

## 2. Haber türleri

Gazetecilikle ilgili kitapların hepsinde, haber türleriyle ilgili onlarca sınıflama bulunur. Bu bölümde yapılan ikili sınıflandırma haber türlerini olabildiğince basitleştirmek amacıyla yapılmıştır. Genel olarak iki ana gazetecilik pratiği yaklaşımından söz etmek mümkündür. Birincisi olay gazeteciliği diğeri durum gazeteciliğidir.

### 2.1 Olay Haberciliği

Çoğu zaman rutin haber, sert haber olarak da tanımlanır. Olay gazeteciliği 5N1K olarak formüle edilebilir: Kim, ne zaman, nerede, nasıl, neden, ne yaptı? Olay türü haberlerde olayı haber olarak nitelermimize neden olan şeye haber değeri denir. Olay türü haber bir olan bir şey olabileceği gibi, çoğunlukla söylenen bir şeydir. Bir trafik kazası, demiryollarında tren kazası olan bir şeydir. Siyasetçilerin yaptıkları açıklamalar söylenen bir şeydir. Öğrenci seçme ve yerleştirme sınavı belli bir gün açıklanacağı bildirilmiş olmasına karşın açıklanamamışsa, yani olmamışsa haberdur. Sonuç olarak olan, söylenen, olmayan olay haberciliği kapsamındadır. Olay gazeteciliği daha çok haberin güncel değeriyle ilişkilidir. Haberin güncel değeriyle ilişkili unsurlar arasında şunlar bulunur:

- Etki: Bir olay ne kadar okurların yaşamını etkiliyorsa o kadar haber değeri kazanır.
- Yakınlık: Okurlara coğrafi ve mekansal olarak yakınlık her zaman haber değerini artırır.

- **Önemlilik:** Bir olay ne kadar önemliyse o kadar yüksek haber değerine sahip olur. Önemliliğin her ne kadar görelî olduğu doğruysa da, ülke çapında yayımlanan bir gazetede büyük kitlelerin tanıdığı isimlerin başına gelenler, okulunuzdaki bir arkadaşınızın başına gelenlere kıyasla daha çok haber değeri taşıyacaktır. Tersine, okulumuzda çıkarttığımız kampüs gazetesi açısından siyasil seçimleri hangi siyasil partinin kazandığından çok, okuldaki yemek fiyatlarının ne olacağı daha önemli olarak görülebilir.
- **Zamanlılık:** Olay haberciliği açısından bir olay haber değeri taşıyor olsa da zamanında haberleştirilmediği sürece değerini kaybedebilir.
- **İlginçlik:** Kimi zaman önemliliği düşük, uzak coğrafyalarda olmuş, Türkiye’de yaşama etkisi sıfır düzeyinde olan bir olay, gene de haber olabilir. Örneğin bir köpeğin, itfaiyeye yol göstererek yangın içinde kalmış sahibini kurtarmaya yardımcı olması böyle bir durumdur ve çoğu insan için ilginçlik boyutuyla haber olma değeri taşımaktadır. Tabii köpeğin sahibi, kızıp köpeği ısırması olsaydı, o da haber olacaktı.

### 2.1.1 Profesyonelizm ve haber değeri

Edebiyatçıların dile getirdiği gibi, her yazı zihindeki bir imgeye yazılır. Aslında haber editörleri, gazeteciler çoğu zaman zihinlerindeki bir imge okurun ilgisini çeken olaylara haber değeri atfetmedirler. Çünkü okurların neye önem verdiği konusunda her saat bir anket yapmak mümkün değil. Sonuç olarak çoğu zaman haber değeri, gazetecilik mesleğini yürütenlerin mesleki alışkanlıklarından da etkilenir.

Öte yandan yeni iletişim teknolojilerinin kullanıldığı internet gibi yeni medyalarda bu konu daha da ilginç duruma geliyor. Yurt dışındaki bazı gazeteler, internet haberlerini yaparken, o gün arama motorlarında en çok aranan anahtar sözcüklerden hareketle haberlerini yapmaya başladılar.

