



ASOS JOURNAL

The Journal of Academic Social Science

Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 5, Sayı: 51, Ağustos 2017, s. 441-454

Yayın Gelış Tarihi / Article Arrival Date
15.06.2017

Yayınlanma Tarihi / The Publication Date
13.08.2017

Öğr. Gör. İlkey YILDIZ
Bingöl Üniversitesi, Çağrı merkezi Hizmetleri Programı
ilkayyildiz23@gmail.com

BİNGÖL İLİNDE YAYINLANAN GAZETELERİN MANŞETLERE GÖRE İÇERİK ANALİZİ (BİNGÖL GAZETESİ ÖRNEĞİ)

Öz

Kitle iletişim araçlarının birçok görevinin yanında en önemli görevlerinden biri de kamuoyuna birçok konuda haber vermektir. Bu haber verme işlevini gerçekleştiren en önemli kitle iletişim araçlarından biri de gazetelerdir. Gazeteler toplumu bilgilendirmede ve olaylardan haberdar etmede hala en etkili iletişim aracı olarak görülmektedir. Çok büyük bir kitleyi etkileyen, onları bilgilendiren gazetelerin; satışlarını etkileyen, okur açısından dikkati çekmeye çalışan ögesi ise manşetleridir. Gazete manşetleri normal yazınsal türlerdeki başlıklardan farklı olarak, profesyonel bir el (editör vs.) tarafından yazılmaktadır. Bu çalışmada “Bingöl Gazetesi” manşetlerinin yazınsal olarak analizini yapmak amaçlanmıştır. Bir aylık süre zarfında incelenen gazeteler içerik analizi yöntemiyle, Spss 16 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Manşetler uzunluk, kısalık, açıklık, soru ya da düz cümle olması bakımından incelenmiştir. Ayrıca manşetler; yazım hatası, sıfat kullanımı, alt ve üst başlıklarla desteklenme durumuna göre de analiz edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Bingöl Gazetesi, manşet, manşet analiz, içerik analizi

CONTENT ANALYSIS OF NEWSPAPERS CIRCULATED IN BINGOL BY HEADLINES (THE CASE OF BINGOL NEWSPAPER)

Abstract

Besides many functions of mass media, one of their most important functions is to convey news to the public in many fields. Newspapers are one of the most important mass media that fulfills this function of conveying the news. Newspapers are still considered as the most effective medium of communication in informing the public. Headlines are an element which influences the sales and tries to draw attention of readers of newspapers that influence and inform a substantial mass. Differently from headings in common literature, headlines are written by a professional(Editor etc.). This study aims to analyze the headlines of Bingöl Newspaper in literary terms. The newspapers were reviewed for one month and analyzed using SPSS 16 software with the content analysis method. Headlines were examined in terms of their length, shortness, clarity, being a question or a direct sentence. Also, headlines were examined with respect to spelling error, use of adjectives, and supporting sub-headlines and leads.

Keywords: Bingöl Newspaper, headline, headline analysis, content analysis

Giriş

Günümüz toplumu ‘iletişim çağı’, ‘teknoloji çağı’ ve ‘yeni medya çağı’ olarak adlandırılmaya başlanmıştır. Bu adlardan anlayacağımız gibi yaşadığımız devirde insanlar daha çok birbirlerine yakınlaşmış ve bilgi alış verişi de bir o kadar artmıştır. İletişimin bu kadar hızlı üretildiği ve tüketildiği günümüz toplumunda değişimde beraberinde gelmiştir. Dünya ülkelerinin hemen hemen bütün sektörleri ile eş zamanlı olarak girdiği bu yeni dönem, değişen iletişim altyapısının üzerinde ortaya çıkmakta ve gelişimini sürdürmektedir (Önür, 2002:5). Tüm dünyanın kaçınılmaz olarak yaşadığı değişimlerle kamuoyunun haber alma, bilgi edinme gibi ihtiyaçları da daha fazla artmıştır. Geçmişten günümüze kadar olan bu değişimlerde gazetelerinde çok büyük öneminin olduğunu söyleyebiliriz.

Genel olarak bakıldığında bilgisayarların, internetin ve internetle birlikte sosyal medyanın günümüzde çok sık kullanılmaya başlanması gazeteleri ve satışlarını da olumsuz yönde etkilemektedir. Öncelikle radyo ve televizyon hayatımıza girmeden önce gazeteler en önemli iletişim aracıydı. Radyonun ve devamında televizyonun hayatımıza girmesiyle gazeteler popülerliğini yitirdi. Günümüzde bilgisayar teknolojilerinin hızla gelişmesi gazetecilik alanını da daha farklı boyutlara taşıdı. Gazeteler sadece basılı olmaktan çıktı. İnternet üzerinden de yayınlanmaya başladı. Hatta sadece internet üzerinden yayın yapan gazeteler bile mevcut durumda. Böyle bir ortamda gazeteyi okunur kılan önemli özellikler de beraberinde geldi. Gazetelere daha fazla renk katmak, daha fazla görsel materyal eklemek, gazetelerdeki yazı kısımlarını kısaltmak gibi yapılan değişikliklerin dışında ilk sayfalara daha fazla önem verilmesi düşüncesi sayesinde atılmaya çalışılan farklı manşetler gazeteleri daha farklı ve okunur duruma getirdi. Bütün bu gelişmeler daha farklı bir kavram karmaşasını da beraberinde getirdi. Yani ‘elektronik basın’ ve ‘yazılı basın’. ...o halde bu tür kavram karmaşalarıyla karşılaşılması ve gazetenin, kimliğinin gelecekte de korunabilmesi için farklılığının özellikle içeriksel açıdan daha belirgin hale

