumsal görev ve sorumluluklar da eklendiğinde medya adı verilen kurumların büyüklükleri, yapıları, işleyişleri, sorumlulukları bir kez daha ortaya çıkmaktadır.

Basitçe söylemek gerekirse medyada yayınlanacak bir arkeoloji haberinin üç ana paydaşı bulunmaktadır: Haberin kaynağı olan arkeolog; haberi hazırlayan gazeteci, medya işletmecisi veya patronu ve haberi tüketen kamuoyu veya toplum. Haberi meydana getiren bu paydaşlardan aktif olarak sürece en fazla katkısı olan daha önce de belirtildiği gibi şüphesiz ki gazeteci/habercidir. Gazeteci haber olayını bularak onu işler, denetler ve çeşitli mesleki teknik, ahlaki ve ilkesel süreçlerden sonra haber kamuoyuyla paylaşıldığında sorumluluk kendisine ait olur. Bu nedenle arkeolojiye dair haberler değerlendirilirken gazetecilik/habercilik mesleğinin doğasının da anlaşılması gerekir. Gazetecilik, gerçeği arayan ve bunu geniş kitlelere aktarmayı amaç edinen bir meslektir. Bununla birlikte gazetecilik mesleğinin doğasında çeşitli zorluklar bulunmaktadır. Bunların başında ise gazetecinin düzenli olarak, yani yayın periyoduna bağlı olarak haftada bir, genellikle günde bir, kimi zaman günde birkaç haber üretmesi zorunluluğu bulunmaktadır. Özellikle belli aralıklarla yayımlanan gazete ve dergi gibi yayınlarda harflerin, sütunların sayılarıyla net olarak belirlenmiş bir sayfa düzeni mevcuttur ve bu sayfa düzeni genellikle boşluk kabul etmez (Dinçer, 2014, 160). Bugüne kadar bir sayfası veya bir sayfanın bir kısmı boş kalmış bir gazete, süresinden kısa biten veya iki haber arasında birkaç dakika boşluk verilen bir televizyon haber bülteni görülmemişse, bundan sonra da görülmeyecektir.

Kısacası klasik bir basılı yayının oluşması için yazı ve görsellerin düzenli olarak oluşturulması ve bütün boşlukların dolması gerekir. Bu durum gazetecinin düzenli olarak haber üretmesini zorunluluk hâline getirir. Bundan dolayı özellikle günlük yayımlanan gazetelerde gazeteciler bir haberi oluşturmak için çoğunlukla tek bir iş gününe sahiptir yani gazeteci hızla haberi olarak üretmek zorundadır (Hayes ve Grossman, 2010). Gazeteler gibi habercilik yapan tüm medya da hem zamanlı/sürekli hem de zamana karşı bir iş yapmaktadırlar.

Bu durum muhabirler/haberciler için çok daha hayırlı sonuçlar üretmez. Gerçeği aramak, bilgi toplamak, kanıt bulmak, ilişki aramak gibi son derece güç, zaman isteyen, kimi zaman da tehlikeli olan bu uğraşların hızlı yapılması, zamana karşı yapılması hem titiz davranma hem de soğukkanlı olma anlamında olumlu sonuçlar vermez. Gazeteciler buldukları haber olayını, aradıkları haber olaylarıyla ilgili bilgi, belge, kanıt, ilişki ve görsel malzemelerin doğru, geçerli ve güvenilir olmasını sağlamak zorundadır. Tüm bunların bir de zaman baskısı altında yapılmak zorunda olduğu, kimi zaman kaynakların habercilerle bilgi paylaşmak istemediği de anımsandığında habercilerin işlerinin oldukça zor olduğu ortaya çıkmaktadır.

Arkeoloji haberinin ne olduğu, nasıl olması gerektiği veya arkeoloji haberlerinde nelere dikkat edilmesi gerektiği sorusunun yanıtı belki bu haberleri kimin yazdığı veya yazması gerektiği sorusunun yanıtından geçmektedir. Arkeoloji haberi yazacak olan bir habercinin nitelikleri, yapması gerekenler ve sorumlulukları şöyle sıralanabilir: Bir arkeoloji habercisi her şeyden önce iyi yazabilmeli, konuşabilmeli, yani iyi iletişim kurmalıdır. Çünkü sonuçta iletişimle ilgili bir iş yapılmaktadır. Araç olarak gazete, radyo, televizyon veya internet kullanılarak halkla iletişim kurulmaktadır. Bunun için de öncelikle kendisi iyi bir iletişimci olmalı, kendisi işiyle ilgili kişilerle etkin ve verimli bir ilişki bunun için de iletişim kurabilmelidir. Arkeoloji habercisi iyi bir iletişimci olmasının yanı sıra güven veren bir kişiliğe de sahip olmalı, telefonla konuşurken bile karşısındakine güven verebilmelidir. Erbil'in de belirttiği gibi haberi ortaya çıkarabilmesi için çok iyi bir iletişime sahip olması gerekir. Bu özellikler bir gazeteci için olmazsa olmaz şartlardandır. Gazetecinin bu mesleği sürdürebilmesi için iyi bir iletişim kurmasına bağlıdır (Ö. Erbil ile kişisel iletişim, 19 Ekim 2022).

Sadece arkeoloji habercileri değil tüm haberciler iyi analiz yapabilmeli, bir konuyu iyi araştırmalı, duyduğunu değil öğrendiğini, araştırdığını ve ortaya çıkardığını yazmalıdır (Ö. Erbil ile kişisel iletişim, 19 Ekim 2022). Gazetecinin konu hakkında bilgi edinmesi, okuma yapması gerekir. Örneğin Göbekli Tepe hakkında bir haber yazacak muhabirin Göbekli Tepe’ye ilişkin bilgi edinmesi gereklidir. Sonrasında oraya gidip gerçek kazıyı yapan, yani o konuda çalışan uzmanla görüşmesi gerekir. Mümkünse ve gerekiyorsa uzmanından yazılı bilgi alması gerekir. Çünkü duyularak yazılan kelimelerde hatalar olabilir. Haberci alana ilişkin terminolojiyi bilemeyebilir (Z. Erdem ile kişisel iletişim, 4 Nisan 2022). Ancak haberci bu terminolojiyi anlamak, öğrenmek ve halkın anlayacağı dile çevirmek zorundadır.

Daha önce de belirtildiği gibi haberci arkeolojiyi bir uzmanlık alanı olarak belirlemiştir. Bu alanda giriş düzeyinde de olsa temel bilgileri, terminolojiyi, tarihçeyi, alanın önde gelen isimlerini, yasal düzenlemeleri bilmesi, öğrenmesi gerekir. Eren’in de belirttiği gibi haberi yapan kişinin genel olarak tarih bilmesi, Anadolu kültürü tarihini bilmesi lazım ki kaynak tarafından söylenenler havada kalmasın, gazeteci kendisine söylenenleri anlasın ve haberinde anlatsın (K. Eren ile kişisel iletişim, 5 Nisan 2022).

“İçerik anlayışının değişmesi gerekir.” diyerek var olanı eleştiren Yenişehirlioğlu habercilerin çoğunlukla içeriği anlamayarak olup biteni anlamadan okuyanların hoşuna gidecek yerleri varsa ön plana çıkarttıklarını hâl böyle olunca içeriğin çok kısa olduğunu, okuyucunun yeterince bilgilendirmediğini söylemektedir (Yenişehirlioğlu ile kişisel iletişim, 16 Haziran 2022).

Batı’da arkeoloji haberlerinin konuda uzmanlaşmış isimler tarafından yazıldığı ve yazan ismin de güvenilir bir isim olması gerektiğini söyleyen Erbil haberlerin konunun uzmanı olan gazeteci tarafından yazıldığı için daha bilimsel olduğu ve içeriğin daha zengin olduğunu belirtmektedir. Erbil, Türkiye’de arkeolojiyle ilgili haberlerin daha yüzeysel yazılmakta olduğunu, bunun temel sebebinin ise gazetecilerin arkeoloji haberlerine önem vermemesi olduğunu söylemektedir. Bilimsel bir üslupla yazılırsa haberi kimin okuyacağı, neyi anlayacağı gibi problemler ortaya çıkmakta olduğunu söyleyen Erbil şöyle devam etmektedir: “Arkeoloji haberleri yapabilecek gazetecilerin sayısı azdır. Genellikle polis muhabirlerine arkeoloji haberi yaptırılmaktadır. Dünyadaki gazetelerde kültürel mirasla ilgili bir olay olduğunda o

konunun uzmanı gazeteci haberi hazırlar. Türkiye’de ise Emniyet açıklama yaparken orada hangi muhabir varsa polisten bu bilgiyi alarak haberleştirir. Türk medyasında hala uzmanlaşma problemi bulunmaktadır ve bu sadece arkeoloji haberleri için geçerli değildir” (Ö. Erbil ile kişisel iletişim, 19 Ekim 2022).

Gerek Yenişehirlioğlu’nun gerekse de Erbil’in eleştiri üzerinden ifade ettikleri arkeoloji habercilerinin uzmanlaşmalarının ne denli önemli ve gerekli olduğudur. Şayet arkeoloji habercileri işlerini etkin ve verimli yapabilmek için gerekli ve yeterli düzeyde uzmanlaşırsa Erbil ve Yenişehirlioğlu başta olmak üzere konuyla ilgili birçok kişinin haklı eleştiri ve şikayetleri de son bulacaktır.

Ancak arkeoloji habercisinin sahip olması gereken bilgi düzeyi bunlarla sınırlı değildir. Arkeoloji habercisi arkeolojinin güncel çalışmalarına ilgili olması, yani arkeoloji gündemini izlemesi gerekir. “Hangi çalışmalar, hangi amaçla yapılıyor?” gibi konuları bilmesi haberin niteliğini güçlendirir. Arkeoloji haberlerini sadece ülkesinde değil dünyada da takip etmesi gerekir. Yeni gelişmeleri ve çalışmaları, bu alandaki akademik dergileri, sempozyum, panel, kongre, konferans yayınlarını ve diğer yayınları takip etmesi gerekir (Ö. Erbil ile kişisel iletişim, 19 Ekim 2022; H. Murat ile kişisel iletişim, 13 Nisan 2022; Z. Korkmaz ile kişisel iletişim, 13 Mayıs 2022).

Arkeolojik konularda haber, röportaj, yorum, araştırma-inceleme yapacak haberci konunun uzmanlarıyla iletişim ve ilişki içinde olmalıdır. Bu iletişim ve ilişki sadece bir habere mahsus, bir haberle sınırlı olamamalıdır. Arkeoloji habercisi haberinde kullanması gereken bilgi için, kuşkulu bilginin doğrulatilması için, güncel gelişmeleri öğrenmek için, haber konusu bulmak için, başka bir alanda uzman kişinin kim olduğu sorusunun yanıtı için hatta haberi yayımlanmadan önce okutup kontrol ettirmek için uzmanlarla ilişki ve iletişim içinde olmalıdır. (Z. Erdem ile kişisel iletişim, 4 Nisan 2022). Uzmanlar arasında akademisyenler, bilim insanları farklı bir yere sahiptir. Arkeoloji habercilerinin akademik yayınları takip etmeleri kadar bu yayınlarda bilimsel eserleri yayınlanan akademisyenlerle, bilim insanlarıyla yoğun ve güçlü ilişki ve iletişim içinde olması da gereklidir (H. Murat ile kişisel iletişim, 13 Nisan 2022).

Arkeoloji habercisi sadece uzmanlarla, akademisyenlerle olan ilişkilerine değil haber kaynakları ve bilgi kaynaklarıyla olan ilişkilerine de dikkat etmelidir. Konuyla

ilgili olarak Ömer Erbil'in dikkat çekici tespitleri bulunmaktadır: "İnsanlarla münasebetin, ateşle münasebetin gibi olsun. Çok uzaklaşma donarsın, çok yaklaşma yanarsın!" Haber kaynağıyla ilişkinin dozu önemlidir. Bilim insanları, sivil toplum örgütleri ve Kültür Bakanlığı personeliyle mutlaka iletişim kurmalıdır. Arkeoloji uçsuz bucaksız bir deryadır, burada bambaşka bir hayat vardır ve bu hayatın ve bu hayat içindeki kişilerin yakından takip edilmesi gerekmektedir (Ö. Erbil ile kişisel iletişim, 19 Ekim 2022).

Arkeolojiyle ilgili haberler sayı ve nitelik olarak eskiye nazaran oldukça artmıştır, alana ilişkin haberler medyada yeterince yer almaya başlamıştır. Daha önemli olan konu ise yapılan haberin niteliğiyle yani arkeoloji haberi niteliğiyle ilgili olarak olumlu konuşmanın zor olmasıdır (H. Murat ile kişisel iletişim, 13 Nisan 2022). İdeal bir arkeoloji haberi Eren'in de vurguladığı gibi bilgiye dayalı olarak yazılmalıdır. Ancak Eren'e göre haberler çoğu zaman hem eksik ve yanlış bilgiyle hem de üzerine düşünülmeden sadece sansasyonel bir iki cümle ortaya atılarak haber yapılmaktadır (K. Eren ile kişisel iletişim, 5 Nisan 2022).

Medyada arkeoloji haberlerinde öncekine göre daha fazla ilgi olsa da haberlerin pek çoğunun doğru olmadığı yönünde bir kuşku ve algı da ne yazık ki hala bulunmaktadır. Bu durumun sorumlusu doğrudan haberci olarak gözükmekteyse de bu bireysel bir tercih veya hata olmanın ötesinde sistemsal bir zorunluluktur. Medyada haber konularının popüler ve haber başlıklarının ise ilgi çekici olması istenir. Bu durum popüler olmayan veya popülerleştirilemeyen bilimsel konulardaki haberlerin her zaman çıkmamasına neden olmaktadır. Son yıllarda arkeoloji haberleri medyada sıkça yer almaktadır. Zira arkeologlar kazıları ve araştırmalarını arttırınca tabii olarak arkeoloji medyada yer almıştır. Kazı başkanları gerek yaptıkları kazı faaliyeti gerekse de kazı yeriyle ilgili tanıtım yapmayı ister. Bunun yanında turizm faaliyetleri kapsamında antik kent gezilerinin yapılması istenir. Dolayısıyla medya da ilgi gösterir (Z. Erdem ile kişisel iletişim, 4 Nisan 2022). Erdem'in bu tespiti arkeoloji habercilerinin sahip olması gereken bir başka niteliğe işaret etmektedir. Arkeoloji habercileri haberle tanıtımın, gazetecilikle halkla ilişkilerin, bilgiyle pazarlamanın arasındaki farkı, çıkarlarına aykırı olsa da bilmek ve bu farkı yaşama yansıtmak zorundadır. Bunu sağlamada kuşkusuz haberciye kurumunun destek vermesi bir başka gereklilik olarak not edilmelidir.

Türkiye konumu itibariyle “arkeolojinin cenneti” denilebilecek bir noktadadır. Hatta Murat’ın da belirttiği gibi arkeoloji biliminin ürettikleri Anadolu’nun geçmişiyle alakalı yapılan çalışmalarla sınırlı olamayacak kadar zengindir (H. Murat ile kişisel iletişim, 13 Nisan 2022). Özellikle son yıllarda Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü’nün kazılara vermiş olduğu desteğin yanında Türk Tarih Kurumu’nun da yapmış olduğu katkılarla birlikte Türkiye’deki arkeolojik kazı çalışmaları çok ciddi bir potansiyel kazanmıştır. Sonuç olarak ne kadar çalışma yapılırsa o kadar yeni buluntular ve bu buluntulara bağlı olarak yeni haberler medyada çıkmaya başlar. Özellikle son yıllardaki buluntuların büyük bir ilgiyle medyada yer aldığını ve bunları kamuoyuyla mutlaka paylaşıldığı görülmektedir (E. Mustafa ile kişisel iletişim, 30 Mayıs 2022; Yenişehirli oğlu ile kişisel iletişim, 16 Haziran 2022). Murat ve Mustafa’nın bu tespitleri arkeoloji habercilerinin konu seçiminde geniş bir perspektife sahip olması gerektiğinin altını çizmektedir. Arkeoloji habercileri klasik “Kazı dönemi başladı, bitti, şu kadar eski bir eser bulundu, maddî değeri şudur.” gibi haberlerin aksine oradaki esas önemli olanın çalışmaların sunduğu verilerin olduğunu vurgulayacağı bir konu yaklaşımı içinde olmalıdır (H. Murat ile kişisel iletişim, 13 Nisan 2022).

Arkeoloji habercisi sadece arkeoloji konusunda bilgi vermez. O aynı zamanda kültür varlığının korunmasıyla ilgili haberleri yaparak kültür varlıklarının korunması konusunda farkındalık ve bilinç de yaratır (E. Mustafa ile kişisel iletişim, 30 Mayıs 2022). Bir diğer ifadeyle kaçakçılığı ve tahribatı önlemek, bununla birlikte kaçak kazıları da önlemek için halkı daha çok bilinçlendirmek amaçlanmalıdır. Bir cinayet haberi kadar ilgi çekmese de televizyonda herhangi bir konuda o konunun uzmanının konuşması önemli ve değerli görülmektedir. Kazı örneğinden hareketle kazı yapan bilim insanı veya araştırmacı o kazı, kazıda elde edilen bulgular ve bunların anlamı ve önemliyle ilgili konuşuyorsa ancak o zaman halk bilgilendirilmiş hatta doğru bilgilendirilmiş olacaktır. Erdem’in de haklı bir biçimde vurguladığı gibi aksi bir durumda konunun uzmanı olmayan bir kişi o kazıyı veya konuyu anlattığında, onunla ilgili konuştuğunda kasıtlı veya kasıtsız olarak yanlış ve/veya eksik bilgiler verip insanları yanlış yönlendirebilmektedir. Bu durum da yine okur veya hedef kitlenin yanlış bilinç inşa etmesine yol açmaktadır. Bu sebeple her alanda konunun uzmanı anlatılmalıdır (Z. Erdem ile kişisel iletişim, 4 Nisan 2022).

Eren arkeolojiyle, arkeolojik çalışma ve araştırmalarla ilgili haberlerin büyüklüğü ve yer aldığı sayfaları yeterli görmektedir. Ancak O'na göre bu haberlerin sunum biçimi yetersizdir. Çünkü bu sayfaların daha çok sansasyon peşinde olması nedeniyle gerçekler çoğu zaman tam anlamıyla yansıtılmamaktadır (K. Eren ile kişisel iletişim, 5 Nisan 2022). Daha önce de belirtildiği üzere arkeoloji konulu haberler biçimsel olarak değil ancak içerik olarak sorunlu görülmektedir.

Arkeoloji denildiğinde insanların aklına kazılar, antik dönemlere ait objeler, “küpler dolusu altın” gelmektedir. Daha önce de değinildiği gibi bunlar arkeoloji biliminin ilgi alanıdır. Ancak arkeoloji sadece bunlarla sınırlı değildir. Örneğin Antik kentlerin yapılar ağının ortaya çıkartılması, bilimsel anlamda değerlendirilmesi ve turizme de hizmet edebilecek şekliyle düzenlenmesi de arkeolojinin faaliyet sahasına dahildir. Dolayısıyla arkeoloji habercileri arkeolojik buluntuları değerlendirirken bunun bir hazine avı olduğunu düşünmemesi, doğrudan maddî değerinin ne olduğunu sormaması gerekir (H. Murat ile kişisel iletişim, 13 Nisan 2022)

Arkeoloji haberlerinin vazgeçilmez teması olan kazı da bir başka sorunlu alını ifade etmektedir. Kazı esnasında tek bir metot kullanılmaz, üstelik arkeolojik anlamda veri üretmek için kazı yapmak da şart değildir. Ancak genelde daha gözde olan, halkın ilgisini daha çok çeken toprak altındaki bir yapının veya objenin dışarıya çıkartılması, belki yüzlerce binlerce yıl toprak altında kalmış hazinenin gün ışığına kavuşturulmasıdır. Bu durumun doğal bir uzantısı olarak da basın genellikle belki tiraj kaygısıyla, belki mesleki bir refleks olarak daha ilgi çekici, ilginç olarak değerlendirip kazıları haber ve içerik olarak işlemektedir. Arkeolojiyle ilgili haberlerin büyük çoğunluğu kazıların sunumları şeklinde olmaktadır. Bir diğer ifadeyle arkeoloji konulu haberlerin haber olayı neredeyse tamamen kazılar olmaktadır. Gerek konu çeşitliliğinin olmaması gerekse de kazı konusunun sık sık işlenmesi bir başka sorunu daha doğurmaktadır. Arkeoloji haberlerinin kazı sunumu sınırlamasıyla verilmesi nedeniyle artık derinlikli haberler bulmak zorlaşmakta, hatta imkânsız hale gelmektedir. Haber başlıkları genelde “Kazı dönemi başladı. / Kazı dönemi bitti.” şeklinde verildiği ve içeriğe dair birçok detaya yer verilmediği ya da buluntular okuyucuların dikkatini çekmesi için gerçeği yansıtmayan çarpıcı başlıklarla tanıtıldığı için haber bilgilendirici olmaktan uzaklaşmaktadır. Murat'ın da altını çizdiği gibi araştırmacılar çalışmalarının bilimsel olarak yansıtılması, bunun yanında farkındalık

yaratması için gayret göstermektedir. Türkiye arkeolojik açıdan da çok zengin bir ülke olsa da çok değerli kültürel varlıkların üzerinde yer alsa da bu çabaların genelde desteklenmediği hatta zaman zaman engel olunduğu da görülmektedir. Medyada yer alan haberlerde ilgi çekmek için okuyucuyu yanlış yönlendirici, manipülasyona açık başlıklar atılabilmektedir (H. Murat ile kişisel iletişim, 13 Nisan 2022).

Arkeoloji haberlerinin konusu daha önce de belirtildiği gibi çoğunlukla kazılarla ve kazılarda yeni çıkan bulgularla alakalıdır. Fakat bu konu yani kazı ve kazı sonrası ulaşılan yeni bulgular öncesi, sonrası, önemi, elde edilme süreci, bağlamı gibi son derece temel ancak bir o kadar da önemli olan ayrıntılarla verilmemektedir. Kazı ve kazıyla ulaşılan yeni bulgular yalnızca sonuç olarak, kazı sonuçları olarak haberleştirilmektedir. Oysaki bilgi süreci enformasyon yani seçilmiş, denetlenmiş ve düzenlenmiş içerikler ise sadece sonucu verir. Bu açıdan bakıldığında ise arkeoloji haberleri bilgi vermekten uzaktır. Görülmektedir ki arkeoloji haberleri biçim, büyüklük ve sayı olarak yeterli gibi görülse de içerik olarak son derece yetersiz hatta yetersizliğini aşan bir biçimde zararlı olmaktadır. Çünkü haber okuyucuya bilgi vermek yerine enformasyon vermekte, ancak okuyucu ise kendisine ulaştırılan enformasyonu bilgi olarak görüp bununla karar almakta, bilinç oluşturmaktadır. Bu da hem alınan kararın hem de oluşturulan bilincin ne denliyi sağlıklı olduğu konusunda ciddi kaygılar yaratmaktadır.

Benzer bir biçimde Türkiye’de hâlâ önemli bir problem olan kaçak kazılar ve kaçakçılık ne yazık ki devam etmektedir. Kaçak kazı ve kaçakçılığın arıtmasına bağlı olarak bu konular haberlerde de daha yoğun olarak yer almaktadırlar. Elbette bunda gerek Bakanlığın gerekse kolluk kuvvetlerinin ciddi mücadeleleri sonucunda yakalananların basında yer alması da etkili olmaktadır. Bu haberlerin basında yer almasının caydırıcı bir özelliği olduğuna inanılmaktadır. Kaçakçılık faaliyetlerinin suç olduğu ve sonuçta yakalananların kamuoyuna bildirilmesi/duyurulması/afişe edilmesi açısından yararlı olsa da basında bu haberleri verirken kullanılan yersiz ve yanlış ifadeler ve yönlendirmeler olumsuz etki veya sonuçlar doğurma potansiyeline sahiptir. Kaçakçılık faaliyetleriyle ilgili haberler verilirken özellikle buluntuların maddî olarak değerlendirilmesi ve bunun biraz abartılarak yüksek değerlerle ifade edilmesi sıklıkla baş vurulan adeta bir haberi pazarlama yöntemine dönüşmüştür. Yapılan kaçakçılığın maddi boyutu, hatta daha çok ilgi çekmesi için daha da yüksek gösterilen maddi

boyutuyla hem okurun olayın önemini para üzerinden anlaması hem de basitleştirilmesi sağlanmaya çalışılmaktadır. Ancak bu ve benzeri habercilik uygulamaları (bunlara uygulamadan çok yanlış denilmelidir) kamuoyunda yanlış algı oluşmasına sebep olabilmektedir. Ortaya çıkan bu durumu Mustafa'nın da belirttiği gibi arkeoloji-medya ilişkisi içerisindeki olumsuz etkileşim olarak değerlendirmek mümkündür. Çünkü bu türdeki haberler, “Milyon dolarlık eserler bulundu.”, “Kilolarca altın kaçırıldı.” gibi gerçeğe alakası olmayan abartılı verildikçe bunlar kaçakçıların, daha önce kaçakçılık yapmamış olanların bile iştahını kabartmakta ve kaçak kazılara, dolayısıyla da tarihin telafi edilemez bir biçimde tahrif edilmesine neden olabilmektedir (E. Mustafa ile kişisel iletişim, 30 Mayıs 2022).

Gazete sayfaları, televizyon haber bültenleri veya internet sayfasında sıklıkla gördüğümüz kazı haberleri bilimsel olarak arkeolojiden ziyade turizmle bağlantılı olarak verilmektedir. Eren'in de belirttiği gibi bu haberlerin hareket noktası toplum veya insanları bilgilendirmek, farkındalık yaratmak ve sağlıklı, doğru, yararlı bilinç oluşturmak değildir. Zaten geçmişle bir bağlantı sağlamak için genellikle pek haber yapılmamaktadır. Örneğin, Göbekli Tepe'yle ilgili tartışmalar hariç genel olarak bir geçmiş bilinci sağlamak için haber yapılmamaktadır (K. Eren ile kişisel iletişim, 5 Nisan 2022). Bu da arkeoloji konulu haberlerin bilgi verip vermemesi bir yana bilgi vermesi durumunda bile bunun pazarlama amaçlı olduğunu, dolayısıyla da ekonomik boyutu olan her şey gibi arkeoloji haberlerinin de manipülasyona, iknaya, pazarlamaya yönelik olabileceğini göstermektedir. Gerçekten de bu niteliğiyle arkeoloji haberleri önce farkındalık ve bilinci tam oluşmamış bireye, ardından da bu bireylerden oluşan topluma zarar verme potansiyeline sahip olduğu açıktır.

Sözü edelin zarar verme potansiyelinin azaltılması ve ortadan kaldırılması için mutlaka arkeolojiyle ilgili bir çalışmanın özü doğru bir şekilde verilmelidir. Bu da ancak kazı başkanı, kazı çalışanları veya kazıya hâkim arkeoloji disiplindeki uzmanlarla kurulacak doğrudan temasla mümkündür. Çünkü kazı alanındaki buluntulardan çıkan veriyi yorumlayan onlar olduğunu için doğru nosyonlarla temellendirilmelidir. Ancak bu şekilde daha nitelikli haberler yapılabilir (H. Murat ile kişisel iletişim, 13 Nisan 2022). Yenişehirlioğlu da haberlerin genelde bir fotoğrafla beraber verilmesi gerektiğini, haber olayının önemine göre çok büyük olmasa da dikkat çeken bir yerden verilmesi gerektiğini söylemektedir. (Yenişehirlioğlu ile

kişisel iletişim,16 Haziran 2022). Fotoğrafla ilgili olarak Erbil arkeoloji habercisinin fotoğrafın altında haberi özet şekliyle yazması gerektiğini söylemektedir. Erbil Batı'yla temel fark bu olduğunu, onların yazıyı okuduğu Türkiye'de ise görsel okunduğunu bu sebeple de haber görselinin altında özet şekilde haberin yazılması gerektiğini belirtmiştir. Erbil'e göre Türk toplumunun görsel hafızası daha güçlüdür (Ö. Erbil ile kişisel iletişim,19 Ekim 2022).

Konunun başka bir tarafı da gazetecilerin konuyu aktarma becerisinden ziyade kullandıkları kriterlerle alakalıdır. Arkeologlar için her buluntu, bilimsel anlamda sonuçlara ulaştırdığı için çok önemlidir ve arkeolojiyle ilgili her haber önemli haber anlamı taşımaktadır (E. Mustafa ile kişisel iletişim, 30 Mayıs 2022). Konu ne kadar ilginçse, yeni bir buluntu ne kadar ilgi çekiciyse gazeteciler de tabii olarak bu olayların haberlerini ilk sayfalarında yer vermektedir. Gazeteciler ilgi çekicilik kadar önemlilik, yakınlık, zamanlılık, devamlılık, sosyo-kültürel uygunluk, nadir olma gibi haber değer etmenlerini de gözetmektedirler. Yani gazetecilerin değerlendirme kriterleri bilim insanlarından farklıdır. Bu da her iki grup arasında genellikle yanlış anlamalara ve çatışmalara yol açmaktadır. Sürecin bir diğer bileşeni olan okur veya hedef kitle ise gazete veya diğer KİA'da gördüğü haberi önemli olarak değerlendirse de o haber oraya önemli olduğu için değil, önemli görüldüğü için değil, ilginç görüldüğü için konulmuştur. Değerlendirme kriterlerinin uyumsuzluğundan kaynaklanan bu durum da haberin tüketimi sonrası okurun konuyla ilgili tutum ve davranışları üzerinde olumsuz etkilere yol açmaktadır.

Arkeoloji haberleri, daha önce de belirtildiği üzere oluşum ve hazırlık sürecinde toplumu ve okuru bilinçlendirmeye çabalasa da ortaya çıkan ve yayınlanan haberler yanlış bilinç oluşmasına yol açabilmektedir. Erdem son yıllarda arkeoloji alanına ilginin arttığını, buna bağlı olarak kültür turizminin (turlar, geziler) de arttığını dolayısıyla da arkeolojiyle ilgilenen ve bilinçlenen insan sayısının da arttığını söylemektedir. Erdem bu olumlu gelişmeye rağmen sadece Türkiye'de değil her yerde toplumun büyük bir kısmında duyarsızlığın hâkim olduğunu eleştirisini de eklemektedir (Z. Erdem ile kişisel iletişim, 4 Nisan 2022).

Eren de kimi arkeologların da kuramsal olarak bilgileri yokmuş gibi davranıp çalışmalarını, bir diğer ifadeyle arkeoloji haberine konu olan faaliyetlerini turizmle ilgili bir aktivite gibi tanıttıklarını söylemektedir. Eren'e göre buradaki temel problem

hem gazeteciler hem arkeologların arkeolojiyi turistler için bir bilimmiş gibi yansıtmalarıdır. Eren konuyla ilgili olarak “Bir kazının başlaması turistin gelip gelmemesine bağlanıyor ki bu temel bir problemdir” derken aslında problemin nedenini de ifade etmektedir (K. Eren ile kişisel iletişim, 5 Nisan 2022). Kazı örneğindeki neden-sonuç ilişkisi üzerindeki bu yanılsama bile yanlış bilinç inşasında son derece önemli bir paya sahip olmaktadır.

Bazı haberlerde arkeologların bulduğu objeler kültürü yorumlamak için bir araçken amaçmış gibi verilebilmektedir. Haberlerde bu objelere bir meta değeri yüklenerek bir amaç hâline getirilebilmektedir. Arkeologlar için yeni bir objeyi çıkarmanın amacı veriye ulaşmakken medyada amaç objenin bulunması olabilmektedir. (H. Murat ile kişisel iletişim, 13 Nisan 2022). Amaç ve araç yer değiştirdiğinde, haber olayının öznesiyle haberi yapma eyleminin öznesinin amaçlarındaki çatışma zaten bilgi, farkındalık ve bilinç olarak henüz istenen olgunluğa ulaşamamış olan okur veya hedef kitle için yararlı olmak bir yana yanlış bilinç oluşturması bağlamında zararlı olmaktadır.

Eğer olaylar olduğundan büyük, önemli, değerli, ilginç vb. verilirse, eğer abartılı haberler yaygınlaşırsa, eğer haberler verilmeden önce doğruluğu, geçerliliği, güvenilirliği kontrol edilmezse, kesinleştirilmezse toplum olumsuz yönde etkilenir. Olumsuz etkilenme sadece toplumla sınırlı kalmaz. Zincirleme bir reaksiyon gibi hem kültür varlıkları hem de bölgedeki kazı çalışanları hem de ilgili yayının güvenilirliği zedelenmiş, zarar görmüş olur (E. Mustafa ile kişisel iletişim, 30 Mayıs 2022).

