

**BANGLADEŞ VE TÜRKİYE'DEKİ HABER AJANSLARININ  
HABER ÜRETME PRATİKLERİ: TÜRKİYE'DEN AA VE İHA,  
BANGLADEŞ'TEN BSS VE UNB ÖRNEKLERİ**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Moshiur RAHMAN**

**Eskişehir, 2022**

**BANGLADEŞ VE TÜRKİYE'DEKİ HABER AJANSLARININ  
HABER ÜRETME PRATİKLERİ: TÜRKİYE'DEN AA VE İHA,  
BANGLADEŞ'TEN BSS VE UNB ÖRNEKLERİ**

**Moshiur RAHMAN**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Basın ve Yayın Anabilim Dalı**

**Danışman: Doç. Dr. Alaaddin F. PAKSOY**

**Anadolu Üniversitesi  
Sosyal Bilimleri Enstitüsü  
Eskişehir, 2022**

## JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Moshiur RAHMAN'ın "Türkiye'deki ve Bangladeş'teki Haber Ajanslarının Haber Üretme Pratikleri: Türkiye'den AA ve İHA, Bangladeş'ten BSS ve UNB From Bangladeş" başlıklı tezi 22 Temmuz 2022 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca toplanan **Basın ve Yayın Anabilim Dalı** nda, **yüksek lisans tezi** olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

Üye (Tez Danışmanı) : **Doç. Dr. Alaaddin F. PAKSOY**

Üye : **Prof. Dr. Ömer ÖZER**

Üye : **Doç. Dr. Şakir EŞİTTİ**

**Prof. Dr. Saime ÖNCE**  
**Anadolu Üniversitesi**  
**Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü**

## ÖZET

### BANGLADEŞ VE TÜRKİYE'DEKİ HABER AJANSLARININ HABER ÜRETME PRATİKLERİ: TÜRKİYE'DEN AA VE İHA, BANGLADEŞ'TEN BSS VE UNB ÖRNEKLERİ

Moshiur RAHMAN

Basın ve Yayın Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Temmuz 2022

Danışman: Doç. Dr. Alaaddin F. PAKSOY

Günümüz dünyasının medya sektöründe haber ajanslarının önemi her geçen gün daha iyi anlaşılmaktadır. Genellikle güçlü bir ekonomik altyapıya sahip olan haber ajansları, bağımsız bir medya kuruluşundan çok daha fazla bölgede muhabir bulundurarak haber üretmektedir. Üretilen haberleri ise abonelik anlaşmaları üzerinden diğer bağımsız medya kuruluşlarına servis etmektedir. Ancak habercilik sektörünün büyük bir payına sahip olan haber ajanslarının, haber üretim süreci ile ilgili literatürde pek fazla çalışma bulunmamaktadır. Dolayısıyla bu çalışma, Bangladeş ve Türkiye'deki haber ajanslarının haber üretim pratikleriyle ilgili yapılmıştır. Çalışmanın amacı, sözü edilen iki ülkenin haber ajanslarındaki muhabirlerin haber üretme pratiklerini inceleyerek muhabirlerin bu süreçte yaşadıkları olumlu ve olumsuz durumları ortaya koyarak literatürdeki boşluğa bir katkı sağlamaktır. Bununla beraber, iki ülkenin haber üretme pratikleri karşılaştırılarak görece iyi konumda gösterilebilecek durum ve özellikler ortaya çıkarılmaya çalışılmaktadır.

Görüşme tekniğiyle yapılan bu çalışmada, araştırmacı iki ülkede de bulunarak muhabirlerle mülakatlar gerçekleştirmiştir. Önceden hazırlanan 18 sorunun yöneltildiği görüşmelere AA, İHA, BSS ve UNB'den toplamda 42 muhabir katılmıştır. Muhabirlerin sorulara verdikleri yanıtlar çözümlenerek bu çalışmanın ampirik bulguları oluşturulmuştur. Bulgularda, her haber ajanslarında çalışan muhabirlerin haber üretme pratiklerinde belli zorluklar ve imkansızlıklarla karşı karşıya kaldıkları ortaya çıkmıştır. Ayrıca yapılan karşılaştırmada, Bangladeş'teki haber ajanslarının, bazı noktalarda Türkiye'deki haber ajanslarından iyi konumda olduğu görülse de genellikle iki ülke

arasında Türkiye'nin ajans haberciliği konusunda daha gelişmiş bir seviyede olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç olarak, bu çalışmanın bulguları çerçevesinde haber üretim sürecinin kahramanları olan muhabirlerin, haber üretim sürecinde yaşadıkları olumlu ve olumsuz durumlar ortaya koyulmuştur. Kurumlar, bu kapsamda gerekli iyileştirmeleri yaparak muhabirlere daha sağlıklı bir çalışma ortamı sunabilirler. Ayrıca rnekleme dahil edilen iki ülkenin haber ajansları da bu çalışmanın bulgularından çıkarımlar yaparak mevcut sorunların farkına varabilir ve çözüm yolları geliştirebilirler.

**Anahtar kelimeler:** Haber ajansları, Bangladeş, Türkiye, Muhabir, Haber retim süreci

## **ABSTRACT**

### **NEWS PRODUCTION PRACTICES OF NEWS AGENCIES IN BANGLADESH AND TURKEY: EXAMPLES OF AA AND İHA IN TURKEY, BSS AND UNB IN BANGLADESH**

Moshiur RAHMAN

Department of Journalism

Anadolu University, Institute of Social Sciences, July 2022

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Alaaddin F. PAKSOY

The importance of news agencies in the media sector of today's world is better understood with each passing day. Generally, news agencies, which have a strong economic infrastructure, produce news by having reporters in more regions than an independent media organization. It serves the news produced to other independent media organizations through subscription agreements. However, there are not many studies in the literature on the news production process of news agencies, which have a large share of the journalism industry. Therefore, this study has been made about the news production practices of news agencies in Bangladesh and Turkey. The aim of the study is to contribute to the gap in the literature by examining the news production practices of the reporters in the news agencies of the two countries mentioned and revealing the positive and negative situations experienced by the reporters in this process. In addition, by comparing the news production practices of the two countries, the situation and features that can be shown in a relatively good position are tried to be revealed.

In this study, which was conducted with the interview technique, the researcher was in both countries and conducted interviews with reporters. A total of 42 reporters from AA, İHA, BSS and UNB attended the interviews, in which 18 pre-prepared questions were addressed. The empirical findings of this study were formed by analyzing the answers given by the reporters to the questions. The empirical findings of this study were formed by analyzing the answers given by the reporters to the questions. The findings revealed that reporters working in every news agency faced certain difficulties

and impossibilities in their news production practices. In addition, in the comparison, it has been determined that although the news agencies in Bangladesh are in a better position than the news agencies in Turkey at some points, Turkey is generally at a more advanced level in agency journalism between the two countries.

As a result, within the framework of the findings of this study, the positive and negative situations experienced by the reporters, who are the heroes of the news production process, during the news production process were revealed. Institutions can offer a healthier working environment to reporters by making the necessary improvements in this context. In addition, the news agencies of the two countries included in the sample can also make inferences from the findings of this study, be aware of the existing problems and develop solutions.

**Keywords:** News agencies, Bangladesh and Turkey, News Correspondent, Producing news

## ÖNSÖZ

Öncelikle, tez konusunun belirlenmesi aşamasından savunma jürisine kadar uzanan süreçte desteğini esirgemeyen, değerli bilgilerini benimle paylaşan tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Alaaddin F. Paksoy'a teşekkürlerimi iletmek isterim. Ayrıca savunma jürisindeki katkılarından dolayı Prof. Dr. Ömer Özer ve Doç. Dr. Şakir Eşitti'ye de teşekkürlerimi sunmayı bir borç bilirim.

Bunlarla birlikte, eğitim hayatımın bir dönüş noktası olan, birçok adayın arasından beni uygun görerek Türkiye'ye gelmemi sağlayan ve eğitim sürecimde her konuda destekçi olan Türkiye Bursları ailesine sonsuz teşekkür etmek isterim.

Benim girdiğim her sınavdan önce iyi dilekleriyle oruç tutan annem ve psikolojik olarak destek sağlayan babamın ellerinden öperek ve üzerime olan katkılarını asla ödeyemeyeceğimi bilerek şükürlerimi iletmek isterim.

Son olarak, lisans döneminden yüksek lisans döneminin sonuna kadar her zaman yanımda olan ve manevi olarak en büyük destekçim, çok sevdiğim hayat arkadaşım Maria Tasnin'e en içten teşekkürlerimi sunarım.

Tez yazdığım süre boyunca bizimle olan ve sonlarında dünyaya teşrif eden biricik kızımız Mashia Rahman'a daha güzel bir dünyada her zaman destekçisi olmak umuduyla ...

## PREFACE

First, I would like to thank my thesis advisor, Assoc. Prof. Dr. Alaaddin F. Paksoy. I would like to thank him in addition for his contributions during my work. I would also like to thank to the defense jury members Prof. Dr. Ömer Özer and Assoc. Prof. Dr. Şakir Eşitti.

In addition, I would like to thank the Türkiye Scholarships family, which was a turning point in my education life, who saw me as suitable among many candidates, and supported me in every aspect of the education process.

I would like to express my gratitude by kissing the hands of my mother, who fasts with good wishes, before every exam I took and my father, who provides psychological support, knowing that I will never be able to repay their contributions to me.

Finally, I would like to express my sincere thanks to my dear life partner Maria Tasnin, who has always been by my side from the undergraduate period to the end of the post-graduate period.

Hoping to always support our only daughter, Mashia Rahman, who was with us during my thesis writing and came to our life at the end...

## **ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ**

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Moshiur RAHMAN

## İÇİNDEKİLER

	SAYFA
BAŞLIK SAYFASI .....	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI .....	ii
ÖZET .....	iii
ABSTRACT .....	v
ÖNSÖZ .....	vii
PREFACE .....	viii
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ .....	ix
İÇİNDEKİLER .....	x
KISITLAMALAR LİSTESİ .....	xii
GİRİŞ .....	1

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### 1. HABER AJANSLARININ GENEL YAPISI, İŞLEV VE ÖZELLİKLERİ

1.1.Ajans Nedir?.....	8
1.2.Haber Ajansının Tanımı .....	9
1.3.Haber Ajansının Doğuşu .....	13
1.4.Haber Ajanslarında Örgütlenme .....	17
1.5.Genel İlkeler ve Haber Kriterleri .....	19
1.6.Ajans Haberciliği .....	21
1.7.Haber Üretiminin Aşamaları ve Dağıtım Teknikleri .....	23

### İKİNCİ BÖLÜM

#### 2. ÖRNEKLEME DAHİL EDİLEN HABER AJANSLARININ TANITIMI

2.1.Anadolu Ajansı (AA) .....	38
2.2.İhlas Haber Ajansı (İHA) .....	41
2.3.Bangladesh Sangbad Sangstha (BSS) .....	42
2.4.United News of Bangladesh (UNB) .....	45

### ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

#### 3. HABER ÜRETME PRATİĞİNİN KURAMSAL ÇERÇEVESİ

3.1.Haberin Tanıtımı ve Üretimi .....	47
3.2.Haber Üretim Sürecindeki Etki ve Çatışmalar .....	50
3.3.Haber Üretimi Sürecinde Çatışma ile İlgili Etkiler .....	54

## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

### **4. YÖNTEM**

<b>4.1.Araştırma Yöntemleri .....</b>	<b>60</b>
<b>4.2.Nitel Araştırma Yöntemi .....</b>	<b>61</b>
<b>4.3.Yöntemin Uygulanması .....</b>	<b>65</b>

## **BEŞİNCİ BÖLÜM**

### **5. BULGULAR**

<b>5.1.Türkiye'deki Durum .....</b>	<b>82</b>
<b>5.2.Bangladeş'teki Durum .....</b>	<b>127</b>
<b>5.3.Bangladeş ve Türkiye'deki Haber Ajanslarının Karşılaştırılması.....</b>	<b>180</b>

<b>SONUÇ VE DEĞERLENDİRME.....</b>	<b>196</b>
------------------------------------	------------

<b>KAYNAKÇALAR .....</b>	<b>208</b>
--------------------------	------------

### **EKLER**

### **ÖZGEÇMİŞ**

## KISITLAMALAR LİSTESİ

- AA: Anadolu Ajansı  
APP: Associated Press of Pakistan  
AFP: Agence France-Presse  
AP: Associated Press  
AB: Avrupa Birliği  
AET: Avrupa Ekonomik Topluluğu  
AQA: Amerika Kalite Birliği  
BSS: Bangladesh Sangbad Sangstha  
BBC: Britanya Yayın Kuruluğu  
BM: Birleşmiş Milletler  
CHP: Cumhuriyet Halk Partisi  
İHA: İhlas Haber Ajansı  
NATO: Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü  
PTI: Press Trust Of India  
TASS: Informations Agentsva Rosi  
UNB: United News Of Bangladesh  
UPI: United Press International  
UNESCO: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü  
vb.: ve benzeri, diğerleri

## GİRİŞ

İnsanın bireysel ve sosyal yaşamında kitle iletişim araçları çok önemli bir yere sahiptir. Bireyin bulunduğu çevre, ülke ve dünyadan haberdar olabilmesinde rol oynayan bu araçlar, kamuoyu oluşturarak toplumun kanaat önderleriyle toplum arasında bir bağ kurmaktadır. Vatandaş ve kanaat önderleri arasındaki aracılık işlevini yerine getiren medya; politik, ekonomik ve kültürel birçok konuya ilişkin gündem yaratmaktadır. Bu nedenle medya, toplumun bir parçası haline gelmekle birlikte onu yansıtan bir ayna misyonu da görmektedir. Medya, toplumun eğlence ihtiyacını karşılamanın yanı sıra en önemli ve asıl görevi olarak toplumun bilgi edinme hakkını yerine getirmekle yükümlüdür (Saleh, 2018).

Dünyada yaşanan teknolojik gelişmelerle insanların bilgiye ulaşma imkânı çok daha hızlı olmuş ve kolaylaşmıştır. Vatandaşlara yaşanan olayları canlı olarak aktaran televizyonların yanı sıra gazetelerin internet versiyonu, internet haber siteleri sözü edilen haber içeriklerine ulaşmada en yoğun olarak kullanılan kitle iletişim araçlarıdır. Yeni teknoloji ile bilgi ve gazetecilerin ürettiği içeriklerin kısa bir süre zarfında büyük kitlelere ulaşması, kolaylıkla yayımlanabilmesi, istendiği zaman aynı içeriğe defalarca erişilebilmesi mümkün olmaktadır (Saleh, 2018).

Kitle iletişim araçlarından söz edilirken insanların akıllarına ilk olarak televizyon, gazete, radyo, dergi gibi iletişim kanalları gelmektedir. Ancak tarihsel gelişimleri daha geçmişe dayanan fakat habercilik sektörünün vazgeçilmez unsurlardan biri olan haber ajansları konu medya içerikleri olduğunda genelde görmezden gelinir. Haber ajansları medya dünyasının çok önemli bir parçasını oluşturmasına rağmen okurla doğrudan bir ilişki kuramaları sebebiyle halk arasında pek önemsenmemektedir (Budak, 2002). Ancak basın dünyasının güç ve etkilerinin büyük bir bölümünü ellerinde tutan ajanslar, habere konu olan kişi ya da toplumla doğrudan ilişkilidir, çünkü ajanslar üretim için haberin kaynağına yani topluma kadar inmektedir. Öte yandan ajanslara abone olan medya kuruluşları ise, ajans muhabirleri tarafından hazırlanan haberleri sundukları için olayın kaynaklarından ziyade okur ve izleyiciyle daha sıkıcı bir ilişki kurmaktadır.

Dolaylı bir şekilde toplumun haber alma hakkını yerine getiren haber ajansları sayesinde gazeteler haber ürettikleri alanların tümünde kendi muhabirlerini bulundurmazlar. Medya kuruluşlarının her biri, sadece kendilerini direkt olarak ilgilendiren konularda çalışmalar yaparken haber ajansları yazılı, görüntülü, fotoğraflı ve radyolara yönelik içerik üretmekte ve bu şekilde herkesin ortak bir haber platformu konumunda olmaktadır (Budak, 2002). Bir başka deyişle haber ajansları, haberciliğin toptancılığını yapmaktadır. Ancak günümüzdeki haber ajansları, kendi stüdyosu, internet sitesiyle sosyal medya üzerinden doğrudan vatandaşlara haber ve bilgi akışı sağlamaktadır.

Habercilik çok maliyet gerektiren bir iştir. Bir medya kuruluşu, sürekli olarak yayın yapma yeterliliğine sahip olmayı, ulusal ve uluslararası muhabir bulundurmayı, hızlı hareket edebilmek için her biriminde yeterli sayıda eleman ve teknolojik imkanları zorunlu kılan bir işletmedir. Dolayısıyla bu noktada haber ajansları, tek başına bu imkanlara sahip olup onlarca medya kuruluşu için ucuza haber üretmektedir. Çünkü haber ajansları, ürettiği bir haberi aynı anda onlarca medya kuruluşuna satacağı için, birim maliyeti düşürerek harcamalarını karşılayabilmektedir. Ancak bir televizyon ya da bir gazete bu imkanlara sahip olamadığı için üretim harcamalarıyla kazandıklarını her zaman dengeleyememektedir. Bu sayede medya kuruluşları, haber ajansları ile yaptığı anlaşmalara göre bir ödeme karşılığında çok emek sarf etmeden yayın için hazır haberler bulabilmektedir.

Bu çalışma kapsamında ulusal haber ajansı olarak Türkiye'den Anadolu Ajansı (AA), İhlas Haber Ajansı (İHA) ve Bangladeş'ten Bangladesh Sangbad Sangstha (BSS) ve United News of Bangladesh (UNB) ele alınmıştır. Bunlardan AA, Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilen özerk bir kurumdur. BSS ise Bangladeş Halk Cumhuriyeti tarafından finanse edilen özerk bir haber ajansıdır. Öte yandan İHA ve UNB ise özel şirketlere ait haber ajanslarıdır.

Çalışmada, iki ülkenin haber ajanslarının bilgi ve haber toplama politikaları, muhabirlerin deneyimleri ve içerik üretim sürecini etkileyen unsurlar incelenmektedir. Çalışmada nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiş olup görüşme tekniği kullanılmıştır.

Toplanan veriler içerik çözümlemesi kullanılarak iki ülke arasında karşılaştırmalı bir analize tabi tutulmuştur.

Bu çalışmanın iki temel araştırma sorusu bulunmaktadır:

- Bangladeş ve Türkiye'deki haber ajanslarının haber üretim sürecinin genel durumu nedir?
- Bangladeş ve Türkiye'deki haber ajanslarının haber üretim sürecindeki benzerlikler ve farklılıklar nelerdir?

Bu soruların cevaplarını bulabilmek adına AA'dan 6, İHA'dan 12, BSS'tan 13 ve UNB'den 11 olmak üzere toplamda 42 aktif ajans muhabiriyle görüşülmüştür. Araştırmanın hedefine bağlı olarak 18 adet mülakat sorusu hazırlanmıştır. Daha sonra çalışma, alınan cevaplar ve soruların yapısal boyutuna dayanarak yapılan içerik çözümlemesinden hareketle 6 kategoride toplanmıştır. Kategoriler şu şekildedir:

- Çalışma hayatı
- Haber kaynakları
- İmkân ve yetenekler
- Çalışma özgürlüğü
- Sıcak haber ve özel haber takibi
- Kişisel değerlendirme

Çalışmanın bulgularında, birincil olarak Türkiye'den seçilen AA ve İHA üzerinden Türkiye'deki haber ajanslarının durumu, ikincil olarak Bangladeş'te şu anda aktif hizmette olan BSS ve UNB üzerinden Bangladeş'teki haber ajanslarının durumu ele alınmıştır. Son kısımda ise bulgulardan hareketle, Bangladeş ve Türkiye'deki haber ajansları üzerinde genel bir karşılaştırma yapılmıştır.

### **Problem:**

Bir haberin üretim süreci birçok faktörden etkilenmektedir. İlk bakışta bir olayın haber olabilmesi, bir muhabirin olay yerine giderek habere dair veri toplamasından ibaret

gözükse de aslında sağlıklı bir haberin üretimi ve muhataplara ulaşması açısından muhabirin çalışma hayatı, habere konu olan kaynaklar, muhabire tanınan imkân, çalışma ve özlük hakları büyük bir önem arz etmektedir.

Haber ajansları, medya kuruluşlarına yönelik haber servisi yaptığı için haberin üretim sürecinin ajanslarda çok daha hızlı olması gerekmektedir. Ajans muhabirlerinin piyasada bulunan diğer haber ajanslarıyla da aynı şekilde bir yarışta olduğunu unutmadan haberin üretim sürecini tamamlanması gerekmektedir. Bir haber ajansı için zaman yönetiminin çok önemli olması sebebiyle ajans muhabirleri medya kuruluşlarının yayın saati ya da tarihine uygun olarak hazırlık yapmak ve ürettiği haberi bekletmeden servis etmek zorundadır. Bir haber ajansının müşterileri ise genellikle gazete, televizyon, dergi ve son yıllarda yaygın olan internet haber platformlarından oluşmaktadır. Bu nedenle bir ajans muhabirinin, aynı anda metin, fotoğraf, görüntü, ses kaydı gibi farklı formatlarda içerik üretmesi gerekmektedir. Dolayısıyla bir haber ajansı muhabiri, haber üretim sürecinde, diğer medya kuruluşlarının muhabirlerinden çok farklı ve donanımlı çalışmaktadır. Ancak bu çalışmaya başlamadan önce yapılan literatür taramasında, haber üretim süreciyle ilgili ele alınan araştırmaların genelinde gazete, radyo, televizyon, dergi gibi mecralardaki haber üretim sürecinin değerlendirildiği görülmüştür. Öte yandan günümüzde hem Bangladeş hem de Türkiye’de medya kuruluşlarına maddi değer karşılığında haber satan, haberin ham maddesini sağlayan ve medyanın en temel kaynağı olan haber ajanslarına hak ettikleri değer verilmemiştir. Bu çalışma, sözü edilen durum göz önüne alınarak haber ajanslarının, haber üretim süreci ile ilgili yapılacaktır. Dolayısıyla bu çalışmanın bulguları, haber ajanslarıyla ilgili literatürdeki boşluğu bir nebze de olsa dolduracaktır.

Bundan hareketle bu çalışmanın problemleri şöyledir:

1. Haber üretim süreci ile ilgili yapılan çalışmalarda genellikle medya kuruluşları ön planda tutulmuştur. Ancak yaygın olarak onlara haberin ham maddesini sağlayan haber ajanslarının haber üretim süreci ile ilgili yapılmış çalışmalara pek rastlanmamaktadır. Dolayısıyla bu noktada hem Türkiye hem de Bangladeş’te literatürde bir boşluk söz konusudur.

2. Bangladeş ve Türkiye'deki haber ajanslarında çalışan muhabirlerin haber üretim süreci ile ilgili yapılan çalışmaların az olması nedeniyle onların üretim sürecindeki olumlu ya da olumsuz yönler yıllardır değerlendirilmemiştir. Bu yüzden sorunlar çözülememiştir. Bunun sonucunda muhabirler uzun yıllardan beri psikolojik, ekonomik ve toplumsal baskılar altında çalışmaya devam etmek zorunda kalmıştır.

3. Muhabirlerin çalışma koşullarıyla ilgili çözülmesi gereken birçok sorunun ortaya konamaması ve onların baskı altında çalışması haber üretim sürecindeki verimliliği düşürmektedir. Dolayısıyla ajanslara abone olan kurumlar gerçek kamu yararı taşıyan haberlere sınırlı düzeyde erişebilmektedir.

### **Amaç:**

Bu çalışmanın genel amacı ilk olarak, Bangladeş ve Türkiye'deki haber ajanslarında çalışan muhabirlerin haber üretim sürecinde yaşadığı olumlu ve olumsuz yönleri ortaya koymaktır. Diğer bir amaç ise belirlenen olumlu ve olumsuz yönlerin giderilmesi için çalışma bulgularının, ilgili yetkililere aktarılarak sorunların değerlendirilmesini sağlamaktır. Yetkililer tarafından bulguların değerlendirilmesi sonucunda atılacağına inanılan adımlar, muhabirlerin haber üretim sürecini çok daha etkin ve verimli kılacaktır. Ayrıca çalışma bulguları doğrultusunda verimlilik açısından haber üretim sürecinde daha iyi konumda olan muhabirler, diğer muhabirlere örnek olacaktır.

Çalışmanın genel amacını destekleyen diğer amaçlar ise bu şekildedir:

1. Bangladeş ve Türkiye'deki ajans muhabirlerinin haber üretme yöntemlerini öğrenmek.

2. İki ülkenin haber ajanslarının haber üretim süreciyle ilgili avantajlı ve dezavantajlı konumlarını keşfetmek. Böylelikle hangi ülkenin gelişmiş olduğunu ve bu gelişmenin sırrını öğrenmeye çalışmak.

3. Muhabirlerin haber üretim sürecini muhtemel olarak etkilemesini beledikleri değişiklikleri öğrenmek.

4. Haber toplama pratiğinde iki ülke arasındaki çevresel, kurumsal, kaynaklar, maddi imkanlar ve çalışma özgürlükleri açısından var olan durumlarını ortaya koymak.

5. Gelişmekte olan iki ülkenin sosyal, siyasal, ekonomik ve kültürel yönleri doğrultusunda haber ajansları arasında haber üretim sürecindeki benzerlik ve farklılıkları ortaya koymak.

6. Araştırma sonucunda gelişmiş ve daha ileri düzeydeki bir haber ajansının diğerlerine nasıl katkı sağlayacağını öğrenmek.

7. Muhabirler her gün belli sayıda haber üretmek zorunda kaldıkları için bir noktadan sonra kalitesiz haber üretmektedir.

### **Önem:**

Bu çalışma hem Türkiye hem de Bangladeş'teki haber ajansları için önem arz etmektedir. Çalışmanın önemi aşağıdaki noktalardan kaynaklanmaktadır:

1. Bu çalışma, Türkiye ve Bangladeş'teki iletişim çalışmalarında haber ajanslarının haber üretim pratikleri bağlamında literatüre önemli katkı sağlayacaktır.

2. Bu çalışma, haber üretim sürecinin kahramanları olan muhabirlerin, üretim sürecinde yaşadıkları olumlu ve olumsuz durumları ortaya koyarak muhabirlerin daha verimli çalışabilmesini sağlamak adına yetkililere belli öneriler sunacaktır.

3. Bu çalışmanın bulgularına göre iki ülke arasında görece daha iyi konumda olan ülke ya da haber ajansı diğerlerine katkı sağlayabilecektir.

### **Varsayımlar:**

Bu çalışmanın varsayımları şu şekildedir:

1. İki ülkenin haber ajanslarının haber üretme pratiklerinde çok büyük farklar ve küçük benzerlikler vardır.

2. Türkiye'deki haber ajansları, Bangladeş'teki haber ajanslarından haber üretim pratikleri açısından daha ileri bir konumdadır.

3. Her iki ülkenin muhabirleri, haber üretmek için geleneksel haber toplama teknikleri yerine çoğunlukla dijital ve teknolojik imkânlardan faydalanmaktadır. Ancak muhabirler geleneksel yöntemlerden tam olarak vazgeçmemişlerdir.

4. Her iki ülkenin muhabirleri, haber toplama sürecinde özgür ve bağımsız değildir. Siyasi ve kurumsal çerçeveye dışına çıkarak haber üretememektedirler.

5. Muhabirlere, haber üretirken çalıştıkları ajanslar tarafından gerekli araç, gereç ve maddi imkânlar tanınmadığı için üretim süreçleri olumsuz anlamda etkilenmektedir.

6. Muhabirler, yıllardır çalışma ve özlük haklarından mahrum şekilde kaşeli ya da sözleşmeli olarak çok düşük ücretler karşılığında çalıştırılmaktadır. Ayrıca çoğu zaman kendilerine kadro verilmemektedir.

7. İki ülkenin haber ajansları arasında çalışma şartları, haber üretim pratikleri/politikaları ve imkânları açısından çok ciddi farklar vardır. Bu bağlamda Bangladeş geride kalmaktadır.

### **Sınırlılıklar:**

Muhabirler gerek kendi iş yoğunlukları gerekse de çalıştıkları kurumun izin vermemesi sebebiyle defalarca görüşmeyi reddetmiştir. Bu noktada en zorlayıcı kurum AA olmuştur. Ajansın muhabirlerine görüşme talebi iletildiğinde kendileri devlet kurumunda çalıştıkları için konuşmamayı tercih etmişlerdir. Resmi yollardan izin almak istenince de bir geri dönüş sağlanamamıştır. Bu nedenle araştırmacı bu muhabirlere büyük ölçüde kendi kişisel bağlantıları sayesinde erişebilmiştir.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### 1. HABER AJANSLARININ GENEL YAPISI, İŞLEV VE ÖZELLİKLERİ

Çalışmanın birinci bölümünde; literatürden hareketle haber ajanslarının genel yapısı, işlevi, özellikleri, tarihçesi, örgütlenme ve haber dağıtım sisteminden söz edilmektedir. Ayrıca haber üretim sürecinde haber ajanslarının, diğer medya kuruluşlarından farkları ve sorumlulukları da bu bölümde açıklanmaktadır.

#### 1.1. Ajans Nedir?

Ajans kelimesi, Latince asıllı bir sözcüktür. Ajans kelimesi dünyanın farklı dillerinde çeşitli anlamlarda kullanılmaktadır (Akpınar, 1984). Fransız dilinde ‘agence’, Almanca’da ‘agentur’, Rus sözlüklerinde ‘agensvo’, İngilizce’de ‘agency’, İtalyanca’da ‘agenzia’, İspanyolca’da ‘agencia’dır. Bengalce’de ise ajans kelimesi ‘সংস্থা- (Songsta)’ olarak geçmektedir (Aktaran Abdurkarimova, 2021, s. 5).

Ajans kelimesi genel hatlarıyla hareket, araç, faaliyet, vekâlet, acente karşılığı anlamlarında kullanılmakta olup buna ek olarak aracılık ve vekillik manalarını da içermektedir (Abdurkarimova, 2021). Türk Dil Kurumu tarafından hazırlanan Fransızca-Türkçe Sözlüğü’nde geçen “‘agence” kelimesi acente, ajans, iş bulma acentesi (agence de placement), ilan- reklam acentesi (agence de publicite) gibi farklı kavramları ve alanları içermektedir (Aktaran Abdurkarimova, 2021, s. 5).

Redhouse Sözlüğünde “‘agency”’; vasıta, acente olarak tanımlanırken; Meydan Larousse’a göre “ajans”’; çeşitli işlerle uğraşan büro, haber alma, haber toplama, haber yayma kuruluşu, daha çok radyolarda, belirli saatlerde okunan haber bültenidir (Yazıcı, 1999; aktaran Girgin, 2002).

Dil Derneği tarafından hazırlanan sözlüğe göre ise “ajans”’; dünya olaylarını toplayıp ilgililere bildiren kurum, bir ticari kuruluşu tanıtan, onunla ilgili bilgi aktaran iş koludur. Ali Püsküllüoğlu’nun Türkçe sözlüğüne göre de ajans; haber toplayıp yayma işiyle uğraşan kuruluştur (Aktaran Abdurkarimova, 2021, s. 6).

Ajans sözlüğü, “haber ajansının” yanı sıra “basın ajansı” olarak da ele alınmaktadır. Doğru ve tarafsız bilgiye ulaşma adına yazı ve fotoğraf gibi haber kaynaklarının üretildiği, gerektiğinde ses ve belge servis eden kuruluşun adıdır. Girgin’e göre; haber ajansı ve basın ajansı aynı anlamı ifade etmekle birlikte aynı görevi yapan kuruluşlar olarak nitelendirilmektedir. Basın ajansı ve haber ajansı arasındaki farklılık ise Frankofonlar’ın “agence de presse”, Angolo-Saksonlar’ın “news agency” adlarını farklı anlamlarda kullanmalarından kaynaklanmaktadır (Girgin, 2002a).

## **1.2. Haber Ajansının Tanımı**

Teknolojik gelişmelerle birlikte globalleşen dünyada, kitle iletişim araçları son derecede teknolojik ve dijital bir mahiyet kazanmıştır. Bu gerçek, habercilik sektöründe haber ajanslarının önemini de artırmıştır. Geniş kitlelere haber ulaştırmak için birincil konumda olan haber ajansları, aynı anda onlarca medya kuruluşuna haber servis etmektedir (Gönenç, 2010).

Haber kavramının ortaya çıkışından beri habercilik, toplum için önemli bir meta olmuştur. Geçmişten günümüze var olan gazeteler, yeni teknolojiyle beraber ortaya çıkan yeni dönem kitle iletişim araçları, bu malzemenin taşıyıcısı olmakla beraber aracı kurumları da meydana getirmiştir. Gazeteler ve yeni iletişim araçları, medya kuruluşlarının gelişmesi ve haber alanının genişlemesine katkı yapmıştır. Ayrıca haber toplama, hazırlama ve aktarma işlemlerinde de uzmanlaşmış kuruluşların ortaya çıkışını sağlamıştır (Abdukarimova, 2021).

İletişim araçları, basın kuruluşların işlevine ve ürettiği içerikleri yayınlamasına katkı sağlamaktadır. Eskiden haber kuruluşları için yerel, bölgesel, ulusal haberlere erişim zordu ve dış haberlere sadece yazılı mektup ve yurtdışından gelen yolcular aracılığıyla ulaşabilmekteydi. Bu bağlamda okurun habere erişimi hayli zor ve zaman gerektiren bir işlem olmuştur. Gönenç’e göre; habercilikte ilk olarak posta güvercinleri ilk haber ajansının kurulmasıyla beraber kullanılmaya başlanmıştır. Ancak daha sonra posta güvercinlerinin yerini telefon, telgraf, faks gibi teknolojik araçlar almıştır (Gönenç, 2010). Günümüzde ise; yeni gelişen akıllı telefonlar, bilgisayar, tablet, uydu sistemleri ve

buna benzer teknolojik aletler, habercilik sektöründe büyük gelişmeler kaydedilmesine vesile olmaktadır.

Herhangi bir medya kuruluşunun ana haber kaynağı olarak genelde haber ajansları düşünülmektedir. Haber ajansları, ülke ve dünya gündemini oluşturan, onlarca haber akışından seçilerek en önemli haberlerini abone olan medya kuruluşlarına servis eden bir organ olarak tanımlanabilmektedir. Haber ajansları, üretmiş olduğu bilgiyi doğrudan vatandaşlara ulaştırmıyor olsa da aracı medya kuruluşları sayesinde 150 yılı aşkın bir süredir habercilikte çok önemli roller üstlenmektedir (Abdukarimova, 2021).

Tokgöz, haber ajansı kavramını ilk ortaya çıkışından beri gazetecilik mesleğini yapan veya haberleşme sürecinde görev alan diğer medya kuruluşlarına haber toplayan kurumun adı olarak tanımlamıştır. Haber ajansları, en anlaşılır tabirle, diğer medya kuruluşlarına hazır haber hizmeti götürme işlevini yerine getiren kuruluşlar olarak açıklanabilir (Tokgöz, 1981). Gaillard Philippe'e göre: "Haberleri olay yerinden bir gazetenin yazı işleri odasına veya radyo 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 yani haber ajanslarına başvurmak zorundadır" (Gönenç, 2010). Haber ajansları, belli bir ücret karşılığında haberciliğe uygun olarak gazete, televizyon, radyo, haber siteleri ve benzer kuruluşlara yönelik hazırlanmış metin, fotoğraf, görüntü ve ses kaydı hizmeti sunan kurumları ifade etmektedir. Bir başka deyişle haber ajanları, medya kuruluşlarına haber temin eden kurumdur. Gönenç'e göre günümüzdeki haber ajansları, medya kuruluşlarına sadece haber değil, eleştiri, karikatür, resimli roman, röportaj gibi haberin tamamlayıcı ürünlerinin de sağlanmasında büyük rol oynamaktadır (Gönenç, 2010).

Haber ajanslarının ürettikleri haberler birer üründür. Bu ürünün alıcıları ise televizyon, radyo, gazete, dergi gibi vatandaşlara görüntülü, yazılı, fotoğraflı ya da ses kaydı ile hizmet sunan medya kuruluşlarıdır. Medya kuruluşları, sağladıkları hizmetlere bağlı olarak haber ajanslarıyla belli anlaşmalar imzalamaktadır. Bu anlaşma

doğrultusunda ajanslar, genellikle gündemi takip eder ve abone olan kuruluşlar için özel haberler üretir. Medya kuruluşlarının kaynakları çok geniş olsa da haber içerikleri, özellikle rutin konularda genellikle haber ajanslarına bağlı olmaktadır. Haber ajansları, yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası olabilmektedir. Bununla birlikte günümüzdeki teknolojik imkânlardan faydalanan ajanslar, habere ulaşımının çok daha kolay ve hızlı olması sebebiyle artık yerel çerçevede kalmayıp ulusal yayın yapmaktadır. Ulusal haber ajansları, gündem takibinin yanı sıra borsa, spor, yaşam haberleriyle benzeri konuları da içerecek şekilde çok daha geniş bir alanda çalışmaktadır. Buna ek olarak, ulusal haber ajansları, diğer ülkelerin medya kuruluşlarıyla yapmış oldukları işbirliği sonucunda dünyadan da haber toplayarak kendi ülkelerinin medya kuruluşlarına servis etmektedir (Gönenç, 2010). Bazı haber ajansları, ulusal sınırı aşarak dünyaca tanınır hale gelmiştir. Bu haber ajansları, dünyanın farklı yerlerinden çalışanlar bulundurmaktadır. Bu çalışanlar, buldukları çevrede yaşanan ve haber değeri taşıyan olayların haberini toplayıp dünyanın birçok ülkesinde çeşitli haber ajansları ve medya kuruluşlarına servis etmektedir (Vural, 2013).

Herhangi bir konunun araştırılması, kuramsal olarak düzenlenmesi ve hukuk boyutunun yeniden tasarlanabilmesi için ilgili konunun kesin bir tanım olmalıdır. Haber ajansları için de bu durum söz konusudur. Dünyanın her ülkesinde haber ajansları ile ilgili ülkenin yasaları ile uyumlu olacak şekilde tanımlamalar mevcuttur. Ülkelerin yasal mevzuatının ya da özel anlaşmaların maddeleri de özel yasal statüye sahip haber ajansının amacını açıklamaktadır (UNESCO, 1953). UNESCO haber ajanslarının misyon ve vizyonunu şu şekilde tanımlamaktadır: “Haber ajansı, hukuki statüsü ne olursa olsun, genel anlamda haberleri, gerçekleri gösteren ve tanımlayan aktüalite belgelerini bulup, bunları kitle iletişim araçlarına, onları ikna etmenin dışında kalmak üzere yayan, yasaların hükümlerine, ticaret kurumlarına uygun, olanak verdiği ölçüde tam ve tarafsız hizmet götüren kuruluştur” (Aktaran; Tokgöz, 1981).

Haber ajansları olayları yorumlayarak aktarmaktan kaçınmalıdır. Kişisel düşünceye yer vermeden spesifik olaylar üzerinden ajans haberi hazırlanmalıdır. Haber ve propaganda arasında bir ayırım yapmak zor olsa da haber ajanslarının görevi, hiçbir tehdit ve baskı altında kalmadan yayıncılığa devam etmektir. Ancak haberin kontrol edildiği bazı ülkelerde hiçbir haber denetimsiz bırakılmamaktadır. Bu nedenle UNESCO

tarafından yapılan bu tanımlamanın, haberciliğin baskı altında olduğu ülkeler açısından geçerli kılınması oldukça zor olacaktır (UNESCO, 1953).

Haber ajanslarıyla ilgili yapılan tanımlamalarda, ajansların hazırlayıp ürettiği haberleri belli bir ücret karşılığında satıldığı açıklanmaktadır. Ancak Tokgöz'e göre aslında, geleneksel olarak haber üretme, yazma ve bununla beraber haberin servis edilmesine kadar gerekli tüm işlemler bir muhabir tarafından yapılmaktadır. Haber ajansları sadece kurumsal olarak bulundukları teknolojik ekipmanlar nedeniyle diğer medya kuruluşlarından üstündür. Haber ajansları yeni teknolojik imkânlardan yararlanarak geleneksel habercilikten çok daha çabuk ve hızlı olarak haber servis etmektedir. Bir anda ürettikleri malzemeyi onlarca kuruma satabildikleri için daha uygun fiyata servis etme şansına sahiptirler (Tokgöz, 1981). Dijital teknolojinin olanaklarının kullanımı medya kuruluşları ve haber ajansları arasındaki haber alışverişinin çok daha hızlı ve süratli olarak gerçekleşmesine vesile olmaktadır. Tokgöz'e göre bu durum, gazetelerin maliyetini arttırmakla beraber kaynakların da yeniden değerlendirilmesini gerektirmektedir. Yazılı ve sözlü medya organlarıysa bu nedenle, haber ajanslarının servis ettiği çeşitli hizmetlerden yararlanmaya başlamıştır. Ancak bunu yaparken kendi muhabirlerinden de vazgeçmemişlerdir (Tokgöz, 1981). Bununla birlikte Tokgöz (1981)'ün tespiti kitabın yazıldığı dönem için uygun olsa da günümüzdeki habercilik sektörü açısından gerçekliği yansıtmadığını söylemek mümkündür. Çünkü günümüzde internetin hızlı yayılışı habercilik sektöründe de bir dizi değişikliği meydana getirmiştir. Haber ajansları internetten faydalanarak hizmetlerini sanal ortam üzerinde kurulan havuz sistemiyle paylaşmaktadır. Bu da bir çeşit internet haberciliğidir. 2007 yılında yapılan bir araştırmada, internetin hızlı, kolay ve ucuz haber üretimi sağlaması 4 bin gazetecinin işsiz kalmasına sebep olmuştur (Çakır, 2007). Günümüzde ise bu durumun sektördeki çalışanların iş güvenliği ve sosyal hakları açısından çok daha tehlikeli hale geldiği açıktır.

Haber ajanslarının işletme sistemi ticarete toptancıların yaptıklarına benzemektedir. Çünkü ajanslar, ürettikleri haberleri ve yan ürünlerini belli bir ücret karşılığında müşterileriyle paylaşmaktadır. Bu nedenle, ajanslarından haber ve yan ürünlerini alan diğer medya kuruluşları, Hohenberg'e göre "perakende olarak haber satın almış" olmaktadır (Tokgöz, 1981). Haber ajansı, bağımsız bir kitle iletişim aracı olarak nitelendirilemez. Haber ajansının çok çeşitli hizmetleri bir arada sunan kuruluş olarak

görülmesi gerekmektedir. Ajanslar, diğer medya kuruluşları için ulaşılması zor olan kaynaklara referans göstererek kendi ürününü kullanmasına izin veren bir işletmedir. Haber ajansının sunduğu hizmetler açısından habercilik sektörüne büyük katkılar yaptığı kanıtlanmıştır. Günümüzdeki haber ajanslarının görevi medya kuruluşlarına haber sunmakla sınırlı değildir. Ajansların sağlamış olduğu bir diğer hizmet de okurun habere ücretsiz erişimidir. Bu durumda okur, ajansların üretmiş olduğu bilgi ve haber içeriğine aracı bir medya üzerinden değil, doğrudan ulaşabilmektedir. Haber ajansları, interneti iletişimin asıl kanalı olarak görmektedir. Bu durumda ajanslar, tam teşekküllü bir basın organının görevini yapmaktadır. Ancak bu durum gazete ve diğer medya kuruluşlarıyla herhangi bir rekabete yol açmamaktadır, tersine mevcut okur toplumunun genişlemesine müsaade etmektedir (Kulikovskiy, 2014). Haber ajanslarının okurlara doğrudan bilgi aktarma süreci 1990'lı yıllarda başlamıştır. O dönemden bu yana haber ajansları aktif olarak okuyucu ile doğrudan buluşmak için interneti kullanmaktadır (Mogilevskaya, 2008; aktaran Abdugarimova, 2021).

Özetle, haber ajansı ile ilgili belirtilen tanımlara göz önüne alındığında şu çıkarımlar yapılabilmektedir:

1. Haber ajansı, diğer basın organlarına bir ürün olarak haber satan kurumun adıdır.
2. Haber ajanslarının ana görevi ürettikleri haberleri medya kuruluşlarına belli bir ücret karşılığında servis etmek olsa da günümüzdeki teknolojik imkanlardan faydalanan ajanslar kendi web siteleri üzerinden okurlarına ücretsiz haber erişimi sağlamaktadır.

### **1.3.Haber Ajansının Doğuşu**

Üretilen haberin bir ücret karşılığında satılması çok eski dönemlere dayanmaktadır. Ancak 1811 yılında Samuel Gilbert isimli bir tüccar tarafından Amerika'da ilk haber ajansının kurulmasından önce kimsenin aklına habercilikteki ajans sistemi gelmemiştir (Gönenç, 2010). Matbaanın yaygınlaşması, toplumdaki bilgi tüketimi alışkanlığının artış göstermesi ve 19. yüzyılda Avrupa kıtasında bulunan gazetelerin "haber" ihtiyacı, haber ajansının kuruluşunda etkin olan faktörlerdendir. Haberler, gazetelerin ilk çıktığı yıllarda yazılı mektup, ajans ve kuryeler aracılığıyla ulaştırılmıştır.

Ancak piyasadaki rekabetin zamanla artması sonucunda daha hızlı ve sağlıklı haber toplama ihtiyacı meydana gelmiştir. Bu gereksinimlerin ardından “muhabirlik” mesleği icat edilmiştir. 1853-1856 yılları arasında William Howard Russell’in Kırım Savaşı hakkında London Times gazetesinin okuyuculara haber göndermesi toplum içinde büyük coşku ve ilgi oluşturmuştur. Ayrıca bazı tarihçilere göre Russell’in bu hareketi İngiliz hükümetini düşürmüştür. Aynı zamanda Lord Palmerston önderliğinde kurulan yeni hükümet, basının etkisiyle iş başına gelmiştir ve kamuoyunun nabzına uygun hareket ederek hemen yeni icraatlara başlamıştır (Aydın, 2016). Toplumun bilgi ve habere yönelik bu ilgisi, telgraf kullanımının kolaylaşmasıyla beraber haber ajanslarının ortaya çıkış sürecine hız kazandırmıştır.

Günümüzde yaygın olan haber ajansı sistemi, 19. yüzyıldan itibaren var olmaya başlamıştır. Ancak haberin para karşılığında satılmasının ilk örneği tarihte Avrupa’da yaşanan kargaşa ve savaşlar neticesinde krallıkların, düşman cephenin haberlerini İtalyan tüccarlarından para karşılığında satın almasıdır. Bu, tarihte para karşılığında haber satmanın ilk örneğini teşkil etmiştir. Avrupa’daki gelişmeler hakkında haberdar olmak için Amerikalılar, o dönemin ticaret merkezi olan Boston’daki limana akın ederlerdi. Avrupa’dan limana gelen gemilerden haber öğrenmek için kuyruk oluşturmaktaydılar. Bu olayı gözlemleyen Samuel Gilbert adlı bir tüccar, gemicilerden aldığı haberleri kendisine ait bir deftere yazarak günümüzdeki ajans haberciliğinin ilk nüvelerini oluşturmuştur. Gilbert’in defterinde yazdığı haberler, sadece vatandaşların değil, dönemin gazetecilerinin de ilgi odağı olmuştur (Yimamu, 2016; aktaran Abdurkarimova, 2021, s. 12)

Gazetelerin gelişmesi, haber ajanslarının da önemini artırmıştır. Ancak gazetelerin gündeme gelmesi, bilgi kadar, bilgiyi toplama sorununu da beraberinde getirmiştir. Özellikle Birinci Dünya Savaşı sırasında bu ihtiyaç, kurumsallaşmayı zorunlu kılmıştır. Çünkü savaş esnasında bilgi toplama sürecine propagandanın da karıştığı öne sürülmüştür. Bu doğrultuda o dönemde kurumsal olarak çeşitli ajanslar kurulmuştur (Maimaitimin, 2014; aktaran Abdurkarimova, 2021, s. 13).

Tam anlamıyla kurumsal olarak çalışan ilk haber ajansı, 1835 yılında Macar asıllı bir Fransız tarafından çeviri bürosu olarak kurulmuştur. Aynı yılın Ağustos ayında

Charles Louis Havas adlı bir tüccar, 49 yaşında Paris'te matbaaların ve gazetelerin bulunduğu bir bölgede bir daire kiralamıştır. Sonrasında Jean-Jaques Rousseau Caddesi 3 numaralı Hotel De Bouillon'un bahçesinde yabancı gazeteler için ilk çeviri bürosunu açmıştır (Gönenç, 2010). Havas, Avrupa'nın birçok ülkesinde muhabir görevlendirmiştir. Bu muhabirler aracılığıyla kendisine gelen haberleri ise daha sonra belli bir para karşılığında müşterilere satmaya başlamıştır (Abdukarimova, 2021). Dönemin gazeteleri, Havas'ın açtığı bürodan haber satın almaktan çekinmiştir. Ancak Havas, zamanla diplomatlar ve bankerleri ajansına abone etmiştir (Tokgöz, 1972).

1837 yılının Mayıs ayında, Fransız Hükümeti iletişimin tüm faaliyetlerini kontrol altına alarak sinyal yayınına yasak getirmiştir. 1838 yılında ise resmi ilanların ve bakanlık birimlerinin tüm yayınlarını Havas'a vermiştir. Paris, Londra ve Brüksel arasında Havas'ın sürdürdüğü ajans haberciliği, Paris'te yayın yapan günlük gazeteler, iş adamları ve bankacılar tarafından yoğun ilgi görmeye başlamıştır. Havas ise bu şekilde dünyada hizmet veren ilk uluslararası haber ajansı konumunu kazanmıştır. Telgrafın bulunması Havas'ın ajans haberciliğine hız kazandırmıştır. Dünyada olup bitenler hakkında insanların merakını gidermek haber ajansının temel görevi olmuştur. Böylece ajansların müşterileri her geçen gün artmaya devam etmiş, gazetelerin tirajı ise ajansların popülerliği ile tavan yapmıştır. Örneğin, Küçük Paris Gazetesi, 1869 yılında 60 bin tiraja ulaşmıştır. Haber ajanslarının elde ettiği bu popülerlik çeşitli reklam fırsatları kazanmasına da vesile olmuştur. 1857 yılından sonra reklamlar haber ajansların gelişimde büyük roller oynamıştır (Gönenç, 2010).

Havas ajansın modelini uygulayarak 1855 yılında Almanya'da Wolff ve 1857 yılında ise Reuters kurulmuştur. 1851 senesinde, Havas ile beraber çalışan Alman kökenli Julius Reuter, Londra'da ticari bir merkez açarak günümüzdeki Reuters Haber Ajansı'nın kuruluşunun ilk adımını atmıştır. Havas, uluslararası haberleri toplamak adına Reuters ve Wolff ile anlaşma sağlamıştır. 20. yüzyılın ilk yıllarında kurulan; Associated Press (1900), United Press (1907) ve International News Service (1909) haber kuruluşları, Avrupa'da başlayan bu habercilik akımını Amerika Birleşik Devletleri'nde de ilerletme amacı gütmüştür (Tokgöz, 1972).

Modern anlamıyla “ajans” kelimesi ilk kez Associated Press tarafından kullanılmıştır. Bu ajansın ilk ismi New York Associated Press idi (Maimaitimin, 2014; aktaran Abdukarimova, 2021, s. 14). Tokgöz’e göre, Amerika’da ilk haber ajansı 1857 yılında kurulmuştur. 1857 senesinden önce New York’ta yayın yapan tüm gazeteler aralarında sağladıkları anlaşma doğrultusunda kentin limanına gelen gemilerden bilgi almaktaydı. 1857 yılında kurulan New York Associated Press, ABD’deki gazetecilik sektörüne büyük yenilikler getirmiştir. Sözü edilen yıllarda ABD’de telgraf kullanılmaya başlanmıştı; ancak kullanım ücreti çok yüksekti. New York Associated Press ise üretim maliyetinden kurtulmak için topladığı haberleri, New York dışındaki diğer eyaletlerdeki basın organları ile belli bir ücret karşılığında paylaşmaya başlamıştır (Tokgöz, 1981).

Havas’ın dünyadaki ilk haber ajansı olduğu kabul edilmektedir. 1835 yılında kurulan Havas Ajansı’nın başarısı dünyada yeni yeni gelişmekte olan gazetecilik sektörüne büyük yenilikler getirmesidir. Havas’ta çalışan muhabirler de dünyanın birçok yerinde yeni haber ajansları kurmuş ve bu şekilde Havas’ın izi ve etkisi dünyaya yayılmıştır. 1853 yılında İtalya’da Stefani Haber Ajansı ve 1857 yılında Avusturya’da Korrespondenz -Bureau açılmıştır. Bundan yaklaşık on sene sonra ise Danimarka’da Ritzans haber ajansının kurulduğu bilinmektedir (İnuğur: 2005; aktaran Abdukarimova, 2021, s. 15).

Ancak Havas, Wolff ve Reuters, sonraki süreçte kurulan haber ajanslarıyla yaptığı anlaşmalar doğrultusunda uluslararası haberlerin toplanmasını engellemiştir. Avrupa ülkelerinde habercilikte yaşanan bu gelişmelerden Amerika da geri kalmamıştır. Amerika’da 1885 yılında Western Associated Press kurulmuştur. Western Associated Press haber ajansı 1892 yılında Associated Press (AP) olarak ismini değiştirmiştir. (Gönenç, 2000). AP, Havas, Reuters ve Wolff, kendi aralarında yaptığı anlaşma sonucun tüm dünyadaki habercilik ve ajans sistemi üzerinde tekel yaratmıştır. Ancak 1907 yılında açılan United Press International (UPI) bu tekele karşı ilk tepki gösteren haber ajansıdır. İkinci Dünya Savaşı sırasında ise Havas’ın kapanması UPI’in dünya çapında etkileyici olmasını sağlamıştır (Ertuğ, 1970; aktaran Abdukarimova, 2021, s. 15). Nazilerin Fransa’yı işgali ile dünyanın ilk haber ajansı olan Havas, Hitler’in kontrolüne girmiştir. İkinci Dünya Savaşı devam ederken 1944 yılında İngiltere’de L’Agence France Press (AFP) kurulmuştur. Bu ajans, savaş bittikten sonra Fransa’ya taşınmıştır. Diğer yandan

Sovyetler Birliği'nde açılan ilk haber ajansı ise TASS olmuştur. 1917 yılında kurulan TASS Orta Asya'daki en büyük haber ajansları arasında sayılmaktadır.

Osmanlı İmparatorluğu'nun devam ettiği dönemlerde, padişahların emriyle çeşitli haber ajanslarının kurulduğu bilinmektedir. Bunlardan ilki Salih Gürcü tarafından kurulan Osmanlı Telgraf Ajansı'dır. Bu ajansın Havas ve Reuters ile yaptığı anlaşmalar doğrultusunda çalıştığı bilinmektedir. Dahası bahsi geçen ajansın, Havas ve Reuters'in bir örgütü olduğu ileri sürülmüş ve İngiliz ve Fransız hükümetinin propaganda aygıtı olduğu bahanesiyle ajans, 1914 yılında kapatılmıştır. Osmanlı'da sonraki süreçte ise Osmanlı Milli Telgraf Ajansı ve Türkiye- Havas- Reuters Ajansı kurulmuştur (Başiboş, 2017). Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk haber ajansı olan Anadolu Ajansı (AA) ise 1920 yılında kurulmuştur. Öte yandan bu çalışmaya dahil edilen İHA, 1993 yılında Türkiye'nin ilk özel haber ajansı olarak kurulmuş; BSS 1972 yılında ve UNB ise 1988 yılında faaliyetlerine başlamıştır.

#### **1.4. Haber Ajanslarında Örgütlenme**

Muhabirler, haber ajansının temel yapı taşıdır. Ajanslar bazı noktalarda farklılık göstermekle beraber genellikle diğer medya kuruluşları ile benzer bir örgütlenme sistemine sahiptir. Haber ajansları hammadde olarak metin, fotoğraf ve video üretmektedir. Ürettikleri ürünü, televizyon, gazete, radyo, internet siteleri gibi kurumlar başta olmak üzere son zamanlarda popüler olan sosyal medya sitelerine de satmaktadır. Ajanslar için haberi üreten yetkin kişiler ise muhabirlerdir. Muhabirler, olay ile ilgili veri toplayıp haberleştirmekte sonrasında ise bağlı olduğu, deneyimli gazetecilerin bulunduğu merkeze gönderir. Merkezdeki yazı işleri sorumlusu haberi gözden geçirir ve gerekli işlemleri yaptıktan sonra yayın için hazırlar. Bu nedenle yazı işlerine haber sürecinin beyni denilmektedir. Yazı işleri sorumlusu haber ile ilgili düzenlemeleri gerçekleştirdikten sonra yayına hazır hale getirmektedir. Yazı işleri sorumlusunun yayın yetkilisi olmaması halinde ise haber ilgili birime aktarılır ve yayınlanması sağlanır. Haber ajansları, sağlıklı bir habercilik sürecini elde etmek için çeşitli ülkelerin başkentlerinde eğitimli, bilgili ve deneyimli muhabirleri istihdam etmektedir (Girgin, 2000).

Haber ajansı muhabirleri yerel ve uluslararası olarak ayrılmaktadır. Taşrada ise belli bir bölgenin haberlerini takip edecek muhabirler kadrolu ve kaşeli olmak üzere ikiye

ayrılmaktadır. Kadrolu muhabirler, yalnızca içinde yer aldıkları haber ajansına bağlıdır. Dışarıda başka herhangi bir işte çalışmamaktadırlar. Bu muhabirlere her ülkenin kendi kanununa göre ücret ve imkânlar tanınmaktadır. Türkiye’de ise bu muhabirlerin, 212 Sayılı Basın İş Yasasına göre çalışması gerekmektedir. Ancak kurumlar kanuna uyum sağlamadığı için, her muhabir bu yasadan faydalanamamaktadır (Girgin, 2000). Bu araştırmada ele alınan Bangladeş’te ise, basın çalışanları için özel bir kanun bulunmamaktadır. Gazeteciler, ülkenin genel “Wage Board- Ücret Kurulu” tarafından belirlenen ücretler çerçevesinde çalışmaktadır. Ancak araştırma kapsamında görüşmeye katılan gazetecilerin aktardıklarına göre; Bangladeş’teki haber ajansları Ücret Kurulu’nun kanununa uymamakta ve kurum, gazetecileri kendilerinin kurduğu sistem çerçevesinde çalışmaya zorlamaktadır. Kaşeli muhabirler ise üretmiş oldukları haber başında ücret almaktadır. Onlar kadrolu muhabirlerde olduğu gibi sadece bağlı oldukları haber ajansında çalışmamakta, başka medya kuruluşlarında da görev alabilmektedirler. Öğretmen, memur, avukat veya esnaf olanlar haber ajansının kaşeli muhabirleri olarak çalışabilmektedir.

Yurtdışı muhabirleri, tecrübeli, birden çok dil bilen, nitelikli kişilerden seçilmektedir. Yurtdışı muhabirleri, görev yaptığı ülkedeki gelişmeler hakkında bilgi ve malzemeyi merkeze göndermektedir. Ülkenin yerel dilini bilen ve yetkililerle iyi ilişkiler geliştiren bu muhabirler genellikle yerlerini değiştirmemektedir. Ancak bulunduğu ülkede şehirden şehre dolaşarak haber toplayabilmektedir (Girgin, 2000).

Haber ajansları limited ya da anonim şirket olarak kurulmaktadır. Kişilerin mülkiyetinde kurulan haber ajansları da bulunmaktadır (Abdukarimova, 2021). Bir haber ajansında, ticaret kurumu gibi haber üretenler dışında farklı birimler de bulunmaktadır. Bir haber ajansında insan kaynakları, muhasebe, ulaştırma, idari altyapı hizmetleri, teknik servisler, sosyal hizmetler, reklam ilişkileri, abone hizmetleri gibi idari birimler bulunmaktadır (Abdukarimova, 2021). Özellikle haber ajanslarında bilgi işlem ve teknik servislerin önemi sonraki yıllarda çok artmıştır (Şahin, 2012). Sektörde bulunan diğer rekabet kurumlarının çalışmalarını inceleyerek kendi kurumu için iyi stratejiler hazırlamak amacıyla haber ajansları ayrı araştırmacı ekibi bulundurabilmektedir. Bu araştırmalar çerçevesinde kurum yeni stratejiler hazırlayarak piyasada bulunmaktadır. Eğer haber ajansları, yeni gelişmelere açık değilse habercilik piyasasında uzun süre

tutunabilmesi mümkün olmamaktadır (Abdukarimova, 2021). Haber ajansları, bazen kurum dışından diğer özel kurumlarla yaptığı anlaşmalar gereği bazı hizmetler alabilmektedir. Örneğin, kendi internet sitesini başka bir teknolojik kuruma emanet etmesi, ulaşım için özel kurumlarla anlaşması ya da uydu sistemi ile ilgili bir kurumla çalışması bunlara örnek verilebilir. Muhabir dışında sözü edilen ve kurumun içinde bulunan diğer birim çalışanları, bir haber ajansı çalışanı olmasına rağmen bu kişilerin görevleri haber üretmek değildir. Görevleri, haberin üretim sürecinin sorunsuz bir şekilde tamamlanabilmesi ve üretilen haberin en hızlı ve etkin bir şekilde piyasaya sunulması için koşulların hazırlanmasıdır.

### **1.5. Genel İlkeler ve Haber Kriterleri**

Habercilikte, medya kuruluşları ya da haber ajansı fark etmeksizin 5N1K kuralı her zaman geçerlidir. Muhabirler tarafından bu kurala uygun olarak haber üretilmektedir. Ajans haberciliğinin temel kuralı ise herhangi bir inanç ya da menfaatlerin etkisi altında kalmadan üretim yapılmasıdır. Ajans muhabiri yaşanan olaya doğru ve dürüstçe tanıklık eder. Yaşanan olayın yol açacağı kriz veya tartışmalardan uzakta bulunması bir haber ajansı muhabirinin temel prensibi olmalıdır (Girgin, 2000). Haber ajansı ile ilgili araştırma yapan bazı araştırmacılar, ajans haberciliğinin ilkelerini açıklarken haberin toplumsal işlevine vurgu yapmaktadır. Haberinin doğru ve objektif olmasının yanı sıra metnin anlaşılır olması gerektiği vurgulanmaktadır. Araştırmacılara göre, ajans haberciliğinin en önemli ilkelerinden biri, haberin başlığı ve spot adı verilen haberin ilk cümlesinde olay ile ilgili okuyucunun ilgisini çekecek tüm bilgilere yer verilmesidir. Abone oldukları kurumun editörlerinin ilgilisi çekebilmek, bir haber satışının yarısının tamamlandığı anlamına gelmektedir (Şahin, 2012).

Haber ajanslarının genel ilkeleri 1832 yılında Havas Ajansı'nın "Hızlı ve İyi" sloganı ile belirlenmiştir (Girgin, 2000). Haber ajanslarını gazetelerden ayıran temel unsur ise ajansların hızlı haber servisi yapabilmeleridir. Ancak son zamanlarda internetin yaygınlaşması, hızlı ve kolay bir şekilde yayın yapılabilmesi hızlılık konusunda haber ajanslarını yarışa sokmuştur. Bununla beraber televizyon ve gazetelerin sosyal medya sayfaları üzerinden yapılan canlı yayınlar, hız konusunda haber ajanslarını epey zor duruma sokmaktadır. Ancak bu noktada ajanslarının sahip olduğu teknolojik imkânlar,

güvenilir ve tarafsız yayın politikası onları diğerlerinden ayrı kılan bir avantaj olarak ele alınmaktadır.

Haber ajanslarının hızlılığını sorgulatan diğer bir unsur ise haber değeri barındıran bir olayın, şahidi olan vatandaşlar tarafından anında sosyal medya hesaplarından paylaşılmasıdır. Sıradan bir vatandaşın sosyal medya aygıtlarını kullanarak gerçekleştirdiği haber aktarımı, ajanslar için yayınlanacakları haberin sıcaklığını bozacak niteliktedir. Bununla birlikte, haber paylaşımı yapan vatandaşın kurumsal bir güvenilirliği olmamasından dolayı yayın güvenilir ve tarafsız haber kaynağına erişim için yine ajanslar ön plana çıkmaktadır. Günümüzde haberciliğin geldiği nokta göz önüne alındığında doğru ve güvenilir kaynağa ulaşmanın zorlaştığı görülmektedir. Ancak ajansları bu durumdan kurtaran ise, kendilerinde var olan teknolojik imkanlar ve bu imkânların doğru biçimde kullanılarak ajansların iletişim gücünün topluma nüfuz edebilmesidir. Özetle, haber ajanslarının önemli ilkelerinden biri olan hızlılığın yanı sıra haber toplama, hazırlama ve servis etme sürecini kapsayan tüm gazetecilik ilkeleri, haber ajansları için de geçerlidir.

Bülbül'e göre; haber ajansı yayıncılığının en önemli kriteri olarak "doğruluk" gösterilebilir. Muhabirin haber üretme sürecinde şüphe uyandıran bilgiler üzerinden haber yazılmamasına özen göstermesine doğruluk adı verilmektedir. Muhabir, her zaman yaptığı haberin arkasında durmalı, haberle ilgili gelen sorulara açık yanıt verebilme yeteneği ve bilgisine sahip olmalıdır. Çünkü bir haberin doğruluğunun ispatlanamaması, ajansın güvenilirliğini zedelenmekte ve müşteri kaybına yol açabilmektedir (Bülbül, 2000). Doğruluk, bütünlük gerektiren bir işlemdir. Literatürde doğrunun ortaya konulmasında çeşitli yöntemlere başvurulabilmektedir. Gerçeklerin zarar görmesine yol açmayacak biçimde, olayla ilgili önemsiz, ilgisiz bilgiler ayıklandığında doğrular ortaya çıkarılabilmektedir (Abdukarimova, 2021). Bir konunun gerçekliği, okur ya da izleyicinin konu hakkında herhangi bir bilgisi olup olmadığına bağlı değildir. Doğruluk, muhabirin gazetecilik etiği ve ahlakına bağlıdır. Muhabirin bilerek ya da bilmeyerek kamuoyunu yanlış yönlendirmesi ve haberde aldatıcı veri barındırması doğruluğu zedelemektedir. Medyanın okur ve izleyicisine karşı dürüst olması, mesleki prensiplerinden biridir (Özgen, 1998).

Gaillard'a göre ise haber ajanslarının doğruluğunun yanı sıra tarafsızlığı da diğer bir yayın kriteri olarak belirtilmelidir. Aslında tarafsızlık sadece haber ajansları için değil, yayın yapan bütün medya kuruluşlarının riayet etmesi gereken bir kriterdir. Ancak tarafsızlık ajans haberciliğinde somut bir anlam kazanmaktadır. Bir televizyon ya da bir gazete çalışanı haberlere kendi çalıştığı kurumun penceresinden bakmaktadır. Ancak bir ajansa hem komünist hem de faşist gazete abone olduğu zaman ajans haberini ikisi de kullanmaktadır (Gaillard, 1991).

İnternet haberciliğinin yaygın olduğu küreselleşen dünyada, toplumun her kesimi açısından basın tarafsız olarak nitelendirilmesi ve tarafsız, güvenilir haberlerin servis edilmesi önemlidir (Abdukarimova, 2021). Haber ajanslarının piyasadaki rakip kurumlarla beraber faaliyete devam edebilmesi için kurumsal marka değerinin korunması her zaman önemli olmaktadır. Bu noktada haber ajanslarının, hızlılığın yanı sıra tarafsızlık ve güvenilirlik ilkelerine bağlı kalması gerekmektedir. Toplanan haberi hızlı servis etmek için yanlış, eksik ya da doğru olmayan bilgilerin, haber içeriğinde bulunması halinde ajanslar, şüphesiz müşteri kaybetmektedir. Bir haber ajansının servis ettiği haber şüphe uyandırır, kaybedilen marka değerinin yeniden kazanılması hayli güçtür ve statistik çalışma gerektirmektedir. Bütün bu ilke ve kriterlere eşit oranda uyum sağlaması için haber ajanslarının, dijital teknolojik gelişmelere büyük yatırımlar yapmaları gerektiği düşünülmektedir.

## **1.6. Ajans Haberciliği**

Havas Ajans'ın kuruluşundan bu yana her zaman haber servisinde hızlılık en önemli unsur olarak kabul görülmüştür. Tarihte de haber ajansları her zaman birbiriyle hızlılık konusunda yarışmıştır. Bu nedenle ajanslar kendini kanıtlama çabasında olmuş, haberde hızlılık ve şeffaflık bulunması halinde ise bu çaba sonuç vermiştir (Schneider, Wolf. Paul-Josef, Raue, 2000).

Haber ajansları, üretmiş oldukları haberi en hızlı şekilde servis edebilmek için diğer medya kuruluşlarından farklı uygulamalar kullanmaktadır. Haber ajansı muhabirleri ise hızlılık konusunda çok titiz olup kurumun verdiği tüm imkânları kullanarak buna uyum sağlamaktadır. Ajans muhabirleri, her zaman gündemi takip

etmektedir. Muhabirler, zamanlarını iyi bir şekilde planlamak ve yönetmek durumundadırlar. Planladıkları süreçler ile ilgili haber müdürünü bilgilendirmekte ve müdür de hem merkeze hem de bazen abone oldukları medya kuruluşlarına bilgi vermektedir. Ancak ajanslar, medya kuruluşlarına haber yapmadan önce haber vermek zorunda değildir. Muhabirler, haberin hızlılığını sağlamak adına hiçbir zaman haberin doğruluğunu ve objektifliğini zedelememelidirler. Haber ajansı muhabirlerine, genellikle diğer medya kuruluşlarının muhabirlerinden daha fazla malzeme ve imkân tanınmaktadır. Örneğin; bir televizyon kanalının muhabiri haber topladıktan sonra rahatlıkla merkeze dönerek belirlenen bir sonraki yayın saati için haber hazırlamaktadır. Diğer yandan ajans muhabirleri, olay yerinden haber servis edebilmek için gerekli bilgisayar, internet bağlantıları, kurgu için gereken uygulama ve teçhizat gibi her şeyi yanında bulundurmaktadır. Ancak son zamanlarda ajans muhabirlerinin yoğun bir şekilde yapmakta olduğu özel haberler için bu durum geçerli değildir. Çünkü özel haberlerde hızlılık değil, hikâyenin ilgi çekiciliği aranmaktadır. Haber ajansı muhabirleri, hızlı haber göndermek için sürekli merkez ile iletişim içerisinde olmaktadır. Böylece hem haberin doğruluğu hem de hızlılığı sağlanmaktadır. Haber ajansı muhabirlerini diğer muhabirlerden ayıran bazı noktalar bulunmaktadır (Şahin, 2012). Şahin'e göre bu noktalar şu şekilde ifade edilmiştir (Şahin, 2012):

### **1.6.1. Zamanın doğru kullanımı**

Televizyonlar saat başı haber yayını ve günde bir kere ana haber bülteni yayınlamaktadır. Gazeteler, bir sonraki gün için çalışmaktadır. Dergiler ise yayın aralığına göre çalışmaktadır. Ancak haber ajansı muhabirleri için böyle bir lüks bulunmamaktadır. Özel haberler dışında tüm haberler vakit kaybetmeden servis edilmelidir. Olay yerine intikal etmekten başlayarak haber üretim sürecinin sonuna kadarki süre içinde rakip kurumlardan önce haber servis edemeyen haber ajansları, zamanla tercih edilemez hale gelmektedir.

### **1.6.2. Haberin yazımı ve şablonu**

Haber ajansları olayın geçtiği mahal ile ilgili ilk olarak kısa bir bilgi aktarır ve sonrasında olayla ilgili detaylı bilgileri merkeze göndermektedir. Haber ajansları her

zaman açık metin yazmaktadır. Hazırlanan habere birden çok başlık atmaktadır. Başlık ve spotunda haberin ne olduğu konusunda abonelere özet bir bilgi aktarmaktadır. Ajanslar, aboneler tarafından kendilerince yeniden metnin kurgulanmasına müsaade edecek formatta haber hazırlamaktadır.

### **1.6.3. Donanım**

Bir televizyon muhabiri, kameramanın yardımıyla görüntülü haber toplamaktadır. Bir gazete muhabiri fotoğraf ve metin hazırlamaktadır. Bir dergi çalışanı ise fotoğrafların daha estetik olmasına dikkat ederek çekim yapar ve bilgilerini de ona göre hazırlamaktadır. Bir radyo muhabiri için ise sadece gerekli ses kayıtlarının alınması yeterlidir. Ancak bir haber ajansı muhabiri, bütün bu medya kuruluşlarının yaptıklarını bir arada yapmaktadır. Abone oldukları televizyon için görüntü çekip montajını yapmakta, gazeteler ve dergiler için fotoğraf çekmekte, radyo için ses kayıtları almaktadır. Metin zaten tüm medya kuruluşlarına servis edilmesi gereken bir metadır. Dolayısıyla bir haber ajansı muhabiri, birden çok formatta ve teçhizat ile haber üretmektedir. Bir gün haber yazan muhabir bir sonraki gün ise kamera karşısına geçip canlı bağlantıya katılır ya da başka bir haberin montajını hazırlar.

### **1.6.4. Mesleki kriterler**

Bir haber ajansının en temelde sahip olması gereken özellikler haberdeki doğruluk, tarafsızlık ve hızlıktır. Dolayısıyla ajans muhabirleri, haberlere yorumlarını katmamalıdır. Yorumla dair veriler başka alt başlıklarla belirtilmek zorundadır. Müşteri kaybı yaşanmaması için ajanslar nesnellliğini ve tarafsızlığını korumaya çalışmalıdır. Meslek olarak diğer medya kuruluşları ve haber ajansları gazetecilik yapmakta iseler de ikisinin çalışma prensipleri her zaman aynı olmamaktadır. Haber ajansları sistematik bir çalışma yöntemi uygularken, diğer medya kuruluşları çalışmalar konusunda ajanslardan daha gevşek davranabilmektedir. Çünkü sorumlulukları çerçevesinde diğer medya kuruluşları, doğrudan halka hitaben yayın yapmaktadır. Ancak haber ajansları bir haber kaçırdığında abone oldukları kurumlarca sorgulanabilmektedir.

## **1.7. Haber Üretiminin Aşamaları ve Dağıtım Teknikleri**

Haber ajanslarında haber üretmenin birçok farklı sistemleri bulunmaktadır. Muhabir, haber toplarken bu sistemlerden faydalanarak çalışmaktadır. Bir haberde birden fazla teknik kullanarak da gazeteci o haberi tamamlayabilmektedir. Asıl amacı ise haber üretmektir. Gazeteci, doğru, tarafsız, güvenilir ve hızlılık ilkelerine uygun olarak kurum tarafından verilen imkânlarını da azami ölçüde kullanarak veri toplama işlemini gerçekleştirmektedir. Haber toplamanın birçok yöntemi olmakla birlikte en önemlileri aşağıdaki kısımda açıklanmaktadır.

### **1.7.1. Haber ajanslarında haber toplama**

Haber ajansların temel görevi haber toplamak ve toplanan haberleri abonelere servis etmektir. Bu nedenle haberin üretim ve değerlendirilmesi bir haber ajansının ilk özelliğidir. Günümüzde habercilik piyasasında haber üreten kurumların başında ajanslar gelmektedir. Ajansların en başından beri haber üretiminin arkasında o haberi satarak kar elde etme niyeti yatmaktadır. Bu nedenle haber ajansına haberin toptancısı da denilmektedir. Aslında ajans kelimesinin kökünden ticari bir amaç güttüğü anlaşılmaktadır. Haber ajansı denilince ilk akla gelen haber alan, toplayan ve o haberi servis eden kurumlar gelmektedir (Seçim ve Seyfettin, 1994).

Muhabirler, haberin toplanması sürecinin baş aktörüdür. Haber toplamak düşünüldüğü gibi kolay değildir fakat yorucu olmasına rağmen muhabire keyif veren bir çalışmadır (Tokgöz, 1972). Bir haber ajansı muhabiri, bir haberi ne zaman, nerede ve nasıl bulabileceği ve o habere nasıl ulaşması gerektiği konusunda bilgi sahibi olmak durumundadır. Her şey haber değildir. Ancak muhabirlerin topladığı her şey haberdır. Haber toplamak bazen çok kolay olsa da zaman zaman risk de taşımaktadır. Herkes bilgi toplayabilir ancak haberi sadece bir muhabir toplayabilir. Çünkü haber konusu olan olaya nasıl yaklaşması gerektiği, herkesin gördüğünün dışında farklı bir şeyi görebilmesi, konunun üzerine giderek araştırması bir muhabirin en temel vazifelerindedir (Denis, 1983).

Haber toplama işi her zaman haber veren bir grubun olaya dahil olmasıyla beraber gerçekleşmektedir. Bu durumda muhabir haberin birinci kaynağı iken haber veren kişi ise ikinci kaynağı teşkil etmektedir. Ancak bir muhabir her zaman her haberde

birinci kiři olacak diye bir kanun yoktur. Olayın yaşandığı anda muhabirin tam olay yerinde bulunabilmesi ihtimali çok dūřüktür. Bu nedenle muhabirler, haber toplamak için başka kaynaklara başvurmaktadır. Bu kaynaklar aracılığıyla haber bazen yüz yüze mülakat şeklinde, bazen basın bülteni ya da günümüzde telefon üzerinden yapılan aktarmalar sonucunda elde edilmektedir. Haber toplanırken önemli bir diğer husus ise tarafsızlığın korunması için muhabirin her zaman karşı görüşler alabilmesidir. Bir basın bülteni bile olsa karşı görüş olmadan yayınlanan habere objektif bir haber denilemez (Budak, 2002).

