

CEP ÜNİVERSİTESİ

Gazetecilik

PHILIPPE GAILLARD

Presses Universitaires de France

CEP ÜNİVERSİTESİ

Gazetecilik

Technique du journalisme

PHILIPPE GAILLARD

Çeviren

MEHMET SELAMİ ŞAKİROĞLU

İletişim Yayınları • *PRESSES UNIVERSITAIRES DE FRANCE*

İletişim Yayınları • PRESSES UNIVERSITAIRES DE FRANCE

CEP ÜNİVERSİTESİ

Genel Yayın Yönetmeni: Murat Belge
Yayın Koordinatörü: Taha Parla
Yayın Danışmanı: Ahmet İnsel
Yayın Yönetmeni: Erkan Kayılı

Yayın Kurulu:
Fahri Aral, Murat Belge, Tanıl Bora, Ahmet İnsel, Erkan Kayılı, Taha Parla, Mete Tunçay.

Görsel Tasarım: Ümit Kıvanç
Dizgi ve Sayfa Düzeni: Hüsnü Abbas - İsmail Abbas
Baskı: Şefik Matbaası (iç) / Seda Matbaası (kapak)
Dağıtım: Hür Basın Dağıtım A.Ş.

İletişim Yayıncılık A.Ş. - Cep Üniversitesi 15 - ISBN 975-470-085-0

1. Basım - İletişim Yayınları, Şubat 1991

Kasım 1989 Tarihli 5. Baskısından Çevrilmiştir.

© Que sais-je?, Presses Universitaires de France, 1971
108, Boulevard Saint-Germain, 75006, Paris-France
© İletişim Yayıncılık A.Ş., 1991
Klodfarer Cad. İletişim Han. No:7 34400
Cağaloğlu-İSTANBUL, Tel: 516 22 60 - 61 - 62

Önsöz

Günümüzde bilgi bir yandan en önemli değer haline gelirken diğer yandan da artan bir hızla gelişiyor, çeşitleniyor. Ama katlanarak büyüyen bilgi üretiminden yararlanmak, özellikle gündelik yaşam kaygılarının baskısı altında, zorlaşıyor. Her şeye rağmen bilgiye ulaşma çabasını sürdürenler için de imkânlar pek fazla değil.

Ayrıca, özellikle Türkiye gibi ülkelerde bir konuda kendini geliştirmek ya da sırf merakını gidermek için herhangi bir konuyu öğrenmek isteyenlerin şansı çok az. Üniversitelerimiz, toplumumuzun yetişkin bölümüne katkıda bulunmak için gerekli imkânlardan yoksun.

Cep Üniversitesi kitapları işte bu olumsuz ortamda, evlerinde kendilerini yetiştirmek, otobüste, vapurda, trende harcanan zamandan kendileri için yararlanmak isteyenlere sunulmak üzere hazırlandı.

20. yüzyıl Fransız kültür hayatının en önemli ürünlerinden olan, bugün yaklaşık 3000 kitaplık dev bir dizi oluşturan "Que sais-je" (Ne Biliyorum?) dizisini İletişim Yayınları Türkçe'ye kazandırıyor. İletişim'in Cep Üniversitesi, bu büyük diziden seçilmiş,

Türkiyeli okurlar için özellikle ilgi çekici olabilecek eserlerin yanısıra, Avrupa'nın başka yayınevlerinin benzer bir çerçevede yayımladığı kitapları da içeriyor.

Ayrıca, Türkiye'nin siyaset, kültür, ekonomi hayatıyla ilgili konularda özel olarak bu dizi için yazılmış telif eserler "üniversite"nin "öğrenim programını" tamamlayacak.

Cep Üniversitesi'nin her kitabı alanının öndegelen bir uzmanı tarafından yazıldı. Kitaplar, hem konuya ilk kez eğilen kişilere hem de bilgisini derinleştirmek isteyenlere seslenebilecek bir kapsam ve derinlikte. Bilginin yeterli ve anlaşılır olması, temel kıstas. Cep Üniversitesi kitaplarını lise ve üniversite öğrencileri yardımcı ders kitabı olarak kullanabilecek; öğretmenler, öğretim üyeleri ve araştırmacılar bu kitaplardan kaynak olarak yararlanabilecek; gazeteciler yoğun iş temposu içinde çabuk bilgilenme ihtiyaçlarını Cep Üniversitesi'nden karşılayabilecek; çalıştığı meslek dalında bilgisini geliştirmek isteyen, evinde, kendi programlayabileceği bir meslekî eğitim imkânına kavuşacak; ayrıca, herhangi bir nedenle herhangi bir konuyu merak eden herkes, kolay okunur, kolay taşınır, ucuz bir kaynağı Cep Üniversitesi'nden temin edebilecek.

Cep Üniversitesi kitapları sık aralıklarla yayımlandıkça, benzersiz bir genel kültür kitaplığı oluşturacak. İnsan Hakları'ndan Genetik'e, Kanser'den Ortak Pazar'a, Alkolizm'den Kapitalizm'e, İstatistik'den Cinsellik'e kadar uzanan geniş bir bilgi alanında hem zahmetsiz hem verimli bir gezinti için ideal "mekân", Cep Üniversitesi.

İletişim
Yayınları

İçindekiler

BİRİNCİ KISIM
Çağdaş Gazetecilik 7

I. BÖLÜM
Basının Rolü 7

II. BÖLÜM
Basın İşletmesi ve Gazeteci 20
Bir Basın İşletmesinin Servisleri 20
Yazışleri 21
Bölgesel Basın 26
Haftalık Dergiler 27

III. BÖLÜM
Olaydan Habere 29
Haberlerin Dolaşımı . 29
Haberlerin Seçimi 30
Olayların Seçiminde Üç Ölçüt 32
Haberin Yapısı 38

İKİNCİ KISIM
Haberin Araştırılması 40

I. BÖLÜM
Haberlerin İletilmesi 40

II. BÖLÜM
Basın Ajansları 43
Bir Haber Ajansının Rolü 43
Örgütlenme ve İşleyiş .. 44
Servisin Niteliği 49
Ulusal ve Dünya Çapındaki Ajanslar 51
Diğer Ajanslar ve Gazeteler Zinciri 53

III. BÖLÜM
Röportaj 56
Tanıklık Mesleği: Muhabirlik 56
Röportaja Hazırlık 58
Olay Yerindeki Çalışma 60
Not Almak .. 63

IV. BÖLÜM
Farklı Röportajlar 66
Politika, Adliye ve Spor Röportajları .. 67
Genel Haber Röportajları 71
Özel Muhabir (Envoyé Spécial) .. 74
Araştırma ve Büyük Röportaj . 77
Taşra ve Yurtdışı Muhabirleri (Conrrespondant) 80
Söyleşi 82

ÜÇÜNCÜ KISIM
Haberlere Biçim Verilmesi 86

I. BÖLÜM
Yazım 86
Haber ve Gazetecilik Dili .. 86
Hazırlık . 87
Kurgu 88
Yazım 92

II. BÖLÜM
Grafik Tekniği 95
Sunuşun Evrimi . 95
Baskı Yöntemleri 96
Dizgi 97
Fotogravür 98
Sayfa Düzenlemesi ve Baskı 99
Gazete Boyutları 100
Renk . 101

III. BÖLÜM
Yazılışleri 104
Yazılışlerinin Rolü 104
İşin Örgütlenmesi 105
Haberlerin Toplanması ve Seçimi 107
Maket 110
Yazının Hazırlanması 115
Başlıklar, Ara Başlıklar ve Resım Altları . 117
"Rewriting" 120
Sayfanın Yapılması 121

SONUÇ 125

DİPNOTLAR 129

BİBLİYOGRAFYA .. 130

BİRİNCİ KISIM

ÇAĞDAŞ GAZETECİLİK

BİRİNCİ BÖLÜM
BASININ ROLÜ

Bir zamanların korkulu polemik ustası, ünlü maceraperest ve yakın zamanlara kadar amatör bir ruhla çalışan gazeteci, bugün -kulağa hoş gelmese de- bir haber teknisyenidir. Kuşkusuz, kriz dönemleri onu tekrar sahneye çıkarır, özellikle de özel mahkemelerin sanık sandalyesine yerleştirir. Şüphe yok ki, televizyonun kurumlaştırdığı *yıldız* sistemi, aralarından bazılarını, dünün ve büyük başyazarlarının gördüğü ilginin çok ilerisinde, ulusal çapta bir üne kavuşturur. Ama, yine de, giderek daha fazla oranda görülen teknikleşme ve ciddi bir uzmanlaşma mesleğin çağdaş özellikleridir. Buna ustalık ve heyecan da eklenebilir -geriye bunları kabul ettirmek kalıyor-, ama mesleğe girişin ölçüsü haline gelen *mesleki yetki* karşısında, bunlar giderek önemlerini daha da yitirmişlerdir.

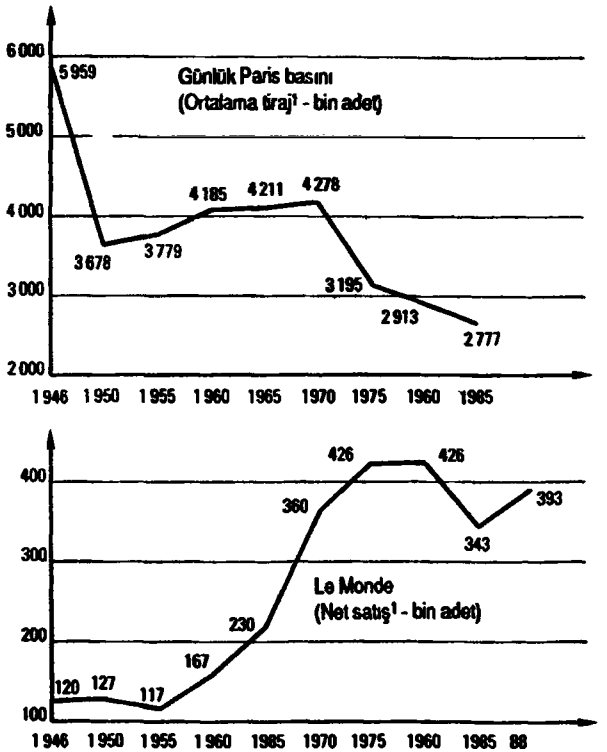
Bu son saptama, sadece mesleğe yeni girenlerce açık olarak bilinir. Gazeteciliğe hazırlama eğitimi düşüncesinin kendisi bile çok yenidir. Birleşik Devletler'de '30'lu yıllara, Avrupa'da ise II. Dünya Savaşı'na kadar kimse "Gazeteci olunmaz, doğulur" deyişini sorgulamamıştır. Yer etmiş düşüncelerin sarsılmasının çok zaman aldığı İngiltere'de ise, bu deyişi, ancak '60'lı yıllardan hemen önce sorgulanabilmiştir. Fransa'da, 1924'de, Paul Verschave Lille Katolik Hukuk Fakültesi'ne bağlı bir gazetecilik okulu kurduğu zaman, onun bu çabası çok az ciddiye alınmıştı. Meslek çevrelerinin, Jacques Richet ve

Raymond Manevy'nin girişimleriyle oluşturulan Paris'teki Gazetecilik Eğitim Merkezi'nin açılışını desteklemeleri ve Robert Hernart'ın canlandırdığı ve özerklik kazandırdığı Lille Gazetecilik Yüksek Okulu'nu tanımaları için Fransa'nın Alman işgalinden kurtulmasına kadar beklemek gerekti. Sonuçta ancak 1962'de, Prof. Jacques Léauté'nin baskıları sonucunda, üniversiteler gazetecilik eğitimine, gönülsüz de olsa, eğilmek zorunda kaldılar. Ve Strasburg Edebiyat Fakültesi içinde, Habercilik Tekniği Sertifikası veren bir kurum oluşturuldu. Bugün meslek çevreleri tarafından kabul edilen birkaç okul ve kurum çevresinde düş tüccarları hızla çoğalmaktadır.

Bu kadar kısa bir süre içinde, böylesine büyük bir değişikliği çok az meslek grubu yaşamıştır. Bu hızlı yapısal değişimin nedenlerini toplumun, politik kurumların ve tekniğin evriminde aramak gerekmektedir. Çünkü, şayet basın değiştiyse, bu, çağın koşullarına ve gereksinimlerine bağlı bir değişimdir.

Bizim burada ilgi duyduğumuz konu açısından bakıldığında, eğitimin gelişmesi ve yurttaşlık bilincinin olgunlaşması, son otuz yılda görülen *sosyal evrime* damgasını vurmuştur. Eğitimin yaygınlaşması ve bunun okur davranışları üzerindeki sonuçlarından uzun uzadıya söz etmeye gerek yoktur. Okur sayısındaki bu artış, insan hayatının bütün alanlarını kapsayan, bütünlüklü ve ciddi gazetelerin ortaya çıkışıyla sonuçlanmıştır. 1979'a kadar *Le Monde* gazetesinin satışında görülen sürekli artış, Fransa'da bunun kanıtıdır. Yirmi beş yılda *Le Monde*'un satışı dörde katlanırken, Paris'te çıkan günlük gazetelerin toplam tirajı dörtte bir düşüş göstermiştir (grafiğe bakınız). Bunu izleyen 6 yıl içinde, bu en ciddi sayılan gazetenin günlük satışı 445 bin adetten 343 bine düşmüştür. Ama bu durum yukarıda

anlattıklarımızı yalanlamamaktadır: Bu süre içinde *Le Monde*, içeriğini etkileyen ve güven kaybına neden olan bir kriz yaşamıştır. İç dengelerin tekrar kurulması ve gazetenin kalitesinin yükselmesi ticari başarının geri gelmesiyle sonuçlandı: Üç yıl içinde, 1985'ten 1988'e kadar satışlar, o güne kadar



[1]Tiraj basılan toplam gazete sayısıdır. Net satış ise, dağıtılan gazete sayısından iadeler düşüldükten sonra elde edilen miktarla abonelerin toplamıdır. Örneğin *Le Monde*'un satışı tirajının yüzde 75-78'idir.

olan kaybın yarısı kadar arttı. Buna karşılık, savaş sonrasının büyük halk gazetesi *France-Soir,* 1960'lı yılların başında 1 milyon 100 bin okurunun üçte ikisini yitirdi. Bununla birlikte, *Le Monde*'un genç okurlarından bir kısmı, *Liberation* tarafından, günün zevkine uygun, belki bütünsel olmayan ama sevimli ve doyurucu olan yeni tür bir basına örnek sayılabilecek bu gazete tarafından kapıldı.

Günlük basının kendini daha iyi koruyabildiği Birleşik Devletler'de ulusal basın içinde birinci sırayı alan halk gazetesi *USA Today*'in başarısı, seksenli yılların başında, genel eğilimde bir ters yüz oluşun işaretidir. 1984'de 2 milyonu aşkın günlük tirajıyla birinci sırayı alan ağırbaşlı *Wall Street Journal* ve onu 600 bin daha düşük bir tirajla izleyen ve ikinci sırayı alan *New York Daily News* yalnız değillerdir artık.

Yurttaşlık bilincinin olgunlaşması ve yurttaşların olgunlaşması çok daha tartışmalıdır ve bu konuda kanıt bulmak da zordur. Yine de kendini, politik tavır alışların ve yargıların bireyselleşmesi şeklinde göstermektedir. Avrupa'da yaşayan Nazi işgali, insanları, kendi inanç ve bilincine dayanarak davranmaya, karar almaya zorladı. İnsanlar genellikle de düşünceleri yaygın biçimde kabul gören düşünürlerin karşısında yer aldılar. Avrupa toplumu, bu arada gazete okurları da bundan geriye adım atmadılar. Bugün, okurlar, kesin yargıları kuşkuyla karşılamaktadırlar, yadsımaktadırlar. Okur, gazetesinde başyazarın talimatlarını değil, haber kaynakları tarafından aktarılan ve uzmanların açıklamaları ile beslenmiş olguları bulmak, anlamak ve tanımak istiyor. Bu konuda da rakamlar konuşuyor. II. Dünya Savaşı'nı izleyen yıllarda, fikir gazetelerinin büyük bir kısmının ortadan kalkması, geri kalanlarının büyük bir tiraj kaybına uğraması veya içinde

oldukları bağlantılardan bir ölçüde sıyrılma çabalarıdır varılan sonuç. (1) Ayrıca seçmenlerin coğrafi dağılımına göre yapılan araştırmalar sonucunda, seçmenlerin kararları üzerinde kitle iletişim araçlarının eğilimlerinin ne kadar az bir ağırlığa sahip olduğunu da biliyoruz.

Siyasal basının -daha doğrusu *angaje* basının- böylesine etkisini yitirmesi, basının gerçekten de etkisiz hale gelmesi demek değildir. Günlük gazetelerin rolü değişime uğramıştır: Gazeteler artık daha az fikir, daha çok olgu iletmektedirler okurlarına; olgular yurttaşın politik eyleminin temelindeki düşünceleri açığa çıkarmaya çalışmaktadırlar.

Politik yapının evrimi de basını ve gazetecilik uygulamalarını köklü bir şekilde belirlemiştir. Özellikle Fransa'da belirgin bir şekilde görülen, televizyonun ve kamuoyu araştırmalarının kullanımı ile belirlenen, parlamenter demokrasiden doğrudan demokrasinin yeni bir biçimine geçiş, devletin haberleşme araçları üzerindeki giderek artan gücü -1987'de televizyon kanallarının özelleştirilmesi bunu ılımlılaştırsa bile- basını düzenleyen kurallara varıncaya kadar değişimlere neden oldu.

Basın özgürlüğünün liberal öğretisi, Lenin'e kadar ciddi bir şekilde hiçbir zaman eleştirilmemişti. Lenin, bunun, yani düşünceleri yayınlama hakkının, sadece zenginlere ait bir hak olduğunu ileri sürdü. Lenin'in bu eleştirisi, önce Sovyetler Birliği'nde ve sonra da, II Dünya Savaşı sonrasında halk demokrasilerinde de aynen sürdürüldü.

Şayet Nazizm ve faşizm dönemlerini ve bazı özel durumları parantez içine alırsak, liberal öğreti, birçok çarpıtmaya uğramasına karşın, 20. yüzyılın ortalarına kadar temel olarak kaldı. Bu özgürlüğe eleştirel bir geri dönüşün yapılabilmesi için, Avrupa'da, savaş sırasında özgürlüklerin ortadan kaldı-

rılması gerekti. Bilgi veya haber almama -yanlış haberden söz etmiyoruz- bir eksiklik olarak hissedildi ve *basın özgürlüğünün,* bilincine varılan bu yeni hakkın, *haber ve bilgi alma hakkının* korunması için yeterli bir güvence oluşturmadığı açığa çıktı. Ayrıca bu, daha önce altı çizilen ve giderek artan, olguları, bütün olguları tanıma gereksiniminin dile getirilişinin bir başka biçimi olarak da görülebilir. Hayati basın özgürlüğü kavramının haber alma hakkına dönüşmesi, elbette, Sovyetler Birliği'nde Marksist-Leninist öğretiye geçişte olduğu gibi, bugünden yarına aniden olmadı ve bu süreç hâlâ tamamlanmadı. (2)

Bilgiyi-haberi yayanın hakkından (yayınlama özgürlüğü), bilgiyi-haberi alacak olanın hakkına geçiş (haber alma özgürlüğü), bakış açısındaki bu ters yüz oluş, devletin rolünün evriminde de kendine uygun bir ortam buldu. Televizyondaki devlet tekeli bu bilincin oluşmasında ve gelişmesinde en önemli etken olmuştur. Alıştığı gazetesinde aradığı bazı haberleri bulamayan okuyucu gazetesini değiştirir Radyo haberlerinden hoşnut olmayan dinleyici, bir başka radyo istasyonunu dinlemeye başlar. Ama tekelleştirilmiş televizyon karşısında seçme hakkı ortadan kaldırılmıştır. Bu durum dinleyicileri ve izleyicileri biraraya gelmeye zorladı. Bunların baskısıyla milletvekilleri müdahale etmeye, gazeteciler buna karşı protesto gösterileri yapmaya zorlandılar. Sonuçta, doğrudan demokrasi bu hakkın temellerini güçlendirdi. Bazı kereler referandum yoluyla karar almaya çağrılan, genellikle de bilmiyerek bile olsa, kamuoyu yoklamaları aracılığıyla iktidarın kararlarında ağırlık sahibi olan yurttaşlar, olabildiğince iyi ve bütünlük içinde bilgilendirilmeliydiler.

Bu yeni bakış açısının ortaya çıkışının Batılı basın üzerinde yarattığı değişimlerin bir dökümünü

yapmak için daha çok erken. Nazi işgalini izleyen kurtuluş sırasında, baskı olanaklarının ülkenin belli başlı politik güçlerinin hizmetine açık tutulması için yapılan girişimlerin başarısızlığından sonra, basına yatırılan sermayenin kaynaklarıyla ilgili bilgilerin herkese açık olmasını isteyen bir hareketin oluşması için 1965'e kadar beklemek gerekti. Sayıları giderek artan *yazışleri çalışanlarının kurdukları şirketler,* gazetecilerin, gazeteyi çıkaran şirketin yönetimine doğrudan katılmalarını sağlamayı amaçlıyordu. Belki de bu, Batılı toplumların yeni eğilimlerine göre ve bir yapı içinde, halkın bilgi-haber alma hakkının garanti altına alınmasının bir yoluydu. Çünkü, yeni bir kavram olmasına karşın, haber alma hakkı, gazete patronlarının eğilimine bağlı olarak, birçok basın olayı sonucunda, dişe diş mücadeleyle elde edildi. Ama basında görülen yoğunlaşma (3) kurulan bu dengeyi tartışılır hale soktu ve yeni garantilerin bulunması gerektiğini gösterdi. Böylece, Batı Avrupa'da özellikle de Fransa'da, Amerikan liberalizmi ile Marksist-Leninist kavrayış arasındaki bir ara yolda, aşama aşama ilerlendi ve uygulama, tuhaf bir şekilde, devletin basın üzerindeki etkisinin pekiştirilmesiyle sonuçlandı.

Buna bir çözüm bulunmalıydı. 1970'de Avrupa Konseyi tarafından açıklanan, devletin veya gazete patronunun müdahalesinin dışlanmasını gerektiren *yazışlerinin bağımsızlığı* kavramına ulaşmak uzun zaman aldı. Sonuçta, Batılı toplumlarda haber alma hakkını aşağı yukarı en iyi garanti etmenin yolunun çoğulculuktan geçtiğinde birleşildi. Amerika Birleşik Devletleri'nde serbest piyasaya duyulan güven, bu çoğulculuğu korumak amacıyla terkedilirken, Fransa'da çoğulculuğu savunmak için serbest piyasa yasallaştırıldı.

Ama liberalizm ile Marksizm-Leninizm tek baş-

larına değillerdi. Üçüncü Dünyü Ülkeleri'nin baskı ları sonucunda, UNESCO, bir *uluslararası yeni haber düzeni* önerdi. Konunun kendisinin yarattığı laf kalabalığı bir yana bırakılırsa, yeni ve güçlü bir düşünce ortaya çıktı ve gelişti: Sadece Batılı haber ajanslarından oluşan iletişim araçları tekeli, kültür emperyalizminin bir aygıtıdır. Bunlar, bir yandan Üçüncü Dünya'daki olayları geniş delikli bir ağ gibi kapsıyorlar ve özellikle de kendilerini felaket haberciliğiyle sınırlıyorlardı. Diğer yandan ise, haberler, Kuzey'in ideolojik süzgecinden geçerek, Güney-'in kitle iletişim araçlarına ulaşıyordu. Bunu, orta vadede Batılı gazeteci ve iletişim organlarının işbirliğiyle veya uzun vadede onlara karşı gerçekleştirilecek "haber akışının yeniden düzenlenmesi" isteği izledi.

Ne olursa olsun, gazeteci köklü bir yenilenme yaşadı. Siyasal bir angajmana sıkı sıkıya bağlı basın dışında, sözkonusu olan artık düşüncelerin yayıl ması değil, okurun bilincinde olduğu veya olmadığı gereksinimlerinin karşılanmasıdır. Gazeteci, okuru ilgilendiren haberleri, gerekli açıklamalarıyla birlikte vermeye, aynı zamanda onu rahatlatmayı unutmadan, eğitimini sürdürmesine yardımcı olmaya çalışır. Daha alçak gönüllü olmayı gerektiren ve daha çok titizlik ve çabayı gerektiren, düşünceleri yayma özgürlüğünü dıştalamayan, onunla bütünleşerek ona eklenen bir ideale gelinir: Eksiksiz ve doğru haber.

Teknik gelişmeler günlük gazetelerin ve özellikle de haftalık dergilerin sunuluş biçimlerinde bir iyileşmeyi de beraberinde getirdi. Bu iyileşme o kadar açık görülüyor ki, aslında giderek artan gazetecilik tekniğinin öneminin altını çizmek dışında bu konunun üzerinde durmaya gerek bile yoktur. Temelde ise, yazılı basınla sürekli yarışma içinde olan yeni

haber alma olanaklarının ortaya çıkmasıdır belirleyici olan. Gerçekten de, giderek, basın, radyo ve televizyon arasında birbirini tamamlayan bir ilişki biçimi gelişti. Bunların her biri kendine özgü üstünlüklerini kullanırken, son ikisi yeni gazetecilik biçimlerinin doğuşunu sağladı, birincisi ise kendisini dönüştürdü.

1963'de, John Kennedy'in öldürülmesi olayında bütün dünya radyo aracılığıyla hemen bilgilendirildi. Televizyon da, birçok Avrupa ülkesinde, o anda günün haberlerinin yayınlanmakta olmasından yararlanarak, biraz da şans eseri, Başkan Kennedy'nin ölümünü aynı hızla duyurabildi. Ama buna benzer durumlarda televizyon kendine özgü olanaklarla değil, ancak radyo gibi çalışabilir. Böylece ertesi sabah, halkın büyük çoğunluğu Birleşik Devletler Başkanı'nın öldürüldüğünü biliyordu. Buna karşın, yine de, halk gazete bayilerine saldırdı. Okuyucu içgüdüsel olarak radyo ve televizyonun veremediğini arıyordu günlük gazetelerde: Ek ayrıntılar, tarihsel bir bakış, açıklama veya en azından bu alt üst edici, sırlara gömülü olayı açıklama çabaları ve aynı zamanda da doğrulama gereksinimini gidermek. Birkaç gün sonra, televizyon, cenaze törenini Amerika ve Avrupa'da naklen yayınlayarak, rakiplerine karşı hiç şüphesiz büyük bir üstünlük sağlıyordu.

Artık her haber aracı kendi üstünlüklerini tanıyor ve bunu kullanmasını biliyor. Rakiplerine kendi alanlarında saldırmaktan kaçınıyorsa da, onların temel olayları ele alış biçimlerini göz önüne alıyor. Yazılı basın, son dakika haberi yarışmasına girmekte daha az istekli. Bu alanda radyoya karşı daha işin başında, televizyon karşısında ise, genellikle yarışı kaybeden durumunda. Savaş öncesinde sık sık başvurduğu, önemli olaylarda yaptığı özel baskı uygulamasını ise artık terketti. Ama bir yazılışları

müdürünün veya bir sayfa sekreterinin televizyonun bugün, günün önemli haberlerini nasıl ele aldığını bilmeden, sayfalarını bağlamaları ve son başlıkları belirlemeleri düşünülemez. Gece televizyon tarafından yayınlanan bütün haberler, sabah gazetelerinin okurları tarafından bilinmektedir. Gazetelerin işlevi, artık bu haberleri okura ulaştırmak değil, onları açıklamak ve son dakika ayrıntılarını habere eklemektir.

Radyo en hızlı haber aracıdır. Haberler gün boyunca yayılmıştır. 1987'den beri sürekli ve sadece haber yayını yapan *France Info* yaygın bir dinleyici kitlesine sahiptir. Radyo yayıncılığı, böylece, bütün bir topluma yönelik bir haber ajansına benzemeye çalışmaktadır. Ama görsel malzemelerden ve belgelerden yoksun sözlü haber yetersizdir. Sınırları halen daha bu konudaki her türlü alış verişe sımsıkı kapalı birkaç ülkede bunu bütün açıklığıyla gözleyebiliriz. Belirli bir eğitim almış, İtalyan, Yugoslav ve Monako radyo yayınlarından haberleri dinlemeye çalışan Arnavutlar, kuramsal olarak gelişmelerden haberdar olmayı başarırlar. Gerçekte ise, bunlar, dışarıdan gelen bu haberleri sadece bir kurgu, gerçek dışı olaylar olarak algılamaktadırlar.

Televizyon bazı durumlarda radyo kadar hızlı olabilir, ama bu durum sınırlıdır ve sınırlı kalacaktır. Gökyüzü yeterli yoğunlukta uydularla kaplansa bile, televizyon ancak çok olay için programını yarıda kesebilir. Özellikle, ancak önceden bilinen veya öngörülebilen, gerekli malzeme ve insanın taşınmasını haklı kılabilecek önemdeki olayları gösterebilir. John Kennedy'nin katilinin öldürülmesinin naklen yayınlanması olağanüstü, tarihi bir olaydır. Buna karşılık televizyonun çekim gücü, cazibesi rakipleriyle karşılaştırılamayacak orandadır ve televizyon rakiplerine göre çok daha fazla halkın ilgisini çeker.

Bu nedenle televizyon, herkesin bildiği gibi, en iyi durumda, rakipsiz bir dinlenme, en kötüsünde ise rakipsiz bir propaganda aracıdır.

Günlük veya haftalık *yazılı basın,* mesajını okurlarına kendi seçtiği yer, an ve ritmde iletir. Radyo ve televizyonun yaptığı gibi, kendi seçimini okura dayatmaz. Okur gazetede yer almayan haberleri bulamaz, ama gazetedeki haberlerin içinden kendisini ilgilendirmeyenleri okumayabilir. Kimse bir gazeteyi birinci satırdan son satırına kadar bütünüyle okumaz. Yani çağdaş haber alma araçları arasında basının rolü ikilidir. Günlük okur, her zaman bir önceki televizyon haberlerini izleyemez veya radyo yayınlarını dinleyemez ve "dünyada ne olup bittiğini" gazetesinden öğrenebileceğini düşünür. Daha sonra ise, basın, televizyonun veya radyonun daha önce yayınladığı haberi alır, onu açıklar ve tamamlar. Televizyonun toplumun ilgisini üzerine çektiği olayları "işler". Bunları her çeşit belge ile, resmi yazılar ve düzenlemeler, demeçlerin tam metinleri, tablolar, haritalar, özel makaleler vb., ve fotoğraflarla besler. Bu belgelerin yayınlanmasının bir başka üstünlüğü de, kesilip saklanabilir olmalarıdır ve bunlar çok sayıda arşivin temelini oluştururlar. Ayrıca, öznel ve angaje olmayan, ama olayın nesnel bir açıklamasını veren, yeni bir *başyazı* türünü de bunlara eklemek gerekir.

Bütün bu saydıklarımız, gerekli düşünme ve belgelendirme süresine sahip olan haftalık yayınlar için uzun zamandır geçerlidir. Ama bugün bunlar, giderek daha da çok oranda, günlük gazetelerden de bekleniyor. Yani bugün, bir gazeteciden, tarihçinin yapacağı bir işi, hem de kısa sürede yapması isteniyor. Bütün bunlar, bir gazetecinin, günlük olayları tanıyabilecek, onlara eleştirel yaklaşabilecek, aynı zamanda hizmetine sunulan haber toplama ve

yayma araçlarını kullanarak kendini en iyi şekilde bilgilendirebilecek bir kültüre ve kamuyu en iyi şekilde bilgilendirme, "olayları, dünyaya anlamını ve ağırlığını vererek yayma" (4) alışkanlığına sahip olmasının ne kadar önemli olduğunu gösterir.

