GAZETELERDE GÖRSEL TASARIM YANLILIĞI

Sibel Onursoy*

ÖZET

Haber söyleminde yapısal yanlılık okunduğu zaman anlaşılabilir, aynı şekilde haberin görsel tasarımı da bir araç olarak kullanıldığında haberde yanlılık görülebilir. Bir haberin sayfadaki tasarımıyla gösterilmesi ya da gizlenmesi mümkündür.

Bu çalışmada, haberlerde yönlendirme amacıyla, sayfa tasarımının bir araç olarak kullanımı; haberlerin geçiştirilmesinde ve önemsiz sayılabilecek haberlerin dikkat çekmesinde tasarım elemanlarının ifadeci niteliklerinin rolü konu edilmektedir. Fotoğraf, grafik, renk, hiyerarşi, ardışıklık, başlıklar ve metinler haberlerin kullanımı haberin vurgulanmasında etkisi olan elemanlardır. Gazeteler sayfa düzenleri ile de kendilerine özgü bir birleşim oluşturabilirler. Büyük puntolarla basılan başlıklar, farklı puntolarla oluşturulan alt başlıklar, fotoğraflar kendilerine özgü bir birleşimi okura yansıtır. Bu bağlamda haber sunumunda haberi okura önemsettirmek ya da tersi bir tutum izlemek mümkün olabilir. Bu durum haberlerin sayfa düzeni ile de bir yanlılık içerisinde verilebileceği yargısı ile değerlendirilebilir.

Anahtar sözcükler: yanlılık, dizayn, gazetecilik

ABSTRACT

Structural partiality is to be understood in the news when it is read. Nevertheless visual design of the news used as a tool for the partiality. A news is to appear or to hide with visual design.

This study discusses, page design is used as a tool for partially goal, in this way the news is to pass over lightly or to atract attention. Design elements is important role in the subject. Besides it is found the relation between reader and page design, enter the page and enter the page elements, importance of the images.

They are effective for stressing the news, such as photographs, graphics, color, hierarchy, sequency, heads, text. This elements are put the news on different sense. So the partiality is occur in the news presentation.

Keywords: partiality, design, journalism.

GİRİŞ

İnsanoğlunun varoluşundan bu yana görsel uyarıcılar ya da elemanlar iletişimde anahtar olmuştur. Mağara duvarlarına kazınan sembollerden bu yana gelişen işaretlerle bilgi taşıma işlevi, bu günün dünyasında da etkin iletişim araçlarıyla sürmektedir.

Bu araştırmada görsel tasarımın haber söyleminde bir yanlılık oluşturabileceği konu edilmektedir. Bir haberin, görsel elemanların kullanım biçimleriyle ve düzeniyle gösterilebileceği gibi, gizlenmesi de mümkün olabilmektedir. Dolayısıyla haberlerin sunumunda yönlendirme amacıyla, sayfa tasarımının bir araç olarak kullanımı söz konusudur. Bu çalışmanın ilk bölümünde bir haberin ön plana çıkarılmasında ya da geçiştirilmesinde rol oynayan etkenler hakkında bilgiler yer almaktadır. İkinci bölümde ise, Türk basınına yansıyan dikkati çeken ya da gizlenen bazı haberlerin tasarım düzeniyle ilişkili olarak ortaya çıkan yanlılık durumu değerlendirilmektedir.

Günümüzde görsel öğelerin işlevinin değiştiği kabul edilebilir. Başka bir ifadeyle günümüz iletişim sürecinde, görsel öğelerin dekoratif amaçlı işlevi kaybolmakta ve daha çok iletişim amaçlı işlevi önem kazanmaktadır. İletişimde görsel öğelerin kullanılış tarzı, haberin okunmasında etkindir. Haber içeriklerinde tarafsız olunabilir ancak tasarımıyla haberin gerçek değerini gizlemek de etik açıdan uygun değildir.

