

**T.C.
MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI**

GAZETECİLİK

GÜNDEM ORGANİZASYONU

Ankara, 2013

-
- Bu modül, mesleki ve teknik eğitim okul/kurumlarında uygulanan Çerçeve Öğretim Programlarında yer alan yeterlikleri kazandırmaya yönelik olarak öğrencilere rehberlik etmek amacıyla hazırlanmış bireysel öğrenme materyalidir.
 - Millî Eğitim Bakanlığınca ücretsiz olarak verilmiştir.
 - **PARA İLE SATILMAZ.**

İÇİNDEKİLER

AÇIKLAMALAR	iii
GİRİŞ	1
ÖĞRENME FAALİYETİ- 1	2
1. GÜNDEM VE BASIN KURULUŞLARINDA GÜNDEM ORGANİZASYONU	2
1.1. Tanım	2
1.2. Gündemi Belirlemede Bazı Özel Noktalar	3
1.2.1. Konu Teklifçiliği	3
1.2.2. Medya Savunuculuğu	3
1.2.3. Ateşleyici Olaylar	3
1.2.4. Medya Kuruluşları Arasındaki Etkileşim	3
1.2.5. Gerçek Yaşam Göstergeleri	4
1.2.6. Gündem Yanlılığı	4
1.3. Gündem Belirlemede Eşik Bekçilerinin Rolü	4
1.4. Halkın Gündemi	5
1.5. Yayın Kimliği	5
1.6. Yayın Politikası	5
1.7. İstihbarat	5
1.8. Bilgi ve Enformasyon	6
1.8.1. Enformasyon	6
1.8.2. Bilgi	6
1.8.3. Bilgiyi Enformasyon Hâline Dönüştürme	7
1.8.4. “Enformasyon Ormanı”nda Haberi Bulmak	7
1.9. Haber Merkezi / Haber Havuzu	8
1.10. Tiriyağ	8
1.11. Gündem Toplantısı	9
UYGULAMA FAALİYETİ	11
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	13
ÖĞRENME FAALİYETİ-2	14
2. SÜRELİ VE SÜRESİZ YAYINLARDAN GÜNDEM OLUŞTURMA	14
2.1. Gazete Yayınlarından Gündem Oluşturma	14
2.2. Radyo-Televizyon Yayınlarından Gündem Oluşturma	15
2.2.1. Radyo ve Televizyon Haberlerinin Avantajları	16
2.3. Dergi Yayınlarından Gündem Oluşturma	17
2.3.1. Dergi Yayınlarını Takip Etmek	17
2.4. Süresiz Yayınlardan Gündem Oluşturma	17
2.4.1. Süresiz Yayın	17
2.4.2. Yayımlanan Kitaplar	17
2.4.3. Basın Bülteni	18
UYGULAMA FAALİYETİ	19
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	21
ÖĞRENME FAALİYETİ-3	22
3. SOSYAL VE KÜLTÜREL ETKİNLİKLERİ TAKİP ETMEK	22
3.1. Basında Sosyal ve Kültürel Etkinlikler	22
3.2. En Çok Haber Konusu Olan Sosyal ve Kültürel Etkinlikler	23
3.2.1. Tiyatro	23
3.2.2. Sempozyum (Bilgi Şöleni)	24

3.2.3. Panel	24
3.2.4. Festival.....	24
3.2.5. Sergiler.....	25
3.2.6. Konserler	25
3.2.7. Spor Etkinlikleri	25
3.2.8. Fuarlar.....	25
3.2.9. Sinema Filmleri	25
3.3. Sosyal ve Kültürel Etkinliklerin Duyurulması	25
3.3.1. Basın Bültenleri	26
3.3.2. Afişler	26
3.3.3. Reklam Panoları	26
3.3.4. İnternet Siteleri	26
3.3.5. Broşürler	27
3.3.6. El İlanları	27
3.3.7. Diğer	27
UYGUMA FAALİYETİ.....	28
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	30
ÖĞRENME FAALİYETİ-4	31
4. İNTERNETTEN GÜNDEM TAKİBİ YAPMAK	31
4.1. Tanım	31
4.2. İnternet ve Gazetecilik	31
4.3. İnternetin Gazetecilik Açısından Sunduğu Olanaklar.....	32
4.3.1. Haber ve Fotoğrafların İletimi	32
4.3.2. Bir Bilgi Kaynağı.....	32
4.3.3. Haber Kaynağı.....	32
4.3.4. Haber	32
4.3.5. Haberleşme	32
4.3.6. Tartışma Platformu	33
4.3.7. Haberlerin Yayın Platformu	33
4.3.8. Çalışma Sürecinde İnternet Teknolojileri	33
4.4. İnternet Üzerinden Yayın Yapan Haber Siteleri	33
4.5. Medya Takip Kuruluşları	34
4.5.1. Yazılı Basında Haber Takibi	34
4.5.2. Görsel Basın Haber Takibi	34
4.5.3. Elektronik Basın Haber Takibi	34
UYGULAMA FAALİYETİ	36
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	38
MODÜL DEĞERLENDİRME	39
CEVAP ANAHTARLARI.....	41
KAYNAKÇA	43

AÇIKLAMALAR

ALAN	Gazetecilik
DAL / MESLEK	Alan Ortak
MODÜLÜN ADI	Gündem Organizasyonu
MODÜLÜN TANIMI	Basın-yayın kuruluşlarında gündem organizasyonu, gündemi sistematik olarak takip etmenin nedenleri ve gündem takibi yapabileceğiniz belirli alanlarla ilgili bilgi ve becerilerin kazandırıldığı öğrenme materyalidir.
SÜRE	40/24
ÖN KOŞUL	Haberin Nitelikleri modülünü almış olmak
YETERLİK	Gündemi takip etmek
MODÜLÜN AMACI	Genel Amaç Bu modül ile gerekli ortam sağlandığında, sistematik olarak gündemi takip ederek gündem organizasyonu yapabileceksiniz. Amaçlar 1. Kendinize ve kuruma gelen bilgileri doğru tasnif edebileceksiniz. 2. Süreli ve süresiz yayınları düzenli olarak takip edebileceksiniz. 3. Sosyal ve kültürel olayları takip edebileceksiniz. 4. İnternet ortamında gündemi takip edebileceksiniz.
EĞİTİM ÖĞRETİM ORTAMLARI VE DONANIMLARI	Ortam: Tam donanımlı bilgisayar laboratuvarı, atölye ortamı Donanım: Gazete, dergi, televizyon ve <i>İnternet</i> haberleri, Türkçe sözlük, imla kılavuzu
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	Modül içinde yer alan her öğrenme faaliyetinden sonra verilen ölçme araçları ile kendinizi değerlendireceksiniz. Öğretmen, modül sonunda ölçme aracı (çoktan seçmeli test, doğru-yanlış testi, boşluk doldurma, eşleştirme vb.) kullanarak modül uygulamaları ile kazandığınız bilgi ve becerileri ölçerek sizi değerlendirecektir.

GİRİŞ

Sevgili Öğrenci,

Gazetecilik meraklı bir yapıya sahip olmakla başlar. “Gazeteci olunmaz, gazeteci doğulur.” sözü ile kastedilen de budur. Bu merak gazeteciyi etrafında olup bitenleri öğrenmek üzere harekete geçirir. Gündemi takip etme ihtiyacı da burada başlar.

Gündemi takip etmek gazetecinin öğrenimi ve mesleki hayatı boyunca yürütmesi gereken temel faaliyetlerden biri belki de en önemlisidir. Muhabirin haberlerini sağlıklı yapabilmesi çoğu zaman olayların gelişimini bilmesine ve diğer olaylarla ilişkisini kurabilmesine bağlıdır. Bu, gazetecinin zamanla kazanacağı bir beceridir. Bu beceriyi gösterebilmesi için sahip olması gereken birikime ancak gündemi düzenli takip ederek ulaşabilir.

Genel gündem yanında, ilgi duyduğunuz bir alanda (magazin, futbol, politika, ekonomi vb.) kendinizi özel olarak geliştirmeniz, her geçen gün belli alanlarda uzmanlaşmış kişilere duyulan ihtiyacın arttığı medya sektöründe, aranan bir eleman olmanızı sağlayabilir.

Gündemi sağlıklı bir şekilde takip etmenizi sağlayacak unsurlardan birisi de en az bir yabancı dili iyi derecede bilmektir. Yabancı dil özellikle dünya gündemini iyi takip edebilmek için gereklidir ve medya sektöründe çalışacak adaylarda aranan önemli bir niteliktir.

Bu modülle içinde yaşadığımız yoğun enformasyon akışı içerisinde kaybolmamak ve gündemi sağlıklı takip edebilmek için gerekli bilgi ve becerilere sahip olacaksınız.

ÖĞRENME FAALİYETİ-1

AMAÇ

Kendinize ve kuruma gelen bilgileri doğru tasnif edebileceksiniz.

ARAŞTIRMA

- Bir hafta boyunca bir gazetenin vitrin sayfasını arkadaşlarınızla birlikte haberler açısından inceleyiniz.
- Bir haberin farklı yayın kuruluşlarında nasıl ele alındığını inceleyiniz.

1. GÜNDEM VE BASIN KURULUŞLARINDA GÜNDEM ORGANİZASYONU

1.1. Tanım

Televizyon, gazete ve dergi haberlerinde, yayın periyoduna göre günlük, haftalık, aylık önemlilik sırasına göre dizilmiş sorunlar, konular ve olaylar listesidir. İzler kitle üzerinde etkili olmanın yollarından biri olarak değerlendirilen gündem oluşturma, medyanın haberleri sunuş yoluyla halkın düşündüğü ve konuştuğu konuları belirlediği düşüncesine dayanmaktadır.

Kitle iletişim araçları dünyayı bizim için inşa etme yeteneğine sahiptir ve bu yönde çalışır. Bunu yaparken de belirli bir fikrin alacağı yönü belirlemeksizin kamuoyu için gündem hazırlar.

Medya, izler kitlenin ne hakkında konuşacağına, çoğunluğun gerçekleri ne olarak düşüneceğine ve pek çok insanın sorunlarla mücadele etmede hangi yolu kabul edeceğine karar vermede büyük paya sahiptir. Bu anlamda medyanın dikkat çektiği konular, kamuoyunda da tartışılan konulara dönüştürülür.

Medya ürünlerinde, dünyada meydana gelen her şeyin izleyenlere duyurulması zaman ve kapasite açısından imkânsızdır. Bu kısıtlılık nedeniyle düzenlenen iş akışı içerisinde haber yapılacak konular arasında da bir seçim yapma zorunluluğu söz konusudur. Hem öncelik sıralaması yapılacak hem de daha önemsiz görülenler elenecektir. Bu seçimde habere temel oluşturan olayların sadece belli özelliklerinin vurgulanacağı da şüphesizdir.

Basın, bütün dünyada yasama, yürütme, yargı organlarından sonra dördüncü güç olarak kabul edilir. Bütün dünyada çok önemli görevler üstlendiği kabul edilen basının en önemli işlevlerinden biri de kamuoyunu yansıtmaktır. Basın bir yandan genel kamuoyunu oluştururken öte yandan da kamuoyunu yansıtmaya imkân ve gücüne sahiptir. Yani basın kamuoyunu hem etkileyen hem de ondan etkilenen bir güçtür. Dolayısıyla basın, kamuoyu denen davranışlar bütünü içinde çevresinden hem beslenen hem de çevresine bir şeyler veren zincirin bir halkası konumundadır.

“Basın çoğu zaman insanlara ne düşüneceklerini söylemede başarılı olmayabilir, fakat okuyucularına ne hakkında düşünmeleri gerektiğini söylemede son derece başarılıdır.” Bernard COHEN

Ülkenin ekonomik ve siyasi olayları gündemde ilk sırayı almaktadır. Bunun yanında tanınmış kişiler yaptıkları açıklamalarla gündeme gelebilmektedir. Aniden gelişen olaylar da (trafik kazaları, deprem, sel vb.) gündemde sıklıkla yer alır. Ayrıca medyanın gündeminin bir bölümü, rutin olaylara da dayanabilir.