Arkeoloji haberleri toplumda arkeolojiye yönelik bir farkındalık ve bilinç yaratmada kullanılabilir, hatta kullanılmalıdır. Ancak bunu sağlamak doğru, geçerli, güvenilir bilgi vermekle, basitleştirmeden, bayağılaştırmadan konuyu halkın anlayabileceği şekilde vermekle mümkündür. Yani yanlış, eksik, hatalı, ilgisiz, algılayamayacağı, anlamayacağı tarz ve üslupta bilgi verilirse halkın zihninde yanlış imajlar oluşabilir. Örneğin, bütün arkeologlar altın arıyorlar gibi yanlış algıların oluşmaması için arkeologların ne aradığı, aradığının neden altından da kıymetli olduğu bilgisinin verilmesi gerekmektedir (Z. Erdem ile kişisel iletişim, 4 Nisan 2022). Türkiye’de Göbekli Tepe kazıları, arkeolojiye ilişkin farkındalığı oldukça arttırmıştır. Gündelik hayatta birçok kişi Göbekli Tepe sayesinde arkeolojinin turist getirmek dışında başka birtakım işlere de yarayabileceğini fark etmiştir. Profesyonel bilgi

paylaşımları bu ilgiyi ve farkındalığı ve sonrasında bilinci de arttıracaktır (K. Eren ile kişisel iletişim, 5 Nisan 2022). Konuyla ilgili Erbil ““Maalesef Türk basınında “toplum bunu anlamaz” anlayışı yerleşik gibidir. Ancak gazetecinin amacı toplumun bilinç düzeyini yükseltmektir. Haber vermenin amacı toplumu doğru bilgilendirmektir. Bunu en yalın haliyle vermek için gazetelerde genelde çok uzun makaleler bulunmaz” demektedir (Ö. Erbil ile kişisel iletişim, 19 Ekim 2022).

İlginç haberler kamuoyunun dikkatini çekmektedir. Artık arkeoloji, toplumda beğeni kazanan bilim dallarından birisidir. Bunu bağlı olarak da medyanın paylaşacağı olumlu haberler, kamuoyu üzerinde pozitif yönlü bir etkiye neden olmaktadır. Dolayısıyla bu etkileşim hem halkın bilinçlendirilmesinde hem de yanlış bilinçlendirilmesinin önlenmesinde kullanabilecek unsurlardan birisidir (E. Mustafa ile kişisel iletişim, 30 Mayıs 2022).

3.5. Arkeoloji Haberciliğindeki Sorunlar ve Etik Çıkarımlar

Toplum, gazeteciliğin yardımıyla bir fikir oluşturabilmek veya bir gerçeği yargılayabilmek ister. Çoğu gazeteci ise kendilerini arkeolojinin kabulünü ve arkeolojik bilginin toplumda yayılmasını sağlamak zorunda olan araçlar veya hatta bilim insanlarının “çevirmenleri” olarak değil, daha çok halkın temsilcileri olarak görmektedir (Scherzler, 2012, 80). İletişim bilimci Matthias Kohring şöyle yazmaktadır: “Gazeteciliğin güvenilirliği, doğrudan haber yaptığı nesneye olan uzaklığına bağlıdır. Bu, onu temelde PR [Public Relations/Halkla İlişkiler]’den ayırır.” (Kohring, 2004, 177). Bilim gazeteciliği, bilimi gözlemleyen ve onu bir bilgi kaynağı olarak kullanan gazeteciliktir. Bilimsel olan veya bilim insanları tarafından yürütülen gazetecilik değildir. Bu sadece bilimin yayılması da değildir. Bilim gazeteciliğiyle ilgili tüm bu yargılar arkeoloji haberciliği ve arkeoloji haberleri için de geçerlidir.

Arkeologların gazetecilikle ilgili görevlere ilişkin farklı algıları bulunmaktadır. Bazı arkeologlar gazetecilerin arkeolojiye dikkat çekmesi gerektiğini söylerken diğer arkeologlar medya aracılığıyla halkı eğitmek ve öğretmek ister. Gazetecilerin yüzeyselliklerin yayılmasından sorumlu olduğuna inananlar da vardır. Bir de medyanın olanaklarından nasıl yararlanacağını bilen ve onları kendi kamusal görünürlüğünü artırmanın bir yolu olarak gören arkeologlar da vardır (Scherzler, 2007,

188). Bu denklemin diğerk yanında ise farklı motivasyon, öncelik, yapı ve işleyişe sahip bir de medya ve bu medyanın profesyonelleri olan arkeoloji habercileri yer almaktadır.

“Bilimin ve kamuoyunun çelişkili bağlamıyla uğraşırken gazeteciliğin gerçek görevi nedir?” sorunun yanıtını vermek için son derece modası geçmiş, ancak yine de yaygın olan bir anlayışla başlanabilir: Geleneksel popülerleştirme. 1970’lerin ortalarında ortaya çıkan bu yaklaşımın destekçileri, bilimsel bilginin “doğru” ve temelde üstün olduğuna, popüler bilginin daha alt sıralarda olduğuna ikna olmuşlardır (Weingart, 2005, 169). Dolayısıyla da arkeolojiyle ilgili bilgilendirme, farkındalık yaratma ve bilinç oluşturma hatta yanlış bilinç oluşumunu önleme için haberin bilimsel bilgi verme zorunda olduğu açıktır.

Arkeoloji haberlerinin okurlarını ve toplumu bilinçlendirmek için sahip olması gereken nitelikler şu şekilde sıralanabilir: Haber olayı düzgün, açık, anlaşılır bir biçimde doğruyu anlatmalıdır. Gazeteciler her objenin bir kültür varlığı olduğunu, o kültür varlıklarının da toplumumuzun malı, bu toprakların hazinesi olduğunu bilmeli ve haberlerinde bunu anlatmalıdır. Zaman alacak olsa da “kurum bilinci” daha çok geliştirilmelidir. Hatta okullardan başlamalıdır (Z. Erdem ile kişisel iletişim, 4 Nisan 2022).

Arkeoloji haberlerinde Kaçak kazılarla ortaya çıkan tarihî eserlerle ilgili temel problem eserlerin yurt dışına gitmemesi, yurttta kalması olarak tanımlanmaktadır. Eser yurt dışına çıkarılmışsa sorundur. Ancak eser yurt dışına çıkarılmadan yakalanmışsa, yurt dışına çıkışı durdurulmuşsa sorun yoktur hatta bu bir başarı olarak sunulmaktadır. Oysaki daha önce sorunlu bir alan olarak değinilmiş olan kaçak kazılarla ortaya çıkan tarihî eserlerle ilgili temel problemi yurt içinde kalması ya da yurt dışına gitmesi şeklinde yansıtmak da doğru değildir. Temel problem tarihî eserlerin kaçak kazılarla çıkarılmasıdır. Çünkü kaçak kazılarda eserler çıkarılırken tarihî belgeler de zarar görmekte ve hatta kaybolmaktadır. Bunun asıl problem olduğu, ancak kimsenin bununla ilgili bir şey söylememesi de başka, belki de daha önemli bir problemidir. Arkeolojinin amacı belgeye ulaşmak, arkeolojide önemli olan belge kaybetmemektir. Kaçak kazılar ise çok ciddi bir belge kaybına yol açmaktadır. Çoğunlukla haberlerde bu duruma değinilmediği, sadece oradan kaçırılan eserlerin maddî değerlerine vurgu yapıldığı görülmektedir. Bu da büyük bir problemidir. Çünkü insanlar neden oldukları tahribatın farkında olmadan kaçak kazılara devam edebilmektedir (K. Eren ile kişisel

iletişim, 5 Nisan 2022). Kaçakçılıkla ilgili olarak “Yunan mitolojisinde yarı Tanrı olarak kabul edilen ve Truva Savaşı’na katıldığı düşünölen Aşıl’in kılıcını satanlar yakalandı” ya da “Hazreti Süleyman’ın mührü kaçakçılarda ortaya çıktı” türünden haberler yayınlanmaktadır. Medya bu tür haberlerle kaçakçılığı köröklemektedir¹².

Ticari kaygılarla arkeoloji haberlerinin vaz geçilmez teması kazı, hazine, altın olduğı için bu haberlerin doğrudan veya dolaylı tüketicisinde arkeoloji başka bir realite olarak var olmaktadır. Bu yanlış bilgilendirmenin kaçınılmaz uzantısı olarak kendini güçlü bir biçimde hissettirmektedir. Arkeoloji haberciliğı haberleriyle yaptığı hatayı yine haberleriyle gidermelidir. Arkeoloji haberlerinde arkeolojinin altın aramak ya da bulmak olmadığı anlatılmalıdır (Z. Erdem ile kişisel iletişim, 4 Nisan 2022). Bu düzeltme sadece altın, hazire algısıyla sınırlı kalmamalıdır. Arkeolojiye ilişkin yanlış algıları düzeltecek haberler yapılmalıdır (H. Murat ile kişisel iletişim, 13 Nisan 2022).

Arkeoloji haberlerinde gereksinim duyulan bilgi uzmanlarından alınmalıdır. Haberciler kolayca kaçarak konuyla ilgili uzman olmayan veya uzmanlığı farklı kişilerden değil, haberin gereksinim duyduğu bilgiyi, görüşü, belki de eleştiriye sağlayacak uzmanlardan almalıdır (E. Mustafa ile kişisel iletişim, 30 Mayıs 2022). Bu durumda haberci gereksinim duyduğu bilgiyi hangi uzmandan veya bilim insanından alacağını bilmeyebilir. Her ne kadar bu sorun habercinin bilgi ve deneyim kazanmasıyla aşılacak bir sorun olsa da medya arkeoloji ve sanat tarihi mezunlarını da “muhabir” veya “danışman” olarak çalıştırarak sorunu daha kısa ve kalıcı bir biçimde çözebilir. Böylece medyadan doğru olmayan uzmandan yanlış veya geçerli olmayan bilgiyle inşa edilmiş haberler yansımaz. Böylece kamuoyu daha iyi aydınlatılır ve bilinçlenme yaratılır (Açar, 2020).

Arkeoloji haberlerinde yapılan bir diğeri hata ise bugünkü anlamların geçmişe taşınarak arkeolojik değeriendirme yapılmasıdır. Arkeoloji haberlerinde doğru bilgi aktarmak kadar haberde buluntuların çevresiyle ilgili tarihsel bağlantılara verilmesi de önemlidir (Yenişehirlioğılu ile kişisel iletişim, 16 Haziran 2022; E. Mustafa ile kişisel iletişim, 30 Mayıs 2022). Aksi takdirde zaten tarih ve arkeoloji bilgi ve bilinç düzeyi yeterince olgunlaşmamış hedef kitle tarihsel bir olay veya olguyu bugünkü

¹² Bugün pek çok arkeoloji mezunu polis olarak görev yapmaktadır. Bu polislerin tarihsel, kültürel miras kaçakçılığını önlemeye yönelik çalışması daha iyi olur. Çünkü bu polisler arkeoloji nedir, tarihsel miras nedir iyi bildikleri için konuyu daha iyi takip edebilecektir.

parametrelerle değerlendirecek ve doğru bir sonuca ulaşamayacaktır. Bu durum da basit bir yanlış bilgilenme değildir. Bu durum bizzat iktidarın temsilcisi konumunda medya ve içeriğiyle yanlış bilinç oluşturmaktır. Böyle olduğunda ise artık haberlerde arkeolojik buluntuların memleketin tarihiyle alakalı olduğu, bunun bir kültürel değer olduğunu anlatmak çok da mümkün olmayacaktır. Oysaki arkeoloji haberciliğinin görevi haberi bu yönde kurgulanmaktır (Z. Korkmaz ile kişisel iletişim, 31 Mayıs 2022).

Kuşkusuz yaşamın birçok alanı gibi gazetecilikte ve gazetecilik uygulamalarında da etik vardır. Gazetecilikte etiğin olması aslında bir zorunluluktur. Çünkü gazetecilik ve gazetecilik faaliyetleri toplumsal yapı ve yaşamı ciddi ve güçlü bir biçimde etkilemektedir. Söz konusu etik birey ve toplum üzerinde olduğu için etkide bulunan kurumun ilke, kural, etik ve ahlak gibi normları olması, bunların uygulanması ve uygulanıp uygulanmadığının kontrol edilmesi gerekir. Dolayısıyla ekonomi, politika veya spor haberciliği gibi arkeoloji haberciliği de aynı çerçevede yer almalıdır yani etiğe sahip olmalıdır. Bu noktada arkeoloji haberciliğinin gazetecilik veya gazeteciliğin diğer branşlarından çok ayrılmayacağı açıktır. Ancak konu ve içerik olarak arkeoloji haberciliği ekonomi, politika veya spor haberciliğinden ayrıldığı için kimi farklılıkların da olması doğaldır.

Arkeoloji haberciliğinin etiğinin şekillenmesi gereken ilk nokta haberin niteliği olmalıdır. Gazetecilerin görevi, örneğin, “kazılar başladı veya bitti; şu bulundu, bu bulundu” gibi bilgiler vermek, çıkarılan objelere bir sıfat veya maddî bir değer yüklemek olmamalıdır. Bir eser eskiliğiyle çok değerli veya başka bir özelliğiyle çok önemli olabilir. Halbuki arkeoloji alanıyla ilgilenen uzmanlar ve akademisyenler için buluntunun ortaya çıkardığı veri önemlidir. Yeri gelir, değerli bir metal olan altından yapılmış bir obje yerine bir kil veya seramik parçası o tabaka içinde ilk olarak o coğrafyada gözlenmiş bir ticarî ilişkiyi ortaya koyabilir. Bu durum nitelik açısından değerlidir. Ancak gazeteciler, maalesef ki buluntulara maddî değer ve anlam yükleyerek bunu manşete taşıma eğiliminde olabilmektedir (H. Murat ile kişisel iletişim, 13Nisan 2022)

Kaçakçılarla ilgi yapılan pozitif yayınlar etikle ilgili bir diğer önemli konudur. Ne yazık ki kaçakçılığı doğru bulan ya da öven birtakım yayınlar bulunmaktadır. Halkı yanlış bir şekilde bilgilendiren ve arkeolojik kazılardan altın çıktığını yazan gazete

haberlerinin sıkça bulunması, insanları yanlış yönlendirmektedir. Arkeolojik kazıların altın bulmak için olmadığı belirtilmeli, kaçakçılık ve kaçak kazıcılar hakkında negatif bir şekilde yayın yapılmalıdır (Z. Erdem ile kişisel iletişim, 4 Nisan 2022). Yine kaçak kazı ve kaçakçılıkla ilgili küçük görünmekle birlikte önemli bir ayrıntı olarak haberlerde “Dedektör” ifadesinin kullanılmasıdır. Bilindiği üzere dedektör yer altında bulunan metal cisimlerin yerini, derinliğini, büyüklüğünü gösteren teknolojik bir araçtır. Ve bu araca ulaşmak ekonomik ve yasal olarak zor değildir. Kazı haberlerinde iyi niyetli de olsa dedektör ifadesinin kullanılması kazının kaçak da olsa kolaylıkla yapılabileceği, hatta küçük bir yatırımla büyük bir gelir elde edilebileceği gibi bir algı doğurmaktadır. Dolayısıyla özellikle kazı haberinde “Dedektör” ifadesi kullanılmamalı, Erdem’e göre de dedektör reklamları yasaklanmalıdır (Z. Erdem ile kişisel iletişim, 4 Nisan 2022).

Arkeolojiyle ilgili haber yapılmadan önce konunun ilgili uzmanlarıyla görüşüp onlardan bilgi alınması önemlidir (E. Mustafa ile kişisel iletişim, 30 Mayıs 2022). Genel olarak bakıldığında arkeoloji haberlerinde başvuru uzmanının görüşünün kimi haberlerde bazen çarpıtıldığı yani gazetecinin uzmanın ifadelerini istediği gibi çevirip, değiştirip yazdığı görülmektedir. Yerel basın, küçük gazeteler veya dergilerin arkeolojiyle ilgili haberleri abarttığı veya çarpıttığı da görülmektedir. Bu yayınların kazı başkanları veya kazı yapan araştırmacılarla görüşüp doğru bilgileri almalarına rağmen bu bilgileri değiştirebildiği anlaşılmaktadır. Çünkü onlar için haberin doğru olması değil sansasyonel olması önemli olabilmektedir. Bazı gazeteciler popüler, sansasyonel veya ses getiren haberler yaparak halkın heyecanlanmasını istemektedir (Z. Erdem ile kişisel iletişim, 4 Nisan 2022). Nadiren bu haberler tecrübeli arkeologlara yazdırılmaktadır. En azından tarihleri yanlış olmasın diye bu yöntemle başvurulabilmektedir. Ancak böyle yapılması gerçekleri yansıtmaya yetmeyebilir. Zira bu duruma haberciler değil, reklam peşinde olan arkeologlar da yol açabilmektedir. Arkeologların bir kısmı yaptığı işi tanıtmaya değil, satmaya çalışmaktadır. Bu durum, yanlış bir şekilde, bulguya ilişkin çarpıcı kısmın ya da turistik yönün ön plana çıkmasına neden olmaktadır (K. Eren ile kişisel iletişim, 5 Nisan 2022).

Gazeteciler bazen uzmanlar tarafından verilen demeçlere fazlasıyla anlam yüklemektedir. Bu şekilde yapılan haberlerin ardından araştırmacılar çeşitli zorluklar yaşayabilmektedir. Bakanlık ya da genel müdürlük düzeyinde dönüş almalarının

sonrasında kendi beyanlarının öyle olmadığını belirtmeleri gerekmektedir. Tabii çoğunluk, belli bir odağa bağlı suçlama haberleri biçiminde olmaktadır (H. Murat ile kişisel iletişim, 13 Nisan 2022).

3.6. Arkeoloji Haberciliğinde Dikkat Edilmesi Gereken Unsurlar

Etik konusunda da belirtildiği gibi arkeoloji haberciliğinin gazetecilik veya gazeteciliğin diğer branşlarından çok ayrılmayacağı açıktır. Ancak konu ve içerik olarak arkeoloji haberciliği ekonomi, politika veya spor haberciliğinden ayrıldığı için arkeoloji haberciliğinde dikkat edilmesi gereken unsurlar konusunda kimi farklılıkların da olması doğaldır.

Alman bilim dergisi “Bild der Wissenschaft”ta arkeolojik konular editörü Cornelia Varwig şöyle yazmaktadır: “*Bild der Wissenschaft'ta arkeolojik konuların seçiminde en az yedi önemli faktörü ayırt etmek mümkündür: Yenilik, önem, mekânsal ve/veya kültürel yakınlık, büyülenme, gizem/sır, üstünlük, egzotiklik*” (Varwig, 2010, 69).

Bir konunun güncelliği ve uygunluğu, dikkatli araştırma ve kaynakların eleştirel değerlendirilmesi gazetecilik kalitesi için de çok önemlidir. Gazeteciliğin kalitesinin bir başka ölçüsü, arkeolojinin kendisini nasıl sunduğundan bağımsız olarak, halkın bir gazeteci haberi yardımıyla arkeoloji hakkında bir fikir edinip edinemeyeceğidir (Kohring, 2004, 178).

Arkeoloji haberlerinde yer alan veya yer alması gereken bilginin taşınması gereken nitelikleri ve bilgi aktarılırken dikkat edilmesi gereken unsurlar ise şöyle sıralanabilir:

Doğru bilgi çok önemlidir. Haberde çarpıtılmış bilgi olmamalıdır. O objenin ne anlam taşıdığı, neden kıymetli olduğu anlatılmalı ve bütün arkeolojik buluntuların eşit olarak önemli olduğu yani heykel, mozaik gibi objelerin hepsinin aynı değerde olduğu bilinmelidir. Ek olarak arkeolojiyle ilgili haberlerde görseller olmalıdır (Z. Erdem ile kişisel iletişim, 4 Nisan 2022). Doğru bilginin gazetelerde verilmesi kimi zaman çok bilinçsizce ihmal edilmektedir. Habercilik yapan KİA'da “defineciliği özendiren” bir başka yanlış haber türü de dikkati çekmektedir. Polis ya da jandarmanın yakaladığı kaçakçılardan el konulan tarihsel yapıtların değerleri abartılmaktadır. Örneğin Ankara Emniyet Müdürlüğü polisleri “8 tane cam gözyaşı şişesini” ele geçirdiğinde, haber

basında “Kaçakçılara darbe” başlığı altında “8 tarihî eserin piyasa değerinin 1 milyon lira olduğu” ifadeleriyle yayınlanabilmektedir (Açar, 2020). Arkeoloji haberlerinin en büyük sorunları arasında bilinçsiz haber oluşturma sorunu bulunmaktadır. Antik bir esere değer biçmek, ona değer atfetmek ve rakamsal bir değer koymak sanki haberi daha önemli hâle getirecekmiş gibi sıklıkla bu yönetime başvurulmaktadır. Bu haber tarzı aslında kaçakçıların ve definecilerin iştahını kabartmaktadır. Hem gazetecilerin hem de kurumların bu üsluptan kaçınması gerekmektedir (Ö. Erbil ile kişisel iletişim, 19 Ekim 2022).

Doğru haberler yapılmasının yanında halkın bilinçlendirilmesi de önemlidir (Z. Erdem ile kişisel iletişim, 4 Nisan 2022). Doğru haberler yapılması için gazetecilerin uzmanla ya da kazı sorumlularıyla görüşmeleri gerekir. Böylelikle daha net haberler ortaya çıkar (E. Mustafa ile kişisel iletişim, 30 Mayıs 2022). Doğru haberin yanında hız da önemlidir. Ancak hızlı olma adına haberin ve bilginin güvenilirliğinden ödün vermemelidir. Kontrollü hız yapılması gerekir, kontrollü hız güçtür, bunu iyi kullanmalı (Ö. Erbil ile kişisel iletişim, 19 Ekim 2022).

Erbil’e göre gazetecilerin birçoğunda uzmanına danışmadan haber yapmak gibi bir alışkanlık bulunmakta ve gazetecinin konunun uzmanını, üniversiteden bilim insanlarını, Kültür Bakanlığından gerekli uzmanları bulup gerekli cevapları aldıktan sonra yazması gerekmektedir. Erbil konuyla ilgili şunları söylemektedir: “Mesela, ben İstanbul Üniversitesi Tarih bölümü mezunuyum aynı zamanda arkeoloji dersleri aldım. Bu bilgileri meslek hayatımda çok kullandım ama bu eğitimler yeterli değildir. Ben arkeoloji alanındaki tüm gelişmeleri, dünyadaki gelişmeleri takip ediyorum. Her gün yeni makalelerle yeni yazılarla kendimi yeniliyorum aslında. Bir de arkeoloji tek bir disiplin değil. Yani arkeolojinin içinde mimarlık, jeofizik gibi çok farklı disiplinler var. Arkeolog çözümlemeyle yetinmez, arkeolog iyi bir kazıcıdır fakat bir işçi değildir, terzinin nakışsı işlediği gibi toprağı işler. Arkeolog bu sırada başka alanlardaki uzmanlardan da faydalanabilir. Yeri geldi mi mutlaka bir mimarla çalışmak zorundadır.” (Ö. Erbil ile kişisel iletişim, 19 Ekim 2022).

Haber bir uzmanın görüşü alınarak yazılmalıdır. Hatalı bir bilginin sorumluluğu uzmana aittir. Ancak gazeteci böylelikle sorumluluktan kurtulamaz. Eğer uzmanın söylediklerinden şüphe ediyorsa haberin içinde yansıtılmalı, varsa karşıt görüşlere de yer verilmelidir. Demek ki gazeteci biraz hissetmelidir. Ancak hissedebilmek ve

sorabilmek için bilgiye ihtiyacı vardır. Hissetmek, Tanrı'nın kişiye bahsettiği içsel bir şey değildir. O his aslında kişinin bütün geçmiş birikimidir. Bilgi birikimi, bazı şeyleri hissettirir. Dolayısıyla gazeteci konunun uzmanını mutlaka bulmalıdır (Ö. Erbil ile kişisel iletişim, 19 Ekim 2022)

Haberler, buluntular hangi dönemdense buluntunun o dönemle ilgili kültürel ve toplumsal ilişkisini anlatacak biçimde kültürel antropolojiye önem verilerek sunulmalıdır (Yenişehirlioğlu ile kişisel iletişim, 16 Haziran 2022).

Haberin benzetme şekli de önemli bir sorundur. Örneğin, "Göbeklitepe'ye benzeyen yeni bir antik kent bulundu" gibi bir başlıkla verilen haberde Tokat ile Giresun arasında bulunan bir antik kent tanıtılmak istenirken nedense Göbeklitepe ismini ön plana çıkarmak gerekmektedir. Aslında bu antik kentin ismi vardır ve kazıyı yapan kişi mutlaka bunu söylemektedir. Fakat bu haberi önemli hâle getirmek gibi bir düşünceyle yanlışla düşüp Göbeklitepe'ye benzetilmektedir. Bu da arkeoloji haberlerinin temel sorunlarından biridir (Ö. Erbil ile kişisel iletişim, 19 Ekim 2022).

Haberin doğru kaynağına ulaşmak, doğru kişilerle görüşmek ve ilgili görsellerin doğru, net ve can alıcı bir şekilde kamuoyuyla paylaşılması önemlidir (E. Mustafa ile kişisel iletişim, 30 Mayıs 2022).

Haberi hazırlarken habercinin kime neyi soracağını da bilmesi lazım. Ortada kültürel bir eser, arkeolojik bir buluntu vardır. Fakat bu buluntu ile ilgili sadece kazı alanında almış olduğu bilgiler yeterli değildir. Mutlaka o alan ve buluntu konusunda bir uzman vardır. Medya tarafında da gazeteci haberin koordinasyonu sağlamalı ve disiplinler arası bir metin ortaya koymalıdır (Ö. Erbil ile kişisel iletişim, 19 Ekim 2022). Arkeologların diğer sosyal disiplinleri tamamen öğrenmeleri değil, işi bunları bilmek olan insanlarla birlikte çalışması yani multidisipliner çalışması gerekmektedir. Arkeologların objelerden elde ettikleri verilerin analizinde başka sosyal disiplinlerin yöntem ve modelleri ışığında kullanabilecekleri ortak çalışmalara ihtiyaç bulunmaktadır (Aytaçlar, 2019, 66).

Kaçak kazıların verdiği zararlar daha çok yansıtılmalı, göz ardı edilmemelidir (Z. Erdem ile kişisel iletişim, 4 Nisan 2022).

Arkeolojik çalışmaların turizm için yapılmadığının farkında olunmalıdır. Örneğin, bir heykel bulunduğunda turistik açıdan bir önemi olmasa da yaşanan yerin geçmişini yansıttığı için çok önemlidir (K. Eren ile kişisel iletişim, 5 Nisan 2022).

Arkeolojinin her alanı haberlerde yer almalıdır. Medyada sadece kazı haberleri yer almakta ve Klasik dönem haberlerine daha çok ağırlık verilmektedir. Medya organlarında Orta Çağ ve sonrası dönemlere önem verilmediği görülmektedir (Yenişehirlioğlu ile kişisel iletişim, 16 Haziran 2022).

Haberi sunmak kadar sonuç biçimi, onu sayfada değerlendirme biçimi de önemlidir. Haber sunulurken buluntunun topluma faydası ve bu keşfin neden önemli olduğunu anlatacak iyi bir dil kullanılmalıdır. Ancak gazetecilikte eski bir hastalık devam etmektedir. Gazetelerde hâlâ “5000 yıllık heykel bulundu” gibi bir başlık daha cazip gelmektedir. Oysaki eserin tarihini vermek yerine tanımlama yapmak daha önemlidir. Belki başlıkta heykelin 5000 yıllık olduğunun belirtilmesi yerine heykelin nerede bulunduğu ve hangi medeniye ait olduğu gibi bilgilere yer verilse daha faydalı olabilir. Bu heykelin hangi amaçla kullanıldığının öne çıkarılması daha değerlidir. O heykelin sanatsal kimliği ve değeri, tarihî ve parasal değerlerinden çok daha önemlidir. Medyanın hâlâ bilinçlenmeye ihtiyaç bulunmaktadır (Ö. Erbil ile kişisel iletişim, 19 Ekim 2022). Türk basını tarihsel, kültürel ve dinsel miras alanında olağanüstü zenginliğe sahip bir ülkede “arkeoloji dünyasına” her nedense “definecilik” gözüyle bakmaktadır. Bu gözle bakış, Türk kamuoyunu yanlış yönlendirmektedir (Açar, 2020).

Haber niteliğini arttırmak gerekir. Yalnızca kazı yapıldığına dair bir haber yeterli değildir. Oradaki çalışma neyi hedefliyor, güncel anlamda yeni yorumlar getirmiş mi buna odaklanmak gerekir. Dinamik üretim esasında o tarihî ve kültürel ögeye getirilen yeni yorumlar olmalıdır. Bu obje yorumlama için bir araçtır, yani metalaştırmamak gerekir. Haberlerde arkeolojik kazılarda ne bulunduğunun tam bir şekilde anlatılması yeterlidir. Ancak maddî değere ilişkin bir vurgu yapılmamalı veya muhabir kendisinden bir şey katmamalıdır. Haberde sadece kültürel değeri anlatmak gerekir (Z. Korkmaz ile kişisel iletişim, 31 Mayıs 2022).

Ayrıca metodoloji araştırmacı için en önemli faktördür. Gazeteci için en önemli şey, hedef kitlesinin günlük yaşamıyla alaka düzeyidir. Bilim insanları, bir sonucu kesinlikle kesin olarak tanımlamaktan çekinir. Ancak gazeteciler belirsizliğin derecesini tam olarak iletmezler, çünkü bir noktaya değinmek zorundadırlar. Ayrıca

bilim insanları ve gazeteciler farklı dil kültürlerinde yaşarlar: Bilimsel bir topluluğun parçası olanlar jargon kullanır. Gazeteciler, izleyicilerinin konu hakkında okumaktan zevk alacakları şekilde çalışır. Bunun için temel koşul, dilin herkes tarafından anlaşılabilir olmasıdır (Diane, 2009, 193).

Disiplin yani bilim dalı, olayları tamamen olgusal bir düzeyde sınırlamaya çalıştığında birçok fırsatı elinden alır. Bilim insanlarının ve gazetecilerin farklı amaçları olduğuna şüphe yoktur. Örneğin, araştırmacı, çalışmasının önemine dikkat çekmek ister ve ek finansman sağlamayı umar. Gazeteci ise ilginç bir hikâye yazmak ya da bir şikâyetini yayınlamak ister. Dolayısıyla ikisinin de aynı gemide olduğu fikri yanlıştır. Ama birbirlerine bağlıdırlar. Birbirlerinin görevlerine ve çalışma yöntemlerine saygı duyarlarsa iyi bir iş birliği çok olasıdır (Peters ve Göpfert, 1995, 209).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARKEOLOJİ HABERLERİNİN İÇERİK ANALİZİ

4.1. Araştırmanın Konusu

En genel hatlarıyla bu çalışmanın konusu arkeoloji haberleridir. Arkeoloji haberleri özellikle son 20-30 yılda son derece yaygınlaşmaya başlayan bir habercilik türüdür. Arkeoloji haberlerinin yaygınlaşması kuşkusuz sadece medyanın veya medyanın ekonomi politığının tercihlerinden kaynaklanmamaktadır. Arkeoloji haberleri ve haberciliği öncelikle arkeoloji biliminin gelişmesi ardından arkeolojik çalışmaların yaygınlaşması ve önemli başarılarla imza atmasıyla mümkün olmuştur. Bunlar olurken Devlet otoritesinin ilgili kurumlarıyla birlikte toplumun ilgisi de arkeoloji haberlerine yönelmiştir. Konuyla ilgili resmi eğitim çeşitlenmiş, öğrenciler tarafından ilgi görmeye başlamış başta Kültür Bakanlığı olmak üzere diğer ilgili resmî kurumlar arkeoloji ve arkeolojiyle ilgili çalışmalara kaynak ayırmış, daha fazla kaynak ayırmıştır. Öte yandan Siyaset ve Devlet -mekanizması özellikle diplomasiyi kullanarak yurt dışına çıkarılan arkeolojik eserleri yeniden ülkeye getirmesi arkeolojiyi çok daha önemli hale getirmiştir. Zaten bu durumda böylesine önem kazanmış bir konuya medyanın haber anlamında bigâne kalması mümkün olamazdı. Medya da artık daha fazla arkeoloji haberi vermeye, arkeoloji haberlerine daha fazla yer ve zaman ayırmaya başlamıştır. Hatta konusu sadece arkeoloji olan dergi ve internet siteleri yayınlanmaya başlamıştır.

Herhangi bir şeyin toplumsal yapı ve yaşamda yaygınlaşmaya başlaması, toplumun, Devlet mekanizmasının -bürokrasi da dahil olmak üzere- bu şeye ilgi göstermesi, önem vermesi, kültür-sanat gibi, politika gibi, ekonomi gibi, eğitim gibi, hukuk gibi diğer toplumsal kurumların o şeyle karşılıklı ilişki ve etkileşim içinde olması hatta o şeyin toplumsal, kurumsal, bireysel anlamda işlevsel olması o şeyi toplumsal yapar, o şeyin haberlerinin yapılmasını ve o şeyin haberciliğinin ortaya çıkmasını sağlayabilir Arkeoloji haberciliği gibi. Bu noktada o şeyin yani arkeolojinin haberciliğinin nasıl yapıldığı, arkeoloji haberciliğinin konu ve içerik olarak işlediği arkeolojiyi nasıl ele aldığı, arkeolojiyi tüm yön ve boyutlarıyla mı yoksa sadece bazı boyut ve yönleriyle mi ele aldığı, arkeolojiyi hangi boyut ve yönleriyle ve nasıl ele

aldığı haberlerin büyüklük, hacim ve zaman olarak ne kadar verildiği gibi bir dizi konu önemli ve hatta sorun haline gelmektedir.