### **1.7.2. Haber toplama teknikleri**

Haber toplama ve hazırlama sürecinin çok farklı yöntemleri bulunmaktadır. Haber ajansları da habercilikteki haber toplama tekniklerini uygulayarak haber toplamaktadır. Ancak bir haber ajansının işletim sistemi ve işlevleri diğer medya kuruluşlardan farklı olduğu için haber toplama tekniği de bazı noktalarda diğer medya kuruluşlardan farklılık göstermektedir.

#### ***1.7.2.1.Olay yerinden haber üretme***

Haberin önemli bir kriteri olay yerinden haber üretmektir (Tokgöz, 1981). Gazetecinin olaya bizzat şahit olmasıyla üretilen bilgilere yerinden haber toplama denilmektedir. Örneğin, gazetecinin, basın açıklamaları, önemli toplantıları, açılış-kapanışları, adliyedeki duruşmaları, stadyumdaki maçları, seçim sandıklarını gezerek topladığı haber türü olay yerinden haber toplama olarak değerlendirilmektedir. Bir haber ajansı muhabiri, önceden hazırlanan planlara göre hareket ederek haber kaynağının takibini yapmaktadır (Bülbül, 2000). Muhabir olay yerinden haber üretirken yerinden gözlem yapar, haberin içinde bulunarak olayın hassas noktalarını araştırır.

Bir ajans muhabiri, olay yerinden haber toplarken gerekli notları tutar, ses kaydı alır, görüntülü servis edilebilecek bir haber ise olayın görüntülerini kaydeder. Öte taraftan ajans muhabirleri, haberi nasıl kurgulayacaklarını detaylıca düşünür. Muhabirin, meslekte uzmanlaşması için yerinden haber takibi önemlidir. Yerinde haber üretmek, haberin çok daha gerçek ve kaliteli olmasını sağlamaktadır. Muhabirlerin belli branşlarda uzmanlaşması için de ilgi duyduğu (adliye, polis, ekonomi, kültür sanat, yaşam vs.) alanın

haberlerini yerinden takip etmesi gerekmektedir (Budak, 2002). Televizyon, radyo, gazeteler gibi haber kuruluşları için olay yerinden haber üretmek büyük maliyetler gerektirmektedir. Haber ajansları ise onlara haberleri ucuza servis etmektedir. Bununla birlikte medya kuruluşları haber ajansının topladığı haberlere ayrı bir önem vermektedir. (Tokgöz, 1981).

### ***1.7.2.2.İnsanlarla konuşarak haber toplama***

Her zaman her yerde haber olabilir. Ancak bir ajans muhabiri her zaman birden fazla yerde bulunamaz. Dolayısıyla aracı kişilere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu kişiler kaynak ya da haber veren kişiler olarak adlandırılmaktadır. Ajans muhabirleri, kaynak konusunda diğer basın kuruluşlarında çalışanlarından biraz daha avantajlı olabilmektedir. Ajansın marka değeri, aynı anda birden çok kuruluşa haber servis etmesi ve teknolojik imkânlar önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle ajans muhabirleri, olaya şahit olan vatandaşlarla görüşerek haber toplama işini tamamlamaktadır. Bu yöntem ise mülakat sonucunda haber toplama ya da yüz yüze görüşme tekniği denilmektedir (Tokgöz, 1981). Tokgöz'e göre; muhabirler haberleri genellikle yapmış oldukları mülakatlar sonucunda elde etmektedir. Örneğin, bir Pazar yerinde yaşanan bir kargaşada birkaç kişinin bıçaklandığı bilgisini alan muhabir hemen olay yerine gider, ancak o ana kadar olay bitmiş olur ve her şey normale döner. Bu durumda muhabirin bu konuda bilgi toplaması şarttır. Dolayısıyla olayla ilgili bilgi edinebilmek için olay yerinde bulunanlar, etraftaki esnaf ve en son olarak da olaya dahil olan güvenlik güçlerine başvuracaktır. Bu danışma sonucunda elde eden haber toplama yöntemine yüz yüze görüşme ile haber toplama denilmektedir (Budak, 2002). Daha somut bir örnek vermek gerekirse; pazar fiyatına gelen zamlar konusunda bir ajans muhabiri haber yapmak istediğinde o zamlardan etkilenen sıradan vatandaşlarla görüşmeler yapmak gerekecektir. Ayrıca satıcı ve zammı belirleyen kurumun temsilcileri ile de görüşmeler ayarlanmalıdır. Buna görüşerek haber toplama tekniği adı verilmektedir.

Bazı haberlerde muhabirin, ilgili kişilerle doğrudan görüşmesi şarttır. Bilhassa Hükümet yetkilisi, bürokratlar, büyük iş adamları ile ilgili haber yapılabilmesi için kendileriyle görüşmeleri gerekmektedir. Çünkü olay hakkında resmi bir açıklama haberin değerini katlanarak arttırmaktadır. Ancak bazen vatandaşlar muhabirler ile konuşmak istememektedir. Bunun çeşitli nedenleri olabilmektedir. Vatandaşlar, ülkede özgürlüğün

zedelendiğini hissettiklerinde gazeteciler ile konuşmaya çekinirler. Ayrıca bazen karşıdaki haber kuruluşunun ideolojik ve siyasi kimliği de vatandaşlar için önemli olabilmektedir. Vatandaşlar kendi hayat görüşü ve sosyo-politik duruşunun uzağında yer alan basın ile görüşmek istemeyebilirler. Bunlarla beraber şiddete maruz kalan kişilerle olaydan hemen sonra görüşmek ise kolay ve uygun olmayacaktır. Bu durumda muhabir, diğer kaynaklara başvurarak bilgi toplamak zorundadır (Budak, 2002).

### ***1.7.2.3. Hazır kaynakları kullanarak haber toplama***

Bir ajans muhabiri her zaman haber toplamak için sahaya inmez. Bazen kendi şahit olduğu olaylar veya görüşme sonucunda elde ettiği bilgiler haber yapabilmek için yeterli olmayabilmektedir. Bu durumda gazeteci, konu ile ilgili yapılan araştırmalar ve kendi ajansının öncesinde toplamış olduğu haber, rapor, belge, rakamlar, veriler, kitap, el broşürlerinden yararlanarak veri toplamaktadır. Bunun adı ikinci el kaynakları kullanarak haber toplama, bir başka deyişle hazır kaynakları kullanarak haber toplama. Hazır haber kaynakları bir ajans muhabirinin hammaddesidir. Bu bilgiler daha önce başka bir gazeteci ya da araştırmacı tarafından üretilmiş ve yeniden başka bir gazeteci tarafından kullanılmakta olsa da konunun güncel durumu hakkında yeniden haber yapılması hem bilgi yeniliği açısından hem de ajansın araştırmaya yönelik çalışmalar yaptığı alan açısından prestiji artıracaktır. Bu bilgiler gazetecinin kontrolünde yeniden üretilirken hem bilgi güncellenir hem de muhabirin bir konuda uzmanlaşması sağlanmaktadır (Tokgöz, 1981).

### ***1.7.2.4. Telefonla haber toplama***

Telefonla haber toplamak bir muhabir için en kolay habere ulaşma yoludur. Mesafe kavramının ortadan kalkmasıyla beraber az masraflı ancak sistematik olarak işi hızlandıran bir haber toplama tekniğidir. Telefonla haber toplamanın diğer bir olumlu yanı ise insanlardan randevusuz bir şekilde bilgi alabilmesidir. Örneğin, şehirdeki su kanalizasyonlarıyla ilgili haber toplamak isteyen bir muhabirin hem ilgili müdürlükler hem de valilikler ile görüşmesi gerekmektedir. Bu durumda muhabir telefon aracılığıyla bilgi alışverişinde bulunabilmektedir (Bülbül, 2000).

Telefonla haber toplamanın çeşitli yöntemleri vardır. Telefonla haber toplama denilince ilk akla ilgili kişileri arayarak bilgi alma ve veri toplama düşüncesi gelmektedir.

Ancak günümüzde telefonun konuşmak dışında farklı işlevleri de bulunmaktadır. Hatta telefonun artık konuşma işlevi en az ölçüde kullanılmaktadır. Günümüzde internet bağlantısı aracılığıyla çeşitli mesajlaşma uygulamaları, sosyal medya araçları ve açık haber kaynakları gibi birçok yöntemle muhabirler haber toplamaktadır. Ayrıca haber kaynakları telefon vasıtasıyla yazılı ve görüntülü hazır haberleri de muhabirlere sunabilmektedir.

Diğer medya kuruluşları da telefon üzerinden haber toplama işini yapmaktadır. Ancak bu durumun haber ajansını ilgilendiren yönü ise hızlıklardır. Haber ajansında hızlıkların her zaman önemli bir ilke olduğu konusunda araştırmacılar hem fikirdir. Dolayısıyla bir ajans muhabiri, olay yerine gitmeden, insanlarla yüz yüze görüşmeye mecbur olmadan doğrudan telefon aracılığıyla anlık olarak bilgi alabilmekte ve bu haberi de en hızlı şekilde servis edebilmektedir.

#### ***1.7.2.5. Görüşerek haber toplama***

Haber toplamak için kullanılan bu yöntem, insanlarla konuşarak haber toplama tekniğine çok benziyor olsa da aslında burada önemli bir fark bulunmaktadır. Olay mahallindeki kişilerle konuşarak haber toplama tekniği önceden bir planı gerektirmemektedir. Olay gelişikten hemen sonra olaya şahit olan kişilerle görüşerek haber toplanmaktadır. Ancak görüşerek ya da mülakat yaparak haber toplamanın önemli bir noktası ise, önceden planlanmış olması ve nerede, ne zaman görüşüleceği konusunda iki tarafın bilgisi olmasıdır. Muhabir meslek gereği soru sormakla yükümlüdür. Bir mülakatın en önemli unsuru ise önceden hazırlanan sorulardır. Aslında görüşerek haber toplamak uzmanlık gerektiren bir işdir. Bu nedenle haberciliğin temeli de mülakata dayanmaktadır. Bazı araştırmalarda, mülakatın önceden planlanması gerekmediği savunulmaktadır. Bir gazetecinin habercilik gereği toplumun her üyesine uygun davranması gerekmektedir. Bir bakan ya da kimsesiz sokakta kalmış yaşlı bir kişi ile de nasıl iletişim kuracağını bilmelidir (Bülbül, 2000).

#### ***1.7.2.6. Gözlem tekniği ile haber toplama***

Aslında gözlem yaparak haber toplamak gazeteciliğin temelinde vardır ve ilk kaynaktan haber aktarmak anlamına gelmektedir. Ancak bir muhabir her zaman yer yerde

bulunarak gözlem yapamaz ve yaptığı gözlemler de doğru olmayabilmektedir. Bu nedenle muhabirler, diğer haber toplama yöntemlerine başvurmaktadır.

Bir haber ajansı muhabirinin yararlanmış olduğu gözlem tekniği diğer medya kuruluşlarındaki meslektaşları gibi düşünülmemeli. Çünkü onun haberi servis edebilmesi için herkesin gördükleri dışında bir şeyler yakalaması şarttır. Örneğin; birlikte bir cinayet haberine giden televizyon muhabiri ve ajans muhabiri olaya aynı gözlemlerle yaklaşamaz. Çünkü bir haber ajansı için ‘yerde ceset var, biri bıçakladı, X katında cinayet işlendi, ölen kişinin üzerinde kırmızı gömlek var...’ tarzındaki bilgiler çok sıradandır. Yerel bir gazeteden gelen bir muhabir de aynı bilgileri toplayacaktır. O halde haberi satabilmesi için ajans muhabirinin olayı, kuş bakışıyla çok ince noktalara kadar hassas bir şekilde ele alması gerekir.

#### ***1.7.2.7.Araştırma tekniği ile haber toplama***

Muhabir elde ettiği bilgileri daha ziyade genişletmek isteyebilmektedir. Bu durumda konu ile ilgili çeşitli araştırmalar yapmaktadır. Bu araştırma sonucunda daha detaylı ve sağlıklı bilgilere ulaşmak daha kolay olmaktadır. Araştırma yöntemiyle haber toplamak en zor ve zahmetli haber toplama tekniğidir. Ancak aynı zamanda en etkileyici tekniklerindedir. Araştırma tekniğiyle toplanan bilgiler okuyucuyu daha çok tatmin etmekte ve gelecek nesillere de aktarılabilecek bir arşiv niteliğinde sayılmaktadır (Budak, 2002).

Bir haber ajansı muhabiri için araştırma tekniği ile haber toplamak hem muhabirin uzmanlaşması hem de çalıştığı kurumun marka değerinin artmasına vesile olacaktır. Çünkü araştırma her zaman yeni bakış açıları kazandırır ve bu da araştırma tekniğini diğerlerden farklı kılmaktadır. Diğerlerden farklı şekilde habere yaklaşmaları ise haberin daha çok ilgi görebileceği anlamına gelmektedir.

#### **1.7.3. Haber toplarken dikkat edilmesi gerekenler**

Bir muhabir için en zor aşama haber toplama aşamasıdır. Haber toplama sürecinde bir gazeteci çeşitli zorluklarla karşılaşmaktadır. Ancak hiçbir zaman görevinden vazgeçmemekte ve mesleği gereği haber üretmeye devam etmektedir. Haberin üretim aşamasında en zor olan şey ise kaynağa ulaşabilmesidir. Bu aslında

mesleğin doğasında var olan bir durumdur. Çünkü basın karşısında hevesli olarak konuşmak isteyen kişilerin yani sıra konuşmamayı tercih eden on binlerce insan bulunmaktadır. Özellikle demokrasi kültürünün yerleşmediği ülkelerde insanlar basından kaçmaktadır. Aynı zamanda bir muhabir vatandaşın konuşmama hakkını da zedeleyemez. Bu aslında kişiye göre değişen bir anlayış sorunudur. Özellikle kamu kurumlarıyla gazetecilerin bağlantı kurması hayli zorluk gerektirmektedir. Çünkü kendileri basına konuşmak ya da bilgi vermek zorunda olmadığı için susmayı tercih ederler. Ancak kendi lehlerine olan konularda basını çağırarak bilgi vermeyi severler. Bununla birlikte, basına konuşmaları gerçek anlamda sorun yaratabileceği için konuşmayan gruplar da mevcuttur. Örneğin; kimilerine göre, kamu düzenini bozacak bir haberi paylaşmaktansa susmak daha iyidir. Devlet sırrı gibi konularda herhangi bir bilginin paylaşılması gerekmektedir. Bazen de bir olaydan zarar gören acılı aileler basına konuşacak halde olmayabilirler. Bu durumda gazetecinin de anlayış göstermesi beklenmektedir (Bülbül, 2000). Bir haber ajansı muhabiri için en önemli husus vatandaşların güvenini zedelemekten kaçınabilmektir. Haberin alıcılar tarafından gazeteci ya da çalıştığı kuruma zarar verecek olması durumundan kaçınılmalıdır. Çünkü alıcı yüz çevirirse ajansın gösterdiği çabaların hiçbirinin anlamı yoktur. Haber toplarken bir gazetecinin dikkat etmesi gereken önemli üç temel unsurun bulunduğu söylenebilir (Budak, 2002). Bunlar aşağıda sıralanmaktadır:

#### ***1.7.3.1. Haber kaynaklarında güvenilirliği temin etme***

Bir gazeteci için kaynak her zaman önemlidir. Bilgiyi aktaran kişinin güvenilir olması haber toplamanın ilk şartıdır. Bu nedenle muhabirin evvela kendi kaynaklarını denetlemesi gerekmektedir. Vatandaşların güvenine dayanan gazeteci, eksik, yanlış ya da yalan haber aktarmamak adına her zaman kaynağın güvenilirliğini kontrol etmelidir. Kaynaklar, gazetecileri kendi lehine yönlendirme çabası içerisinde olacaktır. Hal böyle olunca haber ajansları muhabirlerini bu noktada daha çok zorlayabilmektedir. Muhabiri kandırmak isteyen kişi, bir gazetenin ya da haber ajansının gücünden haberdardır. Ajans tarafından servis edilen bir haberin bir anda birçok yerde yayınlanmasının muhabire daha çok fayda sağlayacağı iyi bilinmektedir. Diğer yandan kamu ve özel sektörde, haber ajansına haber gönderme gerekçesiyle abone olan kurumlardan gelen basın açıklamaları genellikle kendi görüşleri doğrultusunda hazırlanmaktadır. Muhabirin ise bu tür yönlendirme yahut aldatma durumuyla karşılaşmaması iyi bir kontrol mekanizması ile mümkündür.

### ***1.7.3.2.Kaynağın güvenilirliğini sağlama***

Kaynaklar bir gazeteci için esas sermayedir. Bu nedenle kaynağını korumak bir gazetecinin en mühim görevidir. Haber toplama sürecinde muhabire yardımcılık eden kaynaklar bazı durumlarda kendilerinin ön planda olmaması gerektiğini muhabire aktarır. Bu durumda bilgiyi veren kişinin ismini gizlemek daha doğru olacaktır. Bu tür durumlarda gazeteci haber hazırlarken, “İsmi belirtmek istemeyen vatandaş...”, “Edinilen bilgilere göre...” ifadeleriyle kaynağın gizliliğini korumak zorundadır. Bir basın toplantısında konuşan kişinin ismini gizlememek çok normaldir. Ancak eğer kaynak açıkça kendi isminin yayınlanmasını istemiyorsa bu şartlarda gazetecinin buna saygı duyması gerekmektedir. Örneğin; bir kamu çalışanı kurumda yaşanan yolsuzluklarla ilgili birtakım gizli bilgiler aktarırken kendi isminin haberde geçmesini istemeyebilir. Bu tür durumda muhabir haber aldığı kaynağı sonsuza kadar saklamakla yükümlüdür.

### ***1.7.3.3.Kaynağa saygı***

Kaynaklar, ajans muhabirine güvenerek karşılıksız bilgi paylaşmaktadır. Bu bilgileri, muhabire karşı duydukları güven ve saygı çerçevesinde aktarmaktadırlar. Aynı tutum ve özveriye kaynak da ajans muhabirinden beklemektedir. Kaynak, bilgileri çoğu zaman muhabirin haber yazmasını kolaylaştırmak için vermektedir. Ancak doğrudan bu bilgilerin haberde olmasını istemeyebilir. Bu durumda muhabirin kaynağın isteklerine saygı göstermesi gerekmektedir. Buna karşıt olarak muhabir gizli tutması gereken bilgileri açıklarsa ve kaynak sonrasında buna yönelik “ben söylemedim” diyerek yazılanları kabul etmezse bu durumda haber ajansı muhabiri ispata davet edilebilir. Bu nedenle saygı ve gizlilik bağlamında alınan bilgiler haberde belirtilmemelidir. Aksi tutumun gerçekleşmesi habercilik etiğine uygun değildir. Ayrıca bu tür davranışlar, kaynak ve muhabir arasındaki ilişkiyi bozar ve hem vatandaş tarafından muhabire bir daha bilgi aktarımı sağlanmaz hem de vatandaşın gerek muhabirin çalıştığı ajansa gerekse de genel olarak gazetecik mesleğine karşı olumsuz bir yaklaşıma sahip olmasına sebep olur (Budak, 2002).

### **1.7.4. Haber ajanslarındaki kategorik hizmet**

Haber ajansları her zaman müşterileri için üretim yapmaktadır. Bu müşteriler ise genellikle haber ajanslarının dışında kalan diğer medya kuruluşları; televizyon, radyo, gazete ve dergilerdir. Ancak bazen haber ajansları arasında da haber paylaşımı görülmektedir. Örneğin; uluslararası bir haber ajansından haber alan ulusal haber ajansları vardır. Haber ajansların ilk görevi ise toplanan haberi hızlı bir şekilde abone oldukları medya kurumlarına aktarmaktır. Bir gazete, televizyon ya da bir radyonun her yerde muhabir bulundurarak haber toplaması mümkün değildir. Bu nedenle medya kuruluşları haber ajanslarına başvurmaktadır. Haber ajansları, iyi örgütlenmiş insan kaynağı ve yüksek teknolojiler vasıtasıyla medya kuruluşlarına bu hizmeti sunabilmektedir. Kitle iletişim araçlarının, haber ajansları üzerinden hazır haber satın alma işlemi ise maliyeti düşürmektedir (Girgin, 2002b).

Haber ajansı muhabirlerinin diğer basın mensuplarından farklı olduğu konusuna daha önce değinilmişti. Bir haber ajansı muhabirinin zihnindeki en önemli kavram “hızlılık”tır. Gazete muhabirlerinin çalışma hayatındaki rahatlık bir ajans muhabirinde olmamaktadır. Muhabir ise, haber ajansında çalıştığını düşünerek kendisini o şekilde ayarlamalıdır. Çalıştığı kurum tarafından kendisine verilen görev ve sorumluluklar, bağlı bulunduğu ajansı da canlı tutacaktır. Çünkü toplanan haberi bir an önce abonelere ulaştırmak söz konusudur (Budak, 2002).

Haber ajansları, haberlerini yazılı, fotoğraflı, görüntülü ve ses kaydı olmak üzere dört kategoride servis etmektedir. Ajanslar, abone kurumların bu kategorilerden hangilerini tercih edeceği konusunda sözleşmeler yapmaktadır. Örneğin, bir televizyon kanalı sadece görüntüleri kullanacaktır. Bir gazete fotoğraf ve yazılı metin kullanacaktır (Budak, 2002). Ancak son yıllarda bu kategorik kullanıcı sistemi değişmiştir. İnternetin gelişmesi ve sosyal medyanın yaygınlaşması ile birlikte bir gazete sadece basılı malzeme üretmemekte ya da bir televizyon kanalı sadece görüntü içeren haber yayını yapmamaktadır. Gazeteler, sosyal medya hesapları üzerinden görüntü yayınlamaktadır. Televizyon kanalları ise yazılı ve fotoğraflı haber paylaşımı yapmaktadır. Ayrıca radyolar da artık sadece frekanslar üzerinden gelen ses dalgalarından ibaret değildir. Onlar da sosyal medya ve internet siteleri üzerinden fotoğraflı, görüntülü, bazen de canlı yayın yapmaktadır. Dolayısıyla günümüzde medyada bütün işlevler birbiriyle iç içe hale gelmiştir. Bu nedenle bir televizyon kanalı, haber ajanslarına yazılı ve fotoğraflı haber

kullanımı için abone olabilmekte ya da bir gazete görüntülü yayın yapmak için haber ajanslarından görüntü servisi almak isteyebilmektedir.

### **1.7.5. Haberin dağıtım teknikleri**

Bir haber ajansı muhabiri birden fazla işi yapan kişidir. Ajans haberciliğinde muhabir eş zamanlı olarak birçok hizmet vermektedir. Haber toplama aşaması yazılı, fotoğraflı ve görüntülü olarak gerçekleşmektedir. Daha sonra hızlı bir şekilde toplanan haber servis için hazırlanmaktadır. Yazı, fotoğraf ve montaj açısından bir haber hazır ise yayın için editör masasına gönderilir. Editör masası yazı işleri, fotoğraf ve görüntü servisi olmak üzere üç ayrı birime ayrılmaktadır. Bununla birlikte önemli bir diğer nokta ise genel merkezin yazı işlerinden sorumlu yetkilileri dışında da bölge ve il müdürlüklerinde bulunan müdür ve müdür yardımcıları haberin uygunluğu denetleyebilmekte ve yayına verme yetkisine sahip olabilmektedir. Ancak bölge ve il müdürleri tereddüt ettikleri bir haberi sonrasında tekrar genel merkeze gönderip danışarak yayına karar verebilir. Yazı işleri tarafından kontrol edildikten sonra yayınlanan haberin fotoğrafları ise bu sefer fotoğraf servisine gönderilmektedir. Fotoğraf birimindeki ilgili kişiler, gönderilen fotoğrafın haber metniyle uyumluluğunu ve basın etiği açısından uygunluğunu değerlendirip yayınlamaktadır. Diğer yandan muhabir tarafından hazırlanan ve montajı yapılan görüntü özel sistemler üzerinden doğrudan görüntülü haber servisine gönderilir. Ancak bazen merkezdeki görüntülü haber servisine göndermeden önce bölge ya da ildeki sorumlu kişi de bunu kontrol edebilme yetkisini haizdir. Görüntülü haber servisinde ise haber, yine konunun uygunluğu, çekim planları ve etik ilkeler açısından denetlenmektedir. Bir hata varsa muhabire gönderilir ve düzeltilmesini istenir. Her şey sorunsuz ise görüntülü haber birimi bu sefer kurumun logosunu eklemek için o görüntüyü montaj birimine aktarır. Montaj biriminde hem logo eklenir hem de muhabirin montajda istediği değişiklikler yapılır. Yazılı, fotoğraflı ve görüntü olarak bir haber onaylanırsa artık abonelere servis etmek için hazır demektir. Haber ajansları, bu aşamaları önceleri e-posta, flaş belleği, kısıtlı internet sistemi üzerinden abonelere ulaştırmışsa da günümüzde bu sistem kurulan uydu sistemiyle gerçekleştirilmekte ve veriler havuza atılmaktadır. Bu havuz sistemine abone olan medya kurumları parola sistemi üzerinden erişmektedir. Aboneler ise haber ajanslarının yayınlayıp havuza attıkları haberleri alıp kendi formatlarına göre düzenlemektedir (Torlak, 2000).

Bazen aboneler, havuza atılan haberlerin özel planlı çekimlerini isteyebilmektedir. O halde merkez yine muhabire döner ve abonesinin isteği çerçevesinde yeni çekimler talep eder. Bunun dışında haber ajansları, havuza atılan bir haberi abonelere özel mesajlaşma uygulamaları üzerinden bilgi verebilmektedir. Acil kullanılması gereken bir haber olduğu takdirde mesajlaşma uygulamaları üzerinden yapılan bilgilendirmeler kurumlara büyük fayda sağlamaktadır (Torlak, 2000).

Haber ajansları ile ilgili yukarıda verilen bu bilgiler tüm haber ajansları için geçerli olmamakla birlikte haber dağıtım sisteminin genel hatlarıyla bu şekilde olduğunu söylemek mümkündür. Ancak ülke şartları, imkânsızlıklar, haberciliğe verilen değerler çerçevesinde bu sistemin işleyişi bozulabilmektedir. Örneğin; bu çalışmada ele alınan AA ve İHA'nın haber dağıtım sistemi yukarıda söz edilen sistemle hemen hemen aynıdır. Ancak AA, dünya üzerinde birden fazla dilde yayın yaptığı için haber dağıtım sisteminde farklılıklar söz konusu olabilmektedir. Yine bu çalışmada bahsi geçecek Bangladeş'teki haber ajanslarının yani BSS ve UNB'nin bölge ve illerde herhangi bir bürosu olmadığı için yetkili müdürün bulunma şansı da yoktur. Dolayısıyla muhabirler, her zaman tek merkezle bağlı çalışmak durumundadır. Dahası BSS, görüntülü haber servisi ve radyolar için ses kaydı servisi bulunmaması sebebiyle sadece yazılı ve fotoğraflı haber servisi yapmaktadır. Dolayısıyla sözü edilen görüntülü haber birimi ile ilgili bilgiler BSS için geçerli değildir.

#### **1.7.6. Ajans haberlerinin içerikleri**

Haber ajansları, ulusal ve uluslararası çerçevede öncelikle bulunmuş oldukları ülkenin her şehrinde sonrasında ise dünyanın birçok yerinde, özellikle dünyanın önemli merkezlerinde muhabir bulundurarak haber toplamaktadır. Habercilikteki coğrafi engellerin aşılması haber ajansların sayesinde olmuştur. Bu nedenle ajanslar her zaman kendi özelliklerini korumaktadır. Lakin bazı durumlarda ajanslar haber toplamaz. Bu durumlar aşağıda listelenmiştir:

1. Haber ajansları genellikle gündemi takip eder. Dolayısıyla ajans haberciliğinde “Süreç” kavramının pek önemi yoktur. Günümüzdeki haber ajansları

gündemin yanı sıra bazı özel haberleri de takip etmektedir. Ancak yine de bu özel haberler gündem çerçevesinde toplanmaktadır. Örneğin; haber ajansları dizi şeklinde haber takibi yapmazlar.

2. Haber ajanslarının yayın politikası bazı konularla sınırlandırılmıştır. Yapılan bir araştırmaya göre, dünyanın en büyük üç haber ajansının içerikleri incelendiğinde birinci sırada politik haberler, ikinci sırada ise savaş, saldırı, çatışma, uygunsuzluk, anlayışsızlık ile ilgili haberler, son olarak da ekonomi ile ilgili haberler yer almıştır. Genel haberler başlığında toplanan haberlerin ise toplam haberin yüzde onuna tekabül ettiği ispatlanmıştır. Kültür-sanat, eğitim, yaşam gibi konular ise genel haberler başlığı altında toplanmıştır.

3. Haber ajanslarının üretmiş olduğu haberler genellikle merkez ülkeler denilen gelişmiş ülkelere çıkmıştır. Yarı merkez veya çevre ülkelere çıkan haberler ise “kötü haber” diye nitelendirilen olumsuz içerikler barındırmaktadır. Bu gerekçeyle gelişmiş ülkelerin vatandaşı, gelişmekte olan veya gelişmemiş olarak kabul edilen ülkelerin birkaç uluslararası haber ajansının penceresinden bakmaktadır. Yarı merkez ve çevre ülkelerin sorunlarına, merkez ülke gazetecilerinin gözüyle bakmak aslında bulutlu havada güneş gözlüğü takmaya benzemektedir. Sonuç olarak ise, gelişmekte olan ve gelişmemiş ülke halkı yabancı bir kültürden etkilenecek ana sorunlarından uzaklaşmaktadır. Bilginin bu akışının adı ise “Tek yönlü trafik” olarak nitelenmektedir (YBGTİÇKS, 1998).

Uluslararası haber ajansının bu durumu ulusal haber ajansları için de geçerli olabilmektedir. Tanınan kişiler, ülkenin gelişmiş yöreleri, büyükşehirler, zengin mahalleler, ünlü takımlarla ilgili haberlere sıkça rastlanabilmektedir (Abdukarimova, 2021). Reuters haber ajansında müdür olarak çalışıp ayrılan Gerald Long, haber ajanslarının içerik seçimi ile ilgili şunları dile getirmiştir:

“Bazen yapmayı amaçlamadığımız şeyler için de suçlanıyoruz. Günde 3000 kelimeyle Hindistan’da olan biten her şeyi nasıl haber verebilirsiniz? Seçici olmak zorundayız ve sınırlı sayıda haber gönderebiliriz. Dahası Hindistan gibi 750 milyonluk bir ülkede ne olup bittiğini kim biliyor ki, biz tamamını haber olarak verelim” (Zeytinli, 1996).

Ajans haberciliğindeki tekelleşme tarihte olduğu gibi günümüzde de yoğun bir şekilde devam etmektedir. Uluslararası haber ajansları çerçevesinde çalışan ajanslar,

dünyaya kendi bakış açılarıyla bakmakta ve kendi görüşleriyle kuşatmaktadır. Dünyaca tanınan haber ajansları genellikle gelişmiş ülkelerde kurulmuş ve varlığını sürdürmektedir. Bu haber ajansları kendilerine sağlanan imkân ve bağlantılar sayesinde dünyada herhangi bir önemli haberi kaçırmamaktadır. Dolayısıyla sözü edilen uluslararası haber ajanslarının dünya çapında gündemi belirleyici gücü aşikârdır. Ancak bu durum tarafsız, eşit ve doğru haber üretiminin önünde büyük bir engel olabilmektedir. İçinde yaşadığımız teknoloji çağında uluslararası haber ajanslarının olay ve verileri gelişmiş ülkelerin perspektifiyle ele alması, gelişmekte olan ülkelerdeki toplumsal düşünce ve kültürel bozukluğun yol açabileceği tehlikelere işaret etmektedir (Vural, 2013, s. 22).

Dünyaca tanınan ve faaliyet gösteren belirli haber ajansları, özgür basın adı altında dünya çarpında habercilik ticareti yapmaktadır. Bu ajanslar, her ne kadar uluslararası olsa da belli ülkelerin denetimi altındadır. Bu ajanslar, bağlı olduğu ülkenin mülkiyetinde ve denetimindedir. İşletme sistemleri dünyada faaliyet göstermekte olan ticaret firmalarına oldukça benzemektedir (Özcan, 1983; aktaran Vural, 2013, s. 22). Gazetecilikte dengesiz haber akımı 1930'lar öncesine kadar pek fark edilmemiştir (Girgin, 2002b). Gelişmiş ülkelerin mülkiyetinde olan bu haber ajansları 'tekelci' olarak dünyanın gerisine, kendi başarılarını haber formatında aktarmaktaydı. Diğer yandan fakir, sorunlu, gelişmemiş ülkelerin yaşamış olduğu felaketler ile ilgili haberleri ise diğer tarafa yani gelişmiş ülkenin vatandaşlarına aktarmaktaydı (Öngören, 1995; aktaran Vural, 2013, s. 31). Bu durum nedeniyle, gelişmemiş ülkenin vatandaşları, var olan sorunlarını bir kenara bırakıp gelişmiş ülkelerin başarı ve kültürüne heveslenmeye başlamaktaydı. Diğer yandan ise, gelişmiş ülkenin vatandaşları, yoksul insanların haberlerini izleyerek kendilerinin çok daha iyi konumda olduklarını hissetmekteydi. Bu durum hem yaşamış oldukları ülkenin hükümeti hakkında olumlu bir yaklaşıma hem de felaket içerisinde olan ülkeler konusunda aşağılayıcı düşünce ve bakışa neden olmaktadır (Vural, 2013). Girgin, uluslararası habercilikte yaşanan bu dengesizliği şöyle anlatmaktadır:

"Uluslararası iletişim, devletler arasında diplomatik yollarla, uluslararası örgütler tarafından (BM, UNESCO, AB, AET, NATO vb.), özel kurum ve kuruluşlar arasında iletişim araçlarıyla ya da kitle iletişim araçlarıyla gerçekleşir. Bu biçim ve yöntemlerle gerçekleştirilen uluslararası iletişimde bilgi, gelişmiş ülkelere gelişmekte olan ülkelere doğru tek yönlü bir akış içindedir. Bu nedenle de uluslararası iletişimin en büyük özelliği 'dengesizliktir' (Girgin 2002; aktaran Vural, 2013, s. 31).

4. Haber ajansları tarafından bir haber çok sayıda medya kuruluşu tarafından aynı anda kullanıldığı için burada tekelleşme söz konusudur. Bu durum kitle iletişim araçlarında görülmesi gereken çoğulculuğu ve çok sesliliği engelleyici bir faktördür.

5. Haber ajansı haberleri, ajansın ait olduğu ülkenin ulusal ve uluslararası politikasını göz ardı etmeden üretmemektedir. Ancak bazı araştırmacılar bu görüşe karşı çıkmakta ve ajans haberlerini kullanan medya kuruluşlarında ilgili kişilerin, haber seçiminde özgür olduklarını belirtmektedir. Durum böyle olduğu takdirde “haber bombardımanı” içindeki söz konusu ilgililer, ancak “benzerler” arasından seçim yapmaktadır.

6. Ajanslar çoğunlukla gündem yaratmaktadır. Haberleriyle yeni gündem oluşturmak ise dezenformasyona yol açabilmektedir. Ajans haberleri, haber bağlantıları, maddi güçleri, kullandıkları teknolojik imkânlar, çalışanların eğitim seviyeleri gibi birçok unsuru bir araya getirerek haber yapmaktadır. Bu noktada haberler birtakım manipülasyonlara da maruz kalmaktadır (KİAK, 1994).

Sonuç olarak haber ajanslarının haber üretim pratiklerinin, diğer medya kuruluşlarından farklı olduğunu söylemek mümkündür. Haber ajansı muhabirlerinin üstlendiği sorumluluklar da diğer medya kurumlarında çalışan muhabirlerden farklı olmaktadır. Ayrıca ajansın örgütlenme ve habere olan bakış açılarında da özel belli kriterler söz konusudur.

## **İKİNCİ BÖLÜM**

### **2. ÖRNEKLEME DAHİL EDİLEN HABER AJANSLARIYLA İLGİLİ BİLGİLER**

Bangladeş ve Türkiye’deki haber ajansları ile ilgili yapılan bu çalışmanın ikinci bölümünde örnekleme dahil edilen haber ajanslarıyla ilgili bilgi verilmektedir. Bu bölümde, AA, İHA, BSS ve UNB’nin kuruluş tarihlerinden başlayarak günümüzdeki faaliyetleri ile ilgili bilgiler aktarılmaktadır.

#### **2.1. Anadolu Ajansı (AA)**

Türkiye Cumhuriyeti’nde kurulan ilk haber ajansı Anadolu Ajansı (AA) olmuştur. Osmanlı döneminde kurulan haber ajanslarının belli periyotlarla kapanmasının ardından Kurtuluş Savaşı döneminde Mustafa Kemal Atatürk’ün kararıyla 6 Nisan 1920 tarihinde Ankara’da faaliyete geçen AA’nın ismini de Atatürk koymuştur (Topuz, 1973). AA, kurulduktan sonra sadece birkaç kişi tarafından yönetilmekteydi. Ülke içinde ve yurt dışında kendi muhabirleri bulunmamaktaydı. Ajansın kuruluş amaçları, ulusal birliği tehlikeye düşürecek kışkırtmalara karşı tedbir almak ve Kurtuluş Savaşı ve olaylarla ilgili haberleri halka duyurmaktı. 1920 yılı 13 Mart tarihinde toplanan Büyük Millet Meclisinde dile getirilen konulardan biri de haberleşme konusu olmuştur. Hükümet, “Matbuat ve İstihbarat Umum Müdürlüğü” adı altında bir kurumun kurulmasını öngörmüştür. AA da bu örgütlerin içinde yer alarak 7 Haziran 1920 yılında kabul edilen Ajans Matbuat Genel Müdürlüğü kapsamında Bakanlar Kurulu Başkanlığı’na bağlanmıştır (Topuz, 1973, s. 133).

AA’nın kuruluşu Büyük Millet Meclisi’nde (BMM) görüşülmüş, bir ülke için haberleşme sisteminin silah kadar etkili olması, politika ve düşünce örgütlerinin öteden beri ihmal edilmiş olması gibi meseleler hakkında müzakereler yapılmıştır. Meclis, kurulacak olan haberleşme kurumuna özetle iki görev vermiştir. İlki Türkiye’nin dileklerini ve amaçlarını dışarıya tanıtarak devletin haklı olduğunu ispat etmek; diğeri ise kendi halkını aydınlatmaktır (Topuz, 1973, s. 133). AA’nın kuruluş amacını gerçekleştirmek için ilk başta Ankara dışında İstanbul, Zonguldak, İnebolu, Antalya, Kars ve İzmit’te haber alma büroları kurulmuştur. Ayrıca askeri telsiz istasyonlarının dinleme

servisleriyle dış ülkelerin yayınları takip edilerek Ankara'ya ulaştırılmıştır. O yıllarda Londra, Paris, Berlin, Viyana, Cenevre ve New York'ta da haber bürolarının açılması planlar dahilinde idi (Topuz, 1973, s. 134).

AA'nın resmî web sitesinde yayınlanan bilgilerde kurumun kuruluş ve işleyişi şöyle aktarılmıştır:

"Türkiye Büyük Millet Meclisi açılmadan 17 gün önce 6 Nisan 1920'de Anadolu Ajansı kurulmuştur. AA, Millî Mücadele'nin ve Kurtuluş Savaşı'nın her aşamasına, vatandaşlara haber aktarma görevini yerine getirdi. İstanbul'un 16 Mart 1920'de resmen işgali ve Meclis-Mebusan'ın kapanması üzerine Mustafa Kemal Paşa, Ankara'da toplanacak meclis için seçim yapılmasını bir yazı ile 19 Mart'ta illere ve komutanlıklara bildirdi.. Bu gelişme, Anadolu Ajansı'nın kuruluşunu da sağlayacaktı. Ankara'ya doğru yola çıkan iki ayrı kafilede yer alan gazeteci Yunus Nadi (Abalıoğlu) ile gazeteci yazar Halide Edip (Adivar), 31 Mart'ta Geyve'de buluştular. Tren istasyonundaki mola sırasında Ankara'ya gider gitmez ilk iş olarak 'bir ajans teşkilatı' kurulmasının gerekliliğini görüştüler. Ajansın adını konuşurlarken; 'Türk, 'Ankara, 'Anadolu' seçenekleri arasından 'Anadolu Ajansı' isminde karar kıldılar. Mustafa Kemal Paşa'nın karargâhı 'Ziraat Mektebi'nde (şimdi Devlet Meteoroloji İşleri Genel Müdürlüğü) Anadolu Ajansı'nın kurulması gündeme getirildi ve 6 Nisan 1920'de Anadolu Ajansı'nın kuruluşu gerçekleştirildi. Atatürk'ün, yakın bir arkadaş grubunu, Anadolu Ajansı'nı Batılı anlamda bir haber ajansı kimliğine kavuşturmakla görevlendirmesiyle 1 Mart 1925'te 'Anadolu Ajansı Türk Anonim Şirketi' kuruldu. O tarihlerde, Batı ülkelerinde bile örneği görülmeyen böyle bir yapılanmayla Anadolu Ajansı, özerk statüye kavuştu" (AA Tarihçe, 2021).

Türkiye'nin kurtuluşu ile ilgili haberleri dış ülkelere aktarmak için kurulan AA, bugün dünyaca tanınan bir haber ajansı haline gelerek 13 farklı dilde onlarca ülkede Türkiye'yi temsil etmektedir. AA, kuruluşunun 100. Yılı vesile ile bazı değişikliklere gitmiştir (Kasap, 2019). AA ile ilgili kurumsal haberler çerçevesinde Kasım 2019 yılında yapılan bir haberde, kurumun haber dilinde yeni formatlar getirmek, haber yayın mecralarını artırmak ve teknolojik gelişmelerden de yararlanılarak birçok yeniliği uyarlamak için "100. Yılı Haber Vizyon Belgesi"'nin hayata geçirileceği bildirilmiştir (Kasap, 2019).

AA'nın 100. Yıl kutlaması çerçevesinde kurumda yeni değişiklikler yapılacağı belirtilmiştir. Bu değişiklik ve yenilikler şu şekilde ifade edilmiştir:

1. Haber dilindeki sorunları gidermek, daha yalın ve ideal bir haber dili elde etmek için başlık, spot ve metin kurgusunu yeniden düzenlenecek.

2. Yeni dönemde özel video üretimi daha yoğun bir şekilde devam edecek, olaylar tüm dillerde hazırlanacak kısa videolarla video paylaşımları daha hızlı yayınlanacak.

3. Kurulan seslendirme stüdyosunda profesyonel spikerlerin hazırladığı günlük podcastler özellikle Spotify ve iTunes’da etkin olacak.

4. Küresel ölçekte ses getirecek, dünyadan ve Türkiye’den dikkat çekici isimlerle yapılan röportajlar yeni dönemde hayata geçirilecek.

5. Küresel ölçekte ‘son dakika haberciliği’ne önem verilecek.

6. Kurumun geliştirdiği Muhabir Mobil uygulaması üzerinden yaşanan olaylar saniyeler içinde yayına verilebilecek.

7. AA arşivi daha etkin kullanılacak, özellikle belli tarihlerde yaşanan olaylar ortaya çıkarılarak AA’nın o dönemdeki tanıklığı aktarılacak.

8. Yeni dönemde sosyal medya kullanımı daha aktif ve etkileşim halinde olacak (Kasap, 2019).

Türkiye’nin sesini dünyaya duyurmak amacıyla Atatürk tarafından kurulan Anadolu Ajansı, şu anda 13 farklı dilde yayın yapmaktadır. Yurt içinde her ilde bölge ve il ofisleri bulunmaktadır. 100 ülkede temsilcilikleri bulunan AA’nın 50 ülkede toplamda 2 binden kurumla abone sözleşmesi bulunmaktadır (Altaş, 2018). Anadolu Ajansı günlük ortalama 1650 haberi abonelerine servis etmektedir. Ayrıca haberlere ilişkin 2330 adet fotoğraf servis etmektedir. 400 adet görüntülü haber yayınlayan AA, günde 15 canlı yayın yaparken bu yayınlardan 6’sını ise infografik olarak paylaşmaktadır (Altaş, 2018).

Türkiye’deki ulusal gazetelerde yayınlanan fotoğrafların %63’ü AA tarafından servis edilmektedir. Toplam haberin %40’i ise AA’nın yayınladığı haberlerden oluşmaktadır. Ayrıca ulusal haber portallarında ise % 89 oranında yine AA tarafından toplanan özel haberler kullanılmaktadır (Altaş, 2018). 2011 yılında hayata geçirilen AA Haber Akademisi’nde Savaş muhabirliği başta olmak üzere haberciliğin birçok alanında çok sayıda eğitim verilmektedir. Tecrübeli personeller tarafından hazırlanan ‘‘Muhabir-Habercinin Temel Kitabı’’, ‘‘Savaş Muhabirliği El Kitabı’’ gibi basılı kaynaklar aracılığıyla AA, mesleğe yeni başlayan muhabirlere yol gösterici olmaya devam etmektedir. Ayrıca AA, Türkçe, İngilizce ve Arapça dillerinde olmak üzere yılın önemli olaylarını belgeleyerek yıllık arşiv oluşturmaktadır (Altaş, 2018). Yüz yıl boyunca

Türkiye’yi temsil eden AA’nın bir haber ajansı olarak dünyaca sayılan haber ajansları arasına girdiği konusunda şüphe yoktur. Ancak bir haber ajansı olarak AA’nın her daim doğru, güvenilir ve tarafsız haber sunduğu konusu tartışmaya açıktır (Topuz, 1973, s. 135).

## **2.2.İhlas Haber Ajansı (İHA)**

İhlas Haber Ajansı, kısa adıyla İHA, Türkiye’de faaliyete başlayan ilk özel haber ajansıdır. Bir haber ajansı olarak ülkede ilk görüntülü haber servisi yapan İHA, 1993 yılının 4 Ocak tarihinde kurulmuştur. Ülkenin her ili ve ilçesinde muhabiri bulunan İHA, çok düzenli bir işletim yapısına sahiptir (Selman, 2021). İlçedeki bürolar ildeki bürolara bağlı bir sistemin içerisinde bulunmakta olup illerdeki ise ülke genelinde kurulan 25 bölgeye dağılmıştır (Künye, 2021). Bir haber ajansının sahip olması gereken doğruluk, hızlilik ve objektiflik ilkelerini her zaman ön planda tutan İHA; 11 Eylül olayından sonra Washington, Atina, Londra, Berlin ve Afganistan’ın başkenti Kabil’de ofisler açmıştır. 2017 senesinde Erbil, Bağdat ve Paris’te; 2018 yılında ise Moskova ve Tahran’da açılan bürolarıyla faaliyete devam etmektedir (Selman, 2021).

Türkiye ve yurt dışında İHA adına üretim yapan kadrolu çalışan sayısı 2022 verilerine göre bini aşmıştır. Kurum, toplamda 500’ e yakın donanımlı kamera, 300’den fazla fotoğraf makinesi ile görüntülü, yazılı ve fotoğraflı haber üretmektedir. Ulusal ve uluslararası çalışan muhabirlerin topladığı ve ilgili merkeze gönderilen haberlerden günde ortalama 1.000 yazılı ve 300 görüntülü yayın yapmaktadır. Ayrıca günlük olarak servis edilen habere ilişkin kullanılan fotoğraf sayısı ise 3.000’den fazladır (İHA, 2021).

İHA, hızlı haber servisi için uydu sistemini kullanmaktadır. Türkiye’de ve dünyada donanım ve teknik altyapı hizmetlerini bulunduran kurum, dünyanın hemen hemen her ülkesinden canlı yayın yapabilme kapasitesine sahiptir. Operasyon gücü, hızlilik ve aktifliği açısından değerlendirildiğinde İHA, bölgenin en güçlü haber ajansıdır (İHA, 2021). Aktif olarak 100’den fazla drone kullanan İHA, canlı yayın aracı ve 4.5 G canlı yayın cihazlarıyla Türkiye’nin ve dünyanın en etkin haber ajanslarından birisi olma yolundadır (İHA, 2021). İHA, Bağdat, Musul, Basra, Erbil, Gazze, Ramallah, Kudüs, Moskova, Tahran, İstanbul, Kahire, Paris, Londra, Washington, Frankfurt, Ankara, Samawa, Suriye, Necef, Nasiriye ve Amman’da, 14’ü canlı yayın aracı olmak üzere

toplam 32 uydu haberleşme noktası (uplink) kullanmaktadır. Bu uplink sayesinde İHA, dünya ve Türkiye'deki haber, televizyon, gazete, radyo, dergi, internet haber siteleri gibi abone kurumlara haber servisi yapmaktadır (Koyuncu, 2016). Ayrıca İHA, Türkiye'nin 250 noktasından görüntülü yayın yapma gücüne sahiptir (İHA, 2021). Almanya, İngiltere, Mısır, Birleşik Arap Emirlikleri, Katar, Azerbaycan, Gürcistan ve Irak'ta düzenli olarak müşterisi bulunan İHA'nın, yurt içinde ise 140'den fazla televizyon abonesi bulunmaktadır (İHA, 2021). İHA, çok sayıda görüntü, fotoğraf ve yazılı metinleri barındıran arşive sahiptir. Selman'ın aktardığı üzere İHA'nın arşivinde 1 milyondan fazla görüntü, 4,5 milyon yazılı haber metni ve 8,5 milyon fotoğraf bulunmaktadır (Selman, 2021).

2012 yılında İHA'nın yazılım ekibinin el birliğiyle hayata geçirdiği Haber Otomasyon Uygulaması (İNDİS) sayesinde muhabirler, internetin bulunduğu her yerden bilgisayar ya da cep telefonlarıyla haber girişi yaparak ilgili redaktöre gönderebilmektedir. Yine aynı şekilde redaktörler haberi kontrol ederek yayına verebilmektedir. Teknoloji alanında İHA'nın bu yatırımı, abonelere hızlı bir şekilde haber ulaştırma konusunda büyük katkı sağlamaktadır (Selman, 2021).

Yaklaşık 29 yıl önce, özel televizyonların yayın hayatına girmesiyle beraber faaliyete başlayan İHA, İhlas Holding'e aittir. İhlas Haber Ajansı, Türkiye'nin yanı sıra Avrupa, Orta Doğu, Arap Yarımadası ve Orta Asya ülkelerinden anında haber alabilmektedir. Ayrıca İHA, kendisine ait olan teknolojik altyapı imkanlarını diğer medya kuruluşlarına kiralayabilmektedir (E. Toker, kişisel iletişim, 2022).

BBC tarafından yayınlanan bir habere göre, haber ağının yaygınlığı, kaliteli, hızlı ve tarafsız habercilik anlayışıyla İHA, dünyanın en büyük üçüncü haber ajansıdır. Ayrıca İHA, dünya standardında iş ve organizasyon kalitesini artırmak amacıyla 1999 ve 2000 yıllarında ISO 9001 kalite sistemi kurma çalışmalarını yürütmüştür. Kurum 19 Mart 2001 yılında ise Amerika Kalite Birliği (AQA) tarafından ISO 9001:2000 kalite belgesi almıştır (E. Toker, kişisel iletişim, 2022).

### 2.3.Bangladesh Sangbad Sangstha (BSS)

Bangladesh Sangbad Sangstha'nın (BSS) kuruluş tarihi 1 Ocak 1972'dir. Ancak BSS'nin geçmişi 1905 yılına dayanmaktadır. 1905 yılında Hint Yarımadası'nda kurulan Associated Press of India 1947 yılında Associated Press of Pakistan (APP) olarak ayrılmıştır. Ancak yine Bangladeş ve Pakistan arasında 1971 yılında yaşanan dokuz aylık Bağımsızlık Savaşı'nı Doğu Pakistan yani günümüzdeki Bangladeş kazanınca dünya haritasında ayrı bir devlet doğmuştur. Bu ayrılma sonucunda Associated Press of Pakistan yine bölünmüş ve 1972 yılın ocak ayında Bangladesh Sangbad Sangstha (BSS) adlı yeni bir haber ajansı ortaya çıkmıştır (APP, 2022).

1905 yılında kurulan Associated Press of India ise 1919 yılında İngilizler tarafından kontrol altına alınmış ve faaliyete devam etme yetkisi Reuters'e verilmiştir. Bu şekilde İngilizler Hint Yarımadası'ndan çekilmeden önce, 1947 yılına kadar Associated Press of India, Reuters altında faaliyet göstermiştir. Hindistan ve Pakistan'ın ayrılmasıyla beraber 1947 yılının ağustos ayında Associated Press of India bölünmüş ve Associated Press Of Pakistan adında ayrı bir haber ajansı olarak faaliyete başlamıştır. Bu anlamda BSS'nin geçmişi, bir noktada Reuters'in geçmişiyle bağdaşmaktadır (APP, 2022).

16 Aralık 1971 yılında Doğu Pakistan, Bangladeş adıyla dünya haritasındaki yerini almıştır. Pakistan döneminde APP'nin genel merkezi Karaçi'de bulunmaktaydı. Batı Pakistan'ın merkezi olarak bilinen Dakka ve Chattogram şehirlerinde APP, birer büro ile faaliyete devam etmekteydi. Batı Pakistan'ın, Doğu Pakistan'dan ayrılarak yeni bir ülkenin kurulmasıyla Dakka ve Chattogram şehirlerinde bulunan APP'nin büroları Bangladeş'e kalmıştır. Bağımsızlık savaşından on beş gün sonra 1 Ocak 1972 tarihinde Bangladeş hükümeti tarafından yapılan bir açıklamada, büroların yeniden faaliyete geçmesi ile birlikte APP'nin, Bangladesh Sangbad Sangstha (BSS) olmak üzere yeni bir adla kurulduğu duyurulmuştur (Ahmed, 2015).

Kuruluş duyurusundan hemen sonra BSS, habercilik için gerekli olan malzeme ve teknik donanımına sahip olmamasına rağmen, birkaç eski APP çalışanıyla faaliyete başlamıştır. APP'nin Dakka ve Chattogram'daki Pakistanlı çalışanları, savaşta kaybedeceklerini anlayınca bürolarda bulunan tüm malzemeleri Karaçi'ye götürmüştür.

Bir diğerk yandan yeni kurulan bir ÷lke, o ana kadar dış dñnyadan tamamen mahrum kalmıştır. Uluslararası camianın Bangladeş'i ÷lke olarak tanımaya başlamasıyla beraber bu sorun ortadan kalkmıştır. BSS'ye ilk el uzatan Press Trust of India (PTI) olmuştur. Daha sonra UPI, AFP ve Reuters gibi dñnyaca ÷nlñ haber ajansları ile yapılan anlaşmalar neticesinde BSS, yavaş yavaş bñyñmeye başlamıştır (Ahmed, 2015).

BSS, ilk başlarda sadece İngilizce dilinde yayın yapmaktaydı. Ancak daha sonra 1999 yılında kurum, Bangladeş'in ana dili olan Bengalcede de yayın yapma kararı aldı ve o gñnden bugñne İngilizcenin yanı sıra Bengalcede de yayın yapılmaktadır (BSS, 2022). BSS, Bangladeş'in Haberleşme Bakanlığı'na bağlı ve bakanlık tarafından atanan bir genel mñdñrñn kontrolñnde faaliyet gñstermektedir. BSS'nin abonelerden gelen ÷ok bñyñk bir kazancı yoktur. Kurumun en bñyñk gelir kaynağı ise, devletin verdiği sñbvansiyonlardır (Ahmed, 2015). Kurumun kuruluşundan kalan Dakka ve Chattogram bñrolarının yanı sıra gñnñmñzde Rajshahi, Rangpur, Bagura, Khulna, Barishal, Rangamati ve Sylhet bñlgelerinde de ofisleri bulunmaktadır (BSS, 2022). Bu şehirler dışında ÷lkenin kalan elli beş şehirinde BSS'nin herhangi bir bñrosu bulunmamaktadır. (G.A, kişisel iletişim, Haziran 8, 2022).

BSS'de aktif olarak ÷alışmakta olan muhabir sayısı 115'tir. Bunun 65'i kadrolu ve 70'i ise sñzleřmeli muhabirlerden oluşmaktadır. BSS, ofislerin bulunduğu şehirlerde (Dakka dışında) ortalama iki kadrolu muhabir bulundurmaktadır. Diğer kalan 55 şehirde ise her bir şehir i÷in 1 sñzleřmeli muhabir bulundurmaktadır. Ancak sadece başkent Dakka'nın merkez binasında muhabirlik yapan yaklaşık 50 kişi bulunmaktadır. Bunun dışında ÷lkede bulunan bir÷ok ÷niversitede BSS kendi muhabirlerini bulundurmaktadır. Yurt dışında ise sadece Hindistan'ın başkenti Yeni Delhi'de 1 kişinin BSS tarafından gñrevlendirildiđi bilinmektedir. Bunun dışında hi÷bir ÷lkede BSS'nin ne kadrolu ne de sñzleřmeli muhabiri bulunmamaktadır (G.A, kişisel iletişim, Haziran 8, 2022). ÷lke i÷inde 50 kurumla BSS'in abonelik sñzleřmesi bulunmaktadır. Bunun dışında AFP, PTI, APP, ÷in'in Xinhua, Malezya'nın Bernama, Avustralya'nın TransData haber kurumlarıyla takas anlaşması bulunmaktadır (BSS, 2022).

BSS, kuruluşunun 50. senesini geride bırakmasına rağmen henñz gñrñntñlñ haber servisine sahip değildir. Yıllardır bunun ÷zerinde ÷alışan BSS yetkilileri, bñt÷e

konusunda hükümetle anlaşamamaları sebebiyle videolu haber servisinin başlatılamadığını ve artık bu konunun görüşülmediğini aktarılmaktadır. Ancak BSS yetkilileri, her ne pahasında olursa 2030 yılına kadar görüntülü haber servisine başlayacaklarını ümit etmektedir (G.A, kişisel iletişim, Haziran 8, 2022). İsmi belirtmek istemeyen bir BSS üst düzey yetkili tarafından aktarılan bilgilere göre; BSS'nin günlük haber sayısı ve içeriği, bir haber ajansında olması gerekenin çok aşağısındadır. Bir ülkenin devlet haber ajansı görevini üstlenen BSS, günlük ortalama sadece 60-70 haber servisi yapmaktadır. Bu haberlerin çoğu sadece yazılı metinlerden oluşmaktadır. Genellikle haberlerde konuyu anlatan arşiv fotoğrafları kullanılmakta, doğrudan sadece 5-6 haberde toplamda 10-12 adet fotoğraf eklenmektedir (G.A, kişisel iletişim, Haziran 8, 2022).

#### **2.4. United News of Bangladesh (UNB)**

1988'de kurulan United News of Bangladesh (UNB), Güney Asya'da bulunan haber ajansları arasında dijital imkanlarını kullanan ve bilgisayara dayalı yayın yapan ülkenin ilk haber ajansıdır. Hem Bengalce hem de İngilizce dillerinde yayın yapmakta olan UNB'nin en büyük takas kurumu ise AP olmaktadır (UNB, 2022). UNB'nin tek merkezi Bangladeş'in başkenti Dakka'da bulunmaktadır. Daha önce ülkenin ikinci büyük şehri olan Chattogram'da da bir ofis bulunmaktaydı ancak nedeni bilinmeyen bir sebepten dolayı birkaç yıl önce sözü edilen ofis kapatılmıştır. Bu nedenle Dakka dışında UNB'nin ülke genelinde hiçbir bürosu bulunmamaktadır (J.A, kişisel iletişim, Haziran 11, 2022).

UNB, Dakka'daki genel merkezinde toplamda 10 kadrolu çalışan bulundurmaktadır. Bunun dışında ülkenin her şehrinde bir kişi olmak üzere 64 şehirde 64 sözleşmeli muhabir UNB için çalışmaktadır. Ayrıca başkent Dakka'ya bağlı bulunan Keranigonj ve Savar bölgelerinde 2 ayrı muhabir UNB adına görev yapmaktadır. Dakka Üniversitesi, yine Dakka'da bulunan Jaganaath Üniversitesi ve Jahangirnagar Üniversitesi, Dakka Adliyesi, Yargıtay ve Dakka Devlet Hastanesi'nde UNB'nin kadrolu çalışanları bulunmaktadır. Bu anlamda UNB'nin toplam kadrolu çalışan sayısı yaklaşık 20'ye ulaşmaktadır. Öte yandan, Londra ve New York'ta UNB'nin 2 ayrı sözleşmeli muhabiri bulunmaktadır (J.A, kişisel iletişim, Haziran 11, 2022).

UNB, günlük toplamda yaklaşık 85 adet haber servis etmektedir. Bunların 45-55'i ulusal haber ve 20-30'u ise uluslararası haberden oluşmaktadır. Uluslararası haber kuruluşları yurt dışında faaliyet gösteren ve UNB ile takas anlaşması sağlayan basın kuruluşlarıdır (J.A, kişisel iletişim, Haziran 11, 2022). Yurtdışında UNB'nin takas anlaşması bulunan haber kuruluşları; AP, Türkiye'den Anadolu Ajansı, Romanya'dan Rompress, İtalya'dan ANSA, Rusya'dan RIA Novosti, Kore'den Yonhap ve Japonya'dan KYODO, Hindistan'dan UNI, Çin'den Xinhua, Finlandiya'dan Suomen Tietotoimisto olmaktadır. Ayrıca UNB, yurt dışında Organization of Asian and Pacific News Agencies, Commonwealth Press Union, Asian Mass Communication Research and Information Centre and AsiaNet'nin üyesidir (Ahmed, 2015).

Ülke içinde UNB'nin 50 abonesi bulunmaktadır. Bunun dışında yurt dışında yapılan anlaşmalar doğrultusunda yaklaşık 20 medya kuruluşu UNB tarafından servis edilen haberleri kullanmaktadır. UNB'nin resmî sitesinde yer alan bilgiye göre; aboneler üzerinden UNB'nin günlük 20 milyon okur kitlesi bulunmaktadır (J.A, kişisel iletişim, Haziran 11, 2022). UNB genellikle servis ettiği haberlere, habere özel fotoğraf kullanmayı tercih etmektedir. Sayıları belli olmasa da ajans günde yaklaşık 250 fotoğraf servis etmektedir. Ayrıca UNB Bangladeş'te görüntülü haber servisi yapan haber ajanslarından biridir. Ancak görüntülü olarak servis edilen haberlerin sayısı çok daha düşüktür (J.A, kişisel iletişim, Haziran 11, 2022).

Çalışmanın bu bölümünde örnekleme dahil edilen haber ajanslarının günümüzdeki faaliyetleri ve kuruluşları hakkında bilgiler verilmiştir. Günümüzdeki faaliyetlere bakılınca dört haber ajansı arasında AA ve İHA'nin üretim sayısının, BSS ve UNB'den çok daha yüksek olduğu görülmüştür. Ayrıca ajansların abonelik sayılarında da ciddi farklar söz konusudur.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3. HABER ÜRETME PRATIĞİNİN KURAMSAL ÇERÇEVESİ

Çalışmanın üçüncü bölümünde haber üretme pratiğinin kuramsal çerçevesi açıklanmaktadır. Bu kısımda haberin tanımı, haberin üretim süreci ve bu süreci etkileyen faktörlerden söz edilmektedir. Literatürden hareketle hazırlanan bu bölümdeki tartışmaların çalışmanın bulguları için ne anlama geldiği ise, tezin sonuç ve değerlendirme kısmında yer alacaktır.

#### 3.1.Haberin tanıtımı ve üretimi

Haberin tanımlanması, haber üretim sürecinin kodunu çözenin ilk aşamasıdır. Nossek'e göre haber, “Gazetecilerin bilgi toplamasından, editörlerin kararlarından, mesleki uygulama ve normları takip etmelerinden kaynaklanan bir kitle iletişim içeriği türüdür” (Nossek, 2008). Harrison'a göre haber, faaliyet gösterdikleri haber kuruluşlarının kısıtlaması içinde çalışan gazeteciler tarafından üretilen ve belli değerleri taşıyan içeriktir (Harrison, 2006). Gazetecilik çalışmalarındaki eleştirel yaklaşıma göre haber; tarihsel, kültürel ve sosyo-ekonomik bağlamı içinde tanımlanan kendine özgü temel özelliklere sahip bir anlatıdır (Özer, 2000).

Diğer yandan bazı kuramcılar haberin “Bir çeşit söylem” olduğunu aktarmaktadır. Özer'e göre söylem, iletişim ve etkileşimdeki sosyal sorunların gösterilmesi ve günlük olarak kanıtlanmasının güçlü ve keskin yollarıdır. Eşitsizlik, sınıf farklılıkları, cinsiyetçilik, ırkçılık, güç, egemenlik, konuşma ve metinden daha fazlasını içerirken, ideolojik olarak formülasyonlarında yeniden üretimlerinde, sosyal ve politik karar alma süreçlerinde ve bazı konuların temsili ve kurumsal olarak yönetilmesinde yaşamsal rol oynar (Özer, 2015). “Söz konusu ideoloji, dil içerisinde anlamı, harekete geçirmektedir. Bunun açılımı, (egemen) ideolojinin söylem içerisine yerleştiğidir. Dolayısıyla haberin söyleminde (egemen) ideolojik pratikler yer almaktadır. (Egemen) ideolojik pratiklerle dolmuş haberin söylemi de, böylece egemen söylem olmaktadır” (Ömer, 1999).

Haberin genel bir tanımı olmadığı için haber üretimini bir süreç olarak tanımlamak zordur. Ancak bu noktada olay ve olayın duyurulma ihtiyacına bağlı olan bir durumdan söz edilebilmektedir. Bununla birlikte haber üretim süreci, bir haber organizasyonu içinde rutin bir şekilde günlük olarak çalışmakta olan profesyonel bir gazetecinin haber değeri taşıyan bir şeyi duyar duymaz hareket etmesiyle başlarken, toplanan bilgileri bir şablon üzerinden şekillendirmesi ve bir editörün elinden geçirerek okurun eline ulaşmasına kadar devam eden bir süreçtir (Wilson, 1996).

Domingo, haber üretimini beş aşamadan oluşan genel bir süreç olarak ifade etmektedir. Bunlar: (1) erişim ve gözlem; (2) seçim ve filtreleme; (3) işleme ve düzenleme; (4) dağıtım ve (5) yorumlama. Bu tanım, genel olarak haber üretimini analiz etmek için iyi bir başlangıç noktası olarak kabul edilirken özellikle haber üretim aşamaları olarak tanıtılmamaktadır (Domingo 2008: aktaran Hanitzsch ve Hoxha, 2014). Hanitzsch ve Hoxha, Domingo'nun modelinden esinlenerek ve INFOCORE projesinin ilgilendiği haber üretim dizisindeki aşamaları göz önünde bulundurarak, üç aşamalı bir döngüsel modeli önermektedir. Modeldeki üç unsur; olay fikri, olay anlatımı ve olay sunumudur (Hanitzsch ve Hoxha, 2014).

**Olay fikri**, olay önerisindeki anahtar süreçtir. Olay fikri üretme sürecini “olay düşüncesi” olarak da adlandırmışlardır. Hanitzsch ve Hoxha’ya göre bir olayın nasıl meydana gelebileceğinin temelde dört yolu vardır: Gazeteciler belli bir konu üzerinde araştırma veya gözlem başlattığında, olay fikri proaktif olmaktadır. Bu durumda, bir olayı araştırma isteği, çoğu zaman gazetecilerin farkına vardıkları bir şeyin üzerinde çalışma düşüncesinden kaynaklanmaktadır. Daha sonra gazetecinin düşündüğü olaya dahil olan kişi ya da kurumlarla kurduğu iletişim çerçevesinde reaktif modu devreye girmektedir. Bu aşamada gazeteciler bir basın toplantısına katılabilir ve bunun hakkında bir haber yapabilir. Haber merkezlerine gelen basın bültenleri dikkate alınarak bunları habere dönüştürülebilir veya araştırmacı muhabirlere birçok gizli ve hassas bilgi sızdırabilir. Haber oluşturmanın takip modunda, gazeteciler kendilerinin veya diğer haberlerinin kapsamını takip etmektedir. Yani muhabir gündemde olan ve başka gazetecilerin ürettiği konuların devamını getirebilmekte, bazen ise başkalarının sunduklarını farklı bir açıdan sunabilmektedir. Son olarak, olay fikri “olay odaklı” olabilir. Çünkü gazetecilere ve

medyaya onlar hakkında haber yapmaktan başka bir seçenek bırakmayan olaylar vardır. Bu aşamada, gazeteciler rutin olarak, haber değeri olarak belirlenmiş kriterlere uygun sahadaki bazı olayları takip etmek zorundadır. Çünkü haber merkezi, herkesin bu haberi yapacağını düşünerek muhabirleri yönlendirmektedir (Hanitzsch ve Hoxha, 2014) ve (Bantz et al., 1983).

**Olay anlatımı**, bir olay anlatısının gelişim sürecini ve anlatım bağlamını ifade etmektedir. Olay fikri aşamasında “Hangi olay anlatılır?” vurgusu yapılırken, olay anlatımı “olay nasıl anlatılır” sorusuna cevap vermektedir. Bu bağlamda, olay anlatımı, gazeteciliğin olay öyküleştirme işlevini görür- yani her haberin anlatılacak bir öyküsü vardır. Haber üretiminde ortaya çıkan olay anlatımının üç önemli yönü vardır: olayın kendisi yani merkezi anlatı, olayın anlatılacağı perspektif yani olayın anlatım açısı ve bir olayın kurgusal olarak yerleştirilmesi yani olay çerçevesidir. Hanitzsch ve Hoxha’ya göre olay her zaman yorumlayıcı bir çerçeve içinde anlatılmalıdır. Bu işlevler “anlatılar” olarak adlandırılırken, sosyolojik yaklaşım, medyanın analizinin “Belirli bir zamanda bir toplumun kültürel uzlaşımlarının bir sonucu olarak hem içerik hem de biçim olarak” yapıldığını kabul etmektedir (Becker 2004; aktaran Hanitzsch ve Hoxha, 2014).

Gans ve Schudson’un aktardıklarına göre haber üretiminin anlatım süreci doğrultusunda gazeteciler, olayı ele alacakları açıyı çerçevelemeye karar verirken düşünceleri açısından “önemli” ve “ilginç” haberler arasında bir ayırım yapmaktadırlar (Gans, 1979; Schudson, 1995). Olay anlatımında gazeteci, düşüncelerini pekiştirmek için kendi kendine iki soru sormalıdır. Bunlar; “Olay nasıl anlatılmalı ve neden bu yönden anlatılmalı?”. Gazeteci, önce anlatının tasarımı ve amacı hakkında kararlar almalı ve daha sonra belirlenen anlatım tekniklerini kullanarak olayı haberleştirmelidir. Merkezi anlatıya, olay açısına ve olay çerçevesine bakarak, çatışmalı haber üretiminde gazeteciler, kalıplarını, yapılarını ve rollerini daha fazla keşfedebilmektedir (Becker 2004; aktaran Hanitzsch ve Hoxha, 2014).

**Olay sunumu**, haber üretimi dizisinde yer alan üçüncü aşamadır. Olay sunumu ve olay anlatımı birbirine benzemesine rağmen aralarında farklılıklar söz konusudur. Çünkü yalnızca merkezi bir anlatı belirlendikten sonra, haber yapımcıları haber akışını olay dizisiyle tutarlı bir şekilde oluşturmaktadır. Bunu yaparken olayı, olup bitenlerin

“gerçek” bir açıklaması olarak mevcut malzemeler (5N1K) üzerinden söylemsel bir kurguyla aktarmaktadır. Olay sunumu sürecinin merkezinde dört unsur vardır: seçim, haberde ele alınan bilgi (veya “gerçekler”), kaynaklar, sesli alıntılar ve diğer herhangi bir önemli yönün seçimini ifade eder. Vurgu ise, bu unsurların hepsinin haberde eşit derecede önemli veya alakalı olarak sunulmadığı gerçeğini yansıtmaktadır. Haberde, ana olay anlatısına, en iyi şekilde hitap edenlere, diğerlerinden daha fazla vurgu yapılmaktadır. Bunun bir nedeni ise, ortak meslek standartlarının gazetecilerin bir hikayedeki tüm taraflara ses vermesini gerektirmesidir. Ancak hikâyeyi anlatı ile uyumlu hale getirmek için belirli “gerçekleri” diğerlerinden daha fazla vurgulamak profesyonel gazetecilik etiğine aykırı değildir. Haberde bağlantılar ve referanslar önemlidir, çünkü haber bir anlatı boşluğu içinde kalmamalıdır. Gazeteciler haberlerinde sürekli olarak -kendilerinin veya diğer meslektaşlarının/haber medyasının- önceki haberlerine atıfta bulunurlar ve böylece yeni olayları diğer eski olaylara bağlarlar. Bunun nedeni ise, bireysel haber sunumunun, haber kapsamının karmaşık bir söylemsel bağlantısı içinde anlaşılmasının gerekli olmasından kaynaklıdır. Özetle, gazeteci bir haber olayını gerçek dünyadaki olaylara bağlar ve hikâye anlatımı ile birleşik bir yorumlayıcı çerçeve arasında sezgisel bir ilişki kurmaktadır (Hanitzsch ve Hoxha, 2014).

Haber üretimi döngüsünün mutlaka olay sunumu ile sona ermediğini, daha çok bu tür haberlerin izleyicilere dağıtılması ve ulaştırılması, haberlere gelen tepkiler ve orijinal haber üretimi fikrine geri dönülmesiyle haber üretim döngüsünü sürdürdüğü belirtilmelidir. Bu nedenle, olay anlatımı ve olay sunumunun iki aşaması doğrudan aynı sıraya yerleştirilmemelidir (Hanitzsch ve Hoxha, 2014).

Çoğu zaman, bir olayın merkezi anlatısı, açısı ve çerçevesi, somut gerçekler ve ipuçları onu desteklemediği için değişebilmektedir. Ayrıca anlatı, rekabet halindeki diğer haber medyasının kapsamına cevaben de değişebilmektedir. Yukarıdaki üç unsur – olay fikri, olay anlatımı ve olay sunumu- haber üretimindeki temel aşamalar olarak hizmet etmektedir. Geriye dönük yeniden yapılandırılan röportajlarında, gazetecilerden bu üç unsurla ilgili kararlarını hatırlamaları istenmektedir (Hanitzsch ve Hoxha, 2014).

### **3.2. Haber Üretim Sürecindeki Etki ve Çatışmalar**

Haber üretimiyle ilgili yapılan ilk çalışmalar, gazetecilerin ve haber merkezlerinin özerkliğini gerektiğinden büyütme eğilimindeydi. Ancak son zamanlarda yapılan araştırmalarda profesyonel özerkliğin potansiyel sınırlarının, birden çok düzeyde faaliyet gösteren çeşitli kaynaklardan etkilendiğini göstermektedir. Bu konu ile ilgili ortaya sunulan ilk modeller, çoğunlukla bireysel, örgütsel ve kurumsal düzey olmak üzere üç temel etki katmanı arasında ayırım yapma çabasıdaydı (Ettema, Whitney ve Wackman 1987; Whitney, Sumpter ve McQuail 2004; aktaran Hanitzsch ve Hoxha, 2014). Ancak yeni dönem çalışmalar, genellikle karmaşık bir etki düzeniyle teorileştirilmektedir. Bu çalışmalar, etik durumlarda gazetecilerin karar vermesine odaklanarak bireysel, küçük grup, organizasyonel, rekabet, mesleki, medya dışı ve yasal olarak yeni sosyal etki belirlemektedir. Preston'un aktardıklarına göre son çalışmalarda bireysel ve örgütsel güçler, medya rutinleri ve normları, politik-ekonomik faktörler, kültürel ve ideolojik güç düzeyi dahil olmak üzere beş etki seviyesinden oluşan bir tipoloji önerilmektedir (Petarson 2009; aktaran Hanitzsch ve Hoxha, 2014). Öte yandan haber etkileri üzerine çalışma yapan teorisyenler Shoemaker ve Reese'in, çeşitli etki kaynakları beş hiyerarşik seviye olarak gruplandırılmıştır. Bunlar; birey düzeyleri, medya rutinleri, organizasyon, medya dışı seviye ve ideolojik seviyedir (Shoemaker ve Reese, 1996). Aslında farklı yönleriyle gazetecilik ve kitle iletişim araştırmaları, sistemik ve ekonomik etkilerin önemi konusunda artan bir farkındalık oluşturmaya çalışmaktadır (Berkowitz, Limor ve Singer 2004; Hallin ve Mancini 2004; Preston ve Metykova 2009; Weaver 1998; Zhu et al. 1997; aktaran Hanitzsch ve Hoxha, 2014). Sistemik etki düzeyi, haber yapmanın siyasi ve yasal koşullarının yanı sıra profesyonel öz-örgütlenmenin doğası ve meslek içindeki ulusal sözleşmeler de dahil olmak üzere gazetecilerin çalıştığı sosyal, kültürel ve ideolojik bağlamları birleştirmektedir. Ekonomik zorunlulukların gücü, medya yapılarının araştırmacıları tarafından uzun zamandır kabul ediliyor ve gazeteciler de bunların öneminin son derece farkında görünmektedir (Bagdikian 1983; Benson ve Hallin 2007; Preston ve Metykova 2009; Whitney, Sumpter ve McQuail 2004; aktaran Hanitzsch ve Hoxha, 2014).

Hanitzsch and Hoxha INFOCORE araştırmaları kapsamında, haber üretimi noktasında genel etkiler ve çatışmayla ilgili etkiler olmak üzere iki genel etki alanı belirledi. Genel etkiler, tempo ve ortamdaki bağımsız olarak her türlü gazetecilik için geçerlidir. Çatışmayla ilgili etkiler, özellikle çatışmalarla ilgili haberler için geçerlidir.