Günümüzde ortaya çıkan bir muhabirlik türünden de söz etmek gerekir: sosyal medya muhabirliği. Özellikle tweeter, facebook, blog gibi web hizmetlerinin ucuzlayıp yaygınlaşması, popülerleşmesi, haber değeri taşıyan bir çok konunun, haber kaynağı olan birçok kişinin burada kendine yer bulmasını beraberinde getirdi. Eğlence dünyasından, siyasetten, spordan, kültür sanat alanından birçok ünlü ismin yukarıda sayılan web hizmetlerinden yararlanarak, kimi bilgi, yorum, görsel malzemeyi, güncel gelişmeyi takipçileriyle paylaştıklarını görüyoruz. İlk kez bu mecralarda duyurulan enformasyon, sosyal medya muhabiri denilen muhabirler aracılığıyla büyük medya kuruluşlarına haber konusu olmaktadır. Bu muhabirler, internet bağlantısı olan bir bilgisayarın başında oturmakla ifa etmektedirler görevlerini.

Bağlantıyı bir an bile koparmayarak, twitter sayfasından, facebook'tan, blog yazılarından aktarılan bilgiyi yaygınlaştırmakta, habere dönüştürmektedirler. Haber kaynakları da sosyal medya muhabirleri tarafından takip edildiklerinin bilincinde olarak oluşturmaktadırlar içeriklerini. Örneğin, bir magazine olayı ya da Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Melih Gökçek'in tüm şehir sakinlerini ilgilendiren bir kararı, Cumhurbaşkanı Abdullah Gül'ün korsan cd'den film izlemesi türünden haberler, hep bu sosyal medya araçları sayesinde edinilen bilgilerden oluşmaktadır.

Ayrıca, medyanın yasama, yürütme, yargıdan sonra dördüncü olarak kamuoyunu temsil etme vasfının inandırıcılığı kalmamıştır. Güvenilirlik anketlerinde gazeteciler ve medya kuruluşları alt sıralarda yer almaktadırlar. Hal böyle olunca, medya da dahil bu dört gücü denetleyecek 5. bir güce ihtiyaç ortaya çıkmıştır. Bu beşinci güç, birden fazla unsurdan oluşmaktadır günümüzde. Sosyal medya ve diğer internet hizmetleri aracılığıyla yapılan yurttaş gazeteciliği, habercilik alanındaki sivil girişimler beşinci güç olarak anılan kesime aittir. Ayrıca, demokratik kitle örgütleri, yer yer sivil toplum kuruluşları, yerel medya ağı da beşinci güç sayılabilir.

Hem interneti kullanan, hem de geleneksel medya olarak varlığını sürdüren yerel medya, son yıllarda ulusal ölçekli medyaya alternatif sayılmaktadır. Yerel medyayı güçlendirmek amacıyla, uluslararası destekle, Bağımsız İletişim Ağı (BİA) ve Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü tarafından eğitim çalışmaları düzenlenmektedir. Yerel medyanın bağımsızlığını koruması ve İstanbul'un hakimiyetindeki ulusal basında sesini duyurması gerçekten kayda değer önemdedir.

### 2.1.2 Olay haberciliğinde bazı kavramlar

Olay gazeteciliğinde en çok kullanılan kavramlardan biri rutin haber kavramıdır. Rutin haber, tüm basın kuruluşlarının olacağını bildiği, önceden medya kuruluşlarının sabah toplantısında gündeminde olan etkinliklerdeki haberlerdir. Basın toplantıları, siyasilerin katılacağı toplantılar, spor karşılaşmaları, başka ülkelerden heyetlerin gelişi, bu gibi etkinlikler arasında yer alır.

Bu toplantılara “istihbarat toplantısı” veya “haber toplantısı” denir. Büyük medya kuruluşlarında daha görkemli ve daha geniş katılımlı toplantılar yapılır. Ama küçük ve/veya yerel medyada bu tür toplantılar ya gazete sahibi, yöneticileri ve haber müdürlerinden oluşan dar bir kadroyla yapılır ya da hiç yapılmaz ve istihbarat şefi, her sabah görev paylaşımı yapar. Muhabirden “özel haber” konusunda öneri getirmesi beklenir. Bu tür özel haberler bazen atlatma habere dönüşebilir. Muhabirlerin katılımı ile yapılan ve onların da etkin oldukları toplantılar, medya kuruluşunun katılımcı ve demokratik bir yönetim yapısına açık olduğunun göstergesi olabilir.

Atlatma haber, bir tek muhabirin yaptığı ve diğer kuruluşlarda yer almayan haberdır. Genellikle gazetecilerin mesleki açıdan en fazla keyif aldıkları onları üst yöneticiler açısından vazgeçilmez kılan şey atlatma haberlerdir. Atlatma haberin, gerçek anlamda atlatma olabilmesi için gazete sayfa editörlerinin söz konusu haberi görüp onu sayfada büyütmeleri gerekir. Haberi büyütme, gerek haberin ön sayfaya çekilmesi, gerekse başlıkta kullanılan puntonun büyüklüğünün dikkat çekici olması ve diğer haberler arasında öne çıkması anlamına gelir. Atlatma bir haber büyütülmemiş ve diğer haberler arasında kaynamışsa, bu gazete açısından önemli bir başarısızlık sayılır.