Sosyolojik bir bakış açısıyla yukarıda ayrıntılı olarak tanımlanmaya çalışılan arkeoloji haberciliğinin yapı ve işleyişi önemlidir. Çünkü bu yapı ve işleyiş doğrudan ve güçlü bir biçimde işlevi yani faydayı belirlemektedir. Arkeoloji haberciliğinin nasıl işlediği, işlerini nasıl yaptığı, sadece operasyonel anlamda arkeoloji haberciliğinin başarısını değil arkeoloji haberciliğinin toplumsal, kurumsal ve bireysel anlamda işlevsel olup olmadığı, işlevsel olması durumunda “Ne işe yaradığı?”, işlevsel olmaması durumunda “Neden bir işe yaramadığı?” ve daha da kötüsü “Nelere, nasıl ve ne kadar zarar verdiği?” konularını da belirler.

Dolayısıyla bu çalışma arkeoloji haberciliğini ürünleri üzerinden değerlendirmeyi ve uygulamada nasıl bir arkeoloji haberciliğiyle karşı karşıya olduğumuzu ortaya koymaya sorun görmektedir. Özetle bu çalışmanın konusu Türkiye’de yayınlanan arkeoloji haberlerinin panoramasıdır.

4.2. Amaç

Bu çalışmanın temel amacı, medyada arkeoloji haberlerinin biçimsel ve içerik olarak nasıl verildiğinin ortaya konulmasıdır. Böylece arkeoloji haberlerinin normatiften, olması gerekenden farkı da ortaya konulmuş olacaktır.

Bu doğrultuda, arkeoloji haberleri metin, başlık ve görsel olarak üç ayrı bileşen şeklinde incelenmiş ve bu bileşenlere ilişkin haberlere sorular sorularak yanıt aramıştır. Bu araştırmanın amacı aşağıdaki sorularla ortaya konulmaya çalışmıştır:

1. Arkeoloji haberleri metin, başlık ve görsel olarak yapısal anlamda nasıl üretilmiştir?
2. Arkeoloji haberleri metin, başlık ve görsel olarak hangi içerikte inşa edilmiştir?
3. Arkeoloji haberleri hangi sorunlara sahiptir?
4. Arkeoloji haberleri normatifle kıyaslandığında ne durumdadır? Normatif ve uygulama arasında bir fark mı benzerlik mi vardır?

4.3. Önem

İnsanlık tarihinin başlangıcından beri var olan kimlik, kültür ve kültürel miras son derece önemli, değerli ve işlevseldir. İnsanlık bu olguları kullanarak günümüze

değin varlığını sürdürmüş ve bundan sonra da kullanarak sürdürecektir. Medya, teknolojisi ve içerikleriyle kimliklerin, kültürlerin gelişmesinde son derece önemli bir rol oynamaktadır. Bu rol, özellikle de haber gibi son derece önemli bir içerikle kimi zaman olumlu kimi zaman da olumsuz olmaktadır. Kimlik ve kültürün geçmişini ifade eden, bir sonraki aşamada kültürel mirası oluşturan arkeolojik buluntular ve bunlarla ilgili haberler de bu bağlamda insanların, ulusların, toplumların kimliklerini ve kültürlerini oluşturmada, değiştirmede, aktarmada ve yansıtmada son derece önemlidir. Bu bağlamda çalışma sadece gazetecilik ve kitle iletişim alanında değil, arkeoloji, sosyoloji, antropoloji gibi birçok alana katkı sağlama potansiyeline sahip olması nedeniyle önemli görülmektedir.

4.4. Varsayımlar (Sayıtlar)

Çalışmada aşağıdaki varsayımlardan hareket edilmiştir:

V1: Arkeoloji haberlerinin içerik ve sunum biçimi bilgilendirici ve bilinçlendirici olmaktan uzaktır. Bunun yerine daha sansasyonel olmayı tercih etmiştir.

V2: Arkeoloji haberleri mevsimsel haberler kategorisinde yer almaktadır. Arkeoloji haberleri kazı mevsimiyle artmakta, kazı mevsiminin sonlanmasıyla azalmaktadır.

V3: Arkeoloji haberleri içerik, sunum ve yaklaşım olarak ciddi sorunlara sahiptir.

4.5. Araştırma Soruları

Çalışmanın ana sorusu “Medyada yayınlanan arkeoloji haberlerinin içerik ve sunum görünümü nedir, normatiften farklı mıdır?” şeklinde saptanmıştır. Bu çalışmanın ana sorusuna bağlı olarak aşağıdaki sorular yanıtlanacaktır?

- I. Arkeoloji haberleri nedir, normatif anlamda nasıl olmalıdır?
- II. Arkeoloji haberlerinin içeriklerinin dağılımı nasıldır?
- III. Arkeoloji haberlerinin sunum biçimi nasıldır?
- IV. Arkeoloji haberlerinin temel sorunları nelerdir?

4.6. Sınırlılıklar

Bu çalışma medyada yanlış bilinç oluşturma, örnek olarak arkeoloji haberleri çerçevesinde bir analiz araştırmasıdır. Bu nedenle de Türkiye’de yayınlanan gazetelerin internet sitelerinde yer alan arkeoloji konulu haberlerle sınırlıdır.

4.7. Tanımlar

Arkeoloji: Türk Dil Kurumu'na ait sözlüklerde ifade edildiği gibi bir “kazı bilimi” değildir. Bu kelimeyi Türkçeye uyarlarsak geçmişin bilimidir (arkhaios). Arkeolojinin geçmişin tarihinden ve sanat tarihinden farklı birçok önemli yönü de vardır: Arkeoloji, geçmişte meydana gelen olayların ve geçmişte yapılan eserlerin nedensel ilişkilerini araştırmakla kalmaz, aynı zamanda hepsini araştırır, bulur ve inceler. Geçmişte insan yapımı malzeme türleri, gelecek insanların hayatlarını anlamada önemli bir role sahiptir. Arkeoloji, insanoğlunun en erken aşamalardan oluşturduğu somut belgeler yardımıyla geçmişe ışık tutmakta ve zamanla yok olan kültürlerin anlaşılmasına katkı sağlamaktadır (Özbilen, 2020).

Haber: Herhangi bir olay, olgu, değişme, gelişme, fikir, sorun, kişi veya kurumla ilgili bilgi, belge, görüntü, ses, kanıt ve ilişkinin medya profesyonelleri - gazete/muhabir/haberci-toplanıp, işlenip, denetlendikten sonra herhangi bir medyada yayınlanmasıdır.

Arkeoloji Haberi: Arkeoloji ve arkeolojik olanın tüm yön boyutlarını konu ve içerik olarak işleyen bir habercilik uzmanlık alanıdır.

Medya: Kurumsal bir yapı tarafından genellikle tüketilmesi anlaşılması kolay, zahmet gerektirmeyen konuları her düzeyden eğitim ve kültür düzeyindeki kimliksiz kitlenin anlayacağı şekilde işleyerek ileri kitle iletişim teknolojisiyle bedelsiz veya bedelsiz denilecek kadar ucuza ve standart olarak sunan tüzel kişilik.

4.8. Yöntem

Araştırmanın teorik çerçevesi literatüre dayalı olarak yürütülmüştür. Araştırmanın uygulama bölümü ise teorik çerçeveye bağlı olarak oluşturulan içerik çözümlemesi yöntemi kullanılarak inşa edilmiştir. Araştırmada medya, medya içeriği olarak haber ve arkeoloji haberleri inceleneceği, çok sayıda inceleme birimi yani haber olduğu, bu haberlerin kategorileştirilmesi gerektiği ve oluşturulan kategoriler arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı aranacağı için içerik çözümlemesi yöntemi kullanılmıştır. İçerik

çözümlemesi medya içeriklerinden sosyal gerçeğe ulaştığı, içerikleri kategorileştirmeye imkân tanıdığı, araştırmacılara nitel / nicel veriler sağladığı ve bununla birlikte içeriklerin sayısallaştırılmasına imkân verdiği için bu araştırma için gerekli ve geçerli veri toplama tekniğidir.

Araştırma Türkiye’de yayınlanan ve ana akım olarak sınıflanan gazetelerin internet sitelerinde yer alan arkeoloji haberleri içerik çözümlemesine tabi tutulmuştur. Bu nedenle araştırmanın evreni Türkiye’de yayınlanan gazeteler ve bu gazetelerin internet sayfalarıdır.

Araştırmanın evreni oldukça geniştir. Araştırmacının zaman, maddi kaynakları ve enerjisi tüm evreni çalışma evrene olarak kabul edilmesine yeterli değildir. Öte yandan tüm evrenin çalışma evreni olarak kabul edilmesi ve araştırma yürütülmesi gereksizdir. Çünkü evrenden alınan ve evreni temsil kabiliyetine sahip örneklem tüm evren üzerinde uygulanacak bir çalışmayla aynı sonucu üstelik, daha güvenilir, geçerli, hızlı ve ekonomik olarak verecektir. Bu nedenle de araştırma evreninden örneklem alınmıştır. Örneklem belirleme yöntemi iradidir. Evrenden çalışma sorularına yanıt verecek, çalışmanın amacına gerçekleştirecek ve daha önemlisi evreni temsil kabiliyetine sahip olan örneklem iradi olarak belirlenmiştir. Bu doğrultuda evrenden söz konusu edilen internet sayfalarını arasında en çok ziyaret edilen/tıklanan ilk üç internet sitesi örneklem olarak alınmıştır. Böylece araştırma, özellikle de veri toplama ve işleme aşamasında zaman, mali imkanlar ve enerji gibi kaynakların etkin ve verimli kullanılması sağlanmıştır. Bu doğrultuda aşağıdaki tablolarda yer aldığı haliyle Hürriyet, Sözcü ve Sabah gazetelerine ait internet sayfalarının seçilmiştir.

Bu çalışmada Türkiye’de arkeoloji haberciliğinin normatif ve pratik yönlerine yönelik görüşlerinin neler olduğu yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılarak belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmacının katılımcılarla yüz yüze gerçekleştirdiği görüşmeler yaklaşık 45 dakika sürmüştür ve yapılan görüşmeler, katılımcıların onayı alınarak ses kayıt cihazıyla kaydedilmiştir. Görüşme soruları araştırmacı tarafından alan yazın incelenerek oluşturulmuştur. Görüşme sorularında gerekli düzeltmeler yapılmıştır. 12 sorudan oluşan görüşme soruları Ek 2’de sunulmuştur.

Tablo 1: Çalışma Evreninin Genel Dökümü

Gazeteler	Genel Sıralama	Türkiye İçinde Sıralama	Günlük Göz Atma Oranı	Günlük Sitede Kalma Süresi (Dakika)	Genel Ağ Sayfa Bağlantısı	Günlük Ziyaretçi
Sabah	1.224	36	47.7%	2:48	sabah.com.tr	3.12
Hürriyet	479	11	43.2 %	4:25	hurriyet.com.tr	4.94
Sözcü	890	25	39.1%	5:53	sozcu.com.tr	4.42

(<https://www.alexacom>, Erişim tarihi: 02.03.2021)

Bu üç gazeteye ait internet sayfalarında arkeoloji konulu haberlerin dökümü ise genel hatlarıyla şu şekildedir:

4.9. Verilerin Elde Edilmesi

Çalışmanın kuramsal bölümünden elde edilen veriler doğrultusunda içerik çözümlemesi için kategoriler oluşturulmuştur.

Veriler hem sınırlılıklar hem de Evren ve Örneklem başlığında da belirtildiği üzere, 1 Ocak 2022 ile 31 Aralık 2022 tarihleri arasında Sabah, Hürriyet ve Sözcü gazetelerinin internet sayfalarında yayımlanan haberler üzerinden toplanmıştır. Gazetelerin internet sayfalarında yayımlanan arkeoloji haberlerine ilişkin haberler incelenmiş ve kategorize edilmiştir.

Çalışmanın kategorilerinde; haberin gazetede yayın tarihi, yazı türü, başlığın üslubu ve biçimi ve başlığın konusunun ne olduğu ve haberde görselin yer alıp almadığı ve kime ait olduğu teması ele alınmıştır.

Haberde kaynak kullanımında ise yerel muhabir, haberci- yerel muhabir, haberci- gazeteci / yazar, haberci- yerel haber ajansları, haberci- uluslararası haber ajansları, Anadolu Ajansı (AA), birden fazla ajans, internet siteleri, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Müzeler Genel Müdürlüğü, kazı başkanı, akademik personel, görgü tanıkları ve yerel halk alt kategorisi de bulunmaktadır.

Haberin ana teması “yürütülen bir kazıyla ilgili bilgilendirme, kazıyla ilgili kazı mevsiminin başlaması ve bitmesi, kazıyla ilgili daha önceki bir kazıya benzetme, kazıyla ilgili yurt dışındaki bir arkeoloji kazı, kazıyla ilgili yurt dışındaki kaçak kazılar, yurt dışından iade edilen arkeolojik eserler, arkeolojik keşifle ilgili

bilgilendirme, tarihi eser tanıtımı, ziyaretçilerin kazı alanlarında yapması veya yapmaması gerekenler/ ziyaretçilere öneriler, kültürel varlıkların korunması için öneriler, buluntunun maddi değeri, kaçakçılarla ilgili yakalama, yargılama, definecilerle ilgili/kaçak kazıyla ilgili verdikleri zarar” şeklinde kategorize edilmiştir. Haberde görselle ilgili “haberde yer alan kişiler, politikacılar, Kültür ve Turizm Bakanlığı yetkilisi, Müzeler Genel Müdürlüğü yetkilisi, kazı başkanı/başkan yardımcısı, kazı personeli, akademik personel, görgü tanıkları, yerel halk, kaçakçı, defineci, kaçak kazı yapan kişiler” veya “kazı alanındaki arkeolojik eser, müzedeki arkeolojik eser, polis yakaladığında arkeolojik eser, kazı yeri, harita, müze – dış görüntü” ve haberin görselinin kullanılıp kullanılmadığı saptanmıştır.

Metnin içeriğine ilişkin verilerin elde edilmesinde “yürütülen bir kazıyla ilgili bilgilendirme, kazıyla ilgili kazı mevsiminin başlaması ve bitmesi, kazıyla ilgili daha önceki bir kazıya benzetme, kazıyla ilgili yurt dışındaki bir arkeoloji kazı, yurt dışındaki kaçak kazılar, yurt dışından iade edilen arkeolojik eserler, arkeolojik keşiflerle ilgili bilgilendirme, tarihi eser tanıtımı, ziyaretçilerin kazı alanlarında yapması veya yapmaması gerekenler/ ziyaretçilere öneriler, kültürel varlıkların korunması için öneriler, buluntunun maddi değeri, kaçakçılarla ilgili yakalama, yargılama ve definecilerle ilgili/kaçak kazıyla ilgili verdikleri zarar” gibi alt kategorilerden oluşmaktadır.

Haberde metin içeriğinde ikna edici yöntemler kullanımı açısından “argümanlar ve kanıtlar, rakamlar ve istatistikler, karşılaştırma yapmak, ikna edici modeller, övgü ve gurur, kaynak göstermek/bilim insanı, uzman, yerel halk vb. ve görsel kullanımı/fotoğraf, harita.” vb. alt kategorisi ’de bulunmaktadır.

Haberin metnin içeriğindeki etkili karakterler olan “kazı başkanı, kazı çalışanları, uzman / arkeolog, müze görevlisi, bilim insanı, gazeteci, siyasetçi, bürokrat, kaçakçı ve defineci” alt kategoriden oluşmaktadır.

Metnin içeriğinde en sık kullanılan ifadeler “keşif, keşfetmek, en iyi/ en büyük, kaçak kazı, altın arama, turizm/turist, kaçakçı, tarihi eser kaçakçısı, define, defineci, bilinç veya yanlış bilinç, kültürel varlıklar, miras, tarihi eser, tarihi miras, koruma” kategoriler arasında yer almıştır.

Haberin içeriğinde bulunan ilişki türü/ bilinç türü “kültürel tarihi varlıkların ve mirasın korunmasının desteklenmesinin önemi, haberlerin arkeolojik buluntuların

memleketin tarihiyle alakalı olması, bunun bir kültürel değer olduğunu anlatılması, arkeolojik kazıların sadece turizm için yapılmadığının farkında olunması, bir heykel bulunduğu turistik açıdan bir önemi olmasa da yaşanan yerin geçmişini yansıtmaları” alt kategorilerinden oluşmaktadır. Çalışmamızda arkeolojik haberlerde bilinç inşası olup olmadığı teması ele alınmıştır.

Haberde aslında arkeoloji haberciliğinin sorunlarını, hatalarını da ifade eden kültür endüstrisi ve yanlış bilinç inşasına ilişkin verilerin elde edilmesinde “kazının sadece sonuçlarının verilmesi veya ön plana çıkartılması, kazıda bulunanların maddi değerinin verilmesi, kazıda bulunanlar arasında sadece altın olanların verilmesi veya ön plana çıkartılması, kaçakçıların kaçırdıklarının maddi değerinin verilmesi, kaçakçıların kaçırdıkların arasında sadece altın olanların verilmesi veya ön plana çıkartılması, yakalananların maddi değerinin verilmesi, yakalananlar arasında sadece altın olanların verilmesi veya ön plana çıkartılması, haberin konusu ne olursa olsun uzman kullanılmaması, kazıları destekleyenleri/sponsorları tanıtılması ve madde katkılarının belirtilmesi, kaçakçıların ve definecilerin yakalanamaması, kaçakçıların ve definecilerin yakalansa bile az ceza alması, kaçakçıların ve definecilerin sadece fiziksel olarak verdikleri zararın anlatılması, kazılara düşük bütçe verilmesini veya kaynak yetersizliğini vurgulama, kaçak kazı yapanların ve definecilerin dedektör kullandığının vurgulanması, çok fazla meslek jargonu kullanılması ve bunların açıklanmaması, arkeolojinin altın aramak ya da bulmak olmadığını anlatılmaması, bulunan, kaçırılan veya satılan objenin bir kültür varlığı olduğu, o kültür varlığının da toplumun malı, bu toprakların hatta insanlığın hazinesi olduğunun anlatılması, kaçakçılığı, defineciliği, kaçak kazıları ve tahribatı önlemeye yönelik uyarılar yapılması, kültürel-tarihi varlıkların ve mirasın korunmasının desteklenmesi, bulunan, yakalanan ve satılan eserlerin maddi değerinin değil tarihsel, kültürel ve arkeolojik değerinin vurgulanması, abartılı olmayan ifadeler kullanılması, meslek jargonu kullanmadan halkın anlayabileceği şekilde yazılması, haberde verilen bilgilerin uzmanlarından alınması” şeklinde kategorize edilmiştir.

Bunu bağlı olarak saptanan kategorilere uygun bir kodlama kılavuzu ve kodlama formu oluşturulmuştur. Saptanan örneklem 1 Ocak 2022 ile 31 Aralık 2022 tarihleri arasında yayımlanan Hürriyet, Sabah ve Sözcü gazetelerinin internet sitelerinde yer alan tüm arkeoloji konulu haberler içerik çözümlemesi yöntemine tabi

tutulmuştur. Haberlerde kodlama kılavuzunda yer alan kategoriler ve alt kategorileri aranmış, bir diğer ifadeyle bu kategorilere uygun soru sorulmuş ve alınan yanıtlar kodlama formuna aktarılmıştır. Kodlama formundan elde edilen verilerin istatistik programına girişi yapılmıştır. Girişi yapılan veriler analiz edilmiştir. Verilerde frekans analizleri ve ilişki aranmıştır. Analizlerden elde edilen bulgular tablolastırılmış, ardından da yorumlanarak raporlaştırılmıştır.

Yapılandırılmış Görüşmeyle veriler toplanırken çalışmanın yapıldığı üniversitedeki akademisyenler ve gazeteciler ile görüşmeler yapılmıştır. Veri toplama süreci, arkeoloji haberlerindeki normatif faktörler göz önünde bulundurarak planlanmıştır. Verilerin toplanması süreci iki hafta sürmüştür. Araştırmacı tarafından katılımcılarla okul ortamında, yüz yüze konuşacak biçimde oturmaya dikkat edilmiş ve kimsenin rahatsız edilmemesi için görüşmeler sessiz ve sakin bir odada gerçekleştirilmiştir. Görüşme esnasında dikkat dağınıklığını önlemek amacıyla odada bulunan gereksiz eşyalar azaltılmıştır. Görüşmeler yaklaşık 45 dakika sürmüştür ve yapılan görüşmeler, katılımcıların onayı alınarak ses kayıt cihazıyla kaydedilmiştir. Görüşme sonunda katılımcılara ses kayıtları dinletilerek kontrol ettirilmiştir.

Çalışmada yarı yapılandırılmış görüşmeler ile ulaşılan ses kayıtlarının dokümanize edilmesinin sonrasında görüşmeden elde edilen verilerin ayrıntılı bir şekilde analizi ve önceden açıkça belli olmayan görüşlerin ve kapsamların ortaya çıkarılması amacıyla nitel veri analizi yöntemlerinden birisi olan içerik analizi tercih edilmiştir. İçerik analizinde temel amaç, verilerden yola çıkarak kavramlar arası ilişkileri açıklayabilecek kod, tema ve kategorilere ulaşmaktır (Marshall ve Rossman, 2006; Yıldırım ve Şimşek, 2013).

4.10. Bulgular ve Yorumlar

4.10.1. Haberin Yer Aldığı Gazete

Araştırma örneklemini oluşturan gazetelerin sitelerinde yayınlanan Arkeoloji haberlerine ilişkin haber sayıları ve yüzdelik oranları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 2: Gazetenin Adı

<i>Gazetenin Adı</i>	<i>Sayı</i>	<i>Yüzde</i>
Sabah Gazetesi	312	42.0%
Hürriyet Gazetesi	218	29.4%
Sözcü Gazetesi	212	28.6%
Toplam	742	100%

Tablo 1’de yer alan verilere göre incelenen toplam 742 arkeoloji konulu haberinin neredeyse yarıya yakını Sabah Gazetesi (%42, n: 312) yayınlamıştır. Hürriyet Gazetesi ve Sözcü Gazetesi’nin arkeoloji konulu haber yayınlama oranları ise birbirine yakın bir biçimde gerçeklemiştir. Bu veriler Sabah Gazetesi’nin diğer iki gazeteye göre arkeoloji konulu haberlere daha çok verdiğini göstermektedir.

4.10.2. Haber Başlığının Biçimi

Daha önce belirtildiği üzere haber başlık, metin ve görselden oluşan bir bütündür. Bu bütünü oluşturan bileşenlerin araştırma soruları bağlamında ayrı ayrı incelenmesi gerekli görülmüştür.

Bu bağlamda haber bileşenlerinden ilki başlıktır. Başlık bir haberde okunan bir metindir. Başlık haberin özeti, kesitidir. Haberin tüketicisi başlığa baktıktan sonra haberi okumaya devam edip etmeyeceğine karar verir. Hatta birçok okurun başlığı okuduktan sonra haber metnini okumadıkları bilinen bir gerçektir. Haberin vitrini olarak da adlandırılan başlık haber için son derece önemlidir. Bu bağlamda çalışmada incelenen arkeoloji haberlerinin başlıklarının üslubu da incelenmiştir. Haberde başlıkta hangi üslubun kullanıldığı, kısa başlığı veya uzun başlığı oluşturan haberlerin sayısı ile yüzdelik oranları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 3: Haber Başlığının Biçimi

Başlığın Biçimi	Sayı	Yüzde
Kısa başlık	516	69.5%
Uzun başlık	226	30.5%
Toplam	742	100.0%

Gazete haber başlıklarının da haber metinleri gibi doğru olması, doğru bilgi vermesi ve haberle ilgili olması, haber olayına işaret etmesi gerekir. Ayrıca haber başlıklarının abartılı olmaması, okuyucunun anlayacağı şekilde açık ve anlaşılır olması da gerekir (Said, 2005, 149). Bu çalışmada uzun başlıkların oranının %30,5, kısa başlıkların oranının %69,5 olduğu ve bunların çoğunluğunun daha önce bahsedilen gazete haber başlığının taşıması gereken nitelikleri taşımadığı görülmüştür. Bu nedenle onun arkeolojik haberler, içerik ve sunum biçimi hakkında yanlış bir bilincin oluşmasına neden olduğu söylenebilir.

Tablo 4: Gazete Adı ve Haber Başlığının Biçimi Çapraz Tablosu

		Gazetenin Adı			Toplam
		Hürriyet Gazetesi	Sabah Gazetesi	Sözcü Gazetesi	
Başlığın Biçimi	Kısa başlık	155	215	146	516
	Uzun başlık	63	97	66	226
Toplam		218	312	212	742

Haber başlığı biçiminin gazete göre dağılımına bakıldığında tüm gazetelerin başlık üslubu olarak Kısa Başlığı tercih ettikleri, ancak haber sayısının daha fazla olması nedeniyle Sabah Gazetesinin diğer gazetelere oranla daha ön planda olduğu görülmüştür.

4.10.3. Haber Başlığının Üslubu

Haber başlığının haber metni, medya ve haberin tüketicisi için ne denli ör-nemli olduğuna daha önce değinilmişti. Haber başlığının punto anlamında büyüklüğü veya

küçüklüğü, karakter sayısı anlamında uzunluğu veya kısalığı, karakterlerinin rengi, sayfadaki konumu gibi yapısal özellikleri elbette etkili ve belirleyicidir. Bu nedenle de önemli görülmektedir. Ancak haber başlıklarının yapısal özellikleri kadar içerikleri ve bunu nasıl ilettikleri yani üslupları da en az yapısal özellikler kadar önem taşımaktadır. İletişimin temel kaidelerinden olan “ne söylendiği kadar nasıl söylendiğinin” önemli olması araştırmada haber başlıklarının hangi üslupta oldukları, üslup türlerinin dağılımının ne olduğunu, gazetelere göre dağılımı ve metnin yani haberin konusuna göre dağılımın tespit edilmesini sağlamıştır. Öncelikle incelenen toplam 742 haberin başlıklarının hangi üslupta olduğu tespit edilmiştir. Kategorileştirme için yapılan inceleme sonucu haber başlığının üsluplarının basit ve doğrudan anlaşılır; bilgilendirici; spesifik doğru ve işlevsel; haberin ana temasını yansıtan kısa ve net bir cümle veya teknik/mesleki jargon içerir şeklinde olduğu tespit edilmiştir. Yapılan kodlama ve istatistiki işlemler sonucu elde edilen sayı ile yüzdelik oranlar aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

Tablo 5: Haber Başlığının Üslubu

Başlığın Üslubu	Sayı	Yüzde
Bilgilendirici	351	47.3%
Haberin ana temasını yansıtan kısa ve net bir cümle	231	31.1%
Basit ve doğrudan anlaşılır	102	13.7%
Teknik/mesleki jargon içerir	50	6.7%
Spesifik, doğru ve işlevsel	8	1.1%
Toplam	742	100.0%

Başlık üslubunun en yüksek oranının %47,3 ile bilgilendirici, en düşük oranının %1,1 ile spesifik, doğru ve işlevsel olduğu görülmüştür. Bilgilendirici başlıkların çoğunun bilinç oluşturmaya yardımcı olmayan arkeolojik bir keşfin duyurusu ya da bir arkeolojik mevsimin başlangıcı hakkında açıklama olduğu görülmüştür. Bunlara ek olarak bilginin bizzat kendisinin doğru olup olmamasına bakılmaksızın çekicilik unsuru kullanılmıştır. Dr. Zeynep Erdem bununla alakalı olarak “Bu durum %1,1 ile en düşük oran olan spesifik, doğru ve işlevsellik

kategorisinde kendisini göstermektedir.” demektedir. Doğru haberler yapılmasının yanında halkın bilinçlendirilmesi de önemlidir (Z. Erdem ile kişisel iletişim, 4 Nisan 2022). Haber başlığı üslubunun yüzdelerle dağılımına bakıldığında ikinci sırayı %31,1 ile “Haberin ana temasını yansıtan kısa ve net bir cümle” üslup kategorisinin aldığı görülmüştür. Bu da gazetecilik açısından risksiz bir üsluptur. Genelde haber metninden yapılan bir alıntıyla hem başlık arama zahmetinden hem de gelecek eleştiri ve suçlamalardan kurtulmuş olunur.

Tablo 6: Haber Başlığının Üslubu ve Gazetenin Adı Çapraz Tablosu

		Gazetenin Adı			Toplam
		Hürriyet	Sabah	Sözcü	
Başlığın Üslubu	Basit ve doğrudan anlaşılır	34	41	27	102
		33,3%	40,2%	26,5%	100,0%
	Bilgilendirici	99	145	107	351
		28,2%	41,3%	30,5%	100,0%
	Spesifik, doğru ve işlevsel	2	3	3	8
		25,0%	37,5%	37,5%	100,0%
	Haberin ana temasını yansıtan kısa ve net bir cümle	72	100	59	231
		31,2%	43,3%	25,5%	100,0%
	Teknik/mesleki jargon içerir	11	23	16	50
		22,0%	46,0%	32,0%	100,0%
Toplam		218	312	212	742
		29,4%	42,0%	28,6%	100,0%

Haber başlığı üslubunun gazetelere dağılımına bakıldığında Sabah gazetesinin haber sayısı diğer iki gazeteden fazla olduğu için tüm üslup alt kategorilerinde sayı olarak ilk sırada çıkmıştır. Tüm gazeteler haber başlığı üslup türlerinden en çok Bilgilendirici olanı kullanmış, ardından yine tümü ikinci sırada “Haberin ana temasını yansıtan kısa ve net bir cümle” üslubu tercih etmiştir. Üslup türlerinin gazetelere göre dağılımında ise şu sonuçlara ulaşılmıştır. Bilgilendirici başlık üslubunu en çok Sabah Gazetesi (%40,2) tercih ederken, Sabah gazetesini sırasıyla Sözcü Gazetesi (%30,5)

ve Hürriyet Gazetesi (%28,2) izlemiştir. En çok kullanılan haber başlığı üslubu sıralamasında ikinci sırada yer alan Haberin ana temasını yansıtan kısa ve net bir cümle üslubunu yine en çok Sabah Gazetesi (%43,3) kullanırken, Sabah Gazetesini bu kez Hürriyet Gazetesi (%31,2) izlemiş Sözcü Gazetesi (%25,5) üçüncü sırada yer almıştır. Haber başlığı üslup kategorisinde en az kullanılan üslup türlerinden biri de Teknik/mesleki jargon içeren üsluptur. Teknik/mesleki jargon içeren başlık üslubunu yine en çok Sabah Gazetesi (%46) kullanmıştır. Teknik/mesleki jargon içeren üslubu Sözcü Gazetesi'nin kullanma oranı %32 iken Hürriyet Gazetesi'nin kullanma oranı %22 olarak saptanmıştır. Spesifik, doğru ve işlevsel haber başlığı üslup türünü tercih etme oranı ise neredeyse tüm gazeteler için aynı gerçekleşmiştir.

Tablo 7: Haber Başlığının Üslubu ve Metnin İçeriğinin Konusu Çapraz Tablosu

		Başlığı Üslubu					Toplam
		Basit ve doğru anlaşılar	Bilgilendirici	Spesifik, doğru ve işlevsel	Haberin ana temasını yansıtan	Teknik/mesleki jargon içerir	
Metnin içeriğinin konusu	Yürütülen bir kazıyla ilgili bilgilendirme	15	44	4	33	2	98
		15,3%	44,9%	4,1%	33,7%	2,0%	100,0%
	Kazı mevsiminin başlaması ve bitmesi	9	39	1	23	7	79
		11,4%	49,4%	1,3%	29,1%	8,9%	100,0%
	Daha önceki bir kazıya benzetme	6	27	2	15	8	58
		10,3%	46,6%	3,4%	25,9%	13,8%	100,0%
	Yurt dışındaki bir arkeoloji kazı	6	3	0	6	1	16
		37,5%	18,8%	0,0%	37,5%	6,2%	100,0%
	Yurt dışındaki kaçak kazılar	5	34	0	19	8	66
		7,6%	51,5%	0,0%	28,8%	12,1%	100,0%
	Yurt dışından iade edilen	4	15	0	20	5	44
		9,1%	34,1%	0,0%	45,5%	11,4%	100,0%
	Arkeolojik keşiflerle ilgili bilgilendirme	19	99	0	62	4	184
		10,3%	53,8%	0,0%	33,7%	2,2%	100,0%
		5	9	0	3	0	17

	Tarihi eser tanıtımı	29,4%	52,9%	0,0%	17,6%	0,0%	100,0%
	Ziyaretçilerin kazı alanlarında yapması veya yapmaması gerekenler/ Ziyaretçilere öneriler	3	11	0	5	2	21
		14,3%	52,4%	0,0%	23,8%	9,5%	100,0%
	Kültürel varlıkların korunması için öneriler	4	8	0	4	2	18
		22,2%	44,4%	0,0%	22,2%	11,1%	100,0%
	Buluntunun maddi değeri	25	61	1	39	11	137
		18,2%	44,5%	0,7%	28,5%	8,0%	100,0%
	Kaçakçılarla ilgili Yakalama, Yargılama	0	0	0	2	0	2
		0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Defnecilerle ilgili/Kaçak kazıyla ilgili Verdikleri zarar	0	1	0	0	0	1
		0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	15	1	0	0	0	0	1
		100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Toplam		102	351	8	231	50	742
		13,7%	47,3%	1,1%	31,1%	6,7%	100,0%

Haber başlığı üslubuyla ilgili olarak araştırmada incelenen bir başka dağılım haber başlığı üslubuyla Haber Metni Konusuna göre dağılımdır. Bir değer ifadeyle haber konusuna göre hangi başlık türünün ne kadar kullanıldığına bakılmıştır. Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme konulu haber başlığında sırasıyla Bilgilendirici (%53,8), Haberin ana temasını yansıtan kısa ve net bir cümle (%33,7), Basit ve doğrudan anlaşılır (%10,3) ve son olarak Teknik/mesleki jargon içerir (%2,2) haber başlığı üslubu kullanılmıştır. Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme konulu haber başlığı verilirken Spesifik, doğru ve işlevsel başlık üslubu hiç kullanılmamıştır. Buluntunun Maddi değeri konulu başlıklarda ise yine ilk sırada Bilgilendirici (%44,5) başlık üslubu yer almıştır. Bilgilendirici üslubu ise sırasıyla Haberin ana temasını yansıtan kısa ve net bir cümle üslubu %28,5, Basit Basit ve doğrudan üslubu ise %18,2

izlemiştir. Teknik/mesleki jargon içeren ve Spesifik, doğru ve işlevsel başlık üslupları ise son iki sırada yer almıştır.