Gazeteciliğin bu çağdaş evriminin evrensel olması ve ideolojilerin, politik, ekonomik ve sosyal yapıların, bunu yavaşlatabilseler veya hızlandırabilseler bile, doğrultusunu değiştirememeleri mutluluk vericidir. Mesleğin uygulanmasında ülkeler arasında çok az farklılıklar görülmesine karşın, bir Amerikalı ile bir Sovyetler Birliği vatandaşının basın özgürlüğünden söz ettikleri zaman, bu kavrama aynı anlamı yüklemedikleri bir gerçektir. Çağdaş haberleşme araçlarının etki gücünün bilincine varılması kapitalist ülke gazetecileri arasında eğitici bir sorumluluk duygusu oluşmasına, ama aynı zamanda, bu ülkelerde devletin giderek daha da fazla oranda, başka yerlerde olduğu kadar beceriksizce, doğrudan müdahalesine neden olurken, sınırların radyo yayınlarına giderek daha da açık hale gelmesi sonucu sosyalist ülkelerdeki sansür ve otosansür uygulamalarında önemli bir azalmayı da sağladı.

Polonya'da veya Meksika'da, Danimarka'da veya Kenya'da çağdaş gazetecilik, radyo, televizyon veya günlük basın organlarında, kendini -önemli küçük farklarla da olsa- ikili bir yönelimle, evrensellik ve nesnellikle, belirler.

Evrensellik kamunun yeni bir gereksinimini yanıtlamaktadır. Uzun süre kabilesel olan, daha sonra ulusal boyuta yükselen dayanışma, evrensel olmaya çabalamaktadır ve çağdaşlarımız çok uzaklarda olan bitenlerle de ilgilidirler. Kongo Tanıtma eski Bakanı Sylvain Bemba, (5) Robinson Crusoe'nun, bugün, yanında hiç şüphesiz bir transistörlü radyo bulunduracağı ve en azından bulunduğu ada-

nın bir nükleer deneme alanı olup olmadığını bilmek için buna *gereksinimi* olacağını yazabildi. Çağdaş habercilik bu evrensel dayanışmaya katkıda bulunmaktadır. Özellikle televizyon, bireyi, diğer kıtaların insanlarıyla doğrudan ilişki içine sokmaktadır. Bugün Vietnamlılar Fransız televizyon izleyicilerine, yüzyılın birinci yarısında Hollandalıların gazete okurlarına olduklarından daha yakındır.

Nesnellik de, kamunun bir başka yeni gereksinimine, olguları azamî ölçüde doğru tanımak gereksinimine karşılık gelmektedir. Sözkonusu olan, yaratacağı yavanlık ve kuruluk sonucunda anlaşılmaz olguların sayısını giderek arttıran mutlak bir nesnellik değil, dürüst ve yetkili bir muhabirin katkılarıyla zenginleşen ve anlaşılır bir hale gelen temelde bir nesnelliktir.

Raymond Barrillon'un ölümünün ardından (6), *Le Monde*'un yayın yönetmeni André Laurens zanaatkâr gazetecinin erdemlerini şöyle sıralıyordu: "Haberde açıklık-kesinlik, olgulara, metne ve rakamlara saygı, anlatım açıklığı, harekete geçmede hızlılık ve sürekli mesleğin hizmetinde olmak." Temel birkaç özellik bu erdemleri yönlendirir ve gazetecileri bunları uygulamaya zorlar: Her şeyden önce kültür ve kesinlik ile, sonra iletişim tekniklerine tam bir hakimiyet, giderek artan oranda uzmanlaşma.

İKİNCİ BÖLÜM

BASIN İŞLETMESİ VE GAZETECİ

Şayet *Petit Larousse*'un tanımını kabul edersek, gazetecilik "gazetede yazan, sözlü veya görsel basında haberin yazımına katılan insanların mesleğidir". Bu tatmin edici bir tanımlama değildir. Önce, bu meslek basın ajanslarında da icra edilmektedir. Sonra, politikacılar, bilim adamları, yazarlar, her çeşit uzman da, şu veya bu oranda düzenli olarak "gazetelerde", gazeteci olmadıkları halde yazarlar. Daha iyi bir tanımlama yapmak gerekirse, gazetecilik; maaşlı veya sayfa başına ödemeli, habercilikte bir işlevi olan, yani, süreli bir yazılı basında, görsel işitsel bir iletişim aracında veya bir ajansta haber peşinde koşan veya haberi bir biçime sokan insanların mesleğidir. Yaptığı iş yazılışleri ile ilgili veya doğrudan teknik olabilir, onu oradan oraya koşturtabilir, bir masanın arkasında hareketsiz çalışmaya veya matbaada bulunmaya zorlayabilir. Bir iletişim aracında (medya) çalışan gazetecilerin tümü, o işletmenin temel ve en karmaşık servisi olan *yazılışlerini* (redaksiyon) oluşturur.

I. Bir Basın İşletmesinin Servisleri

Gazete olayları habere dönüştürme işini yapan bir işletmedir. Böyle bir sanayi işletmesi, bağrında, gazetecilerin yanı sıra çok sayıda ücretli ve işçi barındırır. Bunları üç serviste gruplayabiliriz: idare, reklam ve imalat servisleri.

Idare servisi; yönetim, mali ve ticari sorunlar, ga-

zetenin abonelere ve dağıtım servisine ulaştırılması ve aynı zamanda satışı arttırma çalışmaları bu servisin işidir.

Reklam servisi, en azından Fransa'da, en az elemanın çalıştığı servistir. Gazetede reklama ayrılan alanların satışı, yani ilan aranması, genellikle bu konuda uzmanlaşmış ajanslara veya reklam şirketlerine bırakılmıştır. Bu durumda, basın işletmesindeki reklam servisinde çalışanların işi, reklam verenlerin isteklerinin matbaa tarafından yerine getirilmesini sağlamaktır. Ayrıca bunlar, reklam şirketi ile gazetenin diğer servisleri, özellikle de sayfa sekreterliği arasındaki bağlantıyı kurarlar.

İmalat, temel olarak matbaanın işidir. (7) Bunun üzerinde, haftalık dergilerde, sayfa düzeniyle ilgilenen ve matbaa ile yazışleri arasındaki bağlantıyı kuran bir teknik servis bulunur.

Şüphesiz Genel Müdür bütün servislerden sorumludur. Gördüğü eğitime göre, idareciler ve yazışleri müdürleri aracılığıyla, ya yazışlerine ya da idareye aktif müdahalelerde bulunur.

II. Yazışleri

Bir günlük gazetenin yazışleri servisinin görevi, her baskı için gerekli yazı, başlık, görsel malzeme ve altyazıları, her sayfanın maketi ve tipografik özellikleri belirtilmiş olarak, belli bir sürede matbaaya iletmektir. Gazeteciler, foto muhabirleri, desinatörler, kesin bir şekilde düzenlenmiş günlük ritme uygun olarak bu amaç için koşuştururlar. Yazışleri servisinin örgütlenmesi bir gazeteden diğerine birçok değişiklik gösterir ve bu, gazetenin doğmasına, okuyucu kitlesine ve çalışan insan sayısına bağlıdır. Bununla birlikte, her koşulda gazetecileri iki ana kategoriye ayırabiliriz: Muhabirler ve ya-

zıişleri çalışanları (haber yazıcılar ve sayfa sekreterleri).

Muhabirler kamu tarafından daha çok tanınırlar, çünkü bunlar haber arayıcılardır, bir olayı izlemek veya soruşturma yapmak için durmaksızın gezerler. *Yazıişleri çalışanları ise,,* muhabirlerden ve diğer kaynaklardan gelen haberleri biçimlendirir, sayfadaki yerin durumuna göre önem sıralarını belirler, başlıkları saptar ve oldukça kesin bir şekilde maketi hazırlar. Gazetenin her baskısını doğrudan bunlar hazırlar. (8)

Yazıişleri müdürünün sorumluluğu altında, müdür yardımcısı ve servis şefleri, eşgüdüm çalışmasını aralarında paylaşırlar. Muhabirler ve haber yazıcılar *(redaktör)* uzmanlaşmış servisler şeklinde örgütlenmişlerdir. Bunları beş serviste toplayabiliriz: Birinci sayfa, iç politika, dış politika, genel haberler (toplum ve magazin haberleri) ve spor. Elbete bunlara fıkra ve günlük dedikodu yazılarını da eklemek gerekir. Kural olarak her servis, bir servis şefi ile haber yazıcılar ve muhabirlerden oluşur. Ama bunların yanı sıra, bu servislerin hepsine birden hizmet veren bir röportaj servisi de bulunabilir. Bu durum, özellikle küçük gazetelerde, çalışmaya bir esneklik kazandırabilir. Her ne olursa olsun, yazıişleri ekibi giderek daha da fazla oranda uzmanlaşmaya başlamışsa da, muhabirler genellikle çok yönlüdürler ve gereği halinde bir servisten diğerine bağlanabilirler.

Birinci sayfa gazetenin temel servisidir ve kural olarak sadece bir yazıişleri sekreterinden oluşmuştur ama, şayet ayrı bir serviste toplanmadılarsa, büyük muhabirler bu servise bağlanabilir. Birinci sayfa genellikle yazıişleri müdür yardımcısının doğrudan sorumluluğu altındadır. Konusu ne olursa olsun, yazı kurula tarafından birinci sayfada basıl-

ması veya duyurulması gerekli görülen en önemli haberler bu servis tarafından ele alınır ve toplanır.

İç politika servisi ise, yazışleri çalışanları, parlamento muhabirleri, çeşitli kamu kuruluşları tarafından yetkili kabul edilmiş gazeteci ve yorumculardan oluşur. Bu servis, sadece kelimenin dar anlamıyla politika haberlerini değil, aynı zamanda - şayet ayrı bir servis oluşturulmadıysa- ekonomik ve sosyal haberleri de ele alır.

Dış politika servisinde özellikle, ajanslardan, yurtdışı muhabirlerinden ve bazı olaylar için özel gönderilmiş muhabirlerden gelen bilgileri değerlendiren bir yazışleri sekreteri bulunur. Bu servis, diplomatik ve politik olaylarla olduğu gibi, şayet genel haberlere girmiyorsa yabancı ülkelerdeki günlük olaylarla da ilgilenir. Bazen büyük röportajların sorumluluğu da bu servise aittir.

Genel haberler, Bu serviste günlük basit soygunlardan ve trafik kazalarından felaket ve cinayetlere kadar çok çeşitli olaylar ele alınır. Ama mahkeme haberleri bu servisin işi değildir, bunlar genellikle bu işin uzmanı gazetecilere bırakılır.

Spor servisi; çalışma alanı en kolay belirlenebilecek olan servis budur. Çok fazla spor muhabiri çalıştırmayan gazetelerde, çoğu kez tek kişi hem muhabirlik, hem de sayfa sekreterliğini birlikte yürütür.*

Günlük sorunlarla ilgili *makale, fıkra* ve uzmanlaşmış sayfalar sayfa sekreteri ve muhabirlerden oluşan gerçek bir servis gibi örgütlenebilir veya doğrudan yazışleri müdürüne veya yardımcısına bağlı tek bir kişinin sorumluluğuna bırakılabilir.

(*) Batı basını için sözkonusu olan bu durum ülkemizde bütünüyle tersinedir. Türkiye'de günlük basının evriminde, Batı basınından farklı olarak spor önemli bir yer tutmuştur ve bugün günlük gazetelerde spor oldukça önemli servislerden biridir. (Ç.N.)

BİR ULUSAL GÜNLÜK GAZETENİN ÖRGÜTLENME ŞEMASI

Y A Z I İ Ş L E R İ M Ü D Ü R Ü

SPOR	GENEL HABERLER	İÇ HABERLER	BİRİNCİ SAYFA	DIŞ HABERLER	
Servis şefi Haber yazıcılar	Servis şefi Haber yazıcılar	Servis şefi Haber yazıcılar Yorum yazarı	Servis şefi Haber yazıcılar	Servis şefi Haber yazıcılar	*Muhabirler*
	S a y f a	**S e k r e t e r l e r i**			
Muhabirler	Muhabirler	Muhabirler ve Parlamento muhabirleri	Röportaj yazarları	Yurtdışı muhabirleri	*Yazışleri*

KÖŞE YAZILARI ve ÖZEL SAYFALAR	FOTOĞRAF SERVİSİ	ARŞİV
Servis şefi Yazar ve muhabirler	Servis şefi Foto muhabirleri Karanlık oda görevlileri	Servis şefi Arşivciler

BİR GÜNLÜK BÖLGE GAZETESİNİN ÖRGÜTLENME ŞEMASI

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

BASKI YERİ	BÖLGE	BİRİNCİ SAYFA ve GENEL HABERLER	SPOR	
Servis şefi	Servis şefi	Servis şefi	Servis şefi	*Yazışleri*
Haber yazıcılar	Haber yazıcılar	Haber yazıcılar	Haber yazıcılar	
	Sayfa Sekreterleri			
Muhabirler	Muhabirler	Röportaj yazarları	Muhabirler	*Muhabirler*
	YEREL AJANSLAR			
	Servis Şefi Muhabirler Yerel muhabirler			

KÖŞE YAZILARI VE ÖZEL SAYFALAR	FOTOĞRAF SERVİSİ	ARŞİV
Servis şefi Haber yazıcılar-Muhabirler	Servis şefi Foto muhabırı Karanlık oda görevlileri	Servis şefi Arşivciler

Sinema, televizyon, kadın, gençlik, edebiyat, sanat, eğlence, bilim, hukuk, tıp, otomobil, ekonomi, maliye ve sosyal hayat birbiri ardına sıralanabilir. Bunların her birinin, gazetenin stiline ve okurunun ilgi alanına göre göreceli bir önem sıralaması vardır.

Başyazılar, tek görevi bu olan bir gazeteciye bırakıldıysa, fıkra-makale olarak ele alınabilir Bunlar genellikle genel yayın yönetmeni, yazışleri müdürü veya günün sorunuyla ilgili bir uzman tarafından yazılırlar.

Yurtdışı muhabirlerini ayrıca ele almak gerekir. Bunların bir kısmının gazeteyle ilişkileri süreklilik göstermez ve bazılarının varlığı olaylara bağlıyken, diğerleri doğrudan yazışlerinin bir parçasıdırlar. Bunların rolü, özel olarak çalıştığı gazetenin okurunu ilgilendiren, bu nedenle de ajansların ele almadığı gelişmelerle ilgili bilgi ve açıklamaları iletmek veya olaylara çalıştığı gazeteye özgü bir kimlik kazandırmaktır. Belli başlı Paris gazeteleri, birkaç yabancı başkentte ve bölgenin merkezi sayılan şehirlerde yurtdışı muhabiri bulundururlar. Genellikle, gazetesinin bulunduğu yerdeki tek temsilcisi olan bu muhabir belli bir konuda uzmanlaşmamıştır, politikadan spora kadar her türlü olayı *ele alır.* Yani idari açıdan yazışlerinin belirli bir servisine bağlı değildir, ele aldığı haberin doğasına göre, hazırladığı haberi gerekli servise ulaştırır.

III. Bölgesel Basın

Buraya kadar söylenenlerin hepsi, aşağı yukarı, ulusal bir gazetenin örgütlenmesiyle ilgilidir. Fransa örneğinde bu, ülkenin her yerinde okunan Paris gazetelerinin örgütlenmesine karşılık gelir. Bölgesel gazetelerin yapıları oldukça farklıdır, çünkü bunların işlevleri aynı değildir. Tanım olarak, bölge

gazeteleri sınırlı bir bölgede yaşayanlara yöneliktir. Okurlarının bu gazetelerden özellikle beklediği, bölgede ve çevrelerinde olup bitenlerle ilgili ayrıntılı haberlerdir. Sonuç olarak bu haberler gazetenin her baskısında önemli bir alanı kapsar. Belli başlı yerel gazetelerde bu haberler günlük haber hacminin yüzde 90'ını oluştururlar. (9)

Bundan çıkartılacak sonuç, yazılışlerinin bölgesel veya yerel servislerinin daha kalabalık olduğu ve burada daha çok kişinin çalıştığıdır. Buna karşılık genel haberlerle ilgili servisler göreceli olarak küçültülmüştür. Birçok durumda, yerel servisler ikiye, spor ve iç ve dış politika ile çeşitli olayları kapsayan genel haberler servisine indirgenmiştir. Bölgesel haberler, merkezde, bir haber birimi; olay yerinde ise, *yerel* ajanslar veya yöre muhabirleri tarafından ele alınır. Tam bir yazılışleri ekibinin bulunduğu baskı merkezi dışında, her yöre, haberleri merkeze geçinceye kadar, yöreye özgü bağımsız bir gazete gibi çalışır. Bu haberler daha sonra merkezde baskıya hazır hale getirilir.

IV. Haftalık Dergiler

Haftalık dergilerin örgütlenmesi, kaba hatlarıyla günlük gazetenin örgütlenmesinden çok farklı değildir ama yazılışleri açısından daha basittir. Olayları kavramak için ayrılabilecek zamanın daha uzun olması ve şu veya bu oranda uzmanlaşma, servis sayısının azaltılmasına olanak verir. Ayrıca yazılışleri sekreterliğinin tek elde toplanmasıyla, hem özde hem biçimde bir denetleme, derginin uyumlu bir bütünlüğe kavuşturulması ve gazetelere göre daha özenli bir dil kullanılması sağlanabilir. Burada, özellikle magazin basınında *yeniden yazım* (rewriting) devreye girer. Muhabirlerden ve *pijist-*

*lerden** gelen haberler yayının kendine özgü diline uygun olarak yeniden yazılırlar.

Haftalık dergiler haberlerin seçiminde günlük gazetelere göre daha özgürdürler. Bazı olağanüstü durumları bir kenara bırakırsak, okur bu yayınlardan haftaya eksiksiz bir toplu bakış yapmasını beklemez, ama ele alınmaya değer görülen haberlerle ilgili tamamlayıcı ve açıklayıcı bilgileri dergisinde bulmak ister. *Magazin dergileri* açısından konunun seçiminde görsel malzemenin önemini ayrıca vurgulamak gerekir. Çünkü ikinci dereceden bir haber, görsel malzemesinin ilgi çekiciliği nedeniyle yıldız yapılırken, fotoğrafla beslenmeyen, birinci dereceden önemli bir yazı acımasızca kenara atılacaktır.

(*) Pijist: Yazdığı sayfa başına ödemeli gazeteli (Ç.N.)

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

OLAYDAN HABERE

I. Haberlerin Dolaşımı

Gazetecilik çalışması, gördüğümüz gibi, olayların -veya basit bilgilerin- basın yoluyla habere dönüştürülmesidir. Bu iş üç aşamada gerçekleştirilir: araştırma, seçim ve biçimlendirme. Bunların tümü, şu veya bu oranda karmaşık bir yol izler. En basiti önceden bilinen ve bir muhabirin gönderilmesine değecek ölçüde ilginç ve yakındaki bir olaydır. Bu durumda seçim sorunu kendiliğinden çözülmüştür. Muhabir olayı izler ve yazılışlerine aktarır, yazılışlerinde haber biçimlendirilir, geriye, basmak ve dağıtmak kalır. Ama, genellikle çok sayıda aracı bu sürece etki yapar.

Türkiye'nin her hangi bir bölgesinde bir deprem olduğunda, bir Fransız gazetecinin veya hatta bir Türk gazetecisinin olaya tanıklık etme olasılığı çok azdır. Haber Paris'te duyulmadan önce Ankara'ya veya İstanbul'a ulaşacaktır. Bu da hiç şüphesiz resmi kanallardan olacaktır: Yerel otoriteler üstlerini uyaracaklar ve onlar da kendilerine ulaşan bilgileri İçişleri Bakanlığı'na ileteceklerdir. Başkentte veya bölge merkezindeki uluslararası bir basın ajansının muhabiri, bu olaydan, yöneticiler arasındaki ve gazetelerdeki tanıdıkları veya en kötü koşullarda yerel radyodan dinleyerek haberdar olacaktır. Ajansının Paris, New York, Londra veya Moskova'daki merkezine haberlerini geçecektir. Bu haberler merkezden hemen, abone olan bütün basın organlarına

aktarılacaktır. Radyo istasyonlarında, o andaki yayın kesilerek *flaşla* araya girilecek; gazetelerde gelecek baskı için hemen bir yazı veya baskıya girmiş gazeteye sokulacak bir *son dakika* haberi hazırlanacak, bir yazı veya bir yazının bir parçası, bir resim çıkartılarak haber bulacak; televizyon yayın merkezlerinde ise, ilk görüntüler elde edilmeye çalışılacak ve olay yerine bir röportaj ekibi gönderilmesine karar verilecektir.

Haberin araştırılması her şeyden önce muhabirlerin işidir. Haberlerin biçimlendirilmesi görevi kısmen muhabire de düşse, temel sorumluluk yazılışlerine aittir. Bu iki iş, araştırma ve biçimlendirme, kitabın ikinci ve üçüncü kısımlarının konularıdır. İster yurtdışı ister bölge muhabiri, ister köşe yazarı, ister yazılışleri müdürü olsun, gazetecilik çalışmasının ilk adımı haber seçimidir.

II. Haberlerin Seçimi

Bir olay, kendiliğinden gelişen veya bizim hazırladığımız bir olgudur. Bir savaşın ilanından sıradan bir doğum olayına, ortalığı kasıp kavuran fırtınadan bir vali yardımcısının bir yerden bir yere nakline kadar milyonlarca olay yaşanır her gün. Hiçbir gazete, değil bunların hepsini ve dünyada bütün olup bitenleri, sadece çeşitli kanallardan kendisine ulaşan ve kullanımına hazır olan haberin hepsini bile aktaramaz. Gazetecinin birinci işi, haberin dolaşım zincirinin hangi noktasında bulunursa bulunsun, yayınlayarak haber haline getireceği olayları seçmektir. Her gazeteci, görevi ne olursa olsun, günde birçok kez bir seçimle yüz yüze kalır. Bu, birçok kez tekrarlanan zincirleme seçim sonucunda, günün olayları, adım adım, gazetenin çatısını oluşturmak üzere gün ışığına çıkarılacaktır.

Bir gazetenin veya bir ajansın *sürekli muhabiri*, yaşadığı bölge veya yörede basının antenidir. İlk seçimi odur. Yaşadığı küçük toplulukta dış dünyanın gözü kulağı olan bu muhabir, neyin bu topluluk dışında bilinmeye değer olduğuna karar verme hakkına sahiptir. Sorumluluğu çok fazladır. İleride önemli yankılar yapacak bir olayı ihmal ederse, kimse onun bu eksikliğini gideremeyecektir. Buna karşılık, önemli bir olayı kaçıracağım korkusuyla, kendisine ulaşan bütün bilgileri hiçbir seçim yapmadan haber yapıp gönderirse, yazışlerini gereksiz kağıt yığınıyla doldurmak ve boşuna telefon-teleks masrafı yapmakla, kısacası gazetecilik görevini yapmamakla suçlandığını görecektir

Muhabir bir olay yerinde bulunuyorsa, artık seçme şansı yoktur: Oradaki varlığı seçimin yapıldığını göstermektedir. Ama her ayrıntı üzerinde kendi kendini sorgulamak ve karar almak zorundadır. Gözlerinin önünde gelişen olguların dinamiğinin zorlamasıyla, bu bir seri karar kendiliğinden alınır. Çünkü gazeteci durup düşünmek için çoz az zaman bulabilir.

Yazışleri olayların seçildiği en son basamaktır. Günün haberleri haline getirilecek malzeme yığınına biçim vermeden önce, bir kez daha ayıklamak, kısaltmak ve bir yığın malzemeyi kullanmaktan vazgeçmek gerekir. Kendisinden sonra başvurulacak kimsenin olmadığını ve kamuya şu veya bu haberi aktarmaya kendi başına karar verdiğini bildiği için, yazışleri çoğu kereler iç parçalayıcı bir seçimle yüz yüze gelir. Her koşulda hareket alanı sınırlıdır, bir muhabirin gerekli gördüğü zaman alışılandan 10 satır fazla yazabilme olanağı ve özgürlüğü varken, yazışlerindekiler bütünüyle kullanabilecekleri alana bağımlıdırlar, hatta belli bir satır sayısıyla kısıtlıdırlar.

Demek ki olayların seçimi üzerinde, gazetecilerin bu pek bilinmeyen aşaması üzerinde ısrarla durmak gerekiyor. Çünkü, bu somut bir iş olarak görülmez, ama aslında haberciliğin belirleyici ve birinci aşamasıdır. Aşırı durumlarda haberin seçimi kolaydır. On'dan fazla insanın ölümüne neden olan bir yangının, imzalanan bir ittifakın veya kabul edilen bir bütçe tasarısının yayınlanmaya değer olduğunu bilmek için gazeteci bile olmak gerekmez. En yeteneksiz muhabir bile köpeğin can çekişmesinin ayrıntılarının gerekli olmadığını bilir. Ama gazeteciye ulaşan bilgilerin ve olayların çoğunluğu için, durum bu kadar açık değildir ve seçim yapmak gazetecinin zevkine ve duygularına bırakılamayacak kadar belirleyici bir iştir. Olayların seçimi, bir kısmı evrensel, diğerleri basın işletmesinin kendisine özgü olan, kesin ölçülere göre belirlenmiş, ustaca ayarlanmış birçok elekten geçerek gerçekleştirilir.

III. Olayların Seçiminde Üç Ölçüt

Evrensel ölçütler doğrudan olayın kendisiyle bağlantılıdırlar. Bunlar, olayın güncelliği ve anlamıdır. Basın işletmesinin kendisine özgü ölçütleri, gazetenin ideolojisinden söz etmeksizin topluma ve okurların niteliğine bağlıdır; bu ölçütler, tek bir ölçüte indirgenebilir: İlgi.

1. Güncellik - Haber, tanım olarak, yeni olan her şeydir ve kamu bu konuda yanılmaz. Gazete eline alındığı zaman, haberin yayınlandığı saatte radyo ve televizyonun karşısına yerleşildiği zaman, çok genel bir soruya yanıt aranır: "Yine ne var?"

Çağdaş gazeteciliğin özelliği olan güncellik arayışında biraz abartma da vardır. Bu anlamda *scoop** yarışı, rakibinden önce -sadece bir kaç dakika ola-

(*) Scoop: Olağanüstü ve özel haber (Ç.N.)

caktır bu öncelik- özel haberi geçebilme çabası, bazen haberin derinliğinin yok edilmesi pahasına gerçekleşir. Zamana karşı bu yarış gazeteci için iyi bir uyarıcıysa da, kamuoyu bu konuda duyarsızdır. Ama, ne olursa olsun, bu, çağdaş basının bir yasasıdır ve bundan kurtulmaya çalışmak boşuna çabalamak olacaktır. Ayrıca, önemli bir olayı ilk duyuran ajans veya radyonun, haberin kendi ismiyle verilmesini hakedeceği de bir gerçektir. Son olarak, durmaksızın gelen haber sağnağının hızına göre yazılı basının göreceli olarak daha yavaş bir çalışma düzenine sahip olması ve her baskı için, yazılışlerine gelen haberlerin artık yayınlanamayacağı gerilimli bir anın varlığı güncelliği etkiler. İnsanlar, kuşkusuz, kendilerine özgü dinleme ve okuma alışkanlıklarına sahiptirler ve genellikle okur, herkesin konuştuğu heyecan yaratan haberler hariç, gazetenin bir başka gazete tarafından *atlatıldığını* anlamayacaktır. Okur kendisine iletilen haberlerin güncelliğiyle, hızlı çalışma olanağının varlığını bildiği için, daha çok ilgilenmez. Sabah kahvaltısında, gece uyurken gelişen bir olayın hikayesini okumak -bu olanağı ona veren ileri tekniğin bilincine varmasa bile- ona zevk verir ve okur bunu beğeniyle karşılar.

Güncelliğin uygulamadaki etkisi, bir haber kamuoyunun veya kamuoyunun bir kısmının tepkisini topladığı zaman, haberin yayınlanmasındaki gecikmenin kızgınlık yaratan sonuçları olduğu zaman çok açık görülür. Böyle bir durumla, çok açık ki, politik, sendikal, kültürel olaylarda, spor karşılaşmalarında karşılaşılabilir. Borsa ve hammadde değerleri için de güncellik önemlidir. Bazı yasa maddeleri veya kararnameler hemen bir tavır değişikliği gerektirir. Bir savaş tehdidi veya sel baskını, sosyal, ailevi veya bireysel düzeyde, gecikmesinin zarara

yol açacağı bazı tedbirlerin alınmasını zorunlu kılar.

Kişisel ve somut ilgi sözkonusu değilse bile, günümüzün ulusal ve uluslararası dayanışma anlayışı, dünyanın veya ülkenin öteki ucunda bile olsa, olan bitenlerin hemen bilinmesi gereksinimini yaratmıştır. Yani güncellik, ilgi ölçütünün bir etkenidir. Uygulamada bu, bir gazetecinin ilgi çekici ve anlamlı haberleri en hızlı bir şekilde öğrenmek ve anlatmak için kendini zorlaması demektir. Aynı zamanda bu, "merkeze ulaştırılmakta gecikilen" haberlere, normal süre içinde ulaştırıldıklarında verilecek önemden daha az önem verildiği anlamına da gelir. "Özel muhabirimiz bildiriyor" *alt başlığıyla* verilebilecek bir haber, birinci sayfada beş sütünluk bir değer kazanacakken, olağanüstü durumlar hariç, yazılışlerinin başka basın organlarından öğrendikleri aynı haber ancak iç sayfalarda kendine yer bulacaktır.

Güncel olayların, bir şekilde, kamunun ilgisinin *bir noktada yoğunlaşmasına* neden olduğunu da eklemek gerekir. Çağdaş sorunlar veya uzak ülkelerde yaşayan halklar, okurlar ve dinleyiciler açısından dağınık ve potansiyel bir ilgi kaynağıdır. Güncel bir olay, yani bu sorunla veya bu halklarla doğrudan ilgili anlamlı veya olağanüstü bir gelişme, zihinsel bir heyecan, öğrenme isteği yaratır. Gazeteciler bunu iyi bilirler ve Güney Amerika'daki bir darbeden, o ülkeyle ilgili sosyal ve ekonomik durumu ele alan yayınlar yapmak için; tarihi bir olayın kutlama törenlerinin pompaladığı ilgiden, bu tarihten beri olan gelişmeleri ele almak için; bir devlet başkanının ziyaretinden başkanın ülkesiyle ilgili röportajlar yayınlamak için yararlanırlar Bir ülke ve bölgeyle ilgili önemli bir sorunu ele alan iyi bir yazı, şayet güncel olaylarla bağlantılı değilse, ya-

zlişleri müdürü tarafından çöpe atılmayacaktır, ama sorunun *güncelleşmesi* beklenerek bir kenara konulacaktır.

2. Olayın Anlamı - Olayların anlamı, olayın doğrudan kendisiyle ilişkilidir ve olayın zaman ve mekan içindeki yankılarının yaygınlığına bağlıdır. Bir şarap mahzenini su basması evde oturanlar için anlamlıdır, ama bir bölgenin su baskınına uğramasının yankıları, ürünün yok olması karşısında yiyecek yardımı isteyen çok uzaktaki ülkelere kadar uzanabilir.

Anlamın etkenleri çok sayıda da olsa, bir olayın yayınlanmaya değer olup olmadığına ve olaya ne kadar önem verileceğine karar vermek için, hızla yapılan bir analiz çoğu zaman yeterli olur. Ama bazı durumlarda, olayın anlamı kendini açığa vurmaz, ancak dikkatli bir araştırma sonucunda anlaşılabilir. Gazeteci, her zaman, böyle bir olayı azami doğrulukta ele almaya hazır olmak zorundadır. Böyle bir durum, bir yazılişleri sekreterinin karşısına günde, belki de haftada bir kez, bir yurtdışı muhabirinin karşısına yılda bir kez çıkabilir. Ama gazetecilik mesleğinin gerçeği işte tam da bu "an"dır: Gazetecinin yanılmaya hakkı yoktur. Gazeteci hiçbir zaman yanılmaz demek istemiyoruz. Bir gazetecinin, 28 Haziran 1914'de, Balkan şehirlerinden birinde, Avusturya Prensi'nin öldürülmesinin evrensel boyutlardaki sonuçlarını hayal edebilmesi için insanüstü bir kavrayışa sahip olması gerekirdi. Neredeyse gazeteciden böyle bir şeyi yapabilme yeteneğine sahip olması istenmektedir bugün. Bunun karşısında ise, bir olaya gereğinden fazla önem verilmesi yer alır: Çarpıcı bir halk hareketinin, saman alevi gibi sönüvermesine karşılık, tarihin akışını değiştirebileceği düşünülebilir. Bu durumda risk daha azalır, çünkü olayın en azından hemen akta-

rılması gereken bir anlamı vardır.