getirilmesi gerekmektedir (Güngör,2009:756,757). İçeriksel olarak haberler manşetleriyle, zaman değerleriyle ve profesyonellikle de farklılık kazanabilmektedir.

Bu çalışmada, öncelikli olarak gazete kavramı üzerinde durulmuş, gazetelerin vitrini olan manşetlere ve sürmanşetlere değinilmiştir. Kavramsal çerçevenin ardından çalışmanın metodolojisi ele alınmıştır. Bu kapsamda çalışmanın hipotezi, yöntemi, örnekleme ve sınırlılıkları açıklanmıştır. Daha sonra manşet yapıları incelenmiş ve manşetlere ait bulgular ve yoruma yer verilmiştir. Son olarak da verilerden elde edilen bilgiler ışığında hipotezlerin doğrulanıp doğrulanmadığı tartışılmıştır.

1. Gazete Kavramı

İnsan yaratılışı gereği sürekli çevresinde olup bitenleri öğrenmek, kendi yaşantısı dışındaki yaşamları merak etmek, daha uzak yerlerden haber almak ve aldığı haberleri başkalarına duyurmak ihtiyacı duymuştur. Bu ihtiyaç nedeniyle haber ortaya çıkmış ve haberi daha profesyonel olarak hazırlayıp aktarmak için ise gazeteler ortaya çıkmıştır. Halkın haber alma ihtiyacını karşılayan gazetelerin ve gazetecilik mesleğinin ortaya çıkmasındaki en büyük etken de zaten toplumun çevresinde ve daha uzağında gelişen olaylar hakkında bilgi sahibi olmak istemesidir (Gezgin, 2008:15).

Gazete kelime olarak Fransızca “gazette” kelimesinden türetilmiş, İngilizce de ise “newspaper” olarak isimlendirilmiştir. Dilimize ise İtalyanca ‘gazzetta’ sözcüğünden yerleşmiştir. Gazete, medya organizasyonlarından, yazılı basın içinde yer alan bir kitle iletişim aracıdır (Bülbül, 2000:26). Artık gazeteler sadece yazılı basın içerisinde yer almakla kalmamakta, elektronik basına da geçmiş bulunmaktadır. Suat Gezgin ise, gazete tanımını şöyle yapmıştır: “Gazete, memlekete ve dünya olaylarını geniş bir okuyucu kitlesine bildirmek, olayların siyasi, fikri, sosyal ve ekonomik sahalarda ilerlemesini sağlamak amacıyla günlük olarak yayımlanan araçtır (2003:12).” Gazete, kamuoyunu aydınlatan, birbirinden bağımsız siyasi fikirlerin savunucusu olarak topluma farklı mesajlar ileten siyasal işlevi en yüksek kitle iletişimi aracıdır (O’Neal,1998:40-41). Bu tanımlamaları arttırmak mümkündür fakat genel bir gazete tanımı yapılacak olunursa: Gazete, kamuoyunu aydınlatmaya yarayan, onlara bilgi veren, hem geleneksel hem yeni medya teknolojilerine uyarlanaabilen, birçok kesim tarafından kullanılan bir kitle iletişim aracıdır.

2. Gazete Manşetleri ve Sürmanşetler

Günümüzde insanların yoğun iş temposu, hep bir şeylere, bir yerlere yetişme telaşı gazeteleri de okumaktan çok göz gezdirmeye durumuna getirmiştir. Gazeteyi alan bir okur gazetede ki her haberin farkına varmakta zorlanmaktadır. Ya haberin başlığı okuru çekmelidir ya da görsellerle süslenmelidir. Ancak böylelikle haberin okunma derecesi arttırılabilir. Bu nedenle gazete çalışanlarının okurların ilgisini ve dikkatini çekebilmek için haberlerini ve başlıklarını titizlikle hazırlamaları gerekmektedir. Bu anlamda gazetelerin vitrinini oluşturan manşetler ve sürmanşetlere gereğinden fazla önem verilmelidir.