Çalışmada, haber etkilerinin çok düzeyli doğasına ilişkin literatürle uyumlu olarak, etkilerin nereden kaynaklandığına bağlı olarak üç etki düzeyi ortaya koyulmaktadır: Bunlar: toplum/topluluk düzeyi, örgütlenme düzeyi ve bireysel düzey olmak üzere üçe ayrılır (Hanitzsch ve Hoxha, 2014). Hanitzsch and Hoxha literatür taramasından yola çıkarak, genel etki alanlarını yedi ayrı başlıkta toplamaktadır. Sosyo-kültürel kimlik, politik etkiler, ekonomik zorunluluklar, referans grupları, profesyonel ideoloji, profesyonel uygulama ve profesyonel rutinler (Hanitzsch ve Hoxha, 2014). Çalışmanın bu kısmı hazırlanılırken genellikle Hanitzsch ve Hoxha'nın INFOCORE çalışmasının bulgularından esinlenilmiştir.

### **3.2.1. Sosyo-kültürel kimlik**

Sosyo-kültürel kimlik, gazeteciliğin mevcut bir düzeyde olan sosyal-kültürel değerler sistemi içinde faaliyet gösterdiğini hesaba katmaktadır. Bu değer sistemleri, analizin her üç düzeyinde de etkisini göstermektedir. Örneğin; uygun davranışa ilişkin normatif beklentiler biçiminde toplum/topluluk düzeyinde, haber merkezinde “örgütsel kültür” biçiminde örgüt düzeyinde ve gazetecilerin tutundukları toplumsal değerler ve kültürel inançlar şeklinde bireysel düzeyde etki yaratmaktadır.

### **3.2.2. Siyasi etkiler**

Siyasal etkiler ve bunların yaygınlık derecesi siyasal sisteme bağlıdır. Siyasi müdahale, sansür veya basın yasakları şeklinde veya daha dolaylı olarak gazetecilerin sınırlandırılması yoluyla gerçekleşebilir. Örgütsel düzeyde siyasi etki, birçok haber medyasının belirli bir editoryal politikaya dahil olmasıyla kendini gösterir. Örneğin; haberlerde liberal veya muhafazakâr bir eğilim gösterilerek bu gerçekleştirilir. Son olarak, gazetecilerin de haber üretim sürecinde ortaya çıkabilecek veya çıkmayacak bir siyasi duruşu vardır.

### **3.2.3. Ekonomik zorunluluklar**

Ekonomik zorunluluklar özellikle örgütsel ve bireysel düzeylerde önemlidir. Ancak, mülkiyetin belirli bir medya pazarında yoğunlaşması, genel raporlama için çok

büyük sonuçlar meydana getirebilir. Organizasyon düzeyinde ekonomik zorunluluklar, haber medyası şirketlerinin iş modelleri ve editoryal kaynakların haber toplamaya tahsisi ile güçlü bir şekilde ilişkilidir. Bireysel düzeyde, özellikle gazetecilik emeğinin birçok alanda güvensizleştirilmesiyle birlikte, maaşlar ve ücretlerle ilgili ekonomik faktörler etkili olmaktadır.

#### **3.2.4. Referans grupları**

Referans grupları, haber medyasının “paydaşları” ve saha gazetecilerinin haberleri bildirirken akıllarında buldukları aktörlerle ilgilidir. Toplumsal/topluluk düzeyinde, gazeteciler ve haber medyası, genellikle sunulan haber metinlerini savunurken okur ve izleyiciyi etkilemeye çalışmaktadır. Ancak gazetecilik oldukça rekabetçi bir alandır. Haber medyası, reyting ve izleyici payları için diğer haber kuruluşlarıyla rekabet ederken gazeteciler şöhret ve itibar için diğer gazetecilerle rekabet etmektedir. Sonuçta, gazetecilik yüksek oranda kendi kendine referans veren bir girişimdir, çünkü gazetecilikte mükemmelliği oluşturan şey izleyicinin ne düşündüğü değil, basının nasıl düşündürebildiğidir.

#### **3.2.5. Profesyonel yapılar**

Profesyonel yapılar, oldukça büyük miktarda veriyi işleme ihtiyacıyla başa çıkmak için haber merkezi ve gazeteciler tarafından uygulanan önlemleri açıklamaktadır. Bu amaçla, haber kuruluşları genellikle iş bölümü rutinlerini ya çeşitli haber akışları (politika, ekonomi, spor vb.) boyunca ya da işlevsel bir rol dağılımı (muhabir, editör, yorumcu vb.) boyunca uygulamaktadır. Ayrıca haber merkezi hiyerarşileri, karar verme sürecini kolaylaştırmak ve bu süreçte gerekli yetkiyi belirli pozisyonlara tahsis etmektedir.

#### **3.2.6. Profesyonel ideoloji**

Profesyonel ideoloji, toplumların/toplulukların, haber kuruluşlarının ve gazetecilerin, haberciliğin toplumdaki konumuna ve muhabirlerin üstlendiği profesyonel rollere ilişkin değer, tutum ve inançlarını ifade etmektedir. Toplumsal düzeyde, bu algılar,

gazeteciliğin arzu edilen genelleştirilmiş ve toplum beklentilerine ilişkin normatif yönelimler olarak görünmektedir. Öznel düzeyde, gazetecilerin mesleki sosyalleşmelerini ve normatif beklentilerini içselleştirmelerinin bir sonucu olarak benimsedikleri mesleki değerleri içermektedir.

### 3.2.7. Profesyonel uygulamalar

Profesyonel uygulamalar, bu değerlerin uygun şekilde hayata geçirilmesi ve gazeteciliğin “sahada” yürütülmesi ile ilgilidir. Toplumsal düzeyde, neredeyse her gazetecilik topluluğunda, genellikle profesyonel davranış kurallarına kazınmış, uygun gazeteciliğin ortak profesyonel standartları vardır. Bu standartlara ek olarak, bazı haber merkezlerinin kendine özel yayın politikası vardır. Bununla birlikte, örtük düzeyde, tüm haber odalarının- bir dereceye kadar- "Burada işleri nasıl yapıyoruz?" konusunda ortak bir anlayışı vardır. Son olarak, gazetecilerin birey olarak etik konularda kişisel görüşleri de bulunmaktadır.

**Tablo 3.1.** *Haber üretimde genel etkiler (Hanitzsch ve Hoxha, 2014)*

Alan adı	Toplumun/topluluğun düzeyi	Organizasyon seviyesi	Bireysel seviye
<ul style="list-style-type: none"> <li>Sosyo-kültürel kimlik</li> <li>Siyasi etkiler</li> <li>Ekonomik zorunluluklar</li> <li>Referans grupları</li> <li>Profesyonel yapılar</li> <li>Profesyonel ideoloji</li> <li>Profesyonel pratik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sosyal/kültürel değerler</li> <li>Devlet müdahalesi</li> <li>Mülkiyet yoğunlaşması</li> <li>Kitle</li> <li>Ulusal sözleşmeler</li> <li>Profesyonel normlar</li> <li>Profesyonel standartlar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organizasyon kültürü</li> <li>İçerik politikası</li> <li>İş modelleri/</li> <li>Editoryal kaynaklar</li> <li>Rakip medya</li> <li>Editoryal yapılar</li> <li>İçerik yönergeleri</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kişisel değerler ve inançlar</li> <li>Siyasi duruş</li> <li>Maaşlar, ödeme</li> <li>Meslektaşlarım , kaynaklar</li> <li>Hiyerarşideki konum</li> <li>Profesyonel roller</li> <li>Etik görüşler</li> </ul>

### 3.3. Haber Üretimi Sürecinde Çatışma ile İlgili Etkiler

Çatışma, yani sorunlu haberler üzerindeki genel etkiler, hikâyenin yalnızca bir bölümünü tanımlamaktadır. Tüm gazetecilerin karşılaştığı kısıtlamalar, kapsamanın nesnesi ne olursa olsun, haber üretimi sürecinde birtakım etkiler yaratır. Sıklıkla "Medya kapsamının yapıcı sonuçlara katkıda bulunabileceği" söylenir ya da anlaşmazlıkların yıkıcı sonuçları çatışmaları tırmandırma ve azaltma kapasitesine sahiptir (Reuben, 2009). Bununla birlikte, haberleri tırmandırmaya veya gerilimi düşürmeye yönlendiren sadece haber medyası, onların profesyonel rutinleri ve gazeteciler değil, aynı zamanda çatışmanın içeriği üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olduğunu varsayılan çatışmanın kendisidir. Aşağıda, bu etki için gerekli olduğuna inanılan üç alan tartışılmaktadır: çatışmanın doğası, çatışmanın belirginliği ve çatışmaya erişim (Hanitzsch ve Hoxha, 2014)

### **3.3.1. Çatışmanın doğası**

Hanitzsch ve Hoxha yaptığı çalışmada, çatışmanın seçiminin, çatışmaların gelişimi ve sonuçlarının yanı sıra ilgili taraflara, tartışılan konulara, çatışmanın yoğunluğuna ve ölçeğine de bağlı olduğu gerçeğini kabul etmektedir. En önemlisi, birçok çatışma oldukça kısa süre devam etme eğilimindedir, ancak bazı çatışmalar hem siviller hem de gazeteciler için travmatik sonuçlara sebep olan, kalıcı-uzun süreli ve inatçıdır. Bu çatışmalar genellikle etnik, dini ve bölgesel kimliklerle ilgilidir (Kriesberg, 1993).

#### ***3.3.1.1.İlgili taraflar***

Çatışmalar farklı türde aktörleri içerebilir. Çatışma araştırmaları literatürü, geleneksel olarak, iki veya daha fazla devleti içeren devletlerarası çatışmalar, bir devlet ile devlet dışı bir grup arasındaki devlet dışı çatışmalar, diğer devletlerin müdahalesiyle bir devlet ile iç muhalefet grupları arasındaki uluslararasılaştırılmış iç çatışmalar ve bir devlet ile iç muhalefet grupları arasındaki iç çatışmaları içermektedir (Small ve Singer, 1982; aktaran Hanitzsch ve Hoxha, 2014). Haber medyası, ilgili taraflara bağlı olarak çatışmaları farklı şekilde ele almaktadır. Devlet aktörlerini içeren çatışmaların, nerede gerçekleştiklerine bağlı olarak, iç çatışmalardan daha fazla ve daha yoğun kapsama alma eğiliminde olduğu genellikle uluslararası medyanın dikkatinden kaçmaktadır. İlgili taraflar arasındaki güç ilişkilerine bağlı olarak simetrik ve asimetrik çatışmalar arasında ayırım yapan başka bir yaklaşım, ilgili taraflarla ilgili yazışmalardır. Özellikle ülke içi

çatışmalar, uzun süreli olma ve dolayısıyla çözüm çabalarına direnme eğilimindedir (Mitchell, 1991).

### ***3.3.1.2. Anlaşmazlık sorunları***

Çatışmanın neyle ilgili olduğu sorusu, çatışmanın başlangıcı ve tırmanmasıyla ilgili farklılıkların bir başka önemli göstergesidir (Diehl, 1992). Heidelberg Uluslararası Çatışma Araştırmaları Enstitüsü (2011), ihtilaflı taraflar tarafından talep edilen maddi veya maddi olmayan mallar olarak tanımlanan dokuz asli “çatışma kalemini” meşhur bir şekilde ayırt etmektedir. Bunlardan ikisi yalnızca eyaletler arası ögeleri (Bölge, Uluslararası Güç) temsil ederken, beşi iç çatışmaların konusudur (Ulusal Güç, Ayrılma, Özerklik, Alt Ulusal Hakimiyet ve Sömürgeci Kurtulma). Kalan iki öge (Sistem/İdeoloji, Kaynaklar) hem şehir içi hem de şehirler arası çatışmaların parçası olabilir (Hanitzsch ve Hoxha, 2014). Her çatışmanın birkaç çakışma ögesi olabilir. Araştırmalar, bölgesel meselelerin söz konusu olduğu ihtilafların, daha az göze çarpan meseleler üzerindeki ihtilaflardan çok daha fazla tırmanma eğiliminde olduğunu ve bu sayede haber kapsamı yaratma potansiyelinin daha yüksek olduğunu göstermiştir (Hensel, 1996). Bu durum, Rusya'nın Kırım'ı ilhakı gibi son çatışmalarda görülebilir. Örneğin, doğal kaynaklarla ilgili diğer çatışmalar, daha az sayıda gazetecinin görevlendirildiği haber medyası tarafından genellikle göz ardı edilmiştir. Barış müzakereleri ve bir anlaşmazlığın barışçıl çözümüne yönelik diğer çabalar ise, çatışmaya, dolaysızlığa, basitliğe ve dramaya odaklanan gazeteciliğin mantığıyla genellikle çelişmektedir (Hanitzsch ve Hoxha, 2014).

### ***3.3.1.3. Çatışma yoğunluğu***

Heidelberg Uluslararası Çatışma Araştırmaları Enstitüsü, çatışmaları beş kategoriye ayırıyor: anlaşmazlık, şiddet içermeyen kriz, şiddetli kriz, sınırlı savaş ve savaş. Askeri çatışmalar için, Gleditsch ve diğerleri tarafından küçük silahlı çatışmalar, ara silahlı çatışmalar ve savaşların alternatif bir sınıflandırması önerildi (Gleditsch et al., 2002). Gazetecilik araştırmalarında, bir çatışmanın yoğunluğunun atfedilen haber değeri aracılığıyla haber seçim sürecini ciddi şekilde yönlendirdiği bir gerçektir (Wolfsfeld, 2016). Ayrıca, çatışma yoğunluğunun gazetecilerin güvenliği için önemli kısıtlamaları vardır (Hanitzsch ve Hoxha, 2014).

### **3.3.2. Çatışmanın belirginliği**

Yukarıda belirtilen özelliklerin, çatışmalar ile ilgili aktörler tarafından belirginlikleri açısından algılanma biçimleri üzerinde doğrudan sonuçları vardır. Gazeteciler bir çatışmaya az çok doğrudan dahil olduklarında, bireysel ve toplumsal boyut arasında ayırım yapılabilir. İlgili olmayan gazeteciler için en önemli faktör yakınlıktır (Hanitzsch ve Hoxha, 2014).

#### **3.3.2.1. Sosyal katılım**

Hanitzsch ve Hoxha yaptığı çalışmada, gazetecilerin ve haber kuruluşlarının, kendi ülkelerini veya toplumlarını doğrudan ilgilendiriyorsa, belirli bir çatışma hakkında farklı haber yaptıklarını varsaymaktadır. Aşırı vatansever gazetecilik, ülkelerinin savaşa yürümesinin ortak bir sonucudur. Bu genellikle savaş gazetecilerinin (“barış gazetecilerine karşı”) zamanıdır (Lee ve Maslog, 2005).

#### **3.3.2.2. Bireysel katılım**

Belirli bir ülkenin vatandaşı olmanın yanı sıra, çatışma bölgelerindeki gazeteciler genellikle çatışmadan doğrudan etkilenen belirli bir etnik ve/veya dini gruba mensuptur. Gazeteciler- bilinçli veya bilinçsiz olarak- ilgili çatışma tarafına ve nedenlerine sempati duyabilirler. Çatışma bölgelerindeki gazetecilerin kimlikle ilgili eğilimleri, bu nedenle, çatışmayı ele alma biçimlerini derinden şekillendirebilir (Hanitzsch ve Hoxha, 2014).

#### **3.3.2.3. Yakınlık**

Gazetecilerin veya bir bütün olarak toplumların belirli bir çatışmada işi olmadığında bile, olaylar onlar için az çok dikkat çekici olabilir. Coğrafya, siyaset, ekonomi ve kültürle ilgili olarak yakınlık, bu bağlamda hem çatışma araştırmacıları hem de gazetecilik bilim adamları tarafından incelenmiştir. Çatışma araştırmaları, coğrafi yakınlığın askeri çatışmaları tırmandırabildiğini gösterirken, gazetecilik araştırmaları, uluslararası olayları atfedilen haber değerine katkıda bulunan en alakalı faktörlerden biri olarak uzun zamandır yakınlık kurmuştur (Galtung ve Ruge, 1965; Harcup ve O’Neill, 2001; aktaran Hanitzsch ve Hoxha, 2014). Gazeteciler, coğrafi olarak kendilerine daha yakın olan ve tarih, siyasi sistemler, kültürel değerler ve dini aidiyetler açısından

benzerlikleri paylaştıkları dünya bölgelerindeki çatışmalar hakkında sık sık ve daha farklı haber yapmaktadır (Hanitzsch ve Hoxha, 2014).

### **3.3.3. Çatışmaya erişim**

Çatışmaların pratik sonuçlarından biri, toprağa ve insanlara erişimin yanı sıra daha genel olarak bilgiye erişimin genellikle gazeteciler için kısıtlanmasıdır. Çatışan gazetecilerin çatışmaya erişimi üzerinde iki ana faktör sınırlar ve kısıtlamalar getirir: muhabir güvenliği ve stratejik iletişim aktörleri (Hanitzsch ve Hoxha, 2014).

#### ***3.3.3.1. Muhabirin güvenliği***

Reporters without Borders tarafından açıklanan verilere göre, 2004'ten bu yana (2014) her yıl 58 ila 87 gazeteci çatışma haberi üretirken öldürülmüştür. Haberleri çatışma bölgelerinden iletmek, genellikle savaş muhabirlerinin düşman bölgesinden bilgi sızdırması olarak algılanabilir. Gazeteciler, çatışma bölgesinde çalışırken sadece yanlışlıkla vurulmuyor, askeri güçler tarafından hedef alınarak da öldürülebiliyor. Bu konuda örnekler çoktur. Gazetecilerin teröristler ve askerler tarafından sık sık kaçırılmaktadır. Statista'nın açıkladığı verilerde sadece 2022 yılında dünyada 27 gazeteci öldürülmüştür (Fleck, 2022). ABD'nin Kabil'deki El Cezire şubelerine iki füze saldırısı (Hanitzsch ve Hoxha, 2014), İsrail'in Gazze'deki El Cezire şubesine yaptığı saldırı, yine İsrail askerlerinin 11 Mayıs 2022 yılında hedef olarak Filistinli kadın gazeteci Ebu Akile'yi öldürülmesi buna en taze örnek olacaktır.

Bölgeye erişim, gazetecilerin bir olayın gerçeğine ulaşması için temel bir araçtır, ancak çoğu durumda bu, kişinin hayatını riske atmak anlamına gelmektedir. Bu, özellikle çatışma bölgesinden haber yapan yerel muhabirler için geçerlidir. Birçok iç savaşta, bir gazetecinin yanlış yerde yanlış grup tarafından yakalanması durumunda, etnik veya dini mensubiyeti, onun hayatta kalması konusunda belirleyici olabilir (Hanitzsch, 2004).

#### ***3.3.3.2. Stratejik iletişim aktörleri***

Bilgi, belirli bir çatışmada değerli bir kaynak, hatta zaman zaman silah olsa da siyasi ve askeri aktörler, çatışma kapsamının potansiyel etkilerinin giderek daha fazla

farkındadır. Muhabirler, Kırım Savaşı (1853-56) sırasında hâlâ büyük bir özgürlüğe sahipken, ordu iletişim araçlarını kısıtlayarak muhabirler üzerinde kontrol sağlamıştı ve onların işine kısıtlama getirmişti. Aşırı sansür bazı demokratik ülkelerde bile yaygındır. Ancak medya üzerindeki askeri kontrol, diğerlerinin yanı sıra, hedeflenen dezenformasyon, psikolojik savaş ve askeri birimlere muhabir yerleştirme gibi yenilikçi tekniklerin tanıtılması yoluyla son zamanlarda çok daha incelikli hale gelmiştir. Stratejik iletişim giderek daha profesyonel hale gelirken ve kaynaklarla cömertçe donatılırken, gazetecilik emeğinin koşulları önemli ölçüde kötüleşmiştir (Hanitzsch ve Hoxha, 2014).

Sonuç olarak, bir muhabirin haber üretim sürecini olumlu ya da olumsuz etkileyen unsurlarla ilgili detaylı bilgiler literatürde yer almaktadır. Bu unsurların başında; muhabirin kendisi, çalıştığı kurum ve bulunduğu çevre gelmektedir ve bunların haber üretimini çeşitli yönlerden etkilemekte olduğunu söylemek mümkündür. Tezin bir sonraki bölümünde ise, araştırma yöntemi, araştırma yönteminin uygulanması ve araştırmaya dahil edilen iki ülkenin seçilmesindeki sebepler açıklanacaktır.

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### 4. YÖNTEM

İnsanlık, var oluşundan beri toplumun belirlediği kriterlere uygun olarak sürekli bir değişim içerisinde. İnsanlar her zaman bu değişimin kaynağını merak etmektedir. Yeni bilgilere merak duyan insanlar bilinmeyen nedenleri, doğada gelişen olayları zihinlerinde tasarladıkları kurgular ya da mitolojik öykülerle kanıtlamaya çalışmıştır. Örneğin; doğada yağmur yağmasının toprağı bereketlendirdiği düşünülürken, yağmur sırasında bir yıldırımın düşmesi ya da gök gürültüsünün oluşması inandıkları tanrının kızması sebebiyle insanlara bir ceza olarak gönderildiği düşünülmekteydi. Daha sonra insanlar öykülerden çıkarak gerçekleri aramaya başlamıştır. Bu aramalar sonucunda önce felsefe bilimleri, daha sonraki yıllarda ise sosyal bilimler çatısı altında tarih, ekonomi, sosyoloji, psikoloji, iletişim gibi farklı bilim dalları ortaya çıkmış ve felsefeden kopuş yaşanmıştır. Felsefe ise kendisi bir bilim dalı olmaya başlamıştır (Doğanay, 2014).

Bilim ve felsefenin gelişmesiyle beraber gerçeği anlama yolunda farklı bakış açıları ortaya koyulmuştur. İncelenen konu ve yanıt aranan soruların hangi metod kullanılarak daha etkin çözümler elde edileceği konusunda her zaman bir tartışma devam etmiştir. Felsefede, doğruya ulaşma adına sistemli ve tutarlı bir akıl yürütme süreci ön planda olmuştur. Ancak bilimde ise sorularla ilgili hipotezler öne sürme ve gözlemler yaparak onları teste tabi tutma yoluyla bir sonuca ulaşma yolu her zaman ön planda olmuştur. Felsefe ve bilimde aranan soruların “bir yol” takip edilerek sonuca ulaşılmasının akademideki adı yöntemdir. İnsanlar, her sorunun cevabını bulabilmek için bilime başvuramaz. Kişisel tecrübeler ve akıl yürütme eylemi ile yeni bilgilere ulaşmaya çalışmaktadır. Ancak bu çabalar kısa süreli sonuç verebilse de kalıcı olarak bilimin verdiği sonuçlar kadar etkili olmayabilmektedir (Doğanay, 2014).

Bir sorunun kalıcı ve herkes için geçerli bir sonuca varabilmesi yöntem olarak adlandırılan bu sistemin çerçevesinde gerçekleşmektedir. Yöntem, bir sorunun belirlenmesi, sınırlandırılması ve tanımlanmasını sağlarken, o sorunlar ile ilgili en etkin ve çekici yollara başvurarak çeşitli denenceler ileri sürülmesi, test edilmesi için gerekli verilerin toplanması, analiz edilmesi ve bir sonuca ulaşılmasını kapsamaktadır (Doğanay, 2014).

Bilimsel araştırma yaparak bir sonuca ulaşılabilmesi için bilimsel yönteme başvurulmaktadır. Bilimsel yöntemler ise birbirinin tamamlayıcısı işlevi gören 6 aşamada gerçekleştirilmektedir. Bu aşamalar; sorunun belirlenmesi, sorunun sınırlandırılması ve tamamlanması, varsayım ya da hipotezlerin oluşturulması, veri toplaması, verilerin çözülmesi ve değerlendirilmesidir (Doğanay, 2014). Son olarak da bunun raporlaştırması ise ayrı bir adım olarak sayılabilmektedir (Karasar, 2007).

#### **4.1. Araştırma Yöntemleri**

Araştırmacılar, tek bir bilim dalının bakışıyla hiçbir zaman araştırma yöntemini tamamlayıcı bulmamıştır. Aynı zamanda insanın davranışları ve bilgi açlığı da sürekli olarak değişmektedir. Dünyanın gelişmesiyle birlikte bilimde de çok boyutlu ve farklı dallar ortaya çıkmıştır. Örneğin, felsefe ile başlayan bilimin zamanla gelişmesi; sosyoloji, iletişim, ekonomi gibi farklı dalların ortaya çıkması, fen bilimlerinin de doğuşu, araştırma yönteminde farklılıklara yol açmıştır. Çünkü araştırmacılar, her bilim dalının soru sorma sanatının eşit olmaması sebebiyle elde edilen sonuçların bazılarını nitel bazılarını nicel verilerle açıklamak zorunda kalmıştır (Karataş, 2015).

Araştırma yöntemleri genellikle nicel ve nitel olarak ikiye ayrılmaktadır. Son zamanlarda ise bu ikisinin sentezinden oluşan ve karma adı verilen yeni bir yöntem ortaya çıkmıştır (Salı, 2014). Araştırma yönteminin nicel boyutu genellikle pozitivistle dayanmaktadır. Nicel araştırmalar her zaman istatistiksel verilerle açıklanmaktadır. Nicel araştırma yöntemi genellikle, ‘ne kadar?’ ‘ne miktarda’, ‘Ne kadar sık’, ‘ne kadar yaygın’ sorularının cevabını vermektedir (Özgüler, 2021). Araştırmadaki karma yöntemi aslında nicel ve nitelin bir karışımıdır. Bazen araştırmacı, üzerinde çalıştığı konunun sonuçlarını açıklamak için ne nitel ne de nicel yöntemi tek başına yeterli bulmamaktadır. Bu durumda yine bilimsel araştırma çerçevesinde araştırmacı hem nicel hem de nitel yöntemden faydalanmaktadır. Nicel ve nitel yaklaşımların bir arada kullanıldığı karma metotlu çalışma, tek yöntemle yapılan çalışmalara göre daha üstün nitelikte olup, araştırmacının daha güçlü veri toplamasına olanak sunmaktadır (Özgüler, 2021).

#### **4.2.Nitel Araştırma Yöntemi**

İnsan doğasının karmaşık yapısının keşfi ile bilim insanları pozitivist yaklaşımları reddetmeye başlamıştır. Dolayısıyla antropoloji, psikoloji ve sosyoloji gibi bilim alanları yeni olgu ve yöntemlerini belirlemeye başlamıştır. Nitel araştırma, insanın doğal olgularının her zaman var olmasından dolayı ‘doğal araştırma’, araştırmacının kişisel görüşlerinin çalışmaya dahil olması sebebiyle ‘yorumlayıcı araştırma’, belirli bir sosyal ortamda bir konunun derlenmesinden dolayı ‘alan araştırması’ gibi farklı isimlerle ifade edilmektedir (Baltacı, 2019). Guba ve Lincoln’e göre; nitel yöntem, “‘Probleme ilişkin sorgulayıcı, yorumlayıcı ve doğal ortamındaki biçimini anlama uğraşı içinde olan bir yöntemdir” (Guba ve Lincoln, 1994; aktaran Klenke, 2016; aktaran Baltacı, 2019).

Araştırmak için ele alınan bir konunun çözüme ulaşabilmesine ilişkin gözlem, görüşme, belge çözümlemesi, günlük gibi nitel veri toplama yöntemlerini kullanan nitel çalışma, daha önceden kabul edilen ya da fark edilmemiş sorunların algılanmasına, sorunlar ile ilgili doğal hakikatin mantıklı bir şekilde ele alınmasına yönelik öznel ve yorumlayıcı bir usulü ifade etmektedir (Seale, 1999). Nitel araştırma yöntemi, doğal, durumsal, betimsel, yorumlayıcı, etnografik ve kuram geliştirici araştırma yöntemleri olarak da ifade edilmektedir (Özgüler, 2021).

#### **4.2.1. Nitel araştırmanın özellikleri**

Nitel araştırmada genellikle görüşme, belge analizi, söylem analizi gibi yorum gerektiren veri toplama teknikleri kullanılmaktadır (Baltacı, 2019). Bu yaklaşım, insanın kendi yeteneğini anlaması, gizliliklerini çözmesi ve inşa edilen toplumun yapısını keşfetmek amacıyla geliştirdiği bir yöntem biçimidir (D. L. Morgan, 1996). Nitel araştırmalarda, olay ve olgu arasında bir nedensellik ilişkisi her zaman kurulmayabilmektedir (Kuş, 2007; Neuman ve Robson, 2014 aktaran Baltacı, 2019). Genellikle 3 tip veri üzerinden çalışan nitel yöntem;

1. Doğa ve çevreyi çalışma konusu yapmaktadır. Yani doğal çevre, toplumsal hayat, demografik ve fiziki özellikler üzerine yoğunlaşmaktadır (Strauss ve Corbin, 1990)
2. Araştırma sürecinde ya da öncesinde yaşanan olaylara yoğunlaşmaktadır (Patton, 1990)
3. Ele alınan olay ve olguların algılama sistemine vurgu yapmaktadır (G. Morgan ve Smircich, 1980).

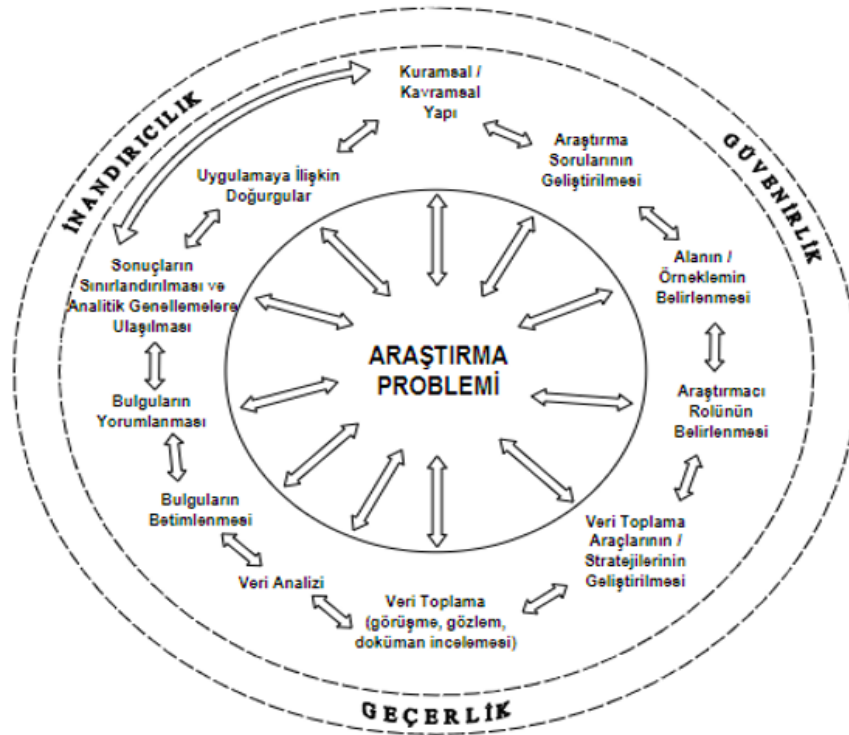
Şimşek'e göre, post-pozitivist düşüncenin temelini oluşturan nitel araştırma yönteminin gerçeği görelidir ve birden fazla doğru olabilmektedir. Nitel çalışmada gerçeklik her zaman bireyin konuya dahil olmasıyla oluşmaktadır. Nitel araştırma, genellikle doğal ortamlarda hayata geçirilmektedir. Tümevarımcı bir yaklaşımı benimseyen bu yöntem, 'neden ve nasıl' sorularının cevabını aramaktadır. Nitel çalışmaların temel amacı bir olgunun veya az bilinen bir sorunun incelenmesi ve anlaşılmasını sağlamasıdır. Değişkenlerini denetim altında tutabilmesi için açıklamanın zorunlu olduğu bu yöntemde, amaçlı örneklem hazırlanmaktadır. Nitel veri toplamada genellikle belgeler, görüntüler, sözler kullanılmaktadır. Belge inceleme, içerik analizi, örnekler ve söylem analizine ağırlık veren nitel çalışmada, doğruluğun, gerçekliğin ve güvenilirliğin değerlendirilmesi birbirinden farklıdır. Nitel araştırmada kişisel dil kullanımı serbesttir, önemli olan anlamların ön planda olmasıdır. Ayrıca nitel araştırma yöntemi, insanların yaşadığı toplum, kültür, dil, davranış ve anlayışlar çerçevesinde farklı sonuçlar verebilmektedir (Şimşek, 2014).

#### **4.2.2. Nitel araştırma döngüsü**

Her araştırmada olduğu gibi nitel araştırmalarda da bir konuda araştırma yapılabilmesi için öncelik olarak çalışılacak konuya bir farkındalık ve toplumsal merak hissiyatı olmalıdır. Bir araştırmacı olarak çalışılacak konunun sorununu bilmeli, sorunun ne olduğu konusunda net bilgi sahibi olmalı ve sorunun çözülmesi için bir araştırma düşüncesinin olması ilk şartlardır. Çünkü çalışma devam ederken araştırmacının; dağılılabilmek ve kolaylıkla çalışmadan sıkılması söz konusu olabilmektedir (Creswell, 2002; Guba ve Lincoln, 1994; Shenton, 2004; aktaran Baltacı, 2019). Araştırma sorusunun çözülebilmesi için gerekli detayların önceden belirlenmesi, analize ilişkin alternatif kuramsal yaklaşımlar arasından ilgili konu açısından hangisinin kullanılmasının en uygun olacağına önceden karar vermek önemlidir (Morgan ve Smircich, 1980; Morse, 2016; aktaran Baltacı, 2019). Daha sonra araştırmacı çalışmasını tasarlamalı ve veri toplamak için gerekli araçları geliştirmeye adım atılmalıdır. Veri toplama süreci daha uzun sürebilmektedir ve bu süreçte araştırmacı konuya ilişkin ya da ilgisiz tüm verileri elde edebilmektedir (Neuman ve Robson, 2014; aktaran Baltacı, 2019). Daha sonra elde edilen verilerin sınıflandırılması önemlidir. Bu sınıflandırma işlemi, araştırmacıyı,

verilerin analizi sonrasında verileri yorumlamada kolaylık sağlamaktadır (Bogdan ve Biklen, 1997; aktaran Baltacı, 2019). Nitel araştırmalarda en son aşama olarak raporlaştırması işlemi gelmektedir. Nitel çalışmaların raporlaştırması devam ederken yeni problemlerin görünür hale gelmesi çok normaldir. Çünkü zaten nitel çalışmaların amacı var olan problemin çözülmesi ve yeni problemlerin farkına varılmasıdır (Mallat, 2007; Pope vd., 2006; aktaran Baltacı, 2019). Nitel alışma döngüsünün aşağıdaki şekilde görselleştirilme mümkün olacaktır.

**şekil 4.1.** Nitel araştırma süreci (Yıldırım ve şimşek, 2013).



Özetle; nitel araştırma süreci sırasıyla; 1. Araştırma problemin belirlenmesi, 2. Kuramsal erevesinin tasarlanması, 3. Araştırma sorularının tasarlanması, 4. Evren ve örneklemin belirlenmesi, 5. Veri toplama araçlarının geliştirilmesi, 6. Verinin toplanması, 7. Toplanan verilerin analiz edilmesi, 8. Raporlama işleminin tamamlanmasıdır (Creswell, J. W. 2002; aktaran Baltacı, 2019).

### 4.3. Yöntemin Uygulanması

Bu aşamada evren ve örneklem, seçilen yöntem, veri toplama tekniği ve verilerin nasıl analiz edildiği konuları üzerinde durulacaktır.

#### **4.3.1. Evren**

Evren, araştırmada ele alınan konunun tümüdür. Evren, kavramsal olarak aynı özelliği taşıyan birey ya da öğelerin bütününden oluşmaktadır (Şimşek, 2014). Evren, araştırmaya dahil edilen konunun tamamıdır. Örneğin; Anadolu Üniversitesi'ndeki yemekhanenin yemek kalitesi ile ilgili bir araştırma yapılmak üzere öğrencilerle görüşülecektir. Bu konuda yemekhanede yemek yiyen tüm öğrenciler çalışmanın evrenidir. Evrenin bütününden veri toplama ise 'tamsayım' olarak adlandırılır. Tamsayım üzerinden çalışma yapılırken evrene dahil olan tüm birey ya da öğelerden eksiksiz veri toplanmalıdır. Çok kapsamlı ve içerikli olan evrene dair, 'araştırma evreni' ya da 'çalışma evreni' olarak ayrı sınıflandırmalar yapılmaktadır (Arseven, 1984; aktaran Şimşek, 2014).

Araştırma evreni genel evren ya da kuramsal evren olarak da ifade edilmektedir. Genel evren geniş ve soyut olabilirken kuramsal evren ise genel evrene benzemektedir. Ancak farklı olarak çoğu zaman araştırmada elde edilen sonuçların kuramsal olarak genelleştirilmesi beklenmektedir (Şimşek, 2014). Çalışma evreninin bir diğer adı 'hedef evrendir' ya da 'ulaşılabilen evrendir' (Akbulut, 2010; aktaran Şimşek, 2014). Evrenin çok geniş ve soyut olması nedeniyle araştırma evreni ya da genel evrenle sağlıklı genelleyemeyeceği düşünülünce belli ölçütlere göre evren daraltılabilmektedir. Örneğin; medya sektöründe çalışan bireylerin çalışma hayatı ile ilgili bir araştırma yapılırken çalışma evreni, medya sektöründeki muhabirlerle sınırlandırılması buna örnek verilebilir (Şimşek, 2014).

#### **4.3.2. Evren seçimi**

Söz konusu bu çalışmanın genel evreni ise Bangladeş ve Türkiye'de faaliyet gösteren haber ajanslarında çalışan tüm muhabirlerdir. Ancak erişilebilirlik açısından düşünüldüğünde çalışma evreni Bangladeş'ten BSS ve UNB, Türkiye'den AA ve İHA haber ajanslarında çalışan tüm muhabirlerdir.

Bu çalışmanın evreninden söz ederken araştırmaya dahil edilen ülkelerin seçilme nedenini açıklamanın gerekli olduğu düşünülmüştür. Haber ajansları ile ilgili yapılan bu çalışmada Bangladeş ve Türkiye'nin seçilmesinin ardında üç temel sebep bulunmaktadır. Birincisi, Geert Hofstede'in 1980 yılında yaptığı kültürel boyutlar araştırmasıdır. Araştırmacı, Hofstede'in çalışmasını göz önünde bulundurarak gelişmekte olan, birbirinden uzak ancak kültürel anlamda ciddi benzerlikleri bulunan ülkelerin, haber ajanslarının üretim sürecinin nasıl olduğu ve haber üretme pratiklerindeki benzerlikleri ve farklılıkları öne çıkartmayı amaçlamaktadır.

Söz konusu Hofstede'in çalışmasındaki kültürel boyutların birincisi güç mesafesidir. Bu değerin altında toplanan verilere göre Bangladeş 80 puan almaktadır. Hofstede'ye göre 80 puan almanın anlamı; ülkedeki insanların, hiyerarşik olarak kendilerinden yüksekte olan insanlara tapmasıdır. Bu ülkede insanlar toplumsal olarak birinin emrinde olmayı tercih ederken ülkede gereksiz hiyerarşik düzen söz konusudur. Türkiye ise güç mesafe boyutunda 66 puan almıştır. Bunun anlamı ise Hofstede tarafından, "Bu ülkede bağımlı hiyerarşik sisteme öncelik verir, üstlere genellikle erişilemez ve patron bir baba figüründedir" sözleriyle açıklanmıştır. Bu ülkede güç merkezileştirilmiş ve bu yönde belli katı kurallar uygulanmaktadır. Çalışanlar ise patronlarının ne yapacaklarını söylemesini beklerken onlara karşı her zaman resmi bir duruş sergilemektedir (Hofstede, 1980).

Hofstede'in kültürel boyutunun ikinci değeri ise bireyciliktir. Bangladeş'in bu noktada 20 puan ile kolektivist bir toplum olduğu kabul edilmektedir. Bu ülkede insanlar bir arada bulunmayı sever ve yakın çevresinin üyeleriyle bağlanarak kendi kimliğini açıklar. Türkiye de 37 puan ile Bangladeş gibi bir kolektivist toplum olduğu göstermiştir. Türkiye'de "Biz" kavramına önem verilir (Hofstede, 1980).

Erillik boyutunda Bangladeş 55 puan, Türkiye ise 45 puan almıştır. Hofstede'in bulgularınca Bangladeş toplumu bir eril toplumdur. Eril toplumda insanlar "çalışmak için yaşarlar". Aile ve toplumsal düzeyde yöneticilerin kararlı ve iddialı olmaları beklenir (Hofstede, 1980).

Bu noktada 45 puan alan Türkiye toplumunda kültürel değerlerince uygun seviyeye gelenlerden eril seçilir. Bu toplumda fikir birliği, mazlumlara sempati duyma gibi daha yumuşak yönler değer verilir. Türkler için boş zaman çok önemlidir ve bu boş zamanı aile, arkadaş ve çevredeki tanıdıklarıyla bir araya gelerek hayattan zevk alarak geçirirler (Hofstede, 1980).

Belirsizlikten kaçınma boyutunda Bangladeş 60, Türkiye 85 puan almaktadır. 60 puan almanın anlamı bu toplumda yüksek belirsizlikten kaçınma olarak sergilenir. Toplumda katı inanç ve davranışa değer verilir. Buna karşı gelenler hoşgörüsüzce karşılanır. Türkiye'nin 85 puan almasının anlamı ise, bu toplumu yönetmek için yasa ve kurallara ihtiyaç vardır. İnsanlar kaygıyı en aza indirmek için birçok ritüelden yararlanır. Bu toplum yabancılar için pek çok dini referansla dindar görünebilir ancak burada din, çoğu zaman sadece belirli durumlarda gerilimi azaltmak için kullanılan geleneksel ve sosyal bir araçtır (Hofstede, 1980).

Uzun vadeye karşı kısa vadeye dönüklük boyutuna bakılınca Bangladeş 47 ve Türkiye 46 puan almaktadır. Hofstede'in bulgularınca bu değer bir orta değerdir. Yani bu toplum hakkında olumlu ya da olumsuz bir sonuca varılmaz (Hofstede, 1980).

Hofstede'in kültürel boyutlarının sonuncusu hoşgörüdür. Bu noktada Bangladeş'in 20 gibi çok düşük bir hoşgörü puanı vardır. Bu da toplumda hoşgörü anlayışının oldukça az olduğunu gösterir. Türkiye ise 49 puan almıştır. 49 bir ara puandır ve dolayısıyla bu toplumun hoşgörülü olup olmadığı ile ilgili kesin bir karara varılmaz (Hofstede, 1980).

Araştırmaya dahil edilen ülkelerin seçilme nedeninin ikincisi iki ülkenin birbiriyle olan ilişkisiyle ilgilidir. Bu araştırma birbirinden uzak ancak Hofstede'in bulgularınca kültürel olarak bazı eşit değerleri taşıyan ve geliştirmekte olan iki ülke üzerine odaklanmaktadır.

Son olarak, araştırmacının her iki ülkede yaşamış olması, ülkelerin dil, kültür ve medya sektörü hakkında bilgi sahibi olması-çalışmak için Bangladeş ve Türkiye'nin seçilmesinde önemli rol oynamıştır.

Bangladeş çalışma evreni üzerine yapılan incelemede BSS'in devlet haber ajansı; UNB'nin ise özel haber ajansı olarak faaliyet gösterdiği görülmüştür. Bu durumdan ötürü Türkiye'den de evren seçilirken, bir devlet ve bir özel haber ajansının muhabirlerini ele alınma kararına varılmıştır. İlk başta devlet haber ajansı olarak Anadolu Ajansı'nda çalışan muhabirler evrene dahil edilmiştir. Evren olarak özel haber ajansı seçilirken ise ajansların faaliyetlerini, günlük haber servisini ve haber toplamadaki etkin olan muhabirlerin sayısına dikkat edilmiştir. Aynı zamanda kurumsal olarak işletme sisteminde İHA'nin diğer özel haber ajanslarından önde olduğu görülmüştür. Ayrıca Türkiye'nin de ilk özel haber ajansı olarak gösterdiği faaliyet çerçevesinde diğer haber ajansları arasında İHA'nın ön plana çıktığı düşünülmüştür.

#### **4.3.3. Örneklem**

Örneklem ise, evrenin içinden belli kriterlere göre araştırmanın tümünü temsil edecek güce sahip, seçilen bir gruptur. Şimşek'e göre; örneklem, bir bütünü olan evrenin seçkin parçalarından oluşan bir alt gruptur. Evrenden örnekleme seçme işlemine ise örnekleme denilmektedir (Şimşek, 2014, s. 111). Örneğin; Anadolu Üniversitesi yemekhanesinin yemek kalitesi ile ilgili bir araştırma yapılmak üzere öğrencilerle görüşülecektir. Bu konuda yemekhanede yemek yiyen tüm öğrenciler çalışmanın evreniyken, her gün yemekhanede yemek yiyen binlerce öğrenciden; öğle yemeğine ilk yarım saate gelen öğrenciler ya da üç yemekhaneden merkez yemekhanesinde yemek yiyen öğrenciler ya da yemekhanede yemek yiyen Basın ve Yayın bölümünün öğrencileri örneklem olarak seçilebilir. Bunun haricinde her bölümden 5 kişi ile görüşmek gibi belli ölçütlere göre genel evrenden örneklem de alınabilir. (Şimşek, 2014).

#### **4.3.4. Örneklem seçimi**

Bangladeş ve Türkiye'deki haber ajansları ile ilgili yapılan bu çalışmanın örnekleme, her iki ülkeden seçilecek 2'şer ajanstan birinin devlet, diğerinin ise özel haber ajansı olmasına dikkat edilerek planlanmıştır. Bangladeş'te BSS ve UNB dışında şu anda haber ajansı niteliğinde faaliyette olan herhangi bir haber ajansı bulunmamaktadır. Dolayısıyla haber ajansının haber toplaması ile ilgili bir çalışma yapılabilmesi için, bu iki haber ajansında çalışan muhabirler dışında başka örneklem seçilme şansı yoktur. AA'nın,

Türkiye'nin devlet haber ajansı olmasından ötürü, İHA'nın ise belirlenen kriterleri karşıladığından dolayı evrene dahil edilmiştir.

Çalışma evreni olan haber ajanslarındaki muhabirler, bu kez de belli kriterler ekseninde kartopu örneklem tekniğine dayanarak seçilmiştir. Kartopu örnekleme, araştırmalarda nadir görülen durumlar üzerinde çalışma yapılırken birbiriyle temas kurulmasının ardından, ilkinin yardımıyla ikinci, ikincinin yardımıyla üçüncüyle görüşerek zincirleme bir örneklem oluşturma işlemidir (Kılıç, 2013). Kartopu örneklem tekniğiyle muhabirler seçilirken yine iki kritere önem verilmiştir. Birinci kriter; muhabirlerin sadece Dakka ya da Ankara gibi başkentlerde yahut İstanbul ya da Chattogram gibi metropollerde çalışmaması, büyük şehirlerin yanı sıra farklı şehirlerde muhabirlik görevi yapan kişilerden veri toplanmasıdır. İkinci kriter ise; sadece kadrolu muhabirler değil, sözleşmeli ya da kaşeli olarak da yıllardır muhabirlik görevi yapan kişilerden de veri toplanmasıdır.

Araştırma sorularının cevaplarını bulabilmek için AA' dan 6, İHA' dan 12, BSS' den 13 ve UNB' den 11 olmak üzere toplamda 42 aktif muhabirle görüşülmüştür. Yapılan görüşmelerin ardından AA'da çalışan birkaç kaşeli muhabirle de görüşülmesi gerektiği hissedilmiştir. Ancak kendileri, yetkilerinin izni olmadan bilgi verme otoritesi taşımadığını aktarmıştır. Diğer haber ajanslarının muhabirleri açısından ise toplam katılımcı sayısının çalışma açısından doyum noktasına ulaşıldığı düşünülmüştür. Söz konusu veri doygunluğu, araştırma sürecinin veri toplama aşamasında hiçbir yeni bilginin keşfedilemediği noktayı ifade eder. Araştırmacı belli bir yöntem üzerinden yapılan veriyi toplarken, bir süre sonra katılımcılar bilgileri tekrarlamaya başlayabilir. Bu durum ise araştırmacılara veri toplamanın sona erebileceğinin sinyalini verir. Ayrıca veri toplamanın doyum noktası, ortaya çıkan temaları ve sonuçları araştırma konusunu doğrulamaya hizmet edeceğinden makul ölçüde emin olabileceği anlamına gelmektedir (Sandra ve Stormy, 2017). Bu çerçevede araştırmacı, görüşmeye katılan muhabirin veri tekrarlamasını dikkate alarak veri toplamayı 42'nci muhabirde durdurmuştur. Dolayısıyla sözü edilen 42 muhabir bu çalışmanın araştırma örneklemini oluşturmaktadır.

#### **4.3.5. Veri toplaması**

Nitel araştırma yöntemiyle yapılan çalışmalarda; genellikle gözlem, görüşme, belge incelemesi, söylem ve metin analizi, belli gruplarla görüşme gibi farklı farklı teknikler kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra filmler, reklamlar, radyo programları, sanat eserleri ve sosyal medya paylaşımlarının incelenmesi gibi farklı kaynaklar veri toplama aracı olarak ele alınabilmektedir (Forrester ve Sullivan, 2018). Araştırmacı, bazen verilerin geçerliliğini ve güvenilirliğini artırmak amacıyla birden fazla yöntemi birlikte kullanmak isteyebilir. Aynı zamanda örneklemelerin özelliklerine göre farklı veri toplama araçlarına yer verilebilir (Eysenbach ve Köhler, 2002; Kvale, 1994; Patton, 1990; Seidman, 2006; aktaran Baltacı, 2019). Örneğin; bir belediye başkanının, seçilmeden önce hizmetler konusunda vatandaşlarına vadettiklerini yerine getirip getirmediği ile ilgili yapılan bir çalışmada, araştırmacı seçim öncesi ve sonrası reklam, afiş ve panoları inceleyerek durumu gözlemleyebilir ve vatandaşlarla görüşmeler gerçekleştirebilir. Bu durumda bir araştırmada araştırmacı, belgelerin incelenmesi, görüşme ve gözlem olarak üzere üç ayrı teknik kullanabilmektedir.

Veri toplama ile ilgili gerekli adımlar atılmadan önce kesinlikle esnek olunmalıdır. Araştırmanın analize ve çözüme katkı sunmayacak ve araştırmacıyı vakit kaybettirecek detaylardan kaçınılmalıdır (Denzin ve Lincoln, 2008; Merriam ve Grenier, 2019; Miles ve Huberman, 1994; Shenton, 2004; aktaran Baltacı, 2019). Araştırmacı, çalışma konusunu belirledikten sonra saha çalışmasına başlamalı. Ancak öncelikle hazırlamış olduğu sorulara hangi teknik aracılığıyla daha uygun cevap alabileceğini düşünerek yöntem ve teknik konusunu kararlaştırmalıdır. Daha sonra veri toplamak için geliştirdiği araçlarla sahaya inmeli ve çalışmalara devam etmelidir. Eğer araştırmacı yöntem ve teknik konusunda net bir karara varamaz ve çalışma esnasında farklı bir yöntem veya tekniğe geçme ihtiyacı hissederse, bu durum araştırmacının zaman kaybetmesine ve motivasyonunun düşmesine neden olacaktır (Eysenbach ve Köhler, 2002; Seidman, 2006; aktaran Baltacı, 2019, s. 374).

Araştırmacı, veri toplamadan önce ele aldığı yöntem ve teknik ile 'neden' çalışmak istediği konusunda kesin bilgi sahibi olmalıdır. Bir araştırmada en doğru sonuca ulaşılabilmesi en doğru yöntem ve tekniğin seçimine bağlıdır. Araştırmanın en zahmetli ve uzun süreci olan veri toplama aşamasında eğer çalışma yapan kişi, araştırma konusuna bilgi eksikliği sebebiyle doğru teknik ile yaklaşmadıysa daha sonra kısa yoldan sonuca

varmaya çalışacaktır. Bu da eksik ve yanlış sonuçlara varan bir çalışma dışında hiç bir şey olmayacaktır (Creswell, 2002; Patton, 1990; Silverman, 2016; aktaran Baltacı, 2019, s. 374). Araştırmanın veri toplama aşaması çalışma yapan kişi için gerçeklerle yüzleşme aşaması anlamına gelmektedir (Baltacı, 2019). Söz konusu bu çalışmada; nitel araştırma tekniğinde yaygın olarak kullanılan görüşme, gözlem ve veri analizi tekniklerinden görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırmacı; Bangladeş ve Türkiye haber ajanslarındaki haber üretme pratikleri ile ilgili veri toplarken muhabirlerle yüz yüze görüşmenin çalışma açısından en etkin teknik olacağını düşünmüştür. Bu durumun belli başlı üç nedeni bulunmaktadır. Öncelikle haber üretme pratikleri konusunda sadece muhabirleri gözlemleyerek veri toplanması mümkün değildir. Çünkü bu çalışma için gözlem yapmak demek, muhabirleri bire bir yakından ve uzun süredir takip etmek demektir. Bu hem zaman ve de maliyet gerektiren bir süreçtir. Aynı zamanda gereksizdir. Çünkü araştırmacı, hazırlanan sorular üzerinden ortalama 40 dakikalık bir görüşme sonucunda haber üretme pratikleri ile ilgili bilgi elde etmiştir. İkinci olarak, belge inceleme ile de bu çalışma mümkün olmayacaktır. Belki belge incelemesi, araştırma ile ilgili bazı sorulara cevap verecektir; ancak bu yeterli değildir. Örneğin; muhabirlerin çalışma şartları ve aldıkları ücretler konusundaki soruların cevapları belki belgeler üzerinden alınabilirdi; ancak bir muhabirin nasıl kaynak elde ettiği, kaynaklarla yıllardır nasıl iletişimde olduğu, her sabah güne nasıl başladığı ve haber toplamak için attığı ilk adımların neler olduğu konusunda belgeler asla cevap veremezdi. Çünkü bu konu hakkında Bangladeş ve Türkiye arasında henüz herhangi bir çalışma yapılmamıştır. Üçüncü olarak, görüşmek, her zaman en etkin iletişimi sağlamaktadır. Görüşme yapılan muhabirler araştırmacının ilgili olduğunu hissedince normalde paylaşmaktan çekindikleri konularda bile fikirlerini ortaya koymuşlardır. Aynı zamanda görüşme sırasında araştırmacı ve tecrübeli muhabirler arasında oluşan sıcak bağ, araştırmacının geleceğine de önemli katkılar sunabilecektir.

Çalışmanın başlangıcında görüşmelerin tamamen yüz yüze yapılması planlanmıştır. Ancak daha sonra dünyayı etkileyen Covid-19 salgını sebebiyle birçok muhabir, yüz yüze görüşmek yerine görüntülü olarak Zoom platformu üzerinden görüşmeyi tercih etmiştir. Ayrıca Türkiye’de ulaşım fiyatlarının da aniden artması araştırmacıyı şehir şehir gezerek muhabirlerle görüşme konusunda maddi olarak zorluğa sokmuştur. Ancak araştırmacı yine Bursa, İstanbul, Yalova ve Eskişehir’deki muhabirlere

ulaşarak bu kişilerden online görüşme randevusu almıştır. Bu çalışmayı gerçekleştirebilmek için araştırmacı, yaşadığı ülke Türkiye’den Bangladeş’e seyahat etmiştir. Yaklaşık beş ay sahada bulunarak önce muhabirlerle iletişim kurmuş ve daha sonra görüşmeler gerçekleştirmiştir.

Araştırmacının muhabirlerle yüz yüze ve online olarak gerçekleştirdiği her görüşmenin ortalama süresi 40 dakikadır. Buna göre 42 muhabirlerle toplamda 1680 dakika yani 28 saat görüşülmüştür. Daha sonra görüşme kayıtlarını deşifre edilerek çalışmaya dahil edilmiştir. Çalışmanın Bangladeş kısmında, muhabirlerle genellikle yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir. Araştırmacı, çok uzak ve vaktin kısa olması nedeniyle gidemediği şehirlerde çalışan sadece birkaç muhabirle görüntülü olarak Zoom üzerinden görüşmüştür. Araştırmacı, görüşmeye katılan birçok muhabirin, bazı kişisel nedenlerden dolayı doğrudan kendi isimlerinin çalışmada kullanılmaması üzerine yaptığı ricalarını göz önünde bulundurarak, muhabirlerin gerçek isimlerini kullanmak yerine kurum kimliğiyle numaralandırarak açıklamıştır.

**Tablo 4.1.** Araştırmaya dahil edilen muhabirler hakkındaki bilgiler şu şekildedir:

Kurum	Kod ismi	Pozisyon	Yıl	Cinsiyeti	Görüşme yönetimi
İHA	İHA 1	Kaşeli	9 ay	Kadın	Online
İHA	İHA 2	Kaşeli	9 ay	Erkek	Online
İHA	İHA 3	Kadrolu	12 yıl	Erkek	Online
İHA	İHA 4	Kadrolu	6 yıl	Erkek	Yüz yüze
İHA	İHA 5	Kaşeli	4 yıl	Erkek	Online
İHA	İHA 6	Kaşeli	1 yıl	Erkek	Online
İHA	İHA 7	Kaşeli	12 YIL	Erkek	Online
İHA	İHA 8	Kadrolu	11 yıl	Erkek	Online
İHA	İHA 9	Kadrolu	3 ay	Erkek	Online
İHA	İHA 10	Kadrolu	12 yıl	Erkek	Online
İHA	İHA 11	Kadrolu	8 yıl	Erkek	Online
İHA	İHA 12	Kadrolu	7 yıl	Erkek	Online
Toplam	İHA: 12	Kadrolu:7 Kaşeli: 5	12 muhabirin çalışma yılın	Kadın: 1 Erkek: 11	Online: 11 Yüz yüze: 1

			ortalaması 6,2 yıl.		
Kurum	Kod ismi	Pozisyon	Yıl	Cinsiyeti	Görüşme yönetimi
AA	AA 1	Kadrolu	5 yıl	Erkek	Online
AA	AA 2	Kadrolu	4 yıl	Erkek	Online
AA	AA 3	Kadrolu	2 yıl	Erkek	Online
AA	AA 4	Kadrolu	5 yıl	Erkek	Online
AA	AA 5	Kadrolu	3,5 yıl	Erkek	Online
AA	AA 6	Kadrolu	4 yıl	Erkek	Online
Toplam	AA: 6	Kadrolu: 6 Kaşeli: 0	6 muhabirin çalışma yılının ortalaması yaklaşık 4 yıldır.	Kadın: 0 Erkek: 6	Online: 6 Yüz yüze: 0
Kurum	Kod ismi	Pozisyon	Yıl	Cinsiyeti	Görüşme yönetimi
BSS	BSS 1	Kadrolu	16 yıl	Erkek	Yüz yüze
BSS	BSS 2	Kadrolu	20 yıl	Erkek	Yüz yüze
BSS	BSS 3	Kadrolu	30 yıl	Erkek	Yüz yüze
BSS	BSS 4	Sözleşmeli	15 yıl	Erkek	Yüz yüze
BSS	BSS 5	Sözleşmeli	35 yıl	Erkek	Online
BSS	BSS 6	Kadrolu	22 yıl	Erkek	Yüz yüze
BSS	BSS 7	Sözleşmeli	32 yıl	Erkek	Yüz yüze
BSS	BSS 8	Sözleşmeli	3 yıl	Erkek	Yüz yüze
BSS	BSS 9	Sözleşmeli	12 yıl	Erkek	Yüz yüze
BSS	BSS 10	Kadrolu	3 yıl	Erkek	Yüz yüze
BSS	BSS 11	Sözleşmeli	2 yıl	Erkek	Yüz yüze
BSS	BSS 12	Sözleşmeli	8 yıl	Erkek	Yüz yüze
BSS	BSS 13	Sözleşmeli	20 yıl	Erkek	Yüz yüze
Toplam	BSS: 13	Kadrolu: 5 Sözleşmeli: 8	13 muhabirin çalışma yılının ortalaması 16, 7 yıldır.	Kadın: 0 Erkek: 13	Online: 1 Yüz yüze 12
Kurum	Kod ismi	Pozisyon	Yıl	Cinsiyeti	Görüşme yönetimi
UNB	UNB 1	Kadrolu	18 yıl	Erkek	Yüz yüze
UNB	UNB 2	Kadrolu	6 yıl	Erkek	Yüz yüze
UNB	UNB 3	Kadrolu	5 yıl	Erkek	Yüz yüze

UNB	UNB 4	Sözleşmeli	24 yıl	Erkek	Online
UNB	UNB 5	Sözleşmeli	5 yıl	Erkek	Yüz yüze
UNB	UNB 6	Sözleşmeli	4 yıl	Erkek	Yüz yüze
UNB	UNB 7	Sözleşmeli	18 yıl	Erkek	Online
UNB	UNB 8	Sözleşmeli	30 yıl	Erkek	Yüz yüze
UNB	UNB 9	Sözleşmeli	27 yıl	Erkek	Yüz yüze
UNB	UNB 10	Sözleşmeli	20 yıl	Erkek	Yüz yüze
UNB	UNB 11	Kadrolu	20 yıl	Erkek	Yüz yüze
Toplam	UNB: 11	Kadrolu: 4 Sözleşmeli: 7	11 muhabirin çalışma yılın ortalaması 16 yıldır.	Kadın: 0 Erkek: 11	Online: 2 Yüz yüze: 9

Genel toplam	Muhabir: 42	Kadrolu: 22 Sözleşmeli: 20	42 muhabirin çalışma yılın ortalaması 10, 7 yıldır.	Kadın: 1 Erkek: 41	Online: 20 Yüz yüze: 22
--------------	-------------	-------------------------------	--	-----------------------	----------------------------

Bu çalışma kapsamında, kadrolu ve kaşeli muhabirlerden farklı olarak başka bir şekilde tanımlanması gereken muhabir sistemi de değerlendirilmiştir. Bangladeş'teki haber ajanslarında çalışan muhabirlerin aktardıklarına göre; bazı muhabirlerin çalışma sistemi kaşeli muhabirlerin çalışma sistemine benziyorsa da ücret politikası çok farklı uygulanmaktadır. Bangladeşli gazetecilerin aktardıklarına göre; kaşeli muhabirler, haber sayısına göre her ay farklı bir ücret almaktadır. Örneğin; bir kaşeli muhabire, ocak ayında yaptığı 30 haberin karşılığında 3000 Türk lirası ödeniyorsa sonraki ay 20 tane haber yaptıysa 2000 Türk lirası ödenmektedir. Yani haber sayısının azalması ile orantılı olarak ödenen ücret de azalmaktadır. Eşit sayıda haber yapan iki kaşeli muhabir arasında da farklı ücret politikası söz konusu olabilmekte, eşit işe eşit ücret ilkesine riayet edilmemektedir. Ancak Bangladeş'te haber ajanslarında çalışan kaşeli muhabirler, ürettikleri haber sayısına bağlı olmaksızın -çünkü haber sayısı kuruma ilgilendirmemektedir- her ay belli bir ücret almaktadır. Bu durumda 50 haber yapan muhabirin aldığı ücret ile 100 haber yapan muhabirin ücreti arasında herhangi bir fark olmamaktadır. Ayrıca Bangladeşli muhabirler, kaşeli olarak her ay kendilerine ödenen paranın çok düşük olduğunu belirtmektedir. Bu konuya burada değinmemizin sebebi

farklı bir örgütlenme sisteminin olduğunu belirtmektedir. Bu konuda detaylı açıklama bu çalışmanın bulgular kısmında yer almaktadır.

#### **4.3.6. Görüşme tekniği**

Görüşme, iki kişi arasında gerçekleşen bir diyalogdur. Bu diyalogda bir kişi bir konuda hazırlanan soruları, karşısındaki insana aktarır ve o insan cevap verir. Diğer bir deyişle, biri araştırmacı; diğeri ise cevaplayan rolündedir (Gray, 2004, s. 213). Balaban Salı'ya göre görüşme, örneklem alınan bireylerin araştırma sorularına yönelik duygu, düşünce ve davranışlarını öğrenmek için yapılan bir söyleşidir (Salı, 2014). Bir başka tanıma göre de görüşme tekniği, çalışmanın örnekleminde ele alınan konu hakkında bilgi, duygu ve düşüncelerin aktif bir şekilde aktarıldığı, ilgili konuların öykülerinin anlatıldığı bir veri toplama tekniğidir (Baltacı, 2019).

Görüşme, insanların yaşadığı dünyayı, bulunduğu ortamı, yaptığı işi nasıl algıladığı ile ilgili iki kişi arasında gerçekleşen bir mülakat sürecidir. Bir başka deyişle görüşme, soru sorma sanatının gerçekleşmesiyle beraber ötedeki insandan sorulan sorulara yönelik gelen cevaplarla sonuçlanan bir süreçtir (Salı, 2014). Görüşmeci ve katılımcı arasında belli bir konuda soru-cevap aracılığıyla gerçekleşen etkili bir iletişimdir. Katılımcının düşünce ve duygularını, değer ve tutumlarını, inanç ve tecrübeleri hakkında en doğru ve etkin bilgiye ulaşılabilmesi için görüşme tekniği, araştırma sürecinin en rasyonel tekniğidir (Salı, 2014). Görüşme, insanların şimdiye kadar ifade etmedikleri saklı algılarını, duygularını ve anlayışlarını ortaya koymaya yardım etmenin güçlü bir yoludur (Arksey and Knight, 1999; aktaran Gray, 2004). Aynı zamanda görüşme, örneklemin anket doldurmak yerine, ilgili konuda sohbet ederek, konuşarak bilgi aktardığı süreç olması sebebiyle araştırmanın en keyifli ve yararlı tekniğidir. Çünkü görüşme, bir şeyler yazmadan sözel olarak aktarma imkanı sağlamakta ve bu da öteki insanın bilgi aktarma konusunda özgüvenini artırmaktadır (Gray, 2004).

Görüşmenin farklı modelleri vardır. Araştırmacı, kendi çalışmasına uygun olarak en etkin modeli seçmekle yükümlüdür. Bu görüşme modelleri arasında yapılandırılmış ya da yarı yapılandırılmış modeller vardır. (Marshall, 1996; aktaran Baltacı, 2019). Gray'a göre görüşmenin beş ayrı tekniği vardır. Bunlar sırasıyla; 1.

Yapılandırılmış görüşmeler, Yarı yapılandırılmış görüşmeler, Yönlendirici olmayan görüşmeler, Odaklanmış görüşmeler ve Resmi olmayan görüşmelerdir (Gray, 2004). Görüşme, deneyim ve uygulama yoluyla öğrenilmesi gereken bir beceridir. Bir görüşme gerçekleşmeden önce katılımcının, görüşmeciyi kabul etmesi gerekmektedir. Çünkü katılımcı, görüşme yapacak kişi için vakit ayırmaktadır. Arksey ve Knight'e göre bu aşamada üç temel unsur vardır. Bunlardan birincisi hiyerarşik yapıdır ve bu aşamada katılımcı görüşmecinin, görüşmeyi kimin için gerçekleştirdiği önemlidir. Eğer görüşmeci, başka biri adına görüşmeyi talep ederse katılımcının kabul etme ihtimali azdır. Aynı zamanda eğer görüşmeci, bir kurum ya da kendi adına da görüşme gerçekleştirirse o halde kişinin kurumdaki hiyerarşik düzeyine bakılmaktadır. Eğer kendi adına bir görüşme ise yine görüşmecinin ne kadar önemli bir kişi ya da elde edilen konunun ne kadar önemli olduğuna bağlı olarak katılımcı karar vermektedir. İkinci olarak projede ele alınan konu, katılımcının ilgisini çekmelidir. Eğer katılımcı konudan çok uzaksa ve ilgi duymazsa o halde görüşme yapmak mümkün olmayabilir. Aynı zamanda görüşme sebebiyle bir ödemenin olup olmadığı konusu da katılımcı için önem taşımaktadır. Üçüncü olarak, görüşmecinin güvenilir olması şarttır. Çünkü katılımcı, aktaracağı bilginin kendisi için bir tehdit oluşturması ihtimaline yönelik her zaman şüpheli yaklaşmaktadır. Bu nedenle görüşmeci, bu konuda hem katılımcıya güven vermeli hem de konuşma tarzı, duruş ve profesyonellik gibi durumlara dikkat etmelidir (Arksey and Knight, 1999; aktaran Gray, 2004).

Salı'ya göre; görüşme sırasında araştırmacının istediği gibi bir bilgi elde edebilmesi, aslında katılımcı ve görüşmeci arasında oluşan iletişimin sıcaklığına bağlıdır (Kvale, 2017; aktaran Salı, 2014). Görüşme sırasında katılımcı ve görüşmeci arasında kurulan toplumsal ilişkinin düzeyi, görüşmeyi doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle görüşme sırasında görüşmecinin dikkat etmesi gereken bazı hususlar söz konusudur. Görüşmeci, nesnel ve sabırlı olmalıdır. Görüşme sırasında tartışmaya yol açmamalı ve katılımcının görüşlerine saygı duymalıdır. İyi bir dinleyici olmalı ve katılımcıyı sorgulamamalıdır. Aynı zamanda görüşmeci, araştırmacının amacını bilmeli ve sorulara önceden çalışmalıdır. Dilsel becerilerini kullanarak katılımcıya soruyu doğru ve doğal bir şekilde aktarmalıdır. Katılımcının verdiği cevabın, araştırmacıya yeterli gelmemesi durumunda ek sorular sorabilmeli ve yeni cevaplar elde edebilmek için katılımcıyı teşvik etmelidir. Aynı zamanda katılımcının cevaplarını etkileyecek düzeyde yorumlardan

kaçınmalıdır. Katılımcının istediği ile bağlantılı olarak görüşmenin gizlilik konusuna duyarlı olmalı ve ses kaydı, görüntü kaydı almadan önce katılımcıdan izin almalıdır (Salı, 2014).

Görüşme tekniğinin diğer tekniklerden üstün olmasının belli nedenleri vardır. Bir anket çalışmasında katılımcının doğru söyleyip söylememe ihtimali yüksektir ve istediği soruya cevap dahi vermeyebilmektedir. Ancak görüşme, iki kişi arasında gerçekleştiği için sorulara cevap verme ihtimali yüksek ve aynı zamanda istediği cevabı alamadığı halde ek sorularla tam yanıt alma olanağı vardır. Yüz yüze yapılan görüşmede katılımcının sözlerinin yanı sıra beden dili, jest ve mimikleri araştırmaya bilgi aktarmaktadır. Katılımcı algılayamadığı soruları yeniden görüşmeciye aktarabilir. Bu da araştırmayı daha etkin halde getirmektedir. Aynı zamanda katılımcı, cevap verirken görece başkalarından etkilenmemektedir ve bu şekilde daha açık ve doğru cevaplar verebilmektedir. Okuma yazması olmayan kişiler veya çocuklar için en etkin veri toplama tekniği de görüşme tekniğidir. Aynı zamanda yazmaktan kaçınanlar için de görüşme yapmak ve sözel olarak kendilerini ifade edebilmelerine imkân vermek araştırmacının en doğru şekilde yapılmasına vesile olmaktadır (Salı, 2014).

Nitel araştırmada görüşme tekniğinin diğer tekniklerden üstünlüğü olmakla birlikte bazı sınırları da söz konusudur. Görüşme tekniği zaman ve maliyet gerektiren bir araştırma tekniğidir. Çünkü yol parası, ses kayıtlarının yazıya geçirilmesi gibi konular hem zaman kaybına hem de maliyete yol açmaktadır. Görüşme çok uzun sürdüğü takdirde ise katılımcı sıkılabilir ve araştırmacı istediği cevabı alamayabilir. Aynı zamanda görüşmeden önce bir randevu ayarlamak, belirlenen saatte görüşmek gibi unsurlar da görüşmeci açısından sıkıcı olabilmektedir. Katılımcının sosyal statüsü görüşme sırasında yansıyabilir. Cinsiyet, yaş ve eğitim seviyesi görüşmeyi etkileyen etkenlerdendir. Bunlara bağlı olarak yanlış anlaşılmalarda yaşanabilmektedir. Katılımcı bazen gerçekleri aktarmadan popüler cevaplar verme eğiliminde olabilmekte, toplumsal olarak kabul edilebilir cevaplar verebilmektedir. Bu da araştırmacının gerçek sonuçlara ulaşmasına engel olmaktadır. Görüşme tekniği ile elde edilen verilerin nitel olarak analiz edilmesi, nicel yöntemlerle kıyaslandığında çok daha fazla zaman alabilmektedir. Görüşme raporu hazırlanırken araştırmacıdan kaynaklanan bazı hatalar meydana gelebilmektedir. Katılımcının aktardığı bilgi, araştırmacı tarafından farklı algılanabilmektedir. Araştırma

konusunun ilişkilendirilmesi, bulguların açıklanması ve anlamlandırılması aşamalarında araştırma sürecine öznel yorumlar karışabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2006).

#### 4.3.7. Veri analizi

Görüşme, gözlem, belge çözümlemesi gibi farklı veri toplama teknikleriyle elde edilen veriler, araştırmacılar tarafından söylem analizi, içerik analizi, metin çözümlemesi, betimsel çözümleme gibi farklı ayrıştırma işlemlerine uygun olarak yapılmaktadır (Baltacı, 2019). Söz konusu bu çalışmada ise görüşme tekniği ile veriler toplanmıştır. Verilerin çözümlenmesi için ise nitel araştırma yönteminin içerik analizi tekniği kullanılmıştır. İçerik çözümlemesi, elde edilen verilerin derinlemesine incelenmesini gerektirmektedir. Belirli kodlama, kategori ve temalar üzerinden içerik analizi yapılmaktadır. Betimsel analiz ise detaylı ayrıştırma gerektirmeyen dataların işlenmesinde kullanılmaktadır (Miles ve Huberman, 1994; aktaran Baltacı, 2019, s. 377).

Nitel çalışmalarda, araştırmacının birtakım amaçlarla bağlantılı olarak nitel yaklaşımların dışında da bazen söylem analizi ve metin analizi gibi farklı analiz planlarına ihtiyacı doğabilmektedir. Söylem çözümlemesi, araştırmaya katılan kişinin ses kaydı ya da görüntüsünden hareketle belli sorunların ortadan kaldırılması ile ilgili yapılan bir araştırma tekniğidir. Öte yandan metin çözümlemesi ise aynı konuda eş ya da farklı zaman aşamalarında yayınlanan metinler üzerinden araştırma probleminin çözülmeye çalışılmasıdır (Golafshani, 2003; Seidman, 2006; Silverman, 2016; aktaran Baltacı, 2019, s. 377).

Nitel araştırmaların veri analizi kısmında üç ayrı aşama tavsiye edilmektedir. Birinci yöntem elde edilen verilerin özgün bir şekilde aktarılabilmesidir. İkinci aşama, elde edilen verilerin önce kodlanıp sonra uygun kategoriler ve temalar oluşturulması aşamasıdır. Son aşama verilerin yorumlanmasını gerektirmektedir ve bu aşamada araştırmacı betimleme ve tematik analizin yanı sıra kişisel yorumlarını da kullanarak analiz etmektedir. Bu, araştırmanın sonuçlarını daha kolay ve anlaşılabilir kılmaktadır (Baltacı, 2017; aktaran Baltacı, 2019). Söz konusu bu çalışmada içerik çözümlemesi tekniğiyle verilerin analiz edilmesi sebebiyle burada sadece içerik analizinin ayrıntıları açıklanmaktadır.

#### **4.3.8. İçerik çözümlemesi**

Belirli kodlar, kategoriler ve temalar üzerinden bir araştırma haritası çizildikten sonra verilerin analiz edilmesine içerik analizinin nitel boyutu denilmektedir. İçerik çözümlemesinin nicel boyutunda konu sayılarla açıklanırken, nitel boyutunda yorumlarla açıklanmaktadır. İçerik çözümlemesinde araştırmacı ilk önce elde edilen verilere yönelmektedir. Katılımcıların tekrarladığı konular ele alınarak belli kodlar çıkarılır ve kodlardan kategoriler, kategorilerden ise temalar hazırlanır. Özetle; birbirine benzeyen katılımcı yorumları kodlanır, kodlar ise belli kavramlar yani kategoriler üzerinden aktarılır ve son olarak da temalar çerçevesinde bir araya getirilip yorumlanmaktadır (Bengtsson, 2016; Crabtree ve Miller, 1999; Merriam ve Grenier, 2019; aktaran Baltacı, 2019, s. 377).

İçerik analizi, betimsel analizden daha derinlemesine analiz gerektiren bir analiz tekniğidir. İçerik analizinde, veriler arasındaki anlamlı parçaların her biri kavram olarak adlandırılır ve kavramların birbiriyle ilişkilerinin araştırılması ile daha üst düzey kategoriler oluşturulur ve bu kategoriler üzerinden yorumlamalar yapılır (Akbulut, 2014, s. 187).

İçerik çözümlemesi her zaman araştırılan olgu ve olayın köküne yönelmektedir. Kodlama sistemiyle verilerin içinde bulunan kavramlar ve bu kavramların birbiriyle olan ilişkisi meydana çıkarılmaktadır. Araştırmacı, içerik analizinde elde edilen verilerden hareketle yeni temalar ortaya çıkarır ve verileri sistematik yapılara çevirmek için verilerden hareketle yeni bir teori oluşturma ya da bir kuramı doğrulama çabası içerisinde bulunmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011).

İçerik çözümlemede metin analizi, görüşme, gözlem ya da belge inceleme gibi tekniklerle elde edilen veriler sırasıyla kodlama, kategorileştirme, tema oluşturma ve bulguların tanımlanması ve yorumlanması olarak dört ayrı başlık altında analiz edilmektedir (Eysenbach ve Köhler, 2002; Miles ve Huberman, 1994; aktaran Baltacı, 2019, s. 378).