Bir olayın anlamının bu şekilde değerlendirilebilmesi, bir gazetecide geniş bir kültür, tarihçiye özgü eleştirel bir yaklaşım gibi özelliklerin ve süratli yargılama ve karar verme yeteneğinin bulunmasını gerektirir. Çünkü baskıya hazırlanan sayfaların tamamlanmasından bir gün sonra veya birkaç dakika sonra olayın önemini kavradığında artık çok geçtir, gereksizdir ve affedilmez.

3. İlgi - Bundan önceki iki ölçüte göre çok daha karmaşıktır, çünkü sadece olayın kendisiyle bağlantılı değildir, aynı zamanda, gazetecinin adına çalıştığı kamunun olaya bakışına da bağlıdır. Şayet bu ölçütü bir kenara bırakırsak, kurumsal olarak dünyanın bütün gazeteleri, biçime varıncaya kadar, aynı içerikte olurlardı. Bu da kimseyi tatmin etmezdi.

İlginin birinci yanı doğrudan, nesnel ilgidir. Kamunun bir haber karşısında göstereceği tepkidir: Ticari içerikli bir yönetmelikte veya Medeni Kanun'da yapılan bir reform, trafikte yeni uygulanmaya başlayan kararlar, seferberlik, bir gösteri veya yürüyüşün duyurusu vb. Aynı şey haber entelektüel bir heyecan içermediğinde geçerli değildir, hatta bu durumda bir ilgisizlik sözkonusudur.

Bu açıdan kamunun bir olaya duyduğu ilgi, olayın kendisine bağlı etkenlerin doğrudan sonucudur. Yani, ilk elde olayın anlamı ve güncelliği ile, bunlara ek olarak olguların alışılmamış veya dramatik özellikleri, olayın kahramanının ünlü olup olmaması gibi etkenlerin doğrudan sonucudur. Olayın gerçekleştiği yer ile haberin ulaştığı kesim arasındaki *psikolojik uzaklık* diye adlandırılan etkenin ise dolaylı sonucudur. Bu psikolojik uzaklık, açık ki, coğrafi anlamdadır -Brüksel'deki bir büyük mağazada çıkan yangın, Fransız kamusunun ilgisini Manila'-

daki yangından çok daha çeker-; ama bu aynı zamanda, kamunun kültürel, sosyal veya tarihi nedenlerle olduğu gibi güncellik nedeniyle bir ülkeyi tanımasına da bağlıdır. Örneğin bir Fransız atletinin bir yarışmada kazandığı başarı, Kuzey Afrika ülkelerinde, İngiltere'de olduğundan daha fazla ilgi görecektir. Çünkü Kuzey Afrika ülkeleri, kültürleri, hükümet politikaları ve haber alma kaynakları açısından Fransa'ya daha yakındırlar ve Fransa'daki spor karşılaşmalarını daha düzenli biçimde izlemektedirler. Hindistan hükümetinde yapılan bir değişiklik Kanada kamuoyunu, şayet o anda Kanada Başbakanı Hindistan'ı ziyaret ediyorsa, ziyaretten bir ay sonrasına, hele ziyaretten bir ay öncesine göre, çok daha fazla ilgilendirir.

Bütün bunlara kamuoyunun duygularına dayanan, çeşitli olayları olayın kurbanları veya kahramanları ile belirleme eğilimine dayanan, Amerikalıların *insani ilgi* diye adlandırdığı yanı da eklemek gerekir. Şüphesiz aydınlar bir yıldızın veya prensesin aşk hikayeleriyle pek az ilgilenecekler. Anneler ise, özellikle çocuklarla ilgili herhangi bir haberi okuduklarında tepeden tırnağa üzüntüye boğulacaklardır.

Görülüyor ki, gazeteci kendi kamuoyunu olduğunca iyi tanımak zorundadır. Uzmanlaşmış kurumların gerçekleştirdiği düzenli kamuoyu yoklamaları ve çok yanıltıcı da olsa, okur mektupları veya kişisel ilişkilerle saptanan tepkilerin yardımıyla bu tanıma gerçekleştirilebilir. Gazeteci, sadece kendi özel ilgisine veya çevresinin ilgisine bel bağlamak eğilimine karşı sürekli mücadele etmelidir. Sadece çok uzmanlaşmış, teknisyenlerin teknisyenlere seslendiği süreli yayınlarda bu ilgi kamunun ilgisinden çok farklıdır. Aynı şekilde, her olayda, gazeteci kendisini her şeyden önce okurun veya dinleyi-

cinin yerine koymak veya kendi kendine aynı ikili soruyu sormak zorundadır: "Bu haber benim okuyucumu ilgilendirir mi?- Yanıt olumluysa, özellikle ilgilendiren yanı neresidir?".

Ancak basının eğitici rolü unutularak, düzeyi en düşük seviyede tutucak olan demagoji tuzağına düşülmemelidir.

IV. Haberin Yapısı

Seçimin yapılmasından ve olayın habere dönüştürülmesine karar verilmesinden sonra sıra haberin oluşturulmasına gelir. Kuşkusuz bir haber olayın tanıklığıdır, ama bu, yazarın gördüğünü, sadece gördüğünü ve gördüğü her şeyi anlattığı bir tanıklık değildir. Gazeteci aktif ve seçici bir tanıktır. Aktiftir, çünkü gazeteci haberin unsurlarını araştıracaktır. Bu unsurlar, kendi kendilerini açığa vurmazlar. Seçicidirler, çünkü gazeteci kendi okurunu ilgilendiren unsurları aktaracaktır.

Yapılacak iş, gerçeğe olabildiğince sadık kalarak, onu kelimelere dönüştürmektir. Bunun için gazetecilikten daha eski olan ve bütün *mesajların* yapısını oluşturan bir kural vardır. Bu kural, bundan 20 yüzyıl önce Quintilien tarafından formüle edilen bir dizi sorudan oluşur: *quis, quid, ubi, quibus, auxiliis, cur, quomodo, quando?* Daha mantıklı bir sıralamayla bugün Türkçeye çevirirsek: kim, ne, nerede, ne zaman, nasıl, neden (niçin)? Bir haber, bir bilgi, bu altı soruya verilen yanıtlardır. Bunların birbirine göre önemleri olaydan olaya değişiklik gösterir, ama her koşulda en basit bilgi, bu altı sorudan ilk dördüne yanıt vermelidir. Bu altı sorunun tümüne yanıt vermeyen haberin bütünlüğünden söz edilemez.

Bir bilginin temeli bu altı soruya verilen kesin

yanıttır. "bu sabah, X kasabası yakınlarında işçilerin toplantısına başkanlık eden Tarım Bakanı bir traktör tarafından ezildi ve hemen olay yerinde öldü." Şüphesiz bu haber geliştirilecektir ve bu on dokuz kelime, olası küçük farklılıklarla, olayın ilk duyuruluşunu, ajansların ve radyo istasyonlarının *flaşını* oluşturacaktır.

Bir yazının kurgusu, daha ileride göreceğimiz gibi, farklı biçimlerde yapılabilir. Ama bir yazı hiçbir zaman saptanmış malzemelerin bir araya getirilmesinden, bu altı soruya yanıttan başka bir şey değildir.

İKİNCİ KISIM
HABERİN ARAŞTIRILMASI

BİRİNCİ BÖLÜM
HABERLERİN İLETİLMESİ

Telekomünikasyon* araçları basının işlevlerinin ve içeriğinin dönüşümünde belirleyici bir rol oynamıştır. 19. yüzyıla kadar, gazeteler olabildiğince düzenli bir şekilde ulusal haberlere yer verirlerdi, ama dış haberler bütünüyle postaya bağımlıydı. Yurtdışı muhabirlerinin mektupları ve yabancı gazeteler, şu veya bu ülkeden gelen yolcularla rastlantısal karşılaşmalar yurtdışı haberlerinin kaynaklarını oluştururlardı. Bu durum, sadece haberin gecikmeli ulaşması anlamına değil, uzaktaki bir olayın yayınlanmasının çok keyfi olması anlamına da gelir. Olayların evrensel boyuttaki *kapsanması*, uluslararası güncellik kavramının kendisi, ancak iletişim araçlarının daha hızlı, daha düzenli ve örgütlü bir hale gelmesinden sonra ortaya çıkmıştır. Çağdaş basının ortaya çıkışını (10) 1832'de Havas Ajansı'nın kuruluşuyla başlatabiliriz.

Charles Havas Avrupa haberlerini elde etmeye ve bunları gazetelere satmaya karar verdi. Bunun için optik telgraf ve özellikle de haberci güvercinlere başvurdu. Bu güvercinler Londra'dan Paris'e altı saatte, Paris'ten Brüksel'e dört saatte gidiyorlardı. Yine de bu araçlar yeterli olamıyor ve mekanla sınırlı kalıyorlardı. 19. yüzyılın ikinci yarısında, elektrikli telgrafta elde edilen hızlı gelişme sayesinde gazeteler giderek artan sayıda yabancı ülkeler-

(*) Telekomünikasyon: Telefon, telgraf, teleks, telematik gibi uzaktan iletişim kurma aygıtlarının tümü (Ç.N.).

deki olayları aktarabilmeye başladılar. Sonuçta, 20. yüzyılda, teleyazıcıların (téléimprimeur) keşfiyle, uluslararası telefon ve teleks şebekesinin yaygınlaşmasıyla gerçek iletişim süreci iyice azaldı, televizyondan söz etmeye gerek bile yok, kapsadığı alan dünya boyutuna ulaştı. (11)

Bugün bütün telekomünikasyon araçları, gerek özel kesim, gerekse devlet kesimindekiler, basın işletmelerinin hizmetindedirler. Karmaşık durumlarda tek bir iletişim için çok sayıda bağlantı kullanılabilir. Burada önemli olan, bir yandan her aşamada en hızlı aracın seçilmesidir, öte yandan seçilen araçların çalışma hızıdır. Böylece, bir ajansın olay yerine gönderdiği özel muhabir, bir el telsizi aracılığıyla telefon bulunan en yakın yerde bekleyen meslektaşıyla bağlantı kurabilir. O da, olay yerinden telsizle aldığı bilgileri, telefonla bölge bürolarına ulaştırır. Buradan teleks aracılığıyla merkez büroya gönderilen metinler, uzakyazıcılar aracılığıyla abonelere aktarılır. Ancak, bazı durumlarda ise bütün bu bağlantılar atlanabilir. Bir yurtdışı muhabiri yazısını, gazete merkezinde bulunan fotodizgiye, radyo veya kablo bağlantısı aracılığıyla doğrudan yazıp gönderebilir. Gönderilen metin sayfa sekreterinin eline geçmeden baskıya hazır hale gelir.

Telekomünikasyon aynı zamanda, tıpkıbasım (fac-similé) aracılığıyla hazırlanmış gazete sayfalarının gerçek boyutlarında uzaktaki matbaalara iletilmesinde de kullanılır. Bu yöntem '60'lı yıllardan beri Birleşik Devletler'de ve Japonya'da olduğu gibi Sovyetler Birliği'nde de kullanılmaktadır ve 1975'den başlayarak Fransa'da da geliştirilmiştir. Bu yöntem Paris gazetelerinin, hem başkentte hem de birçok bölge merkezinde, taşıma süresini azaltarak veya ortadan kaldırarak, aynı anda basılmasına olanak verir. Uydulardan yararlanarak kıtalararası

ilk bu tip iletişim, 1981'de Paris-Hong Kong *(International Herald Tribune)* ve Londra-Riyat *(Sharq al-Awsat)* arasında gerçekleştirildi.

İzleyen bölümde bilgisayarların devreye girmesiyle basın ajanslarında haber iletişiminin nasıl değişime uğradığını göreceğiz.

İKİNCİ BÖLÜM

BASIN AJANSLARI

Haberleri, olay yerinden bir gazetenin yazışleri odasına veya radyo ve televizyon istasyonuna aktaran, şu veya bu oranda karmaşık bir yapıya sahip şebekeler arasında, her basın işletmesinin yurtdışı ve yurtiçi muhabirlerinden oluşan kendine özgü bir iletişim ağı vardır. Ama hiçbir yayın organının, en zengin ülkenin en zengin organı bile olsa, kendi olanaklarıyla ne dünya çapında, ne de ulusal çapta bütün güncel olayları *kapsayabileceği* düşünülebilir. Bu nedenle bütün basın organları kendi dışlarındaki ve herkese açık haber kaynaklarına, basın ajanslarına başvurmak zorundadır.

I. Bir Haber Ajansının Rolü

Bir basın ajansı, çok sayıdaki basın işletmesinin hizmetinde bir çeşit gazeteciler *ortaklığıdır*. Basın işletmeleri ajansın finansmanına ya bir kooperatifin üyeleri gibi, ya da bir abone bedeli ödeyerek katılırlar. Abone bedelleri bütün kuruluşlar için aynı değildir, esas olarak gazetenin tirajına ve radyo veya televizyon kanallarının dinleyici veya izleyici sayısına bağlı olarak değişirler. Ajansların sunduğu hizmetler sadece basına yönelik de değildir. Devlet daireleri, sanayi ve ticaret kuruluşları da ajansların hizmetlerinden yararlanırlar. Bunların abone olmaları ajans için ek ve hatta kaçınılmaz bir finansman kaynağıdır.

Bir gazete, basın ajansından, kapsamına aldığı

alanda gelişen olaylar içinden kendi okurunu ilgilendirenlerin hemen kendisine aktarılmasına bekler. Başlıca haber ajansları çalışma tekniklerini öylesine geliştirmişlerdir ki, bu görevlerini son derecede iyi yaparlar. Bir haberi ajanslardan önce vererek onu atlatmak bir gazetenin kendi muhabirinin göreviyse de, gazeteci bunun için ne kadar çok çaba harcarsa harcasın, çok az olayda bunu başarabilir.

II. Örgütlenme ve İşleyiş

Bir haber ajansı (12), nerede ve ne zaman olursa olsun, herhangi bir olayı hemen öğrenebilecek ve bunu hiç gecikmeden abonelerine iletebilecek durumda olmak zorundadır. Bu durum çok yoğun bir muhabir ağını ve bu ağla abonelerle olduğu gibi sürekli bağlantı içinde olunmasını, aynı zamanda, merkezde sürekli çalışma halinde olan etkili bir yazışleri kadrosunu gerektirir.

Muhabirler bir haberin başlangıç noktalarıdır. Ulusal ajanslar ülkenin her bölgesine, dünya çapındaki ajanslar da her ülkeye dağılmışlardır. Haber ajansı herhangi bir bölgeden-ülkeden günlük haber alabileceğini düşündüğü zaman, o bölgeye özel muhabir atar. Bunun dışında, kadrolu olmayan ama sürekli ilişki içinde olunan gazetecilere *(stringer)** dayanır. Bu gazeteci ajansın elemanı değildir; ama ajans, ilginç bir olayla karşılaşıldığında onu hesaba katabileceğini bilir, bölgeye özel muhabir göndermeyi gerektirecek durumlarda onu harekete geçirebilir. Bunlar, ilettikleri habere göre *sayfa* başına ücret alırlar.

Muhabirler ve *stringer*ler ajansın oluturduğu zin-

(*) Stringer: Ajansların sürekli ilişki içinde oldukları, kadrolu olmayan ve genellikle yerel gazetelerde çalışan gazeteciler. Bunlar, geçtikleri haber başına, haberin önemine göre ücret alırlar. (Ç.N.)

cirin son halkaları, araştırıcı öncüler ve yönetime hesap verecek sonunculardır. Ama bunlar bilgi toplama kanallarının gerçek son kolu değildirler. Bunlardan bütün olaylara tanıklık etmeleri beklenemez. Bunların da sürekli başvurdukları yardımcıları, *habercileri* vardır. Haberciler, haberin gerçek ilk kaynağıdırlar. Bir gazeteci için kendine özgü iyi bir haber ağının varlığı kaçınılmazdır. Bu haberciler, çeşitli seviyede sorumluluk sahibi, "iyi yerde" bulunan kişilerden oluşur ve çoğu zaman bunların bazı tip bilgilerin sızdırılmasından -veya saklanmasından, hatta saptırılmasından- çıkarları vardır. Demek ki gazeteci bunlardan, kendisini *aldatmalarına* olanak vermemek için sağduyuyla ve tedbirli bir şekilde yararlanır.

Ajans merkezlerinde, küçültülmüş bir yazışleri odası gibi örgütlenmiş burada bölge muhabirlerinden gelen haberler toplanır. Dünya çapındaki ajanslar dünyanın bazı bölgelerinde bölge büroları oluşturmuşlardır. Bunlar ajans merkezi ile muhabirler arasında geçilmesi zorunlu bağlantı noktalarıdır. Bir bölge bürosunun özerkliği, kapsadığı coğrafi bölgeye haber servisi yapmaya kadar uzanır.

Muhabirler, bürolar ve merkezler arasındaki *bağlantılar* kabloyla, radyo veya uydu aracılığı ile kurulur. Muhabirler ellerindeki malzemeye bağlı olarak haberlerini ajans merkezlerine bilgisayarla, teleks veya telefonla aktarırlar. Bürolar da merkezle, bilgisayarlar veya uzakyazıcılar* (téléscripteur) aracılığıyla sürekli bağlantı halindedirler. Ajans merkezlerinden veya bölge bürolarından haberlerin dağıtımı, PTT şebekesinden yararlanılarak kurulan sürekli bağlantılar aracılığıyla, uzakyazıcılarla abo-

(*) Uzakyazıcı: Elektrikli daktilo şeklinde telekse benzeyen ama karşılıklı haberleşmede kullanılamayan, sadece tek yönlü bir merkezden gönderilen sinyalleri yazıya döken aygıt (Ç.N.)

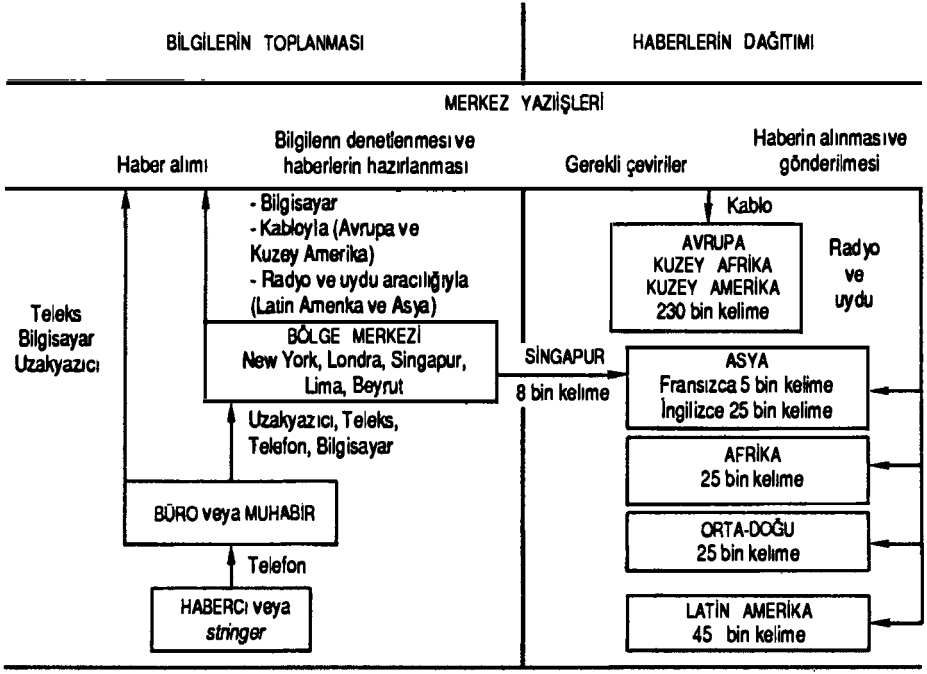
nelere ulaştırılarak yapılır.

Merkez yazışleri ajansın beynidir. Görevi asgari sürede haberleri toplamak, ayıklamak, tamamlamak, gereksinime göre tercüme etmek ve abonelere aktarmaktır. Tek bir servis veren ulusal ajanslarda ve günlük sıradan haberlerde bu işlemlerin tümü oldukça basittir ve neredeyse mekanikleşmiştir. Ama önemli haberlerde ve birden fazla servis veren dünya çapındaki ajanslarda işler karmaşıklaşır. (13) Genel çizgileriyle, dünya çapındaki bir ajansta, verdiği servis sayısı kadar *masa* veya yazışleri sekreterliği vardır. Her servis, ilgilendiği coğrafi bölgeye ve kullanılan dile göre şekillenir.

Ajans merkezlerinde, haber doğrudan bilgisayara girer ve burada depolanır. Aynı anda bilgisayar bu haberlerin ilk satırlarını bütün *masalarda* bulunan ekranlara gönderir. Her *masa* bunları ele alır, işler, kendi çalışma alanındaki iletişim aracının (medyanın) ilgisine göre, servisin günlük haber hacmine (kelime sayısı) bağlı olarak dağıtır.

Haberlerin işlenmesi önce seçim yapmakla başlar. Hiçbir servis kendisine ulaşan haberlerin tümünü dağıtamaz. Aboneler, ajanslardan, kendileri için ilginç olmayan haberleri olanakları ölçüsünde eleyerek, bir *seçme* yapmasını ister. Çünkü haberlerin yoğun biçimde yığılmasının çok olumsuz etkileri vardır: Bir yayın organının yazışlerine yığılan ajans haberleri -genellikle birden fazla ajansa abonedirler- daha başlangıçta soluk kesici olur ve yazışlerinde çalışanları daha çok ayıklama işine yöneltir ve oyalar. Bütün büyük ajansların '80'li yıllardan başlayarak "sipariş üzerine servis" yöntemine geçmelerinin nedeni budur. Bilgisayar programlarına bir şifrenin eklenmesiyle, her abonenin sadece kendini ilgilendiren haberleri almasına olanak sağlanmıştır.

FRANSIZ BASIN AJANSI'NIN (AFP) HABER AKIŞI



Yani *masa* çalışmasının birinci aşaması haberlerin ayıklanmasıdır. Müşteri açısından ilginç olmayan haberlerin çıkışı durdurulur. Diğerleri, başında bir haber yazıcının (redaktör) bulunduğu bilgisayara gönderilir. Haberin tümü burada ele alınır, denetlenir ve düzeltilir. Bazen kısaltılır, bazen geliştirilir. Çünkü, başka kaynaklardan gelen bilgilerle çelişmediği sürece muhabirin gönderdiği habere kural olarak güvenilse bile, bazı ayrıntılar veya hatırlatmalar doğru veya net olmayabilir, fazla ayrıntılara girilmiş veya tam tersine yetersiz olabilir.

Bu iş hızla yapılmalıdır, çünkü haberin dağıtımı geciktirilemez. Ama önemli olaylarda *masa* şefinden tamamlayıcı iki tip haber yapması istenir: Haberi yerli yerine oturtacak ve onu aydınlatacak, böylece eksiksiz bir bilgi haline dönüştürecek bir *arkaplan* yazısı ve konuyla ilgili bilgileri günümüze bağlayacak bir *sentez*. Bilgisayarın hafızasındaki, daha önce depolanmış yardımcı bilgiler (biyografi, kronoloji, politik, ekonomik ve sosyal analizler) bulunabilir, ya olduğu gibi ya da düzeltilerek, ilk ajans haberinin arkasından dağıtılabilir.

Sonuç olarak *masa* şefi ilgi alanına giren önemli bir haber aldığı zaman -masa şefi haberlerin dağıtılmasından olduğu kadar toplanmasından da sorumludur-, olay yerinin yakınındaki muhabirleri uyarabilir, habercilere telefon edebilir, yazişleri müdüründen veya röportaj servisinden olay yerine bir ekip gönderilmesini isteyebilir. Özetlersek, sadece alınan haberlerin işlenmesi değil, olası en iyi haberi verebilmek için gerekli her türlü önlemi almak da *masa* şefinin görevidir.

Haberin dağılımı, her servis için, *masa* şefinin saptadığı öncelik sıralamasına göre ve şefin haberi *onaylamasından* sonra bilgisayarlar aracılığıyla yapılır. O anda gönderilmekte olan haber kesilerek

flaş haber hemen abonelere iletilir. Sıradan haberler ise, dağıtıma girmek için *sıralarını* beklerler.

III. Servisin Niteliği

Hızlılık, haber ajansı çalışanlarının uymakla yükümlü oldukları bir niteliktir. Birden fazla baskı yapan bir gazetede bile ölü zaman vardır Ulusal basın ajanslarında da, bu, bir ölçüde geçerlidir. Çünkü sabahın 3'ünde geçilecek bir haber, en iyi koşullarda, radyo istasyonları tarafından ancak birkaç bin kamyon şoförüne veya fırıncıya ulaşabilecektir.Ama Paris'te saat 3 iken, Tokyo'da öğle 12 New York'ta ise 21'dir. Bu, Fransız Basın Ajansı'nın (AFP) geceleri de gündüz gibi düzenli servis yapması anlamına gelir: Rakiplerini bir dakikayla geçmek bir ajans için kesin başarıdır: Radyolar onun haberini kullanacak ve haber onun ismiyle verilecektir. Günün veya gecenin herhangi bir anında, mutlaka baskıya girmek üzere sayfalarını *bağlayan* gazete vardır ve ajansın bir dakikalık gecikmesi onlar için 24 saatlik bir gecikme demektir. Bu gecikme sonucunda, gazeteler okurlarına önemli bir haberi duyurabilecekken, hiçbir bilgi vermeyecektir. İvedi durumların dışında da, bütün yazışleri çalışanlarının, gazetelerdeki kadar radyo ve televizyondakilerin de, haberleri olabildiğince erken almaya gereksinimleri vardır. Baskıdan veya yayından ne kadar daha önce bilgilenirlerse, haberi o kadar iyi sunabilirler, tamamlayabilirler, açıklayabilirler ve görsel malzemeyle besleyebilirler. Üstelik baskıya veya yayına yetiştirebilme olanağı varsa, olay yerine kendi röportaj ekiplerini gönderebilirler.

Hızlılığın yanı sıra, uyulması gereken bir başka yükümlülük daha vardır. Bir ajanstan olabildiğince kusursuz bir *nesnellik* beklenir. Nesnellik genel ola-

rak basından beklenen bir niteliktir, ama ajanslar için nesnelliğin ölçüsü daha da önemlidir. Gazetelerde, gazeteci kuru olaya eklediği açıklamalar aracılığıyla, haber üzerinde güçlü bir şekilde etkili olur. Ajans ise olayı brüt olarak size aktarır. Gazete her zaman, okuru tarafından aşağı yukarı bilinen ve kabul edilen bir eğilime sahiptir. Ajansın haberi ise hem monarşist hem de komünist bir gazete tarafından, şayet ikisi de aboneyse, kullanılabilmelidir. Yani, gazetelerin yazışleri müdürleri ajansın nesnelliğinin sürekli denetleyicisi durumundadırlar.

Son olarak, bir ajansın sunduğu servisin son derece *tam* olması gerekir. Dünya çapındaki bir ajansın bir günde geçtiği haberlerin tümünü yayınlama olanağına hiçbir gazete sahip değildir. Bunlar, reklamsız, başlıksız, hiçbir görsel malzeme kullanmaksızın *tabloid** boyutta yüzlerce sayfayı doldurabilir. Ayrıca, böyle bir şeyin anlamı da yoktur. Bu, kamunun ilgisine göre haberlerin seçilmesinin ihmal edilmesi demektir. Her gün, her gazetede çok sayıda ajans haberi atılır, bir o kadarı da kısaltılır. Ama atılan ve kısaltılan haberler bir gazeteden diğerine farklılıklar gösterir. Şayet bir haber abonelerin hiçbiri tarafından kullanılmadıysa, bu, haberin geçilmesinin haklı hiçbir nedeni yoktur demektir. Ama böyle bir durumla çok az karşılaşılabilir. Bir ajans, müşterilerinin çok küçük bir azınlığına yönelik bile olsa, servislerinin hepsinde insanları ilgilendirebilecek her haberi dağıtmak zorundadır.

Sunulan hizmetin niteliği, muhabirlerden *masa*'da çalışan haber seçici ve yazıcılara kadar bütün çalışanların yaptıkları işin niteliğine bağlıdır. Ajanstaki bir gazetecinin çalışmasıyla, basındaki meslektaşlarınınki arasında temelde fark yoktur.

(*) Tabloid: Alışılmış gazete boyutunun yarısı (Ç.N.).

Bunun yöntemlerini daha sonra ele alacağız. Şu ana kadar söylenenler, gazetecilerden istenen evrensel gereklerin, ajanslarda çalışan gazetecilere ağır sorumluluklar yüklediği anlamına gelir.

IV. Ulusal ve Dünya Çapındaki Ajanslar

Haber ajansları genel çizgileriyle ulusal ve dünya çapında ajanslar olmak üzere ikiye ayrılabilirler.

Bir *ulusal ajansın* rolü, ülke basınına, gereksinim duyduğu haberlerin tümünü sağlamaktır. Böyle bir ajans, ulusal düzeydeki haberleri kendi muhabir ağı, dış haberleri ise anlaşmalı olduğu dünya çapındaki ajanslar aracılığıyla elde eder. Ayrıca yabancı başkentlerde genellikle birkaç yurtdışı muhabiri bulundurur. Bu muhabirlerin görevi, ulusal kamuoyu için ilginç olan haberleri aktarmaktır, bunların çalışmaları, dünya ölçüsündeki ajansların yaptığı gibi evrensel ilgi boyutunda değildir. Ulusal ajanslar ülke içinde çok yaygın bir muhabir ağına sahiptirler: Bu ağ bir bölgeyi *kapsamakla* yükümlü tutulan özel muhabirlerden ve çoğunlukla yerel ve bölgesel basında çalışan gazetecilerden oluşur. Böylece bir bölgede olan ve diğer bölgeleri ilgilendiren hiçbir haber gözden kaçırılmaz.

Dünya çapındaki ajanslar, İngiliz *Reuter* hariç, her şeyden önce merkezlerinin bulunduğu ülkelerin ulusal ajanslarıdır. Fransa'da *Agence France-Presse*, Birleşik Devletler'de *Associated Press* ve *United Press International*, Sovyetler Birliği'nde *Tass*. Bu ajanslar çok sayıda bölge bürolarına sahiptirler, sürekli muhabirler ve *stringer*lerin yanı sıra bünyelerinde önemli bir ulusal *masa* ve her an yola çıkmaya hazır röportaj ekipleri bulundururlar. Dünya çapındaki ajanslar yaygın bir muhabir ağı ve hemen hemen bütün dünyaya haber servisi ya-

pabilecek olanaklara sahip olmalarıyla ayırdedilirler. Ama yine de, her ajansın daha fazla etkili olduğu ülke veya bölgeler vardır; Ajans Tass sosyalist ülkelerde, AFP Fransızca konuşulan Afrika ülkelerinde, Reuter İngiliz topluluğuna bağlı ülkelerde, AP ve UPI ise bütün Amerika kıtasında daha etkilidir. Bu durumdan ders çıkartan ve giderek artan işletme maliyetlerinin etkisiyle dünya çapındaki bu ajanslar, '70'li yıllardan beri daha zayıf oldukları bölgelerdeki çalışmalarını azaltarak, bu bölgelerle ilgili haberleri bölgede güçlü olan ajanslardan almaya yöneldiler.

Dolayısıyla dünya çapındaki ajanslar, dünyanın dört köşesindeki haberleri sürekli muhabirleri ve *stringer*ler aracılığıyla olduğu kadar ulusal ajanslarla yaptıkları anlaşmalar yoluyla da elde ederler. Bu sonuncusu, dünyanın herhangi bir köşesinde, aniden gelişen, dünya çapındaki bir olayla ilgili bilgileri almak için en iyi yöntemdir.

