



T.C.

NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SİNEMA VE TELEVİZYON ANABİLİM DALI

**TÜRKİYE'DE YAYIN YAPAN ULUSAL HABER
KANALLARINDA DİKSİYON ANALİZİ: ANA HABER
BÜLTENLERİ**

MUHAMMED ARİF BİLDİRİCİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**DANIŞMAN:
DOÇ. DR. SALİH GÜRBÜZ**

KONYA-2023



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü



BİLİMSEL ETİK SAYFASI

Ö ğ r e n P r o g r a m ı	Adı Soyadı	Muhammed Arif Bildirici		
	Numarası	20813301002		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Sinema ve Televizyon/ Sinema ve Televizyon		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans		
		Doktora		
Tezin Adı	Türkiye’de Yayın Yapan Ulusal Haber Kanallarında Diksiyon Analizi: Ana Haber Bültenleri			

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Muhammed Arif BİLDİRİCİ



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ



Sosyal Bilimler Enstitüsü

Ö ğ r e n c i n i n	Adı Soyadı	Muhammed Arif Bildirici		
	Numarası	20813301002		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Sinema ve Televizyon/ Sinema ve Televizyon		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	■	■
		Doktora	■	■
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Salih Gürbüz		
Tezin Adı	Türkiye’de Yayın Yapan Ulusal Haber Kanallarında Diksiyon Analizi: Ana Haber Bültenleri			

ÖZET

Diksiyon ve Türkçenin doğru kullanımı, kuşkusuz televizyonda haber sunan bir spiker için son derece önemlidir. Günümüzde halen toplumun haber almada çokça tercih ettiği televizyonda kullanılan dil, hemen her türlü mecradan ve günlük yaşamda kullanılan dilden çok daha kusursuz olmak durumundadır. Bu da haber spikerlerine, Türkçenin en doğru şekilde kullanılması noktasında sorumluluklar yüklemektedir. Televizyon haberlerinde kullanılan dilin ve diksiyonun inceleneceği bu çalışmada amaç, Türkiye’de ulusal ölçekte yayın yapan ve en çok takip edilen 3 haber kanalının ana haber bültenlerinin sunumlarını, diksiyon unsurları açısından analiz etmektir. Diksiyon analizi TRT Haber, CNN Türk ve Habertürk kanallarının 1-7 Ağustos 2023 tarih aralığındaki ana haber bültenlerini kapsamaktadır. Çalışmanın amacına ve sorununa uygun olarak literatür taraması yapılmış, ulusal ve uluslararası literatür incelenmiş, literatürden elde edilen birikim ve bilgiler ekseninde nitel içerik analizi ile gözlem yoluyla elde edilen veriler araştırmacı tarafından oluşturulan kodlama cetveline göre yorumlanmıştır. Çalışmayla haber sunumlarında yapılan hatalar belirlenmiş ve bu hataların düzeltilmesi adına spiker ve izleyici açısından farkındalık oluşturulmaya çalışılmıştır. Çalışmada ana haber spikerlerinin hangi tür hataları ne sıklıkla yaptığı ile ilgili detaylı değerlendirmeler ve belli başlı

öneriler yer almaktadır. Çalışmanın sonucuna göre ana haber bültenlerinde azımsanmayacak sayıda diksiyon hatası yapıldığı görülmüştür. En çok yapılan üç hata türü cümle vurgusu, ı'lama-tekrarlama ve boğumlanma; en az yapılan hata türleri, “ile“ ve “ise“ bağlaçlarının telaffuzu ve “ğ“ sesinin kullanımı olarak gözlemlenmiştir.

Anahtar kelimeler: Diksiyon, Televizyon, Haber, Spiker, Türkçe, Dil, Telaffuz.





T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü



A u t o r' s	Name and Surname	Muhammed Arif Bildirici		
	Student Number	20813301002		
	Department	Cinema and Television/ Cinema and Television		
	Study Programme	Master's Degree (M.A.)	■	■
		Doctoral Degree (Ph.D.)		
	Supervisor	Doç. Dr. Salih Gürbüz		
Title of the Thesis/Dissertation	Diction Analysis in National News Channels Broadcasting in Turkey: Prime Time News			

ABSTRACT

The correct use of diction and Turkish are undoubtedly extremely important for an anchor presenting news on television. Today, the language used in television, which is still preferred by the society for receiving news, has to be much more perfect than almost any other medium and the language used in daily life. This imposes responsibilities on news anchors in terms of using Turkish in the most accurate way. The aim of this study, which will examine the language and diction used in television news, is to analyze the presentations of the main news bulletins of the 3 most followed news channels broadcasting on a national scale in Turkey in terms of diction elements. The diction analysis covers the main news bulletins of TRT Haber, CNN Türk and Habertürk channels between August 1-7, 2023. In accordance with the purpose and problem of the study, a literature review was conducted, national and international literature was examined, and the data obtained through qualitative content analysis and observation on the axis of the knowledge and information obtained from the literature were interpreted according to the coding chart created by the researcher. With the study, errors in news presentations were identified and awareness was tried to be created for the announcers and viewers in order to

correct these errors. The study includes detailed evaluations and certain recommendations on which types of mistakes main news anchors make and how often. According to the results of the study, it was seen that a considerable number of diction errors were made in the main news bulletins. The three most common types of mistakes are sentence stress, I'llama-repetition, and choking; the least common types of mistakes are the pronunciation of the conjunctions "with" and "ise" and the use of the "ğ" sound.

Key words: Diction, Television, News, Anchor, Turkish, Language, Pronunciation.



İÇİNDEKİLER

ÖZET	ii
ABSTRACT	iv
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar LİSTESİ.....	viii
KISALTMALAR.....	ix
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KİTLE İLETİŞİMİ VE TELEVİZYON YAYINCILIĞI

1.1. Kitle İletişim Araçları ve Televizyon.....	5
1.2. Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Gelişimi	10
1.3. Televizyon Yayınının Özellikleri.....	13
1.4. Televizyonda Program Türleri	17
1.5. Televizyonun İşlevleri.....	20
1.5.1. Haber Verme İşlevi.....	20

İKİNCİ BÖLÜM

TELEVİZYON HABERCİLİĞİ

2.1. Haber ve Haberleşme Kavramı	24
2.2. Haber Bültenleri	26
2.2.1. Televizyon Haber Çeşitleri.....	31
2.2.2. Televizyon Haberinin Aktarılış Yöntemleri.....	33
2.3. Televizyon Haberinin Yapım Süreci.....	34
2.3.1. Televizyon Haberinin Yapım Aşamasındaki Bazı Kişiler	35
2.3.2. Televizyon Haberinin Hazırlanma Süreci	38
2.3.3. Televizyon Haberinin Sunumu.....	43

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DİKSİYON, FONETİK VE TÜRKÇENİN DOĞRU KULLANIMI

3.1. Ses, Nefes ve Diyafram Kullanımı.....	47
3.2. Yazı Dili ile Konuşma Dili Arasındaki Farklar	50
3.3. Diksiyon ve Güzel Konuşma	61
3.3.1. Vurgu.....	63
3.3.1.1. Sözcükte Vurgu.....	63

3.3.1.2. Cümlede Vurgu.....	65
3.3.2. Ulama	67
3.3.2.1. Ulama Kuralları	68
3.3.3. Tonlama.....	68
3.3.4. Durak	70
3.3.4.1. Durak Şekilleri ve Kullanım Yerleri.....	70
3.3.5. Diğer Diksiyon Unsurları	72
3.4.1. Televizyon Spikerliği İçin Görsel Öğelerin Önemi.....	74
3.4.1.1. Televizyon Spikerliğinde Beden Dili	75
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	
TÜRKİYE’DEKİ ULUSAL HABER KANALLARININ ANA HABER	
BÜLTENLERİNİN DİKSİYON ANALİZİ	
4.1. Araştırma Konusu ve Problemi.....	79
4.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi	79
4.3. Veri Toplama Yöntemi (Modeli)	80
4.4. Evren ve Örneklem	83
4.5. Ana Haber Bültenlerinin Diksiyon Analizi.....	85
4.5.1. Türkiye'deki Ulusal Haber Kanallarındaki Ana Haber Bültenlerinde Rastlanan Diksiyon ve Ses Bilgisi Kusurları.....	86
4.5.2. Haber Sunumlarında Tespit Edilen Hatalı Kullanımlar	89
4.5.3. Hataların Ana Haber Bültenlerine ve Günlere Göre Dağılımı	93
4.5.4. Hata Türlerinin Kanalların Ana Haber Bültenlerine Göre Dağılımı	96
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	100
KAYNAKÇA	104

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Türkçe Diksiyon Kurallarına Göre İstisnai Söylenişe Sahip Bazı Sözcükler	51
Tablo 2: “Ğ” Sesinin Türkçe Diksiyon Kurallarına Göre Kullanım Örnekleri	52
Tablo 3: “A” Sesinin Türkçe Diksiyon Kurallarına Göre Yanlış ve Doğru Kullanım Örnekleri	53
Tablo 4: “E” Sesinin Türkçe Diksiyon Kurallarına Göre Kullanım Örnekleri.....	54
Tablo 5: “İ” Sesinin Türkçe Diksiyon Kurallarına Göre Kullanım Örnekleri.....	54
Tablo 6: “O” Sesinin Türkçe Diksiyon Kurallarına Göre Yanlış ve Doğru Kullanım Örnekleri	55
Tablo 7: “U” Sesinin Türkçe Diksiyon Kurallarına Göre Kullanım Örnekleri	55
Tablo 8: “L” Sesinin Türkçe Diksiyon Kurallarına Göre Yanlış ve Doğru Kullanım Örnekleri	56
Tablo 9: Sözcük ve Deyimlerde Rastlanan Bazı Yanlışlar ve Doğru Söylenişleri... ..	57
Tablo 10: Çoğul Anlamlı Bazı Yabancı Kökenli Sözcüklerle İlgili Yanlış ve Doğru Kullanım Örnekleri	58
Tablo 11: İçinde Uzun Ünlüler Bulunan Bazı Sözcüklerin Yanlış ve Doğru Telaffuz Örnekleri	59
Tablo 12: Sert Ünsüzle Biten Bazı Yabancı Kökenli Sözcüklerin Yanlış ve Doğru Telaffuzları.....	60
Tablo 13: Ek Alan Bazı Sözcüklerin Yanlış ve Doğru Söyleniş Örnekleri.....	60
Tablo 14: TDK 2023 Türkçe Sözlükte Değişikliğe Gidilen Kelimeler	85
Tablo 15: Tespit Edilen Hata Türleri ve Sayıları.....	86
Tablo 16: TRT Haber Ana Haber Bültenlerindeki Hataların Günlere Göre Dağılımı	93
Tablo 17: Habertürk Ana Haber Bültenlerindeki Hataların Günlere Göre Dağılımı ..	94
Tablo 18: CNN Türk Ana Haber Bültenlerindeki Hataların Günlere Göre Dağılımı ..	95
Tablo 19: En Sık Rastlanan 5 Hata Türünün TRT Haber Ana Haber Bültenlerindeki Dağılımı	96
Tablo 20: En Sık Rastlanan 5 Hata Türünün Haber Türk Ana Haber Bültenlerindeki Dağılımı	97
Tablo 21: En Sık Rastlanan 5 Hata Türünün CNN Türk Ana Haber Bültenlerindeki Dağılımı	98

KISALTMALAR

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
BBC	British Broadcasting Corporation
İTÜ	İstanbul Teknik Üniversitesi
PTT	Posta ve Telgraf Teşkilatı
RTÜK	Radyo Televizyon Üst Kurulu
TBMM	Türkiye Büyük Millet Meclisi
TDK	Türk Dil Kurumu
TGRT	Türkiye Gazetesi Radyo Televizyonu
TİAK	Televizyon İzleme Araştırmaları Anonim Şirketi
TRT	Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
VTR	Video Tape Recorder

GİRİŞ

Bilginin ve haberin kitlelere hem sesli hem de görüntülü olarak yayılması bilgi toplumuna giden yolu önemli ölçüde etkilemiştir. 1923 yılında İskoç mucit John Logie Baird'in ilk televizyonu icat etmesi bu hızlı ilerlemenin belki de ilk tohumlarını atmıştır. Birleşik Krallık'ın Hastings kasabasında maddi imkânsızlıklar içinde, bir lavabo ve bir çay tenekesi kullanılarak icat edilen ve 1926 yılında ilk defa yayımlanması gerçekleştirilen bu sihirli kutu, yıllar içinde teknolojik olanakların da gelişmesiyle dünya çapında yayılmış ve modern toplumların birincil haber kaynağı haline gelmiştir. İlk düzenli ve yüksek çözünürlüklü televizyon yayını ise bundan 10 yıl sonrasında; yani 1936'da, İngiltere merkezli olarak BBC'de yapılmıştır. Bu gelişmeyi sonraki yıllarda ABD, Sovyetler Birliği, Almanya ve Fransa'da düzenli televizyon yayınlarının faaliyete geçmesi izlemiştir. İkinci Dünya Savaşı, tüm teknolojik gelişmeler gibi televizyon teknolojisinin gelişimine sekte vursa da savaş sonrasında televizyon geliştirmekte olan ülkelere yayılmaya başlamıştır.

Türkiye'de düzenli televizyon yayıncılığının resmi başlangıcına baktığımızda ise yarım asrı aşan bir tarih karşımıza çıkmaktadır. Ülkemiz televizyonculuk tarihindeki ilk deneme yayını 31 Ocak 1968'de gerçekleştirilmiştir. Bu deneme yayını Ankara Mithatpaşa Stüdyosu'nda, Nuran Devres'in anonsu ve Mahmut Tali Öngören'in açılış konuşmasıyla başlamıştır. Kamu kuruluşumuz TRT'nin gerçekleştirdiği bu ilk test yayınından günümüze kadarki süreçte Türkiye'deki televizyon yayıncılığı oldukça karmaşık aşamalardan geçmiştir; yayıncılığın siyah beyaz olarak gerçekleştirildiği 1982 yılına kadarki dönemde öncelikli hedef, televizyon yayınlarının bütün ülkeyi kapsayacak biçimde genişletilmesi olmuştur. 1982 yılına kadar devam eden siyah beyaz yayınlar, yerini aynı yıl içinde başlanan renkli yayınlara bırakmış, 1984 yılına geldiğimizde ise tamamen renkli yayına geçilmiştir. 1986 yılında TRT'nin ikinci kanalının yayın hayatına başlaması ve 1989'da da üçüncü ve dördüncü kanalların faaliyete geçmesiyle kamu yayıncılığının günümüzdeki halinin temellerini oluşturan renkli ve çok kanallı TRT yapısı meydana gelmiştir.

7 Mayıs 1990 Türkiye'deki televizyon yayıncılığı açısından bir başka önemli tarihtir. Zira bu tarihte ilk özel televizyon kuruluşu olan Star 1 televizyonu yayın

hayatına başlamıştır. Özel televizyonların yasal hale gelmesi ve yaygınlaşması televizyonculukta kaçınılmaz bir değişimi de beraberinde getirmiştir. Aslında her ne kadar Türkiye'de özel televizyon yayıncılığında başlangıç olarak Star 1 kanalı ve 1990 yılı gösterilse de kamuya ait yayın tekelinin fiilen sona eriş şekli, Türkiye'de çanak antenler aracılığıyla uydu yayınlarının izlenebilir hale gelişi ve PTT'nin kablolu yayıncılığı başlatması olarak da ifade edebiliriz. Televizyon yayıncılığında devlet tekelinin delinebileceğinin ve özel yayıncılığın başlayabileceğinin ilk işaretini dönemin Başbakanı Turgut Özal vermiştir. (Yengin, 1994, s. 116). İlk olarak Star 1 televizyonunun kurulmasının ardından çok kısa süre içinde başka özel televizyon kanalları da yayın hayatına başlamış, böylece Türkiye fiili olarak hem kamu hem de özel kanalların yayın yapmasıyla oluşan kamu-özel ikili sisteme dâhil olmuştur.

Özel televizyonlar yayın politikalarını belirlerken bazı unsurları göz önünde bulundurmak durumundadır. Bu noktada izleme oranları (reyting) en önemli ölçüttür denilebilir. Tılıç (1998, s. 367-368), kitabında bu konuyla ilgili olarak, asıl işi haber vermek olan televizyon kanallarının reyting uğruna bu işlevinden uzaklaştığını belirtmiş, “habeglendirme” (infotain) terimini kullanmıştır. Televizyonun en yoğun seyredildiği saatlere, “prime time” adı verilir. 20.00 ve 23.00 saatleri arasında kapsayan bu zaman dilimindeki program türlerine bakıldığında, genellikle eğlence ağırlıklı, fazla seçicilik aranmayan yerli ya da yabancı diziler ile müzik ve yarışmaların yer aldığı görülür. Bu türlerin bu kuşakta yer almasının nedeni; toplumun büyük bir kesimini oluşturan işten eve yeni gelmiş ve yorgun olan insanların, günlük hayatın stresinden kurtulmak ve rahatlamak amacıyla bu tarz programları izlemeye ihtiyaç duyması; televizyon kanallarının da yayın politikalarını bu ihtiyaca göre belirlemesidir.

Genellikle prime time kuşağının hemen öncesinde veya bu kuşak dâhilinde yayımlanan ana haber bültenlerinin temel amacı, kamuoyunun bilgi edinme ihtiyacını karşılamaktır. Güncel gelişmeler ile toplumsal, siyasal, kültürel, ekonomik gelişmeler basın ve yayın meslek ilkeleri uyarınca izleyici veya dinleyicilere sunulur. Haber bültenleri tematik olarak haber yayını yapan televizyon kanalları dışında, belirli saatlerde yayımlanmaktadır.

Televizyon görselliğin ön planda olduğu bir yayın aracıdır ve diğer kitle iletişim araçlarından bu yönüyle ayrılmaktadır. Habercilik özelinde görüntüyü ele aldığımızda ise günümüz haber içeriklerinde en önemli unsur haline geldiğini söyleyebiliriz. Öyle ki gazetelerde bile fotoğraflar ve grafikler yazıdan daha çok yer kaplar hale gelmiştir.

İnsanlar yakın tarihte önce gazetelerden, sonrasında radyolardan habere erişme imkânı bulmuşlardır. Günümüzde ise teknolojik imkânlar sayesinde habere erişim anlamında mecra sayısı çoğalmıştır. Radyo ve televizyonlar haricinde internetten, sosyal medya mecralarından ve mobil uygulamalardan da habere ulaşım mümkün hale gelmiştir.

Modern toplumlarda halen insanların temel haber alma seçeneklerinden biri olma özelliğini sürdüren televizyonda, sunulan haberin en başta anlaşılır olması gerekmektedir. Yani haberin dili, izleyicilerin kültürü, eğitim düzeyi ve sosyal durumu göz önünde bulundurularak genel anlamda toplumun bütününe kapsayacak nitelikte ve şekilde olmalıdır. Bir haber bültenini işçiler, memurlar, bankacılar da; sanayiciler, iş adamları ev hanımları da izlemektedir. Dolayısıyla toplumun bu kadar geniş ve birbirinden farklı kesimlerine hitap eden haberin dili bir anlamda günlük yaşamda kullanılan konuşma diline ve sadeliğine uygun olmalıdır.

Televizyonda haberi sunan kişiye; haber spikerine biçilen rol, restoranda yemeği servis eden kişiye; garsona biçilen rol gibidir. Nasıl ki bir restoranda yemeğin sunuluğu en az yemeğin kendisi kadar önemliyse haber spikerinin bülteni sunuğu da o kadar önemlidir. Haberin son aşaması olarak nitelenebilecek sunum kısmında yer alan haber spikerlerinin, habercilik konusunda belli bir deneyime ve sunduğu haber hakkında da yeterli bilgiye sahip olması gerekir. Haber spikerinde aranan niteliklerde radyo ve televizyon açısından benzerlikler vardır. Ancak bir konuda farklılık söz konudur. Radyoda spikerin ses, tonlama, diksiyon ve vurgularına bakılırken televizyonda ise tüm bu ortak özelliklerin yanında spikerin görüntüsü de önem kazanmaktadır. Öyle ki Postman'a göre (1999, s. 13), kamera karşısında güzel görünmeyen insanların, haber bültenlerinde halkla sağlıklı bir iletişim kurması ve halkı bilgilendirmesi pek mümkün değildir.

Televizyonda haber sunan bir spiker için görselliğin yanında diksiyon ve Türkçenin doğru kullanımı dikkat edilen özelliklerin başında gelmektedir. Bir spiker ne kadar göze hitap ederse etsin güzel bir Türkçe ve iyi bir diksiyona sahip değilse bu durum seyirci tarafından yadırganacaktır. Bu bakımdan görünüş olarak ekrana uygun ve Türkçeyi iyi kullanan bir haber spikeri televizyon kanalı için tercih sebebi olmaktadır. Çalışmada ülkemizdeki televizyon haber spikerlerinin Türkçeyi kullanma biçimlerini incelemek amacıyla literatür taraması yapılmış ve bu konuyla ilgili çalışmalar taranmıştır. Çalışmayla Türkiye’de yayın yapan ve en çok izlenen ulusal haber kanallarının ana haber bültenleri, Türkçedeki diksiyon ve fonetik kuralları bağlamında analiz edilecek; Türkçenin ne derece doğru kullanıldığı noktasında bir sonuca ulaşılmaya çalışılacaktır. Araştırmada, spikerlerin haberi anons etmelerinden sonra yayına verilen VTR (haber görüntüleri) ve içeriğindeki “perfore” adı verilen haber seslendirmeleri ile canlı yayın bağlantıları kapsam dışında tutulacaktır.

Araştırmada diksiyon hatalarının tespiti için Türkiye’de yayın yapan ulusal haber kanallarının en çok izlenenleri arasında bulunan 3 kanalın ana haber bültenleri seçilmiştir. Biri devlet ikisi ise özel televizyon kanalındaki ana haber bültenleri akşam kuşağında “prime time” adı verilen zaman diliminin öncesinde veya içinde yayımlanmaktadır. Her kanalın 7 günlük bülteni analiz edilmiş, hatalar; nefes kontrolü, cümle ve kelime vurgusu, duraklama, artikülasyon (boğumlanma), yumuşama, benzeşme, daralma, “e” sesinin telaffuzu, “r” sesinin düşmesi, “h” sesinin kaybolması, “ğ” sesinin kullanımı, ı’lama-tekrarlama, noktalama işaretlerinin kullanımı, “ile” ve “ise” bağlaçlarının telaffuzu, “a”, “ı”, “u” seslerinin söyleniş süresi, ünlü ve ünsüzlerin ince-kalın söylenişi, “c” sesinin “j”, “ç” sesinin “ş” sesine dönüşmesi, gereksiz ses veya kelime kullanımı, kişi veya kurum adının yanlış telaffuzu, prompter veya kişi kaynaklı yanlış okumalar ve diğer hatalı telaffuzlar şeklinde türlere ayrılmıştır. Yapılan hata türleri ve sayıları tablolarla gösterilmiş, kullanımında yanlışlıklar bulunan kelimeler detaylandırılmıştır. Sonuç ve öneriler kısmında ise çalışma sonunda ortaya konan veriler değerlendirilip yorumlanmış ve önerilerde bulunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

KİTLE İLETİŞİMİ VE TELEVİZYON YAYINCILIĞI

1.1. Kitle İletişim Araçları ve Televizyon

İletişim insanın dünya yolculuğunda en önemli insani yanı olmuştur. İnsanı diğerlerinden ayıran bu özelliği, onun topluluklar halinde yaşama motivasyonu oluşturmuştur. Anlaşmanın, uzlaşının ve anlaşmazlıkların kaynağında her zaman iletişim olmuştur.

İletişimin tarihi, insanlık tarihi kadar eskidir. İnsanoğlu varoluşundan beri iletişime, daha sonrasında ise kitleler arası bir iletişime ihtiyaç duymuştur. Literatürde pek çok farklı tanımı yapılan iletişim sözcüğünün nereden geldiğine baktığımızda, Fransızca kökenli olan ve bizde de kullanılan "komünikasyon" sözcüğü karşımıza çıkmaktadır. Bu sözcüğün kökeni de Latince'de "ortak" anlamına "communis" sözcüğüdür (Ünsal, 2005, s. 19).

İletişim en yalın şekliyle, kaynak ve alıcı arasında geçen bilgi alışverişi olarak tanımlanabilir. Temizyürek (2017, s. 1), iletişimin önemli bir süreç olduğunu ifade eder ve insanlar arasında her türlü duygu, düşünce ve bilgi alışverişlerinin gerçekleşmesi olarak tanımlar. İletişim toplumların oluşması açısından da temel bir işleve sahip olmuştur. Öyle ki Zıllıoğlu'nun (1993, s. 13) iletişim önemine dair tanımlaması bunu açıkça ortaya koymaktadır: "*İletişim olmadan insan toplumu olmazdı.*"

Türk Dil Kurumu sözlüğüne baktığımızda ise iletişime ait şu iki tanım karşımıza çıkmaktadır:

"1. Duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme, komünikasyon. "

"2. Telefon, telgraf, televizyon, radyo vb. araçlardan yararlanarak yürütülen bilgi alışverişi, bildirişim, haberleşme, muhabere, komünikasyon." (sozluk.gov.tr).

Nasıl ki insanoğlunun konuşması ya da susması, derdini anlatma biçimi bir iletişimi ifade ediyorsa duruşu, beden dili ve oturuş şekli de iletişimi ifade eder. Bu yönüyle kişilerarasındaki iletişimi, sözlü ve sözsüz iletişim olmak üzere iki yönüyle

değerlendirmemiz gerekir. Kimi kaynaklarda yazılı iletişim de kullanılan kodlara göre iletişim türleri arasında değerlendirilmektedir. Yazılı iletişimi diğer iletişim türlerinden ayıran özellik, adı üstünde metin ya da belgeler vasıtasıyla yani yazıyla yapılmasıdır. Yazılı iletişimin bazı ayırt edici özelliklerine baktığımızda, iletişim sürecinde birtakım yanlış anlaşılmanın da meydana gelebileceğini görmekteyiz. Fidan (2009, s. 47), bilgi alışverişi sürecinde kaynak tarafından aktarılan mesajın içerik ve niteliği korunsa da yazımda yapılan hatalar ya da yanlış uyarlamalar sonucunda uygulamada bazı sorunların ortaya çıkabileceği görüşünü savunmuştur.

Sözlü iletişimde temel öğe dil; olmazsa olmaz olan unsur ise sestir. Diksiyon ve vurgu da sözlü iletişim unsurlarındandır. Bununla birlikte radyo ve televizyonda kamuoyuna yapılan konuşmalar, mitingler, konferanslar, telefon görüşmeleri de sözlü iletişim örnekleridir. Sözsüz iletişim denince ilk akla gelen unsur beden dilidir. Yine jest ve mimikler ile göz ve vücut temasını da sözsüz iletişime örnek olarak gösterebiliriz. Sözlü ve sözsüz iletişim günlük hayatta farklı amaçlar doğrultusunda bağımsız olarak kullanılabilir. Ancak sağlıklı ve etkili bir iletişim için hem sözlü hem de sözsüz iletişim araçlarını birlikte kullanmak gerekir. Araştırmamız ilerleyen kısımlarında detaylarıyla anlatılacağı üzere, bir televizyon haber spikeri de izleyiciyle iyi bir iletişim kurabilmek ve haberleri en doğru şekilde izleyiciye aktarabilmek için bahsetmiş olduğumuz sözlü ve sözsüz iletişim araçlarını yerinde ve etkili bir biçimde kullanmalıdır. Yani diksiyon, vurgu, ses tonu gibi sözlü iletişim unsurları yanında beden dili, jest ve mimik gibi sözsüz iletişim unsurlarının yerinde ve etkili kullanılması da bir televizyon haber spikerinde aranan nitelikler arasındadır.

Kitle iletişimi ise en yalın haliyle, basın-yayın yani medya yoluyla yapılan iletişim türüdür. Aynı anda tek bir iletinin çok sayıda insanla paylaşılabilmesini ifade eder. Yine mesajın, iletişim araçları vasıtasıyla hedef kitleye aktarılması olarak da tanımlanabilir. Oskay (2001, s. 42), "*kitle iletişiminde ilk farklılık kaynağın, tek bir kişi değil, bir kuruluş oluşudur*" tanımını yapmıştır. Yani kitle iletişimi, kuruluşlar tarafından yapılıyor olması dolayısıyla iletişimin kurumsal ve örgütlü bir yapıya dönüşmüş hali olarak da tanımlanabilir. Kitle iletişiminin öneminin artmasında televizyonun rolü büyüktür. Medyanın gelişme dönemlerinde kitle iletişimi daha çok tek yönlü bir şekilde gerçekleştirilirken, sosyal medyanın yaygınlaşması ve teknolojik

olanakların artmasıyla birlikte iki yönlü bir hal almaya başlamıştır. Radyo ve televizyonun önceki dönemlerinde telefon, mektup, faks yoluyla yapılan geri dönüşler, etkileşimli yayıncılığın gelişmesiyle günümüzde daha çok Whatsapp, Facebook, Instagram, Twitter ve Threads gibi sosyal medya mecraları vasıtasıyla gerçekleştirilmektedir.

Kitle iletişimi kavramı, tarihsel olarak bakıldığında yeni sayılabilecek ve modern toplumlara ait bir kavramdır. Bu kavramı ilk olarak 20. yüzyılın ortalarında Harold D. Lasswell kullanmıştır. Lasswell'e göre kitle iletişimi; bilgi, duygu ve düşüncelerin sosyokültürel açıdan birbirinden farklı ve geniş bir kesimi kapsayan kitlelere, kitle iletişim araçları vasıtasıyla iletilmesini ifade eder (Aziz, 1982, s. 3). İnsanoğlu, sosyal bir varlıktır ve genellikle kitleler halinde yaşar. Bu nedenle kitle iletişiminin sağlıklı bir şekilde yürütülebilmesi, insanların kitle iletişim araçları vasıtasıyla kiteselleşmesiyle, yani belli sosyal ve kültürel davranışları paylaşmasıyla mümkün olmaktadır.

Mutlu (2004, s. 177-178), kitle iletişiminin başlıca 9 özelliğini maddeler halinde şöyle sıralamıştır:

" Kitle iletişiminin izler kitlesi görece geniştir. "

" İzler kitle toplumun farklı kesimlerinden olan ve farklı niteliklerden oluşan bir topluluktur. "

" İzler kitleyi oluşturan kişiler ve iletişimci genellikle birbirlerini tanımazlar. "

" Kitle iletişiminin içeriği herkese açıktır ve bu özelliğiyle kamusaldır. "

" Kitle iletişim araçları birbirlerinden uzakta bulunan birçok insanla aynı anda iletişim kurabilir. "

" Kitle iletişimi karmaşık biçimsel kurumları gerektirir. "

" İzler kitleyle iletişimci arasındaki iletişim izler kitlenin tanışıklığı olmayan, profesyonel iletişimci rolündeki kişiler tarafından kurulur. "

" İletişim geri döndürülemez bir şekilde tek yönlüdür ve izler kitlenin anında yanıt verme olasılığı düşüktür. Böylece iletişimciyle izler kitle arasında bir kutuplaşma söz konusudur. "

" Kitle iletişim araçlarının ürünleri hem fiziksel anlamda hem de düşük maliyeti sebebiyle izler kitle tarafından elde edilmesi kolaydır."

Bu özellikleri günümüz toplumuna ve kitle iletişim araçlarına göre yorumlayacak olursak bazı maddelerin nispeten değiştiğini ve dönüştüğünü söylemek mümkündür. Örneğin kitle iletişim araçlarından radyo ve televizyonu ele alırsak; izler kitlenin görece geniş oluşu, toplumun farklı kesimlerine ve niteliklerine hitap etmesi, herkese açık ve kamusal oluşu, aynı anda birbirinden uzakta olan milyonlarca insanla iletişim kurabilmesi, ulaşabilmenin kolay oluşu gibi özellikleri günümüz için de geçerlidir. Ancak izler kitle ve iletişimcinin birbirini tanımaması, tek yönlü oluşu gibi özelliklerin değişime uğradığı söylenebilir. Günümüzde sosyal medya kullanımının yaygınlaşması ve teknolojik olanakların gelişmesiyle televizyon ekranlarında ya da radyolarda halka seslenen isimler, daha bilinir ve ulaşılabilir hale gelmişlerdir. Radyo ve televizyon spikerlerinin ya sunucularının hemen hepsi sosyal medya hesapları aracılığıyla iş ya da özel hayatlarını paylaşabilmekte ve kamuoyu tarafından yakından takip edilebilmektedirler. Bu durum, artık izler kitlenin iletişimciyi daha yakından tanımasına olanak sağlamaktadır. İnsanların kendi sosyal medya hesapları vasıtasıyla çeşitli mecralardan kişisel ya da kurumsal sosyal medya hesaplarına anında geri bildirim yapabilmeleriyle de günümüz kitle iletişim araçlarında kısmen iki yönlü bir iletişimin söz konusu olduğunu söyleyebiliriz.

Kitle iletişim araçlarının toplumsal anlamda önemli işlevleri vardır. Pek çok iletişim uzmanı tarafında kabul gören bu işlevler UNESCO'nun hazırlamış olduğu Mac Bride Raporu'nda yer almıştır. Bunlar; "haber ve bilgi verme, eğitim, eğlendirme, toplumsallaştırma, güdüleme, tartışma ortamı hazırlama, bütünleştirme ve kültür geliştirme" şeklinde sıralanmıştır (MacBride, 1980, s. 283–285).

Türkiye'de 90'lı yıllardan itibaren radyo-televizyon yayıncılığında devlet tekelinin kırılması ve özel yayıncılığının yaygınlaşması, kaçınılmaz olarak bazı değişimleri beraberinde getirmiştir. Kitle iletişimine yeni radyo ve televizyonların

eklenmesiyle yayıncılık açısından ilk dikkat çeken gelişme, yayın çeşitliliğinin ortaya çıkması ve program türlerinin artması şeklinde gözlemlenmiştir. Yukarıda bahsetmiş olduğumuz kitle iletişim araçlarının işlevlerine atıfta bulunursak haber ve bilgiye erişimde televizyonun rolü artmış, bununla birlikte 90'lı yıllardan itibaren televizyon yayıncılığının karakteristiği haline gelen eğlence programları gerçeği ortaya çıkmıştır. Televizyon toplum yararına hizmet ederek toplumsallaştırma, bir şeye teşvik ederek de güdüleme işlevini yerine getirmiştir. Tartışma ortamı hazırlama işlevi ise kurulduğu günden günümüze televizyon kanallarının vazgeçilmez programlarından olan tartışma programlarının ana unsuru olmuştur. Yine toplumun ortak hedefler doğrultusunda birlikte hareket etmesi ve ortak kültür geliştirmesi anlamında bütünleştirme ve kültür geliştirme işlevlerinin de örneklerini televizyon yayıncılığında görmemiz mümkündür.

Türkiye'deki televizyon yayıncılığının gelişimine değinmeden önce televizyonun tanımı, bulunuşu ve tarihsel gelişimine göz atmak faydalı olacaktır. Televizyonun etimolojik kökenine baktığımızda Antik Yunancada “tele” (uzak) ve “vidi” (görme) kelimelerinin birleşiminden oluştuğu görülmektedir. Kimi kaynaklarda Latince görmek anlamına gelen “visio” kelimesi de geçmektedir. Türkçeye “uzaktan görmek” ya da “uzak görüş” olarak çevirebileceğimiz televizyona karşılık olarak, Türk Dil Kurumu tarafından “uzgöreç” ve “uzgörüm” kelimeleri önerilse de bu kelimelerin yaygın bir kullanımı olmamıştır (TDK Türk Dili ve Edebiyatı Dergisi, 2005).