Gazetede ki başlıkların ve görsellerin önemli olduğunu aşağıdaki örnek deneyle de açıklamak mümkündür: “Düsseldorflu tasarımcı Norbert Küpper, 30 öğrenci ve Baden-Baden’deki Badisches Tageblatt gazetesinin tipik 30 okuyucusuyla bir araştırma yaptı: Deneklere, gözün her hareketini kaydeden küçük bir kamera yerleştirilmiş gözlükler taktı. Hemen hepsi önce fotoğraflara baktılar. ... Editörlerin sinirlenmesine sebep olan olay ise, metinlerin büyük bir bölümüne hiç göz atılmamasıydı... Deneklerin yüzde 60’ı başlığı okudu, yalnızca yüzde 9’u giriş bölümüne geçiş yaptı. Ancak yüzde 4’ü metni okumak istedi. Ama daha ikinci paragrafta

hepsi okumaktan vazgeçti: geriye kalan 140 satırı hiç kimse okumadı” (Schneider, Raude, 2002:130).

Manşetlere kavramsal bir çerçevede bakılacak olunursa; “gazete adının ve logosunun hemen altında, başlığı iri puntolu harflerden oluşan habere manşet denilmektedir”(Bülbül, 2001: 236). Burada haberin kendisi manşet olmamakta haberin başlığı manşet olmaktadır. Önemli olan nokta haberi diğer haberlerden öne çıkaran özelliklerinin olması ve bunu da daha etkili bir manşetle okuyucuya sunmaktır. Yağbasan ve Demir bu konuyu şöyle açıklamıştır: “Manşet, haberde sütun sayısına bakılarak değerlendirilmektedir. Ülkemizde gazeteler genelde sekiz sütun olarak yapılmaktadır. Örneğin; sekiz sütunu da birden kaplayan bir habere sekiz sütuna manşet haber denilmektedir. Manşet ölçütü uygulamada; yedi, altı, beş, dört sütuna inebilmektedir. Haber başlığı dört sütunun altına düşerse artık manşet haber olmaktan çıkmaktadır” (2008:116).

Sürmanşet ise, haber hiyerarşisinin tepe noktasındaki değerlendirmedir. Bu anlamda gazetenin logosunun ve adının üzerine başlığı iri puntolu harflerle yerleştirilen habere sürmanşet haber denilir (Bülbül,2001:236). Gazetelerde yer alan sürmanşet, daha çok son anda gelen önemli bir haber veya haberlerin atlanılmadan verilebilmesi amacıyla uygulanan bir yöntemdir. Gazete basıldıktan sonra dahi devam eden gündelik yaşam içinde meydana gelen ani ve önemli değişiklikler, gazetenin en önemli hammadde olan haberi oluşturmaktadır. Gazetenin işlevleri arasında ilk sırada yer alan haber verme işlevi doğrultusunda gelen bu yeni haber, sürmanşete çıkarılarak verilmektedir (Yağbasan, Demir, 2008:117). Fakat günümüzde sürmanşetler artık bu işlevlerinden uzak olarak kullanılmaktadır. Öyle ki sürmanşet kısmı artık gazetenin tanıtım bölümü haline gelmiş durumdadır. Gazetenin içinde yer alan ya da ileri ki günlerde yer alacak haber, yazı, röportajlar sürmanşet kısmında verilmekte böylelikle daha dikkat çekilmektedir. Bazı gazeteler ise artık sürmanşet kullanmamaktadır.



Yan tarafta Cumhuriyet gazetesinin ilk sayfası görülmektedir. Manşet “Evet , saibeli” yazan kısımdır. Sürmanşet ise yapılan tanımlamaların biraz dışında tasarlanmıştır. Tanımlamalarda gazete adının ve logosunun üst kısmında yer alan haberdır denilse de burada “helikopter Faciası” başlığıyla verilen haber sürmanşet haberdır. Fakat daha çok iki manşetli bir tasarım şeklinde görülmektedir. Gazete adı ve logosunun üst kısmında da gazetenin kendi tanıtım görselleri yer almaktadır. (Görüntünün Kaynağı:

<https://www.haberler.com/cumhuriyet-gazetesi/>).



Bu gazetenin ilk sayfasında ise “Umut Bando” başlığıyla manşet görülmektedir. Gazete adının ve logosunun üst kısmında ise çeşitli haber ve tanıtımların başlıkları görülmektedir.(Görüntünün Kaynağı:

<https://www.haberler.com/posta-gazetesi/>).

3. Çalışmanın Hipotezleri

Bu çalışmanın ana hipotezi, Bingöl ilinde yayın yapan gazetelerin haber ve habercilik kurallarına göre manşet atmamalarıdır. Bu ana hipotez çerçevesinde alt hipotezler ise aşağıdaki gibidir:

- 1) Bingöl Gazetesi çok uzun manşetler atmamaktadır.
- 2) Manşetlerdeki anlam açıktır.
- 3) Bingöl Gazetesi manşetlerde sıfat kullanmaktadır.
- 4) Gazetede manşetler tek parçadan oluşmamaktadır.
- 5) Manşetlerde zaman dağılımına dikkat edilmemektedir.
- 6) Manşetlerde imla ve noktalamaya dikkat edilmemektedir.