Haber ajanslarının geleneksel olarak ulusal ve dünya çapında diye sınıflandırılmalarının yanı sıra, bir de ikisi arasına yerleştirilebilecek, *uluslararası* diye adlandırabileceğimiz ajanslar da vardır. Bunların bazıları ulusal ajanslardır ama dış ülkelerde göreceli olarak gelişmiş bir haber ağına ve ülke dışında da müşteriye sahiptirler. Bu sınıflandırma içinde *Yeni Çin* (Pekin), *Deutsche Presse Agentur* (Hamburg), *Tanzug* (Belgrad), *Allgemeine Deutsche Nachrichtendienst* (Doğu Berlin) *Ceteka* (Prag), *Middle East News Agency* (Kahire) ajanslarını sayabiliriz. Ama bu ajansların yurtdışına yönelik servisleri farklı özelliktedir, saygınlık ve propaganda gerekçesiyle aşağı yukarı hükümetler tarafından desteklenmektedirler ve dost ülkelerin devlet kuruluşlarından başka müşterileri yoktur. Diğerleri ise *Agence Panafricaine d'Information* (Dakar) gibi böl-

gesel ajanslardır.*

V. Diğer Ajanslar ve Gazeteler Zinciri

Haber ajanslarının yanı sıra, çok sayıda genel haber ajansları ve belirli alanlarda uzmanlaşmış ajanslar da basının hizmetindedir. Gerçekten de, basın, sadece haber değil, aynı zamanda soruşturma, büyük röportaj, makale ve söyleşi biçiminde, uzman ajanslar tarafından hazırlanmış hazır bilgileri de -fotoğraf, harita, desen, çizgi roman, oyun ve bulmacalar da bunlara dahildir- tüketir. Çok sayıda insanın çalıştığı gazetelerde bu malzemelerin büyük çoğunluğu gazete bünyesinde üretilir. Hiçbir gazete, bütünüyle uzmanlaşmış ajansların hazırla dığı malzemelerle çıkartılamaz. Ama bir gazetenin kendi olanakları ne kadar azsa, o kadar çok bu kurumlara gereksinim duyar. Genellikle bu ajansların rolü, tıpkı haber ajanslarınınki gibi, maliyetin, önerilen metin ve görsel malzemeler için gerekli harcamaların bunları kullanan gazeteler arasında paylaştırılmasıyla düşürülmesini sağlamaktır. Bu ajanslar, aynı zamanda, *pijist* veya serbest gazeteciler ile basın arasında aracılık rolünü de üstlenirler. Bazen ses getiren bir belgenin veya makalenin yayın hakkını tek bir yayın organına devredebilirler. Bu ajanslar arasındaki farklar çok açık olmasa da, genellikle genel haber ajanslarıyla *feature* (röportaj, soruşturma ve söyleşi) pazarlayan ajanslar birbirinden ayrı tutulur.

Genel haber ajansları müşterilerine güncel olaylarla ilgili yazı servisi yaparlar. Günlük aktardıkla-

(*) Doğu Avrupa'daki son gelişmelerden sonra Tass Ajansı'nın bu ülkelerdeki üstünlüğü tartışmalıdır. Ayrıca, Doğu Alman devlet kurumlarının tümü gibi, haber ajansı *Allgemeine Deutsche Nachrichtendienst* de bugün ortadan kalkmıştır. (Ç.N.)

rı metnin hacmi genellikle değişmez ve bunlara abone olan gazeteler sayfalarını düzenlerlerken, şu veya bu yazıya güvenebileceklerini bilirler. Haber ajanslarına göre bunlar bir politik eğilime sahip olmakla ayırdedilebilirler. Bu durum onların müşteri sayısını kısıtlar ama, aynı zamanda da yorum yazısı yayınlama olanağı sağlar.

Dağılım alanları birbiriyle kesişmediği için, birbirleriyle yarışma içinde olmayan *gazeteler zinciri* bu genel haber ajanslarına benzerler. Bu gazetelerde bir yazıişleri merkezi bütün üyeler adına haber ve malzemeleri, bunlar köşeyazılarından iç ve dış haberlere kadar uzanabilir, toplar. Bu durumda, bu gazeteler sadece yerel haberlerle birbirlerinden ayırt edilebilirler

Feature pazarlayan ajansların çalışması daha düzensizdir ve genellikle abone sistemiyle çalışmazlar, yayınlanan malzeme başına para alırlar. Önceden hiçbir garanti almadan, kendi olanaklarıyla hazırladıkları çeşitli yazı ve belgeleri gazetelere önerirler. Bazıları belli alanlarda uzmanlaşmışlardır ve haber olduğu kadar yorum yazılarını da pazarlarlar. Diğerleri ise seçmecidirler; birgün uzayın fethi üzerine bir *dizi*, ertesi gün bir bilim adamıyla yapılmış söyleşi veya Fouta-Djalon'da çilek yetiştiriciliği üzerine bir röportaj önerirler. Telefon rehberinde ajanslar bölümüne bakmak, basın ajanslarının çeşitliliği üzerine bir fikir sahibi olmak için yeterlidir. Bazıları gerçek bir işletme görünümündeyken, diğerlerinin kadrosu bir müdür ve bir sekreterle sınırlıdır. Hepsi aynı amaca, basının sayfalarının ilginç ve çeşitli metin ve belgelerle doldurulması amacına yöneliktirler.

Fotoğraf ajansları, haber ajanslarının haberdeki işlevini görsel malzeme alanında üstlenmişlerdir. Bir gazetenin, dünyanın herhangi bir yerinde geli-

şen bir olayın fotoğraflarını kendi olanaklarıyla kısa süre içinde elde etmesi olanaksızdır. Bu alanda da basın uzmanlaşmış ajanslara bağımlıdır. Bu ajanslar yaygın bir foto muhabirleri ağına sahiptirler. Bu ağ aracılığıyla veya satın alarak elde edilen fotoğraflar, radyo veya kablo aracılığıyla merkeze iletilir. Ajans kendisine gelen bu fotoğrafları ya sürekli olarak telekse benzeyen bir aletle veya istek üzerine belinograf* veya posta aracılığıyla dağıtır. Bütün haber ajanslarının hemen hemen hepsinde bir fotoğraf servisi vardır ve foto muhabirlerinin yanı sıra diğer muhabirlerden de yararlanılır. Sadece fotoğrafla ilgilenen ajanslar günlük olaylarla daha az ilgilenirler ama, görüntü kalitesi sözkonusu olduğu zaman vazgeçilmezdirler. Bunlar daha çok magazin basınına hizmet verirler ve hemen hemen her zaman renkli fotoğraf sunarlar. Son olarak, haberde olduğu gibi fotoğrafta da uzmanlaşmış ajanslar vardır. Bunlar genellikle *feature* pazarlayan ajansların tamamlayıcısıdırlar.

Televizyona hizmet veren *görüntü ajansları* tıpkı fotoğraf ajansları gibi çalışırlar ve çoğu zaman da aynı işletmenin bünyesindedirler. Bunlar hazırladıkları röportajları uydular veya video kasetler aracılığıyla dağıtırlar.

(*) Belinograf: E. Belin tarafından bulunan, fotoğraf ve görüntü göndermeye yarayan aygıt. (Ç.N.)

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
RÖPORTAJ

I. Tanıklık Mesleği: Muhabirlik

Muhabir, bir tanık ve bir soruşturmacıdır. Önceden bilinen olayları izler, beklenmedik olayların ardı ardına gelen olgularını düzene koymaya çalışır. Ama muhabir şu veya bu resmi kurumun değil, kamuyu göz önüne alan, onun için çalışan bir tanık ve soruşturmacıdır. Bu, ona bazı görevler yükler ve yazı yöntemlerin kullanılmasını zorunlu kılar.

Yazılı basındaki yazışleri çalışanları, hiç kuşkusuz, bir gazetecinin tanıması gereken teknik malzemeyle içli dışlı olduğunu bilir, ama bilmeyen birisi röportajın özel bir uzmanlaşma istemediğini düşünebilir. Herkes bir gösteri sırasında bir muhabirle yan yana bulunmuştur. Bir muhabir insanlara nasıl görünür? Gerçekte herhangi biri gibi. Ceplerinde not defterlerini çıkarmadıkları sürece -televizyon gibi iletişim araçlarında çalışanlar dışında, çünkü bunların kullandığı aygıtları hemen göze çarparonları diğer insanlardan ayırt edemeyiz. Bu durum, bazen, doğru bir şekilde kalem kullanmayı bilmesi koşuluyla, herkesin muhabirlik yapabileceğini düşünmeye götürebilir insanları. Buna karşın, herhangi bir yazışleri odasında,basın ateşesinin kaleminden çıkmış bir *basın açıklamasını* okumak, meslekten biri tarafından *izlenemediği* için ve daha iyisi de bulunamadığından bir amatöre bırakılan habere bir gözatmak yazarın *amatörlüğünü* -çok kültürlü hatta işlenen konunun uzmanı bile olsa-

anlamak için yeterlidir. Analiz edilmesi zor olan ve gözden kaçan bu farklılık nereden gelmektedir? Bunun bir kısmı hiç şüphesiz, daha ileride ele alacağımız gibi, yazım biçiminden kaynaklanmaktadır. Ama aynı zamanda ve özellikle de olay yerinde uygulanan yöntem veya yöntemsizliktir bunun nedeni. Gerçekte yazım (redaksiyon), genel olarak gazetecinin, özel olarak da röportaj hazırlayan muhabirin işinin en son kısmıdır. Şayet yazılışlerine gelen yazı kötü ve yetersiz ise, burada düzeltilebilir veya *yeniden yazılabilir* -çok az redaktör buna zaman bulabilir-. Ama hiç kimse muhabirin gözünden kaçan bir unsuru yazıya ekleyemeyecektir; şayet olguların birbirleriyle ilişkileri muhabirin gözünden kaçtıysa, haber yazıcıların hiçbirisinin (redaktör) olguları kendi sıralanması içinde, birbirleriyle olan gerçek ilişkilerine göre ele alabilmesi olanaklı değildir.

Muhabir olayı görmek, işitmek, hissetmek, kaydetmek ve son olarak anlatmak için gönderilen bir gazetecidir. Sadece bu tanıklıkla derlenen malzemeler yeterli değildir. Bir gazeteci, ayrıca, tanık olduğu olayı, daha sonra okurlarına anlaşılır bir şekilde aktarabilmek için, olabildiğince iyi anlamak zorundadır. Onun tanıklığı, okurun olayın sentezini yapmasına olanak sağlayacak başka tanıklıklar içinden bir tanesi değildir. Kamuya sunulan bilgiyi o, tek başına, parçalara bölünemeyecek bir şekilde inşa edecektir. Yani röportaj olaya *sadık* ve *tam* bir tanıklıktır. Bu niteliklerin içeriğinin de iyice belirlenmesi gerekir.

Bir oturum sekreterinden veya tutanak yazmanından da, bir oturumun veya yönetim toplantısının tutanaklarını aslına sadık ve tam tutması istenir. Buna karşın, böyle yazılmış raporların röportajla hiçbir ilgisi yoktur. Yazmanın veya sekreterin yaptığı iş çözümleyici ve kronolojiye uygun olmak

zorundadır. Muhabir ise bu çözümlemeye olayın bir sentezini ekler ve olayın unsurlarını -olağanüstü durumlar dışında, olguların gerçekleşme sırasına göre değil- önem sırasına ve en önemli noktalarına göre yeniden şekillendirir. Yani röportaj bir tanıklıktır ve rapora benzer, ama, aynı zamanda, bundan daha da karmaşıktır. Sıradan bir tanık, bir olayı kendi kişisel ilgisine göre izler. Bir raporun yazarı, ilgi derecesi ne olursa olsun, karşısına çıkan her şeyi yazar. Muhabir ise, özel bir kamu için çalıştığını bilir. Bu kamunun ilgisine bağımlı olarak, karşısına çıkan her şeyi kaydetmekle yetinemez, gerekli gördüğü tamamlayıcı unsurları araştırır. Okurlarına olayların basit bir çözümlemesini aktarmakla yetinemez, olguların anlamını ortaya çıkaracak, belirtecek bir yazı hazırlamayı dert edinir. Okur, gazeteciden olayı sadece aktarmasını beklemez, olanaklar ölçüsünde bu kez de kendisini olayların tanığı yapmasını ister. Ünlü gazetecilik dili -üçüncü kısım konusu- gereklidir bu amaca ulaşabilmek için. Önceden belirlenmiş bir röportaj yönteminin sıkı sıkıya uygulanması bunun için ne zorunlu ne de yeterlidir.

II. Röportaja Hazırlık

Daha önce değinilen altı soruya (kim, ne, nerede, ne zaman, nasıl ve niçin) cevap arayışı her türlü röportaj için evrensel bir yöntemdir. Olay yerinde, her zaman, bu altı sorunun hepsine birden yanıt bulamayız. Ama bir muhabir önündeki süre içinde kullanabileceği bütün olanaklarla bunları aramadıkça yaptığı işten tatmin olamaz. Bir olaydan haberdar edildiği an ile yazının teslim edilmesi anını birbirinden ayıran süre bir kaç haftadan yirmi-otuz dakikaya kadar değişir. Bu durum, uygulanacak çalış-

ma yöntemini sürekli belirleyen bir etkendir. En iyi yöntem, çok önceden bilinen bir olayın röportajı için uygulanacak olan yöntemdir. Bütün diğer durumlarda, özellikle de bir olaydan, olayın gerçekleşmesinden sonra haberdar olursa -kuşkusuz olabildiğince bu yöntemin ruhuna sadık kalırız- hızlılık diğer her şeye göre öncelik kazanır.

En iyi durumda, çok önceden bilinen bir vakada, muhabirin işi bu bilginin yazılışleri odasına ulaşmasıyla başlar. Yapılacak iş, olayın doğrudan kendisiyle, ne öngörüldüğü ve aynı zamanda olayın ortamı, yarattığı olgular, ne beklenildiği ve olayı çevreleyen genel hava ile ilgili azami bilginin toplanmasıdır. Şayet muhabir aşağı yukarı konunun uzmanıysa, bu hazırlık hızla yapılacaktır. Muhabirin kişisel dosyalarına bir göz atması, gazetedeki belgelerden birkaç ayrıntıyı araştırması yeterli olacaktır. Tersi durumda, gerçek bir inceleme gerekecektir. Bu da, elaltındaki bütün belgelerin derinlemesine okunmasını ve olanak varsa bir uzmanla görüşmeyi gerektirir. Bu hazırlık esastır. Şayet yetersiz hazırlık yapılırsa, muhabir açısından olayın özünün "kenarından geçme", çoğu zaman çok yanıltıcı olan dış görünüş tarafından yönlendirilme ve bir ayrıntının önemini görmeme riski vardır.

Dış görünüş ile temeldeki gerçek arasındaki bir fark hemen her olayda vardır. Bu fark, olayın kahramanının bir ayrıntıyı öne çıkarma ve bir diğerini saklamakta çıkarı varsa daha da önemlidir. Bir başka deyişle, gazeteci ihtiyatlılığı ve buna bağlı olarak röportaj hazırlığından en ince ayrıntılara kadar titizlik gösterilmesi, örneğin politik ve adli olaylarda, daha da önemlidir. Bir davanın özetini hazırlayacak adliye muhabirinin, şayet mahkeme salonuna dosyayı iyice incelemeden girecek olursa, değerlendirme hatası yapma riski çok yüksektir. Yar-

gıç dışında, bir davanın tarafları nesnel gerçeğin araştırılmasından gerçekten tarafsız davranmak eğiliminde değildir. Taraflar müdahaleleriyle, hatta tanıklar bile gerçeği saptırmaya çalışırlar. Sahte tanıkları bir kenara bıraksak bile, mahkemeye tanıklık için çağrılan herkes şu veya bu ayrıntının üzerinde duracaktır. Bu durum temel olguları bütünüyle değiştirmese de tanığın bakış açısı temel olguların değerini azaltabilir veya çoğaltabilir. Bir seri çarpıtma çabasıyla karşı karşıya kalan gazetecinin nesnelliği, ancak davanın başlamasından önce bilinebilecek her şeyin çok açık bir şekilde öğrenilmesinin verdiği güvenle korunabilir.

Bununla birlikte, muhabir, olaydan önce dosyanın incelenmesi sırasında kesin bir yargıya -önyargıya- varmak gibi, yukarıdakinin tersi bir hataya düşmemek için de tetikte olmak zorundadır. Muhabir, genel bir konu üzerinde araştırma yapmakla değil, ama belli bir olayı anlatmakla yükümlü olduğunu unutmamak zorundadır. Olay yerine gitmeden önce yazısının yapısını kurmaya olanak verecek kadar ön hazırlık yaparken, çalışma, yetersiz hazırlığın neden olabileceği ölçüde önyargılı bir röportaj hazırlanmasıyla sonuçlanabilir. Gerçekten de, yeni unsurlar, nasıl algılanırsa algılansın, her zaman röportajın merkezini oluşturacaktır. Çünkü bunlar güncelliği oluştururlar.

III. Olay Yerindeki Çalışma

Röportaj, sözlük anlamıyla, aktif ve anında bilgi araştırmasıdır. Önceden bilinen veya beklenmedik bir olayda röportajın ele alınışı birbirinden çok farklıdır.

Şayet olay önceden biliniyorsa, gazeteci aşağı yukarı titiz bir şekilde hazırlanmaya zaman bulur So-

runu oldukça iyi tanır. Ne beklendiğini bilir. Ve ne olup biteceğini kolayca kestirebilir. Buna karşın, yine de açıklanan saatten önce olay yerine giderek hazırlığını eksiksiz duruma getirmek zorundadır. Böylece örgütleyiciler ve oyuncular ile karşılaşabilir, eksik bilgileri tamamlayabilir. Meslektaşlarıyla "son tiyo"ların alışverişini yapar. Kendini, olayın akışını en iyi koşullarda izleyebilecek şekilde, bir veya birden fazla gözleme noktası ve gösterinin izleyeceği güzergahı saptayarak hazırlar. Gösterinin başlamasıyla birlikte, artık işi, gelişmeyi dikkatli bir şekilde izlemek, anlamak ve kaydetmektir. Muhabirin karşılaşacağı temel risk sahne önünde olan bitenlere kendini kaptırmasıdır. Bu nedenle sürekli uyanık ve tepkisel olmak zorundadır. Görünürde temel önemde olan bütün bu olguları kaydederken, muhabir, ikinci derecedeki anlamlı veya ilginç, renkli olguları yakalayabilmek için uyanık kalmalıdır. Muhabir, saldırgan değilse bile, aktif bir izleyici gibi davranır, hiç durmaksızın eleştirel bakar, sürekli kendine sorular yöneltir ve bunlara yanıt arar.

Şayet beklenmedik bir olay sözkonusuysa, gerçek bir hazırlıktan söz edilemez. Gazeteci olay yerine hareket eder. Bu durumda gazeteci, aktaracağı olguları anlamasına yardımcı olarak sadece kendi kişisel kültür birikimine ve günlük olayları bilmesine güvenebilir. Ama yine de, konuyu daha iyi tanıyan bir meslektaşına danışabilir. Uzakta gelişen bir olay sözkonusuysa, uçağın veya treninin hareket saatini beklerken, yolculuk sırasında okuyabileceği belgeleri toplama olanağı bulur.

Olay yerinde edineceği ilk bilgiler, önceden bilinen olaylarda olduğundan daha fazla önemlidir. Bunlar, muhabirin olay yerine ulaşmasından önce olup bitenlerin değerlenmesine yardımcı olur. Bu-

nun için yöneltilen sorular belirgin açık olmalı ve ilk çabalar, bu soruları yanıtlayabilecek en nitelikli kişilerin, meslektaş, polis, itfaiye, olayın tanığı vb. aranmasına yönelmelidir

Muhabir olay yerine ulaştığında, şayet her şey olup bitmişse, görevi, olay yerine gelmesinden önce olanları öğrenmek ve önceden bilinen olaylarda yaptığı gibi röportajı hazırlayabilecek şekilde olayın gelişmesini izlemektir. Bu, genel kuralların uygulanmasının güç olduğu, karmaşık bir görevdir. Gerçekten de, muhabirin kendi çalışmasını örgütlemesi, olayın ve kendisini gönderen işyerinin doğasına bağlıdır. Örneğin bir felaket sözkonusu ise ajans veya radyo için çalışan gazetecinin birinci kaygısı, olduğunca hızlı, ölü, yaralı ve kayıp sayısıyla ilgili yaklaşık ilk rakamları, hasarın dökümünü ve kapanan demiryolu, yanan işyerinin işçilerinin işten çıkarılıp çıkarılmayacağı vb. gibi sonuçlarını öğrenmek ve bunları aktarmak olacaktır. Baskıya girmesine daha saatler olan haftalık bir derginin veya günlük gazetenin muhabiri ise, olay yerini sakin bir şekilde gözlemleyecek, kurtarma çabalarını izleyecek, sağda solda tanıklar arayacaktır. Gerçekten de olayın resmi sonuçları onun için, şayet şimdiden kesinleşmediyse, sadece röportajını tamamlayıp göndermeye hazırlandığı sırada ilginç olacaktır.

Her ne olursa olsun, olay yerine geldiğinde hızlı davranmak, kısa bir süre sonra elde etmesi çok daha zor olacak olan bilgileri toplamak için acele etmek önemlidir. Şayet yaralı ve ölüler halen daha olay yerindeyseler, bunların kimliklerini saptamak kolaydır, ama şayet bunlar cankurtaranlarla kaldırılmışlarsa durum çok farklıdır. Olayla ilgili kişilerden -şarampole yuvarlanmış otobüs sürücüsü, yanan deponun bekçisi gibi- daha olayın etkisi alındayken, bilgi almak olası iken, bunlar, kendilerini

toplayıp soğukkanlı davranmaya başladıklarında soruları yanıtlamaya yanaşmayacaklardır. Son olarak, olay yerinden derlenen bilgiler genellikle yetersizdir ve tamamlanması gerekir. O halde, bu bilgileri verebilecek kişileri ve bunlara nasıl ulaşılacağını süratle ve kesin bir şekilde saptamak gerekir. Şayet olay yerindeki muhabir bunu kendisi yapamayacaksa, yazılışlerine telefon ederek bir meslektaşının bunlarla ilgilenmesini isteyebilir.

Özetlersek, bir röportaj, hazırlık aşamasından yazma aşamasına kadar, aynı anda uygulanan ve birinin diğerini denetlediği çeşitli sayıda niteliği gerekli kılar: konunun bilinmesi, ilgi, gözleme anlayışı, eleştirel yaklaşım, süratle analiz ve sentez yapma alışkanlığı, düşünme ve karar vermede hızlılık, "insan ilişkisinde" rahatlık ve yılanı deliğinden çıkartabilen incelik.

IV. Not Almak

Bir gazeteciden söz ettiğimiz zaman, doğal olarak bir not defteri ve tükenmez kalemle silahlanmış bir insanı çağrıştırırız. Bir muhabir gücü ne olursa olsun, gerçekte, belleğine bütünüyle güvenemez. Muhabir olaydan hemen sonra -genellikle olay bitmeden- yazısını kaleme almak durumunda kalacaktır. Yani, aldığı notlar anlatılması gerekenler üzerine, ama zaman kaybetmeden kullanılabilecek kadar özlü ve açık olacaktır. Her gazetecinin kendine göre not alma yöntemi vardır. Ama bütün yöntemler, ortak olarak daha önce üzerinde durulan röportaj yapma kurallarını yansıtırlar. Bir muhabirin olguların akışını oturum sekreterleri veya tutanak yazmanının yaptığı şekilde izlemediğini daha önce görmüştük. Muhabir notlarını da onlar gibi alamaz.

Bir muhabirin aldığı notun birinci özelliği *kısa*

olmasıdır. Göreceli olarak karmaşık bir olguyu veya bir söylevin ana fikrini özetlemek için tek bir sözcük çoğu zaman yeterlidir. Gerçekten de röportaj için alınan notların, olaydan haftalar sonra üzerinde çalışılacak -ders notları gibi- belgeler olmadığı unutulmamalıdır, bunlar kullanıldıktan sonra atılacak *hatırlatma* araçlarıdır.

Röpotaj sırasında alınan notlar, her şeyden önce ve kuşkusuz, olayın *temel unsurlarını* içerecektir. Ama bu o kadar önemli değildir, çünkü bunların unutulma riski çok azdır. Bir söylevin birkaç vurgu noktası metin olarak not edilebilir ama metnin kısa olma zorunluluğu unutulmamalıdır. Şayet bir muhabir bir söylevin veya herhangi bir açıklamanın uzun parçalarını steno ile yazmak zorunda kalırsa, işini ciddi bir şekilde yapamaz, çünkü o, anlamak, sentez ve eleştiri için sürekli çaba harcamak zorundadır. Şayet önemli bölümler, hatta bir demecinin *tümünün* aktarılması zorunluysa, bu iş muhabirin yükümlülüğünde değildir: Metin ya toplantıyı düzenleyenler tarafından gazeteciye verilir, ya da ses alma aygıtıyla kaydedilir ve sonra çözülür.

Genellikle not edilmesi daha önemli olan, temel olayla iç içe girmiş ve onun anlaşılmasına yardımcı olan *ikinci derecedeki olgular*, ilginç, anlamlı veya alışılmamış, olaya rengini veren ve olayın havasını yeniden oluşturmaya olanak veren *ayrıntılardır*.

Muhabir aklına gelen ve olay yerinde yanıtını bulamadığı *soruları* not eder.

Röportaj notları her şeyden önce bir *hatırlatma* ise de, bunlar aynı zamanda bir şema oluşturmalıdır. Yazım sırasında notlar kronolojik sıraya göre yeniden okunmak zorunda kalınırsa, çok değerli bir zaman kaybedilecektir. Gerçekten de muhabir daha notlarını alırken, yazacağı yazıyı düşünür ve yapısını kurmaya başlar. Bu anlamda notlar röportajın

gerçek bir taslağıdır.

Bu, notların mantıklı bir şekilde sıralanması demektir. En iyi yöntem, her önemli unsur için bir sayfa ayırmak ve bununla ilgili ayrıntıları tamamlayarak, düzelterek veya farklı renklerle belirterek buraya aktarmaktır. Bunu yapmak bazen zordur, çünkü temel olgular bağımlı oldukları ikinci dereceden unsurlardan sonra ortaya çıkabilir. Ama bir gönderme, not içinde notlar sistemi, gelişmekte olan olayı, bu taslak sayfalar aracılığıyla olabildiğince bir düzene sokmaya olanak verir. Son olarak, bir gösterinin -karmaşık bile olsa- röportajı için not almak göreli olarak rahat ve kolaydır, ama sözkonusu olan muhabirin izleyemediği bir olaysa işler zorlaşır. Bu durumda gerekli taslağın, hiçbir unsuru unutmamak için anahtar altı sorunun çevresine; kim, ne, nerede, ne zaman, nasıl, neden; oluşturulması yeterlidir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
FARKLI RÖPORTAJLAR

Bundan önceki bölümde söylenenleri -genel yöntem- herhangi bir röportajda kullanabiliriz. Ama herbiri kendine özgü bir çalışmayı gerektiren çok çeşitli tipte röportajların olduğu da bir gerçek. Bir devrim ve bir trafik kazasıyla ilgili röportaj, bir boks maçı ve bir başkanlık seçiminin röportajı aynı tipte bir şemaya uyarak gerçekleştirilemez.

Burada daha önce yaptığımız bir ayırımı, önceden bilinen ve beklenmedik olay ayrımını bir başka biçimde tekrar ele almak gerekir. Bir yanda, bazen günlük diye adlandırabileceğimiz uzmanlaşmış röportajlar vardır: politik, adliye ve spor... Uzmanlaşmış röportaj kavramı, zaman içinde bir devamlılığın varlığını gösterir. Tek kusuru biraz geniş olmasıdır ve başka bir sınıflandırmaya giren -kültür, sinema, kadın, TV, vb. gibi- yazıları da çağrıştırarak yanılsama yaratabilir. Gerçeği söylemek gerekirse bu ikisi arasındaki fark açık değildir ve keyfidir. Temel ayrım, göreli güncellik ölçütüne bağlı olarak yapılır. Birincilerde güncellik kesindir, ikincilerde ise görelidir. Kadın ve edebiyat yazıları günlük gazetelerde genellikle haftada bir yayınlanabilirken, böyle bir şey politik yazılar için düşünülemez. Diğer yanda ise, daha az uzmanlaşma isteyen röportajlar yer alır. Aralarında hiçbir bağlantı bulunmayan, değişik olayları ele alan röportajlardır bunlar.

Bu ayırımların dışında, uzman olsun veya olmasın bütün muhabirler herhangi bir konuyu ele almaya, soruşturma, söyleşi, güncel olaylar üzerine

haber ve röportaj yapmaya vb. her zaman hazır olmalıdırlar.

I. Politika, Adliye ve Spor Röportajları

Politika, adliye ve spor konularında uzmanlaşmış muhabirler, birbirine zincirleme bağlı olaylar dizisini izlemekle yükümlüdürler. Çoğu zaman bu olaylar önceden bilinir ve duyurulur. Beklenmedik bir şekilde ortaya çıksalar bile, gazeteci bunları ele alabilecek kadar iyi silahlanmış durumdadır, çünkü genel olarak olguları tanımaktadır. Gerçekten de, uzmanlaşmış bir muhabir, kendi ilgi alanındaki bütün güncel gelişmeleri aktarmakla görevlendirilmediği zaman bile, bunları izler ve kendini bilgilendirir.

Son derecede uzmanlaşmış birkaç muhabirin dışında, *adliye muhabirlerinin* yükümlülükleri kelimenin gerçek anlamıyla sadece temel olayları özetlemekle sınırlı değildir. Bunlar gelişmeleri sürekli izlerler. Böylelikle hazırladıkları röportajlar açık ve iyi anlatılmış olur. Sadece bununla bile yetinmezler, gerekli gördükleri zaman, önemli bir gelişme olmasa bile *politik durum belirlemesi* veya bir büyük davadan önce dosyayı anlatan bir *ön haber* veya bir spor kulübünün çalışmalarının dökümünü yaparlar. Yani bu gazeteciler için, sürekli bilgi araştırması ve "genellikle iyi bilgilenen" önemli kişilerle iyi ilişkilerin sürdürülmesi gibi kesintisiz bir çalışma sözkonusudur. Politika muhabiri özelliklè meclis koridorlarından, bakanlık bürolarından çıkmaz. Komisyonlarda neler olduğunu, servislerde neler hazırlandığını, gruplarda neler kararlaştırıldığını öğrenmek için çaba harcar. Adliye muhabiri ise, ilginç bir duruşma olmasa bile düzenli olarak adliye sarayına gider. Savcılar, avukatlar, duruşma katibi ile

görülmekte olan davalarla ilgili olarak görüşür. Spor muhabiri, ekiplerin çalışmalarını izler, kulüp yöneticileriyle sürekli ilişki içindedir.

Bu işler her şeyden önce, hiç kuşkusuz yetkin ve ilgili olmayı gerektirir, ama aynı zamanda, incelik ve ağzısıkılık da önemlidir.

Yetkin olmak okura karşı bir zorunluluktur, ama aynı zamanda bu, bilgilerin araştırılmasında bir silahtır da. Gazeteci, meslektaşlarının çok şanslı gördüğü, her zaman olması gereken yerde, olması gereken zamanda hazır olan ve çoğu zaman gelişmeleden en iyi bir şekilde "haberdar" olan, en ufak bir ipucunu hemen değerlendiren, sürekli güncel hale getirdiği kendi arşivine hemen başvurabilen bir insandır. Ve doğal olarak milletvekilleri, bilgi almak için çalışması en iyi olan gazeteciye başvururlar, çünkü o her şeyden haberdardır... Her servisin bir karşılığı vardır.

İlgi ve incelik birbirinden ayrılamaz. Birincisi her türlü araştırmanın motorudur. İkincisi, motorun giderek hızlanmasını, alıp başını gitmesini engelleyen frendir; ilginin çok ısrarlı bir hale gelmesine, karşıdakinin rahatsız olmasına ve bunun sonucunda bir bilgi kaynağının kesin olarak susmasına engel olur.