Yürütülen bir kazıyla ilgili bilgilendirme konulu haber başlıklarında ise yine Bilgilendirici başlık üslubu % 44,9 oranıyla ilk sırada yer almış, Bilgilendirici başlık üslubunu Haberin ana temasını yansıtan kısa ve net bir cümle üslubu %33,7'yle ikinci sıradan Basit ve doğrudan anlaşılır başlık üslubu ise %15,3'lük bir oranla üçüncü sıradan izlemiştir.

Yukarıda frekans ve çapraz tablolardan da anlaşıldığı üzere gerek gazeteler gerekse başlık konularına göre en çok tercih edilen başlık üslup türleri Bilgilendirici üslup, Haberin ana temasını yansıtan kısa ve net bir cümle üslubu ve Basit ve doğrudan anlaşılır olma üsluplarıdır. Teknik/mesleki jargon içeren ve Spesifik, doğru ve işlevsel başlık üslupları ise en az tercih edilen hatta hiç tercih edilmeyen üsluplar olarak tespit edilmiştir.

4.10.4. Haber Başlıklarının Konuya Göre Dağılımı

Başlıklar haberin karakterini temsil eder. Başlıklar kısa ve öz olarak haberin temel fikrini içerir. Dolayısıyla okuyucu için yol göstericidir. Okuyucu başlığı bir pusula gibi kullanır. Başlığa bakarak o haberin ne haberi olduğu, konusu, ön plana çıkarttığı, hatta okumak için zaman ayırmaya değer olup olmadığına bile karar verir. Bu doğrultuda çalışmanın uygulama bölümünde haber başlıklarının konuya göre dağılımı da araştırılmıştır. İçerik çözümlenmesinin desenlenme aşamasında kategoriler oluşturulurken haber başlıklarının hangi alt kategorilerden oluştuğu saptanmış ardından da kodlama ve istatistiki işlemler yapılmıştır. Bu işlemler sonucu elde edilen veriler aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 8'de yer alan verilere göre araştırma kapsamında incelenen toplam 742 haberin başlıklarının konusunda ilk sırayı Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme konusu almıştır. Toplam içinde %27,6 oranına sahip olan Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme konusu çalışmanın kuramsal bölümünde vurgulanmış olan yanlış ancak ısrarla bir şekilde arkeoloji haberinin keşifle eş tutulduğu saptamasını doğrulamıştır. Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirmenin konu olarak ilk sırada çıkması büyük ölçüde medyanın popüler konuları haber yapma veya konuları popülerleştirerek haber yapma refleksinden kaynaklanmıştır.

Tablo 8: Haber Başlıkların Konuya Göre Dağılımı

Haberin Başlık Konusu	Sayı	Yüzde
Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme	198	27.6%
Buluntunun maddi değeri	132	17.8%
Yürütülen bir kazıyla ilgili bilgilendirme	92	12.4%
Yurt dışından iade edilen arkeolojik eserler	82	11.1%
Kazı mevsiminin başlaması ve bitmesi	68	9.2%
Daha önceki bir kazıya benzetme	52	7.0%
Yurt dışındaki kaçak kazılar	49	6.6%
Tarihi eser tanıtımı	25	3.4%
Kültürel varlıkların korunması için öneriler	23	3.1%
Kazıyla ilgili- Yurt dışındaki bir arkeoloji kazı	13	1.8%
Ziyaretçilerin kazı alanlarında yapması veya yapmaması gerekenler/ Ziyaretçilere öneriler	6	0.8%
Kaçakçılarla ilgili Yakalama, Yargılama	2	0.3%
Toplam	742	100%

En sık tekrar eden ikinci başlık konusu ise arkeolojik buluntunun maddi değerinin başlıkta ifade edilmesidir. Toplam haberlerin %17,8'i başlığında arkeolojik bir eser veya buluntunun maddi değerini açıklamış veya bunlara maddi bir değer biçmiştir. Buluntuları maddi değerleriyle ifade etme pratiği de çalışmanın kuramsal bölümünde tartışılmış olan ve bir sorun hatta ahlaki bir sorun olarak ifade edilmiş bir yanlış uygulamadır. Başlıklarda buluntuları maddi değerleriyle tanımlama alışkanlığı da yine haberin ve başlığın dikkat çekici olması böylece okuyucu tarafından tercih edileceği varsayımına dayanmaktadır. Bu varsayımın doğruluğu tartışmalıdır. Varsayım doğru olsa bile okuyucunun dikkatini çekme ve tiraj kazanma uğruna verilen zarar çok daha büyük ve telafisi güçtür. Örneğin ne eseri veya eserin önemi ve değerinin ne olduğu sorusundan azade başlıkları maddi değerlemelerle dolu arkeoloji haberlerini okuyan kişilerin kaçak kazı yapmaya niyeti olmasa da aklının karışacağı açıktır. İnsanlar bir ekonomi haberi okur gibi arkeoloji haberinin başlığını okuyorsa

basit fayda-maliyet hesapları yaparlar: “Kaçak kazı yapsam, şöyle bir şey bulsam. Bulduğum bu kadar ediyorsa yakalansam da buna değer”.

Haber başlık konuları sıralamasında üçüncü sırada Yürütülen Bir Kazıyla ilgili Bilgilendirme konusu bulunmaktadır. Toplam 742 haberin 92’si yani %12,4’ü hali hazırda devam eden bir kazıyla ilgilidir. Çalışmanın kuramsal bölümünde arkeoloji haberlerinin mevsimsel bir haber gibi olduğunu kazı mevsimiyle haberlerin sayısının arttığını, kazı mevsiminin kapanmasıyla birlikte haber sayısında dramatik bir düşüş olduğu daha önce belirtilmişti. Yer altından bir şeyler çıkartmanın heyecanının tiraja tahvil edilmesi konu sıralamasında kendini bu şekilde göstermiştir.

Yürütülen Bir Kazıyla ilgili Bilgilendirme konusunu Yurtdışından iade edilen arkeolojik eserler konusu izlemiştir. %11,1’lik bir orana sahip olan Yurtdışından iade edilen arkeolojik eserler konusu arkeoloji konusundan çok ülkenin bir dış haberi, rövanş haberi olarak verilmektedir. “Bizim olan”, “Bize ait olan” izinsiz dışarıya çıkarılmıştır ve biz de bunu geri aldık. Neredeyse Milli Futbol Takımı’nın karşılaşmada galip gelmesiyle eş anlam ve heyecanda sunulan bu konu da arkeolojinin asıl anlam ve amacının geri planda kalmasına yol açmaktadır.

Sıralanan bu başlık konularını Kazı mevsiminin başlaması ve bitmesi, Daha önceki bir kazıya benzetme, Yurt dışındaki kaçak kazılar gibi konular izlemiştir. Görüldüğü gibi konularda arkeoloji haberciliğinin sorunlu alanlarına ve uygulamalarına işaret etmektedir.

Öte yandan Tarihi eser tanıtımı, Kültürel varlıkların korunması için öneriler, Ziyaretçilerin kazı alanlarında yapması veya yapmaması gerekenler/ Ziyaretçilere öneriler, Kaçakçılarla ilgili Yakalama, Yargılama gibi son derece önemli ve değerli konular sıralamanın en altlarında yer almıştır. Bu konular popüler değildir, bu konuların popülerleştirilme olanağı da çok yüksek değildir. Ancak bu konular bireye, topluma, arkeoloji dünyasına, kültür varlıklarının korunmasına, bunun için bir bilinç ve farkındalık oluşturmaya katkı sağlayacak konulardır. Yüzdeleri ve sıralamaları farklı olsa da şu ana kadar sıralanan konular kuramsal bölümde yapılan tartışmaların doğruluğunu kanıtlamaktadır.

Tablo 9: Haber Başlıkların Konusu ve Gazete Adı Çapraz Tablosu

		Gazetenin Adı			Toplam
		Hürriyet	Sabah	Sözcü	
Başlığın Konusu	Kaçakçılarla ilgili Yakalama, Yargılama	0	1	1	2
		0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
		0,0%	0,3%	0,5%	0,3%
	Buluntunun maddi değeri	35	55	42	132
		26,5%	41,7%	31,8%	100,0%
		16,1%	17,6%	19,8%	17,8%
	Kültürel varlıkların korunması için öneriler	5	9	9	23
		21,7%	39,1%	39,1%	100,0%
		2,3%	2,9%	4,2%	3,1%
	Ziyaretçilerin kazı alanlarında yapması veya yapmaması gerekenler/ Ziyaretçilere öneriler	3	1	2	6
		50,0%	16,7%	33,3%	100,0%
		1,4%	0,3%	0,9%	0,8%
	Tarihi eser tanıtımı	12	7	6	25
		48,0%	28,0%	24,0%	100,0%
		5,5%	2,2%	2,8%	3,4%
	Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme	59	80	59	198
		29,8%	40,4%	29,8%	100,0%
		27,1%	25,6%	27,8%	26,7%
	Yurt dışından iade edilen arkeolojik eserler	29	34	19	82
		35,4%	41,5%	23,2%	100,0%
		13,3%	10,9%	9,0%	11,1%
	Yurt dışındaki kaçak kazılar	12	24	13	49
		24,5%	49,0%	26,5%	100,0%
		5,5%	7,7%	6,1%	6,6%
	Yurt dışındaki bir arkeoloji kazı	2	6	5	13
		15,4%	46,2%	38,5%	100,0%
		0,9%	1,9%	2,4%	1,8%
	Daha önceki bir kazıya benzetme	16	20	16	52
		30,8%	38,5%	30,8%	100,0%
		7,3%	6,4%	7,5%	7,0%
	Kazı mevsiminin başlaması ve bitmesi	19	34	15	68
		27,9%	50,0%	22,1%	100,0%
		8,7%	10,9%	7,1%	9,2%
	Yürütülen bir kazıyla ilgili bilgilendirme	26	41	25	92
		28,3%	44,6%	27,2%	100,0%

		11,9%	13,1%	11,8%	12,4%
		218	312	212	742
	Toplam	29,4%	42,0%	28,6%	100,0%
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme konulu başlıkların gazetelere göre dağılımı şu şekilde olmuştur. Bu konudaki başlıkla çıkan 198 haberin toplam haberler içindeki oranı %27,6 olmuştur. Bu konudaki başlıkların gazetelere göre dağılımına bakıldığında ilk sırayı 80 haber ve %40,4'lük oranla Sabah gazetesi almıştır. Sabah Gazetesinin ardından aynı oran ve haber sayılarıyla Hürriyet ve Sözcü Gazeteleri gelmiştir. Her iki gazetede bu konuda başlığa sahip 59 haber yapmış ve %29,8'lik bir orana sahip olmuştur.

Buluntuların maddi değerini başlıklarında veren haberlerin toplam sayısı 132 olarak bulunmuştur. Buluntuların maddi değerini başlıklarında veren haberler toplam 742 haberin %17,8'ine denk gelmektedir. Buluntuların maddi değerini başlıklarında veren 132 haberleri gazetelere dağılımı şu şekilde gerçekleşmiştir. Sabah gazetesi 55 haber ve %41,7, Sözcü Gazetesi 42 haber ve %31,8, Hürriyet Gazetesi 35 haber %26,5. Sonuçlar da göstermektedir ki daha önce değinilmiş olan arkeoloji haberciliğinin sorunları araştırma kapsamındaki gazetelerin tümünde ve aşağı yukarı benzer yoğunlukta görülmektedir.

Yürütülen bir kazıyla ilgili bilgi veren haber başlıklarının toplam haberler içindeki oranı %12,4 olarak bulunmuştur. İncelenen toplam 742 haberin 92'sini oluşturan Yürütülen bir kazıyla ilgili bilgi veren haber başlıklarını 41 haber ve %44,6'luk oranla en çok Sabah Gazetesi kullanmıştır. Hürriyet Gazetesi ve Sözcü Gazetesi bu konudaki haber başlığı kullanımında da benzer oranlara sahip olmuştur. Hürriyet Gazetesi bu konuda başlığa sahip 26 haber yaparken Sözcü Gazetesinde bu sayı 25 olmuştur. Bu sayıların yüzde cinsinden karşılığı ise Hürriyet Gazetesi için %28,3, Sözcü Gazetesi için %27, 2 olarak bulgulanmıştır.

Tarihi eser tanıtımı konulu haber başlıklarının toplam sayısı 25'tir. Bu sayı 742 haberin sadece %3,4'ünü oluşturmaktadır. Söz konusu 25 haberin yarıya yakını (n: 12, %48) Hürriyet Gazetesi tarafından yapılmış, diğer yarısı ise Sabah Gazetesi (n: 7, %28) ve Sözcü Gazetesi (n: 6, %24) tarafından yapılmıştır. Haber sayısının fazla

olması nedeniyle sürekli ilk sırada çıkan Sabah Gazetesi bu konuda haber başlığı dağılımında ilk sırayı ilk kez kaybetmiştir.

Kültürel varlıkların korunmasıyla ilgili haber başlığının kullanıldığı haber sayısı ise sadece 23 olarak bulunmuştur. İncelenen toplam 742 haberin %3,1'ine denk gelen bu konudaki başlıktaki haberin gazetelere göre dağılımında ilk 9'ar haberle Sabah ve Sözcü Gazeteleri paylaşmıştır. Her iki gazetenin yüzdelik oranı %39,1 olarak saptanmıştır. Bir önceki haber başlığı konusunun ilk sırasını alan Hürriyet Gazetesi 5 (%21,7) haberle bu kez son sırada yer almıştır.

Ziyaretçilerin kazı alanlarında yapması veya yapmaması gerekenler/ Ziyaretçilere öneriler içeren haber başlığının sayısı ise toplam olarak sadece ve sadece 6'dır. Toplam 742 haber içinde 6 haber %1'lik (0,8) bir ağırlığa bile sahip olmamaktadır. Bu oranların gazetelere dağılımı ise herhangi bir anlam ifade etmeyecek kadar küçüktür.

Görüldüğü üzere haber başlıklarını gazetelere göre dağılımı arkeoloji haberciliğinin sorunlarının tüm gazeteler için geçerli olduğunu gösterir niteliktedir.

4.10.5. Haberde Kullanılan Kaynaklar

Araştırmada incelenen bir diğer konu haberde kullanılan kaynaklar olmuştur. Gerek Haber gerekse de Arkeoloji Haberi başlıklı kuramsal bölümlerde de değinildiği üzere haber toplanan bilginin işlenmesi, denetlenmesi ve yayınlanmasıdır. Bu durumda hem haber olayı hem de haber olayıyla ilgili bilgi, belge, görüntü, ses, delil, ilişkinin toplanması, bunlara ulaşacak kaynaklar ve kuşkusuz bu kaynakların doğru, geçerli olması önem kazanmaktadır. Zaten bir habercinin prestiji ne kadar kaynağa sahip olduğuyla ve bu kaynakların kendisine ne kadar geçerli ve güvenilir bilgi verdiğiyle ölçülmektedir. Haber kaynakları sadece haber konusu ve bilgi vermez. Kaynaklar yanı zamanda habere prestij kazandırır, haberin güvenilir olmasını sağlar, habere yeni açılımlar ve renk katar. Tüm bunların olabilmesi için kaynaklara baş vurmak ancak doğru ve güvenilir kaynaklara baş vurmak gerekir. Bu doğrultuda incelenen haberde kaynak kullanılıp kullanılmadığına, kullanılan kaynakların kimler veya hangi kurumlar olduğunu bakılmıştır. İçerik çözümlemesinin hazırlanması aşamasında kaynaklarla ilgili kategorinin alt kategorileri tespit edilmiştir. Buna göre haberde kullanılan kaynaklar Haberci (yerel muhabir, gazeteci / yazar, uluslararası

haber ajansları veya yerel haber ajansları), Anadolu Ajansı (AA), Birden fazla Ajans, İnternet siteleri, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Müzeler Genel Müdürlüğü kazı başkanı, akademik personel, görgü tanıkları, yerel halk şeklinde sıralanmıştır.

Tablo 10: Haberde Kullanılan Kaynaklar

Haberde Kullanılan Kaynak	Sayı	Yüzde
Anadolu Ajansı (AA)	182	24.5%
Yerel haber ajansları	136	18.3%
İnternet siteleri	95	12.8%
Yerel muhabir	86	11.6%
Gazeteci / yazar	57	7.7%
Uluslararası haber ajansları	54	7.3%
Kültür ve Turizm Bakanlığı	53	7.1%
Akademik personel	13	1.8%
Müzeler Genel Müdürlüğü	4	0.5%
Kazı başkanı	3	0.4%
Birden fazla ajans	2	0.3%
Yerel halk	1	0.1%
Görgü tanıkları	1	0.1%
Yok/Belirtilmemiş	52	7.0%
Toplam	742	100%

Haberde kullanılan kaynakların sıralamasında bakıldığında ilk göze çarpan listenin ilk 6 sırasının haber ajansları, medya, medya profesyonellerinden oluşmasıdır. Toplam 742 haberin 182'sinde yani ¼'üne yakınında (%24,5) Anadolu Ajansı kaynak olarak kullanılmıştır. Yine 136 haberde (%18,3) Yerel Haber Ajansları, 95 (%12,8) haberde İnternet Siteleri, 86 haberde (%11,6) Yerel Muhabirler, 57'sinde (%7,7) Gazeteci/yazarlar, 54'ünde ise (%7,3) Uluslararası Haber Ajansları haber ve bilgi kaynağı olarak kullanılmıştır. Haber ajansları, medya, medya profesyonellerinin haber kaynağı olarak kullanıldığı haberlerin toplam içinde ağırlığı %82,2'dir. Yani her 100

haberinin 82'si medya dünyasının kendi kendine kaynak olduğu. Bir diğ erinden aldığı, başka kaynak aramak için çok da çaba sarf etmediğı bir haberciliğı işaret etmektedir.

Bu kaynaklar dışında Kültür ve Turizm Bakanlığı 53 (%7,1) habere kaynaklık ederken Akademisyenler/bilim insanları 13 (%1,8) habere kaynaklık etmiştir. Yine bir diğ er resmi kaynak hatta otorite olan Müzeler Genel Müdürlüğü yü zdelik dilimde sadece %0,5 ağırlı ğa sahip olan 4 habere kaynaklık etmiştir. Haber başlıklarının konusunun incelenmesinde kazıların başlaması ve bitmesini konu edinen 68 haber bulunduğ u belirtilmişti. Bir diğ er ifadeyle en az 68 haber kazıyla ilgilidir. Bu durumda kazı başkanlarının haberde kaynaklık etmesi doğ al, beklendik hatta olması gereken bir şey olarak değ erlendirilmektedir. Ancak kazı başkanları sadece ve sadece 3 habere kaynak olarak katkı sağlamıştır.

Bu oranlar da arkeoloji haberciliğinde ciddi anlamda bir kaynak sorunu olduğunu göstermektedir. Sonuçlar arkeoloji habercilerinin ya baş vuracak, yararlanacak kaynak bulamadıklarını ya da bulmak için onlara ulaşmak için çaba sarf etmediklerini göstermektedir. Her iki seçenekte de kaynak olarak kendisini ve haber ajanslarını kullanmaktadırlar. Bu durum ise hem gazetecilik ilke ve kurallarına hem de etiğine aykırıdır. Bu durum arkeoloji haberlerinin de habercilerinin de medyanın da arkeoloji camiası baş ta olmak üzere resmi otorite, akademisyenler/bilim insanlarının da aralarında bulunduğ u geniş bir kesim tarafından eleştirilmesine yol açmaktadır.

4.10.6. Haberde Görsel Kullanımı

Görsel kültürün egemen olduğı bir dünyada bundan haberlerin de etkilenmemesi mümkün değildir. Günümüzde radyo dışında nerede yayınlanırsa yayınlansın, ne haberi olursa olsun, kim tarafında yapılsa yapılsın görseli olmayan bir haber düşünmek çok da mümkün değildir. Bugün görseli olmayan bir içerik ne kadar önemli olursa olsun ne kadar sansasyonel olursa olsun, ne kadar ses getirirse getirsen, toplumsal yapı ve yaşamda ne kadar büyük değ işikliğı neden olursa olsun haber olarak yayınlanma olasılığı düşüktür. Ancak görseli olan bir içerik önemsiz olsa da yayınlanabilir.

Görselin haber için bu denli önemli olması incelenen haberlerde görseller kullanılıp kullanılmadığı, görsellerinin içeriğ inin ne olduğı, metinle, metnin konusuyla uyumlu olup olmadığ ının incelenmesini gerekli kılmıştır.

Bu çerçevede ilk olarak araştırma kapsamına dahil edilen haberlerde görsel öge kullanıp kullanılmadığına bakılmıştır. Bu doğrultuda elde edilen veriler aşağıdaki tabloda paylaşılmıştır.

Tablo 11: Haberde Görsel Kullanımı

Haberde Görsel Kullanımı	Sayı	Yüzde
Evet	741	99.9%
Hayır	1	0.1%
Toplam	742	100%

Tablo 11’de yere alan verilerden de anlaşıldığı üzere incelenen 742 haberin sadece bir tanesinde görsel öge kullanılmamıştır. Görsel kullanmayan gazete Hürriyet Gazetesidir. Geri kalan 741 haberin tümünde tüm gazeteler görsel kullanılmıştır. Bu sonuçların nedeni olarak incelenen gazetelerin görselin önemini kavramaları gösterilebileceği gibi bu haberlerin yer aldığı gazetelerin internet sitelerinin görsellere önem vermesi de gösterilebilir.

4.10.6.1. Haberde Yer Alan Görselin Ana Teması

Haberde yer alan görselin ana temasına ilişkin veriler aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

Haberde yer alan görselin temasının dağılımında elde edilen sonuçlar haber başlığı konusunun dağılımında elde edilen sonuçlarla büyük ölçüde benzerlik göstermektedir. Haberde yer alan görselin temasının dağılımında ilk sırada Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme konusu yer almıştır. Toplam 742 haberin 229’unda bu da yaklaşık haberlerin 1/3’ine yakının da (%30,9) arkeolojik keşifli ilgili görseller kullanılmıştır. Görsel temalarında Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme konusunu 110 haberle buluntunun maddi değeri izlemiştir. İncelenen haberlerin yaklaşık %15’inin görselinde bu konunun yer aldığı görülmüştür. Bu iki görsel temasını sırasıyla Kazı mevsiminin başlaması ve bitmesi, Yurt dışındaki kaçak kazılar ve Yürütülen bir kazıyla ilgili bilgilendirme görsel temaları izlemiştir. Kazı mevsiminin başlaması ve bitmesi teması 88 haberin görselinde yer almıştır. Söz konusu 88 haber ise toplam haberlerin %11,9’unu oluşturmuştur. Yurt dışındaki kaçak kazılar teması 63 (%8,5) haberin görselinde konu edilirken bu sayı Yürütülen bir kazıyla ilgili bilgilendirme görsel

teması için 62 (%8,4) olarak tespit edilmiştir. Görsel temalarının bu şekilde çıkması aslında haber konuları, başlık konularının da aynı temalara sahip olmasından ve görsel ile başlık ve metnin uyumlu olmasından kaynaklandığı söylenebilir.

Tablo 12: Haberde Yer Alan Görselin Ana Teması

Haberde Yer Alan Görselin Ana Teması	Sayı	Yüzde
Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme	229	30.9%
Buluntunun maddi değeri	110	14.8%
Kazı mevsiminin başlaması ve bitmesi	88	11.9%
Yurt dışındaki kaçak kazılar	63	8.5%
Yürütülen bir kazıyla ilgili bilgilendirme	62	8.4%
Definecilerle ilgili/Kaçak kazıyla verdikleri zarar	37	5.0%
Yurt dışından iade edilen Arkeolojik eserler	34	4.6%
Kaçakçılarla ilgili yakalama, yargılama	30	4.0%
Ziyaretçilerin kazı alanlarında yapması veya yapmaması gerekenler	29	3.6%
Daha önceki bir kazıya benzetme	26	3.5%
Yurt dışındaki bir arkeoloji kazı	17	2.3%
Tarihi eser tanıtımı	12	1.6%
Kültürel varlıkların korunması için öneriler	5	0.7%
Toplam	742	100%

Haberde yer alan görsellerin tema dağılımında Kültürel varlıkların korunması için öneriler, Tarihi eser tanıtımı gibi temalar yine en altı sıralarında yer almıştır. Ancak 37 haberde Definecilerle ilgili/Kaçak kazıyla verdikleri zarar görsel tema olarak işlenmiş, yine 29 haberin görselinde ise Ziyaretçilerin kazı alanlarında yapması veya yapmaması gerekenler temasına yer verilmiştir.

Bu oranlar ışığında arkeoloji haberlerinin içerik ve sunumunun farkındalık yaratmaktan ve bir kültür oluşturmaktan uzak olduğu görülmüştür. Öyle ki görseller haber için belli bir zihinsel görsel yaratmaya yönelik tamamlayıcı bir öğeyi temsil etmektedir. Başka bir ifadeyle haberin görselinin arkeolojik, örneğin buluntuların nasıl muhafaza edileceği, onların tarihi değerleri ve ziyaret esnasında bu tür yerlerde neler

yapılması gerektiğinden bahsetme yerine gerek binalar gerek arkeolojik buluntular gerekse altınlar gibi fiziksel arkeolojik kalıntılara odaklanması bu durumu açıklamaktadır.

4.10.6.2. Haber Görselinin İçeriği

Haberlerde görsel kullanılması ve kullanılan görselin teması önemli bir konudur. Ancak bunlar kadar önemli bir başka nokta da görselin içeriğidir. Bir diğer ifadeyle haber görselin içeriği nedir? Görsel hedef kitleye neyi göstermektedir? sorularının yanıtı haberin büyük ölçüde başarısını belirleyecektir. Haberde kullanılan görselin içeriğiyle ilgili kategorinin alt kategorisi sıralanırken içerikte kişilerin, mekanların ve objelerin olduğu görülmüştür. Ardından kişiler, mekanlar ve objeler haberde yer alma gerekçelerine detaylandırılarak kodlama cetveli oluşturulmuştur.

Haberde görselinin içeriğine ilişkin veriler aşağıdaki Tablo 12’de yer almaktadır.

“*Arkeoloji haberi eşittir kazı haberi*” yaklaşımının doğal bir uzantısı görsel içeriklerinde de görülmüştür. Haber görsellerinin içeriğinin dağılımına bakıldığı ilk sırada kazı yerlerinin olduğu görülmüştür. İncelenen 742 haberin 115’inin görselinde kazı yeri görüntüsü kullanılmıştır. Bir diğer ifadeyle de haber görsellerinin %15,5’i kazı yerini göstermektedir. Kazıyla ilgili her ne kadar kazı başkanlarından kaynak olarak yararlanılmasa da kazı yerlerinin görselleri yoğun bir biçimde kullanıldığı için görsellerde kazı başkanları veya yardımcıları da kullanılmıştır. Haber görsellerinin içerik dağılımında ikinci sırada 91 (%12,3) haberle kazı başkanları veya yardımcıları yer almıştır. Yine benzer biçimde Kültür ve Turizm Bakanlığı ve yetkilisi haberde kaynak olarak yer almazken görsellerde kendilerine yer bulmuştur. İncelenen 83 (%11,2) haberin görselinde Kültür ve Turizm Bakanlığı yetkilisi içerik olarak yer almıştır.

Haberlerin görsel içeriklerinin dağılımında dikkat çeken bir diğer veri de politikacılar/siyasetçilerle ilgilidir. Yaklaşık her 100 arkeoloji haber görselinin 10’unda (%9,2) politikacılar/siyasetçiler yer almıştır. Bu durum özellikle yerel düzeyde oldukça anlaşılabilir bir durumdur. Yerel siyasetçiler ulusal düzeyde haber olabilecek herhangi bir fırsatı kaçırmak istemezler. Öte yandan özellikle arkeolojik eserlerin yurt dışından geri alınmasının bir başarı şölenine dönüştürülmesi,

milliyetçilik ve rövanş söylemleriyle bezenerek politik şova dönüştürülmesi görsellerde politikacıların bu denli yoğun yer almasını açıklamaktadır.

Tablo 13: Haber Görselinin İçeriği

İçerik	Sayı	Yüzde
Kazı yeri	115	15.5%
Kazı başkanı/Başkan yardımcısı	91	12.3%
Kültür ve Turizm Bakanlığı Yetkilisi	83	11.2%
Siyasetçiler/Politikacılar	68	9.2%
Arkeolojik eser- Kazı alanında	58	7.8%
Yerel halk	53	7.1%
Kazı personeli	51	6.9%
Arkeolojik eser- Müzede	50	6.7%
Harita	39	3.5%
Akademik personel	31	4.2%
Kaçak kazı yapan kişiler	30	4.0%
Kaçakçı	26	3.5%
Müzeler Genel Müdürlüğü Yetkilisi	24	3.2%
Müze – Dış görüntü	12	1.6%
Hiçbir şey	4	0.1%
Arkeolojik eser- Polis yakaladığında	3	0.4%
Defineci	2	0.3%
Görgü tanıkları	1	0.1%
Toplam	742	100%

Yine haber görsellerinin içeriğiyle ilgili ilgi çekici bir veri yerel halkın görsel içeriklerinde yer almasıdır. Kazı yapılan yerinin yerlisi hatta neredeyse sahibi olan bu kişiler de haberlerde kaynak olarak kullanılmamışken görsellerde yer almışlardır. Yerel halk 53 haberin görselinde kendine yer bulmuştur. Toplam haberlerin %7,1'nin görseli yerel halkın görüntüleriyle oluşturulmuştur.

Bunlar dışında Kaçak kazı yapanlar ve kaçakçıların görüntüleri de haber içeriklerini oluşturmuştur. Kaçak kazı yapanlar 30 haberde (%4) kaçakçılar ise 26 haberde (%3,5) haber görselinde yer almışlardır. Toplam % 7,5'e denk gelen bu oran oldukça dikkat çekici olarak değerlendirilmiştir.

Bu sonuçlar da göstermektedir ki metnlerinin içeriğinin çoğunluğunun arkeolojik bir keşif ya da arkeolojik mevsimin devamı şeklinde olması görsellerin içeriğini de belirlemiştir. Bu haberlerde sadece arkeolojik kazı alanlarının görselleri kullanılmış ve yasal sonuçlarına veya uygulanacak cezalara değinilmeksizin altın ya da arkeolojik buluntuların kaçırılması konularına odaklanılmıştır. Bu da arkeoloji haberlerinin kazı, kaçakçılık ve kaçak kazı konularındaki haberler ve bu haberlerin görselleri konusunda gerekli ve yeterli özeni göstermediğini ortaya koymaktadır.

4.10.7. Haber Metninin İçeriği

Haberin başlık, görsel ve metinden oluşan bir bütün olduğuna daha önce değinilmişti. Toplum her ne kadar artık okumaya yeterince zaman ayırmasa da görsel kültür tüm toplumu kuşatsa da görüntünün büyüğü çok güçlü olsa da haber bilgiyse, bilgi vermekse, haber okumak bilgilenmekse metin haberin en önemli bileşenidir.

Haber metni insanların okuyarak, dinleyerek, izleyerek ne olduğunu, nasıl olduğunu, neden olduğunu, ne zaman ve nerede olduğunu, nasıl olduğunu ve kimler tarafından ne yapıldığını öğrendiği yerdir.

Haber metni bilgiyi içeren, mesajın asıl iletildiği ayrıntıların, perde arkalarının, görünenin ötesinde ne olduğunun, aslında ne olduğunun, faillerin, mağdurların kimler olduğunun ötesinde asıl kimler olduğunun aktarıldığı, ilişkilendirildiği, kanıtlandığı, belgelendiği bölümdür.

Haber metni habercinin/muhabirin/gazetecinin üzerinde en çok çaba ve emek sarf ettiği yerdir. Haber metni gazetecilik/habercilik eyleminin yapıldığı, yapılması gereken yerdir. Haber metni haberin neredeyse kendisidir.

Haber metni anlattıkları ve kuşkusuz anlatmadıklarıyla habercilik yapan haberci gibi yayınlandığı medyanın prestijidir. Haber metni gündemin belirlendiği, eğitimin verildiği, insanların eğlendirildiği, mal ve hizmetlerin tanıtıldığı yerdir.

Haber metni görselin ve başlığı desteklediği, kanıtladığı, açıkladığı eş deyişle görselin ve başlığın var olma nedenidir.