4. Çalışmanın Yöntemi, Örneklemi ve Sınırlılıkları

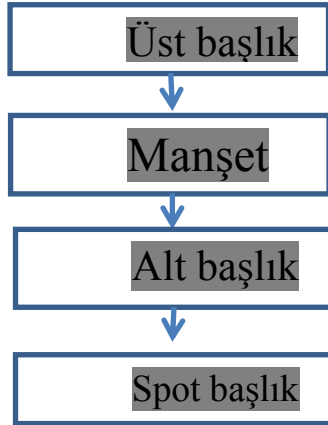
Bu çalışmada, Bingöl ilinde yayın yapan Bingöl Gazetesi'nin manşetlerini incelemek amaçlanmıştır. Çalışmanın evrenini Bingöl ilinde yayınlanan gazeteler oluşturmaktadır. Örneklemi ise Bingöl Gazetesi'dir. Gazete pazar günleri yayınlanmamaktadır. 2017 yılının Mayıs ayında yayınlanan gazete manşetleri incelenerek çalışmaya zaman sınırlaması koyulmuştur. Bir aylık süre zarfında incelenen gazete manşetleri çalışmanın sınırlılığını oluşturmuştur 2017 yılında 1 Mayıs-31 Mayıs tarihleri arasında bir ay süreyle yayınlanan gazete manşetleri içerik çözümlemesi yöntemiyle incelenmiştir. Bilimsel bir yaklaşım olarak içerik çözümlemesinde sözel, yazılı ve diğer materyallerin içerdiği mesajı, anlam veya dilbilgisi açısından nesnel ve sistematik olarak sınıflandırma, sayılara dönüştürme ve çıkarımda bulunma yoluyla sosyal gerçeği araştırma söz konusudur (Tavşancıl ve Aslan, 2001: 22). İçerik çözümlemesi, sosyal bilimcilerin ve özellikle iletişim araştırmaları alanında çalışan bilim adamlarının, medya mesajları üzerinden çıkarımlar yapmalarını sağlayan bir araştırma tekniğidir (Stempel, 2003: 103). İçerik çözümlemesi iletilerin, açık ve görünen içeriğinin, nesnel, ölçülebilir ve doğrulanabilir bir açıklamasını yapabilmek amacıyla kullanılmaktadır (Fiske, 2015: 248). Çalışmada, gazete manşetlerini inceleyebilmek ve içerik çözümlemesi yapılabilmesi için bir içerik formu hazırlanmıştır. İçerik formunda manşetler yapılarına göre, uzunluklarına göre, zaman değerine göre, anlamının açık ya da kapalı olmasına göre, imla ve noktalamalarına göre incelenmiştir. İçerik çözümleme-

si sonucu Bingöl Gazetesi'nden elde edilen veriler frekans dağılımına göre değerlendirilmiştir. Elde edilen verilerin yüzdeleri oluşturulan tablolarda belirtilmiştir.

4.1. Manşet Yapıları

Gazete manşetleri incelendiğinde, genellikle *üst başlık*, *manşet*, *alt başlık* ve *spot başlık* olmak üzere dört parçadan oluştuğu gözlenmektedir. Bu durumu şu şekilde gösterilebilir (Yağ-basan, Demir,2008:118):

Görsel:1 Gazete Başlıklarının Parça Yapıları



Üst ve Alt Başlık: Habere atılacak ana başlık eğer uzunsa bu durumda okuyucuyu sıkmamak ve daha akıcı bir dil kullanmak için metin bölünür ve alt ya da üst başlıkla beraber verilir. Böylece çok uzun başlık atılmamış olur ve okuyucunun dikkati daha çabuk çekilir.

Manşet: Haberin ana başlığıdır. Dikkat çekici olmak zorundadır. Kısa ve anlaşılır atılan başlıklar teknik olarak daha doğru kabul edilmektedir.

Spot Başlık: Spot başlıkta, ana başlığı destekler nitelikte bilgilere yer verilir. Okuyucu ana başlığı okuduktan sonra varsa spot başlığı okumayı tercih etmektedir. Çünkü spot başlıklar ayrı bir kutucuk ya da tasarım halinde verildiği için daha çok dikkat çekicidir.

Bingöl Gazetesi'ne ait 24 manşet ve manşet yapıları incelenmiştir. Bu manşetler tarihlerine göre aşağıda verilmiştir:

1 Mayıs 2017

<u>Manşet</u>	Valilere ve İşadamlarına: yatırımları kovalayın
<u>Spot Başlık</u>	İşadamlarına birlikte kazanma ve çalışma çağrısı yapan Cumhurbaşkanı Erdoğan, Valilerden yatırımları takip etmelerini istedi.
<u>Spot Başlık</u>	Cumhurbaşkanı Erdoğan, "Ne içerde ne dışarıda kimsenin bekleyeceği milat kalmadı. Koşacağız, koşturacağız. Biz en kötüyü geride bıraktık. Daha iyiye daha güzel yol alacağız.
<u>Spot Başlık</u>	Salı günü partime üye olacağım

2 Mayıs 2017

<u>Manşet</u>	Depreme Hazırlıklı Olmalıyız
<u>Spot Başlık</u>	Boğatekin, yeni binalar mutlaka fay hatlarına uzak ve zemini sağlam olan arazi- lere inşa edilmeli

4 Mayıs 2017

<u>Manşet</u>	Geçici Köprü Açıldı
<u>Alt Başlık</u>	Yukarı Çapakçur'da yapılan geçici köprü araç trafiğine açıldı.

