



(Posted July 2006)

İÇERİK

Giris

1. [Haber Nedir?](#)
2. [Haber Nasıl Yakalanır?](#)
3. [Konu Nasıl Anlatılır?](#)
4. [Haberin Düzeltilmesi](#)
5. [Yayın ve İnternet Gazeteciliği](#)
6. [Uzman Gazetecilik](#)
7. [Etik ve Hukuk](#)
8. [Gazetecilik Kaynakları](#)

GİRİŞ

Gazetecilik hem bir meslek hem de el sanatıdır; çünkü gazeteciler özel becerileri kullanıp belli standartlara uymaktadırlar. Peki gazeteciliği eczacılık veya hukuk gibi benzer terimlerle tanımlanabilecek diğer mesleklerden ayıran nedir? Belki de en büyük fark, haber medyasının özgür bir toplumdaki özel rolüdür.

Özgür basın genellikle demokrasinin oksijeni olarak anılır; çünkü biri öteki olmadan yaşayamaz.

Yaklaşık 200 yıl önce ABD'ye yaptığı ziyarette

Fransız siyaset yazarı Alexis de Tocqueville de benzer şekilde "Demokrasi olmazsa gerçek gazete olmaz; gazeteler olmazsa da demokrasi olmaz," diye yazmıştır. O zamandan bu yana, dünyanın dört bir yanındaki ülkelerde bu basit yorumun doğru olduğu kanıtlanmıştır. Eski ve yeni demokrasiler, bilgilendirilmiş vatandaşların rızasına dayalıdır; haber medyası ise insanların kendilerini yönetebilmek için ihtiyaç duydukları bilgilerin ilk kaynağıdır.

Gazetecilerin bu bilgileri sağlamasını mümkün kılmak için pek çok ülkede özgür basın için yasal korumalar hazırlanmıştır. Sözgelimi ABD'de gazetecilik Anayasa'da adı geçen tek meslektir; gazetecilik Anayasa'da şöyle yer alır: "Kongre... ifade veya basın özgürlüğünü kısıtlayacak hiçbir yasa çıkarmayacaktır." ABD'nin üçüncü devlet başkanı Thomas Jefferson'ın 1787'de yazdığı gibi, "Devletimizin temeli halkın düşüncesi olduğundan, ilk hedefimiz bu hakkı korumak olmalıdır. Eğer bana gazetesiz devlet veya devletsiz gazetelerimiz mi olsun diye sorulsaydı, ikincisini tercih etmekte bir an bile tereddüt etmezdim."



Genel Yayın Yönetmeni—
George Clack
Yazar—
Deborah Potter
Editör—
Mildred Solá Neely
Sanat Yönetmeni/Tasarım—
Min-Chih Yao
Resimler—
Bryan Leister

Bu yayın, Margueritte H. Sullivan'ın A Responsible Press Office: An Insider's Guide adlı kitabına ek olarak çıkarılmıştır. (<http://usinfo.state.gov/products/pubs/pressoffice/>).

Ayrıca bakınız Deborah Potter'ın bağımsız gazetecilik üstüne yaptığı sanal sohbet transkripti.

Bu yayında ifade edilen düşüncelerin ABD hükümetinin görüş ve politikalarını yansıttığı düşünülmemelidir.

Özgür bir toplumda gazetecilerin yalnızca belirli yasal korumaları değil, sorumlulukları da vardır. Bazı ülkelerde, bu sorumluluklar açıkça, bazı ülkelerde ise dolaylı olarak belirtilir. Ancak hemen hemen her durumda, bu sorumluluklar aynıdır: Vatandaşları her daim bilgilendirmek: Gazeteciler doğru, adil ve dış etkilerden bağımsız bilgi vermekten sorumludur.

Dünyadaki demokratik toplumlarda, haber medyası devletin siyasi ve yargı kollarındaki etkinlikleri gözlemlemek gibi ek bir işlev kazanmıştır. Gazeteciler sessizlerin sesi olarak ve hüküm süren bir çoğunluğun azınlığın haklarını çiğnemesini engelleyerek demokrasinin varlığını sürdürmesini sağlamışlardır. 19. yüz yılda yaşamış Amerikan yazar ve mizah yazarı Finley Peter Dunne, bir gazetecinin görevinin "acı çekenleri rahatlatmak ve rahat olanlara acı çektirmek" olduğunu söylemiştir. Ancak özgür bir toplumdaki gazetecinin temel görevi yüz yıllardır değişmemiştir. ABD'de kurulmuş bir grup olan Committee of Concerned Journalists (İlgili Gazeteciler Komitesi) 20. yüzyılın tam sonunda, gazeteciler üstünde mesleklerinin karakteri hakkında bir araştırma yapmış ve şu ortak görüşe varmışlardır: "Gazeteciliğin ana amacı vatandaşlara özgür bir toplumda hareket etmek için ihtiyaç duydukları doğru ve güvenilir bilgiyi sunmaktır."

Bu el kitabı demokratik sistemlerde uygulanan, temelini düşüncelerin değil, gerçeklerin üstüne kurmaya çalışan gazeteciliğin temel ilkelerine kısa bir giriş niteliği taşımaktadır. Bu tür gazetecilikte düşüncelere de yer verilir; ancak en iyi şekilde düzeltilmiş gazetelerde düşüncelerin yeri köşe yazıları ile konuk yazar köşeleridir. Bu tür gazetecilikte bir muhabir ve editör olarak ben bizzat 20 yıllık deneyime sahibim ve şimdi ABD ve dünyanın dört bir yanında mesleki atölyelerde bu konuda dersler veriyorum. Amacım bütün gazetecilerin hizmet verdikleri toplumlarda daha iyi işler çıkarmalarını sağlayacak faydalı ve uygulanabilir bir kılavuz sunmaktır.

Yazar **Deborah Potter** 1998 yılında kurduğu, Washington DC'de gazeteciler için çevrimiçi bir kaynak merkezi olan NewsLab'ın (www.newslib.org) genel yayın yönetmenidir. Poynter Enstitüsü ve American University'de eğitim görevlisi olarak gazetecilik dersleri vermiş, ayrıca Radio and Television News Directors Foundation'ın (Radyo ve Televizyon Haber Yönetmenleri Vakfı) yönetici müdürlüğünü yapmıştır. Potter ABD ve dünyanın dört bir yanında haber odalarındaki gazeteciler için atölye çalışmaları düzenlemektedir. Kendisi American Journalism Review'da yayın haberleri hakkında yazan saygıdeğer bir köşe yazarıdır, ayrıca Ready, Set, Lead: A Resource Guide for News Leaders adında bir kitabı vardır. Potter TV haberlerinde 20 yılı aşkın süre çalışmıştır; bu 20 yılın 16'sında CBS ve CNN Haber için ağ muhabirliği, Beyaz Saray haberleri, Dış İşleri Bakanlığı, Kongre, ulusal politika ve çevre meseleleri ile ilgili haberler yapmıştır. Ayrıca "In the Prime"da PBS TV dizilerine ev sahipliği yapmıştır. Chapel Hill'deki University of North Carolina'dan mezundur, mastırını da American University'de yapmıştır.

HABER NEDİR?

"Haber nedir?" sorusunun cevabının çok basit

olduğunu düşünebilirsiniz. Haber, yeni niteliğine sahip, hali hazırda vuku bulan olaydır. Sözlüğe baktığınızda, haberin "yeni gerçekleşmiş olayların veya önceden bilinmeyen bilgilerin aktarılması" olarak tanımlandığını görürsünüz. Ne var ki, her gün dünyada vuku bulan olayların çoğu gazetelerde veya haber yayınlarında yer almamaktadır.



O halde bir öyküye basılıp yayınlanılacak haber değerini kazandıran nedir? Gerçek cevap şudur: Bu durum çeşitli faktörlere bağlı olarak değişiklik gösterir. Genel olarak konuşmak gerekirse, haber, hedef kitleyi büyük ölçüde ilgilendiren bilgidir; dolayısıyla, Buenos Aires'te büyük bir haber niteliği taşıyan olay, Bakü'de haber niteliği bile taşımayabilir. Gazeteciler aşağıdaki "haber değerleri"ne dayanarak hangi haberleri ele alacaklarına karar verirler:

Zamanında Olma

Bir olay yakın zamanda mı gerçekleşti veya bu konuda yeni mi bilgi edindik? Eğer öyleyse, bu durum olaya haber değeri kazandırabilir. "Yakın zamanda" kelimesinin anlamı ortama bağlı olarak değişir elbette. Haftalık bir haber dergisi için, bir önceki yayından itibaren gerçekleşen her şey güncel sayılabilir. 24 saat yayın yapan kablolu bir haber kanalı içinse, en güncel haber "son dakika haberi" veya bunun gibi şu an gerçekleşen ve olay yerindeki bir muhabir tarafından canlı olarak aktarılan bir olay olabilir.

Etki

Olaydan pek çok insan mı yoksa az sayıda insan mı etkileniyor? Yaşadığınız yerdeki 20.000 kişiye hizmet veren su sistemindeki kirlenmenin bir etkisi vardır; çünkü hedef kitlenizi doğrudan etkilemektedir. Uzak bir şehirdeki yaz kampında kirli sudan ölen 10 çocuk da etki niteliğine sahiptir; çünkü hedef kitle öyküye güçlü bir duygusal tepki verecektir. Şehirde birkaç saat süren bir kesintiye neden olmadığı sürece bir işçinin bir elektrik hattını kesmesi ise büyük bir haber değildir.

Yakınlık

Yaşadığınız yere yakın bir şey mi oldu veya olayda yaşadığınız yerde oturan insanlar da yer alıyor mu? Çad'da gerçekleşen bir uçak kazası N'Djamena'da manşet olacaktır; ne var ki uçakta Şilili yolcu yoksa aynı haber Şili'de ön sayfalarda yer almayacaktır.

Tartışmalı Haberler

İnsanlar bu konuda anlaşmazlığa mı düşüyor? İçinde çatışma ve gerginlik olan, kamuoyunda tartışmaya yol açan öykülere ilgi duymak insanın doğasında vardır. İnsanlar taraf olmayı ve mücadeleyi kimin tarafının kazanacağını görmekten hoşlanırlar. Çatışma her zaman bir kişinin görüşlerinin bir başkasının görüşleriyle uyuşmaması anlamına gelmemektedir. Bir hastalığa karşı savaşılan doktorların veya adil olmayan bir kurala karşı çıkan vatandaşların öykülerinde de çatışma niteliği vardır.

Ünlü İsimler

Olayda çok tanınan biri mi yer alıyor? Sıradan etkinlikler ya da aksilikler, içinde başbakan veya bir film yıldızı yer alıyorsa haber olabilir. Yolcularından biri ünlü bir rock müzisyeni olduğu takdirde, Çad'daki uçak kazası bütün dünyada manşet olacaktır.

Güncellik

İnsanlar bu olaydan mı bahsediyor? Korkunç bir otobüs kazasından sonra düzenlenmediği sürece, otobüs güvenliği hakkında yapılan bir hükümet toplantısı fazla ilgi çekmeyecektir. Bir futbol maçında yaşanan bir olay sohbetlerin ana konusunu oluşturuyorsa birkaç gün haberlerde yer alabilir.

Tuhaflik

Meydana gelen olay sıra dışı mı? Bir deyim vardır: "Bir köpek bir adamı ısırırsa, haber olmaz. Ancak bir adam bir köpeği ısırırsa, işte bu haber olur!" Olağandışı ve beklenemedik durumlar insanın doğasındaki merak duygusuna hitap eder.

Bir olaya haber niteliği kazandıran şey, hedef kitlenin yapısına, yani insanların yalnızca nerede yaşadıklarına değil, kim olduklarına da bağlıdır. Farklı yaşam tarzları ve endişeleri olan kişiler farklı türden haberlerle ilgilenir. Daha genç bir hedef kitlesi olan bir radyo haber programında müzik ve spor yıldızlarıyla ilgili öyküler yer alabilir; ancak aynı yıldızları hedef kitlesi daha yaşlı ve daha zengin insanlar olan bir iş gazetesinde göremezsiniz. Medikal haberleri konu alan haftalık bir dergi, deney aşamasındaki bir ilacın test edilmesine ilişkin haberlere yer verecektir; çünkü bu yayını okuyan doktorlar büyük ihtimalle bu haberle ilgilenecektir. Ne var ki daha genel olayları konu alan yerel gazeteler aynı ilacın iyi bilinen bir hastalığı tedavi etmede kullanılma olasılığı yoksa, bu habere yer vermeyecektir. Ancak araştırmanın yürütüldüğü yerdeki bir yerel gazete istisnai olarak habere yer verebilir.

Haber kuruluşları işlerini kamu hizmeti olarak görmektedir, dolayısıyla haberler, insanların günlük yaşamlarını sürdürmelerini ve bir demokraside üretken vatandaşlar olmalarını sağlayacak bilgilerden oluşmalıdır. Ancak pek çok haber kuruluşu aynı zamanda ayakta kalabilmek için kâr etmek zorunda olan işletmelerdir, dolayısıyla haberlerde bir kitleyi kendilerine çekecek öğeler de bulunmalıdır: Sözelimi, sadece ilgi duydukları için insanların bilmek isteyecekleri öyküler. Bu iki

özellik birbiriyle çatışmak zorunda değildir. Aslında günün en iyi hikayeleri hem önemli hem de ilginçtir. Ancak öykülerin temel iki kategoriye ayrılması haber kuruluşlarında sıkça rastlanan bir durumdur: Haber kuruluşları haberleri güncel haberler ve "soft" haberler olarak ikiye ayırmaktadır. "Soft" haberler aynı zamanda öyküleştirilmiş haber/dizi-inceleme (feature) olarak adlandırılmaktadır.

Haber Türleri

Güncel haberler genellikle o günün haberleridir. Bunlar bir gazetenin ilk sayfasında veya İnternet sayfasının en üstünde gördüğünüz, haber programı başlar başlamaz duyduğunuz haberlerdir. Sözelimi, savaş, politika, iş dünyası ve suç haberleri en sık karşılaşılan güncel haber konularıdır. Bugün şehirdeki otobüs şoförleri tarafından duyurulan ve binlerce insanın işe gidememesine neden olan bir grev güncel haberdur. Güncel ve tartışmalıdır, aynı zamanda yaşadığınız yerde büyük bir etkiye sahiptir. O yerin insanları ilgili bilgiyi hemen almak isterler; çünkü bu olay insanların günlük yaşamlarını etkilemektedir.

Öte yandan, yetimhanede büyümüş dünyaca ünlü bir atletin öyküsü "soft" haber tanımına uymaktadır. Bu öykü önemli bir kişiyi konu alan, insanların ilgi duyduğu bir öykü olmanın yanı sıra, insanların arkadaşlarıyla tartışmak isteyeceği sıra dışı bir olay niteliği de taşımaktadır. Ancak bu öykünün belirli bir gün basılması veya yayınlanması için zorlayıcı bir neden yoktur. Tanımı gereği, bu olay öyküleştirilmiş bir haberdur. Pek çok gazete ve çevrimiçi haber sitesinde yaşam tarzları, ev ve aile, sanat dalları ve eğlence hakkında ayrı bir öyküleştirilmiş haber bölümleri bulunmaktadır. Daha büyük gazeteler yemek, sağlık, eğitim gibi konularla ilgili belirli konulara haftalık bölümler ayırabilir.

Güncel haberleri öyküleştirilmiş haberlerden ayıran tek şey konu değildir. Çoğu durumda güncel haberler ve öyküleştirilmiş haberler farklı şekilde yazılır. Güncel haberler genellikle okurun en önemli bilgileri en hızlı şekilde öğrenmesini sağlayacak şekilde yazılır. Öte yandan, öyküleştirilmiş haber yazarları haberlerine öncelikle okurun ilgisini çekecek bir hikâyecik ya da örnekle başlarlar, böylece öykünün temel noktasına gelinceye dek öykü biraz daha uzatılmış olur.

Bazı öyküler bu iki yaklaşımı birleştirir. Belirli bir zaman süresiyle sınırlı olmayıp, önemli meselelere değinen öykülere genellikle "dizi haber" denir. Bir topluluğun AIDS'le olan mücadelesi dizi haber olabilir. Ancak AIDS hastaları için yeni bir tedavi seçeneği hakkındaki öykü güncel haber olacaktır. Dizi haberler, insanların eğilimleri ve karmaşık toplumsal sorunları nasıl yaşadıkları hakkında bireysel insan öyküleri anlatarak bu eğilimlerin ve karmaşık toplumsal sorunların keşfedilmesi açısından etkili bir yoldur. (Farklı yazım şekillerine 3. Bölüm "Haber Nasıl Anlatılır"da ayrıntılı bir şekilde değineceğiz.)

Haber Nereden Gelir

Gazeteciler her yerden haber bulabilir; ancak öykülerin çoğu şu üç temel yoldan biriyle elde edilir:

- Afet ve kazalar gibi doğal olarak meydana gelen olaylar;
- Toplantı ve konferans gibi planlanmış etkinlikler;
- Muhabirlerin girişimleri.

Hesapta olmayan olaylar çoğunlukla büyük haber öyküsü olur. Batan bir feribot, uçak kazası, tsunami veya toprak kayması yalnızca meydana geldiği zaman değil, olaydan günlerce ve haftalarca sonra bile haber değeri taşır. Haberin kapsamı yakınlığına ve olayda yer alan insana bağlı olarak değişir. Paris'te ölümcül bir trafik kazası herhangi bir günde çok büyük bir haber olmayabilir. Ancak 1997 yılında Paris'te gerçekleşen bir kaza, yalnızca Fransa'da değil, bütün dünyada geniş yankı uyandıran bir haber olmuştur; çünkü kazaya kurban gidenlerden biri İngiltere Prensesi Diana idi.

Bir felakete tanık olan vatandaşlar genellikle bir haber kuruluşuyla irtibata geçerler. Gazeteciler polis, itfaiye ve kurtarma görevlileri gibi olaya ilk müdahale eden kişilerden de olayla ilgili bilgi alabilirler. Bazı ülkelerde haber kuruluşları, ilk müdahaleden sorumlu görevliler arasındaki acil durum iletişimini izleyebilmekte ve olayın gelişimini görebilmeleri için olay yerine hemen gazeteci gönderebilmektedir.

Pek çok haber odasında, haberin en belirgin kaynağı, şehirdeki hükümet toplantıları, işletme açılışları ve toplumsal etkinlikleri kapsayan günlük programdır. Genellikle "ajanda" olarak adlandırılan bu etkinlik listesi kendiliğinden haber niteliği taşımaz; ancak haber arayan muhabirlere iyi bir başlangıç noktası sağlar. Düzenli olarak belirli mesele ve kurumları ele alan muhabirler "özel" muhabirler olarak adlandırılmaktadır; yani bu muhabirler genellikle ilerideki toplantıların yer aldığı ajandalara bakarak öykü fikri bulmaktadır.

Basın açıklamaları da haber kaynağı olabilir; ancak onlar da yine bir başlangıç noktasıdır. Her gün haber odalarına posta, faks, hatta uydu üzerinden video aracılığıyla düzinelerce basın açıklaması ulaşmaktadır. Bu açıklamaların çoğunu hükümet yetkilileri ve birimleri yapabilir; ancak haber medyasını yaptıkları işlerden haberdar etmek için özel işletmeler ve kâr amacı gütmeyen gruplar gibi büyük kuruluşlar da basın açıklaması yapmaktadır. Bir basın açıklaması bir haber öyküsünü andırabilir; ancak açıklamayı konudan çıkarı olan biri yaptığı için, bu yolla tam bir öykü elde edemezsiniz. Basın açıklamalarında verilen bilgiler gerçeklere dayalı olarak doğru olabilir; ancak bu gerçekler açıklamada sözü edilen kişi veya kuruluşun yalnızca olumlu yönlerini yansıtacaktır. Bir basın açıklaması haber niteliği taşıyormuş gibi görünse de, profesyonel bir gazeteci öncelikle bu toplantının gerçekliğini teyit etmeli ve sonra haber yapmaya karar vermeden önce gerçek öyküyü belirlemek için sorular sormaya başlamalıdır.

Gösteriler gibi etkinliklerden de haber çıkabilir; ancak gazeteciler gösteriyi düzenleyenlerin kendilerini manipüle etmelerine karşı ihtiyatlı olmalıdır; çünkü onlar öyküyü kendi açılarından anlatmak isteyeceklerdir. Politikacılar haberlerde yer almak için bilhassa düzenlenen etkinlikler ve "fotoğraf fırsatları" konusunda maharet kazanmıştır; oysa bunların kimi zaman hiçbir haber değeri

yoktur. Ne var ki bu durum gazetecilerin bu etkinlikleri göz ardı etmesi gerektiği anlamına gelmemektedir; fakat tam bir öykü çıkarmak için ek bilgi bulmaları gerekir.

Çoğu muhabir en iyi öykülerini kendi girişimleri sonucunda çıkardıklarını söylemektedir. Kimi zaman haber fikirleri bir şikâyet veya meseleyle haber odalarını ziyaret eden, telefonla arayan veya e-posta gönderen yabancılardan gelmektedir. Bazı haber kuruluşları, hizmet verdikleri topluluklara önerilerini gönderebilecekleri bir telefon numarası veya e-posta adresi sağlamak suretiyle etkin olarak fikir toplamaktadır. Gazeteciler kendilerine bilgi sağlayabilecek insanlarla ilişki kurabilmek için çok zaman harcamaktadır. (2. Bölüm "Öykü Nasıl Yakalanır"da kaynak oluşturmaya ayrıntılı bir şekilde değineceğiz.)

Gazeteciler yalnızca etraflarına bakıp insanların konuşmalarına kulak kabartarak da sıklıkla öykü bulabilmektedir. Bir spor etkinliğinde veya postanede sıra beklerken kulak misafiri olduğunuz bir sohbet bir haber öyküsüne dönüşebilir. Bir öykü oluşturmadığınız zamanlarda, tanıştığınız insanlara hayatlarının nasıl gittiğini, yaşadıkları yerde neler olduğunu sorun; kendinizi kimsenin el atmadığı bir konuda bir haber öyküsünün izini sürerken bulabilirsiniz.

Haber bulmanın başka bir yolu ise, bir öykünün en son gazetelerde veya televizyon haberlerinde çıkmasından itibaren neler olduğunu araştırmaktır. Şaşırtıcı gelişmelere yol açan bir öykünün devamı, bazen özgün bir haberden daha fazla haber değeri taşıyabilir. Sözelimi, bir yangın çıktı; bir gün sonra çıkan yangın öyküsü size yangında kaç kişinin öldüğü ve maddi hasar konusunda bilgi verebilir. Ancak öykünün birkaç hafta sonra çıkan devamında, arızalı bir telsiz sistemi yüzünden itfaiyecilerin olaya hemen müdahale edemediği ve çok sayıda insanın bu nedenle yaşamını kaybettiği ortaya çıkabilir.

Belgeler, veriler ve devlet arşivlerinden de müthiş öyküler çıkabilir. Muhabirler eğilimleri araştırmak veya uygunsuzlukları yakalamak için bu kaynakları kullanabilir. Bu tür bir çalışma daha çok çaba gerektirir; ancak çalışmaların semeresi çekilen zahmete daima değer. Verilerin elektronik yoldan elde edilmesi büyük ölçüde kolaylık sağlar; ancak muhabirlerin verileri belge kayıtlarından bilgisayar veri programlarına girdiği bilinmektedir; böylece bir yığın istatistik arasında en önemli bilgiyi arama fırsatını yakalarlar. Sözelimi, aşırı hız dolayısıyla ceza almış kişilerin listesi tarih değil de isimle seçilirse, muhabire bir öykü kazandırabilir. Muhabir Nancy Amons, yaşadığı yerdeki bir sürücünün üç yılda pek çok trafik kuralını ihlal ettiğini, hatta başka bir sürücünün hayatını kaybettiği bir kazaya yol açtığını; ama sonuçta ehliyetinin bile alınmadığını bu yolla öğrenmiştir. Amons olayı araştırdığı zaman, şehirdeki yetkililer görevlerini yerine getirmediğini itiraf etmiştir.

Gazetecinin Görevi

Yeni geliştirilen teknolojiler sayesinde bilgisayarı olan herkes büyük haber kuruluşları kadar geniş bir şekilde haber yayabilmektedir. Ancak ne kadar iyi yazılmış ve ne kadar sıklıkla güncelleniyor olursa olsun, iyi tasarlanmış bir İnternet sitesi her zaman güvenilir bir haber kaynağı değildir. Bilginin artık nadir bulunan bir meta olmadığı karmaşık bir dünyada, gazetecinin görevinin her

zamankinden daha büyük önem taşıdığı bir gerçektir.

Bir propagandacının veya dedikoducubir kimsenin tersine, gazeteci elindeki bilgileri ayıklayarak, kamuya sunmadan önce bu bilginin ne kadar değerli ve güvenilir olduğuna karar vermektedir. İster güncel ister dizi haber olsun, haber öyküleri doğru olmak zorundadır. Gazeteciler öyküyü anlatmak için ihtiyaç duydukları bilgiyi toplamakla kalmazlar, aynı zamanda kullanmadan önce bilginin doğruluğunu teyit etmek zorundadırlar. Gazeteciler mümkün olduğunda daima ilk kaynağa güvenirlirler ve aldıkları bilginin güvenilir olduğunu doğrulamak için çeşitli kaynaklara danışırlar. Ayrıca, birkaç istisnai durum dışında, bilgilerinin kaynağını belirtirler, böylece okur/dinleyici/izleyici haberin güvenilirliğini değerlendirebilir.

Ancak gazetecilik yalnızca gerçeğe dayalı bilgilerin dağıtılmasından ibaret değildir. Propaganda da gerçeklere dayalı olabilir; ancak bu gerçekler insanların düşüncelerini etkileyecek şekilde sunulur. Daha önce de belirttiğimiz gibi, kamu ilişkileri uzmanları da gerçekleri kullanır; ancak onlar öyküyü kendi açılarından anlatırlar. Öte yandan gazeteciler adil olmak ve tam bir öykü sunmak için çabalar. Doğru, güvenilir ve gerçekliği yansıtan, sadece kendi bakış açılarını yansıtmayan bir öykü sunmaya çalışırlar.

Gazetecilik ve diğer bilgi biçimleri arasındaki bir başka ayrım ise şudur: Gazeteciler konu aldıkları insanlardan bağımsız olmaya çalışır. Çalıştığı yer hakkında yazı yazan bir kamu ilişkileri uzmanının, yazısında kuruluşu kötü gösterebilecek bir bilgiye yer vermesi düşünülemez. Öte yandan, bir gazeteci tamamıyla olumlu olmasa da, tam bir tablo sunmaya çalışır.

Gazeteciler yalnızca kendi görüşlerini veya başkaları tarafından sağlanan bilgileri yansıtan iletim kayışları değildir. Özgün bir habercilik yaparlar; gerçekleri fikir veya söylentiyle karıştırmazlar ve sağlam redaksiyon kararları verirler. New York Times'ın genel yayın yönetmeni olan Bill Keller, gazetecinin başlıca sorumluluğunun "bilgiye kendi yargısını katmak" olduğunu söylemektedir.

Öteki bilgi satıcılarının aksine, gazeteciler her şeyden önce halka karşı sorumludur. Kanada'nın Montreal Gazette'sinin görev ahlakı kurallarında belirttiği gibi, "Bir gazetenin en büyük sermayesi dürüstlüğdür. Bu dürüstlüğe olan saygı çok zor kazanılır ve çok kolay kaybedilir." Bu dürüstlüğü sürdürmek için gazeteciler çıkar çatışmalarından kaçınmaya ve gerçek veya algılanan durumu karıştırmamaya özen gösterir. (7. Bölüm "Etik ve Hukuk"ta bu konuya ayrıntılı bir şekilde değineceğiz.)

Nesnellik ve Adillik

Gazetecilikte nesnellik kavramı, yaklaşık bir yüz yıl önce, o zamanın gazetelerinde yaygın olan sansasyonel ve taraflı yaklaşıma tepki olarak gelişmiştir. "Nesnellik" terimi başta bir gazetecilik yaklaşımı veya yöntemini tanımlamak için kullanılmıştır; bu tanıma göre gazetecilerin haberleri kişisel görüşlerini yansıtmadan veya bir kurumun tarafını tutmadan nesnel bir şekilde sunması gerekir.