Televizyon, Türk Dil Kurumu sözlüğünde şöyle tanımlanmıştır: “Vericiden iletilen dalgaların görüntü ve ses olarak görünmesini ve duyulmasını sağlayan aygıt; televizyon alıcısı, beyaz cam, buzlu cam, camekânlı kutu.” (sozluk.gov.tr).

Bundan tam 100 yıl önce 1923 yılında İskoç mucit John Logie Baird ilk televizyonu Birleşik Krallık'ın Hastings kasabasında icat etmiştir. Baird maddi imkânları iyi olmadığı için bir lavabo ve bir çay tenekesini kullanarak icat ettiği televizyonun yine kendi çalışmalarıyla 1926 yılında ilk defa yayımlanmasını gerçekleştirmiştir (tr.wikipedia.org). Bu zor ve ilkel şartlarda icat edilen teknolojik cihaz yakın tarihin ve günümüzün en etkili kitle iletişim araçlarının başında gelmiştir.

Televizyon yayıncılığı, başlangıç sürecinde radyodan farklı bir görüntü çizmiştir. Radyo yayınları dünya genelinde hemen her coğrafyada aynı yıllarda başlamasına rağmen, televizyon yayınları çok daha pahalı bir teknoloji gerektirdiğinden ilk olarak gelişmiş ülkeler İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri; daha sonra ise gelişmekte olan ülkeler televizyon yayıncılığına başlamıştır. İlk düzenli ve yüksek çözünürlüklü televizyon yayını 1936'da İngiltere'de BBC'de yapılmıştır. Daha sonra ABD, Sovyetler Birliği Almanya ve Fransa'da düzenli televizyon yayınları başlamıştır. Renkli yayınların net olarak başlaması ise 1950'lerden sonraya uzanmaktadır.

1.2. Türkiye'de Televizyon Yayıncılığının Gelişimi

Türkiye'de televizyonun resmi başlangıç tarihi 31 Ocak 1968 olarak görülse de yaklaşık 16 yıl önce; yani 9 Temmuz 1952 tarihinde ilk Televizyon yayını denemeleri kapalı devre olarak İstanbul Teknik Üniversitesi Taşkışla Yerleşkesinde İTÜ TV adıyla başlamıştır. O yıllarda yayınlar yerleşkedeki ve dükkân vitrinlerindeki televizyonlar yoluyla izlenebilmiştir (Tasauji, 2022, s. 52). Düzenli yayıncılığı başlatan ilk deneme televizyon yayını Ankara'da Mithatpaşa Caddesindeki bir binanın bodrum katından gerçekleştirilmiştir. Bu yayın Mithatpaşa Stüdyosu'nda, Mahmut Tali Öngören'in anonsu ve TRT Spikeri Nuran Devres'in açılış konuşmasıyla başlamıştır. TRT Spikeri Nuran Devres *"Sayın seyirciler burası 3. bant 5. kanaldan deneme yayınları yapan Ankara televizyonu. Bugün 31 Ocak 1968. Bu akşamki deneme yayınına başlıyoruz"* anonsuyla Türkiye'de televizyonun başlangıcını ilan etmekteydi (trthaber.com). TRT'nin ve dolayısıyla Türk televizyonculuğunun ilk televizyon haberi ise yine bu tarihte, saat 19.15'te yayımlanmaya başlanmıştır (Akıllıoğlu, 1990, s. 30).

Kamu kuruluşumuz TRT'nin ilk deneme yayını yaptığı bu tarihten günümüze yaklaşık elli beş yıllık bir süre geçmiştir. TRT'nin yayın hayatına başladığı 31 Ocak 1968 tarihinin öncesinde de Türkiye'de televizyon yayıncılığını başlatmaya yönelik birtakım girişimler olmuştur. Bu girişimler tıpkı radyoda olduğu gibi televizyonda da siyasi figürler vasıtasıyla yapılmış, ancak 27 Mayıs 1960 darbesi gibi önemli siyasi olaylar sonucunda bu girişimler sekteye uğramıştır. Türkiye Radyo Televizyon Kurumu'nun kuruluş gerekçesi, TRT web sitesinde şöyle ifade edilmektedir: *"1 Mayıs 1964 tarihinde özel bir yasa ile devlet adına radyo ve televizyon yayınlarını yeterli,*

doğru ve tarafsız biçimde gerçekleştirmek üzere, tüzel kişiliğe sahip özerk bir kamu iktisadi teşebbüsü olarak Türkiye Radyo Televizyon Kurumu kuruldu.” (trt.net.tr).

TRT'nin kurulması ve 1968 yılında ilk yayınından itibaren ülkemizin televizyonla tanışmasıyla birlikte yayınların ülke çapında yaygınlaşması öncelikli hedef olmuş, bu hedefe ulaşmak adına çalışmalar hızlanmıştır. Ancak bu süreçte de 12 Eylül 1980 darbesi ve yansımaları sonucunda, 1982 yılına gelinceye kadar yayınlar siyah beyaz olarak yapılabilmektedir. Bu tarihten itibaren ise renkli yayınlar için çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Sürdürülen renkli yayın denemeleri sonuç vermiş, 1984'den itibaren tamamen renkli yayına geçilmiştir. TRT'nin 1986 yılında ikinci, 1989 yılında ise üçüncü ve dördüncü kanallarının yayın hayatına başlamasıyla renkli ve aynı zamanda çok kanallı yapıya ulaşılmıştır (Ünlüer, 2000, s. 48).

90'lı yıllar ise Türkiye'de televizyon yayıncılığı açısından bir başka dönüm noktasıdır. Bu tarihe kadar televizyon yayınları sadece kamu yayıncılığı yoluyla, TRT tekelinde sürdürülmekteydi. Özel kanalların da açılmasının bir suç unsuru olmadığına işretini, dönemin Başbakanı Turgut Özal vermiştir. Özal, 1989 yılında bir ABD gezisi sırasında verdiği demeçte, Türkiye'de özel televizyon yayıncılığı için yasal bir engel olmadığını söylemiş ve özel kanalların kurulmasının önünü açmıştır. İlk özel televizyon kanalı Magic Box adıyla deneme yayınlarına başlamış, sonradan Star 1 adını almıştır. Yine o dönemde birçok özel televizyon kanalı Özal'ın sinyaliyle yayına başlamıştı. Ancak bu yayınlar yasal düzenlemeden yoksun ve korsan olarak nitelenen yayınlardır. Keloğlu (2021), Magic Box'un 1 Mart 1990 tarihinde Başbakan Turgut Özal'ın oğlu Ahmet Özal öncülüğünde Almanya'da yayına başladığını ve o dönem bu yayının korsan kabul edildiğini söyleyerek şunları ifade etmiştir:

"O dönemde bu yayın 'korsan' olarak niteleniyor. Bu yayının yasallık kazanması ancak 1994'teki yeni Radyo ve Televizyon Yasası ile mümkün oluyor. Bu kısım biraz ilginç. Günümüzdekine bağlanan ilginç bir yanı var. Bu yasanın çıkmasını hızlandıran olay, TGRT ve İnter Star gibi kanallarda Saraybosna'da yaşanan olaylar üzerine yapılan dezenformasyon. Halkı tahrik eden haberler nedeniyle yasa 20 Nisan'da kabul ediliyor. Yayıncılık faaliyetinin doğru düzgün yapılması için bir çaba olarak görmek gerekiyor bu yasalaşmayı. Günümüze gelindiğinde dijitalleşmeyle, her

şeyin dijital olarak yayınlanabildiği bir mecra olarak televizyonu görmek de mümkün. 1990'larda özel kanallar kurulmasaydı bugün dijitalleşme olur muydu, bilmiyoruz ama bugün televizyonun YouTube'laştığı bir dönemin içindeyiz" (aa.com.tr).

Görüldüğü gibi 90'lı yılların başında Türkiye'de özel yayıncılık yasal olarak kabul edilmiyordu. Bu dönemde yasal dayanaktan yoksun yayınlarda yapılan yanıltıcı haberler (dezenformasyon) yayıncılığın daha düzenli ve kurallara bağlı olarak yapılması için birtakım düzenlemeleri zorunlu kılmıştır. 13 Nisan 1994'te "RTÜK Yasası" olarak da bilinen 3984 sayılı "Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun" TBMM'de yasalaşmış ve bir hafta sonra, 20 Nisan 1994'te Resmi Gazete'de yayımlanmıştır. Bu kanun aynı zamanda Radyo Televizyon Üst Kurulu'nun resmi olarak kurulduğunu ilan eden kanundur (iletim.istanbul.edu.tr).

RTÜK'ün kurulmasıyla birlikte Türkiye'deki özel yayımlar daha düzenli ve kontrol edilebilir hale gelmiştir. Sonraki yıllarda ise teknolojik yenilikler ve bilgi teknolojilerindeki gelişmeler, diğer kitle iletişim araçlarında olduğu gibi televizyon yayıncılığını da etkilemiştir. Önceleri analog yani radyo dalgaları vasıtasıyla izleyiciye ulaşan televizyon yerini kablo TV yayıncılığı, uydu yayıncılığı gibi sayısal yayınlara bırakmıştır. Günümüzde internetin de yaygın olarak kullanılmasıyla birlikte artık yayımlar internet siteleri üzerinden ve YouTube gibi sosyal platformlardan da izlenebilmektedir. Bu yönüyle Türkiye'deki televizyon yayıncılığının gelişimini kamusal yayıncılık, özel yayıncılık ve günümüzdeki dijital yayıncılık olmak üzere 3 döneme ayırabiliriz.

Özel televizyonların yayın politikalarında en önemli ölçüt izlenme oranları yani reytinglerdir. Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de durum böyledir. İngilizcede derecelendirme anlamına gelen "rating" sözcüğünden gelen ve Türkçede de okunduğu şekliyle kullanılan reyting Radyo Televizyon Üst Kurulu'na göre şöyle tanımlanmıştır: "Belirli bir zaman diliminde belirli bir yayın hizmetini alan izleyici/dinleyicilerin panel büyüklüğüne oranıdır" (rtuk.gov.tr). Reyting kaygısı televizyonlardaki içeriğin kalitesini olumsuz yönde etkilemektedir. Örneğin televizyonun en temel işlevlerinden biri olan haber verme işlevi reyting uğruna nitelik kaygısının ön planda olmadığı,

insanların dikkatini nasıl daha fazla çekerim kaygısıyla oluşturulan haber içerikleri şeklinde hazırlanmaktadır. Tılıç (1998, s. 367-368), bu durumla ilgili habelelendirme (infotain) sözcüğünü ön plana çıkarmıştır. Temel işlevi haber vermek olan televizyon kanalları kimi zaman bu amacın dışına çıkmakta ve daha çok izleyiciyi eğlendiren formatta haberler yapmaktadırlar.

Farklı tanımlarını daha önce ifade ettiğimiz televizyon, kimi uzmanlara göre fikirlerin ve bilginin dünyaya açılan bir penceresi olarak görülmektedir. Nasıl ki evimizin penceresinden baktığımızda dışarıyı görebiliyor ve hayat hakkında bir fikir sahibi olabiliyorsak, televizyon seyrettiğimizde de dünyadaki gelişmeleri görüyor ve haberdar olabiliyoruz. Elbette televizyondan aldığımız bilginin değerinin incelenmesi ve verilmek istenen mesajın doğru algılanması da son derece önemlidir. Kitle iletişim araçları kamusal yayınlar haricinde ana gelirleri reklam olan ve sermaye odaklı kuruluşlardır. Dolayısıyla reytinge göre düzenlenen yayın politikaları birtakım sonuçları da beraberinde getirir. Bilgiye ulaşmanın kolaylaştığı ve her zamankinden daha önemli hale geldiği gümümüz toplumunda dezenformasyon yani bilgi çarpıtma bu sonuçların başında gelmektedir. Buradan kitle iletişim araçlarının verdiği haber ve bilginin niteliğinin kimi zaman kuşkulu ve sorgulanabilir olduğu sonucuna varabiliriz. Medya okuryazarlığı bu bakımdan medyayı doğru kullanma, verilen iletileri doğru algılama ve zararlı içeriklerden korunma noktasında büyük önem arz etmektedir.

1.3. Televizyon Yayınının Özellikleri

Televizyonu kendinden önceki kitle iletişim araçlarından farklı kılan temel unsur görüntüdür. Televizyon öncesindeki kitle iletişim araçları sadece tek duyu organına hitap etmekteydi. İki duyu organına hitap etmesi yani görüntü ve sesin bir arada kullanılması özelliğiyle televizyon, daha çabuk popüler hale gelmiş ve geniş kitlelere yayılmıştır. Zahmetsiz ve kolay ulaşılabilir olması da insanların bu kitle iletişim aracını daha çok tercih etmesinde etkili olmuştur. Kanadalı yazar Marshall McLuhan'ın kullanmış olduğu ünlü “global village” yani “küresel köy” kavramı televizyon için son derece geçerli bir özelliği ifade etmektedir. McLuhan (1964), kitle iletişim araçları ve özellikle elektronik iletişimin yaygınlaşmasıyla, dünyanın küçük bir topluluk gibi olacağına inanmış ve bu tabiri kullanmıştı. Bu öngörüsünde haksız da çıkmamıştır. Nitekim bir köyde haberin hızlı bir şekilde yayılması gibi, bir televizyon

haberi de dünyanın pek çok farklı yerindeki insanlar tarafından izlenebilmekte ve dünyadaki gelişmelerden haberdar olunabilmektedir.

Aziz (1981, s. 68-70), televizyonun özelliklerini şu şekilde sıralamıştır:

“· *Evreni küçültmüştür.*”

“· *Televizyon popüler (halka dönük) bir sanattır.*”

“· *Simgeleri (sembolleri) genelleştirir herkesin malı yapar.*”

“· *Mikrofon yardımcı unsurdur.*”

“· *Okuma değil anlatım asıldır.*”

“· *Sessizlik radyodaki kadar kesin değildir.*”

“· *Zaman yiyen bir araçtır.*”

“· *Kişiyi pasif duruma getirmektedir.*”

“· *Karmaşık ve pahalı bir araçtır.*”

Bu 10 özelliği detaylandırmak televizyonun özelliklerini kavramak anlamında faydalı olacaktır. İlk olarak evreni küçültmesi dünyanın farklı bir noktasından bir görüntüyü insanlara aktarabilmesi ve olaylar hakkında fikir sahibi olunabilmesini ifade etmektedir. Halka dönük bir araç olması ve sembolleri genelleştirmesi toplumun bütününe hitap edebilmesini; mikrofonun yardımcı unsur olması, radyodan farklı olarak televizyonda görüntünün daha ön planda olmasını ortaya koymaktadır. Anlatımın esas olması, ekrandaki kişinin bir metne tabi olsa dahi konuşuyormuş gibi görünmesini ifade eder. Sessizliğin radyodaki kadar kesin olmaması iki duyuya hitap etmesiyle ilgilidir. Görüntüdeki kişinin hareketlerinin ses olarak yansımaları izleyenleri rahatsız etmez.

Olumsuz özellikler olarak değerlendirebileceğimiz zaman yiyen bir araç olması ve kişiyi pasif duruma getirmesi ise televizyonun göze hitap etmesinden dolayı ekran başına kilitlemesi ve tabiri caizse hipnotize etmesini ifade etmektedir. Karmaşık ve pahalı bir araç olması da gerek bir televizyon yayın kuruluşu için lazım olan

harcamalar gerekse radyoya göre daha pahalı olması sebebiyle olumsuz olarak nitelenebilecek bir diğer özelliktir. Televizyonun, olumsuz yönleriyle sıkça değerlendirilen bir kitle iletişim aracı olduğunu söylememiz gerekir. Erengezin, (1993, s. 7), televizyonun diğer kitle iletişim araçlarına göre olumsuz yönlerinin daha çok ele alınmasının sebebinin, toplum ve ekonomi üzerindeki etkisinin fazla olmasından kaynaklandığını ifade etmiştir.

Televizyonun olumsuz etkilerinden bahsedildiğinde akla gelen belki de ilk sorun televizyon bağımlılığıdır. Televizyon bağımlılığı fiziksel bir rahatsızlık olarak kabul edilmese de bireyin yaşamını olumsuz yönde etkileyen bir rahatsızlıktır. Yapılan çalışmalarda kendilerini televizyon bağımlısı olarak tanımlayan kişilerin diğer insanlara oranla herhangi bir şeyden çok daha kolay sıkılabildikleri, otokontrol yeteneklerinin normal insanlara göre daha düşük olduğu ve dikkatlerinin de çok daha kolay dağıldığı gözlemlenmiştir. Ayrıca televizyonu haddinden fazla seyreden kişilerin az seyredenlere oranla sosyal yönlerinin daha az geliştiği görülmektedir. Televizyon bağımlılığı spora ayrılan zamanı daraltmakta ve obezitenin artmasına neden olmaktadır (Coşkun, 2003, s. 51).

Televizyonun yaygınlaşmaya başlamasıyla daha eski bir icat olan radyo ile kıyaslanmaları kaçınılmaz olmuştur. Televizyon ile radyo arasındaki en temel farkın görüntü olduğunu ifade etmiştik. Radyo kulağa, televizyon ise hem kulağa hem de göze hitap etmektedir. Bununla birlikte televizyonda konuşma unsurunun önemi de yadsınamaz. Konuşmak sadece sözü değil, bir kültürün insanların birbirlerine mesaj iletmelerini sağlayan bütün teknikleri ve teknolojileri de ifade etmektedir. Televizyon bir konuşmalar yumağıdır ve konuşmayı bize sözcüklerle değil, görüntülerle aktarmaktadır (Postman, 1999).

Teknolojinin hızla gelişmesi, kitle iletişim araçlarının toplum yaşamındaki yeri ve önemini artırmıştır. Televizyon medya kültürünün egemen bir kültür haline gelmesinde önemli bir role sahiptir. Zira iletişim ağı içerisinde en önemli medya güçlerinden biri televizyondur. Aynı zamanda ortak bir paydada buluşturma ve fikir birliği oluşturma gibi görevleriyle yaygın olarak kullanılması sebebiyle televizyon diğer iletişim araçlarından daha etkili bir araç haline gelmiştir. Günümüzde ise bu

etkinin nispeten azaldığını ve gün geçtikçe toplumu yönlendirme konularında sosyal medya mecralarının etkisinin arttığını söyleyebiliriz. Öyle ki araştırma şirketi Ipsos'un 2022 yılında yapmış olduğu değerlendirme, gerek haber gerekse dizi-film izleme alışkanlıklarında insanların dijital yayınlara ilgisinin arttığını ancak televizyon izleme alışkanlıklarının yıldan yıla düştüğünü ortaya koymuştur. Araştırma sonuçlarına göre halen Türk toplumunun büyük çoğunluğunun televizyonu her gün seyrettiği ancak son 10 yılın grafiğine bakıldığında televizyonu her gün seyrettiğini söyleyenlerin oranının yüzde 84'ten yüzde 69'a düştüğü görülmektedir (marketingturkiye.com.tr).

Televizyonun yaygın olarak kullanılmaya başlanması insan yaşamında çok önemli değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Öyle ki insanlar birbirlerine ayırdıkları zamandan çok daha fazlasını televizyon izlemeye ayırmaya başlamışlardır. Bu etki insanların sosyal yaşamlarıyla sınırlı kalmamış, diğer kitle iletişim araçlarına olan ilgilerini de etkilemiştir. Televizyonun popüler olmasıyla birlikte gazete ve dergi gibi basılı yayınlar daha az ilgi görmeye başlamış ve yapılan araştırmalara göre okuma alışkanlıkları olumsuz etkilenmiştir. Televizyonun diğer kitle iletişim araçlarına oranla daha az çaba gerektirmesini basılı yayınlara olan ilginin azalmasının temel nedeni olarak değerlendirebiliriz.

Okur-yazar olmayan insanların televizyonla daha fazla vakit geçirdikleri verilerle ortaya çıkan bir başka bir gerçektir. 2018'de yapılan bir çalışmadaki verilere göre Türkiye'de nüfusun yaklaşık yüzde beşini oluşturan okuma yazma bilmeyen insanların, günde ortalama 5 saat televizyon izlediği görülmektedir (Saral, 2018, s. 141). Televizyon görüntü ve ses yoluyla kitlelere ulaştığından ve seyretmek için okur-yazar olmaya gerek olmadığından toplumun bu kesimlerinin böyle bir eğilime sahip olması doğal olarak karşılanabilir.

Günümüze geldiğimizde ise internet gerçeği ortaya çıkmış; yaygınlaşan ve etkinliği her geçen gün artan internet, televizyonun izlenme oranlarını etkilemiştir. Günümüzde internet insanların radyo ve televizyon yayınlarını izleyebildiği bir kitle iletişim aracı olduğundan, bu iki kitle iletişim aracından daha cazip ve avantajlıdır. Ayrıca interaktif olduğundan, insanlara istediği yayını seçme özgürlüğü ile birlikte hem yayıncılarla hem de kullanıcılarla iletişim kurabilme imkânı sunmaktadır.

Günümüzde internet vasıtasıyla izlenebilen YouTube, Netflix, Prime Video gibi hizmetler televizyonun izlenilirliliğini önemli ölçüde azaltmıştır. Televizyonun, kendinden önceki popüler kitle iletişim aracı olan radyoya etkisi ise nispeten daha az olmuştur. Hatta program türleri ve içerikleri açısından televizyonun radyodan esinlendiği söylenebilir (MEB, Televizyon Yayıncılığının Temelleri, 2011, s. 19-23).

1.4. Televizyonda Program Türleri

Türk Dil Kurumu'nda kullanıldığı alanlara göre pek çok farklı tanımı olan “tür” sözcüğü dilimize Fransızcadan geçmiştir. Kökeni “genre” sözcüğüdür (Abisel, 1995, s. 14). Meseleyi televizyona indirgediğimizde, televizyon program türleri temelde edebiyat ve sanatta ortaya konan türlerden esinlenmiştir. Tür konusunda televizyonun en çok benzerlik taşıdığı alanlardan biri sinema olmuştur. Sinema nasıl ki kendinden önceki edebiyat ve tiyatro gibi bazı kitle iletişim araçlarından etkilenmişse, televizyon da edebiyat, radyo ve sinema gibi kitle iletişim araçlarından etkilenmiştir. Bir başka deyişle sinema ve edebiyat türleri, televizyonun program türlerine örnek oluşturmuş ve televizyondaki türler bu örneklere göre şekillenmiştir (Mutlu, 1991, s. 44).

Televizyon program türleriyle ilgili dünyada ve Türkiye’de farklı sınıflandırmalar bulunmaktadır. Bu sınıflandırmalara bakıldığında farklılıklarla birlikte pek çok ortak nokta da bulunduğu görülmektedir. Örneğin BBC’nin web sitesinde televizyon program türleri; çocuk, komedi, drama, eğlence, olgusal, eğitim, müzik, haber, din ve ahlak, spor ve hava durumu şeklindedir (bbc.co.uk). Radyo Televizyon Üst Kurulu ise “Yayınlarda Program Türleri Kod, Tanım Ve Sınıflandırmaları” isimli kitapçığında televizyon program türlerini şöyle sıralanmakta ve açıklamaktadır:

“1. Haber: Kamuoyunu bilgilendirme amacıyla ve nesnel bir bakış açısıyla izleyici ve dinleyicilere iletilen güncel, toplumsal, ekonomik, siyasal, kültürel ve benzeri olay, konu ve gelişmelerin sunulduğu program türü.”

“2. Güncel Programlar: Toplum ve insan yaşamında karşılaşılan çarpıcı ve genellikle münferit olayları konu alan program türü.”

“3. *Kültür Programları: Toplumun düşünce ve hayat şekline konu teşkil eden ve nesilden nesile aktarılan inanç, bilgi ve uygulamaların korunması, geliştirilmesi, yayılması ve zenginleştirilmesi amacıyla hazırlanan program türü.*”

“4. *Eğitim Programları: Toplumun farklı kesimlerine hitap eden ve hayatta gerekebilecek farklı bilgi ve beceri türlerini kapsayan eğitim amaçlı hazırlanmış program türü.*”

“5. *Gerçek Yaşamlar: Kişilerin gerçek yaşamlarına dayanan olayların ele alındığı program türü.*”

“6. *Drama: Bir sözcüğün, bir kavramın, bir davranışın, bir fikir ya da yaşantının veya bir olaylar dizisinin, tiyatro ve sinema tekniklerinden yararlanarak canlandırıldığı yapım türü.*”

“7. *Eğlence Programları: Neşeli ve hoşça vakit geçirilmesi amaçlanan program türü.*”

“8. *Çocuk Programları: Çocuklara yönelik hazırlanmış, çocukların zevklerini ve öğrenim alışkanlıklarını oluşturan ve bunlara uygun program türü*”

“9. *Ticari İletişim ve Tanıtım: Radyo ve televizyon reklamları, program desteklemesi, tele-alışveriş ve ürün yerleştirmeyi de kapsamak üzere, ekonomik bir faaliyette bulunan gerçek veya tüzel kişinin, ürün, hizmet veya imajını, doğrudan veya dolaylı olarak tanıtmak amacıyla tasarlanmış sesli veya sessiz görüntülerin bir ücret veya benzeri bir karşılıkla ya da öz tanıtım amacıyla bir programla birlikte ya da bir program içine yerleştirilerek verilmesi.*”

“10. *Diğer. (Logo ve Çağrı İşareti, Koruyucu Sembol, Kamu Spotları)*”
(RTÜK, 2014, sf. 11-21).

Haber programları konusuna ayrı bir parantez açarsak, muhabirlerin özel dosyalarına ve görüntülerine dayalı olan televizyon haber programlarının tüm dünyada yayıfladığı ve eskisi kadar rağbet görmediği anlaşılmaktadır. Türkiye’deki durum daha da vahim durumdadır. Türkiye’de pek çok haber kanalı faaliyette olsa da gerek bu televizyon kanallarında gerekse en çok izlenen televizyon kanallarında gazeteciliğin

ve haber programlarının 90'lı yıllardaki nitelik ve çeşitliliğinden uzak durumda olduğunu söylemek mümkündür. O dönemin popüler pek çok televizyon gazetecisi günümüzde artık YouTube gibi farklı mecralardan kitlelere ulaşmaktadır. Karadağ (2015, s. 71), haber programlarının televizyonların yayın akışlarında yer bulamaması ve kan kaybetmesinin en önemli sebebinin ekonomik gerekçeler olduğunu ifade etmiştir. Çünkü haber programı yapmak her zaman maliyetli bir iş olmuştur. Nitelik olarak yüksek ama maliyetli olan bu tür yapımlar, nispeten daha uygun maliyetli ama niteliği tartışılır yapımlara göre reyting açısından yenik düşmektedir. Haber programlarının eskisi kadar popüler olmamasının diğer nedenleri olarak tematik haber kanallarının yaygınlaşmasıyla “sıcak haber” ve “son dakika” haber anlayışının hakim olması ve insanların habere ulaşmada artık interneti de yaygın olarak kullanılması gösterilebilir (Şahin, 2012, s. 110).

Televizyon, her insan için başka bir amacı ifade edebilir. Kimileri için eğlence, güldürü, müzik gibi türlerle boş zamanı değerlendirme ya da rahatlama aracı; kimileri içinse haber alma aracı olarak görülebilir. Kimi insanlar ise televizyonu eğitime yardımcı bir araç olarak kullanmaktadırlar. Dolayısıyla farklı beklenti ve talepler günümüzdeki televizyon yayın türlerini şekillendirmiştir denilebilir. Yayın kuruluşları, izleyicilerin talepleri ve beklentileri doğrultusunda yayın akışlarını düzenlemektedirler. Günümüzde bu amaca paralel olarak yayın çeşitliliği ve tematik kanalların sayısı da artmış durumdadır. RTÜK'ün “2018 yılı Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması” verilerine göre Türkiye’de en çok izlenen program türü, aylık ortalama 24 gün ile “haberler” olarak tespit edilmiştir. İkinci sırada aylık ortalama 15 gün ile “yerli diziler”, üçüncü sırada ise “spor programları” yer almıştır (RTÜK, 2018, sf. 14).

Televizyonun en yoğun seyredildiği saatler, “prime time” adı da verilen ve Türkçede “altın saatler” şeklinde kullanılan yirmi ve yirmi üç saatleri arasını kapsayan zaman dilimidir. Yine TDK sözlüğünde de “televizyonun en çok izlendiği saatler” şeklinde tanımlanmıştır (sozluk.gov.tr). Bu zaman diliminde yayımlanan program türlerine bakıldığında, genellikle eğlence ağırlıklı ve fazla seçicilik aranmayan yerli ya da yabancı diziler, müzik ve yarışmalar yer aldığı görülmektedir. Günümüz televizyon içeriklerinde, insanların gerçeklikten kaçış ve yaşanan hayattan

soyutlanma ihtiyaçlarına yönelik olarak eēence odaklı bir dönüşüm söz konusudur. Televizyon kanalları seyirciyi ekrana kilitleme ve dolayısıyla reyting adına özünde eēence olmayan türleri dahi bir eēence unsuruna dönüştürme eēilimine girmişlerdir. Öyle ki eēence unsuru bazen bir haber bülteninin içinde bazen de bir drama türünde yer alabilmektedir (Olgundeniz ve Bilis, 2020, s. 174). Televizyon program türleri arasında, nispeten daha nitelikli olarak görülen belgeseller, haber ve tartima programları ise, daha az ilgi grdēnden izler kitlenin yoēun olmadığı daha geç saatlerde yayımlanmaktadır. Bu çalışmanın konusunu oluşturan televizyondaki ana haber bültenleri ise genellikle prime time kuaēının hemen öncesinde, yoēun olarak izlenen diēer bir zaman diliminde yayımlanmaktadır.

1.5. Televizyonun işlevleri

Kitle iletişim araçları topluma yönelik olarak belli işlevleri yerine getirmektedir. Televizyon açısından bakarsak da televizyon kanallarının bu işlevler baēlamında ortak noktaları bulunmaktadır. Aziz (1981, s. 51), toplumbilimcilerin hemen hemen mutabık kaldıkları ve dünya genelinde kabul gören kitle iletişim araçlarının işlevlerini Şöyle sıralamaktadır:

“ · Haber verir,”

“ · Eēitir,”

“ · Eēlendirir,”

“ · Mal ve hizmetlerin tanıtılmasını saēlar,”

“ · İnandırır (ikna) ve harekete geçirir.”

Bu işlevlerle televizyon program türleri arasında paralellik ve benzerlik göze çarpmaktadır. Çalışmanın konusu gereēi haber verme işlevi üzerinde özellikle durmakta fayda vardır.

1.5.1. Haber Verme işlevi

Başlangıcından itibaren kitle iletişim araçlarının temel işlevi haber vermek olmuştur. Radyo yayıncılıēı, haber verme işlevinde televizyona örnek teşkil etmiş ve televizyon haberciliēinin de temelini oluşturmuştur. Televizyonda haber verme

işlevini yerine getiren program türleri; haber bültenleri, hava - yol durumu, spor bültenleri ve haber programları şeklinde sıralanabilir. Teknolojideki gelişmelere paralel olarak kitle iletişim araçlarının haber verme işlevi her geçen gün farklı bir boyuta taşınmış ve ilerleyen zamanlarda bilgi toplumun temelini oluşturmuştur. İlk televizyon haberinin akşam kuşağında Amerikan CBS televizyonu tarafından 15 Ağustos 1948 tarihinde başlatıldığı bilinmektedir. Bu dönemde televizyon yayıncılığının önemli bir unsuru olarak görülmeyen haber bültenleri 1950'li yıllardan itibaren daha çok önemsenmeye başlanmış ve 1962 yılında Telstar-1 uydusunun uzaya gönderilmesiyle dış haberler canlı olarak dünya ile paylaşılır hale gelmiştir. 1963 yılındaki Kennedy suikastına ait görüntülerin dünya ile paylaşılması televizyonun ve televizyon haberciliğinin gücünü ortaya çıkarmıştır (Matelski, 1996, s. 30-36).

Günümüzde haber alma hakkı en temel hakların başında gelmektedir. Habere ulaşırken de televizyonun diğer kitle iletişim araçlarına göre avantajlarının olduğunu söylemek mümkündür. Önen (1988, s. 80), uydular sayesinde yaygınlaşan yayıncılığın, temel işlevi haber vermek olan televizyona ayrı bir önem kazandırdığını, televizyonun görsel avantajlarının diğer kitle iletişim araçlarına göre halk üzerinde daha büyük bir etkisi olduğunu ifade etmiştir.

Bilgiye ulaşımın her zamankinden daha kolay olduğu günümüzde bile internet haberciliğinden ya da sosyal medyadan yararlanmak için asgari düzeyde teknik bilgi ve deneyim gerekmektedir. Gazete ve dergi gibi basılı yayınlardan yararlanmak için okuma-yazma ve anlama becerisi gerekmektedir. Radyoda ise sadece ses unsuru ön plana çıkmaktadır ve etki alanı kısıtlıdır. Ancak yine de zihni taze tutan ve dinleyicinin hayal gücünün ön planda olduğu bir kitle iletişim aracıdır. Televizyonun ise hem ses hem de görselliğin bir arada kullanıldığı bir kitle iletişim aracı olması; aynı zamanda diğer iletişim araçlarına göre daha az çaba ve birikim gerektirmesi, diğer pek çok işlevde olduğu gibi haber işlevini yerine getirirken de etki alanının geniş olması onu ön plana çıkarmaktadır. Örneğin, Türkiye'nin ilk özel televizyon kanalı olan Magic Box Star 1, 15 Ocak 1991 Körfez Krizi sırasında olayı an be an aktaran CNN'e bağlanarak 24 saat boyunca savaşı canlı olarak izleyicilere aktarmış ve kamuoyunda o dönem belki de hiçbir kitle iletişim aracının ulaşamayacağı derecede ciddi yankı

uyandırmıştır (Yengin, 1994, s. 131).

Aziz (1981, s. 56), radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarının haber verme anlamında, gelişmemiş ya da kalkınmakta olan ülkelerde diğer kitle iletişim araçlarına göre daha büyük bir rol üstlendiğini ifade etmiştir. Gerekçe olarak bu ülkelerde okuma-yazma oranı ve eğitim kalitesinin gelişmiş ülkelere göre daha aşağıda olmasını göstermiştir. Bu tip ülkelerde radyo ve televizyon, haber verme işlevi anlamında birincil görevi üstlenmektedir. Buradan, gelişmiş ülkelerde okuma-yazma oranı ve eğitim seviyesinin daha yüksek olmasıyla gazete ve dergi gibi yazılı kitle iletişim araçlarının haber almada daha çok kullanıldığını; okuma-yazma oranı düşük, eğitim seviyesi geride olan ülkelerde ise bu tip yayınlar yerine dinleyici ya da izleyicinin direkt olarak habere ulaştığı radyo ve televizyon gibi araçların daha çok kullanıldığı sonucunu çıkarabiliriz.

Televizyon, günümüze kadar öne çıkan bir kitle iletişim aracı olmuş ve popüleritesini korumuştur. İnsanların haber alma ihtiyacı anlamında da en çok tercih ettiği araç olan televizyonun çokça tutulmasında görüntünün ön planda olmasının rolü büyüktür. Bu sayede televizyon, icadından ve yaygınlaşmasından itibaren diğer haber alma araçları olan radyo ve gazeteden hep bir adım önde olmuştur. Resim ve görüntülerin televizyonu daha çekici hale getirmesi televizyon haberlerinde de kendini göstermiş ve televizyon haberciliği günden güne önem kazanmıştır. Çünkü ana unsuru görüntü olan televizyonda haber bültenlerinde de resim ve görüntüler kullanılır. Haber, televizyon yapımcıları tarafından buna göre tasarlanır ve izleyici de zamandan tasarruf sağladığı için televizyonu çoğu zaman tercih eder. Hâlbuki yetkinlik anlamında televizyon haberleri genellikle sorgulanmıştır. Televizyon haberinde konunun özetine odaklanıldığından hem radyo hem de gazeteden daha az olay ve ayrıntıya yer verilmektedir (Swallow, 1975, s. 15).