5 Mayıs 2017

<u>Manşet</u>	Yerli Esnafı Bitiriyor
<u>Alt Başlık</u>	Ulusal marketler köy gibi beldelerde bile şube açıyor

6 Mayıs 2017

<u>Manşet</u>	Trafik Rahatladı
<u>Alt Başlık</u>	Başkan Barakazi: Geçici yol trafiği bir nebze de olsa rahatlatıldı

8 Mayıs 2017

<u>Manşet</u>	Kanseri Erken Tanı İle Öteleyebiliriz
<u>Alt Başlık</u>	Doç.Dr. Fatin Rüştü Polat: Kanser tedavisinde bir çözüm bulmuş değiliz. Ancak erken tanı ile ölümü erteleyebiliyoruz.

9 Mayıs 2017

<u>Manşet</u>	Deprem öldürmez, Bina Öldürür
<u>Alt Başlık</u>	Prof. Kadioğlu: Deprem esnasında ölüme asıl sebebiyet veren deprem değil binalardır dedi

10 Mayıs 2017

<u>Manşet</u>	Düzağaç' a doğalgaz verilecek
<u>Alt Başlık</u>	Boru döşeme çalışmalarına başlandı, Eylül'de doğalgaz verilecek.

11 Mayıs 2017

<u>Manşet</u>	Yollarımız kalitesiz
<u>Alt Başlık</u>	Hüda-Par İl Başkanı Tasalı: Trafik ve ulaşım sorunu gün geçtikçe büyümekte, içinden çıkılmaz bir hal almaktadır.

12 Mayıs 2017

<u>Manşet</u>	Köylere yatırım
<u>Alt Başlık</u>	Köylere içme suyu, asfalt, kilitli parke taşı ve menfez yapılacak

13 Mayıs 2017

<u>Manşet</u>	204 çiftçiye 6 milyon destek
<u>Spot Başlık</u>	Genç çiftçiye büyükbaş ve küçükbaş hayvan dağıtılacak

15 Mayıs 2017

<u>Manşet</u>	10 otele yetecek su var
<u>Alt Başlık</u>	İlçalardan on otele yetecek sıcak su şehre getiriliyor.
<u>Spot Başlık</u>	Vali Yavuz Selim Köşger, cazibe merkezi, hayvancılık, termal turizm ve kış turizmi yatırımlarıyla birlikte Bingöl'ün geleceğinin parlak olduğunu söyledi.

16 Mayıs 2017

<u>Manşet</u>	Çiftçiler Ankara'da
<u>Alt Başlık</u>	Çiftçi Bayramına katılan Bingöllüler üretim maliyetlerinin düşürülmesini istedi.

17 Mayıs 2017

<u>Manşet</u>	54 yıl sonra buluştular
<u>Alt Başlık</u>	1965-1972 yılı Bingöl Lisesi Öğretmen ve öğrencileri buluştu

18 Mayıs 2017

<u>Manşet</u>	15 Temmuz ormanı
<u>Alt Başlık</u>	Kuruca'da (Gazik) 15 Temmuz Demokrasi Şehitleri Ormanı'na 520 sedir fidanı dikildi

19 Mayıs 2017

<u>Manşet</u>	İstihdam Teşvik Toplantısı
<u>Alt Başlık</u>	Ticaret ve Sanayi Odası İşçi İşveren sorunları hakkında saha araştırması yapıyor.

20 Mayıs 2017

<u>Manşet</u>	Ak Parti'de Kongre hazırlığı
<u>Alt Başlık</u>	Genel Başkan Yardımcısı Yılmaz: Yeni atılım ve yeni hedefler kongresi olacak

22 Mayıs 2017

<u>Manşet</u>	Şehir susuz
<u>Spot Başlık</u>	Kürük suyu hattında sorun nedeniyle su kesintisi yaşanıyor. Vatandaşlar doğal kaynaklardan su taşıyor.
<u>Spot Başlık</u>	Boru patladı. Soğuk Çeşme mevkiinde boru patlaması sonucu şehre su verilemiyor.

23 Mayıs 2017

<u>Manşet</u>	Yeni sanayi için 129 milyon bütçe
<u>Alt Başlık</u>	Kervansaray-Ekinyolu arasında yapılacak yeni sanayi sitesi için 129 milyon bütçe ayrıldı.

24 Mayıs 2017

<u>Manşet</u>	Yılmaz, Kabineye dönebilir.
<u>Alt Başlık</u>	Cevdet Yılmaz'ın kabineye döneceği konuşuluyor.