Haber metni yazmak ve okuyucu için okumak, izlemek eyleminin gerçekleştiği haber bileşenidir. Bu nedenlerle çok önemli ve değerlidir. Haberde metnin içeriğinin konusu yani haberde işlenen temaya ilişkin veriler aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

Tablo 14: Haber Metninin İçeriğinde İşlenen Tema

Tema	Sayı	Yüzde
Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme	184	24.8%
Buluntunun maddi değeri	137	18.5%
Yürütülen bir kazıyla ilgili bilgilendirme	98	13.2%
Kazı mevsiminin başlaması ve bitmesi	79	10.6%
Yurt dışındaki kaçak kazılar	66	8.9%
Daha önceki bir kazıya benzetme	58	7.8%
Yurt dışından iade edilen Arkeolojik eserler	44	5.9%
Ziyaretçilerin kazı alanlarında yapması veya yapmaması gerekenler	21	2.8%
Kültürel varlıkların korunması için öneriler	18	2.4%
Tarihi eser tanıtımı	17	2.3%
Kazıyla ilgili- Yurt dışındaki bir arkeoloji kazı	16	2.2%
Kaçakçılarla ilgili yakalama, yargılama	2	0.3%
Definecilerle ilgili/ Kaçak kazıyla verdikleri zarar	1	0.1%
Toplam	742	100%

Haber Metninin İçeriğinde İşlenen Temanın dağılımına bakıldığında başlık ve görsel temalarıyla küçük farklılık dışında neredeyse aynı sonuçlara ulaşılmıştır. İncelenen neredeyse her dört haberden biri (%24, 8) Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme temasını işlemiştir. Toplam 742 haber içinde 184 haberin metinde bu temayı işlemesi kuramsal bölümde tartışılmış olan “Arkeoloji ne bulunduğu değil ne keşfedildiğidir” önermesini destekler niteliktedir. Bu sonuca bakıldığında arkeoloji haberciliğinin ilkesel anlamda sorumlu davrandığı söylenebilir. Ancak arkeolojik keşiflerin bilgilendirme, bilinçlendirme ve kültürel varlıkların korunmasıyla ilgili farkındalık oluşturmaktan uzak olduğu daha ticari kaygılarla popülerleştirme amaçlı

olduğunun altı çizilmelidir. Zaten en çok işlenen temalar sıralamasında artarda gelen metin temaları da bu görüşü doğrular niteliktedir.

İncelenen haber metinlerinde en çok işlenen ikinci tema Buluntunun maddi değeridir. İncelenen haberlerin %18,5'i ki yaklaşık her 5 haberden 1'ine denk gelen bir oranda arkeolojik kazı sonucu ortaya çıkartılan eserin tarih açısından, uygarlık açısından, insanlık açısından öneminden çok ekonomik/maddi değerine odaklanmıştır. Arkeolog Hüseyin Murat'ın ifade ettiğine göre bu tür haberler, arkeolojik kazıların başladığı mevsim başlarında ya da bir arkeolojik keşfin yapıldığı ve ele geçirilen bu tarihi eserlerin nasıl muhafaza edileceğine değinmeksizin maddi kalıntılara odaklanıldığı zamanlarda yapılmaktadır. (H. Murat ile kişisel iletişim, 13Nisan 2022). Toplam 137 haber başlık ve görsel temalarından olduğu gibi son derece sorunlu biçimde buluntuların maddi değerini ön plana çıkartarak başta kaçak kazı ve kaçakçılık olmak üzere arkeolojik belgelere ve kazı yerlerine zarar verme gibi bir dizi dana soruna davetiye çıkartmaktadır.

Arkeoloji haberlerinin neredeyse tamamen kazı haberine indirgenmesi anlayışı haber metinlerinde işlenen tema dağılımında da kendisi göstermiştir. Haber metninde en çok işlenen temalar sıralamasının 3., 4., 5. ve 6. Sıralarında yine kazıyla ilgili haber temaları yer almıştır. Yürütülen bir kazıyla ilgili bilgilendirme, Kazı mevsiminin başlaması ve bitmesi, Yurt dışındaki kaçak kazılar ve Daha önceki bir kazıya benzetme temaları artarda sıralanmıştır. Bu temalarda yapılan haber sayıları ve genel içindeki sahip oldukları yüzdelik oran ise sırasıyla şu şekildedir. Yürütülen bir kazıyla ilgili bilgilendirme temalı 98 haber %13.2, Kazı mevsiminin başlaması ve bitmesi temalı 79 haber %10.6, Yurt dışındaki kaçak kazılar temalı 66 haber % 8.9, Daha önceki bir kazıya benzetme temalı 58 haber ise %7.8 oranına sahip olmuştur.

Bu sonuçlarda arkeoloji haberciliğinin en azından incelenen üç gazete için kazı haberciliğinden ibaret olduğunu göstermektedir. Oysaki arkeoloji haberlerinde Ziyaretçilerin kazı alanlarında yapması veya yapmaması gerekenler, Kültürel varlıkların korunması için öneriler, Tarihi eser tanıtımı, Definecilerle ilgili/ Kaçak kazıyla verdikleri zarar gibi bir dizi çok daha önemli ve değerli tema bulunmasına karşın, bu temalardaki haberlerle çok daha işlevsel olmak mümkünken bunları yayınlamak ve faydalı olmak yerine bırakın faydalı olmayı zarara yol açmaktadırlar. Olmasını gereken, çok daha fazla işlenmesi gereken haber temalarının genel içindeki yeri ise şu şekilde tespit edilmiştir: Ziyaretçilerin kazı alanlarında yapması veya

yapmaması gerekenler temasında 21 haber genel içinde %2.8 oranına, Kültürel varlıkların korunması için öneriler temalı 18 haber genel içinde %2.4 oranına, Tarihi eser tanıtımı temalı 17 haber genel içinde %2.3 oranına, Defnecilerle ilgili/ Kaçak kazıyla verdikleri zarar temalı sadece 1 haber ise genel içinde sadece %0.1 oranına sahip olmuştur.

Tablo 15: Haber Metninin İçeriğinin Konusu Gazete Adı Çapraz Tablosu

		Gazetenin Adı			Toplam
		Hürriyet	Sabah	Sözcü	
Metnin içeriğinin konusu	Yürütülen bir kazıyla ilgili bilgilendirme	31	43	24	98
		31,6%	43,9%	24,5%	100,0%
	Kazı mevsiminin başlaması ve bitmesi	23	38	18	79
		29,1%	48,1%	22,8%	100,0%
	Daha önceki bir kazıya benzetme	14	29	15	58
		24,1%	50,0%	25,9%	100,0%
	Yurt dışındaki bir arkeoloji kazı	3	7	6	16
		18,8%	43,8%	37,5%	100,0%
	Yurt dışındaki kaçak kazılar	18	30	18	66
		27,3%	45,5%	27,3%	100,0%
	Yurt dışından iade edilen arkeolojik eserler	15	15	14	44
		34,1%	34,1%	31,8%	100,0%
	Arkeolojik keşiflerle ilgili bilgilendirme	57	73	54	184
		31,0%	39,7%	29,3%	100,0%
	Tarihi eser tanıtımı	7	7	3	17
		41,2%	41,2%	17,6%	100,0%
	Ziyaretçilerin kazı alanlarında yapması veya yapmaması gerekenler/ öneriler	6	7	8	21
		28,6%	33,3%	38,1%	100,0%
	Kültürel varlıkların korunması için öneriler	4	8	6	18
		22,2%	44,4%	33,3%	100,0%
	Buluntunun maddi değeri	39	53	45	137
		28,5%	38,7%	32,8%	100,0%
		0	1	1	2

	Kaçakçılarla ilgili Yakalama, Yargılama	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
	Defincedilerle ilgili/Kaçak kazıyla ilgili Verdikleri zarar	1	0	0	1
		100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	15	0	1	0	1
		0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Toplam		218	312	212	742
		29,4%	42,0%	28,6%	100,0%

Haber metninin içeriğinde işlenen tema kategorisinde en çok işlenen tema olarak tespit edilen Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme konulu haberlerin gazetelere göre dağılımı şu şekilde gerçekleşmiştir. Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme konulu toplam 184 haberin 73'ünü yüzdelik ifadeyle 539,7'sini Sabah Gazetesi, 57'sini %31'ini Hürriyet Gazetesi, 54'ünü ise %29,3'ünü ise Sözcü Gazetesi yapmıştır. Bu durumda Sabah gazetesinin diğer iki gazeteden daha fazla Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme konulu haberlere önem verdiği, önem vermese de yer verdiği söylenebilir.

Haber metninin içeriğinde işlenen tema kategorisinde en çok işlenen tema sıralamasında ikinci sırada yer alan Buluntunun maddi değeri konulu haberlerin gazetelere göre dağılımı ise şu şekilde gerçekleşmiştir: Buluntunun maddi değeriyle ilgili toplam 137 haber yapılmıştır. Bu 137 haberin %38,7'sini (n:53) Sabah Gazetesi, %32,8'sini (n: 45) Sözcü Gazetesi %28,5'ini (n: 39) Hürriyet Gazetesi yapmıştır. Bu kategoride de Sabah Gazetesi diğer iki gazeteden daha fazla buluntunun maddi değeriyle ilgili haber yaptığı sonucuna varılmıştır.

Yürütülen bir kazıyla ilgili bilgilendirme konulu haberler de en sık işlenen haber konuları arasında üst sıralarda yer almıştır. Yürütülen bir kazıyla ilgili toplam 98 haber tespit edilmiştir. Bu kategoride yer alan 98 haber içinde Sabah Gazetesi'nin konuyla ilgili haberleri ilk sırada yer almıştır. Sabah Gazetesi Yürütülen bir kazıyla ilgili bilgilendirme konulu haberlerin %43,9'una (n:43) imza atmıştır. Hürriyet Gazetesi Yürütülen bir kazıyla ilgili bilgilendirme konulu haberler konulu haberlerin %31,6'sını (n:31) Sözcü Gazetesi ise %24,5'ini (n: 24) yapmıştır.

4.10.7.1. Haber Metninin İçeriğinde İkna Edici Yöntemler Kullanımı

Haber metni sonuçta bir metindir. Ancak her kamusal/toplumsal metin gibi kendi içinde tutarlı olmak, bir iddiayı ortaya koymak, bir sorunu açıklamak veya sorunun çözümüne ilişkin öneri getirmek gibi iddia ve kaygıları olduğu için okuyucusunu, hedef kitlesini ikna etmek zorundadır. Bu nedenle de haber metinleri içeriklerinde ikna edici yöntemler kullanılması gerekir. Bu yöntemler sadece okuyucu ikna etme amacına yönelik değildir bu yöntemler aynı zamanda haber temasının anlaşılmasını, daha kolay anlaşılmasını, daha etkili olmasını, daha kalıcı olmasını sağlayacaktır. Bu ikna edici yöntemlerinden halkla ilişkiler, propaganda gibi iletişimsel bir eylem olmadığı bizzat gazetecilik ilke ve yöntemleri olduğunun altı da çizilmelidir.

İçerik çözümlemesi desenlenmesi sırasında tüm inceleme birimlerinin taranması sonucu ikna edici yöntemler kategorisinin alt kategorileri şu şekilde tespit edilmiştir:

Bilim insanı, uzman, yerel halk vb. kaynak gösterme, Argümanlar ve kanıt gösterme, Fotoğraf, harita vb. görsel kullanımı, Rakam ve istatistik kullanımı, Karşılaştırma yapma, İkna edici modeller, Övgü ve gurur.

Haber metni içinde kullanılan ikna edici yöntemlere ilişkin dağılım ise aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Yapılan incelemeye göre haber metni içinde kullanılan ikna edici yöntemlere ilişkin dağılımda ilk sırayı Görsel kullanımı almıştır. Neredeyse toplam haberlerin 1/3'ü (n: 251) kadarı fotoğraf, harita vb. görsel malzeme kullanarak hedef kitlesini ikna etmeye yönelmiştir. Görsel kullanımının ikna edici bir yöntem olarak kullanılmasının toplam 742 haber içindeki oranı ise %33,8 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 16: Metin İçeriğinde Kullanılan İkna Edici Yöntemler

Metin İçeriğinde Kullanılan İkna Edici Yöntemler	Sayı	Yüzde
Görsel kullanımı- fotoğraf, harita vb.	251	33.8%
Rakamlar ve istatistikler	182	24.5%
İkna edici modeller	65	8.8%
Övgü ve gurur	50	6.7%

Kaynak göstermek- bilim insanı, uzman, yerel halk vb.	41	5.5%
Karşılaştırma yapmak	33	4.4%
Argümanlar ve kanıtlar	23	3.1%
Yok	90	12.1%
Toplam	742	100%

Haber metni içinde kullanılan ikna edici yöntemlere ilişkin dağılımda ikinci sırayı ise Rakam ve İstatistik kullanımı almıştır. 2+2'nin 4 ettiği yaygın yargısı matematik gibi rakamların kesin olduğu inancını doğurmaktadır. Arkeoloji habercileri de bu yargı ve inançtan hareketle rakam ve istatistiki verilerin ikna edici bir yöntem olarak kullanmıştır. Yaklaşık her 4 haberden biri bu yöntemi kullanmıştır. İncelenen 742 haberin 182'sinde yüzdelik olarak ifade etmek gerekirse de %24,5'inde ikna edici yöntem olarak Rakam ve istatistik kullanılmıştır. Diğer ikna edici yöntemler arasında yer alan Övgü ve Guru vurgusu dikkat çekicidir. Toplam 50 haberde ikna edici bir yöntem olarak kullanılan övgü ve gurur %6,7'lik orana sahiptir. İncelenen toplam 742 haberin %12,1'inde ise herhangi bir ikna edici yöntem kullanılmamıştır. İkna edici yöntem kullanılmayan haberin sayısı ise 90 olarak bulunmuştur. İkna edici yöntem kullanılmayan haberlerin dağılım içindeki sıralaması üçüncüdür. Görsel kullanımı, rakam ve istatistik kullanımının ardından herhangi bir ikna edici yöntem kullanılmaması dikkat çekici olarak değerlendirilmiştir.

İkna edici yöntem olarak bilim insanı, uzman, yerel halk vb. kaynak göstermenin sadece 41 haberde kullanılması ve %5,5'lik bir orana sahip olması arkeoloji haberlerinde uzman, akademisyen, bilim insanı gibi arkeoloji konusunda bilgi ve deneyim sahibi olan kişilerin kaynak olarak kullanılmadığını göstermektedir. Gazeteci Ömer Erbil de bu konuda, “Özellikle uzmanların görüşlerine yer verilmemesi arkeoloji hakkında sağlıklı bir farkındalığın oluşmasını zayıflatmaktadır.” demektedir.

Tablo 17: Haber Metninin İçeriğinin Konusu ve Kullanılan İkna Edici Yöntemler Çapraz Tablosu

		İkna edici yöntemler									
		Argümanlar ve kanıtlar	Rakamlar ve istatistikler	Karşılaştırma yapmak	İkna edici modeller	Övgü ve gurur	Kaynak gösterme	Görsel kullanımı	Diğer	99/Yok	Toplam
Metnin içeriğinin konusu	Yürütülen bir kazıyla ilgili bilgilendirme	3	33	2	3	9	11	24	0	13	98
	Kazı mevsiminin başlaması ve bitmesi	4	15	4	7	5	3	27	0	14	79
	Daha önceki bir kazıya benzetme	4	11	5	2	4	3	22	1	6	58
	Yurt dışındaki bir arkeoloji kazı	1	2	0	6	1	1	5	0	0	16
	Yurt dışındaki kaçak kazılar	1	24	3	2	5	3	18	1	9	66
	Yurt dışından iade edilen arkeolojik eserler	1	9	0	2	6	3	17	0	5	44
	Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme	4	67	4	10	13	8	52	2	24	184
	Tarihi eser tanıtımı	2	3	0	1	0	1	10	0	0	17
	Ziyaretçilerin kazı alanlarında yapması veya yapmaması gerekenler/ Ziyaretçilere öneriler	1	2	1	4	1	2	6	1	3	21
	Kültürel varlıkların korunması için öneriler	0	1	2	7	1	0	5	0	2	18
	Buluntunun maddi değeri	2	14	12	21	5	6	62	0	15	137
	Kaçakçılarla ilgili Yakalama, Yargılama	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2
	Definecilerle ilgili/Kaçak kazıyla ilgili Verdikleri zarar	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
	15	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Toplam		23	182	33	65	50	41	251	5	90	742

Haber metninin içeriğinin konusuna göre kullanılan ikna edici yöntemlerin dağılımına bakıldığında ilk dikkat çekici veri Görsel kullanımının içerik konularına göre dağılımında yer almıştır. İkna etme yöntemi olarak görsel malzeme kullanımı en

çok “Buluntunun maddi değeri” konulu haberlerde olmuştur. Toplam 62 Buluntunun maddi değeri konulu haberde görsel kullanımı yoluyla ikna sağlanmaya çalışılmıştır. Buluntunun maddi değeri konulu haberleri 52 haberle “Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme” konulu haberler izlemiştir. Kazıyla ilgili haberlerde görsel kullanımı yoluyla ikna etme çabası oldukça belirgin olarak tespit edilmiştir. Yürütülen bir kazıyla ilgili bilgilendirme konulu 24 haberde, Kazı mevsiminin başlaması ve bitmesi konulu 27 haberde, Daha önceki bir kazıya benzetme konulu 22 haberde görsel kullanımı ikna edici bir yöntem olarak tercih edilmiştir. Bu da toplam 73 haberi ifade etmektedir.

Rakam ve istatistiki bilginin ikna edici bir yöntem olarak kullanıldığı haber konularında ilk sırada 67 haberle Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme konulu haberler gelmiştir. Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme konulu haberleri 33 haberle Yürütülen bir kazıyla ilgili bilgilendirme konulu haberler izlemiştir. Bu kategoride üçüncü sırada ise 24 haberle Yurt dışındaki kaçak kazılar konulu haberler yer almıştır.

Övgü ve gurur vurgulamasının ikna yöntemi olarak kullanıldığı haberlerin konulara göre dağılımı ise şu şekilde gerçekleşmiştir: Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme konulu 13 haber, Yürütülen bir kazıyla ilgili bilgilendirme konulu 9 haber, Yurt dışından iade edilen arkeolojik eserler konulu 6 haber. Tarihi eser tanıtımı, Kaçakçılarla ilgili Yakalama, Yargılama, Definecilerle ilgili/Kaçak kazıyla ilgili Verdikleri zarar konulu haberlerde ise övgü ve gurur vurgusu ikna edici bir yöntem olarak hiç kullanılmamıştır.

Kaynak gösterme de bir başka ikna yöntemi olarak kullanılmıştır. İncelenen arkeoloji haberlerinin konularına göre kaynak göstermeyi ikna yöntemi olarak kullanma dağılımında ilk sırayı 11 haberle yine Yürütülen bir kazıyla ilgili bilgilendirme konulu haberler almıştır. İkinci sırada ise 8 haberde Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme konulu haberler yer alırken 6 haberle Buluntunun maddi değeri konulu haberler üçüncü sırada yer almıştır. Kültürel varlıkların korunması için öneriler, Kaçakçılarla ilgili Yakalama, Yargılama ve Definecilerle ilgili/Kaçak kazıyla ilgili Verdikleri zarar konulu haberlerin hiçbirinde Kaynak gösterme bir ikna yöntemi olarak kullanılmamıştır.

4.10.7.2. Haber Metninin İçeriğindeki Etkili Karakterler

Haber konu olarak genellikle bir olayı işler. Bu olay siyaset, ekonomi, spor, kültür sanat veya arkeoloji konusunda olabilir. Olaylar olgulardan oluşur. Olaylar mutlaka insanla ilgilidir. Zaten insanla ilgili olmayan, insanı ilgilendirmeyen bir olayın haber yapılmasına da gerek yoktur. Dolayısıyla da haber olayı, olay da insanı ve insanla ilişkiyi içerik. Bu nedenle haber olayı tanımlanırken aynı zamanda insan ve insanın o olayla ilişkisi de tanımlanmış olur. Hatta gazetecilikte haber yazma pratiklerinde olayı ve olay içindeki insanı tanımada çok dikkatli olunması gerektiği, aksi takdirde haber olayının yeterince değerlendirilemeyeceği anlatılır. Bu nedenle araştırma kapsamında incelenen arkeoloji haberlerinde insan ögesi de incelemeye alınmıştır. Öncelikle haber metni içinde etkili olan bir diğer ifadeyle haber olayıyla doğrudan ve güçlü bir ilişkisi bulunan kişiler tespit edilmiştir. Bu kişiler şu şekilde sıralanmıştır: Kazı başkanı, kazı çalışanları, Kaçakçılar, müze görevlileri, Uzmanlar, arkeologlar, Defineciler, Bilim insanları, Siyasetçiler, Gazeteciler, Bürokratlar.

Tablo 18: Haber Metninin İçeriğindeki Etkili Karakterler

Metnin içeriğindeki etkili karakterler	Sayı	Yüzde
Kazı başkanı	198	26.7%
Kazı çalışanları	167	22.5%
Kaçakçı	97	13.1%
Müze görevlisi	42	5.7%
Uzman – Arkeolog	38	5.1%
Defineci	36	4.9%
Bilim insanı	35	4.7%
Siyasetçi	29	3.9%
Gazeteci	11	1.5%
Bürokrat	3	0.4%
Yok	82	11.1%
Toplam	742	100%

Haber metninin içeriğindeki etkili karakter dağılımında ilk sırayı kazı başkanları almıştır. Her 4 haberden 1’den fazlasında (n:198, %26,7) kazı başkanları haberi karakterize eden kişiler olmuştur. Zaten kazı haberlerinin önemli bir yer tutması kazı başkaları gibi kazı çalışanlarının da haberlerde etkili kişiler olmaları bir diğer ifadeyle “Haber teşvikçileri” olmaları sağlamaktadır. Kazı çalışanları da 167 haberde etkili kişiler olarak haberde yer almışlardır. Kazı çalışanlarının etkili karakter olarak yer aldıkları haberlerin toplam 742 haber içindeki oranı ise %22,5 olarak tespit edilmiştir. Kazı ekibinin ardından etkili karakter olarak üçüncü sırada Kaçakçılar tespit edilmiştir. Kaçakçılar 97 haberin etkili, belirleyici karakteri olarak haberde sunulmuştur. Kaçakçıların etkili karakter olarak yer aldığı arkeoloji haberlerinin genel içindeki oranı ise %13,1 olarak bulgulanmıştır. Öte yandan akademisyen, bilim insanı, uzman, arkeolog, siyasetçi, bürokrat gazeteci gibi arkeoloji konusunda bilgi ve deneyim sahibi insanların haberde etkili karakter olarak en fazla %5’ler düzeyinde yer alması daha önce değinildiği üzere arkeoloji haberciliğinin kaynak kullanımına ilişkin sorunun bir uzantı veya bir başka alana yansımaları olarak kabul edilmelidir.

Haberde etkili karakter dağılımıyla ilgili dikkat çeken bir diğer veri de etkili karakter olarak hiç kimsenin tanımlanmadığı haberlerin oranı olmuştur. Genel dağılım sıralamasında dördüncü sırasında hiç kimsenin etkili olarak tanımlanmadığı haberler yer almıştır. Toplam 82 haberde hiç kimse etkili karakter olarak ifade edilmemiştir. Bu kategori genel içinde %11,1’lik bir orana sahip olmuştur. Bir başka ifadeyle her 10 haberden 1’inde etkili bir karakter bulunmamış veya ifade edilmemiştir.

Metnin içeriğindeki etkili karakterlerin Haber metninin içeriğinin konusuna göre dağılımına en sık kullanılan haber teması olan Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme konulu haberlerden başlanabilir. Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme konulu haberlerin içerisinde yer alan etkili karakterlere bakıldığında beklendiği gibi ilk sırada %42,4’le (n:78) Kazı başkanları ardından da %34,2’yle (n:63) Kazı ekibi haberde etkili karakterler olarak tespit edilmiştir. Bu durum haber konusuyla haberde adı geçen kişiler ve haber teşvikçilerinin uyumlu olduğunu göstermektedir. Bu noktada %3,3’le (n:6) kaçakçıların, %2,7’yle (n:5) Siyasetçilerin bu kategori içinde yer almaları dikkat çekici olarak yorumlanmıştır. Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme konulu haberlerin %5,4’ünde (n:10) ise herhangi bir etkili karaktere yer verilmemiştir.

Tablo 19: Haber Metninin İçeriğinin Konusu ve Metnin İçeriğindeki Etkili Karakter Çapraz Tablosu

		Metnin içeriğindeki etkili karakterler													Toplam
		Kazı başkanı	Kazı çalışanları	Uzman – Arkeolog	Müze görevlisi	Bilim insanı	Gazeteci	Siyasetçi	Bürokrat	Kaçakçı	Defineci	99	12	99	
Metnin içeriğinin konusu	Yürütülen bir kazıyla ilgili bilgilendirme	40	32	4	1	3	1	2	0	6	3	0	0	6	98
		40,8%	32,7%	4,1%	1,0%	3,1%	1,0%	2,0%	0,0%	6,1%	3,1%	0,0%	0,0%	6,1%	100,0%
	Kazı mevsiminin başlaması ve bitmesi	21	15	4	5	6	0	1	0	16	4	0	0	7	79
		26,6%	19,0%	5,1%	6,3%	7,6%	0,0%	1,3%	0,0%	20,3%	5,1%	0,0%	0,0%	8,9%	100,0%
	Daha önceki bir kazıya benzetme	9	18	5	3	4	2	4	1	4	3	0	1	4	58
		15,5%	31,0%	8,6%	5,2%	6,9%	3,4%	6,9%	1,7%	6,9%	5,2%	0,0%	1,7%	6,9%	100,0%
	Yurt dışındaki bir arkeoloji kazı	4	4	1	1	2	0	0	0	3	0	0	0	1	16
		25,0%	25,0%	6,2%	6,2%	12,5%	0,0%	0,0%	0,0%	18,8%	0,0%	0,0%	0,0%	6,2%	100,0%
	Yurt dışındaki kaçak kazılar	6	3	5	3	2	3	5	0	27	3	0	0	9	66
		9,1%	4,5%	7,6%	4,5%	3,0%	4,5%	7,6%	0,0%	40,9%	4,5%	0,0%	0,0%	13,6%	100,0%
	Yurt dışından iade edilen	7	1	1	4	1	2	3	1	19	1	0	0	4	44
		15,9%	2,3%	2,3%	9,1%	2,3%	4,5%	6,8%	2,3%	43,2%	2,3%	0,0%	0,0%	9,1%	100,0%
	Arkeolojik keşiflerle ilgili bilgilendirme	78	63	4	7	1	2	5	0	6	8	0	0	10	184
		42,4%	34,2%	2,2%	3,8%	0,5%	1,1%	2,7%	0,0%	3,3%	4,3%	0,0%	0,0%	5,4%	100,0%
	Tarihi eser tanıtımı	2	3	1	1	3	1	2	0	1	2	0	0	1	17
		11,8%	17,6%	5,9%	5,9%	17,6%	5,9%	11,8%	0,0%	5,9%	11,8%	0,0%	0,0%	5,9%	100,0%
		2	2	2	0	2	0	1	0	4	0	0	0	8	21

Ziyaretçilerin kazı alanlarında yapması veya yapmaması gerekenler/ Ziyaretçilere öneriler	9,5%	9,5%	9,5%	0,0%	9,5%	0,0%	4,8%	0,0%	19,0%	0,0%	0,0%	0,0%	38,1%	100,0%
Kültürel varlıkların korunması için öneriler	2	3	0	4	1	0	1	0	1	1	0	0	5	18
	11,1%	16,7%	0,0%	22,2%	5,6%	0,0%	5,6%	0,0%	5,6%	5,6%	0,0%	0,0%	27,8%	100,0%
Buluntunun maddi değeri	27	22	9	12	10	0	5	1	10	11	1	2	27	137
	19,7%	16,1%	6,6%	8,8%	7,3%	0,0%	3,6%	0,7%	7,3%	8,0%	0,7%	1,5%	19,7%	100,0%
Kaçakçılarla ilgili Yakalama, Yargılama	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Defnecilerle ilgili/Kaçak kazıyla ilgili Verdikleri zarar	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
15	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Toplam	198	167	38	42	35	11	29	3	97	36	1	3	82	742
	26,7%	22,5%	5,1%	5,7%	4,7%	1,5%	3,9%	0,4%	13,1%	4,9%	0,1%	0,4%	11,1%	100,0%

Buluntunun maddi değeriyle ilgili haberlerde etkili kişilerin dağılımına bakıldığında ise ilk iki sırada yine Kazı başkanı (n:27, %19,7) ve Kazı çalışanları (n:22, %16,1) yer almıştır. Bu veriler

haberde verilen çok da sağlıklı olamayan maddi değerle ilgili bilginin doğruluğunu sağlama adına kazı başkanı ve kazı çalışanlarının etkili kişiler olarak tanımlandığı söylenebilir.

Bu görüşü destekleyen bir diğer veri de ilgili kategoride izleyen etkili kişilerin Müze görevlisi (n:12, %8,8), bilim insanı (n:10, %7,3) ve uzman/arkeolog (n:9, %6,6) olmasıdır. Müze görevlisi, bilim insanı ve uzman/arkeolog gibi alanda uzman kişilerin buluntuların maddi değerlerine ilişkin bir görüş ifade etmesi beklenmezken, haberde etkili kişiler olarak yer almaları haberde verilen bilginin inandırıcılığını artırma amacına yönelik olmuştur. Bu dağılım içinde haberlerin %19,7'sinde (n:27) herhangi bir kişi etkili karakter olarak tanımlanmamıştır. Bu veri habercilerin buluntulara maddi değer biçme hatasına kimseyi ortak etmedikleri gibi bir sonuç da üretebilir. Ancak bu kategorideki en dikkat çekici sonuç arkeolojik buluntulara maddi değer biçme konulu haberlerde Kaçakçı ve Definecilerin etkili karakter olarak tanımlanmasıdır. Buluntuların maddi değeri konulu toplam 137 haberin %8'inde (n:11) Defineciler, %7,3'ünde (n:10) ise Kaçakçılar haberin etkili karakteri olarak tanımlanmıştır. Bu veride kara mizah gibi buluntuların fiyatını en iyi kaçırınlar, çıkartanlar, alıp satanlar bilir, piyasa bu kişilerin elinde şeklinde yorumlamak da mümkündür.

Haberde etkili karakter olarak oldukça üst sıralarda çıkan Kaçakçıların hangi haber konularında etkili kişi olarak tanımlandığı sorusunun yanıtı ise şu şekilde verilebilir: Daha önce tablolandırıldığı gibi kaçakçılar 97 haberd etkili kişi olarak tanımlanmıştır. Haber konuları bağlamında en sık etkili kişi olarak tanımlandıkları haberler ise sırasıyla Yurt dışındaki kaçak kazılar konulu haberlerde 27 kez, Yurt dışından iade edilen eserler konulu haberlerde 19 kez, Kazı mevsiminin başlaması ve bitmesi konulu haberlerde 16 kez, Buluntunun maddi değeri konulu haberlerde 10 kez etkili karakter olarak tanımlanmıştır.

4.10.7.3. Metnin İçeriğinde En Sık Kullanılan İfadeler

Haber metinleri yüzlerce belki binlerce sözcükten oluşur. Bu sözcük sayısı ve çeşitliliğinin fazlalığı dil kullanımının bir gereğidir. İnsanların olurken orada olmadıkları bir olayı aktarmak, üstelik bunu da her eğitim ve kültür düzeyindeki insanın anlayacağı şekilde yapmak çok yetkin bir dil kullanımını gerektirir. Haber yazma pratiği de büyük ölçüde bunu kapsamaktadır. Ancak haber yazma haber metni içine belli çağrışımların konulmasını da içerir. Haberciler haber yazarken metnin içine çağrışımlara yol açan belirli ifadeler yerleştirirler. Yerleştirilen ifadeleri tekrar etmek söylenmek istenen şeyin ön plana çıkartılmasını sağlar. Bu nedenle haberin aslında ne

söylediği veya söylemek istediği sıklıkla yinelenen kavram ve ifadeler aracılığıyla tespit edilir. Haber metnine ifadeler yerleştirmek ve bu ifadeleri tekrar etmekle anlatılmak istenen şey anlatılmış olur, daha kolay anlatılmış olur. Böylece anlatılmak, söylenmek istenen ancak söylenmesi aktarılması siyasi iktidar, devlet, ekonomi eliti, reklam veren, medya sahibi veya yöneticileri tarafından yasaklanmış olan şey söylenmeden söylenmiş, aktarılmış olur. Böylece bir koridor çizerek hedef kitlenin başka bir şey anlaması, düşünmesi, inanması engellenmiş olur. Bunlar habercilikte kazanılan deneyim ve sahip olunan bilgi düzeyinin artmasıyla yapılabilen uygulamalardır. Bu doğrultuda içerik çözümlemesi kodla kılavuzuna haber metninde en sık kullanılan ifadeleri ifade eden bir kategori eklenmiş ve ardından bu kategorinin alt kategorileri tespit edilerek kodlama cetveline aktarılması sağlanmıştır. Metnin içeriğinde en sık kullanılan ifadelerin oranları aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

Tablo 20: Metnin İçeriğinde En Sık Kullanılan İfadeler

İfadeler	Sayı	Yüzde
Keşif, Keşfetmek	221	29.8%
En iyi/ en büyük	130	17.5%
Tarihi eser	75	10.1%
Altın arama	67	9.0%
Turizm/Turist	58	7.8%
Kaçak kazı	49	6.6%
Kültürel varlıklar, miras	41	5.5%
Defineci	29	3.9%
Koruma	23	3.1%
Tarihi eser, Tarihi miras	15	2.0%
Define	14	1.9%
Bilinç veya yanlış bilinç	11	1.5%
Yok	9	1.2%
Toplam	742	100%

Metnin İçeriğinde En Sık Kullanılan İfadelerin dağılımına bakıldığında ilk sırayı beklendiği gibi keşif ve keşfetmek ifadelerinin aldığı görülmektedir. Anımsanacağı üzere arkeolojik bir keşfe ilişkin tema ve konular üst sıralarda çıkmaktaydı. Bu durumun doğal bir uzantısı olarak incelenen toplum 742 haberin 221’inde en sık yinelenen kavram-ifade olarak keşif ve keşfetmek ifadeleri çıkmıştır. Bu ifadelerin genel içindeki oranı ise %29,8 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuçlar da göstermektedir neredeyse her 3 haberden 1’inde keşif ve keşfetmek ifadeleri en sık kullanılan kavramlar olmuştur. Yine daha önce değinildiği gibi arkeolojinin keşfetmeyi hedeflemesi bu sonucun nedeni değildir. Arkeoloji haberciliği popüler olduğu, dikkat çektiği, ilgi uyandırdığı haberin pazarlanmasına katkı sağladığı için bu ifadeleri kullanmayı tercih etmiştir.