1.2. Gündemi Belirlemede Bazı Özel Noktalar

1.2.1. Konu Teklifçiliği

Konu teklifçiliği kavramının içine bir konu hakkında medyanın dikkatini çeken, bir konuya önem veren, ilgi gösteren bireyler ya da kurumlar girmektedir. Bu kişi ve kurumlar, muhabirlere haber yapılması için önerilerde bulunur. Medya kuruluşları, gündem belirlerken kuruluşların ve kişilerin önerileriyle ilgili bültenlerden yararlanarak haber oluşturabilmektedir.

1.2.2. Medya Savunuculuğu

Medya kuruluşlarının bazı konuları gündeme getirerek kamuoyunu ve siyaseti etkilediği görülmektedir. “Baba, beni okula gönder.” kampanyası buna örnek olarak gösterilebilir.

1.2.3. Ateşleyici Olaylar

Gündem belirleme konusunda yapılan araştırmalara göre ateşleyici ya da ani gelişen olayların gündeme diğer olaylara göre daha hızlı yerleştiği görülmüştür.

1.2.4. Medya Kuruluşları Arasındaki Etkileşim

Bir medya kuruluşunda ele alınan bir konuya başka bir medya kuruluşunun da benzer içerik, süre ve yer ayırdığı görülmektedir. Bunda eşik bekçilerinin dünya görüşlerinin büyük ölçüde uyuşmasının ve haber değeri kavramına yükledikleri anlamın benzer olmasının rolü büyüktür.

1.2.5. Gerçek Yaşam Göstergeleri

Bir toplumsal sorunun riskinin ya da şiddetinin derecesini az ya da çok nesnel biçimde ölçen değişken ya da değişkenlere gerçek yaşam göstergesi deniliyor.

1.2.6. Gündem Yanlılığı

Medyanın seçtiği konular belirli bir ideolojinin lehine ya da aleyhine olmaktadır.

1.3. Gündem Belirlemede Eşik Bekçilerinin Rolü

Medyada, karar alıcı kişilere eşik bekçileri denir. Medyada eşik bekçilerinin gündem belirlemede oynadığı rollerle ilgili İrfan Erdoğan ve Korkmaz Alemdar'ın bulguları şunlardır:

Eşik bekçileri, haber içeriği taşıyan enformasyonlarla ilgili karar verirken izleyicileri düşünmez.

Haber servisleri, yazı işleri sorumlularını etkiler.

Dış haberlerde, siyasi haberlerde, ayrıca dramatik etki yaratacak sansasyonel (dalgalandırıcı) ve magazin içerikli haberlerde eşik bekçileri, aynı konular üzerinde durur, aynı haberleri verir. Bu çerçevede birinin verip ötekini vermediği haber genellikle yoktur.

İzler kitleye ulaşan haberlerin kaynağının çoğu resmîdir. Bunların bir kısmını muhabirin kendi girişimleriyle gerçekleştirdiği demeç, araştırma ve mülakatlar aracılığıyla; bir kısmını ise basın toplantısı, konferans ve panel gibi verili ortamlardan toplar. Bir kısmını basın bildirisi, raporlar, araştırmalar aracılığıyla kaynağın sağladığı verilerden toplar. Bir kısmını da hükümet dışı örgütler ve kurumlar gibi yarı resmî kaynaklardan ya da başka radyo, televizyon, gazete, dergi vb. kaynaklardan elde eder.

Medya, belirli bir konuyu ya da konuları sürekli haber hâline getirerek gündemde tutmaktadır. Gündemde belirli bir konu işlenirken başka konuların gündeme gelmemesinin nedeni budur. Böylece kamuoyunun o habere karşı ilgisini artırmaktadır. Haberin içeriği ve kullanım sıklığının kamuoyunda bıkkınlık yaratmamasına özen gösterilmelidir.

Öte yandan medyanın hangi konuları önemli, hangi konuları önemsiz hâle getirdiği; gazetelerde o konunun birinci sayfada yer alıp almadığı ve kaç sütun üzerinden verildiğiyle, televizyonlarda ise yayın sırası ve süresiyle yakından ilgilidir. Örneğin; gazetelerde, ele alınan konu tek sütun üzerinden iç sayfalarda verildiğinde yeterince dikkat çekmez. O gazetenin bu habere yeterince değer vermediği ortaya çıkar.

Aynı durum televizyonlar açısından haberin hangi bültende, hangi sırada, hangi süreyle yer aldığıyla bağlantılıdır. Yani televizyonda ana haber bülteninde ve ilk sıralarda yer almayan ve süresi uzun olmayan bir konunun gündem açısından önemli olmadığı sonucu çıkarılır.

Ancak televizyonlar veya gazeteler tek bir konuyu gündeme getirmeyebilir. Bu durumda gazetelerde ilk sayfada yer alan haberler, televizyonlardaysa haberin öncelik sırası ve habere ayrılan süre ile olay yerinden yapılan naklen yayınlar haberin önemini vurgular. Önem verilen haberden sonraki haber de o yayın kuruluşunun tavrını ortaya koyar. Eğer gündeme getirilen olay, durum vb. sonrasında magazin içerikli bir haber verilirse bu durum, mesajı etkisizleştirir.

1.4. Halkın Gündemi

Halkın gündemini göz önüne alma ve ölçmede çeşitli yöntemler kullanılır. Öncelikle kamuoyu araştırmalarıyla halkın ne tür konularla ilgilendiği soruşturulur.

Arkadaşlar ve tanıdıklar arasında hangi konuların tartışıldığı incelenir. Kişilerin önemli gördükleri konular, öteki kişilerle konuştuklarıyla ilgili fakat özdeş değildir. Bazı bulgulara göre konuşma gündemi haftadan haftaya hızla değişir ve kamu konularının gündemi ise zaman içinde daha istikrarlı kalır.

Tiraj ve ratingler de gündeme hangi konuların taşınacağı konusunda basın yayın kuruluşlarına fikir verir. Örneğin, günümüzde televizyonlar haber saatlerinde hangi haberlerin ratingi yükselttiğine (dakika dakika rating raporlarından) bakarak o tür haberlere yayınlarında ağırlık vermektedir.

1.5. Yayın Kimliği

Yayın kimliği, bir gazetenin haber yapısını, haberlere ve yorumlara bakış açısını tamamen etkiler. Fikir gazeteciliği, kitle gazeteciliği olmak üzere iki tür yayın kimliğinden bahsedebiliriz. Yayın kimliği olarak fikir gazeteciliğini benimseyen kuruluşlarda, haber seçim sürecinde “önemlilik” ilkesi ön plana çıkar. Fikir gazeteleri, önemli toplumsal sorunları, konuları saptayarak toplumun gündemine getirir. Yayın kimliği olarak kitle gazeteciliğini benimseyen kuruluşlarda ise “eğlendirici bilgi” denilen, “infotainment” tarzı habercilik anlayışı geçerlidir. Kitle gazetelerinde magazinsel haberlere ağırlıklı olarak yer verilmektedir.

1.6. Yayın Politikası

Bir gazetenin haberlere bakış açısıdır. Bazı medya organizasyonlarında yayın politikasını belirleyici organizasyon kitapçıkları hazırlanır. Bu kitapçıklarda gazete organizasyonunun yayın politikası, bu doğrultuda haber yazım kuralları ayrıntılı olarak medya organizasyonunda görev yapan gazetecilere dağıtılır.

1.7. İstihbarat

İstihbarat, bilgi toplama, haber alma ya da bilgiye ulaşma, eldeki bilgileri doğrulatma olarak tanımlanabilir.

Haber sürecinin ilk aşaması, istihbarat sahibi olmakla başlar. İstihbarat bir anlamda, “Bu bilgiyi kimden ya da kimlerden alabilirim; bu bilgiyi bana kim verebilir?” sorularının yanıtını aramak ve bulmak işidir. Haber kaynakları bu anlamda birer istihbarat kaynağıdır.

Medya organizasyonlarına gelen telefon, faks, mail mesajları ya da ziyaretçilerin haber yapılması için verdiği bilgiler birer istihbarattır. Medya çalışanlarının duyularını da istihbarat olarak kabul etmek gerekir. İstihbarat elde etmek kadar istihbaratı en kısa sürede soruşturmak ve tamamlamak da haberciliğin önemli kurallarından birisidir.

İstihbarat servislerinde, istihbarat şefinin günlük çalışma planının bulunduğu istihbarat defterine her günün tarihinin altında izlenecek haberler sıralanır. Deftere genellikle rutin haberler işlenir. Haber işleme şu sırayla gerçekleştirilir: “saat, konu, adres, habere giden muhabirin ismi.”

Özel haberler genelde istihbarat defterine ayrıntılı bir şekilde yazılmaz. Sadece kısaca konu ve olayı izleyecek muhabirin ismi ile yetinilir. Bazı durumlardaysa özel haber konusu sadece istihbarat şefi ile muhabir arasında görüşülür, deftere işlenmez. Deftere işlenen haberler genelde sabah saat 10.00’da gerçekleşecek haberlerdir.

İstihbarat defteri sayesinde muhabirler bir gün sonra izleyecekleri haberleri akşamdan öğrenebilir. Böylece evlerinden direkt haberin izleneceği adrese gitme imkânı bulurlar. İstihbarat şefi, gündem defterine göre hazırladığı plan doğrultusunda muhabirleri haber izlemekle görevlendirir.

1.8. Bilgi ve Enformasyon

1.8.1. Enformasyon

Bilgi alma ve verme, danışma, tanıtma olarak tanımlanabilir.

1.8.2. Bilgi

Bilgi, insan aklının erebileceği olgu, gerçek ve ilkelerin bütünü; öğrenme ise araştırma ya da gözlem yoluyla elde edilen gerçek ya da insan zekâsının çalışması sonucu ortaya çıkan düşünce ürünü şeklinde tanımlanabilir.

Bilgi ne denli yüksekse onu iletmek o denli güçtür. O nedenle medya içeriklerindeki bilginin enformasyon olarak tanımlanması gerekir. Enformasyon, az bilgilendiren ama kolay iletilen bilginin, medyatik dile dönüştürülmüş hâlidir. Bilgi elde etmek için araştırma yapmak gerekir. Enformasyonsa ihtiyacımız olmadan gelir. Bilgi süreci verir, enformasyonsa yalnızca sonucu aktarır. Bilgi düşünce üretir, enformasyonsa hükmü bildirir. Bilgi, “neden” ve “niçin” sorularını sorgular; enformasyonsa “kim” ve “ne” sorularını yanıtlar. Bilgi net ve yalındır. Enformasyon tekrar içerir. Enformasyon beyinsel etkinin yerini duygusal etkiye bıraktığı veridir. Daha geniş kitlelere pazarlanabilir nitelik taşır.

1.8.3. Bilgiyi Enformasyon Hâline Dönüştürme

Bilginin enformasyona dönüşümünde yararlanılan sunum teknikleri ya da anlatım biçimleri çoğu zaman bir olayın medya içeriklerinde yer alabilmesini sağlamak için başvurulan yöntemler olarak da değerlendirilebilir. Haber yazma kuralları ya da haberciliğin diğer kuralları kadar bilinmeyen bu anlatım biçimleri, eleştirel bakış açısını da içinde barındırır.

1.8.4. “Enformasyon Ormanı”nda Haberi Bulmak

Günümüz insanı gerçek bir enformasyon bombardımanı altındadır. Onlarca çeşit gazete, dergi, sadece haber yayını yapan televizyon kanalları, radyo ve *İnternet*’in yanı sıra cep telefonu ve tablet bilgisayarların da dâhil olduğu iletişim organları her gün yüzlerce, binlerce haberi âdeta insanların üzerlerine “yağdırır.” Bu bombardımana konu olanların çoğu gerçek anlamda “haber” değil, “enformasyon” yani işlenmemiş bilgidir. İletişim kanallarından gelen bu enformasyonların çoğunun insanların gündelik hayatlarına veya dünyaya bakışına bir katkısı olmaz. Enformasyon bombardımanının kaçınılmaz bir sonucu, binlerce haberin arasında kalan insanın bu bilgileri zihninde sıraya koyamaması, önemli veya önemsiz ayrımı yapamaması ve haber akışının durmaksızın devam etmesi sonucu öğrendiği bilgileri yorumlayacak veya hazmedecek zamanı kalmamasıdır. Örneğin; çok sayıda ölünün olduğu bir trafik kazası haberinin hemen ardından bir magazin haberini veren TV haber bülteni, bize trafik kazasında ölenlere üzülecek zamanı bile tanımaz.