##### **4.3.8.1.Kodlama**

İçerik analizinin ilk aşaması kodlamadır. Kodlama aşamasında araştırmacı, ilk önce elde ettiği verileri derinlemesine inceler, katılımcılar tarafından sıklıkla vurgu yapılan noktaları kod haline getirir. Veri setini sistematik olarak belli başlıklar altında

toplar ve her başlığın altında hangi kavramın karşılandığını bulmaya çalışır. Kodlamadan önce araştırmacının, veri setini defalarca okuması gerekmektedir. Çünkü katılımcıların tekrarladığı sözlerin bulunması veri setini geliştirecektir. Kodlama, içerik analizinin ilk aşaması olsa bile araştırmacı, çalışma devam ederken yeni kodlara ihtiyaç duyabilmektedir. Ya da yeniden kodlama listesine eklenmesi gereken önemli hususlar olabilmektedir. Bu nedenle aslında ilk aşama olsa bile araştırmacı defalarca geriye dönük yeni kodlar oluşturabilmektedir (Kvale, 1994; Morse, 2016; Silverman, 2016; aktaran Baltacı, 2019, s. 378).

Kodlamanın, önceden hazırlanmış kavramlara göre kodlama, verilerden yeniden çıkarılan kavramlara göre kodlama ve araştırma sorusunun genel çerçevesine yönelik kodlama olmak üzere üç ayrı süreci ihtiva etmesi gerekmektedir. Kodlamalar, araştırmanın tutarlılığı, inandırıcılığı ve güvenilirliğini doğrudan etkilemektedir. Bire bir görüşmelerde, grup görüşmelerine nazaran daha ayrıntılı kodlama yapılması gerekmektedir (Malterud, 2001; Miles ve Huberman, 1994; Sandelowski, 1986; aktaran Baltacı, 2019, s. 378).

#### ***4.3.8.2. Kategori ve temaların belirlenmesi***

İlk aşamada veri setinden çıkarılan kodlara dayanarak ikinci aşama gerçekleştirilmektedir. Kodları belli kategoriler altına getirerek temaların belirlenmesi gerekmektedir. Bu aşamada araştırmacıdan daha soyut bir kodlama beklenmektedir ve ilk aşamada hazırlanan kodları bir araya getirerek aralarında bulunan ortak özellikleri bulmaya çalışması beklenmektedir (Baltacı, 2019). Daha sonra birbirine benzeyen kodları bir araya getirmesi ve buna göre kategoriler oluşturması gerekmektedir. Ondan sonra aynı gruptan oluşan kategorileri ise belli temalar oluşturmaktadır. Kategorilerin oluşturulması sırasında iç tutarlılık her zaman önem arz etmektedir. Kısaca belirlenen temalarla veri setinin anlamlı bir ilişki kurması gerekmektedir. Ayrıca dış tutarlılık beklentisi gereği tüm kodlamaların ve temaların, farklı başlıklar altında olmasına rağmen araştırma konusunun dışına çıkmamasına dikkat edilmelidir (Malterud, 2001; Miles ve Huberman, 1994; Sandelowski, 1986; aktaran Baltacı, 2019). Söz konusu Bangladeş ve Türkiye'deki haber ajansları ile ilgili yapılan bu çalışmanın kategorileri tezin girişte açıklanmıştır.

#### ***4.3.8.3. Verilerin düzenlenmesi***

Çalışmanın bu aşamasında araştırmacı, ayrıntılı ve tematik olarak hazırladığı kodları, verilerin anlamlandırılması için sistematik bir yapıda düzenlemektedir. Sonrasında araştırmacı, bu yapıyı temel alarak topladığı verileri yeniden düzenleme işlemine girmektedir. Bazı durumlarda ilk aşamalı kodlama ile tematik kodlamanın sağlanmasının yapılması da gerekebilmektedir. Bu düzenleme aşamasında araştırmacı, öncelikli olarak kullanılacak bulgulara ulaşır ve o bulgulara göre verileri yeniden açıklama ve yorumlama yoluna gidebilmektedir. Elde edilen verilerin okuyucunun kolaylıkla anlayabileceği bir dilde tanımlanması, sunulması ve açıklanması önem arz etmektedir. Verilerin düzenlenmesi aşamasında araştırmacı kendi yorumlarını katmadan elde ettikleri verileri işlenmiş bir biçimde okuyucuya aktarmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011).

#### ***4.3.8.4. Bulguların yorumlanması***

Nitel araştırmalarda, araştırmacının veri toplama sürecinde yaşadığı şahsi deneyimler önemlidir. Bu nedenle araştırmacı, incelenen olay ve olgu ile iç içe olduğu için yeni tespitler yapabilmektedir. Araştırmacının, olguya yakın olmasından dolayı tecrübeleri, yorum ve aktarımları önemli bir değer taşımaktadır. Bu yorumlar yapılırken, neden-sonuç ilişkisinin kurulması önemlidir. Bulgulardan sonuçlar elde etmek için toplanan veriler büyük bir ehemmiyet teşkil etmektedir. Çünkü araştırmaya dair tüm bu süreçler konuyu çalışan kişinin sorunlarla ilgili oluşan farkındalığa sahip olma ve soruna içselleştirilmiş bir çözüm üretme çabasıdır (Connelly, 2016; C. Marshall ve Rossman, 2014; Seale, 1999; aktaran Baltacı, 2019, s. 379).

Özetle, bu çalışmanın örneklemini açıklanırken öncelikle Hofstede'nin kültürel boyutları ele alınmıştır. Gelişmekte olan iki ülke arasında kültürel değerler açısından belli benzerlikler ve farklar söz konusuysa, haber üretim pratiklerinde bu iki ülkenin durumlarının ne olduğu merak edilmiştir. Ayrıca iki ülkenin bu çalışmanın bulguları doğrultusunda iş birliği yaparak birbirinden faydalanacağı düşünülmüştür. Çalışmada görüşme tekniği kullanılmasının nedeniyse yüz yüze görüşmeler sayesinde kısa sürede daha verimli cevaplara ulaşılabileceği düşüncesidir.

## BEŞİNCİ BÖLÜM

### 5. BULGULAR

Bangladeş ve Türkiye’de faaliyet gösteren haber ajanslarının haber üretim süreci ile ilgili yapılan bu çalışmanın saha görüşmeleri, önceden hazırlanan 18 soru üzerinden gerçekleştirilmiştir. Sorular 6 kategori altında hazırlanmış, sözü edilen haber ajanslarının muhabirlerinin nasıl haber ürettikleri, haberin üretim sürecini etkileyen etmenlerin neler oldukları, daha verimli üretim için nelerin düzenlenmesi gerektiği gibi soruların cevapları aranmıştır. Tezin bu bölümünde ele alınan konuda muhabirlerle yapılan görüşmelerden yola çıkarak araştırmanın bulguları açıklanacaktır.

#### 5.1.Türkiye’deki Durum

##### 5.1.1. Çalışma hayatı

Bu araştırmada, ‘çalışma hayatı’ kategorisi altında 3 soru sorulmuştur. Bu sorularla bir haber ajansı muhabirinin güne nasıl başladığı, günlük olarak nasıl bir gündemi nasıl takip ettiği ve ilgili birime bu gündemi nasıl bildirdiği ile alakalı yanıtlar aranmıştır. Bu sorularla ayrıca habercinin meslek hayatının, kendi özel hayatını nasıl etkilediği anlaşılmaya çalışılmıştır. Haber üretmek için kullanılan geleneksel yöntemlerin ve dijital sistemlerin, bir muhabirin çalışma hayatını zorluk ve kolaylık açısından doğrudan etkilediği düşünülmektedir. Bu nedenle “çalışma hayatı” kategorisinde, muhabirlerin dijital ve geleneksel haber toplama sistemlerini kullanıp kullanmadığı ile ilgili de yanıt aranmıştır.

##### 5.1.1.1.Günün başlangıcı

Bu kategorinin ilk sorusu olan “Bir haber ajansı çalışanı olarak güne nasıl başlarsınız?” sorusuna muhabirler farklı yanıtlar vermiştir. Verilen cevaplarda bazı ortak noktalar bulunmaktadır. İHA’da çalışan muhabirler, genellikle güne tedirgin başladıklarını ifade etmişlerdir. Çünkü bir haber ajansı çalışanı olarak her gün zorunlu bir şekilde veri toplamaları ve onun haberini yapmaları gerekmektedir. Muhabirler bir gün öncesinde ertesi günün haber planını yaptıklarında o günün tedirginliğinin azaldığını aktarmaktadırlar. Ancak, yerel basının da İHA’dan haber beklentisi yüksektir. Bu sebeple İHA muhabirleri sürekli haber üretmek zorunda olup bu durum onları daha stresli hale

getirmektedir. İHA 1 bu konuyu, “Bizim ajansımız aynı zamanda yerel kaynaklara da haber ürettiği için sürekli haber bulmak zorundayız.” diye açıklamıştır.

Muhabirler, bir haber planları olmadığı zaman sahaya inerek özel haber aramaktadırlar. Bildikleri, tanıdıkları kaynaklara başvurumaktadırlar. Bazen günü kurtarmak amacıyla önce yapılmış bir haberi başka bir boyutta ele alarak yeniden tasarlayarak hemen servis etmektedir. İHA 2’nin belirttiklerine göre; bazı günler birden çok sıcak ve özel haber üretmek zorunda da kalabilmektedirler. Bu durum muhabirleri zorlamakta ve üstlerinde her zaman bir baskı hissetmelerine neden olmaktadır.

İHA 3 ise; haber ajansı muhabirlerin gününün hiçbir zaman bitmediğini ve bu yüzden de bir gün başlangıçlarının olmadığını belirtmektedir. Ajans haberciliği, süreklilik ve devamlılık arz ettiği için 7/24 esasıyla çalıştıklarını söylemektedir. Her zaman telefonun açık olması, gece ortasında kalkarak sosyal medyada üye oldukları gruplara bakmaları, acil bir şey yaşanırsa hemen o anda haber yerine gitmeleri gerekmektedir. İHA 3, bu konuyu şöyle anlatmaktadır:

“Bizim cep telefonlarımız ve internetimiz 24 saat boyunca açık olmak zorundadır. Mesela normal şartlarda gece 12’de uyuyorsam, gece 3’e alarm kurarım. O saatte kalkar Whatsapp’ıma gelen herhangi bir bildirim veya merkez ağırlıklı gruplardan gelen herhangi bir mesaj var mı diye kontrol eder sonra tekrar uyurum. Bu yüzden bizim için gün hiçbir zaman bitmez. Ne zaman uykuya geçsek telefon her zaman çalacakmış ve habere gidecekmiş gibi hazırda bulunuruz.”

İHA 4, İHA 3’ün cevaplarına eklemeye yaparak ajans muhabirliğinde mesleğin doğası gereği mesai saati olmadan her zaman haber için uyanık kalmak zorunda olduğunu söylemiştir. Ayrıca mesleğin getirdiği stres sebebiyle özel hayatlarının da olumsuz etkilendiğini belirtmiştir. Ajans muhabirleri, tatil gününde bile mesleği gereği dışarıya çıkarak haber üreterek çalışmak zorundadırlar. Gazetecilik mesleğini icra eden insanlar mesleğin kendilerinde oluşturduğu refleks gereği, izinli ve evde olmalarına rağmen ülke gündemini takip etmek zorundadırlar. İHA 4 bu konuda şunları söylemiştir:

“Gazetecilik refleksi diye bir şey var. Örneğin illa da sansasyonel bir olay olmasına gerek yok. Ben Mudanya’da oturuyorum. Pandemiden dolayı her yer kapalı ve insanlar sokağa çıkamıyor. Ben de o gün izinliyim, evdeyim ama o gün Türkiye’de yaşlıların sokağa çıkmasına müsaade edildi. Evimdeydim ama kendimi refleks olarak sokağa attım. Yaşlılarla

röportaj yaptım, oradan detaylar çektim ve bunu servis ettim. Bu da gazetecilik refleksinin getirdiği bir durum.”

Bir diğer yandan, kaşeli İHA muhabirleri birden fazla yerde çalıştıkları için her gün haber üretmek zorunda değildirler. Bu nedenle de onlar genellikle sıcak gelişmeleri takip etmekte ve bir ajans muhabiri olarak diğer muhabirlerden daha rahat davranabilmektedirler. Ancak bu durum her kaşeli muhabir için geçerli değildir. Özellikle başka iş yapmayan ve daha sonra kadroya geçeceği umuduyla kaşeli olarak mesleğine devam eden haberciler sürekli üretmek zorundadır. Örneğin; İHA 1 ve İHA 2, İHA 6, kaşeli muhabir olmasına rağmen her gün üretmek zorunda olduklarını aktarmaktadırlar.

Muhabirler, mesleğe olan heyecanın bitmemesi gerektiğini aktarmaktadırlar. Çünkü bir muhabir için her yeni gün yeniden sıfırdan başlamak demektir. Haber, çok geçici bir olgu olmasından dolayı muhabirin dünkü üretimi bir süre sonra değer taşımamaktadır. Habercinin ancak o anda neler yaptığı kıymet taşımaktadır. Bu nedenle İHA 6'nın aktardıklarına göre; rakip kurumların önüne geçebilmek için bir muhabirin her saatini ayrı ayrı değerlendirmesi gerekmektedir. Bu da muhabirleri hem strese sokmakta hem de tedirgin etmektedir. Ancak eğer muhabirin bu işe olan ilgi ve sevgisi varsa her türlü stresi ve tedirginliği aşabileceği aktarılmaktadır.

İHA 7, uzaktan çalışan bir kaşeli muhabir olmasına rağmen kurumun kurduğu ve kendisinin de üye olduğu gruplarda sürekli haber konuşulduğu için yine her zaman haberin içinde olduğunu hissettiğini belirtmektedir. Kendisinin hemen her an bir olaya gönderilebileceği düşüncesiyle de habere hazır halde bulunmaktadır. Kendisi düzenli olarak gündemi takip etmekte ancak diğer muhabirlerden daha rahat çalışabildiğini aktarmaktadır.

“Güne 11 yıl önce başladım” diyen İHA 8, diğer muhabirler gibi her zaman habere hazır bulduklarını ve çalışmanın mesaisi olmadığını açıklamaktadır. Bir muhabir olarak evde ailesiyle beraberken, televizyon izlerken, yolda yürürken yani günlük hayatın her bölümünde nerede haber bulabileceğini, hangi konuyu nasıl işleyeceğini, çok basit bir olaya nasıl haber değeri kazandırarak ülke gündemine aktarabileceğini düşünmektedir.

Küçük şehirlerde çalışan muhabirlerin, büyükşehirlerdeki muhabirlerden daha aktif olması gerektiği bu çalışmada anlaşılmaktadır. Küçük şehirlerde kurumlar muhabir olarak sadece bir ya da iki kişiyi görevlendirdiği için kendilerine yüklenen görev fazladır. Büyükşehirlerde ya da büyük bölgelerde çalışan muhabirlerin iş bölümü olmaktadır. Bu sayede daha rahat çalışma imkânları bulunmaktadır. Küçük şehirlerdeki muhabirlerin şehirde geçen her şeye kulak vermesi gerekmektedir. Bu nedenle onların, büyükşehirlerdeki muhabirlerden güne farklı başladıkları söylenebilir. Büyük illerde genellikle bir mesai saati bulunmaktadır. Bununla birlikte büyük yerlerde mesai saatleri dışında sırayla görevlendirilen nöbetçi muhabirler bulunmaktadır. Ancak küçük illerde çalışan muhabir sayısı az ya da tek olduğu için yükünü paylaşacak kimseyi bulamadığından daima vazife başında kalmaktadır. Küçük yerlerdeki kaşeli muhabirler, ilçelerden gelen haberler ile alakalı il temsilcisine yardım etmektedirler. Bununla beraber yine de il temsilcisinde önemli görevler ve büyük bir sorumluluk bulunmaktadır. İHA 9'un aktardıklarına göre, küçük illerdeki muhabirlerin her zaman telsiz dinlemesi gerektiği ve bu sebeple çalışma gününün hiçbir zaman bitmediği anlaşılmaktadır.

İHA 10'a göre; bir ajans muhabiri güne başlarken her zaman planlı olması gerekmektedir. Ertesi gün neler yapacağı konusunda bir önceki gün yatmadan önce planını hazırlamalıdır. Bir ajans muhabirinin her zaman güne hazır, tetikte ve tedirgin başlaması gerektiğini savunan gazeteci İHA 10, bir muhabir olarak gün sonunda yorulmaması gerektiğini ve gün içinde çekilmiş tüm haberlerini sonraki gün servis etmek için hazır bundurması gerektiğini aktarmaktadır. Kendisine göre; bir muhabir önceki günün işini sonraki güne bırakırsa, mesleğini tam olarak yapmamış demektir. Bu yönden İHA 10 her zaman planlı ancak tedirgin olarak güne başlamaktadır.

Diğer yandan bazı muhabirler, gün başında tedirgin olunmaması gerektiğini aktarmaktadır. İş tecrübesinden yola çıkarak her zaman gündem yaratan gazetecinin hiçbir zaman haber eksiği yaşamadığını savunan İHA 11, tecrübe kazanmak ve gündem yaratmak için her zaman haber okumayı ve izlemeyi tercih ettiğini belirtmektedir. Görüşmeye katılan İHA muhabirleri, genellikle mesainin bitmediğini, bir ajans muhabiri olarak her zaman uyanık olduklarını ve üretmek için sürekli düşünerek zaman geçirdiklerini aktarmaktadırlar.

Öte yandan AA 1, kendisinin bir iş bölümü olduğu için güne planlı başladığını aktarmaktadır. Ancak bu noktada ajans haberciliğinin getirdiği hızlı olmak zorunluluğu muhabiri yormaktadır. Bu da strese neden olabilmektedir. AA 1, özel bir bölüme baktığı için alanıyla ilgili tüm resmi ve özel kurumlarla irtibatı bulunmakta olup haber planları önceden hazır gelmektedir. Kendisi durumu şöyle aktarmaktadır:

“Bundan 10 sene sonra da TÜİK’in verilerini açıklayacağı günler öncesinden bellidir. O sebeple takvimimiz belli olduğundan planlı hareket edebiliyoruz. İşlerimizin yüzde 80’inin ne zaman ve nasıl olacağı zaten önceden belirlidir.”

AA 2, kendisinin bir iş bölümünde bir sınırlandırma olmadığı için güne stresli başladığını belirtmiştir. Kendi çalışma alanında olan doğal afet ya da kaza gibi durumlar öngörülemediği için önceden hazırlık yapamamakta ve bu da sürekli teyakkuzda olmasını gerektirdiğinden strese sebep olabilmektedir.

AA 3, haftalık olarak çalışma planı yapmaktadır. O nedenle sabah güne başladığı zaman gün içinde neler yapacağı konusunda bilgi sahibi olduğu için stres yaşamamaktadır. Aniden meydana gelen sıcak gelişmelerin hızlı servis edilmesi gerektiği için bu açıdan stres yaşamakta olduğunu ancak bunun dışında güne başlarken bir stres ya da tedirginlik yaşamadığını belirtmiştir.

AA’nın muhabirleri, ülke genelinde ofisleri ve temsilcilikleri olduğu için haber kaçırma konusunda bir tedirginlik yaşamadıklarını belirtmişlerdir. AA 4’ün aktardıklarına göre, güne gündem taramasıyla başlamaktadırlar. Her sabah ilk iş olarak ülke ve dünya genelinde neler olup bittiği konusunda haber edinmektedirler. Daha sonra ona göre kendi planlarını tasarlamaktadırlar.

AA 5, gününe göre güne başlama planının değiştiğini aktarmaktadır. Ruh haline göre ve o gün uykudan kalktığı zamana bağlı olarak iyi ya da kötü hissetmektedir. Eğer erken uyanırsa daha olumlu bir hisle güne başladığını belirtmektedir. Güne başlarken her şeyden önce güzel bir kahvaltı yapma imkânına sahip olması ve kendine vakit ayrılabilmesi kendisinin çalışma motivasyonunu artırmaktadır. Ancak AA 5’i sabah çok erken saatte kalkarak bir an önce işe gitmek zorunda kalması tedirgin etmektedir. AA 6, ülke gündemine göre kendini ayarlamaktadır. Eğer gündem sakinse güne başlaması da

çok rahat olmaktadır. Ancak gündem yoğunsa ve haber için gidilecek bir yer varsa bu durum onu telaşlandırmaktadır. AA 6 çalışmasını olumsuz etkileyen bir husus da haberlerin hızlı bir şekilde yetiştirilmek zorunda olmasıdır.

### **5.1.1.2. Günlük gündem belirlemesi**

“Çalışma hayatı” kategorisinin ikinci sorusu, Muhabirlerin her gün editör masasında nasıl bir gündem belirledikleri ve bu gündemlerini nasıl ayarladıkları ile ilgilidir. Bu soru üzerinden araştırılan nokta; muhabirlerin haber bulma tekniğinin ve zorunlu olarak her gün bir konu bildirip bildirmemesinin kaliteli haber üretimine etkisini görebilmektir.

Görüşmeye katılan İHA 1, bir kaşeli çalışan olmasına rağmen her gün editör masasına en az bir tane haber bildirmek zorundadır. Bunun dışında da özel haberler yapmaktadır. Her gün gündem üretmesi ile ilgili konuşan İHA 1 şöyle anlattı:

“Her gün gündem üretmek elbette zor, işimizden soğuttuğu dönemler oluyor. Çünkü her gün bir şeyler söylemek zorunda kalıyoruz, her gün yeni bir şeyle gündem bulmak zorunda kalıyoruz. O sebeple işini de tam istediğin gibi yapamıyorsun. Her gün gündem belirlemek zorunda kalınca aslında üretim kalitesi düşüyor. Bir baskı oluşturduğu için çok rahat çalışmıyoruz. Bir olay olmadan olay yaratmaya çalışmak gibi geliyor bana.”

Her gün yeni gündemler bulmak için internet sitelerini incelediği belirten İHA 2, döneme uygun gündemler ayarladığını aktardı. Örnek olarak; kış mevsiminde kombi bakımı, araba bakımı gibi konulardan haber ürettiğini belirtti. Yine internet sitelerinde insanların yaptığı paylaşımlardan yola çıkarak haber topladığını anlattı. Ancak her gün zorunlu olarak gündem bulması ve o gündem üzerinden çalışması, iş kalitesini düşürdüğünü aktaran İHA 2, “Bazen basit denebilecek haberler de yapıyoruz. Çünkü her gün nitelikli haber bulunmuyor. Her gün çok güzel konularla gelemiyoruz. O yüzden günü kurtarabilmek için bazen basit haberlerle günü kapatıyoruz ama bu süreçte tabii ki beynimizi de yoruyoruz. Sonuç olarak her gün gündem belirlemek çok zor bir iş. Bazen çıldırma noktasına geldiğim dahi oluyor. Günde 5-6 saat yürüyüp hiç haber bulamadığım oluyor. Bir süre sonra psikolojik yorgunluk oluşuyor. Bazen uçsuz bucaksız bir denizin ortasında hissediyorum” dedi.

İHA 3, bir kadrolu çalışan olduğu için basit gündemler belirtmemektedir. Gündemler ulusal haber niteliğinde olmalıdır. Her sabah 7 gibi gündem aktaran gazeteci, bir süre sonra önce yapmış olduğu haberin detayına girerek yeni haberler ürettiğini

söyledi. Örneğin, 5 ölümlü bir trafik kazasının haberini bundan 2 ay önce kullanmıştır. 2 ay sonra da o ailelerin durumunu aktararak bir haber üretim çabasına girmektedir. İHA 3, yerel basını İHA'nın beslediğini belirterek, “İl olarak her gün belli kotalar üzerinde haber üretmek zorundayım. Çünkü bir yerel gazete sahibi bize abone olduğu için personel çalıştırmıyor ancak ajansı personeliymiş gibi düşünüyor” dedi.

Diğer yandan İHA 4, her gün gündem bulmak zorunda olduğunu ancak eğer bazen gündem belirlemediği halde kurum tarafından bir baskı oluşturulmadığını aktardı. Bu durumlarda gazeteci, “Elimde kesin bir gündem yokken, editöre ‘buradan telefon bekliyorum’, ‘dün bunu yaptım ve az sonra servis yapacağım’ şeklinde cevaplar vererek günümü kurtarıyorum. Ancak o anda söylediğim şeyi gün içinde kesin yapıyorum. İlla da gündem bulacaksın, mutlaka bulacaksın gibi bir baskı söz konusu değil” dedi.

Yaşadığı şehrin büyük olması sebebiyle sabah ellerinde gündem olmasa da gün içinde siyasetçi, sivil toplum örgütleri gibi kurum ve kuruluşların basın toplantısı, ziyaretleriyle günü kapattığını söyleyen İHA 4, bazen o da olmayınca şehrin önemli mekânlarına olan turist akımını ya da pazar fiyatlarını haberleştirdiğini söylemektedir.

Bazı muhabirler, her gün gündem düşünmezler. Polis, jandarma, trafik gibi emniyet güçlerini arayarak gündem oluştururlar. Ya da tanıdığı birlik, oda veya sendikaların başkanlarıyla olan sıcak ilişkilerini kullanarak her gün otomatik haberler bulabildiklerini aktarmaktadırlar. Onlara göre; haberciliğin ilk ve en önemli ipucunun ilgili kişileri tanımak ve kendini tanıtmak olduğunu belirtmektedirler.

Bazı gazeteciler, ülke gündemini takip ederek kendi çalışma gündemlerini ayarlamaktadırlar. Örneğin, Türkiye’de şu anda herkes fiyat pahalılığı hakkında konuşursa muhabirler de fiyat pahalılığı üzerine çalışmalıdırlar. Ancak burada kurumun politikasına uygun olarak, her şey pahalıyken pazardaki en uygun fiyatta olanın haberinin yapıldığı ya da çok şey ucuzken en pahalısının haberinin yapıldığı aktarılmaktadır. Haberi nasıl kurgulayacağı ise genelde muhabirin kendisine kalmaktadır. İHA 6, gündem yaratmanın gazetecinin bakış açısına bağlı olduğunu söyleyerek, “İnsanların elinde bir kaşık var mesela. Bu kaşığın sapı ince ve uzun. Senin arkadaşın bunun haberini yapmış. Senin arkadaşın bu kaşığın sapını yazmış. Sen bu kaşığın ucunu tutmalısın. Başkası da kaşığın renginden, üretim yerinden,

ülkeye katkısından, günlük hayatımızdaki kolaylığından bahsedebilir. Bu biraz da gazetecinin bakış açısına bağlı’’ demektedir.

Bazı muhabirler uzaktan çalıştıkları için gündem vermek zorunda değildirler. Ancak yine de günlük olarak belli bir sayıda haber üretmektedirler. Diğer yandan İHA 9, her gün sahaya inerek yeni haberler üretmektedir. Bir zorunluluk hissiyatı yaşamadan rahatça ama kaliteli haber üretiminin daha önemli olduğunu aktarmaktadır. Ancak kurumun istekleri üzerine yine gündem yaratmak zorunda olduğunu belirtmektedir. Bunun için bazen bir günde birden fazla özel haber üreterek stokladığını ve her gün editör masasına birer birer aktardığını belirtmektedir.

Gündem belirlemenin meslek hayatına çok olumlu yanları olduğu belirtilmiştir. İHA 10 ve İHA 11, her sabah yapılan toplantıya bildirilen gündemler üzerine konuşulduğu ve bir konudan yeni konular çıktığını aktarmaktadır. Ayrıca bir gazetecinin aktardığı konuyu nasıl daha güçlü hale getireceği ve ülke gündemine uygun olarak hazırlayabileceği konuşulmaktadır. Bu da gazetecilerin habere olan bakışını değiştirmektedir.

Öte yandan AA muhabirleri de her gün editörlerine gündem getirmemektedir. Ancak gündem bildirildiği zaman AA 1’in aktardıklarına göre kendi bildirdikleri gündemler üzerine konuşularak yapıp yapılmayacağı konusunda kadar kılınmaktadır. Eğer yapılacaksa kurumca ve ülke gündemine göre uygun haberin tutabileceği değerlendirilmektedir. Genellikle ilgili amir muhabirlere gündem bildirmektedir.

AA 2, her gün gündem belirlemek zorunda değildir. Ancak her gün haber üretmektedir. Kendisine ayrılan iş bölümünde genellikle her gün hazır programları gerçekleştirmektedir. Dolayısıyla gündem bildirmemesine rağmen yaşadığı şehrin yoğunluğu nedeniyle haber sıkıntısı yaşamamaktadır. AA 3 ise her gün gündem belirtmek zorunda olduğunu söylemiştir. Görevlendirildiği alanda hem kendi gündemini üretmekte hem de diğer ülkelerde çalışan AA muhabirlerinden gündem toplamaktadır. Bu gündemler ise önceki geceden aktarılıp sonraki sabah toplantıda konuşulmaktadır. AA 3 bu konuda şunları belirtmiştir:

“Mesela Amerika’da bir muhabirimiz var. Biden’in bir toplantısı olacaksa veya Beyaz Saray’da bir toplantı olacaksa onu belirler. Rusya’daki muhabir neyin takip edileceğini belirler. Biz buradan Brüksel’de bir gelişme var mı onu takip ederiz. Bir gün önceden mesela ben Yunan Dışişleri Bakanlığının internet sitelerine bakarım. Eğer Yunanistan’a gelecek gidecek veya onların yapacakları bir ziyaret varsa ve bu ziyaret önemliyse onu belirlerim. Herkes aslında takip ettiği bölgenin gündemini belirler. Sonra onların hepsi ana masanın gündemi olur.”

AA, her sabah abonelerine günlük olarak bir genel gündem bildirdiği için muhabirlerden de gündem toplamakta olduğunu söyleyen AA 4, gündemleri her gün 11.00-12.00 saatleri arasında tartışılıp çalışmaya konulduğunu belirtmektedir. AA 5, gündem bildirmek ve ayarlamak konusunda sorun yaşamadığını belirtmektedir. Çünkü çalışma bölümünün haber planları önceki gün belirlendiği ve ilgili kurumlar tarafından muhabire aktarıldığı için, gazeteci bu konuda sorunla karşılaşmamaktadır. Ayrıca AA tarafından sıklıkla özel haber istenmediği için de muhabirlerin ayda sadece 3-4, haftada ise 1 özel haber yapmaları yeterli bulunmaktadır. Bu da üretimin kalitesinin düşmemesine olumlu katkı sunmaktadır. AA 6’nın aktardıklarına göre ise, Covid-19 salgınından önce her gün gündem belirlemek gibi bir zorunluğunun bulunduğunu ancak artık bu durumun ortadan kalktığını belirtmektedir. Yine de yetkililer, muhabirlerden her zaman üretim beklemekte ve sözlü olarak bu beklentilerini dile getirmektedirler. Ayrıca kendisine göre her gün gündem belirleme baskısı bir muhabirin çalışma potansiyelini ve yaratıcılığını bozmaktadır.

### ***5.1.1.3.Haber toplamada dijital ve geleneksel sistemler***

“Çalışma hayatı” kategorisinin üçüncü ve son sorusu muhabirlerin haber toplama sürecinde geleneksel haber toplama sistemleri ve son yıllarda yeni gelişen haber toplama sistemlerinden nasıl faydalandıklarını öğrenmektir. Ayrıca bu sistemler haber üretim sürecinin nasıl değiştiğini ortaya çıkartmaktadır. Geleneksel haber toplama sistemleri; haberciliğin kökünde orta çağın sonlarında ortaya çıkan mektuplaşmalara dayanmaktadır (Koşar, 2015). Mektuplaşma, yürüyerek haber kaynağına ulaşma, haber bilgilerini not defterine yazma, yurt dışından gelen yolcular aracılığıyla haber bilgisine ulaşma gibi haber toplama teknikleri, geleneksel haber üretme sistemleri olarak açıklanabilmektedir. Dijital sistemler ise, gelişen teknolojinin haberciliğe olan katkısıdır. İnternet, akıllı telefonlar, sosyal medya hesapları, ses ve görüntü kayıt cihazları gibi yeni

teknolojileri kullanarak haber bilgisine ulaşabilme bu çalışmada dijital haber toplama sistemleri olarak belirtilmektedir.

Haber toplama sürecinde geleneksel ve dijital teknolojinin kullanımı ile ilgili genellikle muhabirlerin, günümüzde dijital teknolojiye yöneldiği belirtilmektedir. Yıllardır mesleğin içinde olan muhabirler ise zamanla haber toplamada kullanılan araçları değiştirmiştir. Bir dönemler mektup, basılı basın açıklaması, saatlerce yürüyerek haberin kaynağına ulaşan muhabirler de artık kullandığı mesajlaşma uygulamaları üzerinden haber bilgisi almaktadırlar. Basılı dokümanlar ya da mektuplardan ziyade haber bilgisini daha çok e-posta aracılığıyla toplamaktadırlar. Mesela mesleğe yeni başlayan ve teknolojinin içinde başlangıç yapan gazeteciler; eski sistemleri, sektörde yıllardır çalışan muhabirlerden az kullanmaktadırlar. Ancak Bangladeş ve Türkiye’de yapılan mülakatlarda, ajans haberciliğinde hala ‘yürüyerek haber kaynağını bulma’ alışkanlığı devam etmektedir. Diğer yandan bazı muhabirler, akıllı cep telefonları, bilgisayar ya da ses kaydı cihazlarının yanı sıra bazen haber bilgisini yazabilmek için geleneksel sistemlerden kalan doğrudan not defterini kullanmaktadır.

İHA 1, haber toplamak için zaman zaman şehrin yollarında yürüdüğünü belirtmiştir. Bunun dışında herhangi bir geleneksel yöntemi kullanmamaktadır. Ancak dijital teknolojiden olabildikçe faydalanmaktadır. Haber bilgisini, not defteri üzerine değil, cep telefonlardaki dijital not defterine yazmaktadır. İnternetteki arama motoru üzerine kiminle röportaj yapacağını arayan ve erişim bilgisini alan muhabir, sosyal medya üzerinden haber kaynağını da aramaktadır. Telefonla ses kaydı alırken, haber fotoğrafını ve bazen gerektiğinde haberin görüntüsünü bile telefon kullanarak çekmektedir.

İHA 2, telefona not dahi almamaktadır. Direkt ses kaydı almakta ancak bazen haber bulmak için yürümektedir. Çünkü kendisine göre gözlem bir gazetecinin en büyük silahıdır ve gözlem yapmak için yürümek şarttır. “Akıllı telefonlar olmazsa ajans haberciliği yapabilmek bu çağda mümkün değildir” diyen muhabir İHA 2, mesleğe başlamadan önce Facebook kullanmadığını ancak daha sonra meslekte ilerlemek için Facebook kullanmanın çok önemli olduğunu görmüştür. İHA 2 şunları söylemiştir: “Facebook her kesime hitap ettiği için haber üretme konusunda bana çok yardımcı oluyor. 60 yaşındaki bir kişi Instagram kullanmayabiliyor ama Facebook’ta başından geçen bir olayı anlatabiliyor. Başından bir dolandırıcılık olayı geçtiyse bunu Facebook’ta paylaşarak, yaşadığı sıkıntıyı dile getirebiliyor. Onun bu

paylaşımı sayesinde biz de ona ulaşarak durumun detaylarını öğrenebiliyoruz ve bunu haber yapabiliyoruz.” Ayrıca “İnternet olmadan bu meslek yapılmaz” diyen muhabir, haber toplamak için yüzde 90 yeni teknolojilerinden faydalandığını söylemiştir.

İHA 3, teknolojik gelişmelerin bir muhabirin işini kolaylaştırdığı gibi aynı zamanda bazı zorluklar da getirdiğini belirtmektedir. Haber ajanslığı için ‘hız’ çok önemli olduğu için muhabirler sürekli bir üretim içinde bulunmaktadır. Teknoloji üzerinden geçen haber akımını yakalayabilmelerinin muhabirler için hayli güç olduğunu ve zaman zaman kalitesiz ürün sunulmasına neden olduğunu aktarmaktadır. İHA 3, “Bazen aynı anda bir Facebook, bir Whatsapp, bir e-posta bir de bir telsizden ayrı ayrı haber geliyor. Hangisini bırakıp hangisine gideceğinizi bile düşünemezsiniz. Bu sizi strese sokuyor. Düşünmeden her şeyden az az olsun diyerek kalitesiz ürün sunmak zorunda kalıyorsunuz. Ama eskiden bir haberi saatlerce, gerektiğinde günlerce düşünerek, araştırarak hazırlardık. Amaç kaliteydi, ancak şimdi amaç hız ve bol haber oldu” dedi.

Geleneksel haber toplama sistemlerinden sadece ‘yürümenin’ kaldığını belirten İHA 4, her şey için dijital teknolojiyi kullanmaktadır. Kendisinin dijital çağda dünyaya gelmesinin ise yetkinlik açısından katkı sağladığını belirtmektedir. Çünkü kendisi habercilikte ‘geleneksel haber toplama sistemleri’ kavramlarını görmemiştir. Mesleğe başladığından beri yeni teknolojileri kullanmaktadır. İHA 4, “Ben o daktilo dönemlerine vs. yetişemedim. Bilgisayarım da deşifre ediyorum, çözüyorum, yazıyorum. Haber haline getiriyorum” dedi.

İHA 5, 10 yıllık meslek hayatında her zaman yanında bir not defteri bulundurmaktadır. Önemli zamanlarda telefonun çeşitli sebeplerden dolayı kapanabileceğini düşünerek bunu yapmaktadır. Mesleğe başladıktan sonra kasetli kameraları kullanan muhabir artık drone kullanmaktadır. Sosyal medyanın haberciliğini kolaylaştırdığını düşünen gazeteci, artık haber toplamak için yüzde 80 dijital teknoloji kullanmaktadır.

İHA 6’ya göre; haber peşindeyken gezmek bir muhabir için en büyük haber kaynağıdır. İnternette dolaşmaktan ziyade gezerek şehrin sokaklarını gezen muhabir daha sağlam haber bulabilmektedir. Ancak yine de gezerek bulduğu haberi çekmek, kurgulamak, deşifre etmek, yazmak ve göndermek gibi büyük fiili işlemlerin ardında dijital teknoloji yatmaktadır.

Eskiden habere konu olacak bir kişi konuşma yaparken muhabirler not defterine önemli sözlerini yazmaktaydı. Ancak günümüzde muhabirler bu yöntemi pek kullanmamakta bunun yerine ‘timecode’ kavramını kullanmaktadır. Örneğın, konuşma yaparken muhabir video ya da ses kayıt cihazlarını açık bırakıyor. Konuşmacı devam ederken muhabir önemli buldukları yerin sözünü yazmıyor ancak kamera ya da telefondaki dakikasını not alıyor. Daha sonra geri dönerek o video ya da ses kaydını açarak not aldığı dakikaları haberleştiriyor. Bu bilgileri aktaran İHA 8, “Artık bir habere gidemeseniz bile illaki bir internet sitesinde ya da bir sosyal medya hesabında görebilirsiniz. Oradan alıp da kendinize göre aynı haberi yeniden üretebilirsiniz. Teknolojik sebeplerden dolayı meslek bu kadar daraldı” diye aktardı.

Bazı muhabirler, ses kaydı almak yerine doğrudan sözleri deşifre ederek metne çeviren uygulamaları kullanmaktadır. Bu yöntem hız konusunda gazeteciyi her zaman önde tutmaktadır. “Ben bir basın toplantıdayken eskisi gibi eliyle yazan birini görmüyorum” diyen İHA 9, masa başında çalışmaya karşıdır. Sokağa çıkarak mahalledeki, sokaktaki insanlarla tanışmak, beraber çay içmek, sohbet etmek bir gazeteciye, oturarak internette haber bulmaktan çok daha fazlasını vermektedir. Haber gönderen kurum ya da kişilerin de artık dijitale döndüğünü ve kısa yolla hızlı bir şekilde haber bilgisini gönderme eyleminde bulunduğunu belirtmektedir. Eskiden habercilikte masa üstünün yerine laptop kullanımın lüks olduğu aktaran İHA 10 ve İHA 11 ise artık hızı yakalayabilmek için laptop yerine cep telefonlarıyla haber üretildiğini söylemektedir. Çünkü gazeteci, bulunduğu yerden haber servis etmelidir. Yoksa piyasada her zaman geride kalacaktır. “Ben sadece önemli tarihleri not defterine yazıyorum. Bunun dışında dijitalim” diyen İHA 12, bundan 10 sene önce bile geleneksel haber toplama yöntemlerinden faydalananlar varken ajansların çok hızlı bir şekilde dijitale döndüğü aktarmaktadır.

Öte yandan Türkiye bayrağını taşıyan haber ajansı AA’da da durumlar aynıdır. Geleneksel haber toplama yöntemlerine başvurmayan muhabirler, haber kaynağına ulaşması, haber toplaması, kurgulaması, yazmasından başlayıp okuyucuya kadar artık tamamen dijital ortam üzerinden haber sunmaktadır. “Bir haber için sadece bir Whatsapp

mesajı yeterlidir” diyen AA 2’ e göre, günümüzde her şey dijital ortama taşınmış vaziyette ve ajans muhabirleri bundan olabildiğince faydalanmaktadır.

Haber kaynağı olarak dijital ortamlardan Twitter’i yoğun kullanan gazeteci AA 1 ve AA 3, artık habere gitmeden masa başında her gün onlarca haber üretilbileceğini aktarmaktadır. AA 3’ün aktardıklarına göre; muhabirler habere sadece bir fotoğraf ya da görüntü çekmek için gitmektedir. Çünkü haber bilgisinin, ilgili kurum tarafından Twitter üzerinden aktarılacağını muhabirler bilmektedirler. Whatsapp grupları, ajans haberciliğini kolaylaştıran en büyük etken olduğunu söyleyen AA 1, “Üretilen ancak haber toplamak için kullanmadığımız teknoloji yoktur” demektedir.

Günümüzde ajans haberciliğinde geleneksel yöntemler olmadan mesleğin yüzde 100 yapabileceğini iddia eden AA 4, Covid-19 salgını döneminde görüntülü olarak katıldığı görüşme ya da röportajlarda bazen not defteri kullandığını söylemektedir. Kendisi, “Brezilya’daki yağmur ormanları ile ilgili bir haber yapacağım zaman, Brezilya’daki bir uzmanla benim evimden kolaylıkla iletişim kurabiliyorum. Mesleğimize olan dijitalin katkısı budur” dedi.

IHA 2 gibi sadece bir akıllı cep telefonu ile mesleği yürütebileceğini düşünen AA 5, geleneksel haber toplama sistemlerinden hiç faydalanmadığını aktarmaktadır. Mektuplaşmanın günümüzdeki ajans haberciliğinde bir yeri kalmadığını aktaran AA 6, yalnızca gelen basılı davetiyelerin mektup olarak düşünülebildiğini belirtmektedir. Bunun dışında sahaya inerek, yürüyerek haber toplamanın bir geleneksel haber toplama sistemi olduğunu kabul eden muhabir, dijital teknolojilerin kullanımı ile ilgili şunları dile getirmiştir:

“Dijital ürünler bizim her şeyimiz. Tabiri caizse elimiz, kolumuz. Eskiden mesela ihbar telefonları olarak haberlere giderdik. Hala istihbarat telefonu alıyoruz elbette ama artık teknoloji çok başka bir hal aldı. Artık her şeyi saniyesinde sosyal medyadan görüyorsunuz. Türkiye’de Twitter çok yoğun kullanıldığı için hemen haberiniz oluyor. Bazı şehirlerin haber sitesi gibi çalışan çeşitli sayfaları da oluyor. Onlar da çok ciddi bilgi akışı sağlıyorlar. Halkın o sayfalara attığı videolara, bilgilere bakarak takip yapıyoruz. Günümüzün gazeteciliğinde ses kayıt cihazı, telefon ve bilgisayar olmazsa olmaz malzemeler. Ben izin günümde dahi bu eşyalarımı her zaman yanımda tutuyorum mesela. Ne olur ne olmaz diyerek kendimi garantiye alıyorum. Dijital ortamlardan yüzde 70 oranında faydalaniyorum diye

düşünüyorum haber üretirken. Yüzde 30'luk bölümü de az önce belirttiğimiz klasik yöntemlere ayırdım. Çünkü yürüyerek haber bulduğumuz da oluyor.’’

### **5.1.2. Haber kaynakları**

Çalışmanın ikinci kategorisi haber kaynakları ile ilgilidir. Bu aşamada görüşmeci, muhabirlerle yaptığı görüşmede; haber üretmek için muhabirlerin kullandıkları kaynakları nasıl elde ettiklerini, muhabir ve kaynağın karşılıklı olarak birbirini bulmalarını, dijital ortam üzerinden gelen habere yönelik yapılan ön denetimlerini, habere kaynağın olumlu ya da olumsuz etkisini, haber kaynağı olarak sosyal medyanın kullanımını, yayınlanmış olan haberin yalan ya da eksik olduğu durumlarda muhabirlerin neler yaptıklarını sormuştur ve bu sorulara yanıt aranmıştır.

#### **5.1.2.1. Kaynak oluşturma**

İkinci kategorinin ilk sorusu muhabirlerin kaynak oluşturmalarıyla ilgilidir. Ayrıca bir kaynağın, muhabir için ne anlama geldiği sorulmuştur. Bu konuda muhabirler genellikle sosyal medya aracılığı ile kaynak oluşturduklarını belirtmektedirler. Bazen sosyal medyada paylaşılan bir olay hakkında sahaya inerek detaylı çalışmakta, bazen ise doğrudan oradan alıp haberleştirmektedirler. Yoldayken her zaman gözlem yaptıklarını belirten gazeteciler, daha önce haber yaptığı kişilerle yeniden başka bir konuda haber yapmaktadırlar. Ya da bir haber kaynağı aracılığı ile ikinci bir habere konu olacak kaynağı bulmaktadırlar. İnternet siteleri, televizyonlar haber bültenleri de ajans muhabirleri için birer haber kaynağıdır.

İHA 1, haber için kaynak elde etme konusunda eski ve tecrübeli meslektaşlardan faydalandığını belirtmektedir. İşini bırakıp başka yere giden bir muhabir, gitmeden önce kendisinin tanıdığı tüm kaynakları kendisine yakın bulduğu bir başka muhabire aktarmaktadır. Böylece çalışmaya devam eden muhabirin kaynak deposu daha da güçlendirmektedir. İHA 2, ikinci haber kaynağı olarak en çok ürün satışı yapan internet sitelerini kullanmaktadır. Kendisi bu konuda şunları söyledi:

“İkinci el ürün satışı yapan siteleri araştırıyorum. Oralardan çok kaynak buluyorum. Örneğin tarihi eserlerin satıldığı bölüme dahi giderseniz, size bambaşka konular çıkıyor. Geçenlerde mesela biri ceviz kabuğundan gemiler yapmış. Bunları satıyor. Ceviz kabuğunun içini komple oymuş ve bir sanat eseri haline getirmiş adeta. Her yere de satmaya başlamış. Bu

başı başına bir haber. Ben bu habere işte bu site vasıtasıyla ulaştım. Bu tarz şeylere çok denk geliyoruz. Hiçbir şey bulamazsam hava durumu ile alakalı da bir şeyler üretebiliyorum. Kışın mont satışları artar mesela. Bunun haberini yapabiliyoruz. Aslında çok basit bir haber, bana hiçbir katkısı olmayan bir haber. Ancak ben o gün boş durmadığımı gösterebilmek adına ilgili kaynakla irtibata geçerek bu haberi yapıyorum. Bazen de vatandaşın sesi oluyoruz. Belki bir mahallenin uzun süredir devam eden bir sıkıntısı vardır. Hemen o mahallede bulunan bir kaynakla irtibata geçerek, orada bir topluluk meydana getirip, onlara mikrofon uzatıyoruz. Ses getiren bir habere dönüşüyor bizim bu girişimimiz. Bazen vatandaş konuşurmakta zorlanıyoruz, o zaman da ben olay yerinde gördüklerimi yazıyorum. Haber kaynaklarımı genelde bu yöntemlerle bulmaya çalışıyorum.”

İHA 3, kaynak bulmaktan ziyade doğru kaynağı bulmanın daha önemli olduğunu söylemektedir. Çünkü muhabir ve kaynak arasındaki iletişimin etkin olması halinde doğru haber çıkmaktadır. Bu konuda bir örnek veren muhabir şunları söylemiştir:

“Bülent Arınç’ın bakan olduğu dönemde Çözüm Süreci ile ilgili bir toplantı yapılıyordu. Independent gazetesinin Türkiye’deki temsilcilerinden birisi toplantı dağılmak üzereyken oradaki birine ‘ne oldu?’ diye sordu. Adam da ‘bitti’ diye cevap verdi. Sonrasında Independent gazetesi “Çözüm Süreci Bitti” diye son dakika geçmişti. 15 dakika sonra Bülent Arınç haberi yalanlayarak ‘Çözüm Süreci bitmedi’ diyerek haberi yalanladı. Hâlbuki Independent gazetesinin muhabirinin soru sorduğu kişi, toplantı sırasında çay dağıtan görevliymiş. Ortam gereği de o sırada kravatlı olarak görevini yapıyormuş.”

Mesleğe yeni başlayan muhabirler, her gün sahaya inerek yeni kaynak edinmektedirler. Meslekte kıdemli olanlar ise genellikle bir zamanlar edinmiş oldukları kaynakları ile aralarını sıcak tutarak yıllardır gazetecilik yapmaktadırlar. İHA 4’ün aktardıklarına göre; meslekte yeni olanlar her gün sokağa inmeli ve en az beş yeni kişi ile tanışmalı, kendisinin gazeteci olduğunu anlatmalı, telefon numarasını bırakmalıdırlar. Bu kişiler her gün haberle geri dönemezler ancak bir, iki sene sonra ülkenin gündemini değiştirecek kadar önemli konularla muhabiri arayabilmektedirler. Bu nedenle halka inerek kaynak edinilmesi gerekmektedir.

Halkın yanı sıra muhabirin polis, valilik, belediye gibi resmî kurumlara da gitmesi ve oradaki ilgili kişilerle iletişim kurmalarının, tanışmalarının gerekli olduğunu aktaran İHA 5, “Muhabir ve ilgili kişilerle öyle bir ilişki olması gerekir ki, bir olay yaşanınca muhabirden önce o kişi muhabiri aramalıdır” dedi. “Haber kaynakları haberin kalitesini gösterir” diyen İHA 6 de İHA 5 gibi resmi kaynaklara önem vermektedir. İHA

4 gibi haber kaynakları olarak insan ilişkisine önem veren gazeteci İHA 7, bulunduğu çevrenin ve sosyal medyanın en güçlü kaynaklar olduğunu aktarmaktadır.

İHA 8, insanların basit olarak algıladığı bir konunun ulusal gündem olabileceğini düşünerek ajans muhabirlerinin olaya yaklaşmaları gerektiğini aktarmaktadır. Bu nedenle her şeyin haber olabileceğini belirten muhabir, “Bu nedenle benim için haber kaynağı eşittir, telefon rehberindeki herkeştir” dedi.

Haber kaynağı oluşturmak için muhabir önce oturup hangi konuda haber yapacağına karar vermeli ve buna göre hareket etmelidir. Birçok haber dalından asayiş, politika, mali yatırımları ya da devlet işleri gibi hangi konuda haber yapılacaksa önce ilgili birimle iletişime geçilmesi gerektiğini anlatan İHA 9, “17 Ağustos depremi ile ilgili bir haber yapacağım. Bununla ilgili ‘depremden etkilenmiş bir insanı nereden bulabilirim’ diye düşünüyorum. Örneğin engelli dernekleri var. Oradan iletişime geçebiliyoruz. Ben 17 yıldır gazetecilik yapıyorum. Benim büyük ağabeylerim var. Onlara danışıyorum. ‘Senin bu konuda bilgin var mı?’ diye soruyorum. Meslek büyüklerimizden kaynak bilgisi aldığım oluyor. Bu kaynaklar benim için hayati önem arz ediyor. Kaynak olmadıkça haber olmaz” demiştir.

“Bir muhabir hiçbir zaman ‘benim artık tüm kaynaklarım var, artık oturarak her gün haber yapabilirim’ diyemez. Çünkü bir gazeteci için haber kaynağı oluşturma süreci asla bitmez. Her gün yeni haber için yeni kaynaklara başvurman lazım” diyen İHA 10, haber kaynağının güven istediğini, ilk izlenimin önemli olduğunu söyledi. İHA 10, “Benim ekme paramı kazandırmada kaynaklarımın büyük katkısı vardır. Onların bana güvenmeleri şarttır. Onların söylediklerini benim başka bir şekilde sunmamam ve benden kendilerine zarar gelmeyeceği konusunda emin olmayı isterler. Eğer bu güveni bir muhabir verebiliyorsa kaynak kendiliğinden muhabiri arayıp yeni haber konularını aktarır” dedi.

Kaynak için istihbaratın önemli olduğunu aktaran İHA 11, istihbarat için ikili ilişkilere önem vermektedir. Bunun dışında sosyal medyanın da kaynak oluşturmada büyük katkısı olduğunu aktarmaktadır. İHA 12 ise yaklaşık 25 yıldır meslekte bulunması sebebiyle kaynak konusunda ciddi birikiminin olduğunu düşünmektedir.

Öte yandan AA’da çalışan muhabirler de haber kaynağı bulma konusunda İHA muhabirleri gibi hemen hemen aynı yöntemlere başvurmaktadır. AA 1’in aktardıklarına

göre kaynak oluşumunda en etkin olan şey başkasının tecrübesidir. Meslekte yıllardır bulunan büyüklere danışarak ilgili konuda yeni kaynaklar edinilebilmektedir. Ancak aynı zamanda gazetecilik mesleğinin birazcık ketum olduğunu söyleyen AA 1, sektörde kimse kimsenin kaynaklarını kolay kolay başka bir meslektaşına aktarmaz. Bu nedenle muhabirler internet kaynaklarına başvurmaktadırlar. Bu konuda bir örnek veren gazeteci AA 1 şöyle aktardı:

“Buğday ile ilgili bir haber yapacaksak hemen açıyoruz, bakıyoruz, Buğday Üreticileri Derneği diye bir dernek var mı, başkanı kim diye araştırıyoruz. Eğer böyle bir dernek varsa mesaj atıyoruz, iletişime geçiyoruz. Yoksa Tarım Üreticileri Birliği gibi daha genel bir kurumu aratıp, ona yöneliyoruz. Üniversiteler de bu konuda bize çok yardımcı oluyor. Tarımın yoğun olduğu şehirlerde mutlaka tarımla ilgili bölümler ve akademisyenler vardır. O üniversiteler üzerinden tarım ekonomisi dalında uzmanlaşmış isimlerle irtibata geçerek haber üretebiliyoruz. Dernekler ve akademisyenlerin yanı sıra özel sektör temsilcilerinden de sık şekilde faydalanıyoruz. Tarım üzerine satış gerçekleştiren kişilerden güzel haberler çıkabiliyor. Bunlara da dernekler üzerinden kolaylıkla ulaşabiliyoruz.”

Ancak burada AA 1'in altını çizdiği bir nokta ise dernekler, vakıflar, kurumların halkla ilişkiler gibi birimleri bilgi aktarırken genellikle kendi lehine olanları paylaşmaktadır. Muhabirin yönelttiği soruya cevap verirken talepler dışında birtakım şeyler anlatılabilmektedir. Bu nedenle buradaki dengeyi kurmanın gazetecinin görevi olduğunu belirtmektedir.

AA 2'nin aktardıklarına göre haber kaynakları muhabirlere gelmektedir. Bir kişi ya da kurum kendi başarısını, sorununu ya eksikliklerini basına yansıtmak istediği durumda hemen ajanslara başvurmaktadır. Çünkü ajanslardaki abonelik sistemi üzerinden bir elden çok ele aynı haber ulaşacağı için gelen kaynaklar öncelik olarak haber ajanslarını tercih etmektedir. Muhabirler ise gelen kişilerin haberini değerlendirmekte, hem de gelecek için iletişimi koparmamaktadır.

AA 3, kurumun uluslararası haber masasının muhabiri olarak çalıştığı için yurt dışından nasıl kaynak edindiğini anlatmıştır. AA'da bölge olarak yerel dilleri bilen görevli kişiler bulunmaktadır. Bu görevliler, sürekli olarak ilgili ülkelerin haber sitelerini incelemektedir. Türkiye'yi ilgilendiren ya da Türk basınında kullanılması gereken haberler olursa hemen muhabirlere aktarılır. Muhabirler de sitelerini haber kaynağı olarak ele alarak haberini yapmaktadır.

AA 4, kurumun bir köklü kurum olması nedeniyle haber kaynağı bulma konusunda diğer haber ajanslarından daha avantajlı olduğunu belirtmektedir. AA 4 bu konuda şunları söyledi:

“Biz Anadolu Ajansı gibi köklü bir kuruluş olduğumuz için, zaten hâlihazırda danışılacak bir uzman portföyümüz hazır bir şekilde bulunuyor. Her konuda danışılacak belli bir uzmanımız var. Uzmanlarımızın iletişim bilgilerinin bulunduğu bir datamız var. Bundan çok faydalıyoruz. Bir alanda haber yapacaksak, o alanda uzmanlaşmış akademisyenlere ayrı bir önem veriyoruz. Genelde onları bulmaya çalışıyoruz. İnterneti kullanarak da kendilerine çok rahat bir şekilde erişebiliyoruz.”

İHA'daki muhabirler gibi AA'daki muhabirler de aynı alanda çalışan ve uzmanlaşmış olan muhabirden yeni gelen muhabirler faydalanmaktadırlar. AA 5, ilk olarak işe başlarken bir uzman kişinin çalışma bölümüne ait resmi ve özel kurumlarla kendisini tanıştırdığını aktarmıştır. AA 5, bir gazeteci için kaynağın önemini anlatarak, “Benim için kaynak eşittir haber” demiştir.

AA 6, kaynak için her şeyden önce ilgili kurumların basın birimine danışmaktadır. Basın birimleriyle olan iletişimi neticesinde her zaman faaliyetler konusunda haberdar olabilmektedir. Muhabirin belli bir çalışma alanı olduğu için kendi kaynak sınırını da bilmektedir. Ayrıca kaynakla olan iletişimin sadece haberden ibaret olmaması, özel günlerde, iş olmadığı durumlarda da arayıp sohbet etmenin daha sonraki süreçte büyük katkıları olacağını anlatmaktadır.

#### ***5.1.2.2.Kaynağın muhabiri ve muhabirin kaynağı bulması***

Haber toplarken gazeteciler için en büyük servet kaynaklardır. Görüşmeye katılan muhabirlerin de dile getirdiği gibi kaynak eşittir haber demektir. Bir gazeteci için haberin kaynağı ne kadar sağlam ise haber de o kadar kaliteli sayılmaktadır. Muhabirler meslek gereği haber yapacağı konu ile ilgili uzmanlara danışmaktadırlar. Vatandaşların sesini duyurmak için onları haber kaynağı haline getirmektedirler. Resmî kurumlar ile özel kurum ya da kuruluşlarda muhabirler varsa basın birimini yoksa doğrudan konunun uzmanını kaynak göstermektedirler. Muhabirler için her gün farklı kaynaklar edinmek sıradan bir görevdir. Çünkü meslek bunu gerektirmektedir.

Ancak muhabirler ne zaman nerede ne olduğu hakkında bilgi sahibi olmayabilirler. Bu noktada ise kaynaklar muhabiri bulmaktadır. Kaynağın muhabiri bulma konusu aslında muhabirin var olan çevresi ile ilgilidir. Genellikle kartopu sistemi gibi bir haberin kaynağı muhabire başka haber için yeni kaynaklar gösterir. Bununla beraber bir kaynak, muhabirle görüşmesi için başka bir kaynağa muhabirin telefonunu göndermektedir. Bu şekilde muhabir her gün hem çevresinden hem de çevre dışından birçok yeni kaynakla tanışmaktadır. Örneğin; bir vatandaş dolandırıldı. Dolandırılan kişi mağduriyetini anlatmak ve toplumu da uyarmak amacıyla haber ajansı ofisini aramaktadır. Ya da onun çevresinde muhabiri tanıyan biri olursa ondan telefonu alıp muhabiri aramaktadır. Bu şekilde ise muhabirler yeni haber kaynaklarına ulaşmaktadır.

Muhabirlere göre, insanlar başarısını ya da eksikliklerini aktarmak, yansıtmak için basına yönelmektedir. Basına güvendiği için, eğer bir haber olursa belki sorunu çözülecek umuduyla muhabirle iletişim kurmaktadır. Basına yansıtmak için ise öncelik olarak haber ajanslarını seçmektedir. Çünkü ajanslar abonelik sistemiyle eşit zamanda onlarca gazete, televizyon ve radyoya haber gönderdiği için olay daha çok ve hızlı şekilde yayılmaktadır. Ancak burada muhabirlerin dikkat etmesi gereken çok önemli bir nokta ise, sözlere kanmamaktır. Mağduriyetini dile getirerek gelen kişinin sözüne ispatsız güvenmemesi gerekmektedir. Eğer olaya dâhil başka bir taraf varsa onlarla da iletişime geçmesi muhabirin görevidir.

Çalışmanın bu noktasında muhabirlere sorulan “Sürekli siz mi haberin kaynağını buluyorsunuz yoksa kaynağın sizi bulduğu oluyor mu?”-sorusuna hepsi hemen hemen aynı yanıtı vermektedir. İHA ve AA muhabirleri, kendilerinin haber kaynağını buldukları gibi kaynağın da muhabirleri bulduklarını aktarmaktadır. İHA 1, “Hiç tanımadığımız insanlar dahi bazen bizimle iletişime geçip haber konusu söyleyebiliyor. Bir kere arayan kişi sonrasında sabit kaynak haline de gelebiliyor. Onun haberini yaptığımızda sonraki süreçte bir başka haberin bilgisini de verebiliyor” dedi. İHA 1’in aktardıklarına göre bir kere habere konu olan kaynak bir zaman sonra muhabir için sabit haber kaynağı olabilmektedir. İHA 2 de buna katılarak şunları aktarmıştır:

“Bir esnafı daha önce de haber yapmışızdır, kendisine numaramızı bırakırız. ‘Bir şey olunca bizi arayın’ diye rica ediyoruz. Geçen de böyle bir olay oldu. Bir esnaf büyüğümüz, kapısının önüne su basınca beni aradı ve haber yapılmasını istedi. Bir anlamda haberin kaynağı benimle

irtibata geçerek istihbarat sağlamış oldu. Bir başka kişi de arayıp çocuğunun sınıfının karantinaya alındığını söyledi. Aslında ben bir kere haber yaparak onları kaynak haline getiriyorum, ardından onlar bana sürekli geri dönüş yaparak bir anlamda istihbarat sağlamış oluyorlar.”

İHA 3’e göre; gazetecilikte ikili ilişkiler güçlü olmak zorundadır. Muhabirler her ne kadar uyanık olsa da bazen önemli konuları kaçırabilmektedir. Örneğin, telsiz dinleyen bir muhabir acil bir olay hakkında bilgi aktarılırken dinlemeyebilir. O halde muhabir bu olaya tepkisiz kalacaktır. Ancak eğer polis merkezi ile kendisinin irtibatı güçlü ise o muhabiri göremeyen ilgili polis yetkilisi onu arayacaktır. Yaşanan olaylar hakkında ilk önce 112 acil görevlisinin muhabiri araması kadar güçlü ikili ilişki olması gerektiğini anlatan İHA 3, “Bu durum bir ajans muhabirinin sahada ne kadar etkili olduğunu göstermektedir” dedi.

İHA 7’nin aktardıklarına göre, muhabire dışarıdan her gün yeni konular gelmektedir. Yeni telefonlar ve yeni haber yaptırma ricası gelmektedir. Ancak bir muhabir her şeyin haberini yapmaz. Niteliğine bakarak haber yapar. Ancak bunu yaparken bir konu ile gelen vatandaş ya da ilgili kişiyi asla incitmemesi gerektiğini belirtmektedir. Getirene konunun değersiz olduğu asla söylenmemelidir. Ancak eğer haber olarak kullanılamaz ise ilgili kişiye bunun nedenleri açıkça anlatılmalı ki daha sonra başka konularla gelebilmelidir. Böylece hem o kişinin basına olan saygısı sıcak kalacaktır hem de muhabire gelecekte yeni konular getirecektir. Kaynağın muhabiri bulma konusunun aslında çalıştığı kurumun toplum içinde tanınması ile ilgili olduğu anlatan İHA 8, “Piyasada bulunan birçok basın kuruluşu var. Onlara gitmeden size gelirse bunun ilk nedeni sizin bir haber ajansı çalışanı olmanızla, ikinci ise hangi ajansta çalıştığınızla ilgilidir. Çünkü insanlar sizin çalıştığınız kurumu ne kadar bilirse ne kadar güvenirse size de o kadar yakın davranacaktır” dedi.

Öte yandan AA muhabirleri de İHA muhabirleri gibi genel olarak haber kaynağının ajans muhabirlerini aradığını belirtmektedir. AA 1’in belirttiklerine göre kurumların halkla ilişkiler birimi gazetecileri kendi başarılarını anlatmak için aramaktadır. Bazen de tam olarak hazır haberler gönderilmektedir. Ancak bu haber ya da ihbarları gazeteciler nitelik açısından değerlendirmektedirler ve sadece birkaçı kullanılmaktadır.

AA 2, kaynaklardan gelen haberlerin değerlendirilme sürecinde haberciliğin objektifliğinin asla kaybedilmemesi gerektiğini belirtmiştir. Kendisi bu konuda, “Bazen mağduriyetlerini duyurmak adına, şikâyetlerini dillendirmek için bizlerle irtibata geçip haber yaptırmak isteyenler oluyor. Eğer haber güzel bir konuyu içeriyorsa, adrese giderek haberimizi yapıyoruz. Ancak haberleştirirken elbette objektif bir bakış açısıyla bunu yapıyoruz.” dedi.

AA 3, bazen kurumun uluslararası haber servisi masasına ülkelerin büyükelçiliklerinden arayıp faaliyet hakkında bilgi verdiğini söylemektedir. AA 4 ise, genellikle muhabirin haber kaynağına ulaştığı ancak haber kaynağı tarafından kendisini pek aranmadığı belirtmektedir. AA 5, “Doğrudan beni arayanlar oluyor, ‘şu haberi yapabilir miyiz?’ diye soranlar oluyor. O tarzda da birçok haber yapıyoruz. Ama elbette seçici davranarak bu haberleri yapıyoruz” derken AA 6, “Yaptığım haberlerin yüzde 50’sini ben buluyorum, kalan yüzde 50’si ise beni buluyor” şeklinde durumunu özetledi.

### ***5.1.2.3.Haberlerin denetlenmesi***

Haber ajansı muhabirleri, meslek gereği sahaya inerek haber toplamaktadır. Bir diğer yandan ise haber kaynakları da bazen ilginç haber konularıyla ajans ya da muhabirlere danışmaktadır. Bu iki yöntemin dışında haber toplamanın üçünü bir ayağı ise yazılmış ya da çekilmiş olan hazır haberlerin muhabirlere gönderilmesidir.

Kurumsal haberler genellikle muhabirlere yazılmış veya videosu çekilmiş bir şekilde mesajlaşma uygulamaları ya da e-posta gibi dijital ortamlar üzerinden gönderilmektedir. Kurumlar, bu haberleri hazırlarken öncelik olarak kendi menfaatini öne çıkartmanın yolunu bulabilmektedir. Bunun dışında sıradan ancak uyanık davranan bazı vatandaşlar, çevrelerinde yaşanan olayları, ellerindeki cep telefonlarıyla kaydederek, anlatarak muhabirlere göndermektedir.

Kurum ve vatandaşların genellikle hazır bir şekilde gönderdikleri bu haberleri, muhabirler bir süzgeçten geçirerek yayın için kullanabilmektedirler. Ancak burada önemli bir soru ise, muhabirlerin bu şekilde gelen haberleri neye göre kullanıp kullanmayacağına karar vermesidir. Muhabirler, hazır olarak gelen haber üzerine kesinlikle bir genel denetim yapacaktır. Çünkü gelen haberde haber değerinin bulunması,

haber etiğine ve ahlakına uygun olup olmaması gibi durumlar tartışmasız denetlenmelidir. Ancak bu çalışmada söz edilen “denetim” kelimesi, haber değerinin olması halinde muhabirlerin başka sebepten dolayı haberi kullanıp kullanmayacağını anlatmaktadır.

Bu sebepler bazen muhabirin kendi siyasi düşüncesinden kaynaklanabilmektedir. Çalıştığı kurumun yayın politikasından da kaynaklanabilmektedir. Ülkenin gündemine göre, siyasi ortamın medyaya olan baskısı ya da serbestliğinden kaynaklanabilmektedir. Gelen haberlerde kamu yararından daha çok reklam içerip içermemesinde belirleyici olabilmektedir. Ayrıca muhabirin kişisel olarak habere konu olan kişi ya da gruba olumlu ya da olumsuz bakışı da süreçte etkili olabilir.

Bunu anlayabilmek için muhabirlere sorulan soruya hem İHA hem de AA muhabirleri genellikle, “Denetim var ve bu denetim kurumun yayın politikasına uygun yapılmaktadır” diyerek yanıt vermiştir. Muhabirler, haberde öncelikli olması gereken 5N1K şartını aramaktadır. Fotoğraf ya da vatandaşın çektiği görüntünün kalitesi haberin yayınlanmasında önem taşımaktadır. İHA 1’in aktardıklarına göre, her şeyden önce haberin kurumun yayın politikasına uygun olup olmadığı incelenmektedir. Eğer yayın politikasına uygun değil ancak konu çok önemli ise o halde haberin kullanılıp kullanılmaması üst düzey yetkililere bağlıdır. Kurum, kendi yayın politikasına uygun olmadığı halde haberin önemliliği açısından yayınlamak zorunda kalırsa, o haber “23.00 haberi” denilen kategoride kullanılmaktadır. “23.00 haberi” ise, gece ortasında az okura ulaşacağını bildiği için ajans kendi sorumluluklarından kurtulmak için böyle bir yöntem başvurmuştur. Öte yandan bazen pek kamu yararı olmayan ancak toplumu da olumsuz etkilemeyen konularda, gönderen kişiyi kırmamak adına haberin kullanıldığı belirtilmiştir. Kurumun yayın politikası nedeniyle hazır gelen bazı haberleri kullanamadığı açıklayan İHA 2, şöyle bir örnek verdi:

“Siz muhalif bir haber ajansıysanız, sürekli iktidarı eleştiren haberler yapabilirsiniz. Ama biz hükümete daha yakın bir haber ajansı olduğumuz için, her seferinde hükümeti eleştirecek haberlere yer vermiyoruz. Bu tür haberlerden genellikle kaçınıyoruz. Mesela bu aralar ekonomi biraz sıkıntılı durumda. Vatandaşın tepkisini ön plana çıkaran haberler geliyor elbette. Kurumumuzun yayın politikası gereği bu tür haberlerden uzak duruyoruz.”

İHA 5, tanıdıkları kanallardan gelen haberlerin teyitsiz kullandığını, ancak tanımadığı kişilerden gelen haberi kesinlikle teyit ederek kullandığını açıklamaktadır.

İHA için kullanacağı haber görüntüsünün önemli olduğunu anlatan muhabir, “Eğer kötü görüntü ise bir daha gidip çekemez isek o halde haberi kullanmıyoruz. Ama konu güzel ise biz gelen haberi ‘hazır haber’ değil de bir ihbar niteliğinde düşünerek gidip yeniden çekebilirsek haberi kullanıyoruz” dedi. İHA 6, gelen haberleri hazırlayıp yayın için gönderirken haberi kimin gönderdiğine baktığını belirtmektedir. Kişi sıradan biri ise haberi geçmediğini, ancak gönderici önemli biri ise haberin bir ucundan tutarak kullanmaya çalıştığını belirtmektedir. İHA 7’nin belirttiklerine göre, eğer hazır olarak gelen haber gündemle uyumlu ise ancak o zaman kullanılmaktadır. Bunu yaparken de yine diğer meslektaşları gibi ajansın ilkelerini kollayarak yapmaktadır. İHA 8, hazır olarak gelen haberin dilini değiştirip yumuşatarak da olsa genellikle haberi kullanmayı tercih ettiğini açıklamaktadır. İHA 9, haberin ne ile ilgili olduğuna bağlı olarak genellikle hazır gelen haberi, yeniden üretmek için sahaya inmeyi tercih ettiğini aktarmaktadır. Kendisi bu konuda, “Mesela bir video geldi. Asayiş konusu. Emniyeti arayıp doğruluyorum. Yani haberi doğrulatmadan haberi asla yayınlamıyorum. Bir kişi gelse ben mağdurum dese bile bana, karşı tarafı bulup doğruluğunu araştırıyorum. Nereden gelirse gelsin, hiç fark etmiyor. Bir haberi en detayına kadar öğreniyorum. Yani kaynak ne kadar güvenilir olursa olsun haberdeki kişilerin isimlerini bile Google’den arıyorum” diye belirtti.

Öte yandan Anadolu Ajansı muhabirleri de İHA muhabirleri gibi hazır olarak e-posta ya da diğer dijital ortamlardan gelen haberi bir denetimden geçirmektedir. Muhabirlerin aktardıklarına göre, bu denetimi yaparken öncelikle kurumun menfaatini düşünmektedirler. AA 1 bu konuda konuşurken her gün kendilerine yüzlerce e-posta geldiğini belirtmektedir. Ancak bunun başlıklarına bakarak çarpıcı bir şey olursa o halde detayına kadar okuduğunu anlatmaktadır. Yani AA 1’e gelen birçok haber okunmadan siliniyor. Detayına bakılan haberler ise yine bir süzgeçten geçiriliyor. Çünkü muhabire göre başlık ve içerik bazen yanıltıcı olabilmektedir.

AA 2, bir haber ajansı muhabiri olarak denetim yapmak zorunda olduğunu söyledi. Gelen haberi kimin ne amaçlı gönderdiğini anlamanın bir muhabirin görevi olduğunu belirten gazeteci, “FETÖ gibi terörist oluşumların propagandasını yapmaktan olabildiğince kaçınmak zorundayız. Bunu yaptığımızda büyük sıkıntılarla karşılaşabiliriz. Bu yüzden tarama yapmak ve iyi bir istihbarat süreci yürütmek zorundayız” dedi.

AA 3 ve AA 4, ön denetimin kurumun yayın politikasına göre ayarlandığını belirtmektedir. AA 3 bu konuda, “Ön denetim var tabii ki. Anadolu ajansı devletin bir haber ajansı olduğu için bir yayın politikası var. Bu yayın politikasını zaten burada çalışan herkesin biliyor olması gerekiyor” derken AA 4, “Anadolu Ajansı’nın belli bir yayın politikası var. Ajans siz işe başlarken zaten bir kâğıt vererek bu konu hakkında geniş bir bilgi veriyor. Bu kapsamda bize gelen çoğu maili biz zaten haber olarak geçmiyoruz” şeklinde konuştu. AA 5, gelen hazır haberleri sadece tanıdığı kurum ya da kişilerden geldiği durumda kullandığını açıklamaktadır. Bunun dışında gelen e-postalar dikkate almadığını söyleyen gazeteci, ancak e-posta bir devlet kurumundan gelirse yüzde 100 kullandığını aktarmaktadır.

Ön denetimi kabul eden AA 6, muhalif siyasi partilerle ilgili gelen hazır haberler hakkında bilgi aktardı. Gazeteci bu konuda, “Biz mesela muhalif kanadı temsil eden haber sitelerinin yayınlamak isteyeceği, içinde hakaret olan temelsiz suçlamalar olan konulara yer veremiyoruz. Bu konuda bizim katı kurallarımız bulunuyor” dedi. Ayrıca gazeteci AA 6 da, sıradan bir vatandaşın gönderdiği bir konunun içeriğine bakarak çok ilgi çekici bulunduğu durumda kullandığını, gerekirse olay yerine giderek yeniden çektiğini belirtmektedir.

#### ***5.1.2.4. Muhabir ve kaynak arasındaki ilişkinin habere olan etkisi***

Haber ajansı muhabirleri, üretim yaparken onlarca kişi ile tanışmaktadırlar. Bu kişiler zamanla muhabirin habere katkı sunacak sabit kaynakları haline dönüşebilmektedir. Bu kişiler, muhabirlerle olan iletişim doğrultusunda zaman zaman çevrelerinde yaşanan haberlik olayları aktarmaktadırlar. Aylardan yıllara kadar uzanan bu muhabir ve kaynak ilişkisi bir süre sonra samimiyet, duygu birliği ve taraftarlığı oluşturabilmektedir. Örneğin; bir muhabir bir kaynağı çok güvendiği için onun gönderdiği her haberi teyit etmeden servis edebilir. Bu durumdan yola çıkarak muhabir ve kaynak ilişkisi belli bir süre sonra karşılıklı çalışmaya da dönebilmektedir. Yani muhabirin kaynağı yararına hareket edebilme ihtimali meydana gelirken kaynak da muhabirden habersiz ya da bilinçli olarak bazı konularda yanıltıcı olabilmektedir. Aynı zamanda muhabirler bazen samimiyetten dolayı bilinçli olarak kaynağa fayda sağlayacak haber yapabilmektedir.