- *Gazetelerde, görsel olarak elemanların düzenleniş biçimleriyle görsel etki alanı oluşturmasına rağmen, çekici görsel bilgilere yer verilmeksizin dikkat çekmeyen düzenlemeler yapılarak haberin ortaya çıkarılmasında yanlılık oluşturulabilir.*

* Yrd. Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi

Gazete tasarımında görsel elemanlar sayfa üzerine yerleştirilirken okura rehberlik edecek bir yol oluşturulmaktadır. Tasarımcı okurun ilk önce bakmasını istediği haberi, başlık ya da fotoğraf gibi büyük bir görsel elemanla dikkat çekici duruma getirir. Daha sonra ikinci bir haberi ikincil büyüklükte görsel öğelerle bezeyerek görsel bir hiyerarşi oluşturarak bir okuma düzeni sunar. Bu düzeni oluştururken de birinci sırayı verebileceği haberi çok küçük puntolarla ve fotoğrafsız ya da renksiz sunması da mümkündür. Önemli sayılacak bir haberin bu şekilde okunurluğunu azaltmak ya da dikkatleri başka haberlere çekmek bir taraflılık durumu sayılabilir.

- *Dikkat çekici görsel elemanların kullanımı, haberin vurgulanması ile ilişkilidir.*

Haberin ilk bakışta dikkati çekmesinde çoğu zaman büyük fotoğraf, büyük başlık ve renk gibi elemanlar etkilidir. Bu elemanların büyüklükleri de dikkat çekmede en büyük paya sahiptir. Dolayısıyla haberin vurgulanışı ile bu elemanların kullanılış şekli ilişkilidir. Büyük fotoğraf, başlık, renk ve grafik gibi elemanların küçük kullanılması ya da hiç bulundurulmaması haberi geri plana iter. Elbetteki her haberin fotoğraflı olması beklenemez. Ancak, bu durumda renk ve başlık gibi diğer öğeler bu görevi üstlenebilir.

Geleneksel olarak, ilk sayfalarda görsel elemanlarla okuru çekme, fotoğraf, başlık, boyut ve renk gibi temel görsel elemanlar ile sağlanır. Bu özellik online gazetelere de yansımaktadır. Fotoğraf, başlık, renk gibi görsel elemanlar kullanıcıyı cezbedebilecek şekilde diğer elemanlardan büyük kullanılır ve genellikle belli bölgelerine tıklandığında etkileşimli bağlantı sağlayan bir grafik kombinasyonu oluşturmaktadırlar (Dinucci ve Guidice 1998:126). Basılı versiyonlarda haber içeriğini tam anlamıyla yansıtmaya yönelik bir grafik kullanımı oluşturulur iken online versiyonlarda yeni ve sınırlılıkları olan bir ortama uygulanmaya çalışılan bir grafik kullanım ortaya çıkmaktadır.

1.1. OKUR VE SAYFA TASARIMI İLİŞKİSİ

Okur araştırmaları konusunda güncel araştırmalar gerçekleştiren Poynter Institute hazırladıkları gazete prototiplerini okur üzerinde birçok cihaz aracılığıyla ölçerek okur ve gazete okuma davranışları üzerine bir çok önemli sonuç ortaya koymuşlardır. Poynter Eye Track araştırmalarında ortaya çıkan sonuçlara göre, okurların genelde gazeteye soldan sağa doğru değil de sağ köşeden okumaya başladığı sonrada sola doğru hareket ettiği görülmektedir. Araştırmalar, okurların sayfaya girerken editörün istediği yönlendirmeyi izleyerek sağ, sol ya da ortadan başladıklarını da göstermektedir (Garcia ve Stark 1990:vi)

Araştırma sonuçları şöyle sıralanabilir:

- Renk, sayfada okura baştan sona rehberlik eder. Tasarımcılar görsel düzenleme yaparken süslemeden çok rengin bu özelliğinden yararlanırlar.
- Okurlara seçim hakkı tanındığında siyah-beyaz yerine renkliyi tercih eder.
- Renk tonlarıyla sarılan bir metin daha çarpıcı görünür.
- Fotoğrafın yerleşimi ve boyutu, renkli ve siyah-beyaz oluşundan daha fazla önem taşır.
- Rengin düzenlenişi okurun sayfadaki göz hareketlerinde tamamen etkilidir (Garcia ve Stark 1990:2).