Zaman içinde gazetecilerin kendilerinin de nesnel olması istenmiştir. Amerikan gazetesi

Washington Post'un genel yayın yönetmeni Leonard Downie bu kavramı o kadar ciddiye almıştır ki, oy kullanmayı bile reddetmiştir. Ancak bugün pek çok gazeteci tam bir nesnellüğün imkânsız olduğu görüşünü savunmaktadır. 1996 yılında ABD Profesyonel Gazeteciler Birliği "nesnellik" sözcüğünü görev ahlakı kurallarından çıkarmıştır. Sonuçta gazeteciler de insandır. İşlerini ciddiye alırlar ve onların da düşünceleri vardır. Tamamıyla nesnel olduklarını iddia etmeleri, hiçbir değer yargılarının olmadığı anlamına gelir. Oysa gazeteciler kendi düşüncelerinin bilincinde olmaları gerektiğini, bu yolla sürekli bu görüşlerini kontrol edebileceklerini büyük ölçüde kabul etmişlerdir. Okur/izleyici/dinleyici öyküden yola çıkarak gazetecinin görüşünün ne olduğunu anlayamamalıdır. Gazeteciler bilgileri doğrulamak için nesnel ve bilimsel bir yöntem kullanmak suretiyle kendi görüşlerini yansıtmayan öyküler aktarabilirler. Başka bir deyişle, öykünün kendisi tarafsız ve adil olmalıdır.

Gazeteciler aynı zamanda adil olmaya ve öyküleri tek taraflı anlatmamaya büyük özen göstermektedir. Karşıt görüşleri arar ve herhangi bir tarafı tutmadan bu görüşleri aktarırlar. Birden fazla gerçeği doğrulamanın yanı sıra, gerçeklerin zıtlaştığı noktalarda farklı görüşleri ararlar.

Ancak adillik ile denge aynı şey değildir. Denge, bir öyküde en az iki tarafın olması ve her iki tarafa da eşit ağırlık verilmesidir; ancak bu nadir rastlanan bir durumdur. Öykülerinde böyle yapay bir denge gözeten gazeteciler aslında temelde yanlış bir haber çıkarabilirler. Sözelimi, bağımsız ekonomistlerin büyük çoğunluğu belirli bir harcama politikasının sonuçları üstünde görüş birliğine varırken, daha küçük bir ekonomist grubu, eski deneyimlerinden yola çıkarak bu politikanın yanlış olduğunu, dolayısıyla farklı bir görüşü savunabilir. Her iki gruba da eşit yer ve zaman ayıran bir öykü, insanları yanlış yönlendirecektir.

Gazetecilerin önündeki zorluk, haberde yer alan tüm taraflar açısından adil bir şekilde görüşleri yansıtmak ve okur kitlesine tam ve dürüst bir tablo sunabilmektir. Muhabir ve blog yazarı Dan Gillmor, "Adillik, her şeyden önce farklı görüşleri dinleyip bunları gazeteciliğin içinde birleştirmektir" demektedir. "Adillik, gerçekler bütünüyle bir tarafı desteklerken, bazı gazetecilerin işe yaramaz bir eşitliği sağlamak kaygısıyla karşıt görüşleri de öyküye almak için yalanları veya çarpıtmaları tekrarlaması anlamına gelmemektedir."

Haber Tedarikçileri

Bütün dünyadaki gazeteciler bazı ortak özelliklere sahiptir. Hepsi de meraklı ve ısrarcıdır. Olayların neden gerçekleştiğini bilmek isterler ve hayır cevabını Kabul etmezler. Güçlü olan onları ürkütmez ve yaptıkları işi çok ciddiye alırlar. British Broadcasting Company (BBC) Radio 4'ün editörlerinden biri olan Kevin Marsh'e göre, iyi bir gazeteci "büyük hakikatleri sıkıca yakalama yeteneğine ve bu hakikatler gerçeklerle örtüşmediği takdirde elinden bırakabilme tevazusuna" sahiptir. Bir gazetecinin görevi zorluklarla doludur ve karmaşıktır. Washington Post Şirketi'nin merhum başkanı Philip Graham'ın belirttiği gibi, "Bir gazetecinin görevi, asla anlayamayacağımız bir dünyada, hiçbir zaman tamamlanmayacak olan bir tarihin ilk kabataslaklarını her hafta baştan

çıkarmak gibi imkansız bir işi yerine getirmektir."

Günümüzde gazeteciler tarihin hiçbir döneminde olmadığı kadar haber iletme araçlarına sahiptir; küçük yerel gazetelerden tutun da, dünya çapında yayın yapan televizyon kanalları ile çevrimiçi haber sitelerine kadar. Her bir medya kuruluşunun kendine özgü güçlü ve zayıf yönü vardır.

Çoğu ülkede genellikle, günlük gazeteler en büyük personele sahiptir ve yayın yapan medya ajanslarına kıyasla, daha geniş bir konu yelpazesini daha derinlikli bir şekilde sunmaktadır. Çevrimiçi haber siteleri de buna eklenince, pek çok gazete geleneksel günlük yayın programı sınırlamalarının üstesinden gelmeye başlamıştır. Ne var ki bu gazeteler büyük ölçüde okur-yazar ve varlıklı bir kitleye, yani okuma bilen ve gazete alan ya da gazeteyi İnternette okuyabilmek için gerekli bilgisayar erişimine sahip olan kişilere ulaşmaktadır.

Dünyadaki en yaygın haber kaynaklarından biri olan radyo hız ve kolay erişim avantajına sahiptir. Radyo gazetecileri haberlere hızla ulaşabilirler ve pilli radyosu olan herkes hemen hemen her yerde ve her zaman haberleri dinleyebilir. Radyo muhabirleri haberleri aktarırken kelimelerin yanı sıra ses tonlarını da kullanır; böylece dinleyiciler olayın gerçekten nasıl olduğunu onların seslerinden yola çıkarak hissedebilir. Radyo haberleri günde pek çok kez yayınlanır, dolayısıyla sıklıkla güncellenir. Ancak çoğu radyo istasyonu haber yayınına sınırlı bir zaman ayırır; bu da en büyük öykülerin yalnızca kısa bir özeti olarak kalır ve bir gazetenin sunduğu derinlik ve kapsam radyo haberlerinde yer almaz.

Televizyon haberleri ise hem ses hem de görüntü sayesinde izleyicilere sadece neler olduğunu anlatmakla kalmaz, aynı zamanda olanları gösterebilir. Televizyonun güçlü yönlerinden biri de duyguları izleyicilere taşıyıp deneyimleri onlarla paylaşabilmesidir. Daha küçük kameralar, dijital kurgu ve taşınabilir uydu bağlantısı gibi teknolojik gelişmeler televizyonun bir öyküyü yayınlamakta en az radyo kadar hızlı olmasını mümkün kılmıştır. Ancak görüntülere olan bağımlılık da olumsuzluk teşkil edebilir. Karmaşık öyküler bazen televizyon haberlerinde yer almaz; çünkü bu haberler görsel olarak cazip değildir.

Yakın zamanda, basım ve yayın haberlerinin geleneksel kategorileri arasında bir ayrım ortaya çıkmıştır. ABD'de ve diğer ülkelerde, pek çok haber kuruluşu artık İnternet de dâhil olmak üzere çeşitli ortamlarda haber üretebilmektedir. Sonsuz biçimde genişletilebilir olan İnternet, çevrimiçi haberler, basım ve yayın medyasının maruz kaldığı aynı yer ve zaman kısıtlamalarına tabi değildir. Haber siteleri daha fazla bilgi sunup bu bilgileri daha uzun süre yayınlatabilir. Ayrıca kullanıcıların en çok ilgilerini çeken haberleri aramalarına olanak sağlar.

Gazete, radyo ve televizyon istasyonlarına bağlı çevrimiçi haber siteleri, bağlı oldukları yerle fazlasıyla benzerlik gösterebilir. Bu siteler öykülerini fotoğraflarla destekleyebilir ve pek çoğu da öykülerin kısa videolarını ya da tam haber yayını sunabilir. Ayrıca abonelerinin daha sonra bakmak üzere dosyaları bir bilgisayara veya taşınabilir bir ortam oynatıcısına indirmelerini sağlamak için dosyaları İnternette yayınlamak suretiyle bir "podcast" versiyonu da sunabilirler. Bazı sitelerde bir öykü metnini okuyabilir veya yazarı okurken dinleyebilirsiniz. Haber kuruluşları

kendi Web log'larını (yaygın ve kısaltılmış deyişle "blog") yayınlayıp gazetecilere hazırlamakta oldukları öyküler ve haber odalarında verilen kararlarla ilgili çevrimiçi günlük tutma imkânı da sunmaktadır.

Sürekli bir değişim içinde olan bu haber dünyasında, pek çok gazeteci kendilerinden beklenen işi yapmak için başka becerilere de ihtiyaç duyduklarını fark etmektedir. Muhabirlerden gazete için kaynaklarla görüşme yapıp öykü yazmanın yanı sıra, İnternette kullanılmak üzere fotoğraf çekmeleri de beklenebilir. Editörlerden muhabirlerin taslaklarını kontrol etmenin ve manşet yazmanın yanı sıra, İnternette haber yayınlamaları da istenebilir. Fotoğrafçılar resim çekmenin yanı sıra hareketli görüntü çekmek, hatta resimlerini desteklemek için metin yazmak zorunda kalabilir. Pek çok haber kuruluşu, haber odalarında yeni görevlere soyunan gazetecilere eğitim sunmaktadır. Ayrıca gazetecilik eğitimi veren bazı eğitimciler, öğrencilerine ileride ihtiyaç duyabilecekleri çeşitli becerileri kazandırmak için artık "uyum müfredatı" adını verdikleri bir müfredatı uygulamaya koymuştur.

Ancak bütün bu yeni gerekliliklere rağmen, iyi gazeteciliğin özü değişmemiştir. Bill Kovach ve Tom Rosenstiel'in Gazeteciliği Esasları: Habercilerin Bilmesi ve Halkın Beklemesi Gerekenler adlı kitaplarında belirttikleri gibi, demokratik bir toplumda gazetecilerin hemfikir oldukları ve vatandaşların beklemeye hakkı olduğu hususlara dair açık ve net prensipler vardır:

- Gazeteciliğin ilk yükümlülüğü gerçek haberdur.
- Sadakatle bağlı olacağı ilk merci halktır.
- Özünde gerçeği teyit etme disiplini yatar.
- Bu mesleği icra edenler, konu aldıkları kişilerden veya olaylardan bağımsız kalmayı başarmalıdır.
- Gazetecilik, bağımsız ve yaptırımını olan bir gözlemci görevi görmelidir.
- Kamuoyuna açık bir eleştiri ve uzlaşma platformu sağlamalıdır.
- Önemli olanı ilginç ve alakalı kılmak için çabalamalıdır.
- Haberleri kapsamlı ve dengeli oranda tutmalıdır.
- Mesleği icra edenlerin kendi inisiyatiflerini kullanmalarına olanak tanınmalıdır.

Bu değerler, gazeteciliği diğer bütün iletişim biçimlerinden ayırmaktadır. Bu değerlere bağlı kalmak kolay değildir. Gazeteciler bu standartlardan taviz vermemek için hemen hemen her gün baskıyla karşılaşmaktadır. Ancak bu değerleri asla unutmamak, gazeteciliğin öncelikli işlevini yerine getirmesinin, yani vatandaşlara hayatları hakkında karar vermek için ihtiyaç duydukları bilgiyi sağlamasının en iyi yoludur.

HABER NASIL YAKALANIR?

İpuccu, Washington eyaletinde feribotlara konulan cankurtaran botlarının nasıl tedarik edildiğinin araştırılmasını öneren eski bir hükümet yetkilisinden e-posta yoluyla gelir. O sırada Seattle Times'ta çalışan muhabir Eric Nalder bu durumu araştırmaya karar verir. İlk olarak feribot sisteminin emniyetten sorumlu müdürünü arar; bu müdür işinde yenidir; ancak kendisinden önceki görevlinin adını ve adresini Nalder'a verir. Muhabir emekli müdüre telefon aracılığıyla ulaştınca, eski müdür cankurtaran botlarının yeterli miktarda olmadığını itiraf eder. İyi bir haberi ortaya çıkarmakla yetinmeyen Nalder için aslında iş yeni başlamaktadır.



Haberin tümünü öğrenebilmek için Nalder'ın, her feribotta bulunan cankurtaran botlarının adedini, her bir botun yolcu taşıma kapasitesini ve her bir feribotun taşıyabileceği maksimum yolcu adedini gösteren belgelere ihtiyacı vardı. Cankurtaran botlarının yetersizliğinin ne boyutta olduğunu belirlemek için elindeki verileri analiz etmesi gerekiyordu. Ayrıca feribotlarda yolculuk ederek yolcu ve personelle konuşmak istedi. Ancak bütün bu işlemlerden sonra gaztede baş sayfaya layık haberini yazmaya hazırды; bu haber sayesinde eyaletteki feribotlarda yalnızca yedi kişiden birini kurtarmaya yetecek kadar cankurtaran botu olduğunu ortaya çıkıttı.

Habercilik, gerçekleri toplayıp doğruluklarını kontrol etmeyi kapsayan meşakkatli bir süreçtir. Gazeteciler bazen haberlere bizzat tanık olur; ancak genellikle ayrıntıları olayı doğrudan yaşamış insanlardan veya konunun uzmanlarından öğrenirler. Bu bilgi ek kaynaklarla desteklenip pekiştirilerek devlet kayıtları, raporları veya arşivlerindeki belgesel delillerle karşılaştırılır.

Bir gazetecinin topladığı bilgi genel olarak 5N ve 1K olarak bilinen sorulara cevap vermelidir. Bu sorular ne, nerede, ne zaman, neden, nasıl ve kim'dir. Haberin karmaşıklığına bağlı olarak, bir muhabir bu soruları birkaç farklı şekilde sorabilir.

KİM:

- Bu haberde kim(ler) yer alıyor?
- Bu haberden kim(ler) etkileniyor?
- Bu haberi en iyi anlatacak kişi kimdir?

- Bu haberde kim(ler) eksik? Bu konuda en çok kim bilgi sahibi?
- Bu haberde kim(ler) çatışma içinde? Ortak bir yönleri var mı?
- Bu konu hakkında başka kiminle konuşmalıyım?

NE:

- Ne oldu?
- Bu haberin ana fikri nedir? Gerçekte ne söylemeye çalışıyorum?
- Bu haberi anlamak için okur/izleyici veya dinleyicinin neyi bilmesi gerekiyor?
- Beni şaşırtan nedir? Öğrendiğim en önemli gerçek nedir?
- Bu konunun geçmişi nedir? Daha sonra ne olacak?
- İnsanlar bu konuda ne yapabilir?

NEREDE:

- Olay nerede gerçekleşti?
- Haberin tamamını elde etmek için başka nerelere gitmeliyim?
- Bu haberin bir sonraki durağı neresi? Nasıl son bulacak?

NE ZAMAN:

- Olay ne zaman gerçekleşti?
- Bu haberin dönüm noktaları ne zaman gerçekleşti?
- Bu haberi ne zaman bildirmeliyim?

NEDEN:

- Bu olay neden gerçekleşiyor? Bu olay kendi başına bir vaka mı yoksa bir eğilimin parçası mı?
- İnsanlar neden bu şekilde davranıyorlar? Onları bu şekilde davranmaya iten nedenler nelerdir?
- Bu haber neden önemli? Bir insan bu haberi neden izlesin/okusun/dinlesin?
- Bu haberin doğru olduğundan neden eminim?

NASIL:

- Olay nasıl gerçekleşti?
- Gerçekleşen olay yüzünden işler nasıl farklı olacak?
- Bu haber okur/dinleyici veya izleyiciye nasıl yardımcı olacak? Toplum?
- Bu bilgiyi nasıl edindim? Atıf açık mı?

- Bir insan bu haberi bir başkasına nasıl anlatır?

Pek çok muhabir bir haberde bütün önemli öğeleri kapsayabilmek için buna benzer zihinsel kontrol listesi kullanır.

Gözlem

Olay yerinde gözlem iyi haberciliğin temellerinden biridir. Gazeteciler olayları mümkün olduğunca her zaman kendileri gözlemlemek isterler; böylece olayları hedef kitlelerine doğru biçimde anlatabilirler. İyi muhabirler olay yerinde bütün duyularını kullanırlar. Haberi izler, dinler, koklar, hatta haberin tadına bakıp olayı hissederler, böylece bunların tümünü seslendikleri kitle de yapabilir.

Bu işi usturuflu bir biçimde yerine getirmek için gazeteciler gözlemlerini doğru biçimde kaydetmelidir. Basılı yayında bir muhabir işini bir defter ve kalemle yapabilir; ancak pek çoğu özellikle çevrimiçi bir yayın için haber dosyalamak zorundaysa, yanında ses kayıt cihazı ve kamera da bulundurur. Gazeteciler radyo için, sesi, televizyon için ise hem sesi hem de görüntüyü kaydetmek zorundadır.

Kayıt cihazı kullanmak, kullanabileceğiniz alıntıların doğru biçimde alınmasının en emniyetli yollarından biridir. Ancak elektronik cihazların bozulduğu bir gerçektir; dolayısıyla bütün gazetecilerin not tutma becerilerini geliştirmeleri önemlidir. İşte deneyimli muhabirlerden not tutmaya ilişkin birkaç ipucu:

- Olgu, ayrıntı, düşünce ve fikirleri not alın. Neyin ne olduğunu, nereden geldiğini belirgin biçimde yazın.
- Birbiriyle ilişkisi olan yer, olay ve öğeleri şekillerle belirtin.
- İsim, unvan ve irtibat bilgilerini daima doğru biçimde yazın. Kişinin yaşını doğru almak için doğum tarihi ve yılını sorun.
- Röportajın/görüşmenin temel kurallarını deftere yazın.
- Defter sayfasını iyice doldurup karmaşıktırmayın. Açıklayıcı notlar için boşluk bırakın.
- Defter kabının iç kısımlarını daha sonra soracağınız soruları yazmak için boş bırakın.
- Notları mümkün olduğunca çabuk açıklayın.

Pek çok muhabir belirli kelimeleri kendi yöntemleriyle kısaltarak yazar ve daha hızlı not tutabilir. Daha sonra tuttukları notları genişletip daha ileride karmaşaya yol açmaması için kısaltmaları açarlar. Ayrıca öğrendikleri en önemli bilgiyi, haberde kullanabilecekleri güzel alıntıları, takip etmek veya doğruluğunu kontrol etmek istedikleri her şeyi, ve hâlâ cevaplanması gereken soruları da işaretlerler.

Bunun söylenmesine gerek bile olmadığı düşünülebilir; ancak muhabirler bir haber üstünde çalışmaya başlamadan önce ihtiyaç duydukları araçları hazır bulundurmalıdır. Bunlar defter, kalem, teyp veya dijital kayıt cihazı ve yeni pillerdir. Bir olay yerine varıp da kameranızda film veya teyp olmadığını fark etmekten ya da cebinizde mürekkebi bitmiş bir kalem bulmaktan daha utanç verici bir şey olamaz. Günümüzde gazeteciler yanlarında ek araçlar da bulundurmaktadır: Bir mobil telefon ya da dizüstü bilgisayar gibi. Diğer basit birkaç araç da işe yarayabilir. Bir sonraki boş sayfayı işaretlemek için defterinizin arasına plastik bir bant koymanız, o sayfayı bulmanızı daha da kolaylaştırır. Plastik bir çanta yağmur yağdığında defterinizi korur; sayfalar kuru kalır ve kaleminizin mürekkebi de akmaz. Olay yerine çok yaklaşmadığınız durumlarda, küçük bir dürbün olup biteni görmenizi sağlar. Bir hesap makinesi bir uçağın taşıdığı yakıt tonunu hitap ettiğiniz kitlenin aşına olduğu terimlere dönüştürmenizi, örneğin bu durumda litre veya galona dönüştürmenizi sağlar.

Araştırma

Gazeteciler bir haberde yer vermeyecekleri kadar çok bilgi toplama eğilimindedir; ancak bu bilgiler ele aldıkları olay veya meseleyi daha iyi anlamalarını sağlar. Bir habere daha derin bir anlam kazandırmak için haberin arka planı hakkında bilgi vermek kimi zaman çok önemlidir. Sözelimi, Eric Nalder cankurtaran botları hakkındaki haberinde Ocak ayında feribotların bir kişiyi yarım saatte öldürebilecek kadar soğuk olan sulardan geçtiği bilgisine yer vermiştir. Bu bilgi az sayıda cankurtaran botu olmasının neden önemli olduğunu daha iyi açıklamaktadır. İşte bu tür bir bilgi, muhabirler bir haberle ilgili araştırma yaparken veya haber odasından çıktıkları sırada akıllarına sorular geldiğinde aradıkları bilginin ta kendisidir.

Bilgisayar ve İnternet sayesinde, gazeteciler günümüzde her zamankinden daha fazla araştırma aracına sahiptir. Bu araçların çoğu bu işte kullanılan temel araçların yüksek teknolojiyle donatılmış versiyonlarıdır: Dizinler, yıllıklar, ansiklopediler ve haritalar gibi. Diğerleri ise İnternet gelmeden önce bulunması daha zor olan, bir kütüphaneye veya devlet dairesine gitmenizi gerektiren veri tabanları ve kayıtlardır. Ancak geri kalan diğer araçlar, İnternet henüz bu kadar yaygın değilken çoğu kişinin hayal bile etmediği kaynaklardır: Arama motorları, blog'lar, sohbet odaları ve e-posta listeleri gibi. Bir haber hakkında bilgi toplayan gazeteciler için tüm bu kaynaklar yararlıdır. Ancak en temel araştırma kaynaklarından biri yüz yıldır hâlâ değişmemiştir: Haber kuruluşunun daha önce basılıp yayınlanmış haberlerinden oluşan kendi kütüphanesi. Bu "klip"ler ister evrak çekmecelerinde ister bilgisayar dosyalarında bulunsun, yine de bütün öyküler için yararlı bir başlangıç noktasıdır. Pek çok gazeteci ayrıca belirli konular hakkında sakladıkları kendi özel "klip dosyası"na sahiptir.

Diyelim ki komşu ülkenin eski devlet başkanı vefat etti. Bu haberi yazmakla görevli muhabirin bazı temel gerçekleri bilmesi gerekmektedir: Başkanın yaşı, ölüm nedeni, nerede ve ne zaman öldüğü gibi. Ancak gazeteci ayrıca başkanın zamanında ülkenin durumu ve onun başkanlığından beri ülkenin nasıl değiştiğiyle ilgili bilgileri de edinmek zorundadır. İlk adım, haber odasının arşivinde veya İnternette önceki haber raporlarına başvurmak olacaktır. Bu raporlarda eski başkana yakın

biri, dolayısıyla muhabirin röportaj isteğinde bulunabileceği bir kişinin adı yer alabilir. Muhabir röportajdan önce bu kişiyle ilgili bilgi de edinmek isteyecek ve belki de eski başkanın arkadaşının bütün mektuplarını sakladığını, bu mektuplarda ise şaşırtıcı yeni bilgilerin yer aldığını öğrenecektir.

Bir araştırma yapmaksızın röportaj yapmak, haritaya bakmadan yabancı bir yerde araba kullanmaya benzer. İstedığınız yere gidebilirsiniz; ancak yol boyunca bir virajı kaçırma olasılığınız da o kadar çoktur.

Kaynaklar

Muhabirler yeni haberler bildirirken birincil ve ikincil kaynakların her ikisini de kullanırlar. Birincil kaynak, bir olay veya konu ile doğrudan ilgisi olan bir kişiyle yapılan röportaj ya da bu konuyla ilgili özgün bir belge olabilir. Bir görgü tanığı olarak gazetecinin kendisi de birincil kaynak sayılabilir. Özgün bir belgeye dayanılarak yazılmış bir rapor ise ikincil kaynak olabilir. Sözelimi, bir yangın durumunda, evi yanan biri birincil kaynak olacaktır. Aynı şekilde yangını söndüren bir itfaiye memuru da birincil kaynaktır. Ancak ertesi gün itfaiye teşkilatının yaptığı bir basın açıklaması ikincil kaynak olacaktır.

Bir haber hakkında araştırma yaparken muhabirlerin unutmaması gereken temel kurallardan biri şudur: Tek bir kaynak, ihtiyaç duydukları bütün bilgiyi onlara sağlamayacaktır. Eski başkan örneğinde, muhabirin danıştığı her iki kaynak onu başka bir kaynağa yönlendirecektir. Kimi zaman, bir kaynak ötekiyle çatışabilir. Uyuşmazlıkları ortadan kaldırmak için muhabirler delillerin ağırlıklı olarak nerede olduğunu görmek veya hangi versiyonun doğru olduğuna karar vermek için belge gibi özgün kaynakları aramak zorunda kalabilirler. İkincil kaynaklar, birincil kaynaklardan elde edilen bilgileri teyit etmede kullanılacak en yararlı yöntemdir.

Bir haberle ilgili ayrıntılı araştırma yaparken hangi kaynakları kullanırsanız kullanın, kaynağın geçerliliğini veya güvenilirliğini göz önünde bulundurmanız son derece önemlidir. Günümüzde herkes profesyonel görünümlü bir Web sitesi tasarlayabilir ya da güvenilir gibi görünen ama aslında yanlış bilgiler içeren bir e-posta adresi açabilir. Bir bilgiye İnternet üstünden erişmeniz, bu bilginin doğru olacağı anlamına gelmez. Gazeteciler bir haberin kullanılıp kullanılmayacağına karar vermek için bütün bilgi kaynaklarının doğruluğunu kanıtlamak zorundadır.

Bir haber için ne tür kaynakların kullanılacağına karar vermek bir gazetecinin işinin büyük bir parçasıdır. İşte size haberiniz için doğru veya en iyi kaynağı seçip seçmediğinizi değerlendirmenizde yardımcı olacak birkaç yararlı soru:

- Bu kaynak kişi bildiklerini nerden biliyor? (Bu kişi bu şeyleri bilebileceği kişisel veya mesleki bir pozisyonda mı?)
- Bu bilgiyi öteki kaynaklar ya da belgeler aracılığıyla nasıl teyit edebilirim?
- Kaynağımın bakış açısı olayı ne kadar temsil ediyor? (Bu kişi aralarında şahsi bir sorun olduğu için ev sahibi hakkında yüksek sesle şikâyet bildiren tek kişi mi? Yoksa bu kişi ciddi ve haklı sorunları olan bir grup kiracının içinde fikirlerini en açık biçimde belirten kişi mi?)

- Bu kaynak geçmişte güvenilir ve inandırıcı olmuş mu?
- Bu kaynağı yalnızca kolay bir yol olduğu veya buradan kullanabileceğim bir şeyi elde edebileceğimi bildiğim için mi kullanıyorum?
- Kaynağı bu bilgiyi vermeye iten nedir? (Bu kişi kendini iyi veya patronunu kötü göstermeye mi çalışıyor? Neden benimle konuşuyor?)

Bir haber için yararlı bir kaynak bulduğunuzda, bu kişiyle uzun vadede irtibat halinde olmanız iyi bir fikirdir. Her kaynaktan mümkün olduğunca çok irtibat bilgisi edinin; yalnızca ofis adresi ve telefon numarası almakla kalmayın, aynı zamanda cep ve ev telefonunu, e-posta adresini de alın. İyi muhabirler kaynakları üstünde düzenli olarak "çalışır", ilginç bir gelişmenin olup olmadığını öğrenmek için onlarla irtibat halinde olur. Kaynakların size ulaşmasını da kolaylaştırın; bir öykü üstünde çalışırken karşılaştığınız herkese iş kartınızı verin.

Sekreter ve kâtipler de dâhil olmak üzere, bilgi erişimi olan herkes bir gazeteci için yararlı bir kaynak olabilir. Bu kişiler gazeteciye belgelerin nüshalarını sağlayabilir ve belirli bir konuda en çok kimin bilgi sahibi olduğunu genellikle bilirler. Kaynak kişilere saygıyla yaklaşan bir muhabir, sözgelimi kendisine kaynaklık yapan sekreterin müdürü ile röportaj yapma talebinde bulunduğu anda, talebi daha çabuk kabul edilir.

Röportajlar / Görüşmeler

Amerikalı röportajcı Kristin Gilger "İyi bir haber ve yazının temelinde iyi bir röportaj yatar," demektedir. Röportaj/Görüşme, bir kaynağın bir muhabirle konuşma sırasında paylaştığı bilgi, düşünce veya deneyim olarak tanımlanmaktadır. Bir röportajı sıradan bir sohbetten biraz farklı kılan unsur, sorgulamanın yönünü muhabirin belirlemesidir.

Bir röportaj hazırlamak her zaman kolay değildir. Özellikle haber tartışmalı ise, insanlar bir gazeteci ile konuşmak istemeyebilirler. Devlet yetkilileri söz konusu olduğunda, halkın yetkililerin neler yaptığını bilmeye haklarının olduğu bir yerden başlayın. Deneyimli muhabirler, kişilerin gösterebilecekleri mazeret ve engelleri tahmin ederek en gönülsüz yetkilileri bile röportaj vermeye ikna edebilmektedir.