Ağzısıkılık gazetecilikle çelişki içinde görülebilir. Buna karşın, mesleki nitelikler arasında buna da yer vermekten sakınılmamalıdır, çünkü bu, gazetecinin her zaman bilgi alabileceği kişilerin güvenini kazanmasını sağlar. Böylesine bir güven ilişkisi içinde, gazeteci bazen yayınlamamak koşuluyla gizli bilgileri elde edebilir. Bir güveni yıkmak, bu bilgileri açığa vurmak sadece dürüst olmayan bir davranış değil, aynı zamanda hata olacaktır. Bir günlük *scoop* uğruna, gazeteci mesleki geleceğini tehlikeye atacaktır. Sadece ihanet ettiği haber kaynağının ve-

receği bilgilerden yoksun kalmayacak, çalışma alanına giren kurumlar tarafından boykot edilecek, bağrında bulunduğu meslek çevresinden dıştalanacak, özetle, haber kaynaklarından bir çoğunu kaybedecektir.

İlk bakışta böyle bir güven ilişkisinin yararları anlaşılmayabilir. Muhabir, bunları yazmasa bile kullanabilir. Her şeyden önce, güvenilir kaynaklardan edindiklerine ters düşen bilgileri yayınlama tehlikesinden kurtulur. Sonra da, çok daha genel olarak, bu yolla elde ettiği bilgiler durumu daha iyi anlamasını sağlar ve bir olayı içinden görebilir. Şayet bir diplomat, hazırlık aşamasında hiçbir şeyin sızmadığı uluslararası bir anlaşmanın çok yakın olduğunu duyurursa, gazeteci, anlaşmanın açıklandığı anda, anlaşmanın bütün boyutlarını derinlemesine incelemeye zaman bulabildiği için diğer meslektaşlarına göre daha avantajlı olacaktır ve aynı zamanda, önceden bazı tarihi ve açıklayıcı unsurları ve yorumları kaleme alabilecektir. Bölgesel çapta bir spor yarışmasında, bir atletin rekor denemesi yapacağının bilgisini kulüp yönetiminden öğrenen bir ulusal gazete, bütün basın organları arasında olay yerine gazeteci ve fotoğrafçı gönderen tek gazete olacaktır. Sonuçta, genel kural olarak bir gazetecinin ağzısıkılığı, haber kaynakları ile basın elemanı arasındaki güven ilişkisinde temel bir unsurdur.

Bunlarla, aşırı kuruntulu olmanın bir meslek hastalığı olduğunu söylediğimizi düşünmeyin. Burada sözkonusu olan, açık ki, içten ve samimi bir güvendir. Kesinlikle hesaplı bir gevezeliğin üzerine oturan sahte bir güven değil. Güven görünümüne bürünerek verilen bütün bilgilerin gerçeğinden ayırt edilmesi bazen zordur. Bir işareti yorumlamayı bilmeyi, karşıdakini iyi tanımayı ve şayet bir bilginin yayınlanmaması isteniyorsa, buna uyabilmek

gerekir... Burada sözkonusu olan rastlantı sonucu elde edilen, bir bardaki bir konuşmaya kulak misafiri olarak veya bir bekleme salonunda, normalde orada bulunmaması gereken bir belgeyi okuyarak elde edilen bilgiler değildir. Bu durumda, bunları saklamak zorunda olanların görevidir gerekli önlemleri almak, yoksa bunları bir rastlantı sonucu öğrenenlerin değil. Son olarak, ağzısıkılığın daha üst seviyedeki meslek ahlakıyla, hatta genel ahlak değerleriyle çatıştığı durumlar da görülür. Bir cinayet hazırlığı konusunda sır olamaz. Bir politik skandalın haberini alan gazeteci, kendisine duyulan güvene, mesleki geleceğini tehlikeye atma pahasına da olsa ihanet etmenin bir görev olduğunu düşünebilir. Burada, bir gazetecinin hayatı boyunca böyle dramatik bir olayla hiç karşılaşmaması olasılığının çok yüksek olduğunu da söylemek gerekir.

Duruşma, oturum ve spor röportajları parlamento, adliye ve spor muhabirlerinin işinin bir parçasıysa da, bunlar işin doruk noktasıdır. Daha önce de ele aldığımız gibi, gazetecilik işinin geri kalanı, her şeyden önce, bu röportajlar için iyi hazırlanmaktır. Bu nedenle sorunun kökeninde yatanları, çeşitli tavır alışları, olayın parçası olmayan ama ilgili grupların açıklamalarını, genel kamuoyunun veya belirli bir grup kamuoyunun olay karşısındaki eğilimini..., önceden bilmenin, son oturumu bilmek kadar önemli olduğunun üzerinde durmaya bile gerek yok. Bu tip olaylarda -en azından politik ve adli- gazeteci sürekli olarak uyanık olmak zorundadır. Ayrıntılar temelden daha gösterişli olabilir. Avukat, doğal olarak, jürinin, mahkemenin ve basının dikkatini -müşterisini zor duruma düşüren unsurları unutturmak için- sanığın lehine olan veya sadece renkli ve eğlenceli ayrıntıların üzerine çekmeye çalışır. Bir bakan veya milletvekili, konuşma

yeteneğini çok iyi bir şekilde kullanarak dinleyicileri büyülemeye ve böylece tartışmaya açtığı fikirlerin zayıf noktalarını saklamaya çalışır. Bu konu dışı sözler de, kuşkusuz, olayın bir parçasıdır ve aktarılmak zorundadır; ama ağaç, ne kadar ilginç olursa olsun, ormanı saklamamalıdır. Muhabir olayın her kısmına ne kadar yer vereceğinin hesabını iyi yapmak zorundadır. Bir izleyici, parlamentodaki bir tartışma sırasında bir mantar patlatırsa, bu alışılmamış davranış teknik bir konudaki sıradan bir oturumun yıldızı olmaya adayken, bir güven oylamasında, ancak, röportajın bir köşesinde yer bulur.

Şu da bir gerçek ki, politik veya adli bir röportaj temel olarak nesnel olmasına karşın, spor röportajları, özellikle yazılı basında, kişisel yoruma önemli oranda yer verir. Sporla ilgilenen çok sayıda okur, gazetecinin aktaracağı maçı stadtan veya televizyondan izlenmiştir. Bu nedenle okurun şimdiden bilgiyi olayların birbiri ardına sıralanmasının hiçbir ilginç yanı yoktur. Ama spor muhabirine zorla dayatılan bu özgürlük, onun için bir kolaylık değil, tersine güçlüktür. Uyanık ve heyecanlı spor kitlesi en küçük bir olgunun, ayrıntıda bile olsa, gözden kaçmasına ve yorum hatasına göz yummaz.

II. Genel Haber Röportajları

Sözünü ettiğimiz gazetecilerin -bunlar karmaşık olaylar dizisini izlerler- karşısında, hemen her zaman beklenmeyen olayları, *çeşitli olayları* ele alan genel haber muhabirleri yer alır.

Ele almak zorunda kaldığı olguların çeşitliliği, bu muhabirlerin birbirinden çok farklı çevrelere ve olaylara büyük bir uyum gösterme esnekliğine sahip olmasını zorunlu kılar.

Bu olaylar, esas olarak, kazalar ve yangınlar, şa-

şırtıcı ve örnek olabilecek olaylar veya suç ve kusurlardır. Bunlar, bir uçak kazasından, bir depremden veya ünlü bir kişinin öldürülmesinden, şömine yangınına veya bazı bölge gazeteleri için "iyi niyet gösterisi"ne kadar uzanırlar. Bu olaylar, muhabirin -bazen aynı gün içinde- bir polis komiserinin bürosunda ve karanlık bir bar köşesinde, bir gecekonduda ve bir kokteylde aynı rahatlıkla bulunmasını zorunlu kılar.

Çeşitli röportajların değişmez kuralı, gazetecinin *asgari zamanda* çalışmak zorunda olmasıdır. Bu olayların büyük çoğunluğu önceden kestirilemez. Bu nedenle önce haber almak, daha sonra olay yerine gidiş ve soruşturma, son olarak yazıyı gazeteye iletmek gerekir. Bunların olabildiğince süratle yapılması da bir zorunluluktur. Yolculuğun hızı seçilen ulaşım aracına bağlıysa da, soruşturmanın hızı daha önce anlatılan yöntemin uygulanması ve soğukkanlılık işidir. Haberin iletilmesine gelince... Dağın başında telefon bulabilme yeteneğini göstermek gerekir. Önceden bilinemeyen bu olayların haberini almak, işin en karmaşık bölümüdür, ne rastlantılar ne de kendiliğindencilik üzerine hesap yapılabilir.

Genel haberler, *atlatılma** riskinin, bir haberi meslektaşının başka gazetede yayınlanan yazısından öğrenme riskinin en fazla olduğu gazetecilik alanıdır. Bu *hata*ya düşmekten kurtulabilmek için -gerekçeleri ve koşulları ne olursa olsun *başarısızlık* her zaman için hatadır- bütün haber ekibi, haberciler ağıyla sürekli sıkı bir ilişki içindedir ve bu ağı sürekli geliştirir. İki röportaj arasındaki boşlukta, bu gazeteciler yazışleri odasında olası bir haberi bekleyerek zaman geçirmezler: Haber avına çıkar-

(*)Atlatma: Önemli bir olayı veya olayın bir unsurunu diğer gazetelerden önce vermek. (Ç.N.)

lar, listelerindeki bilgi kaynaklarını dolaşırlar, yeni haberci ve bilgi kaynakları oluşturmaya çaba harcarlar. Bu kaynaklar çok sayıda ve çeşitlidir, ama bazıları, kazalardan doğal olarak çok hızlı bilgi sahibi olan servisler ve kişiler, bir başka deyişle, polis, itfaiye ve hastahaneler sürekli ve vazgeçilemezdirler.

Polis karakollarına yapılan günlük *turlar*, argoda *ezilmiş köpek* arayışı diye adlandırılan haber araştırması bir gerekliliktir. Gazeteci, günün olaylarının kısaca sıralandığı basın bültenini genellikle *elden* alır. Okuru ilgilendirebilecek olanları işaretler ve nöbetçi müdürlerden, komiser ve polis memurlarından gerekli tamamlayıcı bilgileri almaya çalışır. Bu, röportajın ne dolaylı olarak karakolda yapıldığı ne de gazetecinin polis ile kamu arasında basit bir aracı olduğu anlamına gelir. Gazetede birkaç satırdan fazla yer vermeye değmeyen basit olaylarda, böyle, karakolda elde edilen bilgiler yeterlidir. Ama gerçekten ilginç olanlar için bu asla geçerli değildir: Bu durumlarda, gerçekten de, muhabir, hazırlık soruşturmasının olguları aktarış biçimiyle yetinemez: Okurlarına kendi özgül araştırmasının sonuçlarını aktarmak zorundadır. Ayrıca, karmaşık cinayetlerde veya ünlü birinin adının karıştığı olaylarda polis çoğu zaman ayrıntıları açıklamaktan kaçınır. Yani soruşturmanın gizliliği kuralı, polisin kendi reklamının önüne geçer. Karakolları dolaşmak, yine de, genel bir hareket noktasıdır. Polis merkezindeki genel havaya alışkın olan bir muhabir, anormal bir hareketliliği kolayca sezebilir. Sağa sola yönelttiği soruların zorlamasıyla bir muhabirin, kesin bir bilgi olmasa bile, en azından iz sürebileceği kadar yeterli ipucu elde edemediği çok az görülür.

Yine de, muhabirin polisten hiçbir şey öğrenemediği de olur. Diğer yandan zaman faktörünün önemi

düşünülürse, polisle ayna anda, hatta ondan önce olmayan bilgi sahibi olmak her zaman yeğlenir. Herhangi bir olayla ilgili ilk bilgilere sadece polisin sahip olmadığı unutulmamalıdır: Polisten önce olayın failleri, kurbanları ve tanıkları vardır. Olayın faillerinden doğal olarak fazla bir şey bekleyemeyiz. Olayın kurbanları şikayetlerini bir gazeteciye anlatabilirler ama bunların olay yerinde bulunabilmesi çok zordur. O halde doğrudan veya genellikle olduğu gibi tanıklar aracılığıyla dolaylı bir şekilde bilgi toplayabilmek için örgütlenmek gereklidir. Bu da, mahallelerde kahve patronları, gazete dağıtıcıları, zanaatkârlar ve kapıcılardan oluşan haberci ağı yardımıyla gerçekleştirilebilir. Bunların, çevrelerinde olup biten olağandışı olaylardan bilgilenme şansları diğer insanlara göre daha fazladır. Bu habercilere yardımlarının karşılığı, prim veya gazetenin bazı servislerinden ücretsiz yararlanma yoluyla ödenir. Ama bu habercilerin yardımı, özellikle muhabirlerin onlarla kurdukları sürekli ilişki içinde, onlara önemli bir rol oynadıkları duygusu verilerek sağlanır. Son olarak bu coğrafi ağ da yeterli değildir. Ne olağanüstü, ne kanlı, ne de suç niteliğinde olan olaylarda, örneğin ünlü bir kişinin ölümü gibi bu ağın, bilginin kullanılabileceği kadar kısa bir süre içinde çalışması olanaksızdır. Böyle bir olay, aile çevresinin dışında, ancak ölen kişinin iş çevresinden süratle öğrenilebilecektir. İşte, idare, işyeri ve çeşitli dernekler içinde bir haberci ağının, gazetenin politik, ekonomik, sosyal ve kültürel servisleri tarafından elde tutulmasının önemi buradadır.

III. Özel Muhabir (Envoyé Spécial)*

Belirli bir kilometre uzaklıktan sonra -hiçbir ga-

(*) Envoyé Spécial: Önemli olaylarda gazete tarafından özel olarak gönderilen muhabir. (Ç.N.)

zetede bu uzaklık kesinlikle belirtilmemiştir-, bir muhabir özel olarak gönderilen muhabir ünvanını alır. Bu yeni adlandırma çalışma yönteminde hiçbir değişiklik yaratmaz. Buna karşın bu yolculuğu ancak önemli ve karmaşık bir olay haklı gösterebilir. Şayet sözkonusu olan önceden bilinen bir gösteriyse (festival, grev, kongre, kupa karşılaşmaları vb.) şu ana kadar söylenenlerin dışında özel bir çalışma gerekmez. Buna karşılık, deprem ve darbe gibi beklenmedik olaylar veya sıradan bir gösterinin çatışmaya dönüşerek beklenmedik bir boyut kazanması, kesinlik ve neredeyse otomatik bir tepki gerektirir. Daha önce de gördüğümüz gibi, bu durumda muhabir, olay yerine ulaşır ulaşmaz gazetenin ilk baskı saatine bağlı olarak çalışmasını örgütlemek zorundadır. Şayet baskı saati yakınsa, her şeyden önce, o ana kadar olan gelişmelerle, sonra da mantıki olarak olabileceklerle ilgili bilgi toplamak yapılması gerekendir. Hemen olayın merkezine gidip *havayı koklamak* yapılacak en iyi şeydir.

Olayın başlangıcına tanık olmayan muhabir, olay yerine ulaştıktan sonra da bütün gelişmelere, olay alanının çok geniş olması veya ulaşılmaması gibi nedenlerle, tanıklık yapamayacaktır. Yani süratle haberciler bulması gerekecektir. Şüphesiz en iyi olanak şayet varsa, gazetenin yerel muhabiri, ajansların muhabirleri, yerel gazeteciler ve hiç kuşkusuz olay yerine daha önce ulaşma şansına sahip olan diğer gazetelerin gönderdiği muhabirlerdir.

Burada birbirine rakip gazeteciler arasındaki ilişkilere bir iki sözcükle değinmekte yarar var. Gazeteler arasındaki yarışma ile gazeteciler arasındaki mesleki dayanışma başka başka şeylerdir. Aynı olayı *izleyen* muhabirler arasındaki ilişkiler bu iki şey arasında kurulan dengenin bir sonucudur. Bir *scoop* yakalayan şüphesiz dama çıkıp bunu herkese

duyurmaz, en azından kendi gazetesinin öncelik kazanmasını sağlayacak zamanın geçmesini bekler. Ama hiç kimse, olay yerine yeni gelen meslektaşına, şayet birlikte gelseler onun da öğrenebileceği bilgileri, aralarında kişisel sorunlar, diş bilemeler yoksa vermekten kaçınmaz. Bu tür diş bilemelerin gerisinde, genellikle, bugün yardım isteyen muhabirin daha önce yardım etmekten kaçınmış olmasının yattığının altı çizilmelidir. Bu diş bileme de gazeteler arasındaki yarışmanın etkisi çok az, politik karşıtlığın rolü ise daha da azdır... Ayrıca, olağanüstü durumlar dışında, özel muhabir, gazetesinin bölgede tek temsilcisidir ve olayların bütün yönlerini izleyemez. Yani örgütlü bir işbirliği içinde yapılan bilgi alışverişi herkesin çıkarınadır. Günlerce süren bir olayda, bir otelde veya bir kahvede, gazetecilerin bilgi alışverişi yaptığı bir komuta merkezi kendiliğinden oluşur. Bu bilgi alışverişi, sistemli bir şekilde, bir haberin karşılığında başka bir haber şeklinde olamaz, ama, hiçbir şey aktarmadan düzenli bir şekilde *tiyo* aramaya gelen bir muhabirin de dışlanacağı açıktır. Bu işbirliği bazen daha düzenli bir şekilde örgütlenir, birçok gazeteci yapılacak işi aralarında paylaşırlar ve saptanan bir saatte biraraya gelerek topladıkları bilgileri birbirlerine aktarırlar.

Diğer haberciler olaya göre değişir. Bunları bulabilmek için evrensel bir çare yoktur, bu, tanıma ve mantık yürütme işidir... ve işin niteliği açısından belirleyicidir. Burada, bir değerlendirme hatasıyla dış görünüşe aldanarak, çok daha önemli unsurları gözden kaçırarak, kesin olmayan olağanüstü ve özel haber peşinden gidilmemelidir.

Bir özel muhabirin, aktarması gereken bütün bilgilere ulaşmasının ne kadar zor olduğu görülüyor. Olanaksız olanı gerçekleştirmesi istenmediği de bir

gerçektir. Sadece, bir ajansın özel olarak gönderdiği muhabir hiçbir şeyi es geçemez, ajanslar bir şey atlamaya karşı hazırlıklıdırlar. Özel muhabirlere çevreyi tanıyan ve orada yaşayan muhabirler de yardım ederler ve genellikle ekip halinde çalışırlar. Gazeteler, genel kural olarak, hiçbir olguyu kaçırmamak için ajans haberlerine güvenebilirler. Onların, olay yerine gönderdikleri özel muhabirlerden bekledikleri sadece kendi özgün diliyle yazılmış bir yazı değil çünkü bu işi ajans haberlerinden yararlanılarak yazıişleri odasında da yapılabilir-, tam bir bilgi değil -çünkü eksiklikler merkezde tamamlanabilir-, açıklayıcı ve kişisel analizler, ortamı yansıtan röportajlar, olanaklar içinde *scoop* ve özel bilgilerdir. Özetle, bir gazetenin özel olarak gönderdiği muhabir, ajansın işini tekrarlamaz, ama okurlarına bütün gazetelerde bulunabilecek brüt haberden *başka şeyler* verir.

Bir *haftalık* derginin özel muhabiri, günlük gazeteninkine göre temel olguların bir kısmını, daha rahat ihmal edebilir, çünkü okurları her koşulda yazısının yayınlanmasından önce bunları öğrenebilecektir. *Scoop*'a gelince, gelecek baskıdan önce açığa çıkma şansı çok fazladır. Yani, muhabire, özellikle temel güncel olayı aydınlatacak ikinci derecedeki unsurları aramak, olayın nedenleri ve sonuçları üzerine soruşturma, olayın öne çıkardığı ve arka plandaki insanlarla söyleşiler yapmak düşecektir.

IV. Araştırma ve Büyük Röportaj

Buraya kadar, bütünüyle yabancı olduğu olayları aktarmaya çalışan muhabirleri ele aldık. Bunların yanı sıra, olayı kendileri yaratan gazeteciler de vardır. Gazetelerin ilgi alanı sadece, kelimenin gerçek anlamıyla günlük haberle sınırlı değildir. Haftanın,

ayın, yılın, çağın büyük kültürel, politik ve ekonomik sorunlarını, olabildiğince derinlemesine ele almak da onların işidir. Bu durum haftalık dergiler için özellikle geçerlidir, ama aynı zamanda, radyo ve televizyon tarafından aktarılan olayları açıklamak ve tamamlamak durumunda kalan günlük gazeteler için, bu, giderek daha fazla oranda bir zorunluluktur.

Bir sorunla ilgili büyük röportaj ve soruşturma, konunun güncel olaylar tarafından dayatılmadığı bir gazetecilik uygulamasıdır. Bunlar, genellikle, güncel olaylarla doğrudan bağlantılıdır. Trafik kazalarıyla ilgili bir araştırmayı Paskalya tatili sırasında veya önemli bir reformun ertesi günü yayınlamayı yeğleriz. Aynı şekilde bir resmi ziyaretten, o ülkeyle ilgili röportajı yayınlamak için yararlanırız. Bu konuların belirgin özelliği, bunların yayınlanmamasının gazetecilik açısından bir eksiklik olarak görülemeyeceğidir. Bunlar bir gazete açısından önemlidir. Bunların niceliği, niteliği ve kamunun ilgisiyle uyum içinde olması bir gazetenin başarısı için önemli bir unsurdur, ama bunların hiçbiri, tek başına ele alındığında gerçekten gerekli değildir. Yani güncel olayların röportajlarında olduğu gibi acele etmek zorunluluğu yoktur. Buna karşılık hem çok iyi hazırlanmaları hem de röportajın her unsurunun doğrulanması zorunluluğu vardır. Ayrıntıda bir hata, erken bir yorum, haberde bağışlanabilir, ama bunlar, bir araştırmada veya bir büyük röportajda önemlidirler.

Gazetecilikte araştırma yöntemi, konuya bağlı olarak, şu veya bu oranda sosyolojik bir araştırma yöntemiyle aynıdır. Yani kurallar aynıdır, ama olanaklar, kuşkusuz çok daha azdır. Bu da aynı kesinliğe varılmasına olanak tanımaz. Özellikle bir çalışma programının yapılabilmesi için, her şeyden önce

konu üzerinde bugüne kadar yayınlananların incelenmesi, uzmanlara başvurarak bir *ön araştırma* yapılması gerekir. Daha sonra sıra söyleşi yapılacak kişilerin seçimine gelir. Bunların arasında yine uzmanlar ve aynı zamanda konuyla doğrudan ilgili kişiler de olacaktır. Seçim, hiçbir zaman bilimsel olarak geçerli sayılabilecek kadar yaygın olmasa da, olanaklar içinde *örnekleme* kurallarına göre yapılacaktır. Sonuçta kaynakların eleştirisi ve yorum bir sosyoloğunki kadar kesinlik taşıyabilir. Gazetecinin yaptığı bir soruşturma ile bilimsel bir soruşturma arasındaki temel farklılık onun yazımı sırasında ortaya çıkar. Muhabir, gerçekten de, her zaman her türlü dogmatik ve açıkça ders verici bir görünümdeki ifadelerden uzak durur. Onun sanatı, kesin ve canlı olmaktır, bu da çözümleyici ve parçalı bir şekilde gerçekleştirilebilir. Ama ele aldığı ve yazdığı unsurların tümü, hazır formüller haline getirilmese bile, doğal olarak bir senteze, bir sonucu ulaşacaktır.

Bir araştırmadan daha geniş bir konuyu (büyük röportaj) ele almak zorunda olan bir muhabir, örneğin bir ülkenin bütün yanlarıyla incelenmesi gibi, ayrıntıların içine girme zamanını hiçbir zaman bulamaz. Buna karşın ondan, okurlarına bu ülkeyi gerçekten tanıtabilmek için, ülkenin temel özelliklerinin biraraya getirilmesinden oluşmuş bir yazı veya yazı dizisi hazırlaması istenir. Gezetecinin araştıracağı ve yukarıdaki hedefe ulaşmasını sağlıyacak unsurlar iki grupta toplanabilir: Bir yanda özel bir hava yaratan özgün ve ilgi çekici renkli yanlar, diğer yandan, politik, ekonomik ve sosyal evrimle ilgili olgular.

V. Taşra ve Yurtdışı Muhabirleri (Correspondant)*

Çeşitli röportaj türlerine -büyük bir olasılıkla eksik olmayan ama temel tiplerin belirtildiği- bu toplu bakış, merkez muhabirlerinin bütün işlevlerini yerine getiren bir gazeteci sınıfını da ele almayı gerektirir: taşra ve yurtdışı muhabirleri.

Gazete merkezinde gazetecilerin uzmanlaşması, yazılışlerinde çalışanların sayılarının önemine bağlıdır. İki muhabir olduğunda, bir çeşit görev bölüşümü ortaya çıkar. Ama belli bir coğrafi alanı -küçük bir kasabadan bir ülkeye veya ülkeler grubuna kadar uzanabilir bu- *kapsamakla* yükümlü gazeteciler politik veya sporla ilgili bir gösteriyi, bir tiyatronun gala gecesini veya ekonomiyle ilgili bir konferansı, bir kazayı, bir buluşu ele alıp, röportaj hazırlayabilecek yetenekte olmak zorundadır. Kuşkusuz onlardan, bütün bu alanlarda, uzman meslektaşlarınınki oranında uzmanlık istenmez. İşte, önemli olaylarda özel muhabir gönderilmesinin gerekçesi budur. Buna karşın, bir taşra veya yurtdışı muhabiri, güncel olayların tümünü ele alabilecek ve herhangi bir olayın ilgi çekiciliğini ve önemini hemen kavrayabilecek, geniş bir kültüre ve evrensel bir ilgi alanına sahip olmak zorundadır. Özellikle de, çalışma alanı olan ülke ve bölgeyi çok iyi tanımalıdır. Bu muhabirlerden gerçekte ne beklenmektedir? Bir yandan, ajansların ele almayacağı kadar az ilgi çeken, ama gazetenin okurlarının özel ilgi alanına giren konularla ilgili ayrıntılar, bilgiler, diğer yandan, genel

(*) Fransızcadaki *correspondant* ve *reporter* sözcüklerinin karşılığı olarak Türkçede sadece *muhabir* sözcüğü kullanılıyor. *Correspondant*, daha çok, belirli bir coğrafi alandaki olayların tümünü izlemekle görevli gazeteciyi tanımlarken *reporter* gazete merkezinde çalışan ve aşağı yukarı uzmanlaşmış gazeteci anlamına geliyor. (Ç.N.)

havayı yansıtarak günlük olayları açıklayan yazılar. Yani, bu muhabirler her şeyden önce, herhangi bir haberi süratle öğrenebilme, herhangi bir olayla ilgili yetkin kişilerden gerekli, tamamlayıcı ve açıklayıcı bilgileri soracak şekilde davranabilme yeteneğine sahip olmalıdırlar. Özetle, taşra veya yurtdışı muhabirleri asla hazırlıksız yakalanmamalıdır. Her muhabirin çalışmasının örgütlenmesi, insan faaliyetlerinin bütün alanlarındaki nitelikli bir haberci ağının üzerine oturur.

Çeşitli bölge baskıları yapan bir taşra gazetesinin *yerel veya bölge* muhabirleri, temel olarak sadece kendi bölgesindeki okurları ilgilendiren ve sadece bu bölgede dağıtılacak günlük haberleri iletmekle yükümlüdürler. Belirli bir öneme sahip yerlerde bu muhabirler kadrolu gazetecilerden oluşur. Bunların yanı sıra, muhabirliği ikinci derecede, yan bir iş olarak gören insanlar -belediye memurları, öğretmenler- vardır ve bunlara yazı başına belirlenen bir tarifeye göre *sayfa başına*, hatta satır başına ödeme yapılır. Bir köyde, muhabir herkes tarafından tanınır ve muhabirin köyde olup bitenlerin hepsinden bilgi sahibi olması zor değildir. Ve bu muhabir, daha çok dostlarının ve ilişkide olduğu insanların yayınlanmasını istedikleri ipesapa gelmez haberlere karşı mücadele eder. Asgari bir örgütlenme, iletilmeye değecek hiçbir haberi kaçırmamaya yeter.Ama sözlük anlamıyla haberlerin yanı sıra, ele alması gereken, her alandaki belediye çalışanları, tarım sorunları, küçük sanayinin gelişmesi gibi çok zengin haber ve soruşturma malzemesi vardır elinin altında. İyi bir taşra muhabiri, her şeyden önce, *haber anlayışına* sahip olan, okurunu ilgilendirecek konuları ayırt etmesini bilen ve bunları, en iyi şekilde olmasa bile -yazışleri bunları düzeltmek için görevdedir- anlaşılmasını sağlayacak hiçbir unsuru

gözden kaçırmadan kaleme almasını bilen kişidir.

Yurtdışı muhabirinin, önemli olayların yaşandığı günler dışında, gazetesine her gün yazı göndermek diye bir zorunluluğu yoktur. Her alandaki gelişmelerden sürekli bilgi sahibi olmak ve ilginç bir olay yakaladığı zaman harekete geçmeye hazır olmak zorundadır. Ayrıca, kendisine yeteri kadar yer ayrıldığı ölçüde, zaman zaman bulunduğu ülkede yaşanan ilginç olaylarla ilgili soruşturmalar hazırlar ve genel durumla ilgili makaleler yazar. Yurtdışı muhabirinin mesleği gazeteciliktir ve ondan olaylar kadar, hatta daha çok olayların açıklanması ve hatta yorum beklenir. Ama gazeteler aynı zamanda *stringer* de kullanırlar. Bunlar çoğu zaman yerel gazetecilerdir ve yazışlerinin kendilerini göreve çağırmasını, gönderilecek özel muhabire kılavuzluk yapmalarının kendilerinden istenmesini beklerler.

VI. Söyleşi

Söyleşi, ancak bütün bir yazı veya bir yazının önemli bir parçası olarak okura sunulduğu zaman gerçek bir gazetecilik uygulamasıdır. Hiç kuşkusuz, hemen hemen her röportaj, bilgi sahibi insanlarla yapılmış görüşmeleri ve söyleşiyi de içerir, ama röportajın içinde genellikle bunlara değinilmez. Derinlemesine yapılan ve özel bir röportaj türü olarak kabul edilen söyleşinin amacı, sözü, ünlü bir kişiye bırakmaktır. Bu durumda muhabirin rolü, her şeyden önce, söyleşi yapılacak kişiyi konuşturmak, ona kamunun ilgi duyacağı şeyleri söyletmektir.

Amaçlarına göre söyleşileri iki gruba ayırabiliriz. Birinci durumda, söyleşi yapılan kişiden uzmanı olduğu konuda bilgi alınır. İkinci durumda amaç, ilgilenilen kişiyi tanımak, onu *yıldız* yapmaktır.

Birinci gruba giren söyleşi -bilgi araştırması-, sa-

dece tasarılarını öğrenmek için bir bakanla, yeni bir yasaya karşı tepkisini öğrenmek için bir sendikacıyla yapılmaz. Aynı zamanda bir bilim adamının son keyfi veya güncel olayların ortaya çıkardığı bir yasal hak üzerine de gerçekleştirilebilir. Böylece, gün ve gün haberden uzaklaşarak, bilimsel olayların toplum içinde yaygınlaştırılmasına çalışılır. Bunun için söyleşi en etkili amaçtır. Bir bilim adamının veya profesörün yazıyı kendisinin yazmasına karşı çıkılacaktır. Çünkü bu insanlar, tanım olarak konunun uzmanıysalar da, bunların konu dışındaki insanlara bu bilgileri aktarma alışkanlıkları yoktur. Gazeteci, burada, bir aracı olarak müdahale eder. Önce konuyu açığa çıkarmak ve aydınlatmak için sorular yöneltir, daha sonra olguları ve düşünceleri kendisi anladıktan sonra, herkesin anlayabileceği bir dilde yazıyı kaleme alır. Bir söyleşi, yapılan hazırlığa ve gerçekleştirilme şekline göre iyi de olabilir, kötü de. Şu an için sonradan kaleme almayı bir kenara bırakırsak, başarıyı, bir muhabirin karşısındaki kişiden sıradan bilgilerin dışında bir şey alıp almayacağı belirleyecektir. Sonuç, büyük ölçüde, karşılıklı konuşma tekniğine ve önceden yapılan hazırlığa bağlıdır.