25 Mayıs 2017

<u>Manşet</u>	Zarara Dönüşüm
<u>Alt Başlık</u>	Kentsel Dönüşüm Projesiyle yüzlerce evi boşalttılar, kira yardımı ödenmiyor, binaları hurda demirciler talan ediyor.
<u>Spot Başlık</u>	Yıkım ihalesi iptal edildi, Belediye tekrar ihaleye çıkacak

26 Mayıs 2017

<u>Manşet</u>	Aile Bakanı Bingöl'de
<u>Alt Başlık</u>	Aile ve Sosyal Politikalar Bakanı Fatma Betül Sayan Kaya ilimizi ziyaret etti.

27 Mayıs 2017

<u>Manşet</u>	18 Milyon kredi verildi
<u>Alt Başlık</u>	KOSGEB, 732 kişiye 18 milyon lira faizsiz kredi verdi.
<u>Spot Başlık</u>	KOSGEB İl Müdürü Naci Özdemir, gazetemize nezaket ziyaretinde bulundu.

29 Mayıs 2017

<u>Manşet</u>	Ramazan Fırsatçılığı
<u>Alt Başlık</u>	25 liraya satılan kemikli etin fiyatı 40 liraya yükseldi

4.2. Manşetlere Ait Bulgular ve Yorum

Tablo: 1 Manşet yapılarının parça sayısı

Manşet Yapıları	Sayı	Yüzde
Üst Başlık	0	0
Manşet	24	100
Alt Başlık	18	75.0
Spot Başlık	6	33.4

Tablo 1 incelenen manşetlerin parça sayısını göstermektedir. Tabloya göre, yazılan manşetlerin hiçbirinde 'üst başlık' kullanılmamıştır. Üst başlığın yerine genellikle alt başlık kullanımı tercih edilmiştir (18 Alt başlık- %75 oranıyla). Spot başlık kullanımı da çok az sayıdadır. Gazetenin genel olarak manşet yapılarına bakılacak olunursa iki parçalı bir yapı olduğu görülmektedir. Çünkü genellikle manşet ve alt başlık kullanılmıştır.

Tablo: 2 Kelime sayılarına göre manşetlerin uzunlukları

Kelime sayıları	Sayı	Yüzde
Tek kelime	0	0
İki kelime	7	29.2
Üç kelime	8	33.2
Dört kelime	4	16.7
Beş kelime	3	12.5
Altı kelime	2	8.3

Tablo 2 kelime sayılarına göre manşetlerin uzunluklarını göstermektedir. Tabloya göre, tek kelimelik manşet hiç kullanılmamıştır. Daha çok iki ve üç kelimelik manşetler kullanılmıştır. Kelime sayılarının artmasıyla haberin açıklığı anlaşılabilirliği de doğru orantılı olarak artmaktadır. Kelime sayılarının fazla olduğu manşetler okuyucuyu yormamakta ve haber metni doğru aktarılmaktadır. Manşet sözcüklerinin fazla olduğu haberler daha fazla bilgilendirmeye yöneliktir. Manşetlerinde daha az sözcük bulunan haberlerde ise okuyucunun merak duygusunu ortaya çıkarmanın amaçlandığı söylenebilir.

Alt başlık ve spot başlıklar da dâhil olmak üzere manşetlerin hiçbirinde sıfat kullanılmamıştır. Sıfat kullanımı gazetecilik mesleği açısından değerlendirildiğinde en çok dikkat edilmesi gereken konulardan biridir. Çünkü sıfatlar haberin tarafsızlığına, nesnellğine gölge düşüren en önemli unsurdur. Bu nedenle sıfat kullanımında çok dikkat edilmeli gerektiği yerde tarafsızlığa ve nesnellğe gölge düşürmeyecek derecede iyi ayarlanmalıdır. Bingöl gazetesi manşetlerinde ve manşetleri destekleyen alt ve spot başlıklarda sıfat kullanılmaması gazetenin güvenilirliğini arttırmaktadır.

Tablo: 3 Manşetlerdeki Zaman Dağılımı

Zaman Dağılımı	Sayı	Yüzde
Geniş Zaman	8	33.3
Di'li Geçmiş Zaman	10	41.7
Şimdiki Zaman	0	0
Gelecek Zaman	4	16.7
Miş'li Geçmiş Zaman	0	0
Zaman Dışı	2	8.3