Televizyon haberi üretilirken birtakım aşamalar söz konusudur. Haberin mutfağı olarak da niteleyebileceğimiz hazırlık sürecinde karar verme aşaması kilit aşamalardan biridir. Televizyonda ve diğer kitle iletişim araçlarında temel kıstas, hangi olayın haber değeri taşıyıp hangisinin taşımadığına karar verilmesi yayın

akışında buna göre bir yol haritası çizilmesidir. Ana hatlarıyla haberler sert ve yumuşak haberler olarak iki gruba ayrılmaktadır. Sert haberlere sıcak gelişmelerden oluşan hırsızlık veya doğal afet gibi gelişmelerin yanından siyasi ve ekonomik gelişmeler de örnek olarak gösterilebilir. Yumuşak haberler ise spor, eğlence, ilginç olaylar gibi temalarda izleyiciye sunulur ve genellikle haberde sıcak gelişme olma şartı aranmaz. İki tür arasındaki temel fark, sert haberlerin izleyiciyi haberdar etmek adına sıcak haberlerden; yumuşak haberlerin ise izleyiciyi eğlendirme veya bilgilendirme amacıyla yapılan haberlerden oluşmasıdır (Rich, 2000, s. 18-19).



İKİNCİ BÖLÜM

TELEVİZYON HABERCİLİĞİ

2.1. Haber ve Haberleşme Kavramı

İnsanoğlu fitratı gereği merak duygusuna; bir şeyleri bilme, öğrenme ihtiyacına sahip olmuştur. İletişim kuran ve merak duygusuna sahip olan insanın öğrenme ihtiyacı ilerleyen zamanlarda haber ve haberleşme kavramlarını ortaya çıkarmıştır. Bu kavramlar toplumların şekillenmesinde önemli bir paya sahip olmuştur. İlk olarak haber kavramına değinmekte fayda vardır. Haber kelimesi dilimize Arapçadan geçmiştir. Dilimizde duyum, havadis ve Fransızca kökenli enformasyon gibi eş anlamları da bulunan habere İngilizler ve Amerikalılar ise Türkçede “yeni” anlamı taşıyan “new” kelimesini eş anlamlı olarak kullanmaktadırlar (Bülbül, 2000, s. 95). Haber kamuoyunu bilgilendirme amacı taşıyan; izleyici, dinleyici ya da okuyuculara iletilen olay ve gelişmeleri ifade eder. Bu gelişmeler güncel, siyasal ya da toplumsal konularda olabileceği gibi ekonomik ya da kültürel konularda da olabilir. Türk Dil Kurumu sözlüğünde haber ve haberleşmenin tanımları şöyle yapılmıştır:

“Haber: 1. Bir olay, bir olgu üzerine edinilen bilgi; çav, selen.”

“2. İletişim veya yayın organlarıyla verilen bilgi.”

“3. Bilgi.”

“4. Yükleme.”

“Haberleşme: 1. Haberleşmek işi; iletişim, muhabere, enformasyon.”

“2. İletişim.”

“3. Yazışma.” (sozluk.gov.tr).

Haberleşme pek çok kaynakta iletişim ile eş anlamlı olarak kullanılmıştır. Tarihsel olarak bakıldığında insanoğlu önceleri haberleşmeyi sözlü olarak veya işaret dili yoluyla gerçekleştirmiştir. Başlarda duygu ve düşüncelerini sesli bir şekilde ifade

eden insanlar, medeniyetin gelişmesi ve toplumların büyümesiyle birlikte bu yöntemlerin yetersiz kalması nedeniyle daha farklı ve etkili haberleşme yolları geliştirmişlerdir. Günümüze geldiğimizde teknolojik olanakların gelişmesi ile birlikte haberleşme olanakları da artmıştır. Gazete, radyo, televizyon gibi araçların yanında internet, akıllı telefon ve diğer mobil cihazlar, insanlar arasında hızlı ve kolay bir şekilde haberleşme olanağı sunmaktadır. Bunun yanında sosyal medya platformları, elektronik posta, anlık mesajlaşma uygulamaları ve internet üzerinden video görüşmeler gibi teknolojik araçlar da haberleşmenin gelişimine katkı sunmuştur. Bu olanaklarla insanlar arasındaki haberleşme daha da hızlanmış, dünya çapında iletişim kurmak mümkün hale gelmiştir.

Birincil amacı haber vermek olan kitle iletişim araçları bağlamında haber, muhabirin hazırlayıp yayına hazır hale getirdiği ürünü ifade eder. Haberciler tarafından üretilen haberin bu tanımlar dışında literatürde pek çok farklı tanımı bulunmaktadır. Ancak 1935 yılında Washington Üniversitesi'nde Dekan olan Matthew Lyle Spencer'ın yapmış olduğu tanım, zamanla haberin sabit ve temel bir akademik tanımı haline gelmiştir. Scheneider ve Raue (2000, s. 40), bu tanımı şöyle aktarmaktadırlar: “Haber, vaktinde verilebilen, toplumda çok sayıda kişileri ilgilendiren ve etkileyen, bu kişilerin anlayabileceği herhangi bir olay ya da kanaattir. Haber, okuyucu dinleyici ve izleyici için öncelikle yeni gerçeklerle ilgili doğru ve anlaşılır bilgilerdir.”

Haberin belli başlı özelliklerine ve ideal habere değinecek olursak, ilk olarak haber tek bir kişiyi değil toplumdaki çok sayıda kişiyi ilgilendiren ve etkileyen gelişmeleri kapsamak durumundadır. Çünkü haber ancak kitlelere hitap ediyorsa ve ilgilendiriyorsa anlamlı olacaktır. Herbert (2000, s. 64), haberin öznel nitelikler taşıyabileceğini ancak içerik olarak toplumun bütününe hitap eden şekilde nesnel olması gerektiğini savunmuştur. Haberin herhangi bir olayın veya gelişmenin doğruluğundan kuşku duyulmayacak nitelikte aktarılması ile sade, düzgün bir dille; halkın tamamını kapsayacak şekilde anlaşılır biçimde verilmesi ve güncel olması diğer önemli özelliklerdir.

Haber, kitle iletişim araçlarının kullanımının yaygınlaşmasından itibaren basının birinci ve en önemli ürünü haline gelmiştir. Bu durum, medyanın günden güne her anlamda önemli bir güç olmasına olanak sağlamıştır. Medyanın ve haberin bu derece önemli hale gelmesi de siyasi iktidarların yayın kuruluşları üzerindeki tahakkümünün artmasına neden olmuştur. Öyle ki medya, iktidarları alaşağı edebildiği ya da yönetime getirebildiği gibi; kitleleri de istediği biçimde yönlendirip, algılarını biçimlendirebilme gücüne sahip olmuştur. Örneğin, televizyonun 70' yıllardaki hızlı gelişimi sonrasında Amerikalı siyasetçiler televizyonun gücünün denetlenebilmesi adına pek çok öneride bulunmuşlardır (Çağlar, 2005, s. 62). Dünyada ve Türkiye'de bu tip olayları ve benzer örneklerini görebiliriz. Basın ve yayın kuruluşlarının gücü, verdikleri haberlerin niteliği ve yayıncılık ağlarının sınırlarıyla paralel olmuştur. Öyle ki habere yer vermeyen bir kuruluş, basının en temel işlevlerinden birini yerine getirmediğinden gücünü de sınırlamış olacaktır.

2.2. Haber Bültenleri

Haber bültenleri radyo ve televizyonda iç veya dış gelişmelerle ilgili bilgi veren metinlerdir. Yani haber bültenlerinde temel amacın, kamuoyunun bilgi edinme ihtiyacını karşılamak olduğunu söyleyebiliriz. Önceleri insanlar daha çok radyodan ya da eskilerin deyimiyle ajanstan günlük gelişmeleri takip edebilirken televizyonun icadı ve yaygınlaşmasından sonra bu işlev daha çok televizyona kaymıştır. Dolayısıyla günümüzde haber bülteni denilince ilk olarak televizyonda yayımlanan haber bültenleri akla gelmektedir. Bunun temel nedeni olarak televizyonun göze hitap etmesi ve bu yönüyle bazı avantajlara sahip bir kitle iletişim aracı olmasını söyleyebiliriz. Berger (1993, s. 13), görüntünün insanlar için konuşmadan önce geldiğini ve insanoğlunun da bebeklikten itibaren etrafındakileri tanımaya, önce görerek başladığını ifade etmiştir.

Haber bültenlerinde güncel gelişmeler ile siyasal, toplumsal, kültürel veya ekonomik gelişmeler, basın ve yayın meslek ilkeleri uyarınca izleyici veya dinleyicilere sunulur. Haber bültenleri tematik haber yayını, yani sürekli haber yayıncılığı yapan televizyon kanalları haricinde, düzenli olarak belirli saatlerde yayımlanmaktadır. Tarihsel olarak bakıldığında televizyon haberciliğinin gücünün ilk tescillendiği tarihler 1960'lı yıllara tekabül etmektedir. Amerika Birleşik

Devletleri'nde Telstar-1 uydusunun 1962 yılında uzaya gönderilmesiyle artık dış ülkelerdeki gelişmeler de yayımlanabilir hale gelmiş ve bu dönemde televizyon haberciliğinin önemi, 1963 yılında dönemin ABD Başkanı John F. Kennedy'nin suikasta uğramasıyla ortaya çıkmıştır. Zira suikastın görüntüleri televizyonların haber bültenlerinde yayımlanmış, dünya kamuoyunda büyük ses getirmiştir. Bu dönemde renkli yayınların da yaygınlaşmaya başlamasıyla haberde görüntünün gücü daha da önem kazanmış, haber bültenleri çok daha saygın hale gelmiştir (Bal, 2007, s. 17-18).

Modern toplumlarda halen insanların temel haber alma mecralarından biri olma özelliğini sürdüren televizyonda sunulan haber insanların kolay anlayabileceği bir biçimde verilmelidir. Haberin dili, izleyicilerin kültürü, eğitim düzeyi ve sosyal durumu göz önünde bulundurularak genel anlamda toplumun bütünü kapsayacak nitelikte ve şekilde olmalıdır. Bir haber bültenini işçiler, memurlar, bankacılar da sanayiciler, iş adamları ev hanımları da izlemektedir. Dolayısıyla bu kadar geniş ve homojen olmayan kitleye, toplumun farklı kesimlerine hitap eden haberin dili herkes tarafından anlaşılacak şekilde olmalıdır. Bir anlamda günlük yaşamda kullanılan konuşma diline ve sadeliğine uygun olmalıdır. Bununla birlikte habercilikte dilbilimciler tarafından birtakım profesyonellik ilkeleri de belirlenmiştir. İnal (1996, s. 24), Hollandalı dilbilimci Teun Van Dijk'ın haberde belirlemiş olduğu ilkeleri şöyle özetlemiştir: “Haber dili birinci tekil şahıs dili olamaz, asla açık bir kişisel yorum içeremez. Haber nesnel bir dille olayı anlatmalıdır. Haber kaynaklarının görüşlerini aktarmalıdır. Haber tüm tarafların görüşlerine yer vermelidir. Haberi yazan mutlaka tarafsız olmalıdır.” Görüldüğü üzere haber metni, kullanılan dilde yalınlık dışında öznel görüşlerden ve yorumlardan uzak, tarafsız bir anlatımla da sunulmalıdır.

Radyo ve televizyon yayıncılığı, dünya genelinde ve Türkiye’de başlangıç aşamalarında devlet tekeliyle yapılmış ve bu iki mecranın temelleri de kamusal yayıncılıkla atılmıştı. Buna İngiltere’den BBC, Türkiye’den ise TRT örneğini verebiliriz. Kamusal ve özel yayıncılığın birlikte yürütüldüğü sonraki dönemlerde özel yayıncılık, liberal ekonominin de etkisiyle daha yaygın hale gelmiştir. Günümüze geldiğimizde ise özel yayıncılığın hem dünya genelinde hem de ülkemizde çoğunlukta olduğunu görmekteyiz. Bilgili (2005, s. 111), medya ekonomisinin, kitle iletişim araçları açısından içinde bulunulan ekonomik veya siyasi koşullar çerçevesinde

şekillendiğini ifade etmiştir. Doğaları gereği kâr amacı güden yayın kuruluşları, içinde bulunulan sosyoekonomik koşullara göre üretim yapmaktadırlar. Nitekim ticari kuruluşlar olarak da niteleyebileceğimiz özel yayın kuruluşları genellikle doğaları gereği kâr elde etme amacıyla faaliyet yürüten kuruluşlardır. Bu da bir bakıma özel medya kuruluşlarının yayın çizgilerinin ticari kaygıya göre şekillenmesi anlamına gelmektedir. Daha çok gelir elde edebilmenin ana koşulu doğal olarak daha çok reyting almaktır. Reyting ne kadar yüksek olursa reklam pastasından alınacak pay da o kadar yüksek olacaktır.

Radyo haber bültenlerinde temel unsur olan konuşma, televizyon haber bültenleri için de önemli bir unsurdur. Televizyon haberinin karakteristiğine baktığımızda radyodan farklı olarak görüntü önemli olsa da haberlerin yine konuşma yoluyla verildiğini görmekteyiz. Öyle ki bu özelliğiyle radyo ve televizyon haberlerinin spikerler tarafından sunumu, eski çağlarda konuşma yoluyla halkı bilgilendiren şehir tellallarına benzetilmiştir. “Ortaçağ’ın kent tellalları geleneğinde, bir yanda hiç tepki göstermeden mesajı dinleyen halk, günümüzde de radyo ve televizyon; sadece dinleyen, izleyen kitlelere haber iletmektedir” (Siller, 1972 s. 16’dan aktaran Parsa; 1993, s. 23).

Günümüz haberciliğinde bilgi toplarken ya da bir konuyu araştırırken yaygın olarak kullanılan 5N1K tekniği "kim, neyi, nerede, nasıl, ne zaman, niçin" yaptı sorularına cevaplar aramaktadır. Bu soruların sorulmadığı ve bu formülün kullanılmadığı bir haber, içerik yönünden yetersiz olacaktır. Nitelik açısından iyi bir haberin içeriğinde 5N1K kuralının açılımındaki bu soruları barındırması gerekmektedir (Türkoğlu, 2004, s. 25).

Diğer kitle iletişim araçlarında olduğu gibi televizyondaki haber bültenlerinde de gazetecilik ilkeleri uyarınca, yanlış bilgi vermekten kaçınmak gerekmektedir. Ne var ki seyirciye yanlış bilgi vermemek yetmez; aynı zamanda doğru bilgiyi bağlamından uzaklaştırmadan yani “dezenformasyon” (yanıltma haber) yapmadan vermek gerekir. Bilgi çarpıtma ile ilgili şu tanım da konuyu özetlemektedir: “Dezenformasyon yanlış enformasyon demek değildir. Dezenformasyon, yanıltıcı (yersiz, ilgisiz, parçalı ya da yüzeysel) enformasyon, yani insanda bir şey hakkında

bilgi sahibi olma illüzyonu yaratan, oysa aslında insanı bilgilenmekten uzaklaştıran enformasyon demektir.” (Postman, 1994, s. 119).

Bilgi teknolojilerinin gelişmesi hayatımızın birçok alanında olduğu gibi kitle iletişim araçlarının gelişimini de olumlu yönde etkilemiştir. Bu gelişmelerle birlikte küreselleşen dünya için haber dolaşımı ve aktarımı da giderek önem kazanmaya başlamış ve haber ajansları ortaya çıkmıştır. Tarihsel olarak bakıldığında haber ajansları olarak adlandırılan kurumların 19. Yüzyılda ortaya çıktığı görülmektedir. Bu dönemde telgrafın kullanılmaya başlanması habere hızlı erişim anlamında önemli bir gelişme olarak kabul edilmektedir. Koloğlu (1994, s. 2), o dönem Fransa’da bazı önemli gazeteleri çevirmek maksadıyla muhaberat bürolarının kurulduğunu, dönemin siyasi koşulları gereği habere gereksinimin arttığını ve bu gereksinimlerin haber ajanslarını doğurduğunu ifade etmiştir. Haber ajansları günümüzde haberi geniş kitlelere ulaştırabilme özellikleriyle dünya genelinde önemi artan kuruluşlar haline gelmiştir. ABD merkezli Associated Press (AP), Birleşik Krallık merkezli Reuters, Fransa merkezli Agence France-Presse (AFP) küresel haber ajanslarıdır. Dünya genelinde farklı türlerde haberlere ulaşabilen, bilgi ve haber ağları geniş bu kuruluşların birçok ülkede ofisleri bulunmaktadır. Türkçe içerikli en büyük haber ajanslarına ise Anadolu Ajansı (AA), Demirören Haber Ajansı (DHA), İhlas Haber Ajansı (İHA) örneklerini verebiliriz. Haber bültenlerindeki içeriklerin birçoğu haber ajanslarından alındığından, yayın akışında haber bülteni olan kitle iletişim araçları için bu kuruluşların önemi büyüktür. Günümüzde haber ajansları kitle iletişim araçlarının da yardımıyla geniş bir müşteri ağına sahip durumdadırlar. Abonelik sistemiyle çalışan haber ajansları medya kuruluşlarının yanında diğer alanlarda kamu ve özel kuruluşlardan müşterilere de sahiptir. Bunun yanında kamuoyunun bilgi ihtiyacı ve beklentileri doğrultusunda haberler üretmektedirler.

Televizyon haber bültenlerindeki içerikler belli yapısal özellikleri bünyesinde barındırır. Üzerinde durulabilecek ilk özellik olarak televizyon haberinin çoğunlukla belirli bir olaya dayandığını söyleyebiliriz. Televizyon diğer kitle iletişim araçlarından farklı olarak görselliğin ön planda olduğu bir iletişim aracıdır. Televizyonda olaylara dayalı haberlerde görüntü unsuru daha çok kullanıldığından bu tür haberler, soyut unsurların öne çıktığı konulara dayalı haberlerden daha çok yer bulur. Swallow (1973,

s. 15), televizyon haberinin olayları radyo ya da gazeteden daha az aktardığını, buna rağmen televizyon haberinin daha çok tercih edilmesinde görsel öğelerin ve hareketli görüntülerin çekiciliğinin önemli bir etken olduğunu ifade etmiştir. Nitekim, dünyaca ünlü bir pop yıldızının Müslüman olması ve bir İslam ülkesini ziyaret etmesi sansasyonel bir olaydır ve bu olayı içeren görüntüler, televizyon kanallarında uzun görüntülerle günlerce haber yapılabilmektedir. Ancak belli bir zaman dilimini kapsayan bir sempozyum ya da panelin haberi televizyonda genellikle daha az yer bulmaktadır. Tüm bu seçimler televizyonun görsel yönünü öne çıkarma amacıyla yapılmaktadır.

Televizyon haberi izleyiciye çok çabuk ulaşabilen bir özelliğe sahiptir. Gerçekleşen bir olay çok kısa bir süre içinde ekrana getirilebilmektedir. Hatta haber bültenlerinde olay izleyiciye canlı olarak anında aktarılabilen, ekrana getirilen “sıcak haber” ya da “son dakika” yazısıyla olayla ilgili bilgiler sığağı sığağına izleyiciye verilebilmektedir. Yine bir diğer yapısal özellik olarak televizyon haberlerinin gazete ya da internet haberlerinin aksine özet şeklinde izleyiciye sunulduğunu söyleyebiliriz. Aynı zamanda bir hikâye edilme, olaya yeni bir biçim kazandırma söz konusudur (Fishman, 1980, s. 14). Televizyon haberleri bu karakteristiğe uygun olarak hazırlanmaktadır. Öyle ki bir televizyonun ana haber bültenini yazılı hale getirsek dahi, günlük yayın yapan bir gazetenin belki bir sayfası kadar yer tutacaktır.

Günümüzde internet ve sosyal medya kullanımının artmasıyla birlikte insanların habere ulaşma imkânları çeşitlenmiştir. Haberin bilgisayar, cep telefonu, tablet gibi cihazlardaki uygulamalar vasıtasıyla internetten takibi, bu alanda geleneksel medya kullanımına olan ilginin azalmasına neden olmuştur. Çünkü yeni medya, diğer adlarıyla dijital (sosyal) medya kullanıcılarına birtakım avantajlar sunmaktadır. İnsanlar sosyal medya ile istediği bilgiye anında ulaşabilme özgürlüğüne sahip olmuşlardır. Televizyon ya da radyoda haber bültenini takip eden bir kişinin, istediği haberi seçme şansı yoktur. Kanal ya da frekans değiştirilmediği sürece o bültendeki bütün içeriğe razı olmak, tüm haberler izlenmek ya da dinlenmek durumundadır. Bu da televizyon ve radyo gibi geleneksel medya mecralarının haber bültenlerinin eski gücünü yitirmesine sebep olmuştur. Araştırma şirketi Ipsos’un yapmış olduğu

çalışmaya göre Türkiye’de her gün televizyon izleyenlerin oranı 2008’de yüzde 88’ken bu oran 2022 yılında yüzde 69’a düşmüştür. Ancak haber, televizyon izleme nedenleri arasında halen ilk sırada bulunmaktadır (marketingturkiye.com.tr). Özetle günümüzde hem geleneksel hem de dijital medya insanların habere ulaşma anlamında tercih ettiği iki alandır ve çoğu görüşe göre de bir süre daha bu iki alan kullanılmaya devam edilecektir.

2.2.1. Televizyon Haber Çeşitleri

· DSF Haber

DSF “doğal ses fonda” anlamına gelir. En basit tanımıyla görüntüsünün ve sesinin verildiği ama üzerine perfore (seslendirme) yapılmamış haberlere denilir. Sağnak (2011, s. 150), dsf haberleri spikerin, haberin ilk bölümünü kameraya okuduktan sonra ekrana habere ait görüntünün gelmesi ve bu görüntünün üstüne yine spiker tarafından stüdyoda canlı olarak seslendirme yapılması şeklinde tanımlamıştır. DSF Haberinin ekrana verilmesiyle spiker stüdyoda canlı olarak haber metnini okurken arka plandaki ses yani haber görüntülerinin doğal sesi, haber okunmaya başlandığı andan itibaren spikerin sesinden daha düşük seviyede olmalıdır. Çünkü haberdeki bilgilerin anlaşılması her zaman esastır. DSF haberler genellikle kurguya ve haber seslendirmesine yeterince zamanın olmadığı son dakika gelişmeleri ve flaş haberlerde tercih edilmektedir. Bu yüzden bu tür haberlerde ajanslardan alınan veya haber merkezi kameramanlarının çektikleri ham görüntüler üzerine gelişmeye ilişkin metin yazılmaktadır. DSF haberler genellikle çok fazla uzun olmayıp en fazla 60–80 saniyelik haberlerdir. Haber spikerinin anlattıklarıyla görüntünün eşzamanlı ve uyumlu olması gerektiğinden görüntüler spikerin okuma ritmine uygun olarak hazırlanmalıdır.

· Röportajlı Haber

Televizyonda röportajlı haberler, habere konu olan kişinin ses ve görüntüleriyle haberin doğal ses ve görüntülerinin birlikte kullanıldığı türü ifade etmektedir. Şenyapılı (1981, s. 175), röportajın haber toplamaktan daha öte bir çaba ve çalışma gerektirdiğini ifade etmiştir. Gerek haber bültenlerinde gerekse haber programlarında sıklıkla yer verilen röportajların temel amacı, televizyon izleyicisine

direkt olarak haberin ana kahramanını konuşurarak olayı ilk ağızdan anlatabilmek ve haberi daha ilgi çekici kılmaktır. Söz konusu bir olay değilse genellikle röportaj için bilgisine ve yorumuna başvurulmuş kişiler, alanlarında uzman kişilerden seçilmektedir. Otorite olarak isimlendirebileceğimiz bu tür figürler izleyicilerin fikrine önem verdiği kişilerdir ve haberin istenen etkiyi uyandırması anlamında önemli bir rol üstlenmektedirler. Bu tür haberlerin biçimine bakıldığında, muhabirin haberi tanıtıcı herhangi bir anons yapmadan, direkt olarak olayla ilgili tanığa ya da konu hakkında bilgi sahibi olan uzman bir kişiye mikrofonu uzattığı görülmektedir.

· **Anonslu Haber**

“Anons muhabirin habere konu olan olay yerinde kameraya bakarak yaptığı konuşmadır.” (acikders.ankara.edu.tr). Televizyon haber muhabirinin, gelişmeleri olayın yaşandığı yerden izleyiciye aktardığı haberlere de “anonslu haber” adı verilmektedir. Televizyon izleyicisi canlı yayınlara ve olay yerinden yapılan haberlere daha fazla ilgi göstermektedir. Dolayısıyla olay yerinden gerçekleştirilen her haber sunumunun, haberin izlenirliğine etkisi vardır. Aynı zamanda muhabirin anons çektiği alanda arka planda olay yerinin gösterilmesinin haberin inandırıcılığını artırmadaki önemi büyüktür. Bu yönleriyle anonslu haber özellikle tam zamanlı haber yayıncılığı yapan kanallar tarafından sık tercih edilen bir haber çeşididir.

· **Anonslu Röportajlı Haber**

“Televizyon haberciliğinde, haberin flaşının verildiği bölümün arkasından olayla ilgili bilgi sahibi kişilerle veya yetkililerle röportaj yapılır. Bu kişiler haberin konusu ile ilgili daha ayrıntılı bilgi verirler. Televizyon haberciliğinde bu tarz haberlere anonslu röportajlı haber denir.” (avys.omu.edu.tr). Televizyonda bazı haberler hem anonslu hem de röportajlı şekilde izleyiciye sunulmaktadır. Anonslu röportajlı haberde genellikle haberin başında ve sonunda muhabir anonsu bulunur ve ilgili haberin gösterildiği kısmın arkasından olayla ilgili bilgi sahibi kişilerle, olaya tanıklık edenlerle veya yetkililerle röportaj yapılır. Röportaj yapılan kişinin konu veya olaya hâkim olması, haberin konusu ile ilgili olarak spikerin ve muhabirin aktardığı bilgilerin yanında daha ayrıntılı bilgi verebilmesi gerekmektedir. Bu tür haberler de

anons ve röportajı birlikte barındırdığı için izleyicinin ilgisini çeken nitelikte haberlerdir.

2.2.2. Televizyon Haberinin Aktarılış Yöntemleri

Farklı şekillerde izleyiciye sunulan televizyon haberinde habere konu olan olayın aktarılması için de farklı yöntemler bulunmaktadır. (Swallow, 1973, s. 17-18), bu yöntemleri şöyle sıralamıştır:

“• Doğrudan stüdyo kamerasının karşısındaki spikerin konuşmasıyla,”

“• Olayın geçtiği yerde çekilmiş ya da arşivden alınmış film ya da videobantla,”

“• Olayın geçtiği yerden canlı kameralarla,”

“• Görüntüde fotoğraf, çizim, haritalar, bilgisayar grafikleri vb.nin kullanılmasıyla.”

Televizyon haberinin tekrar yayınları dışında canlı olarak sunulması esastır. Haberin doğası sürekli güncel olmayı gerektirdiğinden ve haber yayını yapan kuruluşların sıcak gelişmeleri anında aktarma görevi bulunduğundan haber bültenleri genelde canlı olarak ekranlara gelir. Haberin ilk olarak stüdyo kamerası karşısında spikerin konuşması şeklinde verilmesi bugün de temel yöntemdir. Bu yöntem günümüzde teknolojik olanakların da yardımıyla farklı bir boyut da kazanmıştır. Artık zaman zaman haber bültenlerinin sunumunun sıcak bir olayın yaşandığı yerden ya da tarihi bir bölgeden yapılması kullanılagelen yöntemler arasındadır. Bu tip yayınlar izleyiciyi ekrana daha çok kilitlediğinden haber yayını yapan televizyonların imkânlar elverdiği ölçüde daha çok tercih ettiği yayınlardır. Habere konu olan olayın kaydının haberleştirilmesi ya da canlı olarak ekranlara getirilmesi de yine günümüzde kullanılan temel yöntemler arasındadır. Eskiden analog filmler ya da videobantlara kaydedilen görüntüler teknolojik olanakların gelişmesi ve dijital teknolojiyle mini hafıza kartlarına kaydedilebilmektedir. Kaydedilen ve ekranlara getirilen görüntünün kalitesi de teknolojik gelişmelere paralel olarak artmış durumdadır. Bilgi teknolojilerinin gelişmesi ve internetin hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmesi günlük yaşantımızda ses kaydı ve navigasyon gibi teknolojik yenilikleri doğurmuş, bu

teknolojik yenilikler habercilerin de işini kolaylaştırarak habere ulaşımında faydalar sağlamıştır. Öztürk (2020, s. 136). Günümüzde olayın geçtiği bölgeden yapılan canlı yayınlarda da gelişmiş bağlantı yöntemleri kullanılmakta ve olay, anında izleyiciye aktarılabilir. Geyik (2021, s. 67-68), günümüz televizyonculuğunda haber üretilirken eskiye nazaran daha fazla teknik donanım kullanıldığını ifade etmektedir. Örneğin televizyonda haber videosunda veya stüdyodaki ledlerde kullanılan bilgisayar grafikleri ilk kullanıldığı zamanlara göre teknolojik olanaklar ile birlikte çok daha gelişmiş durumdadır. Haber görüntüleri ya da spikerin arkasında bulunan led ekranlarda çeşitli bilgisayar programları vasıtasıyla fotoğraflar, çizimler, haritalar ve grafiklerin kullanılması daha canlı ve ilgi çekici bir yayın yapabilmek anlamında önemlidir. Ancak bu çalışmaların gereğinden fazla ve abartılı şekilde kullanımı dikkat dağıtabildiği ve haberi bağlamından koparabildiği için zaman zaman eleştiri konusu olmaktadır.

Televizyon haberciliğinin önemli bir parçası olan yerinden canlı yayınlar teknolojik olanaklar sayesinde çok daha yaygın bir hal almıştır. Günümüzde televizyonun ve televizyon haberciliğinin özellikle internetten çokça faydalandığı görülmektedir. Canlı yayınlarda WhatsApp gibi sosyal medya uygulamaları izleyici ile karşılıklı iletişimi mümkün kılmış ve televizyon iki yönlü bir iletişim aracı haline gelmiştir. İnternet ve özellikle mobil internetteki gelişmelerden önce çok daha maliyetli ve zorlayıcı olan uydu sistemiyle yapılan canlı yayınlar, günümüzde tek bir kişinin bile kullanabildiği 3G veya 4.5G bağlantı teknolojisi destekleyen cihazlarla gerçekleştirilebilmektedir. (Geyik, 2021, s. 862). Tüm bu sözü edilen teknolojik gelişmeler televizyon haberinin izleyiciye aktarılmasını kolaylaştırmış ve televizyon haberinin yapım süreçlerini de etkilemiştir.

2.3. Televizyon Haberinin Yapım Süreci

İzleyiciyi ekrana çekmeye yönelik olarak hazırlanan, temeli görüntüye dayanan ve sesle birlikte dramatik bir bütünlük oluşturulan televizyon haberi hazır hale gelinceye değin belli yapım süreçlerinden geçmektedir. Bu yapım süreçlerinin ilk aşaması haber kaynağına yani habere ulaşmak olarak değerlendirilebilir. Söz konusu

televizyon olduğunda akla ilk olarak görüntü, televizyon haberi olduğunda ise haber görüntüsü gelmektedir. Ancak habere ulaşımında yöntem diğer mecralardan çok da farklı değildir. Çağlar (2005, s. 85), televizyon haberinde ortaya çıkarılacak ürünün ana kaynağının yazılı basından pek farklı olmadığını, haberin ulusal veya uluslararası haber ajansları ile televizyonun haber merkezi için çalışan kameramanlar tarafından sağlandığını ifade etmiştir. Serbest çalışan kameramanların çektiği görüntüler de televizyon haberinin kaynaklarına ek olarak verilebilir. Günümüzde izleyiciler tarafından televizyon kanallarının sosyal medya hesaplarına gönderilen görüntüler de haber değeri taşımaları şartıyla haber bültenlerinde yer bulabilmektedir. Tüm bu kaynaklardan edinilen bilgiler haber merkezlerindeki muhabirler tarafından değerlendirilmekte, uygunsa haber haline getirilmekte ve kontrol edilmek üzere haber editörlerine iletilmektedir.

Televizyon haberi izleyicinin karşısına gelmeden önce, adeta bir zinciri andıran bazı aşamalardan geçmektedir. Habere konu olan olayın gerçekleşmesinden haber haline gelinceye kadar olan tüm bu sürece “yapım” adı verilmektedir. Görüntü çekiminden haberin montajına kadar ürün ortaya çıkarılan bu süreçte haber merkezindeki birçok personelin emeği ve imzası olduğundan ekip çalışmasının önemi büyüktür (Boyd, 1997, s. 54). Elbette ekip çalışmasıyla birlikte ortaya çıkan ürünün yani hazırlanan haberin niteliğinin de yüksek olması gerekir. Nitelik açısından iyi bir haber ortaya çıkarabilmek için alanında yetkin ve eğitilmiş gazetecilere ihtiyaç olduğu gibi, haberin çekiminden kurgusuna kadar da donanımlı ve işinin ehli personele ihtiyaç vardır. Çünkü habere konu olan önemli bir malzeme kötü işlenip izleyiciye sunulursa istenilen ilgiyi göremeyecek ve eleştirilecektir. Belki de en önemli şey haber metninin kopukluk olmayan bölümlere ayrılmasıdır. İyi bir haber “başlangıç”, “orta” ve “son” şeklinde üç bölüme ayrılabilir (Postman ve Powers, 1992, s. 58).

2.3.1. Televizyon Haberinin Yapım Aşamasındaki Bazı Kişiler

• **Haber Koordinatörü:** Haber biriminin başında bulunan kişi olan haber koordinatörü haberin genel organizasyonunu yönetir. “Haber Müdürü” veya “Haber Dairesi Başkanı” şeklinde de anılan haber koordinatörü haberin yapımından yayınına kadar tüm süreçlerden sorumludur. Bu yüzden haber servisinde çalışan personelin çalışma aşamalarına hâkim olmak, dünyada ve Türkiye’deki gelişmeleri yakından

takip etmek durumundadır. Kars (2002, s. 602), haber koordinatörlerinin; diğer bir ifadeyle haber müdürlerinin bir televizyonda genel yayın yönetmeninden sonra geldiğini, temel işlevlerinin haber metinleri ve spiker anonslarını yazmak olduğunu ifade etmiştir. Muhabirlerin yazmış olduğu haberleri kontrol edip metne ekleme veya çıkarmalar yapmak da haber koordinatörlerin yetkisi dâhilindedir.

- **Editör:** Çoğu televizyon kanalında birden fazla bulunan editörlerin temel görevi muhabirlerin yazmış oldukları haberleri okumak ve gerekli görülen yerlerde düzeltmelerini yapmaktır. Yine televizyonda alt bantta bulunan ve “KJ” (karakter jeneratörü) denilen yazıların doğru yazılıp yazılmadığını kontrol etmek de editörün görevidir. Editör aynı zamanda yayın kuruluşunun politikasına göre hangi haberlerin yapılıp yapılmayacağına karar veren kişidir. Kars (2002, s. 602), editörlerin haberin oluşumunda muhabirleri yönlendiren kişi olduğunu belirtmiştir. Editör son metni imla ve dil bilgisi kuralları açısından kontrol edilmek üzere redaktöre gönderir.