Hazırlık, konunun ve içeriğinin olabildiğince iyi bilinmesini amaçlar. Bu noktadan başlayarak, yanıtsız kalan soruları belirleriz ve buna göre söyleşiyi yönlendiririz. Bir uzmanla görüşüleceği zaman bu çok açıktır, ama bir yıldızla yapacağımız şöyleşide de bu geçerlidir. Bu durumda, genellikle yanıtını bildiğimiz soruları yöneltiriz. İlginç olan bu yanıtın biçimi ve yanıtlama şekli olacaktır.

Söyleşinin *gerçekleştirilişi* ise çok değişkendir ve konuya, ortama ve söyleşi yapılan insanın kişiliğine bağlıdır. Soruları konu yönlendirir. Karşılıklı görüşme boyunca daha önce hazırlanan sorular unu-

tulmamalıdır. Ama bu listeye de sıkı sıkıya bağlı kalınmamalıdır. Verilen yanıtlar, şu veya bu oranda öngörülmeyen unsurlar ortaya çıkarak bazı soruları gereksiz hale getirirken; yenilerinin sorulmasını gerektirecektir. Ortam ve söyleşi yapılan insanın kişiliği söyleşinin tonunu -resmi veya içten- ve ritmini -düzenli veya kesik kesik- belirler. Söyleşiyi yapan muhabir, birbirinin karşıtı olan iki hatadan kaçınmalıdır. Birinci, kendini dayatmak, kendi kendine konuşmak ve söyleşi yapılan kişiyi bütünüyle yönlendirmektir. İkincisi ise, denetimin elden kaçırılması ve söyleşiyi yapan insanın canının istediği gibi konuşmasına olanak verilmesidir. Genel kural olarak muhabirden, karşılıklı konuşmanın sürekli yönlendiricisi ve müdahalelerinin kısa ve açık olması beklenir.

Söyleşi yapılan kişiye sözle saldırılması, kışkırtılması ve soğukkanlılığını yitirmesini sağlamaya çalışılması çağdaş bir eğilim olarak ortaya çıkmaktadır. Bu teknik, özellikle söyleşi, bir yıldızın kişiliği üzerine ise, televizyonda, son derece iyi sonuç verir. Gerçi söyleşi yapılan kişinin sözlerini denetleyemez hale gelmesi çok az görülür, ama kamera çoğu zaman ağızdan kaçan sözlerden daha etkili olacak bilinçsiz jestleri acımasızca yakalayacaktır. Yazılı basın için de bu yöntem geçerli olabilir. ama sistemli olarak uygulanmamaktadır.

Ayrıca, bir söyleşinin özellikle yoğun bir röportaj türü olduğu da gözardı edilmemelidir. Söyleşi sırasında zaman kaybına hiç tahammül yoktur. Bu nedenle, muhabir, soğukkanlı ve gelişebilecek her türlü beklenmedik olay karşısında hemen ve etkili bir şekilde tepki göstermeye hazır olmak zorundadır. Bu, muhabiri çok az not alarak çalışmaya zorlar. Bir söylevi dinlerken, olay yerinde, söylevi kaydetmekle yetinir. Ama söyleşi sırasıda görüşmeyi yö-

netmek gerekir ve çok fazla not alma isteği, karşılıklı konuşmasının akışını kaçırma riskini de beraberinde getirir. Bu da temel bir hatadır. Yani söyleşiyi yapan, unutulma tehlikesi olan rakamları ve anlamlı ayrıntıları (özellikle ortamın havasını) not etmekle yetinir. Yazacağı makalenin planını yaparken temel olanlar tabii bu planı söyleşinin hemen ardından yapması koşuluyla halen daha aklındadır. Gerçekten de bir söyleşiyi, görüşmeden hemen sonra, görüştüğümüz kişinin dili ve çevrenin yarattığı etkiyi sindirmiş bir haldeyken, olduğunca erken kaleme almak kaçınılmazdır.

Yazılı basında da, söyleşilerde ses alma aygıtının kullanılması yaygındır. Bu aygıt gazeteciyi not alma derdinden kurtarır, ama daha önce de gördüğümüz gibi alınan notlar haberin şekillendirilmesinin birinci evresi olduğuna göre, not alma işini bütünüyle ortadan kaldıramaz. Bu aygıtın kullanılmasının iki zararı vardır. Birincisi, metni bütünüyle çözmeyi ve daha sonra, bunlar üzerinde düzeltmeler yapmayı zorunlu kılar. Bu da, yanıtları çok yoğun ve kesin olan çok az sayıdaki söyleşiler dışında iyi sonuç vermez. İkincisi, arada bir aygıtın varlığı, söyleşi yapılan çok sayıdaki insan üzerinde engelleyici bir etki yapar, kendiliğinden davranışları azaltır, hatta bazı bilgilerin alınmasına engel olur. Bu durumda ses alma aygıtının, buna alışkın olan insanlarla ve daha sonra bir saptamayı araştırmak, belirli nitelikte olağanüstü veya anlamlı bir parçayı olduğu gibi aktarmak için sadece kayıt amacıyla - bir metnin tümünün yayınlanmasının sözkonusu olduğu durumlar dışında- kullanılması iyi bir yöntemdir.

ÜÇÜNCÜ KISIM

HABERLERE BİÇİM VERİLMESİ

BİRİNCİ BÖLÜM
YAZIM

I. Haber ve Gazetecilik Dili

Etimolojik açıdan, bilgilendırmek biçim vermek demektir. Gazetecilik çalışmasını iki zaman dilimine -bilgilenmek ve bilgilendirmek- ayırırsak, burada sözkonusu olan bu ikincisidir. Haberler bir kez muhabirler veya dış kaynaklar aracılığıyla (basın ajansları ve haberciler) gazeteye ulaştığında, bunları kamuya aktarmak gerekir. Bu evrede olası azami bilgi toplanmıştır, iş *mesajın* hazırlanmasına gelmiştir. Bu, iyi bir *iletişim* kurulmasını amaçlayan ikili bir kaygıyla yapılır. Bu da, mesajı çok sayıda kişi tarafından anlaşılabilir hale getirmek ve elde olan teknik olanakları en iyi şekilde kullanmak demektir. Bu iki zorunluluk, brüt malzemeyi, toplanan bilgileri makaleye ve bunların hepsini de basılmış bir gazeteye dönüştürecek bir dizi işi yönlendirir. Yapılan işleri ikiye ayırabiliriz: Sözcüğün bilinen anlamıyla, bu kısmının konusu olan *yazım* (redaksiyon) ve sunuş, *sayfa sekreterliği*. Ayrıca bunların arasında bir içsel bağımlılık ilişkisi vardır; muhabir makalesini, sayfa düzeninin gereklerine göre belli bir uzunlukta kaleme almak; sayfa sekreteri ise muhabirin makalesini, aşağı yukarı yazıldığı gibi değerlendirmek zorundadır.

Gazetecilikteki yazılım kuralları hem muhabir hem de sayfa sekreterleri açısından aynıdır. Ülkelere ve gazetelere göre de aşağı yukarı değişmeden

kalır. Sadece bazı dergilerde, en küçük ayrıntıya kadar uyum içine sokulması kaygısıyla bütün makaleler bu işin uzmanları, *rewriters* (14) tarafından sistemli olarak yeniden yazılırlar.

Her yayın organına özelliğini veren bu ayrıntılara burada girmek olanaksız. Burada, sadece gazetecilik dilinin -çoğu zaman biraz küçümseyici anlamda kullanılır- aşağı yukarı evrensel kurallarını ve bileşenlerini ele alacağız. Her şeyden önce, basite alır biçimde gazetecilik dili diye küçümseyerek söylenişin altında "kötü gazetecilik dili" ifadesinin yattığını belirtmeliyiz. Yeteneksiz bir yazar yetenekli bir yazarı hiçbir şekilde tehlikeye atmazken, bir yazıya, bir gazeteciye veya gazeteye yöneltilen haklı bir eleştiri, her zaman, aşağı yukarı bütün basının sırtına yüklenir. Bu, psikologlar tarafından ciddi bir şekilde ele alınması gereken bir olgudur. Sonuçları üzerinde hiçbir önyargıya varmadan gazetecilik dilinin savunulması, onun amacının ve kurallarının anlatılmasıyla olanaklıdır. Bir dilin en iyi sergilendiği yer de nitelikli, düzenli yayınlardır. Gazetecilik dilinin amacı çok açıktır: Güncel olayları olabildiğince çok sayıdaki okura tanıtma ve anlatmak. Uygulanan özel yöntem, özellikle kurgu ve yazım üzerine oturur, ama hazırlıktan da söz etmek gerekir.

II. Hazırlık

Her şeyden önce, muhabirin kendi olanaklarıyla derlediği veya yazışlerinin farklı kaynaklardan elde ettiği malzemelerin sıraya konulması gelir. Daha sonra, bunları bir kez daha eleştirel bir yaklaşımla değerlendirmek, göreli ilgi derecelerini saptamak ve kullanılacak olanları seçmek gerekir. Bir haberi *biçimlendirecek* olan gazetecinin elinde iki çeşit malzeme vardır. Birinciler doğrudan olayın kendisi-

ni anlatan, muhabirin notları, yazılışlerine verilen küçük notlar ve makaleler gibi malzemelerdir. Diğerleri ise, haberi tamamlayacak, anlaşılmasına yardımcı olacak ve haberin anlamını ortaya çıkartacak malzemelerdir. Bunlar temel olarak ele alınan olayı etkileyen veya onunla birleşerek onu anlaşılır kılan eski veya benzeri olaylarla ilgilidirler. Bunlar, arşiv, kütüphane, *feature** ajanslarının sağladığı malzemeler ve gazetecinin belleğinden oluşur. Gazetecinin belleği yanıltabilir ve beklenen kesinliğe cevap vermeyebilir. Ama en azından, bu hafıza, belgeler arasında yapılacak araştırmayı yönlendirecek, kalın dosyalar arasında kaybolarak zaman yitimine neden olmayacak oranda olmak zorundadır.

Malzemeler bu şekilde toplandıktan sonra geriye seçme işi kalır, çünkü bunlar, okura iletilecek haberi oluşturacak yazı veya yazılarda ele alınmak için çok fazladırlar. Bu seçimi yönlendirecek ölçüler daha önce ele alınmıştı: güncellik, anlam ve ilgi. Diğer bir deyişle, gazeteci, yeni olan ne varsa, anlaşılırlık için neler gerekliyse, okurun ilgisini çekebilecek ne varsa onu alır. Ayrıca, gazeteci topladığı bilgilerin altı temel soruya yanıt verecek biçimde eksiksiz olmasını sağlar. (15)

III. Kurgu

Yazımdan önceki son evre olan kurgu, basit olaylarda, daha önce hazırlık diye adlandırdığımız evreyle eşanlamlıdır. Her koşulda, kurgu, toplanan malzemeler içindeki son eksikliklerin giderilmesine ve böylece hazırlığın kusursuz hale getirilmesine olanak verir. Hazırlık gazetecilik çalışmasının birinci bölümünün -bilgilenme ve anlama- son evre-

(*) Feature: Basit bir haberden daha karmaşık röportaj, söyleşi ve araştırma türünden yazılar. (Ç.N.)

siyse, kurgu ikinci bölümün, -bilgilendirme ve anlatma- ilk evresidir. Gazetecilik kurgusunun her şeyden önce açıklık zorunluluğuna uyması istenir. Bunun gazetecilik için olduğu kadar, bir konuşmacı, hazırlık soruşturmasının raporunu hazırlayan bir jandarma için de geçerli olduğu açıktır. Yine de bir konferans metninin, göreli olarak konunun içinde olan izleyiciler için, hazırlık soruşturmasının, raporu ele alacak üstlerinin veya savcının anlayabileceği kadar açık olması yeterliyken, basında çıkan yazının, konu ne olursa olsun, en azından bizi burada ilgilendiren günlük gazetelerde, herkesin anlayabileceği kadar açık olması gerekir. Bu amaçla, gazeteci, okumayı kolaylaştıracak, günlük yaşam içinde koşuşturan aceleci okurun habere bir *göz atarak* temel olanı öğrenebileceği basit bazı yöntemlere başvurur. Sayfaların bağlanmasından hemen önce gelen en son bilgilerin çoğu zaman habere katılması gerekir. Bunlar, bu son dakika değişikliklerini kolaylaştırıcı bir olanak olarak da kullanılır.

Bunlardan birincisi olan *giriş** neredeyse bir zorunluluktur. Giriş bir yazının birinci unsurudur. Şayet sözkonusu olan bir haberse, temel bilgilerden, en yeni, en anlamlı ve en ilginç olan bilgilerden oluşur. Şayet yazı uzunsa, girişin farklı unsurları tek tek ele alınarak birbiri ardına eklenecektir. Şayet kısaysa, temel bilgilere tamamlayıcı ayrıntıların eklenmesiyle yetinilecektir. Her koşulda, okur daha birinci satırdan başlayarak olabilecek azami sayıda bilgiyi alabilmelidir. Şayet konu okuru ilgilendirirse okumayı sürdürecektir, yoksa, okumayı sürdürmese bile yine de olaydan *haberdar* olacak-

(*) Fransızca metinde *attaque* ve *chapeau* sözcükleri kullanılıyor. Genellikle ana metinden farklı karakterde veya farklı satır uzunluğunda dizilen bir haber metninin girişi veya sunuşu kastediliyor. Türk basınında *spot* sözcüğü de kullanılır. (Ç.N.)

tır. Ayrıca, girişe, yazımla sayfa *bağlanması* arasında geçen süre içinde değişebilecek unsurların katılması yararlıdır. Böylece, son anda, makalenin son gelişmeleri aktarabilir duruma getirilebilmesi için girişin yeniden dizilmesi yeterli olacaktır. Bu unsurları daha ileride, yazı içinde yinelemekten kaçınılmalıdır. Bir doğal felaket durumunda, olayın dökümüne girişte yer veririz. Şayet yazı içinde bu dökümden uzun uzadıya söz etmek istersek, bunu şu şekilde yaparız: "Saat 19.30, 17 ölü 24 yaralı." Durum daha da kötüleşirse, girişteki rakamları düzeltmek yeterli olacaktır. Bir araştırmada, bir büyük röportajda veya ne bir haber, ne de bir yorum sayılabilecek yazılarda da giriş aynı kurallara göre yazılabilir. Genellikle de konunun *can alıcı yanına* vurgu yapan alıntılar yapılarak okurun ilgisinin çekilmesi amaçlanır. Yorum yazıları ise, klasik bir girişin hoşgörülebildiği tek yerdir, buradaki giriş, çoğu zaman, ele alınacak konulara bir göndermedir.

Yazının kendisi klasik kurgu kurallarına bağlıdır. Ama aynı zamanda, son dakika değişikliklerine olanak veren ve okurun ilgisinin sürekliliğini sağlayan kurallara da bağlıdır. Yazının yapısını alışkanlık olarak iç içe geçmiş *soba borusu* şeklinde kurarız. Bir yazı, birbirinin içine geçmiş unsurların sürekliliğini taşır. Sayfaların *yapıldığı** sırada bir son dakika haberine yer bulmak istendiğinde, metin bir kaç unsuru atılarak kısaltılır. Yazılışlerinin bütün önlemlerine karşın, bir unsur yanlışsa veya güncelliğini yitirmişse, bunu hemen bir yenisiyle değiştiririz. Bütün bunlar, yazı içinde önem sırası giderek azalan unsurların *başaşağı bir piramit* şeklinde dizilmelerini gerektirir. Ayrıca, sayfaların yapılmaları sırasında çalışmayı kolaylaştırmayı amaçlayan,

(*) Dizilmiş metinlerin hazırlanan makete göre sayfalara yerleştirilmesi. (Ç.N.)

gereksinim duyulduğu zaman, yazı içinde daha az önemli bölümleri aramaya ihtiyaç duymadan son satırların kesilip atılmasına olanak veren kurallara da uyulmalıdır. Aynı zamanda, yazı, okura yardımcı olacak ve okurun yazıyı okumayı yarıda bıraktığı zaman ikinci dereceden olayları kaçırmayacağı bir şekilde kaleme alınmalıdır. Ama bu kural diğerlerine göre daha az önemlidir. Bu kuralı sadece kısa makalelerde gerçekten uygularız. Yazıyı ikiyüz veya üç yüz kelimeyi geçtiğimiz anda, kura olarak ilgi giderek azalacağı için, can sıkıcı olmak korkusuyla okurun ilgisini tekrar tekrar çekecek şekilde kaleme alırız. Yani, ikinci dereceden ilginç veya şaşırtıcı bazı unsurlarla, gerekli görülen açıklamalar, okurun ilgisini tekrar yazı üzerinde toplamak için yazı içinde kullanılırlar.

Son olarak, bir başyazı veya bir araştırmada doğal olarak bir *sonuç* yazmak sözkonusuysa da, bu, haber için geçerli değildir. Üç yüz kelimeden daha kısa olan yazıların, genellikle haberin en önemsiz unsurlarıyla bitirildiğini gördük. Daha uzun yazılarda bitişin daha bir özenle ele alınması gerekir, ama bunu yaparken haberi şu veya bu oranda yorumа dönüştürebilecek her açıklayıcı sonuç cümlesinden de kaçınmak gerekir. Genellikle yazı, bir tanığın yorumu kullanılarak, ortamın havasını aktaran bir ayrıntı ele alınarak, olayların üzerine bir tahmin yapılarak veya sonuçları verilerek bitirilir..., ama bir yazının *bitişini* tanımlamak gerçekten olanaksızdır, bitiş olayın içeriğine ve elimizdeki unsurlarına bağlı olarak çok değişkendir. Önemli olan, derlenen malzemeler içinde en uygun görüneni sağlamayı öngörebilmektir.

Özetlersek, gazetecilik kurgusu, okurun en az zahmetle, konuyu en iyi bir şekilde anlayabilmesini sağlamayı hedefler. Uygulanan yöntem ne olursa

olsun her zaman yeni yöntemler bulunabilir. Amaç haberin temel unsurlarından veya bunu açıklayan ve kamunun ilgisini çekecek ayrıntılardan oluşan belirgin noktaların ortaya çıkarılmasıdır.

IV. Yazım

Gerçek anlamda gazetecilik dili, yazılışlerinin dili, aynen kurguda olduğu gibi, okurun anlamasını kolaylaştırmayı hedefler. Aynı zamanda okura çekici gelmeyi ve onu olguların dolaylı *tanığı* haline dönüştürmeyi amaçlar. Genel olarak bir haber, özellikle de bir röportaj, kuru bir rapor değil, kamuyu elinden geldiği kadar olayların içine sokmaya çalışan yazılardır. Kuşkusuz, bazı dergilerde sürekli uygulanan *yeniden yazımı* dışta tutarsak, tek bir gazetecilik dili ve buna bağlı olarak bir tekdüzelik yoktur. Ne tıp alanındaki bir buluşla ilgili tek sütünlük haberi futbol kupasıyla ilgili bir röportaj gibi, ne de parlamentodaki bir tartışmayı bir sinema yıldızının aşk yaşamının yankıları gibi yazabiliriz. Aynı türden haberler için bile, her gazetecinin, kullandığı dildeki bireysel özellikleri sergilemesine olanak verecek esnekliğe yer vardır. Ama bu farklılıklar aynı genel kurallara saygı gösterilmesini dışlamaz. Bu, aynen Racine ve Corneille'in aynı kurallara uyarak sahneye koydukları trajedilerde, kendi olağanüstü yeteneklerini sergileyebilmelerine benzer.

Bu kurallar üç sıfatta özetlenebilir. Gazetecilik dili basit, somut ve canlıdır

Basitlik gazetecilik dilinin egemen unsurudur. Bütün yazılar en düşük kültür seviyesine sahip olan okurun anlayabileceği şekilde kaleme alınmak zorundadır. Gazete eğitim seviyesi ortalama seviyenin üzerinde bir okur kitlesine yönelik bile olsa, ga-

zetenin, dinlenme zamanında okunduğu, okurdan, yazıyı anlamak için ayrıca çaba harcamamasının istenmeyeceği hiç gözden kaçırılmamalıdır. Basitlik, hiç kuşkusuz, başarılması en zor olan niteliktir ve kişisel bir deney sorunudur. Bu konuda çok fazla bir şey söylenemez. Basitlik her şeyden önce, seçilen sözcüklerle ilgilidir. Az kullanılan sözcüklerden olabildiğince kaçınmak gerekir. Bunlardan bir veya birkaçının kullanılması gerektiğinde, bunları tanımlamak ve yinelemek gerekir. Bu sözcükleri hiç tanımayan veya az tanıyan okur, bunları farklı cümleler içinde okursa daha iyi anlayacaktır. Aynı şekilde, dilbilgisi açısından da basitlik gereklidir, okur, cümle içinde cümle araştırmak zorunda kalmamalıdır. Son olarak, cümlelerin kısalığı anlamayı kolaylaştırıcı önemli bir yardımcıdır. Bir gazeteci, her zaman, üç kısa cümleyi, iki yan, bağımlı cümle taşıyan bir temel cümleye yeğler. Bazıları bir metnin anlaşılırlık derecesinin kullanılan sözcüklerin kısa veya uzun olmasına da bağlı olduğunu söyler. Biz bunu sözcüklerin seçimi kuralına ekleyebiliriz. Kısa sözcüklerin, uzun sözcüklerden daha çok kullanıldığı biliniyor.

Gazetecilik dilinin *somutluk, nesnellik ve açıklık* özellikleri, bir haberin işlenmesinde kullanılacak kesinliğin en iyi yardımcılarıdır. En küçük bir lafebeliği izi, okurun ilgisini dağıtacak, olayın içine sokmak istediğimiz okuru, tersine olaydan uzaklaştıracaktır. Her cümle, neredeyse her sözcük haberin bir unsurunu, azami bilgiyi taşımalıdır. İşte her ad ve sıfat seçiminde, açıklığın, anlamı çok geniş ve gereksiz sıfat ve zarfların elenmesinin önemi buradadır.

Basitlik ve açıklık doğal olarak dile bir ölçüde canlılık katar. Ama bu kadarı yetersizdir. Yazının *canlı* olabilmesi için, okurun ilgisini çekebilmek için

başka yöntemlere başvurmak gerekir: Şimdiki zamanda yazmak, ara cümleler kullanmak, araya alıntılar sokmak, görsel malzeme ve karşılaştırmalar kullanmak gibi. Bunlar sonuçlarından emin olabileceğiniz yöntemlerdir, ama bunların uygulanmasında aşırıya kaçmanın gülünç sonuçlar doğurabileceğini de unutmamak gerekir. Albert Londres ve Joseph Kessel'in yaptığı gibi birinci şahısla anlatım, okurun muhabirle özdeşleşmesine neden olur. Ama bugün, bu, kendini beğenmişlik ve geçmişe ait bir uygulama olarak görülmektedir. Her koşulda, bu dil, ancak aşağı yukarı olağanüstü ve büyük röportajlarda kullanılabilir.

Her gazetecilik türünün kendine özgü dilinin gelişimini aktarmak için yeteri kadar yerimiz yok. Ama, çok açık ki, birkaç satırlık bir yazıda (16) edebiyat dili kullanılamaz, ama tersine, büyük röportajlarda -burada tanımlandığı biçimiyle- muhabire, yazarlık yeteneğini özgürce sergileyebilme hakkı tanınır.

İKİNCİ BÖLÜM

GRAFİK TEKNİĞİ

Gazetecilikle ilgili temel düşüncelerin hepsi bir kenara bırakılırsa, gazetecinin özgürlüğü, matbaa tekniklerinin getirdiği zorunluluklarla sıkı sıkıya sınırlanmıştır. Teknik servislerle sürekli ilişkide olan sayfa sekreterleri bunu çok iyi bilirler. Muhabirler bunu biraz gözardı etmek eğilimi gösterseler de, onlar da bu zorunlulukların sonuçlarına katlanırlar. Şayet muhabirler yazılarının uzunluğu ile ilgili olarak kendilerine verilen ölçüleri kılı kırk yararcasına dikkate almazlarsa, yazılarının hiç de uygun görmedikleri bir şekilde değiştirildiğini ve büyük bir olasılıkla da bunlara daha az değer verildiğini göreceklerdir.

I. Sunuşun Evrimi

Çağın başından beri gazetelerin sunuluşlarında görülen köklü değişikliklerin nedeni baskı malzemelerinin kullanım esnekliğinin hızla gelişmesidir. Gerçekte, 15. yüzyıldan 19. yüzyılın sonuna kadar teknik gelişme çok azdır. Harflerin tek tek biraraya getirilmesiyle gerçekleştirilen dizgi, çok dikkatli olmayı gerektiriyordu ve her türlü fanteziyi dışlıyordu. Dizgiciler sayfaları sütun sütun biraraya getirmek zorundaydılar. Tahta üzerine gravür hazırlamak ise; uzun sürdüğü için, günlük gazetelerde görsel malzeme kullanımını olanaksız kılıyordu. Görsel malzeme ancak 1930'dan sonra haftalık dergilerde görülmeye başlandı.

Basında yaşanan ilk önemli dönüşüm, 1965'de *rotatifin* ortaya çıkışıdır. Rotatif gazetelerin yüksek hızda ve süreklilik içinde basılmasına olanak sağladı. Ama bu gelişmenin ne dizgi ne de sayfa düzeni üzerinde bir etkisi oldu. Bunun için, iki temel buluşun ortaya çıkışına kadar, çeyrek yüzyıl beklemek gerekti: Fotoğraf klişesi ve mekanik dizgi. Birincisi, görsel malzemelerin aslına uygun olarak ve süratle çoğaltılmasına olanak veriyor, ikincisi ise, dizgiyi hızlandırıyor ve her geçen gün yeni yeni yazı karakterlerinin ve özellikle de harflerin tek tek biraraya getirilmesine göre çok daha kolay olan, tek bir blok halinde dökme kurşun satırların üretilmesine imkan veriyordu. Bu buluşlarla birlikte, gazeteler, kendi içlerinde bir değişim geçirdiler. Daha önceleri tam anlamıyla teknik bir iş olan sayfa düzenlemesi, giderek estetik ve işlevsel bir değer kazandı. Makaleleri basit bir şekilde ardı ardına dizmek ve bunları sayfa sonundan diğer sayfanın başına taşımak yerine, basına bugünkü görünümünü veren bir dizi gelişmeye olanak sağladı. Sayfa tasarımında fanteziye, başlıkların, metinin ve görsel malzemelerin dengelenmesine, *satır boyuyla* (17) istenildiği gibi oynanabilmesine yer açtı.

II. Baskı Yöntemleri

Üç baskı yöntemi vardır. En eski olanı mekanik *tipo* (tipografi) baskıdır. Bu sistemde kalıp çıkartılarak girintili çıkıntılı bir klişe oluşturulur, bu mürekkeplenir ve kağıt üzerine aktarılır. *Ofset* baskıda ise, foto-kimyasal yolla düz bir klişe, kalıp hazırlanır. Bunun bir kısmı mürekkep tutarken, diğer kısmı tutmaz. Bu kalıp, mürekkebi, kauçuktan bir silindir *(blanket)* aracılığıyla kağıt üzerine taşır. Son olarak *heliogravür* baskıda ise, klişe çukurlar açıla-

rak oluşturulur, çukur kısımlar mürekkeple dolar ve bunlar kağıt üzerine taşınır.

Amerika'da 1960 ve Avrupa'da 1970'e kadar, günlük gazetelerin tümü tipoyla basılıyordu. On yıl içinde ofset baskı bunun yerini aldı. Avrupa'da haftalık yayınların birçoğu ofset basılır. Amerika'da dergilerin basımında heliogravür kullanılıyorsa da, bu, orta ve düşük tirajlı gazeteler için pahalı bir sistemdir.

Kullanılan baskı yöntemi ne olursa olsun, dizgiden baskıya kadar geçilecek aşamalar neredeyse aynıdır ve belirlidir. Sayfa sekreteri açısından bakıldığında, ofset sistemi onun çalışmasına bir esneklik kazandırmıştır. Ofset'te sert metal parçalarını biraraya getirmek yerine, bir makas aracılığıyla kesilen film veya kağıt parçaları yapıştırılarak sayfa yapılır.

III. Dizgi

Dizgi, yazılışlerinin gönderdiği yazıların metal karakterler halinde veya film üzerine çıkartılmasıdır. Avrupa'da Gütenberg tarafından bulunan *elle dizgide, tek tek harfler* birbirine eklenir ve baskıdan sonra bu harfler tekrar kullanılmak üzere özel *kasalara* dağıtılırdı. Artık bugün, bu dizgi yöntemi tarihçilerin ilgi alanına girmiştir.

Bugün, metinler mekanik olarak, ya *sıcak* veya giderek daha fazla oranda *soğuk* dizilirler. Sıcak dizgi *linotip* dizgidir. Bu dizgide yazı makinesininkini andıran bir klavye bulunur, tuşlara her vuruşta, bir bakır *matris* birbiri ardına *compostör* içine düşer. Boşluklar, satır sonları düzenli olacak şekilde otomatik olarak düzenlenir. Daha sonra, bu matrislerin tümünün oluşturduğu kalıp üzerine yoğun sıcak metal püskürtülür ve böylece *blok halinde bir*

satır elde edilir. Bu satırlar *tekne* içinde birbiri ardına eklenir ve sonra sayfa düzenlemesinde kullanılır. Soğuk dizgi ise *fotodizgidir.* Her tuş darbesinde, ışık demetinin karşısına ışık getiren bir karakter gelir, buradan geçen ışık, film veya fotoğraf kağıdı üzerinde bu karakterlerin oluşmasını sağlar. Daha sonra, bu yolla dizilmiş metinler kesilerek sayfa yapımında kullanılır. Dizgiye başlamadan önce, dizgici, sayfa sekreterinin verdiği ölçülere ve seçtiği karaktere göre makinesini ayarlar.

Fotodizgi ofset baskıya daha uygundur ve bu baskı yöntemiyle birlikte yayılmıştır. Bu sistem *otomatik dizginin* gelişmesine de olanak vermiştir. Bu sistemde dizgicinin önünde klavye ve ekran vardır. Dizgici önce belirtilen ölçülere (harf yüksekliği, satır uzunluğu, vb.) ve seçilen yazı karakterine göre gerekli komutları makineye verir ve sonra, sanki yazının tümü tek satıra yazılıyormuş gibi, durmaksızın kilometrelerce yazar. Bir bilgisayar metnin analizini yapar, satırları dengeler, gerekliyse kelimeleri böler ve fotodizginin işleyişini düzenler. '80'li yıllardan beri, basında kullanılan tek yöntem budur.

Sıcak dizgide *başlıkların* ve *arabaşlıkların* dizgisi ayrı yapılır ve sayfa düzenlemesi sırasında bunlar ana metinle birleştirilir. Çok büyük başlıklar dışında, fotodizgide bunlar metinle birlikte ve yerinde dizilir.

IV. Fotogravür*

Metinler için dizgi neyse, fotoğraf ve desenler için de *fotogravür* odur. Fotogravür bu belgelerin, kullanılacak baskı yöntemine göre, metal klişe, film veya

(*) Fotogravür: Bir desen veya fotoğraftan kimyasal veya elektronik yöntemle tramlanmış film elde edilmesi. (Ç.N.)

kağıt üzerinde bir kopyasının elde edilmesine olanak verir. Belgenin klişe haline getirilmesi ya fotoğraf teknikleri kullanılarak kimyasal yolla ya da elektronik ve mekanik yolla olur. Fotoğraf veya ara renkler bulunduran belgelerde, *tram** kullanılarak, herbiri alacağı mürekkebin yoğunluğuyla belirlenen noktalarla klişe veya film oluşturulur.