• Bu kişilerin zamanları yoktur.

Muhabir ise konuşmak istediği insana kendisi için en uygun yer ve zamanda buluşmayı önerebilir. İstenen zamanı sınırlamak da bu konuda faydalı olabilir.

• İlgili kişi haberin kendisini kötü göstereceğini düşünerek röportajdan korkar.

İnsanlara saygıyla yaklaşmanız ve kendileriyle neden konuşmak istediğinizi açık bir şekilde belirtmeniz kaynakların daha az endişelenmesini sağlayacaktır.

• Ne söyleyeceklerini bilmezler.

Muhabirler bir haberde neden özellikle bir kişinin görüşüne yer vermek gerektiğini açıkça söylemelidir.

- **Yetkililere ulaşmak zordur.**

Muhabirler röportaj yapmak istedikleri kişiye ulaşmak için genellikle sekreter veya halkla ilişkiler yetkilisini aşmak zorundadırlar. Eğer isteklerinin yetkiliye iletilmediğinden şüphelenirlerse, bazı muhabirler kaynağa ulaşma çabasıyla kendisine bir mektup yazar ya da öğle yemeği veya iş saati dışında kişiyi ararlar.

Röportajı sağlama alıp kişi ve konuyla ilgili araştırma yaptığınızda bile hâlâ yapmanız gereken hazırlıklar olur. Çoğu muhabir bir soru veya konu listesi çıkarır; bu listeleri yanlarına alabilir; ama soru ya da konuları görüşme sırasında listeden okumazlar. Bunu yerine, yalnızca görüşmenin sonuna doğru önemli bir şey unutup unutmadıklarından emin olmak için listeye başvururlar. Listede ayrıca kaynaktan almak istedikleri bilgi, belge veya fotoğraflar da yer alır.

Sorular bir röportajın bel kemiğidir. Sorular, geminin doğru rotada yol almasını sağlayan dümendir. İyi soruların karşılığında beklenmedik cevaplar, zengin bilgiler ve sürprizlerle ödüllendirilebilirsiniz. Vasat veya kötü sorular ise, kendinize bu kişiyle görüşme yapma zahmetine neden girdiğinizi sormanıza neden olabilir. Fazlasıyla özel olan sorular ise sizi yanlış yollarda iz sürmeye itebilir.

Bir röportajın ilk sorusu çok önemlidir; çünkü bu soru bir sonraki soruya yol hazırlar. Pek çok gazeteci röportaja kaynağı rahatlatan bir "ortamı yumuşatıcı" bir soruyla başlamaktan hoşlanır. Bu soru, kaynağın rahat cevaplayacağı bir sorudur. Hatta bu sorunun orada bulunma nedeninizle hiçbir alakası olmayabilir. Ancak bu soru kaynakla aranızda itimat kurulmasını, dolayısıyla kaynakla aranızda bir güven ve açıklık duygusu oluşmasını sağlar.

Çoğu zaman, en iyi sorular bir evet veya hayırla cevaplanamayan, açık uçlu sorulardır. Ayrıca bir yargı bildirmeyen, muhabirin bakış açısını içermeyen sorulardır. Bu, "Bu konuda ne düşünüyorsunuz?" ile "Ne düşünebilirdiniz ki!" arasındaki farktır. İyi sorular sormanın yanı sıra, sessiz olup görüşme yaptığınız kişinin konuşmasına müsaade etmek de önemlidir. İyi gazeteciler iyi dinleyicilerdir ve genellikle en önemli bilgiyi sessiz kalarak edinirler. Duyduklarınız, daha önce aklınıza gelmeyen soruları sormanızı da sağlayabilir.

Washington D.C. Ulusal Halk Radyosu'nda çalışan Robert Siegel, Papa John Paul II'nin Roma'da bir Türk tarafından vurulmasından sonra bir Türk diplomatıyla yaptığı röportajın hikâyesini anlatır. İlk sorusu şudur: "Mehmet Ali Ağca adındaki bu adam hakkında herhangi bir şey biliyor musunuz; İtalya'nın neresinde yaşamış, ne yapmış, İtalyanlar ona ne tür bir vize vermiş?" Bütün sorulara hayır cevabı alır. Birkaç denemeden sonra Siegel durur, artık pes etmek üzeredir. Diplomat ise sessizliği şu sözlerle bozar: "Bu kişinin büyük gazetelerimizden birinin editörüne suikast düzenledikten sonra hapisten kaçan Türkiye'nin en ünlü hükümlü katili olması dışında hiçbir şey bilmiyorum." Siegel son derece dar kapsamlı sorularla iyi bir haberi kaçırdığını söylemektedir. "Bana bu adamdan bahsedin," demenin röportaja başlamak için daha iyi bir yol olduğunu kabul etmektedir.

Muhabirler görüşmeleri yüz yüze, telefonla, çevrimiçi, e-posta ya da anlık ileti yoluyla yapabilirler. Her yaklaşımın kendine özgü avantaj ve dezavantajları vardır. Yüz yüze yapılan görüşmeler

muhabire kişi hakkında daha tamamlayıcı bir duygu verir. Duvarda ne tür fotoğraflar var? Masa dağınık mı, düzenli mi? Kitaplıkta ne tür kitaplar var? Kişiyle yüz yüze görüşmek muhabirin ayrıca tavırlarına bakarak kaynağın güvenilirliği hakkında yargıya varmasını sağlar. Kaynak huzursuz mu, rahat mı? Muhabirin gözlerine bakabiliyor mu?

ABD'de bir gazetecilik okulu olan Poynter Enstitüsü'nün yazı atölyeleri müdürü Christopher (Chip) Scanlan, kanserden eşini kaybeden bir kadınla yaptığı röportajın hikâyesini anlatır. Kadın Scanlan'a evi gezdirir, yatak odasına geldiklerinde, "Şey, her gece yastığa kocamın kolonyasından biraz döküyorum, o zaman hâlâ yanımda olduğunu hissedebiliyorum," der. Bu, okurun koklayıp hissedebileceği, aynı zamanda Scanlan'ın telefonda veya İnternet üstünde yaptığı görüşmede asla öğrenemeyeceği bir ayrıntıdır.

Telefonda yapılan görüşmeler daha az zaman alır, bazı muhabirler de kaynakla göz temasını sürdürmek zorunda kalmaksızın iyi not alabildikleri için bu yöntemi daha kolay bulur. Hatta notlarını bilgisayara geçirebilirler. E-posta ile yapılan görüşmeler uzak yerlerdeki insanlara ulaşmak açısından yararlı bir yöntemdir; ancak muhabir söylenenleri "gerçek zamanlı" olarak dinleyip takip edemez. İnternet yoluyla yapılan anlık ileti aracılığıyla görüşme, telefon görüşmesine daha çok benzemektedir. Fakat her iki çevrimiçi yöntem de aynı soruyu gündeme getirmektedir: Cevapları gerçekten gerçek kaynak mı gönderiyordur?

Bu kaygılar nedeniyle Norfolk, Virginia'daki The Virginian-Pilot gazetesi çevrimiçi görüşmeler için şu haber odası politikasını oluşturmuştur: "Elektronik iletişim araçlarıyla görüşme yaparken, iletişimin gerçek olmasını sağlayacağız; zira sahte İnternet adresi almak ya da başka birinin adıyla hesap açmak kolaydır. İnternet bir haber ajansı [Reuters veya Associated Press] gibi denetlenememektedir; her yerden aldaticı bilgiler gelebilir."

E-posta ya da diğer çevrimiçi iletişim türlerini kullanan muhabirler, başka herhangi bir iletişim türünde izledikleri talimatların aynısını bunlarda da izlemelidir. Gazeteci olduklarını belirtmeli ve hangi bilgiyi neden aradıklarını söylemelidir. Öteki bilgi kaynaklarına uyguladıkları hızlı kontrol ve düşünme becerilerini çevrimiçi görüşme yöntemlerine de uygulamalıdır.

Bir görüşmeyi nasıl yürütürlerse yürütsünler, muhabirlerin genellikle en sona sakladıkları soruları vardır. Öncelikle, söylenenleri doğru olarak duyduklarından emin olmak için görüşmeyi özetleyebilirler. Daha sonra görüşme yaptıkları kişinin eklemek istediği bir şeyin olup olmadığını sorarlar. Ayrıca, özellikle iş saatlerinden sonra kişiyle tekrar irtibata geçmenin en iyi yolunu da sorup kendilerine zaman ayırdığı için kişiye teşekkür ederler. Pek çok gazetecinin görüşme yaptıkları bütün insanlara sordukları tek bir son sorusu vardır: "Bu konu hakkında başka kiminle konuşabilirim?"

Temel Kurallar

Çoğu görüşme "kaydedilir", dolayısıyla muhabir söylenen her şeyi kullanıp bunları doğruca görüşme yaptığı kişiye atfedebilir. Kaynağın bunu bilmesi önemlidir; özellikle muhabir gazete veya televizyon haberlerinde çıkmaya alışkın olmayan sıradan kişilerle görüşme yapmışsa.

Bilgi kaydedilmeyecekse, muhabir ve kaynak kişi bilginin hangi şartlar altında kullanılacağı hakkında önceden görüş birliğine varmalıdır. "Arka planda" veya "atıfsız" yapılan bir görüşme, genellikle bilginin bir haberde kullanılabileceği, kaynak kişinin sözlerinden doğrudan alıntı yapılabileceği; ancak kişinin adının verilmeyeceği anlamına gelir. Ne var ki, kaynak kişi ve gazeteci kullanılacak tanım hakkında görüş birliğine vardığı sürece, kaynak kişinin kimliği genel bir şekilde verilebilir; sözgelimi, "bir dışişleri bakanlığı yetkilisi" veya "bir şirket mühendisi" gibi.

Pek çok haber kuruluşu anonim kaynakların kullanımıyla ilgili politikalar benimsemiştir. Sözgelimi, New York Times gazetesi bu konuda şöyle bir tutum benimsemiştir: "Gazete, güvenilir ve haber değeri taşıyan bir bilgiyi başka türlü yayınlamayacağı durumlarda, kimliği belirtilmeyen kaynakları kullanır. Bu tür kaynakları kullandığımızda, hem okurlarımızı bilginin güvenilirliği konusunda ikna etmek hem de kaynağı bu bilgiyi vermeye iten nedeni açıklamak yükümlülüğünü kabul ederiz." Muhabirler arka plan görüşme yapmayı kabul etmekte aceleci davranmamalıdır; çünkü kaynak kişiler bilgilerin kaynağı olarak gösterilemeyeceklerini bildikleri için bazen bunu kişisel ya da partizan saldırı olarak kullanmaya çalışırlar. Ayrıca isimsiz bir kaynak kullanıldığında, okuyucunun bilginin inanılabilirliğini değerlendirmesi daha zorlaşır.

Ancak muhabirlerin bilgileri arka plan olarak edinmek zorunlu olduğu zamanlar vardır; çünkü kaynak ancak bu şekilde konuşmayı kabul etmektedir. Diğerlerinin bir muhabirle konuştuğunu öğrenmesi durumunda can güvenliğinden endişe eden bir kaynak kişi, bilgiyi ancak arka plan vermeyi kabul edebilir. Arka plan şeklinde verilmiş bilgiyi kabul edip kullanmaya karar vermeniz açısından size yardımcı olabilecek bazı talimatlar aşağıda belirtilmiştir:

- Haber kamuoyunda çok ses getiren bir gündem konusudur.
- Bilgiyi kaydederek almanın hiçbir yolu yoktur.
- Kaynak gerçeği bilebilecek bir pozisyondadır.
- Siz (haberinizde) kaynağın adını vermemesinin nedenini açıklamaya razısınız.

Bazı başkentlerde, devlet yetkilileri muhabirlerle arka plan ve "derin arka plan" şeklinde görüşme yaparlar; yani bilgi kullanılabilir; ancak doğrudan alıntı yapılamaz ve kaynak kişinin adı verilmez. Muhabir, yalnızca yetkililerin şöyle sandığı düşünülüyor şeklinde yazabilir. "Kayıt dışı" sunulan bilgi ise hiç kullanılamaz; dolayısıyla çoğu muhabir kaynak kişi haber için çok önemli olmadığı ve başka seçeneği kalmadığı sürece bu düzenlemeye karşı çıkar. Kayıtsız bilgi başka bir kaynağa tekrar bile edilemez; ancak muhabirlere izini sürmeye değer bir haberin ipucunu verebilir.

Düzenleme ne olursa olsun, görüşmeden önce her iki tarafın da temel kuralları anlayıp kabul etmesi muhabire bağlıdır. Kimi zaman, kaynak kişiler muhabire önemli bir şey söyleyip "Ama bunu kullanamazsınız elbette," diyerek görüşmenin ortasında kuralları değiştirmeye çalışabilir. Kuralları başta söyleyip görüşmeye başlamadan önce, farklı bir anlaşmaya varılmadığı sürece bilgi saklamamayı kabul etmemek yararlıdır.

Gazeteciler ayrıca kaynağın kimliğini korumak için ne kadar ileri gideceklerini açıkça söylemelidir. Bazı yargı kurumlarında, gazeteciler bir mahkeme davasında gizli bir kaynağın kimliğini açıklamayı reddettikleri takdirde hapse girme riskiyle karşı karşıya kalabilirler. Eğer gazeteci bir kaynağı korumak için hapse girmeye razı değilse, bunu söylemelidir.

Bazı muhabirler kayıt dışı bilgiyi kayda alma konusunda gayet ustadır. Eric Nalder bunlardan biridir. Kaydedilmeyen bir görüşme sona erdiğinde, Nalder son derece zararsız bir alıntıyı okuyup "Bunu kayıta neden söyleyemiyorsunuz?" diye sorar. Kaynak kişi kabul edince, Nalder tekrar notlarını karıştırır, kişinin söylediklerini tekrar okuyup kullanmak için onay alır. Nalder, bir keresinde bütün bir görüşmeyi kayıtsızdan kayıtlıya dönüştürdüğünü söylemektedir. Bu biraz da, Nalder söylenenleri tekrar okuduktan sonra kaynağın artık onun dürüstlüğüne güvenmesinden ileri gelmektedir.

Gazetecilerin anlaması gereken önemli bir başka temel kural ise, bir kaynak tarafından sağlanan bilgiye "ambargo" uygulamasıdır. Ambargo, bilginin belirli bir zamana kadar kullanılmaması şartıyla sağlandığı anlamına gelmektedir. Yeni bir politika açıklamayı planlayan bir devlet kurumu, birkaç saat hatta bir gün önceden gazetecilere yazılı bir özet verebilir. Böylece, söz konusu politika basın toplantısı ile resmen açıklanmadan önce muhabirlere bilgiyi sindirmesi için zaman verilir. Bir bilgiyi ambargo altında kullanmayı kabul eden muhabirler, haber belirlenen zamandan önce kamuoyunda yer almadığı sürece bilgiyi belirlenen zamana dek gizli tutmak zorundadırlar.

Bilgiyi Doğru Almak

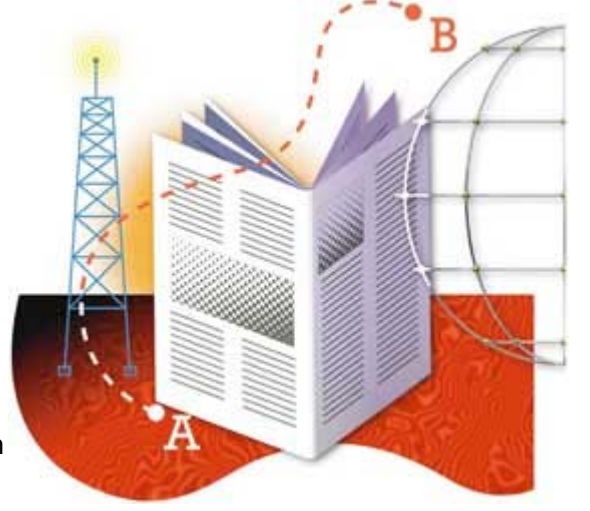
İnanılabilirlik, bir gazetecinin en önemli varlığıdır; doğruluk ise bunu korumanın en iyi yoludur. Muhabirler doğruluğu sağlamak için, bir haber yazısı ile ilgili topladıkları bütün bilgileri iki kez kontrol etmelidir. Muhabirler hata yapabilir; ama bu hatalar çok nadir olmalıdır. Bir Amerikan gazetesi olan Portland'ın Oregonian'ı kendi hataları üstünde çalışmış, editörler bu hataların genel olarak üç nedenden kaynaklandığı sonucuna varmışlardır:

- Hafızaya bağlı çalışmak;
- Tahminde bulunmak;
- İkincil kaynaklarla çalışmak.

4. Bölüm'de ("Düzeltilme") bu konuya ayrıntılı bir şekilde değineceğiz. Ancak muhabirler, haber kuruluşunun hatalar karşısında ön safaya çıkardıkları savunma oyuncularındır. Mükemmel notlar alan ve bu notlara sık sık başvuran, mümkün olduğunda daima birincil kaynakları arayan muhabirler, Amerikalı yayıncı merhum Joseph Pulitzer'in şu üç gazetecilik kuralına uymakta ötekilerden daha iyidirler: "Doğruluk, doğruluk, doğruluk."

KONU NASIL ANLATILIR?

Bütün haber konuları gerçeklerden, gözlemlerden, alıntılardan ve ayrıntılardan oluşur. Muhabirlerin elinde daima kullanabileceklerinden daha fazla malzeme bulunur; bütün bu bilgiyi toplamak için canlarını dişlerine taktıklarından, bu bilgileri mümkün olduğunca çoğunu kullanmak isterler. Ancak birbirine uyacak bütün gerçekleri bir araya sıkıştırmak, nadiren iyi anlatılmış ve



okur kitlesini kendine kilitleyen bir öyküyle sonuçlanır. Fazlasıyla bilgi doldurulmuş haberleri anlamak daha zordur. Her şeyi açıklama çabasında olan bir muhabir yalnızca okur kitlesinin kafasını karıştırmakta başarılı olabilir. Üstelik bu kadar geniş yere yalnızca gazeteler sahiptir, radyo ve televizyonlardaki haber programları sadece kendilerine ayrılan süreye, okur, dinleyici ve izleyicilerse yalnızca haberleri izlemeye yetecek kadar zaman ve dikkate sahiptir.

İyi gazetecilikte seçim söz konusudur, her şeyi bir araya sıkıştırmak değil. Muhabirler bir öyküde yer verilmesi gereken en önemli şeyin ne olduğuna ve bu bilgiyi hangi sırayla koyacağına karar vermek için haber değerlendirme tekniğini kullanmalıdır. Pek çok muhabir için bir öyküyü anlatmanın en zor kısmı, neleri çıkaracağına karar verme sürecidir. Bu kararları vermenin bir yolu, haber için odak noktası da denen temel bir nokta seçmektir.

Odak Noktası

Bir haberin odak noktası temelde "Haber ne hakkında?" sorusuna cevap verir. Poynter Enstitüsü yazı dersi öğretim görevlisi Chip Scanlan bunun için beş ayrı soru daha önermektedir:

- Haber nedir?
- Konu nedir?
- İmaj nedir?
- Bunu altı sözcükle nasıl söyleyebilirim?
- Peki, durum nedir?

Hızla yayılan bir yangın haberi üstünde çalıştığınızı düşünün. Bütün gün dışarıda insanlarla konuşup hasarı gözlemlediniz. Şimdi yazmaya başlamadan önce haberinizin odak noktasını belirlemelisiniz. İşte size odak noktasını belirlemeniz için Scanlan'ın sorularını kullanma fırsatı:

- **Haber nedir?**

Şehrin doğusundaki dağlık bölgede çıkan yangında iki ev hasar gördü ancak kimse yaralanmadı ve şehirdeki iş bölgesi yangından korundu.

- **Konu nedir?**

İki aile evsiz kaldı ancak hayatta olduklarına şükreliyorlar.

- **İmaj nedir?**

Aile bireyleri enkazından dumanlar yükselen evlerinin yanında birbirleriyle kucaklaşıyor.

- **Bunu altı veya daha az sözcükle nasıl söyleyebilirim?**

Yangın evleri yıktı ama moraller ayakta.

- **Peki, durum nedir?**

Tehlikeli bir yangının yol açabileceği mal kaybı sınırlandırıldı.

Bu haberi yazan muhabir artık haberin evlerini kaybeden ailelerle devam edeceğini biliyor. Haberin başında herkes hayatta olduğu için şükreden bir aile bireyinin sözlerini kullanacak, ayrıca mal kaybı hakkında genel bilgi verecek. Muhabir artık iş bölgesine müdahalede bulunan itfaiye şirketlerinin sayısı hakkında topladığı bilgiyi haberden çıkarabileceğini ama yine de itfaiye şefinin sözlerinden bir alıntı yapabileceğini bilmektedir.

Bu odak noktası alıştırmalarının sonuçları her haberde tek bir kabul edilebilir odak noktası olacağı anlamına gelmez. Tersine, farklı haber kuruluşlarında çalışan muhabirler aynı temel gerçekleri alıp farklı bir odak noktası belirledikleri için haberlerini oldukça farklı biçimlerde yazabilirler. Tehlikeli yangın haberi örneğinde, bir muhabir farklı bir odak noktası bulmak için aynı beş soruyu kullanabilir.

- **Haber nedir?**

Şehrimizdeki işyerleri, şehrin doğusundaki dağlık bölgede iki evi büyük hasara uğratan tehlikeli yangından kılıpayı kurtuldu.

- **Konu nedir?**

İşyeri sahipleri yangın bu kez kendilerine zarar vermediği için şükreliyor.

- **İmaj nedir?**

Bir işyeri sahibi işletmesinin önünde bir itfaiye görevlisiyle el sıkışıyor.

- **Bunu altı sözcükle nasıl söyleyebilirim?**

Yangın işletmeleri durduramadı.

- **Peki, durum nedir?**

Tehlikeli bir yangının yol açabileceği ekonomik darbe sınırlandırıldı.

Haberin bu versiyonu işyeri sahiplerinin rahatlamasıyla başlayacak ve başlarda, işletmesi kurtarılan işadamlarından birinin sözlerine yer verilecektir. Her iki haberde de aynı temel bilgi yer alacak -- iki ev hasar gördü ancak işletmeler yangından etkilenmedi -- ancak öykülerin vurgusu

farklı olacaktır. Yazmaya başlamadan önce neyi vurgulayacağını bilmek, muhabirin haberde yer vereceği ve vermeyeceği gerçek ve alıntılarını belirlemesine yardımcı olur. William Zinsser'ın On Writing Well (İyi Yazmak Üstüne) adlı kitabında da belirttiği gibi, "Berrak düşünmek kişiyi berrak yazıya götürür, biri olmadan öteki var olamaz."

Deneyimli muhabirler bütün araştırma, görüşme ve gözlemlerini yaptıktan sonra, öykülerine odak noktası bulmadan önce günün sonuna kadar beklemezler. Hatta muhabirlik sürecine akıllarında bir odak noktasıyla başlarlar, bu da nereye gidip kiminle görüşeceklerine karar vermelerinde onlara yardımcı olur. Daha fazla bilgi topladıkça, odak noktaları da değişir elbette; genellikle de böyle olur. Muhabir için en önemli şey, yazmaya başlamadan önce haberin odak noktasını belirlemektir.

Aklınızda bir odak noktasının olması haber yazmayı planlamanın yalnızca ilk adımıdır. İkinci adım ise haberi düzenlemektir, böylece hangi bilgiyi nerede kullanacağını bilirsiniz. İşe haberdeki gerçeklerin listesini çıkarmakla başlayın, sonra neyin başta neyin sonda, neyin ortada olması gerektiğine karar verin. Mülakat yaptığınız kişilerin en gerekli sözlerini veya sesli alıntılarını seçip bunların haberin neresinde yer alması gerektiğine karar verin. Haberde mutlaka yer vermek istediğiniz ayrıntıları not edin. Bazı muhabirler yazmaya başlamadan önce kâğıt üstünde bir taslak çıkarıp bu taslağı haberin haritası olarak kullanmanın yararlı olduğunu düşünmektedir.

Yazma

İyi haber yazısı kesin, açık ve doğrudur. Bu iş çok basit görünebilir ancak aslında son derece zorlu bir iştir. Daha önce de belirttiğimiz gibi, muhabirler öğrendikleri herşeye öykülerinde yer vermek eğilimindedirler. Ancak odak noktası belirlenmiş konuların zaten meşgul olan haber tüketicilerinin dikkatini çekme olasılığı daha fazladır, ayrıca haberlerin olduğu gibi aktarılmasına müsaade eden bir haber kuruluşunun diğer haberlere ayıracak yeterli yer ve zamanı kalmayacaktır.

Genellikle haberi yazarken öteki yazı tiplerine nazaran daha kısa cümle ve paragraflar yer alır. Her paragrafta tek bir ana fikir bulunur. Yeni bir paragraf yeni bir fikir, kişi veya yer tanıtılırken başlar.

Gazeteciler anlaşılması kolay, basit ve direkt cümleler kurup isim ve filleri çok, sıfat ve zarfları az kullanırlar. İyi yazılmış haberler belirsiz, müphem veya tekrarlardan oluşan yazılar değildir çünkü her kelimenin bir değeri vardır. E.B. White'ın bir klasik olan kitabı The Elements of Style'da (Stilin Öğeleri) belirttiği gibi, yazmanın en temel kurallarından biri şudur: "Gereksiz sözcükleri çıkarın."

İyi yazarlar daima istedikleri anlamı taşıyan en uygun kelimeyi seçmek için çaba harcarlar. 19. yüzyıl Amerikan yazarı Mark Twain'in dediği gibi, "Ateşle ateş böceği arasında ne kadar fark varsa, doğru sözcük ile yaklaşık olarak doğru sözcük arasında da o kadar fark vardır." Muhabirler seçtikleri kelimelerin gerçekten sandıkları anlama geldiğinden emin olmak için düzenli olarak sözlük ve referans kitaplarına başvururlar.

Gazeteciler genel bir kitle için yazı yazdıklarından, pek çok insana yabancı olan özel jargon veya teknik terimleri kullanmaktan da kaçınırlar. Bir hastane görevlisi bir insanın "lakerasyon ve kontüsyon"lardan muzdarip olduğunu söylerken, bir muhabir daha basit kelimeler kullanır ve

hastanın "kesik ve tahrişler"den muzdarip olduğunu söyler. Eğer kesinlik adına teknik bir terimin kullanılması zorunluysa, terimin tanımını da vermek iyi olur. Sözelimi, dünya çapındaki enerji meseleleri hakkında bir haberde geçen "fosil yakıt" terimine ek olarak bu yakıtların kömür, petrol ve doğalgaz şeklinde bir listesi verilebilir. Gazeteciler ayrıca örtük anlamlı kelimeler kullanmaktan kaçınmalıdır; bunlar okur kitlesinin aklını karıştırabilecek ya da kitleyi yanlış yönlendirebilecek kelime ve ifadelerdir. Şehir belediyesi "yeni bir defin tesisini" onaylamak için oy kullanırsa, ertesi gün radyo programında veya gazetede çıkan haber, şehir sakinlerine belediyenin "yeni bir mezarlık yapmayı planladığını" söylemelidir.

Haber yazmanın kilit prensiplerinden biri, okur/dinleyici/izleyici kitlesine yalnızca ne olduğunu anlatmak değil, olanları gösterebilmektir. Sözelimi, iyi yazılmış bir haber öyküsü, bir cenaze törenine katılan aile bireylerinin hicrandan tarumar olduğunu söylemez, insanların kederini birbirleriyle nasıl kucaklaşıp hıçkırıklara boğularak ağladıklarını göstererek anlatır. İyi bir yazar bir kişinin yalnızca uzun boylu olduğunu söylemek yerine, kişinin kapıdan girmek için iki büklüm olmak zorunda kaldığını belirtir.

Doğruluk, haber yazmak konusunda son derece önemlidir. Doğru bir öyküde şu temel özelliklerin tümü bulunmak zorundadır: Dilbilgisi, yazım, noktalama işaretleri, tarihler, adresler, sayılar ve yeni bir öyküde yer alan diğer bütün ayrıntılar. Bir kişinin adını veya yaşını yanlış almak, bir gazetecinin inanırlılığına zarar verecek türden bir hatadır. Doğru bir öykü aynı zamanda tam bir öyküdür, sadece tek bir tarafı ele almaz. Ancak bu tek bir öyküde bir konu hakkında söylenecek her şeye yer verilebileceği anlamına değil, muhabirlerin, yoklukları haberin anlamına zarar verecek kilit bilgileri öyküden çıkarmaması anlamına gelmektedir. Sözelimi, yeni bir testin ağız kanseri teşhisini daha kolay hale getirdiğini yazmak, bir önceki testin güvenilir olmadığı anlamını taşımaktadır. Eğer yeni test yalnızca daha hızlı teşhis koyuyorsa, muhabir bunu söylemelidir. Doğruluk konusuna 4. Bölüm "Öykünün Düzeltilmesi"nde ayrıntılı bir şekilde değineceğiz.