- **Redaktör:** “Redaktör yazılmış bir metin üzerinde gereken düzeltmeleri yaparak yazıyı yayıma hazır duruma getiren kimsedir.” (ntv.com.tr). Gerek yazılı basında gerekse televizyonda yazılan bir metnin; imla kuralları dil bilgisi ve anlam bütünlüğü açısından gözden geçirme sürecine “redaksiyon” bu işi yapan kişilere de “redaktör” denmektedir. Redaktörler dil bilimi, dil bilgisi, edebiyat ve noktalama işaretlerinin kullanımı konularında yetkin kişilerden seçilirler ve genellikle Türkçe Öğretmenliği ile Türk Dili ve Edebiyatı bölümlerinden mezundurlar. Hem haber metni hem de KJ’lerin doğru yazımı redaktörlerin sorumluluğundadır. Kimi kurumlarda redaktör bulunmadığından tüm bu görevler editörler veya redaktör spikerler tarafından yerine getirilmektedir.

- **Muhabir:** Basın-yayın organlarında haber toplayan ve yazan kişilere “muhabir” denilmektedir. Haber merkezlerinin temel taşı olarak nitelendirilen muhabirin bu göreve bağlı olarak sorumlulukları da fazladır. Muhabir, gazetecilik ilkeleri gereği haberini öznel fikirlerden ve duygulardan arındırılmış bir şekilde yazmak, gelişmelere soğukkanlılıkla yaklaşmak durumundadır (Uğurlu ve Öztürk, 2006, s. 52). Televizyon muhabirini diğer medya organlarında çalışan muhabirlerden farklı kılan görüntülü haber yapmasıdır. Habere genellikle kameramanla birlikte giden

muhabirin haber bültenindeki yeri oldukça önemlidir. Zira medya kuruluşları açısından muhabir olmadan haber üretmek pek mümkün olmamaktadır. Muhabirin canlı yayınlarla gelişmeleri aktarmak gibi bir görevi de vardır. Bu tür yayınlarda ağızdan çıkan bir kelimenin dahi dönüşü olamayabileceğinden, canlı yayını yapan muhabirlerin deneyimli ve yetkin olmasına dikkat edilmelidir. Diksiyon ve ses tonları da olayı anlatış tarzını ve izlenmeyi etkileyen unsurlar olduğundan tercih sebebi olmaktadır.

• **Kameraman:** Kameraman, haber merkezi için önemli bir görevi yerine getirir. Temel unsuru görüntü olan ve bu yönüyle diğer kitle iletişim araçlarından ayrılan televizyon için habere konu olan görüntülerin çekimi önem kazanmaktadır. Öyle ki Kars (2002, s. 614), televizyonda önemli olanın olayı görüntüyle anlatmak olduğunu ifade etmiş ve bu noktada kameramanları televizyon haberciliğinin en önemli unsurları olarak nitelemiştir. Televizyon haberinde görüntüye göre haber yapmak esastır ve bazen tek bir görüntü bile olayı anlatabilmek için yeterlidir. Haber çoğu zaman “an” ile ilgili olduğundan kameramanın anın görüntüsünü kaydediyor olması da haber üretiminde kilit bir rolü üstlendiğini bizlere hatırlatmaktadır. Bu yüzden haber merkezi için kameramanın sorumluluğu da yüksektir.

• **Montajcı:** Montaj aşaması, yazılan ve görüntü dökümü yapılan haberin hazır hale gelmesi için eskiden analog yani videobantlarla; günümüzde ise bilgisayar ortamında yani dijital ortamda yapılan haberin son aşamalarından birini ifade etmektedir. Haberin gerekli kısımlarını keserek ya da birleştirerek bu işi yapan kişilere de “montajcı” (kurgucu) veya “kurgu operatörü” denilmektedir. “Haberler kurgu ve montaj aşamasında belli kararlar çerçevesinde şekil alır.” (Işıklar, 2011, s. 85). Haber birimlerinde hız çok önemli bir unsur olduğundan, haberin ilgili görüntü ve seslerinin haber metinlerine göre montajlanmasından sorumlu olan ve habere son şeklini veren montajcıların da işinin ehli ve hızlı çalışmaları tercih sebebidir. Teknik anlamda işinin ehli olan montajcının prodüktör yani yapımcı kimliğiyle inisiyatif kullanması gereken bazı durumlar olabileceğinden haber deneyiminin de yüksek olması, gündemi takip etmesi, hangi haberin izleyicinin ilgisini nasıl çekeceğini bilmesi gerekmektedir.

2.3.2. Televizyon Haberinin Hazırlanma Süreci

Haber merkezlerinde rutin olarak birim sorumluları ya da koordinatörleri öncülüğünde haber toplantıları yapılmaktadır. Genellikle sabah 10.00 saatlerinde yapılan ve “gündem toplantısı” ya da “haber toplantısı” denilen bu toplantılarda önceki günün gündemi ve haber bülteninin reytingleri değerlendirilir, muhabirlerin haber önerileri ve gündem başlıkları toplanır. Haber toplantılarına genel yayın yönetmeni başkanlık eder (Kars, 2002, s. 601). Ancak her kurumunda işleyişin aynı olmadığını, bazı televizyonlarda haber toplantılarına haber koordinatörünün başkanlık ettiğini söyleyebiliriz.

Haberleri hazırlanış biçimine göre özel ve genel haberler olarak iki gruba ayrılabilir. Genel haberleri güncel gelişmeler ve medya dünyasının genelinde gündeme gelen haberler olarak; özel haberleri ise bir haber merkezinin muhabirlerinin kendi fikirleri doğrultusunda oluşturulan ve yine o haber merkezinin kameramanlarının çekimlerinden oluşan habere denilmektedir. Genel haberden en önemli farkı, sadece gazetecinin çalıştığı medya kuruluşunda yayımlanmasıdır (haberturk.com). Özel haber yapılıp yapılmayacağıyla hangi göreve hangi muhabirin gideceği ve hangi haberlerin akışta yer alacağı da toplantıda kararlaştırılır. Yine bu toplantılarda gündem an be an takip edildiğinden ve diğer kanalların neler yaptığını bakıldığından haber merkezlerinde çok sayıda televizyon bulunur ve bu televizyonlar sayesinde rakip kanallardaki yayımlar ile gelişmeler an be an takip edilir.

Televizyon haberleri kurum bünyesindeki kameramanın çektiği görüntüler veya ajanslardan alınan görüntüler ışığında oluşturulmaktadır. Haber yayıncılığı yapan televizyon kanallarında ajans üyelikleri söz konusudur ve belli bir ücret karşılığında haber ajanslarından haber temin edilmektedir. Televizyonda ajanslardan elde edilen haber görüntüleri genellikle son dakika gelişmeleri ve flaş gelişmelerdir. Haber ajansları, bilgi ağları daha geniş olduğundan dolayı çoğu zaman habere daha hızlı ulaşmaktadırlar. Elbette kurumun kendi ekibinin olay yerinde bulunması ve izlenimlerini aktarması tercih edilen bir durumdur. Ancak bazen olay yerine ekip göndermek zor olduğundan ve haberin bir şekilde bültene yetişmesi gerektiğinden, bölgeye yakın ekip yoksa öncelikli olarak haber ajanslarının görüntülerinden yararlanır. Zira önemli olan gelişmenin bir şekilde izleyiciye ulaştırılmasıdır. Burada

önemli olan bir diğer nokta, televizyon haberciliğinin karakteristiğine uygun olarak habere göre görüntü aramak değil görüntüye göre haber yazmak esas olmalıdır (Çağlar, 2005, s. 84).

Televizyonlarda Anadolu Ajansı gibi ulusal ve Reuters gibi uluslararası haber ajanslarından edinilen bilgiler doğrultusunda haberler yapılmaktadır. Haber ajansları anlık bilgi ve haber ağı avantajları sayesinde televizyon haberciliği için önemli bir kaynak olagelmışlerdir. Ajans görüntülerinden oluşan ve bu görüntülere göre şekillendirilen bir televizyon haberinin metni aşağıdaki gibidir:

Örnek Haber Metni 1:

SEL SON DURUM

Kırklareli, İstanbul ve Aksaray'ı vuran sel felaketi hem can kayıplarına hem de maddi kayıplara neden olmuştu. Arama kurtarma ekipleri Kırklareli'nde selde kaybolan son kişinin de cansız bedenine ulaştı. Yaşamını yitirenlerin sayısı 6'ya yükselirken selin vurduğu illerde hasar tespit ve temizlik çalışmaları ise sürüyor.

//////////////////////////////////////EFEKT

Kırklareli'yi vuran selde 5 kişi can vermiş, bir kişi ise kaybolmuştu. Kayıp şahsı arama çalışmaları gün boyu sürdü. Arama kurtarma çalışmalarından saatler sonra ne yazık ki acı haber geldi... ekipler, selin sürüklediği bungalov evlerin bulunduğu alanda kaybolan emekli öğretmen Ahmet baki Şimşek'in cansız bedenine ulaştı. Kentte can kaybı 6'ya yükseldi. Bungalov evleri ruhsata aykırı olarak inşa ettiği tespit edilen işletme sahibi hakkında ise gözaltı kararı verildi.

EFEKT

3 ay önce evlenen bir doktor ile eşi de Kırklareli'ndeki selde hayatını kaybedenler arasındaydı... Selman ve Mihriban başışlar için İstanbul'da cenaze töreni düzenlendi... çift gözyaşları ve dualarla toprağa verildi.

EFEKT

Aksaray'da da pazar akşamı meydana gelen selde 3 aylık bebek Asel Balcan kaybolmuştu... kayıp bebeği arama çalışmaları bir an olsun durmadı ancak bebekten hala bir haber alınmadı.

SES: Aksaray bebek arama Vali (3.38) "Tüm heyecanımızla biz aramaya devam ediyoruz. Her gün farklı yerleri tarıyoruz."

FELAKETTE YAKINLARINI KAYBEDENLERSE YAŞADIKLARINI UNUTAMIYOR.

SES: Aksaray eşini kaybeden röp: (2.19) "Sanki baraj patlamış gibi o dereden petrolün hem sağından hem solundan sel geldi, arabamızla bizi aldı gitti. Bizi arabayla birlikte sürükledi."

Sel, can kayıplarına neden olduğu gibi büyük çaplı maddi hasara da neden olmuştu. İstanbul'u vuran sel sonrası temizlik çalışmaları sürüyor. Selden en çok etkilenen Arnavutköy, Başakşehir ve Küçükçekmece'de sular altında kalan ev ve iş yerlerinde bir taraftan hasar tespit çalışmaları yürütülüyor, diğer taraftan da ekipler vatandaşların çamur içinde kalan eşyalarını ve dükkânlarını temizleme çalışmasına destek veriyor.

EFEKT

Ses: İstanbul masko (1.51) “Bizim ev bodrum katta olduğu için su tamamen aşağıda toplanmış. İnsan boyunda su vardı. Aşağıda yarısını boşalttık yarısı kaldı.”

İstanbul’daki selin şiddetine ilişkin yeni görüntüler de ortaya çıkmaya devam ediyor. Masko mobilyacılar sitesinde istinat duvarının bir kamyonun üzerine devrilme anı yaşananların dehşetini gözler önüne serdi.

EFEKT devrilen kamyon

Selin vurduğu Çanakkale’de de temizlik çalışması vardı. Ezine ilçesinde su baskınlarının yaşandığı bölgede belediye ekiplerince temizleme ve tahliye çalışmaları gün boyu sürdü. Ekipler sokaklarda biriken suları çekerek, sahil hattında açılan kanallara boşalttı.

EFEKT Çanakkale

////////////////////////////////////

Kj 1: Kırklareli’nde can kaybı 6’ya çıktı

Sele kapılarak kaybolan Ahmet baki Şimşek’in cansız bedenine ulaşıldı

Kj 2: doktor ile eşi için cenaze töreni

3 ay önce evlenen çift; Kırklareli’ndeki selde hayatını kaybetmişti, İstanbul’da toprağa verildiler

Kj 3: Asel bebek hala bulunamadı

Aksaray’da kaybolan bebeği arama ve kurtarma çalışmaları sürüyor

KJ 4: İSTANBUL’DA TEMİZLİK ÇALIŞMASI

Selden etkilenen ev ve işyerlerinde hasar tespit çalışması ve temizlik yapılıyor

Kj 5: Çanakkale’de tahliye çalışmaları

Ezine ilçesinde sokaklarda biriken su tahliye edildi

İsim kj:

Mehmet Ali Kumbuzoğlu -Aksaray valisi

Haber toplantısında gündem değerlendirmesi ve görev dağılımı yapıldıktan sonra kurum kameramanı ve muhabirinin haber bölgesine gitmesi ve gerekli bilgilerin toplanıp görüntülerin kaydedilmesiyle özel haberler yapılmaktadır. Özel haberi ajans haberinden farkı kılan özelliklerden biri, genellikle muhabirin habere konu olan gelişmeye ilişkin anonsunun yer almasıdır. Örneğin denizlerde av sezonunun açılmasıyla birlikte balık tezgâhlarındaki durum, cezaevinden tahliye edilen bir ünlü ile yeni eğitim öğretim yılının başlamasıyla birlikte okulların açılması özel haber konusu olabilir. Muhabir anonsu da içeren bir özel haber metni aşağıdaki gibidir:

Örnek Haber Metni 2:

BALIKLAR TEZGÂHTA

Av yasağının kalkmasıyla çeşit çeşit balıklar tezgâhlardaki yerini aldı. Balıkçıların memnun olduğu yeni sezondan tüketiciler de memnun mu? Yani fiyatlar ne durumda? Gelin bu soruların cevabına haberimizde bakalım...

////////////////////////////////////

EFEKT

Ses:05.21” Fiyatlar balık bolluğuna göre normal. Hamsi 50-75 arası, istavrit 40-35 TL arası satılıyor.”05.31

Ses: 1082---10.22” Bu sene palamut yok ama hamsi çok.”10.24

Akdeniz hariç tüm denizlerimizde av sezonu açıldı. 15 Nisan'da başlayan dip trol ve gırgır ağları ile avcılık için genel av yasağı 1 Eylül'de sona erdi. Doğu Karadeniz'de yeni sezon için hazırlıklarını tamamlayan balıkçılar da 'vira bismillah' diyerek denize açıldı.

EFEKT

Tezgâhlar çeşit çeşit balıklarla doldu. Balıkçılarda sezon yoğunluğu başladı.

EFEKT

Ses:1052---02.46” İstavrit geçen sene 100 liraydı, bu sene 35 lira. Hamsi 150’ydi bu sene 50 lira.”02.51

Balıkçılar sezondan umutlu, haliyle fiyatların ilerleyen zamanlarda düşeceğini öngörüyorlar.

ANONS: 1081-“AV SEZONUNUN BAŞLAMASIYLA BİRLİKTE BALIKÇILARDA HAREKETLİLİK DEVAM EDİYOR. ÖZELLİKLE HAMSİYE İLGİ BİR HAYLİ YOĞUN... ZİRA HAMSİ AV SEZONU ÖNCESİ 100 LİRA CİVARINDAYDI, ŞU ANDA 75 İLA 50 LİRA ARASINDA SATILYOR.”

Ses:1058---04.53” geçen sene palamut hamsiyi bitirdi. Palamut vardı, hamsi yoktu.” 05.01

EFEKT

Şu an en bol olan balıklardan çupranın kilosu 165 lira. Alabalık ise 100 liradan satılıyor...

Ses:1076—08.34” hamsi sever misiniz? Yani biz balıkseveriz “08.38

EFEKT

Önümüzdeki Günlerde Akdenizdeki Av Yasağının Da Kalkmasıyla Balık Çeşidinin Daha Da Artması Bekleniyor.

////////////////////////////////////* ANONSLU*

KJ: av sezonu bereketli başladı. Hamsi 50, istavrit ise 35 liradan başlayan fiyatlarla tezgâhta

Örnek haberlerde metin aralarında “efekt” olarak belirtilen kısımlar haber görüntüsündeki dış sesi ve ortam gürültüsünü ifade eder. İkinci kısımdaki metinler haberin “perfore” edilen kısımlarıdır. Perfore, televizyon haber dilinde haber seslendirmesini ifade eder ve seslendirmeler “off tube” adı verilen kayıt odasında yapılır. Perfore metni spiker veya sesi ve diksiyonu uygunsa haberi yazan muhabir tarafından seslendirilebilir. Haber metinlerinde “ses” yazan kısımlar haberdeki röportaj kısımlarıdır. Görgü tanıklarının ve yetkililerin ifadelerini, görüşlerini yansıtır. Yine ses kısmında belirtilen zaman aralıklarına “time code” adı verilmektedir. Görüntüde zaman aralığındaki kısımların montajcı tarafından haberde ses açılarak kullanılması anlamına gelmektedir. “Anons” yazan kısımlar muhabirin kameraya haber ile ilgili bilgileri aktardığı konuşmasını ifade etmektedir. Metinlerin en alt kısmında bulunan yazılar ise “KJ” denilen haber ile ilgili bilgi veren ve televizyon çerçevesinin en alt kısmında yer bulan yazılardır. Ses, efekt ve anons gibi kısımlar montajcının işini kolaylaştırmak ve perforeden ayırt edebilmek amacıyla koyu yazılmıştır.

Televizyon haberciliğinde haber metni yukarıdaki örneklerde de görüldüğü üzere iki kısımdan oluşmaktadır. “Televizyon haberinde sunucunun kameraya okuduğu bölüme Kam SPK denilmiştir ve bu terim de bir reji komutu olan ‘Kamera Spikerde’nin kısaltılmış halidir.” (Karadağ, s. 791). Metnin üst kısmını yani metnin özetini ve flaş bölümünü kam SPK kısmının fazla ayrıntıya girilmeden ve net ifadelerle aktarılması gerekmektedir. Bu kısmın haddinden uzun olması hem haber spikerinin okumasını zorlaştırdığından hem de izleyiciyi sıkabileceğinden fazla tercih edilmez. Bu bölümü gazetelerin manşet altındaki alt metinlerine benzetebiliriz. “Paket haberde sunucunun kam spikeri okuduktan sonra yayına giren videonun metnine ise ‘perfore’ ya da üst ses (V/O yani voice over) denilmektedir.” (Karadağ, s. 791). Haberin ikinci kısmı olan perfore bölümü ayrıntıların yer aldığı bölümdür. Bu bölüm, DSF haber olarak canlı yayında spiker tarafından veya önceden hazırlanmış paket haberlerde perfore spikeri tarafından okunabilir.

Televizyon haberinde 5N1K sorularına cevapların verilmesi esastır. White (2005, s. 32), nitelikli bir haberin, sonuna gelindiğinde tüm soruların cevaplarını vermiş bir haber olduğunu savunmuştur. Haber üretim sürecine tekrar dönecek ve

sıralayacak olursak, haber toplantısında belirlenen veya ajans taramasında elde edilen haberler muhabir tarafından yazılır ve editörün kontrolüne sunulur. Editör tarafından kontrolü yapılan haberler ise son kontrol için redaktöre gönderilir. Redaktör imla ve dil bilgisi açılarından değerlendirdiği haber metnine son şekli verir ve seslendirilmek üzere perfore spikerine gönderir. Seslendirilen haber metnin bir kopyası montajda da bulunur. Bu sırada montaja haber metniyle birlikte montajlanmak üzere ilgili görüntüler de ulaştırılır. O esnada muhabirin -müsait durumdaysa- montajcının yanında durması daha nitelikli bir haber oluşması için önemlidir. Çünkü muhabir habere daha hâkim olan kişidir. Montajı yapılan ve yayına hazır hale gelen haber rejinin ulaşabildiği ortak ağdaki klasöre gönderilir. Haber yayına girmeden son olarak haber yönetmeni tarafından izlenir ve eğer hatalı bir yer varsa montaja bilgi verilir.

2.3.3. Televizyon Haberinin Sunumu

Televizyon haberlerini sunan kişilere “haber spikeri” denilmektedir. TDK Sözlüğüne göre spiker “*Radyo ve televizyonda programları, haberleri sunan kimse*” anlamına gelmektedir (sozluk.gov.tr). Spiker sözcüğü İngilizce “speaker” kelimesinden Türkçeye geçmiştir ve “konuşmacı”, “sözcü” anlamlarına gelmektedir (translate.google.com). Zaman zaman “sunucu” ve “spiker” kavramları karıştırılmakta veya birbirlerinin yerine kullanılmaktadır. Sunuculuğun spikerlikten farkı, metne bağlı kalınmadan yapılması ve yorum gibi kişisel öğeleri de içermesidir. Spikerlikte tam tersi, metne bağlılık söz konusudur (Ünsal ve Şahin, 2020, s. 3). Temelde her iki işte de belli bir yeteneğe ve iyi bir diksiyona sahip olunması, dilin eksiksiz ve kurallarına uygun şekilde kullanılması gerekmektedir. Ancak haber spikeri için iyi bir diksiyon ve Türkçenin doğru kullanımı çok daha önemli kıstaslar olarak görülmektedir. Tüm bunların yanında iyi bir eğitime; yeterli düzeyde bir genel kültüre ve sözcük dağarcığına sahip olunması ile iyi bir sese sahip olunması da aranan niteliklerdendir.

Televizyonda haberi sunan kişiye; haber spikerine biçilen rol, restoranda yemeği servis eden kişiye; garsona biçilen rol gibidir. Nasıl ki bir restoranda yemeğin sunulduğu en az yemeğin kendisi kadar önemliyse haber spikerinin bülteni sunuşu da o kadar önemlidir. Haberin son aşaması olarak nitelenebilecek sunuluş kısmında yer alan haber spikerlerinin, haber konusunda belli bir deneyime sahip ve sunduğu haber hakkında da yeterli bilgiye sahip kişiler olması gerekmektedir. Radyo spikerliğinde

ses, tonlama, diksiyon ve vurgu gibi ölçütlere bakılırken, tüm bu ortak özelliklerin yanında televizyonda, görsel bir iletişim aracı olmasından dolayı spikerin görüntüsüne de bakılmaktadır. Öyle ki Postman (1999, s. 13), şu görüşü paylaşmıştır: “Kamera karşısında güzel görünmeyen insanların Günün Haberleri’nde halka hitap etmeleri fiilen olanaksızdır.” Bu görüş temelde doğrudur. Televizyon, görüntü öncelikli bir haberleşme aracı olduğu için kamera karşısındaki insanın görüntüsü önem kazanmaktadır. Haber spikerine “ekran yüzü” de denildiği için bir anlamda televizyon kuruluşunun kendini ifade şeklini, yani kurumsal kimliğini temsil etmektedir.

Haber bir ekip işidir ancak haber metinlerinde ne kadar kontrol edilirse edilsin mutlaka gözden kaçan hatalar bulunabilir. Bazı haber merkezlerinde “redaktör spiker” bulunur ve son redaktörlük görevi redaktör spikerlere verilir. Bülbül (2000, s. 97-99), haber metninde ekleme-kısaltma gibi düzenlemeleri yapma ya da haberin yayımlanıp yayımlanmamasıyla ilgili karar verebilme yetkilerine sahip kişilerin redaktör spiker olarak isimlendirildiğini belirtmiştir. Redaktörlük görevi olsun ya da olmasın haber spikeri, haber merkezince hazırlanan ve kontrol edilen metinlere, yayına girmeden önce mutlaka göz atmalıdır. Bu sayede gözden kaçan hataları düzeltmenin yanında telaffuzu konusunda emin olmadığı kelimeleri kontrol etme ve sunacağı bültenin metinlerine aşına olma olanağı bulacaktır.

Haber spikeri televizyon başındaki seyirciler için kameraya bakarak haberleri ezberden anons ediyor gibi görünmektedir. Teorik olarak bu doğrudur ancak haberi sunan spikerin kamerasının önünde “prompter” denilen yazıların aktığı bir cihaz söz konusudur ve haberler bu şekilde okunmaktadır. Çağlar (2005, s. 111), prompter’ı, “spikerin okuyacağı metnin yazılı olduğu ve bilgisayarla ekrana getirilen, tercihe göre spikerin elle idare edebileceği alet” şeklinde tanımlamış ve spikerin seyirci ile göz temasını kaybetmeden haberi okumasını sağladığını ifade etmiştir. Prompter cihazı sadece haberde değil diğer program türlerinde de sıklıkla kullanılmaktadır. Tipik bir prompter, ışın ayırıcı bir cam ekrandan oluşmakta, metinler kamera önündeki cam vasıtasıyla spikere ya da sunucuya yansıtılmaktadır. Prompter rejide bulunun “prompter operatörü” olan kişi aracılığıyla kontrol edilir. Günümüzde bazı haber kanallarında bu kişiye ihtiyaç duyulmadan prompter’in spikerlerin ellerindeki

kumandalar tarafından kontrol edildiği de görülmektedir. Prompter kullanımı her iki yöntemde de bir alışma süreci gerektirmektedir.

Ana haber bültenleri televizyonlarda “prime time” kuşağının içinde veya hemen öncesinde yayımlanmaktadır. Sağnak, (2011, s. 75), ana haber bültenlerinin televizyonların bayrak gemileri olduğunu belirtmiştir. Nitekim ana haber bültenlerinin televizyonun en çok izlendiği zaman dilimlerinde yayımlanması bu görüşü destekler niteliktedir. Bir televizyon haberine spikerin drama katması yani duygularını belirgin bir şekilde göstermesi günümüzde yaygın görülen bir sunum şeklidir. Elbette spikerin bir şehit haberinde belli ölçüde zgn ve mutsuz görünmesi ya da hayvanat bahçesinde doğum yapan panda haberinde ölçüsünde gülümsemesi doğaldır. Ancak bu, dramadan uzak ve mümkün olduğunca düz bir anlatımla olmalıdır. Nitekim geçmişteki haber spikerlerinin sunum şekillerine bakıldığında daha düz ve ciddi tarzda bir sunumu tercih ettikleri görülmektedir. Doğru olan da aslında budur. Bir haber spikerinin ne tür bir haber sunarsa sunsun duygularını gereğinden fazla göstermemesi gerekmektedir. Çünkü haberin doğası buna uygundur. Ancak günümüzde izlenme oranını artırmak adına genel kanalların ana haber bültenlerindeki haberler ve sunumlar, tematik olarak yayın yapan haber kanallarının ana haber bültenlerine kıyasla daha merak uyandırıcı ve dikkat çekici biçimde verilmektedir. Televizyon kuruluşu netice itibarıyla ticari bir işletmedir. Ana gelir kaynağı reklamdır ve daha çok reklam alabilmesi için o televizyonun izlenmesi gerekir. Bu da günümüzde genel kanalların tematik haber kanallarına oranla haberleri daha sansasyonel ve dikkat çekici bir sunumla ekranlara getirmesi sonucunu doğurmuştur.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DİKSİYON, FONETİK VE TÜRKÇENİN DOĞRU KULLANIMI

Gerek radyoda gerekse televizyonda haber sunan bir spiker için iyi bir diksiyon ve arı Türkçe kullanımı, olmazsa olmaz özelliklerin başında gelmektedir. Dilimiz yaygın bilinenin aksine, yazıldığı gibi okunan bir dil değildir. Türkçede seslerin çıkarılması yörelere göre farklılıklar göstermekle birlikte, diksiyon kurallarında “İstanbul Türkçesi” başka bir deyişle “İstanbul ağzı” esas alınır.

İstanbul Türkçesi hakkında literatürün sunduğu olanaklar çerçevesinde öz birkaç tanım yapılması gereklidir. Develi (2015, s. 110) çalışmasında İstanbul Türkçesinin, Türkiye Türkçesinin ağızlarından biri olarak kabul edilmesi gerekliliğine işaret etmekte, bu dilin saraya ve onun himayesinde yaşayan kültür kurumlarının dili olarak değerlendirmekte, merkez kavramının kapsamındaki her türlü unsurun dili olarak tanımlanabileceğini tartışmaya açmaktadır. Bu dilin yazılı ve sözlü türleri arasında da farklarının da olabildiğini, bu dilin kökeninin fetih sürecinden çok daha önceye dayandığını, Bursa, Edirne, Amasya, Manisa gibi kültür merkezlerinde oluşan ve gelişen standart yazı dilinin zamanla İstanbul aydınının da temel yazı dili olduğunu ifade etmektedir. Gümüşkılıç (2012, s. 61) ise İstanbul Türkçesini, İstanbul’un fethinden sonra İstanbul’a Osmanlı Devleti’nin çeşitli coğrafyalarından gelen Türkler ya da Türkleşen yabancılar tarafından Türkçe asıllı ve Türkçe kabul edilen yabancı kaynaklı kelimelerle ve çeşitli söz ve telaffuz incelikleriyle harmanlanarak oluşan, kendine has musikisi olan lisan güzelliği olarak tanımlamaktadır. Saatçi (2021, s.1225) Reşat Nuri Güntekin’in Yaprak Dökümü romanı üzerine yaptığı araştırmada, Kenan Akyüz’ün (1979) Güntekin hakkındaki “romanlarında çok samimi bir üslupla çok tabii bir konuşma dilinin hâkim bulunduğu görülür.” ifadesine atıf yaparak bu ifade ile kast edilenin şüphesiz ki İstanbul Türkçesi olduğunu vurgulamaktadır. Dursunoğlu ise (2016, s. 9-10) Ömer Seyfettin ve arkadaşlarının (Z. Gökalp, A.C. Yöntem, A. Koyuncu) konuşma dilinden yeni bir yazı dili yaratma amacıyla “Genç Kalemler” dergisinde başlattıkları “Yeni Lisan” hareketinden bahsederken, bu hareketin asıl amacını ise “Millî bir edebiyat meydana getirmek için önce millî bir dile ihtiyaç vardır. Bu dil konuşulan dil, “İstanbul Türkçesidir”. Yazı diliyle konuşma dili birleştirilirse millî bir edebiyat ancak o zaman dirilecektir. Bunun için de yapılacak tek şey, dilde

Türkçenin kurallarını geçerli kılmak olacaktır.” şeklindeki ifadelerle başvurarak İstanbul Türkçesi’ne bir başka bakış ve tanım getirmektedir. Ayrıca Dursunoğlu, Türkçenin sadeleşmesi yönünde oldukça önemli görülen Yeni Lisan hareketinin ortaya koyduğu ilkeleri genel olarak şu şekilde sıralamaktadır:

- *“Arapça ve Farsçadan Türkçeye giren dil bilgisi kuralları ve bu kurullarla yapılan bütün tamlamalar kaldırılmalıdır.*
- *Dilimize Arapça ve Farsçadan girmiş kelimelerle yapılacak yeni isim ve sıfat tamlamaları, Türkçenin kurallarına göre yapılmalıdır.*
- *Yazı diliyle konuşma dili arasındaki büyük ayrılığı kaldırmak için yazı dili konuşma diline yaklaştırılmalı, İstanbul konuşması, yazı dili olmalıdır.*
- *Bu ilkelerden yola çıkarak taklit değil, yeni ve millî bir edebiyat meydana getirilmelidir.”*

İyi bir konuşmacı olmak ve dili etkili kullanmak, Türkçe gibi yabancı kökenli çok sayıda sözcüğün bulunduğu bir dilde daha da önem kazanmaktadır. Türkçemizde özellikle Arapça, Farsça ve Fransızcadan geçen çok sayıda sözcük bulunmaktadır. Bu sözcüklerin oldukça fazla sayıda olması ve günlük hayatta sıkça kullanılmasıyla telaffuz konusunda karışıklıklar yaşanmakta, yaygın görülen söyleyiş kusurlarına şahit olunmaktadır. Buna, Arapça ve Farsça kökenli sözcüklerde hangi sesli harflerin uzun ya da kısa okunması gerektiği konusundaki kafa karışıklıklarını örnek gösterebiliriz.

Haber spikerleri konuşulan dil için referans noktası olarak görülmektedir. Bu yüzden iyi bir diksiyona ve güzel bir Türkçeye sahip olmalarının yanı sıra dilimizdeki kelimelerin doğru telaffuzu konusuna da hâkim olmaları gerekmektedir. Tüm bu koşulların yanında bir spikerin habere uygun ses rengine sahip olması tercih sebeplerindedir. Doğru ses ve nefes kullanımını sağlıklı bir iletişimin başlangıcı olarak kabul edebiliriz. Bu bakımdan çalışmanın kapsamı gereğince önce bu konulara değinmek faydalı olacaktır.

3.1. Ses, Nefes ve Diyafram Kullanımı

Doğru ses ve doğru nefes kullanımı etkili bir iletişimin temelini oluşturmaktadır. Zira etkili bir konuşma ses ve nefesin doğru kullanımıyla mümkün

olmaktadır. Ses ve nefesin verimli kullanımı vücudumuzda göğüs boşluğu ile karın boşluğu arasında bulunan “diyafram” kası ile mümkün olmaktadır. İnsanlar yeni doğduklarında istemsizce diyafram nefesini kullanırlar. Ancak çoğu insan ilerleyen dönemlerde farkında olmadan bu alışkanlıklarını yitirip göğüs nefesi almaya başlamaktadırlar. Bebeklerin ağlama seslerinin şiddetini ve seslerini ne kadar uzak noktalara ulaştırabildiklerini düşünürsek diyafram nefesinin etkisini de anlayabiliriz. Diyafram nefesinin günlük hayatta farkında olmadan kullanımının örnekleri de bulunmaktadır. *“Uyurken, kahkaha atarken, hıçkırırken, korku veren ya da hayrete düşüren bir durum karşısında, çiçek koklarken diyafram hep devrededir. Bir de, doğum sırasında kadınlar ıkınma hareketi ile diyaframlarını kullanırlar.”* (Ünsal ve Şahin, 2020, s. 12).

Diyafram sayesinde akciğerlere daha fazla oksijen depolanabilmekte, nefes daha uzun ve kontrollü kullanılabilen, ses çok daha hacimli ve doğru tınlamayla çıkabilmektedir. Ancak diyaframı ölçüsünde kullanmak gerekir. Zira vücudun zorlanarak kullanılması birtakım rahatsızlıkları da beraberinde getirebilir. Şenbay (2011, s. 44-45), iki türlü nefes kullanımı olduğunu belirterek şöyle detaylandırmakta ve nefes kullanımı konusunda şu tavsiyelerde bulunmaktadır:

“1- Diyaframla soluk alma: Diyaframın alçalıp yükselmesiyle olur. (Çoğunlukla erkeklerde böyledir). Bu biçimde derin soluk alma, her zaman öğüt verilen bir biçimdir. Yalnız diyaframı aşırı bir halde kasıp gevşetmemelidir. Çünkü karın boşluğundaki bağırsaklara ve diğer organlara zarar verebilir. Bunun için yalnız diyaframla soluk almak da doğru değildir.”