Çalışmanın bu aşamasında gazetecilere sorulan soru üzerinden sözü edilen muhabir-kaynak ilişkisi incelenmiştir. Bu samimiyetten dolayı gazetecilerin profesyonel çalışmalara herhangi bir etki bırakıp bırakmadığı incelenmiştir. “Haber kaynakları, bir haberinizi olumlu ya da olumsuz nasıl etkileyebiliyor?” -sorusuna İHA ve AA muhabirleri bazı noktalarda benzer bazı noktalarda ise farklı yanıtlar vermiştir. İHA 1, öncelik olarak kaynaklarla samimi bir ilişkinin haber toplama konusunda çok olumlu etkisi olduğunu söylemektedir. Ancak bazen aşırı derecede olan samimiyetin profesyonelliği bozabildiğini de kabul etmektedir. Kendisi bu konu ile ilgili, “Kaynakla samimi olmanın olumsuz tarafına bakarsak, bazen çok samimi olduğumuz için bazı yaptığımız haberlerle alakalı ‘şunu yayınlama, bunu yayınlama, bunu sil, bunu şöyle çek’ gibi taleplerle gelebiliyor. Belki ben de aramızdaki samimiyetten dolayı haberin içinde onu korumak için olumsuz bölümlerini kesebilirim. Bazen samimi olduğumuz kaynağın zarar görmemesi adına çeşitli önlemler ve kırpımlar yapabiliyoruz haber içinde. Sonuç olarak bu konuda elbette bir kurgu var. Kaynağı kaybetmemek için bunlar olabiliyor” şeklinde konuştu.

İHA 4, bu konuda BBC’nin yayınladığı muhabirlik kitabından alıntı yapmaktadır. Gazeteci İHA 4, “BBC muhabirlik el kitabında, ‘Birinci dereceden yakınlarınızla haber kaynağı ve haber muhatabı olmayın. Çünkü ister istemez habere duygu ve hissiyatlar kaçabilir. Yani siz şimdi babanızla ilgili bir haber yapıyorsanız mutlaka babanızın tarafını tutarsınız. Yani bu sizin kendi kurduğunuz bağ ile ilgili bir durum’ diyor. Muhabir ile kaynağın ilişkisi birinci derecede değildir. Ancak yıllardır var olan samimiyetten dolayı etkilenme olasılığı yüksektir. Bir muhabir bundan kaçınmalıdır” demektedir.

İHA 6’nın aktardıklarına göre, bir kaynakla birden fazla kez haber yapmaya çalışıldığında ikincisinden sonra kaynak, her zaman kendi reklamını yapma yoluna girecektir. Bu duruma muhabirin dikkat etmesi gerekmektedir. Kendisine göre, kaynağı bozmadan onun istediği şeyleri kaydetmenin bir zararı yoktur. Ancak daha sonra haber ve görüntünün kurgu işlemini gerçekleştirirken muhabir, gereksiz konuşmaları atmalıdır. Diğer yandan kaynak da bazı noktalarda bilinçli olarak aktardığı gereksiz bilgilerin farkında olduğu için muhabire dönerek sorgulama yapmayacaktır. İHA 6’ya göre haber, insanların aklında çok kısa süre kalan bir eylemdir. Dolayısıyla kaynak da zamanla unutacaktır ve muhabir kaynak ilişkisi de aynı düzeyde devam edecektir.

Öte yandan AA muhabirleri de kaynak tarafından kullanılmamak konusunda dikkatli davranmaktadır. Görüşmeye katılan muhabirlerin çoğu, bazen kaynaklarca kullanılma aşamasına geldiğini ancak bu konuda hassas davrandıklarını belirtmektedirler. AA 1'e göre kaynak ve muhabir ilişkisinin bir sınırı olmalıdır. Muhabiri kullanmaya kalkacak kişilere cesaret verilmemelidir. Kaynaktan hiçbir zaman hediye alınmamalıdır. Beraber çay içerken muhabir kendi ödemelidir. Çünkü kaynak tarafından muhabire hediye verilirse, çay parası ödenirse arada bir borçlanma söz konusu olmaktadır. Bu borçlanma hissi muhabiri daha sonra yalnızca sürükleyebilmektedir. Bu nedenle samimiyetin çizgisi önceden çizilmelidir. AA 2, meslek hayatında henüz kaynak tarafından olumsuz yönlendirilmediğini aktarmaktadır. Ancak kendisi, "Bugüne kadar basının gücünü kullanarak yalnızca zihinsel engelli bir çocuğun sanatsal aktivitelerini haberleştirme gereği hissettim. Bende bir farkındalık hissiyatı yarattı. Bu haberin çok da güzel geri dönüşleri oldu. Bunun dışında kimseye basın gücünü kullanarak avantaj sağlamadım" şeklinde konuştu.

AA 3'e göre eğer kaynak, muhabiri kullanarak kendi reklamını yapmak isterse, gerçekdışı yönlendirme yapma çabasıdaysa ve muhabir bunu fark etmemişse sonraki aşama olan editör denetiminde bu durum kesinlikle ortaya çıkacaktır. Böylece o haber silinecektir. Dolayısıyla kaynak olumsuz yönlendirmek istese de bu sayede haber vatandaşlara ulaşmayacaktır.

Manipüle edilip edilmemesinin aslında muhabirin tecrübesi ile alakalı olduğu söyleyen AA 5, "Tecrübeli muhabirler kolay kolay bu tuzağa düşmez. Kendisi üzerinden manipülasyona izin vermez. Ancak bir mevzu patlak verdiği zaman basın müşavirlerinin ilk ulaştığı kişiler genelde bizler oluyoruz. Bir basın açıklaması atıyorlar ve bazı bölümlerin ısrarla vurgulanmasını istiyorlar. Habere bir yön vermek istiyorlar. Böyle durumlarda editörlerimizle ve müdürlerimizle görüşüp istişarelerde bulunuyoruz. Eğer onay çıkarsa haberleştiriyoruz" diye anlatarak kaynağın ısrarına nasıl yanıt verdiğini anlatmaktadır.

#### **5.1.2.5. Haber kaynağı olarak sosyal medya**

Haberciliğin tarihi boyunca sürekli olarak gelişmesinin ardında her zaman teknolojik ilerleme yatmaktadır. Teknolojik yenilikler, profesyonel anlamda da gazetecilerin çalışma sistemine büyük değişiklikler getirmektedir. 21. yüzyılda

gazetecilik mesleğine gelen değişikliklerin çoğu sosyal medyanın hızlı yükselişinden kaynaklanmaktadır. Sosyal medya ağları her geçen gün haberin üretim süresinden okura haber ulaştırma sürecine kadar etkili olmaktadır (Duman, 2019).

Söz konusu haber ajansı muhabirleri de sosyal medyanın yükselişinden her gün faydalanmaktadır. Haber ajansının habere hızlı ulaşması ve servis etmesinin ardında sosyal medyanın büyük payı vardır. Muhabirler, her zaman her yere ulaşma konusunda eksik kalsalar bile sosyal medya aracılığıyla daha sonra yaşanan olaylar hakkında bilgi sahibi olarak bunları haberleştirebilmektedirler. Muhabirlere göre, sosyal medya kendileri için bir 'bekçi' görevi yapmaktadır. Çünkü vatandaşlar artık ellerinde bulunan akıllı cep telefonlarıyla çevrelerinde yaşanan haberlik olaylar üzerinden içerik üretmektedirler. Ürettiği içerikleri ise daha sonra yayılmak üzere kendi sosyal medya hesaplarında paylaşmaktadırlar. Böylece sıradan bir vatandaş kendisi bilinçsiz olarak ajanslar için içerik hazırlamaktadır. Ajans muhabirlerinin anlattıklarına göre, bazen doğrudan sosyal medyadan paylaşımı alarak ajans için bunu haberleştirmektedirler. Bazen ise sosyal medyadaki paylaşımı bir ihbar sayarak kendileri olay yerine ulaşmaktadırlar. Haber ajansı muhabirleri, haber üretirken ve doğrularken, olayları ve gelişmeleri açıklayıp bağlamsal hale getirirken uzmanlık bilgisine ihtiyaç duymaktadır (Paulssen ve Harder, 2014; aktaran Duman, 2019). Aksi halde muhabir, eksik ya da yanlış habere sürüklenebilmektedir.

Sosyal medyada paylaşılan içeriklerin gerçekliği konusunda muhabir zaman zaman şüpheye düşmektedir. Sosyal medya ağları bireylerin bilgilendirebilmesine, ortak ilgi alanları bulmasına ve kamusal alana daha çok katılmasına katkıda bulunurken, bilgilerinin kayıt altına alınması, güvenlik endişeleri ve sosyal ilişkilerde azalma gibi etkileri nedeniyle endişe ile karşılanmaktadır (Van Dijk, 2016; aktaran Duman, 2019). Sözü edilen güvenlik endişesi ise sosyal medyanın kullanıcılarından kaynaklanmaktadır. Kullanıcı, sıradan bir vatandaş olsa da yaşadığı toplumun bir üyesidir. Kendisine ait ideolojik tutum ve davranışlar, paylaştığı içeriğe yansıtılabilmektedir. Bu nedenle haber ajansı muhabirleri, sosyal medyayı haber kaynağı olarak kullanırken çok daha titizlikle yaklaştıklarını açıklamaktadırlar.

İHA 1, haber kaynakları olarak sosyal medyayı kullandığını belirterek meydana gelebilecek risk faktörleri konusunda durumun farkında olduğunu belirtmektedir. İHA 2,

internet dünyasında önde gelen Facebook, Twitter, Instagram'ı sıklıkla kullandığını ifade ederken, nedenini şöyle açıklamaktadır:

“Mesela yaşlı vatandaşlarımızın Instagram'ı olmayabiliyor ama Facebook'ta var. Yine gençlerin Facebook'tan daha çok Instagram kullandığını düşünüyorum. Twitter'ı ise alanlarında uzman kişiler, daha bilinçli insanlar kullanıyor. O nedenle ben her gruptaki insanı yakalayabilmek için genel olarak tüm sosyal ağları takip ediyorum.”

İHA 3'e göre sosyal medyadaki haberler her zaman teyide muhtaçtır. “Teyit etmeden doğrudan alıp haberleştirmesi, bir haber ajansı muhabiri için profesyonel bir davranış değildir. Dahası başı derde girebilir” dedi. İHA 12 de teyit ederek sosyal medyadaki bilgileri haberleştirdiğini söylemektedir. Genellikle sıcak yaşanan olaylarda sosyal medya muhabirlerinin işini kolaylaştırdığı söyleyen İHA 12, “Trafik kazası gibi aniden oluşan doğal afetlerde sosyal medya görüntüleri bize çok destek oluyor. Bunun dışında sosyal medyadan uzak durmaya çalışıyorum” dedi. İHA 6, haber kaynağı olarak sosyal medyayı kullananlara karşı durmaktadır. Kendisine göre sosyal medya sadece bir bilgi çöplüğüdür. Belki bu çöplüğün içinden bir iki tane gerçek olay bulunabilir. Ancak bu iki olay için büyük çöplüğe girmenin bir anlamı olmadığını savunmaktadır. İHA 8, sosyal medyayı sadece bir ihbar alanı olarak kabul etmektedir. İHA 9 ve İHA 11 ise sadece tanıdıkları hesapları ve resmi hesapları dikkate aldıklarını söylemektedirler. İHA 10, sosyal medyanın haber ajansının işini yüzde 70'e kadar rahatlattığını söylemektedir. Kendisi, “Şimdi artık her şey sosyal medyada. Örnek veriyorum bir kaza var. Kaza anının görüntüsü var. Kazaya gitmeden oradan alıp kullanabiliyorsun mesela. Yangın var, yangına gitmeden alıp kullanabiliyorsun adamın izni olması şartıyla. Bu da bizim işlerimizi kolaylaştırdı, haber sayımız arttı. Sosyal medya bizim işimizi şu an %60-70 rahatlatıyor” şeklinde aktardı.

Öte yandan AA muhabirleri, haber kaynağı olarak sosyal medyayı çok sıklıkla kullandığını belirtmektedir. AA 1, “Artık e-posta atmak yerine neredeyse Twitter üzerinden basın açıklamaları yapıyorlar. Twitter'den canlı yayın yapanlar olabiliyor. O sebeple bizim sosyal medyayı kullanmama gibi lüksümüz yok. Özellikle ben hesapları bildirimleri de açarak takip ediyorum. Haberden hızlıca haberdar olmak için bu da önemli” dedi. AA 4 de resmî açıklamalar için sosyal medyayı kullanmaktadır. Kendisi, “Amerika'da da Avrupa'da da 'Twitter'den açıklama yapma' gibi bir durum söz konusu. Bizler de bu kapsamda Twitter'i yoğun bir şekilde takip ediyoruz. Oradan da haber üretiyoruz” şekilde konuştu. AA 2, çok yoğun olmasa da günde birkaç kere sosyal medyayı tarayarak gelişen olaylar hakkında bilgi edindiğini

belirtmektedir. AA 3, sosyal medyadaki resmi hesapları takip ettiğini anlatmaktadır. Ülke ve dünya gündeminden haberdar olmak için sosyal medyanın büyük katkısı olduğunu aktaran gazeteci, “Haber üretim sürecinde sosyal medya bizi birçok olayda kurtarıyor” demiştir.

#### ***5.1.2.6. Muhabirlere utanç veren haberler ve etkisi***

Haber ajansında çalışan muhabirler, genellikle hız konusuna her zaman dikkat etmektedir. Rakip ajanslarla olan bu yarış sırasında bazen yanlışlık yapılabilmektedir. Bu durum mesleğin bir cilvesi olsa da profesyonel anlamda muhabirin prestijini bozmaktadır. Bazen hızlı davranırken eksik ya da yanlış bilgi, doğruyla karışabilmektedir. Ya da muhabirler tarafından gereken tüm teyitlere rağmen kaynaktan etkilenen hatalar da meydana gelebilmektedir. Muhabirlere göre bu durum onların çalışma moralini, potansiyelini etkilemekte ve sonraki haber toplama süreci olumlu ya da olumsuz etkilenebilmektedir.

Bu çalışma kapsamında muhabirler sorulan soruya kendileri çeşitli cevaplar verseler de genellikle hata ya da yanlış yaptıkları zaman önce düzeltmeye çalıştıkları ve sonra daha dikkatli olmayı denediklerini aktarmaktadırlar. İHA 1, “Muhabir acil haber servis etmek zorunda kaldığı ancak kesin bilgiye henüz ulaşamadığı durumda tam kesin olmayan bilgileri aktarırken, ‘iddia edildi’, ‘olduğu düşünülüyor’ tarzında haberleştirirse daha sonra hatadan dönebilme ihtimali olur. Ancak hata yaptığım zaman çok kötü oluyorum. Günüm berbat geçiyor ve sonraki haber toplama sürecinde odaklanamıyorum” dedi. “Muhabir hata yaptığı zaman kesinlikle sorumlusu kendisidir. Ajans değildir. Bu şartları okuyup imzalayarak işe başladım” diyen İHA 2, “Bu nedenle haberde hata yapma şansımız olmuyor” şeklinde konuşmuştur. Yaklaşık 5 yıl önce servis ettiği bir haberde yanlış bir fotoğraf kullandığı ve yaşayan birini ölü olarak göstererek haber yayınladığını anlatan İHA 3, “Özür diledim. Tekzip metni yayınladık ama sonuçta adamın hayatını etkileyecek bir hata yaptım. Bu durum günlerce bende stres oluşturmuştur” dedi.

“Normal bir gazetede çalışan muhabirin hata yapma şansı olsa da bir haber ajansı muhabirinin hata yapma şansı sıfır” diye anlatan İHA 4, “Çünkü bir gazete çalışanının yaptığı hata tek bir hata sayılır ancak bir ajans muhabirin yaptığı hata ne kadar abone ise o kadar sayılır. Bu 50 de olabilir 100 ya da fazlası da olabilir. Bir düşünün. Siz bir tane hata yaptınız ve o hatalı haber 100 gazete ve televizyonda yayınlandı. Bu hatanın şiddeti çok ama çok yüksektir. Hele bu hata bir insanı

etkileyecek ise affedilemezdir. Ama yine de insanlık hali. Nokta, virgül gibi basit hatalar olursa düzeltmeye gidilir. Hata büyük ise muhabirin kariyerinin sonlanması söz konusudur” şeklinde konuştu.

Kaynaklara, fotoğraf ve görüntülere güvenerek yapılan haber yalan ya da eksik çıkarsa, İHA 6’ya göre bunun sorumlusu muhabir değildir. Çünkü kendisine göre muhabirin görevi gördüklerini ve aktarılanları iletmektir. O nedenle muhabir haber toplamada sürecinde bir hata yaptığı halde sadece düzeltilmesini yeterli bulmaktadır. Haber ajansları için toplayıp servis ettiği haberin düzeltilmesinin çok zor olduğunu aktaran İHA 8, “Ajans kendi sitesinde düzeltiyorsa da aboneler bunu her zaman dikkate almayabilirler. Yani o hata, yalan ya da yanlış haber sitede dolaşüyor. Bu nedenle aynı konuda yeniden bir haber yapmak en iyi çözüm yoludur” demiştir.

Bazen muhabirler doğru haber yaptığı halde karşı taraf kendi aleyhinde olduğu için yalanlayabilir. İHA 10’un aktardıklarına göre, habere karşı olan kişi merkezi arayabilir ya da kendilerini savunup haberin yalan olduğuna dair yeni açıklamalar yapabilir. İHA 10 bu konuda, “Bizim haberimiz doğru ama yalan diyorlar. Biz de diyoruz kanıtlayın, kanıtlayamıyorlar. Ama kanıtlarlarsa o haberi düzeltmeye gidebiliriz. Her insan hata yapabilir ama baktık biz haberimize güveniyorsak arkasında durup onlara yasal yollara başvurabileceklerini söyleriz” dedi. Haberde eksik bilgi sağladığı için meslek hayatında iki kere mahkemelik olan muhabir İHA 12, “Yargılanma sebepim de kaynağın getirdiği bilgilerin eksikliğinden dolayıldı. İkisinde de beraat ettim. Ancak bu durum tabii ki ister istemez meslek hayatımı etkiledi” demiştir.

AA 2 bu konuda, “Böyle bir durumun yaşanması moralimizi oldukça bozar. Çünkü biz işimizi tarafsız ve objektif olarak yerine getirmek istiyoruz. Manipülatif bir amaç gütmeyeğimiz için bizi rahatsız edecek bir durumdur” demiştir. Kendisine güvendiği için hata yapmayacağını söyleyen AA 3, “Zelenski’nin resmi Telegram kanalından göreyek bir şey yazdıysam, birisi de bana o öyle değil derse ben de adamın resmi kanalı derim. Beni ilgilendirmez gerisi zaten. Biz teyit etmediğimiz hiçbir haberi yazmadığımız için o yüzden sıkıntı olacağını zannetmiyorum” dedi. Daha önce yanlış haber yaptığını anlatan AA 4, öncelik olarak abonelere düzeltme gönderdiğini ve siteden haberin silerek çözüm bulduğunu aktarmaktadır. Özetle İHA ve AA’dan görüşmeye katılan tüm gazeteciler, öncelikle hata yapmamaya çalıştıklarını, hata yaptıkları zaman ilk olarak

düzeltilme denediklerini ve son olarak da hata ciddi ise haberi tamamen silmeyi tercih ettiklerini söylemektedirler.

### **5.1.3. İmkân ve Yetenekler**

Çalışmanın bu aşamasında Türkiye'deki haber ajansları olan AA ve İHA muhabirlerine kurumlar tarafından sunulan imkanlar ve kendilerinin çalışma yeteneğiyle ilgili bulgulara yer verilmektedir.

#### **5.1.3.1. Araç ve gereç**

Haber ajanslarında çalışan muhabirler, çalıştıkları kurum için üretim yapmaktadırlar. Kurum ise muhabirlerin ürettikleri haberleri satarak belli karlar elde etmektedir. Bu nedenle haber üretmek için gereken fotoğraf makinesi, kamera, bilgisayar, internet, ulaşım gibi muhabirlerin üretim sürecinde zorunlu olarak kullanması gereken ekipmanlar kurum tarafından karşılanmalıdır. Çünkü muhabir, çalıştığı kurum için kendine ait özel eşyalarını kullanmak zorunda olmamalıdır. Ayrıca üretim için giderken gereken tüm ulaşım masrafları da kurum tarafından desteklenmelidir. Eğer muhabir kendi özel eşyalarını kullanmak zorunda kalırsa ve ulaşım masrafları karşılanmazsa bunun otomatik olarak haber üretimine yansıtacağı düşünülmektedir. İHA ve AA çalışanı olan muhabirlerin haber üretim sürecinde gereken araç ve gereçlerin karşılanıp karşılanmaması ile ilgili durumlar çalışmanın bu aşamasında incelenmektedir.

Araç ve gereçlerin karşılanmasıyla ilgili muhabirlere sorulan sorulara İHA muhabirleri ikiye ayrılarak yanıt verdi. Bu grupların ilki kadrolu çalışanlar ve diğeri ise kaşeli çalışanlar grubudur. Muhabirlerin verdikleri yanıtlara göre kadrolu çalışanlar, araç ve gereç konusunda daha avantajlıdır. Kaşeli muhabirlere de bazı imkânlar tanınmaktadır ancak kendilerine göre yeterli değildir. İHA, genellikle haber üretim için gereken tüm ekipmanları kendi il ve ilçe bürolarında bulundurmaktadır. Kamera, drone, fotoğraf makineleri, bazı illerde canlı yayın aracı, masa üstü ve dizüstü bilgisayarlar, ofis ve ulaşım için araçlar gibi haber üretim ve sonraki aşamalarda gereken tüm malzemeler İHA'da kurumsal olarak karşılanmaktadır. Ancak muhabirlere göre kadrolu ve kaşeli muhabirler bu imkânlardan eşit olarak faydalanmamaktadırlar. Özellikle İHA, kaşeli muhabirlere fotoğraf makinesi vermemektedir. Ancak kurum, muhabirlerin istekleri

üzerine kaşeli muhabirlere düşük taksitle fotoğraf makineleri sağlamaktadır. Bu durumda kaşeli muhabirler, kurum için zorunlu olarak kendi fotoğraf makinelerini kullanarak üretim yapmaktadır. Kaşeli muhabirler için diğer bir dezavantaj ise habere gitmek için gereken ulaşım dır. İHA, il ve ilçe merkezlerinde en az birer araç bulundurmaktadır. Bu araçlar muhabirlerin habere giderken kullanması içindir. Kaşeli muhabirlerin aktardıklarına göre, eğer ofisten talep ederlerse ve araç müsaitse olay yerine ulaşım sağlanmaktadır. Ancak bu noktada kadrolu olanlar ön planda tutulmakta ve onlar kullandıktan sonra aracın müsaitlik durumuna göre kaşeli muhabirler araçtan faydalanmaktadırlar. Aksi halde kaşeli muhabirler tramvay, otobüs, dolmuş ile ya da yürüyerek haber üretmektedirler. Kurum aracı dışında ulaşım için harcanan ücret ise kaşeli muhabirler tarafından ödenmekte, ancak kadrolu muhabirlere yine kurum makbuz karşılığında ödemektedir.

Haber üretimi için gereken dijital teknolojinin kullanımı açısından da kadrolu muhabirler avantajlıdır. Örneğin; aletlerin kullanımı ile ilgili eğitimine öncelik olarak kadrolu çalışanlar tabi tutulmaktadır. Bu durumda drone, canlı yayın teknolojisi gibi ekipmanların kullanımı konusunda kaşeli muhabirler geri planda kalmaktadır. Kaşeli muhabirlere sağlanan imkânlar her ilde eşit değildir. Genellikle bölge ofislerinde çalışan kaşeli muhabirlere sözü edilen imkânlar karşılanmaktadır. Ancak ilçe, kasaba, köylerde bulunan muhabirler ise merkezdeki kaşeli muhabirler kadar şanslı değildir. Onların aktardıklarına göre; genellikle her şeyi kendi imkânlarıyla karşılamaktadırlar.

Bir kaşeli muhabiri olan İHA 1, “Gereken çoğu malzemeyi veriyorlar. Sadece fotoğraf makinesi verilmiyor ama artık telefonla da çekebildiğimiz için artık çok sorun değil” demiştir. Kadrolu muhabir İHA 3 bu konuda, “Araç, gereç teçhizat bakımından hiçbir sıkıntı yok. Kullandığımız vınlr, hızlı turbo vınlardır. Kameralarımız son sistem kameralardır. Kullandığımız laptoplar i7 işlemcilerdir. Bunlardan yana sıkıntı yok. Sadece taşrada, yani Anadolu’da ajansların tek sorunu araçtır. Bu durumda ulaşım ihtiyacı dolmuşla veya acil durumlarda taksitle karşılanıyor. Bunların masrafları da ajans tarafından karşılanıyor” diye aktardı. İHA 5 ise, kaşeli çalışan olduğu için hiçbir destek alamadığı söyleyerek, “Ajansta kadrolu bir personel olmadığım için bize herhangi bir araç, makine, teçhizat gibi bir ekipman sağlanmıyor. Biz tamamen bu ihtiyaçlarımızı kendi ekipmanlarımızla karşılıyoruz. Ufak tefek ulaşım desteği olabiliyor. Ama ekipman desteği şu an için almıyoruz. Bu sadece kadrolu personele özel bir durum” derken İHA 7 de, “Kaşeli olduğum için

karşılanmıyor ama ihtiyacım olduğunda bir arkadaşıyla gidip çekebiliyoruz” şeklinde durumu özetlemiştir.

Öte yandan AA muhabirleri ise, haber üretimi için gereken tüm araç ve gereçler konusunda Anadolu Ajansının sadece Türkiye’de değil, dünya üzerinde de ilk sıralarda olduğunu iddia etmektedir. Burada belirtilmesi gereken önemli bir nokta ise, çalışmaya Anadolu Ajansı’nın kaşeli muhabirleri dâhil edilememiştir. Bu nedenle İHA ve AA’nın kaşeli muhabirler arasında bir karşılaştırmanın yokluğu ve AA’da çalışan kaşeli muhabirlere verilen araç, gereç ve imkânlar konusundaki bilgi aktarılamaması bu çalışmanın bir eksik yanı olarak kalacaktır.

AA 1 “Ben şu an kendi bilgisayarımı kullanıyorum, ama bu benim tercihim. Kurum her şeyimizi karşılıyor. Hiçbir eksliğimiz bulunmuyor” dedi. “Fazlası var eksliği yok. Cep telefonumuzu bile karşılıyor” diyen AA 3 gibi AA 2, AA 4, AA 5 ve AA 6 gazeteciler, çalıştığı kurumun araç ve gereç imkânlarından memnun olduklarını dile getirmektedir.

### **5.1.3.2.Maddi imkânlar:**

Araç ve gereç imkânlarının sağlandığı ve bu konuda memnun olduklarını dile getiren muhabirler, aylık olarak ödenen maddi imkânlar konusunda çok farklı düşünmektedir. İHA ve AA muhabirleri, 212 Sayılı Basın İş Yasasına göre ücret aldıklarını belirtmektedirler. Ancak kurumlar tarafından bu yasanın tüm maddelerinin yerine getirilmediği için muhabirler maddi konularda geride olduklarını belirtmektedirler. İHA’da çalışan kaşeli muhabirler ise anlaşmalara göre telif ücreti almaktadırlar. Ancak bazı muhabirlerin aktardıklarına göre; kendileri aylık olarak kadrolu muhabirler kadar üretim yapmalarına rağmen çok düşük ücret aldıklarını aktarmaktadırlar. Ayrıca İHA ve AA’da çalışan muhabirler genel olarak ülkede yaşanan ekonomik kriz nedeniyle 212 Sayılı Basın İş Yasasına göre aldıkları ücreti de düşük bulmaktadırlar. Bu arada bazen bazı kaşeli muhabirler sadece öz geçmişine eklemek ve iş öğrenmek için haber ajanslarında ücretsiz çalıştıklarını da aktarmaktadırlar.

İHA 1 bu konuda, “Gazetecilik okumamış kişiler de bu işi yapabildikleri için çok fazla eleman var. Uğur Mumcu mesela gazetecilikten gelen biri değildi ama çok

başarılı bir isim oldu. Dolayısıyla bizim yerimizi doldurabilecek çok kişi olduğu için ödemeler de düşük seviyede tutuluyor. Kurumlar bazen bedavaya dahi çalıştırıyor. İnsanlar da özgeçmiş oluşturabilmek için bunu kabul ediyor” demiştir. Düşük ücret nedeniyle iş performansının da düştüğünü belirten İHA 5, bundan iki yıl önce ajansa verdiği katkının daha yüksek olduğunu belirtti. İHA 6 ise bir kaşeli muhabir olarak İHA’yı işi öğretecek bir okul olarak görmektedir. Bu nedenle aldığı ücreti göz ardı etmeden çalıştığını belirtmektedir. İHA 10 ise, maaşlar konusundaki sorunun sadece İHA’ya ait olmadığını, ülkenin tüm basın sektöründe olduğunu aktarmaktadır.

Öte yandan görüşmeye katılan AA muhabirlerin çoğu aldıkları maddi imkânlar konusunda memnuniyetini dile getirmiştir. AA 1 ve AA 2’nin aktardıklarına göre, diğer sektörlerle karşılaştığında AA’nın sunmuş olduğu maddi imkânlar gayet iyidir. AA 3 ve AA 5’in belirttiklerine göre ise ülke genelinde yaşanan ekonomik sorunlardan dolayı aldıkları maaş eskisine göre düşük kalmıştır ve geçinmek zorlaşmıştır. AA 5 bu konuda, “Bir zamanlar çok iyi maaş aldığımı düşündüğüm oldu. Ancak son zamanlardaki ekonomik krizden sonra maaşlar çok az kaldı. Yine de krizi gör arda edersek iyi durumdayım” dedi.

### ***5.1.3.3. Haber toplamada kadrolu – kaşeli tartışması***

Haber ajanslarında çalışan muhabirler kadrolu ve kaşeli olarak genelde ikiye ayrılmaktadır. Türkiye’deki 212 Sayılı Basın İş Yasası çerçevesinde çalışan muhabirler kadrolu ve telif ücretle çalışanlar ise kaşeli muhabirlerdir. “Haber toplama sürecinde birinin kadrolu ya da kaşeli olması çalışmayı etkiliyor mu?”-sorusunun yanıtı bu çalışmada aranmıştır. Ayrıca muhabirin çalışma motivasyonunu etkileyecek düzeyde kurumun içinde yani ofis ortamında da kadrolu ve kaşeli arasında bir ayrımın olup olmadığını araştırılmıştır.

İHA 1 ve İHA 2’e göre, kadrolu olmaması İHA muhabiri olarak sahadaki çalışmayı etkilememektedir. Ancak kaşeli olarak uzun süre çalışan birinin belli bir zaman sonra çalışma motivasyonu düşmektedir. Aynı ortamda kalarak eşit emek verip eksik imkâna sahip olması muhabirin haber toplama sürecine de etkilemektedir. İHA 3’ün aktardıklarına göre kadrolu olarak çalışmak muhabirin işine odaklanmasını sağlamaktadır. Kendisine göre, uzun süre kaşeli olarak çalışılmamalı. Çünkü belli bir süre

sonra emeğin karşılığını alamayınca işten soğuma yaşanabilir. İHA 4'e göre ilçe ya da kasabalarda kaşeli olmanın belli avantajları vardır. Muhabirliğini başka bir işin yanında yapabilme ve her gün haber gönderme zorunluluğu olmadığı için daha rahat davranılabilmektedir. Kaşeli olarak çalışmanın sonraki aşaması normal şartlarda kadrolu olmaktır. Kadrolu olmak istenirse yapılan çalışmalarla isminden söz ettirmek şarttır. İHA 11'in aktardıklarına göre kadrolu çalışan sarı basın kartına sahip olduğu için ülke içinde ve yurtdışında bazı avantajlar görebilmektedir. İHA 12'ye göre ise, kadrolu çalışanlar daha kaliteli haber üretmektedirler. Kaşelilerin hata yapma ihtimali fazla olup bu da hem haber kaynaklarını hem de kurumu etkileyebilmektedir.

AA muhabirlerine göre, kadrolu ya da kaşeli fark etmeksizin muhabirin Anadolu Ajansı kimliği yeterlidir. Bazı farkları ise AA 1 bu şekilde belirtmektedir:

“Elbette kadrolu ve kaşeli arasında fark vardır. Kadroluysanız motivasyon olarak daha fazla bir sorumluluk hissedersiniz. Ancak şunu bir belirtmek lazım. Kaşeli çalışan olarak birden fazla kurumda da çalışılabilir. İsteyerek kaşeli çalışan olmayı tercih eden muhabirler de var. ‘Neden?’ diye soracak olursanız, diyelim bulunduğu bölgede bir firmanın bölge temsilciliği yok ve onu görevlendirmişler. Reuters veya BBC’yi ele alalım mesela. Güneydoğu’da bu firmaların temsilcisi olmadığı için hem bunların çalışanı hem de bizim çalışmamız olarak kendilerine daha fazla gelir üretebiliyorlar. Bir nevi esnaf gibidir aslında. Bir ürün üretir ve onu birden fazla ajansa farklı şekillerde servis edebilir. Ancak başa dönersek, elbette taşeron olarak çalışmak hiçbir insanın istediği bir durum değildir. Çünkü kadrolu olmanın sosyal açıdan da bazı avantajları oluyor.”

AA 3’ün aktardıklarına göre, kadrolu değil, AA çalışanı olmak avantaj getirmektedir. Kendisi, kurum içindeki farkını ise “Bizdeki tek farkı kadrolu olunca ikramiye de alıyorsun. Kadrosuz olunca ikramiye almıyorsun” sözleriyle açıklarken, AA 6 da “Kadrolu olanların kafaları rahat. Çünkü imkânlar ve haklar tanınıyor” demiştir.

#### ***5.1.3.4. Çalışma ortamı***

Gazetecilik mesleği beyin gücü ile yürütülen bir meslektir. Dolayısıyla muhabirin çalışma ortamı haber üretimi için büyük rol oynayabilmektedir. Muhabirin sağlıklı düşünmesi, düşüncesini pekiştirmesi, düşüncesini faaliyete geçirerek haber toplaması ve daha sonra topladığı haberi hazırlayarak servis etmesine kadar devam eden süreçte çalışma ortamının önemi büyüktür. Haber ajansları için bulunduğu ofis ise muhabirin çalışma ortamıdır. Bu nedenle ofisin düzeni, dekorasyonu ve çalışma

arkadaşlarıyla olan ilişki önem taşımaktadır. Bu düşünceden yola çıkarak çalışma ortamı ile ilgili hazırlanan soruya İHA muhabirleri genellikle memnun olduklarını, AA muhabirleri çoğunlukla memnun olmadıklarını dile getirmişlerdir.

İHA 1, İHA 2, İHA 3, İHA 4, İHA 5, İHA 6, İHA 9 ve İHA 12 kendi çalışma ortamlarından oldukça memnun olduklarını dile getirmektedirler. İHA 7 ise kaşeli olarak uzaktan çalıştığı için ofis ortamının kendisini ilgilendirmediğini belirtirken İHA 8, genel olarak ortamdan memnun olduğunu belirtmiştir. Ancak kendi rahatlığı için klavye, sandalye gibi gerekli bazı malzemeleri dışardan özel olarak getirdiğini söylemektedir. İHA 10 ise “Kısıtlı şartları kendimiz düzeltmeye çalışıyoruz. Kendimiz düzelttiğimiz zaman da yapabildiğimizi yapıyoruz. Zaten gazeteci çok büroda durmaz” şeklinde açıklamaktadır.

Diğer yandan AA muhabirleri genel olarak İHA muhabirleri gibi çalışma ortamından memnun olmadıklarını dile getirmişlerdir. Görüşmeye AA Ankara ofisinden katılan muhabirler ise eleman sayısının çok fazla olması sebebiyle binanın ve odaların yetersiz kaldığını anlatmaktadırlar. Ancak kurumun yeni binaya taşınacağını aktaran muhabirler, taşındıkları zaman daha verimli haber üreteceklerine inanmaktadırlar. AA 2 de kendi ofis ortamından memnun olmadığını ileri sürmektedir. Gazeteci AA 2 bu konuda, “Çalışma ortamından memnun değilim çünkü pek konforlu hissetmiyorum. Konforu önceleyen ve daha dijital imkânların sağlandığı bir ortam olması gerektiğini düşünüyorum” demektedir.

#### **5.1.3.5.Ödül ya da yaptırım**

Haber ajansı muhabirleri iyi bir haber ürettiği zaman bir ödüllendirme hak ettiklerini düşünmektedirler. Ödüllendirme olduğunda muhabirlerin çalışma motivasyonu artmaktadır. Aynı zamanda yalan ya da hatalı haberler yaptıkları durumda bazı yaptırımlar uygulanırsa muhabirin doğru çalışma potansiyeli yükselmektedir. Bu konudaki soruya AA muhabirlerinin verdiği yanıtlara göre genel olarak her haber için bir ödüllendirme bulunmamaktadır. Ama amirlerde iyi haber yapıldığına dair bir izlenim kaldığında hızlı terfi verilmektedir. Bunun dışında AA’da genel olarak bir ödüllendirme söz konusu değilken, muhabirler iyi bir haber yaptığı zaman üst düzey amirlerden sözlü olarak tebrik ve teşekkür mesajı aldıklarını aktarmaktadır. Muhabirler hata yaptığı zaman hatanın büyüklüğüne göre sonuç işten kovulmaya kadar gidebilmektedir. Hata yapmanın

en düşük yaptırımının sözlü savunma alınması olduğunu söyleyen muhabirler, ödüle göre cezaların büyük olduğunu aktarmaktadırlar. Bir tebrik mesajı muhabiri motive ettiği gibi bir sözlü savunma da haber toplama sürecini olumsuz etkilemektedir.

Diğer yandan İHA'da çalışan muhabirler için de genellikle durumlar AA ile aynı şekildedir. Maddi olarak herhangi bir ödüllendirme alamayan muhabirler, hatanın cezasını bazen çok ağır ödeyebilmektedir. Ancak İHA'daki kaşeli muhabirlerin aktardıklarına göre, kendileri haber başı para aldığı için eğer haber çok güzelse ve birçok abone tarafından beğenilirse o halde ay sonunda primler yüksek gelebilmektedir. Bu durum kadrolu gazeteciler için geçerli değildir.

#### **5.1.3.6. Çalışma yeteneği ve eğitim**

“Gazeteci olmak için iletişim birimlerinden mezun olmak gerekiyor mu?” - sorusu zaman zaman sektör içinde tartışma konusu olmuştur. Toplumda birçok meslek, kendi alanında okumuş ve yetişmiş insanları tercih etmektedir. Ancak genel olarak görüldüğü üzere haber ajansları veya diğer medya kuruluşlarında da alım şartları arasında alan içi şartıyla genelde karşılaşmamaktadır. Yapılan gözlemlere göre durum o kadar vahimdir ki bazen vatandaşların haber edinme hakkını yerine getiren gazetecilerde yükseköğrenim bile aranmamaktadır. Yani ortaokul mezunu, lise, lisans ya da yüksek lisansını tamamlayıp tamamlamaması kurumlar için mesleğe başlama konusunda önem taşımamaktadır. Görüşmeye katılan muhabirlerin aktardıklarına göre, bunun en büyük sebebi alan dışından geldiği için kişinin haber kurumları tarafından kendi yayın politikalarına göre daha rahat şekillendirilebilmesidir. Sadece usta-çırak ilişkisiyle tecrübeli bir muhabirin yanında durarak yeni gelen kişi işini öğrenebilmektedir. Bu durumda analiz edilen, araştırma yapılan haberler her zaman eksik kalırken haberin farklı dallarında da gerekli uzman yetişmemektedir. Ayrıca 3-4 sene boyunca iletişim alanında okuyan öğrenci iş için piyasaya girdiği zaman iş bulamamaktadır. Çünkü yerini çoktan ya farklı alandan gelenler ya da bir lise mezunu kapmıştır.

Bu konuyla ilgili sorulan soruya yanıt veren gazeteciler üçe ayrılmıştır. Birinci grup, birçok mesleğe başlamadan önce kişiler eğitimlere ve sınavlara tabi tutulurken, gazetecilik gibi toplumu şekillendirebilme gücüne sahip bir mesleğe başlarken bir sınav kriteri konulmamasının yanlış olduğunu düşünmektedir. Onlara göre; üniversitede ilgili

alanda okuyan biri kurumlar tarafından kolayca şekillendirilememektedir ve bu nedenle tercih edilmemektedirler. Çünkü haber ajansları ve diğer medya piyasası artık daha çok kâr amacı güden ticari kurumlara dönüşmüştür. İkinci gruptaki görüşmeye katılan bazı muhabirlere göre ise, okuldaki eğitim ve piyasada çalışma arasında büyük farklar bulunmaktadır. Üniversitelerde okutulan bilgiler piyasada çalışırken pek gerekmemektedir. Çünkü okullarda pratik konulardan daha çok kuramsal, teorik tartışmalara odaklanılmaktadır. Bu nedenle muhabirin iletişim alanından mezun olması gerekmemektedir. Ancak herhangi bir alanda en az lisans eğitimi alması önemlidir. Çünkü eğitim insanın kültürünü geliştirmektedir. İlginç nokta ise görüşmeye katılan ve gazetecilik mezunu olan bazı muhabirler de piyasada çalışmak için gazetecilik okumanın gerekmediğini düşünmektedir. Üçüncü grup ise, gazetecilik mesleğini usta-çırak ilişkisine benzeterek ne alandan mezun olmanın önemli olduğunu ne de belli bir eğitim seviyesinin olması gerektiğini savunmaktadırlar. Onlara göre; gelen kişi her kim olursa olsun tecrübeli birinin yanında birkaç ay çalıştıktan sonra haber yazmayı, görüntü çekmeyi ve montajlamayı, fotoğraf çekmeyi öğrenecektir. Türkiye’de ve dünyada hem alan dışından hem de yükseköğrenim görmeyen ünlü gazetecilerin olduğunu aktaran bu muhabirler, okuldaki eğitimin piyasa şartlarına uygun olmadığını belirtmektedirler. Bu nedenle dört sene daha okumak yerine piyasayı öğrenmenin daha avantajlı olduğunu düşünmektedirler.

AA muhabirleri de İHA muhabirleriyle bazı noktalarda aynı düşünmektedir. Bununla birlikte düşüncelerinde bazı farklılıklar da bulunmaktadır. AA 1 ve AA 6, gazetecilik mezunu olarak mesleğe başlanmasının avantajlarının olduğunu söylemektedirler. Ancak sadece gazetecilik mezunu olmanın yetmeyeceğini, haberciliğin farklı dallarından birini tutarak uzman olunması gerektiğini savunmaktadırlar. AA 2, “Eğitim şart” diyerek gazeteci olması için herhangi bir alandan mezun olunmasının yeterli olduğunu aktarırken AA 4, “Ben gazetecilik mezunu değilim ancak çalıştığım masayla ilgili okudum. Yani uluslararası ilişkileri okuyan birinin uluslararası politika masasında çalışması gibi. Bu her zaman avantajlıdır” dedi.

#### **5.1.4. Çalışma özgürlüğü**

Muhabirlerin haber toplama sürecini doğrudan etkileyen bir unsur özgürlüktür. Çalışma özgürlüğü çerçevesinde muhabirler rahat olurlarsa kurumsal yarardan daha ziyade kamu yararına haber üretebileceklerdir. Ancak özgürlük meselesi çok tartışılan, kişiden kişiye değişen ve toplumdan topluma farklı olarak anlaşılan bir şeydir. Türkiye ve Bangladeş'in özgürlük anlayışı aynı olmayacağı gibi sadece iki kurum arasında bile bu algı farklılık gösterebilmektedir. Bu nedenle muhabirlerin haber toplama sürecinde özgürce hareket edip edemediğini anlayabilmek bu çalışmanın kategorilerden bir tanesidir.

Hem ülkedeki siyasi atmosferin hem de çalıştığı kurumun siyasi ve sosyal duruşu muhabirlerin haber üretim süreçlerini etkileyebilir. Bu çerçevede sorulan “Ülkenizin ve kurumunuzun siyasi duruşu, sizin haber üretim sürecinizi etkiliyor mu?” sorusuna genellikle “Evet, etkiliyor” şeklinde yanıt verilmiştir.

Bu konuda ilk konuşan İHA 1, kendisini oldukça fazla etkilediği aktarmaktadır. Kendisi durumu, “Aslında aklıma daha çok haber malzemesi geliyor ama kurumum tarafından yayınlanmayacağını bildiğim için yapmıyorum. Mesela benim şahsi gündemimde şu an yalnızca zam var. Her yere zam geliyor ama bunu halka soramıyorum. Soramıyorum demeyelim, sorarım ama bunu yayımlayamam. Çünkü yayın politikası gereği buna müsaade edilmez. Bu şekilde beni etkiliyor. Bazen pas geçtiğim konular oluyor. Kuruma uygun olmadığı için bazı konuları göz ardı ediyoruz. O açıdan tam vatandaşın sesi olamıyoruz aslında” sözleriyle açıkladı.

İHA 2 bu konuda konuşurken sadece hükümet değil, muhalefetin de basından her zaman olumlu bir yaklaşım, pozitif haber yapma beklentisi olduğu için haber ajanslarına abone olduklarını belirtmektedir. Muhabir bu durumu şu sözlerle açıklıyor:

“Çalıştığımız kurumda tarafsız bir şekilde haber yapamıyoruz. Örneğin benzin fiyatları ile ilgili olumsuz bir görüş alamıyoruz. Biz biraz daha devleti savunan ve pozitif gösteren haberleri ele alıyoruz. Bazen eleştirdiğimiz de oluyor tabii. Ama abonelik sistemi olduğu için ona göre davranıyoruz. CHP’li belediyeler de bize abone oluyor mesela. Onlar abone olduğu için onlar hakkında herhangi bir kötü haber yapmıyoruz. Abone olmayan belediyeler hakkında da iyi haber yapmıyoruz. Gazetecilere yönelik olarak böyle bir kısıtlama var. ‘Taraf olmazsan, bertaraf olursun’ diye bir söz var. Biz de bu sebeple bunu yapmak zorundayız. Türkiye şartlarında kurumun da bir yere sırtını yaslaması gerekiyor.”

İHA 3'e göre tecrübeli muhabirler haber üretirken özgürlük meselesine bakmamaktadırlar. Onlar haber değeri olanları haberleştirip merkeze gönderir ve sonraki aşama merkezin takdiridir. Kendisi çalıştığı kurumun bir ticari kuruluş olduğunu öne sürerek belli politikalar izlediği açıklamaktadırlar. İHA 4 ise, "Etkilemiyor dersem yalan olur" diyerek "Benim şu açıdan bir tık vicdanım rahat. Benim bir şeyi yayınlamak ya da sansürlemek gibi bir yetkim yok. Benim buradaki yetkim ve görevim sadece iyi bir şey üretip ortaya koymak. Ben bunu yapıyorum ve gerisi yetkililerin elindedir" şeklinde durumu anlattı. İHA 5 haber ajanslarının özgürlük meselesi patronların ellerinde olduğunu aktarırken, İHA 6 ise çalıştığı kurumda haber toplarken herhangi bir şeyin etkisi altında kalmadığı belirterek, "Şu ana kadar hala sarsıntısız bir şekilde emin adımlarla yürüten bir kurum olması tarafsız olmasından kaynaklıdır. Ben kurumun tarafsız olduğunu düşünüyorum. Zaten tarafsız olmasaydı ilerleyemezdi. Ajans bana şu siyasi partinin haberinin yayınlayalım, bununkini yayınlamayalım gibi bir yönlendirme yapmıyor. Kiminle sözleşmen varsa ona göre haberi yayınlıyorsun" dedi.

İHA 7, İHA 10, İHA 11 ve İHA 12 ise haber üretim sürecinde kurum ve ülkenin siyasi duruşlarından dolayı etkilediği belirtmektedir. İHA 8 ise İHA 6 gibi etkilemediği ancak İHA 8, bazen haber dilini değiştirerek yumuşattığı kabul etmektedir.

Diğer yandan görüşmeye katılan tüm AA muhabirleri, siyasi ortamın çalışmalarını etkilediğini kabul etmektedir. AA 1, bir devlet haber ajansında çalıştığı için bu etkilemenin normal ve olması gereken bir etkileme olduğunu kabul ederken, AA 2, "Evet etkiliyor, yüzde yüz etkiliyor. Çünkü biz devlet kurumuyuz ve devleti temsil ediyoruz. Bu sebeple devletin aleyhine işleyebilecek bir hata yapamayız" demiştir. AA 3 de etkilediği kabul ederek, "Türkiye Cumhuriyeti devletinin birtakım önceliklerini gözetmek durumundayız" diye duruşunu açıklarken AA 4, "Her kurumun belli bakış açısı ve tarafı oluyor. Bu bizim için de geçerli. Devletin aleyhine bir şeyi yazma olasılığımız yok. Çünkü biz de sonuçta devlete bağlı bir kurumuz. O bakımdan Türkiye'nin olaylara bakışı ve yorumu, bizim de olaylara bakışımızı belirliyor" şeklinde anlattı. AA 5 ise etkileme durumunun sadece şu andaki hükümete bağlı olmadığını ancak 102 yıldır gelen giden her hükümetle bağlantı içerisinde olduğunu anlatmaktadır. Bu nedenle AA'nın devletin menfaatini ön planda tutarak haberin çerçevelendiği, kurgulandığını dile getirmektedir. AA 6 bu konuda devlet politikasına uymayan haber

yapamadığını ancak bunu yaparken muhalefetin makul eleştirileri ve görüşlerine yer verildiği söylemektedir. Kendisi, “Evet, devlet haber ajansı olduğu için etkilenmemiz çok normal. Dünyanın yer yerinden böyledir diye görüyorum. Ancak bu muhalefetin görüş ve eleştirilerine yer vermediğimiz anlamına gelmiyor” dedi.

### **5.1.5. Sıcak haber ve özel haber takibi**

Sıcak haberler ve özel haberlerin üretim süreçleri farklı olabilmektedir. Aniden gelişen bir olaya muhabirlerin gösterdiği yaklaşım ve rahatlıkla toplanıp, hazırlanıp ülke gündemine göre uygun bir günde servis edilen haberlere yönelik gazetecilerin çalışma potansiyeli farklılık gösterebilmektedir. Sıcak haberler için muhabirlerin çok hızlı hareket etmeleri gerekirken soğuk yani özel haberlerde daha rahat davranılabilmektedir. İlk bakışta sıcak haberler muhabirleri daha çok yorduğu ve özel haberler daha çok keyif verici olduğu düşünülürse de bu çalışmada farklı sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Bazı muhabirler sıcak haberlerin toplamasının daha zor olduğu konusunda hemfikirken bazıları ise özel haberlerde zorluk çektiklerini anlatmaktadır. Muhabirlerin anlattıklarına göre bunun nedeni ise, sıcak haberlerde çok hızlı hareket etmeleri sonucunda hata ihtimalidir. Diğer haber ajanslarıyla bir yarışta oldukları için hem haberi farklı yönden tutma hem de herkesten önce servis edebilme isteği muhabirleri yormaktadır. Bazen ekipmanların hazır olmadığı ya da çalışma sürecinde sorun çıkartabildiği durumlarda haber kaçırma gibi olumsuz durumlar da söz konusu olabilmektedir. Ayrıca özel haberlerde muhabirin daha çok araştırması, okuması ve ilgi çekici tarafından haberi oluşturması beklendiği için de muhabirler çalışma sürecinde rahat hissetmemektedir. Ancak yine de Türkiye şartlarında çalışan muhabirlerin çoğu sıcak haberlerin zor olduğunu aktarmaktadır.

AA 5 özel haberleri daha zor bulduğu belirterek, “Benim için özel haberler daha zor oluyor. Çünkü özel haberler kendine özgü bir kurgu gerektirir. Bu da bazen yorucu olabiliyor. Başlıktan son cümleye kadar tüm detayları nasıl sıralayacağımızı kafanızda planlamak zorundasınız. Ben de böyle şeylere çok kafayı takan biriyim. Rutin haber biraz daha rahattır. Neyin ne olacağı bellidir. Ajansın haber mantığı çerçevesinde rutin haberleri önceden kafanızda oturtabiliyorsunuz. Ama özel haberler tamamen muhabirin görüş açısı ile alakalı bir durumdur” şeklinde açıkladı.

İHA 8 de bu konuda AA 5 gibi düşünerek, “Benim için sıcak haberlerin takibi daha

kolaydır. Çünkü anlıktır. Gidersin o sıcaklıkla bütün bilgileri toplamaya çalışırsın. Örnek veriyorum; bir trafik kazası olmuştur. 38 kişi yaralandı, şuradan şuraya giderken yaralandı yazarsın. Araçların plakalarını, ölen kişinin adını yazarsın. Ama özel haber öyle değildir. Özel habere gittiğin zaman sorulara cevap arıyorsun. Mesela haberleri izlerken, dizi veya film izlerken bunu neden bu açıdan çekmiş derken 3 saniye sonra o istediğim açı da geliyor, tamam bunu da yapmış diyorum. Çok incelemen gerektiği için özel haber biraz daha zordur” dedi.

AA 4 ise özel haber ve sıcak haberin dili farklı olduğu için, özel haberlerde güçlü betimlemeler bulunması ve daha özenli olunması beklendiği için muhabiri zorladığını dile getirmektedir. Öte yandan sıcak haberin takibi zor ve özel haberlerin toplanmasının kolay olduğunu düşünen muhabirler de bunun üzerine belli sebeplere işaret etmektedir. İHA 1 bu konuda görüşlerini aktarırken, “Sıcak haberlerin ne zaman çıkabileceğini bilmediğimiz için her an hazırlıklı olmamız gerekiyor. Eşyalarımızı ona göre hazır tutmamız gerekiyor. Çünkü bir anda canlı yayına girilebiliyoruz, hemen görüntüyü servis etmemiz gerekebiliyor. Laptop gibi cihazların mutlaka şarjının dolu olması gerekiyor. Bunları hemen servis etmemiz gerekiyor ki diğer ajansları geçebilelim. Eşyalarımız hazır değilse sonuçları ağır olabiliyor. Sonuçta bu muhabir hatası olduğu için size de yansıyor. Bizim şehrimizde Türkiye’yi ilgilendiren bir durum olduğunda bunu diğer ajanslar geçerken biz geri planda kalırsak elbette bu bizim için çok büyük bir sorun olur. O sebeple sıcak haberlerde her zaman bir psikolojik baskı vardır” dedi.

Sıcak haberlerin muhabirin özel hayatını da ilgilendirdiğini, özel planları bozduğunu dile getiren İHA 6, “Eşinizle bir plan yaptınız ya da çocuğunuza doğum günü partisi verdiniz. Eviniz dolu, misafiriniz var. O anda telsizden bir şey geçti ve hemen saniyeler içerisinde sizin habere çıkmanız gerekiyor. Nasıl hissedersiniz? İnsana çok meşakkatli geliyor” diye devamını anlattı. İHA 9 ise özel haberlerin takibinin kolay olduğunu açıklayarak, “Özel haberleri zevkle yapıyorum. Özellikle insan hikâyelerini... Köşede kıyıda kimsenin görmediği bir şeyleri ortaya çıkarmak daha zevkli. Kimsenin bilmediği şeyleri insanlara duyurmayı, bilgi vermeyi seviyorum. Ama sıcak haberler öyle değil. Çok stres vericidir” dedi. Diğer yandan AA 1, özel haberi hızlı servis etmesi gerektiği zaman zorlandığını, ancak rahatlıkla birkaç gün üzerine çalışabileceği durumlarda özel haberlerin daha keyif verici olduğunu dile getirmektedir. AA 2’ye göre sıcak haberlerin takibi günlerce sürebildiği için muhabiri fiziksel olarak çok yorabilmektedir. 2021 yılında Antalya’da yaşanan yangını örnek veren AA 2, “O yangın sırasında meslektaşlarımız hem hayatlarını riske attılar hem de haftalardır yollarda zor şartlar altında çalıştılar” diye konuştu.

### 5.1.6. Kişisel değerlendirme

İHA ve AA muhabirleri, çalıştıkları kurumlardaki yetkililere ve diğer haber ajansları yetkililerine yönelik bazı önerilerde bulunmaktadır. Muhabirler bu kategoride kurumun içinde değişmesi gereken ve haber üretme sürecini daha kolay ve etkin hale getirebilecek bazı noktalara değindiler. Çalışmanın bu aşaması muhabirlerin kurumun iyi ve kötü yönleri hakkında kişisel değerlendirmeleri olması sebebiyle araştırmacı söylenenleri özetlemeden, doğrudan aktarmayı tercih etmiştir.

İHA 1, çalıştığı kurumun yeni gelenler için bir okul niteliğinde olduğunu ve üniversitede görmediği birçok şeyi burada gördüğünü belirterek, “İHA benim için bir gazetecilik okulu gibidir. Burada öncelikle tecrübeli kişiler bu işi size öğretiyorlar. Okuldaki çoğu hocamız gazetecilik bile yapmadığı için bazı konularda eksik kalabiliyordu. Ama sahada olduğunuz zaman iş arkadaşlarınızdan konuyu daha iyi kavrayabiliyorsunuz. Üniversiteler aslında akademisyen üretiyor, gazeteci üretmiyor. O nedenle dört sene okuduktan sonra da öğrenemediklerimi İHA’da çalışırken okudum. Ayrıca buradaki arkadaş ortamı benim haber üretimimi çok olumlu etkiliyor” dedi.

İHA 2, “Gazetecilik sektörünün en zor işi ajans haberciliğidir. Her muhabir mutlaka belli bir süre ajans muhabirliğini deneyimlemeli. Ajans muhabirleri hem gazetelere hem de televizyonlara çalıştığı için aslında her şeyi öğreniyorsun. Gazeteciliğin mutfağı diyebiliriz. Haberi yazarsın, çekersin, montajlarsın, servis edersin. Yerel gazetecilikten çok daha üst düzey bir seviyededir. Ajansta çalıştıktan sonra elde ettiğin deneyimle gazete ve televizyonlarda çalışma olasılığın da doğal olarak artıyor. Çünkü donanımlı hale geliyorsun. İHA bütün bu imkânları sağlıyor. Çalışanların gelişmesi için ne gerek varsa İHA yapıyor. Özel eğitimlerden başlayarak sahada pratik konusunda İHA bence örnek alınacak düzeydedir” şeklinde konuştu.

İHA 3, “Önce İHA’ya ve sonra Türk basını adına söyleyeceklerim var. Son zamanlarda Türk Basını adına çok önemli gelişmeler var. Artık toplumun bilinç seviyesi yükseldiği için bir olayın doğru olup olmadığını insanlar haberi okuduğu zaman anlayabiliyor. İHA başta olmak üzere bütün basın camiasındaki arkadaşlar da hızlı ve doğru bir şekilde işlerini yapmaya çalışıyorlar. Hız, evet önemli ama ‘hızlı olacağım’ diye doğruyu hiçbir zaman elden bırakmamak gerekir. Yazdığımız her harfte, klavyeye dokunduğumuz her bir tuşta bir vebal olduğunu unutmamalıyız. Eğer kendimiz bir habere inanmıyorsak toplumu inandırmak gayretinde olmamalıyız. Yaptığımız işe önce kendimiz inanmamız gerekir. Daha sonra toplumu inandırma gayreti içerisine girmek gerekir. Özellikle bu işe yeni başlayacak arkadaşların muhakkak vicdan sahibi olması gerekiyor” diye anlattı.

İHA 7, “Bu durum sadece bizim ajanslarla alakalı değil, genel ajanslarla alakalı da olabiliyor. Ajanslar gündemi takip ettiği için haberi saklıyor. Çünkü onun için haberi satmak önemlidir. Örnek veriyorum; bir çocuk zehirlenmiş mesela. Ajans bu haberi sadece kendi çektiği için özel haber gibi algılıyor ve bekletiyor. Çünkü ajans servis etmedikçe kimse bilmeyecek. 1-2 gün sonra haberi sanki o gün olmuş gibi yayınlıyor. Ancak başka yerden başka arkadaşlar teyit alırken biz haberin birkaç gün öncesinden olduğunu, çocuğun taburcu olduğunu, sonradan öğrenebiliyoruz. 2 gün önceki olaydaki çocuk iyileşmiş, evine gidiyor. Haberi o gün yayınladığı zaman çocuğu etkilemiş oluyorsun açıkçası. Çünkü çocuğun fotoğrafı, adı, soyadı her şeyi çıkıyor orada ama çocuk evde belki normal yaşama bile döndü. 3-4 gün sonra çocuk hala hastanede tedavi görüyormuş gibi ya da yoğun bakımdaymış gibi muamele görüyor. Bu etik değil. Ajansın bu tür haberlerin yayınlanması konusunda daha dikkatli davranması gerekiyor” dedi.

İHA 9, “Ben Anadolu Ajansı’nda çalışırken redaktör konusuna birisi bakar, sonra birisi daha bakar, sonra merkeze gider ve merkez bakardı. Toplamda dört kişi habere bakardı. Ama İHA’da genelde bir kişi habere bakıyor. Gözden kaçan haberler çok olabiliyor o yüzden. Ufak tefek hatalar olabiliyor. Redaktör konusunda İHA haber sürecini üç kademeli yapabilir” diye önerilerde bulundu.

İHA 10, “İHA’da önemli şey ağabey kardeş ilişkisi vardır, biz burada çok resmi olmayız. Örnek veriyorum genel müdür de dâhil buna, çok resmi olmaz. Bu da bir sıcaklık katıyor ister istemez, kendi evinmiş gibi oluyor. Malzemesine göre davranıyorsun, bir fayda sağlayacaksa karşı tarafla ona göre konuşuyorsun. Yani burası kendi işletmemiz gibi bir şey oluyor. Diğer kurumlar bu yaklaşımı alabilir yani çok resmiyet sıkıcılık getirir. Haber ajanslarında beyefendi, hanımefendi, şu bey, bu bey falan olmamalı. Böyle olunca muhabirler haber üretim konusunda istekli oluyor. Diğer yandan İHA biraz daha çalışanlarının gelir düzeyini arttırsa iyi olur. Gelir düzeyi artarsa çalışanlar daha hevesli çalışır ve İHA o zaman daha da güçlenir diye düşünüyorum” diye konuştu.

Öte yandan AA 1 ise “Çağa ayak uydurma konusunda Anadolu Ajansı’nın daha aktif olması gerekiyor. Ancak ben bu noktada da önemli adımların atıldığını düşünüyorum” diye belirtirken, AA 2, “Bizim iyi yanımız, haberi çıplak haliyle, tarafsız olarak veriyoruz. Herhangi bir kafa karışıklığına fırsat vermiyoruz. Tüm detayları haberde paylaşıyoruz. Ancak toplumu olumsuz etkileyen, küfür ve benzeri konuşmalar varsa bunu da görüntüden kesip o şekilde montajını yapıyoruz. Ama diğer haber ajansları buna yer verebiliyor bazen. Çünkü bunun sosyal medyada da yayılacağını düşünüyorlar. Biz bu konuda daha disiplinli hareket ediyoruz” dedi.

AA 3, “AA’da Haber akademisinin olması bence iyi bir şey. Anadolu Ajansı’nın başka dış dünyadaki diğer kamu yayıncılarıyla, kamu ajanslarıyla iletişimi iyi. Onlarla çok anlaşmaları var. Haber

akışlarını paylaşıyorlar veya birbirleriyle olan deneyimlerini paylaşıyorlar. ‘Daha iyi olabilecek bir şey var mı’ diye sorarsan muhtemelen şimdi zaten Anadolu Ajansı’nın yeni bir projesi var. AA global, daha yurtdışı haberlere ağırlık verecek ve İngilizce haber yapacak bir oluşum olacak. AA haber onun üzerinde çalışıyor herhalde, o olunca daha iyi olacak diye düşünüyorum” diye konuştu.

AA 4, “Ajans içerisinde ‘Şu değiştirilse daha iyi olur’ dediğimiz konular elbette var. Örnek vermek gerekirse freelance (kaşeli çalışma) sistemi ve ajansın yurt dışına gönderdiği muhabirlere bence gerekli özveriye göstermiyor. Üst yönetimdeki yetkililerimizin, yurt dışına gönderilen muhabirleri ve o bölgelerde yer alan freelancer çalışanları daha detaylı bir şekilde denetlenmesi gerekiyor. O konuda bir sıkıntı olduğunu düşünüyorum. Mesela merkezde bütün bölgelerden sorumlu şefler olabilir. Şefler o bölgelerin denetiminden sorumlu olabilir. Her bölgede birçok editör var ama genellikle bu durum, yani sayısal verilerin artırılması nicelik nitelik durumunu çoğu zaman perdeliyor. Haber sayısının artmış olması, o bölgede etkinliğinin arttığı anlamına gelmiyor. Çalıştığı bölgeye hâkim, yaşadığı ülkenin şartlarını özümsemiş, takip yeteneği yüksek ve yukarıdan da denetlenebilecek liyakatli arkadaşların olması gerekiyor. Olumlu taraflara bakarsak, bizim kurumumuzda çok ciddi bir teyit mekanizması var. Bu önemli bir şey. Emin olmadığımız bir haberi servis etmeniz mümkün değil. Bu sıcak bir haber olsa dahi böyledir. Ajansın bana kazandırdığı en büyük disiplinlerden birisi bu. Hatalar, yanlışlar her yerde olur ama bu bizde minimum seviyede bulunuyor” diye anlattı.

AA 5, “Eskiden dünyada haber akışı batıdan doğuya doğru olurdu. Biz üretilen haberi batı nasıl kurgulamışsa o şekilde kavriyorduk. Haberin merkezi Irak da olsa, Suriye de olsa, bunu kurgulayan batı medyasıydı. Anadolu Ajansı ve Al Jazeera gibi kurumlar bu durumu değiştirmeye başladı. Bu kurumlar sayesinde artık doğudan da batıya haber akmaya başladı. Bu bence çok olumlu bir şey. Ortadoğu’da yaşanan bir olayı Anadolu Ajansı’nın gözüyle dünyaya sunmak çok önemli. Biz biraz daha bu topraklara ait bir bakış açısıyla bu haberleri sunuyoruz diye düşünüyorum. Eleştirilecek noktalara bakarsak, batı medyası çoğu zaman bağımsız ve tarafsız haber üretebiliyor. Makyajlı da olsa bunu bazen yapabiliyorlar. Bizim de bunu yapabilmemiz gerekir. Yalnızca Anadolu Ajansı bağlamında değil, Türkiye’deki tüm kurumlar bağlamında bunu söylüyorum” şeklinde konuştu.

## **5.2.Bangladeş’teki Durum**

Bu araştırma, faaliyetlerini sürdüren iki özel ve iki devlet haber ajansı üzerinde yapılmıştır. Türkiye’den İHA ve AA, Bangladeş’ten ise BSS ve UNB ele alınmıştır. Çalışma bulgularının ilk aşamasında Türkiye’deki haber ajansları ile ilgili araştırmada öne çıkanlar sunulmuştur. Aynı sorulara Bangladeş’teki muhabirlerin verdikleri yanıtlar ise bu başlık altında verilmektedir. Bangladeş’te faaliyet gösteren BSS ve UNB’de

çalışan muhabirlerin çalışma hayatları, haber kaynakları, imkân ve yetenekleri, çalışma özgürlükleri, sıcak ve özel haber takibi ile son olarak muhabirlerin kurumlara yönelik kişisel değerlendirmeleri yine bu bölümde sunulmaktadır.

### **5.2.1. Çalışma hayatı**

Çalışmanın bu aşamasında araştırmacı, Bangladeş'teki haber ajansı muhabirlerinin çalışma hayatı ile ilgili söyledikleri üzerinden hareketle hazırladığı bulguları sunmaktadır. Muhabirlerin güne başlaması, gündem belirlemesi ve haber üretim sürecinde geleneksel yaklaşımların ve teknolojinin kullanımı ile ilgili bilgilere bu başlıkta yer verilmektedir.

#### **5.2.1.1. Günün başlangıcı**

Bangladeş'te haber ajansı muhabiri olarak çalışanların güne başlangıçları, günlük planları ve çalışma yoğunlukları; çalıştıkları kuruma göre değişmektedir. Devlet haber ajansı olan BSS'nin muhabirlerinin çalışırken yaşadıkları tedirginlik verici ve stresli durumlar, özel bir haber ajansı olan UNB'nin muhabirlerine göre daha azdır.

Haber ajanslarının tanıtımı ve çalışma planları ile ilgili hazırlanan bölüme bakılınca bu farklar otomatik olarak ortaya çıkmaktadır. Bir devlet haber ajansı olarak BSS'nin günlük sadece 50-60, zaman zaman 70 haber servis etmesi, muhabirlerin rahat bir biçimde çalışmaya devam edebilmeleri için yeterlidir.

Tezin okuyucularının daha kolay anlayabilmesi için BSS ve UNB muhabirlerini, “başkent Dakka'da çalışan” ve “diğer şehirlerde çalışan” olarak ikiye ayırmak en uygun yöntem olacaktır. Çünkü iki grubun çalışma şartları ve beklentileri birbirlerinden çok farklıdır. Dolayısıyla eşit olarak sadece BSS muhabiri ya da UNB muhabiri ifadeleri bizi doğru sonuca götürmeyecektir. BSS'nin kadrolu çalışanları, yani genellikle Dakka'daki muhabirler, planlı çalışmaktadır. Onların ifadelerine göre; kurum, hükümet yanlısı bir yayın politikası güttüğü için haberlerin nereden geleceği muhabirler tarafından bilinmektedir. Ayrıca muhabirler, sadece görevlendirildiği belli bir haber dalını takip ettikleri için çalışma alanları da dallanmaktadır. Bu durum onların planlı çalışabilmelerine vesile olmaktadır. Örneğin; Bangladeş'in Bakanlar Kabinesi'nde görev yapan muhabire, kabinenin basın biriminden günlük, haftalık ve aylık planlar önceden

gönderilmektedir. Muhabir ise sadece belirtilen günlerde ilgili yere gidip haberi üretmektedir.

Adliyeye bakan muhabir, genellikle görevlendirildiği adliye dışında başka herhangi bir yerde haber yapmamaktadır. Bu nedenle adliyelerde hangi davaların görüleceği önceden belirlenmekte ve muhabire gönderilmektedir. Muhabir ise sadece zamanında orada bulunarak bilgilerini haberleştirmektedir. Muhabirler, bazen özel haberlere çalışırken bile haberlerini yine adliye çerçevesinde kurgulamaktadır. Örneğin, adliyenin tatil dönemlerinde avukatların hayat hikâyeleri, adliyelerin boş kalması veya ülkenin yargısının durumu hakkında genel bilgileri barındıran haberler ön plana çıkabilmektedir. Yani bir adliye muhabiri, kurumu için bir teknoloji haberini üretmekle genellikle uğraşmamaktadır. Dolayısıyla onların çalışma planları belli kurumlara bağlı olduğu için rahat davranmak mümkün olabilmektedir. Ancak yine de kurumlara bağlı olmayan asayiş, politika ve ülkenin genel gündemi konularında hareketli geçen birimlerde çalışan muhabirler ise bazen stres ve tedirginlik yaşamaktadır. Çünkü aniden yaşanan siyasi gelişmeler, asayiş olayları, kazalar, cinayetler ve çatışmaları takip eden muhabirlerin her zaman aktif olması beklenmektedir.

BSS 1, güne başlaması ile ilgili konuşurken, “Ben adliye muhabiri olarak çalışıyorum. Adliyede çalışmamın belli avantajları var. Sonraki gün hangi davaların nerede ve ne zaman olacağı önceki gün belli oluyor. Bu liste BSS muhabiri olarak bana da gönderiliyor. Ben ona göre kendimi ayarlayarak her sabah 8’de evden çıkıyorum. Saat 9’dan önce adliyeye ulaşıyorum ve önceden seçtiğim ve haber değeri olan davalara giriyorum. Bu durumda her günüme planlı bir şekilde başladığımı söyleyebilirim” dedi.

BSS 3, “Bana sorarsanız artık gazeteci olarak istediğim gibi çalışmıyorum. Eskiden kamu yararına çeşitli haberler yapıyordum. Ancak artık sadece görevlendirildiğim alana bakıyorum. İlgili kurumlar önceden yapılacak olan etkinliklerin bilgisini gönderiyorlar. Ben de her sabah ya da bir gün önce, nerelere ne zaman gitmem gerektiği hakkında planımı yapıyorum” şeklinde konuştu.

BSS 6, “Benim çalışma hayatım rahattır. Devletin kalkınma projelerini nasıl öne çıkartabileceğimi düşünüyorum. Ben bu hayata artık alıştım. O yüzden stres hissetmiyorum” diyerek düşüncelerini belirtti.

BSS 11, “Önceden belirlediğimiz özel haberler oluyor. Örnek veriyorum; korona virüsün devam ettiği dönemde her sabah ilk olarak valiliği arayıp günlük bilgileri alıyordum. Devlet yetkilileri şehrimizi ziyaret ettiğinde önceden bilgilendiriliyordum. Onları nasıl takip edeceğimi planlıyorum” dedi.

Öte yandan habercilik anlamında hareketli geçen alanlarda çalışan muhabirlerden olan BSS 10, “Benim için gece gündüz diye bir kavram yok. Gece 2’de bile bir olay yaşandığında benim hemen haber takibi yapmam gerekiyor. Genellikle stresli bir çalışma hayatım var” dedi.

BSS 2, “Bir haber ajansı muhabiri olarak benim çalışma saatlerim yok. Çünkü ben kendi çalışma alanımla ilgili her zaman kendimi hazır bulunduruyorum. Gecenin ortasında da acil gelişen bir habere koştuğum oluyor” diyerek durumunu anlattı.

Diğer yandan BSS’nin diğer şehirlerde çalışan muhabirlerinin çalışma sistemleri merkezden çok daha farklıdır. Dakka dışında ülkenin sekiz önemli şehrinde bürosu olan BSS, her bir büroda kadrolu olarak ortalama iki muhabir bulundurmaktadır. Bu durumda BSS, Bangladeş’in başkenti Dakka dışında sadece 16 kadrolu muhabire sahiptir. Diğer 55 şehirde ise genellikle her bir şehir için bir, bazı şehirlerde ise iki muhabir sözleşmeli olarak istihdam edilmektedir.

Dakka’daki muhabirler haberciliğin belli dallarında çok rahat çalışabilirken, diğer büroların kadrolu ve şehirlerin sözleşmeli muhabirlerinin herhangi bir çalışma bölümü bulunmamaktadır. Bu muhabirler, genellikle şehirlerinde bulunan devlet kurumlarına öncelik vererek haberler yapsalar da aynı kişi adliye, asayiş, spor, ekonomi, eğitim, magazin, teknoloji, kültür sanat, çevre, sağlık gibi tüm haber dallarından sorumludur. Şehirde tek bir muhabir olarak çalışanlar ise koca şehirleri tek başlarına temsil etmektedirler.

BSS muhabirleri, öncelikli görev olarak devlet dairelerini takip ettikleri için, kurumları tarafından pek fazla özel haber talebiyle karşılaşmamaktadırlar. Bu nedenle Dakka ve diğer şehirlerdeki muhabirler, daha rahat davranabildiklerini öne sürmektedir.

Ancak yine de illerde çalışan muhabirlerin bir kısmı yedi gün yirmi dört saat aktif olduklarını, sabah güne başlarken rahatsız hissettiklerini dile getirmektedir.

BSS'nin bir il muhabiri, "Benim çalışma saatim günde 24 saattir. Gece yarısında kalkıp habere gittiğim ve eve dönüp o haberi hazırladıktan sonra merkeze gönderdiğim oldu. Şu anda televizyon ve sosyal medya bizi rahat bırakmıyor. Her şey saniyeler içinde yayılıyor. Bu yüzden benim de bu yarıştaki yerimi güçlü tutabilmek için sürekli koşmam gerekiyor" diye konuştu.

BSS 12, "Tüm şehirde tek başıma çalıştığım için her sabah erken saatlerde gündemde neler olup bittiğini kontrol ederek güne başlıyorum." derken BSS 13 ise, "BSS bir devlet haber ajansı olduğu için genellikle devletin kalkınma projeleri, gelişme planları, milletvekili ve bakan takibi yapıyorum. Bağımsızlık Günü, Zafer Günü gibi özel günlerde bu konulara çalışıyorum. Burada çalışmak bu yüzden rahat" şeklinde konuştu.

Öte yandan UNB özel bir ajans olduğu için devleti destekleyen haberler dışında da ülkenin her köşesinden birçok konuda haber üretmektedir. Dolayısıyla UNB muhabirlerinin çalışma alışkanlıkları, BSS muhabirlerine göre oldukça farklıdır. Ancak yine de BSS'de olduğu gibi UNB'de de muhabirler belli alanlarda görevlendirilmektedir. UNB de BSS gibi Dakka ağırlıklı çalışmaktadır. Dakka ve diğer şehirlerin muhabirlerinin günlük çalışma şartları çok farklıdır. BSS, Dakka dışında da bazı şehirlerde kadrolu muhabir bulundurmaktadır. UNB ise Dakka dışında yalnızca sözleşmeli muhabirler çalıştırmaktadır.

Bir haber ajansı olarak diğer ajanslarla değil, televizyon ve gazetelerle bir yarışta olduğunu söyleyen UNB 1, "Sahada bizim en büyük rakibimiz televizyon ve gazetelerdir. Her sabah kalktıktan sonra haber kaynaklarımı kontrol ediyorum. Sosyal medya ve diğer üye olduğum gruplara bakıyorum. Olayları inceleyip son gelişmelerin neler olduğuna bakıyorum. Bunları belirleyerek televizyonların bizden önce haber geçmemesi için çok hızlı hareket ediyorum. Bu anlamda bir telaş içerisinde güne başladığımı söyleyebilirim" diyerek durumu anlattı.

UNB 3, sadece ekonomik haberlere baktığı için genellikle takip edilecek konular hazır. Ayrıca resmi çalışma saatleri dışında da rahat davranabilmektedirler. Ancak UNB 11 bir asayiş muhabiri olduğu için diğer muhabirlerden çok daha yoğun çalıştığını dile getirmektedir.

Diğer yandan UNB için Dakka dışında çalışan muhabirler ise sorumluluklarını ve günlük çalışma sistemlerini farklı ifadelerle anlatmaktadır. UNB 4, “2 bin 785 kilometrelik bir alanda, yani toplam on belediyede tek UNB muhabiri benim. Dolayısıyla benim için güne başlamak diye bir şey yok. Her zaman uyanık yaşıyorum. Gecenin üçünde bile çıkıp yüzlerce kilometre uzaktaki habere gittiğim oldu” şeklinde konuştu.