Çıkış Noktaları

Yeni bir haberin başlangıcı çıkış noktası olarak bilinmektedir. Çıkış noktasının amacı okur, dinleyici veya izleyicinin dikkatini habere çekmektir. İki ana çıkış noktası türü vardır: güncel ve "soft." Güncel çıkış noktası, 2. Bölüm'de ele aldığımız beş N ve bir K'yı, yani bir öykünün temel gerçeklerini özetler. Öte yandan, "soft" çıkış noktası sadece yeri veya bir karakteri tanıtır. Çıkış noktaları arasındaki farkları başka bir yönden de ele alabiliriz, sözelimi güncel çıkış noktası "Haber nedir?" sorusuna cevap verirken, "soft" çıkış noktası "Öykü nedir?" sorusuna cevap verir.

▽ Her iki çıkış noktası da güncel haber öyküsü için kullanılabilir. Mesela yeni başbakanın seçilmesiyle ilgili bir haber birkaç farklı şekilde yazılabilir. Güncel çıkış noktası şöyle olabilir:

Eski isyancı lider Joshua Smith, 1993'ten bu yana ülkede yapılan ilk demokratik seçimde yüzde 80'in üzerinde oy kazanarak bu akşam başbakan seçildi.

"Soft" çıkış noktası ise öyküyü daha farklı bir yaklaşımla ele alacaktır:

Youngtown'da büyüyen Joshua Smith, büyük hayalleri olan bir çocuktur. Smith daima yaşından küçük gösterdiği için okuldaki büyük çocukların kendisine dayandıklarını söylüyor. Smith bir gün okulda dilbilgisi öğretmenine günün birinde başbakan olacağını söylediği zaman, öğretmeni kendisine gülmüştü.

Ama şimdi kimse gülmüyor. Smith dün yapılan seçimde yüzde 80'in üstünde oy alarak 1993'ten sonra ülkenin demokratik yollarla seçilen ilk başbakanı oldu.

Gördüğünüz gibi, güncel çıkış noktası "soft" çıkış noktasından daha kısadır, "soft" çıkış noktası ise hemen hemen bir cümle daha uzundur. "Soft" çıkış noktası uzun olabilir ve çıkış noktasındaki her cümle öykünün ana fikrini destekler. Her iki çıkış noktasında da öykünün en çok haber değeri taşıyan öğeleri bulunur.

Doğru çıkış noktasını seçmek, öykünün önemi ve zamanlaması, haber, basım veya yayın kuruluşunun türü gibi pek çok faktöre bağlı olarak değişmektedir. Hıza önem veren haber ajansları, çevrimiçi haber siteleri ve radyo haber programları genellikle güncel çıkış noktalarını kullanır. Haftalık yayınlanan bir haber veya magazin programı ise, hedef kitlenin büyük kısmının öykünün temel gerçeklerini bileceğini varsayarak "soft" çıkış noktası kullanır.

En yaygın çıkış noktası türü, başbakan öyküsünde verilen örneğe benzeyen anekdot türündeki çıkış noktasıdır. Anekdot kısa öykü olarak tanımlanmaktadır; çıkış noktası olarak kullanıldığında ise anekdot daha geniş bir öyküyü örnekler ya da ana hatlarıyla belirtir. Sosyal bir eğilim hakkındaki bir öykü, ilgili birkaç anekdot veya örnekle başlayabilir. Nadir de olsa, bazen öyküye başlamanın en iyi yolu bir alıntı veya soru kullanmaktır. Bu çıkış noktalarının tümü "geciktirici" çıkış noktaları olarak da tanımlanabilir çünkü okur öykünün gerçekten neyle ilgili olduğunu öğrenmek için birkaç cümle beklemek zorundadır.

Öykü Yapısı

Nasıl her insanın omurgası varsa, her öykünün de bir yapısı vardır veya en azından, olmalıdır! Yapısız bir öykü, onları bir arada tutan bir şey olmayan bir gerçekler yığındır. Öykülerin anlaşılır ve anlamlı olması açısından yapı vazgeçilmez bir özelliktir ancak bütün öyküler aynı şekilde yapılandırılmamalıdır. İyi yazarlar anlattıkları öykü için en uygun yapıyı seçerler.

TERS PİRAMİT

Pek çok haber öyküsü 100 yıldan fazla bir zaman önce geliştirilen geleneksel bir öykü yapısı izlenerek en çok haber değerine sahip bilgiyle başlar. "Ters piramit" biçimi en önemli bilgiyi en üste yerleştirir ve bilgiler önem derecelerinin azalışına göre sıralanır. Bu biçim, zamanlılığın çok önemli olduğu ciddi veya son dakika haberlerini bildirmek açısından yararlıdır. Önemli bir gelişmeyi ilk bildiren sizseniz, neler olduğunu seslendiğiniz kitleye en başta söylemek istersiniz. Sözelimi, büyük bir fırtına ile ilgili bir haber, büyük ihtimalle ölü sayısı ve en çok hasar gören yerin neresi olduğu bilgisiyle başlayacaktır. Gerektiğinde bu yapıyı kullanmaya karşı çıkan yazarlar "çıkış

noktasını gömmekle" suçlanabilir çünkü bu şekilde seslendikleri kitlenin öykünün önemini anlamasını güçleştirmektedirler.



Ters piramit yapısında, çıkış noktasından sonra gelen bilgi, çıkış noktasında belirtilen fikri genişletir veya geliştirir. Fırtına haberi örneğinde, yazar en kötü yıkımın yaşandığı yeri anlatıp daha sonra hayatta kalan birinden veya bir acil durum görevlisinden alıntı yapabilir. Destekleyici paragraflar fırtına ile ilgili

ayrıntılı ve daha fazla bilgi vererek konuyu zenginleştirecektir. Daha uzun bir öyküde, muhabir ana temayla doğrudan ilgili olmayan ikinci derecede öneme sahip bir bilgiye yer verebilir. Sözelimi, fırtına öyküsünde uluslararası kurtarma çalışmalarına ve hayatta kalan insanların acil ve uzun vadedeki ihtiyaçlarına değinilebilir. Bu yapının çok kullanılmasının nedenlerinden biri, editörlerin en önemli bilgiyi çıkarmaksızın yer ve zamandan tasarruf etmek için en alttaki bilgileri kesebilmeleridir.

KUM SAATİ

Ters piramit yapısının değiştirilmiş bir biçimi "kum saati" yapısı olarak bilinmektedir. Kum saati yapısı da aynı şekilde en önemli bilgiyle başlar ancak birkaç paragraf sonra yön değiştirip genellikle kronolojik sıraya göre anlatılan bir anlatıya dönüşür. Yine büyük fırtına örneği üstünden gidelim, muhabir öyküye güncel çıkış noktası ile başlayıp destekleyici birkaç paragraf sunar ve sonrasında fırtına öyküsünü fırtınayı yaşayan bir tanığın gözünden anlatır. Bu tür bir öykü biçimi giriş bölümünden anlatı bölümüne anlaşılır bir geçiş yapmayı gerektirmektedir. Bir muhabir kum saati öyküsünün ikinci yarısına şöyle başlayabilir: "Rüzgâr bütün kuvvetiyle esmeye başladığında, çiftçi Iqbal Khan ambarındaydı..." Bazı öyküler genellikle belirli bir kronolojik sıraya göre yazılır ancak bu yapı daha çok öyküleştireilmiş haber için kullanılır.

ELMAS

Bir başka öykü biçimi ise "elmas" yapısıdır. Bu yapıyı kullanan bir muhabir, öykünün ne hakkında olduğunu belirten bir karakteri tanıtarak öyküsüne bir anekdotla başlar. Bu küçük öykü daha sonra olayın ciddi boyutlarını göstermek için genişletilir. Sona doğru, muhabir anlatıyı tamamlama yolu olarak bireysel karakterin öyküsüne döner.

Bu yapıyı kullanan muhabirler, öykünün neden önemli olduğunu belirtmek için genellikle "ceviz" paragraf (veya ceviz paraf) olarak bilinen bir araç kullanırlar; ceviz kelimesi öykünün sert özünü belirtmektedir. Portland'in Oregonian gazetesinin yazı işleri müdürü Jack Hart, ceviz paragraflarının "çıkış noktalarında ortaya çıkabilecek bütün sorulara cevap verebileceklerini, öykülerin neden önemli olduğunu açıklayabileceklerini ve öyküleri anlamlı bağlamlara yerleştirebileceklerini" söylemektedir. Öyküdeki ceviz paragraf okurun öyküyü okumaya devam etmesi gerektiğini anlamasına yetecek kadar açık olmalıdır.

Elmas biçimi televizyon ve gazete haberlerinde sıklıkla kullanılmaktadır. Mesela bir muhabir yeni bir AIDS tedavisi haberine tedaviye ihtiyaç duyan bir hastayı tanıtarak başlayabilir, daha sonra hâlâ test edilen ilacı anlatıp nelere faydalı olduğunu söyler ve yeni tedavi yöntemi işe yaramazsa,

doktorların söz konusu hastanın çok az ömrü kaldığını söylediklerini belirterek öyküsüne son verebilir. Hangi biçimi seçerseniz seçin, öykünün gelişme bölümü seslendiğiniz kitleyi kendine kilitlemeli ve ilgisini canlı tutmalıdır. Bir dergi editörü, iyi bir yazının okurun daha sonra olabilecekleri öğrenmek için okumaya devam etmesini sağlayacağını söylemiştir.

Bitişler

Eğer geleneksel ters piramit stilini kullanmıyor ve öykünüzün son bölümünün bir editör tarafından makaslanmayacağını biliyorsanız, yazıyı yazmaya başladığınızda aklınızda bir finalin olması iyi bir fikirdir; yazı dünyasında yolculuğa çıktığınızda zihninizdeki yere varmanıza yardımcı olur. Bu durum, sunuldukları şekil itibarıyla özellikle televizyon ve radyo gibi yayın haberlerinde önemlidir. Basılı veya İnternet üzerindeki (online) haberlerin tersine, yayın haberciliği çizgiseldir -- izleyici kitlesi bilgiyi hangi sırayla alacağına karar veremez -- ayrıca yapılan araştırmalarda izleyici ve dinleyicilerin son duyduklarını daha iyi hatırladıkları ortaya çıkmıştır. Bu nedenle, pek çok yayın öyküsü bir özet bölümüyle son bulur ve öykünün ana fikri pekiştirilir.

Finaller önemli bir yere veya kişiye dönmeleri açısından genellikle başlangıçlara benzer. Kronolojik anlatıda final en son gerçekleşen olaydır. Eğer öyküde bir sorun ortaya konmuşsa, final bölümünde bir çözüm sunulabilir. Finaller genellikle daha sonra neler olabileceğine bakar. Ayrıca bir öykü kimi zaman güçlü bir alıntı veya sesli alıntı ile bitebilir. Ne var ki bu yöntem her zaman kabul görmez, sadece alıntı çok güçlüyse ve bunun dışında bir şey yazmak seslenen kitleyi hayal kırıklığına uğrattıysa kullanılmalıdır.

Atıf

Haberlerle editör veya köşe yazısı arasındaki en önemli fark, atfın kullanılmasıdır. Atıf, kısaca "Kim diyor?" sorusunun cevabıdır. Atıf, özellikle tartışmalı yorumlar yapıldığında veya doğruluğu sorgulanabilecek bilgiler verildiğinde, verilen bilginin kaynağını gösterir.

Atıf doğrudan veya dolaylı yapılabilir. Aşağıda dolaylı ve doğrudan atıf örnekleri bulunmaktadır: "Komiser yardımcısı Antonio Costa, adamın yakalanıp cinayetle suçlandığını söyledi." Bu cümle doğrudan atıf kullanılarak tekrar yazıldığında şöyle olur: "Polis adamı yakaladı ve cinayetle suçladı." Her iki durumda da, okur/dinleyici/izleyici kitlesi bilginin kaynağının polis olduğunu söyleyebilir.

Çoğu haberde bilgiyi birine atfetmenin en önemli nedenlerinden biri, inanıp inanmama kararını okur, dinleyici ve izleyicilere bırakmaktır. Sözelimi, Kuzey Kore'nin nükleer programını askıya aldığı haberi bazı okur/dinleyici/izleyici kitlesi tarafından çok veya az ölçüde inanılır bulunabilir; bu, sözü kimin söylediğine bağlıdır: Kuzey Kore'yi ziyaret eden bir yetkili mi yoksa uluslararası bir bilim insanları ekibi mi?

Atfın bir başka nedeni ise, tartışmalı bir yorum için yorumun ait olduğu kaynağa, yani muhabir veya haber kuruluşuna değil, yorumu yapan kişiye bir sorumluluk yüklemektir. Bu hukuk davalarından muaf olmak anlamına gelmez çünkü yasal korumalar ülkeden ülkeye değişmektedir.

Ancak iddiada bulunan veya bir duruş belirten insanların kim olduğunu açıkça belirtmek, iyi bir gazetecilik uygulamasıdır.

Ne var ki, bir haberdeki bütün bilgilerin birine atfedilmesi gerekmemektedir. Her bilgi tanesinin kaynağını belirtmek, öyküleri anlaşılabilir hale sokacaktır. Muhabirin doğrudan gözlemlendiği bilgi herhangi birine atıfta bulunmaksızın belirtilebilir. Aynı şekilde, tartışmaya yol açmayan veya iyi kabul gören olguların da birine atfedilmesi gerekmez. Sözelimi, bir muhabir atıfta bulunmaksızın bir futbol maçını kimin kazandığını söyleyebilir çünkü son skor şüpheye yer bırakmayacaktır. Ancak bir adayın siyasi bir tartışmayı kazandığını yazmak atıf gerektirir, aksini yapmak, gerçek ile fikir arasındaki çizgiyi geçmek olur.

Alıntılar ve Sesli Alıntılar

Haber öyküleri öncelikle muhabirin sözleriyle anlatılır ancak çoğu öyküde yazılı veya sesli alıntı yoluyla diğer insanların sözlerine de yer verilir. Alıntılar etkili bir biçimde kullanıldıklarında, olaya karışmış birinin doğrudan deneyimini yansıtarak öyküleri daha güçlü kılabilirler. Öykünün en başında bir alıntı kullanmak, öyküyü okur/dinleyici/izleyici kitlesi için daha ilgi çekici hale getirebilir çünkü alıntılar öyküyle kişisel bağlantısı olan birini sunar.

Tanıma gereği alıntının sahibine atfedilmesi gerekir, böylece hedef kitle bunu kimin dediğini bilir. Doğrudan alıntılar en az bir cümle uzunluğunda olup konuşan kişinin kullandığı kelimelerle belirtilir. Alıntılar bir konuşmacının söylediklerinin büyük kısmı tekrarlanmaya değer olduğunda kullanılır. Özellikle yazılı basında kullanılan kısmi alıntılar, konuşmacının söylediği bir tek kelime veya bir ifade olabilir; bu kısa sözler tam cümle kafa karıştırıcı veya çok uzun olduğunda kullanılır. Muhabir kısmi alıntıyı bağlama koymakla sorumludur, böylece konuşan kişinin sözlerinin anlamı değişmemiş olur. Sözelimi, Fransa Devlet Başkanı Jacques Chirac haftalarca süren toplumsal kargaşadan sonra ülkesine şöyle seslenmiştir: "Toplum için bir zehir olan ayrımcılıkla savaşmadığımız sürece, asla sonsuza dek sürececek bir şey kuramayız." Bazı muhabirler öykülerinde bu sözleri tamamıyla kullanarak doğrudan alıntı yapmışlardır. Ancak Londra merkezli Guardian gazetesinde, başlangıç paragrafında alıntıdan yalnızca bir tek sözcük kullanılmıştır: "Jacques Chirac ırk ayrımı 'zehriyle' mücadeleye çağırırdı."

Birinin bir mülakatta söylediği herşeyi alıntılanmak gerekmez. Peki doğrudan alıntıları nasıl seçeceksiniz? Temel kural basit: Eğer kendiniz daha iyi söyleyebiliyorsanız, doğrudan alıntı veya sesli alıntı kullanmayın. Aşırı sayıda haber öyküsü bu sınava geçemeyen tam alıntılarla doludur ve bu alıntıların çoğu da yetkililerin ağzından çıkmıştır. Özellikle bürokratik dilde yalnızca oldukları belirten alıntıları kullanmaktan kaçınin. Belediye başkanının "Önümüzdeki hafta belediye fonlarının düşük gelirli ihtiyaç sahiplerine dağıtılması için yedek planlara karar vermeyi bekliyoruz" dediğini duymaya kimsenin ihtiyacı yoktur. Bu tür bir bilginin muhabir tarafından duru, belirli bir dille tekrar yazılması çok daha iyidir. Bu durumda, muhabir şöyle de yazabilir: "Belediye başkanının belirttiğine göre, insanlar belediyeden para almadan önce bir hafta bekleyecekler."

En iyi alıntılar, öykülere derinlik ve perspektif kazandıran öznel alıntılardır. Bu alıntılarda renkli bir dil kullanılır ve alıntılar kişisel bir deneyimi ya da uzman bilgisini yansıtır. Televizyon araştırmacı gazetecisi Tony Kovalski, bu tür alıntılarda tutku olduğunu söylemektedir: "Görüşme veya röportajlar sırasında tutkuyu yakalamaya çalışın. Yazma sırasında bu tutkuyu kesinlikle kaçırmayın." Temel kurallardan biri, alıntıları bir yazıdan okunuyormuş gibi değil, özgünmüş gibi göstermektir.

En iyi alıntıları seçtikten sonra öykünüzü bunların etrafında oluşturun. Ancak ABD televizyonu NBC muhabiri Bob Dotson'ın bu konuda bir uyarısı var: "Sesli alıntıları öyküyü daha etkili bir dille anlatmak adına yardımcı olarak kullanmayın." Sadece alıntı ve sesli alıntıları bir araya dizen muhabirler genellikle tembellik edip işin kolayına kaçmaktadır.

Sayılar

Bir gazetecilik öğretmeni öğrencilerini "matematikten nefret eden başarısız hayırseverler" şeklinde tanımlamaktadır. Çoğu gazeteci matematiği asla sevemeyecektir, ancak matematiğe ihtiyaçları vardır ve bunun nedenini de bilmeleri gerekir. Sayılar sağlam ve doğru görünebilir ama yanılmaz değildirler. Gazetecilerin anlamsız bir sayıyla önemli bir sayı arasındaki farkı söyleyebilmek için sayısal becerilere ihtiyaçları vardır, aksi takdirde insanları yanlış yönlendirebilecek veya en iyi ihtimalle akıllarını karıştırıp en kötü ihtimalle yanlış bilgi verecek haberler yazma tehlikesiyle karşı karşıya kalırlar.

Gazetecilerin baktıkları sayıların birbirini tutmadığını söyleyebilmek için matematiksel sezgiye ihtiyaçları vardır. Rakamlarla verilerin ardındaki anlamı bulabilmek için matematik mekaniğine ihtiyaç duyarlar. Bankacılık ve iş dünyası, iflas ve yükseliş zamanlarını anlamak için matematiksel kavramlara ihtiyaçları vardır. Kısacası, gazeteciler sözcükleri anlamlandırabilmek için dil becerilerine ihtiyaç duydukları gibi, sayıları anlamlandırmak için de matematiğe ihtiyaç duyarlar.

Usta gazeteciler hem sayılardan anlar hem de sayılara gereken dikkati gösterirler. Böyle gazeteciler bağlam içinde mantığa aykırı bir sayıyı hemen fark ederler, ayrıca şüphelerini doğrulamak için ihtiyaç duydukları temel aritmetik ve istatistik bilgisine de sahiptirler. Değişimlerin yüzde, oran ve değerleri ile sayılar arasındaki diğer ilişkileri hesaplayıp ham verilerin anlatabileceğinden çok daha iyi öyküler sunabilirler. Okur ve izleyicilerin kolayca anlaması için sayıları terimlere çevirebilirler ve çevirmelidirler.

Sayısal yetenekleri olan gazeteciler günümüzün son derece teknik dünyasında her zamankinden daha fazla öneme sahiptir. Onlar bilimsel, tıbbi, teknolojik ve ekonomik gelişmeleri değerlendirip açıklayabilen yazar ve editörlerdir. Onlar, bu işi bir çıkarı sebebiyle onlar için yapacak birini beklemektense, sayıları kendileri alt ederek veri tabanlarında haberler bulan gazetecilerdir.

Sayılar kontrol ve tekrar kontrol edildiğinde, muhabir bu sayıları bir haberde nasıl kullanacağına karar vermelidir. Altın kural şudur: Sayılar ne kadar az olursa, o kadar iyi olur. Sayılar, basit olması kaygısıyla yuvarlanmamalı ve açıklık kazanmaları için bir bağlama oturtulmalıdır. Ten Practical Tips for Business and Economic Reporting in Developing Economies (Gelişmekte Olan

Ekonomilerde İş Dünyası ve Ekonomi Muhabirliği için 10 Pratik İpucu) kitabının yazarı Paul Hemp, "Bir sayının tek başına pek önemi yoktur," demektedir. "Sayının anlamının göreceli değerinden geldiği doğrudur." Dolayısıyla, okul harcamalarındaki artışla ilgili bir haberde işlenmemiş sayılar, çocuk başına harcanacak ek miktara çevrilebilir. Her yıl akciğer kanserinden ölen insanların sayısı ile ilgili bir haberde, bu sayının her gün düşen jumbo jet sayısına eşit olduğu söylenebilir.

Matematiği beceremeyen gazeteciler, suç istatistikleri, kirlenme standartları ve işsizlik rakamları gibi etraflarındaki dünyaya dair bilgilerin çoğunu deşifre etmek için gerekli en temel beceriden yoksundur. Özel alanları için uygun olan matematik becerileri olmaksızın, gazeteciler doğruyu arayışlarında yetersiz kalmaya mahkûmdur.

HABERİN DÜZELTİLMESİ

Saat sabahın dokuzu. Haber odasındaki yazı işleri toplantısı, o gün herkesin üzerinde çalıştığı haberlerin tartışılmasıyla başlıyor.

Bazı muhabir ve fotoğrafçılara çoktan bir görev verilmiş ve bu kişiler bugünün haberlerini hazırlamak için dışarıdalar. Daha az sayıda muhabir ve fotoğrafçıya önceki gece görev verilmişti, geri kalanlarsa üst düzey haber müdürlerinin de katıldığı bir konferans-toplantıdan sonra erkenden çıktılar. Henüz bir haberle görevlendirilmemiş muhabirlerse toplantıda haber fikirlerini "üretmeye" çalışıp bu geceki haber bülteni ya da ertesi günün gazetesinde yer alması için müdürün bu haberi takibi onaylamasını bekliyorlar. Görev dağıtımı yapan editor, haber yapmaya değecek ya da değmeyecek planlanmış etkinlikler listesini inceliyor. Herkes kararını verdiğinde, müdürler basım veya yayına hemen hazır olacaklarını umdukları bir "bütçe" veya öykü dizisi oluşturuyorlar.

Bu noktada, müdürlerin artık arkalarına yaslanıp keyiflerine bakacaklarını düşünebilirsiniz. Ancak haber odasında verilen hiçbir karar kaya gibi sağlam değildir. Planların değişmesi neredeyse kaçınılmazdır. Beklenmedik haberler çıkabileceği gibi, beklenen sonucu vermeyen konular listeden çıkarılabilir. Diğer haberler hakkında biraz daha bilgi toplamak gerekmektedir ve bunlar, aynı günün haberlerine yetişmeyecektir. Bültene neyin alınıp neyin çıkarılacağına ve neyin peşinden gidileceğine karar vermek haber müdürleri, editör ve yapımcıların işidir. Bu kişiler önem ve ilgi derecelerine göre ve yeni gelişmeler ve verilebilecekleri zaman ve yere bağlı olarak günün haberlerini seçip değiştirirler.

Ama editörün işi bununla da bitmez. Gazete basıma verilmeden veya haber yayına girmeden önce, editörlerin yerine getirmeleri gereken önemli bir görevleri daha vardır. Kamuya sunulan öykülerin iyi yazılıp sunulmasını ayrıca doğru, eksiksiz ve adil olmasını sağlamak da editörlerin görevidir.

Pek çok haber odasında birden fazla editör bulunur. Her gün pek çok haber kuruluşu tarafından üretilen öykülerin hacmi fazla olduğundan, tek bir kişi bu işin altından kalkamaz. Büyük haber odalarında birkaç editör kurulu olabilir, bunlar son tahlilde haberlerin muhabirlere dağıtılmasından sorumlu kişiye, gazetenin veya haber bülteninin baş editörüne karşı sorumludur. İleride de göreceğiniz gibi, editörün görevi yüksek eğitim düzeyi, değişen gündeme ayak uydurabilme yetisi ve yoğun çalışma saatleri ve strese dayanabilmek gibi çeşitli becerileri gerektirmektedir.

Gazete İşleri



Normal bir günlük gazetede geniş çaplı haberlerle ilgilenen muhabirler kadrosu vardır. Yerel bir gazetede çalışan muhabirlerin çoğu genellikle "şehir" veya "metropol" masası için çalışarak gazetenin hizmet sunduğu toplulukla ilgili konuları ele alırlar. Ülke çapında dağıtım yapan büyük gazetelerin ise ayrıca ülke içinde ve uluslararası veya yabancı ülkelerde masaları ve o ülkenin veya diğer ülkelerin başkentlerinden sorumlu muhabirleri vardır. Bazı muhabirler gazetenin özel bölümleri için çalışır ve spor, iş dünyası veya dizi haberleriyle ilgilenir. Bu masa veya bölümlerin her birinin başında bir editör bulunur, bu editör muhabirlerin çalışmalarını denetler ve kendisine yardım eden bir veya daha fazla yardımcı editör bulunur.

Gazete editörleri muhabirlere konu dağıtımını yapar, yazılı metni düzeltir veya "kopyalar," ayrıca sayfaların tasarım ve düzenini denetler. Büyük gazetelerin çoğunda editörler bu görevlerin yalnızca birinde uzmanlaşmıştır, ancak daha küçük gazetelerde tek bir kişi bu işlerin tümüyle ilgilenebilir. Ayrıca, gazetelerde fotoğraf personelinin denetleyen bir fotoğraf editörüyle harita, çizelge ve diğer bilgi verici grafikleri oluşturan ressamların çalışmalarını denetleyen bir grafik editörü de bulunabilir. Büyük gazetelerde ayrıca muhabirlerin öykülerle ilgili geçmiş veya arka plan bilgisi edinmelerini sağlayan ve gazetede yayınlanan öyküler için kütüphane veya "morg" oluşturan bir araştırma personeli de vardır.

Yayın İşleri

Yayın haber odaları gazetelerinki gibi organize olmamıştır. Çoğu yayın muhabiri belirli bir öyküyü ele almakta uzmanlaşmaz, ancak çoğu sabah haberleri veya gece bülteni gibi belirli yayınları sunmakla görevlendirilebilir. Bu yayınların her biri bir yapımcı tarafından bir araya getirilir, yapımcı hangi öykünün hangi uzunlukta ve hangi sırayla yayına konacağına karar verir. Daha büyük haber odalarında, prodüktörlerin çalışmalarını denetleyen bir baş yapımcı bulunur.

Yayın haber odalarında muhabirlerin yanısıra, haber bültenlerinde görünüp o gün muhabirlerin hazırladığı haberleri okuyan sunucu veya "haber spikeri" vardır. Radyo ve televizyonlardaki haber spikerleri genellikle günde bir defadan fazla yayına çıkarlar.

Bir televizyon haber odasında editör unvanı bazen haber öykülerinin teknik yapımından sorumlu, nihai ürünü yayınlamak için görüntü ve sesi kurgulayan kişiye verilir. Pek çok haber odasında kurgulama işlemini videoyu çeken muhabir, başka bir muhabir tarafından yazılmış veya seslendirilmiş metin üzerinde çalışarak yapar.