Okuma işlevi dört evrede oluşur:

1. *Fırsat yaratma:* başlık, fotoğraf, çizgi, ve haber gibi her eleman bir okuma fırsatı yaratır.

2. *Okumanın ortaya çıkması:* Okurun başlık, fotoğraf, çizgi, ve haber gibi elemanlara bakmasıdır.

3. *Okuma:* Eğer okurun gözü satır aralarında soldan sağa gezinmeye başlamış ise okuma gerçekleşir.

4. *Derin okuma*: bir metnin en az yarısı okunduğunda derinden okunduğu düşünülür (Garcia ve Stark 1990: 40).

Okurlar sayfaya tek bir ünite olarak bakarlar. Tasarımcılar bunu göz önünde bulundurmalıdır. Günümüz gazetelerinde çok aşırı renkli geleneksel yaklaşımlar okur tarafından hoş görülmemektedir (Garcia ve Stark 1990: vii).

1.2. SAYFAYA GİRİŞ NOKTASI

Fotoğraf ve grafikler, renk söz konusu olmadan sayfada giriş noktası oluşturur.

Ön sayfalardaki promosyon kutuları genellikle çoğu okurun dikkatini çeker.

Okurlar genellikle sayfaya, baskın büyük bir fotoğraf ve onu vurgulayan bir başlıkla ya da ikinci bir diğer fotoğrafla girerler. Sayfanın üst sağ bölümünde yer alan baskın bir fotoğrafla sayfaya girer ve sonra baskın başlığa bakar sonra da sayfanın sol tarafındaki bir fotoğrafla devam eder (Garcia ve Stark 1990: 25).

Yan yana sayfalarda giriş noktası

Yan yana sayfalarda Eye-track araştırmalarına göre okur önce her iki sayfayı da hızlı bir süpürme hareketiyle taramaktadır. Sayfa sınırlarını geçmekle kalmaz aynı zamanda baskın görsel eleman neredeyse ona yönlenir. Bu davranış sayfa tasarımcıları için önemlidir. Sayfa üzerindeki elemanların yerleştirilişinde hiyerarşi okurun dikkatini çekmede önemli rol oynar. Sayfada baskın olarak nitelendirilen büyük fotoğraf genellikle okurun sayfa seyahatinde durdurucu bir elemandır. Daha sonraki en baskın eleman ikinci durdurucu olur.

Renk de boyutuna bağlı olarak sayfada baskınlık sağlar. İki sayfa arasında göze rehberlik ederek, iki sayfa arasında ilk anda ya da ikincil olarak dikkati çekmede etkindir (Garcia ve Stark 1990: 30).

Sayfalarda siyah beyaz fotoğrafların etkisi

Bir sayfada siyah beyaz fotoğrafın dikkat çekişi boyutuyla ilişkilidir. Siyah-beyaz olsun ya da renkli olsun giriş noktası büyük boyuttaki bir fotoğraftır.

1.3. GÖRÜNTÜNÜN ÖNEMİ

Görüntü denildiğinde çoğunlukla akla gelen fotoğraf olmaktadır. Günümüz basınında fotoğraf haberin yanında yer alarak bir yandan haberin gerçekliğini yansıtır, bir yandan da okurun dikkatini çeker. Bu nedenle fotoğraf seçilirken önemsenmeden rasgele bir doküman yerleştirmek, sadece boşlukları doldurmaktır. İyi seçilmiş bir görüntü yerleştirmek ise gazeteciliktir. Bazı durumlarda bir fotoğrafın anlattığı şey sayfalarca yazılsa anlatılamaz (Dağlı 1995: 121).

Nevzat Dağlı'ya göre (1995:122) sayfaya görüntü seçilirken iki ölçüt göz önünde bulundurulmalıdır**.**

- Görüntü konuşur gibi canlı olmalı ve okura haberi duyumsatmalı ve gerçeği yansıtmalıdır.
- Görüntü teknik açıdan da iyi nitelikler taşımalıdır.