Tablo 3 manşetlerdeki zaman dağılımını göstermektedir. Haber yazma kurallarında en çok dikkat edilmesi gereken noktalardan biri de haberin zamanıdır. Zaman, haberin yayınlanma-

sı ve yayımlanmasının belirlenmesi bakımından ana etken olmaktadır. Bu nedenle, haberlerde yer alan, dün, bugün, sabahleyin, bir saat önce, geceleyin vs gibi zarfların kullanımı haberi oluşturan olayın ne kadar zaman önce oluştuğuna parmak basmaktadır (Tokgöz, 2000:177). Yazılı basında kullanılan zaman “1982 yılı sonlarına kadar kitap Türkçe’sinden esinlenerek, miş’li geçmiş zaman[ken], 1982’den sonra ise fiil zamanı kullanımı yönünden di’li geçmiş zaman ve şimdiki zamanın hikâyesine dön[mektedir] (Yıldız, 2000:119). Tabloda görüldüğü gibi Türkçe’deki tüm zamanlar kullanılmamıştır. Bazı manşetlerde yüklem kullanılmadığı için zaman açısından değerlendirmeye alınmamış bu tarz manşetler de zaman dışı olarak incelenmiştir. Manşetlerde şimdiki zaman ve miş’li geçmiş zamanla kullanılan haber yoktur. Bunun yanında en fazla di’li geçmiş zamanla (10 manşet) manşetler yazılmıştır. Bunu geniş zaman takip etmektedir (8 manşet).

Tablo: 4 Manşetlerdeki anlam durumu

Anlam	Sayı	Yüzde
Açık anlam	22	91.7
Kapalı anlam	2	8.3

Tablo 4 yayımlanan manşetlerdeki anlam durumunu göstermektedir. Manşetlerin anlamlı olması okuyucunun haberin devamını okumasını sağlayan en önemli faktördür. Anlaşılamayan bir haber başlığı, haber ne kadar iyi yazılmış, görsellerle süslenmiş olursa olsun okunma sayısını düşürecektir. Buna göre tablo 4’e baktığımızda manşetlerin büyük çoğunluğunun açık ve anlaşılır şekilde yazıldığı görülmektedir (91.7’lik yüzdeyle).

Tablo: 5 Manşetin soru yada düz cümle olma durumu

Cümle yapısı	Sayı	Yüzde
Soru cümlesi	0	0
Düz cümle	24	100

Tablo 5 manşetlerin soru ya da düz cümle olup olmadığını göstermektedir. Haber başlıklarında soru cümlelerinin çok tercih edilmediği görülmektedir.

Tablo: 6 Manşetlerdeki imla ve noktalama hataları

İmla ve noktalama hatası	Sayı	Yüzde
Var	7	29.2
Yok	17	70.8

Haber yazarken yapılan hatalardan biri de imla ve noktalamaya dikkat edilmeden haberin yazılmasıdır. Bu durum manşetlerde de kendini çoğu kez göstermektedir. Hatta manşet ve alt üst başlıklarda yapılan hatalar okuyucunun daha çok dikkatini çekmektedir. Tablo 6 manşetlerdeki imla ve noktalama hata sayılarını göstermektedir. Tabloya göre başlıklarda yapılan imla ve noktalama hatasının yüzdesi 29.2’dir. Bu durum düşük bir veri olmakla birlikte önemsenmeyecek derecede de az değildir. Çünkü bir aylık zamanda 7 başlıkta hatanın olması okuyucuyu olumsuz düşünmeye itebilir.

Tablo: 7 Manşetlerin Nitelikleri

Nitelik	Sayı	Yüzde
Olumlu	19	79.2
Olumsuz	5	20.8

Tablo 7 manşetlerin olumlu olumsuz olma durumunu göstermektedir. Tarafsızlık ışığı altında yapılan haberlerin hem olumlu taraflarını hem de olumsuz taraflarını görüp okuyucuya ulaştırmak gazetecinin en önemli görevidir. Tablo incelendiğinde olumsuz haberlerin gazete manşetlerinde çok fazla yer almadığı görülmektedir.

Değerlendirme ve Sonuç

Araştırmadan elde edilen bulgular hipotezlerle değerlendirildiğinde hipotezlerin kabul ya da ret durumları da aşağıdaki gibidir:

Hipotez 1: Bingöl Gazetesi çok uzun manşetler atmamaktadır. (bkz: Tablo: 2 Kelime sayılarına göre manşetlerin uzunlukları – Hipotez 1= Kabul)

Hipotez 2: Manşetlerdeki anlam açıktır. (bkz: Tablo 4: Manşetlerdeki anlam durumu – Hipotez 2 = Kabul)

Hipotez 3: Bingöl Gazetesi manşetlerde sıfat kullanmaktadır. Manşetlerde hiç sıfat kullanılmamıştır. Hipotez 3 = Ret)

Hipotez 4: Gazetede manşetler tek parçadan oluşmamaktadır. (bkz: Tablo: 1 Manşet yapılarının parça sayısı – Hipotez 4 = Kabul)

Hipotez 5: Manşetlerde zaman dağılımına dikkat edilmemektedir. (bkz: Tablo: 3 manşetlerdeki zaman dağılımı – Hipotez 5 = Ret)

Hipotez 6: Manşetlerde imla ve noktalamaya dikkat edilmemektedir. (bkz: Tablo: 6 Manşetlerdeki imla ve noktalama hataları – Hipotez 6 = Ret)

Bu hipotezler ve sonuçları bakımından araştırmadan şu sonuçlar çıkarılabilir:

-Bingöl Gazetesi manşetleri iki ve üç parçalı olarak yazmaktadır.