Haber merkezlerine gelen haberleri eleyerek kullanılacak olanları seçen editörlerin göreviyse daha zordur. Yerli-yabancı onlarca haber ajansı, haber merkezlerine gün boyu yüzlerce, binlerce haber geçer ancak haber editörleri veya haber müdürleri, ajanslar dışında rakip gazeteleri, televizyonları ve *İnternet* sitelerini de tarayarak belki on binlerce bilgi arasından gündemi oluşturacak önemli haberleri yakalamaya ve okuyucularına sunmaya çalışır.

Haberleşme aygıtlarının geliştiği ve çeşitlendiği çağımızda, önemli bütün olayların haber olduğu ve kitle iletişim araçlarında yer aldığı düşünülebilir. Oysa gerçek hiç de böyle değildir. Gündemi siyasetçiler, iş adamları, kanaat önderleri veya sanatçılar tek başına oluşturamaz.

Çoğu durumda gündemi belirleyen, bazı haberlerin öne çıkmasını, daha çok konuşulmasını sağlayanlar gazetecilerdir. Gazetecilerin manşet oluşturma veya ana haber bülteninin birinci haberini seçme sırasında en ön planda tuttıkları ise toplumun daha çok kesimine ulaşabilmektir. Daha çok okunma, daha çok izlenmenin en kestirme yolu, haberleri eğitim ve kültür seviyesi en düşük düzeydeki vatandaşların anlayabileceği basitlikte oluşturmak ve mümkün olduğu kadar ilgi çekici bir sunumla vermektir.

Medya yöneticilerinin kafasındaki haber değeri kriteri “önemlilik” ile “okuyucu-izleyicinin beğenisine uygunluk” arasında sürekli bir gelgit hâindedir. Pek çok yayıncı kuruluş, küresel ısınma konusunda yapılan uluslararası bir toplantıyı yayınlamak yerine, haber bültenlerinde ağaçta mahsur kalan bir kedi yavrusunun kurtarılışı gibi “haber”leri sunmayı tercih eder. Bu ve benzeri örneklerin gösterdiği gibi olaylara haber değeri ölçüsü katan ve onları gündemin ilk sıralarına taşıyan gerçekten önemli olması değil, ilginç, eğlendirici, şaşırtıcı veya korkutucu olmasıdır.

Haber değerinin kalitesindeki bu düşüş, ciddi olayları takip eden muhabirlerin olaylara bakışında da değişime yol açar. Önemli bir basın toplantısını takip eden bir muhabir, ilginç bir ayrıntıdan yola çıkarak takip ettiği bu gündem maddesini magazin haberine de çevirebilir.

Haber kaynakları da düzenledikleri toplantı ve organizasyonların haber olma şansını yükseltmek için farklı yollara başvurmaktadır.

Haber bir eğlence değildir. Demokratik toplumlar için bir ihtiyaçtır. Haber bültenlerinin eğlence programlarına dönüşmesi veya gazete sayfalarını magazin haberlerinin kaplaması, gündemi değiştirir ve toplumun haber alma hakkının önüne geçer. Eğlenceli haberler veya magazin haberleri de bir ihtiyacı karşılamaktadır. Ancak bu tip haberlerin gerçek gündemin önüne geçmesi, demokratik ülkelerde halkın doğru kişileri seçmek için gerekli haberleri edinmesini de engeller. Çözüm, kamuyu bilgilendirme amacından sapmadan, geniş izleyici kitlesinin ilgisini çekecek bir biçimde haberleri sunmaktır.

1.9. Haber Merkezi / Haber Havuzu

Haber havuzu deyimini 1991 yılında Körfez Savaşı’nda habercilikte sıklıkla kullanılmıştır. Bu kavram, savaş süresince Pentagon’un basına uyguladığı bir çeşit örtülü sansürü nitelendirmiştir.

Savaşı izleyen yaklaşık bin 600 gazeteci için cephede 11 haber havuzu oluşturulmuş, gazetecilerin buralardan bilgi alması sağlanmıştır. Ancak gazetecilerin istediği bilgiler değil, sadece elde var olan ve ABD ordusu yetkililerinin yayılmasını istedikleri bilgiler bu havuzda toplanmaktaydı; fakat haber merkezi için kullanılan haber havuzu deyimini daha farklı bir anlam taşır. Çünkü haber merkezi, haber servislerinden, Ankara, İzmir bürolarından, ayrıca abone olunan yerli ve yabancı haber ajanslarından gelen haberlerin toplandığı yerdir. Aynı zamanda da haber merkezi, gün içindeki haber trafiğini, sabah yapılan gündem toplantısı doğrultusunda yönlendirir.

1.10. Tiriyaaj

Haberler, haber merkezinde iki işlemde geçirilir. Birincisi tiriyaaj, ikincisi de redaksiyondur. Tiriyaaj abone olunan yerli ve yabancı haber ajanslarından gelen haberlerin konularına göre sınıflandırılarak (istihbarat, ekonomi, dış haber, sanat, magazin, spor vb.) ilgili servislere gönderilmesidir. Böylece haber servisleri, ellerinde sadece istihbarat olarak bulunan bilgilerin zenginleştirilmesini sağlar. Ayrıca izleyemedikleri bazı rutin haberleri ajanslardan kullanma şansına sahip olurlar.

Tiriyajda sınıflamanın yanı sıra gelen haberlerin gazetenin yayın kimliğine ve yayın politikasına göre ayrımları da gerçekleştirilir. İlk ayırım bu yönde, gazeteye girebileceklerin üzerinde yapılır. Daha sonra bu haberler sınıflandırılır.

Büyük bir medya organizasyonunun haber merkezine, abone olunan yerli haber ajansları ve organizasyonunun haber servislerinden günde ortalama bin haber gelir. Bu haberler arasındaki tasnif görevi öncelikle haber merkezine aittir.

1. Cumhurbaşkanı Abdullah Gül, Suudi Arabistan Genelkurmay Başkanı Hüseyin Abdullah el-Kubeyl ve beraberindeki heyeti, Çankaya Köşkü'nde kabul edecek.
 2. TBMM Başkanı Cemil Çiçek, Sırbistan'da
 - Çiçek, Ulusal Meclis Başkanı Nebojsa Stefanoviç ile bir araya gelecek. Görüşmenin ardından ortak basın toplantısı düzenlenecek.
 - Çiçek, Başbakan Ivica Daciç, Başbakan Yardımcısı Rasim Ljajiç ile Bakanlar Ivan Mrkiç ve Süleyman Ugljanin'i kabul edecek.
 - Cumhurbaşkanı Tomislav Nikoliç tarafından kabulünün ardından Çiçek, Türk vatandaşlarıyla görüşecek, daha sonra Bosna Hersek'e gidecek.
 3. AK Parti Genel Başkanı ve Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, parti genel merkezinde MKYK ve MYK toplantılarına katılacak.
 4. Başbakan Yardımcısı Bülent Arınç, Center for International Studies and Research'te (CERI) düzenlenen İnsan Hakları ve Türkiye'de Değişim Süreci Konferansı'na katılacak.
 - Arınç, Paris Camisi'nde Fransa İslam Konseyi üyeleriyle bir araya gelecek, Paris Büyükelçisi Tahsin Burcuoğlu'nun onuruna vereceği akşam yemeğine katılacak.
 - 5- Suriye'deki gelişmeler takip ediliyor.
 - 6- TÜİK, 2013 Ocak hane halkı iş gücü istatistiklerini açıklayacak.
 - 7- Anadolu Ajansı ile Polis Akademisi Başkanlığının ortaklaşa düzenlediği 3. dönem "Savaş Muhabirliği Sertifika Programı" bugün başlıyor.
 - 8- Somali'deki bombalı saldırıda yaralanan 3 Türk Kızılayı görevlisinin ambulans uçakla Türkiye'ye getirilmesi bekleniyor.
 - 9- Spor Toto Süper Lig'de 29. hafta mücadelesi Beşiktaş-Medical Park Antalyaspor maçıyla tamamlanacak.
- (Anadolu Ajansı'nın 15 Nisan 2013 tarihli gündemi)**

1.11. Gündem Toplantısı

Medya organizasyonundaki yaratıcı grubun yöneticilerinin her sabah genellikle saat 10.00–12.00 arasında yaptıkları toplantıdır.

Toplantıya, genel yayın yönetmeni başkanlık eder. Yazı işleri müdürü, sorumlu yazı işleri müdürü, haber müdürü, istihbarat, ekonomi, dış haberler, sanat, magazin, yurt haberleri servislerinin şefleri ve şef yardımcıları, fotoğraf servisi sorumlusu toplantıya katılır.

Toplantı öncesinde, gazetenin haber gündemi, kapsamlı bir bülten olarak toplantıya katılacaklara dağıtılır. Gündem bültenine Ankara, İzmir büroları ile istihbarat, ekonomi, dış haberler, sanat, magazin, yurt haberleri servisleri o gün izleyecekleri rutin haberlerle tamamladıkları özel haberlerin, başlıklarını ve spotlarını listeler hâlinde verir.

Genel yayın yönetmeni toplantıda, bir gün önceki haberlerin başarı ya da başarısızlıklarını değerlendirir. Ayrıca gündem bültenindeki haberlerini ilgili servis şeflerinden anlatmalarını ister. Her servis şefi haberlerini, elindeki fotoğraf malzemesiyle tanıtır. Böylece toplantıda genel yayın yönetmenine haber brifingi verilir.

Genel yayın yönetmeni bu malzemelerden sürmanşeti, manşeti ve birinci sayfada yer alacak haber ve fotoğrafları belirler. Birinci sayfada hangi haberlere grafik verileceğini ya da karikatür kullanılıp kullanılmayacağını açıklar. Toplantıya daha sonra yazı işleri müdürü devam ederek diğer haber sayfalarına seçilecek haberleri belirler. Çoğunlukla da servis şeflerini sayfalarında özgür bırakma eğilimleri vardır.

Bir gün sonraki gazete iki saatlik gündem toplantısında belirlenir. Toplantının amacı, boş sayfaları gazete hâline getirmenin yanı sıra, haber servisleri arasında koordinasyon sağlamaktır. Ayrıca yayın politikasında sosyal değişimin baskısıyla yapılması gereken değişiklikler de bu toplantıda tartışılır.

İkinci toplantı manşetin kesin olarak belirlenmesi için yapılan, manşet toplantısıdır. Bu da saat 13.00–13.15 gibi düzenlenir. Yine aynı kişilerin katıldığı bu toplantı, gündem toplantısına göre daha kısa sürer. Gün içindeki gelişmeler değerlendirilir ve manşet belirlenir. Manşet konusunda anlaşmazlık ortaya çıkarsa son sözü genel yayın yönetmeni söyler.

Bu toplantıdan sonra gazetenin ilk baskısı olan taşra baskısı tamamlanır. Gazeteler taşraya dağıtıma gönderilir. İkinci baskı, Ankara baskısıdır. Günün üçüncü toplantısı değişiklik toplantısı adıyla saat 17.30–18.00 gibi yapılır. Bu toplantının amacı son değişikliklere karar vermektir. Yapılan değişiklikler doğrultusunda gazetelerin İstanbul, Ankara ve taşra baskıları yeniden şekillendirilir. Ülke gündemini ilgilendiren önemli haberler, üç baskıya da girer.