Bu ölçütlere göre seçim şu özelliklere göre yapılmalıdır.

a. Görüntünün gazetenin üslubuna uygunluğu

b. Görüntüyle desteklenen haberin bilgi ve haber değeri

c. Sanatsal değeri ya da niteliği

d. Görüntünün çekim kurallarına uyumu ve konuyu sunuşu

e. Görüntünün baskı yöntemleriyle basılmaya uygunluğu

f. Görüntünün tekliği (başkasında olmayışı) (Dağlı 1995:121)

1.4. HABERLERİN VURGULANMASINDA YA DA GİZLENMESİNDE ROL OYNAYAN ETKENLER

Sayfalarda görsel elemanlarla okuru çekme, fotoğraf, başlık, boyut ve renk gibi temel görsel elemanlar ile sağlanır.

Fotoğraflar

Fotoğraflar, gerçeği yansıtan elemanlardır. Sayfaya girmesi için kararlaştırılan fotoğraflarda seçimi yapan birey ya da sorumlu kişi eleştirel bir bakış açısı ile bunu gerçekleştirmelidir. Dikkat çekecek bir görüntü ile açılış yapılmalı küçük fotoğraflarla da haber ya da olay çeşitlendirilmelidir (Gezgin 2002: 148).

Büyük fotoğrafların okurun sayfaya çekilmesinde büyük rol oynadığı bilinmektedir. Renkli fotoğraf okuru daha fazla çeker, ancak, içerik, boyut ve fotoğrafın yerleştirilmesi daha önemlidir. Sayfada renkli ve tek fotoğraf her zaman

güçlü bir mıknatıs değildir. (Garcia ve Stark 1990: vi) Fotoğrafın yerleşimi ve boyutu, renkli ve siyah-beyaz oluşundan daha fazla önem taşır.

Fotoğraf ve çerçevelendikleri renkler

Eğer bir fotoğrafın arka plan rengi ya da çerçevesi fotoğraf içindeki baskın rengin yarı tonunda verilirse fotoğraf bu zeminden doğuyormuş gibi görünür. Ancak arka plan rengi fotoğraftaki baskın rengin zıt rengiyle verilirse fotoğraf ön plana çıkar ve üç boyutlu bir görünüme kavuşur (Garcia ve Stark 1990: 23).

Grafikler

Grafikler de fotoğraf gibi dikkati çeken görsel elemanlardır. Bu objeler ne çok soyut ne de çok gerçekçi olmalıdır. Sıkça rastlanılmayan objeleri kullanmak için ise bir ölçek kullanılmalıdır.

Rahatsızlık verici zeminler kullanmak yerine derinlik yaratmaya çalışılmalıdır. Ön zeminde farklı objeler kullanarak derinlik yaratılabilir. Bilgi sunumu için grafikler gereklidir (http:// www.kalite ofisi.com *Görsel Tasarım* 13.04. 2004:15).

Renk

İnsanoğlu renkli bir dünyada yaşamaktadır. Renkli gazete sayfaları ve reklamlar okurları çekmektedir. Bundan dolayı bir çok profesyonel gazeteci, editör sanatçı ve tasarımcılar rengi kullanırlar (Garcia ve Stark 1990: vi).

Sanatçılar rengin izleyiciler üzerinde yüzyıllardır farklı duygular ve güçlü moraller uyandırdığını bilirler, örneğin kırmızı ve sarı yoğun kullanıldıklarında dikkat çekicidir ancak aşırı yoğunlaştıklarında rahatsızlık verici duyumlara neden olabilirler (Adam 2004).

Renkler onları çevreleyen diğer renkler ile de farklı uyumlar oluştururlar. Örneğin açık renkler içerside verilen koyu renkler, daha hafif ve gözü yormayan sunumlar sağlarlar.

Gri renk nötrdür ve içinde bulunduğu rengin tamamlayıcısına doğru kayar. Örneğin mavi ile çevrelenen gri, mavinin tamamlayıcı rengi turuncuya doğru kayar (Adam 2004).