Editörün Rolü

Küçük bir gazetede yakın zamanda çıkan bir iş ilanında, bir editör için şu özellikler aranmaktadır: "Bu kişi güçlü yazma, düzeltme ve sayfa düzeni becerilerine sahip olmalıdır ... Ayrıca doğru, sorumlu, ekip çalışmasına yatkın ve denetim becerilerine sahip olmalıdır." Yeni bir yapımcı arayışı içinde olan büyük bir televizyon kanalı ise "haber değerlendirmesinde uzman... üstün yazma becerilerine sahip... yönetim becerileri olan, çoklu görevlerde çalışabilecek, iyi organizasyon becerilerine sahip" birini istemektedir.

Gördüğünüz gibi, editörler güçlü birer gazeteci ve haber odası lideri olmak zorundadır. Başından sonuna kadar haber süreci içinde yer alırlar. Editörler hangi öykünün kim tarafından ele alınmasına karar vermekten sorumlu görev dağıtım müdürleri oldukları için iyi bir haber değerlendirmesi yeteneğine ihtiyaç duymaktadır. Öykü bir yandan gelişirken onun şekillendirilmesine yardım etmek, muhabirlerle sahada öyküyü tartışmak ve başka açıları ele alacak insanların nereye konuşlanacağına karar vermek için iyi birer yazar olmak zorundadırlar. Editörler haber sunumu, manşet, alt yazı, resim ve çizim yazılması ve seçilmesine karar verme aşamasında doğrudan rol alırlar. Ayrıca kendilerine karşı sorumlu olan çalışanları yönlendirip motive etmelidirler.

Editör ve yapımcılar muhabirlerle birebir çalışarak onların haberlerini tartışıp gözden geçirirler. Gazete editörleri muhabirlerin metinlerini kontrol edip grafik ve fotoğraf gibi görselleri seçer ve öykünün sayfaya nasıl yerleştirileceğinin yanısıra manşetin ne olacağına da karar verirler. Çoğu yayın haber odasında, yapımcı içeriklerini onaylayıncaya dek muhabirler metinlerini kaydetmez veya haberlerini bir araya getirmezler. Yapımcılar ayrıca haber bültenindeki haberlerin sırasına ve her öyküye ayrılacak süreye karar verirler.

Metin Düzeltme

Editörler bir haberdeki hataları aramakla görevlendirilmiş ikinci bir çift göz işlevi görür. Buradaki vurgu ikinci bir çift gözdür. Çünkü muhabirler, editöre teslim etmeden önce kendi metinlerini doğruluk açısından daima kontrol ederler. İlk taslak iyi bir başlangıçtır ama sadece iyi bir başlangıçtır. Her yazar kendi haberini düzeltmek için kendine biraz zaman tanımalıdır. İyi yazma, tanımı gereği yeniden yazmayı gerektirir.

Doğruluk kontrolü, metin düzeltmenin ilk adımıdır. Editörler taslak metinlerde yazım yanlışlarının yanı sıra dilbilgisi ve kullanım hatası ararlar. Özne-yüklem uyumu ve özne-nesne uyumuna özel dikkat gösterirler. Editörler adres, telefon numarası, yaş, tarih ve zaman gibi bir öyküdeki bütün sayıların doğru olmasını sağlar. Öyküdeki matematik işlemlerinin doğru olmasını sağlamak için muhabirlerin yapmış olabileceği hesaplamaları tekrar yaparlar. Muhabirin kendisinden alıntı yaptığı kişi için uygun unvanları kullanıp kullanmadığını doğrulayıp haber boyunca atfın kullanılmasını gözden geçirirler.

Editörler ayrıca maddi hatalara ve hakkaniyetle ilgili sorunlara dikkatle bakarlar. Titiz editörler haberleri şüpheli bir gözle ve akıllarında şu sorularla incelerler:

- Muhabir bunu nereden biliyor?
- Seslendiğimiz kitle buna neden inansın?
- Haberin ana fikri desteklenmiş mi?
- Alıntılar doğru mu, kişinin gerçekten söylemek istediklerini yansıtıyor mu?
- Bütün taraflar temsil edilmiş mi?
- Eksik bir şey var mı?

- Haber adil mi?

Editörler ayrıca yerel kültüre bağlı olarak değişen dilin güzelliği ile ilgili konulara da dikkat ederler. (Bu konuya 7. Bölüm "Etik ve Hukuk"ta ayrıntılı bir şekilde değineceğiz.) Editör ve muhabirler özellikle yayın haber odalarında metinleri yüksek sesle okuyarak çok uzun cümleleri, fazlalıkları, hantal ifadeleri ve anlam belirsizliklerini tespit etmelidir. Pek çok haber odasında editörler bu gibi temel sorunları düzeltmek için muhabire danışmadan metni değiştirme yetkisine sahiptir.

Ne var ki editörlerin görevi sadece redaktörlükten ibaret değildir. Editörler, kelimenin her anlamıyla birer gazetecidir. Çoğu editör ve yapımcının ya muhabirlik deneyimi ya da muhabirlik becerisi vardır. Dolayısıyla, bir muhabirin haberini okuduklarında temel doğrulardan daha fazlasını ararlar.

Bir haberin konu hakkında hiçbir şey bilmeyen birine bir şey ifade edip etmeyeceğini bilmek isterler. Haberlerin sürükleyici ve ilgi çekici olma gereğini dikkate alırlar. Bir haber gereğinden kısa veya eksikse, editör veya yapımcı son ürünü geliştirmek için muhabirle çalışabilmelidir. Bu noktada editörlerin liderlik beceriler devreye girer; onlar bu süreci genellikle "koçluk" olarak tanımlarlar.

Koçluk

Koçluk, editörlerin muhabirlerin bir haberin sorunlarını bağımsız olarak çözmelerine yardım etmelerinin bir yoludur. Bu yöntem, bir editör haberleri yeniden yazmak suretiyle sorunları düzelttiğinde, muhabirlerin genellikle hissettikleri içerleme hissini bertaraf eder. Ayrıca muhabirlerin sürekli aynı hataları tekrarlayıp editörün de düzeltmesi yerine, muhabirlere çalışmalarını geliştirmelerinde yardımcı olur. Tanzanya gazetesi Alasiri'de editör olarak çalışan Joyce Bazira, "İyi bir editör, muhabirler haber oluştururken onlarla konuşarak muhabirlere koçluk eder," demektedir. "Koçluk sayesinde, yazarlar ... görevlerini yerine getirirken karşılaştıkları sorunları bu sorunları çözmeye çalışan editörlerle tartışabilirler."

Koçluk için gerekli beceriler, iyi bir gazeteciyi ötekilerden ayıran bazı becerilerin aynısıdır: Dikkatle dinlemek ve iyi sorular sormak. Muhabirler bir haberde karşılaştıkları sorunları nasıl çözeceklerine karar veremeseler de, genellikle bu sorunları iyi bildikleri için koçluk verim sağlar. Koçun görevi sorular sorup dinlemek ve muhabirin çalışmasını geliştirmesine yardım etmektir. Bu, bazı editörlerin oynadığı "düzeltmen" rolünden oldukça farklıdır:

KOÇ

Yazara yardım eder;

Süreç boyunca yardımcı olur;

Yazarı geliştirir;

Güçlü yönlerden yola çıkar;

DÜZELTMEN

Haberi düzeltir;

Düzeltilme işlemini son gün yapar;

Yazarın etkisini zayıflatır;

Yazarın kendisini yetersiz hissetmesine neden olur;

Bağımsızlığı teşvik eder;

Yazarı küstürür;

Kontrolü paylaşır.

Kontrolü ele alır.

Pek çok editor, çok zaman aldığı gerekçesiyle muhabirlere koçluk yapmaya karşı çıkar. Değişiklikleri kendilerinin yapmalarının daha az zaman alacağını düşünürler. Öykünün son teslim tarihi yaklaştığında, koçluk uygulama açısından pek uygun olmayabilir. Gazete zamanında basılmalı, haber bülteni zamanında sunulmalıdır ve hataların tek tek incelenmesine müsaade edilemez. Ancak koçluk yapmayı benimsemiş haber odalarında, editörler bir muhabirin metnini kontrol etmek için son dakikaya kadar beklemezler. Editörler süreç boyunca muhabirlerle çalışarak onlara sürecin sonunda düzeltme işlemine daha az zaman ayrılmasını sağlayan daha iyi öyküler üretmelerinde yardımcı olurlar.

Halihazırda Ngami Times 'ta çalışan Botswana'lı gazeteci Rodrick Mukumbira, koçluğun bir haber editörü olarak işinin temel parçasını oluşturduğunu söylemektedir. Mukumbira, "Bir editör yalnızca muhabire görev verip son taslaktaki yanlışları düzeltmemelidir," demektedir. "Muhabirin çıkış noktasıyla boğuştuğu sırada, editör son makede zaman kazanmak için muhabirlik sürecine katılmalıdır."

Bir koçluk editörü, muhabirler sahaya çağrıldıklarında haber odasından ayrılmadan önce onlarla konuşur; aynı şekilde muhabirler yazı yazmaya başlamadan önce, geri döner dönmez yine onlarla konuşur. Koçluk editörü, aşağıdaki gibi muhabirin habere odaklanmasını sağlayacak basit sorular sorar:

- Ne oldu?
- Haberin gerçekte ne hakkında?
- Seslendiğimiz kitlenin neyi bilmesi gerekiyor?
- Bunu nasıl anlaşılır hale getirebilirsin?
- Sen haberin hakkında ne düşünüyorsun?
- Neyin üstünde çalışmak gerek?
- Bir sonraki aşamada ne yapman gerekiyor?
- Sana nasıl yardım edebilirim?

Koçluk yapan editörler her öyküde daima övüp teşvik edecekleri bir şeyler ararlar ve bu arada odaklandıkları sorunları yalnızca birkaç kez belirtirler. Poynter Enstitüsü'nde çalışan Jill Geisler, koçluk yaparken hiçbir sorunla ilgilenmediğini, her şeyi muhabire bıraktığını söylemektedir. Bir koç olarak muhabirin metnine dokunmak istemez, bunun yerine muhabirin haber hakkında

konusmasına izin verip böylece haberin açık olup olmadığını görebilir ve yazarın cevap vermek zorunda olduğu sorular yöneltir.

Koçluk daha insancıl bir haber odasında daha keskin bir gazetecilik yaratır. Diyalogu bir ceza değil, ödül haline getirir. Üstelik insanlar uyguladıkları şeyleri hatırladıkları için koçluk nihayetinde gazetecilerin daha iyi çalışmalar çıkarmasını sağlar.

Manşet, Alt Yazı ve TV Haber Başlıkları

Editörler muhabirlerin haberlerini düzeltmenin yanı sıra, haberlere eşlik eden ek materyallerden de sorumludur. Gazete ve çevrimiçi haber odalarında, editörler haberler için manşetler, fotoğraflar için de altyazı yazarlar. Manşet hem özet hem de reklam niteliğindedir. Okur kitlesine haberin konusuyla ilgili hemen bir fikir verir ve okura haberin tamamıyla neden ilgilenmeleri gerektiğini söyler. Alt yazı ise daha çok etiket gibidir, okura fotoğraf veya grafiğin neyi gösterdiğini söyler. Yayın haber odalarında, yapımcılar manşetlerle dinleyici ve izleyicilerin bütün haberi dinlemeleri için onları kendilerine kilitleyen ve haber başlığı denen kısa haber tanımlarını da yazarlar.

Manşetler tanımları gereği kısa ve ilgi çekicidir. Yazılı bir manşet haberi özetler, okurun dikkatini çeker, basılı sayfadaki haberin düzenlenmesine yardımcı olur ve farklı tip boyutlarının kullanılmasıyla her bir haberin birbirine göre önem derecelerini gösterir. Editör manşet yazarken yalnızca çıkış noktası paragrafından birkaç sözcüğü alıp manşete sıkıştırılmaz. İyi editörler haberin ana fikrini manşete taşımaya çalışır, dolayısıyla manşet yazmaya başlamadan önce bir öyküyü tamamıyla anlamaları gerekmektedir. Editör haberi başından sonuna kadar okumak ve habere eşlik edecek fotoğraf ve grafiklere bakmak zorundadır. Ana fikir belirgin değilse, editör tahminde bulunup yanlış yönlendirici veya yanlış bir manşet basma riskini göze almak yerine muhabire danışmalıdır. Ayrıca, kafası karışmış bir editör, bir haberin üstünde biraz daha çalışılması gerektiğinin göstergesidir.

Manşetlerde kullanılan dil basit olmalı ve haberin ana fikrini doğrudan belirtmelidir. Özel isim ve geçmiş zaman kullanın. Bağlaç kullanmama ve tek bir yargı bildiren cümleler kullanma genel olarak kabul görmektedir. Erkek arkadaşıyla birlikte bir dizi banka soygunundan yakalanan bir kadının haberinin manşeti şöyle atılabilir: "Soyguncuyla Erkek Arkadaşı Yakalandı." Ancak kısa oldukları için manşet yazarlarını cezbeden ve editörlerin "manşet tuzakları" olarak adlandırdıkları fiilleri kullanmaktan kaçının. Günlük dilde nerdeyse hiç kullanılmayan kısa fiiller manşetlerde yer almamalıdır.

Manşet, haberin tonuna uygun olmalıdır. Güncel haber konuları tam bir özet gerektirir, tıpkı Zimbabwe Independent gazetesinin şu manşeti gibi: "Kaçakçılar Zimbabwe'nin Altın Üretimine Darbe Vuruyor." Bu manşet, okurun haberin konusunu tam olarak bilmesini sağlıyor. Öte yandan, öyküleştireilmiş haber manşetleri öncelikle okurun merakını uyandırmak üzere yazıldıklarından, haberin içeriği hakkında sadece ipucu verirler. Sözelimi, Arjantin'in Buenos Aires Herald gazetesi yeni bir müzik kaydının incelenmesi hakkında şöyle bir manşet atmıştır: "Şuh Madonna Zamanda Geri Gidiyor."

Manşetler sınırlı bir yere sığmak zorunda olduklarından, gazete editörü manşetleri bir yap-boz gibi hazırlar. Bir Amerikan gazetesi olan Newark Star-Ledger'in metin editörü olan Joel Pisetznar şöyle demektedir: "Kelimeleri bir insan kaçırmak mektubunu hazırlar gibi bir araya getiriyorum. Dağıt, tekrar dağıt, karıştır ve birleştir." Editörler manşet hazırlamanın eğlenceli olmasının yanında okuru da daima gözönünde bulundurmaya gerektiğinin önemli olduğunu söylemektedir. Basmakalıp veya çok kullanılmış ifadeleri kullanmaktan kaçın ve iki anlama gelebilecek kelime ve ifade kullanmamaya çok dikkat edin. Çok komik, zekice veya çarpıcı olması için çok uğraşılman manşetler genellikle başarılı olamaz. Her şeyden önemlisi, manşetler doğru ve dürüst olmalı, okuru yanlış yönlendirmemelidir. Manşette yer alan şey, haberde de olmalıdır. Bir okuru manşetin vaat ettiği şeyi sunmayan bir haberden daha çok sinirlendiren başka bir şey yoktur.

Tıpkı manşet gibi, yayın haber başlıkları da izleyicinin dikkatini haberin geri kalanına çekmek için tasarlanır. Haber başlıkları da manşetlerin tabi olduğu kuralların çoğuna tabidir. Yapımcılar haber başlığı yazmadan önce haberi izleyip muhabirle konuşmalıdırlar. Basmakalıp sözler ve akıllıca ifadeler manşetlerde ne kadar işe yarıyorlarsa, yayın haber başlıklarında da o kadar işe yararlar. Haber başlıkları kendilerinden sonra gelen haberlerin içeriği hakkında fazla vaatle bulunmamalı veya haberi çok abartmamalıdır.

Gazete manşetinin aksine, yayın haber başlıkları tam cümle halinde yazılır. Tek başına durur, öteki haber veya reklam içeriğiyle haberden ayrılır. Haber başlığı genellikle haberi bir manşet gibi özetlemez çünkü haber başlığının amacı izleyicinin daha fazla öğrenmek için ekrana kilitli kalmasını sağlamaktır. Manşetlerin tam tersine, yapımcılar haber başlıklarını bazı soruları cevapsız bırakacak şekilde yazar veya izlemeye devam eden izleyiciye bir fırsat sunmayı vaat ederek beklenti yaratırlar.

Farklı örneklerle belirtmek gerekirse, bir Amerikan gazetesi olan Los Angeles Times'da Amman, Ürdün'den bildirilen bir haberin çıkış noktasını ele alalım: "Iraklı bir kadın, Pazar günü Ürdün devlet televizyonunda geçen hafta burada üç otele saldırı düzenleyip 57 kişinin ölümüne sebep olan bir El-Kaide intikam bombacısı timinin dördüncü üyesi olduğunu itiraf etti." Gazete bu öykünün manşetini şöyle atmış: "Iraklı Kadın Oteli Nasıl Havaya Uçurduğunu Soğukkanlı Bir Şekilde İtiraf Etti." Ancak aynı öykünün televizyonda NBC Gece Haberleri'ndeki başlığı şöyleydi: "Bu kadın kim? Ürdün'de dördüncü otel bombacısı olduğunu neden kabul etti? Yeni ayrıntılar bu gece." Televizyon haber başlığı kadının itirafından bahsetmiyor, izleyicinin bu kadının görevi hakkındaki sorularını yanıtlamayı vadediyor.

Fotoğraf altyazılarının amacı manşetlerinkinden farklıdır. Altyazı, manşet gibi haberin içeriğini özetlemek yerine, izleyicinin görsel çerçevenin içinde ne olduğunu anlamasına yardımcı olur. Fotoğraf ve altyazı birlikte, okurun kendilerine eşlik eden haber metnini okumak zorunda kalmadan anlayabileceği küçük bir haber oluştururlar.

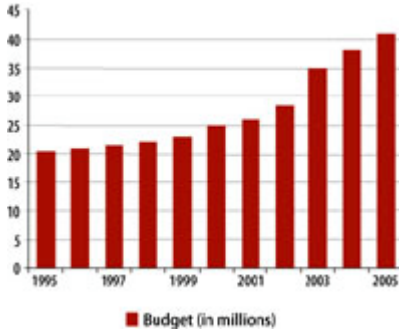
Altyazılar fotoğraftaki ana kişilerin kimliklerini açık biçimde belirtmelidir. Fotoğrafta birkaç kişi varsa, okura ana karakterin "kep giyen" veya "sağdaki" kişi olduğunu söylemek genellikle yararlı bir yöntemdir. Alt yazılarda manşetin aynısı yer almamalı veya haberden bir cümle doğrudan

altyazıda kullanılmamalıdır. Ayrıca altyazı yazarları fotoğrafta açıkça görünen bir durumu yazmak zorunda değildirler. "Carlos Fernandez uçaktan inerken gülümsüyor," "Neşeli Carlos Fernandez 15 yıllık sürgünden döndü"den daha az etkileyici bir altyazıdır.

Çoğu altyazı kısadır, küçük fontta bir veya iki satır halinde yazılırlar. Ancak bazen bir gazete veya bir haber sitesinde, bir haberi anlatan bir fotoğraf yazısında daha uzun altyazılı çok sayıda fotoğraf olabilir. Daha uzun altyazılarda, resmedilen kişiden alıntılara da yer verilebilir.

Grafik ve Görseller

Gazete muhabirleri bazen fazla yer kaplayıp haberlerin daha kısa olmalarına yol açtıkları gerekçesiyle grafiklere kin tutarlar. Ancak iyi grafikler gazetenin görsel çekiciliğine katkıda bulunup okurların dikkatini çeker ve haberlerin daha anlaşılır olmasını sağlar. Muhabirlere bir şey kaybettirmez, aksine onlara haberlerinde yardım ederler. Gazete tasarımcısı Ron Reason'ın da belirttiği gibi, grafikler "bilgi verir, dekor için konmaz."



Her grafiğin bir amacı olmalıdır. Gazete veya televizyonda bir boşluğu doldurmak, grafik kullanmak için yeterli bir neden değildir. Bir grafik, okur veya izleyicinin haberi anlamasını pekiştirmelidir yani editör bir grafik tasarlamadan veya seçmeden önce haberi tamamıyla anlamalıdır. Grafik ressamı genellikle görsel imgeler üretir. Editörün görevi grafiği kavramlaştırmak, grafikte bulunup yansıtılması gereken bilgiyi bulmak ve bu bilginin doğruluğunu teyit etmektir.

Grafikler temel gerçekleri yansıtır veya bir süreci örnekler. Diyelim ki ülkenizdeki hava kirliliği ile ilgili bir haber hazırlıyorsunuz. Havanın en kirli olduğu yeri göstermek için bir harita kullanabilirsiniz. Hava kirliliğinin akciğerleri nasıl etkilediğini göstermek amacıyla resim kullanabilirsiniz. Her iki grafik türü hem yayında hem de basımda kullanılabilir.

Ortam ne olursa olsun, çok fazla bilgiyle doldurulmuş grafikleri kullanmaktan kaçınin. Okur veya izleyici grafiğe bakıp temel bir fikir edinebilmelidir. Grafikleri bir karayolu tabelası gibi düşünün, çok hızlı geçtiği için sürücünün bu tabelayı inceleme şansı yoktur, dolayısıyla tabeladaki bilgi açık ve kolayca anlaşılır olmalıdır.

Diyelim ki şehrin yıllık bütçesinin on yıl önceki kadar büyük olduğunu ele alan bir haberiniz var. Dikkatli okuyunca, en büyük büyümenin son üç yılda gerçekleştiğini fark edeceksiniz. Bütçe boyutunun son on yılının her bir yılını gösteren bir sütun grafiği bu bilgiyi açık hale getirmek için kolay bir yol olacaktır.

Okur ve izleyicilerin ham sayılarla değil de şekillerle ifade edilen bilgiyi anlaması daha kolay olacaktır. Sözelimi, şehrinizde nüfusu arttıran iş gelişmesiyle ilgili haberde, bölgedeki daire ve ofis binalarının sayısının listesini verebilirsiniz. Ne var ki, bu ikisi arasındaki ilişkiyi gösteren bir daire grafiği oluşturmak daha etkili olacaktır. Mümkün olduğunda her zaman ham sayıları değil,

oranları karşılaştırın. Bir şehrin nüfusu ötekının 10 katı ise, ilk şehirde AIDS'ten ölenlerin sayısının diğer şehirdekinin iki katı olduğunu söylemek okurları yanlış yönlendirecektir. Adil bir kıyaslama yapmak için kişi başına ölüm oranını hesaplayın. Grafikler üstünde çalışan editörlerin istatistikleri anlaması ve haberin iyi anlaşılması için bu istatistikleri şeffaf ve doğru bir şekilde kullanmayı ilke edinmesi zorunludur.

Süpervizörlük

Daha önce de belirttiğimiz gibi, editörler gazeteci olmanın yanı sıra, aynı zamanda süpervizörlerdir. Günlük haberler üstünde muhabirlerle birlikte çalışırken aynı zamanda muhabirlerin uzun vadede ilerleyişlerini denetlerler. Muhabirlerin çalışmalarını geliştirmelerini sağlayacak yapıcı bir geri bildirim sunmak için kişide veya kişinin çalışmasında fırsatlar ararlar. Pek çok editör aynı zamanda denetledikleri çalışanların yıllık performanslarını incelemekten sorumludur, bu da biraz daha resmi bir geri bildirim çeşididir.

Zamanında ve belirli bir şekilde yapılan geri bildirim, etkili bir geridir. Bu geri bildirim hem kişiye bire bir söylenir hem de yazılı olarak yansıtılır. Ayrıca çoğu editör olumlu geri bildirimlerin aleni, bütün eleştirel geridir özel olarak sunulması gerektiğini düşünmektedir. Çoğu yoğun editör için, çalışanlarının hak ettikleri birebir geridir almalarının tek yolu düzenli geridir bildirim oturumları programlamaktır. Çalışanların işlerini nasıl kotardıklarını düzenli aralıklarla öğrenmelerini sağlamak, performans değerlendirme zamanında tatsız sürprizlerle karşılaşmamanın iyi bir yoludur.

Haber müdürleri kendi performansları konusunda personellerinden dürüst bir geridir almanın yolunu bulmalıdır. Bu gayri resmi sohbetler aracılığıyla veya çalışanlara isimsiz anket doldurmalarını söylemek suretiyle yapılabilir. Her iki şekli denerken, müdürlerin kişileri dürüst olmaya çağırmaları ve sonuçlar tamamıyla kötüyse kişilere kin beslememeleri önemlidir. Bu işin amacı, müdürlerin görevlerini nasıl yerine getirdiklerini öğrenip kendi performanslarını geliştirmelerini sağlamaktır.

Üst düzey editörlerle haber yönetmenleri haber odasının atmosferini belirler ve çalışanların paylaştıkları norm ve değerleri belirleyerek olumlu bir haber odası kültürünün oluşturulmasına yardım ederler. İyi yönetilen bir haber odasında editörler çok iyilermiş gibi görünmekten kaçınırlar. Açık iletişimi teşvik edip herkesin haber kuruluşunun hedeflerini anlamasını sağlamak için düzenli toplantılar düzenlerler. Editörler personelin moraline özellikle dikkat etmeli ve başarıları kutlayıp olağanüstü başarıları ödüllendirmek suretiyle bu morali arttırmalıdır. Herkesin bulunduğu bir ortamda iyi bir çalışmayı farkedip dile getirmek, bu çalışmadan daha fazlasını elde etmenin yollarından biridir.

YAYIN VE İNTERNET GAZETECİLİĞİ

Radyo, televizyon ve çevrimiçi ya da Web tabanlı gazetecilik şimdiye kadar bahsettiklerimizden daha fazla zorunluluk ve gereklilik doğuran özel biçimlerdir. Yayın gazetecileri öykülerini oluştururken yalnızca kelimeleri değil, ses ve görüntüyü de kullanırlar. Yazdıkları, dinleyici tarafından okunmak üzere değil, dinlenmek üzere yazılmalıdır. İnternet gazetecileri öykülerinde bir okurun öyküyü kendi hızına göre keşfetmesini sağlayan enteraktif öğelerin yanı sıra, TV'deki meslektaşları gibi ses ve görüntüye de yer verebilirler.



Sadeliği sağlamak adına, bu bölümde yayın, kablo veya uydu yoluyla iletilen bütün radyo ve televizyon haberlerini tanımlarken yayın terimini kullanacağız.

Yayın Öykü Biçimleri ve Terimleri

Temel yayın öyküsü biçimleri "anlatı" veya "okur" öyküsü, "DSF" veya doğal ses fonda ile "ambalaj" veya "paket"tir. "Okur" öyküsü, adı üstünde, ek bir sesli alıntı veya görüntü olmaksızın, genellikle stüdyodaki sunucu veya haber spikeri tarafından sunulan haberdır. "DSF" ise görüntü ile anlatılan; ancak içinde hiç "sesli alıntı" olmayan bir öykünün aktarılmasında kullanılan bir televizyon terimidir ("Sesli alıntı" doğrudan alıntılarda kullanılan bir yayın terimidir). "DSF"de görüntü oynatılırken, sunucu veya spiker öyküyü metinden okur. Bir DSF'ye sesli alıntı eklendiğinde, DSF "DSF-SOT"a dönüşür; SOT (sound on tape) ses kaydı için kullanılan terimin kısaltmasıdır. Günümüzde pek çok istasyon bütün görüntüleri teyp kullanmaksızın dijital olarak kaydetmesine rağmen, SOT kısaltması yerleşmiş bir terim olarak kalmıştır. Bu okur, DSF ve DSF-SOT öykü biçimlerinin kısa olması gerekmektedir: Genellikle bir dakikadan az, kimi zaman da 10-15 saniye uzunluğunda olurlar.

Bir muhabirin tam öyküsü radyoda "ambalaj", televizyon haberi jargonunda ise "paket" olarak geçer. Bu biçimdeki öykü muhabirin "ses kaydı" da denen anlatımından oluşur, bazen buna sesli alıntı ve olay yerinde doğal olarak bulunan doğal ses de eklenir. Bu biçimin televizyondaki versiyonunda durağan veya canlandırma şeklinde görüntü de bulunur elbette. Bu öykü biçimleri canlı veya önceden kaydedilmiş olarak sunulabilir ve diğer öykü biçimlerinden daha uzun olurlar; haber yayınının formatına bağlı olarak bazen altı-yedi dakika sürebilirler. Her pakette haber spikeri

tarafından okunması gereken bir "çıkış noktası başlangıcı" ya da girizgâh da bulunur. Pek çoğunda ayrıca muhabirin paketinin sonunda ek bilgi sunan bir "açıklama" da bulunur.