Gündem toplantılarının yazısız bir anayasası vardır. Orada konuşulanlar hiçbir şekilde başka mekânlarda tekrarlanmaz. Gündem toplantılarını, savaş stratejilerinin belirlendiği taktiklerin verildiği askerî bir toplantıya benzetebiliriz. Toplantıdaki planlar uygulanır, açıklanmaz sadece gidilir savaşıdır.

UYGULAMA FAALİYETİ

Belirlediğiniz günlük gazete ve televizyon haberlerini sistematik olarak inceleyerek aşağıdaki uygulama faaliyetini gerçekleştiriniz.

İşlem Basamakları	Öneriler
<ul style="list-style-type: none">➤ Sınıf içerisinde ulusal yayın yapan gazetelerin haberlerini ve televizyon kanallarının ana haber bültenlerini inceleme amaçlı gruplar oluşturunuz.	<ul style="list-style-type: none">➤ Grupları oluştururken her grubun takip edeceği kuruluşları önceden planlayınız.
<ul style="list-style-type: none">➤ Oluşturduğunuz gruplarla birlikte bir hafta boyunca gazetelerin ve televizyon kuruluşlarının yayınlarını takip ediniz.	<ul style="list-style-type: none">➤ Sistemli ve dikkatli bir şekilde haberleri takip ediniz. Gündem oluşturmada bazı önemli noktalarla ilgili konuları tekrar ediniz.
<ul style="list-style-type: none">➤ Gazetelerin vitrin sayfasında yer alan haberleri ve televizyon kanallarının ana haber bültenlerinde yer alan haberlerde ele alınan bilgilerle ilgili kısa notlar alınız.	<ul style="list-style-type: none">➤ Gazeteleri muhafaza ediniz. Televizyon kuruluşunun yayınladığı haberlerin konusunu ve süresini not ediniz. Haberlerin içerikleriyle ilgili notları dikkatli bir şekilde tutunuz. Bilgi ve enformasyon arasındaki farklılıklarla ilgili konuyu tekrar ediniz.
<ul style="list-style-type: none">➤ Bütün gazetelerin birinci sayfalarında yer alan haberleri ve ana haber bültenlerinde yer alan haberleri karşılaştırınız.	<ul style="list-style-type: none">➤ Yazılı basın ve görsel basın kuruluşlarında haberlerin ele alınışları arasındaki farklılıklara dikkat ediniz.
<ul style="list-style-type: none">➤ Hem gazetelerde hem de televizyonların ana haber bültenlerinde yer alan haberlerin içerik ve bilgi bakımından farklılıklarını belirleyiniz.	<ul style="list-style-type: none">➤ Yayın politikasıyla ilgili bölüme dönerek tekrar ediniz. Grup üyelerinin haberlerle ilgili açıklayıcı kısa notlar almalarını sağlayınız. Hangi kuruluşların bilgilere daha fazla yer verdiğine dikkat ediniz.
<ul style="list-style-type: none">➤ Haftanın gündeminde yer alan haberlerin hangileri olduğunu sınıfta inceleyiniz.	<ul style="list-style-type: none">➤ Bir hafta sonunda izlediğiniz hafta boyunca gündemde olan konuları arkadaşlarınızla birlikte inceleyiniz.

KONTROL LİSTESİ

Bu faaliyet kapsamında aşağıda listelenen davranışlardan kazandığınız beceriler için **Evet**, kazanamadığınız beceriler için **Hayır** kutucuğuna (X) işareti koyarak kendinizi değerlendiriniz.

Değerlendirme Ölçütleri	Evet	Hayır
1. Uygun gruplar oluşturarak görev dağılımı yaptınız mı?		
2. Bir hafta boyunca düzenli olarak yayınları takip ettiniz mi?		
3. Takip ettiğiniz haberleri düzenli olarak not ettiniz mi?		
4. Gazetelerin ve televizyon kanallarının haberlerini karşılaştırdınız mı?		
5. Hem gazetelerde hem de televizyon yayınlarında yer alan haberleri belirlediniz mi?		
6. Haftanın gündeminde yer alan haberleri birlikte incelediniz mi?		

DEĞERLENDİRME

Değerlendirme sonunda “**Hayır**” şeklindeki cevaplarınızı bir daha gözden geçiriniz. Kendinizi yeterli görmüyorsanız öğrenme faaliyetini tekrar ediniz. Bütün cevaplarınız “**Evet**” ise “Ölçme ve Değerlendirme” ye geçiniz.

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

Bu faaliyet sonunda kazandıklarınızı aşağıdaki soruları cevaplandırarak ölçünüz.

Aşağıdaki soruları dikkatlice okuyarak doğru seçeneği işaretleyiniz.

1. Aşağıdakilerden hangisi gündem belirlemede önemlidir?
A) Konu teklifçiliği
B) Ateşleyici olaylar
C) Medya kuruluşları arasındaki etkileşim
D) Hepsi
2. Aşağıdakilerden hangisi gündem toplantılarına katılmaz?
A) Yazı işleri müdürü
B) Adliye muhabiri
C) Bölüm şefleri
D) Genel yayın yönetmeni
3. Aşağıdakilerden hangisi bir gazetenin habere bakış açısını ifade eder?
A) Yayın politikası
B) Enformasyon
C) Gündem
D) İstihbarat
4. Aşağıdaki ifadelerden hangisi istihbaratı tanımlar?
A) Gündemde olan olaylardır.
B) İnsan zekâsının çalışması sonucu ortaya çıkan düşünce ürünüdür.
C) Bilgi toplama, haber alma ya da bilgiye ulaşma, eldeki bilgileri doğrulatmadır.
D) Yapılacak işlerin planlanması, insan ve teknoloji seçimi ve kullanımı planıdır.

DEĞERLENDİRME

Cevaplarınızı cevap anahtarıyla karşılaştırınız. Yanlış cevap verdiğiniz ya da cevap verirken tereddüt ettiğiniz sorularla ilgili konuları faaliyete geri dönerek tekrarlayınız. Cevaplarınızın tümü doğru ise bir sonraki öğrenme faaliyetine geçiniz

ÖĞRENME FAALİYETİ-2

AMAÇ

Sürelî ve süresiz yayımları düzenli olarak takip edebileceksiniz.

ARAŞTIRMA

- Gazetelerin kültür-sanat sayfalarında yeni çıkan kitaplarla ilgili haberleri inceleyiniz.
- Belirlediğiniz bir konuyla ilgili yayımlanan dergilerin içeriklerini inceleyiniz.
- İlinizde yayın yapan radyo kuruluşlarını araştırınız.

2. SÜRELİ VE SÜRESİZ YAYINLARDAN GÜNDEM OLUŞTURMA

Basın sektöründe görev yapan gazetecilerin diğer kitle iletişim araçlarıyla olan ilişkileri nasıldır? Gazeteci radyo ve televizyon izler mi? İzlerse ne sıklıkla izler? Gazeteci kendi çalıştığı gazeteden başka gazeteleri okur mu? Okursa öncelikle hangi gazeteleri okur? Dergileri takip eder mi? Yeni yayımlanan kitapları okur mu?

İşte bu bölümde bir gazetecinin diğer kitle iletişim araçlarıyla olan ilişkileri yakından irdelenmeye çalışılacaktır.

2.1. Gazete Yayınlarından Gündem Oluşturma

Gazeteciler, gazetelerinde yer alan haberlerin diğer gazetelerde de yer alıp almadığını, haberlerin diğer gazetelerde ne kadar yer aldığını bilmek ister. Hiçbir medya kuruluşu gündemde yer alan bir haberi atlamak istemez. Bu nedenle gazeteciler haber atlamamak için diğer gazetelerin haberlerini de takip eder.

Haberin satır aralarından geleceğe yönelik istihbaratlar çıkarılabilir. Gazeteleri okurken satır aralarına dikkat edilmelidir çünkü pek çok özel haber bu satır aralarından çıkar. Bu bilgiler genellikle haberlerin son paragraflarında verilir.

İlan sayfaları da bazen haber değeri taşıyacak bilgilerle dolu olabilir. Örneğin, kaybolan köpeğini bulacak kişiye 500 Türk lirası ödül vereceğini açıklayan bir yaşlı kadın renkli bir haber konusu olabilir.

Köşe yazarları bazı durumlarda köşelerindeki yazılarda istihbarat niteliği olabilecek bilgilere yer verir.

Habercilikte unutulmaması gereken en önemli noktalardan biri de haberin ayrıntılarda gizli olduğudur. Bir gazeteyi takip ederken ayrıntılara mutlaka dikkat edilmelidir çünkü bazen satır aralarında yer alan bir cümle, başlı başına gündeme oturabilecek kadar önemli olabilmektedir. Ayrıca haber incelemesi yapılırken haberle ilgili görsel materyaller de (fotoğraf, grafik, tablo vb.) incelenmelidir. Haberlerin sayfaya nasıl yerleştirildiğine dikkat edilmelidir. Aynı haberin başka gazetelerde yayımlanıp yayımlanmadığına; yayımlanmışsa ne şekilde verildiğine ve hangi sayfada yayımlandığına dikkat edilmelidir.

Gazeteciler özellikle uzmanlaştıkları veya çalıştıkları servislerle ilgili haberleri takip eder. Uzmanlık alanlarında herhangi bir gazetede yer alan haberle ilgili daha detaylı araştırmalar yaparak haberin farklı unsurlarını ön plana çıkarabilir. Ancak bu durumda yayımlanan haberle ilgili başka bir kuruluştan alıntı yapılacaksa kaynak belirtme zorunluluğu olduğu unutulmamalıdır.



Fotoğraf 2.1: Günlük gazetelerden gündem takibi

2.2. Radyo-Televizyon Yayınlarından Gündem Oluşturma

Gazeteci kuşkusuz her vatandaş gibi radyo dinler, TV izler. Ancak bir gazetecinin radyo ve televizyonlarda izlediği ilk, bazılarının göre de tek program haberlerdir. Gazeteci radyo-TV haberlerini değişik nedenlerle izler.

Bunlardan ilki haber alma nedenidir. Günümüzde teknolojinin hızlı gelişimi dünyanın öbür ucunda meydana gelen olayları bizlere anında radyo ve televizyon aracılığıyla ulaştırır. Yazılı basının çoğu kez bu çabuklukla haber kaynağına ulaşması, yaşanan olaylardan okuyucusunu haberdar etmesi mümkün olmayabilir. Bu nedenle görüntünün ya da haberin anında ulaştırılmasının tek yolu radyo-televizyondur. Kimi haberlerin toplanması için radyo-televizyon haberleri yazılı basın için önemli kaynak teşkil eder.

Radyo dinlemenin, televizyon izlemenin ikinci ana nedeni, muhabirin yazdığı haberi radyo ve televizyonda doğrulatma isteğidir. Muhabir haberin doğruluğu konusunda radyo ve televizyon bültenlerini önemli bir araç olarak kullanır.

Üçüncü önemli neden, yazılı basının verdiği haberin yarattığı yankı ve etkinin radyo ve televizyon kuruluşlarında nasıl yer aldığı takip edilmesi isteğidir. Bu da haberin devamı açısından önemli bir konudur.

2.2.1. Radyo ve Televizyon Haberlerinin Avantajları

Radyo ve televizyonların yazılı basına göre haberleri verme açısından zaman avantajları mevcuttur. Ani gelişen bir olayın gazetelerde yer alması zaman alırken radyo ve televizyonlarda yer alması daha kolaydır. Bu nedenle ani gelişen olaylarda radyo ve televizyon kuruluşları, haberi verme açısından avantajlı konumdadır.

Meydana gelen bir haberin radyo ve televizyonlarda yer alabilmesi için bir muhabir ve bir kameraman yeterlidir. Haber ekibinin haber yerine ulaşmasıyla birlikte ekrandan veya mikrofondan, haberin aktarılması süreci başlayabilmektedir. Naklen yayın sayesinde kurgusu yapılmamış ham görüntülerle haber sunumu yapılabilmektedir. Bu durumda haberle ilgili ilk bilgiler anında izler kitleye ulaştırılabilmektedir. Ayrıca radyo-televizyon kuruluşlarında zaman unsuruyla bağlantılı bir yayın olduğundan çoğunlukla haber ayrıntılarına girilmeden verilmektedir.