“2- Göğüsten soluk alma: Kaburgaların alçalıp yükselmesiyle olur. (Çoğunlukla kadınlarda böyledir.) Göğüsten soluk almanın yukarı kesimiyle yapılanı hiçbir zaman öğütlenemez. Çünkü karnın içerisini sıkıştırır, çabucak yorgunluk ve soluk kesikliği verir. Göğüsten soluk almanın aşağı kesimiyle yapılanı, diyaframın hafif büzülmesiyle olursa, en iyi olan biçimdir. “

Bir konuşmacı doğru nefesle yani diyafram nefesiyle istediği şiddette sesi çıkarma olanağı bulur. Bağırmandan sesin şiddetini yükseltebilmek ve sese istenilen duyguyu katabilmek diyafram kasını kullanma becerisi ile mümkün olmaktadır

(Kasım, 2009, s. 214). Bu bakımdan diyafram nefesi, mesleği konuşmak olan kişiler ile birlikte sahne sanatları ve ses sanatçıları için de son derece önemlidir. Sunucu ve spikerlerin yanında şarkıcı ve oyuncular da diyafram kasını kullanırlar. Doğru ses ve nefes kullanımı ile diyaframın etkisinin belki de en bariz örneğini tiyatrocular ve opera sanatçıları oluşturmaktadır. Opera sanatçıları ve tiyatrocular sahnede mikrofon olmasa bile seslerini en arka sıradaki seyircilere dahi ulaştırabilecek melekeye ulaşmışlardır. Çünkü iyi bir eğitime, doğru şan tekniğine ve diyafram kabiliyetine sahiptirler. Göğüs nefesi kullanıldığında ciğerlere bol miktarda oksijen girmediğinden konuşma bu durumdan etkilenmekte ve nefesin yetmemesi, sesin hacmini yitirmesi gibi olumsuzluklar ortaya çıkmaktadır. Bu yüzden diyafram nefesinin kullanımı gerek sunucu ve spikerler, gerekse sahne sanatçıları için vazgeçilmez unsurların başında gelmektedir.

Diyaframı etkili bir şekilde kullanabilmek için çeşitli nefes egzersizleri bulunmaktadır. Profesyonel konuşmacılar yanında, daha sağlıklı bir nefes ve dolayısıyla daha kaliteli bir yaşam sürmek isteyen kişiler için de tekrarlanabilir nefes egzersizlerinin katkısı olacaktır. Nefes egzersizlerine örnek verecek olursak; sırtüstü yere uzanılır ve karın bölgesine bir ağırlık koyulur. Nefes alınıp verilirken o bölgedeki nesnenin aşağı-yukarı yönlü hareketi görülecektir. Ayaktayken ise sol el karın üzerine konularak diyafram nefesinin alınıp alınmadığı gözlemlenebilir. Bu noktada omuzları yukarı doğru kalkmaması gerekmektedir (Okur, 2008, s. 28-29). İlk alıştırmalarda nefes alıpta ve diyafram kasını hissetmekte zorlanılabilir. Ancak bu tür çalışmalar sonucunda akciğerlerin kapasitesi artırılmış olacak ve diyafram kasının daha sağlıklı kullanılmasıyla daha doğru ve etkili konuşma yolundaki ilk adım atılabilecektir.

Doğru nefese sağlık açısından bakacak olursak, diyafram nefesinin vücuda gerekli olan oksijeni sağlamada önemli bir görevi üstlendiğini söyleyebiliriz. Diyafram nefesi ile ciğerlerin alt kısımları daha verimli kullanılabilen ve bu sayede ciğerlere çok daha fazla oksijen alınabilmektedir. Göğüs nefesi kullanımında ise tam tersi bir etki söz konusudur. Göğüs nefesi ile akciğerlere bol miktarda oksijen girememesi durumu konuşmayı olumsuz yönde etkileyebilmekte, hatta ilerleyen zamanlarda çeşitli hastalıklara dahi neden olabilmektedir (Okur, 2008, s. 27). Bu bakımdan diyafram nefesini kullanmak hem sağlıklı bir yaşam hem de mesleki fayda

anlamında önem taşımaktadır. Diyaframı etkili kullanabilmek için midenin olabildiğince boş olması dikkat edilmelidir (Ünsal ve Şahin, 2020, s. 15). Sağlıklı bir ses ve nefes için sigara ve alkol gibi kötü alışkanlıklardan uzak durmak ve uyku düzenine dikkat etmekte fayda vardır. Yayıncı öncesinde ağır ve çok yemek yemek diyafram kasının kullanımını sınırlandıracağından beslenme düzenine de dikkat edilmesi gerekmektedir. Kısacası ses ve nefes, konuşmacıların bir anlamda sermayesi olduğundan profesyoneller sağlıklı bir yaşam sürmeye çalışmalı, bu unsurları tehdit edecek her türlü alışkanlıktan uzak durmalıdırlar. Sağlıklı bir yaşam şekli, bireyin mesleki anlamda da sağlıklı bir kariyer çizgisine sahip olmasına yardımcı olacaktır.

3.2. Yazı Dili ile Konuşma Dili Arasındaki Farklar

Dil, yazı ve konuşma dili olmak üzere iki gruba ayrılabilir. Diksiyonun çalışma alanlarından biri de konuşma dilinin yazı diline göre farklarını ortaya koymaktır. Tarihsel olarak bakıldığında konuşma dilinin yazı dilinden daha önce geliştiği görülmektedir. İnsanoğlu yazıyı bulmadan önce duygu ve düşüncelerini sözle, yani konuşarak anlatmaya çalışmıştır. Daha sonrasında konuşulanların yazıya dökülme ihtiyacı ortaya çıkmasıyla, yazı dilindeki işaretler türetilmiştir. Konuşma dili, yazı dilinin temelini oluşturduğundan, yazı dili ile konuşma dilinin birbirinden tamamen ayrıştığını söyleyemeyiz (Şenbay (2011, s. 63).

Okullardan aşına olduğumuz, “Türkçe yazıldığı gibi okunan bir dildir” cümlesi uzun yıllardır söylenegelen ve genel kabul görmüş bir cümledir. Artık bir kalıp haline gelen bu cümlenin, son yıllarda çokça tartışılan bir konu olduğunu söylememiz gerekir. Dil Derneği'nin Sıkça sorulan sorular bölümünde “Türkçe yazıldığı gibi okunan, okunduğu gibi yazılan bir dil midir” sorusuna yanıt olarak şu yanıt verilmektedir: “Hayır, Türkçe büyük ölçüde yazıldığı gibi okunan bir dildir. Bütün dillerde yazı ve konuşma dili ayrımı vardır, Türkçede de yazı ve konuşma dili aynı değildir. Ancak Türkçede yazı ve konuşma dilleri arasındaki ayrım, öteki dillere göre daha azdır.” (dilderneği.org.tr). Verilen cevaptan Türkçenin tam olarak yazıldığı gibi okunan bir dil olmadığı anlaşılmaktadır. Dursunoğlu (2006, s. 1), ise günümüz Türkçesinde yazı dilimiz ile konuşma dilimiz arasındaki farkların çok arttığını, bunun bir sebebinin de kitle iletişim araçları olduğunu ifade etmektedir.

Türkçe tam olarak yazıldığı gibi okunan bir dil olmadığı için yazı dilinden ayrılan konuşma kuralları olduğunu da söylemek gerekir. Aslında Türkçenin yazıldığı gibi bir dil olmadığını sadece sahne oyuncularını dinleyerek bile anlayabilir, yazı diline tamamıyla uyararak yapılmaya çalışılan bir oyunculuğun kulak tırmalayıcı bir hal alacağını tahayyül edebiliriz. Mesela bir oyuncunun “neredesin” sözcüğünü “nerdesin” şeklinde, ya da “burada” sözcüğünü “burda” şeklinde söylediğini fark edebiliriz. “Orada” ve “şurada” sözcükleri için de bu kural geçerlidir. Oyuncunun bu sözcükleri yazı diline sadık kalarak konuştuğunu düşündüğümüzde, yapmacık ve gerçekçilikten uzak bir anlatıma neden olacağını anlarız. Yazı dili ve konuşma dili arasındaki farkları diksiyon kuralları bağlamında ele aldığımızda konu daha da açıklığa kavuşacaktır. Bu kurallar maddeler halinde şöyledir:

- Dilimizde bazı sözcüklerin diksiyon kurallarına göre istisnai söyleniş kuralları vardır.

Tablo 1: Türkçe Diksiyon Kurallarına Göre İstisnai Söylenişe Sahip Bazı Sözcükler

<u>Yazılışı</u>	<u>Okunuşu</u>
Değil	Diil
Sonra	So:ra
Öyle	Ö:le
Böyle	Bö:le
Şöyle	Şö:le

(trtakademi.net, diksiyonakademi.com). (“:” işareti, uzatmayı ifade etmek amacıyla kullanılmıştır.)

- Diksiyon kurallarına göre -ecek, -acak gibi gelecek zaman takılarının söylenişinde daralma söz konusudur ve yazıldığı gibi telaffuz edilmemelidir.

Yarın İstanbul'a geleceğim. = *Yarın İstanbul'a gelicem.*

Bugün bir panele katılacağım. = *Bugün bir panele katılıcam.*

Bu gidişle kriz bizi de vuracak. = *Bu gidişle kriz bizi de vurucak.*

Elindekiler yere düşecek. = *Elindekiler yere düşücek.*

· Eğer bu ekler fiil değil de isim içinde geçiyorsa, yazıldığı gibi okunmalıdır.

İçecek olarak ne alırdınız? = *İçecek olarak ne alırdınız?*

Gelecek bizimdir. = *Gelecek bizimdir.*

· Türkçede “y” ünsüzü fiil köklü bir sözcükte bulunuyorsa konuşurken kendinden önceki ünlü daralmaktadır.

Bizi birbirimize bağlayan kimdi? = *Bizi birbirimize bağlayan kimdi?*

Dumanı tütmeyen bir baca... = *Dumanı tütmiyen bir baca...*

(kidegitim.com, diksiyonsanati.com).

· Türkçede üstüne basarak telaffuz etmediğimiz “Ğ” harfi bazı durumlarda kendinden önce gelen sesi uzatmakta, bazı durumlarda ise “y” harfine dönüşmektedir.

Tablo 2: “Ğ” Sesinin Türkçe Diksiyon Kurallarına Göre Kullanım Örnekleri
Yazılışı **Okunuşu**

Kâğıt	Ka:t
Bağış	Ba:ş
Meğer	Meyer
Sığır	Sı:r
Diğer	Di:yer
Çiğdem	Çi:dem
Boğmak	Bo:mak
Öğretmen	Ö:retmen
Buğday	Bu:day
Düğme	Dü:me

(leventdonmez.com). (“:” işareti, uzatmayı ifade etmek amacıyla kullanılmıştır.)

Konuşma dilinde bu kuralların dışında bazı harflerin uzun-kısa, açık-kapalı veya kalın-ince şeklinde söyleniş farkları olduğunu da eklemek gerekir. Dilimizde

yabancı dillerden geçen pek çok sözcük olduğu için söyleniş farklılıkları oluşmakta ve zaman zaman karışıklıklar meydana gelmektedir. Bu açıdan özellikle spikerler bu kurallara ve sözcüklerin doğru şekilde telaffuzuna özen göstermelidirler. Bazı üzerinde durulması gereken harfler ve söyleniş özellikleri şöyledir:

· “A” ünlüsü kalın, ince ve uzun olmak üzere üç şekilde söylenir. Kalın a’da dil doğal duruşundan biraz yüksekte konumlanır. Dudaklar hareket etmez, yanaklar gevşek, çene açıktır. İnce a ise kalın a’ya oranla daha ileriden söylenir. İnce a yerine kalın a söylenmesi yaygın görülen yanlışlardandır. Uzun söylenmesi gereken harflere de dikkat etmek gerekmektedir. Bazı kelimelerin doğru ve yanlış telaffuz örnekleri aşağıdaki gibidir:

Tablo 3: “A” Sesinin Türkçe Diksiyon Kurallarına Göre Yanlış ve Doğru Kullanım Örnekleri

<u>Yanlış</u>	<u>Doğru</u>
Plastik	Plâstik
Balans	Balâns
Zeka	Zekâ:
Zanaatkar	Zanaatkâr
Rüzgar	Rüzgâr
Mekan	Mekân
Hakkari	Hakkâ:ri
Mevlana	Mevlâ:na

(Ünsal ve Şahin, 2020, s. 50; trttelaffuz.com). (Şapka işareti, ilgili harfin ince okunduğunu göstermek, “:” işareti, uzatmayı ifade etmek amacıyla kullanılmıştır.)

· “E” ünlüsü açık ve kapalı olmak üzere iki şekilde telaffuz edilir. Açık e’de dil doğal duruşuna göre biraz yükselir. Kapalı e ise dudak kenarlarının kulaklara yaklaşmış çenenin hafifçe sıkılmasıyla çıkarılır. Kapalı söylenmesi gereken e ünlüsünün açık söylenmesi en yaygın söyleniş hatalarındandır. Açık ve kapalı e örneklerini içeren sözcükler aşağıdaki gibidir:

Tablo 4: “E” Sesinin Türkçe Diksiyon Kurallarına Göre Kullanım Örnekleri
Açık E **Kapalı E**

Sen	Benzin
Ben	Mendil
Şeker	Belli
Ege	Elbise
Yer	Şemsiye
Berber	Pencere
Her	Gece
Erdem	Kendi
Erken	Kalem
Gerçek	Önemli
Haber	Yem
Belçika	Eldiven

(Ünsal ve Şahin, 2020, s. 50; trttelaffuz.com, kidegitim.com).

· “İ” ünlüsü uzun ve kısa olmak üzere iki şekilde telaffuz edilir. İ ünlüsünün çıkış noktası damağın ön kısmıdır. Dudak köşelerinin kulaklara doğru açılmasıyla çıkarılır. Uzun ve kısa i içeren örnekler aşağıdaki gibidir:

Tablo 5: “İ” Sesinin Türkçe Diksiyon Kurallarına Göre Kullanım Örnekleri
Uzun İ **Kısa İ**

Millî	İzci
Bîçare	İzmir
Velî	İncir
Bîtap	Dirlik
Fuzulî	Birinci

(Ünsal ve Şahin, 2020, s. 50; trttelaffuz.com, sozluk.gov.tr). (Şapka işareti, kelimedeki uzatmayı ifade etmek amacıyla kullanılmıştır.)

· “O” ünlüsü kalın ve ince olmak üzere iki şekilde telaffuz edilir. Kalın o söylenirken çene açık, dudaklar birbirine yakın ve ağız içi yuvarlaktır. İnce o ise biraz

daha ileriden söylenir ve dudak içleri daha az yuvarlaktır. İnce o ünlüsü genellikle “ı” ünsüzünün ardından gelmektedir. O ünlüsünün ince yerine kalın söylenmesi de yaygın söyleniş hatalarındandır.

Tablo 6: “O” Sesinin Türkçe Diksiyon Kurallarına Göre Yanlış ve Doğru Kullanım Örnekleri

<u>Yanlış</u>	<u>Doğru</u>
Loş	Lôş
Lodos	Lôdos
Lokum	Lôkum
Lokomotif	Lôkomotif
Blok	Blôk

(Ünsal ve Şahin, 2020, s. 50, trttelaffuz.com, sozluk.gov.tr). (Şapka işareti, ilgili harfin ince okunduğunu göstermek amacıyla kullanılmıştır.)

· “U” ünlüsü kalın, ince ve uzun olmak üzere üç farklı şekilde söylenir. Kalın u söylenirken çene açıktır. Dudaklar birbirine yaklaşır ve küçük bir yuvarlak oluşturur. İnce u ise kalın u’ya kıyasla daha ileriden söylenir. Yazı dilinde genellikle “ü” harfi ile yazılır. Kalın, ince ve uzun u örnekleri aşağıdaki gibidir:

Tablo 7: “U” Sesinin Türkçe Diksiyon Kurallarına Göre Kullanım Örnekleri

<u>Kalın u</u>	<u>İnce u</u>	<u>Uzun u</u>
Kul	Lûgat	Biru:ni
Pulluk	Rûzgar	Ru:hani
Uçurum	Lûtfen	Ru:mi

(Ünsal ve Şahin, 2020, s. 50; trttelaffuz.com, sozluk.gov.tr). (Şapka işareti, ilgili harfin ince okunduğunu göstermek, “:” işareti, uzatmayı ifade etmek amacıyla kullanılmıştır.)

· “G ünsüzünün iki farklı çıkış noktası vardır. İnce ünlülerle birlikte damağın ön kısmından, kalın ünlülerle ise damağın gerisinden çıkmaktadır.

İnce ünlülerle: *Gem, güz, gâh, göz, güç*

Kalın ünlülerle: *Goril, galip, gar, gut, gaz.* (Ünsal ve Şahin, 2020, s. 50, trttelaffuz.com, sozluk.gov.tr).

· “K” ünsüzü de g ünsüzü gibi damağımızın ön veya arka kısmıyla iki farklı şekilde söylenir. İnce ünlülerle birlikte damağın ön kısmından, kalın ünlülerle ise damağın gerisinden çıkmaktadır.

İnce ünlülerle: *Kem, köz, kâtip, körük, kür*

Kalın ünlülerle: *Koruk, kaya, kavun, kurum, kayak.* (Ünsal ve Şahin, 2020, s. 50, trttelaffuz.com, sozluk.gov.tr).

· "L" sesi dilimizde iki şekilde telaffuz edilir. Türkçe sözcüklerde kalın, başka dillerden dilimize geçen sözcüklerde ise ince söylenir. İnce söylenmesi gereken l ünsüzünün kalın söylenmesi yaygın söyleniş kusurlarındandır.

Tablo 8: “L” Sesinin Türkçe Diksiyon Kurallarına Göre Yanlış ve Doğru Kullanım Örnekleri

<u>Yanlış</u>	<u>Doğru</u>
Lahmacun	Lâhmacun
Lavabo	Lâvabo
Lastik	Lâstik
Lanet	Lânet
Lodos	Lôdos
Klasik	Klâsik
Klavye	Klâvye
Rulo	Rûlo
Flaş	Flâş
Diplomat	Diplômat
Teknoloji	Teknolôji
Psikolojik	Psikolôjik
Mentol	Mentôl
Lokum	Lôkum

(Ünsal ve Şahin, 2020, s. 50; trttelaffuz.com, sozluk.gov.tr). (Şapka işareti, ilgili harfin ince okunduğunu göstermek amacıyla kullanılmıştır.)

Günlük konuşmalarda ve medyada bazı sözcüklerin yanlış söylendiği görülmektedir. Bu yanlışlıkların alışlagelmiş bir hal alması, “galatimeşhur” dediğimiz sözcük veya deyimlerin yaygın olarak yanlış şekillerde kullanılması ve doğrusunun yerini alması durumunu ortaya çıkarmaktadır. Bu konuda farkındalık oluşturmak adına yanlış kullanımları maddeler halinde örnekleriyle ele almak faydalı olacaktır.

Tablo 9: Sözcük ve Deyimlerde Rastlanan Bazı Yanlışlar ve Doğru Söylenişleri

<u>Yanlış</u>	<u>Doğru</u>
Muhattap	Muha:tap
Şarz	Şarj
İnkılap	İnkılap
Proğram	Program
İnsiyatif	İnisiyatif
Meyva/Makina	Meyve/Makine
Döküman	Doküman
Hükümet	Hükû:met
Eşkiya	Eşkiya:
Mundar etmek	Murdar etmek
Miladı dolmak	Mia:dı dolmak
Malumun ilanı	Ma:lumun ilamı
Cinnet geçirmek	Cinnet getirmek
Saatler olsun	Sihhatler olsun

(sozluk.gov.tr, trttelaffuz.com). (Şapka işareti, ilgili harfin ince okunduğunu göstermek, “:” işareti, uzatmayı ifade etmek amacıyla kullanılmıştır.)

Yabancı dillerden dilimize geçen bazı sözcükler çoğul durumu ifade ederler. Bu sözcüklere tekrar çoğul ekleri getirmek yanlış kullanımlara ve anlam kaymalarına neden olabilmektedir.

Tablo 10: Çoğul Anlamalı Bazı Yabancı Kökenli Sözcüklerle İlgili Yanlış ve Doğru Kullanım Örnekleri

<u>Yanlış</u>	<u>Doğru</u>
Evraklar	Evrak
Esnaflar	Esnaf
Fukaralar	Fukara
Tüccarlar	Tüccar
Meşrubatlar	Meşrubat
Elbiseler	Elbise
Ebatlar	Ebat
Esrarlar	Esrar
Teşekkürler	Teşekkür
Merhabalar	Merhaba
Selamlar	Selam
Mevzuatlar	Mevzuat

(sozluk.gov.tr, fikriyat.com).

Türkçemize özellikle Arapça ve Farsçadan geçmiş çok sayıda sözcük bulunmaktadır. Bu sözcüklerin kendine has söyleniş özellikleri olduğundan zaman zaman harflerin söyleniş sürelerinde hatalar ortaya çıkmaktadır. Yabancı kökenli sözcüklerin seslendirilme sürelerindeki bazı hatalar ve doğru söylenişleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 11: İçinde Uzun Ünlüler Bulunan Bazı Sözcüklerin Yanlış ve Doğru Telaffuz Örnekleri

<u>Yanlış</u>	<u>Doğru</u>
Ha:yır	Hayır
Ya:rın	Yarın
Ha:kem	Hakem
Ba:kiye	Bakiye
Halit	Ha:lit
A:hi	Ahi:
Defi:le	Defile
Lâ:iklik	Lâiklik
Lâ:kap	Lâkap
Yahu:di	Yahudi
Ahize	A:hize
Rakım	Ra:kım
İsti:fa	İstifa:
Mi:zah	Mizah
Spiker	Spi:ker
Resmî geçit	Resm-i geçit
Ka:til zanlısı	Katil zanlısı

(sozluk.gov.tr, trttelaffuz.com). (Şapka işareti, ilgili harfin ince okunduğunu göstermek, “:” işareti, uzatmayı ifade etmek amacıyla kullanılmıştır.)

Türkçe diksiyon kurallarına göre sert ünsüzle biten bazı yabancı kökenli sözcükler ek aldıklarında yumuşamaya uğramazlar. Bu kural ile ilgili örnekler ve istisnaları aşağıda gösterilmiştir.

Tablo 12: Sert Ünsüzle Biten Bazı Yabancı Kökenli Sözcüklerin Yanlış ve Doğru Telaffuzları

<u>Yanlış</u>	<u>Doğru</u>
Hukuğu	Hukuku
Teşviği	Teşvi:ki
Erzağı	Erza:kı
Merağı	Mera:kı
Ahlağı	Ahla:kı
Müttefiği	Müttefi:ki

(Bu kuralın istisnaları da mevcuttur. “ Melek = Meleği”, “Felek = Feleği” gibi.)

Dilimizdeki bazı sözcükler ek aldıklarında farklı şekillerde telaffuz edilirler. Ek olan ünlü bazen uzun söylenirken bazen de kısa söylenir.

Tablo 13: Ek Alan Bazı Sözcüklerin Yanlış ve Doğru Söyleniş Örnekleri

<u>Yanlış</u>	<u>Doğru</u>
Yara:rı	Yararı
Zara:rı / Zara:ra	Zararı / Zarara
Kararı / Karara	Kara:rı / Kara:ra
Hasarı / Hasara	Hasa:rı / Hasa:ra

(trrtelaffuz.com). (“:” işareti, uzatmayı ifade etmek amacıyla kullanılmıştır.)

Tüm bu örneklerin dışında iki konuya daha değinmek faydalı olacaktır. İlki, Türkçemizdeki Arapça kökenli sözcüklerde kullanılan nispet ekinin uzun telaffuzuna dikkat edilmesidir. Aksi takdirde anlam karmaşaları ortaya çıkabilir. Örneğin;

Millî (millet ile ilgili) / Milli (mil içeren)

Bedenî (beden ile ilgili) / Bedeni (bir bedenden bahsederken)

Cinsî (cinsiyet ile ilgili) / Cinsi (çeşidi) gibi.

İkincisi, Türkçemizde yazılışları aynı, anlamları farklı olan sözcükler bulunmaktadır. Bu sözcüklerin telaffuzuna da anlam karmaşasına neden olmamak adına dikkat etmek gerekmektedir. Örneğin;

Âlem (evren) / Alem (bayrak)

Âşık (tutkun) / Aşık (aşık kemiği)

Dâhi (deha) / Dahi (bağlaç)

Âdet (görenek) / Adet (sayı) gibi.

3.3. Diksiyon ve Güzel Konuşma

Bir konuşmacı için etkili bir iletişimin temelini doğru bir nefes; peşi sıra ise güzel bir Türkçe ve iyi bir diksiyon oluşturmaktadır. Kaynaklarda farklı tanımlamaları bulunan Fransızcadan dilimize geçen “diksiyon” kelimesini en yalın haliyle Gürzap (2009, s. 105), “söz söyleme sanatı” şeklinde tanımlamıştır. Şenbay (2011, s. 7), “Söz söylerken duygu ve düşünceleri üslûbuna uygun olarak belirtmek için sesin uyumunu, söylenişi, jesti, mimiği, alınacak tavırları yerinde, aynı zamanda güzel kullanma sanatıdır.” Şeklinde daha geniş kapsamlı bir tanımlama yapmıştır. Bu tanım diksiyonun sadece güzel konuşmayı değil aynı zamanda jest ve mimik gibi beden dili kavramlarını da kapsadığını göstermektedir. Türkçemiz konusunda referans alabileceğimiz belki de en yetkili kurum olan Türk Dil Kurumu’nun sözlüğüne göre ise diksiyon üç şekilde tanımlanmaktadır:

“1. Seslerin, sözlerin, vurguların, anlam ve heyecan duraklarını kurallarına uygun olarak söyleme biçimi.”

“2. Konuşulan dilin incelenmesi ve kullanılması.”

“3. Duru, açık vurgulama ve çıkaklara tam uyarak konuşma.” (TDK Sözlüğü, 2023).

Diksiyon denilince konuşmaya dair birtakım kurallar aklımıza gelmektedir. Bu kurallara uyulması ve iyi bir diksiyon, sunucular ve spikerler gibi profesyonel konuşmacıların yanında, güzel konuşmanın artı değer kattığı mesleklerde de bireye avantajlar sağlamaktadır. Bu mesleklere siyasetle uğraşan kişileri, avukatları ya da eğitimcileri örnek olarak verebiliriz. Elbette iyi bir diksiyon mesleki hayatın yanında sosyal hayatta da kazanımlar sağlamaktadır. Konuşmamız kimliğimizdir ve güzel konuşmak karşımızdaki kişide saygı uyandıran bir etken olduğundan etkili bir iletişim

için de fayda sağlayacaktır. Özetle güzel bir diksiyonun hayatın her alanında bireyler için avantajlar sağladığı açıktır. Özçimen, (2008, s. 164), iletişimde etkili bir konuşmanın karşı taraf için estetik bir etki oluşturduğunu ve ne kadar içerik yönünden zengin bir konuşma yaparsak yapalım duru ve doğru aktarmadığımız takdirde bu etkiyi oluşturamayacağımızı ifade etmektedir. Bu bakımdan ne söylediğimizin yanında nasıl söylediğimiz de önemlidir diyebiliriz.

Diksiyon ile ilgili araştırmalarda karşımıza “fonetik” terimi de çıkmaktadır. En yalın ifadeyle fonetik “ses bilgisi” anlamına gelmekte ve konuşma seslerinin nasıl çıkarıldıklarını incelemektedir. Örneğin Türkçedeki seslerin nasıl oluştuğu, boğumlanma özelliklerinin ne olduğu, kelimelerdeki dizilimlerinin nasıl olduğu, hangi görevleri üstlendiği ve zamanla hangi değişimlere uğradığı fonetik, yani ses bilgisinin çerçevesini oluşturmaktadır. Buradan da anlaşılacağı üzere dilin doğru kullanımı açısından fonetiğin önemi büyüktür (Yaman, 2001, s. 17). Fonetigi dünya üzerindeki tüm dilleri inceleyen bir bilim dalı olarak ifade edebiliriz. Öyle ki Özçimen (2008, s. 164), fonetigi bir bilim dalı olarak niteleyerek, konuşulan dildeki seslerin dil bilimleriyle olan ilişkisini incelediğini ifade etmiştir. Diksiyon dillerin ses yapılarıyla da ilgili olduğundan konuşma sanatı ve tekniği açısından fonetigi tamamlayan bir unsurdur.

Spiker dili kurallarına uygun ve hatasız bir biçimde kullanan kişidir (Ünsal ve Şahin, 2020, s. 3). İyi bir spiker veya konuşmacı olmak için kullanılan dilin kurallarına hâkim olmak gerekmektedir. Bu bakımdan etkili bir konuşma ve iyi bir diksiyon için gerekli olan vurgu, tonlama, boğumlanma (artikülasyon) gibi konuları detaylıca ele almak faydalı olacaktır. Bu konuları sadece teoride bilmenin bir spiker için yeterli bir ölçüt olmadığını unutmamak gerekir. Konuşmayı meslek edinenler için nasıl ki doğru nefes kullanımı amacıyla ses ve nefes alıştırmalarını tekrarlamak gerekiyorsa, doğru telaffuz için de dudak, dil ve çene kaslarını geliştiren alıştırmalar yapılmalıdır. Böylelikle dudak ve dil tembelliği gibi sorunlar en aza indirilebilecek ve sözcük telaffuzları daha doğru yapılabilecektir. Ayrıca anlamı ve nasıl telaffuz edildiği bilinmeyen sözcükler için de telaffuz sözlüklerine bakılmalı ve dikkat edilmesi gereken noktalar tekrar edilmelidir. Yıllarını bu işe vermiş olan spikerler bile ekran başında hatalar yapabilmektedir. Elbette ki hatalar canlı yayınların doğasında olan

şeylerdir. Bu tür çalışmalar, hataları en aza indirebilmeye yardımcı olacaktır. Vurgu, etkili bir konuşma için dikkat edilmesi gereken unsurların başında gelmektedir.

3.3.1. Vurgu

Dilimizde sözcük içindeki hecelerin veya cümle içindeki sözcüklerin söylenişinde birtakım farklıklar bulunmaktadır. Kimi sözcüklerin bazı kısımlarını üstüne basarak ya da daha yüksek şiddette söyleriz. Veyahut bir cümlede vurgulamak istediğimiz kelimeyi diğerlerinden daha baskılı söyleriz. Böylelikle konuşmamızda istenilen etkiyi daha kolay veririz. Türkçede vurgu belli başlı dünya dillerine kıyasla daha hafiftir. Bunun nedeni sözdiziminin zengin olmasıdır (Gürzap 2009, s. 106). Ancak yine de vurgu dilimizde kelimelere istenilen duyguyu verebilmek adına önemli bir araçtır.

Vurgu yapılırken bazı kelimelerin belli kısımları veya cümledeki kelime ya da kelime grubu, sesin yükselip alçalmasıyla suretiyle dinleyicinin dikkati konuya çekilir ve anlatılmak istenen konu karşı tarafa daha doğru bir biçimde anlatılır. Böylelikle vurgu, konuşma dilinde bizi tekdüze bir iletişimden kurtarır ve daha etkili bir konuşmacı olmamıza yardımcı olur. Özdem (2003, s. 28), vurguları yerinde kullanmayarak tekdüze anlatım yapan bir konuşmacının ne kadar önemli ve dikkate değer konulardan bahsederse bahsetsin karşısındakinin dikkatini istediği kadar çekemeyeceğini savunmuştur. Bu açıdan konuşmamızın dikkate alınması yani hedefine ulaşması için vurgularımıza dikkat etmemiz gerektiğini söyleyebiliriz.

Haber spikerleri, sundukları haberleri en doğru şekilde izleyici veya dinleyicilere aktarabilmek için vurgularına çok dikkat etmek durumundadırlar. Sözcüklerin yanlış yerlerine yapılan veya cümlede yanlış sözcüğe yapılan bir vurgu anons edilen haberin anlam bütünlüğünü etkileyebilir ve hatta bütün anlamını bozabilir. Bu bakımdan vurgu hatalarını en aza indirebilmek adına, sunulacak haberin metinlerinin bülten öncesinde baştan sona gözden geçirilmesinde fayda vardır. Sözcükte ve cümlede vurgu iki ayrı alt başlıkta detaylandırılacaktır.

3.3.1.1. Sözcükte Vurgu

Türkçemizde diğer pek çok dilin aksine sözcüklerin her hecesini aynı şiddet ya da baskıyla söylemeyiz. Tek heceli sözcüklerde vurgu söz konusu değildir. Ancak iki

ya da daha fazla heceye sahip sözcüklerde her zaman hecelerden birini diğerlerinden daha baskın şekilde söyleriz. Buna “sözcük vurgusu” denilmektedir. (Şenbay, 2020, s. 41). Türkçede sözcüklerin vurguları türlerine göre farklılıklar göstermektedir. Bu farklılıklar maddeler halinde anlatılacaktır. Altı çizgili yerler sözcüklerin vurgulanan kısımlarına işaret etmektedir.

· Türkçede genellikle sözcükteki son heceye vurgu yapılır. Ek alan sözcükler için de bu durum geçerlidir.

İnsan, defter, öğretmen, müdür, çocuk... / Kitap, kitapçı, kitapçılık...

· Türkçede tek heceli sözcüklerde vurgu yoktur.

Ben, sen, bu, üç, mert, köz, bal, çam, ses, dil...

· Yer isimlerinin vurgularında sabit bir durum söz konusu değildir. İki heceli sözcüklerde ilk heceye, üç heceli sözcüklerde ise ortadaki heceye vurgu yapılır. Bu kuralın istisnaları da mevcuttur. (*Erzurum, Ardahan, Rumeli...*)

İlk heceye vurguya bazı örnekler: *Uşak, Samsun, Tunceli, Erzurum, Ankara, Mersin, İzmir, Konya, Paris, Ege, Marmara, Çankaya...*

Ortakdaki hecelere vurguya bazı örnekler: *İstanbul, Tekirdağ, Trabzon, Denizli, Erzincan, Edirne, Kırcaali, Cihanbeyli, Selçuklu...*

· Türkçede seslenme sözcüklerinde ise vurgu, farklı bir amaç yoksa ilk hecede yer alır. Ancak kızgınlık gibi durumları belirtiyorsa vurgu ikinci heceye kayar.

Seslenme örnekleri: *Ahmet!, Ayça!, Tertip!, Muhtar, Usta!, Abla!...*

Kızarak seslenme örnekleri: *Ahmet!, Ayça!, Tertip!, Muhtar, Usta!, Abla!...*

· Bağlaç ve zarflarda genellikle ilk hece vurgulanmaktadır.

Oysa, ama, öyle, meğer, nasıl, şimdi...

· Sayılarda vurgu ikinci hecede yer almaktadır. *Altı, yedi, sekiz...*

· Türkçede –me, -ma olumsuzluk ekleri, öncesindeki ekleri vurgulama görevi görür ve bu tip sözcüklerde vurgu bu eklerin öncesine yapılır.

Yapma!, Etme!, Söyleme!, Oynama!, Susma!...

(Aynı sözcükler olumsuzluk bildirmeyen fiil halindeyse bu şekilde vurgu yapılmaz.)

· Arapça ve farsça kökenli sözcüklerde içinde uzatma harfinin bulunduğu hece vurgulanır. Bu heceler sözcüğün başında, ortasında veya sonunda bulunabilir.

Hami, cahil, cami, tekabül, hazine mütareke, mefkûre, zekâ, rica...

· Türkçede bazı sözcüklerdeki heceleri abartı amacıyla vurgularız. Bu vurgu genelde ilk hecede bulunur.

Tastamam takım, yemyeşil gözler, bambaşka biri, yusyuvarlak top, sımsıcak ekmek, taptaze süt...

· Türkçede sestеш sözcüklerin vurguları değişiklik gösterir.

Aydın'dan geliyorum / Türkiye'nin aydın kişilere ihtiyacı var

Bodrum bu mevsimde çok güzeldir / Bodrum katta oturuyorum

Pazar ilçesinde ikamet ediyorum / Bu hafta pazar çok pahalı (Şenbay, 2011, s. 107; Şenbay, 2020, s. 42-48; Okur, 2008, s.130-137).