V. Sayfa Düzenlemesi ve Baskı

Tipoda *sayfa düzenlemesi*, gazetenin bir sayfasının boyutlarındaki bir *biçim* içinde, metinlerin, başlıkların ve görsel malzemelerin tekrar çoğaltılmasını sağlayacak bütün metal bloklarının biraraya getirilmesidir. Önce klişe ve reklamlar sonra başlıklar ve en son olarak metinler sayfaya yerleştirilir. Bütün bu işlemlerden sonra, bunlar arasındaki boşluklar metal çubuklarla doldurularak sayfa bağlanır. Bu bağlanan sayfanın bir pres altında *flan* adını verdiğimiz bir kağıt üzerine kalıbı çıkartılır. Bu flan, yarım silindir şeklinde eğilerek ve üzerine sıcak metal püskürtülerek elde edilen baskı klişenin kalıbı olarak kullanılır.

Montaj ofset ve heliogravüre özgü sayfa düzenlemesinin adıdır. Montajcı dizilmiş metinleri ve başlıkları, aynı zamanda *tire*** (ara renksiz) ve *tramlanmış* fotoğraf ve diğer belgeleri sayfa boyutundaki bir karton veya polyester üzerine yapıştırır.***

(*) Tramlama: Ara tonları olan fotoğraf türü malzemelerin, baskıda bu tonların elde edilebilmesi için binlerce noktayla oluşturulmuş filminin yapılışı. (Ç.N.)
(**) Tire: Ara tonları olmayan siyah-beyaz görsel malzeme. (Ç.N.)
(***) Türkiye'de matbaacılık dilinde bu işlemin iki aşaması iki ayrı sözcükle ifade edilir. *Pikaj*, fotoğraf kağıdı üzerine dizilmiş metin ve başlıkların fotoğraf yerleri boş bırakılarak, çizilen taslağa göre filmi çekilecek sayfalar haline getirilmek üzere kartonlara yapıştırılmasıdır. *Montaj* ise sayfa filmlerinin fotoğraf filmleriyle birleştirilerek, sayfaların baskıda kullanılacak kağıdın boyutlarına ve katlanmasına göre, renk filmleriyle birlikte bağlanmasıdır.

Yani matbaalarda elle yapılan bu işlemler yerini ekranda sayfa yapımına bırakmıştır: Dizilen metinler bilgisayarın hafızasından ekrana çağrılarak, burada, fotoğraf kağıdı veya film üzerine geçirilmeden biraraya getirilirler. Sonuç olarak elle veya elektronik olarak bağlanan sayfa, önce filme, buradan da baskıda kalıp olarak kullanılmak üzere, fotoğrafçılık tekniğiyle alüminyum üzerine geçirilir.

Son olarak, *baskı*, rotatifler aracılığıyla yapılır. Rotatifler üzerlerine kalıpların takıldığı silindirlerden oluşur. Tipo baskıda mürekkeplenmiş her kurşun kalıp bir bobinden gelen, baskı silindiri ile karşı silindir arasından geçen kağıdın doğrudan üzerine baskı yapar, ön ve arka yüzlerin baskısı birbirini izler. Ofsette, alüminyum kalıp mürekkebi silindir şeklindeki kauçuk *blanket* üzerine taşır, iki blanketin arasından geçen kağıda da, arkalı önlü baskı yapılır. Her ikisinde de basılmış kağıtlar *katlamadan* geçer, iç içe toplanır ve kesilir.

Bütün bu işlemler kesin, neredeyse dakikası dakikasına saptanmış bir zamanlamaya uygun olarak yapılır. En azından her işlemin bitiş saati kesin olarak saptanmıştır. Yazışleri, olağanüstü olaylar - tarihi dememek için bu sözcüğü kullanıyoruz- dışında, bu kurallara karşı koyma gücüne sahip değildir. Bu zamanlama, gazete yönetiminin denetimi dışındaki birçok etkene bağlıdır. Tren, uçak saatleri, dağıtım kamyonlarının yola çıkış saati gibi. Her işlem için gerekli en kısa süre, çok küçük bir güvenlik farkıyla belirlenir ve her işlemin başlama ve bitiş saatleri saptanır. Yazışlerindeki zamanlama da buna bağlı olarak belirlenir.

VI. Gazete Boyutları

Bir gazetenin boyutları teknik zorunluluktan çok

bir zevk sorunudur: Herhangi bir boyuta göre makine üretilebilir. Ama rotatif ancak uzun zamanda kendini öder ve bir kez satın alındı mı boyutlarını bir daha değiştiremeyiz. En azından klasik gazetelerin boyu veya *yarım forma* veya *tabloid* denilen gazetelerin eni değiştirilemez. Çünkü bu boyutlar, sırasıyla, baskı silindirinin çevresinin yarısına ve dörtte birine eşittir. Gazetelerin boyutları standartlaşmamıştır, ama Fransa'da *Le Monde* dışındaki bütün gazeteler aşağı yukarı 40x60 veya 30x40 cm.'dir.* Bu konudaki evrim, daha ele gelir olduğu için, küçük boy, *tabloid* yönünde olmuştur. Bu evrim çok yavaştır, çünkü okurun alıştığı herhangi bir şeyi değiştirmek tehlikelidir ve bulvar basını diye adlandırılan gazeteler ilk kez bu değişikliği gerçekleştirdikleri için, ciddi olmak isteyen gazetelerin gözünde *tabloid* gazete boyutu güven verici görülmemektedir. Ama otomatik sayfa düzenlemesine geçiş, bu gelişmeyi de hızlandırmaktadır. Çünkü büyük boyut gazeteye otomatik sayfa düzeni zor uyarlanabilmektedir.

Bir sayfa aşağı yukarı 45 mm'lik sütunlara bölünmüştür. Bu tipo döneminden kalma ve gazetelerde standart boyutta yer alan reklam ajanslarının dayattığı bir ölçüdür. Ofsetin sağladığı esneklik bu zorunluluğu ortadan kaldırdıysa da, alışkanlık sürmektedir.

VII. Renk

Daha çok renklidir ve siyah-beyaz fotoğraf eksik bilgi iletir. Ayrıca renk, her türlü malzemeye olağanüstü estetik bir katkı getirir. Renkli fotoğraf yayınlayan ilk dergiler çok doğal olarak, büyük bir ba-

(*) Türkiye'de gazetelerin boyutları 59x41 cm.'de standartlaşmıştır. (Ç.N.)

şarı kazandılar. Buna karşın, renk kullanımı basında yaygınlaşmadı ve günlük gazetelerde görülmesi de çok yakın zamanda olmuştur.* Pahalıya mal olur ve hazırlığı için gerekli süre göreli olarak uzundur. Ama reklamcıların zorlamasıyla ve teknik gelişmelerin yardımıyla renk kullanımı, hem önemli mali kaynakları buna ayırabilen büyük gazetelerde, hem de ucuz ofset malzemelerle donatılmış küçük gazetelerde, kendini dayatmaktadır.

Bir veya birçok *yardımcı rengin* kullanılması ile *quadrichromie* baskıyı birbirinden ayırt etmek gerekir. Birincisinde sözkonusu olan bir başlığı, bir çerçeveyi veya *tire* bir deseni renklendirmektir. İkincisinde ise, bir renkli fotoğrafı veya bir tabloyu bütün nüanslarıyla basmak sözkonusudur. Baskı kuralı her zaman aynıdır. Kağıt tabakası, siyah da dahil renk sayısı kadar baskı silindirinden geçecektir. Baskı sırasında renklerin birbirinin üzerine gelmesi için montaj sırasında bir işaret konur. Renkli baskı ile siyah-beyaz baskı arasındaki tek fark hazırlık evresindedir.

Yardımcı renklerde, siyah baskı için hazırlanan filmlerde renk almasını istediğimiz alanları ayırırız. Sonra kullanılacak renk sayısı kadar filmin montajını, her seferinde siyah ve diğer renklerin yer alacakları alanı ayırarak yaparız.

Quadrichromie (dört renkli), bir renkli fotoğrafın -veya renkli başka belgelerin- üç temel renge ve siyaha ayrılması ve sonra baskıda, bu temel renklerin üst üste bindirilerek birleştirilmesidir. Yani renkli belgenin her birinin bir rengi ve siyahı ayırdığı filtreler kullanılarak dört kez fotoğrafı çekilir ve bu şekilde elde edilen filmlerden her renk için bir kalıp çıkartılır.

(*) Türk basınında renk kullanımı, '60'lı yıllarda ofset tekniğinin girmesiyle birlikte süratle yaygınlaşmıştır. (Ç.N.)

Donatım maliyetinin yüksek olması nedeniyle, kendi teknik olanaklarıyla dört renkli baskı yapamayan gazetelerde, sayfaların dört renkli basılmasına olanak veren bir teknik geliştirilmiştir. Bu teknik *(intersetting)*, daha önce bir matbaada basılmış bobin kağıdın rotatife takılmasıdır. Duruma göre ya sayfalar bütünüyle önceden basılır ve rotatif bunları gazete içindeki yerine yerleştirir, ya da sayfalarda son güncel olaylar için yer ayrılır, bunlar tamamlanır. Ama bu teknik, birkaç bin adet basılan gazetelerin içinde elle renkli ekler *atmanın* mekanikleştirilmesinden başka bir şey değildir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
YAZIİŞLERİ

I. Yazıişlerinin Rolü

Kilit noktası, römorku arabaya bağlayan mil, kavşak noktası, sinir merkezi... bütün bu sözler yazıişlerini tanımlamaya çalışır. Gerçekten de yazıişleri bunların hepsidir. Gazetenin çeşitli kaynaklardan yararlanarak oluşturduğu haber ağının birleşme noktası burasıdır. Bütün haberler ve bir bilginin bütün unsurları burada toplanır ve ayıklanır. Buraya ulaşan yazı ve kısa haberlerin bir kısmı burada biçimlendirilir ve dizgiye gönderilir, çoğunluğu ise çöp sepetini boylar. Yazıişleri çalışması yıpratıcı ve nankördür ama temel bir öneme sahiptir. Yapılan iş yıpratıcıdır, çünkü yazıişleri çalışanlarının ne sundukları olayla ilişkileri, bağlantıları olur ne de adına çalıştıkları kamuyla. Nankördür, çünkü imzaları gazetede çok az yayınlanır. Temeldir, çünkü, hem öz hem biçim açısından, doğrusunu söylemek gerekirse, gazeteyi onlar yapar.

Haberi onlar seçer ve tamamlarlar, yazıları biçimlendirirler, gazetede kaplayacağı alana, yere, yazı karakterine, başlıklara ve her biri için kullanılacak görsel malzemeye onlar karar verirler. Şüphesiz onların seçim özgürlüğünün sınırları vardır. Matbaa tekniğinin getirdiği zorunluluklara ve zamanlamaya ayak uydurmak, yazıişleri müdürünün isteklerine ve gazetenin bazı alışkanlıklarına saygı göstermek zorundadırlar. Yazı kurulunun (veya günlük yazıişleri toplantısının) kararlarını gözönü-

ne almak, beklenmedik olaylarla karşılaşıldığında bu kararları tekrar gözden geçirmek ve gerekiyorsa değiştirmekle yükümlüdürler. Bunların aldıkları kararlar, yazılarını bir kez yazıişlerine teslim ettikten sonra hiçbir söz hakları kalmayan muhabirlere yönelik olduğu kadar, dizgicilere de yöneliktir. Çünkü bu kararları bunlar uygulayacaklardır.

Muhabirler için yapıldığı gibi, yazıişleri çalışanlarının yaptıkları işleri ve görevleri, biraz zorlayarak da olsa, daha iyi açıklayabilmek için birbirinden ayırabiliriz. Bunların çoğunluğu aynı anda yapılmak zorundadır ve neredeyse iç içe geçmiştir. Bunun tersinde ise, muhabirlerden gelen haberlerin düzeltilmesi ve değerlendirilmesini yapan *masa* ile özellikle biçim üzerinde söz sahibi olan teknik sayfa sekreterliği iki servis halindedir. Bu durumyukarıda sayılan işler arasına bir bıçak sokar, ama sonuçta değişen bir şey yoktur.

II. İşin Örgütlenmesi

Bir sayfa sekreterinin, sorumluluk durumuna göre şu veya bu oranda önemli, birinci günlük işi, denetleme ve hazırlıktır (18): Bir önceki gün yapılanları denetlemek ve günün işini hazırlamak. Denetleme, son baskıda gözden kaçan hataların saptanmasını ve bunların düzeltilmesini içerdiği gibi, aynı zamanda ve hatta özellikle güncel olayların ne boyutlarda ele alındığını içerir. Sözkonusu olan, bir *atlatmayla* karşı karşıya kalınıp kalınmadığının, diğer gazeteler tarafından verilen belirli bir öneme sahip herhangi bir haberin kaçırılıp kaçırılmadığının denetlenmesidir. Böyle bir başarısızlık durumunda, kuşkusuz bu haberi tekrar ele almak, gecikmeyi örtebilmek için haberi tamamlamaya çaba harcamak gerekir. Hazırlık ise, servisin işinin, mu-

habirlerin olduğu kadar sayfa sekreterlerinin de örgütlenmesidir. Önceden bilinen olaylar için de hemen harekete geçebilecek durumda olmak gerekir.

Röportajlarda bu örgütlenme bir gün öncesinden yapılmıştır. Olanaklar ölçüsünde, kapsanması gereken olayların listesi, her birinin saati, yeri ve görevli muhabirin adının not edildiği bir *servis tablosu* hazırlanır. Gün boyunca gelişen olaylara göre bu servis tablosu tamamlanacak veya değiştirilecektir. Gerçekten de, beklenmedik önemli bir olay, önemsiz bir olayın röportajından vazgeçilmesine ve bu konuda ajans haberleriyle yetinilmesine neden olabilir. Ancak, olağanüstü olaylarda bir servis şefi diğer servislerden destek isteyebilir.

Yazışlerinin günlük çalışması, özellikle son baskıdan sonra gazeteye ulaşan haberlerin titizlikle ayıklanmasıyla başlar. Böylece her olayla ilgili, kullanılmaya hazır ve gelmesi beklenen malzemelerin (yazı ve görsel malzeme) bir listesi yapılır. Bunların önceki gün için öngörüldüğü ve *masada* kaldığı unutulmamalıdır.

Yazışleri toplantısı, bütün servis şefleri sorumlu oldukları bölümlerin belli başlı başlıkları konusunda kesin bir düşünceye sahip oldukları anda yapılır. Her biri kendi listesini getirir, belli başlı olayların önemini anlatır ve kuşkusuz gazetede en fazla yeri alabilmek için çaba harcar. Diğer bilgilerin yanı sıra, gazeteye girecek reklamlar ve bunların sayfalara dağılımı ile ilgili bilgilere sahip olan yazışleri müdürü, gelen önerileri ele alır ve bunlara göre *sayfa değerlendirmesi* yapar. Yani, önce baskıya girecek gazetenin kaç sayfa olacağına karar verir, sonra, önerilen haberlerin *hacmine* göre, sayfaları bölümler arasında dağıtır. En son olarak, haberlerin göreli önemlerine ve gazete okurunun ilgi alanına göre, birinci sayfada basılacak veya duyurulacak

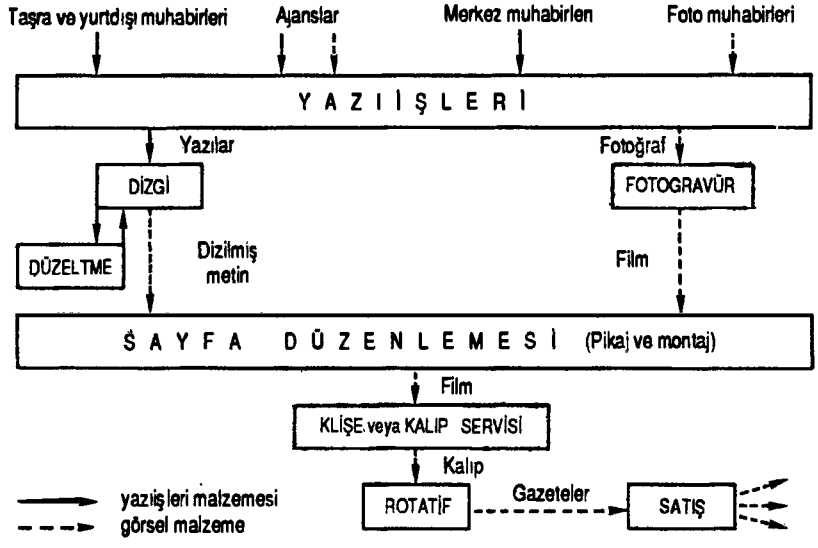
haberlerin listesi yapılır. Kuşkusuz bu liste gün boyunca gelişen güncel olayları kapsayabilmek için, son haline gelmeden düzeltmelere uğrayacaktır.

Artık, bundan sonra yapılacak işi, toplantı kararlarının uygulanması olacaktır. Servis şefleri servislerine dönerler, ama farklı servisler, birçok servisi birden doğal olarak ilgilendiren olaylarla ilgili yapılacak işleri uyum içine sokmak için gün boyunca birbirleriyle bağlantı içinde kalırlar. Bu, özellikle birinci sayfaya girmesine karar verilen haberler için geçerlidir. Birinci sayfa sekreteri, servis şefleriyle, haberlerin sunuluşu, yazıların ve görsel malzemelerin birinci sayfa ile iç sayfalar arasındaki paylaşımı ve giderek daha az oranda da olsa bazı gazetelerde hâlâ kullanılan, birinci sayfadan verilen haberlerin *devamları* konusunda görüş birliğine varması gerekir.

III. Haberlerin Toplanması ve Seçimi

Yazışleri toplantısında sadece günlük işin kaba hatları belirlenir ve belli başlı olaylarla ilgilenilir. Geriye, her sayfa sekreterine, bunları bir biçime sokmadan önce, ayrıntılarla ilgili bir dizi karar almak düşer. İlgilendiği ajans haberleri ve fotoğraflar, ajanstan geldiği gibi ham malzeme olarak veya doğrudan bilgisayar aracılığıyla önüne gelir. Gazetenin kendi muhabir ve fotomuhabirlerinden gelecek olan malzemeler, kural olarak hazır olur olmaz ona ulaştırılır. Ama muhabirlerin ve fotoğraf laboratuvarının saptanan süreye uyup uymadıklarının denetlenmesi de onların görevidir. Genel kural olarak, muhabirlerin haberleriyle ilgili seçim önceden yapılmıştır ve önemli bir olayın bu kararı değiştirmesinin dışında, daha önceden uzunluğu muhabire bildirilen röportaj, muhabirin yazdığı şekilde bası-

YAZI VE GÖRSEL MALZEMELERİN BİR GÜNLÜK GAZETEDEKİ AKIŞI



lır. Buna karşılık ajans haberleri ve ajanslardan alınan hazır röportajlar, söyleşi veya araştırmalar hiçbir zaman gazetenin gereksinimine denk düşmez, çünkü bunlar, tanım olarak, bütün gazetelerin gereksinimlerini karşılayacak bir şekilde yazılmıştır. Yani, sayfa sekreteri önemli bir ayıklama işiyle karşı karşıyadır.

Ajans haberlerinin *tasnif edilmesi* gazeteye girecek haberleri belirler. Ama bu iş çok süratli yapılmak zorundadır, çünkü bunların gazeteye girebilecek şekle sokulması için ayrıca da zamana gereksinim vardır. Sayfa sekreteri, ilk olarak, yazışleri toplantısından önce gazeteye geldiğinde masasının üzerine yığılı olan ajans haberlerini, yani bir önceki günkü *sayfanın bağlanmasından** sonra gelen haberleri, sonra da günün haberlerini geliş sırasına göre ele almak zorundadır. Ajans haberleri sekreterin hepsini ayrıntılarına kadar okuyamayacağı kadar yüklüdür. Ajanslar gönderdikleri haberin başlığında ve birinci satırında, düzenli olarak, haberin özünü belirtirler. Ama haberin içindeki bir ayrıntı, onu, gazetenin okuru açısından ilginç hale getirebilir. Örneğin Yunanistan'da ki sıradan bir trafik kazası kazada yaşamını yitirenlerden birinin Bröton olması nedeniyle Rennes gazetesi için yayınlanması gerekli bir haber haline gelebilir. Demek ki, belli kurallardan çok alışkanlıklara dayanan bir haber okuma tekniğinden söz edebiliriz. Yayınlanacak haberin seçimi, birinci kısmın üçüncü bölümünde belirtilen -güncellik, ilgi ve anlam- ölçülere göre yapılır, ama, hergün değişen, gazetedeki kullanabilecek boş alan ile eldeki haber hacmi arasındaki orana bağlı olarak, yapılan seçim tekrar gözden geçirilir. Çok ünlü olmayan bir insanın ölümü gibi ortalama

(*) Sayfa bağlamak: Sayfaların baskıya girmek üzere kurşun veya alüminyum kalıplara çekilmesi ve bunların rotatiflere takılması (Ç.N.)

bir haber, şayet aynı gün büyük bir felaket varsa, dünya çapında bir olay çıktıysa veya Fransa Bisiklet Turu'nun birinci günüyle çakıştıysa, sessizce geçiştirilecektir. Ama bu haber, aynı gazetede, Fransa'da trafik kazalarının geleneksel olarak esas haber olduğu 15 Ağustos'a denk düşerse, kaza haberlerinin yanında yıldız haber olacaktır.

Görsel malzemelere gelince, sayfa sekreteri, sayfanın maketini hazırlamaya başladığı anda bunlarla ilgilenmeye başlayacaktır. Bu aşamada sözkonusu olan, şu veya bu haber için gerekli görülen fotoğraf, desen, harita ve grafiklerin sağlanmasıdır. Şayet bunlar haberle birlikte ulaştırılmamışsa veya ulaştırılacağı bildirilmemişse, sekreter çeşitli kaynaklardan, gazete arşivinden ve ajanslardan, fotoğrafçı göndererek veya desen çizdirerek bunları elde etmeye çalışır.

IV. Maket

Teknik servisin gereksinimine göre, belirli bir saatte, sayfa sekreteri sorumlu olduğu sayfanın veya sayfaların maketini hazırlar. (19) Son dakika değişikliklerini en aza indirebilmek için, bu an olduğunca ileriye alınmaya çalışılır. Kuşkusuz önce haber metni hazırlanacaktır, ama haberin sunuluşunun da bu aşamada kararlaştırılması gerekir. Bu nedenle maket üzerinde düşünmeye başlamaya, haberin seçiminden hemen sonra başlamak daha mantıklıdır. Bir sayfa sekreteri durmaksızın önüne yığılan haberle boğulmadığı sürece, çalışmasını bu şekilde sürdürecektir. Ayrıca, son dakika haberlerinin daha az olduğu haftalık dergilerde, aşağı yukarı bu yöntem uygulanır. Çünkü bunlarda güncellik kavramı gazetelerdeki kadar kendini dayatmaz.

Maket, bazıları evrensel olan, bazıları da gazete-

ye göre çeşitlilik gösteren ve sayıca daha fazla olan bir dizi sayfa düzenleme kurallarına bağlı olarak yapılır. Her gazete kendine göre bir sunuş biçimi geliştirmeye çabalar. Sunuştaki hiçbir değişiklik sayfa sekreterinin keyfine bırakılmaz. Çünkü bu önemli bir karardır ve her zaman, çok açık bir iyileşme görülse bile, tehlikelidir. Çünkü böyle bir değişiklik okurun alışkanlıklarını altüst edebilir ve onlarda gazeteye karşı bir soğukluk yaratabilir.

Sayfa düzenlemesinin kuralları, biri işlevsel diğeri estetik iki amaca yöneliktir. Bazı günlük gazeteler, özellikle Anglo-sakson basın ikincisini ihmal etmek eğilimindedir. Hatta bunu birincisiyle çatışma içinde bile görür. Fransa'da ise günlük basın, haftalık dünya basınında olduğu gibi bunun tam tersini, her baskısının bir sanat eseri olmasa bile, en azından bakmaya değer olması, göze hoş görünmesi gerektiğini düşünür. Hatta bazı dergiler sayfa düzenlenmesini gazeteciye değil sanatçıya bırakmışlardır. Burada, gerçekten de bir ölçüyü tutturmak gerekir. Bir sanatçı ancak bir gazeteciyle sıkı bir işbirliği içinde çalışarak her yazının göreli önemini belirleyebilir. Aynı şekilde, hiçbir sayfa sekreteri, görsel olarak çok iyi hazırlanmış bir sayfayı, bir son dakika haberini eklemek amacıyla bozmakta hiç duraksamayacaktır. İşlevselliğe gelince, bunun amacı, okurun ilgisini, her şeyden önce sayfanan tümüne -burada estetik amaçla birleşilmektedir-, sonra da önemli görülen haberlerin ve haber unsurlarının üzerine çekmektir.

Bir sayfanın maketini hazırlamak, dört çeşit unsuru birlikte düzene sokmak demektir: metinler, başlıklar, görsel malzemeler ve reklamlar.

Reklam sayfa sekreterinin üzerinde en az söz sahibi olduğu unsurdur. Reklamın kaplayacağı alan her zaman bellidir, genellikle sayfadaki yeri bile

reklam verenler tarafından belirlenmiştir. Böylece sayfa sekreteri maketi yapmaya, bu dayatılmış reklamları ele alarak başlar. Artık reklam, haber unsurlarıyla kaynaştırmak zorunda olduğu malzemelerden bir tanesidir. Reklamın hem grafik yapısı, hem de içeriği gözönüne alınmalıdır. Birinci durumda, sayfa fotoğraf ve metinle dengelemek için ilanın grafik yapısından yararlanılmalıdır. İkincisinde ise, birbirini dışlayan iki unsur yanlışlıkla biraraya gelmemelidir (sigara tiryakilerindeki kanser olgusunu ele alan bir yazıyla, sigara reklamı gibi, vb.).

Burada bir parantez açalım. Çağdaş basın bugün öyle şekillenmiştir ki, reklam, neredeyse haberden daha önde gelmektedir. Reklam-haber çatışmasında gazetecinin "reklamın zorunluluğu"na karşı girişeceği mücadele, yenileceğini bile bile onurunu kurtarmak için yapılan bir kavga olacaktır. Yine de, mesleği ve aynı zamanda "haberin gerekliliği" karşısında bazen boyun eğen reklamcıları da onurlandıran olağanüstü durumlar vardır ve bunlar az da değildir.

Görsel malzeme, sayfa sekreterinin maketi hazırlarken reklamlardan hemen sonra gelen birinci kaygısıdır. Gerçekten de bunlar, bir sayfanın dengesinin temel unsurlarıdır. Sayfa sekreteri, makete başlamadan önce, elinde bulunan veya ajanslardan elde edebileceği görsel malzemeyle ilgili olarak karar verir. Yazıyı besleyen görsel malzemeyi, tek başına haber değeri olan veya doğal tamamlayıcı unsur olarak sayfayı süslemeye yarayacak fotoğrafları eline alır. Geriye bunları makete yerleştirmek ve boyutlarını saptamak kalır. Bu da, metinlerin ve başlıkların yerleştirilmesinden ayrılamaz.

Maketi yapan açısından *başlıklar* metinden daha önemlidir. Gerçekten de, okurun ilgisini şu veya bu habere çekecek olan başlıklardır. Okuma rahatlığı

sağlamak için en estetik kaygılarla başlıkların kullanımı giderek daha da önemli olmaktadır. Bu nedenle, maketin hazırlanması sırasında, haberin önemine, öne çıkarılmak istenilen unsurların sayısına ve okuru "etkileme" kaygısına bağlı olarak, her haber için başlık ve alt başlıklara yer ayrılmalıdır.

Metinlere gelince, bunların uzunluğu makette çok kesin bir şekilde belirlenmiştir. Ama bu durum çeşitlilik gösterir. Bazı önemli metinlerin -başyazılar, büyük röportajlar, fıkralar, çeşitli belgeler- uzunlukları önceden bellidir. Dizilecek karakter gözönüne alınarak, bunlar için gerekli alanların ayrılması maket yapanın işidir. Bunların dışında, *birinci sayfanın* maketini hazırlamaktan sorumlu sayfa sekreterinin hareket alanı çok geniştir. Gerçekten de, yeterli yer bulamadığı zaman, haberin bir *duyuruyla*, bir özetle birinci sayfadan verilerek gelişmelerin iç sayfalara yerleştirilmesi veya *birinci sayfada* başlayan bir yazının devamının iç sayfalara aktarılması her zaman için olanaklıdır. Sonuç olarak, *iç sayfalarda*, bir haberi oluşturan metinlerin tümünün uzunlukları maket yapılırken belirlenir. Bu durumda, çok açık ki, estetik kaygılar ikinci planda gelir.

Özel olarak ele alınmış, aşağı yukarı karmaşık bazı sunuşların dışında, sayfaya alışkanlık olarak *baştan* başlarız. Olağan koşullarda, en önemli haberler en üstte yer alır. Ama görsel malzemelerin dengelenmesi gereği, "başa alınması gereken" bir haberin daha altlarda kullanılmasına neden olabilir. Bir sayfa sekreteri resimle ve büyük başlıklarla süslenmiş sayfanın göbeğindeki bir haberin, bir sütunluk, resimsiz habere göre daha çok göz alacağını unutmaz.

Burada, sayfa düzenlemesinin ayrıntılarına girmek yararsız olacaktır. Yine de Fransız basınında

çoğu zaman uygulanan birkaç kuraldan söz etmek gerekir. Bu kurallara aykırı davranmak bazen sanatsal bir etki yapar, ama maketi yaparken bu kuralları uygulamak bizi çok rahatsız edici hatalardan korur.

- Görsel malzemeler sayfa içinde dengeli yerleştirilmelidir. Dokunulması olanaksız montajların dışında, şayet tek bir resim varsa, buna sayfanın üst yarısında yer verilmelidir.
- Başlığın tümü metni bütünüyle, metinle ilgili görsel malzemeyi de, en azından, kısmen kapsamalıdır. Sadece çerçeve içindeki bazı yazılar dışında, amaç, başlık-metin-görsel malzeme bağlantısının açık bir şekilde sağlanmasıdır.
- Hiçbir başlık, kendinden önceki yazının başlığı tarafından, şayet verilen haber bir önceki yazıyla ilişkili değilse, kapsanmamalıdır. Yani iki veya üç sütunluk bir başlık, üç sütun üzerine başlık atılmış bir metnin altına yerleştirilirse, mutlaka bir sütun *boşaltılmalıdır.*
- Bir kişinin yandan resmi kullanıldığında, şayet bu resim sayfa kenarına konuluyorsa, resimdeki kişi kesinlikle sayfa dışına dönük olmamalıdır.
- Başlıksız, görsel malzemesiz, gri metinle dolu sayfa kullanımı yasaktır.
- Sayfa başında veya özel bir etkı yapmak amacının dışında, iki başlık kural olarak birbiriyle çıkıştırılmamalıdır.
- İki çerçeve birbiriyle birleşemez.
- Tek sütunluk haberler hiçbir zaman *merdiven* oluşturmamalıdır.
- Sayfayı, tek sütunluk bir haberle iki eşit parçaya, dikine veya enine, bölmekten kaçınılmalıdır.
- Koyu, italik veya metinlerin çoğunluğundan farklı büyüklükte yazılmış iki metin yan yana getirilmemelidir.

Gazetelerde, süratli çalışabilme olanağı vermesi nedeniyle, iç sayfalarda, görsel malzeme ve metinler sütun sayısı boyunca dağıtılır. Buna karşılık *birinci sayfada*, magazin sayfalarında ve günlük olmayan süreli yayınlarda daha özgür davranma olanağı vardır.

V. Yazının Hazırlanması

Haber kaynağı kim olursa olsun, yazıyı kim yazarsa yazsın, dizgiye gidecek metni en son okuyacak kişi sayfa sekreteridir. Ne öz ne de biçimde hiçbir şey gözünden kaçmamalıdır. Kendisi haberin yazarıysa, yazısını bir meslektaşına okutturmalıdır. Özde; sayfa sekreteri yazıyı özenle okur ve şüpheli görünen bütün unsurların doğruluklarını denetler. İyi açıklanmamış bir röportajı yazarına düzelttirir. Tamamlayıcı unsurları araştırır, gereksiz bölümlerini keser. Biçimde; önce dil bilgisi, kelime ve işaretleme hatalarını, yanlış stil uygulamalarını düzeltir. Yazının uzunluğunun ayrılan yere uygun olup olmadığına bakar. Yazı çok uzunsa kısaltır, şayet çok kısaysa, sözkonusu olan haber gerektirmese bile, ayrıntılar ekler veya ek bir yazı öngörür.