Yazılı basın kuruluşları radyo ve televizyonun zaman avantajından kaynaklanan dezavantajlı durumlarını ortadan kaldırmak amacıyla haberle ilgili detaylı bilgileri okurlarına sunar.

Gazeteciler, radyo ve televizyon kuruluşlarının yayımladıkları çeşitli formatlardaki programlardan da haber oluşturma yolunu tercih eder. Bu yayınlar sadece haber ve haber programı formatında yayımlanan programlar değildir. Yayımlanan bir dizinin kahramanlarıyla ilgili magazin haberleri veya bir dizinin izler kitesiyle ilgili haberler de yapılabilmektedir.

Gazetecinin zaman kısıtlılığı nedeniyle radyo ve televizyon izleme süresi kısadır. Bu durum, izlenecek programlar arasında bir eleme yapılmasını zorunlu kılar. Radyo ve televizyon kuruluşlarının yayın akışları incelenerek bir eleme yapılabilir. Yayın akışları gazetelerden takip edilebileceği gibi *İnternet* sayfalarından da öğrenilebilmektedir.

2.3. Dergi Yayınlarından Gündem Oluşturma

2.3.1. Dergi Yayınlarını Takip Etmek

Ülkemizde dergicilik sektörü (haber dergileri, spor dergileri, gençlik dergileri vb.), yazılı basın alanında oldukça gelişmiştir. Ayrıca çeşitli sektörlerin çıkardıkları dergilerin sayısı da her geçen gün artmaktadır. Farklı içeriklerle hazırlanan dergiler, ilginç konuları tercih eder. Dergilerde kapak konusu çok önemlidir. Ayrıca okurlarına dergi ile birlikte dağıttıkları promosyonlar (özendirme) da dergi tirajını artırabilmektedir.



Fotoğraf 2.2: Ülkemizde yayımlanan dergilerden örnekler

Gazeteci, ilgi alanına göre yayımlanan dergileri takip etmelidir. Çünkü dergiler, gazetelere göre daha detaylı araştırmalar yapmakta ve daha detaylı bilgilerle haberleri yayımlamaktadır. Ayrıca dergiler, gazetelerden farklı olarak gündeme ilişkin rutin haber takibinin yanında, farklı konularda kapsamlı dosya haberleri de hazırlamaktadır. Bu tarz haberler çoğu zaman günlük gazeteler ve televizyonlarda haber konusu olabilmektedir.

2.4. Süresiz Yayınlardan Gündem Oluşturma

2.4.1. Süresiz Yayın

Belli aralıklarla yayımlanmayan kitap, bülten, broşür gibi basılmış eserlerdir.

2.4.2. Yayımlanan Kitaplar

Süresiz yayınlar, gazetelerin en önemli haber kaynakları arasında yer almaktadır. Yayınevleri yayımlayacakları kitapları, medya kanalıyla okuyuculara duyurur. Gazeteler, dergiler, radyo ve televizyonlar yeni yayımlanacak kitaplarla ilgili haberler hazırlar. Bunun yanında pek çok gazete, kitap ekleri çıkarır. Yine pek çok televizyon kuruluşunda yeni yayımlanan kitapların tanıtımı yapılmaktadır. Ayrıca medya kuruluşları en çok satanlar adı altında hazırladıkları bölümlerle de kamuoyuna bu konuda bilgi vermektedir.

Ünlü yazarların yayımlanan veya yayımlanacak olan kitaplarıyla ilgili haberler medya kuruluşları tarafından ele alınan konulardan biridir.

Yayımlanan bir kitabın satış grafiği, yazılı ve görsel, işitsel basında haber konusu olarak yer almasına neden olabilmektedir. Turgut Özakman'ın “Şu Çılgın Türkler” adlı romanının baskı adedi ve satış oranıyla ilgili haberler örnek olarak gösterilebilir. Bazen de biyografiler, ünlü kişilerin anıları gibi kitabın içeriği de başlı başına haber konusu olabilmektedir.

2.4.3. Basın Bülteni

Basın bültenleri, belirli formatta yazılan metinlerdir. Basın bültenleri aracılığıyla, etkinlikler, ilgili kişilere duyurulur ve kişilerin etkinlikleri izlemeleri sağlanmış olur. Yine basın bültenleri aracılığıyla, kamuoyuna bilgi veya görüş aktarılır.

Günümüzde pek çok medya kuruluşunda, ikinci el haber kaynakları arasında yer alan basın bültenlerinden haber oluşturma yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Yazılı, görsel ve işitsel basın kuruluşlarına gönderilen, elektronik posta veya CD içeriklerinde etkinliklerle ilgili tüm bilgiler, haberde yer alabilecek görsel malzemeler yer almaktadır. Böylelikle kuruluşlar olay yerine gitmeseler bile haber için gerekli olan verilere ve görsel malzemelere ulaşabilmektedir.

UYGULAMA FAALİYETİ

Belirlediğiniz günlük gazete ve televizyon haberlerini sistematik olarak inceleyerek aşağıdaki uygulama faaliyetini gerçekleştiriniz.

İşlem Basamakları	Öneriler
<ul style="list-style-type: none">➤ Grup oluşturarak gazete yayınlarını takip ediniz. Takip ettiğiniz gazetede yer alan haberlerin farklı gazetelerde de yer alıp almadığını inceleyiniz.	<ul style="list-style-type: none">➤ Süreli ve süresiz yayınları takip ederken dikkat edilmesi gereken konulara dönerek tekrar ediniz.➤ Sınıf içerisinde görev dağılımı yaparak gazete yayınlarını takip ediniz.
<ul style="list-style-type: none">➤ Radyo ve televizyon yayınlarını izlerken haber konusu olabilecek yayınları dikkatlice izleyiniz.	<ul style="list-style-type: none">➤ Yayınları izlerken haber konusu olabilecek unsurlara dikkat ediniz.
<ul style="list-style-type: none">➤ Dergi yayınlarını takip ederek yayımlanan haberlerin daha önce gazetelerde yayımlanıp yayımlanmadığını <i>İnternetten</i> yararlanarak inceleyiniz. Dergilerde haber verilirken kullanılan fotoğrafları inceleyiniz.	<ul style="list-style-type: none">➤ İlginizi çeken konularla ilgili dergileri takip ediniz. Dergide yer alan haberlerle ilgili araştırmalar yaparak daha önce aynı konuda yapılan haberleri inceleyiniz.
<ul style="list-style-type: none">➤ <i>İnternet</i> sitelerinden ve kitap tanıtım eklerinden yeni yayımlanan kitaplarla ilgili araştırmalar yapınız.	<ul style="list-style-type: none">➤ Yayınevlerinin <i>İnternet</i> sitelerine giriniz. Süreli yayınların kitap eklerini takip ediniz.

KONTROL LİSTESİ

Bu faaliyet kapsamında aşağıda listelenen davranışlardan kazandığınız beceriler için **Evet**, kazanamadığınız beceriler için **Hayır** kutucuğuna (X) işareti koyarak kendinizi değerlendiriniz.

Değerlendirme Ölçütleri	Evet	Hayır
1. Gruplar arasında iş birliği yaparak haberleri karşılaştırdınız mı?		
2. Radyo ve televizyon yayınlarından haber olabilecek olayları dikkatli bir şekilde inceleyebildiniz mi?		
3. Dergi yayınlarını takip ederek ilginizi çeken sayıları biriktirdiniz mi?		
4. Yeni yayımlanan kitaplar hakkında bilgi topladınız mı?		

DEĞERLENDİRME

Değerlendirme sonunda “**Hayır**” şeklindeki cevaplarınızı bir daha gözden geçiriniz. Kendinizi yeterli görmüyorsanız öğrenme faaliyetini tekrar ediniz. Bütün cevaplarınız “**Evet**” ise “Ölçme ve Değerlendirme”ye geçiniz.

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

Aşağıdaki soruları dikkatlice okuyarak doğru seçeneği işaretleyiniz.

1. Aşağıdakilerden hangisi muhabirlerin diğer gazeteleri takip etme nedenlerinden biridir?
A) Haber atlanıp atlanmadığını kontrol etme
B) Haberlerinin diğer gazetelerde de yer alıp almadığını kontrol etme
C) Haberlerinin diğer gazetelerde ne şekilde yayımlandığını kontrol etme
D) Hepsi
2. Aşağıdakilerden hangisi muhabirlerin radyo-TV yayınlarını takip etme nedenlerinden biri değildir?
A) Yazılan haberin doğrulanması
B) Radyo ve televizyonlarda görüntünün ve haberin anında aktarılabilmesi
C) Haberlerin daha eğlenceli verilmesi
D) Yayınlanan haberlerle ilgili yankı ve etkilerin alınması
3. Gazeteciler, dergi yayınlarını neden takip etmelidirler?
A) Daha renkli haber verdikleri için
B) Haberler daha detaylı araştırmalarla yayımlandığı için
C) Haberler daha kolay okunduğu için
D) Bol fotoğraf kullanıldığı için
4. Aşağıdaki ifadelerden hangisi basın bültenini ifade eder?
A) Belirli bir formatta yazılan, kişiler, kurumlar ve etkinliklerle ilgili duyuru amaçlı basına yönelik metinleridir.
B) Belirli bir formatta yazılan, kişiler, kurumlar ve etkinliklerle ilgili duyuru amaçlı halka yönelik metinleridir.
C) Yayın periyodu belli olan bilgilendirme amaçlı süreli yayınlardır.
D) Siyaseti ekonomi, edebiyat, bilim, meslek, teknik gibi çeşitli konuları gazetelerden daha geniş inceleyen, günlük olmayan periyodik basılı yayınlardır.

DEĞERLENDİRME

Cevaplarınızı cevap anahtarıyla karşılaştırınız. Yanlış cevap verdiğiniz ya da cevap verirken tereddüt ettiğiniz sorularla ilgili konuları faaliyete geri dönerek tekrarlayınız. Cevaplarınızın tümü doğru ise bir sonraki öğrenme faaliyetine geçiniz.

ÖĞRENME FAALİYETİ-3

AMAÇ

Sosyal ve kültürel olayları düzenli olarak takip edebileceksiniz.

ARAŞTIRMA

- Bir hafta boyunca ülke genelinde gerçekleşen sosyal ve kültürel etkinliklerle ilgili haberleri araştırınız.
- Gazetelerden, dergilerde radyo ve televizyon kuruluşlarının yayınlarından hafta içerisinde yapılacak olan sosyal ve kültürel etkinliklerle ilgili basın duyurularını araştırınız.
- Çevrenizde bulunan sosyal ve kültürel etkinliklerle pano, broşür ve afişleri inceleyiniz.

3. SOSYAL VE KÜLTÜREL ETKİNLİKLERİ TAKİP ETMEK

3.1. Basında Sosyal ve Kültürel Etkinlikler

Kültür, bir topluluğun millet olarak kabul edilebilmesinin en önemli koşullarından biridir. Türk milletinin zengin kültürüyle dünya ülkeleri arasında hak ettiği noktada yer alabilmesi için sosyal ve kültürel değerlerimize sahip çıkmalı ve bu tür etkinliklerin sayısını ve türünü artırmalıyız.

Gazeteler, bu noktada bu etkinlikleri desteklemek ve duyurmak amacıyla sayfa içeriklerinde kültür ve sanat sayfaları oluşturdukları gibi kültür ve sanat ekleri de vermektedir. Ayrıca kültür ve sanat içerikli dergiler de yayımlanmaktadır.

Basının kamuoyunu eğlendirme, bilgilendirme, eğitime ve yönlendirme işlevi kamuoyunun gereksinmelerini karşılamaya yöneliktir. Gazeteciler çok yoğun bir çalışma temposu içerisinde çalışır. Bu yoğun çalışma temposunda bir gazetecinin o gün hangi habere gideceği çoğunlukla belli değildir. Özellikle gazetelerin istihbarat servislerinde çalışan muhabirlerle ajans muhabirleri her gün, farklı içeriklerdeki haberlerle ilgili görevlendirilebilir. Bu noktada gazetecilerin haber seçme özgürlükleri yoktur. Birçoğumuzun eğlenmek, bilgilenmek, hoşça vakit geçirmek amacıyla katıldığımız sosyal ve kültürel etkinlikleri izlemek çoğu kez gazeteciler için görev konusu olmaktadır. Gazeteciler haber yapmak amacıyla katıldıkları sosyal ve kültürel etkinlikleri dikkatli bir şekilde izleyerek haberlerini oluşturur.