İlgili kategorinin ikinci sırasında yine popülerleştirme ve ilgi çekme adına yapılan bir başka uygulama veya yanlış bulunmaktadır. Metnin içeriğinde en sık yinelenen ikinci ifade veya kavram üstünlük belirten ifadeler olmuştur. Arkeoloji haberciliği 742 haberin 130’unda En iyi ve en büyük ifadelerini kullanmıştır. Genel içindeki oranı %17,5 olan bu ifadeler haberde ilgi çekicilik adına kullanılmıştır. İlgi çekicilik bir haber değer etmenidir. Bu haber değer etmenin varsayımı bir olay veya nesne ilgi çekiciyse onun haber olması ve hedef kitle tarafından tüketilmesi çok daha olasıdır. Bu noktada şöyle bir sorun ortaya çıkmaktadır: Ya ilgi çekici bir olay yoksa, bulunamamışsa. Bu durumda ne olacaktır? Doğal olarak her zaman ilgi çekici, dikkat çekici veya ilginç bir olay, değişme, gelişme olmayabilir veya haberci bunu bulamayabilir, buna ulaşamayabilir. Ne yazık ki bu durumda yapılan ilginç olmasa da eldeki olayı ilginç, ilgi çekici, dikkat çekici ve kimi zamanda önemli hale getirmektir. Bunun en kolay yolu ise en kullanarak bir sıfatın ulaşabileceği üst seviyeyi -bu seviye genelde en üst seviyedir-, o sıfatın gösterişini ifade etmektir. Bu doğrultuda arkeoloji haberlerinde en ifadesiyle iyi ve büyük sıfatları en üst seviyeye çıkartılmaya çalışılmıştır: En iyi kazı, en iyi eser, en büyük keşif, en büyük hazine, en büyük heykel.

Metnin içeriğinde en sık yinelenen ifadelerin dağılımında üçüncü sırada “tarihi eser” ifadesi yer almıştır. İncelenen 742 haberin 75’inde tarihi eser ifadesi kullanılmıştır. Bu ifadenin genel içindeki oranı ise %10,1 olarak tespit edilmiştir. Tarihi eser ifadesi ve bu ifadenin oranından daha önemli olan izleyen ifadelerdir. Tarihi eser ifadesinin

ardından gelen ifadeler tam da arkeoloji haberciliğinin sorunlarını ifade etmekte, hatta kanıtı olmaktadır. Tarihi eser ifadesinin hemen ardından gelen ifadeler “Altın arama”, “Turizm/turist” ve “Kaçak kazı”dır. Toplam 742 haberin 67’sinde bir diğer ifadeyle de %9’unda en sık kullanılan ifade “Altın arama” olmuştur. Öte yandan incelenen 67 haberin en sık yinelenen ifadesi ise “Turizm/turist”tir. Turizm ve turist ifadesinin en sık yinlendiği haberlerin oranı ise %7,8 olarak bulunmuştur. Kaçak kazı ifadesi ise 49 haberde ve %6,6 oranında en çok tekrar eden ifadeler olmuştur. Çalışmanın kuramsal bölümünde arkeoloji haberlerinin sorunları ve normatifi tartışmasında özellikle görüşme yapılan uzman, gazeteci ve bilim insanlarının uyarıları dile getirilmişti. Bu uzman, bilim insanı ve gazetecilerin ortak yanı arkeolojinin bir altın arama, define çıkarma uğraşı olmadığı, kaçak kazıların arkeolojik eserlere, belgelere en büyük zararı verdiği, bunların yok olmasına yol açtığı bu nedenle de her ne şekilde olursa olsun asla özendirilmemesi gerektiği ve son olarak da arkeolojinin bir turizm işi veya kaldırıcı olmadığıdır. Erdem’in de belirttiği gibi kaçakçı ya da kaçak kazı gibi ifadelerin zihinlerde normal kabul edilecek şekilde pozitif verilmemesi gerekir. Kaçakçılarla ilgi yapılan pozitif yayınlar, kaçakçılığı doğru bulan ya da öven birtakım yayınlar bulunmaktadır. Halkı yanlış bir şekilde bilgilendiren ve arkeolojik kazılardan altın çıktığını yazan gazete haberlerinin sıkça bulunması, insanları yanlış yönlendirmektedir. Arkeolojik kazıların altın bulmak için olmadığı belirtilmeli ve kaçak kazıcılar hakkında negatif bir şekilde yayın yapılmalıdır (Z. Erdem ile kişisel iletişim, 4 Nisan 2022). Bu durumu anlatan eden ifade ve kavramların bırakın sıklıkla yinelenmesi haberde geçmesinin daha risk ve tehlike olduğunun altı bir kez daha çizilmelidir.

Gazetelere göre haber metninde en sık kullanılan ifadelerin dağılımına ilişkin veriler aşağıdaki tabloda paylaşılmıştır.

Daha önce belirtildiği üzere haber metinlerinde en sık yinelenen ifade olarak Keşif ve keşfetmek tespit edilmişti. Toplam 221 haberde en çok kullanılan ifade olan Keşif ve keşfetmek ifadelerini en çok Sabah Gazetesi (n: 101) haberlerinde kullanmıştır. Sabah Gazetesinin ardından yakın oranlarla Hürriyet Gazetesi (n:61) ve Sözcü Gazetesi (n:59) gelmiştir. Yine en sık kullanılan ikinci ifade gurubu olan En iyi/En büyük ifadeleri toplam 130 kez haberlerde en çok kullanılan ifade gurubu olmuştur. İfade

grubunu Sabah Gazetesi 57 haberde, Hürriyet Gazetesi 37 haberde, Sözcü Gazetesi ise 36 haberde en sık yineleyerek kullanmışlardır. Altın arama ifadesi de sorunlu bir ifade olmasına karşın en sık kullanılan ifadelerden biri olmuştur. Toplam 67 kez haberde en sık yinelenen ifade olarak saptanan Altın arama ifadesini bu kez Hürriyet Gazetesi haberlerinde en sık kullanan gazete olmuştur. Hürriyet gazetesi altın arama ifadesini 26 haberinde en çok kullanırken bu sayı Sabah Gazetesi için 21, Sözcü Gazetesi için 20 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 21: Haber Metninin İçeriğinde En Sık Kullanılan İfadeler ve Gazete Adı Çapraz Tablosu

		Gazetenin Adı			Toplam
		Hürriyet	Sabah	Sözcü	
En sık kullanılan ifadeler	Keşif, Keşfetmek	61	101	59	221
	En iyi/ en büyük	37	57	36	130
	Kaçak kazı	14	23	12	49
	Altın arama	26	21	20	67
	Turizm/Turist	22	24	12	58
	Kaçakçı, Tarihi eser kaçakçısı	18	33	24	75
	Define	4	1	9	14
	Defineci	10	14	5	29
	Bilinç veya yanlış bilinç	3	4	4	11
	Kültürel varlıklar, miras	8	24	9	41
	Tarihi eser, Tarihi miras	5	5	5	15
	Koruma	7	5	11	23
	99	3	0	6	9
	Toplam	218	312	212	742

Turizm/Turist ifadeleri de haberlerde en sık yinelen ifadeler sıralamasında üst sıralarda yer almıştır. Toplam 58 haberde en sık kullanılan ifade olarak tespit edilen Turizm/Turist ifadeleri Sabah Gazetesinin 24 haberinde en sık kullanılan ifade olurken, yakın bir oranla Hürriyet Gazetesi 22, Sözcü Gazetesi ise 12 haberinde Turizm/Turist ifadelerini en sık kullanmışlardır. Konuyla ilgili dikkat çekici ve önemli bir diğer ifade de Kaçak kazı ifadesidir. İncelenen 49 haberde en sık kullanılan ifade olduğu tespit edilen ifadeyi en sık Sabah Gazetesi kullanmıştır. Sabah Gazetesinin 23

haberinde kaçak kazı ifadesinin en sık kullanılan ifade olduğu tespit edilmiştir. Bu sayı Hürriyet Gazetesi için 14, Sözcü Gazetesi içinse 12 olarak saptanmıştır.

4.10.7.4. Arkeoloji Haberlerinin Bilinçle İlişkisi

Arkeolojik haber metinlerinde daha önce değinildiği üzere sadece arkeolojiyle ilgili olay, olgu, değişme ve gelişmelerle ilgili bilgi verilmemelidir. Bunlarla birlikte arkeolojiyle ilgili sorular, sorunların çözümüne ilişkin öneriler, insanlarda, toplumda kültürel varlıklarla ilgili, kültürel mirasla ilgili farkındalık ve bilinç yaratmak da arkeoloji haberciliğini görev ve sorumlulukları arasında yer almaktadır. Kendisi de toplumsal bir kurum olan arkeoloji haberciliği bu anlamda işlevsel olmak zorundadır. Bu bağlamda arkeoloji haberlerdeki tema ve konuların bahsedilen bilinçle ilişkisi, bu bilincin inşasına katkısı araştırılmıştır. Konuyla ilgili ulaşılan veriler aşağıdaki tabloda sunulmuştur:

Tablo 22: Haber Metninde Bulunan Bilinç Türü

Metinde bulunan ilişki türü/ bilinç türü	Sayı	Yüzde
Kültürel tarihi varlıkların ve mirasın korunmasının desteklenmesi ve bunun öneminin belirtilmesi	157	21.2%
Haberlerde arkeolojik buluntuların memleketin tarihiyle alakalı olduğu, bunun bir kültürel miras olduğunun belirtilmesi	114	15.4%
Arkeolojik kazıların sadece turizm için yapılmadığının farkında olunması	86	11.6
Yok	378	50.9%
Toplam	742	100%

Arkeoloji haberlerinin metinlerinde yer alan tema veya işlenen konuların bilinç yaratma kapasitesi ve bilinçle ilişkisinin dağılımına bakıldığında ilk sırada “Kültürel tarihi varlıkların ve mirasın korunmasının desteklenmesi ve bunun önemi” temalı/konulu haberlerin yer aldığı görülmektedir. Kültürel tarihi varlıkların ve mirasın korunmasının desteklenmesi ve bunun önemi konulu/temalı haberlerin sayısı 157 genel içindeki oranı ise %21,2 olarak tespit edilmiştir. Bu kategoride ikinci sırada

ise “Haberlerde arkeolojik buluntuların memleketin tarihiyle alakalı olduğu, bunun bir kültürel miras olduğunun belirtilmesi” konulu/temalı haberler yer almıştır. Haberlerde arkeolojik buluntuların memleketin tarihiyle alakalı olduğu, bunun bir kültürel miras olduğunun belirtilmesi temalı/konulu haberlerin sayısı ise 114, yüzdelik cinsinden oranı ise %15,4 olarak bulunmuştur. Haberlerde arkeolojik buluntuların memleketin tarihiyle alakalı olduğu, bunun bir kültürel miras olduğunun belirtilmesi konulu/temalı haberleri “Arkeolojik kazıların sadece turizm için yapılmadığının farkında olunması” konulu/temalı haberler izlemiştir. Arkeolojik kazıların sadece turizm için yapılmadığının farkında olunması konulu/temalı haberlerin sayısı ise 86, oranı ise %11,6’dır. Tüm bu sonuçlardan daha önemli ve hatta daha korkutucu olanı herhangi bir biçimde bilinçle ilişkisi olmayan haberlerin sayısı ve oranıdır. Tam 378 haber, yani incelenen haberlerin yarıdan fazlası bilince dair, farkındalık oluşturmaya dair bir diğer ifadeyse toplumsal sorumluluklarına dair bir konu veya tema paylaşmamıştır. Bu durum da arkeoloji haberlerine yönelik eleştirilerin ne denli haklılık payına sahip olduğunu gözler önüne sermektedir.

Tablo 23: Haber Metninde Bulunan Bilinç Türü ve Gazete Adı Çapraz Tablosu

		Gazetenin Adı			Toplam
		Hürriyet	Sabah	Sözcü	
Bilinç türü	Kültürel tarihi varlıkların ve mirasın korunmasının desteklenmesi ve bunun öneminin belirtilmesi	52	70	35	157
	Haberlerde arkeolojik buluntuların memleketin tarihiyle alakalı olduğu, bunun bir kültürel miras olduğunun belirtilmesi	34	45	35	114
	Arkeolojik kazıların sadece turizm için yapılmadığının farkında olunması	21	38	27	86
	Yok/Belirtilmemiş	111	159	115	385
Toplam		218	312	212	742

Gazetelere göre haber metninde bulunan bilinç türünün dağılımına bakıldığında 157 kez tespit edilen “Kültürel tarihi varlıkların ve mirasın korunmasının desteklenmesi ve bunun öneminin belirtilmesi” şeklindeki bilinç türü Sabah Gazetesi’nde 70 kez, Hürriyet Gazetesi’nde 52 kez, Sözcü Gazetesi’nde ise 35 kez haberlerde yinelenmiştir. Yine 114 kez saptanan “Haberlerde arkeolojik buluntuların memleketin tarihiyle alakalı olduğu, bunun bir kültürel miras olduğunun belirtilmesi” şeklindeki bilinç türü Sabah Gazetesi’nin 45, Sözcü Gazetesi’nin 35, Hürriyet Gazetesi’nin ise 34 haberinde aktarılmıştır. “Arkeolojik kazıların sadece turizm için yapılmadığının farkında olunması” şeklinde ifade edilen son bilinç türü ise 86 kez tespit edilmiştir. Bu bilinç türünün Gazetelere göre dağılımı ise şu şekilde saptanmıştır: Sabah Gazetesi 38 haber, Sözcü Gazetesi 27 haber, Hürriyet Gazetesi ise 21 haberde bu bilinç türünü okurlarına aktarmıştır.

4.10.7.5. Arkeoloji Haberlerinde Bilinç İnşasına Katkı

Bir önceki tabloda tartışılmış olan arkeoloji haberlerinin bilinç ve farkındalık oluşuma katkısı bu kez haber metinleriyle bilinç inşasına nasıl etki ettikleri şeklinde saptanmaya çalışılmıştır. Arkeolojik haberlerdeki bilinç inşasında kullanılıp kullanılmadığı, ne şekilde katkı yaptığına ilişkin verileri aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

Tablo 24: Arkeoloji Haberlerinde Bilinç İnşasına Katkı

Bilinç İnşasına katkı	Sayı	Yüzde
Nötr	351	46%
Olumsuz	227	30.6%
Olumlu	164	22.1%
Toplam	742	100%

Arkeolojik haberlerdeki bilinç inşası ve arkeoloji haberlerinin sağlıklı bir bilinç ya da yanlış bir bilinçlenme oluşmasındaki etkisine cevap arandığında metinlerin çoğunun istenen ölçüde sağlıklı bir bilinç oluşmasına yardımcı olmadığı görülmüştür. Buna göre haberler arasında sağlıklı bir bilinç ve yanlış bilinçlendirme içermeyen metinlerin oranının %46 (n:351) olduğu görülmüştür. Bunun yanında olumsuz

ifadelerin %30,6 (n:227) oranında yer aldığı görülmüştür. Başka bir ifadeyle örneğin metinler, eylemin yasal sonuçlarına ve cezalarına değinmeksizin ve ayrıca rastgele madencilik gibi bilinçsizce yapılan eylemlere yer vermeksizin tarihi eser kaçakçılarının haberlerini yayımlayan yanlış bilinçlendirmeyi içermektedir. Haberlerde %22,1 (n: 164) oranında ise olumlu ifadeler yer verilmiştir. Bu ifadelerin çoğu kazı alanlarının korunması, ziyaret sırasında buraların korunması ile ilgili yönlendirici bilgilendirme ve buraların bütün insanlığın malı olduğu konularına değinmeden kazı alanları ile ilgili tarihi anlatım şeklinde yer almıştır.

Tablo 25: Arkeoloji Haberlerinde Bilinç İnşasına Katkı ve Gazete Adı Çapraz Tablosu

		Gazetenin Adı			Toplam
		Hürriyet	Sabah	Sözcü	
Bilinç inşasına katkı	Olumlu	47	65	52	164
	Olumsuz	76	102	49	227
	Nötr	95	145	111	351
Toplam		218	312	212	742

Arkeoloji haberlerinde bilinç inşasına katkının gazetelere göre dağılımına bakıldığında olumlu katkı bağlamında ilk sırası Sabah Gazetesi'nin aldığı görülmektedir. Sabah Gazetesi bilinç inşasına 65 haberde olumlu katkı sağlarken 102 haberde olumsuz etki etmiş ve 145 haberde nötr kalmıştır. Sözcü Gazetesi ise 52 haberde olumlu katkı sunmuş, 49 haberde bilinç inşasını olumsuz yönde etkilemiş, 111 haberinde ise nötr bir çizgi izlemiştir. Hürriyet Gazetesi ise 47 haberiyle bilinç inşasına olumlu bir biçimde desteklemiş, ancak 76 haberinde söz konusu inşayı negatif yönde etkilemiş, 95 haberinde ise nötr kalmıştır. Her üç gazeteye bakıldığında sadece Sözcü Gazetesi'nin Olumlu katkılarının olumsuz etkilerinden fazla olduğu görülmekte, diğer iki gazetenin ne yazık ki olumsuz etkileri olumlu katkılarından daha fazla olmuştur. Bu noktada bir değerlendirme de gazetelerin nötr kalmalarına yönelik yapılmalıdır. Gazetelerin nötr kaldığı haber sayıları neredeyse olumlu ve olumsuz etki yaptıkları haber sayılarının toplamı kadardır. Nötr kalan haberler ve sayıları belki olumlu olarak değerlendirilebilir. Ancak medyanın arkeoloji, kültür tarihinin, kültür mirasının

korunması gibi konularda bilinç ve farkındalık oluşturma gibi bir sorumluluğu bulunduğu anımsandığında nötr haberlerin incelenen gazeteler için çok da olumlu bir uygulama olarak değerlendirilemeyeceği de belirtilmelidir.

4.10.7.6. Haber Metninde Yanlış Bilinç İnşa Eden Temalar

Yapılan incelemede haber metninde yanlış bilinç inşa eden temalarla karşılaşılmıştır. Arkeoloji haberciliğine yönelik eleştiriler, arkeoloji haberciliğinin sorunları yanlış bilinç inşasını işaret etmiştir. Yanlış bilinç inşa eden haberdeki temalar şu şekilde sıralanmıştır: Sadece kazının sonuçlarının verilmesi veya ön plana çıkartılması, Kazıda bulunanların maddi değerinin verilmesi, Kazıda bulunanlar arasında sadece altın olanların verilmesi veya ön plana çıkartılması, Bulunan, yakalanan ve satılan eserlerin maddi değerinin değil tarihsel, kültürel ve arkeolojik değerinin vurgulanması, Kaçakçıların kaçırdıklarının maddi değerinin verilmesi, Yakalananların maddi değerinin verilmesi, Kaçakçıların kaçırdıklarının arasında sadece altın olanların verilmesi veya ön plana çıkartılması, Haberin konusu ne olursa olsun uzman kullanılmaması, Yakalananlar arasında sadece altın olanların verilmesi veya ön plana çıkartılması, Abartılı olmayan ifadeler kullanılması, Kültürel-tarihi varlıkların ve mirasın korunmasının desteklenmesi, Bulunan, kaçırılan veya satılan objenin bir kültür varlığı olduğunun anlatılması, Meslek jargonu kullanmadan halkın anlayabileceği şekilde yazılması, Haberde verilen bilgilerin uzmanlarından alınması, Arkeolojinin altın aramak ya da bulmak olmadığının anlatılması, Kaçakçıların ve definecilerin yakalansa bile az ceza alması, Kaçakçıların ve definecilerin yakalanamaması, Kazıları destekleyenleri/sponsorları tanıtmak, madde katkılarını belirtmek, Kaçakçılığı, defineciliği, kaçak kazıları ve tahribatı önlemeye yönelik uyarılar yapılması, Çok fazla meslek jargonu kullanılması ve bunların açıklanmaması.

Kültür endüstrisi ve yanlış bilinç inşası arkeoloji haberlerine dair incelenen haberlerde, işlenen farklı temalar ve bu temaların dağılımı aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Haber metninde kültür endüstrisi ve yanlış bilinç inşası temasına yönelik dağılım incelendiğinde en sık kullanılan tema 198 haberde yer alan Sadece kazının sonuçlarının verilmesi veya ön plana çıkartılması teması olmuştur. İncelenen tüm haberlerin ¼'nünden fazlası (%26,7) sadece ve sadece kazı sonuçlarını vermiş veya

kazı sonuçlarını haberin ağırlık merkezi haline getirmiştir. Daha önce değinildiği üzere bilgi süreci, seçilmiş denetlenmiş düzenlenmiş içerikler olan enformasyon ise sonucu verir. Bu açıdan bakıldığında arkeoloji haberleri bilgi yerine enformasyon vermektedirler.

Tablo 26: Haber Metninde Kültür Endüstrisi ve Yanlış Bilinç İnşası Teması

Metinde kültür endüstrisi ve yanlış bilinç inşası teması	Sayı	Yüzde
Sadece kazının sonuçlarının verilmesi veya ön plana çıkartılması	198	26.7%
Kazıda bulunanların maddi değerinin verilmesi	126	17.0%
Kazıda bulunanlar arasında sadece altın olanların verilmesi veya ön plana çıkartılması	100	13.5%
Bulunan, yakalanan ve satılan eserlerin tarihsel, kültürel ve arkeolojik değerinin değil maddi değerinin vurgulanması	63	8.5%
Kaçakçıların kaçırdıklarının maddi değerinin verilmesi	49	6.6%
Yakalananların maddi değerinin verilmesi	44	5.9%
Kaçakçıların kaçırdıklarının arasında sadece altın olanların verilmesi veya ön plana çıkartılması	43	5.8%
Haberin konusu ne olursa olsun uzman kullanılmaması	27	3.6%
Yakalananlar arasında sadece altın olanların verilmesi veya ön plana çıkartılması	14	1.9%
Abartılı olmayan ifadeler kullanılması	13	1.8%
Yok	12	1.6%
Kültürel-tarihi varlıkların ve mirasın korunmasının desteklenmesi	11	1.5%
Bulunan, kaçırılan veya satılan objenin bir kültür varlığı olduğunun anlatılması	9	1.2%
Meslek jargonu kullanmadan halkın anlayabileceği şekilde yazılması	7	0.9%
Haberde verilen bilgilerin uzmanlarından alınması	7	0.9%
Arkeolojinin altın aramak ya da bulmak olmadığını anlatılması	6	0.8%
Kaçakçıların ve definecilerin yakalansa bile az ceza alması	4	0.5%
Kaçakçıların ve definecilerin yakalanamaması	3	0.4%
Kazıları destekleyenleri/sponsorları tanıtmak, madde katkılarını belirtmek	2	0.3%
Kaçakçılığı, defineciliği, kaçak kazıları ve tahribatı önlemeye yönelik uyarılar yapılması	2	0.3%
Çok fazla meslek jargonu kullanılması ve bunların açıklanmaması	2	0.3%
Toplam	742	100%

Dağılımın ikinci sırasında yine arkeoloji haberciliğinin bir başka sorunu yer almaktadır. İncelenen 126 haberde “Kazıda bulunanların maddi değerinin verilmesi” temasıyla karşılaşmıştır. Genel içinde %17’lik bir orana sahip olan bu tema daha önce de birkaç kez tartışılmış olan yanlış uygulamalardan bir tanesidir. Arkeolojinin altın çıkarmak olduğunu, arkeolojik kazıyla altın çıkartıldığını vurgulayan “Kazıda bulunanlar arasında sadece altın olanların verilmesi veya ön plana çıkartılması” teması üçüncü sırada yer almıştır. Bu temalı haberlerin sayısı 100 oranı ise %13,5 olarak tespit edilmiştir. “Bulunan, yakalanan ve satılan eserlerin tarihsel, kültürel ve arkeolojik değerinin değil maddi değerinin vurgulanması” temalı haberlerin sayısı 63, oranı ise %8,5, “Kaçakçıların kaçırdıklarının maddi değerinin verilmesi” temalı haberlerin sayısı 49, oranı ise %6,6, “Kaçakçıların kaçırdıklarının arasında sadece altın olanların verilmesi veya ön plana çıkartılması” temalı haberlerin sayısı ise 43, oranı ise %5,8 olarak bulunmuştur.

Arkeoloji haberleri toplumda arkeolojiye yönelik bir bilinç yaratmada kullanılabilir, hatta kullanılmalıdır. Ancak bunu sağlamak doğru, geçerli, güvenilir bilgi vermekle, basitleştirmeden, bayağılaştırmadan konuyu halkın anlayabileceği şekilde vermekle mümkündür. Yani yanlış, eksik, hatalı, ilgisiz, algılayamayacağı, anlamayacağı tarz ve üslupta bilgi verilirse halkın düşüncesinde yanlış imajlar oluşabilir. Örneğin, bütün arkeologlar altın arıyorlar gibi yanlış algıların oluşmaması için arkeologların ne aradığı, aradığının neden altından da kıymetli olduğu bilgisinin verilmesi gerekmektedir (Z. Erdem ile kişisel iletişim, 4 Nisan 2022).

4.11. Yapılandırılmış Görüşmeden Elde Edilen Bulgular

Bulgular “STEM” adı verilen tek tema altında verilmiştir. Temalara göre başlıklar belirtilip görüşme sorularına verilen cevaplar tablolar hâlinde aşağıda belirtilmiştir. Bu tema başlığı altında on beş kategori ele alınmıştır. Bu kategorilere göre bulgular sunulmuş ve kategoriler ilgili tablolarda verilmiştir.

Tablo 27: “Sizce medyada yeterince arkeoloji haberi yer alıyor mu?” sorusuna ilişkin katılımcı görüşleri

Katılımcı	Evet	Hayır
Erdem	✓	
Yenişehirlioğlu	✓	
Erbil	✓	
Eren	✓	
Murat	✓	
Mustafa	✓	
Korkmaz	✓	

Katılımcılardan Prof. Zeynep Erdem medyada arkeoloji haberlerinin sıkça yer aldığını belirtmiş ve düşüncelerini “Son yıllarında arkeoloji haberleri yer almaktadır. Zira kazılar ve araştırmalarını arttırınca tabii ki de arkeoloji yer alır ve kazı başkanları tanıtım yapmayı istiyorlar. Bunun bir yanı turizm tanıklıkla ve turizm gelsin antik kent gezesi ister, bunun dolayısıyla medya da ilgi gösterir. Yani çok öne ilgi var, ama pek çok haberlerde doğru çıkmıyor biraz popüler böyle flaş başlıklar isteniyor bazen, açıksa daha bilimsel haberler her zaman çıkmıyor.” (Erdem, 2022) şeklinde ifade etmiştir.

Diğer katılımcılar ise şöyle demektedir: “Son zamanlarda çok arttı eskiden öyle değildir, ama şunlar yeterince yer almaktadır.” (Eren, 2022). “Tabii ben arkeoloji sektöründe bir akademisyen olarak diyebilirim ki yapılan haberler, arkeolojinin bilimin ürettikleri veya Anadolu’nun zengin geçmişiyle alakalı yapılan çalışmalarla ilgili değil yeterince, bana göre değil. Ama burada daha önemli bir konu yapılan haberin niteliği, yani arkeoloji haberi niteliği olarak çok olumlu bir gözlemin söz konusu değil.” (Murat, 2022). “Evet, yeni buluntular konusunda haberler yer alıyor.” (Yenişehirlioğlu, 2022).

Katılımcılardan Prof. Dr. Mustafa ise konuyla ilgili düşüncelerini “Evet Türkiye konumu itibarıyla arkeolojinin cenneti diyebileceğimiz bir noktada. Özellikle son yıllarda Kültür ve Turizm Bakanlığının Müzeler Genel Müdürlüğü kazılara vermiş olduğu destek ve bu destek yanında Türk tarihinin kurumu TTK’nın da yapmış olduğu katkılarla birlikte Türkiye’deki kazı araştırmaları çok ciddi anlamda bir potansiyel

kazandı. Bunu sonucu olarak da ne kadar çalışma olursa o kadar yeni buluntular ve bu buluntulara bağlı olarak yeni haberler medyada basında çıkmaya başladı. Özellikle son yıllardaki buluntuları medyada büyük bir ilgiyle karşılanıyor ve bunları kamuoyu ile mutlaka paylaşıyor.” (Mustafa, 2022) şeklinde ifade etmiştir.

Tablo 28: “Arkeoloji haberlerinin sunumunu nasıl değerlendiriyorsunuz? Yani sayfada yer aldığı konumu, büyüklüğü, görselleştirilmesi yeterli midir?” sorusuna ilişkin katılımcı görüşleri

Arkeoloji haberlerinin sunumu			
Katılımcı	Haberin aldığı konumu	Haberin büyüklüğü	Haberin Görselleştirilmesi
Erdem	✓		
Yenişehirlioğlu	✓		
Erbil	✓		
Eren	✓	✓	
Murat			✓
Mustafa			✓
Korkmaz	✓		

Katılımcılardan Prof. Dr. Zeynep Erdem, düşüncelerini “Arkeoloji haberleri; kültür varlıkların korunması konusunda, farkındalık oluşturma üzerine, yani kaçakçılığı, tahribatı ve kaçak kazıları önlemek için halkı daha çok bilinçlendirmeli. Yani cinayet haberleri kadar önemli görülmesi de arkeoloji de vardır. Son yıllar daha iyice televizyonda konunun uzmanı konuşuyorsa doğru buluyorum. Yani o kazıyı yapan hoca ya da profesör konuşuyorsa o zaman insanlar doğru bilgilenmiş oluyor. Yoksa herhangi biri anlatılırsa yanlış bilgiler veriyor ve yanlış yönlendiriyor. Bu sebeple uzmanı anlatmalı.” (Erdem, 2022) şeklinde ifade etmiştir.

Diğer katılımcılar ise düşüncelerini “Genellikle medyada kazı haberleri yayınlanıyor. Ama tabii bilimsel olarak arkeolojiden ziyade turizmle bağlantı olarak haber yapılmıyor. Örneğin, Göbekli Tepe olgusu, tartışmalar hariç genel olarak bir geçmiş bilinci sağlamamaktadır.” (Eren, 2022). “Bence değil. Konumu, büyüklüğü, görselleştirilmesine durumlar üzerine basına yansıyan arkeoloji ilgisi teknik olarak

yetersiz ve şu öne çıkıyor, mutlaka bir şekilde orada gazetecilik yapılıyor. Öncelikle o çalışmanın özünün basit anlatılması gerekir. Bu kazı başkanı, kazı çalışanları, kazıya hâkim arkeoloji disiplinindeki arkadaşlarımızla bir doğrudan teması olması gerekir. Çünkü veriyi yorumlayan onlar olduğunu için. Bu şekilde daha nitelikli haberler yapabilir.” (Murat, 2022) şeklinde ifade etmiştir.

Katılımcılardan Prof. Dr. Filiz Yenişehirlioğlu, “Genellikle bir fotoğrafla beraber veriliyor. Önemine göre çok büyük değil ama dikkat çeken bir yere konuyor.” (Yenişehirlioğlu, 2022) şeklinde ifade etmiştir.

Diğer katılımcılar ise düşüncelerini “Şöyle ki basındaki arkadaşlarımız konuyu aktarma becerisiyle alakalı. Hani konu ne kadar ilginçse yeni bir buluntu ne kadar ilgi çekiciyse onlar da tabi bu haberleri ilk sayfalarında verdikleri değer ölçüsünde değerlendiriyorlar. Bizim açımızdan her buluntu çok önemli, bilimsel anlamda sonuçlara ulaştığı için. Bizim için bu konudaki her haber ilk haber anlamı taşıyor ama medya açısı çok farklı oluyor.” (Mustafa, 2022). “Hiç ölçeği düşünmeden, yani bir haber yayımlandığı zaman büyüklüğüne dikkat çekmiyor. Bazı gazetelerde yeterli ama bazılarında fotoğraflarda kusurlar vardır.” (Korkmaz, 2022) şeklinde ifade etmiştir.