3.3.1.2. Cümlede Vurgu

Nasıl ki sözcüklerin farklı kısımlarını vurgulayarak anlatılmak isteneni daha iyi anlatabiliyorsak, cümlede de sözcükleri vurgulayarak anlatımı güçlendiririz. “Cümle (tümce) vurgusu tümcenin anlamına çeşitli düşünce ve duygu özellikleri katan vurgudur.” (Şenbay, 2020, s. 42). Cümlede vurgu cümleye derinlik de katarak anlatımın güçlendirilmesine yardımcı olur. Yanlış vurgu ise cümlede anlatılmak isteneni tamamen ortadan kaldırarak anlamın bozulmasına da neden olabilmektedir. İlkokulda noktalama işaretlerinin önemine ilişkin sıkça verilen bir örnek olan “Oku adam ol, baban gibi eşek olma!” cümlesinde virgölün kullanım yeri nasıl anlamı etkiliyorsa, bu cümlede yanlış yerde yapılan bir vurgu da anlamı etkilemektedir.

Türkçedeki cümlelerde vurgu genellikle yüklem öncesinde bulunmaktadır. Aşağıdaki örnek bu kuralı anlamamıza yardımcı olacaktır:

Öğrenciler dün okulda şarkılarını söylediler.

Öğrenciler dün şarkılarını okulda söylediler.

Öğrenciler okulda şarkılarını dün söylediler.

Dün okulda şarkılarını öğrenciler söylediler.

Görüldüğü üzere üzerinde durmak istediğimiz sözcüğü yüklem öncesine yerleştirdiğimizde o sözcük, vurguyu üzerine almaktadır. Ancak unutulmamalıdır ki vurguyu sadece yüklemden önceki sözcüğe yaparsak cümleyi yanlış vurgulayıp hata yapabiliriz. Dursunoğlu (2010, s. 273), cümle içinde önem verilen ve daha kuvvetli söylenen yüklemden hemen önceki sözcüğün, cümle türlerine göre yeri değişebileceğini ifade etmiştir. Bu bakımdan Türkçede cümle vurgusunun gezici bir özelliğe sahip olduğunu ve vurgulanmak istenen konuya bağlı olarak cümle içinde hangi kelimeye vurgu yapılacağına göre değişkenlik gösterdiğini söyleyebiliriz. Dolayısıyla vurguyu sözcüklerin yerlerini değiştirmeden de yapabiliriz. Bunun yöntemi, vurgulamak istediğimiz sözcüğü daha baskın bir şekilde seslendirmektir. Vurgulanmak istenen sözcüğün öncesinde veya sonrasında bir es yani durak konulması ve buna uygun bir tonlama yapılması, anlamı pekiştirmemize yardımcı olacaktır. (Durak ve tonlama kavramlarına çalışmanın ilerleyen kısımlarında değinilecektir.) Cümle vurgusunun yer değiştirebilmesine şu sorularla örnek verebiliriz:

1-Kim bugün trenle İstanbul'a dönüyor? Ali bugün trenle İstanbul'a dönüyor.

2-Ali ne zaman trenle İstanbul'a dönüyor? Ali bugün trenle İstanbul'a dönüyor.

3-Ali bugün ne ile İstanbul'a dönüyor? Ali bugün trenle İstanbul'a dönüyor.

4-Ali bugün trenle nereye dönüyor? Ali bugün trenle İstanbul'a dönüyor.

Altı çizgili sözcükler daha baskın bir şekilde seslendirildiğinde cümleler farklı anlamlar kazanmaktadır. İki ayrı örnekte görüldüğü üzere vurgu, yüklem öncesinde

bulunabildiği gibi yer değiştirilerek cümlenin farklı yerlerine de konumlandırılabilir.

3.3.2. Ulama

Ulama, TDK Sözlüğünde, “art arda gelen iki kelimededen birincisinin sonundaki ünsüzün, ikinci kelimenin başındaki ünlüyle ses bakımından bir hece oluşturacak biçimde bağlanarak söylenmesi” şeklinde tanımlanmaktadır (sozluk.gov.tr). Daha yalın bir tanımıyla ulama, ünsüz harfle biten bir sözcüğün ünlü harfle başlayan bir sonraki sözcükle birlikte söylenmesidir. Ulama, konuşmanın daha akıcı olmasını sağlayan unsurlardan biridir. Dikkat edilmemesi durumunda konuşmanın o bölümü kulak tırmalayıcı bir hal alabilir ve akışı bozulabilir.

Türkçemizde bazı kelimeler diksiyon kuralları gereği yazıldığı gibi okunmaz. Ulama bu unsurlardan sadece biridir. Okur (2008, s. 183), ulamayı şu kelime grubu örneğiyle açıklamıştır: “Pa-zar-da-nar-mu-tal-dım, ba-ha-rak-şa-mı, se-mi-zo-tu, dü-nak-şa-mü-çek-me-kal-dım.” Ulama yapılan kelimelere aşağıdaki örnekleri de ekleyebiliriz:

<u>Yazılış</u>	<u>Okunuş</u>
Yalın ayak	Ya-lı/na-yak
Eksik etek	Ek-si/ke-tek
Koşar adım	Ko-şa/ra-dım
Fener alayı	Fe-ne/ra-la-yı

(Ulama yapılan kısımlar “/” işaretiyle gösterilmiştir.)

Görüldüğü üzere ulama yaparken bazı kelimeleri yazıldığından farklı şekilde söyleriz. Elbette bu kuralları uygularken konuşma diliyle yazı dilini birbirine karıştırmamak gerekir. Giray (1998), Suat Taşer’in şu cümlesini aktarmakta ve tanımdaki gibi bir konuşmanın öncelikle ulama sayesinde olacağını belirtmektedir: “*Konuşurken sesler tespîh taneleri gibi ardı ardına değil, bir zincirin halkaları gibi iç içe geçmiş olmalı.*” Konuşmaya akıcılık katan ulamanın uygulanmasında birtakım

kurallar söz konusudur. Yanlış ifadelere neden olmaması adına bu kuralların detaylandırılmasında fayda vardır.

3.3.2.1. Ulama Kuralları

· Sert ünsüzler (p, ç, t, k) sonraki kelimeye ulama yapılırken yumuşar.

Kitap okudu = Ki-ta/bo-ku-du

Şehit oldu = Şe-hi/dol-du

Berbat etmek = Ber-ba/det-mek

· “H” ünsüzü “K” ünsüzü ile biten bir kelimeye ulama yapılırken düşer.

Açık hava = A-çı/ka-va

Çocuk hastanesi = Ço-cu/kas-ta-ne-si

· Ulamaya uygun iki kelime arasında virgül varsa ulama yapılmaz.

Küçük, acısız bir ameliyat = Kü-çük, a-cı-sız bir a-me-li-yat

Baban, arabasız gelmiş = Ba-ban, a-ra-ba-sız gel-miş

· Bazı kelime aralarında yanlış anlaşılmalara sebep olmamak adına ulama yapılmaz ve ufak bir es verilir.

Yetenek sizsiniz = Yetenek siz misiniz? / Yeteneksiz miyim?

Bir inci = Bir inci mi? / Birinci mi? (Ünsal ve Şahin, 2020, s. 213-217).

3.3.3. Tonlama

Tonlama iletişimin niteliklerini belirleyen önemli bir unsurdur ve konuşmada vurguyla birlikte anlatım bütünlüğünü ortaya çıkarmaktadır. Ton, en yalın tanımıyla ses titreşimlerinin yükselip alçalmasıdır (Taşer, 2006, s. 331). “Ton sözcükle, vurgu sözcük ve tümceyle, tonlama ise sadece tümceyle ilgili kavramlardır.” Ünsal ve Şahin, 2020, s. 224). Nasıl ki vurgulara dikkat edilmeden veya yanlış vurgularla yapılan bir konuşmada istenilen etki sağlanamazsa, tonlama yapılmadan ya da yanlış bir tonlamayla yapılan konuşmada da istenilen etki uyandırılmaz. Sabit bir tonla yapılan

konuşmalar tekdüze bir anlatıma neden olacağından, karşımızdaki kişiyi sıkacak ve dikkatinin başka bir yöne dönmesine neden olacaktır. Güler ve Hengirmen (2005, s. 96-108), tonun önemini anlatırken karanlıktaki bir adamdan örnek vermişler ve o kişinin sadece ses tonundan sevinçli ya da üzgün olduğunun anlaşılabilceğini ifade etmişlerdir.

İyi bir konuşma doğuştan sahip olunan ses tonuna ve aralığına uygun bir tonlamayla yapılmalıdır. Bunun için konuşmacının ses aralığını ve sesinin sınırlarını bilmesi her şeyden önemlidir. Tonu tiz, orta ve pes ton şeklinde üç kısma ayırabiliriz. Heyecan ve sevinç gibi ifadeleri tiz tondan, acı ve üzüntü gibi ifadeleri pes tondan daha rahat söyleriz. Orta ton ise daha düz konuşmalarda ve metinlerde kullandığımız, daha az riskli olan tondur. Tonlamaya, vurguya ve noktalama işaretlerine uyularak yapılan bir konuşma, duygunun doğru aktarılmasını sağlayacak ve istenilen etkiyi bırakabilecektir.

İlk bakışta belli duyguları çağrıştıran bir metne, tonlamaya bağlı olarak bambaşka bir anlam da kazandırılabilir. Bunu, bazı cümleleri farklı duygularda seslendirerek daha iyi anlayabiliriz. Cahit Sıtkı Tarancı'nın "Otuz Beş Yaş" şiirinde geçen şu iki dizeyi ele alalım:

Şakaklarıma kar mı yağdı ne var?

Benim mi Allah'ım bu çizgili yüz?

Bu cümlelerin ilk bakışta şaşkınlık, panik, korku gibi anlamlar taşıdığı görülmektedir. Ancak bu duygulardan farklı olarak merak uyandıran bir tonda seslendirdiğimizde bu durumla ilgili kafamızda soru işaretleri olduğunu, şüpheli bir tonda seslendirdiğimizde ise yaşanan bu durumun sebepleriyle ilgili şüphelerimiz olduğu anlamını verebiliriz. Veyahut kızgın bir tonda seslendirerek bu duruma öfkeli olduğumuzu, ilgisiz bir tonda seslendirerek ise bu durumun çok da umurumuzda olmadığını ifade edebiliriz. Görüldüğü üzere tonlama, konuşmaya farklı anlamlar katma ve kendimizi istediğimiz gibi ifade etme anlamında önemli bir unsurdur.

Tonlamayı haber spikerliği özelinde ele alırsak, haber metinlerinin daha çok bilgiye dayalı ve düz metinlerden oluştuğunu söyleyebiliriz. Doğası gereği de habere gereğinden fazla duygu katılmaması gerekmektedir. Bu yüzden orta ton, çok fazla

duygu katılmayan ve sesin tınısına en yakın ton olduğundan daha rahat bir okuma olanağı sunmakta ve haber spikerlerince daha çok tercih edilen yöntem olarak görülmektedir.

3.3.4. Durak

Diksiyonu sözcük, vurgu ve durakları doğru bir biçimde söylemek olarak da tanımlayabiliriz. Durak bizi yapay bir konuşmadan kurtaran bir unsurdur. Öyle ki gerekli yerlerde soluk almadan ve duraklamalara dikkat edilmeden yapılan bir konuşma hem zor anlaşılır hem de monotonluğa neden olur (turkedebiyati.org). Bu bakımdan iyi bir konuşmacının cümle içindeki duraklara dikkat etmesi önemlidir. Konuyu konuşmacı açısından değerlendirdiğimizde, ilk olarak konuşmacının hava ihtiyacını karşılayabilmek için cümle içinde az ya da çok duraklamalar yapmak zorunda olduğunu söylememiz gerekir. Akciğerlerin kapasitesi ve diyafram kasını kullanma ustalığına bağlı olarak ses belirli bir süreye kadar uzatılabilir. Ancak önünde sonunda konuşmacının soluğu tüenecek ve duraklayıp tekrar soluk almak mecburiyetinde kalacaktır.

Konuşmanın anlaşılır ve çözümlenebilir olması için dikkat edilmesi gereken bir unsur olan durak “es verme” tabiriyle de ifade edilir. Cümle içinde gerekli yerlerde es vermek, anlaşılır bir anlatımın yanında anlatmak istediğimiz duyguyu daha etkili ifade edebilmemizi sağlar. Duraklama, bizi tekdüze bir konuşmadan kurtarır ve konuşmayı daha çarpıcı bir hâle getirir. Ancak duraklamalar ölçüsünde ve yerinde olmalıdır. Soluksuz ve hızlı bir konuşma dinleyiciyi yoracak ve konuşmacının acelesi varmış algısı uyandıracaktır. Tam tersi, duraklamaların fazla yapılması da dinleyenlerin dikkatini dağıtacaktır.

3.3.4.1. Durak Şekilleri ve Kullanım Yerleri

Anlatımımızı daha etkili kılan duraklar, konuşmamızda farklı yerlerde ve farklı şekillerde kullanılır. Durakları kullanım şekillerine göre kısa, normal ve uzun süreli duraklar olarak üç gruba ayırabiliriz. Deneyimli konuşmacılar ve spikerler gerekli görülen durumlarda ve nefeslerinin yetmediği yerlerde “kaçamak nefes” denilen dinleyiciye fark ettirmeden yapılan bir yöntemi kullanırlar. Kısa süreli duraklar genelde kaçamak nefes yapılan bu yerleri ve nefes almadan yapılan kısa duraklamaları

kapsar. Normal duraklar cümleye başlamadan bir kez nefes alınan görece kısa duraklamaları, uzun süreli duraklar ise birden fazla nefes alınabilen daha uzun süreli durakları ifade etmektedir (Özben, 1989, s. 90). Durak örneklerinin bulunduğu bir konuşma metnini örneği aşağıdaki gibidir:

Kıymetli konuklar ||

Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi | Türkiye Yazarlar Birliği | Mamak İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü | ve Mamak Belediyesi'nin birlikte organize ettiği | 2. Ankara Edebiyat Festivali kapsamında düzenlenen | Doğumunun 150. Yılında Mehmet Akif Şiir Şöleni'ne | hoş geldiniz || İlk olarak | Türkiye Yazarlar Birliği Ankara Şube Başkanı | Sayın Mehmet Sait Uluçay'ı | konuşmalarını yapmak üzere kürsüye davet ediyorum

(Konuşma, Ankara Edebiyat Festivalindeki bir programın açılış konuşmasıdır. Kısa süreli duraklar |, normal duraklar ||, uzun süreli duraklar ||| şeklinde ifade edilmiştir. Durak yerlerinin daha iyi anlaşılması adına örnekte noktalama işaretleri kullanılmamıştır.)

Konuşurken duraklara dikkat etmemizi gerektiren belli başlı durumlar ise şöyle sıralanabilir:

· Noktanın ardından:

Ali okula vardı. |

· Ara söz ve ara cümlelerden sonra:

Öyle yorgunum ki, | hiç sorma

· Soru ve cevap arasında:

İyi misiniz? | Evet

· Önemli bir konu ve olayı ifade etmeden önce veya sonra:

UNICEF | Gazze'de çocuklara ulaşmak için | acil insani ateşkes çağrısı yaptı.

- Vurgulanmak istenen sözcüklerden önce veya sonra:

Bilmeni isterim ki | burada çok şey değişti.

- Bir ifadeye alıntı yapılırken:

Sezar'ın son sözü | Sen de mi Brütüs | olmuştu.

- Ünlem sözcükleri ve cümlelerinden sonra:

Vay canına | bu da ne? (Ünsal ve Şahin, 2020, s. 242-243).

3.3.5. Diğer Diksiyon Unsurları

Nefes, vurgu, durak, ulama ve tonlama gibi başlıklar halinde açıklanan temel diksiyon unsurları ile çalışmanın önceki kısımlarında değerlendirilen Türkçedeki telaffuz özelliklerinden daralma, yumuşama, ünlü ve ünsüzlerin ince – kalın / kısa – uzun söylenişleri, “e” sesinin açık veya kapalı söylenişi, “ğ” sesinin kullanımı dışında üzerinde durulması gereken ve çalışmanın analizinde dikkat edilen başka unsurlar da bulunmaktadır:

Boğumlanma (Artikülasyon): Boğumlanma, “sözleri anlaşılır biçimde, eksiksiz ve yanlışsız söyleyebilmek için sesleri doğru yerde oluşturma ve biçimlendirme” olarak tanımlanmaktadır (Yayıncılık ve Medya Sözlüğü, 2020). Bu bakımdan dudak ve çenenin doğru kullanımı anlaşılır bir boğumlanma için önem taşımaktadır (Mete, 2020). Konuşmanın ana unsur olduğu ve Türkçenin doğru bir şekilde konuşulması gereken sunuculuk, spikerlik gibi mesleklerde boğumlanma dikkat edilmesi gereken diksiyon unsurlarının başında gelmektedir.

Benzeşme: Türkçede çok rastlanan bir ses olayı olan benzeşme, kelime içindeki seslerden birinin diğerini kendine benzetmesi olarak tanımlanabilir (turkdili.gen.tr). Benzeşme bazı kelimelerin söylenişinde değişikliğe neden olmaktadır. Anlık=annık, yazmazsan=yazmassan, onbaşı=ombası kelimeleri gibi. Şenbay (2011, s. 77), benzeşmeyi “yan yana veya birbirine yakın bulunan başka başka iki sesin benzeşmesi” olarak tanımlamış, “gör-di=gör-dü, uçdi=uç-tu” örneklerini vermiştir.

“İle” ve “ise” Bağlaçlarının Telaffuzu: Türkçemizde genelde ayrı olarak yazılan “ile” ve “ise” bağlaçları, okunurken arkasından gelen kelimelerle birleştirilmektedir (youtube.com). Örneğin, “beni ne ile sınıyorsun?” cümlesi “beni neyle sınıyorsun?” şeklinde, “sen ise yalnızdın” cümlesi “sense yalnızdın” şeklinde, “esnaf ise durumdan şikâyetçi” cümlesi “esnafsa bu durumdan şikâyetçi” şeklinde okunmalıdır. Bu kural konuşmanın akıcılığı adına önemlidir. Zira bu bağlaçları sonraki kelime ile birleştirmeden okuduğumuzda anlatımın sekteye uğradığını görebiliriz.

“R” Sesinin Kullanımı: Günlük yaşamdaki konuşmalarımızda bazı kelimeleri “r” sesini yutarak söyleriz. Örneğin “bir bakar mısın?” yerine “bi bakar mısın?”, “geliyor musun?” yerine “geliyo musun?” deriz. Günlük konuşmamızda doğru olarak kabul edilebilen bu durum, söz konusu sunuculuk ve spikerlik olduğunda anlamı küçültmekte ve yanlış olarak kabul edilmektedir (kidegitim.com). Bu yüzden özellikle haber spikerlerinin “r” harfinin kullanımına özen göstermeleri gerekmektedir.

“H” Sesinin Kullanımı: Türkçemizde “h” sesi yutulmaya yatkın bir harf olarak dikkat çekmekte ve özellikle günlük konuşmalarda yutulduğu görülmektedir. Bu kullanım yanlışında örnek olarak “daha” kelimesi öne çıkmakta ve içeriğindeki “h” harfinin yutulduğu gözlemlenmektedir (youtube.com). “Merhaba” ve “cumhuriyet” “h” sesinde düşmeye rastlanan diğer kelimelerdir. Özellikle işi konuşmak olan profesyonellerin bu sesin kullanımına dikkat etmeleri ve “h” sesini yutmamaları gerekmektedir.

3.4. Televizyon Spikerliğinde Görsel Öğeler ve Beden Dili

İnsanlar iletişim kurabilmek için bir dile ihtiyaç duymuştur. Dil denildiği zaman konuşmak akla gelse de insanlık tarihi açısından bakıldığında beden dilinin sözlü iletişimden daha eski olduğu ve hatta en eski iletişim yöntemi olduğu söylenebilir (Aker, 2010, s. 72). Bu en köklü iletişim yöntemi günümüzde de bireylere pek çok alanda avantajlar sağlamaktadır. Spiker olmak için mikrofonik bir ses tonuna, arı bir Türkçeye ve iyi bir diksiyona sahip olunması gerektiğini ifade etmiştik. Söz konusu televizyon spikerliği olduğunda bu koşulların yanına görsellik ve beden dili gibi unsurlar da eklenmektedir. Spikerin ekranda nasıl görüldüğü, haber sunarken

takındığı yüz ifadesi, jest ve mimikleri ile bedensel hareketleri görsel öğeler kapsamında değerlendirilmektedir.

3.4.1. Televizyon Spikerliği İçin Görsel Öğelerin Önemi

Televizyon izleyicisi ekran karşısında düzgün görünümlü ve giyimine özen gösteren kişileri görmek ister. Öyle ki Tellioglu (2006, s. 118), bir konuşmacının dış görünüşü ve kıyafetleri ekrana uygun değilse izleyicinin peşin hüküm verebileceğini ve spikere karşı olumsuz ön yargıya kapılabileceğini ifade etmektedir. Bu görüş dikkate alınması gereken bir görüştür. Zira iletişim uzmanlarının araştırmalarına göre bir konuşmacı için ses önemli kıstaslardan biri olsa da göze hitap eden öğelerin etkisi %50'den daha fazladır ve izlenme açısından daha büyük paya sahiptir (Yaman, 2001, s. 79). Bu veriden, televizyon spikerinin ekrana çıkarken her şeyden önce kılık kıyafetine ve dış görünüşüne dikkat etmesi gerektiği sonucunu çıkarabiliriz.

Televizyon izleyicisi için görsel unsurların dikkat çekmesi ve televizyonun görsel bir iletişim aracı olması spikerin fazla gösterişli bir kıyafet tercih etmesi, süslenmesi anlamına gelmemelidir. Haberin ruhuna uygun olarak spiker ekrandaki giyim kuşamında ve dış görünüşünde abartıya kaçmamalı, ölçüsünde hareket etmelidir. Haber spikerlerinin tercih edeceği fazla dikkat çekici bir kıyafet izleyicinin dikkatini haber yerine dış görünüşe ve kıyafetlere çevirmesine neden olabilir. Giyim şeklinin yanında renk seçimi de önem arz etmektedir. Televizyon ekranında koyu renkli kıyafetler her zaman tercih sebebidir. Zira açık renkli kıyafetler stüdyo ışığı altında fazla parlak görünebilir ve bu da dikkat dağıtıcı olabilir. Kops ve Worth (2017 s. 166), beyaz tonlardaki kıyafetlerin stüdyo ışıkları altında parlamaya daha müsait olduğunu, mavi gibi daha koyu tonların, ekranda daha iyi görüneceğini ifade etmişlerdir. Bu görüş, ekranda hangi tonda kıyafetlerin tercih edilmesi gerektiğini örnekler niteliktedir.

Spikerler kıyafet seçiminde olduğu gibi saç ve makyaj seçimi konusunda da ölçülü olmak durumundadırlar. Abartılı bir saç veya makyaj, izleyiciyi haberdan uzaklaştırıp spikere yöneltir. Dolayısıyla spiker, haber ile izleyicinin arasına girmiş gibi olur. Ekrandaki spikerin saç rengi göz alıcı ve dikkat dağıtıcı olmamalı, makyaj ise sadece yüz kusurlarını kapatmak ve yüzün parlamasına engel olmak amacıyla

yapılmalıdır. Saç ve makyaj seçimlerinde stüdyo ışığı ve kameraya uygunluk gibi teknolojik etmenlerin de göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

Ünsal ve Şahin (2020, s. 263), izleyicinin giysi, saç ve makyajdan sonra sunucunun yüz ifadesine baktığını ifade etmekte ve şu bilgileri vermektedirler: *“Kamera, sunucuları ağırlıklı olarak bel ya da göğüs planda gösterdiğinden, sunucunun duygu ve düşünceleri aktarımında yüz ve göz anlatımı önemli destek sağlar. Kamera en ufak hareketi yakaladığından yüzdeki anlatım doğal ve içten olmalıdır; aksi halde oluşan imajı düzeltmek mümkün olmaz. Sunucunun yüzündeki anlam, kişiliğini de ele verir. Arkadaşça, dostça, iyi niyetli bir bakış işin sırrıdır. Kameraya dostça, yumuşak bakışlarla bakılmazsa; izleyici sunucunun güvensiz, ürkek, tereddütlü, telaşlı, öfkeli, ikiyüzlü, alaycı, sahte bakışlarını kolayca yakalar.”* Bu görüşten hareketle, spikerin yüz ifadesinin ve sunum şeklinin izleyicide oluşan algı açısından önemli olduğu sonucunu çıkarabiliriz.

Haber spikerinin yayında enerjik görünüp görünmemesi, canlı ya da durağan bir tonda konuşması da izleyicilerin dikkatleri üzerinde etkiye sahiptir. Haberin kendine has bir dinamizmi ve ritmi vardır. Spikerin uykusunu alamaması veya herhangi bir sebeple moralsiz görünmesi bu ritmi kaybetmesine neden olacaktır. Bir spikerin özel yaşamında sorunlar olabilir veya işe gelirken trafikte birisiyle tartışabilir. Bu tür sorunlar sunumu olumsuz yönde etkileyebileceği için haber spikeri tüm bunları göz önünde bulundurarak kamera karşısına geçmeli, özel yaşamındaki sorunları stüdyonun dışında bırakmalıdır. Çünkü haberin sunumunda bu tür olumsuzlukların yansıtılması durumunda izleyici, yolunda gitmeyen bazı şeyler olduğunu hemen fark edecek ve dikkatini haberden çok spikere verecektir. Özetle haber spikerlerinin kılık kıyafet ve makyajın yanında haber anlatım şekillerine de dikkat etmeleri gerekmektedir.

3.4.1.1. Televizyon Spikerliğinde Beden Dili

Sözsüz iletişimin bir unsuru olan beden dili, sosyal davranış üzerinde önemli bir etkiye sahiptir ve bireylere avantajlar sağlamaktadır. Bu yüzden bazı durumlarda anlatmak istediklerimizi söz yerine beden dilimizle anlatmayı tercih ederiz. Kaşıkçı (2003, s. 18), beden dilinin avantajlarını şöyle sıralamaktadır:

“Beden dili kullanımı;

- Kendimizi ifade etmeyi kolaylaştırır.*
- Karşımızdaki insanı daha kolay anlamamızı sağlar.*
- Konuşmaya bütünlük katar.*
- Kendimizin ve ilişkide olduğumuz insanların iç dünyalarını anlamada önemli ipuçları verir”.*

Gerek günlük yaşantımızda gerek topluluk önündeki bir konuşmamızda gerekse televizyonda haber sunarken beden dilimizi kullanırız. Yorgun veya keyifsiz olduğumuz zamanlarda nasıl ki ses tonumuz cansız ve pes bir ton alıyor ve sesimiz o anki durumumuzu ele veriyorsa görünüş olarak da fersiz bir bakış ve kambur bir vücut duruşuyla vücudumuz kendini ele verecektir. “Postür” kısaca beden dilinde duruşu ifade etmektedir (Ünsal ve Şahin, 2020, s. 304). Bozuk bir postür hem doğru nefes almamızı hem de karşı tarafın hakkımızdaki görüşünü olumsuz anlamda etkileyecektir. Bu açıdan özellikle televizyonda haber sunarken herkesin gözünün üzerimizde olduğunu unutmamamız ve duruşumuza da dikkat etmemiz gerekir.

Beden dili özetle jest ve mimiklerden oluşmaktadır. Jest, konuşurken yapmış olduğumuz el, kol, baş ve diğer vücut hareketleri; mimik ise konuşurken yüzümüzün aldığı şekiller olarak tanımlanmaktadır. Jest ve mimikler iletişimi güçlendiren ve anlaşılmanıza yardımcı olan unsurlardır. Zira insanoğlu pek çok duyguyu yüz ifadeleriyle anlatabilmektedir. Sevinç ya da üzüntü, korku ve heyecan gibi duygular yüzümüze yansıyabilir. Cüceloğlu (1987 s. 158), yüz ifadelerinin kimi zaman sanıldığı kadar kolay anlaşılamayabileceğini ifade etmekte ve bunun sebebinin ise yüzün karmaşık bir yapıya sahip olması olarak açıklamaktadır. Haber sunarken meydana gelen yüz ve göz ifadeleri de jest ve mimik kapsamına girdiğinden kamuoyuna hitap eden bu tür bir meslekte etkili bir iletişim kurabilmek ve yanlış anlaşılmalara mahal vermemek adına jest ve mimiklerin yerinde kullanılması önemlidir.

Beden dilinin etkili kullanımı için göz teması önemli bir faktördür. Karşı tarafı rahatsız etmeyecek bir biçimdeki göz teması, daha iyi anlaşılmanıza ve dikkati

üzerimize çekmemize yardımcı olur (sinemaakademi.com.tr). Göz teması, sosyal etkileşimi güçlendiren sözel olmayan bir iletişim biçimidir ve topluluk önünde konuşurken önemli bir fark oluşturur. Göz teması kurulmadan yapılan bir konuşmada kendimizi net olarak ifade edemeyebilir ve dinleyicilerin dikkatini konuşmamıza çekemeyebiliriz. Aynı durum televizyonda haber sunan spikerler için de geçerlidir. Spikerler haberi sunarken kameraya bakarlar. Stüdyo içinde öyle görünmese de spikerler gerçekte çok sayıda kişiye hitap ettiklerinin farkında olarak kameraya bakmalı ve göz temasını kaçırmamalıdır. Aksi takdirde seyirci, sunulan haberin önemsiz bir haber olduğunu veya kendisinin önemsenmediğini düşünüp kanalı değiştirebilir.

Haber spikerinin önünde her zaman sunduğu haberin metinlerini içeren kâğıtlar ve kalem bulunur. Kâğıtlar hem prompter cihazında herhangi bir aksaklık olması durumunda spikerin haberi okumaya devam edebilmesi hem de anons edeceği haberlere aşina olabilmesi adına önemlidir. Kalem ise metinlerde gerekli görülen yerleri işaretlemek veya not almak için gereklidir. Aynı zamanda mesleğe yeni başlayan spikerleri rahatlatması adına yardımcı bir unsur olarak görülmektedir. Bu gereçler televizyon ekranlarında görmeye alışkın olduğumuz gereçler olduklarından ekranda görsel olarak da güzel gözükmektedir. Ancak spikerin, izleyicinin dikkatini dağıtmamak adına önündeki kâğıtlarla çok fazla oynamaması veya kalemi çok fazla hareket ettirmemesi önem arz etmektedir.

Televizyon spikeri için beden dilini ölçüsünde kullanmak kritik bir öneme sahiptir. Zira gereksiz veya yanlış jest ve mimikler ekranda hoş olmayan bir görüntüye neden olabileceği gibi spikeri de zor durumda bırakabilir. Örneğin, bir şehit haberini gülümseyerek ve yüksek tempoda sunmak büyük bir hata olacaktır. Aynı şekilde hayvanat bahçesinde oynayan yavru panda haberi de temposuz ve mimiksiz sunulmaz. Seyirci ifade yanlışlarını ve doğal olmayan ifadeleri kolaylıkla hissedebileceğinden, bu tür hatalara düşmemek adına sunulan haberin içeriğine hâkim olunmalı ve ifadeler doğru seçilmelidir. Aker (2010, s. 163), yapmış olduğu çalışmada anchor'ların yani ana haberi sunan kişilerin beden dili kullanımı konusunda televizyon izleyicisinin ortak görüşünün, beden dilinin ölçülü bir şekilde kullanılması şeklinde olduğunu ifade etmiştir.

Haber yayını yapan kanallar, haberin etkisini ve bültenin izlenirliğini mutlaka takip ederler. Spikerler kanalların ekran yüzü olduklarından ve bir anlamda kuruluşların kurumsal kimliklerini temsil ettiklerinden, haberlerin amacına ulaşmasına ve yanlış anlaşılmaya meydan vermemek adına sözel olmayan iletişim unsurlarını da yerinde kullanmak durumundadırlar.



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DEKİ ULUSAL HABER KANALLARININ ANA HABER BÜLTENLERİNİN DİKSİYON ANALİZİ

4.1. Araştırma Konusu ve Problemi

Araştırma Konusu: Ulusal haber kanallarının ana haber bültenlerinde kullanılan dilin ve diksiyonun, vurgu ulama ve durak gibi unsurlar bağlamında analiz edilmesi araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Ana haber bültenlerinde diksiyon ve fonetik kurallarına ne derece uyulduğunun ortaya konması adına bazı haber kanallarının ana haber bültenleri incelenmiştir.

Araştırmanın Problemi: Ulusal haber kanallarının ana haber bültenlerinde haber spikerlerinin yapmış olduğu diksiyon hataları nelerdir?

Alt Problemler:

1. Türkiye'deki ulusal haber kanallarında yayımlanan ana haber bültenlerinde ne tür diksiyon hataları yapılmaktadır?
2. Haber bültenlerinde en çok yapılan hata türleri nelerdir?
3. Haber bültenlerinde en az yapılan hata türleri nelerdir?
4. Hatalı telaffuzları tespit edilen sözcükler ve bu sözcüklerin doğru telaffuzları nasıl olmalıdır?
5. Hataların hafta içi ve hafta sonu ana haber bültenlerine göre dağılımı ne şekildedir?
6. Özel televizyonlardaki ve devlet televizyonundaki söyleyiş kusurluları sayısında belirgin bir fark var mıdır?

4.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Haber spikerleri için Türkçeyi doğru kullanmak mesleğin doğal bir gereğidir ve spikerler tarafından konuşulan dil toplum için örnek oluşturmaktadır. Bu araştırmanın amacı, televizyon haber spikerleri tarafından kullanılan dilin diksiyon kuralları bağlamında incelenmesi ve yapılan hatalara dikkat çekilerek hem izleyiciler hem de spikerler açısından farkındalık oluşturulmasıdır. Çalışma esnasında ve öncesinde yapılan literatür taramasında Türkçenin doğru kullanımı ve diksiyon hatalarının giderilmesine yönelik pek çok kaynak olduğu görülmüş ancak özelde

televizyon haber kanallarında ana haber bültenlerinde spikerlerin kullandıkları dil ve diksiyonun incelenmesi üzerine özgün bir çalışmanın “yök tez” verilerine göre olmadığı değerlendirilmiştir. Bu çalışmanın özgünlüğünü de belirleyen hususun ana haber bültenleri özelinde spikerlerin diksiyon analizlerinin yapılması oluşturmaktadır.

Radyo Televizyon Üst Kurulu ve Türk Dil Kurumu, radyo ve televizyonda güzel Türkçe konuşulmasına dikkat çekmek amacıyla çeşitli çalışmalar yapmaktadır. TDK Başkanı Prof. Dr. Gürer Gülsevin’in RTÜK ve TDK arasında imzalanan “Dünya Dili Türkçe” seferberliğinde kullandığı şu ifadeler, Türkçemizin doğru kullanımının önemini ortaya koymaktadır: “İnsanlar dilini evinde, okuyarak öğreniyor ama günümüzde en önemli öğrenme vasıtalarından biri de yayınlar. Dili televizyonlardan öğreniyoruz, radyolardan öğreniyoruz. Güzel örneği görürsek karşımıza güzel Türkçe çıkıyor, bozuk örneği görürsek karşımıza bozuk Türkçe çıkıyor.” (trthaber.com). Açıklamadan da yola çıkılarak diksiyon üzerine yapılan bu çalışmayla kitleler ve profesyonellerde farkındalık oluşturulması hedeflenmektedir.