“Sanatsız kalan bir milletin hayat damarlarından biri kopmuş demektir.”
Mustafa Kemal ATATÜRK

Ulusal ve uluslararası düzeyde katılımı olan sosyal ve kültürel etkinlikler çoğunlukla tüm medya kuruluşları tarafından haber konusu olarak seçilmektedir. İstanbul Film Festivali, Akbank Caz Festivali vb. yerel düzeydeki etkinliklerse kamuoyu ilgisi, ilginçlik, katılımcıların özellikleri vb. nedenlerle bölge baskılarında ve yerel basında yer aldıkları gibi ulusal basında da yer alabilmektedir.

Bugün ülkemizde il bazında, hatta ilçeler bazında birtakım yerel etkinlikler düzenlenmektedir (Malatya Kayısı Festivali, Manisa Mesir Şenlikleri, Bilecik Kiraz Festivali vb.). Bu tür etkinliklerin düzenlenme amaçları farklıdır (sosyal ilişkileri güçlendirmek, ekonomik katkı sağlamak, yöresel ürünleri tanıtmak vb.). Yöresel etkinliklerin sayısı her geçen gün artmaktadır.

Gazeteci, kültürel anlamda toplum ortalamasının üstünde bir bilgi birikimine sahip olmalıdır. Bu birikimi elde etmenin en önemli yollarından biri de sosyal ve kültürel etkinlikleri izlemektir çünkü izlediğimiz, dinlediğimiz, katıldığımız her etkinlik sosyal yaşamda bizleri daha da geliştirecektir.

3.2. En Çok Haber Konusu Olan Sosyal ve Kültürel Etkinlikler

3.2.1. Tiyatro

Oyuncuların, sahne olarak ayrılmış bir yerde, söz ve hareketlerle bir öyküyü, canlandırdığı sanattır. Tiyatro sözcüğü Yunancada “seyirlik yeri” anlamına gelen “teatron”dan türetilmiş, dilimize İtalyancadaki “teatro” sözcüğünden geçmiştir.

Ülkemizde devlet tiyatroları, şehir tiyatroları ve özel tiyatrolar bulunmaktadır. Tiyatrolar yıl boyunca sergileyecekleri oyunlarla ilgili programları çeşitli yöntemleri kullanarak kamuoyuna iletir.



Fotoğraf 3.1: Tiyatro oyunundan bir fotoğraf

3.2.2. Sempozyum (Bilgi Şöleni)

Bir konunun çeşitli yönleri üzerinde, aynı oturumda, değişik kişiler tarafından yapılan seri konuşmalara sempozyum denir. Bir sempozyumda en az üç, en çok altı konuşma yapılır. Her konuşma 5-20 dakika sürer. Sempozyum sonunda forum olacaksa konuşmaların toplamı bir saati geçmemelidir.

Seçilen konular ve katılımcıların özellikleri, sempozyumların haber konusu olarak seçilmesini sağlamaktadır. Yapılacak etkinlikten basın bültenleri aracılığıyla medya kuruluşları haberdar edilir.

3.2.3. Panel

Bir konunun izleyiciler önünde, sohbet havası içerisinde birkaç kişi tarafından tartışılmasıdır. Amaç; karara varmaktan çok, bir sorunu çeşitli yönleriyle aydınlatmak, çeşitli görüşleri, eğilimleri ortaya çıkarmaktır. Tartışanların sayısı 3-6 arasındadır. Panel tartışmalarında bir başkanla üyeler bulunur. Panelin sonunda izleyiciler panel üyelerine soru sorabilirler.

3.2.4. Festival

Dönemi, yapıldığı çevre, katılanların sayısı veya niteliği programla belirtilen ve özel önemi olan sanat gösterileridir. Belli bir sanat dalında oyun ve film gösterileri yapılarak gösterimlerin sonunda ödül verilmesi şeklinde düzenlenen ulusal veya uluslararası şenliklerdir.

3.2.5. Sergiler

Halkın gezip görmesi, tanınması için uygun biçimde yerleştirilmiş ürünlerin, sanat eserlerinin tümü şeklinde tanımlanabilir. Sergiler, özellikle kültür ve sanat içerikli yayınlarda haber konusu olmaktadır. Bir gazeteci özellikle mesleğiyle ilgili sergileri mutlaka izlemelidir.

3.2.6. Konserler

Sanatçıların müzik eserlerini bir topluluk önünde çalması veya söylemesi şeklinde tanımlanabilir. Özellikle yaz aylarında düzenlenen konserler yazılı basın ve görsel basın kuruluşlarında sıklıkla haber konusu olmaktadır.

3.2.7. Spor Etkinlikleri

Futbol karşılaşmaları, basketbol karşılaşmaları, güreş turnuvaları, tenis turnuvaları, kış sporları gibi etkinliklerdir. Gazeteler, her gün ortalama 2–3 sayfalarını spor etkinliklerine ayırmaktadır. Spor olayları bazen manşetten veya sürmanşetten verilebilmektedir.

Televizyon kuruluşları, maç yayınları sayesinde önemli reklam gelirleri elde edebilmektedir. Televizyon kuruluşlarının hafta sonları en çok izlenen yayın saatlerinde pek çok spor programı yer almaktadır.

3.2.8. Fuarlar

Belli zamanlarda, belli yerlerde ticari mal sergilemek amacıyla açılan büyük sergilerdir. Daha çok ekonomik amaçlı düzenlenen bu tür etkinliklerde amaç ürünlerin tanıtımı ve dolayısıyla satışlarıdır. Fuarlar, basın kuruluşları tarafından izlenmekte ve bu konuyla ilgili haberler yapılmaktadır.

3.2.9. Sinema Filmleri

Sinema filmleri yazılı ve görsel basın kuruluşları tarafından çok sık haber konusu olarak seçilmektedir. Özellikle gösterime yeni girecek olan filmler, oyuncular, izleyen sayısı ve film eleştirileri çok sık haber konusu olmaktadır. Gazeteler ve televizyon kuruluşlarının yayınları arasında filmlerin gösterim yerleri ve saatleri detaylı bir şekilde verilmektedir. Sosyal ve kültürel etkinlikler pek çok kişi ve kuruluş tarafından desteklenmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, yerel yönetimler, bankalar, holdingler, firmalar vb.).

3.3. Sosyal ve Kültürel Etkinliklerin Duyurulması

Sosyal ve kültürel etkinlikler çeşitli yollarla ilgililere duyurulur. Bu amaçla yapılan duyuruları inceleyerek etkinliklerle ilgili bilgilere ulaşabiliriz.

3.3.1. Basın Bültenleri

Duyuru amaçlı hazırlanan bültenler, medya kuruluşlarına iletilir. Gazetelerin, dergilerin, radyo kuruluşlarının, televizyon kuruluşlarının ve *İnternet* haber sitelerinin yapmış oldukları haberler aracılığıyla etkinlikler ilgililere duyurulur.

3.3.2. Afişler

Bir şeyi duyurmak veya tanıtmak için hazırlanan, kalabalığın görebileceği yere asılmış, genellikle resimli duvar ilanı olarak tanımlanabilir (TDK). Genellikle kâğıda basılan afişler şehrin çeşitli yerlerine yapıştırılır. Bazen ikili, üçlü, dörtlü kompozisyonlarla daha büyük boyutlarda kullanılır. Afişler tek sayfalık basılmış eserlerdir. Kamuoyunun rahatlıkla görebileceği ve görebileceği yerlere asılarak etkinlikler ilgililere duyurulur.

3.3.3. Reklam Panoları

Yapılacak etkinliklerin, yerel yönetimlerce belirlenen alanlardaki reklam panoları aracılığıyla duyurulmasıdır.

3.3.4. İnternet Siteleri

Etkinlikleri düzenleyen veya destekleyen kurum ve kuruluşların *İnternet* sayfaları veya sitelerinden etkinliklerle ilgili bilgilere ulaşılabilir.

3.3.5. Broşürler

Çeşitli kuruluşlar tarafından hazırlanan program broşürlerinde yıl içerisinde veya belli bir dönemde gerçekleştirilecek olan etkinliklere ait etkinlik programları yer almaktadır.

3.3.6. El İlanları

İlgili kuruluşlar ve kişiler tarafından hazırlanan el ilanlarının dağıtılmasıdır.

3.3.7. Diğer

Kişisel duyurular, pankartlar, dövizler, ışıklı ilanlar, duraklara asılan ilanlardır.

UYGULAMA FAALİYETİ

Sınıf arkadaşlarınızla birlikte grup oluşturarak aşağıdaki uygulama faaliyetini gerçekleştiriniz.

İşlem Basamakları	Öneriler
➤ Sosyal ve kültürel etkinliklerle ilgili program kataloglarından etkinlikleri inceleyiniz.	➤ İlgili kurumlardan veya <i>İnternet</i> sitelerinden etkinliklerle ilgili bilgilere ulaşınız.
➤ Etkinliklerden size uygun olanları belirleyiniz.	➤ İlginizi çeken etkinlikleri belirleyiniz.
➤ Etkinlik saatinden önce belirtilen yerde olunuz.	➤ Etkinliklerin yapılacağı yerle ilgili ulaşım imkânlarını inceleyiniz.
➤ Etkinliği dikkatli bir şekilde izleyerek gerekli notları alınız.	➤ Etkinliği izlerken ses kayıt cihazı kullanmaya ve not almaya özen gösterilmelidir.
➤ Etkinlik hakkında arkadaşlarınıza bilgi veriniz.	➤ Arkadaşlarınızın sorularına yanıt olabilecek şekilde etkinlik hakkında bilgi veriniz.
➤ Arkadaşlarınızın izlediği etkinlikler hakkında bilgi alınız.	➤ İzleyemediğiniz etkinlikler hakkında bilgi alınız.

KONTROL LİSTESİ

Bu faaliyet kapsamında aşağıda listelenen davranışlardan kazandığınız beceriler için **Evet**, kazanamadığınız beceriler için **Hayır** kutucuğuna (X) işareti koyarak kendinizi değerlendiriniz.

Değerlendirme ölçütleri	Evet	Hayır
1. Etkinlik programlarına ulaşabildiniz mi?		
2. Etkinlikler arasından bir seçim yapabildiniz mi?		
3. Etkinlik saatinden önce belirtilen yere ulaşabildiniz mi?		
4. Etkinliği dikkatli bir şekilde izleyebildiniz mi?		

DEĞERLENDİRME

Değerlendirme sonunda “**Hayır**” şeklindeki cevaplarınızı bir daha gözden geçiriniz. Kendinizi yeterli görmüyorsanız öğrenme faaliyetini tekrar ediniz. Bütün cevaplarınızı “**Evet**” ise “Ölçme ve Değerlendirme” ye geçiniz.

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

Bu faaliyet sonunda kazandıklarınızı aşağıdaki soruları cevaplandırarak ölçünüz.

Aşağıdaki soruları dikkatlice okuyarak doğru seçeneği işaretleyiniz.