Tablo 29: “Genel olarak bakıldığında arkeoloji konulu haberlerin en büyük sorunları nelerdir?” sorusuna ilişkin katılımcı görüşleri

Katılımcı							
	<i>Erdem</i>	<i>Yenişehirlioğlu</i>	<i>Erbil</i>	<i>Eren</i>	<i>Murat</i>	<i>Mustafa</i>	<i>Korkmaz</i>
Kaçakçılarla ilgili	✓			✓	✓	✓	
Meta anlamı yüklemesi				✓	✓		
Bilgisiyle ilgili		✓					✓
Uzmanla ilgili	✓		✓			✓	

Katılımcılardan Doç. Kenan Eren düşüncelerini “İçerik anlayışı çoğu zamanda içeriği anlamıyor muhabirler. Orada olanı biteni anlamadan okuyanların hoşuna gidecek yerleri varsa ön plana çıkarıyorlar. Böylelikle yanlış bilgi verme ya da yanlış bir imaj oluşturulur. Orada var olan gerçeğe ilgilisi olmayan sansasyonel olduğunu düşündüklerini hep işte dönüştürüyorlar.” (Eren, 2022) şeklinde ifade etmiştir.

Diğer katılımcılar ise düşüncelerini “Dedektör reklamları ve kaçakçılarla ilgili yapılan pozitif yayınlar, kaçakçılığı doğru bulan ya da öven birtakım yayınlar var ve yanlış yayınlar, o halde halkın yanlış bir şekilde bilgilendiren ve arkeoloji kazılardan altın çıktığını yazan gazete küpürleri, bunlar yanlış yönlendiriyor insanları. Arkeoloji kazıları altın bulmak için değil onun için olmamalı ve kaçakçı kazıcılar hakkında negatif bir şekilde yayın yapılmalı.” (Erdem, 2022). “Haberin niteliği, örneğin kazılar başladı veya bitti ya da en eski şu bulundu, bu bulundu. Yani oradaki bir sıfat yükleme ya da çıkan objelerin, yapıların her neyse arkeolojik kazılarda bulunanlara meta anlamı yükleme, yani değer biçme var. Değer derken sanki en eskiyle çok değerli, başka bir şey özelliğiyle çok önemli, halbuki bizim için arkeoloji alanıyla ilgilenen uzmanlar için, akademisyen için önemli olan bu buluntuların verdiği veridir; verdiği belgeye kadar değerlidir. Yani yeri gelir bir metal değerli olan bir altın obje dense, bir seramik parçası esasında o tabaka içinde ilk olarak o coğrafyada gözlemlenmiş bir belge ticareti ilişki ortaya koyar. Nitelik açısından çok daha değerlidir. Fakat hep böyle bir meta değeri olarak bir anlam yükleme ve bunu manşetlere taşıma anlayışı içerisinde oluyorlar maalesef.” (Murat, 2022). “İçerik çok kısa oluyor ve okuyucuyu yeterince bilgilendirmiyor.” (Yenişehirlioğlu, 2022) şeklinde ifade etmiştir.

Katılımcılardan Prof. Dr. Ertekin Mustafa “Kaçakçılıkla ilgili haberlerin olumsuz, daha doğrusu abartılarak verilmesi gerçeğe alakalı olmayan haberlerin işlenmesi büyük bir problem. Basında etkileşimimizin içeriğinde şöyle bir problem var; bu gibi haberler yapılırken mutlaka gerekli izin alınmış olması gerekiyor. Çünkü gerekli izin alınmadan yapılan haberler hem kazı alanlarını, çalışanları ve uzun vadede kültür varlığını olumsuz yönde etkileyebilir, yanlış haber çıkabilir. Gazete haberlerinde, haber yapılmadan öncesi ilgili haberin doğruyla alakalı kişilerle sorularla birebir görüşüp onlardan bilgi alması önemli.” (Mustafa, 2022). Dr. Zafer Korkmaz ise “Önceki yıllarda çok sorunlar vardı. Ama son on beş yıl içerisinde bu sorunlar

azaldı. Önceki haberlere baktığımızda genelde mesela çıkan ürünlerin kıymeti verilirken onun yerine şimdi arkeolojik önemi ve değerine ilişkin haberler çıkıyor. Önceden hep maddi vurgu yaparlardı, şimdi ise bu terk edilmeye başladı ve olması gerektiği gibi kültürel değerinden söz edilir oldu.” (Korkmaz, 2022) şeklinde ifade etmiştir.

Bir diğer katılımcı olan Ömer Erbil ise düşüncelerini “Arkeoloji haberlerinin en büyük sorunları, bilinçsiz haber oluşturma sorunumuz var, yani değer biçmek ona değer atfetmek, bir değer rakam koyduğumuz zaman sanki daha değerli oluşacak gibi. Defineciye hizmet eden, defineciyi destekleyen, kaçak kazıları, yurtdışına yapılan kaçakçılığa hizmet eden bu üsluptan aslında Türk basınının kaçınması gerekiyor. Basınımızın uzmanına danışmadan haber yapmak gibi bir alışkanlığı var. Bizim meslektaşlarımızın oradaki büyük sorunu şu; Klasik Dönem arkeolojisinde bulunmuş bir eseri Neolitiğe ya da Osmanlı tarihçisine sormamalı, yani o eseri uzmanının bulup gerekli cevapları aldıktan sonra yazmak gerekiyor. Çünkü arkeoloji gerçekten bilgi isteyen bir alan. Mesela ben İstanbul Üniversitesinden tarih bölümü mezunuyum, aynı zamanda arkeoloji dersleri aldım. Aldığım dersleri çok kullandım meslek hayatımda ama bu eğitimler yeterli değildir. Ben arkeolojik tüm gelişmeleri, dünyadaki gelişmeleri takip ediyorum, her gün kendimi yeniliyorum aslında, yeni makalelerle yeni yazılarla... Bir de arkeoloji tek bir disiplin değil, yani arkeolojide çok farklı disiplinler var. Mimarlık da jeofizik de zooloji de kemik uzmanlığı da dilbilimi de ortak çalışılan alanlar. Arkeoloji veya arkeologlar tek başına analiz yapmak için yeterli değildir. Arkeologlar iyi maaş alıyorlar ve işçiden çok terzi nakışçı gibi çalışıyorlar. Ama başka alanlardan da faydalanabilir. Jeofizikçiler bunu yapıyor. Hazırlık sırasında muhabirlerin kime soru soracağını bilmesi gerekir. Yani eserler, kültür ve arkeolojik buluntular var. Ancak arkeologlardan bu keşifle ilgili aldığımız bilgiler yeterli değildir.” şeklinde ifade etmiştir.

Tablo 30: “Bugüne değin herhangi bir haberci sizden arkeoloji konulu bir haber için yardım istedi mi?” sorusuna ilişkin katılımcı görüşleri

Arkeoloji haberleri ilgili habercilerin arkeologlardan yardım istemesi		
Katılımcı	Evet	Hayır
Erdem	✓	
Yenişehirlioğlu		✓
Erbil	✓	
Eren		✓
Murat	✓	
Mustafa	✓	
Korkmaz	✓	

Katılımcılar düşüncelerini “Evet, geçen senelerde istemişti, Hürriyet gazetesi bir röportaj için yapmıştır ve yazlı bilgiler verdim ve sonuçta doğru çıkmıştı.” (Erdem, 2022). “Doğrudan değil ama genel olarak konuyu araştıran gazetecilerle konuştum ama asıl önemli olan yerel temastı ve aramızda çok fazla diyalog yoktu. Çünkü genel olarak bilimsel bir bilgi yok o yüzden direkt olmasın diyorum.” (Eren, 2022) şeklinde ifade etmiştir.

Katılımcılardan Prof. Hüseyin Murat düşüncelerini “Elbette Burhaniye şehrinde 2017'den beri kazı yapılıyor, yerleşim var, yerleşimin altında şehir var. Daha önce çalışılmamış bir yerleşim yeri ve tabi ki bilgi var, sorumluluklar var, bir de günlük hayat var. Sorunlar var, dolayısıyla yaptığımız işi oradaki (çevredeki) yerlerde farkındalık yaratacak şekilde sunmak zorundayız. Yani her zaman gazetecilerin ilgisini çekmek zorundayız, çünkü böyle bir şey var. Canlı uzlaşma, bu farkındalık hedefine mümkün olduğunca dikkat etmeye çalışıyoruz, kendi deneyimim ilk yıllarda izin almak ve raporlamaktır. Etkinliğe gelenler için gazetecilere açıklamalar yapıyoruz, onlar da gerekli bilgi ve fotoğrafları alıyorlar. Ancak ertesi gün veya ertesi hafta bir gazete veya dergide haberini gördüğümde, değişikliklerin söylediklerimizin dışında veya az önce bahsettiğimiz yanlış odaklamadan kaynaklandığını gördüm. Belli bir noktadan sonra yeni arkadaşları gezdirmek ve mümkün olduğunca yeni yorumları paylaşmak, bunlar aynı zamanda Kültür Bakanlığı'nın izniyle yapılan haber çalışmalarıdır. Daha sonra görsel malzemeyi yazılı olarak aktarıyorlar. Yazılı materyali

elden teslim ettiklerinde de çok fazla kaymıyor, ondan alıyorlar ve geri döndüklerinde haberleri kullanıyorlar. Ama bu şekilde olmamalı. Bir de bir bakıma biz onların işini üstleniyoruz, aslında onlar bir sorun bulduklarında ya da önemli bir şey bulduklarında bunu profesyonel anlamda iyi yapıyorlar. Mesela ben genel kamuoyu için medyaya girersem belki teknik kalırım ve onların ilgisini kaybederim.” (Murat, 2022) şeklinde ifade etmiştir.

Başka bir katılımcı düşüncesini “Çok, çok yoğun olarak basınla etkileşim hâlindeyiz. Hem ulusal hem de yerel basında çok sık sıkla başvurular oluyor, medyayla iyi bir ilişkimiz var. Özellikle kazı alanında yerel ve ulusal basınla iyi etkileşimimiz sayesinde onlar bizden direkt haber alıp öyle yayınlanmayı tercih ederler.” (Mustafa, 2022) şeklinde ifade etmiştir.

Bir diğer katılımcı olan Ömer Erbil ise düşüncelerini “Evet, tabii onlar bir buluntu keşfettiğinde bunun haber olmasını ister. Kültür Bakanlığı ya da bürokrattan talep ilgilenen herkes için bunu yazabilir misiniz, ya da yurt dışına giden bir çalışmayla ilgili yazı yazma talebi var, bazen bakanlıktan ufak tefek şikayetler geliyor ya da bilim insanları, araştırmak için bunları bu şekilde karşılamaya çalışıyoruz.” şeklinde ifade etmiştir.

Tablo 31: “Genel olarak bakıldığında Arkeoloji haberlerinde, baş vurulan uzmanın görüşü doğru yansıtılıyor mu?” sorusuna ilişkin katılımcı görüşleri

Arkeoloji haberlerinde uzmanın görüşünün yansıtılması			
Katılımcı	Yansıtılır	Bazen	Yansıtılmaz
Erdem			✓
Yenişehirlioğlu	✓		
Erbil	✓		
Eren		✓	
Murat	✓		
Mustafa	✓		
Korkmaz	✓		

Katılımcılardan Prof. Dr. Zeynep Erdem düşüncelerini “Uzmanı doğru söyler, oysa ki haberler bazen çarpıtıyor, yani haberi gazeteci istediği gibi çeviriyor. Yani

istediği gibi yazılıyor, tam doğru yazan çok az. Örneğin Milliyet, Cumhuriyet gazeteleri iyi bir şekilde yazıyor. Sosyal medyadaki (Instagram) Arkeoloji Haber doğru bilgi veriyor, ama yerel basın, küçük gazeteler veya dergiler bunları bazen büyütüyor veya çarpıtıyor. Ama her halde uzman doğru söyler, kazı başkanları veya kazı yapanlar ve araştırma yapanlar doğru bilgi veriyor ama gazeteciler onu istediği gibi çeviriyor. Çünkü sansasyonel olması önemli gazeteciler için... Popüler veya sansasyonel, ses getirerek halkın heyecanlanması istenmektedir.” (Erdem, 2022) şeklinde ifade etmiştir.

Katılımcılardan Doç. Kenan Eren düşüncelerini “Nadiren, yani arkeologlara yazdırılıyorlar, en azından tarihleri yanlış olması diye yazdırılıyor. Ama yine de doğruları yansıtmıyor, zira onun sebebi habercilerden değil, arkeologlardan kaynaklanıyor. Arkeologlar da reklam kısmına ağırlık veriyor, yeni her iki tarafta da problem vardır. Arkeologlar da satmaya çalışıyorlar yaptıkları işi tanıtmayı değil. Yani o zaman sansasyonel ön plana çıkıyor, hatta ön plana çıkarması gerekenleri büyük kısmında turizm olarak çıkarıyorlar bunu. Bu yanlış bir şeydir.” (Eren, 2022) şeklinde ifade etmiştir.

Diğer katılımcılar ise düşüncelerini “Evet ama asıl odaktan kopabiliyorlar, bazen fazlasıyla anlam yükleme yapıyorlar. Hatta belli kazı başkanı hocalarımıza belli zorluklar çıkarıyorlar. Bu haberlerin ardından belki bakanlıktan olsun, genel müdürden olsun aynı şekilde geri dönüş alıyorlar. Kendilerinin beyanlarının öyle olmadığını ispat etmeleri gerekiyor. Tabii yoğunlukla belli bir odağa bağlı haber sunumu çabası içerisinde oluyor ama dediğim gibi netlik hep atlanıyor.” (Murat, 2022); “Büyük yoğunlukla yansıtılır, ama bazen yanlış anlayabiliyorlar. Eğer direkt uzmanla görüşmüşlerse, bizlerle görüşmüşlerse kazı sorumlularıyla görüşmüşlerse daha net haberler ortaya çıkar.” (Mustafa, 2022); “Genelde doğru yansıtılıyor, buluntuları yazıyorlar, kendilerinden bir şey katmıyorlardır.” (Korkmaz, 2022) şeklinde ifade etmiştir.

Bir diğer katılımcı olan Ömer Erbil ise düşüncelerini “Haber demek hız demek, özellikle iletişimin de hızlı olduğu, telefonun bilgisayarın bu kadar hayatımızda içinde olduğu bir dönemde... Yani eskiyle kıyaslandığında müthiş bir hız var. Yarışmak zorunda olduğumuz inanılmaz bir rekabet ortamı var. Çünkü eskiden sadece gazeteciler rakibinizdi, şimdi telefon yeni bir rakibimiz oldu. Mesela sosyal

medya hesabından tweet yazdığın bir bilgi ile sizin haberiniz bir anda çöp olabilir. Bu yüzden bir hız söz konusu habercilikte. Fakat şu hataya düşmemek gerekiyor, ben düşmüyorum ama düşen arkadaşlarımı çok, ilk önce ben vereyim duygusu ile haberin tam anlamı ile toparlamadan haberin bütün unsurları oluşmadan haber yapılabilir. Bir de iletişim dünyasında iyi bir haber metni hazırlamadan bu haberi ben vereyim duygusuyla haber yapan burada da çok hataya düşer. Çünkü ertesi gün o haber farklı ortaya çıktığında ya da yalan olduğunda güvenilirliği riske atıyorsun. Gazeteci için en önemli şeyi güvenilir olmaktır, haber kaynağın için de okuyucu açısından da... Bu yüzden bir haber hazırlanırken her tarafı ile dört dörtlük olması gerekir. Bu yüzden de kime, Kültür Bakanlığı'na ihtiyacınız var, Vakıflar Genel Müdürlüğü'ne ihtiyacınız var. Haberine göre değişir bu, ama mutlaka üniversitelerdeki bilim insanlarına ihtiyacımız var yani az önce anlattığımı nedenlerle... Disiplinler arası çalışmak lazım ki siz haberi hazırlarken bile yanlış düşmeyin. O yüzden üniversiteler, STK'lar, tabii Arkeologlar Derneği, Mimarlar Odası gibi birtakım sivil toplum kuruluşlarına ihtiyacınız oluyor. Ben çok resmî bilgiler, gayri resmî bilgiler alırım. Üniversitedeki hocalarla mutlaka görüşürüm.” şeklinde ifade etmiştir.

Tablo 32: “Arkeoloji haberi yazacak olan bir habercinin hangi nitelikleri taşıması

Arkeoloji haberlerinde habercinin nitelikleri							
Katılımcı							
	<i>Erdem</i>	<i>Yenişehirlioğlu</i>	<i>Erbil</i>	<i>Eren</i>	<i>Murat</i>	<i>Mustafa</i>	<i>Korkmaz</i>
Tarih bilmesi	✓	✓	✓	✓	✓		✓
Arkeolojiye hâkim olması		✓	✓		✓	✓	
Diyalog kurması	✓		✓	✓			
Maddi değerini sormaması				✓			
Analiz edebilmesi				✓			

gerekir?” sorusuna ilişkin katılımcı görüşler

Katılımcılardan Prof. Dr. Zeynep Erdem düşüncelerini “Konu hakkında bilgi edinilmesi, biraz okuma gerekir. Mesela Göbeklitepe yapıyorsunuz diyelim, Göbeklitepe hakkında bilgi edinmesi gerek, sonra oraya gidip gerçek kazıyı yapan yani o konuda çalışan uzmanla görüşmesi gerek. Haberi yazarak size verirse iyi olur. Çünkü bazen kelimeleri yanlış duyarak yazabilirsiniz, sonuçta sizin alanınız değil. Yani gazeteci geliyor benim söylediğimi yanlış yazıyor, çünkü terminoloji vb. bilmiyor. Gazetecinin diyalog kurması, röportaj yapan kişinin uzmanla iletişim kurması gerekli, bir yandan da haberler yayımlanmadan uzmanı okuyup bakması lazım ve kontrol edilmesi gerek.” (Erdem, 2022) şeklinde ifade etmiştir.

Katılımcılardan Doç. Dr. Kenan Eren ise düşüncelerini “Tarih bilmesi, genel olarak tarih bilmesi, Anadolu kültürü tarih bilmesi lazım ki, söylenen havada kalsın. Tamamen tarihi bilmesi gerekli, bu çok önemli. Bunun maddi değeri nedir diye direkt sormaması gerekiyor. Arkeolojiyi değerlendirirken bu bir hazine avıdır düşüncesiyle gelmemesi gerekiyor.” (Eren, 2022) şeklinde ifade etmiştir.

Diğer katılımcılar düşüncelerini “Arkeolojiye hâkim olması gerekiyor. Yani arkeolojideki güncel çalışmaları takip etmesi gerekiyor. Hangi çalışmalar hangi amaçla yapılıyor, bunları hepsine hâkim olması ve çalışmaları gerçekleştiren akademisyenlerle irtibatlı olması gerekiyor. İkincisi şu dönemi başladı, bitti ya da en eski bulundu ya da en değeri şöyle gibi, düşünceleri ve yargıyı kafasından atmayı gerekiyor. Aksine oradaki esas önemin çalışmaların sunduğu veriler olduğunu bir şekilde öğrenmesi gerekiyor ki, yaptığı çalışmasında dışa yansıtılsın. Camiaya biraz hâkim olması, takip etmesi önemli, neyin ne için yapıldığını içselleştirmesi gerekiyor.” (Murat, 2022); “Kültür varlığının korunmasıyla ilgi haberleri yansıtması tercihimizdir.” (Mustafa, 2022); “O konuda uzmanlaşması gerekir.” (Korkmaz, 2022) şeklinde ifade etmiştir.

Bir diğer katılımcı Ömer Erbil ise düşüncelerini “Öncelikle gazetecinin niteliklerini sayalım, sonra arkeolojiye dönelim. Bir gazeteci, bir sefer çok iyi analiz edebilmeli, bir konuyu çok iyi araştırmalı, duyduğunu değil öğrendiğini, araştırdığını ortaya çıkardığını yazmalı. Tabii ki iyi yazabilmeli, konuşabilmeli, iyi iletişim kurmalı, yani iletişim bizim işimizin asıl unsuru... Yani telefonla konuşurken bile karşısındakine güven vermeli. Haber aslanın ağzında değil, haberi aslanın midesinden çıkarabilmeniz için sizin çok iyi bir iletişiminizin olması lazım. Yani bu insanlar neden

başkasına değil sana versin bilgiyi? Bunu vermesini sağlayacak gazetecinin özellikleri bulunmalı, bir gazeteci için olmazsa olmaz şart bu. Böyle ben duyduğumu yazarım, öyle bir şey değil bu. Mesleği sürdürebilmesi iyi bir iletişim kurmasına bağlıdır. Haber kaynağından çok uzaklaşırsan donarsın, çok yaklaşırsan yanarsın. Haber kaynağına ne çok yaklaşıacaksın ne de uzak düşman olacaksın. Onun bir çizgisi vardır, o çizgiyi kaçırmayacaksın. Arkeolojiye gelince bu alanda yazacak arkadaşların bir sefer arkeoloji haberleri ile temel kavramları mutlaka öğrenmesi lazım. Yani klasik arkeoloji, Neolitik gibi neler var, neye ihtiyaç var, hangi gelişmeler var, mutlaka bunları takip etmelidir. Baştan sona klasik arkeoloji ya da Neolitik bilecek diye bir şey yok ama temel prensipleri bilmeli. Mutlaka arkeoloji haberleri yapan, dünyadaki gelişmeleri takip etmeli, bilim insanlarıyla, STK'lar, Kültür Bakanlığı personeliyle mutlaka iletişim kurması gerekir. Arkeoloji bir derya, onun altında da bir başka bambaşka bir hayat var. Bu hayatı yakından takip etmesi gerekir, arkeoloji haberleri yapacak arkadaşların.” şeklinde ifade etmiştir.

Katılımcılardan Prof. Dr. Hüseyin Murat düşüncelerini “Haber niteliği nedir, oradaki çalışma neyi hedefliyor, güncel anlamda yeni yorumlar getirmiş mi? Buna odaklanmak gerekiyor ve üretme dinamiği esasında yeni bir ses getirdi mi, ona bakmak gerek. O kültürel sürece yeni yorumlar getirmiş olmalıdır. Yani objeyi metalaştırmaması gerekir. Obje, yorum için bir araçtır.” (Murat, 2022) şeklinde ifade etmiştir.

Diğer katılımcılar ise düşüncelerini “Bir kere görsel olmalıdır. Resimler, doğru bilgi çok önemli, çarpıtılmış bilgi olmamalı, o objenin ne anlam taşıdığı, neden kıymetli olduğu, bu anlatılmalıdır. Bütün arkeolojik objelerin eşit olarak önemli olduğu; heykel, mozaik gibi objelerin hepsinin aynı değerde olduğu belirtilmelidir. Doğru haber verilmesi, halkın bilinçlendirmesi, kaçak kazılar yapılmaması, dedektör kullanılmaması gibi hususları halkın beynine yerleştirmeli.” (Erdem, 2022) şeklinde ifade etmiştir.

Tablo 33: “Arkeoloji haberlerinde dikkat edilmesi gereken unsurlar nedir? İdeal bir arkeoloji haberi nasıl olmalıdır?” sorusuna ilişkin katılımcı görüşleri

Arkeoloji haberlerinde dikkat edilmesi gereken unsurlar							
Katılımcı							
	<i>Erdem</i>	<i>Yenişehirlioğlu</i>	<i>Erbil</i>	<i>Eren</i>	<i>Murat</i>	<i>Mustafa</i>	<i>Korkmaz</i>
Kaçak kazılar	✓			✓			
Doğru bilgi	✓		✓			✓	✓
Doğru kaynağa ulaşmak						✓	
Meta anlamı yüklemek		✓	✓	✓	✓		✓
Uzman görüşlerinin yansıtılması			✓				
Arkeolojiyle ilgili yeni çalışmalar ve dergileri takip etmeli	✓		✓				

Katılımcılardan Doç. Dr. Kenan Eren düşüncelerini “Kaçak kazıların verdiği zararın yansıtılmasına önem verilmeli, o çok göz ardı ediliyor. Turizm için yapılmadığına dikkat etmek, örneğin yeni heykel bulduk hiç anlamı yok, aslında bu işin turist gelmesi için yapılmadığının biraz altını çizmek lazım. Arkeologlar toprağını, yaşadığın yerin geçmişini araştırmaktadır. Yani güzel bir şey çıkartılsa turist geldiyse tamam, ama onun için yapmıyoruz bu iş. En büyük problem budur. İdeal bir arkeoloji haberi düşünerek verilmeli, bilgiye dayalı olarak yazılmalı. Çünkü çoğu zaman hem bilgi eksik ve yanlış hem de üzerine düşünmeden sadece böyle bir sansasyonel iki cümle ortaya atılarak yapılıyor.” (Eren, 2022) şeklinde ifade etmiştir.

Diğer katılımcıların ise düşünceleri şöyledir: “Haberler, buluntuların hangi dönemden ise dönemiyle olan kültürel ve toplumsal ilişkisini anlatacak biçimde kültürel antropolojiye önem verilerek sunulmalıdır.” (Yenişehirlioğlu, 2022) “Doğru kaynağa ulaşmak, doğru kişilerle görüşmek ve ilgili görsellerin doğru ve net, can alıcı bir şekilde kamuoyuyla paylaşılması önemlidir.” (Mustafa, 2022) “Ne bulunduğunu tam bir şekilde anlatması yeterlidir. Maddi vurgu yapmadan veya kendisinden bir şey katmadan, sadece kültürel değeri anlatması gerekir.” (Korkmaz, 2022).



SONUÇ

İnsan tabiatı gereği bir yazar ya da okuyucu değil, bir konuşmacı ve dinleyicidir. Gelişiminin okur-yazarlık dönemi, evrimsel zaman anlamında sadece bir başlangıçtır. İnsanın konuşması, bugüne kadar kültürel mirasın korunmasında önemli bir etken olmuştur. İnsan bilinci ile düşünce tarihi arasında güçlü bir ilişki bulunmaktadır. İnsan bilincinin doğasını, kayda geçmiş tarihî olgulardan daha çok çevresel faktörler belirlemiştir.

Son çeyrek asırda kitle iletişim araçları, giderek artan bir şekilde kamu kültürünü şekillendirmektedir. Birçok insan için medya, bilimsel konulardaki tek kaynaktır. Bununla birlikte, bazı arkeologların medyaya yaklaşması, yanlış bir varsayıma dayanmaktadır. Ancak artan medya ilgisi, mutlaka aynı oranda konuya olan kamu ilgisini artırmaz ve otomatik olarak konunun daha fazla kabul edilmesini sağlamaz. Artan bilgi, izleyicinin aslında daha eleştirel olduğu anlamına gelmektedir (Kohring, 2005, 218; Nowotny 2004b; Weingart, 2004, 18). Ancak bu durum kimsenin cesaretini kırmamalıdır. Artan medya varlığı, arkeolojiye büyük ölçüde onay ve aynı zamanda eleştiri de dâhil olmak üzere kamuoyunun daha fazla dikkatini çekmektedir. Medya, konunun mitleriyle daha gerçekçi bir kamuoyu değerlendirmesine yol açabilir.

Arkeolojiyle ilgili haberler sayı ve nitelik olarak eskiye nazaran oldukça artmıştır, alana ilişkin haberler medyada yeterince yer almaktadır. Daha önemli olan konu ise yapılan haberin niteliğinin yani arkeoloji haberi niteliği olarak çok olumlu bir gözlemin söz konusu olmamasıdır (H. Murat ile kişisel iletişim, 13Nisan 2022). İdeal bir arkeoloji haberi Eren'in de vurguladığı gibi bilgiye dayalı olarak yazılmalıdır. Çünkü çoğu zaman hem eksik ve yanlış bilgiyle hem de üzerine düşünülmeden sadece sansasyonel bir iki cümle ortaya atılarak haber yapılmaktadır (K. Eren ile kişisel iletişim, 5 Nisan 2022). Medyada arkeoloji haberlerinde öncekine göre daha fazla ilgi olsa da haberlerin pek çoğunun doğru olmadığı yönünde bir kuşku ve algı da ne yazık ki hala bulunmaktadır.

Bu çalışmada, 1 Ocak 2022 ile 31 Aralık 2022 tarihleri arasında Türkiye'de yayımlanan Hürriyet, Sabah ve Sözcü gazetelerinin internet sitelerinde yer alan arkeoloji konulu haberler incelenerek gazetelerdeki arkeoloji haberlerinin nasıl bir kültür oluşturduğu ve yansıttığı araştırılmıştır. Araştırma sürecinde, gazetelerin internet sitelerinde yayınlanan tüm arkeoloji haberleri dikkate alınmıştır. Haberlerin

içerikleri ve sunum şekilleri analiz edilerek hangi tür bilgilerin vurgulandığı, haberlerin nasıl bir dil ve üslupla yazıldığı, arkeolojinin nasıl bir imajla sunulduğu gibi faktörler incelenmiştir. Toplamda 742 haber incelenmiş, bu haberlerin içerikleri ile ilgili olarak en yüksek oran %24,8 ile arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme ve %18,5 ile buluntunun maddi değeri hakkında olduğu görülmüştür. Bu oranlar, arkeoloji hakkında yapılan haberlerin mevsimsel haberler kategorisinde olduğunu ortaya koymuştur. Buna bağlı olarak haberlerin en çok yayımlandığı aylar Ağustos ve Ekim ayları arasındır. Özellikle kazı çalışmalarının genellikle yaz aylarında gerçekleştirildiği ve bu dönemde arkeoloji haberlerinin daha fazla yayımlandığı belirlenmiştir. Mevsimsel haberlerin varlığı, arkeoloji alanında yapılan kazılar ve araştırmaların yoğunlukla belirli bir döneme denk gelmesinden kaynaklanmaktadır. Bu dönemlerde arkeoloji alanında çalışanlar, kazı alanlarında aktif olarak çalışmalar yapmakta ve elde ettikleri buluntularla ilgili haberler paylaşmaktadır. Dolayısıyla, bu aylar arkeoloji haberlerinin yayılmasının arttığı bir dönem olarak öne çıkmaktadır.

Yapılan analizlerde, incelenen haber başlıkları arasında en yüksek oranın %27,6 ile arkeolojik bölgelerin keşfinden bahsettiği tespit edilmiştir. Bu başlıklar, yeni arkeolojik buluntuların ortaya çıkarılması, kazı alanlarında yapılan keşifler ve tarihi eserlerin keşfedilmesi gibi konuları içermektedir. Diğer yandan, haber başlıklarında en düşük oranın %0,3 ile kaçakçılarla ilgili yakalama ve yargılamadan bahsettiği belirlenmiştir. Bu başlıklar, arkeolojik eser kaçakçılığıyla mücadele eden güvenlik güçlerinin operasyonları, kaçakçıların yakalanması ve yargılanması gibi konuları kapsamaktadır. Ayrıca, haber başlıklarında %0,8 oranıyla ziyaretçilerin kazı alanlarında yapması ve yapmaması gerekenler / ziyaretçilere öneriler hakkında başlıkların yer aldığı gözlemlenmiştir. Bu tür başlıklar, ziyaretçilerin arkeolojik alanlara saygılı davranmaları, koruma kurallarına uymaları ve kazı alanlarındaki hassas alanlara zarar vermemeleri gibi konuları ele almaktadır. Bu veriler, arkeoloji haberlerinde farklı konu başlıklarının farklı oranlarda yer aldığını göstermektedir. Arkeolojik keşiflerin haber değeri taşıdığı ve kaçakçılıkla mücadele gibi güvenlik konularının da bazen yer aldığı belirlenirken, ziyaretçilere yönelik önerilerin ise daha az vurgulandığı görülmektedir. Bu bilgiler, arkeoloji haberlerinin içerik çeşitliliğini ve hangi konuların daha fazla ön plana çıktığını anlamamızı sağlamaktadır.

Analiz sonuçlarına dayanarak, haberlerin sunum biçiminin bilgilendirici olmaktan uzak olduğu tespit edilmiştir. Haberlerde buluntuların topluma faydası ve keşfin önemi gibi konuların anlatılmasında yetersizlikler olduğu gözlemlenmiştir. Gazetelerin hala daha çekici bulunan başlıklar tercih ettiği ve bu başlıkların genellikle buluntunun yaşı ve dikkat çekici özelliği üzerine odaklandığı belirlenmiştir. Gazetecilikte devam eden eski bir hastalık olarak tanımlanan bu durum, haberlerin etkileyici bir şekilde sunulmasını ön plana çıkarmaktadır. Örneğin, “5000 yıllık heykel bulundu” gibi bir başlık, okuyucuların dikkatini daha çok çekmektedir. Ancak bu tür başlıklar, buluntunun toplum için taşıdığı değerleri ve keşfin önemini yeterince aktarmamaktadır. Haberlerin sunumunda, buluntuların topluma faydaları, tarihsel ve kültürel önemi gibi unsurların daha iyi bir şekilde vurgulanması gerekmektedir. Haberlerde kullanılan dilin, okuyucunun anlayabileceği bir şekilde bilgilendirici ve bilinçlendirici olması önemlidir. Bu şekilde, toplumun arkeolojik keşiflere ve kültürel mirasa olan ilgisinin artırılması ve yanlış bilinçlerin düzeltilmesi sağlanabilir.