Yayın öykülerinin başka bir biçimi de "doğal ses" veya "NATSOT" olarak bilinen pakettir. Bu öykü biçimi en çok televizyonda kullanılır; ancak zaman zaman radyoda da yer alır. Bu biçimde muhabirin sesi yer almaz. Bunun yerine, olayı öyküde yer alan kişiler anlatır. Bu yaklaşım diğerlerine nazaran daha çok planlama ve muhabirlik gerektirebilir; ancak sonuçları da o derece güçlü olabilir. Bu biçimdeki öyküyü kimi zaman bir muhabir olmadan kendi başlarına üreten foto muhabirleri, öyküyü anlatmak için gereken her bir bilginin kaydedilmesini sağlamalıdır; aksi takdirde son ürün pek anlamlı olmayacaktır.

Yayında Yazı

Radyo ve televizyon öyküleri okurun gözü için değil, dinleyicinin kulağı için yazılır. Muhabirler yüksek sesle okuyabilecekleri metin taslakları yazabilirler: Sade, konuşma havasında yazılmış bir metin kolayca anlaşılır. Gazete ve İnternet okurlarının aksine, yayın kitleleri ilk sefer anlayamadıkları bir öyküyü geri dönüp öyküyü tekrar inceleme veya dinleme fırsatına sahip değildirler. Eski CBS (ABD TV ağı) Haber editörü Ed Bliss, "Kelimeler (dinleyicilere) okunur; bir kez okuduklarında ise bir daha geri dönüş yoktur," şeklinde yazmıştır.

Yayın gazetecileri gazetede meslektaşlarından çok daha az ve öz konuşurlar. Böyle olmak zorundadırlar. Yarım saatlik bir haber yayınının çıktısı, gazetede yalnızca bir veya iki sayfayı doldurur. Bir yayın çıkış noktasında, 2. Bölüm'de ele aldığımız 5N ve 1K'nın tümü yer alamaz; aksi takdirde öykü çok uzun, takip edilmesi ise çok zor olur. Bir yayın yazarı bunun yerine çıkış noktasında kullanmak üzere en önemli iki veya üç noktayı seçip geri kalanını bir sonraki cümleyle yerleştirir. Yayın öykülerinde yaş ve adres gibi baskıda genellikle yer alan bazı ayrıntılar da verilmez. Yayıncılar yüksek sesle okuyup nefes nefese kalmayacakları kısa cümleler kurmalıdır.

Radyo ve televizyon muhabirleri kendi seslerini, kullandıkları kelimelerin sesine uydurmalıdır. Onlar da şairler gibi hız ve ritme dikkat etmelidir. Londra'dan İkinci Dünya Savaşı'nı bildiren ünlü muhabir Edward R. Murrow'un bir metinden alınmış şu cümlesine bakın: "Karartma Birmingham'dan Bethlehem'e yayılıyor; ancak bu gece, İngiltere üstündeki gökyüzü açık." Bu, dinlenmek üzere yazılmış bir yazıdır. Kelimeler basit; sonu ise kesindir.

Yayın yazarları basılı sayfada doğru görünen; ancak başkasına okunduğunda gülünç gelen dil karşısında dikkatli olmalıdır. Amerikalı sinema oyuncusu ve televizyon eğlence programı sunucusu Lucille Ball öldüğünde, yazılı basında bir öykü ondan şöyle söz etmiştir: "83 yaşındaki yaşlı Ball." Radyoda ise öykü şöyle yer almıştır: "Lucille Ball 83 yaşındaydı." (Böylece "ball" (top) kelimesinin diğer anlamlarıyla karıştırılmasından kaçınılmıştır.) Yayın yazarları okunuşları aynı; ancak anlamları farklı kelimeleri kullanmaktan da kaçınmalıdır. Sözelimi İngilizcedeki "miner" (madenci) kelimesi "minor" (yaşı reşit olmayan, küçük) ile kolaylıkla karıştırılabilir. Bu kelimeler anlamlarının belirgin olması için uygun bağlamda kullanılmalıdır. Yayın gazetecileri, varsa böyle bir sorunu ve metinde belirgin olmayan, ancak okunduğunda kişiyi mahcup edebilecek çift anlamlı kelimeleri

yakalamak için, haberi sunmadan önce metni yüksek sesle okuma alışkanlığında dırlar. Yardım amaçlı yapılan bir golf turnuvasında, birinin "başbakana yamuk yaptığını" söylemek istemezsiniz (played around with the prime minister). ("Play around" İngilizce'de "uygunsuz davranmak" anlamına da gelebilir.) Yayın metinleri yüksek sesle okunmak üzere yazılınsalar da, yayın için yazılan metinlerde doğru yazım kullanmak basılı yayında olduğu kadar önemlidir. Yazım yanlışları haber yayında okunduğu sırada dil sürçmelerine veya yanlış telaffuzlara yol açabilir. Yayın gazetecileri zor kelimelerin düzgün bir şekilde nasıl telaffuz edildiğini öğrenmek için metinlerinde genellikle fonetik yazım bulundurlar. Doğru yazım günümüzde çok daha önemlidir; çünkü pek çok istasyon öykülerini çevrimiçi de yayınlamaktadır. Bazı istasyonlarda işitme engelli izleyicilere hizmet sunmak amacıyla metinleri haber bültenlerinde otomatik olarak alt yazıya çeviren bilgisayar yazılımı bulunmaktadır. Her iki durumda da yazım yanlışları muhabirlerle istasyonun itibarını zedeler.

Radyo ve televizyon haberleri gazete haberlerine nazaran daha çok bir konuşma havasında yazılırlar. Başka bir ifadeyle, yayın gazetecileri yazılarını konuştukları gibi yazmalıdır. Bir gazete öyküsü şöyle olabilir: "Adamın kırmızı bir Toyota kamyonuna binerek kaçtığı polis tarafından bildirildi." Ancak yayında atıf önce gelir; dolayısıyla metin şöyle olacaktır: "Polis adamın kırmızı bir Toyota kamyonu binerek kaçtığı söyledi." Yayıncılar konuşma havasını kaçırmamak için haber öykülerinde tam isim ve unvan kullanmak zorunda değillerdir. Genellikle, unvan ismin çok önemli bir parçası olmadığı sürece ortadaki unvanlar yayında çıkarılabilir. Kimi zaman isim bile gerekmez. Bir gazete öyküsü "Pakistan Dış İşleri Bakanı Hurşit Mahmut Kusuri'nin Perşembe günü İstanbul, Türkiye'de İsrail Dış İşleri Bakanı Silvan Shalom ile görüştüğü"nü söyleyebilir. Ancak radyo öyküsü kısaca "Pakistan ve İsrail'in dış işleri bakanları bugün Türkiye'de bir araya geldi," diyecektir.

Hızlılık, yayın haberciliğinin kilit özelliklerinden biridir. Siz yayındayken bir şey oluyorsa, şöyle diyebilirsiniz ve demelisiniz: "Başkan uçakla Capetown'a gidiyor..." "Başkan bugün uçakla Capetown'a gidecek"ten daha hızlıdır. Genellikle, radyo ve televizyon muhabirleri olay bugün gerçekleşmemişse, çıkış noktalarında zaman referansı kullanmaktan kaçınmalıdır. Çarşamba gününün gazetesi bu çıkış noktasını şöyle yayınlar: "Başkan Mbeki Salı günü uçakla Capetown'a gitti." Öte yandan, Çarşamba sabahı bir radyo haberi öyküyü başka türlü anlatacaktır: "Başkan Mbeki Capetown'a geldi." Bu daha iyidir; ancak yazar başkanın Çarşamba günü Capetown'da neler yapacağını göz önünde bulundurup öyküyü gelecek zamanda yazabilmelidir: "Başkan Mbeki bu sabah Capetown Üniversitesi'ndeki öğrencilerle buluşacak."

Ses

Radyo ve televizyon muhabirlerinin öykülerinde kullandıkları sesli alıntılar, yazılı basındaki alıntılardan yayındaki karşılığıdır; ancak bu sesli alıntılar seçmek ek bir karar verme aşaması gerektirmektedir. Sesli alıntının kâğıt üstünde anlamlı olması yeterli değildir. Radyo veya televizyonda kullanıldığında da anlaşılacak kadar açık olmalıdır. Yayın gazetecileri bir sesli alıntının ne kadar süreceğini göz önünde bulundurmalıdır. Kâğıt üstünde kısa görünen bir alıntı, başka biri

tarafından okunduğunda uzun sürebilir; bazı durumlarda ise bu alıntıyı bütünüyle kullanmak, öyküye ayrılan zamanın aşılmasına yol açabilir.

Yayın yazarları sesli alıntılara giriş ve sesli alıntılardan çıkışlardaki geçişlere özel dikkat göstermektedir. Yayın yazarlarının amacı öykü süresince dinleyici kitlesinin dikkatini çekecek kusursuz bir anlatım yaratmaktır. Sözgelimi, bir sesli alıntı kişi zamiriyle başlıyorsa, yazar cümleyi kulağın bir sonraki bilgiyi anlamasını sağlayacak şekilde değiştirip anlamı başta açık bir şekilde vermelidir. Diyelim ki, yerel okullardaki öğrenciler bitlendi. Sesli alıntıda okul hemşiresi "Buraya kaşınarak geliyorlar, o zaman sorunun ne olduğunu hemen anlıyoruz," diyor. "O kadar açık." Hemşire "geliyorlar" dediğinde, öğrencilerinden bahsediyor. Bu sesli alıntıdan önceki cümle "Okul hemşireleri korkunç bir bitlenme patlamasıyla uğraştıklarını söylüyorlar" şeklinde olursa, işe yaramayacaktır; çünkü bunu takip eden sesli alıntıda "geliyorlar" denen kişilerin kim olduğu anlaşılmayacaktır. Muhabir bunun yerine şu cümleyi kullanabilir: "Bitlenme patlaması dolayısıyla Mary Smith gibi hemşireler bu günlerde her zamankinden daha çok çocuk görüyor."

Radyo ve televizyonda sesli alıntılarının yanı sıra "doğal" veya "vahşi" ses olarak bilinen sesler de kullanılabilir. Bunlar öykü anlatılırken yakalanan seslerdir. Sözgelimi, rüzgârın sesi, polis sireni, neşeyle bağırان çocuklar gibi. Öyküyü anlatırken bu sesleri kullanmak dünyanın bazı bölgelerinde standart bir uygulama haline gelmiştir. Öyküde doğal sese yer vermek, muhabirin anlatmasından ziyade, dinleyici ve izleyicilerin yeri veya durumu kendi gözleriyle/kulaklarıyla görmelerini sağlar. Ses ayrıca bir yerden ötekine ses geçişi sağlayarak dinleyici kitlesini bir sonraki sahneye yönlendirebilir.

Doğal ses düşük ses seviyesinde, muhabirin sesini aşmadan veya açıkça duyulması için "son ses" verilebilir. Ne şekilde verilirse verilsin, ses, muhabirin öyküyü anlatmasına yardımcı olur. İyi bir doğal ses, tıpkı harcın tuğlaları bir arada tutması gibi öyküyü bir arada tutar. Amerikalı foto muhabir Steve Sweitzer, televizyonda doğal ses kullanmanın tam bir öykü anlatmanın vazgeçilmez bir parçası olduğunu söylemektedir. "Ses, görüntünün diğer yarısıdır," demektedir.

Görüntü

Televizyon görüntü dolayısıyla radyodan çok daha fazlasıdır. Becerikli televizyon gazetecileri daha güçlü bir öykü anlatmak için kelimelerini görüntülerle evlendirirler. Görüntüler sadece "duvar kâğıdı" değildir; öykünün çok önemli bir parçasıdır. Görseller, öykünün "ne" sorusuna cevap verirler. Kelimelerse "neden" sorusunu açıklar. Tekrar Ed Bliss'ten alıntı yapmak gerekirse, "Görmek kişiyi inandırabilir; ancak anlamasını sağlamaz."

Televizyon muhabirleri yazmaya başlamadan önce bir öyküde hangi videoyu kullanacaklarını bilmelidirler. Mümkün olduğunda daima önce bütün videolara bakmalıdırlar; böylece yazacaklarının görüntülere uyacağından emin olabilirler. Bu sadece bir stil meselesi değildir. Araştırmalar, kelimelerle video örtüşüğünde, yani ses ve görüntü aynı temel öyküyü anlattığında, izleyicilerin öyküleri daha iyi anlayıp hatırladıklarını göstermiştir. Video ile kelimelerin örtüşmediği durumlarda, izleyiciler duyduklarından çok, gördüklerini hatırlamaktadır. Diyelim ki büyük bir fırtınanın bir

ülkenin akaryakıt kaynakları üstündeki etkisiyle ilgili bir öykümüz var. Videoda yalnızca fırtınanın verdiği hasar ile fırtına sonrası gösteriliyorsa, izleyici ana fikir olan akaryakıt kaynaklarının zarar gördüğü konusunu kaçırabilir. Video fırtınanın yarattığı hasarı gösterip muhabir de fırtına sonrasındaki durumdan bahsetse, sonra da muhabir fırtınanın akaryakıt kaynakları üstündeki etkisini anlatırken yolda kalmış yakıt kamyonlarıyla benzin almak için sırada bekleyen insanların görüntülerine geçilse, öyküyü takip etmek daha kolay olacaktır.

Kelimelerle görüntüleri eş zamanlı yapmak, muhabirlerin izleyicinin görebileceği şeyleri anlatması anlamına gelmemektedir. Diyelim ki, görüntüde tozlu ve kirlili bir yoldan geçen bir çiftlik kamyonu var. Muhabirin "Robertson'lar uzun kır yolunun sonunda oturuyorlar," gibi apaçık görünen bir şeyi söylemesinin anlamı yoktur. Bunun yerine, ses kaydı görüntüye bağlam ve anlam kazandıran bir bilgi eklemelidir. Bu durumda, muhabir "Kuraklık o kadar kötü oldu ki, Robertson'lar bu yıl satacak ekin yetiştiremediler," diyebilir.

Haber Bültenleri

Gazete ve İnternet gazetesi okurları haberleri alış şekli üstünde kayda değer bir denetime sahiptirler. Radyo dinleyicileri ile televizyon izleyicilerinin denetimi daha azdır. Gazete okuru gazeteyi okumaya ön sayfadan mı, spor haberlerinden mi yoksa ölüm ilanlarından mı başlayacağına karar verebilir. İnternet gazetesi okuru da baştan sona hangi belirli yazıyı okuyacağına karar vermeden önce bir Web sitesinin ana sayfasını aşağıya doğru kaydırabilir. Ancak bir radyo dinleyicisi veya televizyon izleyicisi, haberleri sunulduğu şekilde almak zorundadır: Öykülerin sırası haber bülteni yapımcısı tarafından önceden belirlenir.

Haber bültenleri genellikle yapımcının günün en büyük öyküsü olarak düşündüğü haberle başlar veya "çıkış yapar". Ancak bu durum, çıkıştan sonra gelen her öykünün bir öncekinden daha az önemli olduğu anlamına gelmemektedir. Yapımcı haber bülteninin etkisini ayrı ayrı öykülere göre değil, bir bütün olarak düşünmelidir. Yapımcılar genellikle önemli veya sıra dışı bir öyküyü haber programının sonlarına koyarak, izleyicinin ilgisini canlı tutmak ve onları ekrana kilitlemek için "az sonra" yöntemini kullanırlar. (4. Bölüm'de bu tür haber başlıklarına değinmiştik.)

Gazete editörleri her ne kadar sayfaların düzenine karar verse de, televizyon haber yapımcısı, haber bülteni için bütün öyküleri akış sırasına göre dizen bir özet veya program hazırlar. Yapımcının işi her bir öykünün ne kadar süreceğini tam olarak bilmektir; çünkü haber bülteni belirli bir zamanda başlayıp bitmelidir. Program başladıktan sonra, yapımcı yayının program akışına göre sürmesini sağlar. Bir öykü beklenenden daha uzun sürerse, yapımcı neyi keseceğine ve kestiğini nasıl telafi edeceğine karar vermelidir. Bir öykü bültenden çıkarılırsa, yapımcı bu boşluğu doldurmak için malzeme sağlamak zorundadır.

Çevrimiçi Haberler

İnternet gazeteciliğinin basın ve yayın gazeteciliğiyle benzer, aynı zamanda yalnızca Web'e özgü özellikleri vardır. Web siteleri tıpkı bir gazete gibi sık sık okunacak yazılar sunar. Diğer

zamanlarda, okur kitlesi bir video klibi seçebilir, bu durumda Web sitesi TV yayınına benzer. Yeni ortamın bütün avantajlarından yararlanan çevrimiçi bir öykü, okurun katılımcı olmasını, sunulan bilgiyi takip ederken kendi yolunu çizmesini sağlar. Minnesota Üniversitesi Haber Medyası Çalışmaları müdürü Nora Paul, "Yalnızca kullanıcı bir parça denetime sahip olduğunda, bu yeni bir öykü biçimi olur," demektedir.

İnternet ve diğer teknolojilerin medyayı nasıl değiştirdiği konusuna odaklanan bir web sitesi olan CyberJournalist.net'in yayıncısı Jonathan Dube, "İnternet gazetecileri bir kerede pek çok şeyi düşünmek zorundadır: Kelimeler, düşünceler, öykü yapısı, tasarım, interaktifler, ses, video, resimler, haber değerlendirmesi bunlardandır," demektedir. "TV haberleri gösterir. Basım ise anlatıp açıklar. İnternet haberciliği ise gösterir, anlatır, açılar ve etkileşim sağlar." Bunun mümkün olmasını sağlamak için, İnternet gazetecileri çeşitli öykü biçimleri kullanarak bilgiyi katmanlar halinde sunmalıdır.

Çevrimiçi Öykü Biçimleri

En temel çevrimiçi öykü biçimi "print plus" olarak tanımlanmaktadır. Print plus/baskı+, daha fazla bilgi vermek için fotoğraf, ses, video veya köprü gibi ek öğeler içeren metin öyküsüdür. Gazeteci linkleri birleştirerek okuru ayrı Web sayfalarındaki ek bilgilere yönlendirebilir; bu sayfaların kimisi haber kuruluşunun dışındaki bir kaynaktan sağlanabilir ve daha fazla arka plan bilgisi veya tarih sunar. Çevrimiçi öyküler kullanıcının araştırma yapabileceği veri tabanlarına linkler verilerek zenginleştirilebilir. Sözelimi, ülke çapındaki ortaokullardaki düşük sınav sonuçlarını konu alan bir öyküde, bütün okulların sonuçlarının veri tabanlarına link verilebilir. Kullanıcı belirli bir okulu, bir şehirdeki bütün okulları veya farklı okulların sonuçlarını arayabilir.

Daha yenilikçi bir yaklaşım, bir öyküyü anlatmak için özel olarak tasarlanmış "tıklanabilir interaktifleri" veya multimedya grafiklerini kullanmaktadır. Grafik öğeleri yatay döşenir; ancak okur bunları istediği sırayla bağımsız olarak inceleyebilir. Aynı şey metin ve sesi kullanıcının multimedya deneyimi için resimlerle birleştiren çoğu çevrimiçi "slayt gösterisi" için de geçerlidir.

Okura 360 derecelik görüş açısı sağlayan araçlar da çevrimiçi öykü anlatımını zenginleştirir. İnteraktif içerik tasarlamayı sağlayan yazılım programlarından biri olan Flash animasyon da video, grafik ve animasyonlarla aynı zenginliği sağlar. Sözelimi, Londra'da bulunan BBC yasa dışı uyuşturucularla ilgili bir Web sitesi oluşturmuştur; bu sitede okur belirli bir uyuşturucu ve dozajı "seçip" daha sonra beyin ve kalp gibi vücudun bir bölümünü seçerek bu uyuşturucunun bu organlar üstündeki etkisi ve güvenlik bilgisi ile ilgili yazılar okuyabilmektedir. İnternet siteleri bilgiyi soru ve cevaplara bölüp muhabirin öğrendiği şeyi kullanıcının keşfetmesini sağlayarak, öykü anlatmak için sınav ve oyunları bile kullanmışlardır.

İnternet Haberciliğinde Yazı

Jonathan Dube, İnternet haberciliği yazısının basım ve yayın yazısı arasında bir geçiş olduğunu söylemektedir. Dube, yayıncıların tercih ettiği kısa ve basit stilin İnternet haberciliği yazısını da

takibi daha kolay hale getirdiğini belirtmektedir. Ancak Dube'a göre çok sayıda Web sitesi iyi yazmanın temel kurallarını göz ardı etmektedir. Dube konuşma havasındaki bir tarzın iyi olduğunu; ancak dil bilgisi ve yazımın yine de sorun olduğunu belirtmektedir. Televizyon haber müdürü Scott Atkinson, İnternet için haber yazmak konusunda en iyi tavsiyesinin haberi bir arkadaşınıza e-posta yazar gibi yazmanız olduğunu söylemektedir. "Tabii bu kelimeleri yanlış yazıp öykü yapısını göz ardı edebileceğiniz veya bağlamı çıkarabileceğiniz anlamına gelmiyor," demektedir Atkinson. "Ama elinizden gelen en samimi biçimde yazmanız gerektiği anlamına geliyor."

Web tabanlı haber siteleri okurlara pek çok seçenek sundukları için, yazarlar bir öykünün ne hakkında olduğunu hemen belirtmeyen gecikmeli veya anekdot gibi çıkış noktalarından kaçınmalıdır. Çıkış noktası okura okumaya devam etmesi için iyi bir neden sunmalıdır. Aksi takdirde, okur başka bir öyküye tıklayabilir. Çevrimiçi öyküler genellikle gazete öykülerinden daha kısadır. Bir İnternet öyküsünü 800 kelimeyle sınırlandırıp hepsini bir sayfaya sığdırmak iyi bir prensiptir. Yapılan çalışmalar okurların İnternet metnini aşağıya kaydırmaya gönüllü olduğunu, dolayısıyla aynı öyküden daha fazla sunmak için okurları daha fazla sayfayı tıklamaya zorlamanın gereği olmadığını göstermiştir. Ancak metnin daha kolay anlaşılması için, Dube İnternet yazarlarının metni çok sayıda parçaya bölüp daha fazla alt başlık kullanmalarını, ayrıca fikirleri birbirinden ayırmak için önemli noktaları ayrı ayrı belirtmelerini önermektedir.

İnternet gazeteciliği, okurların elektronik posta veya canlı sohbet yoluyla yazar veya editöre hemen ve doğrudan cevap vermesini mümkün kılabilir. Ayrıca, pek çok site okurların kendi yorum ve düşüncelerini yayınlamalarını sağlamak için onlara yer vermekte, böylece diğerleri kimin ne yazdığını görüp bunlara cevap verebilmektedir. ABD'de bulunan Minnesota Kamu Radyosu (MPR) yayın ve İnternet öyküleri için okurların katkısını istemektedir. Dinleyicilerden daha fazla bilgi için radyoyu aramaları veya e-posta göndermeleri istenmektedir. MPR Web sitesindeki öykülerde "Bu öyküyü oluşturmamıza yardım edin" şeklinde bir link bulunabilir, böylece hedef kitle yorum ve görüş ekleyebilir.

MPR ayrıca eyalet ekonomisinin durumu gibi özel haberleri üretmeden önce hitap ettiği kitleyi araştırır. MPR Haber Yardımcı Başkanı Bill Buzenberg, kitle katkısının "daha derin ve çok sayıda gerçek dünyadan örnek ve sesle, çok daha sofistike bir habercilik" ile sonuçlandığını söylemektedir

UZMAN GAZETECİLİK

Pek çok haber kuruluşu, gazetecileri "özel görev yeri" olarak bilinen coğrafi veya konuya özgü belirli alanları ele almakla görevlendirir. Bu genellikle bir er veya polisin düzenli görevlerini tanımlamak için kullanılan bir terimdir. Gazeteciler kendi özel görev bölgelerini oluşturan bölge ve insanları tanır ve pek çok durumda yararlandıkları kaynakları anlamak için özel terminolojiyi öğrenmek zorunda kalırlar. Ancak bu, bu terminolojiyi öykülerinde kullanacakları anlamına gelmemektedir. Aksine, işinin ehli özel muhabirler çevirmen olup aksi takdirde anlaşılması güç olacak bilgileri genel halkın anlayabileceği şekilde sunarlar.



Her muhabirin her türlü öykü üstünde çalışmasının beklendiği en küçük haber odalarında özel görev yerlerine ender rastlanır. Ancak daha büyük haber organizasyonlarında, yazılı ve görsel basın mensupları belirli bir haber türüne odaklanma fırsatı yakalayabilirler. Bazı özel alanlar gelenekseldir: Sözelimi hükümet, polis, mahkemeler ve iş dünyası. Diğerleri bölgeye göre çeşitlilik gösterir. Muhabirler bir toplumun yapısına bağlı olarak, özel görev yeri niteliğinde çevre, yaşlılar veya eğitim konularını ele almakla görevlendirilebilirler.

Özel muhabirlerin tek bir temel sorumluluğu vardır: Uzmanlık alanlarındaki haberin daima başında olmak. Muhabirlerin kendi özel görev bölgelerinde ortaya çıkan toplantı, basılı rapor veya Web yayınları ve diğer rutin etkinlikleri ele almaları beklenir; ancak aynı zamanda görünenin ötesinde haber bulmakla da sorumludurlar. Özel muhabirler, yalnızca gözler önünde değil, perde arkasında da gerçekten olup bitenler hakkında onları daima haberdar edecek kaynaklarla ilişkiler kurarak öyküleri kendi girişimleriyle geliştirirler. Son dakika haberinden öyküleştiren haber profillerine dek geniş bir öykü yelpazesi üretirler. Knight Ridder gazeteleri eski özel muhabiri ve halihazırda Poynter Enstitüsü'nde çalışan Chip Scanlan, "Benim tanıdığım özel muhabirler sistemli ve kararlı olup net bir misyon anlayışına ve geniş bir kaynak yelpazesine sahiptir," demektedir.

Özel Muhabirlik Becerileri

Bir özel muhabir hangi öyküyü seçerse seçsin veya neyle görevlendirilirse görevlendirilsin, tek bir temel beceri işinin vazgeçilmez bir parçasıdır: Özel görev yerinde baskın olan kuruluşları anlama yeteneği. Sistemin nasıl işlediğini öğrenmek uzun zaman ve çaba gerektirir; ancak özel muhabir,

sıradan muhabirlerin yakalayamayacağı öykülerle çabasının karşılığını alır. 2. Bölüm'de değindiğimiz can salı öyküsünü ortaya çıkaran muhabir Eric Nalder, özel görev yerinde izleyeceği yolu öğrenmek için kendine şu soruları soruyor:

- Oyuncular kim?
- Yetkili kim?
- Düzenleyiciler kim?
- Kurallar neler?
- İşler nasıl yürütülüyor?
- Hatalar nereye kaydediliyor?
- Harcama nereye kaydediliyor?
- Gerçek öyküyü kim biliyor, bu kişiye nasıl ulaşabilirim?

Bu sorulara cevap bulabilmek için bir muhabir çok çalışmalı ve "özel görev yerini arşınlamalıdır." Konuyla ilgili okuyabileceğiniz her şeyi okuyun, toplantı programlarını ve gündemlerini toplayın, konuya özgü yayınlara abone olun. Ama en önemlisi, kalkın ve özel görev yerinize gidin. Özel muhabirler yalnızca telefona bağlı kalamazlar. Özel görev yerlerinde zaman geçirerek insanlarla buluşup konuşmaları gerekir. Norfolk, Virginia WTKR-TV'nin araştırmacı gazetecisi ve tecrübeli bir Amerikalı muhabir olan Mike Mather, "Kimse haber odasında oturarak iyi bir öykü yakalayamaz," demektedir. Yetkililerden sekreterlere dek size yardımcı olabilecek herkesi tanıyın ve özel görev yerinizde karşılaştığınız herkese kartvizitinizi verin. Mümkün olduğunca irtibat bilgisi kopararak bu bilgilerin yer aldığı bir kaynak listesi çıkarın, düzenli "özel görev yeri kontrolleri" yaparak bu insanlarla irtibat halinde kalın. İyi bir özel muhabir, özel görev yerindeki ana oyuncuları tanımanın yanı sıra, bu kişilerin eylemlerinin toplumdaki insanları nasıl etkilediğine de bakar.