1. Aşağıdakilerden hangisi sosyal ve kültürel etkinliklerin düzenlenme amacı değildir?
A) Sosyal ilişkileri güçlendirme
B) Ünlü kişilerle birlikte olma
C) Ekonomik katkı sağlama
D) Yöresel etkinlikleri tanıtmaya
2. Aşağıdakilerden hangisi sosyal ve kültürel etkinlikleri takip etme yollarından biridir?
A) Basın bültenleri
B) Afişler
C) İnternet siteleri
D) Hepsisi
3. Gazeteciler, dergi yayınlarını neden takip etmelidir?
A) Daha renkli haber verdikleri için
B) Haberler daha kolay okunduğu için
C) Haberler daha detaylı araştırmalarla yayınlandığı için
D) Bol fotoğraf kullanıldığı için
4. “Bir şeyi duyurmak veya tanıtmak için hazırlanan, kalabalığın görebileceği yere asılmış, genellikle resimli duvar ilanı şeklinde tanımlanabilir.” ifadesiyle tanımlanmak istenen aşağıdakilerden hangisidir?
A) Afiş
B) Broşür
C) Reklam panoları
D) El ilanları

DEĞERLENDİRME

Cevaplarınızı cevap anahtarıyla karşılaştırınız. Yanlış cevap verdiğiniz ya da cevap verirken tereddüt ettiğiniz sorularla ilgili konuları faaliyete geri dönerek tekrarlayınız. Cevaplarınızın tümü doğru ise bir sonraki öğrenme faaliyetine geçiniz.

ÖĞRENME FAALİYETİ-4

AMAÇ

İnternet sitelerinden gündemi takip edebileceksiniz.

ARAŞTIRMA

- Bir konu seçerek konu ile ilgili *İnternet* ortamında araştırma yapınız.
- Belirlediğiniz bir gazetenin *İnternet* sitesine girerek inceleyiniz.
- Medya takip merkezlerinin *İnternet* sitelerine girerek geçen ayın gündemini inceleyiniz.

4. İNTERNETTEN GÜNDEM TAKİBİ YAPMAK

4.1. Tanım

İnternet, birçok bilgisayarın birbirine bağlı olduğu, dünya çapında bir iletişim ağı olarak tanımlanıyor. Önceleri bir bilgi kaynağı olarak kullanılan *İnternet*, şu anda dev bir kütüphane ve üretim alanına dönüşmüştür.

Kimileri *İnterneti*, milyonlarca insanın etkileştiği, haberleştiği kendine özgü kuralları olan bir sosyal alan; kimileri de kültür ve sanat merkezi olarak tanımlıyor. Bazılarıysa *İnterneti* içinde bulunduğumuz yüzyılın en önemli gelişmesi olarak görüyor.

4.2. İnternet ve Gazetecilik

Araştırma yapmanın değişik yollarından birisidir *İnterneti* kullanmak. Gelişen *İnternet* ile birlikte sanal kütüphaneler, gazeteciler için önemli bir araştırma kaynağı hâline dönüşmüştür. Haberciler, *İnternet* yardımıyla hazırladıkları bir habere ilişkin, evrensel boyuttaki elektronik ortamda yer alan milyonlarca bilgiye, bir dakikadan da az bir sürede ulaşabilmektedir. *İnternet*, haberciliğin araştırmacı boyutunun daha da gelişmesine yardımcı olmuştur.

4.3. İnternetin Gazetecilik Açısından Sunduğu Olanaklar

İnternetin teknik olarak sunduğu olanaklar çok fazladır ancak bu teknik olanakların “nasıl ve hangi amaçlarla kullanılabileceği” konusunda pek çok fikir geliştirilebilir.

4.3.1. Haber ve Fotoğrafların İletimi

Gazetecilik hız işidir. Ancak haberin doğruluğundan ve kalitesinden ödün vermeksizin yapılması gerekir. *İnternet*, bu anlamda bir haberin ya da fotoğrafın gazeteye ulaştırılması için kullanılmaktadır. Günümüzde pek çok muhabir gazetelerine haber ve fotoğraflarını *İnternet* üzerinden geçmektedir.

4.3.2. Bir Bilgi Kaynağı

Kimi zaman bir haber ile ilgili daha geniş bilgiye gereksinim duyarsınız. Bu anlamda *İnternet*, çok yararlı bir kaynak olabilir ancak bilgi kaynağı olarak bu alandan yararlanabilmek için gazetecilerin *İnternette* bilgiye ulaşım yöntemleri konusunda daha yakından ilgilenmeleri gerekir.

4.3.3. Haber Kaynağı

İnternet özellikle sosyal medyanın büyük gelişim gösterdiği günümüzde gazeteciler açısından öncelikli haber kaynakları arasına girmiştir. Ayrıca günümüzde çok sayıda resmî ve özel kurum giderek açıklamalarını *İnternet* üzerinden yayımlamaya başladı. Gazetecilerin bu kurumların *İnternet* sitelerini düzenli olarak takip etmeleri gerekmektedir.

4.3.4. Haber

İnternet, günümüzde hızla gelişen bir alandır. Dolayısıyla burada yaşanan yeniliklerin kendisi de bir haber niteliğine sahiptir. Günümüzde bilgisayar ve bilişim konularıyla ilgilenen gazeteciler bu alanda yaşanan gelişmeleri yakından izleyip kamuoyuna duyurmaya çalışmaktadır.

4.3.5. Haberleşme

Gazeteciler, günümüzde *İnternette* elektronik postayı da giderek daha sık kullanmakta, haber kaynakları ile bu yöntemle haberleşebilmektedirler. Ayrıca adının açıklanmasını istemeyen kimi haber kaynakları bu yöntemle gazetelere "adının ortaya çıkma" riski olmaksızın bilgi verme olanağına sahiptir. Gazetelere son dönemlerde bu yolla da çok sayıda bilgi ulaşmaktadır.

4.3.6. Tartışma Platformu

İnternet haber grupları ya da eş zamanlı iletişim olanakları sunmaktadır. Böylece pek çok meslek grubunda olduğu gibi gazeteciler de kendi mesleki sorunları hakkında bu teknoloji sayesinde tartışma grupları oluşturma olanaklarına sahip olmaktadır.

4.3.7. Haberlerin Yayın Platformu

İnternet üzerinde yer alan elektronik gazetelerin sayısı günümüzde giderek artmaktadır. Kimi zaman gazeteciler bir araya gelip böylesi bir elektronik gazete de çıkarabilmektedir. Önümüzdeki dönemde bu uygulamaların daha da artacağını söyleyebiliriz.

4.3.8. Çalışma Sürecinde İnternet Teknolojileri

Pek çoğumuz *İnternet* teknolojilerini, sadece *İnternete* bağlı olduğunda kullanılacak teknolojiler olarak görmekteyiz. Oysa bu teknolojileri iş yerlerimizde de rahatça kullanabiliriz. Bunun yöntemi de *İnternettir*. Bu yöntemle, kolektif çalışma olanaklarını da artırabiliriz.

Negroponte'nin Dünyası

Nicholas hoş bir müzik sesiyle uyanıyor uykusundan. Yarı uykulu gözlerle, otomatik olarak açılan kapıdan geçerek banyoya giriyor. Küvet, 40 derece sıcaklıkta suyla dolmuş durumda onu bekliyor. Hafif bir inlemeyle kendini küvete bırakıyor Nicholas. Ardından “Yeni mektup var mı?” diye sesleniyor. Hoş bir kadın sesi yanıt veriyor ona:

“Günaydın Nikolas. Dün gece saat 22.00'den bu yana 3 özel mektup geldi. Annen hafta sonu yemeğe gelip gelmeyeceğini soruyor. Ona geleceğinizi bildireyim mi?”

Nicholas “Evet” anlamında başını sallıyor ve banyodan çıkıyor. Saçlarını kuruturken sesini duyamaz diye ev bilgisayarını da konuşmasına ara veriyor.

Nicholas giyinirken ev bilgisayarına iki tane mektup dikte ediyor. Bu sırada mutfakta otomatik olarak sabah kahvesi ve iki tost hazırlanıyor. Tam Nicholas'ın istediği gibi.

Arabaya bindiğinde “merhaba” diyor araba. “Bugün trafik tıkalı, bu nedenle seni farklı bir yoldan işe götüreceğim.”

4.4. İnternet Üzerinden Yayın Yapan Haber Siteleri

Gelişen bilgisayar teknolojisi ve *İnternet* sayesinde “Elektronik Basın” da denilen ve *İnternet* üzerinden yayın yapan pek çok haber sitesi oluşturulmuştur.

İnternet üzerinden yayın yapan haber sitelerinin dışında gazete, dergi, televizyon, radyo ve ajansların da *İnternet* siteleri mevcuttur.

4.5. Medya Takip Kuruluşları

Medya, insanları ve toplumları birbirinden haberdar ederek dünyayı küçük bir alana dönüştürürken kendi önem ve gücünün de artmasını sağlamaktadır.

Günümüzde medya, çeşitli mesajların iletimine olanak tanıyan yapısı nedeniyle, takip ve ölçümleme gerektiren en önemli bilgi kaynaklarının başında geliyor. Takip ve ölçümleme, basın yoluyla gerçekleştirilen, kontrollü veya kontrolsüz, doğrudan veya dolaylı mesaj iletiminin yansımalarını görmek için yapılır. Böylece, ilgili kişi / ürün / hizmet / marka ve şirketin, çeşitli kitleler tarafından nasıl algılandığı tespit edilerek hedeflenen algı ve davranış değişikliğini sağlayacak iletişim stratejilerinin oluşturulması mümkün kılınır.

4.5.1. Yazılı Basında Haber Takibi

Medya takip kuruluşları, ulusal-bölgesel-yerel nitelikteki gazete ve dergileri baskıdan çıkar çıkmaz alıyor, tarıyor ve istenilen formatlarda sunumunu yapıyor. Bu alanda kullanılan formatlar şu şekilde sıralanabilir:

- Hard copy ile sunum: Gazete / dergi kupürleri
- E-mail ya da faks ile sunum
- CD ile sunum
- Web üzerinden şifreli online sunum

4.5.2. Görsel Basın Haber Takibi

Sayındaki çokluk, gündüz ve gece devam eden yayın akışı nedeniyle, kontrol altında tutması belki de en zor medya mecralarından biri televizyon kanallarıdır. Medya takip kuruluşları, istenilen verileri istenilen formatlarda (DVD, VCD, VHS veya ONLİNE bağlanarak) müşterilerine anında ulaştırmaktadır. İlgilenilen konu, firma, kişi veya sektör hakkında, TV kanallarında yer alan haber, yorum, röportaj ve programlar izlenerek seçilen görüntüler montajlandıktan sonra teslim edilmektedir.

4.5.3. Elektronik Basın Haber Takibi

Günden güne gelişen ve sık güncellenmesiyle TV kanalları ve radyolarla yarışır hâle gelen *İnternet* haber portalları, hem pazarlama iletişimi dünyası hem de gündemi takip etmek isteyen her kişi / kuruluş için takibi kaçınılmaz bir mecraya dönüşmüştür. Sayıları hızla artan sektör ve haber siteleri, profesyonel yardım almadan takip edilebilir olmaktan çıkmıştır. Medya takip kuruluşları, *İnternet* üzerinde yayın yapan gazeteleri, sektörel ve aktüel portalları takip etmektedir. Ülkemizde 90'lı yılların başında özel TV kanallarının açılmasıyla birlikte medya yeni bir yön kazanmış ve evlerimize kadar konuk olan bu güçlü kitle iletişim aracı, medyanın etkisini ve karmaşıklığını ciddi oranda artırmıştır. Gördüğü yoğun ilgi ile onlarca ulusal ve yüzlerce yerel kanala ulaşan bu yeni medyanın takibi profesyonel anlayış ve ciddi teknik yatırımlar gerektirmiştir.

Medya takibi yapılarak elde edilen her haber ya da reklam tek başına önem taşıdığı gibi karşılaştırmalı olarak da büyük önem taşımaktadır. Medya analizi, takip sonucu elde edilen verilerin dönemsel ve konusal bir bütünlük içinde ortaya çıkardıkları bilginin, taşıdığı mesajın derli toplu ve anlaşılır bir şekilde yorumlanarak işlevsel hâle gelmesi için yapılır. Böylece gelinen nokta hakkında bilgi sahibi olmanın yanı sıra gidilmek istenen noktaya uygun stratejilerin geliştirilmesi de mümkün olmaktadır.