UNB 5, “Sabah ilk işim diğer gazeteci arkadaşlarıma ve onların kurumlarına bakmak oluyor. Ben yokken onlar bir haber geçti mi diye kontrol ediyorum. Bir şeyler olduysa hemen o haberle ilgileniyorum. Bu anlamda tedirgin bir biçimde güne başlıyorum” dedi.

Muhabir UNB 6 ise günde 15 ila 18 saatini kurum için haber üretmek için harcadığını ve sabah ilk olarak resmi kaynaklara ve haber sitelerine baktığını, polis merkeziyle iletişim kurduğunu anlatmaktadır. “Burası ülkenin en büyük ikinci şehri ve ekonomik başkentidir.” diyen muhabir, “Ancak burada UNB adına çalıştığım için tek muhabir benim. Dolayısıyla buradaki yoğunluğa yetişmek benim için her zaman zor bir durum” şeklinde konuştu.

Günlük çalışma yoğunluğunu anlatan UNB 7, “Bulduğum bölge Hindistan sınırında yer alan bir bölgedir. Dünyada bulunan tek mangrov ormanı olarak bilinen ve Bengal kaplanlarının yuvası olan Sundarban, bizim şehrimizden geçiyor. Bu nedenle benim günüm her zaman yoğun başlıyor. Ben sözleşmeli olarak çalışsam da her sabah işe başlarken ‘kadroluyum’ ya da ‘sözleşmeliyim’ diye bir ayrım yapmıyorum. İş iştir. Bazen sınır bölgesinde yaşanan olaylarla ilgili takip yapmamı istedikleri için gece 4’te olay yerine gönderiliyorum” diye konuştu.

### **5.2.1.2. Günlük gündem belirlemesi**

Bangladeş’teki haber ajanslarında çalışan muhabirler, kadrolu ya da sözleşmeli fark etmeden her gün bir gündem bulmak zorunda değildir. Ancak bazı muhabirler, kendi istekleri doğrultusunda amirlere konu bildirmektedir. Genellikle kurumun editör masasından muhabirlere her gün konular paylaşılmaktadır. BSS muhabirlerinin söylediklerine göre; BSS’nin takip etmesi gereken haberler genellikle devlet kurumlarından gönderilmektedir. UNB’de çalışan muhabirler de aynı şekilde gündem

belirlemek konusunda herhangi bir zorunluluk bulunmadığını anlatmaktadır. Alanında uzman kişilerin, neler yapacaklarını daha iyi bildiklerini söyleyen muhabirler, bazen daha verimli çalışmalar için müdürlere danışmaktadır. Bunun dışında UNB ve BSS, muhabirlerine günlük olarak haber planlarını aktarmaktadır.

BSS ve UNB ajanslarının gündem planlama toplantısı her gün değil, haftalık olarak düzenlenmektedir. Bu toplantılarda muhabirler, düşündükleri haber konularını paylaşmaktadırlar. Yetkililer ise bu haberleri değerlendirip yönlendirmeler yapmaktadır. BSS ve UNB muhabirlerinin aktardıklarına göre, kendilerinin haftada en az bir tane özel haber yapmaları gerekmektedir.

Öte yandan başkent dışında diğer şehirlerde çalışan muhabirler de her gün gündem belirlemek zorunda değildir. Ancak muhabirler her gün belli sayıda haber toplayıp servis etmektedir. İl genelinde tek muhabir olduğu için haber bulmanın kolay olduğu anlatan gazeteciler, bazen kurum tarafından verilen konulara da çalışmaktadır. Böylelikle haftalık ya da aylık olarak iletilen bazı konularda muhabirlerden derin araştırmalar yapması, haber toplaması ve servis etmesi beklenmektedir. BSS muhabirlerin söylediklerine göre; bu konular genellikle hükümetin kalkınma projeleri hakkındadır. Bu haberlerde bir önceki hükümetin eksik olduğu noktalar öne çıkarılarak mevcut hükümetle kıyaslama yapılması beklenmektedir. Bu durum, muhabirleri daha çok planlama ve araştırma yapmaya yönlendirmektedir.

BSS 1, günlük gündem bildirme konusu hakkında şunları söyledi:

“Adliye yetkilileri her gün, sonraki gün görülecek davaların listesini kuruma gönderiyor. Kurum ise benim takip etmemi istediği kısımları bana yönlendiriyor. Bunun dışında kurum, listede olmayan ancak ani gelişen konuların da takibini yapmamı isteyebilir. Ama ben her gün kuruma konu bildirmek zorunda değilim.”

BSS 2, “Genel Haber Koordinatörümüz kendisine gelen haberleri her sabah çalıştığımız alanlara göre aramızda dağıtıyor. Eğer benim alanımla ilgili haber yoksa, haberi kendim üretiyorum. Parlamentoya baktığım için normalde zaten onun takibini yapıyorum. Bunun dışında milletvekilleri, parlamento başkanı ve yetkililerle özel haberler oluşturuyorum. Ancak her gün bir gündem bildirmek zorunda değilim. Kendi takvimime göre çalışıyorum” dedi.

Muhabir BSS 3, “Aslında burası bir devlet haber ajansı olduğu için benim burada hükümetimize karşı bir haber yapabilme şansım olmuyor. Yaşanan pozitif ve negatif olaylar var. Kurum ise buna göre beni yönlendiriyor. Ben de zorunlu olarak sadece pozitif olayları haberleştiriyorum” diye konuştu.

BSS 5 kurum tarafından kendisine haftalık ve aylık olarak özel konular verildiği ancak zorunlu olmasa da genellikle kendi gündemini yarattığını ve merkeze gönderdiğini dile getirmektedir. Muhabir BSS 6, genellikle merkezle haber konuları hakkında iletişimde olduğunu aktarırken, “Gündem vermek zorunda değilim ancak her gün birden fazla haber yapıyorum” dedi.

BSS 9, “BSS bir devlet haber ajansı olduğu için bizim de yapacağımız haberin ilk odağı hükümettir. Yani yapacağımız gündemler belli. Hükümetin yaptığı çalışmalarını, bakan ziyaretlerini, valilik çalışmalarını ve diğer resmi dairelerin faaliyetlerini özenle haberleştirmek zorundayım.” şeklinde konuştu.

Dakka dışında kadrolu olarak çalışan BSS 10 bu konuda, günlük olarak takip edilecek konuların merkez tarafından her sabah bildirildiğini dile getirmektedir. Bunun dışında büro müdürünün istekleri doğrultusunda çalıştıklarını anlatmaktadır. BSS 11, yaptığı haberin daha sonra kullanıp kullanmayacağı konusunda sorun yaşamamak için genellikle haber müdürüne danışarak çalıştığını söyledi. BSS 12, ülke gündemine uyumlu olarak çalıştığını dile getirirken BSS 13, “Ben istediğim konuyu çalışıyorum. Ama her gün düzenli olarak 1-2 tane haber topluyorum. Sözleşmeli çalışan olduğum için gündem bildirmek zorunda değilim” ifadelerinde bulundu.

UNB'nin durumu da BSS'den farksız. Muhabirler, her gün gündem bildirmemektedir. Ancak haftalık olarak gündemlerini aktarmaktadır. Bu konuda UNB 1'in aktardıklarına göre; kendisi bir siyasi partiyi takip ettiği için partinin faaliyetlerine zaten önceden davet edilmektedir. Muhabir olarak kendisi de ona göre planını yapmaktadır. UNB 2 ise “Cumhurbaşkanlığı, Yolsuzlukla Mücadele Başkanlığı ve hükümetimizin partisini takip ediyorum. Bu nedenle ne yapacağımı belli. Kimseye konu bildirmek zorunda değilim.” şeklinde konuştu.

UNB 3 ve UNB 11, bu alanda yıllardır çalıştıkları için kurumun ne istediği bildiklerini ve kendi planlarını da ona göre kurduklarını belirtmektedir. UNB 4'ün söylediklerine göre ise muhabirler her gün gündem belirlemek zorunda değiller, ancak merkez çalışanlarının şehirdeki haberlerin üretilmesine destek olmaları istenmemektedir.

UNB 5 her gün gündem ayarlamının pek zor olamadığı dile getirerek, “3 bin 220 kilometrelik bir kocaman bir şehre tek başıma bakıyorum. Bu nedenle gündem ayarlamak çok zor olmuyor. Her gün haberler önümüze düşüyor. Merkez de benim haber göndereceğimi bildiği için üretim konusunda bir baskı yaratmıyor” dedi.

UNB 6, UNB 7, UNB 8, UNB 9 ve UNB 10 da diğer muhabirler gibi her gün gündem belirlemek zorunda olmadığını ifade etmektedir. Ancak kendileri kurumun gösterdiği yolu takip ederek her gün haber ürettiklerini anlatmaktadır. Ayrıca özel konularda da bazen merkez tarafından talepte bulunulduğu dile getiren muhabirler, gündem belirtmek zorunda olmadığı için daha az baskı hissedildiğini söylemektedir.

### ***5.2.1.3.Haber toplamada dijital ve geleneksel sistemler***

Bangladeş'teki muhabirler haber üretmek için dijital ve geleneksel sistemlerini bir araya getirerek kullanmaktadır. Bangladeşli kıdemli ve ileri yaşlardaki muhabirler hala not defteri kullanırken, bazen resmî kurumlar muhabirlere haber takibi için davetiye mektubu da göndermektedir. Araştırmada sonucunda, UNB muhabirlerin haber bulmak için BSS'tan daha çok ter döktüğünü anlaşılmaktadır. BSS'in görüntülü haber servisi olmadığı için bazı dijital sistemlerin kullanması da muhabirler için zorunlu değildir. Ancak UNB, BSS'tan bu konuda ilerideyken haberin üretim sürecinde de daha çok dijital yöntemine başvurmaktadır.

Bangladeş'teki muhabirler, gelişen teknolojilere genellikle ülke şartlarından dolayı geç ulaşmaktadır. Akıllı telefonlar muhabirlerin eline yaygın biçimde 2015-2016 yıllarından sonra geçmiştir. Bu nedenle bazı muhabirler haber toplama sürecinde hâlâ geleneksel sistemlere başvurmaktadır. Ayrıca muhabirlerin anlattıklarına göre; kaynağın ve bilginin korunması için de bazen istenerek geleneksel sistemler tercih edilmektedir. Araştırmada hem BSS hem de UNB muhabirlerinin, dijital sistemlere yavaşça alıştığı

anlaşılmaktadır. Mesleğe yeni giren genç muhabirlerin ise dijitali, kıdemli muhabirlerden daha fazla tercih ettiği göze çarpmaktadır. Ayrıca ileri yaşlardaki muhabirler, yeni teknolojilerin kullanımını konusunda bazı sorunlar yaşamaktadır. Bu nedenle gelenekseli tercih eden muhabirlerin yerine gelen yeni muhabirler, sektörü dijitalleştirmeye eğilimlidir.

BSS 1, “Haber üretim sürecinde geleneksel ve dijital sistemlerini nasıl kullanıyorsunuz?”-sorusuna “Artık çok fazla teknolojik gelişme yaşıyor. Ancak hâlâ eski sistemleri kullanıyorum. Not defterimi çok kullanıyorum. Özellikle ses kaydı alırken çok önemli yerlerin notunu tutuyorum. Çünkü bu not benim daha sonra konuşmacının hangi bölümünün haberini yapacağım konusunda yardımcı oluyor” diyerek yanıt verirken, dijital imkânlardan da faydalandığını ve hatta dijital teknolojiler olmadan piyasada durmanın bile imkânsız olduğunu söyledi.

Muhabirler, mesajlaşma uygulamalarının kullanımının haber üretim sürecini eskiye göre iki kat kolaylaştırdığını dile getirmektedir. Bangladeşli haber ajansı muhabirleri, günümüzde akıllı telefon ve bilgisayarların haber üretiminin temel aletleri olduğunu aktarmaktadır.

Teknolojik gelişmelerden sonra muhabirlerin az işgücü ile fazla verim aldıklarını anlatan muhabir BSS 2 şöyle konuştu:

“Eskiden bir haber için kilometrelerce yürüyordum. Haberi elle yazıp gönderiyordum. Sonradan daktilo kullandık. Faks kullandık. Bir haber için günlerce çalıştık. Ama şimdi her şey değişti. Eskiden parlamentodaki oturumlar kapandıktan sonra gece geç saatlerde ofise gelip haberi hazırlıyordum ama artık saat başında haberi toplayıp servis edebiliyorum.”

BSS 3 ise, dijital imkânlardan faydalanabileceğini bilse de gizlilik ve kaynağın korunması için geleneksel teknikleri kullanmaya devam etmektedir. Kendisi bu konuda şunları söylemektedir:

“Her zaman dijital teknolojiyi kullanıyor değilim. Bazen dijital ortamlar üzerinden bilgi alış-verilişi yaparken kaynağım tehdit altında olabiliyor. Çünkü telefonlarımız dinlenebiliyor, dijital ortamlar belli gruplar tarafından izleniyor. Bu nedenle kaynağımı korumak için telefon üzerinden bilgi almak yerine kendisiyle buluşup bilgi topluyorum. Bazen çok önemli konuların bilgisini saklamak için gizli notlar alıyorum. Telefona yazmıyorum, ezberliyorum.”

“Adliyeler, resmî kurumlardan haber bilgilerini yazılı olarak bana ulaştırmaktadır. Bunu bir mektup olarak düşünebiliriz.” diyen BSS 4, bunun dışında habere ulaşma, haber toplama ve hazırlama sürecinde dijital teknolojiyi kullandığını belirtmektedir.

Yüz yüze görüşerek haber bilgisine ulaşmanın muhabirlere ayrı bir zevk verdiği dile getiren, BSS 5, “Kişiyle direkt yüz yüze görüşerek randevu almayı severim. Bence kişi ile hem randevu almak hem de yüz yüze görüşerek bilgi toplamak hâlâ en etkileyici yöntemdir” diyerek fikrini söyledi.

Kariyerinin ilk yıllarında zorunlu olarak geleneksel haber toplama sistemlerini kullanan BSS 6, “Saatlerce yürüyerek olay yerine gittiğimde olay bitmiş olurdu. Ya da birileriyle görüşmek için bir yere gittiğimde kişiyi bulamayıp dönmek zorunda kalırdım. Ancak günümüzde bu sorunlar çözüldü. Dakikalar içinde habere ulaşıyorum. Birileriyle görüşmek için de önceden randevu alarak gidebiliyorum” dedi.

Teknoloji aracılığıyla gelen her haberin her zaman doğru olmadığını düşünen ve bu nedenle olay yerine gitmeyi tercih eden BSS 7 de, ister istemez haber toplamak için dijital ortamlara başvurmaktadır. Çünkü karşıdaki insanın istekleri doğrultusunda muhabir, dijital teknolojiyi kullanmak zorunda kalmaktadır. Dijital ortamlardaki kaynaklardan gelen haberlerin eksik ve yanıltıcı olabileceği düşünen BSS 12, dijital teknolojilerden ziyade geleneksel sistemlere bağlı kaldığını söylemektedir. Ancak yine de bazı noktalarda dijitali tercih eden muhabir, “Dijital sistemler artık olmazsa olmazımız oldu. İstemesem de kullanıyorum” diye ekledi.

“Buradan 40 kilometre uzakta yaşanan bir olayı oturduğum yerden oradaki kaynağıma soruyorum. Bir fotoğraf çekip göndermesini istiyorum. Daha sonra konu ile ilgili resmi onay almak için yine oturduğum yerden bölgemizin kaymakamına mesaj atıyorum. O da onay verince haberi hazırlayıp merkeze gönderiyorum. Bütün bu işlemi sadece birkaç dakika içinde, oturduğum yerden yapabiliyorum.” diyen BSS 9, “Haber toplamak için teknolojiyi bu derecede kullanıyorum” dedi.

Dijital teknolojinin haber üretimini arttırdığını dile getiren BSS 10, eskiden günde bir tane haber ancak verebildiğini fakat şimdi aynı sürede 3-4 tane haber yaptığını

anlatmaktadır. Öte yandan BSS 11, devlet kurumlarında bürokrasi nedeniyle gelişmelerin çok yavaş yaşandığını öne sürerek, “Bu sorunu çözebilmek için gerekli tüm dijital imkânlar kurumumuzda bulunamayabiliyor” diye konuştu.

Bu çalışmada UNB muhabirlerinin, BSS muhabirlerine kıyasla dijital olanaklardan daha fazla faydalandığı görülmektedir. UNB 2, dijital sistemleri geleneksel sistemin yeni versiyonu olarak nitelendirmektedir. Kendisi bu konuda, “Aslında bakarsanız biz o eski sitemlerin yeni versiyonlarını kullanıyoruz. Yani sistem değişmedi ama sistemin işleyiş şekli değişti. Mektup yerine e-posta geldi, yürüyerek haber bulmanın yerini sosyal medya mesajlaşma uygulamaları aldı. Kalem ve defterin yerini telefondaki not defteri aldı. Aradaki fark bu” dedi.

UNB 3 ise kendi çalışma sisteminin tamamen resmi internet sitelerine bağlı olduğunu söyleyerek hiçbir geleneksel sistemi kullanmadığını dile getirdi. Kendisi bir ekonomi muhabiri olduğu için borsa, Merkez Bankası, özel bankalar, Maliye Bakanlığı gibi kurumların sitelerini takip etmesinin yeterli olduğu söylemektedir.

Eskiden haber bilgisi için telgraf ve fakstan faydalanan muhabir UNB 4, artık çalışmalarının yüzde 80’ini yeni gelişen dijital teknolojilerle yaptığını anlatmaktadır. UNB 5 ise, dijital teknolojiyi zorunlu olarak kullandığını ancak bu teknolojinin haberciliğin ruhunu zedelediğini öne sürmektedir. Kendisi bu konuda şunları aktarmaktadır:

“Eskiden haber toplamaya giderken çok keyif alıyordum. Bizim buralar nehirlerle sarılmış bir bölge. Bu nedenle vapur ve gondollarla kilometrelerce yolculuk yapardım. Yeni insanlarla tanışıyordum. Bir habere giderken yeni yeni kaynaklar ediniyordum. Ama artık bu sistemlerden hiçbiri yok. Her şey dijitale dönüştü. Görüşmeleri bir telefon aramasıyla gerçekleştiriyoruz. Ses kayıt cihazı bile kullanmama gerek kalmıyor. Telefondan ses kaydı yapıyorum. Bunlar haberciliğin asıl tadını bozdu.”

UNB 6 ise hala geleneksel ve dijitali bir araya getirerek gazetecilik yapmaktadır. Kendisinin aktardıklarına göre, aniden bir olay yaşanınca hemen dijital sistemler üzerinden bilgileri toplamaktadır. Daha sonra olayın üzerinde derin bir çalışma yapmak için geleneksel sistemlere başvurmaktadır. Çünkü muhabir, dijital sistemler üzerinden doğru araştırma yapabilmenin mümkün olmadığını düşünmektedir.

UNB 8, geleneksel ve dijital sistemlerin kullanımı ile ilgili konuşurken; gizli bilgilere ulaşmak için geleneksel, açık bilgiler için ise dijital sistemleri tercih ettiğini belirtmektedir. Kendisi durumu şu sözlerle açıklamaktadır:

“Bazı haberler var ki; gizli hareket edilmesi gerekiyor. Telefon ya da kamera vs. çıkartamazsınız. Çıkartırsanız olayın içinde olan olarak kişiler tarafından saldırıya uğrayabilirsiniz. Bu tür durumlarda ben genellikle bilgileri ezberliyorum. Bazen ezberlediğimi unutmamak için bilgiyi bir şeylerle benzeterek aklımda tutuyorum. Bunun dışında genellikle artık telefonla tüm işlerimi halledebiliyorum. Gizli haberlerde bile gizlice ses kaydını açık bırakıyorum. Günümüzde telefon, internet, bilgisayar olmadan artık gazetecilik yapmak imkânsız hale geldi.”

Haber toplamak için UNB 9, hâlâ yüzde 50 oranında geleneksel sistemleri kullandığını dile getirirken UNB 10, “Artık bir gazeteci hiç hareket etmeden dijital bağlantılar üzerinden her gün gerekli haberleri toplayabilir ve böylece hiç yerinden kıpırdamadan gazetecik kariyerini tamamlayabilir. Önemli olan sadece doğru kaynaklarla iletişimde olabilmek” dedi.

UNB 11 haber toplama sürecinde geleneksel sistemlerin önemini dile getirdi. Muhabir bu konuda, “Eğer gerçek bir muhabirlik yapmak istiyorsanız geleneksel sistemlerden hiçbir zaman kopmayacaksınız. Çünkü perde arkasındaki sırrı öne çıkartmak için geleneksel sistemler her zaman gerekli olacaktır” şeklinde konuştu.

### **5.2.2. Haber kaynakları**

Haber ajansı muhabirleri için kaynaklar haberin sermayesidir. Görüşmeye katılan muhabirlerden birinin anlattığı gibi; her muhabir, kaynakları kadar büyüktür. Kaynakların varlığı habercilerin can suyudur. Kaynaklar, haber oluşumunun ilk aşamasında muhabirlerle olan irtibat doğrultusunda haberin ham maddesini sağlamaktadır. Habercilikte kaynakların oluşması doğal bir süreçtir. Çünkü her olayın ardında taraftar ve muhalifler olacaktır. İşte olayın içinde olan bu taraftarlar, haberin ilk kaynağıdır. Ayrıca doğrudan olaya dahil olmayan ancak yakınlarında bulunanlar da habere kaynaklık etmektedir. Bulguların ilk aşamasında Türkiye’deki haber ajansı muhabirlerinin kaynak oluşturmaları ile ilgili detaylı araştırmaların sonuçları açıklanmıştır. Burada ise araştırmanın Bangladeş bölümü incelenecektir.

### **5.2.2.1.Kaynak oluşturma**

Haber ajansları için ‘hız’ her zaman önemliyken muhabirin kaynağı ne kadar güçlüyse muhabir de o kadar hızlı haber toplayıp servis edebilmektedir. Muhabirler, yıllardır sahada çalıştıkları için işin doğası gereğı bazı sabit kaynaklara sahip olmaktadır. Bunun dışında olayın gerçekleştiğı anda oluşan kaynaklar da olabilmektedir. BSS muhabirlerinin aktardıklarına göre; kendileri hem sabit hem de anlık oluşan kaynaklardan haber toplamaktadır. Muhabirler, yıllardır aynı alanda çalıştığı için iş gereğı her gün yeni insanlarla tanışır. Bu tanışma ise daha sonra muhbir-muhabir ilişkisinin oluşumuna kadar uzamaktadır. BSS 2’nin ifadeleriyle “Muhabirler belli bir süre kaynaklar ekıyor. O ekim, daha sonra sürekli meyve veren bir ağaca dönüşüyor.”

Bangladeş’teki gazetecilerin, özellikle BSS muhabirlerinin en büyük haber kaynaklarından biri ise resmi daireleridir. Muhabirler; milletvekilleri, bakanlar, bakanlıklar, müdürlükler, üniversiteler, valilik ve kaymakamlıkların kendileri için büyük haber kaynakları olduklarını dile getirmektedir. Bir muhabirin buralardan sürekli haber alabilmesi için en önemli noktalardan birisi, her yeni gelen yetkiliyle tanışmasıdır. BSS 10’ün ifade ettiği üzere; resmi dairelerdeki görevliler sürekli bir değışim içerisinde olmaktadır. Bu nedenle muhabirin ilk işi, göreve yeni gelen herkes ile tanışmak olacaktır.

BSS 1, çalıştığı alanlar belli olduğu için kaynak oluşturmada pek sorun yaşamamaktadır. Örneğın bir adliye muhabirinin en büyük haber kaynağı, duruşma salonlarındaki yazı işleri müdürüdür. Daha sonra; davanın avukatları, sanıkları, davacı ve davalının tarafları gelmektedir. Adliye muhabiri olan BSS 1, yıllardır bu şablon üzerinden haber toplamaya devam etmektedir.

BSS 4, kaynak oluşturması için yeni iletişim araçlarına önem vermektedir. Kendisine göre; her gün yeni kişilerle tanışmak ve kimden ne yönde faydalanabileceğı konusunda iyi bilgi sahibi olabilmek, iyi bir muhabir için olmazsa olmazlardandır. BSS muhabirlerinin haberleri genellikle devlet dairelerinden geldiğı için bu noktaya pek önem vermediğı dile getirilmektedir. BSS 5, sabit kaynaklarının yanı sıra ani gelişen olayların mağdurlarını kaynak olarak kullanmaktadır. Bu mağdurlar hem o anki haber için hem de

haberinin devam takibi için bilgi sağlamaktadır. Aynı zamanda bu kişiler, muhabire olan güven neticesinde sabit kaynaklara da dönüşebilmektedir.

BSS 7, haber kaynağı oluşturması için dijital platformların desteğini aldığını belirtmektedir. Muhabirler, sosyal medya üzerinden kaynak edinmenin ve e-posta yoluyla iletişim kurmanın ajans haberciliğinde artık bir moda hâline geldiğini ifade etmektedir.

Muhabirler, e-posta üzerinden de iletişim kurarak kaynak edindiğini açıklamaktadır. Ancak bazı muhabirler, dijital ortamlardaki kaynaklarının her zaman güvenilir olmadığını ve muhabirin haberini olumsuz etkilediğini dile getirerek yüz yüze tanışmanın önemine vurgu yapmaktadır. Muhabir BSS 9, kaynak oluşturma sırasında doğru kişiye ulaşmanın çok önemli olduğunu söylemektedir. BSS 9'a göre; bir habere yanlış kaynak seçimiyle başlanırsa, haberin devamı da hatalı olacaktır. BSS 11 ise, kaynak oluşturma sırasında hiç kimsenin küçümsenmemesi gerektiğini tavsiye etmektedir. Muhabir; şehrin valisinden delisine kadar herkesin, çeşitli zamanlarda önemli birer haber kaynağına dönüşebileceğini düşünmektedir. Bu nedenle BSS 11, herkesle eşit düzeyde iletişim sağlanması gerektiğine vurgu yapmaktadır.

UNB muhabirlerden bazıları gizli kaynak oluşturma konusuna önem vermektedir. UNB 1'in anlattıklarına göre, haberin görünen kısmı herkesle paylaşılmaktadır. Ancak asıl mesele, haberin görünmeyen yüzündedir. Bir diğer muhabir, haber kaynaklarına yaklaşımın da çok önemli olduğunu belirtmektedir. Muhabir, muhabirinin kızının doğum gününden bir yakınının vefatına kadar her önemli anında onun duygularını paylaştığını hissettirmelidir.

Kurum ve kuruluşların basın danışmanları, muhabirlerin ciddi haber kaynaklarıdır. UNB 3'ün söylediklerine göre, eskiden kurumlarda basına bilgi verecek yetkililer bulunmamaktaydı. Ancak son zamanlarda durum değişti ve her kurumda bir basın danışmanı yer almaya başladı. Kurumlarda bir basın danışmanı yoksa dahi, basına konuşmakla yetkili birisi mutlaka belirlenmiş olmaktadır. Bu kişi ise muhabirlere haber sağlamaktadır. UNB 4'ün belirttiklerine göre; önemli yapıların etrafındaki esnaf her zaman en iyi haber kaynağıdır. Örneğin; bir havalimanı müdürü geç kalan bir uçak hakkında muhabirlere doğru bilgi sağlamayabilir. Ancak havalimanında bulunan kantin

personeli, muhabire doğru bilgiyi anında ulaştırabilme potansiyeline sahiptir. Ya da bir bakanlıkta yaşanan yolsuzluk, hiçbir zaman resmi kanallardan açıklanmayacaktır. Ancak bakanlığın hizmetçisi bu konuda muhabire bilgi sağlayabilmektedir. UNB 4'e göre; önemli makamlardaki insanlar, daha basit işler yapan insanları önemsiz görerek onlardan zarar gelmeyeceğini düşünebilirler. Bu da önemsiz görülen bu insanları bilgiye ulaştırabilir.

Muhabir UNB 5, haber kaynağı oluşturma konusunda toplumun her kesiminden insanlara ulaşmanın her zaman önemli olduğunu söyleyerek şunları ifade etmektedir:

“Benim çalıştığım bölgede çok ada var. Bu adadaki insanlar beni tanımıyor ve ben de onları tanımıyorum. Onlar toplumun geride kalan insanları olarak görülüyor. Onlarla iş yapabilmek için onlardan birisi olduğum hissiyatını vermem gerekmektedir. Ben de bunu yapmak için ada ada geziyorum. Oradaki insanlarla tanışıyorum. Kanaat önderleriyle görüşerek herhangi bir gelişme olduğunda beni aramalarını rica ediyorum ve böylece kaynak oluşturuyorum.”

UNB 6'ya göre muhalifler her zaman en iyi kaynaklık yapanlardır. Bunu bir örnekle açıklayan UNB 6, bir gün bir kurumda seçim olduğundan bahsederek seçimde iki grubun aday olduğundan söz ediyor. Bu gruplardan birinde aday olarak ön plana çıkmak isteyen bir kişinin bu isteği, grup tarafından kabul görmüyor. Bu kişi bunun sonucunda diğer gruba muhbirlik yapmaya başlıyor ve diğer grubun seçimi kazanmasında etkin bir rol oynuyor. İfadesini bu örnekle pekiştiren UNB 6, bu gibi muhbirlerden alınan bilgilerin her zaman için başka bir kaynaktan daha teyit edilmesi gerektiğinin de altını çiziyor. Çünkü bu tarz insanların menfaatleri için yanlış bilgiler de aktarabileceğini söyleyen UNB 6, muhabirlerin gittikleri her yere kartlarını bırakmasının da kaynak oluşturmada etkili bir yöntem olduğunu vurgulularken, “Bıraktığınız kartların küçük de olsa bir kısmı size haber olarak dönecektir” diyor.

Bazı muhabirler kartopu yöntemiyle kaynak oluşturduğunu belirtmektedir. Bir kaynağın önerisiyle başka kaynaklara ulaşarak haber toplamanın önemli ve güvenilir olduğu söylenmektedir. Aynı zamanda bir muhabirin birden fazla haber dalında çalışmaması gerektiğine vurgu yapan muhabirler, bir kişi aynı haber dalında yıllarca çalışırsa o alanda uzman olacaktır. Aynı zamanda düzenli kaynakların oluşması da bu yöntemle daha kolay olacaktır.

### **5.2.2.2.Kaynağın muhabiri ve muhabirin kaynağı bulması durumları**

Ajans haberciliğinde bir kaynağın önemi yukarıda açıklanmaktadır. Muhabirler, kendi işlerinin bir parçası olarak kaynaklara başvurmaktadır. Hem sabit kaynaklar hem de olayın gelişimiyle ortaya çıkan kaynaklar, haber ajansı muhabirlerinin işini kolaylaştırmaktadır. Araştırmada öne çıktığı üzere Türkiye'deki haber ajanslarında olduğu gibi Bangladeş'teki haber ajanslarında da muhabirin kaynağı, kaynağın da muhabiri bulma işlemi iki taraflı olmaktadır. BSS 1'in aktardıklarına göre, en çok görülen durum; muhabirin kaynaklara ulaşmasıdır. Fakat bazı durumlarda kaynaklar, çeşitli olayların haberleştirilmesini istedikleri için muhabirlere ulaşabilmektedir. Bu noktada, kamu haber ajanslarında çalışan muhabirler, diğer ajans muhabirlerine göre daha fazla ilgi görmektedir. BSS 1'in muhabirlik yaptığı adliyenin avukatından hakimine kadar herkes, öğrendikleri bilgilerin BSS'de yayınlanması için BSS 1'e yoğun ilgi göstermektedir.

Öte yandan bir devlet haber ajansı çalışanı oldukları için muhabirler, haber değeri taşısa bile her konuyu haberleştirememektedirler. BSS 2 bu konuda, “Çalıştığım kurumun bir devlet kurumu olması nedeniyle, gelen her vatandaşın haberini yapamıyorum. Bunun bir sınırı ve çerçevesi var. Bunun dışına çıkamıyorum” dedi.

Muhabir BSS 2 ve BSS 4, çalıştıkları kurumun bir devlet ajansı olması nedeniyle resmi dairelerden gönderilen haberlerin öncelikli olarak kendilerine ulaştığını ifade etmektedir. Kurumlardan muhabirlere sürekli olarak gelen hazır haberler, işleri kolaylaştırmaktadır.

BSS 3, “Bizim elimiz kolumuz bağlı. İstedığımızı yapamıyoruz.” diyerek başladığı konuşmada, devlet haber ajansında çalıştıkları için vatandaşın haber ajansı olmadıklarından söz etmektedir. Kendisine gelen ve haber değeri taşıyan birçok mağdurun sesini duyuramamanın üzüntüsünü dile getiren muhabir, “Önemli bir konunun haberini kendim yapamadığım zamanlarda, başka kurumlarda çalışan tanıdığım muhabirlere yönlendirmeler yapıyorum” dedi.

Ayrıca muhabir BSS 3, bazen kendilerine ulaşan insanların, “Bu gibi haberleri siz yapamıyor olabilirsiniz. Ancak hiç değilse başka kanal veya gazetelere bu durumu

iletirseniz çok seviniriz.” dediğini aktarmaktadır. Muhabir BSS 3 bu durumu, bir gazeteci için utanç kaynağı olarak nitelendirmektedir.

BSS 4, BSS 5, BSS 6, BSS 7, BSS 8, BSS 9, BSS 10, BSS 11 ve BSS 12 kod isimli muhabirler, genel anlamda benzer ifadelerle, muhbir ve muhabirlerin birbirlerini bulmalarının her iki tarafın aktif rolüyle de gerçekleşebildiğini dile getirmektedir.

BSS 11 ise resmî kurumların, BSS’yi her zaman bir araç olarak kullanmaya çalıştıklarını dile getirmektedir. Resmi dairelerin kendi reklamlarını yaptırmak, savunmalarını yayınlamak, projelerini açıklamak ve hatta kendi terfi ya da tayinlerini bile BSS aracılığıyla duyurmak için bilgiler gönderdiklerini anlatmaktadır. Muhabirler ise BSS’nin istekleri çerçevesinde bu haberleri toplamak zorunda kaldıklarını ve birçok önemli habere yer veremediklerini aktarmaktadır.

Öte yandan UNB muhabirleri de işleri gereği kaynaklara ulaştıklarını ve aynı zamanda kaynağın da muhabire geldiğini söylemektedir. UNB 1’in ifadelerine göre, muhabir kaynağı bir kere bulmakta ve kaynak muhabire yüz kere ulaşmaktadır. Yani muhabir kendi çalıştığı haber dalının farklı yerlerine kaynaklarını yerleştirmektedir. Bu kaynaklar ise sürekli olarak muhabire haber sağlamaktadır.

Ayrıca UNB 1, kaynağın muhabire gelmesi konusunda bir haber ajansı çalışanı olduğu için daha avantajlı olduğunu dile getirmektedir. Kendisi bu konu ile ilgili, “Parti liderleri, kurumlar ya da bireyler haberlerini genellikle bir ajansa göndermeyi tercih ederler. Çünkü diğer medya kuruluşlarının, ajanslardaki haberleri zaten alacağını bilirler. Bu noktada şanslıyız” dedi.

Sadece bireysel değil, toplu kaynakların da muhabirlere haber sağladığını anlatan UNB 2, bir fabrika çalışanlarını haksız yere kovuyorsa ve işçiler bu konuda bir çözüme ulaşamıyorsa; konuyu hep beraber basına taşımayı tercih ettiğini söylemektedir. UNB 3, kaynaklara ulaşmaktan ziyade haberlerin kendisine geldiğini dile getirmektedir. Çünkü kendisinin uzmanlık alanı ekonomi haberciliğidir ve ekonomi haberciliğinde kaynak olarak çeşitli internet siteleri sıkça kullanılmaktadır. Ya da Merkez Bankası ve Maliye Bakanlığı gibi kurumlar, yaptıkları faaliyetler hakkında muhabirlere önceden

bilgi vermektedir. Ancak bazen bu kurumlar bilgileri gizlemek istemekte olup muhabire zamanında ulaştırmamaktadır. Böyle durumlarda muhabir, haberin kaynağına kadar ulaşmayı tercih etmektedir. UNB 3 bu durumu şöyle anlattı:

“Örnek veriyorum; Merkez Bankası her 3 ayda bir faaliyet raporu yayınlamak zorundadır. Eğer rapor bankanın lehine ise ve çok güzel işler yapıldıysa hemen bizi arayıp basın toplantısı yapıyorlar. Bilgileri bizimle hevesli bir şekilde paylaşıyorlar. Bazen ise iletişime geçmemiz gereken tarihte bizi ne arıyorlar ne de resmi sitede bilgileri yayınlıyorlar. Bu gibi durumlarda biz, faaliyet raporunun kurumun istediği gibi bir içeriğe sahip olmadığını anlıyoruz. Daha az insanın ulaşabilmesi için bilgilerin gece 11’den sonra yayımlanacağını biliyoruz. Ancak bu durumda haberin değeri düşüyor. O nedenle böyle olaylarda hemen sahaya inerek gizli kaynaklarım aracılığıyla bilgilere erişip haberimi oluşturuyorum.”

UNB 6, kaynağa genellikle kendisinin gittiğini ve kaynaktan gelen haberlere her zaman kontrollü yaklaştığını dile getirmektedir. Muhabir bu konuda, “Kaynaktan gelen haberler bizi yanıltılabilir. O yüzden her zaman çapraz kontrol yapıyorum” dedi.

Sosyal medyanın çok büyük bir haber kaynağı olduğunu söyleyen ve bu durumu kaynağın muhabire ulaşması olarak nitelendiren UNB 7, “Kişisel mağduriyetini topluma basın yoluyla anlatabilirse sorununun çözülebileceğini düşünen insanların bana geldiği oluyor” diye konuştu.

UNB 8, Bangladeş’te yıllardır mesleğini sürdürdüğünü ve asla yanlış gazetecilik yapmadığını söylerken, “Haber yaptırmak için bana gelenlere güvenmiyorum. Her zaman için olay yerine gitmeyi tercih ediyorum” dedi.

UNB 11, meslektaşı olan UNB 8’den çok farklı olarak vatandaşların son umudunun basın olduğunu dile getirmektedir. Muhabire göre; haksızlığa uğrayan kişiler polise gidip şikayetçi olamıyorsa bir çözüm yolu arayışına giriyorlar. Bu noktada da basın tercih ediliyor. “Bu durumda bana gelen kişilere yardım etmeye çalışıyorum. Öncelikle ilgili polis merkezine gidip oradaki yetkililerle konuşuyorum. Eğer onlar bir çözüm yolu gösteremezse ve kişi gerçekten mağdur ise ben haber yapıp toplumun tepki koymasını sağlamaya çalışıyorum” diyen UNB 11, olayın bir haber ajansında yayınlanacak büyüklükte olmadığı durumlarda yerel basına yönlendirme yaptığını da belirtmektedir.

### **5.2.2.3.Haberlerin denetlenmesi**

Haber ajanslarında çalışan muhabirler, işlerini yaparken haber üretim sürecine olumlu etkisi olan çeşitli kaynaklardan faydalanmaktadır. Onlardan bir tanesi ise günümüzde yaygın olan dijital ortamlardan gelen haberlerdir. Bu haberler hem çeşitli kurumlar hem de sıradan vatandaşlardan gelebilmektedir. Bu haberler, muhabirler tarafından denetlenerek servis edilmektedir. Gittikleri yerlere bıraktıkları telefon numaralarını alan vatandaşlarca veya bir kurum tarafından posta ve dijital uygulamalar üzerinden gönderilen bu haberler, her zaman için yayımlanamayabilir. Bangladeş'teki haber ajanslarında çalışan muhabirlerin aktardıklarına göre; dijital ortamlardan günde yüz tane haber alan muhabir ancak 3 tanesini kullanmaktadır.

Bu çalışmanın örneklemini olan BSS ve UNB haber ajansları muhabirleri, bu konuda sorulan soruya çeşitli cevaplar vermektedir. Aktarılan bilgilerin bir diğer ortak noktası ise, hiçbir muhabir kurumun yayın politikasına uymayan herhangi bir haber servis edememektedir ve kurumun yayın politikası ise siyasi düşüncelerden beslenmektedir.

BSS 1 isimli gazeteci, dijital ortamlardan gelen haberleri kullanırken ilk önce haberde kamu yararı olup olmadığına dikkat etmektedir. Reklam kokan, sorunlu olduğu hissedilen ve ilgi çekmeyecek konuları haberleştirmemektedir. Ayrıca muhabir kurumun yayın politikasına uygun olmayan haberleri kullanmadığını dile getirerek, “Gelen haberle ilgili kesinlikle BSS'nin yayın politikasına uygun çalışmalıyım. Örnek veriyorum; bir siyasi parti devlete karşı onlarca şikâyet belirten bir basın açıklaması yaparak bana gönderdi. Ben bunu görünce hemen ‘bu haber benim haberim değil’ diye anlıyorum. Çünkü BSS bir devlet kurumu olduğu için böyle haberlere asla yer vermez” dedi.

Bazı muhabirler dijital ortamlardan gelen haberleri kullanırken kaynağın güvenilirliği konusunda şüpheye düşebilmektedir. Bu konuda BSS 3'ün söylediklerine göre; eğer gelen haberde kamu yararı ve ülkenin kazancı söz konusu ise muhabir bizzat sahaya inip konu üzerinde çalışarak haberi servis etmektedir.

Bangladeş'teki muhabirler, dijital ortamlardan gelen haberleri kullanmadan önce kesinlikle çapraz kontrol yapmaya önem vermektedir. Çapraz kontrol ise, kontrol edilen bir şeyi başka bir yöntemle bir kez daha kontrolden geçirerek, onaylamak ya da

onaylamamak demektir. BSS 5'in belirttiklerine göre; çapraz kontrol yapılmamış haberler muhabirin başını ağrıtabilmektedir. Kendisi, dijital ortamlardan gelen haberlere kişisel olarak herhangi bir denetim uygulamadığını, çapraz kontrolden geçen her haberi merkeze gönderdiğini açıklamaktadır. Muhabir bu konuda, “Ben her haberi merkeze gönderiyorum. Ancak yayınlanıp yayınlanmamak onların elindedir. Bu beni ilgilendirmez” dedi.

Normal sahada haber çalışmaları gerçekleştirirken muhabirlerin dikkat ettiği devleti menfaati, dijital ortamlarda da korunmaktadır. Bu konuda bilgi paylaşan muhabir BSS 6, devlete karşı gelen haberleri her zaman farklı şekillendirdiğini kabul etmektedir. Muhabir, “Haber, devletimize karşı gelirse onu nasıl şekillendirebileceğimi düşünüyorum. Yıllardır çalıştığım için hangi haberin hangi açıdan verildiğinde yayınlanacağını anlıyorum ve haberlerimi ona göre hazırlıyorum. Bazen bir haber; haber değeri ve kamu yararı gibi önemli unsurları barındırsa bile kurumun ve devletin menfaatini düşünerek haberi silebiliyorum. Tam da şu anda önümde böyle bir haber var. Sabahtan beri bunu silsem mi yoksa servis mi etsem onu düşünüyorum” şeklinde konuştu.

Muhabir BSS 7, haberin hangi partiden geldiğinin bir önemi olmadığını ancak kurumun yayın politikasına uygunluğunun kontrol edildiğini belirtmektedir. BSS 8, dijital ortamlardan gelen haberi kullanıp kullanmaması konusunda kişisel iletişime önem vermektedir. Muhabir, eğer gelen haber birebir tanıdığı kaynaklardan ya da kurumlardan gönderildiyse onların güvenilirliği daha yüksek olduğu için haberi servis etmektedir. Ancak haber dışardan biri tarafından gönderildiyse muhabir, haberin üzerinde çalışarak gerekli denetimleri yaptıktan sonra son kararı vermektedir.

Bazı BSS muhabirleri, devlete ve kurumlarına muhalif içeriğe sahip hiçbir haberi ne sahadan ne de dijital ortamdan alarak yapamayacağını söylemektedir. BSS 9 bu konuyla ilgili, “Aslında BSS’de devlete karşı olan haberler yayınlamak imkânsız. Bu nedenle gelen haberler bu kurala karşı ise haberi yapmama kararı alıyorum.” diyerek, “Bence bu doğru bir şey. Çünkü devletimize karşı bir haberi niye yapayım ki?” ifadeleriyle sözlerini sürdürdü.

Bazı haberler, haber değeri olmasına rağmen muhabirler tarafından bilerek atlanmaktadır. Çünkü haberin toplumdaki çeşitli etnik gruplar arasında çatışmalara neden olabileceği düşüncesi öne çıkmaktadır. Bu tür haberler genellikle dijital ortamlarda yayılmakta ve muhabirlerle paylaşılmaktadır. BSS 5 ve BSS 8 de bu konuya değinmektedir. Bu noktada daha açıklayıcı bilgi veren BSS 10, “Bazı haberler yayınlanınca toplumda çatışma meydana gelebilir ya da dinsel saldırı yaşanabilir. Bu tür haberlerde, haber değeri olmasına rağmen onları kullanmıyorum. Çünkü küçük bir olay basına yansyınca büyük zararlara yol açabilir. Geçmişte bunlara şahit olduk” diye konuştu.

Bazı muhabirler haber üretme konusunda çalıştıkları kurumun taleplerinin doğru olduğunu dile getirerek dijital ortamlardan gelen haberleri de ona göre şekillendirdiklerini aktarmaktadır. BSS 12 bu konuda, “Önüme gelen haberleri, kurumumun eğitimlerde bana öğrettiği başlıklara uygun mu değil mi diye kontrol ederek inceliyorum. Çünkü BSS bir devlet haber ajansıdır. Diğer ajansların yaptığı her haber BSS’de yayınlanmaz” dedi.

Öte yandan dijital ortamlardan gelen haberlerin kullanımıyla ilgili Bangladeş’teki özel haber ajansı olan UNB’nin muhabirleri, bu tür haberlerin kullanılması konusunda genellikle daha özgür ve hükümetten bağımsız hareket ettiklerini aktarmaktadır. Ancak muhabirler yine de BSS’de olduğu gibi kurumun yayın politikasına uygun olmayan hiçbir haberi yapamamaktadır. UNB 3 de bu konuda önemli açıklamalarda bulundu. Muhabir UNB 3, Bangladeş’te haber ajanslarının, büyük ticari şirketlerin kullandığı bir araç olduğunu ve bu yüzden medya patronlarının birçoğunun hükümetle bağlantılı olduğunu dile getirmektedir. Dolayısıyla hükümet tarafından doğrudan bir baskı olmasa da patronlar yine hükümetin rızasını almak için sahip olduğu haber ajansını kullanmaktadır.

UNB 1, kurumun yayın politikasına uygun olmayan haberleri kullanmadığını dile getirerek bazen konunun önemine göre haberi kullanmak için editör ve müdürlere danıştığını belirtmektedir. Bazı UNB muhabirleri, haber ajansı patronları hakkında aktardığı bilgilerin yanında, dijital ortamlardan gelen haberlerin kullanımı konusunda da üzerlerinde bir psikolojik baskının var olduğunu dile getirmektedir. UNB 3 bu konuda şunları söylemektedir:

“Bugün bir bakanlıkta yaşanan yolsuzlukla ilgili bir haber yaparsam, ertesi gün akreditasyonum iptal edilir. Merkez Bankası ya da diğer özel bankalar hakkında da olumsuz haber yaptığımda erişim iznim kaldırılır. Ancak mesleğime devam etmek için sahada bulunmam gerekiyor. Dolayısıyla haber değeri taşıdığı için kişisel olarak ‘bunu yapmalıyım’ diye düşündüğüm bazı haberleri görmezden gelmek zorunda kalıyorum. Aynı zamanda belli bir kurum ya da kuruluşa karşı bir haber geçmek artık büyük cesaret istiyor. Hakkında haber yaptığım kişi ya da kişiler de beni tutuklatabilir. Gerek duyduklarında benim gibi bir muhabiri ortadan kaldırmak onlar için hiç zor değildir. Çünkü bazı meslektaşlarımızın yaşadıkları her zaman aklımızdadır.”

Bazı muhabirler internet çağına henüz ayak uyduramadı. E-posta ve mesajlaşma uygulamaları gibi çeşitli iletişim kanallarından gelen haberleri dikkate almadığını söyleyen UNB 4, “Ben sahaya inerek çalışıyorum. Dijitalden gelen haberler bana yalan söyleyebilir. Biri bana bir haber gönderdi diye ben masada oturarak onu servis edecek değilim. Eğer konu çok güzel ve ilgi çekici olursa gider o haberi olay yerinde çekerim.” diye belirtti.

UNB 5, dijital ortamlardan gelen haberleri kullanmak için önce haberin bölgesel ve ulusal önemi, gerekliliği, haber değeri, haberin kiminle ilgili olduğu, haberdan kim ya da kimlerin faydalanacağı veya zarar göreceği gibi konulara bakarak haberi servis edip etmemeye karar verdiğini söylemektedir. Diğer yandan bazı BSS muhabirleri gibi UNB 6 da gelen haberi hazırlayıp merkeze gönderdiğini ancak yayın kararını merkeze bıraktığını açıklamaktadır.

Bazı muhabirler, dijital ortamlardan gelen haberleri resmi dairelerden onay almadan kullanmadığını öne sürmektedir. Onlardan biri olan UNB 9, Whatsapp, e- posta veya diğer dijital ortamlardan kendisine gelen haberi kullanmadan önce kesinlikle habere konu olan bölgenin kaymakamı, belediye başkanı, emniyet müdürü, mahalle muhtarı gibi haber hakkında bilgi sahibi olabilecek herkese danışarak haberi servis etmektedir. Ancak bir muhabirin her zaman resmi kanallara danışarak haber yapması ise haberin üzerinde oynandığı şüphesini akıllara getirmektedir.

Ayrıca UNB 6, kendisine gelen haberlerin değerlendirilmesi konusunda çok titiz davrandığını söylemektedir. Muhabir bu konudaki bir soruya verdiği cevapta, günümüzde bir kurum ya da kişinin basına genellikle aynı metni toplu bir şekilde attığını

söylemektedir. Yani aynı anda birden fazla basın organına aynı konu gönderilmektedir. Dolayısıyla eğer muhabir gelen haberlere dikkatli bakmazsa ve önemli haberleri kaçırırsa zor duruma düşecektir. Çünkü haber ajansındaki yetkili kişiler, başka basın organında bu haberi görünce muhabiri kesinlikle sorgulayacaktır.

BSS 5 ve BSS 10 gibi UNB 10’da toplumu karıştırabilecek haberlerinin yayınlanmasını engellemektedir. Kendisi durumu şu örnekle açıklamaktadır:

“Bazen toplumda dinsel, siyasi veya etnik gruplar arasında sorun yaşanması için planlı işler yapılıyor. Geçenlerde şehrimizde yaşanan bir olaydan örnek vermek istiyorum. Bilinmeyen bir kişi gidip Hindu tapınağına Kur’an-ı Kerim bıraktı. Daha sonra bu anlar videoya kaydedildi ve kimliği belli olmayan hesaplardan basına dağıtıldı. Bu Müslüman toplumunu ayağa kaldıracak bir olay. Böyle şeyler İslam dinine yapılan bir saldırı olarak nitelendirilmektedir. Ancak bunu bir grubun, Müslüman ve Hindular arasında bir çatışma çıkartmak amacıyla yaptığı bellidir. Durumu fark edince bu tür haberlerin yayınlamamasını sağlıyorum. Çünkü ben bunu ‘Hindu tapınağına Kur’an-ı Kerim bıraktı’ ya da ‘Kur’an’ımıza büyük saygısızlık’-gibi başlıklar kullanarak haber yapsam toplumdaki Hindu ve Müslümanlar arasında çatışama başlayabilir. Ben bunu istemem. Bilinçli olarak bir fitne çıkartmak için Kur’an-ı Kerim bırakanlara fırsat vermiyorum. Gerekirse kimse görmeden o Kur’an’ı oradan alıp camiye bırakırım.”

#### **5.2.2.4. Muhabir ve kaynak arasındaki ilişkinin habere olan etkisi**

Haber ajanslarında çalışan muhabirler için haber kaynakları, diğer medya kuruluşlarında çalışan gazetecilerden daha önemli ve etkilidir. Çünkü bir gazete muhabirinin haberi bir sonraki gün yayınlanabilir. Benzer şekilde televizyon muhabirlerinin haberleri de ancak haber bültenlerinde yer almaktadır. Bu nedenle onlar için ‘hız’ pek önemli sayılmamaktadır. Ancak haber ajansları için ‘hız’ her şeyden önce gelmektedir. Dolayısıyla ajans muhabirleri, aynı anda birden fazla olaydan haberdar olabilmek için çeşitli kaynaklar kullanmaktadır. Muhabirlerin aktardıklarına göre; haber kaynakları, kendilerinin habercilik hayatını hem kolaylaştırmakta hem de zorlaştırma gücüne sahiptir. Çünkü bazı kaynaklar kötü niyetli olup muhabirin basın gücünü kullanarak siyasi ve toplumsal faydalar elde etmeye çalışabilmektedir. Yanlış bilgi vererek muhabiri olayın gerçekliğinden uzaklaştırması için çabalayanlar, toplumda basını alet ederek tehdit savurabilmektedir.

Bu çalışmada Türkiye’de ve Bangladeş’teki haber ajansı muhabirleri ‘‘Haber kaynakları, bir haberinizi olumlu ya da olumsuz nasıl etkiliyor?’’ -sorusuna muhabirler, bazı kaynakların dürüst ve gerçek anlamda gazetecilere haber üretme konusunda yardım etmeye çalıştıklarını fakat kimilerinin ise kendi reklamını yaptırmak, siyasi ve toplumsal çıkarlarının peşinde koşmak gibi hedeflerinin olduğunu öne sürmektedir. Muhabir BSS 1’in söylediklerine göre; adliyede çalıştığı için bazen davalar ile ilgili bilgi toplamak için avukatlara başvurmaktadır. Avukatlar ise bilgi verirken haberde kendi isminin ilk önce yazılmasını ya da bürosunun adresinin haber metninin içinde kullanılmasını isteyebilmektedir. Muhabir ise genellikle bu isteklere razı olmadığı ancak bazı durumlarda avukatla olan samimiyeti nedeniyle metin aracılığıyla onun reklamını yaptığını dile getirmektedir.

Bazen muhabirlerin kaynaklardan gelen haberlerin gerçekten haber değeri olmamasına ya da doğrudan reklam kokmasına rağmen çalıştığı haber ajansı yetkililerin istekleri doğrultusunda o haberi servis etmek zorunda kaldıklarını dile getirmektedir. BSS 2 bu konu hakkında, ‘‘Haber kaynakları bizi etkilemiyor değil. Kaynaklar kendi çıkarları için bizi kullanmak istiyorlar. Peki, biz kullanılıyor muyuz? Doğrusu ise eğer kurum istiyorsa bilerek kullanılıyor. Ben de kendiliğimden haksız olarak birine fayda sağlamak istemiyorum. Ancak kurumumun tercihi her zaman öndedir. Kurum, gerektiğinde dilini yumuşatarak ya da haberi başka bir yerden tutarak sunmamı isteyebiliyor.’’ şeklinde konuştu.

Bazı muhabirlerin, yıllardır meslekte buldukları için kaynaklar tarafından aldatma haber konusunda daha uyanık davrandıklarını aktarmaktadır. Ancak etrafında meslektaşlarının kaynaklar tarafından kullanıldığına şahit olduklarını da dile getirmektedir. BSS 3, bu konuda şunları ilettiler:

‘‘Benim çalıştığım 30 yıl boyunca beni kandırmak isteyen çok kişi oldu, ama başaramadı. Ancak etrafımda şahit olduğum olaylardan söz ediyorsam, birçok gazetecinin kandırıldığını gördüm. Bu nedenle bence bir gazetecinin çok okuması gerekiyor. Bilginin derinliğini anlamak için çaba göstermesi ve her zaman çapraz kontrolü yaptıktan sonra haberi sunması gerekiyor.’’

Kaynaklar tarafından bilgi aktarılırken jest ve mimik hareketlerinin bile haberin doğru olup olmadığına işaret ettiğini dile getiren muhabir BSS 5, ‘‘Bir gazeteci bunu anlamak için gerekirse özel eğitimler bile almalıdır.’’ diye belirtti. Muhabir konuşmanın devamında, ‘‘Yıllardır bir

kişi ile çalıştığım için benim tarafımdan bilinçli ya da bilinçsizce fayda sağladığım olabilir. Uzun zamandır bana yardım eden birinin gönderdiği haberde pek kamu yararı olmazsa da haber yalan olmadığı takdirde onu mutlu etmek için haberi geçiyorum” dedi.

BSS 6 ve BSS 7 de BSS 3 gibi, kaynaklar tarafından kandırılmamak için tecrübenin önemine vurgu yapmaktadır. BSS 8, tanımayan kaynakların güvenilirliği konusunda muhabirin daha dikkatli olması gerektiğini dile getirmektedir. Öte yandan BSS 9’un paylaştığı bilgilere göre; Bangladeş’te bencil gruplar her zaman kendi istekleriyle haberlere kaynak olmak istemektedir. Daha sonra bu kaynak, kimliğini kullanarak toplumda insanlar üzerine tehditler oluşturur ve zaman zaman maddi olarak da faydalanmak isteyebilmektedir.

BSS’in yayın politikasına göre; yayınlanacak haberler her zaman olayın doğruluğu hakkında emin olunmadan servis edilmediği için yalan ya da eksik haberlerin vatandaşlara sunulmadığı dile getirilmektedir. Bu konuda bilgi aktaran muhabir BSS 11, “Haberde yanlış bilgi varsa üretimin herhangi bir aşamasında kesinlikle ortaya çıkacaktır.” dedi.

UNB muhabirleri de genellikle kaynakların kendilerini yanlış ve yalana sürüklemeye çalıştığını öne sürmektedir. Ancak muhabirler fırsatçı kaynaklarla olan irtibatlarını keserek haberciliğin şeffaflığını korumaya çalıştıklarını dile getirmektedir. Bazı durumlarda muhabirler, kaynaklarla olan samimiyetin karşılığında BSS muhabirleri gibi konunun önemine göre ve yalan olmaması şartıyla yaptığı haber aracıyla kaynağa fayda sağlayabilmektedir. Bu konuda bilgi aktaran UNB 1, “Sonuçta kaynak karşılıksız bilgi sağlayan kişi olduğu için bana gerekli. Dolayısıyla zaman zaman habercilik etiği çerçevesine onun yararına olacak haberler yapabiliyoruz” şeklinde konuştu.

Bazı muhabirler, kaynaklardan gelen eksik, yalan, yanlış veya ilgisiz haberleri kullanmak istemediği halde kurumun istekleri üzerine yapmak zorunda olduğunu söylemektedir. Kurum yetkililerinin, kendi çıkarları için bazen basını kullandığını dile getiren UNB 2 bu konuda şunları söyledi:

“Bazen içim el vermiyorsa da yapmak zorunda kaldığım işler var. Örneğin, birkaç gün önce ABD, Bangladeş’teki özel güvenlik güçlerinden olan Rapid Action Battalion’un

(RAB) halka yönelik yaptığı insan haklarına aykırı baskılar, muhalefetin adamlarını kaçıрма, adaletsizce tutuklama, öldürme gibi suçları göstererek 6 üst düzey yetkilisine yasak koydu. Yıllardır RAB'in halka yönelik gösterdiği bu adaletsizliği herkes biliyor. Son olarak Amerika tarafından verilen yasak uygulaması ise bir delil niteliğinde oldu. Bu durumda bence basının görevi gerçekleri ortaya koymak, 6 yetkilisinin gerçekten suçlu olup olmadığını araştırmak ve buna yönelik haberler üretmektir. Ancak buna izin verilmiyor. Sadece devlet yetkilileri tarafından RAB ve bu 6 kişi hakkında olumlu haberleri yayınlamak zorunda kalıyoruz. Çünkü devlet, basın aracılığıyla ülke halkına ülke içinde hiçbir adaletsizliğin olmadığını göstermek istiyor.’’

Sigorta şirketleri, özel bankalar, vergi daireleri gibi kurumların bazen haber aracılığıyla muhabirlere reklam yayınlamaya çalıştığını söyleyen muhabir BSS 3, gönderdikleri ilk bakışta haber olarak görünse de gerçek anlamda kamu yararının olmadığını anlayınca vazgeçtiğini dile getirmektedir.

Diğer yandan ‘‘Bir kaynağın beni kullanarak üste çıkmaya çalıştığını görsem hemen irtibatımı keserim.’’ diyen muhabir UNB 4, basını kullanarak çevreye tehdit oluşturmaya çalışanlar hakkında gerekirse şikayetçi olacağını söylemektedir. UNB 7, kendisinin aktif olarak hiçbir siyasi partinin üyesi olmadığını ve bu nedenle kaynaklar konusunda tarafsız davrandığını dile getirmektedir.

UNB 8, dijital ortamlardan gelen haberlerin doğruluğunu tespit edip yayın için merkeze gönderdikten sonra merkezin, haberi daha ilgi çekici yapabilmesi için bilgilerde oynamalar yaptığını dile getirmektedir. Ancak bu durumun muhabir ve kaynağın arasını bozduğunu, kaynağa ciddi zararlar verebildiğini söylemektedir.

UNB muhabirlerinden biri olan UNB 9 ise artık sosyal medya nedeniyle olaylar çok hızlı yayıldığı için kaynakların, muhabirleri kandırmayı başaramadığını dile getirmektedir. Aynı zamanda aboneler tarafından da bazen haberler denetlenince yanlış yapma ihtimalinin ortadan kalktığını söyleyen muhabir, ‘‘Ben kendimden birine fayda sağlamak için bir haberi görmezden gelmek istiyorsam da diğer medya kuruluşu bunu yapmaz. Yaşanan bir olay illaki basına çıkacaktır. Çünkü artık herkesin elinde telefon var. Vatandaşlar için sosyal medya büyük bir haber kaynağıdır. Bu nedenle ben önemli bir haber yapmazsam kurum bana hesap sorar’’ diye belirtti.

Muhabirlerin aktardıklarına göre, bazı haber kaynakları çok duygusal davranabilmektedir. Her şeyi duygusala bağlayarak çözmeye çalışmaktadır. Dolayısıyla bu tür kaynaklardan uzak durmak ve gönderdiği haberlere daha dikkatli yaklaşmak gerektiğini anlatmaktadır. Bu konuyu dile getiren UNB 11, ek olarak gelen bir haberin doğru olmasına rağmen toplumu karıştıracak, insanlar arasında kargaşa, çatışma ve kaosa sebep olacak unsurları barındırması halinde o haberi yapmadığını ifade etmektedir.

#### **5.2.2.5.Haber kaynağı olarak sosyal medya**

Bu çalışmada, Bangladeş'te haber kaynağı olarak sosyal medya kullanımının çok az olduğu görülmektedir. Sosyal medyanın bilinçsiz kullanımı, çalışan muhabirlerin yaş itibarıyla sosyal medyayı pek kavrayamaması, resmî kurumların sosyal medya hesaplarının olmaması gibi gerçekler, BSS ve UNB muhabirlerinin haber kaynağı olarak sosyal medyayı kullanmamasına neden olmaktadır.

Bu çalışma neticesinde ortaya çıkan sonuçlara göre, Bangladeş'teki haber ajansı muhabirleri arasında haber kaynağı olarak sosyal medyanın kullanımını dört gruba ayırmak mümkündür. Birinci grup, haber kaynağı olarak sosyal medyayı aktif kullanmaktadır. Sosyal medyada gördüğü konular üzerine çalışarak haber üretmektedir. Yani sosyal medya paylaşımının ilk aşamasını bilgi kaynağı olarak tercih etmektedir. İkinci grup, sosyal medyayı hiç umursamamaktadır. Sosyal medyada her zaman manipüle edilmiş haberlerin dolaştığına inanmaktadır ve sosyal medyanın gerçek haberciliği bozduğunu düşünmektedir. Üçüncü grup da ikinci grup gibi mümkün olduğu kadar sosyal medyadan uzak durmaktadır ancak orada paylaşılan her haberi yalan ya da manipüle edilmiş olarak görmemektedir. Birçok manipüle edilmiş haberin içinde gerçek haberlerin varlığını kabul etmektedir. Bu grup bazen haber konusunda mecbur kalınca sosyal medyayı tercih etmektedir. Son grup ise, uzmanlık alanı olarak çalıştığı haber dalında sosyal medya haberlerine gerek olmadığını aktarmaktadır.

BSS 1, BSS 4 ve UNB 3 muhabirleri, sözü edilen dördüncü grupta yer almaktadır. BSS 1, adliye muhabiri olduğu için bu konudaki haberlerin sosyal medyada pek yer almadığı öne sürmektedir. UNB 3 de ekonomi haberleriyle ilgilendiği için haber kaynağı olarak sosyal medyaya gerek olmadığını anlatmaktadır. UNB 3 bu konuda, ‘‘Ben

sadece ajansın ekonomi ile ilgili haberlerini yaptığım için genellikle sosyal medyada bu konuda pek bir şey göremiyorum. Dolayısıyla sosyal medyaya gerek kalmıyor” dedi.

BSS 2'nin aktardıklarında göre; Bangladeş'te sosyal medya kullanımı konusunda insanlar çok geridedir. Bilinçsizce kullanıldığı için de çok kolay manipüle edilmiş haberler paylaşılabilir. Bu neden BSS 2, BSS 7, BSS 10- üçüncü grupta yer almaktadır. Bu gazeteciler mecbur kalmadıkça sosyal medyayı tercih etmemektedir. BSS 2 bu konuda, “Bizim toplumda sosyal medya bilinçli kullanılmıyor. Yalan haberler barındırıyor. Asılsız, kulaktan kulağa dolaşan haberler çok. Bu nedenle genellikle haber kaynağı olarak sosyal medyayı kullanmıyorum. Ancak bazen çok önemli konular göze çarparsa haberleştirmek için dikkate alıyorum” şeklinde anlattı.

BSS 3 ise, sosyal medyayı haber kaynağı olarak aktif kullananlardandır. Ancak sosyal medyadaki haberi doğrudan gördüğü gibi değil, üzerine çalışarak gerçekliğini ortaya çıkarmaktadır. Sosyal medyayı sadece bir bilgi kaynağı olarak görmektedir. BSS 5, BSS 6, BSS 11, ve BSS 12 de bu kapsamda yer almaktadır. Öte yanda UNB 1, UNB 2, UNB 3, UNB 4, UNB 7 de birinci grupta bulunmaktadır. UNB 1 bu konuda şunları söyledi:

“Sosyal medya birçok haberin kaynağı olabiliyor. Ancak bu her zaman ilk aşamalı kaynak oluyor. Yani sosyal medyadan alıp haberi direkt yayın için göndermiyorum. Orası bir bilgi kaynağıdır. Bilgiyi alıp sonra olay yerine gidip ya da uzaktan teyit ederek kullanıyorum. Ayrıca önemli kişilerin paylaştığı bilgileri varsa yani bakanlar ya da milletvekilleri gibi- o haberi teyit etmeden yayınlıyorum. Ya da bir videoda açık bir şekilde ne olduğunu görüyorsam onları teyit etmeden sosyal medyadan alıp kullanıyorum.”

İkinci ve hiç sosyal medyayı tercih etmeyen muhabirler arasında ise BSS 8, BSS 9, UNB 5 yer almaktadır. UNB 5 bu konuda yaptığı açıklamada, “Ben yüzde 100 sosyal medyaya karşıyım. Haber kaynakları olarak sosyal medyayı hiç kullanmak istemiyorum. Bana göre sosyal medya haber kaynağı olarak hiç güvenilir değil. Sosyal medyadaki haberlerin yüzde 80'den fazlası yalandır. Bu nedenle kalan yüzde 20'yi bulmak için bence sosyal medyaya ihtiyacımız yok. Bence dünyada sosyal medya kapatılmalı. İşte o zaman gerçek gazetecilik değer kazanacaktır” dedi.

#### ***5.2.2.6. Muhabirlere utanç veren haberler ve etkisi***

“Yayınladığınız bir haberin daha sonra yalan ya da eksik olduğunu öğrendiniz. Bu durumda ne yapıyorsunuz? -sorusuna Bangladeşli muhabirler, Türkiye’deki muhabirler gibi genellikle düzeltmeye gönderdiğini ve sonraki haberlerde daha uyanık davrandığını açıklamaktadır. Ancak bazı muhabirlerin aktardıklarında göre; bir muhabir olarak her zaman hata yapmaları gerekmez, hatasız bir haber de şikâyet edilebilmektedir. BSS 1 bu konuda yaşadığı bir olayı şöyle dile getirdi:

“Birkaç gün önce bir haberle ilgili genel müdürlükten arandım. Yetkili kişi, arayıp yaptığım bir haberden dolayı beni işten atacağını söyledi. Hemen ofise gelerek haberle ilgili nasıl bir yanlış yaptığımı öğrenmek istedim ve öğrendim ki; benim yaptığım yanlış, servis ettiğim haberle ilgili değilmiş. Önemli bir kişinin ismini neden haberde kullanmadığıma kızmışlar. Kendisi bir siyasetçi ve hükümet partisinin bir lideridir. Kişi, sadece haberde onun konuşmasına yer vermediğim için merkeze arayıp daha sonra hakkımda yazılı şikâyette bulundu. Sonra ben durumu çözmek için kendisi ile yüz yüze görüştüm ve konuşmasını gerçekleştirirken orada olmadığımı anlattım. Kendisi de bana ‘Benim bugün de bir etkinliğim var. Onu takip edin.’ dedi. Ben de çok basit bir şey olmasına rağmen onu şişirip, hakkımda şikâyet edeni öne çıkartacak bir haber yapmak zorunda kaldım. Bu örnekten benim anlatmak istediğim şey ise; yaptığım haberde hata olması gerekmiyor. Kendilerini önemli düşünen kişiler ve güçlü insanlar sizin doğru yaptığınız bir şeyden de hata çıkartıp sizi işten kovdurabilir.”

BSS 2, muhabirin de bir insan olması nedeniyle haberde bazen hata yapabildiğini savunmaktadır. Hata yapmanın muhabirin prestijini zedelediğini ancak hata yapılmasını normal olarak gören UNB 9 ise, “Bazen haberde hata yapmak doğal bir şeydir” dedi.

BSS 3 muhabirinin aktardığına göre; bir haberin tamamı yanlış olmaz. Eğer tamamı yanlış ise haber yalandır. Yalan haber yapan muhabir kesinlikle ceza almalıdır. Ancak BSS 3, her haberin iki tarafı olduğunu ve haber yaparken muhabirin iki tarafı ile eşit olarak görüşmeden haberi servis ettiği durumlarda şikâyetlerin çoğaldığını anlatmaktadır. Bu durumda muhabirin görevini hatırlatan gazeteci, elindeki belgelerini ispat olarak sunduğunu dile getirmektedir. BSS 6 ise, eğer yaptığı haberle ilgili kesin bilgiye sahip ise kendini savunmayı tercih etmektedir. Düzeltmesi gereken durumlarda ise muhabir, “Bu durum bir muhabirin kariyerine olumsuz yansıyor” dedi.

BSS 7, meslek hayatında hiçbir haberle ilgili itiraz görmediğini söylerken, BSS 8 ise gelen itirazları pek umursamadığını öne sürmektedir. Kendisi bu konuda, “Ben belge ve kanıt olmadan haber yapmıyorum. Ancak yine de bazen aleyhine giden gruplar gereksiz yere hakkımda şikâyet edebilir. Bu tür durumları ben umursamıyorum. Genellikle kanıtlarımı da göstermek zorunda değilim. Ancak karşımdaki kişinin önemine göre bazen bunu yapıyorum” diye konuştu.

Muhabir BSS 10, gazetecinin gafil davranmaması gerektiğini, haberde yapılan hatayı muhabirin meslek hayatına sürülen bir kara leke olarak değerlendirmektedir. BSS 11, BSS 12 ve BSS 13 de BSS 10’un düşüncelerini desteklemektedir.

Diğer yandan UNB muhabirleri de yaptığı haberlerle ilgili itiraz geldiği halde değerlendirdiklerini anlatmaktadır. UNB 1, meslek hayatında bir kere ölen kişilerin sayısı hakkında bir yanlış yaptığını öne sürerek, “O gün başıma gelenleri asla unutmadım. O nedenle artık hata yapmıyorum” dedi.

UNB 1 gibi UNB 7 isimli muhabir de bir haberde ölü sayısını yanlış yazdığını anlattı. Olayı anlatan muhabir, “O günden sonra haberlerde ölü sayısını her zaman az olarak gösteriyorum. Yani 5 kişi öldüyse ilk haberde 3 kişi gösteriyorum. Çünkü ilk haberde çok hızlı davranıyoruz ve kesin bilgilere ulaşmak zor oluyor. Daha sonra kesin bilgiye ulaşıncaya resmî açıklamalara göre ölü sayısı ne ise onu yazıyorum. Çünkü ilk haberde birini ölü göstererek daha sonra diriltmek mümkün olmuyor. Ancak önce yaralı olarak gösterirsem sonra ölü olarak göstermek kolay oluyor” şeklinde açıkladı.

Bazen yanlış anlaşılardan kaynaklı hatalar yapabildiğini dile getiren UNB 2, eğer hata muhabirden kaynaklı ise başka bir haber yaparak durumu düzeltmeye çalıştığını belirtti. Geçenlerde bir haberde Bangladeş Ordu General’inin ismini yanlış yazdığını anlatan muhabir, “İstemediğimiz halde meydana gelen bu hatalar aslında kariyerimiz için bir tehdittir. Küçük de olsa bu hatalar olmamalı. Olduğu zaman da psikolojik olarak kötü hissediyorum” dedi.

UNB 3, bir ekonomi muhabiri olduğu için genellikle rakamlarla ilgili hata yaptığını anlattı. Bazen muhabirin kendi araştırması ile devletin açıkladığı verilerin

birbirine uyuşmadığı halde hataların çoğaldığını anlatmaktadır. Haber ajansları muhabirlerin yaptığı bir hata bir anda onlarca hata olarak sayılmaktadır. Çünkü aboneler, ajanslardan aldığı haberleri doğrudan kullanmaktadır. Bu nedenle daha dikkatli davrandığını dile getiren UNB 4, “Ben bir haber yaparken olaya dahil olarak tüm taraflara ulaşmaya çalışıyorum. Çünkü benim yaptığım bir hatadan etkilenme oranı diğer gazetecilerden fazladır” diye konuştu.

Yaptığı hatayı başka bir haber yaparak düzeltmeye çalıştığını söyleyen muhabir UNB 5, “Haber yayımlandıktan sonra küçük hatalar yaptığımı anladım. Ancak hakkında kimsenin itiraz etmemesi halinde o küçük hatayı görmezden geliyorum. Ama hata büyük ise hemen ilgili birime bilgi vererek düzelttiriyorum” ifadelerinde bulundu.

Haberdeki hataların genellikle kaynaklardan oluştuğu söyleyen UNB 6, muhabirin yaptığı hataların kuruma olumsuz olarak yansıdığını dile getirmektedir. 30 yıllık meslek hayatında servis ettiği haberlerle ilgili herhangi bir ciddi itiraz görmediğini anlatan UNB 8, “Bir toplantıya katılanlar arasından önemli birinin ismini yazmamış olabilirim. Bu tür durumlarda ertesi gün olay ile ilgili olan gelişmeyi takip ederken kaçırdığım kişinin ismini yazıyorum. Bunun dışında 30 yılda yaptığım haberlere ilgili itiraz eden olmadı” diye konuştu.

### **5.2.3. İmkân ve yetenekler**

Tezin bu aşamasında Bangladeş’teki haber ajanslarında çalışan muhabirlerin imkânları ve çalışma yetenekleriyle ilgili bulguları yer alacaktır. Çalışmanın 2. bölümünde muhabirlere tanındıkları imkânları çerçevesinde kadrolu çalışanlarının yanı sıra kadrolu olmayan ancak Türkiye’deki kaşeli muhabirler gibi ‘sözleşmeli muhabir’ olarak belirlenmelerinin nedenleri de bu başlık altında açıklanmaktadır. Ayrıca başkent Dakka ve diğer şehirlerdeki muhabirler arasında imkânlar konusunda da çok ciddi farklar olan farklar da burada tartışılacaktır.

#### **5.2.3.1. Araç ve gereç**

Çalışmaya örneklem olarak alınan BSS ve UNB muhabirlerine tanınan araç ve gereç imkanları çerçevesinde ‘başkentteki muhabirler’ ile ‘diğer şehirlerdeki muhabirler’

olarak ikiye ayırmak mümkündür. BSS ve UNB ajanslarında kadrolu olarak merkezde çalışan muhabirler birçok eksikliklere rağmen genel imkânlar kapsamında diğerlerinden çok daha iyi konumda olduklarını söylemek mümkündür. Ancak ülkenin diğer şehirlerinde çalışan sözleşmeli muhabirler de yıllardır kendi imkânlarıyla gazetecilik yaparak kuruma hizmet vermektedir.

Kadrolu olup genel merkezde çalışan muhabirler genellikle haber üretirken gereken imkânlar konusunda diğerlerinden şanslılar. Bu gruptaki muhabirlere, kurum tarafından bilgisayar ve ulaşım için aylık bir ödeme desteği yapılmaktadır. Ancak en şanslı olarak belirlenen bu gruba da herhangi bir fotoğraf makinesi sağlanmamaktadır. BSS'nin görüntülü haber servisi olmadığı için kamera ve canlı yayın imkânları ise burada tartışma konusu değildir. Muhabirlere fotoğraf makinesi sağlamayan BSS'de, 'dijital grubu' diye belirlenen bir fotoğrafçı ekibi bulunmaktadır. Muhabirler, genellikle sadece yazılı haberler üretirken haber değerine göre bazen fotoğraflı haberler de üretmektedir. Fotoğraflı haber üretmeye karar veren muhabir, bu kez yanında bir fotoğrafçı bulundurması için merkeze yazılı talepte bulunmaktadır. Merkez ise hem ekibin yoğunluğu hem de haber niteliğine göre kadar vermektedir. Eğer merkez, muhabirin talebini reddederse muhabir zorunlu olarak kendi akıllı telefonunu kullanarak fotoğraf çekmektedir. Muhabirin çektiği bu fotoğraf haberde kullanılırsa, muhabire ay sonunda küçük bir miktarda ek ödenek çıkartılmaktadır.