-Bingöl Gazetesi manşetleri haberin zaman değerine uygun olarak yazmaktadır. Genellikle di'li geçmiş zaman kullanmıştır. Zamanlarla ilgili bir hata yapılmamıştır.

-Manşetlerdeki anlam genellikle açıktır ve manşetler düz cümlelerden oluşmaktadır.

-Manşetler genellikle olumlu haber üzerine kuruludur ve imla noktalama kurallarına uygun yazılmıştır.

Gazetecilik, Avrupa'da 19. yüzyıl sonlarından itibaren önemli bir meslek dalı olarak görülmeye başlamıştır (Gürkan, Şişman, 2015:178). Gazetecilik mesleğini meslek haline getiren gazete ve gazetede yer alan haberler belirli kurallar çerçevesinde ele alınmalıdır. İnternetin tüm toplumlara verdiği olanaklar sayesinde habercilik anlayışının da değişmesi, bu işi çok kolay yapılabilecekmiş izlenimini de oluşturmuştur. Aslında durum düşünüldüğü gibi kolay ve aynı derecede hızlı değildir. Haberi yazdıktan sonra tekrar okumak, hataları en aza indirmek, anlam farklılıklarını, cümle düşüklüklerini gidermek her habercinin yapacağı işleri oluşturmaktadır. Fakat bilginin baş döndürücü derecede hızlı aktarılması ve paylaşılması haberinde çok eskime-

den, ayrıca ilk verilmesini de beraberinde getirmiştir. Bu nedenle ki yapılan haberler ve atılan başlıklar üzerinde yeterince düşünülmeden oluşturulan metinler okuyucunun da yeterince ilgisini çekmemektedir. Burada değinilecek en önemli husus belki de başlıklardır. Çünkü bir gazeteyi sattıran, popüler hale getiren en önemli husus başlıkların ilginçliği ve dikkat çekiciliğidir.

Bu çalışma gösteriyor ki yerel de olsa bir gazete başlıkları habercilik anlayışına göre atılmaktadır. Gazetecilik eğitimi almamış çalışanlar bile artık internetin sağladığı bilgi birikiminden faydalanıp işlerini çok iyi yapabilmektedir.

Genel olarak, manşetlerin habercilik anlayışı çerçevesinde yazıldığı sonucuna ulaşılmaktadır.

KAYNAKLAR

- Bülbül, A.R.(2000). *Genel Gazetecilik Bilgileri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Bülbül, A.R.(2001). *Haberin Anatomisi ve Temel Yaklaşımlar*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Fiske, J. (2015). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. (S. İrvan çev.). Ankara: Pharmakon Yayınları.
- Gezgin, S. (2003) .Gazeteciliğin ve Türk Yazılı Basının Kısa Tarihsel Perspektifi 1. *İÜ İletişim Fakültesi Dergisi*, sayı 18.
- Gezgin, S.(2008). *Tüm Yönleriyle Medya ve İletişim*. M. Işık, A. Erdem (Ed.). Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.
- Güngör, N.(2009) *Türkiye’de Kitle İletişimi Dün-Bugün-Yarın*. K. Alemdar (Der.). Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Gürkan H, Başak Ş. (2015). Etik Düzlem Çerçevesinde Spor Medyası: Sırbistan Kızılyıldız-Türkiye Galatasaray Basketbol Maçı. *Asos Journal. The Journal of Academic Social Science*. Yıl: 3, Sayı: 14, Haziran 2015, s. 176-193.
- O’Neal, J. (1998). *Piyasada Gazetecilik Yapmak, Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar*. (N. Türkoğlu çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Önür, N. (2002) *Küreselleşen Dünyada İletişim ve Toplum*. Ankara: Alp Yayınevi.
- Schneider W. Raue P.J. (2002). *Gazetecinin El Kitabı*. (I. Aygün çev.). İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Stempel, H. G.(2003) *İçerik Analizi, İletişim Araştırmalarında İçerik Çözümlemesi*. (M. S. Çebi çev.). Ankara: Alternatif Yayınları.
- Tavşancıl E. E. Aslan (2001). *İçerik Analizi Ve Uygulama Örnekleri*. İstanbul: Espiyon Yayınları.
- Tokgöz, O. (2000) *Temel Gazetecilik* Ankara: İmge Yayınevi.
- Yağbasan, M. Demir, Ü. (2008). Basın Dili Ve Gazete Manşetlerinin Dilbilimsel Analizi. *e- Journal of New World Sciences Academy*. Volume: 3, Number: 1.
- Yıldız, C. (2000) *Yazılı Basında Metin ve Manşet Basın Dili Üzerine Bir Araştırma*. İstanbul: Teknik Yayınları.

İnternet Kaynakları

Posta Gazetesi (2017) <https://www.haberler.com/posta-gazetesi/> adresinden erişildi (ET:01.06.2017)

Cumhuriyet Gazetesi (2017) <https://www.haberler.com/cumhuriyet-gazetesi/> adresinden erişildi (ET:01.06.2017)