Medya takip kuruluşları yazılı ve görsel medyada yapılan takipler sonucu elde edilen verileri aylık, 3 aylık gibi periyotlarda medya analizleriyle yorumlamaktadır. Söz konusu analizler bir basın bülteninin etkinliğini ölçmek için yapılabildiği gibi herhangi bir sektörde faaliyet gösteren tüm firma veya markaların karşılaştırmalı olarak medyada yer alma yoğunluğu ve biçimini incelemek gibi amaçlarla da yapılmaktadır. Bu yolla yapılan halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetlerinin etkinliği ölçülebilmekte ve sektörel bazda genel eğilim ve durum saptanabilmektedir.

Medya analizleri haber, reklam ve isteğe bağlı farklı içeriklerde olabildiği gibi basın, TV, radyo ve *İnternet* için ayrı ayrı da yapılabilmektedir.

UYGULAMA FAALİYETİ

Sınıf arkadaşlarınızla birlikte grup oluşturarak aşağıdaki uygulama faaliyetini gerçekleştiriniz.

İşlem Basamakları	Öneriler
➤ Belirlediğiniz bir televizyon kanalının ana haber bültenini izleyiniz.	➤ Ana haber bülteninde hangi haberlerin ilk sırada yer aldığını inceleyiniz.
➤ Ana haber bülteninde yer alan bir haberin yayın süresini ve konusunu not ediniz. Aynı televizyon kanalının internet sayfasından ilgili haberi inceleyiniz.	➤ Yayın süresi ve haberle ilgili haber anonsunu dikkatli bir şekilde not ediniz.
➤ Gazetelerin <i>İnternet</i> sayfalarında incelediğiniz habere yer verilip verilmediğini araştırınız.	➤ Medya kuruluşlarına toplu link veren sitelerinden daha rahat araştırma yapabilirsiniz.
➤ <i>İnternet</i> haber sitelerinin haber ile ilgili yayınlarını inceleyiniz.	➤ <i>İnternette</i> n yayın yapan haber siteleri hakkında bilgi edininiz.
➤ Arama motorlarını kullanarak haber ile ilgili daha önce var olan bilgilere ulaşınız.	➤ Arama motorlarını kullanarak haber konusu hakkında bilgi toplayınız.
➤ Elde ettiğiniz verileri arkadaşlarınızla paylaşınız.	➤ Arkadaşlarınızın konuyla ilgili sorularını yanıtlayınız.
➤ Arkadaşlarınızın çalışmalarını dikkatlice inceleyiniz.	➤ Çalışmaları hakkında bilgi alınız.

KONTROL LİSTESİ

Bu faaliyet kapsamında aşağıda listelenen davranışlardan kazandığınız beceriler için **Evet**, kazanamadığınız beceriler için **Hayır** kutucuğuna (X) işareti koyarak kendinizi değerlendiriniz.

Değerlendirme Ölçütleri	Evet	Hayır
1. Ana haber bültenini izlediniz mi?		
2. Bültende yer alan haberlerden birini eksiksiz izleyerek gerekli notları aldınız mı?		
3. Haber ile ilgili gazetelerin <i>İnternet</i> sayfalarından araştırma yaptınız mı?		
4. <i>İnternetten</i> yayın yapan haber sitelerinden haberle ilgili araştırma yaptınız mı?		
5. Arama motorlarını kullanarak detaylı araştırmalar yaptınız mı?		
6. Arkadaşlarınıza yaptığınız çalışmalarla ilgili bilgiler verdiniz mi?		
7. Arkadaşlarınızın çalışmaları hakkında bilgi aldınız mı?		

DEĞERLENDİRME

Değerlendirme sonunda “**Hayır**” şeklindeki cevaplarınızı bir daha gözden geçiriniz. Kendinizi yeterli görmüyorsanız öğrenme faaliyetini tekrar ediniz. Bütün cevaplarınız “**Evet**” ise “Ölçme ve Değerlendirme” ye geçiniz.

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

Aşağıdaki cümlelerin başında boş bırakılan parantezlere, cümlelerde verilen bilgiler doğru ise **D**, yanlış ise **Y** yazınız.

1. () *İnternet* birçok bilgisayarın birbirine bağlı olduğu iletişim ağıdır.
2. () İnternet dünyanın her yerinde basılan gazeteleri, web sayfaları üzerinden 24 saat yayın yaparak istendiği anda kişinin evine getirmekte ve bu gazeteler haberi anında okuyucularına ulaştırmaktadır.
3. () Gazetelerin arşiv hizmetini şu an itibarıyla İnternette verilebilme olanakları yoktur.
4. () İnternet gazeteciliğın araştırmacı boyutunu ortadan kaldırmıştır.
5. () Medya takibi basın yoluyla gerçekleştirilen, kontrollü veya kontrolsüz, doğrudan veya dolaylı mesaj iletiminin yansımalarını görmek için yapılır.

DEĞERLENDİRME

Cevaplarınızı cevap anahtarıyla karşılaştırınız. Yanlış cevap verdiğiniz ya da cevap verirken tereddüt ettiğiniz sorularla ilgili konuları faaliyete geri dönerek tekrarlayınız. Cevaplarınızın tümü doğru ise “Modül Değerlendirme” ye geçiniz.

MODÜL DEĞERLENDİRME

Aşağıdaki cümleleri dikkatlice okuyarak boş bırakılan yerlere doğru sözcüğü yazınız.

1. Gündem, televizyon haberlerinde..... ..gazete haberlerinde dergi haberlerinde isebağlı olarak dizilmiş, sorunlar, konular ve olaylar listesidir.
2. Abone olunan ajanslardan gelen haberlerin konularına göre sınıflandırılmasına denir.
3. Gazetelerin birinci sayfalarına girecek haber ve fotoğrafları belirler.
4. Bazı durumlarda ise özel haber konusu sadece ilearasında görüşülür deftere işlenmez.
5. Belli aralıklarla yayımlanan basılmış eserlere denir.
6. Gazetecilerin televizyon yayınlarında en fazla izledikleri programlarprogramlarıdır.
7. Kişi veya kurumların yapılacak etkinliklerle ilgili basına yönelik duyuru metinlerine denir.
8. Basının kamuoyunu eğlendirme, bilgilendirme, eğitime ve yönlendirme işlevi kamuoyunun karşılamaya yöneliktir.
9. Televizyon programları arasında en az izlenen programlar ve programlarıdır.
10. İnternet üzerinde yer alangazetelerin sayısı günümüzde giderek artmaktadır.

Aşağıdaki cümlelerin başında boş bırakılan parantezlere, cümlelerde verilen bilgiler doğru ise D, yanlış ise Y yazınız.

11. () Bir ülkenin ekonomik ve siyasi olayları gündemde ilk sırayı almaktadır.
12. () Bilgi, yalnızca sonucu aktarırken enformasyon, süreci verir.
13. () Haber demokratik bir ihtiyaçtır.
14. () Basın bütün dünyada birinci güç olarak kabul edilir.

15. () Gazetecilerin zaman kısıtlılığı nedeniyle izlenecek programlar arasında bir eleme yapmaları gerekir.
16. () Yayımlanan kitapların içeriği de her zaman haber konusudur.
17. () Gazeteci yaşadığı ülkeyi ve bölgeyi iyi tanımak zorundadır.
18. () Sosyal ve kültürel etkinlikler pek çok kurum ve kuruluş tarafından desteklenmektedir.
19. () Bilgi birikimine sahip olmanın en önemli yollarından biri de sosyal ve kültürel etkinliklere katılmaktır.
20. () İnternet haberciliğin araştırmacı boyutunun ortadan kaldırmıştır.

Aşağıdaki soruları dikkatlice okuyarak doğru seçeneği işaretleyiniz.

21. Aşağıdakilerden hangisi *İnternette* yaygın olarak kullanılan arama motorlarından biri değildir?
- A) www.hotmail.com
B) www.altavista.com
C) www.yahoo.com
D) www.google.com
22. Aşağıdakilerden hangisi *İnternetin* gazetecilik alanına getirdiği kolaylıklardan biri değildir?
- A) Bilgi kaynağı olması
B) Her zaman ulaşılabilir olması
C) Haber kaynağı olması
D) Haber ve fotoğraf iletimini kolaylaştırması

DEĞERLENDİRME

Cevaplarınızı cevap anahtarıyla karşılaştırınız. Yanlış cevap verdiğiniz ya da cevap verirken tereddüt ettiğiniz sorularla ilgili konuları faaliyete geri dönerek tekrarlayınız. Cevaplarınızın tümü doğru ise bir sonraki modüle geçmek için öğretmeninize başvurunuz.

CEVAP ANAHTARLARI

ÖĞRENME FAALİYETİ-1'İN CEVAP ANAHTARI

1	D
2	B
3	A
4	C

ÖĞRENME FAALİYETİ-2'NİN CEVAP ANAHTARI

1	D
2	C
3	B
4	A

ÖĞRENME FAALİYETİ-3'ÜN CEVAP ANAHTARI

1	B
2	D
3	C
4	A

ÖĞRENME FAALİYETİ-4'ÜN CEVAP ANAHTARI

1	Doğru
2	Doğru
3	Yanlış
4	Yanlış
5	Doğru

MODÜL DEĞERLENDİRME'NİN CEVAP ANAHTARI

1	O Gün, Dün, Periyoda
2	Tiriyaj
3	Genel Yayın Yönetmeni
4	İstihbarat Şefi- Muhabir
5	Sürelî Yayın
6	Haber Programları
7	Basın Bülteni
8	Gereksinimlerini
9	Kültür ve Sanat
10	Elektronik
11	Doğru
12	Yanlış
13	Doğru
14	Yanlış
15	Doğru
16	Yanlış
17	Doğru
18	Doğru
19	Doğru
20	Yanlış
21	A
22	B

KAYNAKÇA

- ASLAN Kemal, **Haberin Yol Haritası**, Anahtar Kitapları Yayınevi, İstanbul, 2002.
- ASLAN Kemal, **Haberim Var**, Anahtar Kitapları Yayınevi, İstanbul, 2003.
- ASLAN Kemal, **Haber Nasıl Okunur?**, Anahtar Kitapları Yayınevi, İstanbul, 2004.
- BULUT Mesut, **Gazete ve İnternet**, Tekağaç Eylül Yayınları, Ankara, Şubat 2006.
- BÜLBÜL Rıdvan, **Genel Gazetecilik Bilgileri**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2000.
- CAVALIER Jean-Jacques, **Medya ve İletişim Teknolojileri**, Salyangoz Yayınları, İstanbul, Mart 2004.
- GİRĞİN Atilla, **Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etiği**, İnkılap Yayınevi, İstanbul, Ekim 2000.
- GİRĞİN Atilla, **Haber Yazmak**, DER Yayınları, İstanbul, 2002.
- **Hürriyet Gazeteciliği**, Doğan Kitapçılık, İstanbul, Ekim 2003.
- KARA Hakan, **Gazeteci**, Eğitim Semineri, Bursa, 2002.
- KARAALİOĞLU Seyit Ali, **Sözlü Yazılı Kompozisyon Sanatı**, İnkılap ve Aka Kitabevi, İstanbul, 1982.
- ÖKE M. Kemal, **Gazeteci**, ÇGD Yayınları, Ankara, Aralık 1994.
- ÖZÇAĞLAYAN Mehmet, **Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim**, Alfa Yayınevi, İstanbul, 1998.
- POSTMAN Neil, Steve POWERS, **Televizyon Haberlerini İzlemek**, Kavram Yayınları, İstanbul, 1996.
- RİGEL Nurdoğan, **İleti Tasarımında Haber**, DER Yayınları, İstanbul, 2000.
- SARICA Salih, Mustafa GÜNDÜZ, **Güzel Konuşma ve Yazma**, Fil Yayınevi, İstanbul, 1998.
- TOKGÖZ Oya, **Temel Gazetecilik**, İmge Kitabevi, İstanbul, 2003.
- YEDİG Serhan, Haşim AKMAN, **İnternet Çağında Gazetecilik**, Metis Yayınları, Mayıs 2002.
- YÜKSEL Erkan, Halil İbrahim GÜRÇAN, **Haber Toplama ve Yazma**, Tablet Kitabevi, Konya, 2005.