BSS 1 bu konuda aktardığı bilgilerde, kendi çalışması için gereken araç ve gereçlerin kurum tarafından karşılandığını belirtmektedir. BSS 2, devlet destekli bir haber ajansı olmasına rağmen hala görüntülü haber servisinin olmamasına üzülererek, "Fotoğraf makinesi dışında kurum diğer ihtiyaçları karşılıyor. Ancak yeterli midir? -bunu tartışmalı. Çünkü kurum bana masaüstü bilgisayar verdi ama ben habere giderken onu taşıyamıyorum. Haber hazırlamak için zorunlu olarak kuruma dönmem gerekiyor. Bu nedenle işimi kolaylaştırmak için kendi diz üstü bilgisayarımı kurum için kullanıyorum" dedi.

BSS 3, ülke çarpında araç ve gereç konusunda diğer haber ajanslarının BSS'den geride olduğunu söylerken, dünya çarpındaki devlet haber ajanslarıyla yapılan kıyaslamada BSS'nin çok geride ve kötü durumda olduğunu aktarmaktadır. Kadrolu

olarak Dakka ve diğler şehirlerde çalışan BSS 5, BSS 6, BSS 10, BSS 11 muhabirleri kurumun verdiği araç ve gereç imkanlarının yeterli olduğunu dile getirmektedir.

Öte yandan UNB merkezindeki kadrolu muhabirler de araç ve gereç konusunda BSS'den geride olsa da ülkenin diğler şehirlerindeki muhabirlerden iyi olduklarını söylemektedir. UNB 1'in ifade ettiği üzere, kurum muhabirlere masaüstü ve diz üstü bilgisayarları sağlamaktadır. Ancak ülkenin Asgari Ücret Kurulu tarafından belirlenen ulaşım ücreti muhabirlere verilmediği için kendileri aylık olarak ulaşım harcadıklarından daha düşük ödeme almaktadır. UNB de BSS gibi muhabirlere doğrudan fotoğraf makinesi sağlamamaktadır. Ancak kameraman ve fotoğrafçı ekibine başvuran muhabirlerin talepleri olumlu sonuçlanınca yanlarında gerekli kameraman ve fotoğrafçı bulundurabilmektedir. BSS muhabiri gibi UNB muhabirlerine de herhangi bir telsiz sistemi sağlanmamaktadır. Genellikle fotoğrafçı ve kameraman ekibine yapılan talebin sonuçlanmasının uzun sürmesi nedeniyle kendi telefonuyla fotoğraf ve gerektiğinde görüntü çektiğini söyleyen BSS 3, "Muhabirlere ulaşım imkânı tanınmıyor. Sadece aylık olarak maaşın yanında çok cüzi bir miktar ulaşım parası ödeniyor. Kişisel olarak bana verilen dizüstü bilgisayarım yok. Ama ofiste bir masaüstü bilgisayarım var. Haber hazırlarken onu kullanıyorum" dedi.

UNB 11, kurum adına tüm ülkenin asayiş haberlerinden sorumlu olduğu için görüntü ve fotoğraf çekmesi için kendisine bir akıllı telefon sağlandığını söylemektedir. Ayrıca haber için Dakka dışına çıktığı halde ulaşım, konaklama, yeme-içme gibi çeşitli masrafların da kurum tarafından karşılandığını aktarmaktadır.

BSS ve UNB adına genel merkezi dışında çalışan muhabirler araç ve gereç konusunda kurum tarafından tanınan hiçbir imkânâna sahip değiller. Özel kurumlar, üniversiteler ve genellikle diğler illerde bulunan muhabirler, habere giderken ulaşım masrafını kendileri karşılamaktadır. Kurum ise bunu hiçbir zaman karşılamamaktadır. Şehirlerde çalışan bazı muhabirlerin aktardıklarına göre kendilerine 7 yıl önce bir adet Çin üretimi cep telefonu sağlanmıştır. Ancak verilen telefonlar da 6 ay içerisinde bozulmuştur. Binlerce kilometrelik şehirde tek başına çalışan muhabirler, BSS ve UNB için üretmek istediğinde zorunlu olarak kendi ekipmanlarını kullanmaktadır. Kendi ekipmanı olmayan muhabirler ise üretim yapamamaktadır. Şehirlerde çalışan bazı

muhabirler birden fazla medya kuruluşunda çalıştığını söylemektedir. Bu nedenle çalıştığı diğer televizyon ya da gazetenin araç ve gereç imkanlarını kullanarak haber ajansı için üretim yapmaktadır. Aynı anda birden fazla medyada çalışan muhabirlerin farklı olarak anlattıklarından çıkarılan özet şu şekildedir:

“Eğer haber ajansı bize tüm imkanları verseydi biz başka kurumlarda çalışmak zorunda kalmazdık. Yıllardır ajans için çalışıyoruz ancak bize hiçbir zaman kadro vermedi. Aslında burada kayıp haber ajansıdır. Çünkü biz diğer kurumların parasıyla habere giderken haklı olarak önce onlar için üretim yapıyoruz. Dolayısıyla çalışma planımızda haber ajansı her zaman son planda kalıyor.”

Bazı muhabirler hiçbir imkana sahip olmamasına rağmen yine de yıllardır haber ajanslarına hizmet vermektedir. Bu konuda bir Bangladeş atasözünü kullanan UNB 5,

“UNB bize hiçbir şey vermiyor ama biz yıllardır onun için çalışıyoruz. Bizde bir atasözü var, ‘Evinde yiyip ormandaki kaplanı yakalamak’ (Türkçe anlamı karşılıksız iş yapmak). Bu atasözü benim ve benim gibi UNB’de çalışan diğer tüm arkadaşlar için de geçerli” şeklinde anlattı.

UNB 9’ün belirttiği üzere, toplumda belli bir süre muhabirlik yaptıktan sonra insanların ona karşı belli beklentileri oluşmaktadır. Dolayısıyla muhabir o beklentilerini karşılamak için de olsa hiçbir imkân olmadan çalışmaya devam etmektedir. Kendisi bu konuyu şöyle anlatmaktadır:

“Bize araç ve gereç konusunda hiçbir imkân sağlanmıyor. Şimdi siz bana ‘O zaman niye çalışıyorsunuz?’ diye sorabilirsiniz. Ben mesleğimi bir zamanlar hobi olarak yapıyordum. Ancak artık hobi değil, yaşadığım çevremın beklentisini karşılamak için çalışıyorum. Mesela benim gazeteci olduğumu artık az çok herkes biliyor. Yıllardır bu meslek sayesinde birçok insana dökündüğüm oldu. Dolayısıyla insanlar sorunlarıyla bana geliyor. Onlar gelince ben onlara ‘Ben artık gazeteci değilim ya da artık ajansta çalışmıyorum.’ diyemiyorum. Çünkü onlar büyük beklentilerle geliyorlar. O beklentiye boşa çıkartmamak için bu yaşta da hiçbir karşılık beklemeden çalışmaya devam ediyorum.”

### **5.2.3.2.Maddi imkanlar**

Bangladeş’teki haber ajansı muhabirlerinin çoğu araç ve gereç konusunda yaşadığı eksikliklerin yanı sıra kurumun ödediği maddi imkânların da yeterli olmadığını dile getirmektedir. Araştırmada, BSS’de kadrolu olarak çalışan muhabirlere ödenen maaş miktarı, ülkenin genel asgari ücretinden ortalama 15 kat fazlayken aynı kurumun

sözleşmeli muhabirlerine ise sadece asgari ücret olan 8 bin Bangladeş parası yani ortalamada 80 dolar civarında ödeme yapılmaktadır. Ayrıca kadrolu çalışan muhabirlere elle haber yazdıkları için el-risk parası, gözle bilgisayara bakarak yazdıkları için göz- risk parası, ayaklarıyla yürüyerek haber gittikleri için ayak-risk parası, genel sağlık ücreti, yemek ödenek ile yılda toplam 22 tane ek ödeme yapılmaktadır. Ayrıca muhabirlere normal maaşın yüzde 75'i ise barınma ödeneği yapılmaktadır. BSS 6, muhabirinin aktardıklarına göre, kurumun bir kadrolu çalışanı hiyerarşiye göre değişmesi şartıyla yıllık 20 bin dolar civarında ödeme almaktadır. Muhabir aldığı maaş ile ilgili, “Ülkemizin ücret politikasına göre benim aldığım ücret çok yüksektir. Bu konuda çok memnunum” dedi.

BSS’de çalışan kadrolu muhabirler genellikle aldıkları maddi imkândan memnun olduğunu söylemektedir. Ancak BSS 1 ise bu noktada başka bir konuya değindi. Muhabir, kurumda yıllardır çalışmaya devam etmesine rağmen kurumun iç siyasetinden kaynaklı terfi alamadığını ve bu nedenle ücretlerde de gereken yükselmelerin yapılmadığını öne sürmektedir. Muhabir BSS 1 bu konuda doğrudan şunları söyledi:

“BSS’in bana verdiği ücretten şu andaki kıdeme göre memnunum. Ancak burada ücretler dışında konuşulması gereken başka bir konu ise terfi verilmemesidir. Ben kuruma girdiğim zaman başka bir hükümet vardır. Dolayısıyla şu anki kurum yöneticileri beni o partinin yanlısı olarak düşünüyorlar. Bu nedenle yıllardır emek vermeme rağmen bana verilmesi gereken terfi verilmiyor. Ancak şu anki hükümetin yanlısı olarak tanınanlar ise çok hızlı atlayarak terfi alıyorlar.”

BSS 3, aldığı ücretin Asgari Ücret Kurulu tarafından gazeteciler için belirlenen ücret kurallarına uygun olduğunu dile getirdi. Ancak aldıkları ücretin kendisini yüzde 100 tatmin etmediğini söylemektedir. Muhabir BSS 3, bir gazeteci olarak 7/24 çalıştığını öne sürerek hissettiği psikolojik baskıyı düşününce maaşın düşük kaldığı aktarmaktadır.

Diğer yandan BSS için sözleşmeli olarak çalışan muhabirler genellikle aldıkları ücret konusunda memnun olmadığını anlatmaktadır. Türkiye’de kadrolu olmayan muhabirler kaşeli olarak nitelendirilmektedir. Bu muhabirler aylık olarak ürettiği kadar ücret almaktadır. Yani ocak ayında 200 dolar ödeme alan muhabir şubat ayında daha fazla üretim yapılırca belki 300 dolar alacaktır. Ancak Bangladeş’teki muhabirlerin ödemesi hiçbir zaman değişmemektedir. Bir ayda 50 tane haber yapan muhabir 90 haber yapan

muhabirle aynı ücret almaktadır. Bu nedenle bu çalışmada Bangladeş'te kadrolu olmayanları kaşeli değil, sözleşmeli olarak tanıtılmaktadır.

32 yıldır BSS'de sözleşmeli muhabir olarak çalışan ve kadroya geçemeyen BSS 7, "Gazetecilik kimliğimi taze tutmak için, kendi kişisel prestijimi zedelememek için çalışıyorum. Mesleğe olan bağımlılıktan dolayı hiçbir imkân olmazsa da çalışmaya devam ediyorum. BSS bana, size söylemekten utanmışım miktarda aylık ödeme yapmıyor. 32 yıldır bu ödeme miktarı neredeyse kayda değer miktarda artmadı" dedi.

BSS 8 de aldıkları ücretin, haber üretmek için kullandığı telefon ve ulaşım masrafına bile yetmediğini öne sürmektedir. Aylık olarak ortalama 90'a yakın haber ürettiği söyleyen muhabir, "Son zamanlarda haber üretim sayısını azalttım. Çünkü çalışmaktan keyif alamıyorum. Ay sonunda gelen ücrete baktığımda çalışma hevesi kalmıyor" şeklinde belirtti.

BSS 9, düşüncelerini aktarırken, "Dakka'daki kadrolu muhabirler belli alanlarda çalışıyor. Bizim gibi bir şehrin sporundan cinayetine kadar her şeye bakmak zorunda değiller. Aylık olarak da hemen hemen eşit oranda haber üretiyoruz. Ancak konu ücretlere gelince kendimiz utanıyoruz" ifadelerinde bulundu.

Başka bir BSS muhabiri, aylık olarak 80 dolar civarında ücret aldığı dile getirerek, ailesini geçindirmek için fabrikada çalıştığını söyledi. Muhabir, "Eğer BSS bana tüm imkânları verseydi, onlar için çok daha fazla haber üretebilirdim" dedi.

BSS 13 ise, sadece 60 dolar ödeme aldığını söylerken, sözü edilen ödemeyi alabilmesi için de ay boyunca yayınladığı haberlerin başlıklarını bir dilekçe şeklinde kuruma aktarması gerektiğini dile getirdi. "Dilekçe göndermediğim ayda ödeme yapılmıyor. Aylık olarak çocuklar gibi not tutarak onlara dilekçe göndermek de gücüme gidiyor. O yüzden bazen hiç dilekçe bile göndermiyorum" diyen BSS 13, "Bir devlet haber ajansında böyle olmamalı. Sistemler geliştirilmeli. Sözleşmeli muhabirlerin ücretleri kat kat arttırılmalı" diye yanıt verdi.

Araştırmada, Bangladeş'teki özel haber ajansı olan UNB'de çalışan kadrolu ve sözleşmeli her iki grup da aldığı ücretlerden memnun olmadığını dile getirmektedir. Birinci grup merkezde çalışan kadrolular, Asgari Ücret Kurulu tarafından belirlenen maaşın, kurum tarafından ödenmediğini öne sürmektedir. Kendilerinin aldıkları maaşı, ülkenin genel maaş durumuna göre hala yüksek olduğu kabul eden muhabirler, aynı kıdemde olmasına rağmen bir BSS muhabirinden ortalama yüzde 50 az ücret aldıklarını dile getirmektedir. Kadrolu muhabirler, genellikle merkez Dakka'da bulunduğu ve Dakka'nın sosyal-ekonomik durumlara göre ödenen maaşın geride olduğunu aktarmaktadır. UNB 1, "Verdiğiniz emeğinize göre ücret alabiliyor musunuz?"-sorusuna şu sözlerle cevap verdi:

"Kesinlikle hayır. Ben bir kıdemli muhabirim. Benim maaşım 65 bin Bangladeş takası (650 dolar). Ancak benimle aynı kıdeme sahip ve devlet haber ajansında çalışan meslektaşım 150 bin Bangladeş parası (1500 dolar) civarında maaş alıyor. Yani benden hemen hemen 2 kat para alıyor. Bangladeş'te Asgari Ücret Kurulu (Minimum Wage Board) var. Bu kurula göre ikimizin de aynı maaşı alması gerekiyor. Ancak biz özel haber ajansında çalıştığımız için Asgari Ücret Kurulu'nun kanunları görmezden geliniyor. Ayrıca BSS, muhabirlere verdiği ek ödemeler de bizim için geçerli değil. Bizim de işte kalabilmemiz için şikâyet edecek durumumuz yok."

UNB 2, UNB 3 ve UNB 11 muhabirleri de UNB 1'e bu konuda katılmaktadır. UNB 11, bir asayiş muhabiri olduğu için de diğer muhabirlerden daha fazla psikolojik baskı hissettiğini öne sürmektedir. Bu nedenle kendi maaşının daha yüksek olmasını beklediğini ileten muhabir, "Diğer alanlarda çalışan muhabirlerin mesai saatleri genellikle belli oluyor. Ama ben sabah 8.00'den gece 02.00'ye kadar çalıştığım oluyor. Ancak buna genellikle herhangi bir ek ödeme yapılmıyor" diye belirtti.

Öte yandan UNB'ye sözleşmeli olarak çalışan muhabirler, aldıkları ücreti maaş olarak görmek yerine bir harçlık olarak isimlendirmektedir. Çünkü kendilerinin belirttiklerine göre; ayda 50'den fazla haber servis eden bir muhabirin sadece 25 dolar civarında ücret almasına maaş denilemez. Ülkenin genel asgari ücretinden 4 kat düşük ücret alan başka herhangi bir mesleğin bulunmadığını söyleyen UNB sözleşmeli muhabirleri, aldıkları paranın bir muhabirin haber için harcadığı telefon ve internet masrafını bile karşılamadığını belirtmektedir. Bu nedenle farklı gazete ve televizyonlarda çalışmak zorunda kalan muhabirlerden biri UNB 7, "Ayda 50-60 tane haber servis ediyorum.

Kurum ulaşım masrafı vermiyor, haber toplamak için kilometrelerce kara yolu veya deniz yolu geçmek zorunda kalabiliyorum. Zaman zaman hayati tehlike yaşıyorum çünkü hem orman hem de sınır bölgesi olduğu için burada sık sık saldırı, gruplar arasında çatışma yaşanıyor. Bunca yaptıklarına rağmen aylık aldığım ücret 25 dolar civarında. Dolayısıyla ben bu masrafları karşılamak için birden fazla medyada çalışmak zorunda kalıyorum. Ancak tek haber ajansı bana tüm imkanları tanısaydı onlar için daha çok haber üretebilirdim” dedi.

Sözleşmeli muhabirlerden biri UNB 6 ise, ülkenin en büyük şehirlerden birinde tek başına çalıştığı için diğer sözleşmeli çalışanlardan bir az fazla ücret almaktadır. Günlük ortalama 2 tane haber servis eden muhabir, ayda ise 50’den fazla haber göndermektedir. Çalıştığı şehirde diğer medya kuruluşlarının 3-4’ten fazla muhabir çalıştırmasına karşı UNB 6, tek başına tüm işlerini yapmaktadır. Ancak aylık olarak sadece 130 dolar civarında bir ödeme aldığını belirterek, “Kesinlikle hakkımı alamıyorum” dedi.

#### ***5.2.3.3.Haber toplamada kadrolu – sözleşmeli tartışması***

Bu çalışmada, Bangladeş’teki haber ajanslarında çalışan muhabirlerin, haber üretim sırasında kadrolu ve sözleşmeli çalışanlar olarak birbirlerinden farklı muameleye maruz kalıp kalmadıkları araştırılmıştır. Ayrıca muhabirlerin, kendi kurumları içinde de mevkilere göre karşılaştıkları zorluk ve kolaylıklar ele alınmıştır.

Araştırmada, öncelikle Bangladeş’teki sözleşmeli muhabirlerle aynı konumda uzun yıllardır çalışmalarını sebebiyle haber üretmeye giderken genellikle insanlar tarafından sahada çok farklı muamele görmedikleri dile getirilmektedir. BSS ve UNB olmak üzere her iki haber ajansı muhabirleri için bu durum geçerlidir. Kadrolu çalışanları ise zaten diğerlerinden iyi konumdadır.

Bazı durumlarda yeni işe başlayan sözleşmeli muhabirlere kaynaklar tarafından ilgisiz davranıldığını da BSS 1 dile getirmektedir. Bazen gittiği yerde uzun süre bekletirken, bazen ise kaynak kendisini güvende hissetmediği için bilgi paylaşmamaktadır. Öte yandan kadrolu çalışanlar ise oturduğu masadan her gün telefon üzerinden çok sayıda haber bulabildiğini söylemektedir. “Haber için gerekirse başbakanımıza bile arayabilirim” diyen BSS 2, kadrolu olmanın yanı sıra devlet kurumunda çalışmasının da ayrı faydaları olduğunu belirtmektedir.

Bir kadrolu gazetecinin en büyük faydasının kaynakları olduğu söyleyen BSS 3 ise, ‘‘Aynı zamanda sorumlulukları da bir sözleşmeliden çok daha farklı ve fazladır’’ diyerek şöyle devam etti:

‘‘Hem kadrolu hem de BSS çalışanı olduğum için uluslararası delegeler de açıklama yapmak önce BSS’yi arıyor. Yurt içinde de resmi haber kaynakların ilk tercihi BSS oluyor. Bu yönden çok şanslıyız.’’

BSS 4 ise, sözleşmeli olmasına rağmen 15 yıldır kurumda çalışmaya devam etmektedir. Bu nedenle maddi imkanlar dışında bir kadrolu gibi tüm olanaklara sahip olduğunu dile getirmektedir. Muhabirin kadrolu ya da sözleşmeli olmasının vatandaşları ilgilendirmediği söyleyen muhabir BSS 4, ‘‘Gazeteciler için mevkilerin önemi yoktur’’ dedi.

Bulduğu şehrin gazeteciler cemiyeti başkanı olan BSS 5’in ifade ettiği üzere, kadrolu muhabir olmak toplumda birçok fayda sağlamaktadır. Gazeteciler için kurulan sivil toplum kuruluşlara üye olmak, oradaki seçimlere katılmak için kıdemli olmasının önemi büyüktür. BSS 5, kadrolu olmasının sosyal-ekonomik hayatına olumlu etki oluşturduğunu dile getirilmektedir. Düzenli olarak maaş aldığı için çalışma ve sosyal hayatında çok daha rahat olduğu söyleyen BSS 6, kadrolu olması sebebiyle kurumda ‘iş seçme hakkı’ na sahip olduğunu söylemektedir.

Diğer yandan UNB’de çalışan kadrolu muhabirler de BSS muhabirleri gibi hemen hemen aynı düşünmektedir. Bir kadrolu muhabirin kurumun yayın politikası hakkında daha fazla bilgi sahibi olmasının, çalışma hayatını olumlu etkilediği aktarılmaktadır. UNB 1, bir kadrolu çalışanın çok fazla kaynak olduğu için onlardan gelen haberlerle günlük çalışmalarına rahatlıkla devam edebildiğini söylemektedir. Ayrıca kurum kimliğinin de kadrolu çalışanların kariyerine olumlu yansıdığını aktarmaktadır.

UNB 3 de BSS 6 gibi, kadrolu çalışan olduğu için kurumda hangi haberlere gidip gitmeyeceği konusunda karar verebilecek yetkiye sahip olduğunu söylemektedir. ‘‘Sözleşmeli çalışanlar aslında bizim gibi toplumda sürekli ezilenler arasında yer alıyor’’

diyen UNB 3, ‘‘Onlara gazetecilik hakkını verilmiyor. Sürekli emir altında bırakılıyor’’ dedi.

Diğer yandan kadrolu olmamak yani sözleşmeli olarak çalışmanın da bazı avantajları bulunmaktadır. BSS 9’un belirttiklerine göre, bir sözleşmeli muhabir aynı zamanda birden fazla medya kuruluşunda çalışabilmektedir. Bu nedenle tek bir kere ürettiği bir haberi aynı zamanda farklı farklı haber kuruluşlarına servis edebilmektedir. Sözleşmeli muhabirlerin bir dezavantajını dile getiren UNB 9, ‘‘Sözleşmeli olarak 32 yıl çalıştım ancak emekli olduktan sonra bana kalan hiçbir Şey yok. Ama sadece gazeteciliğe olan sevdadan bunca yıl çalıştım. Benim oğlan yaşında biri merkezde yeni işe başlarsa benden 50 kat fazla maaş alıyor. Ben bunu görünce ‘bunca yıldır ne yaptım?’ diye kendime soruyorum.’’ ifadelerinde bulundu.

Kurumda bir sözleşmeli olarak çalışmasına rağmen kurum tarafından kadrolusu gibi üretim beklendiği söyleyen UNB 5, her iki grup için ayrı planlar hazırlanması gerektiğini öne sürdü. Toplantılarda herkese hitaben konuşma yapan yetkililer, nedense konu sözleşmeli çalışanlara gelince yıllardır ezik muamelesi gösterildiğini dile getirmektedir. Bu konuda detaylı konuşan UNB 5, ‘‘Bizim toplantılarımızda yetkili kişi Dakka’daki ve benim gibi Şehir muhabirlerine yönelik aynı konuşmayı yapıyor. Biz onları dinledikten sonra sanki Avrupa’da yaşıyoruz ve Avrupa’nın bir haber ajansız gibi hissediyoruz. Ama aslında bu konuşma sadece o bağlantı kesene kadar geçerli oluyor. Konuşmada söylenenlerden belki Dakka’daki muhabirler pay alıyorlar. Diğer Şehirlerdeki sözleşmeli muhabirlere kadar gelen hiçbir Şey yok. Bu durumda Dakka’daki muhabir ve diğer Şehirlerdeki muhabirler arasında büyük farklar oluşturuyor. Biz sözleşmeli çalışanlar olarak yıllardır maaşımıza zam istiyoruz. Ama bize kulak veren yok. Toplantıda ‘değerlendiriyoruz’ diye konu kapatılıyor. Bunun dışında merkezdeki yetkililer, benim gibi ülkenin bir köşesinde haber için dağlara çıkan, nehirleri aşan muhabiri anlamıyor. Bir haber için gece yarısında kalkıp vapura atlıyorum. Ama merkezdekiler ertesini sabah haberi direkt silebiliyor. Bu bizim emeğimize saygısızlıktır. Bu durum yaşanınca sonrasında yeniden haber üretmek için motivasyon gelmiyor. Ayrıca Dakka’da bir muhabir ayda seçici olarak 30-40 haber verip 800- 1000 dolara kadar ücret alıyor. Ben niye ayda eşit ya da onlardan fazla sayıda haber verip 25 dolar ücret alacağım? Niye?’’ diye yetkililere sorular iletmektedir.

Bir diğer yandan UNB 11, kurum içinde ve dışında kadrolu olmasının birçok avantajlarını dile getirirken başka bir noktaya değinmektedir. Muhabir UNB 11, kadrolu olarak çalışıp aldığı maaşı, aynı kdeme sahip diğer haber ajanslarındaki muhabirlerden az olduğu sebebiyle sosyal- ekonomik açıdan sorun yaşadığını dile getirmektedir. Bu konuda konuşan UNB 11, ‘‘Mesela gazeteciler hemen hemen yakın mahallelerde ikamet ediyorlar.

Aileleri birbiriyle tanıyorlar ve sohbet halinde oluyorlar. Şimdi benimle aynı kıdeme sahip olan bir BSS çalışanının sosyal hayatı ve benimki hemen hemen aynı olmalıdır. Ailemin beklentisi de o yöndedir. Ancak ben BSS'deki meslektaşımın yarısı kadar bir maaş alıyorum. O halde benim oradaki topluma uyum sağlamam zor oluyor” şeklinde konuştu.

#### **5.2.3.4.Çalışma ortamı**

Bangladeş'teki haber ajanslarından BSS'nin genel merkezi dışında Chattogram, Rajshahi, Rangpur, Khulna, Bagura, Barishal, Rangamati ve Sylhet şehirlerinde büro ofisleri bulunmaktadır. Bir ülkenin devlet haber ajansı olmasına rağmen 64 şehirden toplamda sadece 9 tanesinde ofis bulunduran BSS, kalan diğer 55 şehirdeki sözleşmeli muhabirlerine herhangi bir çalışma yeri vermemektedir. Özel haber ajansı olan UNB ise başkent Dakka'da yer alan genel merkezi dışında ülkenin hiçbir yerinde ofis bulundurmamaktadır. Daha önce ülkenin ikinci büyük şehri olan Chattogram'daki ofisi ise bir yıl önce kapanmıştır. UNB'nin tüm sözleşmeli muhabirleri, kendi evlerinden ya da çalışmakta olduğu diğer medya kuruluşlarının ofislerinden UNB için üretim yapmaktadır.

Ayda 50'den fazla haber servis eden, binlerce kilometrelik şehirde tek başına UNB adına muhabirlik yapan ve bunu yaparken hiçbir ulaşım desteği alamayan, ay sonunda sadece 20-25 dolar civarında bir ödeme alan muhabirlere bir çalışma yeri bile tanınaması aslında, haber ajansının sektöre önem vermemesinin mesajını taşımaktadır.

Dakka merkezinde bulunan BSS muhabirleri, bulunduğu ofis ortamından da pek memnun olmadığını dile getirmektedir. Kapasiteden fazla çalışanın bulunması, ofis deklarasyonunun muhabirlerin çalışmalarını olumsuz etkilediği belirtilmektedir. BSS 1 bu konuda, “BSS'nin ofis düzeni çok gelişmiş değil ancak her geçen gün geliştiriliyor. Burası bir devlet kurumu olduğu için bütçe onayı işlemi birçok resmi aşamalardan sonra tamamlanıyor. Bu nedenle çalışmalar gecikiyor. Ama şu anki durum da çok kötü değil, ortalama bir ofis düzeyine sahibiz” dedi.

BSS 2, çalıştığı iş ortamında yüzde 40 malzeme ve düzen eksikliklerinin olduğunu belirtirken, BSS 3 ise, “Ofisteki çalışma ortamının düzeni çok daha geliştirilmeli. Çalışanların sayısı çok olduğu için burada yetişemiyoruz” şeklinde aktardı. BSS Chattogram ofisinin bulunduğu binanın yaşının 60 yıldan fazla olduğunu söyleyen diğer bir muhabir ise, kurumun teknolojik imkanları olarak birçok noktada

geride kaldığını iletmektedir. BSS 11 ise, kurumun genel merkezindeki mobilyaların çok eski olduğunu söylemektedir. Muhabir BSS 11'e göre, "Sağlıklı düşünmek için sağlıklı bir ortam gerekiyor. Ancak bizim genel merkezimizdeki mobilyalar bile hastadır. Bu durum bence çalışmamızı çok etkiliyor" diye konuştu.

Diğer yandan UNB muhabirlerinden merkezde çalışanlar, ofislerinden memnun olduklarını söyledi. Çalışma ortamı, ofisin düzen ve deklarasyonundan şikâyet etmeyen muhabirlerden biri UNB 1 ise, başka bir konuya değinmektedir. UNB 1'in aktardıklarına göre muhabirler, çalışma ortamında siyasi düşünceler çerçevesinde kendiliğinden gruplar haline gelmiştir. Bu nedenle meslektaş olarak çalışmalarına rağmen bir grup tarafından diğer grubu dışlama, köşeye sıkıştırma gibi durumlar söz konusudur. UNB 3 ise genel olarak ofis ortamının güzel olduğu ancak deklarasyonunun üzerinden yaklaşık 15 sene geçtiğini belirtmektedir.

Öte yandan UNB'de sözleşmeli olarak çalışan muhabirler ise BSS'deki sözleşmeli muhabirleri gibi herhangi bir ofis desteği alamamaktadır. Bazı muhabirler evden, bazıları ise çalışmakta olduğu diğer medya kuruluşlarının verdiği ofislerinde bulunarak UNB için üretim yapmaktadır. UNB 6 bu konuda, "Bana verilen bir büro ofisi yoktur. Ben bağlı olduğum diğer haber kuruluşlarının verdiği ofisten UNB için de çalışıyorum" dedi.

UNB 6 ise ofisin bulunmamasının muhabirlerin çalışmalarını doğrudan olumsuz etkilediğini aktarmaktadır. Kendisi bu konuda, "Ülkenin en büyük ikinci şehrindeyim. Ülkenin ekonomik başkenti olarak bilinen kentteyim ancak burada kurumun bir ofisi bile yok. Bir ofis olmayınca birisi ile buluşmak istediğim zaman sokakta, lokantada ya da ayakta buluşuyorum. Yetkililer, polis, valilik görevlileri gibi kişiler bazen kurumu ziyaret etmek için ofisimize gelmek isterler. Ancak ofis olmadığı için onları geri çeviriyoruz" şeklinde konuştu.

#### **5.2.3.5.Ödül ya da yaptırım**

Bangladeş'teki haber ajanslarından olan BSS ve UNB'de muhabirlik olan kişilere, yaptıkları çok başarılı çalışmalar sonucunda kurum tarafından genellikle maddi olarak herhangi bir ödüllendirme yapılmamaktadır. Ancak haberde hata yaptığı zaman muhabir uyarılır, sözlü savunma alınır, hatanın büyüklüğüne göre işten kovulma da

yaşayabilmektedir. BSS muhabirlerinin belirttiklerine göre; gazeteciler yaptığı haberlerle kuruma fazla abone kazandırdıklarında ve ülkenin gündeminde günlerdir konuşulacak bir haber yaptıklarında yetkililerden sadece sözlü olarak takdir almaktadır. Çalışma hayatında takdirin önemli olduğu söyleyen muhabirler, maddi olarak ödüllendirildiği halde çalışma motivasyonunun daha da artacağını söylemektedir.

Öte yandan BSS, muhabirlerin yaptığı yanlış haber dolayısıyla ilgili kişiyi sözlü savunmaya almaktadır. Hatanın büyüklüğüne göre yazılı savunması da istenebilmektedir. Kurumda ödüllendirme ve yaptırım uygulamasının eşit olmadığını söyleyen BSS muhabirlerinden BSS 3, ‘‘Haberde hata yapılırken bence yaptırım uygulanmalı. Çünkü bir gazetecinin hatası çok kısa sürede toplumu ilgilendirir. Ancak muhabirler kuruma prestij kazandırarak haberler yaptığı zaman da ödüllendirilmesini bekliyor. Çünkü bu ödüller muhabirin çalışma motivasyonunu çok artırıyor. Ancak kurumumuzda sözlü iltifatlar dışında herhangi bir ödüllendirme sistemi yok. Yani burada ödüllendirme ve yaptırım uygulaması eşit uygulanmıyor’’ dedi.

BSS 3’ten farklı düşünen BSS 4 ise, kurumda yaptırımdan daha çok iltifat edildiğini söylemektedir. Kendisi bu konuda, ‘‘Çok iyi haber yaptığım zaman teşekkür yazısı gönderilir merkezden. İlgili arkadaşlar tebrik eder. Hata yaptığımız zaman da bizden hatanın nedenini açıkladığımız savunma yapmamızı beklerler. Ama bence yaptırımdan daha çok teşekkür ederler’’ diye belirtti.

Öte yandan UNB çalışanlarından kadrolu olanlar da BSS muhabirleri gibi genellikle teşekkür ve tebrik mesajları dışında kayda değer ödüllendirmenin olmadığını belirtmektedir. Kadrolu çalışanların tecrübelerinden dolayı genellikle yanlış haber servis etmediğini dile getiren UNB 1, ‘‘Bazen yazım hatalarımız olabiliyor. Ancak buna herhangi bir yaptırım ya da savunma istenmiyor’’ dedi.

UNB 4 isimli muhabirse kurumda çok iyi haber yapanın ödüllendirilmediği ancak sayı olarak çok haber yapanın ödüllendirildiğini söylemektedir. Çok habere ödüllendirme sistemini bir at yarışıyla benzeten muhabir, konu ile ilgili çok önemli açıklamada bulundu. Muhabir, ‘‘UNB, çalışan muhabirlerine gereken ücreti vermiyor ama gereken haber kotasını doldurtuyor. Yani muhabir kaybediyor, kurum kazanıyor. Nasıl oluyor? Kurum bizi bir yarışa soktu. Bize diyor ki, ‘Ülke genelinde her ay en fazla haber veren muhabir 100 dolar kazanacak.’ Şimdi biz muhabirler bu 100 doları kazanmak için 500 dolarlık iş yapıyoruz. Çünkü aldığımız harçlık 25

dolar. Üstüne 100 dolar kazanmak kim istemez ki? Bir de paradan ziyade Bangladeş'teki tüm muhabirler arasında birinci olmak başka bir gururdur. Bu nedenle örnek veriyorum; UNB'nin 100 sözleşmeli muhabiri var ve 100 kişi, ödülü olan 100 doları almak için ay boyunca çok çalışıyorlar ve kurum için her ay normal çalışma potansiyelinden fazla binlerce dolarlık haber üretimi gerçekleşiyor. Ama kurum o binlerce dolarından en fazla haber veren bir kişiye sadece 100 dolar hediye veriyor. Geride kalan 99 muhabir hiçbir şey alamıyor. Yani maddi anlamda kazanan kurum oluyor. Bu yarışma yıllık olarak da geçerli. Dolayısıyla bir muhabir aylık olarak 100 dolar kazanamıyorsa yıllık olarak kazanacağını planlayarak yıl boyunca kuruma binlerce dolarlık üretim sağlıyor. Yani kurum bizi at koşturur gibi böyle yıl boyunca bir koşuya bırakıyorlar” diye anlattı.

Muhabir UNB 4'ün anlattığı yarışmaya katılıp son 2 yıldır UNB adına en çok üretim yaparak ödülü alan UNB 6, kuruma olan memnuniyeti dile getirmektedir. Muhabir bu konuda, “Ben geçen 2 senedir ülke çarpında yıllık olarak en çok haber veren muhabir seçildim. Bu nedenle merkez beni özel olarak çağırdı ve ikramiye verdi. Ayrıca bir sertifika da verdi. Bu ödül tabii ki benim çalışma potansiyelimi arttırdı” diye ifade etti.

UNB 8 ise, muhabir tarafından iyi haber üretilince kazananın sadece kurum olduğu ancak muhabire düşen hiçbir payın olmadığını dile getirerek, “Ancak muhabir hata yaptığı zaman kaybeden sadece kendisi oluyor” dedi.

#### **5.2.3.6. Çalışma yeteneği ve eğitim**

BSS ve UNB'de çalışan muhabirler, gazetecilik mesleğinde bulunması için kişinin eğitim seviyeleriyle ilgili soruya farkı farklı farklı yanıt vermektedir. Muhabirler, gazeteci olacak kişinin öncelikle en az lisans mezunu olması gerektiği konusunda hem fikirdir. Ancak alan dışından gelen kişilerin kesinlikle belli bir süre özel meslek eğitimi almasının zorunlu olmasına yönelik görüş aktarmaktadır. Lisans derecesine sahip olmayan kişilerin gazetecilik mesleğinde bulunmamasının nedeni olarak ise muhabir BSS 3, aldıkları eğitim insanı kültür ve geniş düşünce sahibi yapar diyerek, “Ben bir gazeteci olarak bakanlarla görüşeceğim, Cumhurbaşkanı ile görüşeceğim, yurt dışından gelen yetkili kişilerle görüşeceğim. Ancak eğer ben konuşamıyorsam, ne konuşacağımı bilmiyorsam, nasıl konuşulması gerektiğini bilmiyorsam, bu meslekte devam edemem. Çünkü karşımdaki kişi benim yetersizliğimi fark edince benimle muhatap olmayacak” diye belirtti.

Muhabirler, lisans eğitiminin gazetecilik ile ilgili olmayan kişilere, kesinlikle belli bir sürelik meslek eğitimi almalarını tavsiye etmektedir. Çünkü, kendilerine göre, eğer kişinin medya sektörü ve basın ile ilgili geniş fikri yoksa, bu kişi kurumlar tarafından

çok kolayca şekillendirilecektir. Sadece kurumun yayın politikasına uygun üretim yaparken onu tek doğrusu olarak kabul edecektir. Böylelikle muhabir, farkında olmadan kamu yararından daha çok kurum yararına çalışacaktır. Bunun da meslek etiğine uygun olmadığını dile getiren muhabirlerden BSS 2, “Şekillendirilmiş gazeteciler sadece kurumun menfaatini sağlayabiliyor. Kamu ve ülkenin menfaatini anlamak istemiyor.” dedi.

“Kişiler, gazeteciliğe başlayıp çalışarak mesleği öğrenecek düşüncesiyle kesinlikle medya sektörüne gelmemeli.” diyen BSS 6 ise, “Bu sektör ilk gününden beri hata kabul etmez. Kişi sadece kendini geliştirebilir ancak sıfır bilgiyle bu mesleğe girmeye kalkışmamalı” dedi.

Bangladeş tarihinde önde gelen birçok gazetecinin üniversite mezunu olmadığını ancak mesleğe büyük katkılar bıraktıklarını dile getiren UNB 11 de, günümüzdeki eğitim kalitesinin eskisine göre çok daha geride olduğunu dile getirerek tarihteki örnekler bakılmaması ve günümüzde en az lisans eğitimini görmüş olmak gerektiğini düşünmektedir. BSS ve UNB çalışanı bazı muhabir ise, eskiden alan dışından gelenleri uygun görse de günümüzde gazeteci olması için kesinlikle gazetecilik mezunu olması gerektiğini dile getirmektedir. BSS 8 bu konuda düşüncelerini aktarırken şunları söyledi:

“Eskiden ‘Eğitilmiş herhangi biri gazetecilik yapabilir.’ diye düşünüyordum. Ancak şu anda ülkemizin genel medya sektörüne baktığımızda beklemediğimiz bir tablo ile karşı karşıyız. Önüne gelen herkes bir internet sitesi açıp bir gazetecilik kartı bastırıyor. O kartla da dolaşarak kendini gazeteci olarak tanıtıyor. Ya da sadece sosyal medyada bir sayfa açarak habercilik yapan kişiler var. Bu kişiler belli amaçlara hizmet ediyor. İnsanları gazeteci olarak tanıtarak dolandırabiliyor. Doğruyu, yalana karşı para karşılığında satabilir ve toplumdaki insanları olumsuz etkileyebilir. İnsanlar ise onu baz alarak mesleği yapan tüm gazetecileri aynı olarak değerlendiriyor. Bu nedenle öncelikle herkesin internet üzerinden gazetecilik yapmasına izin verilmemeli. İkinci olarak sadece gazetecilik okuyan kişiler bu mesleği yapmalı ve son olarak da gazeteci olabilmek için belli bir giriş sınavı düzenlenmeli.”

Öte yandan gazetecilik okuyan kişiler de mezun olduktan sonra sektöre girmek istememektedir. Muhabirlerin söyledikleri üzere; bir üniversite mezunu gazetecinin kesinlikle sektöre çok büyük hizmetleri olabilir. Ancak sektör yeni gelenleri her zaman

iterek uzaklaştırmaktadır. Çünkü iş olanakları ve çalışma imkanları, gazetecilik mezunlarını başka alanlarda çalışmaya mecbur bırakıyor. Aynı zamanda kurumun da gazetecilik mezunlarından daha çok sıfır bilgisi olanları tercih etmesi, sektörün veriminin azalmasına neden olmaktadır. Ancak kurumlar, meslek hakkında sıfır bilgisi ile gelenleri ucuza ve daha kolay şekillendirerek çalıştıracığı için eğitim seviyeleri, eğitim alanı gibi konulara dikkat etmemektedir. Bu konuda detaylı konuşan UNB 6 şöyle anlattı:

“Bugün bir avukat hukuk fakültesi mezunu olmadan mesleğe başlayabilir mi? Başlayamaz. Bir doktor, tıp fakültesinden mezun olmadan hastayı muayene edebilir mi? Tabii ki hayır. O zaman niye ortaokul mezunu biri gelip birkaç haber yazmayı öğrenip mesleğe başlıyor? Niye bu meslek başladıktan sonra öğrenmeyi hedefleniyor? Niye basın kurumlarındaki yetkililer alan dışından atanıyor? Niye gazetecilik alanından üniversite mezunu, mezun olduktan sonra evlenmesi için kız bulamıyor. Niye kızın babası bir gazeteciye kız vermek istemiyor? Çünkü damadın alım gücü belli. Kızına bakamayacağını önceden biliyor. Çünkü bu meslek artık çalışan, işsiz herkesin en kolayca yapabileceği bir meslek oldu. O nedenle kimse gazetecilik mesleğine saygı göstermiyor. Dolayısıyla gerçek gazeteci mezunları da başka alanlara bakmak zorunda kalıyor. Çünkü o da geçinmek zorunda. Onu yılladır okutan ve artık yardım bekleyen bir aile var. Bence herkesin gazetecilik yapmasından toplumu kurtarmak için bir merkezi sınav sistemi olmalı. Her sene gazeteci olmak isteyenler bu sınava girip bir yeterlilik belgesi almalı ve mesleğe öyle başlayabilmeli.”

#### **5.2.4. Çalışma özgürlüğü**

Bangladeş'te 2018 yılında yürürlüğe giren Digital Security Act (DSA-2018), ülkenin basın özgürlüğünü tamamen yok etmektedir (Kundu ve Hoque, 2019). Bu araştırmanın görüşmelerine katılan muhabirlerin çoğu Dijital Güvenlik Kanunu adı altında 2018 yılında yürürlüğe konulan kanun nedeniyle hiçbir şekilde özgürce haber üretmediklerini dile getirmektedir. Muhabirlere göre, yıllardır ülke basınına olan hükümetin baskı bardağını taşıran son damla ise DSA-2018 olmuştur. DSA-2018 ile ilgili Bangladeş Hükümeti tarafından yapılan açıklamaya göre; dijital ortamlarda üretilen içeriklerinin şeffaflığı ve yalan bilginin yayılmaması için DSA-2018 hayata geçirilmiştir. Ancak kanunun yürürlüğe girmesinden bu yana bazı maddelere olan itirazlar nedeniyle tartışmalar devam etmektedir. Kanunun taslağı açıklandıktan sonra ülke halkı ve basın çalışanları madde 8, 21, 25, 28, 29,31, 32 ve 43'ün vatandaşların ifade ve basın özgürlüğünü tamamen yok edeceği konusunu dile getirerek eylemler yapmıştır. Dönemin Bangladeş Adalet Bakanı ise eylemler devam ederken sözü edilen maddelerin yeniden

gözden geçirileceğini söylemiştir. Ancak daha sonra sözünde durmayan hükümet 18 Eylül 2018 yılında DSA-2018 meclise sunarak oybirliğiyle onaylatmıştır.

BSS ve UNB muhabirlerinin aktardıklarına göre; kanunun onaylandığı gün ülkenin basın özgürlüğü toprak altına gömülmüştür. Muhabirlere göre; kanunun 8, 21, 25, 28, 29,31, 32 ve 43 maddeleri sıradan bir vatandaşın kendi sosyal medya hesabında hükümete karşı bir şeyler yazmasının idama kadar giden yüksek cezalarla kanun çerçevesinde karşılık bulması gazetecilerin çalışma özgürlüklerini elden almıştır.

DSA-2018'in 7'nci ünitesinde yer alan 43'üncü maddeye göre, bir polis memuru, mesai saatlerinde bireylerin DSA-2018'e karşı gelerek herhangi bir içerik ürettiği ya da üreteceğini düşündüğünde herhangi bir delil olmadan; A) İlgili kişinin bulunduğu yere baskın vererek arama yapabilir. B) Baskın verdiği yerde bulunan bilgisayar, telefon, internet bağlantısı, bilgisayarın içindeki verileri ve odada bulunan her şeye el koyabilir. C) Olay yerinde bulunan herhangi bir kişinin üzerine arama yapabilir ve polis memuru kişinin DSA-2018'e karşı geleceğini düşündüğü halde yine herhangi bir delil olmadan gözaltına alarak tutuklayabilir (Kundu ve Hoque, 2019) ve (DSA-Bangladesh, 2018) .

Kanunun 53'üncü maddesine göre ise tutuklanan kişi için açılan dava devam ettiği sürece herhangi bir şartsız, kefaletsiz olarak o kişi cezaevinde tutulabilmektedir (DSA-Bangladesh, 2018). BSS 5'in aktardıkları üzere; Bangladeş'te adliyelerde uzun yıllardır bir milyona yakın bekleyen dava varken bir gazeteci hakkında açılan davanın sonuçlanması neredeyse 5-6 seneyi bulmaktadır. Bu nedenle hükümet davanın devam ettiği sürece istediği halde gazeteciyi cezaevinde tutabilmektedir. Yani gazeteci 6 yıl sonra beraat edilirse de vaktini 6 yıl boyunca cezaevinde geçirmek zorunda kalacaktır.

Dolayısıyla BSS ve UNB muhabirleri genel olarak haber üretim sürecinde DSA-2018 nedeniyle özgür çalışamadıklarını dile getirmektedir. BSS 3 bu konuda, haber hazırlarken sadece hükümet hakkında olumsuz bir şeyler yazmaktan değil, aynı zamanda bireylerin onun yazdığı haberi farklı bir şekilde yorumlayabileceği ve bu nedenle tutuklanabileceğinden korkmaktadır. Kendisi durumu şöyle anlattı:

“Bir kelimenin birçok anlamı olabiliyor. Benim haberde anlattıklarımı başka biri başka bir şekilde anlatabilir ve yorumlayabilir. Bu durumda benim anlattıklarımı kendilerine göre farklı yorumlayarak DSA-2018 kapsamında beni tutuklatabilir. Bu çok korkunç bir durum ve sizi sevmeyenler aleyhinize bunu defalarca kullanabilir.”

Öte yandan bazı muhabirler, DSA-2018’in basın için herhangi bir tehdit olmadığından söz etmektedir. BSS 8 bu noktada, “Hükümetimiz vatandaşı korumak için bir kanun onayladı. Ben kanun çerçevesinde bulunarak çalışırsam niye korkayım ki?” diye sordu.

BSS 11 ve BSS 7 ise; hükümetin söylediklerinin her zaman doğru olduğu ve haberde muhalefete yer vermemesinin en doğrusu olduğunu söylemektedir. Bu konuda BSS 7, “Hükümetimize zarar verecek haberler neden yapacağım ki? Devletimizi zor duruma düşürmek demek ülkemizi zor duruma düşürmek demektir. O yüzden ben her zaman hükümetimizin iyi yanlarını düşünüyorum.” derken, BSS 11 ise, “Şu anda ülkemizi Awami League hükümeti yönetiyor. Zaman zaman muhalifler hükümete karşı birçok protesto düzenliyor. Hükümetimizin kararlarına karşı çıkarak sokaklara dökülüyor ve polis raporuna göre kamu güvenliğini tehdit ediyor. O zaman ben niye onların bu eylemleri hakkında haber yaparak onlara destek olayım ki?” diyerek hükümetin her yaptığının ve muhalif hakkında haber yapmamanın doğru olduğunu öne sürmektedir.

DSA -2018 dışında haber ajanslarının genel yayın politikasının da muhabirlerin çalışma özgürlüğünü etkilediği belirtilmektedir. Bazen basit bir konuyu şişirerek bazen ise önemli bir konuyu sunarken dilini yumuşatarak haberin etkisinin azalttığını söyleyen muhabirlerden BSS 1, “Bazen bir hükümet liderine karşı açılan dava sonuçlanıyor. Kurum ise benden onunla ilgili bir haber yapmamı istiyor. Ancak bunu isterken konunun altını çizerek, şişirerek sunmam bekleniyor. Ancak bazense başka bir hükümet liderinin yolsuzluk davasında karar çıkınca ve lider mahkûm olunca haber yaptığımda ya yayınlanmıyor ya da dili yumuşatılıyor” diye konuştu.

UNB 1 ise, BSS 1 gibi bazen kurum politikası bahanesiyle yanlış yönlendirildiği ve istediği ilgili alanlarda çalışmadığını öne sürmektedir. Muhabir UNB 1 bu konuda yaptığı konuşmada, “Ben muhalif partilerin sorumlusuyum. Her gün onlarla ilgili haber yapmam gerekiyor. Partilerin durumu, seçim hazırlıklarından başlayarak iyi ya da kötü her şeyi benim yazmam gerekiyor. Bu konuda özel haberler yapmaktan da sorumluyum. Ama ofis bana diyor ki, ‘Onlarla ilgili

haber yapmana gerek yok. Git sokakta çalış'. Ben bir muhaliften sorumluyken son 2 senede politika ile ilgili ancak birkaç tane haber yapabildim. Ama bir politika haber takipçisi olmama rağmen bu süreçte beni sokağa çıkarıp 100'den fazla korona virüs ile ilgili haber yaptırıldılar. Korona virüs ile ilgili haber yapması için belli muhabirler var. Ancak kurum, muhalif haberlerinin de geçmediği için benim boşa oturmamı istemedi. Bazen muhalif ile ilgili haber yaptığımda da doğru zamanda yayınlamıyor ya da sözlerini değiştirerek, yumuşatarak yayınlıyor. Dolayısıyla kurumumuzun siyasi düşüncesi bizim çalışmamızı doğrudan etkiliyor. Bu nedenle bir muhabir olarak da biz self sansür yani kendi kendimizi sansür etmek zorunda kalıyoruz'' diye paylaştı.

Ülkenin ve kurumun siyasi duruşunun muhabirlerin kendilerine sansür koymasına neden olduğunu söyleyen diğer bir muhabir UNB 6 ise, hakkında açılan dava nedeniyle kendi bilgisayarını ve telefonunun parazit edildiğini söyleyerek, ''Bu olaydan sonra ben de artık düşünmeye başladım. Kendi çocuklarım büyüyor. Onların da bir geleceği var. Aynı zamanda toplumumuz, haklı ya da haksız düşünmeden davalı olanı her zaman dışlıyor. Psikolojik baskı yaşıyor. Bu nedenle artık kendimi sansürledim. Daha dikkatli ve sorunsuz, tartışma yaratmayacak haberler yapıyorum'' dedi.

### **5.2.5. Sıcak haber ve özel haber takibi**

BSS ve UNB muhabirlerinden çoğu sözleşmeli olan çalışanlar, sıcak ve özel haber takibi sorusuna farklı nedenleri açıklayarak safını belirlemektedir. Öncelikle her iki haber ajansı muhabirlerinin bir kısmı özel planlanan haberlerin takibinin zor olduğunu söylerken diğer kısmı ise sıcak haberlerin zor olduğunu belirtmektedir. Birinci kısımda kalan muhabirler, özel haberlerin takibi için muhabirin özel planlar kurması, önceden randevu alması, sorular hazırlaması, belli planlı röportaj yapması gibi konuların haber toplarken muhabirin çok vaktini aldığını söylemektedir. Toplanan haberi hazırlarken de özel araştırmalar, derin okumalar, güzel ve iltifatlı cümlelerle haberi yazmak gibi konuların ise çalışma hayatını zorlaştırdığını dile getirmektedir. Bu konuda UNB 1, ''Benim için özel haberlerin takibi çok daha zordur. Çünkü çok okumak ve incelemek, detaya girmek gerekiyor'' diye belirtirken, UNB 2, ''Özel haberler için çok fazla araştırma yapmam gerekebilir, okuma da vakit ister. Konunun derine girmesi, kaynaklarla görüşmesi vs. konular çok daha zordur. Ama sıcak haberler anlıktır. Geldi, yaptık, bitti'' dedi.

Özel haberlerin zor olduğunu söyleyen muhabirler, sıcak haberlerin takibinin kolay olduğunu dile getirmektedir. Onların aktardıklarına göre; sıcak haberlerde bilginin

çok derine girilmesi beklenmez. Anlık olarak gözlemlediklerini toplayarak sunma imkânı olduğu için ilk haberde yaptığı hatalar da hata sayılmaz. Bu konuda bilgi paylaşan BSS 3, “Bence sıcak haberlerin takibi kolay. Birkaç satır bilgiyi haberleştirip gönderiyorum” dedi.

Sıcak haberlerin takibinin zor olduğunu söyleyen muhabirler ise, bir anda birden fazla yerde olay yaşandığı halde panik olduğunu ve haber kaçırdığını dile getirmektedir. BSS 8 bu konuda, “Sıcak haberler beni daha zorluyor. Çünkü tek başıma her yere ulaşamıyorum. Örnek veriyorum; bir trafik kazası yaşandı. Kaza ile ilgili haber yapmak için polis, hastane, kaza mağdurlarının yakınları, olay yeri vs. birçok yere çok kısa bir vakitte ulaşmam gerekiyor. Bu beni hem tedirgin ediyor hem de stres yaşıyor” dedi.

Sıcak haberlerin takibinin zor olduğu söyleyen muhabirler ise özel haberler yapmaktan keyif aldığını ve özel haberlerin kalıcılığının çok daha uzun olduğunu söylemektedir. UNB 8 bu konu ile ilgili, “Keyif çıkartarak, zaman alarak, düşünerek yapabildiğim için özel haberler bana çok daha sevinç veriyor. Özel haberler doğrudan insana dokunuyor ve yıllar sonra kaynak olarak gösterilebiliyor” şeklinde konuştu.

Diğer yandan sözleşmeli muhabirlerden bir kısmı ise özel haberlerin fazla maliyetli olduğunu ancak kurum tarafından bu maliyetin karşılanmadığı için özel haberler çekmekte zorlandığını söylemektedir. UNB 7 bu konuda, “UNB tarafından sözleşmeli muhabirlere özel haber takibi için gerekli imkanlar verilmiyor. O yüzden benim gibi gazeteciler için özel haber yapmak zordur. Kendi cebinden harcayarak kurum için kimse haber toplamak istemez” dedi.

Ancak yine bazı sözleşmeli muhabirler ise sıcak haberlerin takibinin çok daha zor olduğu dile getirmektedir. Çalıştığı alanın büyüklüğüne göre bu zorluğun daha da arttığını söyleyen UNB 4, şunları kaydetti:

“Benim için sıcak haberlerin takibi zordur. Çünkü 10 tane belediyeye tek başıma bakıyorum. Anlık olarak bir anda gelişen 3-4 habere ulaşamıyorum. Aynı zamanda hızlı servis ederken yanlış yapma ihtimali yüksektir. Ama özel haberler sadece bana özel. Okuyorum, araştırıyorum ve öylesine güzelce istediğim gibi hazırlayarak servis ediyorum.”

### **5.2.6. Kişisel değerlendirme**

AA ve İHA muhabirleri gibi BSS ve UNB muhabirleri de çalıştığı kuruma yönelik belli önerilerde bulundu. Bazı muhabirler kurumun yayın politikasının hükûmete değil, halka yönelik olması gerektiğini söylerken bazıları ise haberin editör masasının daha çok özgür haber yayını yapmasını önerdi. Bu konularda konuşan muhabirlerin görüşleri aşağıda doğrudan verilmektedir.

BSS 1 kurum hakkında, “BSS, her türlü haberi takip etmiyor. Muhafif partilerin haberlerini pek önemsemiyor. Çevre, vatandaşların yaşamı, günlük hayat gibi birçok konuyu da önemsemiyor. Sürekli hükûmete bakıyor ve onların yaptıklarını ön planda tutuyor. Bence BSS’nin bu durumdan artık çıkması lazım. Bir devlet bütçeli haber ajansı olarak vatandaşlarla ilgili haberler yapılmalı. Vatandaşların yanında olduklarını hissettirmeli. Ancak kurum sadece devletin ilgisini çekecek haberlerini yapıyor. Bu durumun düzeliş düzelmeyeceğini de bilmiyorum. Ancak bende artık düzetilmeli” dedi.

BSS 2, “Bangladeş’teki haber ajanslarında en çok imkân ve gelişmeyi BSS’de bulabilirsiniz. BSS bir devlet haber ajansı olduğu için diğer ajanslardan habere olan erişimi daha fazladır. Ancak bir ülkenin devlet fonundan faydalanan bir haber ajansı olarak BSS’nin çok eksikleri vardır. Örnek veriyorum; sizin Türkiye’deki haber ajansları, Avrupa’daki haber ajansları, komşu ülkemiz olan Hindistan’ın haber ajanslarının bir kurumsal olarak gerçekleştirdiği gelişmeler BSS’de bulunmuyor. Ben bu kurumda çalışmaya başlarken haber üretim sürecinde çok daha özgür davranabiliyorduk. Şimdi dijital olarak çok ilerideyiz. Gelişmiş birçok şey var, ancak haber üretim sürecindeki özgürlük azaldı diye düşünüyorum. Bu nedenle BSS’nin editör çizgisine değişim getirilmeli. Muhabirlere daha fazla özgürlük tanınmalı” şeklinde konuştu.

BSS 3, “BSS özgür davranamıyor. Bu sadece şu an ki hükümet için değil, gelen giden her hükümet için geçerli. Herkes BSS’yi kullandı. Kontrol altında tuttu. BBC de devlete bağlı. Komşu Hindistan’daki devletin haber ajansı olan PTI ya da VOA’nın bir devlet kurumu olarak gösterdiği özgürlüğü, BSS gösteremiyor. Bu noktada, yetkili olarak gelen kişiler eğer bir anlayış içinde çalışıyorlarsa, bir haber kuruluşunun özgürlüğünün ülkenin özgürlüğünü temsil ettiğini anlarsa bence çok daha iyi olacaktır. Hiç olmazsa başbakan, cumhurbaşkanı gibi ülkenin en yüksek makamlarındaki kişileri bir kenara bırakıp bakanlar, milletvekilleri, yerel yetkilileri, parti liderleri hakkında pozitifin yanında negatif yanları da haberleştirilmeli” diye öneride bulundu.

BSS 5, “BSS teknolojik olarak diğer medya kuruluşlarından çok geride kaldı. Şu an vatandaşlar haber okumayı sevmez, izlemeyi sever. Ancak BSS’nin henüz bir video servisi yok. BSS, devletin finans ettiği bir haber kuruluşudur. Buranın diğer herhangi bir medya kuruluşundan çok daha aktif, hızlı ve teknolojik olması gerekir” diye aktardı.

BSS 8, ‘‘Dakka dışındaki muhabirlere daha çok imkân verilmesi gerekiyor. Eğer imkân verilirse gerçekten çok daha verimli çalışabiliriz. En azından ay sonunda biz ‘Bu haberin ulaşımı için bu kadar masraf odedik.’ diye bir hesap ıkartsak ve bu hesabı merkez dese, bizim burada bir fotoğraf makinesi temin edilse, kendi adıma söylersem; üretimim çok daha artacaktır. Bununla beraber kesinlikle aylık yapılan ödeme de arttırılmalı. Verdikleri cret bu piyasada hiçbir Şey değildir’’ dedi.

BSS 9, ‘‘BSS’nin en iyi tarafı ise; eksik bilgilerle haber yapmıyor. Yüzde 100 emin olduktan sonra geç de olsa o haberi servis ediyoruz. Zayıf noktaları ise; biz istediğimiz her haberi yapamıyoruz. rnek veriyorum; yol sorunundan dolayı bir trafik kazası yaşandı. Onu bir yol sorunu olarak göstermiyoruz. Normal bir kaza haberi diye geçiyoruz. Bir devlet dairesinde yolsuzluk var. Tüm belgeleri olmasına rağmen haberini yapamıyoruz’’ diye konuştu.

BSS 10, ‘‘BSS’nin zayıf noktası ise, burası bir devlet kurumu olduğu için yıllardır devlet değişince kendilerine uygun gazeteciler işe alındı. Bu kişilerin gazetecilik etiği konusunda eksikleri var. Meslek menfaatinden daha çok özel kurum ve kişilere hizmet ediyor. Bu böyle devam ettirmemeli’’ dedi.

BSS 11, ‘‘Biz bir konuda çalışmak istediğimizde onay almak için merkeze gönderiyoruz. Merkez bunu gerektiğinde bakanlığa kadar gönderiyor. Bakanlık da gerekli yerlere ulaşıyor. İş böyle devam edince bu süreç çok uzuyor. Bunun daha hızlı nasıl yapılabileceği dşnlmeli’’ Şeklinde belirtti.

BSS 12, ‘‘BSS çok daha teknolojik olmalı. Görüntülü haber servisi açılmalı. Ülkenin her Şehrinde en az bir ofis kiralanması artık Şart oldu. Habere gerekli malzemeler karşılanmalı ve ulaşım servisi verilmeli. Maddi karşılık da ülke piyasasına göre belirlenirse bence muhabirler çok daha verimli çalışacaktır’’ dedi.

BSS 13, ‘‘Bangladeş tarihinde BSS’nin çok büyük izleri var. Ancak zaman geçtikçe kendilerinin toplum içinde kabul görme oranı düşüyor. BSS, dünya çarpında ülkemizi temsil edebiliyor. Ülkemizin dili, dini, kültürü ve sanatının dünyaya yayılması için çalışılmalı. BSS, Bengalce ve İngilizce dillerinde yayın yapıyor. Bence lkemizin gelişmeler, kültürel değer ve sanatını dünyaya aktarmak için birkaç dilde daha yayın açılmalı’’ diye tavsiyelerde bulundu.

Diğer yandan UNB muhabirleri de kuruma yönelik bazı önerilerde bulundu. UNB 2 bu konuda, ‘‘Biz BSS’den çok fazla çalışıyoruz ama ücret alırken yarısından bile az ödeniyor.

Kurumumuzun ücret politikası değiştirilmeli. Bizim burada çalışan sayısı azdır ve ben mesela tek başıma 3 ayrı alana bakıyorum. Bunlar haber üretimimi etkiliyor. UNB'ye daha çok alım yapılmalı” dedi.

UNB 3, “Biz özel haber ajansı olduğumuz için yaptığım haber ile ilgili devletten bir tehdit gelirse kurum benim arkamda duruyor. Dolayısıyla çok düşünerek haber yapmam gerekiyor. Bangladeş'te var olan bir kanun doğrultusunda polis her an benim evimi basabilir. Ülkeyi terk ettirme ya da ortadan kaçırma gibi olaylar ülkemizde gazetecilerin başına gelen gerçeklerdir. Bu nedenle bence kurumun kendi gazetecisinin arkasında durması gerekiyor” dedi.

UNB 4, “UNB'nin benim gördüğüm en kötü tarafı muhabirlere bir at koşturmacası gibi yarışmaya sokmasıdır. Çünkü bu sistemde sadece kurum kazanıyor. 99 muhabir kaybediyor ve 1 muhabir o ay için belki kazanıyor ama sonraki ay yine kaybediyor. O yüzden bu sistem kaldırılmalı” dedi.

UNB 5, “UNB sözleşmeli muhabirleri köle gibi çalıştırarak herhangi bir imkân tanımıyor. Merkezde haberin arkasındaki emeği düşünülmeden haber siliniyor. Bu konuları ele alarak UNB, sözleşmeli muhabirlere daha çok destek vermelidir” diye belirtti.

UNB 6, “Bence merkezdeki çalışanların daha çok aktif olması lazım. Örnek veriyorum; buradaki diğer meslektaşlarımla yarışarak ajans olarak öne geçmemiz için çok hızlı davranarak bir haber gönderiyorum. Sonra bunun acil olduğunu bile belirtiyorum. Ancak onlar bunu umursamıyor. Saatler sonra, belki de akşam kimsenin haber okumadığı zaman benim bu haberi servis ediyor. Bu beni çok sinirlendiriyor. Gösterdiğim emeğe karşı saygısızlık yapılıyor. Bir de aynı emeği vererek diğer medya kuruluşundaki arkadaşımın kat kat az ücret almak kimsenin hoşuna gitmiyor diye düşünüyorum. Bu nedenle çalışanlara gerekli imkân ve maaş verilmesi hem kurum adına daha çok üretim hem de muhabirler adına sevindirici olacak” diye konuştu.

UNB 10, “UNB, yaklaşık 30 yıldır habercilik yapan bir haber ajansıdır. Ancak hala başkent Dakka dışında diğer şehirlere özen göstermiyor. Bizim gibi muhabirleri kullanarak haber alıyor ancak bize de destek yok. Bu nedenle diğer kentlerde her gün onlarca haber gerektiği gibi toplanmıyor. Kamuyu ilgilendiren onlarca konu her gün görmezden geliniyor. O yüzden ülkenin her şehrinde en az bir ofis ve kadrolu çalışanların bulunması şart oldu” dedi.

### **5.3.Bangladeş ve Türkiye'deki Haber Ajanslarının Karşılaştırılması**

Çalışmanın bu aşamasında, Bangladeş ve Türkiye’den örnekleme dahil edilen haber ajanslarının ülkelere göre yapılan durum tespitinden sonra aralarında karşılaştırma yapılacaktır. Karşılaştırmalı araştırmaya özgü bir yöntem bulunmamaktadır. Karşılaştırmalı çalışmalarda genellikle nitel araştırmaların nicel araştırmalardan daha yoğun kullanıldığı görülmektedir. Günlük yaşamda iki unsuru bir araya getirerek yapılan kıyaslamalarda kullanılan yöntem benzer bir kıyaslama yapılmaktadır. Yapılan kıyaslamaların amacı ise birden fazla gösterge arasından en iyi durumu olan ve en kötü durumu olanın altını çizabilmektir. Karşılaştırmalı çalışmalarda benzerlikler benzer olanlarla, farklılıklar ise farklı olanlarla kıyaslanmaktadır (Kilimci, 2006; aktaran Küçüköğlü ve Kızıldaş, 2012).

Lauterbach ve Mitter (1998)’e göre karşılaştırmalı araştırmaların aşağıdaki dört ögeyi içermesi gerekmektedir:

Bunlar:

- a) Karşılaştırma için araştırma evreni ve örneklem belirlenmesi,
- b) Belirlenen örneklem üzerinde araştırmanın hedefine uygun veri toplanması,
- c) Araştırmada elde edilen verilerden sonuçlar çıkartılması ve sonuçların bir araya getirilmesi,
- d) Bir araya getirilen sonuçların karşılaştırılması ve yorumlanması (Lauterbach ve Mitter, 1998).

Lauterbach ve Mitter (1998)’in çalışmasında gösterdiği model yıllardır genellikle eğitim araştırmaları için kullanılmaktadır. Ancak bu model, sosyal bilimlerde yapılan karşılaştırmalı çalışmalarda da uygun olarak kullanılabilir. Bu araştırma yukarıda sıralanan temel unsurlar çerçevesinde sürdürülmüştür. Aşamada bir araya getirilen sonuçların özetlerinden çıkarılan belli başlıklar üzerine ele alınan 4 haber ajansının durumları karşılaştırılacaktır. Karşılaştırma için hazırlanan değerler, muhabirlerin verdiği yanıtlar arasından öne çıkan başlıklarıyla ele alınmaktadır. Bu nedenle bir kurumda çalışan muhabirlerin verdiği yanıtlar birden fazla değeri kapsayabilmektedir. Tablolarda muhabirlerin verdiği en yaygın yanıtlar **siyah**, ikinci derecede yaygın cevaplar **kahverengi**, üçüncü derecede yaygın yanıtlar **yeşil** ve dördüncü derecede yaygın yanıtlar ise **mor** renkle anlatılmaktadır. Karşılaştırmada, önce iki ülke ele alınırken, sonra aynı ülkenin haber ajansları birbiriyle kıyaslanmaktadır. Daha sonra Bangladeş ve Türkiye’nin devlet ve özel haber ajansları da ayrı ayrı karşılaştırılmaktadır. Sözü edilen karşılaştırma çalışması aşağıda sunulmaktadır.

**Tablo 5.1.** Bangladeş ve Türkiye'deki haber ajanslarında çalışan muhabirlerin güne başlaması ile ilgili yanıtın karşılaştırması

Değerler	AA	İHA	BSS	UNB
Muhabirler güne tedirgin başlamaktadır				
Muhabirler güne planlı başlamaktadır				
Muhabirler güne stresli başlamaktadır				
Muhabirler güne rahat başlamaktadır				

İlk tabloda muhabirlerin her gün sabahın ilk saatlerinde çalışma hayatıyla ilgili olan ruhsal durumları ortaya koyulmuştur. Tablodan yola çıkarak İHA'da çalışanların ruhsal durumunun AA'dan daha tedirgin ve stresli olduğu görülmektedir. AA muhabirleri ise günün ilk saatlerinde daha planlı ve rahat hareket edebilmektedir. Diğer yandan Bangladeş'teki haber ajanslarını temsil eden BSS muhabirleri, UNB muhabirlerinden farklı olarak planlı ve rahat bir çalışma hayatına sahip olarak güne başlamaktadır. UNB muhabirleri ise, tedirgin ve stresli bir çalışma hayatına sahiptir.

İki ülkenin devlet haber ajansları olan AA ve BSS arasında yapılan karşılaştırmada ise iki devlet bütçeli haber ajansı için aynı sonuç söz konusudur. İki özel haber ajansı olan İHA ve UNB için de muhabirlerin tedirgin ve stresli olarak güne başlamalarından söz etmek mümkündür.

**Tablo 5.2.** Bangladeş ve Türkiye'deki haber ajansı muhabirlerinin her gün editör masasına gündem belirleyip belirlememesi ile ilgili yanıtın karşılaştırması

Değerler	AA	İHA	BSS	UNB
Muhabirler her gün gündem belirtmek zorundadır				
Muhabirler her gün gündem belirtmek zorunda değildir				

AA ve İHA muhabirlerinin verdiği yanıtlarından yola çıkarak AA muhabirlerinin genellikle gündem belirtmek zorunda olmadıkları anlaşılmaktadır. Bazı muhabirler için bu sonuç farklılık gösterse de İHA'da çalışan muhabirler için gündem belirtmek bir zorunluluktur. Öte yandan BSS ve UNB muhabirleri hiçbir zaman kuruma zorunlu olarak gündem belirtmemektedir. AA ve BSS için genellikle aynı sonuç söz konusuyken iki özel haber ajansı olan İHA ve UNB için sonuçlar farklılık göstermektedir.

**Tablo 5.3.** *Bangladeş ve Türkiye’deki haber ajanslarında çalışan muhabirlerin haber üretim esnasında geleneksel ve dijital haber toplama sistemlerini kullanması ile ilgili yanıtların karşılaştırması*

Değerler	AA	İHA	BSS	UNB
Muhabirler haber üretirken yoğun olarak dijital teknolojiyi kullanmaktadır				
Muhabirler haber üretirken yoğun olarak geleneksel sistemleri kullanmaktadır				
Muhabirler haber üretirken yoğun olarak geleneksel ve dijital teknolojiyi bir araya getirerek kullanmaktadır				

Çalışmada öne çıkan sonuçlara göre Bangladeş ve Türkiye’deki haber ajansları muhabirleri için haber üretim sürecinde dijital teknolojinin vazgeçilmez hale geldiği görülmektedir. AA, İHA, BSS ve UNB muhabirleri haber üretim aşamalarından dijital teknolojiyi ilk seçenek olarak kullanmaktadır. AA muhabirleri artık hiçbir şekilde geleneksel sistemleri kullanmamaktadır. Ancak İHA, BSS ve UNB dijital teknolojinin yanı sıra bazı haberlerde hala geleneksel yöntemlere başvurmaktadır. BSS ve UNB’deki bazı muhabirler ise haber üretmek için dijital teknolojiden faydalanmaksızın sadece geleneksel yöntemleri kullanmaktadır. Görünen bu sonucun nedeni ise muhabirlerin ileri yaşta olması ve bu nedenle teknolojiden yeterince anlamamasıdır.

**Tablo 5.4.** *Bangladeş ve Türkiye’deki haber ajanslarında çalışan muhabirlerin kaynak oluşturma aşamasında kullandığı iletişim araçlarıyla ilgili yanıtların karşılaştırması*

Değerler	AA	İHA	BSS	UNB
Muhabirler kaynak oluşturma aşamasında en çok dijital ortamlarından faydalanmaktadır				
Muhabirler kaynak oluşturma aşamasında genellikle yüz yüze görüşmeyi tercih etmektedir				

Haber üretimine katkı sağlayan kaynakların oluşturulmasında Türkiye ve Bangladeş’teki haber ajansı muhabirleri aynı çalışma planını yürütmektedir. AA, İHA, BSS ve UNB muhabirleri kaynak oluşturmada her zaman yüz yüze görüşme yöntemini tercih etmektedir. İkinci planda ise uzaktan, sosyal medya ya da diğer dijital ortamlardan kaynak oluşturulmaktadır.

**Tablo 5.5.** *Bangladeş ve Türkiye’deki haber ajanslarında çalışan muhabirlerin kaynaktan haber toplama sistemi ile ilgili yanıtın karşılaştırması*

Değerler	AA	İHA	BSS	UNB
Haber için sadece muhabir kaynağa ulaşmaktadır	■	■	■	■
Haber için sadece kaynak muhabire ulaşmaktadır	■	■	■	■
Haber için muhabir kaynağı, kaynak da muhabire ulaşmaktadır	■	■	■	■
Muhabir, haber için kaynağın kendisine ulaşması halinde haberi genellikle çapraz kontrolden geçirmektedir	■	■	■	■
Muhabir, haber için kaynağın kendisine ulaşması halinde genellikle sadece kaynağa güvenerek haberi servis etmektedir	■	■	■	■

“Haber üretirken sürekli siz mi kaynağa başvuruyorsunuz, yoksa kaynak da size ulaşıyor mu?”- sorusuna muhabirlerin verdiği yanıtlardan hareketle AA, İHA, BSS ve UNB’deki gazeteciler, ilk seçenek olarak hem muhabirin kaynağa ulaşması hem de kaynağın da muhabire ulaşmasını vurgulamışlardır. AA, BSS ve UNB muhabirlerinin verdiği ikinci yanıtı göre muhabirler, kaynaktan gelen haberleri her zaman çapraz kontrolden geçirerek haberi kullanıp kullanmayacaklarına karar verdiklerini dile getirmektedir. Ancak İHA muhabirlerinin verdiği ikinci yanıtı göre muhabirler, kaynak kendilerine ulaştığı halde çapraz kontrol yapmadan kaynak ile samimiyetleri doğrultusunda haber ürettiklerini ifade etmektedir. Haber için sadece muhabirin kaynağa ulaşması yanıtı ise AA, BSS ve UNB için üçüncü derecede yer almaktadır.

Tablodan hareketle devlet haber ajansı olan AA ve BSS için sonuçlar aynı iken özel haber ajansları olan İHA ve UNB için birinci seçenek eşit değer almaktadır. Ancak ikinci seçenek farklılık gösterirken UNB’nin bazı muhabirlerinin aktardığı haber için muhabirin kaynağa ulaşması yanıtı İHA için geçerli değildir.