Verilerin analizi sonucunda, arkeolojik haberlerde kullanılan görsellerin ana temaları belirlenmiştir. Bu analize göre, görsellerin %30,6'sında buluntunun maddi değeri, %14,8'inde arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme, %0,7'sinde kültürel varlıkların korunması için öneriler ve %3,6'sında ziyaretçilere yönelik öneriler yer almaktadır. Görsellerde en çok yer verilen kişiler ise %15,5 ile kazı yerini temsil eden kişiler ve %12,3 ile kazı başkanı veya başkan yardımcısıdır. Diğer yandan, %0,04'ün altında polis tarafından yakalanan arkeolojik eserlerin ve %0,01'in altında hiçbir görselin yer almadığı haberler de tespit edilmiştir. Bu verilere dayanarak, Türk toplumunun görsel hafızasının güçlü olduğu ve haberlerin altında görsellerle birlikte özetleyici bir şekilde yazılması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Batı'da yazı daha çok ön plana çıkarken, Türkiye'de görsellerin daha fazla dikkat çektiği ve okunduğu belirtilmektedir. Bu nedenle, arkeoloji yazarlarının görsellerin altına haberleri özetleyici şekilde yazmaları önemlidir, çünkü Türk toplumu görsel mesajları daha kolay şekilde anlamlandırma eğilimindedir.

Arkeolojik haberlerde en sık kullanılan ifadeler incelendiğinde, %29,8 ile “keşif” ve “keşfetmek” ifadelerinin en yaygın olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra, %17,5 ile “en iyi” veya “en büyük” gibi ifadeler ve %10,1 ile “kaçakçı” ve “tarihi eser” ifadelerinin sıkça kullanıldığı belirlenmiştir. Öte yandan, en az kullanılan

ifadeler arasında %3,1 ile “koruma” ve %1,5 ile “bilinç” ifadeleri yer almaktadır. Bu verilere dayanarak, arkeolojik haberlerin çekici olmak için abartılı veya gerçekle ilgisi olmayan ifadeler kullanmadan sunulması önemlidir. Ayrıca, kaçakçılık veya kaçak kazı gibi ifadelerin normal veya pozitif bir şekilde sunulmaması gerektiği vurgulanmalıdır. Bazı yayınlar kaçakçılığı onaylayan veya öven bir tavır sergileyebilmektedir. Bu tür yanlış bilgilendiren yayınlar, insanları yanıltma potansiyeline sahiptir. Arkeolojik kazıların altın bulmak amacıyla yapılmadığı ve kaçak kazıcılara yönelik olumsuz bir tutum sergilenmesi gerektiği vurgulanmalıdır.

İncelenen haberlerden çıkan verilere göre, haber metinlerinde en etkili unsur olarak kazı başkanının %26,7 oranında kullanıldığı belirlenmiştir. Bu, haberlerin etki gücünün büyük ölçüde kazı başkanının ifadelerine bağlı olduğunu göstermektedir. Bürokratların etkisi %0,4 ve uzman/arkeologların etkisi ise %5,1 oranında daha düşük bulunmuştur. Bu veriler, bu tür haberlerde kazı başkanının söylemlerinin önemli bir rol oynadığını ve haberlerin etkisini belirlediğini göstermektedir.

Değerlendirmeye alınan haberlerin bir kısmında %11,6 ise arkeolojik çalışmaların sadece turizm açısından önemli olduğunu vurgulayan ifadelere rastlanmıştır. Sonuç olarak, araştırma göstermektedir ki arkeolojik haber metinleri, Bilinçsiz haber oluşturma sorunu, arkeoloji haberlerinin en büyük sorunlarından biridir. Haberlerde antik eserlere değer biçme ve rakamsal bir değer atfetme eğilimi, kaçakçıların ve definecilerin ilgisini çekebilecek bir etki yaratabilmektedir. Bu nedenle, gazeteciler ve kurumlar bu tarz yaklaşımlardan kaçınmalı ve daha dikkatli bir şekilde haberler sunmalıdır.

Araştırmada, arkeolojik haberlerde çapraz tablo analiz edildiği verilere göre Çalışmada haberlerin yer alan ana temasına göre analiz edildiğinde haberlerin Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme %30,9 unda, %14,8 Buluntunun maddi değeriyle ilgili, %11,9 Kazıyla ilgili- Kazı mevsiminin başlaması ve bitmesi,% 0,7 Kültürel varlıkların korunması için öneriler en düşük oranı olaraktır. Gazetelere baktığımızda, Hürriyet %9, Sabah %13,2, Sözcü %8,6 oranında haberlerin Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme ön plan çıkarmıştır. Bu gazetelerin aynı oranlar buluntunun maddi değeriyle ilgili haberlerdeki oranlarıyla da örtüşmektedir. Haber bir arkeolojik keşfin duyurusunu veya bir arkeolojik sezonun başladığı haberini en yüksek oranda açıklamaktadır. Diğer yandan Araştırmada görsel yer alan kişilerine göre analiz

edildiğinde, haberlerin %15,5 Kazı yeri, %9,2 Siyasetçiler/Politikacılar, %12,3 Kazı başkanı/Başkan yardımcısı yer alan yayımlanmıştır. Görselde yer alan kişiler Gazetelerinde ilişkinin kişinin kendisinin önemine, yani ifadelerinden değil kişiden alınan değere odaklandığını ve bunun haber metninde yer alan siyasetçiler karakterinin varlığı veya kazının başkanının varlığı ile kanıtlandığını görülmektedir. Yani bilginin değeri ve kültürel mirasla bağlantıları daha önemli değildir. Gazetelere baktığımızda, Hürriyet gazetesinde ise %3,6 Kazı başkanı/Başkan yardımcısı, Sabah gazetesinde ise %4,9 Siyasetçiler/Politikacılar, Sözcü’de ise %4,3 Kültür ve Turizm Bakanlığı Yetkilisi oranında haberlerin yüksek seviyesidir.

Araştırmada metnin içeriğinin konusuna göre analiz edildiğinde, haberlerin %18,5 Buluntunun maddi değeri, %24,8 Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme konu edinen haber yayımlanmıştır, Gazetelerin Arkeoloji haberlerine bakış açısını yansıtması açısından Kültürel varlıkların korunması için öneriler ilgili haberler %2,4 gibi çok düşük bir seviyede kalmıştır. İzlediğimiz metnin içerisinde söz konusu gazetelerde %10,6 oranında Kazıyla ilgili Kazı mevsiminin başlaması ve bitmesi konu edinen haber yayımlanmıştır. Gazetelere baktığımızda Hürriyet gazetesinde ise %7,7 Sabah gazetesinde ise %9,8, Sözcü’de ise %7,3 Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirmesiyle ilgili ön plana çıkarmıştır. Gazeteye göre yayınlanan haberin metin içeriğinde, yani görsel, başlık veya metnin taşıdığı temel fikir oranlarının birbirine yakın olduğu görülmektedir. Başka bir ifadeyle haber, haber bir arkeolojik keşfin duyurusunu veya bir arkeolojik sezonun başladığı haberini en yüksek oranda açıklamaktadır.

Arkeoloji haberleri, toplumda arkeolojiye yönelik farkındalık ve kültür oluşturmak için önemli bir araçtır ve hatta kullanılmalıdır. Bunun için doğru, geçerli ve güvenilir bilgiler sunulmalı, konuyla ilgili uzmanlarla görüşülerek bilgi edinilmeli ve halkın anlayabileceği bir dille aktarılmalıdır. Konuyu basitleştirmeden, maddi değere vurgu yapmadan ve bayağılaştırmadan sunmak önemlidir. Yanlış, eksik, hatalı, ilgisiz veya anlaşılamayacak bir tarzda bilgi verilirse, halkın zihinlerinde yanlış imajlar oluşabilir. Gazeteciler, her arkeolojik objenin bir kültür varlığı olduğunu ve bu kültür varlıklarının toplumun ortak malı ve ülkenin hazinesi olduğunu bilmeli ve haberlerinde bunu vurgulamalıdır. Arkeolojik buluntuların ülkenin tarihiyle ilişkili olduğu ve kültürel değer taşıdığı konusunda haberler oluşturulmalıdır.

KAYNAKÇA

- Abbas, A. (2002). *A Short History Of Archaeology*. Saudi Arabia: Faisal Pres.
- Alemdar, K. (2019). *Herkes İçin Gazetecilik*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Alkhudari, M. (2019). *The Relationship between the history of Arts and Archeology*. Jordan.
- Alver, F. (2011). *Gazetecilik Bilimi ve Kuramları*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Arif, R. (2022). *Haber*. Kahire: Anglo Yayınevi.
- Aşkın, A. (2017). *Eleştirel Ekonomi Politik Yaklaşım Çerçevesinde Sosyal Medya ve Dijital Emek Sömürüsü*. Edirne: IBANESS Congress Series.
- Atabek, N. (1994). Gazetecilikte Tarafsızlık. *Marmara İletişim Dergisi*, 7, 23-36.
- Aytaçlar, N. (2014). “Değişen Arkeoloji”, Arkeoloji ve Sosyal Bilimlerin Multidisipliner Çalışmaları. “Değişen Arkeoloji”. *Arkeoloji ve Teorik Arkeoloji Grubu-Türkiye Toplantısı Bildirileri, TAG-Türkiye*, 63-70.
- Başaran. (2019). *1929-1946 Tarihleri Arasında Cumhuriyet Gazetesinde Yayılanmış Arkeoloji İçerikli Haberlerin Bir Değerlendirmesi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Bowman. (2016). *Cultural Studies and Slavoj Žižek*. New Cultural Studies.
- Brian, F. (1996). *Introduction to the Oxford Companion to Archaeology*. New York: Oxford University Pres.
- Bruce G., T. (1991). Archaeology and epistemology: Dialoguing across the Darwinian chasm. 1-34.
- Bütün, O. (n.d.). Söyleşi Notları; Türkiye’de Arkeoloji Yayıncılığı ve Geleceği. 1. *Teorik Arkeoloji Grubu-Türkiye Toplantısı Bildirileri, TAG-Türkiye*, 155-158.
- C. Leonard, W. (1961). *Digging up the Past, Harmonds worth*. Penguin.
- Camille, P. (1999). *Mummy Dearest: Archaeology is Unfairly Maligned by Trendy Academics*. Wall Street Journal.
- Çebi, M. S. (1996). Medyada Haber Seçiminin Teorik Boyutları- Ampirik Haber Seçimi Görüşleri Üzerine Bir Deneme. *Bilig*, 247-269.
- Cezar, M. (1995). *Sanatta Batıya Açılım ve Osman Hamdi*. Aksoy Vakfı Yayınları.
- Civeleker, M. (2017). *Türkiye’de 2002 Sonrası Basında Yaşanan Dönüşüm: 2002-2015 Seçim Dönemlerindeki Yayınların Karşılaştırılması*. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Clive, O. (2002). *A Dictionary of Archaeology*. Massachusetts: Blackwell Publisher.

- Çomakçı, D. (2023). *Medya ve Siyaset İlişkisinin Haber Söylemine Yansıması: 31 Mart 2019 Ankara Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimi*. Ankara: Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Cornelius, H. (2016). *Archaeology is a Brand The Meaning of Archaeology in Contemporary Popular Culture*. London: Routledge.
- Cottle, S. (2023). *Media Organization and Production*. London: Sage.
- Danial, G. (1981). *A Short History of Archaeology*. London: Thames and Hudson.
- Daniel, G. (1975). *A Hundred and Fifty Years of Archaeology*. London: Duckworth.
- David, C. (1973). *Archaeology, The Loss of Innocence*. Antiquity. Dictionary Cambridge. (n.d.). Retrieved from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/archaeology>
- Dinçer, B. (2014). Basında Arkeoloji Geyik Muhabbeti Nereye Kadar” Değişen Arkeoloji. 1. Teorik Arkeoloji Grubu-Türkiye Toplantısı Bildirileri, TAG-Türkiye, 159-165.
- Dolunay, Y. (2022). *İntihar Haberlerinin Medyada Sunumundaki Etik Sorunlar: Siyanür ile İntihar Haberleri*. Ankara: Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Domingo, D. Q. (2008). Participatory Journalism Practices in the Media and Beyond. *Journalism Practice*, 326-342.
- Dursun, Ç. (2004). *Haber, Hakikat ve İktidar İlişkisi*. Ankara: Elips Kitap.
- Dursun, Ç. (2005). *Haber ve Habercilik/Gazetecilik Üzerine Düşünmek, Gazetecilik ve Habercilik*. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- E., W. T. (2012). *Conceptions of Culture: What Multicultural*. Rowman ve Littlefield Publisher.
- Engelke, K. M. (2019). Online Participatory Journalism: A Systematic Literature Review. *Media and Communication*, 31-44.
- Erbil, Ö. (2022). *Türkiye’de Arkeoloji Haberciliği*. İstanbul.
- Erdem, E. (2004). *İki Dünya Arasında Yakalanan Bir Osmanlı Arkeologu, Osman Hamdi Bey 1842-1910. Balkanlar ve Anadolu’da Arkeoloji, Antropoloji ve Miras*. İstanbul: İsis Pres.
- Erdem, Z. (2022). *Türkiye’de Arkeoloji Haberciliği*. İstanbul.
- Erdur, O. (2003). *Yeni Arkeolojiden Türkiye’de Eleştiriye Güven” Arkeoloji, Niye? Nasıl? Ne İçin?* İstanbul: Ege Yayınları.
- Eren, K. (2022). *Türkiye’de Arkeoloji Haberciliği*. İstanbul.

- Forgacs, G. a. (1985). *Introduction In Selections of Cultural Writing Cambridge*. Massachusetts: Harvard University Pres.
- Gabriel, M. (2017). *Key Concepts in Public Archaeology*. London: UCL Pres.
- Gaillard, P. (1991). *Gazetecilik*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Girgin, A. (2003). *Yazılı Basında Haber ve Habercilik "Etik"*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Girgin, A. (2009). *Türkiye 'de Yerel Basın*. İstanbul: DER Yayınları.
- Grahame, C. (1993). *A Path to Prehistory, Cited in Brian Fagan's Grahame Clark: An Intellectual Biography of an Archaeologist*. Westview Pres.
- Hall, S. (1996). *Kültür, Medya İdeolojik Etki. Medya İktidar İdeoloji (içinde)*. Ankara: Ark Yayınları.
- Hanitzsch, T. (2014). *HanNews Production: Theory and Conceptual Framework Generic and Conflict Influences on the News Production Process*. Munich: Ludwig Maximilian University.
- Harrison, J. (2006). *News*. NewYork: Routledge.
- Hurst, D. (1989). *Archaeology*. Holt: Rinehart and Winston.
- Indiana, J. (1989). *Indiana Jones and the Last Crusade. Screenplay by Jeff Boam, story by George Lucas and Menno Meyje*.
- İrvan, S. (2014). *Medya Kültür Siyaset*. Ankara: Pharmakon Yayınevi.
- J. Ong, W. (2014). *Sözlü ve Yazılı Kültür*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Johnstone, J. (1982). Review Essay: Who Controls the News. *American Journal of Sociology*, 1174-1181.
- Jules Barbey, A. (1891). *The Truth of Masks Intentions, The Works of Oscar Wilde*. London: Edited by Lamb.
- Kathleen, K. (1956). *Beginning in Archaeology*. London: Phoenix House.
- Kent, F. (1982). *The golden Marshalltown: A parable for the archeology of the 1980s*. American Anthropologist.
- Khaldoun, I. (1992). *Introduction the first part*. Beirut: Riyadh Alsluh.
- Kohring, M. (2004). *Die Wissenschaft des Wissenschaftsjournalismu*.
- Kristeva, J. (1986). Word, dialogue and novel. T. Moi (ed.). *Basil Blackwell*, 24-33.
- Küçük Özyiğit, U. (2016). Teknolojiyle Hızlanan Haber Akışı ve Bir Haber Değeri Unsuru Olarak Güncelliğin Dönüşümü. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 86-95.

- Lull, J. (2018). *İletişim Çağında Kültür*. Ankara: Hece Yayınları.
- Lynn, M. (1998). "Introduction: Archaeology matters" *Archaeology Under Fire*. London: Routledge Pres.
- Mansel, A. (1948). *Halil Edhem ve İstanbul Müzeleri, Halil Edhem Hatıra Kitaplarında Cilt II*. Ankara: Türk Tarih Kurumu.
- Margaret, M. (1961). *First steps in archaeology*. Antiquity.
- McQuail, D. (2002). *McQuail's Media & Mass Communication Theory*. United Kingdom: Sage Publications.
- Mohammed, A. (1996). *The Archeology Between Theory And Practice*. Almadbul Printing.
- Molotch, H. (1974). *News as Purposive Behavior: On the Strategic Use of Routine Events, Accidents, and Scandals*. American Sociological Review.
- Müller, C. (n.d.). Forschungskritik und ein Alternativvorschlag. *SciencePop. Wissenschaftsjournalismus zwischen PR und Forschungskritik*, 161-183.
- Norşenli, N. (2015). *Haber Değeri Açısından Türkiye'de Basın Eğitim Konulu Haber İçeriği*. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- O'connor, A. (1989). The Problem of American Cultural Studies. *Critical Studies in Mass Communication*, 405-413.
- O'Neill, J. (1998). *Piyasada Gazetecilik Yapmak, Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Ogan, A. (1949). *Türk Müzeciliğinin 100. Yıl Dönümü*. Türkiye Turing ve Otomobil Derneği.
- Özdemir, A. (2001). *19. Yüzyıldan Tek Parti Dönemi Sonuna Türk Arkeolojisi Tarihi*. İstanbul.
- Özdoğan, M. (1998). "Türkiye'de İdeoloji ve Arkeoloji" *Archeology Under Fire: Nationalism, Politics and Heritage in the Eastern Mediterranean and Middle East*. London: Routledge.
- Özdoğan, M. (2001). *Türkiye'de Tehlike Altındaki Kültür Varlıkları, Türkiye'de Risk Altındaki Doğal ve Kültürel Mira*. İstanbul: TAÇ Vakfı.
- Özdoğan, M. (2006). "Türkiye'de Arkeoloji" *Arkeolojinin Politikası ve Politik Bir Araç Olarak Arkeoloji*. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Özgen, A. (2019, 9 30). *Arkeoloji ve Medya İlişkisi: Bir Gazetecilik Portresi Olarak*. Retrieved from <https://www.cumhuriyet.com.tr/yazarlar/ozgen-acar/basin-ve-arkeoloji%E2%80%A61713495>

- Özgen, A. (2020). *Basın ve Arkeoloji*. Retrieved from <https://saratprojesi.com/tr/kaynaklar/saratin-dosyasi/arkeoloji-ve-medya-iliskisi-bir-gazetecilik-portresi-olarak-ozgen-acar>
- Pakalın, M. (1971). *Osmanlı Tarih Deyimleri ve Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Millî Eğitim Basımevi.
- Paul, B. (1989). *Bluff your way through archaeology*. London: Egmont House.
- Peter L., D. (1999). *Field Archaeology: An Introduction*. London: UCL Press.
- Peters, H. a. (1995). Medientraining für Wissenschaftler. Zu einem im Forschungszentrum Jülich erprobten Konzept. *Publizistik*, 208-226.
- Pettigrew, T. (1848). *Introductory address Transactions of the British Archaeological Association*.
- Phillips, P. (1955). American Archaeology and General Anthropological Theory. *Southwestern Journal of Anthropology*, 246-250. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/3629023>
- Preston, P. (2009). *Making the News: Journalism and News Cultures in Europe*. New York: Routledge.
- Renfrew, C. (2005). *Archeology the key concept*. London: Routledge.
- Rudin, R. (2002). *An Introduction to Journalism: Essential Techniques and Background Knowledge*. Oxford: Focal Press.
- Saltzis, K. (2006). *Media Convergence in News Organizations: How Digital Technologies Affect Journalists & the Management of News Production*. University of Leicester, Doctoral Thesis.
- Scherzler, D. (2012). A look in the mirror and the perspective of other On the portrayal of archaeology in the mass media. *British Archaeological Reports International Series*, 77-85.
- Schlapp, H. (2000). *Gazeteciliğe Giriş*. Ankara: Konrad Adenauer Vakfı.
- Schudson, M. (1989). The Sociology of News Production. *Media, Culture & Society*. *Media, Culture & Society*, 163-182.
- Schulz-Brudoehl, N. (2001). *Die PR- und Pressefibel. Zielgerichtete Medienarbeit. Ein Praxislehrbuch für Ein- und Aufsteiger*. Ein Praxislehrbuch für Ein- und Aufsteiger.
- Seed Ahmed, A. (2000). *Archaeology science*. Saudi Arabia: Faisal House Printing.
- Siddig, R. (2016). *Habercilik*. Kahire: Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tokgöz, O. (2020). *Temel Gazetecilik*. Ankara: İmge Kitabevi.

- Uçak, O. (2019). *Haber Uygulamaları*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Ünlüer, A. O. (2016). Ana Akım Medyada Haberler: Televizyon ve Gazetelerin Haber Seçimleri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Selçuk İletişim*, 138-158.
- Valkenburg, P. (2000). Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News. *Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News*.
- Van Dijk, T. A. (1998). *Opinion and Ideologies in the Press*. In A. Bell & P. Garret (Eds.). Oxford: Blackwell Publishers.
- Varwig, C. (2014). *Wie Man Ausgräber Angräbt: Über Das Verhältnis Von Journalismus und Archäologie*. In H. Gehrke & M. Sénèqueau (Ed.), *Geschichte, Archäologie, Öffentlichkeit: Für einen neuen Dialog zwischen Wissenschaft und Medien. Standpunkte aus Forsch.*
- Vural, M. (2013). *Haber Türleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Weingart, P. (2001). *Die Stunde der Wahrheit? Das Verhältnis der Wissenschaft zu Politik, Wirtschaft und Medien in der Wissensgesellschaft*. Weilerswist: Velbrück.
- Weingart, P. (2005). *Die Wissenschaft der Öffentlichkeit. Essays zum Verhältnis von Wissenschaft, Medien und Öffentlichkeit*. Weilerswist: Velbrück.
- White, N. (2000). *Introduction to Archaeology*. Mountain View. California: Mayfield Publishing Co.
- William Flinders, P. (1904). *Methods and Aims in Archaeology*. London: Macmillan and Co.
- Williams, R. (1993). *Kültür*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Yenişehirlioğlu, F. (2022). *Türkiye’de Arkeoloji Haberciliği*. İstanbul.
- Yüksel, E. (2005). *Haber Toplama ve Yazma*. Konya: Tablet Kitabevi.

EK-1: KODLAMA CETVELİ

1. Gazetenin Adı

- 1- Hürriyet Gazetesi
- 2- Sabah Gazetesi
- 3- Sözcü Gazetesi

2. Gazete Yayın Tarihi (Gün, Ay ve Yıl):

3. Yazı Türü

1. Haber
2. Röportaj/Söyleşi
3. Araştırma / İnceleme
4. Yorumsal yazı türleri (Makale, deneme, fıkra, köşe yazısı)

BAŞLIKLAR

4. Başlığın Üslubu

- 1- Kısa başlık
- 2- Karşılaştırmalı başlık
- 3- Alıntı başlık
- 4- Tanımlayıcı başlık
- 5- Açıklayıcı başlık
- 6- Soru başlığı
- 7- Suçlayıcı başlık
- 8- Kışkırtıcı başlık

5. Başlığın Konusu

- 1- Kazıyla ilgili -Yürütülen bir kazıyla ilgili bilgilendirme
- 2- Kazıyla ilgili- Kazı mevsiminin başlaması ve bitmesi
- 3- Kazıyla ilgili- Daha önceki bir kazıya benzetme
- 4- Kazıyla ilgili- Yurt dışındaki bir arkeoloji kazı
- 5- Kazıyla ilgili- Yurt dışındaki kaçak kazılar
- 6- Arkeolojik eserler- Yurt dışından iade edilen
- 7- Arkeolojik eserler – Yurt dışından iade edilmesi için yapılan girişimler
- 8- Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme
- 9- Tarihî eser tanıtımı

- 10- Ziyaretçilerin kazı alanlarında yapması veya yapmaması gerekenler/
Ziyaretçilere öneriler
- 11- Kültürel varlıkların korunması için öneriler
- 12- Buluntunun maddi değeri
- 13- Kaçakçılarla ilgili Yakalama, Yargılama
- 14- Definecilerle ilgili/Kaçak kazıyla ilgili Verdikleri zarar

KAYNAKLAR

6. Yazıda kullanılan kaynaklar

- 1- Haberci- Yerel muhabir
- 2- Haberci- Gazeteci / yazar
- 3- Haberci- Yerel haber ajansları
- 4- Haberci- Uluslararası haber ajansları
- 5- Anadolu Ajansı (AA)
- 6- Birden fazla Ajans
- 7- İnternet siteleri
- 8- Kültür ve Turizm Bakanlığı
- 9- Müzeler Genel Müdürlüğü
- 10- Kazı başkanı
- 11- Akademik personel
- 12- Görgü tanıkları
- 13- Yerel halk
- 99- Yok

GÖRSELLER

7. Yazıda görsel kullanılmış mı?

- 1- Evet
- 2- Hayır

8. Görselde yer alan ana tema nedir?

- 1- Kazıyla ilgili -Yürütülen bir kazıyla ilgili bilgilendirme
- 2- Kazıyla ilgili- Kazı mevsiminin başlaması ve bitmesi
- 3- Kazıyla ilgili- Daha önceki bir kazıya benzetme
- 4- Kazıyla ilgili- Yurt dışındaki bir arkeoloji kazı
- 5- Kazıyla ilgili- Yurt dışındaki kaçak kazılar

- 6- Arkeolojik eserler- Yurt dışından iade edilen
- 7- Arkeolojik eserler – Yurt dışından iade edilmesi için yapılan girişimler
- 8- Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme
- 9- Tarihî eser tanıtımı
- 10- Ziyaretçilerin kazı alanlarında yapması veya yapmaması gerekenler/
Ziyaretçilere öneriler
- 11- Kültürel varlıkların korunması için öneriler
- 12- Buluntunun maddî değeri
- 13- Kaçakçılarla ilgili Yakalama, Yargılama
- 14- Definecilerle ilgili/Kaçak kazıyla ilgili Verdikleri zarar

9. Görselde yer alan kişiler?

- 1- Siyasetçiler/Politikacılar
- 2- Kültür ve Turizm Bakanlığı Yetkilisi
- 3- Müzeler Genel Müdürlüğü Yetkilisi
- 4- Kazı başkanı/Başkan yardımcısı
- 5- Kazı personeli
- 6- Akademik personel
- 7- Görgü tanıkları
- 8- Yerel halk
- 9- Kaçakçı
- 10- Defineci
- 11- Kaçak kazı yapan kişiler
- 12- Arkeolojik eser- Kazı alanında
- 13- Arkeolojik eser – Müzede
- 14- Arkeolojik eser – Polis yakaladığında
- 15- Kazı yeri
- 16- Harita
- 17- Müze – Dış görüntü
- 99- Yok

METİN İÇERİK ANALİZİ

10. Metnin içeriğinin konusu nedir?

- 1- Kazıyla ilgili -Yürütülen bir kazıyla ilgili bilgilendirme

- 2- Kazıyla ilgili- Kazı mevsiminin başlaması ve bitmesi
- 3- Kazıyla ilgili- Daha önceki bir kazıya benzetme
- 4- Kazıyla ilgili- Yurt dışındaki bir arkeoloji kazı
- 5- Kazıyla ilgili- Yurt dışındaki kaçak kazılar
- 6- Arkeolojik eserler- Yurt dışından iade edilen
- 7- Arkeolojik eserler – Yurt dışından iade edilmesi için yapılan girişimler
- 8- Arkeolojik keşifle ilgili bilgilendirme
- 9- Tarihi eser tanıtımı
- 10- Ziyaretçilerin kazı alanlarında yapması veya yapmaması gerekenler/
Ziyaretçilere öneriler
- 11- Kültürel varlıkların korunması için öneriler
- 12- Buluntunun maddî değeri
- 13- Kaçakçılarla ilgili- Yakalama, Yargılama
- 14- Definecilerle ilgili- Kaçak kazıyla verdikleri zarar

11. Metin içeriğinde ikna edici yöntemler

- 1- Argümanlar ve kanıtlar
- 2- Rakamlar ve istatistikler
- 3- Karşılaştırma yapmak
- 4- İkna edici modeller
- 5- Övgü ve gurur
- 6- Kaynak göstermek/bilim insanı, uzman, yerel halk vb.
- 7- Görsel kullanımı/fotoğraf, harita vb.
- 99-Yok

12. Metnin içeriğindeki etkili karakterler

- 1- Kazı başkanı
- 2- Kazı çalışanları
- 3- Uzman – Arkeolog
- 4- Müze görevlisi
- 5- Bilim insanı
- 6- Gazeteci
- 7- Siyasetçi
- 8- Bürokrat

9- Kaçakçı

10- Defineci

99- Yok

13. Metnin içeriğinde en sık kullanılan ifadeler

1- Kazı, Kazı yapmak, Kazmak

2- Keşif, Keşfetmek,

3- En iyi/ en büyük

4- Kaçak kazı

5- Kaçakçı, Tarihi eser kaçakçısı

6- Define

7- Defineci

8- Bilinç veya yanlış bilinç

9- Kültürel varlıklar, miras

10- Tarihî eser, tarihî miras

11- Koruma

14. Metinde bulunan ilişki türü/ bilinç türü

1- Kültürel tarihî varlıkların ve mirasın korunmasının desteklenmesinin öneminin vurgulanması

2- Haberlerdeki arkeolojik buluntuların memleketin tarihiyle alakalı olduğu, bunun bir kültürel değer olduğunu anlatmak yönünde kurgulama

3- Arkeolojik kazıların sadece turizm için yapılmadığının farkında olunması, bir heykel bulunduğu turistik açıdan bir önemi olmasa da yaşanan yerin geçmişini yansıttığının vurgulanması

99- Yok

15. Arkeolojik haberlerdeki bilinç inşası

1- Olumlu

2- Olumsuz

3- 99-Yok

16. Metinde kültür endüstrisi ve yanlış bilinç inşası

1- Kazının sonuçları (sadece) verilmesi veya ön plana çıkartılması

2- Kazıda bulunanların maddî değerinin verilmesi

- 3- Kazıda bulunanlar arasında sadece altın olanların verilmesi veya ön plana çıkartılması
- 4- Kaçakçıların kaçırdıklarının maddî değerinin verilmesi
- 5- Kaçakçıların kaçırdıklarının arasında sadece altın olanların verilmesi veya ön plana çıkartılması
- 6- Yakalananların maddî değerinin verilmesi
- 7- Yakalananlar arasında sadece altın olanların verilmesi veya ön plana çıkartılması
- 8- Haberin konusu ne olursa olsun uzman kullanılmaması
- 9- Kazıları destekleyenleri/sponsorları tanıtmak, madde katkılarını belirtmek
- 10- Kaçakçıların ve definecilerin yakalanamaması
- 11- Kaçakçıların ve definecilerin yakalansa bile az ceza alması
- 12- Kaçakçıların ve definecilerin sadece fiziksel olarak verdikleri zararın verilmesi
- 13- Kazılara düşük bütçe verilmesini veya kaynak yetersizliğini vurgulama
- 14- Kaçak kazı yapanların ve definecilerin dedektör kullandığının vurgulanması
- 15- Çok fazla meslek jargonu kullanılması ve bunların açıklanmaması
- 16- Arkeolojinin altın aramak ya da bulmak olmadığını anlatılması
- 17- Bulunan, kaçırılan veya satılan objenin bir kültür varlığı olduğu, o kültür varlığının da toplumun malı, bu toprakların, hatta insanlığın hazinesi olduğunun anlatılması
- 18- Kaçakçılığı, defineciliği, kaçak kazıları ve tahribatı önlemeye yönelik uyarılar yapılması
- 19- Kültürel-tarihî varlıkların ve mirasın korunmasının desteklenmesi
- 20- Bulunan, yakalanan ve satılan eserlerin maddî değerinin değil tarihsel, kültürel ve arkeolojik değerinin vurgulanması
- 21- Abartılı olmayan ifadeler kullanılması
- 22- Meslek jargonu kullanmadan halkın anlayabileceği şekilde yazılması
- 23- Haberde verilen bilgilerin uzmanlarından alınması
- 99-Yok

EK- 2: GÖRÜŞME SORULARI

1. Sizce medyada yeterince arkeoloji haberi yer alıyor mu?
2. Medyada yer alan arkeoloji haberlerinin alt konu olarak dağılımını nasıl değerlendiriyorsunuz? Örneğin sadece kazı haberi mi yapılıyor? Arkeoloji haberleri başka hangi konularda olmalı?
3. Arkeoloji haberlerinin sunumunu nasıl değerlendiriyorsunuz? Yani sayfada yer aldığı konumu, büyüklüğü, görselleştirilmesi yeterli midir?
4. Genel olarak bakıldığında arkeoloji konulu haberlerin en büyük sorunları nelerdir?
5. Yurtdışında yayınlanan arkeoloji haberleriyle kıyaslandığında Türkiye’de yayınlanan haberler arasındaki farklar nelerdir?
6. Bugüne değin herhangi bir haberci sizden arkeoloji konulu bir haber için yardım istedi mi?
7. Genel olarak bakıldığında Arkeoloji haberlerinde, baş vurulan uzmanın görüşü doğru yansıtılıyor mu?
8. Arkeoloji haberi yazacak olan bir habercinin hangi nitelikleri taşıması gerekir?
9. Sizce Arkeoloji haberleri içerik ve sunum biçimi olarak okuru, toplumu bilinçlendirmekten uzak mı? Yanlış bir bilinç yaratıyor mu?
10. Arkeoloji haberleri toplumda arkeolojiye yönelik bir farkındalık ve bilinç yaratmada kullanılabilir mi?
11. Arkeoloji haberleri okurlarını ve toplumu bilinçlendirmek için hangi niteliklere sahip olmalıdır?
12. Arkeoloji haberlerinde dikkat edilmesi gereken unsurlar nedir? İdeal bir arkeoloji haberi nasıl olmalıdır?