4.3. Veri Toplama Yöntemi (Modeli)

Nitel araştırmada gözlem yöntemi ve nitel içerik analizi kullanılan bu çalışma öncesinde ve esnasında literatür taraması yapılmış ve ulaşılan nitel veriler, araştırma amacına yönelik olarak açıklanmaya çalışılmıştır. Yapılandırılmış ve yapılandırılmamış gözlem olarak, gözlem iki kategoride sınıflandırılabilmektedir. Birisine ya da bir gruba ait belirli bir davranışın ya da davranışların, olayın sıklık, uzunluk, boyutu ve önem derecesini ölçmek amacıyla yapılandırılmış gözlem tekniği kullanılırken yapılandırılmamış gözlem daha çok gözlemlenen kişinin davranışlarını izlemek ve bu davranışların özellikleri hakkında notlar almaktan oluşur (Hopkins & Moore, 1993: 47). Yıldırım ve Şimşek’e göre gözlem tekniği ile herhangi bir ortamda karşılaşılan, görülen davranışların detaylı olarak belirlenmesi ve tanınması amacıyla kullanılan bir yöntemdir. Bir araştırmacı bir konu ile ilişkili bir davranışa ya da davranışlara yönelik ayrıntılı, kapsamlı ve zamana yayılmış bir bulguya ulaşmak istiyorsa gözlem yöntemi tercih edilebilmektedir (2008, s. 169). Arıkan (2011) gözlem araştırmalarında araştırmacının katılımlı ve katılımsız gözlem olarak iki yol kullanabileceğini ifade etmektedir. Katılımlı olarak yapılan gözlemde, araştırmacı

olayın doğrudan içerisinde yer almaktadır, bu tür gözlemlerde araştırmacı gruba katılmakta ve grup ile etkileşimde olmaktadır. Katılımsız gözlem sürecinde ise araştırmacı olayı dışarıdan gözlemlemekte, olayın ya da grubun içerisinde yer almadan bir gözlem biçimi uygulamaktadır.

Aziz ise gözlem tekniği ve içerik analizi arasında önemli bir bağ kurarak, kitle iletişim araçlarının kullanımının artmasıyla birlikte, sosyal bilimlerin hemen her disiplininde kullanılan bir gözlem yaklaşımı olan içerik analizinin önem kazandığını iddia etmektedir (Aziz, 2013 s. 129). Çeşitli amaçlara yönelik üretilen yayımların, birileri tarafından ortaya konan söylemlerin ve çeşitli konulardaki kayıtların açıklanması, anlaşılır hale getirilmesi, karşılaştırmalar yapılabilmesi için kullanılan içerik analizi ile bir sistem dahilinde belgelerde yer alan mesajların ne olduğunun bulunması amaçlanmaktadır (Arıkan, 2011 s. 56).

Nitel içerik analizi temaların belirlenmesi ve ilgili temalara göre kodlamanın sistematik olarak sınıflandırılması süreciyle devam eden, araştırma metninden elde edilen verilerin içeriğinin öznel yorumlanması olarak tanımlanmaktadır (Hsieh ve Shannon, 2005, s. 1278). Kracauer (1952 s. 639) ise nitel analizin nicel tekniklerle tamamıyla ulaşılamayan metinsel boyutlarına nüfuz ettiğini ifade etmektedir.

Çalışma doğrultusunda amaçlı örnekleme yöntemi de kullanılmıştır. Örnekleme yöntemleri genel olarak olasılıklı ve amaçlı örnekleme şeklinde ikiye ayrılır. Nitel araştırmalarda daha çok amaçlı örnekleme yöntemleri tercih edilmektedir. Amaçlı örnekleme ile sınırlı sayıda kaynakların en etkin şekilde kullanımı amaçlanır, ilgilenilen konu hakkında bilgili ve deneyimli olduğu varsayılan bireylerin ya da grupların tanımlanması ve seçilmesini içerir (Palinkas vd., 2015). Bu araştırmanın tasarımıyla ilişkili olarak evreni temsilen seçilen örnekleme yer alan haber kanallarındaki haber bültenleri ve bülteni sunan spikerlerini seçmek amacıyla seçim tekniklerinden biri olan kolayda örnekleme kullanılmıştır. Böylece araştırmacı kolay erişilebilir, izlenebilirliği olan haber bültenlerini seçmiştir. Kolayda örneklemenin dezavantajları da olabilmektedir, ancak bu çalışma için araştırmanın tasarımına uygun olarak bu yaklaşım tercih edilmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Amaçlı örnekleme

sayesinde seçilen haber bültenleri en çok izlenen haber bültenleri verilerine göre seçilmiş, ilgili haber bültenlerini sunan haber spikerleri de en çok izlenen haber spikerleri olarak varsayılmış, çalışmada ulaşılmak istenen sonuçlara yönelik olarak bu haber bültenleri derinlemesine izlenerek keşfedilmiş ve açıklanma amacı güdülmüştür (Büyüköztürk vd., 2018).

Bu çalışmada Ulusal ölçekte yayın yapan 3 haber kanalının ana haber bültenleri seçilmiştir. İki kanalın ana haber bültenleri sosyal medyada “Youtube” ve “Dailymotion” sitelerine yüklenmiş olan tekrarları vasıtasıyla, birinin ana haber bültenleri ise “Turkcell TV+” uygulamasında geriye dönük izleme ve kaydetme özelliği vasıtasıyla dinlenmiştir. Hatalar tespit edilerek notlar alınmış ve bulgular kaydedilmiştir.

Çalışmanın literatür kısmında da değinilen diksiyon kusurları analiz sonucunda; nefes kontrolü, cümle ve kelime vurgusu, duraklama, artikülasyon (boğumlanma), yumuşama, benzeşme, daralma, “e” sesinin telaffuzu, “r” sesinin düşmesi, “h” sesinin kaybolması, “ğ” sesinin kullanımı, ı’lama-tekrarlama, noktalama işaretlerinin kullanımı, “ile” ve “ise” bağlaçlarının telaffuzu, “a”, “i”, “u” seslerinin söyleniş süresi, ünlü ve ünsüzlerin ince-kalın söylenişi, “c” sesinin “j”, “ç” sesinin “ş” sesine dönüşmesi, gereksiz ses veya kelime kullanımı, kişi veya kurum adının yanlış telaffuzu, prompter veya kişi kaynaklı yanlış okumalar ve diğer hatalı telaffuzlar başlıklarında sıralanmıştır. Bu çalışmada da bu başlıklar temalar olarak belirlenerek, verilerin kodlaması bu temalardan oluşturulan kodlama cetveline göre kodlanmıştır.

Toplamda 2310 dakikalık 3 ayrı ana haber bülteninin kayıtları dinlenmiş, haber spikerlerinin yaklaşık 280 dakikalık sunum kısımları diksiyon kuralları bağlamında detaylı bir şekilde analiz edilmiştir. Analiz sonucunda toplamda 438 adet diksiyon hatasına rastlanmıştır. Hataların 22 farklı kategoride değerlendirildiği çalışmada, söyleyiş kusuru bulunan kelimeler detaylandırılarak ayrı bir başlıkta ele alınmış, hataların hafta içi - hafta sonu ana haber bültenlerine ve özel-kamu yayın kuruluşlarına göre dağılımı da verilmiştir.

4.4. Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini Türkiye’de yayın yapan ulusal ölçekteki haber kanallarının ana haber bültenleri; örneklemine 3 ulusal haber kanalı oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini olan 3 haber kanalının (TRT Haber, Habertürk, CNN Türk) seçiminde izlenme oranları göz önünde bulundurulmuştur. Zira bu 3 haber kanalı, Televizyon İzleme Araştırmaları Anonim Şirketi (TIAK) raporlarına göre 2021 ve 2022 yılı boyunca en çok izlenen ilk 5 haber kanalı arasındadır (tiak.com.tr). Türkiye Raporu ve MEDIAQX işbirliğinde Türkiye çapındaki akıllı televizyonlar aracılığıyla 25 Mart – 21 Nisan 2023 tarih aralığındaki 19.00 – 24.00 saatleri arasında kapsayan dört haftalık reyting ölçüm sonuçlarına göre de en çok izlenen ilk 3 haber kanalı olarak görülmektedir (turkiyeraporu.com).

Biri kamu, ikisi ise özel olmak üzere 3 haber kanalının ana haber bültenleri analiz edilmiştir. “Prime time, televizyon yayınlarının en çok izlendiği 20.00 - 23.00 saatleri arasındaki zaman dilimidir” (Yayıncılık ve Medya Sözlüğü, 2020). Seçilen kanalların ana haber bültenleri bu saatler arasında veya öncesinde başlamaktadır. Çalışmanın güncel olması amacıyla 2023 yılının Ağustos ayının ilk haftasındaki yayınlar ele alınmış ve 1-2-3-4-5-6-7 Ağustos tarihlerinde yayımlanan 1 haftalık periyottaki ana haber bültenleri Türkçedeki diksiyon kuralları çerçevesinde analiz edilmiştir.

Türkiye’de ulusal ölçekte yayın yapan 3 haber kanalının ele alındığı bu çalışmada ana haber bültenlerinin başlangıç saatleri ve süreleri farklılık göstermektedir. TRT Haber’deki “Ana Haber 20” haftanın 7 günü saat 20.00 - 21.00 saatleri arasında yayımlanmaktadır. Çalışmaya konu olan tarihlerde hafta içi ana haberi salı, çarşamba, perşembe ve cuma günleri Aslı Noyan, pazartesi günü Rasim Kılıç; hafta sonu ana haberi ise cumartesi ve pazar günleri Cemile Nur Kınacı sunmuştur. Habertürk’teki “Ana Haber Bülteni” ve “Hafta Sonu Ana Haber Bülteni” 19.00 – 21.00 saatleri arasında yayımlanmaktadır. Çalışmaya konu olan tarihlerde bültenler haftanın 7 günü de Oya Çebi Tarafından sunulmuştur. CNN Türk’teki “Ana Haber” ve “Hafta Sonu Ana Haber” ise 18.00 – 20.30 saatleri arasında yayımlanmaktadır. Çalışmaya konu olan tarihlerde hafta içi ana haberi salı, çarşamba,

perşembe ve cuma günleri Fulya Kalfa, pazartesi günü Göksu Öngören Özgür; hafta sonu ana haberi ise cumartesi ve pazar günleri Kaan Temeltaş sunmuştur.

Çalışmaya konu olan haber spikerlerinin çeşitli kaynaklardan eğitim durumlarına bakılmıştır. Spikerlerin birçoğunun sosyal medya hesaplarında ve çalıştıkları kanalların web sayfalarında eğitim bilgilerine ulaşamadığından ünlü isimlerin özgeçmişlerine acil erişim sağlayan biyografi sitelerinden yararlanılmıştır. Spikerlerin çoğunluğunun mezuniyet alanlarının iletişim bilimleri ve medya ile ilgili olduğu gözlemlenmiştir. Bazı spikerler ise iletişim ve medya alanı dışında bölümlerde eğitim almışlardır. TRT Haber kanalının ana haber spikerlerin eğitim durumlarına bakıldığında Aslı Noyan'ın Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü mezunu, Cemile Nur Kınacı'nın Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü mezunu, Rasim Kılıç'ın Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Reklamcılık ve Halkla İlişkiler Bölümü mezunu olduğu görülmektedir. Habertürk kanalının çalışmaya konu olan tarihlerdeki ana haber spikeri Oya Çebi, Kafkas Üniversitesi Eğitim Fakültesi Türkçe Öğretmenliği Bölümü mezunudur. CNN Türk kanalı ana haber spikerlerine bakıldığında ise Fulya Kalfa'nın Bilkent Üniversitesi Amerikan Kültürü ve Edebiyatı Bölümü mezunu, Kaan Temeltaş'ın Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü mezunu, Göksu Öngören Özgür'ün ise Beykent Üniversitesi İletişim ve tasarım bölümünden mezun olduğu görülmektedir (biyografya.com, tr.linkedin.com, yasamoykusu.com, cnnturk.com).

Çalışmanın sınırlılıklarına bakıldığında ise ana haber bültenlerinde sadece kam SPK; yani spikerin kamera karşısında konuşması ve DSF haber; yani sesin fon olarak kullanıldığı haber görüntüsünün üzerine spikerin canlı olarak haberi okuması sırasındaki hatalar dikkate alınmıştır. Önceden hazırlanmış haber görüntüsü üzerine haberin seslendirilmesi anlamına gelen perforeler ile bültenlerdeki canlı yayın bağlantıları ise çalışmanın kapsamı gereği analiz kapsamına alınmamıştır.

4.5. Ana Haber Bültenlerinin Diksiyon Analizi

İyi bir diksiyon ve doğru Türkçe kullanımı anlamında spikerler her zaman halk tarafından örnek olarak gösterilen bir meslek grubu olmuş, “spiker gibi konuşmak” veya “TRT spikeri gibi konuşmak” gibi ifadeler kullanılmaya başlanmıştır (ienstitu.com). Ancak haber spikerliği yapanların söyleyiş hataları yapmadığını söyleyemeyiz. Çalışmanın içeriğinde de değinildiği üzere haber spikerlerinin de sunumlarında pek çok konuşma hatası yaptıkları görülmektedir. Hataların nedenleri; mesleki eğitim ile bilginin yetersiz olması, genel kabul görmüş yanlış kullanımların alışkanlık haline gelmesi, bültene yeterince hazırlanılmamış olması ve dikkatin habere tam olarak verilememesi olarak sıralanabilir.

Türk Dil Kurumu belli aralıklarla bazı kelimelerde değişikliğe gitmektedir. Bu sebeple kelime telaffuzlarının da zamanla değişime uğrayabileceği ihtimalini göz ardı etmemek gerekir. Analiz kısmına geçmeden önce 2023 yılında yayımlanan Türkçe Sözlükte değişikliğe uğrayan kelimeler listesine değinmek faydalı olacaktır.

Tablo 14: TDK 2023 Türkçe Sözlükte Değişikliğe Gidilen Kelimeler

Eski	Yeni	Eski	Yeni
Horon vurmak	Horon tepmek	Hasıraltı	Hasır altı
Doğubeyazıt	Doğubayazıt	Yeşilsoğan	Yeşil soğan
Unvan	Ünvan	Akça armudu	Akçaarmut
Marmara Ereğlisi	Marmaraereğlisi	Sultan efendi	Sultane efendi
Çiğ börek	Çi börek	Yeşilbiber	Yeşil biber
Yakan top	Yakantop	Akzambak	Ak zambak
Kümeden düşmek	Küme düşmek	Boy bos	Boy pos
Kayyum	Kayyım	Pilili	Pileli
Yürük	Yörük	Yeşilzeytin	Yeşil zeytin

(egitim.com, hurriyet.com.tr).

4.5.1. Türkiye'deki Ulusal Haber Kanallarındaki Ana Haber Bültenlerinde Rastlanan Diksiyon ve Ses Bilgisi Kusurları

Türkiye’de en çok izlenen haber kanallarından 3’ünün ana haber bültenlerinin diksiyon kuralları bağlamında incelendiği bu çalışmada yayın kayıtları dikkatlice analiz edilmiş ve saptanan diksiyon hataları belirli türlere ayrılmıştır. “İstanbul Türkçesi” olarak isimlendirilen diksiyon kuralları çerçevesinde yapılan incelemeler sonucunda sözcüklerin yanlış telaffuzları ve Türkçenin seslerinde yapılan hataların yanında nefes ve vurgu gibi diksiyon unsurlarındaki hatalar da analiz kapsamında değerlendirilmiştir.

Tablo 15: Tespit Edilen Hata Türleri ve Sayıları

Cümle Vurgusu	115
İ'lama – Tekrarlama	54
Artikülasyon (boğumlanma)	32
“r” Sesinin Düşmesi	29
Duraklama	25
Kelime Vurgusu	24
Gereksiz Ses veya Kelime Kullanımı	22
Ünlü ve Ünsüzlerin İnce - Kalın Söylenişi	19
“a”, “ı”, “u” Seslerinin Söyleniş Süresi	18
“h” Sesinin Kaybolması	17
Prompter veya Kişi Kaynaklı Yanlış Okumalar	13
Daralma	11
Diğer Hatalı Telaffuzlar	11
“e” Sesinin Telaffuzu (Açık – Kapalı)	9
Kişi veya Kurum Adının Yanlış Telaffuzu	8
Noktalama İşaretlerinin Kullanımı	7
Yumuşama	6
Nefes Kontrolü	5
Benzeşme	4
“C” Sesinin “J”, “Ç” Sesinin “Ş” Sesine Dönüşmesi	4
“ğ” Sesinin Kullanımı	3
“ile” ve “ise” Bağlaçlarının Telaffuzu	2
Toplam Hata Sayısı	438

Hataların dağılımına bakıldığında, cümle vurgusunda yapılan hata sayısı dikkat çekmekte ve haber spikerlerinin en çok hata yaptığı konu olarak öne çıkmaktadır. Sonrasında “i'lama” olarak ifade edebileceğimiz konuşmanın akışını bozan sesler ve tekrarlamalar gelmektedir. Artikülasyon, “r” sesinin düşmesi, duraklama, kelime

vurgusu ve gereksiz ses kullanımı da haber spikerlerinin çok yaptığı hatalar olarak sıralanabilir. “İle” ve “ise” bağlaçlarının telaffuzu, “ğ” sesinin kullanımı, benzeşme, “c” Sesinin “j”, “ç” sesinin “ş” sesine dönüşmesi ve nefes kontrolü ise nispeten daha az yapılan hatalardır.

Hataları detaylandırmadan önce haber bültenlerinin canlı olarak sunulduğunu ve spikerlerin haber sunarken yaptığı hataların pek çok sebebi olabileceğini unutmamak gerekir. Spikerlerin genellikle prompter cihazını kullandığını düşünürsek teknik sorunlar konuşma kusurlarına neden olabilir. Veya intercom (spikerin reji ile bilgi alışverişini sağlayan sistem) ile rejiden söylenen sözler spikerin kafasının karışmasına neden olabilir. Bu sebepten spikerlerin yaptığı konuşma hatalarının tamamının söz varlıklarını yansıttığını söylemek yanlış olacaktır.

Sıralamaya göre hatalara bakıldığında nefes kontrolü hatalarının daha çok nefesi cümleye göre ayarlayamamaktan kaynaklı olduğu görülmektedir. Çalışmada ana haber spikerlerinin en çok yaptığı hata türü olarak tespit edilen cümle vurgusu hatalarının vurgu konusunda yetkinliğe sahip olunmaması veya vurgunun göz ardı edilmesi ile cümleleri daha yüksek bir tonla okuma kaygısından kaynaklandığı düşünülmektedir. Kelime vurgusundaki hatalar da vurgu konusunun göz ardı edilmesi ve spikerin söz varlığı ile ilişkilendirilebilir.

Duraklama hataları cümleye aşına olmamaktan kaynaklanabileceği gibi prompter cihazının okuma temposuna uygun akmaması sebebiyle de olabilir. Artikülasyon bozukluğu, konuşma seslerinin yanlış üretilmesi ve anlaşılabilmesi olarak tanımlanabilir. Çalışmada haber spikerlerinin bazı kelimeleri telaffuz edişlerinde boğumlanma sorunlarına da rastlanmıştır. Yumuşama ve benzeşme haber spikerlerinin hâkim olduğu konulardır. Ancak çalışmada bu tür hatalara da rastlanmıştır. Örneğin “darb etme” ifadesindeki “p” sesi yumuşamalı ve “darb etti” şeklinde söylenmelidir. Daralma kuralına uyulmama hatası da çalışmada rastlanan hatalardandır. Örneğin, “uygulayan” ve “söyleyen” kelimeleri “uygulıyan” ve “söyliyen” şeklinde telaffuz edilmelidir. Çalışmada açık ve kapalı “e” sorunlarına ise pek fazla rastlanmamıştır.

“R” sesinin düşmesi ise esasında günlük hayattaki konuşmamızda kabul edilebilen bir durumdur. Ancak haber spikerlerinin “belirtiyor” yerine “belirtiyo” veya “geliyor” yerine “geliyo” ifadesini kullanması yapılan işin değerini ve cümlenin anlamını düşürmekte; sık yapılan hatalar olarak göze çarpmaktadır. “H” sesinin düşmesi de bazı spikerlerin sık yaptığı ve üzerinde durulması gereken hatalardandır. Örneği, “CHP” veya “cumhuriyet” derken “h” belirsiz söylendiğinde ifadeler tam anlaşılammaktadır. “Ğ” sesi Türkçe diksiyon kurallarına göre söylenmeyen bir karaktere sahiptir. Birkaç örnek dışında haber spikerlerinde bu hataya rastlanmamıştır. Sık yapılan ı'lama – tekrarlarma hatalarının büyük ölçüde okuma ve teknik kaynaklı hatalar olduğu düşünülmektedir. Keza noktalama işaretlerinin kullanımı ve “ile” ve “ise” bağlaçlarının telaffuzu hatalarının da benzer durumlardan kaynaklandığı söylenebilir.

“A”, “i”, “u” seslerinin söyleniş süresindeki ve ünlü ve ünsüzlerin ince - kalın söylenişindeki hatalar söz varlığıyla ve Türkçedeki yabancı kökenli sözcüklere aşına olmamak ile açıklanabilir. Bu hataların da içinde bulunduğu örnekler tespit edilen hatalı söyleyişler başlığında ifade edilmiştir. “C” Sesinin “j”, “ç” Sesinin “ş” sesine dönüşmesi özellikle bir spikerde rastlanan konuşma hatası olarak dikkat çekmektedir. Örneğin “geçtiler” yerine “geştiler”, “yapıcak” yerine yapıjak denildiği gözlemlenmiştir.

Gereksiz ses veya kelime kullanımları spikerlerin daha çok doğaçlamalarından kaynaklı veya okumadan kaynaklı hatalarından oluşmaktadır. Kişi veya kurum adının yanlış telaffuzu hatalarını haber spikerlerinin çok fazla yapmadığı görülmüştür. Ancak bu tür hatalar haber ve habercilik açısından önem arz ettiğinden hiç yapılmamaya çalışılması önemlidir. Prompter veya kişi kaynaklı yanlış okumalar başlığındaki hatalar analiz sırasındaki değerlendirmelerde spikerlerin sunum şeklinden yola çıkılarak not alınmış ve ayrı kategoride değerlendirilmiştir. Tespit edilen tüm diksiyon hatalarının daha önce de ifade edildiği üzere spikerlerin söz varlığının dışında pek çok sebebinin olabileceğini unutmamak gerekir. Diğer hatalı telaffuzlara ve çalışma sırasında tespit edilen hatalı söyleyişlere ayrı bir başlıkta değinilecektir.

4.5.2. Haber Sunumlarında Tespit Edilen Hatalı Kullanımlar

Çalışmada haber spikerlerinde şahit olunan diksiyon hatalarının yanında bazı hatalı telaffuz edilen sözcükler de not alınmış, farkındalık oluşturmak amacıyla yanlış kullanımlar ve doğru telaffuzları detaylandırılmıştır. Bu sözcükler şunlardır:

Merhabalar – Teşekkürler / Çalışmada spikerlerin kullandığı tespit edilen bu iki ifade yanlış olarak kabul edilmektedir. Keza “selamlar” ifadesi de yanlış kullanımlara örnektir. Bu sözcükler Türkçeye yabancı dillerden geçmiş olan ve çoğul kökenli sözcükler olduklarından tekrar çoğul ekiyle kullanılmamaları gerekmektedir. Bu nedenle yanlış kullanımlara örnek teşkil etmektedirler. Spikerlerin “merhabalar” yerine “merhaba”, “teşekkürler” yerine de “teşekkür ederim” ifadelerini kullanmaları yerinde ve doğru olacaktır.

İBB / Haber spikerleri kurum isimlerini açılımlarıyla okumalıdır. Bu yüzden bir spikerin haberde İstanbul Büyükşehir Belediyesi’nin kısaltması olan “İBB” ifadesini kullanması yanlıştır. Konuya, ABD ve MGK örneklerini de verebiliriz. Ancak metnin devamında tekrarları varsa ilk başta açılımla söylenen ifade kısaltmayla verilebilir.

Bulvar / Çalışmada bu kelimenin “l”sesinin ince okunması gerekirken kalın okunduğu saptanmıştır. Kelimenin doğru kullanımı “bûlvar” şeklinde olmalıdır.

Milli / Bazı spikerlerin bu kelimeyi çok hızlı söylemesiyle “l” sesinin kaybolduğu gözlemlenmiştir. Aynı zamanda bu kelimenin hızlı söylenmesi sondaki “i” sesinin kısılmasına neden olmaktadır. Kelimenin doğru kullanımı “milli:” şeklindedir.

Irak / Çalışmada Irak ülkesinin yanlış bir kullanım şekli olan “ı” sesi uzatılarak “ı:rak” şeklinde söylenişine rastlanmıştır. Burada uzak anlamına gelen ırak değil de ülke olan Irak kastediliyorsa ek aldığında “İrağın” şeklinde söylenişi de yanlış bir kullanımdır. Doğru kullanımı “Irak” ve “Irak’ın” şeklindedir.

Şefkat / Çalışmada kelimedeki “f” sesinin “v” sesine dönüşmesi ve “şevkat” şeklinde telaffuzuna rastlanmıştır. Doğru söylenişi “şefkat” şeklinde olmalıdır.

Teşviki / Teşvik sözcüğü, çalışmanın literatür kısmında da ele alınan ek aldığı yumuşamaya uğramayan yabancı kökenli sözcüklere örnektir. Bir spikerin bu sözcüğü “teşviği” şeklinde yanlış kullandığı tespit edilmiştir. Doğru kullanımı “teşviki” şeklindedir.

İkametgâhı / Sözcükte hem birinci hem de ikinci “a” sesi uzun olarak söylenmelidir. Kısa olarak okunması yanlış bir telaffuz örneğidir ve bir spikerde bu yanlış kullanıma rastlanmıştır. Aynı şekilde sözcükteki ilk “a” sesinin ince olarak telaffuz edilmesi de yanlıştır. Doğru telaffuzu “ika:metgâ:hı” şeklinde olmalıdır.

Üniversite / Çalışmada bu kelimenin spikerler tarafından “i” sesi düşürülerek “üniverste” veya “ünüverste” şeklinde söylenişine şahit olunmuştur. Bu kelime yazılışına sadık kalınarak okunmalı; yani “i” sesi düşürülmeden “üniversite” şeklinde telaffuz edilmelidir.

Eyyam-ı bahur / Yaz mevsiminin en sıcak dönemlerinde haber bültenlerinde sıkça duyduğumuz bu ifadenin doğru telaffuzunda “a” sesleri uzun okunmalıdır. Ancak “bahur” kısmındaki a’nın spikerler tarafından kısa okunduğuna şahit olunmuştur. Yani doğru kullanımı “eyya:mı ba:hur” şeklinde olmalıdır.

Acente / Yabancı kökenli bu sözcüğün “acenta” şeklinde yanlış bir kullanımına rastlanmıştır. Sözcüğün doğru telaffuzu yazıldığı gibi “acente” şeklindedir.

Anı / Anı sözcüğü ek almış durumdaysa; yani hatıra anlamına gelmiyorsa (anı yaşa ifadesindeki gibi) “a:nı” şeklinde uzatılarak telaffuz edilmelidir. Ancak bir spikerin “anı” şeklinde telaffuzuna rastlanmıştır. Bu da yanlış kullanımlara örnektir.

Duayen / Sözcük, spiker tarafında “a” sesi uzatılarak “dua:yen” şeklinde uzatılarak söylenmiştir. Ancak doğru okunuşu hiçbir ses uzatılmadan yazıldığı şekilde olanıdır.

Ağır / Sözcük Türkçe diksiyon kurallarındaki “ğ” sesinin telaffuz şekline göre “a:r” şeklinde söylenmelidir. Ancak spiker tarafında yazıldığı şekilde okunuşuna rastlanmıştır. Keza “kağıt” ve “yağlı” gibi sözcükler de “ka:t” ve “ya:lı” şeklinde okunur.

Komplö / Yabancı kökenli bu sözcükteki ikinci “l” sesi inceltilmeli ve sözcük “komplö” şeklinde söylenmelidir. Ne var ki spiker tarafından kalın “l” ile okunduğu tespit edilmiştir.

Menkul / Sözcükteki “u” sesinin kalın söylendiği tespit edilmiştir. Bu sözcüğün doğru telaffuzu “menkül” şeklindedir.

Azami / Telaffuzunda sıkça farklı şekillerde hatalara rastlanan bu sözcüğün spiker tarafından da hatalı kullanımına şahit olunmuştur. Sözcük okunurken ilk “a” sesi öncesinde ve “i” sesinden sonra uzatma olmalıdır. Yani “a:zami:” şeklinde telaffuz edilmelidir.

Muhatap / Söylenişinde sıkça farklı şekillerde hatalar yapılan bir diğer sözcük olan muhatap sözcüğünü spiker yazıldığı şekilde okumuş ve hatalı telaffuz etmiştir. Sözcüğün günlük konuşmalarda ve hatta televizyon ekranlarında “muhattap” şeklinde yanlış kullanımları da mevcuttur. İlk “a” sesi uzatılarak söylenmesi gereken bu sözcüğün doğru telaffuzu “muha:tap” şeklindedir.

Sabahı / Sabah sözcüğü ek aldığı zaman a sesi uzatılarak söylenmelidir. Ancak günlük hayatta bu kurala dikkat edilmemekte; çalışmada rastlandığı şekliyle okunduğu gibi söylenebilmektedir. “Saba:hı” ve “saba:ha” sözcüğün doğru kullanımlarıdır.

Bestami / Spiker tarafından bu isim yazıldığı gibi okunmuştur. “A” sesi uzatılmalı, “besta:mi” şeklinde telaffuz edilmelidir.

Muhafaza / Sözcüğün spiker tarafından okunduğu gibi söylenişine şahit olunmuştur. İlk “a” sesi uzatılmalı ve “muha:faza” şeklinde telaffuz edilmelidir.

Hükümet / Sıkça yanlış yazılan veya yanlış söylenen bu kelimenin spiker tarafından da “hükümet” şeklinde söylenişine şahit olunmuştur. Sözcüğün ortasındaki harf u’dur ve doğru telaffuzu da “u” sesi inceltirilip uzatılarak “hükû:met” şeklinde olmalıdır.

İzahı / İzah sözcüğünde bir spikerin telaffuz hatasına rastlanmıştır. Sözcükte “i” sesi uzatılarak okunur ve “i:zah” şeklinde söylenir. Ek aldığı zaman da “a” ünlüsü uzatılmalı ve “i:za:hı”, “i:za:ha” şeklinde telaffuz edilmelidir.

Tehdidi / Tehdit sözcüğü ek aldığı zaman “t” sesi yumuşar ve spikerin yaptığı hatanın aksine “i” sesi uzatılarak söylenir. Dolayısıyla sözcüğün doğru telaffuzu “tehdî:di” şeklinde olmalıdır.

Platform / Sözcükte “a” sesi inceltilmeli, “plâtform” şeklinde söylenmelidir. Spikerin kalın “a” ile yazıldığı şekilde telaffuzu yanlış kullanımlara örnektir.

Enflasyon / Platform sözcüğüne benzer şekilde enflasyon sözcüğünün telaffuzunda da hata yapılmıştır. Sözcükte “a” sesi inceltilmeli ve “enflâsyon” şeklinde söylenmelidir.

F-16 / Uluslararası kabul gören bazı terimlerin alışkanlık sebebiyle yabancı harflerle söyleniş sık rastlanan bir hatadır. Spiker de “ef-16” şeklinde yanlış bir kullanımda bulunmuştur. Türkçemize sahip çıkmak adına bu tür terimler Türkçeleştirilmeli ve “f-16” şeklinde söylenmelidir. Keza “s-400” de “es-400” değil “s-400” şeklinde söylenmelidir (sozluk.gov.tr, trttelaffuz.com).

(Sözcüklerin doğru okunuşları araştırmacının söz varlığı ve mesleki tecrübesinin yanında TDK ve TRT Telaffuz Sözlüğü sitelerindeki kullanımlarla açıklanmıştır. Şapka işareti, ilgili harfin ince okunduğunu göstermek, “:” işareti, uzatmayı ifade etmek amacıyla kullanılmıştır.)

4.5.3. Hataların Ana Haber Bültenlerine ve Günlere Göre Dağılımı

3 ayrı ulusal haber kanalının 1-7 Ağustos tarih aralığındaki 7 günlük ana haber bültenlerinin incelendiği bu çalışmada haber görüntülerindeki perfore edilen; yani seslendirilen haberler, muhabir bağlantıları, son dakika bağlantıları - konuk bağlantıları ile bülten arasındaki reklamlar çıkarılmış ve sadece stüdyodaki spikerin konuşmaları ve haber sunumu analiz edilmiştir. Bültenlerde haber spikerlerinin yapmış olduğu hata sayıları haber kanallarına göre 3 ayrı tabloda gösterilmiştir.

Tablo 16: TRT Haber Ana Haber Bültenlerindeki Hataların Günlere Göre Dağılımı

Yayın Saati		Kanal - Bülten Adı					
20.00 - 21.00		TRT Haber - Ana Haber 20					
Yayımlanan Günler							
	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Cumartesi	Pazar
Hata Sayısı	14	8	9	7	4	17	15
Toplam Hata Sayısı: 74							

Çalışmaya konu olan 1-2-3-4-5-6-7 Ağustos tarihlerinde TRT Haber’de “Ana Haber 20” haftanın 7 günü 20.00 - 21.00 saatleri arasında yayımlanmıştır. Bültenleri salı, çarşamba, perşembe ve cuma günleri Aslı Noyan, cumartesi ve pazar günleri Cemile Nur Kınacı, pazartesi günü ise Rasim Kılıç sunmuştur. TRT Haber’deki ana haber bültenlerinin 7 günlük diksiyon analizi sonucuna göre yapılan hata sayısı toplamı 74’tür. Hata sayılarının hafta sonu bültenlerinde arttığı görülmektedir.

Tablo 17: Habertürk Ana Haber Bültenlerindeki Hataların Günlere Göre Dağılımı

Yayın Saati		Kanal - Bülten Adı					
19.00 – 21.00		Habertürk - Ana Haber Bülteni/Hafta Sonu Ana Haber Bülteni					
Yayımlanan Günler							
	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Cumartesi	Pazar
Hata Sayısı	22	38	27	20	16	35	24
Toplam Hata Sayısı: 182							

Habertürk'te “Ana Haber Bülteni” ve “Hafta Sonu Ana Haber Bülteni” çalışmaya konu olan 1-2-3-4-5-6-7 Ağustos tarihlerinde 19.00 – 21.00 saatleri arasında yayımlanmıştır. Bültenleri haftanın 7 günü de Oya Çebi sunmuştur. Habertürk'teki ana haber bültenlerinin 7 günlük diksiyon analizi sonucuna göre yapılan hata sayısı toplamı 182'dir. Hafta içi ve hafta sonu bültenleri kıyaslandığında hata sayılarında ayırt edici bir fark gözlenmemiştir. Habertürk'te bu tarihlerde bültenleri aynı spikerin sunması bunun nedenlerinden biridir.

Tablo 18: CNN Türk Ana Haber Bültenlerindeki Hataların Günlere Göre Dağılımı

Yayın Saati		Kanal - Bülten Adı					
18.00 - 20.30		CNN Türk - Ana Haber/Hafta Sonu Ana Haber					
Yayımlanan Günler							
	Pazartesi	Salı	Çarşamba	Perşembe	Cuma	Cumartesi	Pazar
Hata Sayısı	27	23	27	26	22	53	54
Toplam Hata Sayısı: 232							

Çalışmaya konu olan 1-2-3-4-5-6-7 Ağustos tarihlerinde CNN Türk'te "Ana Haber" ve Hafta Sonu Ana Haber 18.00 – 20.30 saatleri arasında yayımlanmıştır. Bültenleri salı, çarşamba, perşembe ve cuma günleri Fulya Kalfa, cumartesi ve pazar günleri Kaan Temeltaş, pazartesi günü ise Göksu Öngören Özgür sunmuştur. CNN Türk'teki ana haber bültenlerinin 7 günlük diksiyon analizi sonucuna göre yapılan hata sayısı toplamı 232'dir. Hata sayılarının hafta sonu bültenlerinde arttığı görülmektedir.