Rutinde atlatma olur mu? Evet, olur. Her gazeteciye açık olan bir basın toplantısında söylenen bir sözün önemini sadece bir gazeteci anlamış ve onu haber yapmışsa atlatma haber sınıfına girer. Hele gazetesi haberi büyütmüşse kaymaklı kadayıf sayılır. Rutinde atlatma, üst yöneticilerin asla affetmeyecekleri bir durumdur. Söylenen sözün önemini anlamayan bir muhabir, üst yöneticiler tarafından eleştirilecektir.

Atlatma haber kavramıyla yakından ilişkili bir pratik, aynı haberin farklı bir açıdan yakalanarak yazılmasıdır. Örneğin bir basın toplantısında muhabirin deneyimsizliği nedeniyle haberi atlamış olan gazete, o basın toplantısında dile getirilen unsura eleştirileri alıp, onu haberde öne çıkartır. Böylece yeni bir haber oluşturulmuş olur. Söz konusu haberin içine, atlanmış olan basın toplantısındaki sözler de eklenir. Böylece o kurumun okurları da haberi öğrenmiş olurlar. Çünkü, bir haberi atlayan bir yaygın kuruluşunun o haberi vermemesi düşünülemez. Ancak aynı unsuru ön plana çıkartmak haberin bir gün sonra başka gazeteden alınmış etkisi yaratır. Bunu engellemenin yolu yeni bakış açısıyla haberi oluşturmaktır.

Atlatma olmadığı durumlarda da haberi geliştirme veya haberi devam ettirmek kavramı yukarıdakine benzer yöntemlerle –haber atlanmamış olsa bile—haberler yapmaya devam etmektir. Haber geliştirme/haber devam ettirme her gazetecinin günlük pratiğinin önemli bir parçasıdır. Kimi zaman bir kaç hafta sürebilir. Kimi durumlardaysa bir kaç ay aradan sonra haber yeniden ele alınabilir. Haberi devam ettirebilmek için bir muhabirin kendi görev alanıyla ilgili haberleri gazete kesikleri veya bilgisayar ortamında saklaması gerekir.

Atlatma haber yapmak da, fikri takip ile haberle ilgili gelişmeleri takip edip, bir haberden başka haberler çıkarmak da gazetecinin bilgi birikimine, entelektüel duruşuna ve mesleki heyecanına bağlıdır. Bu noktada mektepli gazetecinin avantajı ortaya çıkar. İletişim fakültelerinde verilen dersler (dış politika, kamu maliyesi, iktisat, siyaset bilimi, anayasa, Türkiye'nin yönetim yapısı gibi), bir muhabirin, bir olaydaki haber değeri taşıyan noktaları yakalayabilmesini sağlar. Haberle ilgili arkaplan bilgisine sahip olmak, analitik ve eleştirel bir bakış edinmeyi sağlayan bir eğitimden geçmiş olmak, bir gazeteciyi meslekdaşları arasında öne çıkarır. İyi bir arşivci olmak, yeni yayınları takip etmek ve geniş bir sosyal çevreye sahip olmak da atlatma haber yapabilmek bakımından önemlidir.

Takla attırma uygulaması olay gazeteciliğinde sık kullanılan uygulamalardan biridir. Genellikle yazı işleri kadrosu zayıf olan, yeteri kadar muhabir çalıştırmayan kurumlar haberlerin çoğunu Anadolu Ajansı gibi ajansların bültenlerinden alırlar. Gazetenin büyük bölümü o haberlerle dolu olunca, sanki gazete bir haber üretmiyor izlenimini verir. Bunun önüne geçmek için ajanslardan gelen bültenlere takla attırılır ve sanki gazetenin kendi haberiymiş gibi gazeteye konur. Takla attırma, bültendeki yapının yerine, bültenin içindeki bir başka unsurun yukarı çekilmesi veya başlığının farklı konması yoluyla yapılır. Kanımızca etik olmayan bir davranıştır. Gazeteler ve diğer medya kurumları mümkün olduğunca kullandıkları kaynakları belirtmelidirler.