Özel muhabirlik güçlü organizasyon ve kişisel beceri gerektirir. Organize olmak demek, toplantıları, duruşmaları ve haber veya eylemlerin son günlerini takip edebilmek için bir takvim kullanmak anlamına gelmektedir. Aynı zamanda irtibat bilgilerini, özellikle telefon numarası ve e-posta adreslerini dosyalayıp almak için güvenilir ve taşınabilir bir sisteme sahip olmak anlamına gelmektedir. Dahası, gelecekteki haber fikirlerini içeren bir dosya oluşturmak ve takip edilecek şeylerin günlük listesini çıkarmak anlamına gelmektedir. Günümüzde çok sayıda muhabir kişi ve tarihleri aramayı daha kolay hale getiren programlar kullanarak bu bilgileri bilgisayarlarında saklamaktadır. Ancak bu bilgilere ofis dışındayken de ihtiyaç duyacakları için yanlarında bu listelerin bir çıktısını, bir dizüstü bilgisayar veya uzaktan Web erişimi sağlayan, yararlı ve elde tutulabilen bir cihaz olan avuçiçi bilgisayarı (PDA) taşırlar. Ancak teknolojiye her zaman güvenilemeyeceğinden, düzenli olarak bu bilgileri yedeklemek önemlidir.

Bir özel görevi ele almak demek, insanları size güvenebilecekleri kadar tanıyabilmek, aynı zamanda yine de profesyonel bir mesafeyi koruyabilmek anlamına gelmektedir. Scanlan, özel

muhabir olmanın en zor kısmı "kaynak kişilerin hoşlanmayacakları bir öykü yazmış olsanız bile, her gün onlara dönüp kendileriyle uğraşmak zorunda olmanızdır," demektedir.

Hükümet ve Politika

Hükümeti izleyen muhabirler, hükümetin iç işleyişini anlamak ve hükümet kararlarının etkisini araştırmak zorundadır. Hükümetle ilgili haberlerin peşinde koşan muhabirler, "Bu kimi ilgilendiriyor?" temel sorusunu sordukları zaman, hükümetin icraatlarından hayatları etkilenen insanları bulabilirler. Bu insanları ele alan haberler hedef kitlenizin daha çok ilgisini çeker.

Hükümet işlerinin çoğu toplantılarda yapılır; dolayısıyla özel muhabirler bunların çoğunu ele almayı beklemelidir. Ancak donuk bir toplantı, donuk bir haberi haklı göstermez. Hedef kitle önemli şeyleri öğrenmek için gazeteciye bağımlıdır; olan biten her şeyi kronolojik sırasıyla öğrenmek için değil. Toplantılarda çıkan en iyi öyküler, toplantı odasında olanlara değil, meydana gelen durumdan etkilenen insanlara odaklanan öykülerdir.

Hükümetin özel görev alanlarında, gazetecilerin bütçe ve diğer finansal bildirimleri okuyup yorumlamayı bilmeleri son derece önemlidir. "Parayı takip edin" bütün gazeteciler için iyi bir tavsiyedir; ancak hükümet ve siyaset haberlerini ele alan muhabirler için ayrı bir önem taşır. Hükümetin fon sağlama çalışmalarıyla ilgili bir öykü insanlara kuru gelebilir; ancak vergi ve harcamalar hedef kitleyi doğrudan etkilediği için, insanlar paralarının nereye gittiğini bilmek isteyecektir. Genelde, belgeler hükümetin can damarıdır; dolayısıyla özel muhabirler bu belgeleri ele geçirip yorumlayabilmelidir.

Bir demokraside siyaseti izleyen muhabirlerin tek bir ana misyonu vardır: Halka, seçilmiş kişilerden oluşacak bir meclisin adayları arasında bilinçli bir seçim yapmak için ihtiyaç duyulan bilgiyi vermek. Gazeteciler bu görevi yerine getirmek için adayların geçmişlerini, niteliklerini, önemli meselelerdeki pozisyonlarını ve adayların kampanya mitinglerinde ve reklamlarında neler söylediğini araştırmak zorundadır. Politika muhabirleri, adayları destekleyenlere de bakarlar; çünkü onların çıkarları, politikacının seçildiği takdirde neler yapacağına ışık tutar.

İş ve Ekonomi

İş dünyası hemen hemen herkesin hayatını ilgilendirir. İşsizlik, gıda ve petrol fiyatları, şahsi birikim ve yatırımlar gibi bütün bu konular yalnızca iş dünyası liderleri için değil, işçiler ve tüketiciler için de önemlidir. Yerel iş dünyasını özel görev olarak ele almak, işveren ve işçilerle, inşaat ve eşya satışlarının yanı sıra, yerel ekonomiyi canlı tutan çiftçilik, madencilik ve sağlık gibi iş sektörlerini de haber konusu yapmak anlamına gelmektedir. Ulusal seviyede, iş dünyası muhabirleri meta ve para piyasaları, faiz oranları ve kurumsal borçlar gibi anlaşılması güç konulara da değinir.

İş ve ekonomi haberlerini ele alan muhabirler öykülerini genel kitlenin anlayabileceği bir dille aktarmalıdır. Ekonomik kavram ve terimleri daha basit bir dille tanımlamak veya tekrar anlatabilmek için önce kendileri anlamalıdır. Bu uygulama, hedef kitlesi bu terimlere aşina

olabilecek kişilerden oluşan özel basım ve yayınlarda çalışan muhabirler için de yararlıdır. Sözelimi, ABD'de, The Wall Street Journal gazetesinin hedef kitlesi iş dünyasını tanıyan okurlardır; ancak bu gazete yine de "gayrisafi milli hasıla" (bir ülkenin mal ve hizmet çıktısının toplam değeri) gibi yaygın terimlerin anlamını vermektedir. Zaman içinde, iş dünyası muhabirleri öykülerinde kullanacakları kendilerine özel bir kesin tanım listesi oluşturur. Hedef kitle, "borç tahvili," "para devalüasyonu," "özelleştirme" ve diğer ekonomik terimlerinin ne anlama geldiğinin açıkça belirtilmesini takdirle karşılayacaktır. Bu kavramların kurum ve hükümetlerin yanı sıra bireyler için de neden önemli olduğunu açıklayan öyküleri beğeneceklerdir.

İş dünyası muhabirleri mali durum tablosu, bilanço ve diğer yıllık faaliyet raporlarını okuyup anlamak zorundadır. Bu muhabirler genellikle yıldan yıla gelir ve harcamadaki değişikliklere bakarak öykü bulurlar. Aynı endüstri kolunda veya aynı bölgedeki şirketleri diğerleriyle karşılaştırırlar. Sözelimi, bir işletme kapandığında veya iflas ettiğinde, muhabirler yalnızca kaç kişinin işsiz kaldığını sormakla kalmayacak, kapanan işletmenin toplum üstünde nasıl bir etki yaratacağını da sorgulayacaktır. Bu daha geniş kapsamlı soruları cevaplamak için, muhabirlerin şirketin bölgedeki en büyük işverenlerden biri olup olmadığı, diğer yerel şirketlerin aynı ürün ve hizmeti sağlayıp sağlamadıkları, yerel bölgedeki işsizlik oranının ne olduğu gibi soruların cevaplarını bilmek zorundadır.

İş dünyası özel muhabirliği, diğer konu alanlarının hepsinden daha derin bir matematik ve istatistik bilgisi gerektirir. Ancak iş dünyası muhabirleri sayıları öykülerinde mümkün olduğunca az kullanmalıdır; çünkü çok sayıda rakam öyküyü kuru ve donuk yapar. En zorlayıcı iş dünyası öyküleri, kendilerini insanların anlayacağı terimlerle anlatıp insanların nasıl etkilendiğini veya etkileneceğini belirterek gelişmelerin ciddiyetini göstermektedir.

Sağlık, Bilim ve Çevre

Sağlık ve çevre öyküleri insanların hayatında doğrudan etkiye sahiptir. AIDS hastalığını ele alan muhabirler, cehaletin en az hastalığın kendisi kadar tehlikeli olabileceğini bilirler. Bu muhabirlerin öyküleri insanları eğitebilir, böylece insanlar kendilerini koruyabilirler. Sağlık, bilim ve çevre konularını özel görev olarak seçen gazeteciler, kuş gribinden insanın gen haritasına ve bataklığa dönüşen nehirlerin etkilerine kadar her konuda haber yapabilir. Bu konuların her birinde, konunun esasındaki meseleler karmaşıktır ve gazetecinin görevi bunları anlaşılır bir şekilde açıklamaktır.

Gazeteciler bu tür öyküler üstünde çalışırken, bilim insanları ve medikal araştırmacıların diline aşina olmalıdır; bu kişilerin dilini sıradan bir insan anlamayabilir. Canadian Press haber ajansı muhabiri Dennis Bueckert, bu özel terminolojiden korkmamanızı ve bu terminolojiyi öykülerinizde kullanmamanızı söylüyor. İş dünyası muhabirleri gibi, bilim yazarları da karmaşık terimler için kendilerine özgü tanım ve açıklama listesi oluşturabilirler, böylece genel olarak halkın anlayabileceği öyküler yazabilirler.

Bilimsel konuları ele alan muhabirler bilimsel yöntem ile temel matematik ve istatistiği anlamalıdır, böylece araştırma çalışmalarının sonuçlarını iki kez kontrol edebilirler. Bu muhabirler aynı zamanda

her gelişmeyi büyük buluşa dönüştürme ve ihtimalleri kabul etmek yerine "evet" "hayır" cevaplarında ısrar etme ihtiyacına direnmelidirler. Haberleri istedikleri kadar çarpıcı olmayabilir; ama kesinlikle doğru olur.

Bir öykünün bütün taraflarını haber yapmak üzere eğitilmiş gazeteciler, bilim sözkonusu olduğunda genellikle tuzağa düşerler. Birbirinden farklılık gösteren bilimsel düşüncelere eşit kapsam vermek kitleyi yanlış yönlendirebilir. Sözgelimi, bilim insanlarının çok büyük bir kısmı kurşuna maruz kalmanın çocukların zekâ seviyesine zarar verdiğini savunmaktadır. Sadece çok az sayıda araştırmacı bu görüşe karşı çıkmaktadır. Bir muhabir haberinde her iki bakış açısına yer verebilir; ancak bunu yaparken konuyla ilgili bilimsel hiçbir ortak görüşe varılmamış gibi göstermemelidir.

Maryland Üniversitesi'nde gazetecilik profesörü olan ve bilimsel yazı konusunda iki kitabın editörlüğünü yapmış olan Carol Rogers, özel muhabirlere iki yararlı ipucu vermektedir: Birincisi: Kimlik belirtme meseleleri. Gazeteciler genellikle alıntı yaptıkları uzmanların kimliğini anlamlı bir şekilde açıklamazlar. Oysa seslendiğiniz kitlenin neden bu kişiden alıntı yaptığınızı bilmeye hakkı vardır. Sözgelimi, iklim değişiklikleri hakkındaki uluslararası bir konferansı konu alan bir öyküde, Beyaz Saray Bilim ve Teknoloji Dairesi başkanının sözlerinden alıntı yapılmış; ancak bu kişinin saygıdeğer bir bilim insanı olduğundan bahsedilmemiştir. Oysa öyküde bu bilgiyi vermek, hedef kitlenin bu kişinin yorumlarının geçerliliğini daha iyi değerlendirmesini sağlayacaktır.

Rogers'ın ikinci ipucu şudur: Hedef kitle, özellikle karmaşık konularda gazetecilerin elde ettiği arka plan ve geçmiş bilgilerine sahip değildir. Dolayısıyla, sözgelimi, bilimsel bir konferansı konu alıyorsanız, hedef kitlenizin dünkü öyküyü okuyup dinlediğini veya yarınkini okuyup dinleyeceğini varsaymayın. Hedef kitlenize meseleyi anlamalarını sağlayacak kadar arka plan bilgisi verin ve bunu sanki hedef kitlenizin konuyla ilgili okuyup dinleyeceği tek öykü sizinkiymiş gibi yapın. Öyle de olabilir.

Polis ve Mahkemeler

Suç ve mahkemeleri konu alan muhabirler sistemin nasıl işlediğini bilmek zorundadır. Çok az sayıda muhabir ceza hukuku konusunda eğitim almıştır; ancak polis konularında özel muhabirlik yapmış yaşlı kurtlar konuyla ilgili en az bir ders almanızı tavsiye etmektedir. Polis yetkililerinin gazetecilere bilgi vermemek konusunda kötü bir şöhretleri vardır; ancak onların kural, düzenleme ve prosedürlerini bilerseniz, daha iyi sorular sorup öğrenmek istediklerinizi öğrenme şansınızı yükseltebilirsiniz.

Polis muhabirleri ele aldıkları toplumda suçların nasıl tanımlandığını tam olarak bilmek zorundadır. Sözgelimi, Türkçe'de her ikisi de "soygun" anlamına gelen "burglary" ile "robbery" ABD'de ayrı iki suçtur. "Burglary" suçunda, suç işlemek için bir binaya izinsiz veya zorla girmek söz konusudur. "Robbery" ise zor kullanarak para veya eşya çalmaktır. Bir önemli terimler sözlüğü hazırlamak sizi utandıracak hatalar yapmanızı önler. Bir polis basın açıklamasında bir suçla ilgili temel gerçekler verilir; ancak iyi muhabirler daha derine inmenin bir yolunu bulur. Mümkün olduğunda daima, ayrıntıları öğrenmek için olay yerine giderler ve komşu veya görgü tanıklarıyla konuşurlar.

Mahkeme muhabirleri yargı sürecini başından sonuna kadar bilmek zorundadır. Bir şüpheli yakalandığında, suçlandığında, mahkemeye verildiğinde, yargılandığında, mahkum edildiğinde veya salıverildiğinde ne olduğunu bilmelidirler. Deneyimli muhabirler, süreci öğrenmenin en iyi yolunun mahkeme binasında zaman geçirmek olduğunu söylemektedir. İşe dava dosyalarıyla takvimi takip eden mahkeme kâtiplerinden başlayın. Mahkeme kayıtlarının, dosyaların ve ifadelerin kopyalarını nasıl elde edebileceğinizi öğrenin. Duruşmadan önceki önerge ve savunma metinleri de dâhil olmak üzere dava dosyalarını okuyun, her gün mahkeme salonunda olmadığınız durumlarda (bu durum genellikle olur) dava hakkında neler söylendiğini takip edin.

Savunma avukatları yargı alanındaki en iyi bilgi kaynaklarından bazılarıdır. Bu avukatlar genellikle üstünde çalıştıkları dava konusunda muhabirlerle konuşmaya savcılara nazaran daha gönüllüdürler. Hukuki jargonu anlamak için elinizden gelen her şeyi yapın; ancak bu jargonu öykülerinizde kullanmayın. *Covering the Courts: A Handbook for Journalists* (Mahkemeleri Ele Almak: Gazeteciler için El Kitabı) kitabının yazarı S.L Alexander, "Hukukçulara gazetecilerin anlamaması için büyük laflar etmeleri tavsiye ediliyor," demektedir. "Bir şeyin ne anlama geldiğini bilmiyorsanız, görüşme yaptığınız kişiden bunu açıklamasını isteyin," diye önermektedir Alexander.

Spor

Spor muhabirleri gazetecilikte en iyi yazı yazarlardır denebilir. 'Bu muhabirlerin öykülerinde doğal olarak heyecanlı olaylar, duygular ve çok büyük kişilikler yer alır' demektedir eski TV spor muhabiri ve halihazırda Connecticut'taki Quinnipac Üniversitesi'nde öğretmenlik yapan Bill Schwanbeck. İyi spor yazarları bir maçın skorunu veya atletik bir yarışmanın sonuçlarını söylemekten çok daha fazlasını yaparlar. Temel gerçekleri verirler elbette; ancak hedef kitlenin maçta veya maçı televizyonda seyrederken alamadığı perspektif ve bağlamı da sunarlar. Spor yazarları sadece kim ve neyi değil, gerçekleşen olayın neden ve nasılını da açıklarlar. Ayrıca sporun iş kısmı hakkında haberler yapar, atlet, takım sahibi ve fanatiklerle ilgili öyküleştiren haberler yazarlar.

Ama yine de spor yazarları işe temel gerçeklerle başlamalıdır. Bütün spor dalları hakkında bilgi sahibi olmalı, konu aldıkları maç veya sporun kurallarını ve skorun nasıl belirlendiğini bilmelidir. Spor muhabirleri özellikle gece maçlarını konu aldıklarında son derece kısıtlı bir zamana sahiptir. Skoru takip etmeli, aynı zamanda not tutmalıdırlar; bu ise hızla geçen bir maçta yapılacak kolay bir iş değildir. En önemlisi, spor muhabirleri her haber için bir tema bulmalı ve ayrıntıları bu temanın etrafında örmelidir.

Çoğu durumda, en iyi haber sahada değildir. Spor yazarları sahne arkasında neler olduğunu, soyunma odasındaki atmosferi veya iki oyuncu arasındaki bütün takımı etkileyen gerilimi öğrenmeye çalışırlar. Oyuncu ve müdürlere saygıyla yaklaşır; ancak onlara kahramanlarmış gibi tapınmaya kalkışmazlar. Spor yazarları genellikle konu aldıkları spordan zevk alırlar; ama herhangi bir takımın fanatiği veya destekçisi değillerdir. Bütün gazeteciler gibi, onlar da konu aldıkları öykülerin adil ve bağımsız gözlemcileri olmalıdırlar.

Nasıl iş dünyası ve bilim muhabirleri ekonomik ve bilimsel jargon kullanmaktan kaçınıyorsa, spor yazarları da ancak en ateşli taraftarın veya koçun bileceği terimleri kullanmaktan kaçınmalıdır. Şimdilerde The Journalist's ToolBox adlı İnternet sitesinin yayıncılığını yapan eski spor muhabiri Mike Reilley, "Olayı basit tutun," diyor. "Kurnazlık yapmayın." Ayrıca, özellikle kaybedilen bir müsabakadan sonra atlet ve koçlarla yapılan bazı görüşmelerin gergin ve tartışmalı geçeceği konusunda genç gazetecileri uyarıyor. Reilley, pek çok profesyonel atletin kişiyi korkutmakta usta olduğunu, dolayısıyla gazetecilere sebat edip geri çekilmemelerini öneriyor.

ETİK VE HUKUK

Güç, diğerlerini etkileme becerisi ise, özgür bir basın inanılmaz bir güce sahiptir. Bir demokrasideki haber medyası genellikle hükümetten onay almadan bilgi verme hakkına sahiptir. Gazetecilerin bu haklarından yararlanabilmesi için pek çok ülkede gazetecilere yasal koruma sağlanmaktadır. Ancak haklar beraberinde sorumlulukları getirmektedir. Gazetecilerin özgür bir toplumdaki en temel sorumlulukları, haberleri doğru ve adil bir biçimde aktararak etik gazeteciliği uygulamaktır.



Etik, eyleme kılavuzluk eden bir prensipler sistemidir.

Yasalar size belirli bir durumda neler yapabileceğinizi ve neler yapamayacağınızı söylerken, etik size ne yapmanız gerektiğini söyler. Etik kişisel, mesleki, toplumsal ve ahlaki değerlerle akıl yürüterek varılan nedenlere dayanır. Etiğe uygun karar vermek bu değerleri günlük işinize uygulamanız anlamına gelmektedir.

1994 yılında, yarı kürede hüküm süren ifade özgürlüğü baskısına tepki olarak kıta Amerikalarındaki ülkeler tarafından kabul edilen Chapultepec Bildirisi, etik gazeteciliğin haber medyasının uzun vadedeki başarısı açısından son derece önemli olduğunu açıkça belirtmektedir:

Basının güvenilirliği, hakikate olan bağlılığına, doğruluk, adillik ve nesnelliği gözetmesine ve haber ile reklam arasındaki kesin ayrımı bilmesine bağlıdır. Bu hedeflere ulaşılması ve etik ve mesleki değerler zorla benimsetilemeyebilir. Bunlar gazeteciler ve medyanın özel sorumluluklarıdır. Özgür bir toplumda, kişiyi ödüllendirip cezalandıran halkın görüşüdür.

Gazetecilikte etik açıdan boşlukların ortaya çıktığı bir gerçektir. Muhabirler bilgiyi icat etmiştir. Editörler kaynaklara ödeme yapmayı kabul etmiştir. Haber kuruluşları haber kisvesi altında reklam yayınlamışlardır. İşler böyle olunca, halk haber medyasında görünen her şeyi sorgulama hakkına sahiptir. Gazeteciler etiğe aykırı davrandıklarında, bunun cezasını bütün gazeteciler ve bütün haber kuruluşları çeker; çünkü bu tür bir davranış mesleğin güvenilirliği hakkında soru işaretleri doğurur. Güvenilirlik darbe aldığı anda, haber kuruluşunun ekonomik açıdan ayakta kalması da zorlaşır.

Etik Prensipleri

Hiroşima'ya atılan atom bombasının ardından yaşananları haber yapan merhum muhabir ve ödüllü roman yazarı John Hersey, "Gazeteciliğin tek bir kutsal kuralı vardır," demişti. "Yazar haberleri uydurmamalıdır. Haberin şöyle bir lisansı olmalıdır: BUNLARIN HİÇBİRİ UYDURMA DEĞİLDİR."

Etiğe uygun davranan gazeteciler, insanların ağızından söylemedikleri şeyleri çıkarıp aslında bulunmadıkları bir yere gitmiş gibi davranmazlar. Başkalarının çalışmalarını kendilerininmiş gibi göstermezler. Fabrikasyon ve bilgi hırsızlığı, gazeteciliğin bütün dünyadaki temel standartlarının ihlalidir. Ancak bu ihlallerin hepsinin kesin çizilmiş sınırları yoktur.

Üzerlerinde haber kuruluşu sahiplerinin, rakiplerin, reklamcılarının ve halkın baskısı olan gazeteciler her gün etik açıdan ikilemler yaşarlar. Ürettikleri gazeteciliğin etiğe uygun olması için bu ikilemlerini çözümlenecek bir sürece ihtiyaç duyarlar. Etik meseleler konusunda son dakikada bile iyi kararlar vermelerini sağlayacak bir düşünme şekline ihtiyaçları vardır.

Bu düşünme şekli gazetecilerin güvendiği prensiplere sıkı sıkıya bağlı olmalıdır. Aşağıdakiler, gönüllü bir gazetecilik derneği olan ABD Profesyonel Gazeteciler Birliği'nin temel ilkeleridir:

- **Gerçeği arayın ve onu bildirin.**

Gazeteciler bilgiyi toplayıp aktarırken ve yorumlarken dürüst, adil ve cesur olmalıdır.

- **Zarar verme riskini en aza indirin.**

Etiğe uygun davranan gazeteciler kaynak, özne ve meslektaşlarına saygıyı hakeden insanlar şeklinde muamele etmelidir.

- **Bağımsız hareket edin.**

Gazeteciler halkın bilme hakkı dışında bütün çıkar yükümlülüklerinden bağımsız olmalıdır.

- **Haberden sorumlu olun.**

Gazeteciler okur, dinleyici ve izleyicilerinin yanı sıra, birbirlerine karşı da sorumludur.

Yüzeysel olarak baktığınızda, bu prensiplere bağlı kalmanın kolay olduğunu düşünebilirsiniz. Gazeteciler elbette gerçeği aramalı ve kaynaklarına saygı çerçevesinde davranmalıdır. Ancak çoğu zaman bu ilkeler kendileriyle çatışır. Gerçeğin peşindeki gazeteciler yolsuzluğa karışan kişinin ailesini incitebilecek bilgiler keşfedebilir. Bir muhabirin bir sivil toplum örgütüne üye olması, bu örgütün yer aldığı haber hakkında daha fazla bilgi edinmesini sağlayabilir; ancak muhabirin aynı örgütle olan ilişkisi bağımsızlığından taviz vermesine neden olabilir ve kendini hedef kitle karşısında savunmasını güçleştirir. Çoğu durumda, etiğe uygun karar vermek doğru ile yanlış arasında değil, doğru ile doğru arasında bir seçim yapmayı gerektirir.

Peki, o halde gazeteciler nasıl etik açıdan uygun kararlar alabilir? Bazı durumlarla baş etmenin en iyi yolu, öncelikle bu durumlardan kaçınmaktır. Sözelimi, muhabirler dışarıdan herhangi bir gruba üye olmaktan kaçınabilir veya ait oldukları bir grup hakkında herhangi bir öykü hazırlamaya yetenekleri olmadığını belirtebilirler. Diğer durumlarda, gazeteciler birbirleriyle çatışan prensipler arasında mümkün olan en iyi dengeyi sağlamaya çalışmalı; hakikati aramanın ve halka hizmetin her şeyden önce geldiğini asla unutmamalıdır.

Etığe Uygun Karar Verme

Bazı haber odaları baştan sona etik ikilemlerle uğraşır. Ne zaman bir mesele veya ikilem ortaya çıksa, ne yapılması gerektiğine üst düzey bir müdür karar verir. Bu yaklaşım hızlı olması açısından avantajlıdır; ancak keyfi olma riskini de taşır. Bu yaklaşım, gazeteciler sahaya çıktığında veya müdür ofiste olmadığında, gazetecilerin iyi bir karar vermesine hiçbir katkıda bulunmaz. Bu nedenle, pek çok haber odası daha kapsamlı ve çeşitli koşullarda iyi kararlar vermeleri için bütün gazetecilere yardımcı olacak etiğe uygun bir karar verme süreci benimsemiştir.

Bu süreçte ilk aşama ikilemi tanımlamaktır. Çoğu insan etik açıdan bir ikilem yaşadığını fark eder. Kendi içlerinde bir uyarı mekanizması çalışır. Bir durumda yanlış bir şeyler olduğunu hissederler. Böyle bir şey olduğunda, sizi rahatsız eden şeyin ne olduğunu söylemeniz önemlidir. Hangi değerlerden taviz verebilirsiniz? Söz konusu gazeteciliğe ilişkin meseleler nelerdir? Genellikle bir gazetecilik hedefi ile etik duruş arasında gerilim yaşanır. Tamamıyla özgün bir öyküyü ele alan bir muhabir, herkesten önce davranıp aceleyle öyküyü baskıya vermek isteyebilir; ancak ortaya çıkabilecek sonuçları da göz önünde bulundurmaya zorundadır. Öykü doğru çıkmazsa ne olur? Gazeteciler rekabette ön plana çıkmak gibi başka hedefler nedeniyle etik değerlerinden ödün vermemelidir.

Sorunu tanımladıktan sonraki ikinci aşama, iyi karar vermenizi sağlayacak kadar çok bilgi toplamaktır. Varsa haber odası politikalarına ve kılavuzlarına danışın, ikileminizden diğerlerine de bahsedin. İşe haber odasındaki meslektaşlarınız ve süpervizörlerinizle konuşmakla başlayın; ancak bu kadarıyla bırakmayın. Öyküye doğrudan karışmayan ancak koşullar hakkında bilgi sahibi olan kişiler gibi başka seslere de danışmak genellikle yararlıdır.

Doktorların aksine, gazetecilerden kimseye zarar vermeyeceklerine dair söz vermeleri beklenmemelidir; bu önemlidir. Pek çok hakikat dolu ve önemli öykü, insanların duygularını incitip itibarlarına zarar verecektir. Bu durum kaçınılmazdır. Ancak gazeteciler kişileri gereksiz riske atmaktan kaçınarak bu zararı en aza indirmeye çalışırlar. Poynter Enstitüsü'nde gazetecilik etiği dersi veren Bob Steele, şu soruyu sormaktan hoşlanır: "Roller değişse ne olurdu? Ben kendimi nasıl hissedirdim?"

Diyelim ki bir muhabir 12 yaşından küçük erkek çocukların günde 10 saat, haftada altı gün çalıştırıldığı ve çocuklara ülkedeki asgari ücretin yarısından azının ödendiği bir fabrikanın olduğunu keşfetti. Ülkenin anayasası ise işverenlerin 14 yaşın altındakileri çalıştırmalarını yasaklıyor ve kim olursa olsun, bir kişinin haftada 45 saatten fazla çalışması kanuna aykırı. Fabrikayı bulmak, muhabirin çocuk sömürsünü kanıtladığı anlamına gelmektedir; ama bu öyküyü basmadan veya yayınlamadan önce başka neleri bilmesi gerekiyor?

Fabrika hakkındaki gerçeği açıklamanın elbette bazı sonuçları olacaktır, üstelik bu sonuçların bir kısmı birilerine zarar verecektir. Bu tür bir haberle karşılaşıldığında, bundan etkilenebilecek kişi ve kurumların bir listesini çıkarmak ve haberin yaratacağı etkiyi göz önünde bulundurmaya yardımcı olabilir. Fabrika hakkındaki haber, erkek çocukları doğrudan etkileyecektir; ancak çocukların

aileleriyle fabrika sahibi de bundan nasibini alacaktır elbette. Gazeteciler doğabilecek sonuçları bildikleri zaman bilgiyi haberin içinde, yine gerçeği yansıtan ama kimseye çok fazla zarar vermemesini sağlayan bir şekilde sunmanın yollarını aramalıdır. Fabrika örneğinde, gazeteci, haberin yol açabileceği olası bir zararı sınırlandırmak için çocukların fotoğraflarını çekip isimlerini vermeyebilir.