**Tablo 5.6.** *Bangladeş ve Türkiye’deki haber ajanslarında çalışan muhabirlerin dijital ortamlardan gelen haberlere yaptığı denetim ile ilgili cevapların karşılaştırması*

Değerler	AA	İHA	BSS	UNB
Dijital ortamlardan gelen haberlerde haber değeri ve kaynak güvenilir olmasına rağmen muhabirler tarafından	■	■	■	■

kurumun yayın politikası, hükümetin siyasi duruşu ve ülke gündemi gibi belli başlıklar altında denetlenmektedir	
Dijital ortamlardan gelen haberlerde haber değeri ve kaynağın güvenilirliği konusunda şüphe olmaması halinde muhabirler, kurumun yayın politikası, hükümetin siyasi duruşu ve ülke gündemi gibi belli durumlardan etkilemeden haberi genellikle özgürce servis edebilmektedir	

Dijital ortamlardan muhabirlere gönderilen haberlerde sansür uygulamadan haberin servis edilip edilmediğiyle ilgili sorunun yanıtına örnekleme alınan 4 haber ajansı muhabirleri, kurumun yayın politikası, hükümetin siyasi duruşu ve ülke gündemi gibi belli başlıklar altında denetlemeden haber servis edemediklerini belirtmektedir. Bu nedenle AA ile BSS ve İHA ile UNB arasındaki karşılaştırmada birbirinden farklı bir sonuç söz konusu değildir.

**Tablo 5.7.** *Bangladeş ve Türkiye’deki haber ajanslarında çalışan muhabirlerin kaynak tarafından olumlu ya da olumsuz etkilenme ile ilgili yanıtların karşılaştırması*

Değerler	AA	İHA	BSS	UNB
Haber kaynakları, haber üretme pratiklerinde muhabirleri taraflı, yalan ya da eksik bilgi vererek olumsuz etkileyebilmektedir	AA	İHA	BSS	UNB
Haber kaynakları, haber üretme pratiklerinde muhabirleri taraflı, yalan ya da eksik bilgi vererek olumsuz etkilememektedir	AA	İHA	BSS	UNB
Kaynaklar etkilemek istemektedir ancak muhabirlerin uyanıklığı nedeniyle çabalar başarısız kalmaktadır	AA	İHA	BSS	UNB

Muhabirlerin haber üretim aşamalarında kaynakların kendilerine eksik, yalan ya da taraflı bilgiler vererek etkileyip etkileyemediği ile ilgili verdikleri yanıtlarında sadece AA muhabirleri bu konuda birinci derecede yaygın olarak ‘etkileyemiyor’ cevabı vermektedir. İHA ‘etkileyebilir’ yanıtını verirken, Bangladeş’ten BSS muhabirleri de kaynak tarafından olumsuz etkilendiklerini aktarmaktadır. UNB muhabirleri etkileme açısından kaynağın çabalarının genellikle başarısız kaldığından söz etmektedir. AA muhabirleri ikinci derecede yaygın olarak kaynağın çabalarının başarısız kaldığını söylerken birkaçı ise kaynak tarafından etkilendiklerini ifade etmektedir. İHA

muhabirleri ikinci derecede yaygın olarak etkilenmediklerini aktarırken üçüncü derecede yaygın olarak kaynakların olumsuz etkileme çabalarının yanıtız kaldığını belirtmektedir.

BSS muhabirleri ikinci derecede kaynağın olumsuz etkileme çabalarının başarısız kaldığını belirtirken; UNB muhabirleri ikinci derecede yaygın olarak kaynaklar tarafından etkilendiklerini ifade etmektedir. Bununla birlikte BSS ve UNB haber ajansı muhabirleri üçüncü derecede yaygın olarak hiçbir şekilde kaynak tarafından etkilenmediklerini belirtmektedir.

AA'nın birinci derecede yaygın olan cevabı BSS için üçüncü derecede yaygın seçeneğine denktir. AA'nın ikinci derecede yaygın yanıtı BSS için ikinci konumdayken; AA'nın üçüncü derecede yaygın cevabı BSS için birinci derecede yaygın seçeneğine denktir. Bu noktada iki ülkenin devlet haber ajansları arasında kaynak tarafından olumsuz etkilenme ile ilgili ciddi farklar söz konusudur.

Söz konusu iki özel haber ajansı olan İHA ve UNB arasında UNB'nin ikinci derecede yaygın cevabı İHA için birinci konumdadır. İHA'nın ikinci derecede yaygın cevabı UNB için birinci konumdadır. UNB için üçüncü konumda olan İHA için ikinci konumda yer almaktadır.

**Tablo 5.8.** *Bangladeş ve Türkiye'deki haber ajanslarında çalışan muhabirlerin haber metni aracılığıyla kaynağa fayda sağlaması ile ilgili yanıtların karşılaştırılması*

Değerler	AA	İHA	BSS	UNB
Muhabir, haber metni aracılığıyla kaynağa çeşitli faydalar sağlamaktadır				
Muhabir, haber metni aracılığıyla kaynağa herhangi bir fayda sağlamanın uygun olmadığını düşünmektedir				
Muhabir, haber metni aracılığıyla bazen kaynağa fayda sağlamanın uygun olduğunu düşünmektedir.				

Haber ajansı muhabirlerinin haber metni aracılığıyla kaynağa fayda sağlayıp sağlayamadığı ile ilgili katılımcıların verdiği yanıtlar doğrultusunda Türkiye'nin haber ajansları olan AA ve İHA için aynı sonuçlar söz konusudur. Her iki haber ajansının muhabirleri, birinci derecede yaygın olarak haber metni aracılığıyla kaynağa herhangi bir

fayda sağlamanın uygun olmadığını düşünmektedir. Yine her iki ajansın muhabirleri, ikinci derecede yaygın olarak bazen metinler aracılığıyla kaynağa fayda sağladıklarını dile getirmektedir. Araştırmada, BSS için birinci konumda olan cevabın UNB için ikinci konumda olduğu görülmektedir. UNB için birinci konumda olan ise BSS için üçüncü konumda yer almaktadır.

Ülkeler arasında yapılan karşılaştırmada birinci derecede yaygın olan cevapta ciddi farklar söz konusudur. AA, İHA ve UNB için geçerli olan ikinci konumdaki yaygın cevap BSS için geçerli değildir. Devlet haber ajansları olan AA ve BSS arasında belirli farklar söz konusu iken özel haber ajansları olan UNB ve İHA arasında sadece ikinci derecede yaygın olan cevabın aynı olduğu araştırmada ortaya çıkmaktadır.

**Tablo 5.9.** *Bangladeş ve Türkiye’deki haber ajanslarında çalışan muhabirlerin haber üretim aşamalarında kaynak olarak sosyal medyanın kullanımı ile ilgili yanıtların karşılaştırılması*

Değerler	AA	İHA	BSS	UNB
Muhabirler, haber üretim aşamalarında kaynak olarak sosyal medyayı yoğun kullanmaktadır	AA	İHA	BSS	UNB
Muhabirler, haber üretim aşamalarında kaynak olarak sosyal medyayı oldukça az kullanmaktadır	AA	İHA	BSS	UNB
Muhabirler, haber üretim aşamalarında kaynak olarak sosyal medyayı hiç kullanmamaktadır.	AA	İHA	BSS	UNB
Muhabirler, haber üretim aşamalarında kaynak olarak sosyal medyayı sadece birinci aşamalı bilgi kaynağı olarak ele almaktadır	AA	İHA	BSS	UNB

Haber üretim aşamalarında kaynak olarak sosyal medyanın kullanımı ile ilgili AA ve İHA muhabirlerin verdiği yanıtlar aynı görünmektedir. Türkiye’nin iki haber ajansı muhabirleri de birinci derecede haber kaynağı olarak sosyal medyayı yoğun kullandıklarını ifade etmektedir. Muhabirlerin ikinci yaygın cevabına göre ise sosyal medyadaki haberler sadece birinci aşamalı bilgi kaynağı olarak görülmektedir. AA ve İHA muhabirlerinden çok azı haber kaynağı olarak sosyal medyayı kullanmaktadır.

Söz konusu Bangladeş’teki BSS muhabirleri, birinci derecede yaygın olarak haber kaynağı niteliğinde sosyal medyayı oldukça az kullanmaktadır. İkinci derecede yaygın olarak ise bazı muhabirler sosyal medyayı haber kaynağı olarak kullanmak yerine oradaki bilgiyi bir ihbar sayarak olay ile ilgili kendileri ilgilenmektedir. UNB

muhabirlerinin verdiği yanıtlardan hareketle birinci derecede yaygın olarak sosyal medyadaki haberleri sadece birinci aşamalı bilgi kaynağı olarak kullanmaktadır. UNB için ikinci derecede yaygın olan ise haber kaynağı olarak sosyal medyanın az kullanımı olmuştur. Çok az sayıda muhabir ise üçüncü derecede yaygın şekilde sosyal medyayı haber kaynağı olarak hiç kullanmadıklarını dile getirmektedir.

Ülkeler arasında yapılan karşılaştırmada katılımcıların verdiği cevaplar doğrultusunda ciddi farklılıklar görülmektedir. AA ve BSS'nin karşılaştırmalı analizi yapıldığında AA'nın yaygın seçeneklerinden BSS muhabirlerinin hiç söz etmediği görülmektedir. BSS'nin birinci seçeneği AA için üçüncü konumdayken iki devlet haber ajansının ikinci derecede yaygın yanıtları aynı görülmektedir. Öte yandan İHA ve UNB arasında da büyük farklar ortaya çıkmaktadır. İHA için birinci derecede yaygın olarak söz edilen konu UNB muhabirleri için önem arz etmemektedir. UNB açısından birinci derecede yaygın olan İHA için ikinci konumdadır; üçüncü olan ise İHA için önem arz etmemektedir. İHA için üçüncü derecede yaygın olan ise UNB için ikinci konumda yer almaktadır.

**Tablo 5.10.** *Bangladeş ve Türkiye'deki haber ajanslarında çalışan muhabirlerin haberlerde hata yapabilme ile ilgili yanıtlarının karşılaştırılması*

Değerler	AA	İHA	BSS	UNB
Muhabirler, haberde bazen hata yapmalarını normal değerlendirmektedir				
Muhabirler teyitsiz haber servis etmediği için hata yapmamaktadır				
Muhabirler hata yaptığı zaman moral bozukluğu yaşamaktadır ve bu durumun daha sonraki haber üretimlerini olumsuz etkilediğini söylemektedir				
Muhabirler, yaptığı hatanın büyüklüğüne göre düzeltmeye göndermektedir.				

Bangladeş ve Türkiye'deki haber ajanslarında çalışan muhabirlerin haberlerde hata yapabilme ile ilgili verdiği yanıtların karşılaştırmasında AA, İHA, BSS ve UNB muhabirlerinin, haberlerde yaptıkları hatayı anlayınca hatanın büyüklüğüne göre hemen düzeltmeye gönderdikleri görülmektedir. AA ve İHA muhabirleri, ikinci derecede yaygın verdikleri cevapta muhabirin haberde hata yapması durumunda moral bozukluğu

yaşadığını ifade etmektedir. Çok az sayıda muhabir ise haberde hata yapmadıklarını söylemektedir.

Söz konusu Bangladeş'teki BSS muhabirleri, ikinci derecede yaygın olarak hata yapmadıklarını belirtmektedir. BSS'nin ikinci konumdaki cevabı UNB için dördüncü konumda yer almaktadır. BSS'in üçüncü derecede yaygın cevabı UNB için ikinci olmakla birlikte UNB'nin verdiği üçüncü derecedeki cevap diğer muhabirler için önem arz etmemektedir.

Devlet haber ajansları olan AA ve BSS arasında yapılan karşılaştırmada her iki haber ajansı için birinci derecede yaygın yanıtların aynı olduğu görülürken, BSS için ikinci olan AA için üçüncü ve AA için ikinci olan BSS için üçüncü konumda yer almaktadır. Özel haber ajanslarından İHA ve UNB arasında yapılan karşılaştırmada yine birinci ve ikinci derecede yaygın yanıtın aynı olduğu söz konusuysen, İHA için üçüncü derece yaygın olan yanıt dördüncü konumda yer almaktadır. UNB için üçüncü konumda yer alan yanıt, İHA için önem arz etmemektedir.

**Tablo 5.11.** *Bangladeş ve Türkiye'deki haber ajanslarında çalışan muhabirlerin kurum tarafın sağlanan araç ve gereç ile ilgili sorulara verdiği yanıtların karşılaştırılması*

Değerler	AA	İHA	BSS	UNB
Muhabirlerin haber üretim sürecinde gereken tüm araç ve gereçleri kurum tarafından karşılanmaktadır	Black	Black	Green	Light Orange
Muhabirler kurum tarafından verilen araç ve gereçleri yeterli bulmamaktadır	Light Blue	Dark Yellow	Dark Yellow	Dark Yellow
Muhabirlerin haber üretim sürecinde gereken hiçbir araç ve gerecin kurum tarafından karşılanmaması halinde onlar kendi imkanlarıyla çalışmaktadır	Light Orange	Light Orange	Black	Black

Haber ajanslarında çalışan muhabirlere kurumlar tarafından verilen araç ve gereçlerle ilgili katılımcıların verdiği yanıtlardan iki ülke arasında çok ciddi farklılıkların olduğu görülmektedir. Türkiye'deki haber ajanslarındaki katılımcıların aktardıklarına göre kurum genellikle haber üretmek için gereken tüm araç ve gereçleri karşılamaktadır. Sadece bazı İHA muhabirleri, ikinci derecede yaygın olarak kurum tarafından verilen araç ve gereçleri yeterli bulmamaktadır.

Diğer yandan BSS muhabirleri birinci derecede yaygın olarak çalışmalara gereken hiçbir araç ve gereçlerin kurum tarafından karşılanmadığı, dolayısıyla kendi imkanlarını kullandıklarını dile getirmektedir. İkinci derecede ise verilen imkanların yeterli olmadığı düşünülmektedir. Çok az sayıda muhabir ise kurumun verdiği araç ve gereç imkânlarının yeterli olduğunu söylemektedir. UNB muhabirleri de bu konuda BSS ile aynı durumdadır. Ancak hiçbir UNB muhabiri, araç ve gereç imkanlarının yeterli olduğunu söylememektedir.

Devlet haber ajansları olarak yapılan karşılaştırmada AA ve BSS arasında araç ve gereçler konusunda çok ciddi farklar söz konusu olmaktadır. Tüm AA muhabirleri kurum tarafından verilen araç ve gereç imkanlarını yeterli bulurken BSS muhabirleri, birinci derecede yaygın olarak hiçbir araç ve gereç imkanlarının sağlanmadığını öne sürmektedir. Ayrıca BSS için geçerli olan ikinci ve üçüncü derecedeki yaygın yanıtlar AA için önem arz etmemektedir.

Söz konusu özel haber ajansları olan İHA ve UNB arasında da bu noktada ciddi farklar görülmektedir. İHA için birinci derecede yaygın olan UNB için önem arz etmezken İHA ve BSS muhabirleri ikinci derecede yaygın olan yanıtlarında aynı fikirdedir. UNB için birinci derecede yaygın olan yanıtlar İHA için hiçbir önem arz etmemektedir.

**Tablo 5.12.** *Bangladeş ve Türkiye’deki haber ajanslarında çalışan muhabirlere kurum tarafından tanınan maddi imkânlar ile ilgili yanıtların karşılaştırılması*

Değerler	AA	İHA	BSS	UNB
Kadrolu muhabirler, kurum tarafından sağlanan maddi imkânların yeterli olduğunu düşünmektedir	Yeşil	Bej	Siyah	Bej
Kadrolu muhabirler, kurum tarafından sağlanan maddi imkânları ülke şartlarına göre yeterli bulmamaktadır	Siyah	Siyah	Bej	Kahverengi
Kaşeli ve sözleşmeli muhabirler, kurum tarafından sağlanan maddi imkânların ülke şartlarına göre artırılması gerektiğini düşünmektedir	Kahverengi	Kahverengi	Kahverengi	Bej
Kaşeli ve sözleşmeli muhabirler kurum tarafından sağlanan maddi imkânları hiçbir şekilde yeterli bulmamaktadır	Bej	Bej	Bej	Siyah

Muhabirlere verilen maddi imkânlarla ilgili katılımcıların verdiği yanıtlarından iki ülke arasında yapılan karşılaştırmada kayda değer farklar söz konusudur. AA ve İHA için ikinci derecede yaygın yanıtlar BSS için bir önem arz etmezken UNB için ikinci derecede yaygın yanıtlar olarak geçerlidir. AA ve İHA arasında yapılan karşılaştırmada, her iki ajansın muhabirleri maddi imkânların yeterli olmadığını dile getirmektedir. İki ajansın muhabirleri ikinci derecede yaygın yanıtında aynı konumda olmaktadır. Üçüncü derecede yaygın yanıtı olarak ise bazı AA muhabirleri, tanınan maddi imkânların yeterliliğini dile getirmektedir. BSS ve UNB arasında maddi imkanlar konusunda ciddi farklar araştırmada öne çıkmaktadır. UNB için birinci derecede yaygın olan yanıtlar, BSS için geçerli değildir. BSS için birinci konumda olan ise UNB için geçerli değildir. Ayrıca BSS'nin ikinci yanıtı da UNB'den farklı olmaktadır.

Devlet haber ajansları arasında yapılan kıyaslamada AA için üçüncü derecede yaygın olanın BSS için birinci, AA için ikinci derecede yaygın olanın BSS için geçersiz olduğu araştırmada görülmektedir. Ancak AA ve BSS'nin ortak olduğu tek nokta ikinci derecede yaygın yanıtına göre ülke şartlarına uygun ücret politikasının hayata geçirilmesi olmaktadır. İHA ve UNB arasındaki kıyaslamada İHA için birinci derecede yaygın olan UNB için ikinci derecede geçerlidir. UNB için birinci derecede olan yaygın yanıtları ise İHA için söz konusu değildir.

**Tablo 5.13.** *Bangladeş ve Türkiye'deki haber ajanslarında çalışan muhabirlere kurum tarafından sunulan çalışma ortamı ile ilgili yanıtların karşılaştırılması*

Değerler	AA	İHA	BSS	UNB
Kadrolu muhabirler, kurum tarafından sunulan çalışma ortamından genellikle memnunlar				
Kadrolu muhabirler, kurum tarafından sunulan çalışma ortamının daha iyi olması gerektiğini düşünmektedir				
Kurum kadrolu, kaşeli ve sözleşmeli olarak ayırım yapmadan muhabirlere aynı çalışma ortamını sunmaktadır				
Kaşeli ve sözleşmeli muhabirlere kurum tarafından herhangi bir çalışma ortamı sunulmamaktadır				

Muhabirlere sunulan çalışma ortamı ile ilgili verilen yanıtlarda AA ve İHA arasında fark görülmektedir. AA için ikinci derecede yaygın olan yanıtlar İHA için birinci

derecede yer almaktadır. AA için birinci derece yer alan yanıtlar İHA için önem arz etmezken İHA için geçerli olan ikinci ve üçüncü derecedeki yanıtlar AA için geçerli değildir. BSS ve UNB kıyaslandığında ise belli farklar söz konusudur. UNB için birinci derecede yaygın olan BSS için, BSS için birinci derecede yaygın olan UNB için önem arz etmemektedir. Ancak BSS ve UNB ikinci derecede yaygın yanıtında aynı konumda bulunmaktadır.

AA ve BSS arasında yapılan karşılaştırmada, birinci derecede yaygın yanıtları aynı konumda olmaktadır. Ancak AA ve BSS için ikinci derecede yaygın yanıtları her ikisi için farklılık göstermektedir. Söz konusu özel haber ajansları olan İHA ve UNB, birinci derecede yaygın yanıtında aynı konumda bulunurken, ikinci derecede yaygın yanıtları ise birbirinde farklıdır. İHA için üçüncü derecede yaygın yanıtları UNB için ikinci konumdadır. İHA'nin ikinci konumda olan yanıtları UNB için önem arz etmemektedir.

**Tablo 5.14.** *Bangladeş ve Türkiye'deki haber ajanslarında çalışan muhabirlerin iyi haber ve yanlış haber sundukları halde kurum tarafından gösterilen muamelelerle ilgili yanıtların karşılaştırılması*

Değerler	AA	İHA	BSS	UNB
Muhabirler çok iyi haberler yaptığı zaman kurum tarafından kendilerine kayda değer ödül verilmektedir				
Muhabirler çok iyi haberler yaptığı zaman kurum tarafından sadece güzel iltifatlarla bulunmaktadır				
Muhabirler haberde hata yaptığı zaman bazen sözlü bazen yazılı savunmaya tabi tutulur ve ciddi uyarılar almaktadır				
Muhabirler ödül ve yaptırımın eşit olmadığını düşünmektedir				

Muhabirlerin iyi haber yaptığı zaman ödüllendirme ve haberde hata yaptığı zaman yaptırımın uygulanması ile ilgili yanıtlarda Türkiye ve Bangladeş'teki katılımcıların yanıtlarından hareketle çıkan sonuçta iki ülke ve iki devlet ve özel haber ajansı arasında birinci, ikinci ve üçüncü derecede yaygın yanıtlarında herhangi bir fark görülmemektedir.

**Tablo 5.15.** *Bangladeş ve Türkiye'deki haber ajanslarında çalışmak isteyen muhabirlerden beklenen eğitim seviyesi ile ilgili cevapların karşılaştırılması*

Değerler	AA	İHA	BSS	UNB
Muhabirler, mesleğe yeni başlayan kişilerin en az lisans mezunu olması ve temel gazetecilik eğitimi almış olması gerektiğini düşünmektedir.				
Muhabirler, mesleğe yeni başlayan kişilerin gazetecilik yapabilmesi için kesinlikle gazetecilik mezunu olması gerektiğini düşünmektedir				
Muhabirler, mesleğe yeni başlayan kişilerin gazetecilik yapabilmesi için eğitim seviyelerinin önemli olmadığını, sahada çalışarak işi öğrenebileceklerini düşünmektedir				
Muhabirler, farklı haber dallarında çalışması için farklı bölümlerden gelen kişilerin gazeteci olmasını çok olumlu değerlendirmektedir				
Muhabirler, gazetecilik okuyanların mesleğe girmesi gerektiğini savunurken sektördeki imkansızlıklardan dolayı başka alanlarda çalıştıklarını dile getirmektedir				

Haber ajanslarında muhabir olarak çalışmak isteyen kişinin eğitim seviyesinin ne olması ile ilgili katılımcıların verdiği yanıtlarda belirli farklılıklar ortaya çıkmaktadır. İki ülke arasında yapılan kıyaslamada, birinci derecede yaygın yanıt kotasına sadece İHA katılmamaktadır. İHA için birinci olan AA için ise ikinci konumda yer almaktadır. AA için ikinci ve İHA için birinci konumda olan yanıtlar BSS ve UNB için önem arz etmemektedir. BSS için ikinci derecede yaygın olan UNB için üçüncü derecede yer alırken BSS için üçüncü derecede yaygın yanıtlar UNB için ikinci derecede yer almaktadır.

AA ve BSS arasında yapılan karşılaştırmada ise birinci derecede yaygın yanıtları AA ve BSS için aynı iken her iki ajansın ikinci derecedeki yanıtları birbirinden farklı olmaktadır. İHA ve UNB arasında ise UNB'nin birinci derecedeki yanıtları İHA için ikinci konumdadır. İHA için ikinci derecede yaygın olan UNB için geçerli değil iken UNB'nin ikinci ve üçüncü derecedeki yanıtları da İHA'dan farklı görülmektedir.

**Tablo 5.16.** *Bangladeş ve Türkiye'deki haber ajanslarında çalışan muhabirlerin özgürce haber üretebilmeleri ile ilgili yanıtların karşılaştırılması*

Değerler	AA	İHA	BSS	UNB
Muhabirler, ülke ve kurumun siyasi duruşlarından dolayı genellikle özgürce çalışamadıklarını aktarmaktadır				

Muhabirler, ülke ve kurumun siyasi düşüncelerinden dolayı belli sınırlılıkları olması rağmen genellikle özgürce çalışabilmektedir			
Muhabirler tamamen özgür çalışabilmektedir			

Ülkenin ve kurumların siyasi duruşlarının muhabirlerin haber üretme pratiklerini nasıl etkilediği ile ilgili katılımcıların verdiği yanıtlarda da farklılıklar söz konusudur. AA ve İHA birinci derecede yaygın yanıtlarında aynı konumda yer almaktadır. Ancak İHA'nın verdiği ikinci konumdaki yanıtları AA için önem arz etmemektedir. Diğer yandan BSS ve UNB muhabirleri AA ve İHA'dan farklı olsa da Bangladeş'in iki haber ajansı bu noktada aynı konumda yer almaktadır. Ancak ikinci derecede yaygın yanıtlarında ise birbirinden farklı cevaplar görülmektedir.

AA ve BSS arasında yapılan karşılaştırmada ise AA için birinci derecede yaygın olan BSS için, BSS için birinci derecede yaygın olan AA için önem arz etmemektedir. Yani bu noktada iki devlet haber ajansının yeri birbirinden farklıdır. BSS için ikinci derecede yaygın olan ise AA için geçerli değildir. Çünkü AA katılımcıları bu soruya tek bir yanıt vermektedir. Diğer yandan İHA ve UNB arasında da farklar söz konusu olmaktadır. UNB için birinci derecede yaygın olan yanıtlar İHA için ikinci derecede yer almaktadır. UNB için ikinci derecede olan ise İHA için birinci derecede değerlendirilmektedir.

**Tablo 5.17.** *Bangladeş ve Türkiye'deki haber ajanslarında çalışan muhabirlerin sıcak ve özel haberlerin takibi ile ilgili verdiği yanıtların karşılaştırılması*

Değerler	AA	İHA	BSS	UNB
Muhabirler genellikle sıcak haberlerin takibinin kolay olduğunu söylemektedir				
Muhabirler genellikle özel haberlerin takibinin kolay olduğunu söylemektedir				

Muhabirlerin sıcak ve özel haber takipleri ile ilgili verdiği yanıtlardan hareketle yapılan karşılaştırmada Türkiye ve Bangladeş'teki haber ajansları arasında tam tersi sonuçlar görülmektedir. AA ve İHA birinci ve ikinci derecedeki yanıtlarında aynı

konumdayken BSS ve UNB, AA ve UNB'den farklı ancak birbiriyle aynı konumda yer almaktadır.

AA ve BSS arasında yapılan kıyaslamada, AA'nın ikinci konumdaki yanıtları BSS için birinci konumda ve BSS için birinci konumda olanı ise AA için ikinci olarak değerlendirilmektedir. Aynı durum İHA ve UNB için de geçerlidir. UNB için birinci derecede yaygın yanıtları İHA için ikinci konumdadır. İHA için ikinci olanı ise UNB için birinci derecededir.

Örnekleme dahil edilen haber ajansları üzerine yapılan karşılaştırmada, öncelikle iki ülke arasında belli farklar söz konusu olmaktadır. Genellikle muhabirlerin sahadaki çalışmalarında bu farklar ciddi bir seviyede değildir, ancak konu çalışma imkânları, çalışma yetenekleri, çalışma özgürlüğü gibi başlıklara gelince aralarında farklar büyümektedir. Yine aynı ülkeden olan AA ve İHA çalışanları aynı basın iş yasasına uygun çalışmalarına rağmen aralarında belli farklar söz konusudur. Bangladeş'teki BSS ve UNB için uygulanan belli bir basın iş yasası bulunmamasıyla birlikte ücretler konusundaki farklar ciddi bir şekilde göze çarpmaktadır. Devlet haber ajansına bakılınca AA ve BSS arasında bazı benzerlikler söz konusudur. Özellikle resmi dairelerle olan yakınlık her iki ülkede görülmektedir. Aynı zamanda haber ajanslarının tanıtımının yapıldığı bölümde açıklandığı üzere AA'nın üretim kapasitesi, BSS' den binlerce kat fazladır. Hem çalışma ortamı hem de abone sayısına göre de AA ileride iken muhabirlere ödenen maddi imkânlar konusunda BSS çok daha ileridedir. İHA ve UNB haber ajansları arasında da çok ciddi farklar mevcuttur. İHA'nın haber üretim kapasitesi ve muhabirlerin çalışma şartları UNB' den çok daha iyi konumda olduğu görülmektedir.

## SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bangladeş ve Türkiye’de faaliyet gösteren haber ajansları üzerine yapılan bu çalışmanın varsayımları, çalışmanın bulgularına hemen hemen birçok noktada eşlik etmektedir. İlk olarak, haber üretim süreciyle ilgili iki ülkenin haber ajansları arasında büyük farklar ve küçük benzerliklerin var olacağı düşünülmüştür. Araştırma bulgularına göre çıkan farklılık ve benzerliklerle ilgili sonuçlar, çalışmanın karşılaştırma kısmında yer alırken bulguların çoğu varsayımları doğrulamaktadır. İki ülkenin haber ajansları arasında yapılan karşılaştırmadan hareketle genel bir izlenim olarak Türkiye’deki haber ajansları birçok noktada, Bangladeş’teki haber ajansları için örnek olabilecek niteliğe sahiptir.

Bir haber ajansı olarak AA’nın ortalama günlük bin 650’den fazla ve İHA’nın da binden fazla haberi abonelere servis etmesine karşın BSS’nin ortalama 60 ve UNB’nin ise sadece 90’a yakın haber üretmesi aradaki farkı açıkça ortaya koymaktadır. Türkiye’de haber ajanslarının her gün ortalama 300’den fazla görüntülü ve 15’e yakın canlı haber servis etmesine karşı ise BSS’nin görüntülü haber servisinin olmaması ve UNB’nin çok sınırlı sayıda görüntülü haber servis etmeleri bu farkı büyütmektedir. Haber ajansları arasında, abone sayılarında da çok ciddi farklar söz konusuysen, görüşmeye katılan Türkiye’deki muhabirler haber üretim sürecinde gereken tüm araç ve gereç imkanlarına sahip olduklarını dile getirmiştir. Ancak Bangladeş’te ise genellikle kadrolu çalışanlar dışındaki hiçbir muhabir araç ve gereç imkanlarından faydalanamamaktadır. Kadrolu çalışanlar da verilen imkanların yeterli olmadığını aktarmaktadır.

Örnekleme dahil edilen özel haber ajansı muhabirleri, belli sebeplerden dolayı genellikle güne başlarken tedirgin ve stresli başlamaktadır. BSS ve AA muhabirleri, kurum tarafından az baskı altında olduğu için güne planlı ve rahat başladıklarını

aktarmaktadır. Ancak yine de BSS ve AA'nın bazı muhabirleri, çalıştığı alanlarla ilgili sürekli olarak bir tedirginlik hissettiklerini de dile getirmektedir.

İki ülkenin muhabirleri, haber üretim sürecinde özgürce hareket edemediklerini aktarmamaktadır. Bu sonuç iki ülke arasında görülen en büyük benzerlik olarak nitelendirilebilir. Türkiye'deki muhabirlerin her gün editör masasına belli bir gündem sunmasına karşı Bangladeşli muhabirler hiçbir gündem bildirmemektedir. Bunun sonucunda Türkiye'deki muhabirler, bazen üretim sayılarıyla ilgili üzerlerinde hissettikleri kurumsal baskıdan dolayı kalitesiz, kamuyu pek ilgilendirmeyen, basit ve ilgisiz haber üreterek günü kurtarmaya çalışmaktadır. Bangladeşli muhabirler ise, bu noktada rahat oldukları için okur ve izleyiciye potansiyeli daha yüksek ve kamuyu ilgilendiren haberler sunabilmektedir.

Her iki ülkenin muhabirleri, haberin üretim sürecinde teknolojinin kullanıma genellikle açıktır. Bu noktada bir benzerlik söz konusuysen, aslında bazı Bangladeşli muhabirlerin hala teknolojiye uyum sağlayamaması sözü edilen benzerlik oranını düşürmektedir. Diğer yandan Bangladeş'te haber toplamak için geleneksel sistemlerin kullanımı Türkiye'den daha yaygındır.

İki ülkenin muhabirleri de genellikle insanlarla yüz yüze tanışarak kaynak edinmektedir. Ancak bazı muhabirler, kaynak edinmek için dijital ortamları kullanmaktadır. Bangladeş'teki muhabirlerin, bu noktadaki teknoloji kullanımı konusunda Türkiye'den geride kaldığı görülmektedir. Çünkü toplum olarak, Bangladeş'te sosyal medyanın bilinçli kullanılmadığı ve kolaylıkla manipüle edilebildiği için muhabirler daha uyanık davranmaktadır. Her iki ülkenin muhabirleri, haber için kaynaklara başvurmaktadır. Ancak kaynaklar da çevresindeki sorunlarıyla ilgili haber yaptırmak için muhabirlere başvurmaktadır. Kaynağın kendilerine başvurması durumunda muhabirler, olumsuz yönlendirilmemek için genellikle sahaya inerek araştırmayı tercih etmektedir. Bu noktada Türkiye'deki muhabirlerin, bazen saha araştırması yapmadan sadece gelen kaynağa güvenerek üretim yaptığı da görülmektedir.

Resmi, özel ve şahsi kaynaklar, muhabirlere dijital ortamlar üzerinden haber göndermektedir. Muhabirler hem görüntülü hem de yazılı olarak paylaşılan bilgiler

doğrultusunda haber yapmaktadır. Ancak bu noktada muhabirler, kesinlikle haber değeri olmasına rağmen her haberi yayın için hazırlamamaktadır. Çünkü haberin kim ya da kimlerden geldiği, konunun kim ya da kimleri ilgilendirdiği, haberin kimin ya da kimlerin tarafında veya karşısında olduğu ile ilgili birçok konuda denetim yapılmaktadır. Çünkü muhabirler, haber değeri olsa da hiçbir şekilde kurumun yayın politikasına karşı gelecek bir haber servis edememektedir. Bu durum hem Türkiye hem de Bangladeş için geçerlidir.

Bazen haber kaynakları, muhabirlere taraflı bilgileri sunarak onları olumsuzluğa sürükleyebilmektedir. Ayrıca kaynak, bulunduğu toplumda bir gazetecinin temsilcisi olarak da çevresine tehdit savurabilmekte ya da hakkı olmayan faydalar elde etmeye çalışabilmektedir. Bu durum Bangladeş'te daha çok yaygınken Türkiye'de nadiren görülebilmektedir. Ayrıca bazı kaynaklar, muhabire fark ettirmeden ya da muhabirin bilgisi dahilinde kendi siyasi duruşlarını ortaya koymak için muhabirin basın gücünü kullanmaktadır. Her iki ülke için bu durum söz konusu olabilirken Türkiye'deki muhabirler daha dikkatli davranmaktadır. Ancak Bangladeş'teki muhabirlerden bazıları, kaynağın kendilerine her zaman haber konusunda yardım ettiği gerekçesiyle bazen haber metni aracılığıyla muhabirlerin de kaynağa fayda sağlamasını uygun görmektedir.

Her iki ülkenin muhabirleri artık haber kaynağı olarak sosyal medyayı az çok tercih etmektedir. Ancak Türkiye'deki muhabirler bu konuda sosyal medyayı yaygın kullanmaktadır. Özellikle resmi hesaplardan yapılan açıklamaları doğrudan kopyalayarak haberleştirmektedirler. Ancak Bangladeş'te ise, toplumsal nedenler ve muhabirin kişisel nedenlerinden kaynaklı sosyal medyayı hiç tercih etmeyenler bulunmaktadır. Kullananlar ise, sosyal medyada gördüklerine her zaman şüpheli yaklaşarak eksik bir bilgi kaynağı niteliğinde değerlendirmektedirler.

Muhabirlerin, haber üretim sürecinde fark edemediği ancak haber yayımlandıktan sonra fark ettiği bazı hatalar söz konusu olabilmektedir. Bu durumda her iki ülkenin muhabirleri, genellikle ilk adım olarak düzeltmeye göndermektedir. Bu durum kesinlikle muhabirlerin moral bozukluğuna neden olurken, sonraki üretimleri de etkilemektedir. Ancak her iki ülke için geçerli olmak üzere; bazen muhabir tarafından herhangi bir hata yapamamasına rağmen taraftarların itirazı söz konusu olabilmektedir. Bu tür durumlarda muhabirler haklıysa gelen itirazlara yasal yollarla cevap

verebilmektedir. Bangladeş için geçerli bir durum ise, muhabirin hata yapmaması halinde kendini önemli sanan bazı şahıslar, haberde isimlerinin kullanılmaması ya da bir toplantıda bulunması halinde habere yer verilememesine karşı direniş gösterebilmektedir. Bu tür itirazlar genellikle siyasi gücü olan kişi ya da kurumlardan gelmektedir.

Türkiye'deki haber ajansları, haber üretim sürecinde gereken tüm araç ve gereçleri muhabirlerine vermektedir. Canlı yayın araçlarından başlayarak drone, özel kamera ve fotoğraf makineleri, ulaşım araçları, ulaşım ücreti gibi her şey kurum tarafından karşılanmaktadır. Ancak yine de kaşeli muhabirler bu imkanların birkaçından faydalanamamaktadır. Bangladeş'te ise verilen araç ve gereç imkanları sadece kadrolu muhabirlere verilmektedir. Ancak devlet haber ajansı muhabirleri verilen bu imkanlardan memnun olsa da özel haber ajansın kadroluları yeterli bulmamaktadır. Söz konusu sözleşmeli çalışanlara ise kurum hiçbir araç ve gereç imkânı tanımamaktadır. Sözleşmeli muhabirler, kendi evlerinden çıkarak kendi yakıtını harcayarak motosikletle ya da diğer ulaşım araçlarıyla habere gitmektedir. Gittiği haberde ise yine kendi kamera, fotoğraf makine veya telefonunu kullanmak zorundadır. Kurum ise, haber üretmek isteyen her muhabirin kendi gerekliliklerinin kendileri tarafından karşılanmasını beklenmektedir.

Bangladeş'teki BSS'nin kadrolu muhabirleri dışında diğer AA, İHA ve UNB muhabirleri genellikle aldıkları maddi imkânlardan memnun olmadıklarını aktarmaktadır. Türkiye'deki muhabirler 212 Sayılı Basın İş Yasasına uygun maddi imkânlar elde etseler de ülkenin bulunduğu ekonomik durumdan dolayı aldıkları paranın artık yeterli olmadığını aktarmaktadır. Kaşeli muhabirler ise telif ücreti karşılamakta ve her ay ürettiklerine göre ücret almaktadır. Diğer yandan BSS'nin kadrolu çalışanları ülke şartlarının çok daha üstünde bir ücret almaktadır. Ayrıca ücretlerin yanı sıra yıl boyunca aldıkları ikramiyelerle beraber Türkiye'deki muhabirlerden kat kat fazla ücret almaktadırlar. Ancak üretim konusuna gelince BSS günde sadece yaklaşık 60 haber üretmektedir. Bunların birçoğu ise sadece yazılı haber niteliğindedir. Ancak AA ve İHA, kurum olarak günde binin üstünde haber servis etmektedir. Bunlar genellikle fotoğraflı ve görüntülü olmaktadır. Bu yönden bakılınca Türkiye'deki muhabirlerin haklarını tam olarak alamadıklarından söz etmek mümkündür. UNB'deki kadrolu muhabirler ise aynı kadrodan olmasına rağmen BSS'den düşük ancak yine ülke şartlarına göre çok daha iyi ücret aldıklarını belirtmektedir.

Söz konusu Bangladeş'teki sözleşmeli çalışanlar ise hiçbir şekilde emeklerine karşılık alamamaktadır. Bir BSS sözleşmeli muhabiri yıllardır çalışmasına rağmen aylık sadece 80-90 dolar civarında bir ücret almaktadır. UNB'deki sözleşmeli çalışanların durumu ise daha vahimdir. Bir muhabir, tüm araç ve gereç gerekliliklerini kendileri tarafından karşılayarak kurum için ayda 50'den fazla haber üretmesine karşı sadece 20-25 dolar civarında bir ücret almaktadır. Muhabirler, bu şartlar altında çalışmalarına rağmen belli nedenlerden dolayı uzun yıllardır kuruma hizmet vermektedir.

Bir muhabirin kadrolu olup olmaması haber üretim sürecinde belli etkiler yaratmaktadır. Kadrolu muhabir genellikle daha kıdemli ve deneyimli olduğu için sahada çok rahat çalışabilmektedir. Ayrıca ay sonunda düzenli olarak maaş almaları onların çalışma, sosyal ve özel hayatına daha olumlu yansımaktadır. Ancak bu noktada kadrolu çalışanların sorumluluklarının da çok fazla olduğunun unutulmaması gerekmektedir. Kaşeli muhabirler de yıllardır çalıştığı için yine de kadrolu muhabirler gibi sahada rahat üretim yapabilmektedir. Ancak onların çalışma, sosyal ve özel hayatı, bir kadrolu muhabir gibi düzenli olmayabilmektedir. Diğer yandan bir kaşeli ya da sözleşmeli muhabirin birden fazla haber kuruluşunda çalışabilmesi ise onlara farklı avantajlar getirmektedir.

Muhabirler, çok iyi haberler yapıp kuruma gelir sağlarken kurumlarından ödüllendirme beklenmektedirler. Ancak hem Türkiye hem de Bangladeş'te kayda değer bir ödüllendirme söz konusu değildir. Her iki ülkedeki muhabirler kurum tarafından iletilen iltifatlı mesajları alabilmektedir. Diğer yandan muhabirlerden hata yaptığı zaman ise sözlü, yazılı savunma alınmaktadır. Bazen hatanın büyüklüğüne göre ciddi yaptırımlar uygulanarak işten kovulma da yaşanabilmektedir. Bu durumda muhabirler, genellikle ödül ve cezanın eşit olmadığını belirtmektedir. Ödüllendirme konusunda UNB'nin uyguladığı "at koşturma" örneği ise muhabirleri olumsuz etkilemektedir.

Her iki ülkenin muhabirleri, genellikle gazeteci olabilmesi için iletişim fakültesinden mezun olunması gibi bir zorunluluğun olmadığını iletmektedir. Bir muhabir ise, gazeteci olmak için eğitim seviyesinin önemli olmadığını dile getirirken sahada çalışarak bu mesleğin yapılabileceğini dile getirmektedir. Ancak hem Türkiye

hem de Bangladeş'teki muhabirlerin çoğu, gazeteci olacak kişinin eğitim alanları fark etmeksizin, en az lisans mezunu olması ve gazetecilik ile ilgili temel eğitimleri almaları gibi zorunluluğun getirilmesi gerektiğini savunmaktadır. Birkaç muhabir ise bu konuda diğerlerinden farklı olarak mesleğin yapılabilmesi için gazetecilik okumanın gerektiği yönünde görüş bildirmektedir.

Bangladeş ve Türkiye'deki muhabirler ülke ve kurumun belli siyasi duruşlarından dolayı özgürce haber üretemediklerini söylemektedirler. Muhabirler, hükümet ve siyasi partilerin etkilerinden uzak durarak yayın yapmaları gerektiğini ifade etmektedirler. Ancak kurumlar ise belli ekonomik ve ticari faydaları göze alarak muhabirlerin özgürce çalışmalarını engelleyebilmektedir.

Günümüzdeki haber ajansları yazının yanı sıra fotoğraf ve video da servis etmektedir. Bu nedenle artık bir haberin yayınlanması sadece yazı işlerinde kalmamaktadır. Ek olarak fotoğraf servis birimini, görüntü servisi birimini de ilgilendirmektedir. Yazı işlerinin elinden geçen ancak muhabirin gönderdiği fotoğraf ve videonun konuya uygun olmaması halinde yeniden çekim istenebilmekte, tüm haber iptal edilebilmekte veya fotoğrafsız, videosuz sadece yazılı olarak da servis edilebilmektedir. Bu noktada AA ve İHA'nın fotoğraf ve görüntülü haber biriminin çalışma potansiyeli BSS ve UNB'den çok daha gelişmiş ve teknolojik olduğu bulgularda ispatlanmıştır.

Çalışmanın teorik çerçevesi olarak sunulan muhabirlerin haber üretme pratiklerindeki genel ve spesifik etkiler, bu çalışmanın bulgularını doğrulamaktadır. Muhabirler, bulunduğu toplumun değerleri ve kültürel kimlikleri çerçevesinde çalışmaktadır. Haber değerinin var olmasına rağmen muhabirler, bazı haberleri sosyal ve kültürel kimliklerine uygun olarak seçmek zorunda kaldıklarını aktarmaktadır. Hanitzsch ve Hoxha, çalışmalarında haber üretim sürecindeki siyasi etkilerden söz etmektedir. Onlara göre muhabirler, üretim yaparken siyasi müdahale, sansür ve basın yasakları gibi belli başlıklar altında sınırlandırılmaktadır. Bu çalışmanın bulgularına göre hem Bangladeş hem Türkiye için bu durumun geçerli olduğu söylenebilmektedir. Bangladeş'teki DSA-2018 kanunu, yine her iki ülkenin devlet haber ajanslarının resmi kurumlarına daha fazla önem vermesi, onların sesi olma yolundaki çabaları Hanitzsch ve Hoxha'nın çalışmalarını doğrulamaktadır.

Ekonomik zorunluluklar, haber ajanslarının sesini kısmaktadır. Ekonomik zorunluluklar hem kurum hem de muhabirler için geçerli olan bir durumdur. Özellikle haber ajansları yaptığı anlaşmalar doğrultusunda abone oldukları kurumlara haber servis etmektedir. Ajanslar iki tür abone ile çalışmaktadır. Birincisi kendilerinden haber alan medya kuruluşları ve diğeri ise haber metni aracılığıyla kamu ve özel kurumların reklamlarını yapma amacıyla gerçekleşen aboneliklerdir. İkinci tür aboneliğe belediyeler, kamu ve özel kurumlar, üniversiteler, özel kuruluşlar dahil olmaktadır. Abonelik anlaşması doğrultusunda bu kurumlar haber ajanslarına aylık belli bir miktar ücret ödemektedir. Dolayısıyla ajanslar, her zaman abone oldukları kurumların iyi taraflarını sunmaktadır. Olumsuz yönlerini ise görmezden gelmektedir. Bu durum aslında ajanslar için bir ekonomik zorunluluktur. Çalışmanın bulgularında bu konudan söz eden muhabirler de bazen haber değeri olmaması halinde sadece kurumsal kimlik ve anlaşmalar nedeniyle haber sunduklarını dile getirmiştir.

Bireysel düzeydeki ekonomik zorunluluklar ise çok daha etkilidir. Muhabirlerin aktardığı üzere, ülkenin ekonomik şartlarına göre gazetecilik mezunlarının sektöre gelmemesi buna bir örnek olacaktır. Gazetecilik mezunu olanların muhabir olarak çalışmasının, sektör için çok daha farklı sonuçlar doğurabileceğinden bulgular kısmında söz edilmektedir. Aynı zamanda çalışmakta olanlar da belli başlı ekonomik sorunlar nedeniyle bir şekilde kuruma bağlıdır.

Diğeryandan sadece 25 dolara çalışan Bangladeşli muhabirler ise, ekonomik eksikliklerden dolayı sahada yeterince üretim yapamamaktadır. Bir muhabirin aynı anda birden fazla haber kuruluş için aynı haberi üretmesi aslında bir yankı odası oluşturmaktadır. Bu noktada muhabirler, haber göndermesi için maddi olarak daha imkân veren gazete veya televizyonlara öncelik tanımaktadır. Dolayısıyla burada ajans geri planda kalmaktadır. Bir ajansın asıl görevi doğrudan okura ulaşmasından daha çok abone oldukları kurumlar aracılığıyla okur veya izleyiciye ulaşmasıdır. Ancak eğer ajans muhabiri, ürettiği haberi önce gazete veya televizyonlara servis ederse, ajans görevini yerine getirmemiş anlamına gelmektedir. Ayrıca görüşmeye katılan bir muhabirin aynı zamanda hem BSS hem de UNB için çalıştığı görülmüştür. Bu durumdan ajansların rekabet ve hız konusuna önem vermedikleri anlaşılmaktadır.

UNB 3'ün aktardıklarına göre haber ajansları aslında birçok ticarete bulunan kişi ya da grubun sırtını yaslaması için kullanan bir alet olmuştur. Haber üretme pratiklerinin teorik çerçevesinde de bu durum, referans grupları olarak adlandırılmaktadır. Haber ajansının paydaşları, siyasi referansları üretim sürecinde doğrudan etkilemektedir. Türkiye için de referans grupları haber üretim sürecini etkilemektedir. İhlas Haber Ajansı'nın İhlas Holding'e ait olması ve patronların birden fazla sektörde bulunmaları, Anadolu Ajansı'nın da bir devlet kurumu olması nedeniyle muhabirlerin özgürce çalışmadıklarıyla ilgili sözleri durumu ispatlamaktadır. Muhabirler, basın etiğine uygun ve kendilerine yakışan bir şekilde çalışmak istedikleri halde yine ekonomik zorunluluklarından dolayı kurumun referans gruplarına uygun çalışmak zorunda kalmaktadırlar.

Profesyonel yapılar konusunda Bangladeş ve Türkiye aynı noktadadır. Muhabirlerin belli bir haber dalında çalışması, alanında uzman yetişmesine vesile olmaktadır. Ancak örnekleme dahil edilen haber ajansları, merkezde çalışan muhabirler dışında iş bölümü yapmamaktadır. Merkezdeki muhabirler asayiş, spor, eğitim gibi farklı haber dallarında çalışabilirken, taşradaki muhabirler genel olarak tüm haber dallarına bakmak zorundadır. Bulgulara göre, bu hem onların iş potansiyelini düşürmekte hem de alanında uzman yetişmesine engel olmaktadır. Ayrıca haber ajanslarının hiyerarşik yapısı da muhabirlerin düzgün çalışmasını olumsuz etkilemektedir. Ürettiği haberlerle ilgili son kararını verememesi, editör masasında haber dilinin yumuşatılması, bazı bilgilerin çıkarılması, haberin başka bir şekilde yeniden oluşturulması gibi belli durumlar muhabirin haberle ilgili kendi fikirlerini bozmaktadır.

Hanitzsch ve Hoxha, çalışmalarında haber üretim sürecinde “Burada işleri nasıl yapıyoruz” diye bir genel anlayışın varlığından söz etmektedir. Bangladeş ve Türkiye'deki haber ajansları üzerine yapılan bu çalışmada, sözü edilen anlayışın aslında bulgularda belirtilen kurumların yayın politikasında kendini göstermektedir. Bulgularda, AA, İHA, BSS ve UNB muhabirleri, haber üretim sürecini doğrudan etkileyen bir unsurdan sürekli söz etmektedirler. O da kurumun yayın politikasıdır. Her iki ülkenin muhabirleri bu yayın politikasını göze alarak olayın haber değeri bulunmasına rağmen “Bizim kurum bunu yayınlamaz” diyerek olaydan uzaklaşmaktadır. Ya da “Bir haber

şöyle değil de böyle tutulursa kurum kullanır” düşüncesi de muhabirleri zorunlu olarak belli bir şablonun uygulanmasına itmektedir.

Muhabirlerin haber üretimini etkileyen diğer bir faktör ise ilgili taraflardır. Bulgularda UNB 1’in söz ettiği üzere kurum, sadece belli bir tarafın haberlerinin takibini yapmaktadır. Diğer kurum, siyasi partileri ya da güç sahibi olmayan tarafların haberlerini haber ajansları pek umursamamaktadır. Hanitzsch ve Hoxha’nın söylediği üzere haber medyası, ilgili taraflara bağlı olarak çatışmaları farklı şekilde ele almaktadır. Bangladeş’te bir güvenlik gücü olan RAB ile ilgili bulgularda verilen örnek bu ifadeyi desteklemektedir. Bulgulardan hareketle haber ajanslarının, kamuyu şekillendirmesi için kendi düşünce ve ideolojik yapılarına uygun haber sunduklarından söz etmek mümkündür. Kurumlar, bazı haberlere gereksiz ilgi gösterirken bazı önemli olaylara önemsiz statüde yer vermekte ya da bu konuda çok kısa haberler yayınlamaktadır.

Muhabirlerin sosyal katılımı haber üretim sürecini etkilemektedir. Muhabirler, bir topluma aittir ve kişi olarak o toplumun belirlediği normlara uygun davranmak zorundadır. Bu normlar her zaman, her toplum tarafından eşit derecede uygun görülemeyebilir. Ancak haber içinde, muhabirlerin ait olduğu toplum ya da ülkeye olan sevgi ve toplumsal düşünce yapısı haber içeriklerine yansıyabilmektedir. Bulgularda muhabirler, bu durumu kabul etmektedir. AA 3’ün aktardığı “Türkiye Cumhuriyeti devletinin birtakım önceliklerini gözetmek durumundayız.” ifadeleri durumu ispatlamaktadır. Aynı zamanda muhabirin dinsel tutumu, etnik kimlikler gibi unsurların da haber üretim sürecinde etkili olduğu bulgularda tartışılmıştır. Muhabirlerin haber üretimini etkileyen bir diğer unsur ise yakınlıktır. Muhabirler, düşünce yapısı olarak yakın bulduğu siyaseti destekleyebilir. Bu destekleme, belli bir süre sonra çalışmalarını doğrudan etkileyebilmektedir. UNB 11’in aktardığı “Başka partilerin haberlerini niye takip edeyim ki?” cümlesi durumu ispatlamaktadır.

Haber üretim sürecini etkileyen bir başka durum ise muhabirlerin güvenliğidir. Bu güvenlik fiziksel olarak hissettikleri tehditler ve iş hayatında hissettikleri güvensizlikten kaynaklanmaktadır. Bangladeş’teki DSA-2018 yasası, muhabirlere fiziksel ve psikolojik olarak güvensizlik hissettirmektedir. Türkiye’de de zaman zaman basın çalışanlarının başına gelenler, sahada çalışmaya devam edenlere geri adım

attırabilmektedir. İHA 1'in "Aslında aklıma daha çok haber malzemesi geliyor ama kurumum tarafından yayınlanmayacağını bildiğim için yapmıyorum." Sözleri bu durumu doğrulamaktadır.

Bu çalışmaya başlamadan önce haber ajansları ile ilgili yapılan gözlem sürecinde dikkat çeken bir nokta ise, haber ajanslarında muhabir olarak kadın çalışanlarının oldukça az görülmesidir. Hem Türkiye hem de Bangladeş'teki ajanslar için bu durum söz konusudur. Görüşmeye katılan muhabirlerden sadece birinin kadın olması, araştırmacının kadın muhabirlerle görüşmeyi tercih etmediği anlamına gelmemelidir. Her iki ülkede de ajans haberciliğinde kadın çalışanlar yok denecek kadar azdır. Haber ajanslarının haber üretim sürecinde kadın muhabirlerin rol oynayamaması toplumsal cinsiyet kavramına göre açıklanabilir. Çünkü bu durum hem Bangladeş hem de Türkiye'nin toplumsal olarak kadının belirli toplumsal rollere göre meslek seçebildiğini göstermektedir.

Bugünkü Türkiye'de kadın, toplumsal cinsiyet belirlenimciliğinden hareketle birçok alanda erkekler ve toplum geneli ile bir asimetri yaşamaktadır. Kadın bu orantısızlığa, en başta cinsiyetinin gerektirdiği bağlamda eğitilmesi ve sosyalizasyonundan ötürü maruz kalmaktadır. Kadının toplumsal hayatta karşılaştığı tüm eşitsizlikler, başka yan değişkenleri içermekle birlikte tek bir kökten 'toplumsal cinsiyet ayrımından/kadınlık olgusundan' temel almaktadır (Bingöl, 2014). Toplumsal cinsiyet ayrımı tabanında, Türkiye'de önce kadının çalışma durumu ele alınabilir. Dünyada kadınların işgücüne katılım oranlarına bakıldığında 2011 yılında Türkiye'nin % 29 ile dünyada en düşük katılım oranına sahip olan ülkelerden biri olduğu görülmektedir (OKA, 2013).

Türkiye'de çalışan kadınların yaklaşık yarısı tarım sektöründe yer almaktadır. Kırsal yerleşim birimlerinde bu oran normal kabul edilebilir. Ancak kadınların işgücüne katılma oranları kentsel alanlarda daha da düşüktür. Kırdan kente göç ile kentsel alanda piyasanın gerektirdiği niteliklere sahip olamayan kadın, işgücünün dışına çıkmaktadır. Bunun anlamı, kadın işgücünün yüksek vasıf ve nitelik gerektirmeyen işlerde yoğunlaşmışlığıdır (OKA, 2013 aktaran Bingöl, 2014). Yani toplum bir kadının öğretmen olmasına olumlu bakarken bir mühendis olmasını eleştirmektedir. Aynı şekilde medya sektörüne de bakılınca kadınlar genellikle masa başı çalışmaları ya da ekran için

değerlendirilmektedir. Ancak sahaya inerek haberin üretim aşamasında pek yer almamaktadır (Bingöl, 2014).

Öte yandan Bangladeş'te ihtiyaç için ya da sadece tutkuların peşinden gitmek için evden dışarı çıkmaya karar verdiklerinde kadınların karşılaştıkları engellerin birçok yönü vardır. Bu gerçeğe rağmen, Bangladeş'in aslında kadınların güçlendirilmesine yönelik uzun bir yol kat ettiği doğrudur. Ülkede kız çocukları için okulları ücretsiz hale getirerek daha fazla kız çocuğunu kaydettirmeye yönelik kasıtlı baskı, işyerlerini daha fazla kadın istihdam etmeye daha yatkın hale getirmek, çocuk bakım hizmetlerini daha erişilebilir hale getirmek ve kadın liderliğinin görünürlüğünde genel bir iyileşme bu gelişmeye yönelik çalışmaların yapıldığı söz konusudur. Veriler, kadınların işgücüne katılımının 1980'lerin ortalarında yüzde 8'den 2016/17'de neredeyse yüzde 36'ya yükseldiğini göstermektedir. (Aiman, 2021).

Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) verileri de kadınların işgücü piyasasına katılımını yaklaşık 1/3'e çıkarmaktadır; bu, küresel ortalamanın önemli ölçüde altında veya yaklaşık yüzde 50'ye yakındır. Bu kadınların daha büyük bir bölümünün, örneğin hazır giyim sektöründe ve hatta kurumsal dünyada, düşük seviyeli mavi yakalı işlerde istihdam edildiği gerçeğine işaret ediyor, endüstrinin içindekiler, kadın işçilerin daha yüksek görünürlük olduğunu öne sürüyor, ancak pek çoğu karar verme konumunda değildir ve genellikle yetenekten bağımsız olarak sıralamalarda yükselme çok daha yavaştır. Kadınların her tür işe daha geniş ve daha etkili katılımı için hala yapılacak ve değiştirilecek çok şey var. Bunlardan ilki belki de hangi işlerin kadınlar için uygun/ideal olduğuna dair algı kavramıdır. Yetmişlerin başında toplum, savaşın yıktığı bir ülke inşa etmenin gerilimini yansıtıyordu. O zamanlar kadınlar için kabul edilebilir tek meslek öğretmenlikti. Günümüzde de bu algı tam olarak değişmiş değildir. Çoğu kız, fiziksel olarak nasıl güçlü olmadıklarını ya da sadece evdeki erkeklerin ağır işleri yapmaları gerektiğini duyarak büyür. Aynı zamanda kız çocukların dışarıdaki işlerine karışmaması gerektiği öğretilir (Aiman, 2021).

Söz konusu bu çalışma, iki ülkenin haber ajansların haber üretim sürecini değerlendirerek karşılaştırmıştır. Çalışmanın probleminde de belirtildiği üzere genellikle medya kuruluşları ile ilgili yapılan çalışmalarda haber ajansları geri planda kalmaktadır.

Bu durumu göze alarak literatürdeki boşluğu doldurması amacıyla birçok çalışma yapılması gerekmektedir. Bu çalışmalar, kurum içi, ülke içi ve yurt dışı çerçevesinde düzenlenebilir. Örneğin; aynı haber ajansında çalışan kaşeli ve kadrolu muhabirler arasındaki farkları ve bunun habere olan etkisi, iki haber ajansının abonelere gösterdiği yaklaşımın karşılaştırması, haber ajansların haber kendilerince şekillendirmesinden doğan ideolojik üretim, haber ajanslarında kadının rolü, batılı ve doğulu haber ajanslarının çalışmalarının karşılaştırılması, merkez ülkelerin haber ajanslarıyla çevre ülkelerin haber ajanslarının çalışmalarının incelenmesi- gibi birçok konu araştırılmaya açıktır.

Son olarak özetle, iki ülkenin haber ajanslarıyla ilgili yapılan bu çalışmanın varsayımlarına uygun sonuçlara ulaşıldığı görülmüştür. Çalışmanın teorik çerçevesiyle araştırma bulgularının birçok noktada eşleştiği görülmüştür. Hofstede'in kültürel boyutların sonuçlarına dayanarak belirlenen ülkeler arasında yapılan bu çalışmanın bulgularında, haber ajanslarının haber üretim sürecinde ciddi farklar söz konusu olmuştur. Ancak yapılan karşılaştırmada haber üretim sürecinde Türkiye'nin Bangladeş için örnek niteliği taşıdığı aşikârdır. Ancak kadrolu muhabirlere tanınan maddi imkanları çerçevesinde Bangladeş'in Türkiye'den iyi konumda olduğu ispatlanmıştır. Bu noktada Türkiye, Bangladeş'i örnek alabilirken kaşeli/sözleşmeli muhabirlere tanınan imkanlar konusunda ise yine Türkiye, Bangladeş'e örnek olabilmektedir.

## KAYNAKÇA

- AA Tarihçe. (2021, Son güncelleme). *Kuruluşundan Bugüne Anadolu Ajansı*. Anadolu Ajansı. <https://www.aa.com.tr/tr/p/tarihce>
- Abdukarimova, G. (2021). *Devlete Bağlı Haber Ajanslarında Ülke Temsillerinin Mukayeseli Bir Çalışması: Anadolu Ajansında Kırgızistan, Kabar Ajansında Türkiye Temsillerinin İçerik Açısından Karşılaştırılması*. Kocaeli Üniversitesi.
- Adil, İ. (1991). *Haberde Dışa Bağımlılık*. Gazetecilik Cemiyeti Yayınları.
- Ahmed, H. U. (2015). *সংবাদ সংস্থা—News Agencies*. বাংলাপিডিয়া. <https://rb.gy/ejqt39>
- Aiman, S. (2021, February 17). Women at work. *The Daily Star*.  
<https://www.thedailystar.net/supplements/30th-anniversary-supplements/golden-jubilee-beginnings/news/women-work-2046265>
- Akbulut, Dr. Y. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (3rd ed., Vol. 7). Anadolu Üniversitesi.
- Akpınar, S. (1984). *Ajans Ve Ajans Haberciliği, (Basılmış Ders Notları, İstanbul Ü. Basın Yayın Yüksekokulu)*.
- Altaş, M. (2018). *Güvenilir haberin kaynağı Anadolu Ajansı 98 yaşında*.  
<https://www.aa.com.tr/tr/aa-98-yasinda/guvenilir-haberin-kaynagi-anadolu-ajansi-98-yasinda-/1110034>
- APP. (2022). *Associated Press of Pakistan-پاکستان مشارک تِ مطبع*. Wikipedia.

- Aydın, D. (2016). PROFESYONEL SAVAŞ MUHABİRLİĞİNİN DOĞUŞU VE ETKİLERİ: KIRIM SAVAŞI (1853-1856) Basının Gelişim Serüveni ve Askerî Tarih Araştırmaları Bağlamında | TR Dizin. *Askerî Tarih Araştırmaları Dergisi*, 15–16.
- Baltacı, A. (2019). Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 426–438.  
<https://doi.org/10.31592/aeusbed.598299>
- Bantz, C. R., McCorkle, S., ve Badde, R. C. (1983). *The news factory*.
- Başiboş, G. (2017, September 16). Osmanlı'da İlk Haber Ajansları. *Başiboş Gazeteci*.  
<https://gazetecilikenstitusu.wordpress.com/2017/09/17/osmanlida-ilk-haber-ajanslari/>
- Bingöl, O. (2014). Toplumsal Cinsiyet Olgusu ve Türkiye'de Kadınlık. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2014(3), 112–113. <https://doi.org/10.18493/kmusekad.36760>
- BSS, P. (2022). *Bangladesh Sangbad Sangstha (BSS)*. BSS.  
<https://www.bssnews.net/about-bss/2>
- Budak, S. (2002). *Ulusal haber ajansları 'nda haber toplama ve değerlendirme: CHA ÖRNEĞİ*. Marmara Üniversitesi.
- Bülbül, R. (2000). *Genel gazetecilik bilgileri*. Nobel yayıncılık.
- Çakır, H. (2007). GELENEKSEL GAZETECİLİK KARŞISINDA İNTERNET GAZETECİLİĞİ. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı : 22 Yıl : 2007/1 (, 123-149 s.)*.
- Denis, M. (1983). *Mass Communication Theory*.

- Diehl, P. F. (1992). *What Are They Fighting For? The Importance of Issues in International Conflict Research*.  
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0022343392029003008>
- Doğanay, Doç. Dr. A. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (3rd ed., Vol. 1). Anadolu Üniversitesi.
- DSA-Bangladesh. (2018). ডিজিটাল নিরাপত্তা আইন, ২০১৮ | ৪৩। পরোয়ানা ব্যতিরেকে তল্লাশি, জন্ম ও গ্রেফতার. <http://bdlaws.minlaw.gov.bd/act-1261/section-47501.html?lang=en>
- Duman, K. (2019). HABER KAYNAĞI OLARAK SOSYAL AĞLARIN KULLANIMI: TÜRK İNTERNET HABER SİTELERİ ÜZERİNE BİR ANALİZ. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1637–1654. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.583735>
- Fleck, A. (2022). *Infographic: The Deadliest Countries for Journalists in 2022*. Statista Infographics. <https://www.statista.com/chart/1181/deadliest-countries-for-journalists/>
- Forrester, M. A., ve Sullivan, C. (2018). *Doing qualitative research in psychology: A practical guide*. Sage.
- G.A. (2022, Haziran 8). *Information about BSS* [Whatsapp].
- Gaillard, P. (1991). *Gazetecilik*.
- Gans, H. J. (1979). *Deciding what's news*. New York: Random House.
- Girgin, A. (2000). “*Haber Ajansları Ve Ajans Haberciliği*”. (Basılmamış Ders Notları. Yeditepe Ü. İletişim Fakültesi.
- Girgin, A. (2002a). Haber Ajansı. *Selçuk İletişim*, 109.
- Girgin, A. (2002b). *Uluslararası haber ajansları ve AA*. Der Yayınları.

- Gleditsch, N. P., Wallensteen, P., Eriksson, M., Margareta, S., ve Strand, H. (2002).  
Armed Conflict 1946-2001: A New Dataset: *Journal of Peace Research*.  
<https://doi.org/10.1177/0022343302039005007>
- Gönenç, Ö. (2000). *Agence France Presse ve Anadolu Ajansın karşılaştırması*. İstanbul Üniversitesi.
- Gönenç, Ö. (2010). *Dünya Medyası*. Truva Yayınları.
- Gray, David. E. (2004). *Doing research in the real world*. SAGE Publications.
- Hanitzsch, T. (2004). *Journalists as peacekeeping force? Peace journalism and mass communication theory (world)*. <https://doi.org/10.1080/14616700412331296419>
- Hanitzsch, T., ve Hoxha, A. (2014). News Production: Theory and Conceptual Framework Generic and conflict influences on the news production process. *INFORCORE*.
- Harrison, J. (2006). News. *Heidelberg Institute for International Conflict Research*. (2011)., London: Routledge.
- Hensel, P. R. (1996). Charting A Course To Conflict: Territorial Issues and Interstate Conflict, 1816-1992: *Conflict Management and Peace Science*.  
<https://doi.org/10.1177/073889429601500103>
- Hofstede, G. (1980). Country Comparison. *Hofstede Insights*. <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/>
- İHA, H. (2021). *Hakkımızda—İhlas Haber Ajansı—İha*.  
<https://www.iha.com.tr/hakkimizda.html>
- J.A. (2022, Haziran 11). *Information about UNB* [Whatsapp].
- Karasar, N. (2007). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (17th ed.). Nobel.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1, 62–80.

- Kasap, S. (2019). *AA 100. Yılına yeni vizyonuyla giriyor.*  
<https://www.aa.com.tr/tr/kurumsal-haberler/aa-100-yilina-yeni-vizyonuyla-giriyor/1632833>
- KİAK. (1994). *Kitle İletişim Araçları Ve Kamuoyu*. İktisadi Araştırmalar Vakfı Yayını.
- Kılıç, S. (2013). Sampling methods. *Journal of Mood Disorders*, 3(1), 44–45.  
<https://doi.org/10.5455/jmood.20130325011730>
- Koşar, E. S. (2015). Bir Haber Toplama Tekniği: Video Habercilik. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 27–41.
- Koyuncu, E. (2016). Haber ajanslarının hedef kitleye doğrudan ulaşımı ve etkileşimi üzerine bir inceleme: Instagram ve twitter örneği. *İNİF E-Dergi*, 54.
- Kriesberg, L. (1993). Intractable conflicts. *Peace Review*, 5(4), 417–421.  
<https://doi.org/10.1080/10402659308425753>
- Küçüköğlü, A., ve Kızıltaş, E. (2012). *A Comparison of Preschool Teacher Training Programs in the UK, Germany, France, Italy, Russia and Turkey*. 11.
- Kulikovskiy, A. V. (2014). *Sovremennoe İnformatsionnoe Agenstvo v Krgızskoy Respublike, Bişkek: KRSU*.
- Kundu, P., ve Hoque, M. (2019). *Digital Security Act- 2018 of Bangladesh; a Study on the Situation of Press Freedom and Journalistic Investigation*.
- Künye, İ. (2021). *Künye—İhlas Haber Ajansı—İha*. <https://www.ihha.com.tr/kunye.html>
- Lauterbach, U., ve Mitter, W. (1998). *THEORY AND METHODOLOGY OF INTERNATIONAL COMPARISONS*. CEDEFOP.
- Lee, S. T., ve Maslog, C. C. (2005). *War or Peace Journalism? Asian Newspaper Coverage of Conflicts | Journal of Communication | Oxford Academic*.  
<https://academic.oup.com/joc/article-abstract/55/2/311/4102995?login=true#no-access-message>

- Mitchell, C. R. (1991). Classifying Conflicts: Asymmetry and Resolution. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 23–38.
- Mogilevskaya, E. V. (2008). *Tipologicheskiye Priznaki Informatsionnyh Agentstv v Internetе. Vestnik VGU, 1, 207-213.*
- Morgan, D. L. (1996). *Focus groups as qualitative research*. Sage publications.
- Morgan, G., ve Smircich, L. (1980). *The case for qualitative research. Academy of management review.*
- Nossek, H. (2008). *News. In W. Donsbach, The International Encyclopedia of Communication.*
- OKA, (Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı). (2013). *Türkiye Ve Tr83 Bölgesinde Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği Ve Kalkınma,.*
- Ömer, Ö. (1999). “Haber Söylemi: Türk-Yunan İlişkilerine Yönelik Haberlerin Türk Basınında Sunumu.” *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi.*
- Özer, Ö. (2000). *Haberde egemen söylemin yeniden üretimi; Türk basınında Türkiye’deki İranlı muhaliflerle ilgili haberler. 77–97.*
- Özer, Ö. (2015). “*Teun Adrian v. Dijk’in Örneğinde Eleştirel Söylem Çözümlemesi.*” Literatürk.
- Özgen, M. (1998). *Gazetecinin Etik Kimliği*. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Özgüler, Prof. Dr. V. (2021, December 14). *Nicel Verilerin Analizi [Ders notları]*.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. SAGE Publications.
- Reuben, R. C. (2009). *The Impact of News Coverage on Conflict: Toward Greater Understanding*. *Marquette Law Review*, 44-83.
- Şahin, M. (2012). *Ajans Gazeteciliği ve Haber Ajansları*. Pelikan Yayıncılık.

- Saleh, M. A. (2018). *ULUSLARARASI HABER KANALLARINDA TERÖR HABERLERİNİN SUNUMU*: Anadolu Üniversitesi.
- Salı, Dr. J. B. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (3rd ed., Vol. 1–7). Anadolu Üniversitesi.
- Sandra, L. F., ve Stormy, P. T. (2017). *Data Saturation*.  
<https://doi.org/10.1002/9781118901731.iecrm0060>
- SCHNEİDER, Wolf. Paul-Josef, Raue. (2000). *Gazetecinin El Kitabı*. Konrad Adenauer Vakfı Yayını.
- Schudson, M. (1995). *The power of news*. Cambridge: Harvard University Press.
- Seale, C. (1999). *Quality in qualitative research*.  
<https://doi.org/10.1177/107780049900500402>
- Seçim, F., ve Seyfettin, T. (1994). *Haber ajansları*. Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Selman. (2021). *İhlas Haber Ajansı (İHA)—İhlas Holding A.Ş.*  
<https://www.ihlas.com.tr/ihlas-haber-ajansi-ihla>
- Shoemaker, P. J., ve Reese, S. D. (1996). *Mediating the message: Theories of influences on mass media content* (2nd ed). Longman.
- Şimşek, Prof. Dr. A. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (3rd ed., Vols. 3, 4, 5, 8). Anadolu Üniversitesi.
- Strauss, A., ve Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research*. Sage publications.
- Toker, E. (2022). *Türkiye'nin en büyük haber ajansı* [Kişisel iletişim].
- Tokgöz, O. (1972). *Haber toplayan ve satan kuruluşlar: Haber ajansları* (p. 144).
- Tokgöz, O. (1981). *Temel Gazetecilik*. S.B.F. Basın ve Yayın Yüksek Okulu Basımevi.  
<https://www.cag.edu.tr/uploads/site/lecturer-files/aet-216-temel-gazetecilik-tokgoz-1981-MmpK.pdf>
- Topuz, H. (1973). *Türk Basın Tarihi*. Gerçek Yayın evi.

- Torlak, Ö. (2000). Haber Pazarlaması. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1).
- UNB, N. (2022, November 5). *About UNB*. <http://unbnews.org/>
- UNESCO. (1953). *News Agencies Their Structure and Operation*. UNESCO.
- Vural, A. M. (2013). *Haber Türleri* (Vol. 1–02). Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Wilson, J. (1996). *Understanding Journalism: A guide to issues*. London ve New York: Routledge.
- Wolfsfeld, G. (2016). Promoting Peace through the News Media: Some Initial Lessons from the Oslo Peace Process. *Harvard International Journal of Press/Politics*. <https://doi.org/10.1177/1081180X97002004005>
- YBGTİÇKS. (1998). *Yerel Basında Gazetecinin Tanımı, İşlevi, Çalışma Koşulları Ve Sorunları*. Konrad Adenauer Vakfı Yayınları.
- Yıldırım, Prof. Dr. A., ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (6th ed.). Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, Prof. Dr. A., ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (10th ed.). Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, Prof. Dr. A., ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (10th ed.). Seçkin Yayıncılık.
- Zeytinli, M. (1996). Uluslar Arası Haber Dolaşımının Sorunları. *Yeni Türkiye Dergisi*, 1101.

## EKLER

### EK -1

#### Örnekleme dahil edilen haber ajanslarının resmi internet siteleri

- Anadolu Ajansı (AA)- <https://www.aa.com.tr/tr>
- İhlas Haber Ajansı (İHA)- <https://www.ihha.com.tr/>
- Bangladesh Sangbad Sangstha (BSS)- <https://www.bssnews.net/>
- United News of Bangladesh (UNB)- <https://unb.com.bd/>

## **EK- 2**

### **Araştırma kapsamında sorulan sorular**

#### **Kategori 1: Çalışma hayatı**

- Bir haber ajansı çalışanı olarak güne nasıl başlarsınız?
- Her sabah editör masasına bir gündem belirlemek zorunda mısınız?
- Evet ise, bu gündemlerini nasıl ayarlıyorsunuz?
- Haber üretim sürecinde geleneksel ve dijital haber toplam sistemlerinden nasıl faydalaniyorsunuz?

#### **Kategori 2: Haber kaynakları**

- Haber üretmek için kullandığınız kaynaklar nasıl oluşturduunuz/oluşturuyorsunuz?
- Sürekli siz mi haberin kaynağını buluyorsunuz yoksa kaynağın sizi bulduğu oluyor mu?
- E-posta yolu ya da diğer dijital ortamlardan gelen her haberi yayınlıyor musunuz yoksa burada ön denetim söz konusu mu? Varsa bu denetim neye göre belirliyorsunuz/belirleniyor?
- Haber kaynakları, bir haberinizi olumlu ya da olumsuz nasıl etkileyebiliyor?
- Haber kaynağı olarak sosyal medyayı nasıl kullanıyorsunuz?
- Sizin yaptığınız bir haber yayımlandıktan sonra yalan ya da eksik olduğunu öğrendiniz ya da iddia ediliyor-bu durumda ne yaparsınız?

#### **Kategori 2: İmkân ve yetenekler**

- Kurumunuz, haber üretmek için gereken tüm araç ve gereçler (Araç, telsiz, canlı yayın sistemi, dijital makineler vb.) karşılıyor mu yoksa kendisine ait ekipman kullanmak zorunda kalıyor musunuz?
- Verdiğiniz emeğinize göre ücret alabiliyor musunuz?

- Haber üretirken kadrolu olup olmamak size kurum içinde ve dışında ne gibi fayda sağlıyor ya da zorluğa sokabiliyor?
- İyi haber yaptığınız zaman ödüllendirme veya hatalı haber yaptığınız zaman herhangi bir yaptırım uygulanıyor mu? Açıklar mısınız?
- Çalışma ortamının düzen, deklarasyonundan memnun musunuz?
- Siz hangi alanda eğitim aldınız? Sizce gazetecili olmak için üniversitede Gazetecilik/İletişim eğitimi almak gerekli mi yoksa herhangi bir alandan gelip bu işi yapabilir mi? Siz bu durumu nasıl değerlendiriyorsunuz?

#### **Kategori 4: Çalışma özgürlüğü**

- Ülkenizin ve kurumunuzun siyasi duruşu, sizin haber üretim sürecinizi etkiliyor mu?

#### **Kategori 5: Sıcak haber ve özel haber takibi**

- Acil olmayan magazin tipi haberleri (Özel haber) ve sıcak haber takibinin süreçleri arasındane gibi farklar yaşıyorsunuz? Sizin için hangisi kolay ya da zor. Neden?

#### **Kategori 6: Kişisel değerlendirme**

- Son olarak kurumunuza yönelik bir şeyler söylemek ister misiniz?