Son olarak, metni dizgiye göndermeden önce *ölçüleri* saptar. Burada sözkonusu olan, yazıların üzerine dizgi ve sayfa düzenlemesine hazırlık için gerekli bilgilerin not edilmesi veya bilgisayara yüklenmesidir.

Metinler için bunlar basit bilgilerdir. Karakter tipinin, *puntosunun*, yani harf yüksekliğinin, karakterin özelliğinin (düz veya italik, ince veya kalın) ve satır boyunun belirtilmesi yeterlidir. Hangi bölüme gireceğinin not edilmesi de unutulmamalıdır. Bu, aynı sayfaya girecek dizgilerin aynı yerde toplanmasına olanak verecektir. Bilgisayarla çalıştığımız

zaman, bütün bu değerler *forma* olarak gruplandırılmıştır ve her yazı tipi ayrı bir kodla belirlendiği için, uygulama otomatik olur.

Tipoda ölçüler düodesimal* sisteme göre düzenlenmiştir. Bir karakterin *yüksekliği punto* ile, bir satırın boyu veya sütunun genişliği 12 punto ile ifade edilir. Batı Avrupa'da, punto birimi, 0,376 mm, 12 punto ise *ciçero* diye adlandırılır. Aglo-sakson ülkelerde ise punto birimi 0,351 mm, 12 punto ise Amerika'da *pica*, İngiltere'de ise *em* diye adlandırılır. Fotodizgilerin çoğu *pica*'ya göre ayarlanmıştır. Bu sistem soğuk dizgiyle birlikte Avrupa'ya yayıldı ve matbaaları bu iki sistem arasındaki ortalama değerlere göre çalışmaya zorladı. Ondalık sistemin (birimi metre) -fotogravürde Fransa'da her zaman metre birim olarak kullanılmıştır-** satır uzunlukları için kullanımı günümüzde giderek yaygınlaşmaktadır, ama karakterlerin yüksekliği için durum böyle değildir.

Genel kural olarak, makalelerin büyük çoğunluğu belirli bir karakterle ve belirli bir sütun eninde dizilir. Ama okurun ilgisini çekmek istediğimiz bazı bölümler ve *giriş* için farklı karakterler ve satır uzunluğu seçilebilir. Giriş, bir makalenin başlangıcı da bir başka gazetecinin kaleme aldığı özet de olabilir.

Başlıkları gelecek paragrafta ele alacağız. Bunların ölçülendirmeleri yazımlarından ayrılamaz.

Görsel malzemeye gelince, gravür için hazırlık çalışması çok basittir. Bunlar, gazetede yer alacağı alana uygun oranda kesilir ve arkalarına klişenin olması gereken gerçek ölçüleri yazılır. Fotogravürde ondalık ölçü sisteminin kullanıldığı unutulmamalı-

(*) Düodesimal: On ikişer sayılan veya on ikiye bölünebilen. (Ç.N.)
(**) Türkiye'de de (Ç.N.)

dır. Bu nedenle ölçüleri milimetre veya sütun sayısına göre vermek gerekir.

VI. Başlıklar, Ara Başlıklar ve Resim Altları

Dizgiye verilecek yazıya ve görsel malzemeye, başlıklar, ara başlıklar ve resim altları eklenir.

Başlık ikili bir işleve sahiptir: *Bilgilendirme* ve *çekicilik*. Bir başka deyişle, başlık kısaca haberi vermek ve metni okutturmak amacına yöneliktir. (20) En iyi yazıların yer aldığı, ama kötü başlıklarla sunulan bir gazete, kötü bir gazete olacaktır.., çünkü çok fazla okuru olmayacaktır. Bütün gazetelerde başlığa bu kadar önem verilmesinin nedeni budur. Bazı yazıişleri servislerinde tek işi başlık atmak olan, bu konuda uzmanlaşmış gazeteciler vardır. Çünkü başlık atmak yeteneği her sekreterde bulunmaz, bu, hem özel bir yetenek hem de uzun bir deney gerektirir. Yazının doğasına ve gazetenin stiline bağlı olarak, başlıkta, aşağı yukarı ya bilgilendirme ya da çekicilik üzerinde dururuz. Sözkonusu olan önemli bir haberse, kural, yeni unsurlardan en önemlisini başlıktan vermektir. Şayet bir askeri darbe radyo ve televizyonun akşam ana haberlerinden sonra olduysa, ertesi günkü basının başlıklarının askeri darbe üzerine olacağı açıktır. Buna karşılık, şayet darbe öğleden sonra gerçekleştiyse, kamu olaydan gazeteleri okumadan haberdar olacaktır. Bu durumda gazeteler gece olan ana gelişmeleri başlığa çıkaracaklardır. Önemli haberlerde, *çekicilik* haberin özündedir. Ama ortalama okur açısından ilgi çekici görülmeyen olaylarda, eğlenceli, şaşırtıcı veya ilginç bir ayrıntı başlığa çıkartılarak okurun ilgisi çekilmeye çalışılacak, okur haberi okumaya özendirilecektir.

Libération gazetesi, giderek daha fazla özenilen

şok başlık kullanımını başlattı: Senli benli bir ifade, bir abartma veya zayıf görünen bir sözcüğü güçlü bir anlam verecek şekilde kullanmak, karşı sav ve dolaylı anlatım, ses yinelemesi ve hatta çınas kullanarak, karikatürleştirerek de olsa olayın anlamını veya bir yanını ortaya çıkarmak.

Bu konuda tarihe geçmiş örnekler bulunabilir. Aşağıda, sıradan, bu nedenle de iyi bir örnek olan, aynı haberin iki veriliş şeklinin karşılaştırılmasını göreceğiz. 1984'de Kanada'da yapılan milletvekilliği seçimlerinde muhafazakârlar, sadece çoğunluğu liberallerin elinden almakla kalmadılar, 282 milletvekilliğinden 211'ini kazandılar. Çoğunluğu elinde tutan liberaller ise 107 sandalye yitirdi. *Le Monde* bu seçim sonuçlarını şu ılımlı başlıkla verdi.

Canada

Washington accueille avec satisfaction la victoire des conservateurs

Kanada

Waşington Muhafazakârlar'ın Zaferini Memnunlukla Karşıladı

Bakın *Libération*, özünde aynı şeyi, daha senli benli ve daha vurucu kavramlarla nasıl veriyor.

RAZ-DE-MAREE

Canada: Ronald Reagan a un petit frère

Le parti conservateur de Brian Mulroney a remporté mardi une victoire écrasante avec 211 sièges (sur 282) aux élections législatives évinçant les libéraux du pouvoir après 21 ans de règne.

Kanada: Ronald Reagan'ın Bir Erkek Kardeşi Oldu

Brian Mulroney'in Muhafazakâr Partisi salı günü yapılan milletvekilliği seçimlerinde Liberaller'ın 21 yıllık iktidarına son vererek 211 koltukla (282 üzerinden) ezici bir zafer kazandı

Bir başlıkta, çoğu zaman, bilgilendirmenin ve çekiciliğin çeşitli unsurlarını biraraya getiririz. Çünkü, kısa yazıların başlıklarının dışında, bir başlık birçok kısımdan oluşur: Ana başlığa gönderim yapan bir üst başlık, ana başlık ve bu başlığı izleyen bir veya birçok alt başlık. Karmaşık bazı haberlerde bir ana başlık, birçok alt başlık veya yukarıdaki örnekte verilen *Libération* başlığında olduğu gibi bir giriş (spot) taşıyabilir. Grafik düzenlemede bunların olabildiğince kolay okunur olmasının sağlanmasına özen gösterilir. Başlıkların yazılmasındaki evrensel kuralın, asgari sayıda sözcükle azami bilginin verilmesinin sağlanması olduğunun altını çizmek gerekir. Anglo-sakson basın bu kuralı telgraf dilini kullanmaya kadar götürür. Fransızca konuşulan ülkelerde bazı sözcük atlamaları kabul edilir ama dilin kuralları reklamcılıkta olduğundan daha az bozulur.

Bir başlık hazırlamak için sayfa sekreterinin elinde üç belge vardır. Başlık için kullanabileceği alanı gösteren maket, haberin temel unsurlarının sıralandığı bir liste ve matbaada var olan yazı karakterlerinin bir listesi. Sayfa sekreterinin, maketde ne kadar boş yer varsa, o kadar çok unsura yer verebileceği düşünülebilir. Ama böyle bir orantı ku-

rulamaz. Gerçekten de, bir başlık, büyük karakterlerle yazılmış bir veya birkaç satır olmaksızın oluşturulamaz. 12 punto (bu ara başlık büyüklüğüdür) büyüklüğünde bir karakterle 16 satır, yani üç sütün üzerinden 150 sözcük yerleştirebildiğimiz bir alana, 48 punto büyüklüğünde bir karakterle ancak 4 satır, yani 15 kadar sözcük yerleştirebiliriz. Aynı şekilde, karakter değişikliğinin, üst başlık, başlık ve altbaşlıkların birbirinden ayırt edilmesine yardımcı olacağı da düşünülebilir. Gerçekte ise, bu, bir düzensizlik etkisi yaratacaktır. Yani temel olarak bir veya iki karakter alınır, diğer karakterler magazin haberlerinde veya çerçeve yazılarda kullanılır.

Ara başlıklar, özellikle belli uzunluktaki yazılarda, okurun ilgisini tekrar tekrar çekmeye yöneliktir. Gazetelerde ara başlıkların kullanılması, bilimsel incelemelerde veya bir tezde olduğu gibi metnin mantıksal bölünmesini sağlamaktan çok, ilgiyi sürekli yazı üzerinde tutabilmeyi veya ilgi uyandıracak bir ayrıntının altının çizilmesini amaçlar.

Resim altları, başlıklarla benzer işlevlere sahiptir. Gerçekten de, gazetesini açan okurun ilk yaptığı iş ana başlıklara ve fotoğraflara bir göz atmaktır. Okurun bakışı, ilgisini çeken fotoğraftan, son derece doğal olarak resim altına doğru kayar. Burada resim altının önemi, haberin unsurlarını vermesi ve okuru metni okumaya özendirmesindedir. İşte bu nedenlerle, gazetelerde, sadece resmi anlatan resim altı yazılarından vazgeçildi, bunun yerine veya buna ek olarak resmi şu veya bu habere bağlayacak nitelikte kısa metinler kullanılmaya başlandı.

VII. "Rewriting"*

Sayfa sekreterinin görevleri arasına, sadece baş-

(*) Rewriting: Yayımlanacak bütün yazıların, yayın organının kendi özgün diline göre bütünüyle yeniden yazılması. (Ç.N.)

lıkların değil, bazı yazıların hazırlanması da girer. Bunun ölçüsü gazeteye göre değişir. Muhabirlerin yazılarının çok az, ama ajans haberlerinin çok fazla oranda düzeltildiğini daha önce görmüştük. Oysa, ajansların gönderdikleri haberlerle, gazetenin özel muhabirlerinin haber oranı bütün gazetelerde aynı değildir.

Bazı süreli yayınlarda, muhabirlerin röportajları bile bütünüyle yeniden ele alınır. Biz buna *rewriting* (yeniden yazım) diyoruz. Burada amaç, bir yandan, bütün yazılarda, yayının kendine özgü olan belli bir dili hakim kılmak, öte yandan, özellikle de, tek bir olayın birden fazla muhabir tarafından izlenmesini sağlamaktır. Bu muhabirlerin herbiri, olayın birden fazla muhabir tarafından izlenmesini sağlamaktır. Bu muhabirlerin her biri, olayın bir yanıyla ilgili unsurları toplamakla yükümlüdür. Kuşkusuz, gazeteler de önemli bir olayı *kapsamak* için birden çok muhabir gönderirler, ama zaman azlığından, her birinin yazısı bir diğerininkinin yanın da, bir çeşit çözümleyici bilgi şeklinde yayınlanır. Haftalık dergiler ise, olayın sentezini yapan tek bir makale yayınlayabilirler. Dergiler bu olanağı, habere azami yoğunluğu verebilmek için bol bol kullanırlar. Bu durumda, yeniden yazıcıların (rewriter) hazırladıkları yazıların gerçek yazarı olmak için çaba harcıyacakları açıktır. Bundan birkaç yıl öncesine kadar bu yeniden yazıcıların adları bilinmezken, yani kamuya açıklanmazken, örneğin *L'Express*'in yayınlarında, bugün yazıyı imzalayan odur. İşbirliği yapan muhabirlerin adları ise şu şekilde verilir: "X, Y ve Z'nin araştırması."

VII. Sayfaların Yapılması

Sayfa sekreteri bütün yazıları ve başlıkları dizgi-

ye, görsel malzemeleri gravür servisine gönderdikten sonra, odasındaki işini bitirmiş demektir. Ama yine de gazeteyi terketmez. Sayfa hazırlama odasına, sayfaların yapıldığı masanın başına geçer.

Sayfa sekreteri *masanın* başına geçtiğinde, sayfalara girecek metinlerin büyük çoğunluğu dizgiden gelmiştir. Yani dizilen metinler, kendileriyle ilgili başlıklarla birlikte masanın üzerindedir. Klişeler gelmedilerse bile, ölçüleri bilindiği için yerlerini ayırabiliriz. Düzeltmeler ise yapılmaktadır, bunlar genellikle *sayfa bağlanmasından* hemen önce tamamlanır. İyi belirlenmiş bir maket yapıldığı ve bir son dakika haberi bu maketi bozmadığı sürece, sayfa sekreteri sayfanın yapılışını izlemekle yetinir, kuşkusuz küçük düzeltmeler yapar. Şayet maket yetersiz ise, şayet hatalar varsa, başlıkların metinlerin ve görsel malzemelerin sayfaya yerleştirilmesiyle ilgili talimatları vermek, metin çok uzunsa hangi satırın atılacağına karar vermek, metin az geliyorsa ek dizdirmek veya kalan boşluğa yeni bir şeyler bulmak onun görevidir.

Ama sayfa hazırlanırken dünya dönmeye devam etmektedir. Ajansların uzakyazıcıları çalışmayı sürdürmekte, muhabirlerin telefonları gelmeye devam etmektedir. Genel kural olarak, sayfaların yapılmaya başlamasıyla birlikte dizgiye yeni yazı alınmaz. Ama bu kural ancak bir dereceye kadar geçerlidir. Kesin olan, sayfa bağlama saatinin, yani her sayfanın kurşun kalıp haline dönüştürülme zamanının, bir dakika bile geciktirilmemesidir. Bu ana kadar, şayet günlük gelişmeler zorlarsa, son dakika değişikliği yapılabilir.

Bu son dakika gelişmeleri genellikle sürmekte olan olaylarla ilgilidir. Bu durumda, dizilmiş durumdaki bir veya birkaç satırı, aynı şekilde başlığın bir veya iki satırını değiştirmek yeterli olacaktır.

Ama sözkonusu olan yeni ve beklenmedik bir olaysa, bu durumda, süratle alınması gereken birçok karar vardır. Her şeyden önce, sayfa bağlanmasına kadar olan süre ve olayın önemine bağlı olarak, haberi ya *son dakika* başlığıyla daha bağlanmamış olan iç sayfalardan birinde veririz ya da *birinci sayfayı* yeniden yaparız. Birinci durumda yapılacak değişiklik basittir. İkinci dereceden bir haberin veya bir resmin yayımlanmasından vazgeçilip yerine *son dakika* haberi yerleştirilir. Şayet sözkonusu olan birinci sayfayı yeniden yapmaksa, bu durumda sorun biraz karmaşıktır, çünkü, tanım olarak, bu sayfada bulunan haberlerin hepsi zaten önemlidir. Ayrıca, bu sayfada başlayıp, bağlanmış bir iç sayfaya *dönmüş* yazılara dokunmak teknik olarak olanaksızdır. Genellikle birinci sayfadan duyurulan ama iç sayfalardan birinde geliştirilen haberin duyurusunu kısaltarak veya ikinci derecede bir fotoğrafı çerçeve yazıyla değiştirerek işin içinden çıkarız. En uç durumda ise, o ana kadar en önemli kabul edilen haberi olabildiğince küçülterek yerine *son dakika* haberini yerleştiririz. Bu değişiklikleri yapabilmek için, birinci sayfa her zaman, her baskıda bağlanan en son sayfadır.

Bir sayfa tamamlandığı zaman, bundan iki prova alınır: Biri düzeltmenler için, diğeri sayfa sekreteri için. Bütün hataları, dizgi ve satır karışmalarını düzeltmek için son şans olan provaların düzeltilmesi birkaç dakika içinde yapılır. Prova üzerinden bütün metinlerin okunması olanağı çok az bulunur. En azından başlıklar, ara başlıklar, resim altları, tek sütunluk haberler, metnin sütundan sütuna geçişi ve aynı boyuttaki iki klişenin yanlışlıkla yer değiştirip değiştirmediği gözden geçirilir.*

(*) Sayfaların yapılması süreci, yazar tarafından, tipo örnek alınarak anlatılmış. Bugün günlük ve haftalık basında bu sistemin

yerini bütünüyle ofsete bıraktığını görmüştük. Bu iki sistem arasında sayfaların yapılması süreci açısından olağanüstü farklar yoksa da, ofsetteki uygulamaya değinmekte yarar var.

Ofsette sayfaların bağlanmasına -alüminyum baskı kalıplarının hazırlanmasına- kadar geçen süre iki zaman dilimine ayrılabilir: Pikaj; yani dizilen metin ve başlıkların hazırlanan makete göre sayfa boyutundaki bir karton üzerine, resim yerleri ayrılarak yapıştırılması ve montaj; yani hazırlanan sayfaların filmlerinin çekilmesinden sonra boş kalan resim yerlerinin tamamlanması ve kalıbı çekilmek üzere ikişer ikişer (veya gazetenin boyutuna göre dörder dörder) kalıbı çekilmek üzere birleştirilmesi.

Bu durumda, pikaj tamamlandığında sayfanın son denetimi yapılır, başlıklar, ara başlıklar, resim altları ve metinlerin sütundan sütuna geçişleri gözden geçirilir. Montaj üzerinde ise resimlerin yerleri ve ana başlıklar tekrar denetlenir.

Sayfa bilgisayarda yapılıyorsa pikaj neredeyse ortadan kalkmıştır. Doğrudan filme veya kalıba geçilebilir. (Ç.N.)

SONUÇ

Konuyu bütünüyle kavrayabilmek için, gazeteciliğin çeşitli yanlarını daha da iyi ele almak gerekebilirdi. Örneğin giderek daha çok önem kazanan, günlük uzmanlık konularındaki yazılar üzerinde durmak, burada anlatılanlardan daha farklı bir gazetecilik türü olan haftalık sansasyon basınının nasıl çalıştığını söylemek gerekebilirdi. Aynı zamanda önceki sayfalarda ileri sürdüğümüz çok sayıdaki savı ayrıntılarıyla belirlemek ve açmak gerekebilirdi. Ama belirli bir oranda basitleştirmek ve özetlemek gerekti. Bu karmaşık mesleğe bu göz atış, sonsuz denecek kadar çeşitlilik gösteren yöntemlere sadece kalın çizgilerle yapılan bir değinmedir. Bu kalın çizgiler, geleceğe doğru evrim izlenerek ele alınmalıdır, çünkü basının evrimi son derecede süratlidir ve çok sayıda dönüşüm şu anda bile yaşanmaktadır.

Her şeyden önce bir teknik gelişim yaşanıyor. Belli başlılarını daha önce gördük. Yine de son yirmi yılın gelişmeleri, şimdiden görülen önümüzdeki gelişmelerin karşısında çok mütevazi kalıyor.

Bilgisayar düzeniyle donatılma, yazışleri odasının görüntüsünü alt üst etti. Bilgisayar ekranları daktiloların, kağıtların, kalemlerin, makasların, zamkların yerini aldı. Bilgisayar, haberlerin yazılmasından sayfa yapımına kadar bütün işlerin yapılmasına bir esneklik, güvenlik ve hız getirdi. Yazıların gazeteci, daktilo yazıcı ve dizgiciler tarafından defalarca yazılmasının getirdiği hataları ortadan kaldırdı. Ama genel işleyişi hatırı sayılır ölçüde

değiştirmedi.

*Xerografi** bürolardaki ofsetlerin yerini alıyor. Hızlı yazıcılarda ise *mürekkep püskürten* sistemler kullanılıyor. Yüzyılın sonuna ulaşmadan önce, elektrostatik uygulamalardan bir tanesi, büyük bir olasılıkla dizgi ve sayfa düzenlemesini yapan bilgisayarlardan gelen sinyallere göre gazetelerin otomatik olarak basılmasını sağlayacaktır. Böylece hem aradaki üretim evreleri ortadan kalkacak, hem de gazetenin istenildiği kadar uzaktaki herhangi bir yerde basımı yapılabilecektir.

Gazetelerin evde basılmasından yeni *telematik*** *iletişim aracı* lehine vazgeçildi. Gerçekten de bu yeni iletişim araçları, her müşteriye ilgilendiği haberi seçme olanağı vermek gibi büyük bir üstünlüğe sahiptirler. Bu yazılı basının ölümünün ilanı mıdır? Kuşkusuz kısa vadede hayır. Ama daha dün radyo ve televizyonun neden olduğu gibi, bunlar da gazeteleri ve süreli yayınları dönüşmeye zorlayacaktır.

İkinci olarak ekonomik bir dönüşüm de yaşanmakta. Yüksek tirajlı basın, 1960'dan beri geri dönüşü olmayan, olumsuz bir noktaya gelmiştir. Basın, sırasıyla, görsel-işitsel iletişim araçlarının yarışması -reklamlar açısından olduğu kadar, okur-dinleyici-izleyici açısından da-, kağıt fiyatlarının arttırılması, giderek daha da niteliksiz bir hale gelen posta servisinin "gerçek fiyatlar" uygulaması ve gerekli ama her zaman kârlı olmayan bilgi-işlem uygulamaları karşısında mali olarak önemli ölçüde

(*) Xerografi: (Marka isim olarak tescil edilmiştir.) Temassız baskı sistemi. (Ç.N.)

(**) Telematik: Telefon şebekesine bağlı bir televizyon ve bir klavyeden oluşan, veri bankasıyla uzaktan iletişim kurarak bilgi almaya yarayan bir iletişim sistemi. Klavye aracılığıyla istenen bilgiler (tren ve uçak saatleri, nöbetçi doktorlar, sinema, tiyatro, konser biletleri ayırtma, günlük haberler, hava tahmin raporları, yabancı dil kursları gibi) ekrana yazılı olarak gelir. (Ç.N.)

etkilendi. Bu, en azından Avrupa'da, özellikle de Fransa'da böyledir. Birleşik Devletler'de yeni bir basın türü bu eğilimi 1984'den başlayarak tersine çevirebilmiş görünmektedir.

Son olarak da, talebin evrimini izleyebilmek için içerikte bir dönüşüm görülmektedir. Okur, gazetesinden ve okuduğu süreli yayınlardan ne beklediğini her geçen gün daha iyi biliyor: Radyo ve televizyonun kendisine ilettiği genel haberleri tamamlayıcı uzman bir yayın. "Kitle" gazetelerinin yıkıma doğru gidişlerinin nedenlerinden biri de budur. "Bu, basının geleceğinin elitizmde olduğu anlamına mı gelmektedir?" diye sorgular Jean Louis Servan-Schreiber. (21) Ve olumlu yanıtını, kendiliğinden konuşan verileri ortaya atarak verir: Tiraj düşüşü, gazete fiyatlarının satın alma gücünden iki kat fazla artması, reklam veren kuruluşların giderek "kadrolara" (yönetim ve karar organlarında çalışanlar) yönelik yayınları seçme eğilimi göstermeleri...

Televizyon toplam olarak günlük basının çok sayıda okurunu elinden aldı. Magazin basını açısından okur kaybı daha da fazla. Burada, haklı olarak büyük bir yıkım görülebilir. Matbaanın sonucu doğmuş bir medeniyetin bağrındaki bu beklenmedik sıçrama son derece ciddidir. Ama yardım isteyen bu medeniyet değil, bu gelişmeyi öngöremeyen ve bu değişikliklerin kurbanı olan basın işletmeleridir. Toplumun kendisi gelişmelerden şikayetçi değildir. Toplum gelişmeleri olumlu karşılıyor ve ayrıca, bir zamanlar "büyük basının" yanıtladığı gereksinimlerin daha iyi karşılandığını düşünüyor.

O halde, basına yazık oldu deyip geçelim mi? Kesinlikle hayır. Her zaman iyi durumda olan gazeteler vardır ve bunlar eski gazetelerden farklıdır. Dünün değil bugünün gazeteleridir. Yeni gereksinimleri karşılayabilecek düşgücünü gösterebilen gaze-

telerdir. Hiçbir şeyin bu kadar basit olmadığından da emin olabilirsiniz. Eski gazeteler yaşıyorlar ve yaşayacaklar da. İçinde bulunduğumuz ekonomik kriz, yeni basın işletmelerinin kuruluşunu, mali riskin yüksekliği nedeniyle kısmen engellemektedir. Yapısal dönüşüm sancısız gerçekleşmez. Dönüşüm yaşanıyor.

Gazetecilere gelince, böylesine bir evrim -birkaç köşe yazarı dışında- ne kadar zeki olursa olsun, her konuya el atan, uzmanlaşmamış gazetecilerin ortadan kalkmasıyla sonuçlanacaktır. Gelecek, hiç kuşkusuz, çok geniş kültürlü, insana özgü çalışmaların herhangi bir dalında son derecede uzmanlaşmış ve bu niteliklerini, iletişim tekniklerinden bazılarının kullanımı bilgisiyle birleştirebilmiş gazetecilerindir.

Bu teknikler, bu küçük kitabın konusuydu. Bu durum, güzel gazetecilik mesleğinin yükümlülükleri gibi görünenlerin üzerinde durduğumuz anlamına gelebilir. Bu yükümlülükler soyluluğu dışlamaz. Ona katkıda bulunur. Bazı teknikleri iyi öğrenmek ve bunları, yaşadığımız dünyayı çağdaşlarımıza anlatmak ve tanıtmak için kullanmak ideali, ünlü öncülerimizin, temelde günlük kaprislerini ustaca yaymak olan ideallerinden daha üstün değil midir? Bugün, basında biraz daha az gösteriş-şatafat ve çok daha fazla ciddiyet vardır. Ve de çok dikkatli okurlar.

DİPNOTLAR

(1) Komünist *L'Humanité* gazetesinin satışı 1960'dan 1978'e kadar değişmeden, günde ortalama 150 bin civarında kalmıştır. 1985'ten beri 110 binin altındadır. Sosyalist *Le Populaire* 1945'de 250 bin adet basılırken, 1950'de 40 bin ve 1969'da kapatılmadan önce on bin civarında basılıyordu. 1981 başkanlık seçimleri için geçici olarak çıkartılan *Combat Socialiste* (Sosyalist Mücadele) ise günde ancak 20 bin satışa ulaşabildi.
(2) Haber alma hakkı, ilk kez, 1963'de bir resmi belgede kullanıldı: Papa XXIII. Jean'ın Papalık belgesi *Pacem in Terris*'de.
(3) Bkz. Pierre Albert, *La Presse*, s. 57-60.
(4) Raymond ARON, *Mémoires*, Paris, Julliard, 1983.
(5) Enformasyon, barış ve ilerleme faktörü (*Journalisme*, no 25 İlkbahar 1986).
(6) *Le Monde*, 9 Temmuz 1983.
(7) Üçüncü kısmın, ikinci bölümüne bakınız
(8) Giderek daha fazla oranda yazılışları *masası* ile sayfa sekreterleri birbirinden ayrılmaktadır. Birinciler muhabirlerden ve ajanslardan gelen haberleri düzeltip değerlendirirken, ikinciler sadece biçim üzerinde söz şahibidirler.
(9) Pierre Albert, *La Presse*, sayfa 90-94.
(10) İçerik açısından bakıldığında, sonuşta sözü edilen dönüşümlerin ortaya çıkışı, üçüncü kısımda göreceğimiz gibi, çok yenidir.
(11) 1873'de, Stanley'in Livingstone'a ulaştığını öğrenebilmek için haftaların geçmesi beklenirken, yüzyıl sonra ilk insanın aya ulaşması televizyondan naklen izlenildi.
(12) Burada sadece haber ajanslarından, yani genel olarak ve anında güncel olayları kapsayan ajanslardan söz edeceğiz. Diğer ajanslara bu bölümün sonunda değinilecektir.
(13) Agence France-Presse (Fransız Haber Ajansı) Fransızca'da 10, İngilizce'de 5, İspanyolca ve Arapça'da birer servis vermekte.
(14) Üçüncü bölüme bakınız.
(15) Bakınız, birinci kısım, üçüncü bölüm.
(16) Günlük fıkra ve köşe yazıları dışında.
(17) Satır boyuyla oynanabilmek, *giriş, çerçeve* ve *fotograf çerçe velerinde* yeni olanaklar sağlamıştır.
(18) Zaman zaman röportaj hazırlamak zorunda bile kalsa, servis şefi, her şeyden önce bir sayfa sekreteridir.
(19) Bir günlük gazetede, sayfa sekreteri maketi kendisi yapar. Haftalık ve aylık dergilerde ise bu iş için başka biri vardır, sekreter sadece ona bilgi verir.
(20) *Neden söz edeceğini* duyuran kitap veya dergi başlıklarının aksine, gazete başlıkları, genellikle, *ne denileceğini* özetler.
(21) *L'Expansion*, Nisan 1979, no: 128.

BİBLİYOGRAFYA

Agnès, Yves ve Croissandeau, Jean-Michel; *Lire le journal*, Paris, F.P. Lobies, 1979.

Albert, Pierre; *La presse*, coll. "Que sais-je", Paris, Presses Universitaires de France, 1988.

- ve Terrou, Fernand; *Histoire de la presse*, coll. "Que saís-je?", Paris, Presses Universitaires de France.

Amaury, Francine; *Histoire du plus grand quotidien de la III. République: "Le Petit Parisien" (1876-1944)*, Paris. Presses Universitaires de France, 1972.

Bargilliat, Alain; *L'imprimerie au XX. siècle*, Paris, Presses Universitaires de France, 1967.

Boyer, André; *Le secrétariat de rédaction*, coll. "Précis de Journalisme", Zürih, Institut International de la Presse, 1965.

Clausse, Roger; *Le journal de l'actualité*, coll. "Marabout-Université", Verviers, Gérard & Cie, 1967.

Gaillard, Philippe; *Le reportage*, coll. "Précis de Journalisme", Zürih, Institut international de la Presse, 1966.

Guéry, Louis; *Pratique du secrétariat de rédaction*, Paris, Presse et Formation, 1973.

Hervouet, Loïc; *Ecrire pour son lecteur*, Lille, Ecole supérieure de Journalisme, 1979.

Kayser, Jacques; *Le quotidien français*, Pàris, A. Colin, 1963.

Lepigeon, Jean-Louis ve Wolton, Dominique; *L'information demain: de la presse écrite aux nouveaux médias*, Paris Documentation française, 1980.

Manévy, Raymond; *L'évolution des formes de présentation de la presse quotidienne*, Paris, Estienne, 1956.

Martin, Gérard; *L'imprimerie*, coll. "Que sais-je?", Paris, Presses Universitaires de France, 1985.

Reyfus, John ve Richaudeau, François; *La chose imprimée*, Paris, CEPL, 1977

Terrou, Fernand, *L'information*, coll. "Que sais-je?", Paris, Presses Universitaires de France, 1983.

Terrou, Fernand; Bellanger, Claude; Godechot, Jacques; Guiral, Pierre; *Histoire générale de la presse française* (5 cilt), Paris, Presses Universitaires de France, 1969-1975.

Voyenne, Bernard; *La presse dans la société contemporaine*, Paris, A. Colin, 1962.

Voyenne, Bernard; *Glossaire des termes de presse*, Paris, Centre de Formation des Journalistes