Bu etik açıdan sonuçlar doğuran gazetecilik kararının yalnızca bir örneğidir. Diğerlerinin arasında haber kapsamının türü ve yerleştirildiği yer ile tonu vardır. Kocaman bir manşetle ilk sayfada büyük bir fotoğrafla çıkan öykünün yaratacağı etki elbette diğer sayfalarda yer alan daha küçük bir öykünün yaratacağı etkiden çok daha büyük olacaktır. Yayınlanmadan önce sayısız kere reklamı yapılan bir televizyon öyküsünün yaratacağı etki daha büyüktür; dolayısıyla doğuracağı etik sonuçlar da haber programının ortasında bir kez geçen bir öykününkinden daha ciddi olacaktır.

İyi etik kararlar vermek için bir süreçten geçmek gazeteci ve haber kuruluşlarını eylemlerini açık bir biçimde savunabilecekleri bir konuma getirir. Gazeteciler neyin neden yapıldığını açıklayarak güvenilirliklerini pekiştirip halkın onlara olan güvenini doğru çıkarabilirler.

Etiğe uygun karar vermeye değer veren haber odaları, bu tür meselelerin sadece bir ikilem yaşandığında değil, daima tartışılmasını sağlamalıdır. Bazı haber odaları farazi durumlarda neler yapabileceklerini tartışmak için düzenli toplantılar düzenlemektedir. Karşılarındakini açık fikirlilikle dinleyen ve duygularını kontrol edip pozisyonları söz konusu olduğunda esnek olmamaktan kaçınan gazeteciler, gerçek bir etik meseleyle karşılaştıklarında, bu becerilerini uygulamayı başarırlar.

Etik Kuralları

Dünyanın dört bir yanındaki gazetecilik birlikleri ve federasyonları, üye gazetecilere çalışmalarında kılavuzluk etmesi için etik kurallarını belirlemiştir. Etik kuralları bilgi hırsızlığından gizliliğe, düzeltmelerden mahremiyete kadar her şeyi kapsayabilir. Bu kuralların bir kısmı kısadır ve açık bir şekilde belirtilmemiştir; bir kısmı ise uzun ve son derece ayrıntılıdır. Paris Fransız Basın Enstitüsü'nde profesörlük yapan ve pek çok ülkenin etik kurallarını incelemiş olan Claude-Jean Bertrand, bu kuralların çoğunda şu üç temel öğenin bulunduğunu söylemektedir:

- Hayata saygı ve insan dayanışması gibi temel değerler;
- Yalan söylememek, gereksiz yere başkalarının veya birinin mülkünün zarar görmesine neden olmamak gibi temel yasaklar;
- Doğruluk, adillik ve bağımsızlık gibi gazetecilik prensipleri.

Bu kuralların bazısı doğası gereği isteğe bağlıdır; kuralı ihlal edenlerin karşılaşacakları sonuçlar açıkça belirtilmemiştir. Ancak diğer gazetecilerin ve işverenlerin etiğe aykırı hareket eden gazetecilerden hesap sorması beklenmektedir. Bazı ülkelerde, basın konseyleri gazetecilerden şikâyet eden kişileri dinleyip düzeltici eylem için bir yol tavsiye edebilmektedir. Gazetecilik değerlendirme dergileri etiğe aykırı davranan gazetecilerin eylemlerini yansıtarak ayrıca düzeltici

bir işlev görmektedir. Bazı haber kuruluşlarında personelden sorumlu biri vardır; bu kişiye genelde "okur temsilcisi" adı verilir. Bu kişi hata ve etik boşluklarını takip ederek haber odasında halkın temsilciliğini yapar.

Gazetecilerin bir birlik veya derneğe üye olmasını zorunlu kılan ülkelerde, etik kurallarında genellikle zorlayıcı bir hüküm de bulunur. Sözgelimi, Avustralya Gazeteciler Birliği'nin gazetecilere yöneltilen etiğe aykırı davranışları soruşturma yetkisine sahip bir yargı komitesi vardır. Bir etik kuralını ihlal ettiği anlaşılan bir gazeteci kınama veya para cezası alabilir ya da gruptan ihraç edilebilir.

Görev Kuralları

Ulusal ve bölgesel etik kurallarının yanı sıra, pek çok haber kuruluşunun gazetecilerinden uymasını beklediği kendine ait görev ahlaki kuralları veya uygulama standartları vardır. Bu kurallarda teşvik edilen ya da yasaklanan veya müdürün onayını gerektiren belirli eylem ve etkinlikler belirtilebilir.

Pek çok haber kuruluşu gazetecilerin görevde olduğu ve olmadığı zamanlarda yapabileceklerini sınırlandırmaktadır. Bu sınırlamaların ana nedeni haber kuruluşunun güvenilirliğini korumaktır. Muhabir ve fotoğrafçılara, insanlardan normalde yapmayacakları bir şeyi bir öykü için yapmalarını isteyerek haberleri manipüle etmemeleri veya "tiyatro"ya dönüştürmemeleri açıkça söylenebilir. Bilgide açık ve zorlayıcı bir halk ilgisinin olmadığı ve bilgi başka türlü elde edilemediği sürece, muhabirler bir haberi yakalamak için kimliklerini gizleyemezler. Yönetici halkın çıkarı gibi nedenlerle onay vermediği sürece, bir televizyon kanalı haber araştırırken gizli kamera veya gizli kayıt kullanımını açıkça yasaklayabilir.

Dijital fotoğrafçılıktaki ilerlemeler sayesinde, fotoğraf ve videoların kitleyi yanlış yönlendirecek şekilde değiştirilmesi yasağına yeni standartlar eklenmiştir. Güçlü bir yankıya sebep olan birkaç olay da bu yeni politikaların benimsenmesine katkıda bulunmuştur; bunlardan biri National Geographic dergisinin 1980'lerde çıkan bir sayısının kapağında Mısır'daki Giza Piramitlerini dijital olarak birbirine yaklaştırmasıdır.

Haber odasının görev ahlaki kurallarındaki düzenlemelerin çoğu, gazetecinin bağımsızlığı meselesine değinir. Çıkar çatışmasının görüntüsünden bile kaçınmak için, muhabirlerin haber yaptıkları şirketlerde kendi hisselerinin veya şahsi çıkarlarının olması bile yasaklanabilir. Gazetecilerin siyasi bir mesele konusunda açık bir tavır benimsemeleri veya bir yetkili adayını açıkça desteklemeleri yasaklanabilir.

Haber kuruluşları gazetecilerin herhangi bir haber kaynağı ile iş ilişkisi olmasını veya yönetici tarafından onaylanmadığı sürece para karşılığı dışarıdan iş almasını yasaklayabilir. Michigan eyaletinde bir Amerikan gazetesi olan Detroit Free Press'in etik politikasında gazetenin ne yapıp yapmayacağını açık bir dille belirtilmektedir. Bu politikaya göre, haber için kaynağa para ödemek yasaktır ve kaynakların yayımlanmadan önce materyali incelemesine izin verilmez. Kanada Yayın Şirketi (CBC)'nin uzun bir standart kılavuzu vardır; buna göre çalışanlar CBC kararını etkilemeye çalışmak için verilen hediyeleri geri çevirmek zorundadır; yalnızca normal bir işin yürütülmesi

sırasında iyi niyet veya konukseverlikle verilen mütevazı hediyeler kabul edilebilir. CBC çalışanları bir öyküyü ele almak için ücretsiz seyahat veya konaklama tekliflerini kabul edemezler.

Olası her çatışmadan kaçınmak mümkün olmayabilir; ancak gazeteciler eylemlerinin haber kuruluşuna kötü yansiyebileceğinin farkında olmak zorundadır. Bir çatışmanın çıkabileceğini hissettiklerinde, süpervizörlerini durumdan haberdar etmeleri gerekir. Bir öyküyle kişisel bağlantısı olan bir muhabir, bu görevin farklı bir muhabire verilmesini isteyebilir. Çok sayıda haber kuruluşu, muhabirlerine öykülerinde yer alan (olmasa bile) ve bir çıkar çatışması varmış izlenimi yaratabilecek ilişkileri açıklamayı bir uygulama haline getirmiştir.

Görev Ahlakı Kuralları genelde kuruluşu özgü dâhili belgelerdir; ancak giderek daha fazla sayıda haber kuruluşu bu kuralları Web sitelerinde yayınlamakta ve halk ne bekleyeceğini bilmekte ve bu standartlar ihlal edildiğinde, istasyon veya gazeteyi bundan sorumlu tutabilmektedir.

Toplum Standartları

Haber kuruluşları genellikle haber değeri ile toplum standartları arasında ikilem yaşarlar; bunları çözmek ise etiğe uygun karar vermenin usta bir uygulamasını gerektirir. Diyelim ki, seçimle iş başına gelmiş bir yetkili, muhalif partinin bir üyesinden bahsederken ırk ayrımı yaptığını gösteren bir ifade kullandı. Bazı gazeteler yetkililerin kullandığı kelimeleri olduğu gibi basabilir. Diğerleri ise yetkilinin ne dediğini anlatmak için tirelerden sonra birkaç kelime kullanabilir. Bazı gazetelerse yetkilinin yalnızca kötü bir dil kullandığını yazacaktır. Gazete editörleri, okurların neyi hoş görebileceğini tahmin ederek farklı çözüm yollarına giderler. Ama kimi zaman, bazı okurların tepkisini çekeceklerinden emin oldukları bir kararla yol alırlar. Editörler hedef kitlenin beğenmeyeceği, şok edici fotoğraf veya video seçiminde de benzer güçlüklerle karşılaşılır; öte yandan bu fotoğraf ve videolar önemli bir öyküyü anlatmanın en güçlü yolu olabilir.

Çok sayıda haber yöneticisi böyle bir seçimin yol açabileceği zararı en aza indirmek için günümüzde öykü metninin içinde ya da bu metnin öbür yanında ayrı bir "editörün notu" ile böyle bir kararı verme nedenlerini açıklamayı seçmektedir. Sözgelimi, açlıktan ölen oğlunun bir deri bir kemik bedenini tutan bir annenin fotoğrafı kesinlikle rahatsız edici olacaktır. Editör okurların kendisini öfkeyle aramasını ve her birinin şikâyetini dinlemeyi beklemektense, editörün notu ile bu acı tablonun açlık öyküsünü kelimelerden çok daha açık bir şekilde anlattığını söyleyebilir. Gazeteciler kararlarını halka açıklayarak ana prensip olan sorumlu davranışı gerçekleştirebilirler.

Yasal Konular

Haber medyasının uluslararası standartlarının dönüm noktası, Birleşmiş Milletler Sözleşmesi'nin aşağıdaki 19. Maddesidir:

Herkes düşünce ve ifade özgürlüğü hakkına sahiptir. Kimse tarafından engellenmeden düşünce sahibi olmak ve hangi ülke sınırları içine olursa olsun, her türlü medya aracılığıyla bilgi ve fikir aramak, almak ve açıklamak bu hakka dahildir.

Birleşmiş Milletler üyesi ülkeler 19. Madde de dâhil olmak üzere sözleşmeye bağlı kalacaklarına söz vermiştir; ancak bu madde bazı ülkelerin kendi haber medyalarını baskı uygulayıp uluslararası haberlere ulaşmalarının kısıtlanmasına mani olamamıştır. Görevlerini yapmaya çalışırken, gazeteciler kimi zaman öldürülmüş, hapse atılmış veya sürgüne gönderilmiştir.

Amerikalar Arası Basın Birliği ve Uruguay'ın Búsqueda gazetesinden Danilo Arbilla ile Uruguay'dan Búsqueda'ya göre en iyi basın hukuku bile aslında gazetecileri koruyamamaktadır. Danilo Arbilla, ideal dünyada, basın özgürlüğünü kapsayan mevzuatın birkaç sayfayı geçmediğini, bu sayfalarda da "basın özgürlüğünü ... düzenlemeye değin her türlü girişimi yasaklayan, açık ve dürüst bir dille yazılmış maddeler olduğunu" söylemektedir. Dünyanın ideal bir yer olmadığını söylemeye ise gerek bile yok. Basın hukuku dünyanın her yerinde öyle çok değişiyor ki, hepsini özetlememiz mümkün değil. Bazı demokratik ülkelerde gazetecilerin kamu arşivleri bilgisine erişimini sağlayan yasalar varken, diğerleri hangi bilginin basılacağını veya yayınlanacağını sınırlandırmaktır. Bazı ülkelerde cinsel tacize kurban giden kişinin adını vermek veya suç içerikli bir eylemle suçlanan gençlerin kimliğini açıklamak yasalara aykırıdır. Bir gazetecinin gizli bir kaynağın adını vermeye zorlanıp zorlanmayacağına veya haber notlarını bir mahkeme davasına sunup sunmayacağına, yapacaksa hangi şartlar altında yapacağına ilişkin yerel yasalar aynı ülke içinde bile farklılık göstermektedir. Gazetecilerin çalıştıkları ülkelerdeki yasaların yanı sıra kısıtlayıcı yasaları kaldırma çalışmaları hakkında bilgi sahibi olmalarını söylemek yeterli olacaktır.

Gazetecilerin karşılaştıkları en yaygın yasal meselelerden biri asılsız veya hakaret içerikli haberdir. ABD'de, hakaret içerikli haber, kimliği tespit edilebilecek biri hakkında yanlış bir yargıda bulunan ve kişinin itibarını zedeleyen ifadedir. Bu ifade basılıp yayımlandığında kişiye "iftira" atıyorsa, "asılsız haber" olur; ancak temel kıstaslar aynıdır. Genelde, bir ifade doğruysa hakaret niteliği taşımaz. Bu nedenle, bu ifadeler kişiyi aşağılayabilecek nitelikteyse, gazeteciler kaynaklarının söylediklerini bağımsız olarak doğrulamak zorundadır.

Yeni teknolojiler gazetecilerin çalışma şekillerini değiştirdikçe, medya hukuku tekrar gözden geçirilmelidir. İlk safta yer alan sorular şöyledir: İnternet muhabirlerine haber kuruluşları için çalışan gazetecilere verilen hakların aynısı mı verilmeli? Bu ayrıcalıklar İnternetteki blog yazarlarına da verilmeli midir? Bu sorular bir süre daha cevaplanamayacak gibi görünmektedir.

Muhabirlerin bir ülkede, gizlilikle ilgili yasalar gibi şahıslar için de geçerli olan diğer yasalara da tabi oldukları açıktır elbette. Bir bilgiye erişmek isteyen gazeteci özel bir mülke giremez, izinsiz belge alamaz, telefona cihaz takıp görüşmeleri dinleyemez, bunları yaptığında da hiçbir yasal sonuçla karşılaşmayacağını bekleyemez. Bir haber kuruluşu bazı öykülerin çok önemli olduklarına, dolayısıyla yasal cezaları göze almaya değeceğini karar verebilir; ancak bu editör, muhabir ve yönetim tarafından birlikte ve dikkatle karar verilmesi gereken farklı bir meseledir.

GAZETECİLİK KAYNAKLARI

ÜYELİK GRUPLARI

Amerikan Gazete Editörleri Derneği (American Society of Newspaper Editors) <http://www.asne.org/> Kıta Amerikalarındaki günlük gazete editörlerini temsil eder.

Kadın Gazeteciler Birliği (Association for Women Journalists) <http://www.awjdfw.org/index.html> Araştırma/eğitim programı, kariyer fırsatları, ağ oluşturma, aktif destek, kariyer seminerleri ve yılda bir kez düzenlenen Vivian Castleberry Ödülleri Yarışması aracılığıyla, medya ve haber odalarındaki kadınların adil muamele görmelerini teşvik eder.

Uluslararası Gazeteciler Federasyonu (International Federation of Journalists) <http://www.ifj.org/> 100'ü aşkın ülkede 500.000'den fazla üyeyi temsil eder.

Araştırmacı Muhabir ve Editörler (Investigative Reporters and Editors) <http://www.ire.org/> Araştırmacı gazetecileri temsil eder. Ulusal Basın Fotoğrafçıları Birliği (National Press Photographers Association) <http://www.nppa.org/> Gazete ve televizyonda çalışan foto muhabirlerine hizmet etmektedir.

Çevrimiçi Haberler Birliği (Online News Association) <http://www.journalists.org/> Çevrimiçi medya gazetecilerine hizmet etmektedir.

Haber Okur Temsilcileri Örgütü (Organization of News Ombudsmen) <http://www.newsombudsmen.org/> Uluslararası okur temsilcileri birliği veya dâhili haber eleştirmenleridir.

Radio ve Televizyon Haber Yönetmenleri Birliği (Radio and Television News Directors Association) <http://www.rtnda.org> Dünya çapında elektronik gazeteciler için üyelik grubu.

Profesyonel Gazeteciler Birliği (Society of Professional Journalists) <http://www.spj.org/> Profesyonel Gazeteciler Birliği, gazeteciliği geliştirmek ve korumak için çalışmaktadır. Birlik ayrıca gazeteciliğin özgür biçimde ve yüksek etik standartlar çerçevesinde uygulanmasını teşvik etmektedir. Ayrıca iyi bilgilendirilmiş bir toplum için hayati önem taşıyan özgür bilgi akışını destekler, yeni nesil gazetecileri eğitmek için çalışır ve Birinci Değişiklik maddesinin garanti ettiği konuşma ve basın özgürlüğünü korur.

Haber Tasarım Cemiyeti (Society for News Design) <http://www.snd.org/> Tasarımcı, grafik sanatçıları, çizimcileri ve görsellerle uğraşan diğer gazetecileri temsil eder.

HABERCİLİK VE EDİTÖRLÜK

Cyberjournalist.net http://www.cyberjournalist.net/tips_and_tools/ CyberJournalist.net İnternet, yakınsama (bkz. not) ve yeni teknolojilerin medyayı nasıl değiştirdiği konusuna eğilen bir kaynak sitesidir. Site internet gazeteciliği, vatandaşın medyası, dijital öykü anlatma, yakınsamalı haber işlemleri ve İnterneti habercilik aracı olarak kullanmaya dair ipucu, haber ve yorum sunar. Not: Medyada yakınsama, çoklu platform haberciliği anlamında kullanılmaktadır. Örnek: Gazete muhabirleri gazete, gazetenin Web sitesi, hatta gazetenin sahip olduğu TV veya radyo istasyonu için bile öykü dosyalar.

Journalism.net <http://www.journalismnet.com> Kanadalı bir muhabir tarafından oluşturulmuş, çok sayıda yararlı link veren, tam hizmet sunan bir sitedir.

NewsLab <http://www.newslab.org> Radyo-televizyon muhabirleri için kaynak, öykü arka plan bilgisi ve eğitim sunar.

Gazetecilikte Mükemmellik Projesi (Project for Excellence in Journalism) <http://www.journalism.org> ABD'nin kâr amacı gütmeyen bu kuruluşu kaynak ve araştırma sunar.

Reporter.org <http://www.reporter.org> Özel görev yerleriyle ilgili linkler de dâhil olmak üzere gazetecilere kaynak sunar.

UZMAN GAZETECİLİK

Bu grupların çoğu, programlanmış düzenli konferanslar ve Web sitelerindeki kaynaklarla eğitim sunan üyelik örgütleridir.

İş Dünyası: İş Dünyası Haberciliği Ulusal Merkezi (National Center for Business Reporting) <http://www.businessjournalism.org/>

Çatışma: Savaş, Barış ve Haber Medyası Merkezi (Center for War, Peace, and the News Media) <http://www.bu.edu/globalbeat/>

Çevre: Uluslararası Çevreci Gazeteciler Federasyonu (International Federation of Environmental Journalists) <http://www.ifej.org/>

Araştırmacı Gazetecilik: Uluslararası Araştırmacı Gazeteciler Birliği (International Consortium of Investigative Journalists) <http://www.publicintegrity.org/icij/>

Bilim: Uluslararası Bilim Yazarları Derneği (International Science Writers Association) <http://internationalsciencewriters.org/>

Spor: Birleşmiş Basın Spor Editörleri (Associated Press Sports Editors) <http://apse.dallasnews.com/>

GAZETECİLİK EĞİTİMİ

Amerikan Basın Enstitüsü (American Press Institute) <http://www.americanpressinstitute.org/> Merkezi ABD'de bulunan ve yazılı basında çalışan gazetecilere eğitim sunan bir merkezdir. Site, The Journalist's Toolbox bölümünde verdiği yararlı linkler dâhil olmak üzere kaynak sunar.

CIESPAL <http://www.ciespal.net/> Merkezi Ekvator'da bulunan, Latin Amerika uluslararası gazetecilik merkezidir. (Site dili İspanyolcadır.)

Avrupa Gazetecilik Merkezi (European Journalism Centre) <http://www.ejc.nl/> Merkezi Hollanda'da bulunan bir eğitim enstitüsüdür; sitede Avrupa medyasının geçmişi hakkında bilgi ve kaynaklar bulunmaktadır.

IFRA Newsplex http://newsplex.textamerica.com/?_ctgry=7618 ABD ve Almanya'da bulunan eğitim merkezleridir.

Bağımsız Gazetecilik Vakfı (Independent Journalism Foundation) <http://www.ijf-cij.org/> Dört bölge merkezinde eğitim vererek Doğu Avrupa'da özgür basını destekleyen bir kuruluştur.

Uluslararası Gazeteciler Merkezi (International Center for Journalists) <http://www.icfj.org> Merkezi ABD'de olan eğitim merkezi, kendi Uluslararası Gazeteciler Ağı'nda dünya çapında eğitim ve burs fırsatlarına link vermektedir. <http://www.ijn.net.org/>

Internews <http://www.internews.org/> ABD'nin kâr amacı gütmeyen bu grubu dünya çapında gazetecilik eğitimi sunmaktadır.

Institute for the Advancement of Journalism <http://www.iaj.org.za/> Güney Afrika medya eğitim enstitüsü.

Savaş ve Barış Haberciliği Enstitüsü (Institute for War and Peace Reporting) <http://www.iwpr.net> Merkezi Londra'da olan ve kâr amacı gütmeyen bu kuruluş çeşitli dillerde bölgeye göre özel raporlar sunmaktadır.

John S. Knight Bursları (John S. Knight Fellowships) <http://knight.stanford.edu/program/index.html> Kariyerinin ortasındaki seçkin gazetecilere Stanford Üniversitesinde bir yıllık profesyonel gazetecilik bursu sağlar.

Journalismtraining.org (Profesyonel Gazeteciler Derneği)

<http://www.journalismtraining.org/action/home> Mesleki gelişimleri için bilgi edinmek isteyen gazetecilere merkezi yer sağlar. Sitenin merkezi objesi yerel, bölgesel ve ulusal gazetecilik eğitim programları için arama yapılabilen bir veri tabanıdır.

No Train-No Gain <http://www.notrain-nogain.org/> Gazete eğitimi editörleri bu sitede düşünce ve uygulamalarını paylaşmaktadır.

Poynter Enstitüsü <http://www.poynter.org/> Merkezi ABD'de bulunan bir gazetecilik okuludur. Web sitesi, kaynak, öykü arka plan bilgisi ve çok sayıda link sunmaktadır.

İFADE ÖZGÜRLÜĞÜ

Madde 19 <http://www.article19.org/> Bu uluslararası kâr amacı gütmeyen grup, temel insan hakları olan ifade özgürlüğü ve serbest bilgi akışını desteklemektedir.

Özgür İfade için Kanadalı Gazeteciler (Canadian Journalists for Free Expression) <http://www.cjfe.org/> Bu sivil toplum örgütü bütün dünyada gazetecilerin haklarını savunmaktadır.

Özgürlük Forumu <http://www.freedomforum.org/> Başlıca konusu ABD Anayasası Birinci Değişikliği ve Bilgi Özgürlüğü meseleleri olan haber satış noktasıdır.

Amerikalar Arası Basın Birliği (Inter American Press Association) <http://www.sipiapa.org/> Batı yarı küredeki özgür basını destekler.

İnsan Haklarını Savunan Gazeteciler (Journalists for Human Rights) <http://www.jhr.ca/> Afrika'daki haberciliği ele alan Kanada merkezli, kâr amacı gütmeyen bir örgüttür.

Basın Özgürlüğü Muhabirler Komitesi (Reporters Committee for Freedom of the Press) <http://www.rcfp.org/> Gazetecilere yasal konularda ücretsiz yardım sunan, kâr amacı gütmeyen bir kuruluştur.

Sınır Tanımayan Gazeteciler Örgütü (Reporters Without Frontiers) <http://www.rsf.org/> Paris merkezli, uluslararası basın özgürlüğü kuruluşudur. İngilizce, Fransızca ve İspanyolca kaynaklar sunmaktadır.

Dünya Basın Özgürlüğü Komitesi (World Press Freedom Committee) <http://www.wpfc.org/> Uluslararası bir şemsiye niteliğinde olan bu grup basın özgürlüğünü savunur ve teşvik eder.

KİTAPLAR

Clark, Roy Peter ve Cole C. Campbell (editörler) *The Values and Craft of American Journalism: Essays From the Poynter Institute* (Amerikan Gazeteciliği Değerleri ve Sanatı: Poynter Enstitüsü'nden Makaleler). Gainesville, FL: University Press of Florida, 2005.

The First Amendment Handbook (Birinci Değişikliğin El Kitabı). Arlington, VA: The Reporters Committee for Freedom of the Press, 2003. <http://www.rcfp.org/handbook/index.html>

Hachten, William A. *Troubles of Journalism: A Critical Look at What's Right and Wrong With the Press* (Gazeteciliğin Sorunları: Basında Neyin Doğru Neyin Yanlış Olduğuna Bakış). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 3. basım, 2004.

Hamilton, James T. *All the News That's Fit to Sell: How the Market Transforms Information Into News* (Satılabilecek Nitelikteki Bütün Haberler: Piyasa Bilgiyi Habere Nasıl Dönüştürüyor). Princeton, NJ: Princeton University Press, 2003.

Overholser, Geneva, ve Kathleen Hall Jamieson. *The Press* (Basın). New York, NY: Oxford University Press, 2005.

Sloan, W. David ve Lisa Mullikin Parcell (editörler). *American Journalism: History, Principles, Practices* (Amerikan Gazeteciliği: Tarihi, Prensipleri, Uygulamaları). Jefferson, NC: McFarland & Company, 2002.

Sullivan, Marguerite H. A Responsible Press Office: An Insider's Guide (Sorumlu Bir Basın Ofisi: İçerden Birinin Kılavuzu). Washington, DC: U.S. Department of State, International Information Programs, 2001. <http://usinfo.state.gov/products/pubs/pressoffice/>

ETİK KURALLARI

Amerikan Gazete Editörleri Derneği (American Society of Newspaper Editors) ASNE Statement of Principles (ASNE Prensipleri Bildirimi). Reston, VA: American Society of Newspaper Editors, 2002. <http://www.asne.org/kiosk/archive/principi.htm>

Radio-Television News Directors Association (Radyo-Televizyon Haber Yönetmenleri Birliği) Code of Ethics and Professional Conduct (Etik ve Mesleki Görev Kuralları). Washington, DC: Radio-Television News Directors Association, 2000. <http://www.rtnda.org/ethics/coe.shtml>

Profesyonel Gazeteciler Birliği (Society of Professional Journalists) SPJ Code of Ethics (SPJ Etik Kuralları). Indianapolis, IN: Society of Professional Journalists, 1996. <http://spj.org/ethics.asp>

Uluslararası Gazeteciler Merkezi (International Center for Journalists) Codes of Ethics (Etik Kuralları) (ülke ve bölgeye göre). Washington, DC. İngilizce versiyon: <http://www.ijnet.org/Director.aspx?P=Ethics>

ABD Dışişleri Bakanlığı yukarıda belirtilen kaynakların içeriği ve ulaşılabilirliği konusunda herhangi bir sorumluluk kabul etmez. Bütün İnternet linkleri 2006 Güz dönemi itibarıyla çalışmaktaydı.

The author, **Deborah Potter**, is executive director of NewsLab (www.newslab.org), an online resource center for journalists in Washington, D.C., that she founded in 1998. She has taught journalism as a faculty member at The Poynter Institute and at American University, and is a past executive director of the Radio and Television News Directors Foundation. Potter leads workshops for journalists in newsrooms across the United States and around the world. She is a featured columnist writing about broadcast news for *American Journalism Review* and the author of *Ready, Set, Lead: A Resource Guide for News Leaders*. Potter spent more than 20 years in TV news, including 16 as a network correspondent for CBS News and CNN, covering the White House, State Department, Congress, national politics, and environmental issues. She also hosted the PBS TV series "In the Prime." She has a BA from the University of North Carolina at Chapel Hill and a master's degree from American University.