4.5.4. Hata Türlerinin Kanalların Ana Haber Bültenlerine Göre Dağılımı

Üç kanalın ana haber bültenlerine bakıldığında en çok yapılan hata türlerinde benzerlikler ve farklılıklar söz konusudur. Kanalların ana haber bültenlerinde en çok yapılan 5 diksiyon hatası türü 3 ayrı tabloda gösterilmiştir.

Tablo 19: En Sık Rastlanan 5 Hata Türünün TRT Haber Ana Haber Bültenlerindeki Dağılımı

Yayın Saati		Kanal - Bülten Adı			
20.00 - 21.00		TRT Haber - Ana Haber 20			
Sık Rastlanan 5 Hata Türü					
Hata Türü	Cümle Vurgusu	İ'lama-Tekrarlama	“R” Sesinin Düşmesi	Boğumlanma	Duraklama
Hata Sayısı	18	10	7	5	4

Hafta içi ve hafta sonu 1 saatlik yayın aralığına sahip olan TRT Haber ana haber bültenlerinde en çok yapılan diksiyon hatası türü olarak cümle vurgusu öne çıkmaktadır. Yapılan diksiyon analizine göre i'lama-tekrarlama, “r” sesinin düşmesi, boğumlanma ve duraklama da en çok yapılan 5 hata türü olarak belirlenmiştir. 1-2-3-4-5-6-7 Ağustos tarihlerinde 1 haftalık periyottaki bültenlerde tespit edilen toplam diksiyon hatası 74, en sık rastlanan 5 hata türünün toplamı ise 44'tür. Belirlenen 5 hata türü TRT Haber ana haber bültenlerindeki söyleyiş hatalarının çoğunluğunu oluşturmaktadır.

Tablo 20: En Sık Rastlanan 5 Hata Türünün Haber Türk Ana Haber Bültenlerindeki Dağılımı

Yayın Saati		Kanal - Bülten Adı			
19.00 - 21.00		Habertürk - Ana Haber Bülteni/Hafta Sonu Ana Haber Bülteni			
Sık Rastlanan 5 Hata Türü					
Hata Türü	Cümle Vurgusu	İ'lama-Tekrarlama	Boğumlanma	“R” Sesinin Düşmesi	“A”, “İ”, “U” Seslerinin Söyleniş Süresi
Hata Sayısı	52	22	21	14	12

Hafta içi ve hafta sonu 2 saatlik yayın aralığına sahip olan Habertürk ana haber bültenlerinde en çok yapılan diksiyon hatası türü olarak cümle vurgusu öne çıkmaktadır. Yapılan diksiyon analizine göre ı'lama-tekrarlama, boğumlanma, “r” sesinin düşmesi ve “a”, “i”, “u” seslerinin söyleniş süresi de en çok yapılan 5 hata türü olarak belirlenmiştir. 1-2-3-4-5-6-7 Ağustos tarihlerinde 1 haftalık periyottaki bültenlerde tespit edilen toplam diksiyon hatası 182, en sık rastlanan 5 hata türünün toplamı ise 122'dir. Belirlenen 5 hata türü Habertürk ana haber bültenlerindeki söyleyiş hatalarının çoğunluğunu oluşturmaktadır.

Tablo 21: En Sık Rastlanan 5 Hata Türünün CNN Türk Ana Haber Bültenlerindeki Dağılımı

Yayın Saati		Kanal - Bülten Adı			
18.00 - 20.30		CNN Türk - Ana Haber/Hafta Sonu Ana Haber			
Sık Rastlanan 5 Hata Türü					
Hata Türü	Cümle Vurgusu	İ'lama-tekrarlama	Boğumlanma	“H” Sesinin Kaybolması	Ünlü ve Ünsüzlerin İnce - Kalın Söylenişi
Hata Sayısı	37	29	14	12	10

Hafta içi ve hafta sonu 2 buçuk saatlik yayın aralığına sahip olan CNN Türk ana haber bültenlerinde en çok yapılan diksiyon hatası türü olarak cümle vurgusu öne çıkmaktadır. Yapılan diksiyon analizine göre ı'lama-tekrarlama, boğumlanma, “h” sesinin kaybolması ve ünlü ve ünsüzlerin ince - kalın söylenişi de en çok yapılan 5 hata türü olarak belirlenmiştir. 1-2-3-4-5-6-7 Ağustos tarihlerinde 1 haftalık periyottaki bültenlerde tespit edilen toplam diksiyon hatası 232, en sık rastlanan 5 hata türünün toplamı ise 102'dir. Belirlenen 5 hata türü Habertürk ana haber bültenlerindeki söyleyiş hatalarının yarısına yakınına oluşturmaktadır.

Çalışmaya konu olan haber kanallarının ana haber bültenlerinin üçünde de en çok yapılan hata türü olarak ilk sırada cümle vurgusu ön plana çıkmaktadır. İ'lama-tekrarlama ve boğumlanma da bu 3 kanalın ana haber bültenlerinde en sık yapılan 5

hata türü arasındadır. “R” sesinin düşmesi TRT Haber ve Habertürk’te en sık yapılan 5 hata türü arasında yer almış, CNN Türk’te ise yer almamıştır. Duraklamanın sadece TRT Haber’de; “a”, “ı”, “u” seslerinin söyleniş süresinin sadece Habertürk’te, “h” sesinin kaybolması ile ünlü ve ünsüzlerin ince - kalın söylenişinin ise sadece CNN Türk’te en sık yapılan 5 hata türü arasında yer aldığı gözlemlenmiştir.

Hafta içindeki ve hafta sonundaki ana haber bültenleri karşılaştırıldığında TRT Haber ve CNN Türk hafta sonu ana haberlerinde hata sayılarında artışlar gözlemlenmiştir. Habertürk’te ise ana haberi haftanın 7 günü aynı spiker sunmuş olduğundan böyle bir fark söz konusu değildir. Hafta sonu ana haber bültenlerinde daha sık hata yapılmasının, hafta sonu ana haber bültenlerini sunan spikerlerin görece daha az mesleki tecrübeye sahip olmasından ve haftada yalnızca 2 gün haber sunmasından kaynaklı olduğu düşünülmektedir. Pazar ve bir sonraki haftanın cumartesi günü arasında 5 gün olması ve bu süre zarfında haber sunulmaması da spikerlerin ritim bulmasını olumsuz yönde etkileyen bir unsur olarak değerlendirilebilir.

Haber kanallarının ana haber bültenlerinin yayın süreleri değişkenlik göstermektedir. Bülten içindeki canlı bağlantılar veya dsf haberler de hata sayılarında farklılıkların oluşmasına etki eden faktörlerdir. Tüm bu değişkenler ile birlikte bültenlerin yayın süreleri de göz önüne alınarak 3 kanalın günlere ve yayın sürelerine göre diksiyon hataları incelendiğinde, devlet televizyonunda yayın sürelerine göre daha az hataya rastlansa da devlet ve özel televizyonların hata sayıları kıyaslandığında büyük bir fark olmadığı görülmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye’de yayın yapan ulusal haber kanallarına ait ana haber bültenlerinin sunumlarının Türkçe diksiyon kuralları çerçevesinde değerlendirildiği bu çalışmada önce kitle iletişim araçlarına ve televizyona değinilmiş, televizyonun dünyadaki ve Türkiye’deki tarihi gelişimi anlatılmıştır. Televizyon yayınının özellikleri ile televizyondaki program türleri ve televizyonun işlevlerinin de ele alındığı çalışmada bu kitle iletişim aracının haber verme işlevine de değinilmiştir.

Tarihsel sürece bakıldığında televizyonun, radyoya oranla farklı bir gelişim gösterdiği söylenebilir. Televizyon altyapısı çok daha masraflı bir teknoloji gerektirdiğinden yayınların önce İngiltere ve ABD gibi gelişmiş ülkelerde yapıldığı görülmektedir. Daha sonraki süreçte ise televizyon yayınları dünya genelinde yaygınlaşmaya başlamış ve zamanla televizyon, kamuoyunu yönlendirme gücünü artırmıştır. Televizyonun yaygınlaşması ile birlikte haber bültenleri önem kazanmış ve bilginin küresel olarak dolaşımında haber ajanslarıyla birlikte kritik bir görev üstlenmiştir.

Türkiye’de televizyonculuk belirli aşamalardan geçmiştir. Kamu yayıncılığı ile başlayan düzenli televizyon yayınları 90’lı yıllardan itibaren farklı bir boyut kazanmış ve peş peşe özel televizyonlar açılmaya başlanmıştır. Günümüzde kamu ve özel televizyon yayıncılığının halen birlikte yürütüldüğü ülkemizde YouTube gibi sosyal medya mecraları çokça takip edilir hale gelmiştir. Televizyon kuruluşları da bu mecraları aktif olarak kullanılmakta ve hatta televizyon kanalları bu mecralardan canlı yayınlarını ve program tekrarlarını paylaşmaktadırlar.

Özel televizyonlar ve sosyal medya öncesindeki kamu yayıncılığı dönemine baktığımızda TRT ekolünün de etkisiyle Türkçeyi son derece iyi kullanan sunucu ve spikerlerin ekranlarda olduğunu söyleyebiliriz. Takip eden süreçte özel televizyonların açılması ve sosyal medyanın hayatımıza dâhil olmasıyla birlikte Türkçeye gösterilen hassasiyetin azaldığı ve ekranlarda güzel Türkçe konuşanların oranının her geçen gün düştüğü gözlemlenmektedir. TRT Arşiv veya televizyon izleyicilerinin eski yayın kayıtlarından edinilen eski görüntülerdeki sunucu ve spikerlerin Türkçeyi kullanma

biçimleri ve diksiyonları ile günümüzün televizyon yüzleri kıyaslandığında bu değişim açıkça görülebilmektedir.

Dil toplumlari ayakta tutan ve millet olabilmelerini sağlayan önemli bir unsurdur. Yazı dili kadar konuşma dili de kültürün taşıyıcısı olma özelliği gösterdiğinden konuşmalarımızda da hassasiyet göstermemiz gerekir. Bu noktada, yıllardan beri duymaya alışkın olduğumuz “Türkçe yazıldığı gibi okunan bir dildir” cümlesinin geçerliliği olmayan bir cümle olduğunu kabul etmek gerekmektedir. Zira İstanbul Türkçesine göre şekillenen diksiyon kurallarına göre Türkçede yazıldığı gibi okunmayan pek çok kelime vardır ve kelimelerin kendine has söyleniş özellikleri bulunmaktadır. Bu yüzden en fazla, “Türkçe kısmen yazıldığı gibi okunan bir dildir” diyebiliriz.

Geniş kitlelere hitap eden ve dili algılamada çocukluktan itibaren bireylere örnek teşkil eden televizyondaki Türkçenin içerik fark etmeksizin özenli olması gerekmektedir. Haber bültenleri, konuşulan Türkçe ve diksiyon açısından her zaman örnek gösterilen bir içerik türü olmuştur. Haber spikerlerinin kullandığı dile dikkat çekmek adına Türkiye'nin en çok izlenen ulusal haber kanallarından TRT Haber, Habertürk ve CNN Türk'ün ana haber bültenleri çalışmanın örnekleme olarak seçilmiştir.

Spikerlerin yaklaşık 280 dakikalık sunum kısımlarının Türkçe diksiyon kuralları bağlamındaki analizinde 438 adet diksiyon hatası tespit edilmiş, hatalar 22 ayrı kategoriye ayrılmıştır. Çalışma süresince spikerler tarafından yanlış telaffuz edilen ve günlük hayatta da yanlış kullanımlarına rastlanan 26 ayrı kelime ve bu kelimelerin doğru söylenişleri de çalışmada ayrı bir başlıkta incelenmiştir.

Diksiyon analizi sonuçlarına göre haber spikerlerinin en çok yaptığı hata türü olarak cümlede vurgu konusu öne çıkmaktadır. Vurguyu bütün olarak ele aldığımızda kelime vurgusu hatalarının da araştırmaya göre azımsanmayacak sayıda olduğu görülmektedir. Vurgu, anlatılmak istenen konuyu en doğru ve etkili şekilde anlatabilmek adına son derece önemli bir unsurdur. Yanlış cümle vurgusu cümleyi

bağlamından kopartabileceği gibi anlamı da başka bir yöne kaydırabilir. Aynı şekilde kelimenin yanlış hecesine yapılan bir vurgu da konuyu bambaşka bir yöne çevirebilir. Bu nedenle özellikle kamuoyunu doğru bilgilendirme işlevi bulunan haber bültenlerinde, vurgular konusunda çok daha dikkatli olunması gerekmektedir. Ana haber spikerleri tarafından en sık yapılan hata türü olarak vurgunun öne çıkmasının sebepleri olarak; vurgu konusunda yeterli bilgiye sahip olunmaması, yeterince özen gösterilmemesi, sunum öncesinde haber metinlerine bakılmaması nedeniyle metinlerdeki vurgulara hazırlıksız olunması ve okumada yaşanan sorunlar sıralanabilir.

Araştırma sonuçlarına göre sunumun akışını bozan kelime tekrarları, duraklamalar ve gereksiz ses kullanımı sık yapılan diğer hata türleri olarak dikkat çekmektedir. Haber spikerlerinde rastlanan bu tür hataların haberde doğaçlama yapılırken veya prompter cihazından kaynaklanan teknik nedenlerle ortaya çıktığı düşünülmektedir. Düzgün bir diksiyon için artikülasyon yani boğumlanma olmazsa olmaz koşullardan biridir. Anatomik bir sorun olmadığı takdirde artikülasyon bozukluğunun temelinde genellikle dudak, dil veya çene tembelliği yatmaktadır. Spikerlerde bu tür hatalara sık rastlanması bu etkenlerle açıklanabilir. Günlük hayattaki konuşmalarda olağan karşılanan ve genellikle “-yor” ekininin sonundaki “r” sesinin düşmesi durumu da çalışma sonuçlarına göre spikerler tarafından fazlaca yapılan hatalardan biridir. Haber sunarken bu sesin yutulmasının, anlamı küçülttüğü ve yapılan işin ciddiyetine zarar verdiği gözlemlenmiştir.

Çalışmada elde edilen bulgular neticesinde Spikerlerin mezuniyet durumları ile diksiyon hata sayıları arasında bir ilişki olmadığı da söylenebilir. Çalışmada devlet televizyonu ve özel televizyonlar kıyaslandığında bülten sürelerine göre hata sayılarında da büyük bir farka rastlanmamış; ancak hataların hafta içi ve hafta sonu bültenlerine göre dağılımına bakıldığında hafta sonu ana haber bültenlerinde yapılan hata sayısının hafta içi ana haber bültenlerine göre daha fazla olduğu gözlemlenmiştir. Bu duruma sebep olarak hafta sonu ana haber bültenlerini sunan spikerlerin görece daha az mesleki tecrübeye sahip olmaları ve haftada yalnızca iki gün haber sunmaları gösterilmiştir.

Sosyal medyanın gücünün arttığı ve insanların haber almada alternatif kaynakları daha fazla kullandığı günümüzde televizyonun ve haber bültenlerinin etkisinin özellikle 90'lı yıllar gibi televizyonun altın çağını yaşadığı dönemlere göre azaldığı söylenebilir. Kısmen azalan ilgiyle birlikte televizyonun reklam pazarından aldığı payın düşmesinin de etkisiyle televizyon çalışanlarının aldığı paraların da düşmesi tabiidir. Bu durumun nitelikli çalışan sayısının azalmasına ve ekran yüzlerinin kullandığı Türkçenin kalitesinin düşmesine etkisi de doğal karşılanabilir. Ancak yine de günümüz toplumunun temel haber kaynaklarından biri olma özelliğini sürdüren televizyonda kullanılan Türkçede özenli davranılmalıdır. Zira televizyondaki kişilerin kullandığı dilin halk tarafından örnek alınabileceğini unutmamak gerekir. Hatalı söz veya kullanımlar kitlesel olarak yanlış kullanımların yaygınlaşmasına neden olabilir. Bu yüzden özellikle sunucu ve spikerler, ekranda daha sorumlu davranmalı ve Türkçeyi özenli kullanmaya dikkat etmelidirler. Sunucu ve spikerlerden duyulan arı bir Türkçe ve güzel bir diksiyonun, dilimizin korunmasına ve gelecek kuşaklara aktarılmasına yapacağı katkıyı yadsımamak gerekir.

KAYNAKÇA

- ABİSEL, Nilgün (1995). *Popüler Sinema ve Türler*, İstanbul: Alan Yayıncılık.
- AKER, Hacer, *Televizyon Haberciliğinde Anchor'ların Kullandıkları Beden Dilinin İzleyicinin Kanal Tercihine Üzerine Etkisi*, (Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010).
- AKILLIOĞLU, S. (1990). *Dünden Bugüne Televizyon*, Ankara: TRT.
- AKYÜZ, K. (1979). Modern Türk edebiyatının ana çizgileri. Ankara: AÜ DTCF Yayınları.
- ARIKAN, R. (2011). Araştırma Yöntem ve Teknikleri. 1.Basım, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- AZİZ, Aysel (1981). *Radyo ve Televizyona Giriş*, Ankara: AÜ. SBF Yayınları
- AZİZ, Aysel (1982) *Tophumsallaşma ve Kitle İletişimi*, Ankara: A.Ü.B.Y.Y.O. Yayınları.
- AZİZ, A. (2013). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri. 7.basım. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- BAL, Enes (2010). “*Televizyon Haberciliğinde Magazinleşme Olgusu: TRT, NTV ve SHOW TV Örneği*”, Erciyes İletişim Dergisi, 1 (4) , - . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/erciyesiletisim/issue/5863/77604/> (Erişim Tarihi: 03.04.2023).
- BERGER, John (1993). *Görme Biçimleri*, (Çeviri: Yurdanur Salman), İstanbul: Metris Yayınları.
- BİLGİLİ, Can (2005). “*Medya(nın) Ekonomisi ve Medya Ürününe Etki Biçimleri*”, Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, (3) , 95-112 . Retrieved from <http://iletisimdergisi.gsu.edu.tr/tr/pub/issue/7376/96567/> (Erişim Tarihi: 13.08.2023).
- BÜLBÜL, Rıdvan (2000). *Genel Gazetecilik Bilgileri*. Ankara: Nobel Yayınları.
- BÜYÜKÖZTÜRK, Ş., KILIÇ Çakmak, E., AKGÜN, Ö. A., KARADENİZ, Ş. ve DEMİREL, F. (2018). Bilimsel araştırma yöntemleri. Ankara: Pegem.
- COŞKUN, Meltem (2003). “*Televizyon Bağımlılığı*” TÜBİTAK Bilim ve Teknik Dergisi, 2003, Sayı 425, sf. 50-52.
- CÜCELOĞLU, Doğan (1987). *İnsan İnsana*, İstanbul: As Matbaacılık.

- ÇAĞLAR, Şebnem. *Televizyon Haberlerinde Haber Üretim Sistemi* (Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2005).
- DEVELİ, H. (2015). İstanbul Türkçesi. Antik Çağdan XXI. Yüzyıla İstanbul Tarihi. C, 7, 108-117.
- DURSUNOĞLU, Halit. (2006). “Türkiye Türkçesinde Konuşma Dili İle Yazı Dili Arasındaki İlişki”, Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi, 12 (30), 1-21 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ataunitaed/issue/2869/39214> (Erişim Tarihi 19.09.2023).
- DURSUNOĞLU, Halit. (2010). “Türkiye Türkçesinde Vurgu.” Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(1), 267-276. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ataunisobil/issue/2817/37939> (Erişim Tarihi 13.08.2023).
- DURSUNOĞLU, H., (2016). Turkey Turkish Spelling Information . Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- ERENGEGİN, Yaprak, *Medya Aracı Olarak Televizyon*, (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1993).
- FİDAN, Mehmet (2009). *İletişim Kurmak İstiyorum* (1. Baskı), Konya: Tablet Kitabevi.
- GEYİK, Kurbanı (2021). “Savaş Haberciliğinde Değişen roller: 2. Karabağ Savaşı Örneği.” Atatürk İletişim Dergisi, (21), 53-71. <https://doi.org/10.32952/atauniiletisim.886017/> (Erişim Tarihi: 24.05.2023).
- GEYİK, Kurbanı (2021). “Televizyon Haberciliği Alanında Teknolojik Gelişmelere Bağlı Olarak İş Yükünün Dönüşümü: TRT Örneği.” TRT Akademi, 6(13), 854-879. <https://doi.org/10.37679/trta.964054/> (Erişim Tarihi: 27.05.2023).
- GİRAY, Ülkü (1998), *Güzel Konuşma ve Okuma Klavuzu*, Ankara: Bilgi Yayınevi.
- GÜLER, Eser, Mehmet Hengirmen (2005). *Ses Bilimi ve Diksiyon* Ankara: Engin Yayınevi.
- GÜMÜŞKILIÇ, M. (2012). Tarihten Günümüze İstanbul Türkçesi. Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, (28), 49-62.
- GÜRZAP, Can (2009). *Söz Söyleme ve Diksiyon*, İstanbul: Remzi Kitabevi.

- HOPKINS, W. S. ve MOORE, K. D. (1993), *Clinical Supervision*, USA: WCB Brown ve Benchmark Publishers.
- HSIEH, H-F. and SHANNON, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277-1288.
- IŞIKLAR, H. Cem. *Haber Televizyonlarında Haber Yapım ve Yayın Süreçleri: NTV, Habertürk Ve CNN Türk Televizyonlarının Karşılaştırmalı Çözümlemeleri*, (Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2020).
- İNAL, M. Ayşe (1996). *Haberi Okumak*, Ankara: Temuçin Yayınları.
- KARADAĞ, G. Hakan (2015). “Türkiye’de Tv Haber Programlarının Kan Kaybetmesi Ve Bunun Tv Haberciliğinde Yarattığı Nitelik Sorunu”, İstanbul Aydın Üniversitesi, 1. Medya ve Haber Sempozyumu, 61-74.
- KARADAĞ, G. Hakan (2019). “Kam Spiker Türleri Açısından Genel Kanallar ile Haber Kanalları Karşılaştırması”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 21 (3), 787-804. <https://doi.org/10.16953/deusosbil.590565/> (Erişim Tarihi: 09.03.2023).
- KARS, Neşe (2002). “Televizyon Haberciliğinde Kişiler ve Görevleri”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 0 (15) , - . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/iuifd/issue/22870/244345/> (Erişim Tarihi: 08.03.2023).
- KASIM, Metin (2009). “Spiker Olmak O Kadar Kolay mı?”, Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi (25), 209-228. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sutad/issue/26265/276688/> (Erişim Tarihi (24.06.2023).
- KAŞIKÇI, Ercan (2003). *Doğrucu Beden Dili*. İstanbul: Hayat Yayıncılık.
- KOLOĞLU, Orhan (1994). *Havas - Reuter'den Anadolu Ajansı'na*, Ankara: Çağdaş Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- KOPS, George, Richard Worth (2017). *Etkili ve Güzel Konuşma Sanatı*, (Çeviri: Melih Üzmez), İstanbul: Gün Yayıncılık.
- KRACAUER, S. (1952). The challenge of qualitative content analysis. *Public Opinion Quarterly*, 16, 631-642. <https://www.jstor.org/stable/2746123> Erişim tarihi: 12.11.2018.

- ÖZDEM, Yavuz (2003). *Konuşma Sanatı, Diksiyon*, İstanbul: Kariyer Yayıncılık.
- ÖZTÜRK, Şerife. *Dijital Kültürde Alternatif Medyanın Haber Üretim Süreci ve Gazetecilik Alanının Dönüşmesi*, (Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2020).
- PARSA, Seyide (1993). *Televizyon haberciliği ve Kuramları*, İzmir: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- PALINKAS LA, HORWITZ SM, GREEN CA, WISDOM JP, DUAN N, HOAGWOOD K. Purposeful sampling for qualitative data collection and analysis in mixed method implementation research. *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research*. 2015; 42 (5):533-44.
- POSTMAN Neil, Steve Powers (1992). *Televizyon Haberlerini İzlemek* (Çeviri: Aslı Tunç), İstanbul: Kavram Yayınları.
- POSTMAN, Neil (1999). *Televizyon: Öldüren Eğlence: Gösteri Çağında Kamusal Söylem* (Çev: Osman Akinhay), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- RICH, Carole (2000). *Writing and Reporting News: A Coaching Method*, USA: Wadsworth Publishing Company.
- RTÜK, *Yayınlarda Program Türleri Kod, Tanım ve Sınıflandırmaları*, Şubat 2014, Ankara. <https://www.rtuk.gov.tr/program-turleri-kod-kitapcigi/3832/> (Erişim Tarihi: 05.06.2023)
- RTÜK, *Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması*, 2018, Ankara. https://www.rtuk.gov.tr/televizyon_izleme_egilimleri_arastirmasi_2018/335/ (Erişim Tarihi 20.05.2023).
- SAATÇI, Ö. (2021). Yaprak Dökümü'nde İstanbul Ağzına Dair Söz Varlığı ve Sözlüklerdeki Durumu. *Akademik Dil Ve Edebiyat Dergisi*, 5(2), 1220-1239.
- SAĞNAK, Mehmet (2011). *Son dakika: Haberin televizyonlaştırılması*. İstanbul: TB Yayınları.
- SARAL, Neslihan, *İletişim Psikolojisi Açısından Televizyon Programlarının Birey Farkındalığının Oluşmasındaki Rolü*, (Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, 2018).
- SCHENEIDER, Wolf ve Raue, Paul Josef (2000). *Gazetecinin El Kitabı* (Çeviri: Işık Aygün). Ankara: Konrad Adenauer Vakfı Yayınları.

- SWALLOW, Norman, (1973) *Televizyonun Gerçek Gücü*, (Çeviri: Ayseli Uluata), İstanbul: İstanbul Reklam Yayınları.
- ŞAHİN, Haluk (2012). *Kim Korkar Soruşturmacı Gazeteciden?*, İstanbul: Say Yayınları.
- ŞENBAY, Nüzhet (2011). *Söz ve Diksiyon Sanatı*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- ŞENBAY, Nüzhet (2020). *Güzel Konuşma Sanatı*, Ankara: TRT Eğitim Dairesi Başkanlığı Yayınları, <https://trtakademi.net/wp-content/uploads/2022/04/GUZEL-konusma-kitabi-son-2.pdf/> (Erişim Tarihi: 20.05.2023).
- ŞENYAPILI, Önder (1981). “Çağdaş Gazetenin Önemli Yazı Türü: Röportaj”, İletişim.
- TASOUJİ, Dural (2022). “İTU-TV Deneyimi ve Türkiye’de Ulusal Televizyon Yayınlarını Bekleyiş.” İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, (57), s.51-69
- TAŞER, Suat (2006). *Konuşma Eğitimi*. İstanbul: Papirüs Yayınları.
- TDK Türk Dili ve Edebiyatı Dergisi (2005). 637. ve 642. Sayılar, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- TELLİOĞLU, Cevdet (2006). *Güzel Konuşma Pratiği*, İstanbul: Timaş Yayınları.
- TELMAN, Nursel, Pınar Ünsal (2005). *İnsan İlişkilerinde İletişim*, İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- TEMİZYÜREK, Fahri, İlhan Erdem, Mehmet Temizkan (2017). *Konuşma Eğitimi - Sözlü Anlatım*, 7. Baskı, Ankara, Pegem Akademi.
- TILIÇ, Doğan (1998). *Utaniyorum ama gazeteciyim*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- TÜRKOĞLU, Nurçay (2004) *Toplumsal İletişim, Tanımlar, Kavramlar, Tartışmalar*, İstanbul: Babil Yayınları.
- UĞURLU, Faruk ve Şerife Öztürk (2006). *Türkiye’de Televizyon Haberciliği*, Konya: Tablet Yayınları.
- ÜNLÜER, Oğuz (2000). “Türkiye’de Televizyon Yayıncılığı Tarihine Analitik Bir Yaklaşım.” Kurgu Dergisi. 2000 (17), s.45-54
- ÜNSAL Füsun, Hakan Şahin, (2020). *Spikerlik ve Türkçenin Kullanımı*, Ankara: TRT Eğitim Dairesi Başkanlığı Yayınları.
- VURAL, İzlem Keskin (2003). *Televizyon Haberciliğinde Bir Mesleki Kişilik Olarak “Anchor” –Kaynak Kişi Özellikleri Boyutunda Değerlendirilmesi ve*

Türkiye'deki Uygulama Biçimine Yönelik Durum Saptaması-. Doktora Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

YAMAN, Ertuğrul (2001). *Konuşma Sanatı*, Ankara: Gazi Kitabevi.

Yayıncılık ve Medya Sözlüğü (2020). TRT Akademi Dergisi, Ankara: TRT Eğitim Dairesi Başkanlığı Yayınları, <https://trtakademi.net/wp-content/uploads/2021/09/Yayincilik-ve-Medya-Sozlugu-SON.pdf> (Erişim Tarihi: 28.04.2023).

YENGİN, Hülya (1994). *Ekranın Büyüsü. Batıda Değişen Televizyon Yayıncılığının Boyutları ve Türkiye'de Özel Televizyonlar*, İstanbul: Der Yayınları.

YILDIRIM, A., ve ŞİMŞEK, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (6. Baskı), Ankara:Seçkin Yayıncılık.

ZILLIOĞLU, Merih (1993). *İletişim Nedir*, İstanbul: Cem Yayınevi.

İnternet Kaynakları

URL: <https://egitim.com/tdkde-degisen-ve-yeni-eklenen-kelimeler/> (Erişim Tarihi: 28.10.2023).

URL: <https://www.hurriyet.com.tr/galeri-tdk-18-turkce-kelimenin-yazimini-degistirdi-tdk-degisen-kelimeler-hangileri-iste-yeni-kelimeler-ve-yazilisleri-42301628/> (Erişim Tarihi: 28.10.2023).

URL: <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 21.10.2023).

URL: <https://trttelaffuz.com/> (Erişim Tarihi: 22.10.2023).

URL: <https://tr.wikipedia.org/wiki/Televizyon/> (Erişim Tarihi: 15.03.2023).

URL: <https://www.trthaber.com/trtden-haberler/trt-televizyon-yayinciliginda-55-yilini-kutluyor-737.html/> (Erişim Tarihi: 29.03.2023).

URL: <https://www.trt.net.tr/kurumsal/tarihce/> (Erişim Tarihi: 05.04.2023).

URL: <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/turkiyede-ozel-televizyonlari-kurulmasinin-uzerinden-30-yil-gecti/2160618/> (Erişim Tarihi: 17.04.2023).

URL: <https://iletim.istanbul.edu.tr/index.php/2021/04/13/rtuk-yasasi-27-yil-once-bugun-kabul-edildi/> (Erişim Tarihi: 19.04.2023).

URL: <https://www.rtuk.gov.tr/kamuoyu-yayin-arastirmalari-ve-olcme-dairesi-baskanligi/3921/> (Erişim Tarihi: 07.05.2023).

URL: <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/internetten-gazete/> (Erişim Tarihi: 13.05.2023).

URL: <https://www.bbc.co.uk/programmes/genres/> (Erişim Tarihi: 03.04.2023).

URL: <https://translate.google.com/?hl=tr/> (Erişim Tarihi: 05.04.2023).

URL: [https://acikders.ankara.edu.tr/mod/resource/view.php?id=71796#:~:text=Anons%20\(stand%20Dup%20sunu%C5%9F\),oradayd%C4%B1%E2%80%9D%20demek%20i%C3%A7in%20anons%20%C3%A7ekilir/](https://acikders.ankara.edu.tr/mod/resource/view.php?id=71796#:~:text=Anons%20(stand%20Dup%20sunu%C5%9F),oradayd%C4%B1%E2%80%9D%20demek%20i%C3%A7in%20anons%20%C3%A7ekilir/) (Erişim Tarihi: 01.04.2023).

URL: <https://avys.omu.edu.tr/storage/app/public/nursel.bolat/131034/TELEV%C4%B0ZYON%20HABER%C4%B0N%C4%B0N.pptx#:~:text=Anonslu%20R%C3%B6portajl%C4%B1%20Haber,haberlere%20anonslu%20r%C3%B6portajl%C4%B1%200haber%20denir/> (Erişim Tarihi: 02.04.2023).

URL: <https://www.ntv.com.tr/ne-demek/redaktor-ne-demek-55156/> (Erişim Tarihi: 19.04.2023).

URL: <https://www.haberturk.com/tubitak-ansiklopedi/haber-nedir#/> (Erişim Tarihi: 24.04.2023)

URL: <https://diksiyonakademi.com/assets/files/diksiyon-kitabi.pdf/> (Erişim Tarihi: 28.04.2023)

URL: <http://www.dildernegei.org.tr/TR,269/sik-sorulan-sorular.html/> (Erişim Tarihi: 30.04.2023).

URL: <https://kidegitim.com/unlulerin-daralmasi/> (Erişim Tarihi: 01.05.2023).

URL: <https://www.diksiyonsanati.com/ecek-acak-daralmasi/> (Erişim Tarihi: 03.05.2023).

URL: <https://kidegitim.com/unluler-soylenis-farklilikgi-olanlar-e/> (Erişim Tarihi: 08.05.2023).

URL: <http://www.leventdonmez.com/glerin-soylenisi/> (Erişim Tarihi: 05.05.2023).

URL: <https://trttelaffuz.com/> (Erişim Tarihi: 08.05.2023).

URL: <https://www.fikriyat.com/galeri/edebiyat/asli-cogul-oldugu-halde-tekil-olarak-kullandigimiz-kelimeler/> (Erişim Tarihi: 12.05.2023).

URL: <https://www.turkedebiyati.org/konusmada-durak-ve-ulama/> (Erişim Tarihi: 11.06.2023).

URL: <https://kidegitim.com/yutulan-r/> (Erişim Tarihi: 23.05.2023).

URL: <https://sinemaakademi.com.tr/beden-dili/dogru-beden-dili-kullanimi/> Erişim Tarihi: 18.06.2023

URL: <https://tr.linkedin.com/in/rasim-kili%C3%A7-19623796/> Erişim Tarihi: 19.11.2023

URL: <https://www.biyografya.com/biyografi/25057/> Erişim Tarihi: 19.11.2023

URL: <https://www.cnnturk.com/tv-cnn-turk/ekran-yuzleri/fulya-kalfa/> Erişim Tarihi: 19.11.2023

URL: <https://www.cnnturk.com/tv-cnn-turk/ekran-yuzleri/kaan-temeltas/> Erişim Tarihi: 19.11.2023

<https://www.cnnturk.com/tv-cnn-turk/ekran-yuzleri/goksu-ongoren-ozgur/> Erişim Tarihi: 19.11.2023

URL: <https://www.trthaber.com/haber/gundem/rtuk-ve-tdkdan-yayinlarda-guzel-turkce-kullanimi-icin-is-birligi-569804.html/> (Erişim Tarihi: 08.06.2023).

URL: <https://tiak.com.tr/tablolalar/> (Erişim Tarihi: 26.10.2023).

URL: <https://turkiyeraporu.com/arastirma/akilli-tv-haber-kanallari-izleme-oranlari-14856/> (Erişim Tarihi: 01.11.2023).

<https://www.iienstitu.com/blog/spiker-gibi-konusmak-ister-misiniz/> (Erişim Tarihi: 08.11.2023).

URL: https://www.youtube.com/watch?v=IH0H7pvEY6o&ab_channel=NTV/ (Erişim Tarihi: 30.11.2023).

URL:

https://www.youtube.com/watch?v=TsIwP5h3uqQ&ab_channel=DiksiyonDersleri/ (Erişim Tarihi: 02.12.2023).

URL: <https://turkdili.gen.tr/ses-bilgisi.html/> (Erişim Tarihi: 04.12.2023).