Renk kullanımı bir kural değil araçtır. Renk gazetelerde her zaman için karşı konulmaz bir güç oluşturmaktadır. Renk dikkati çeker ancak, görsel bilgi kazanımını sağlamaz. Editörler rengi okuru çekmek için bir araç olarak kullanırlar. Renk bağımsız ve çalışmıyormuş gibi görünse de aslında (sinerji) görevdeştir. Editörler rengi okurun sayfadaki seyahatinde bir zenginlik olarak kullanabilirler. Ancak sayfadaki pozisyon, boyut, düzen ve fotoğraf içeriği önemlidir.

Bazı editörlere göre haberlerde rengin sihri işe yaramayabilir. Editör sayfada okurun izleyeceği bir yol yaratmalıdır ve bütün araçları kullanmalıdır. Önemli olan en ilginç, en önemli ve en değerli haberi iletmektir. Bunun için yakalayıcı bir boşluk, çekici bir illustrasyon, iyi bir anlatım bazen de renk iyi bir araçtır. Renk kullanımı editöryal deneyim ister ve özellikle sürekli okurlar için okura estetik bir çevre yaratır. Renk çekiciliği için kullanıldığında bilginin iletimine yardım eder. Bazen hatırlatıcı nitelikte de kullanılır ve zenginleştirici olarak kullanıldığında gazetecilik kararlarını destekleyici etkisi vardır (Garcia ve Stark 1990: vii).

Renk yalnız olduğunda satışı artırır. İçeriğin renkli olması, sayfadaki renklilikten daha önemlidir. Renk özellikle genç okurlar için çekici olsa da metinleri vurgular ancak okunmayı artırmaz (Garcia ve Stark 1990: 42).

Önemli haberlere dikkat çekmek için, parlak ve açık renkler kullanılır, ancak renk sayısının artırılması karışıklığa neden olur (http://www. kalite ofisi.com, 2004:16).

Hiyerarşi

Okurun dikkatini en iyi çeken iyi tasarlanmış bir yayın bilgiye rehberlik eder. Sayfada yaratılan hiyerarşiyle okura önderlik edilir, kurulan uyumlu hareket yapısıyla ya da başka bir deyişle hiyerarşi ile anlaşılabilirlik artırılır. Hiyerarşi oluşturulurken benzer şekiller ve benzer alanlar sıkıcılık getirir. Zıtlık ise gerilim yaratarak bir elemandan diğerine geçişi, ilerlemeyi sağlar. Örneğin, renk, şekil ve boyut zıtlık için birer araçtır (Garcia ve Stark 1990: 36).

Ardışıklık/sıralanma

Doğal olarak göz sağ sayfadan sol sayfaya, renkliden siyah-beyaza büyük elemandan küçük elemana ilerlemektedir. Bu da yaratıcı olmayı gerektirir. Renk boyut ve şekil gibi güçlü elemanlar yönlendirici olabilirler. Ardarda gelme, sayfalar arasında okuru yönlendirme açısından değerli bir araçtır (Garcia ve Stark 1990: 37).

Görsel ve yazılı elemanlar izleyicinin dikkatini önemli ayrıntılara yönlendirecek şekilde sıralanmalıdır. Çizgi, alan ve biçimlerin ayarlaması dikkat gerektiren en önemli bileşenlerdir.

Tanıdık geometrik şekiller (dikdörtgen, oval, üçgen) okurların çoğunun aşina olduğu şekiller olduğu için sayfalarda çalışılabilecek en iyi şablonları oluşturmaktadır. Aynı zamanda alfabedeki C, O, S, L, T ve U biçimleri de aynı etkiyi gösterir ve sunumun altında yatan fikri de sembolize etmek için kullanılabilir. (http:// www.kaliteofisi.com, 2004:16).

Başlıklar

Başlıklar dikkat çekecek şekilde tasarlanır. Başlık siyah beyaz bir fotoğrafın yanında ise okunurluğu daha çok artar. Başlıklarda boyut da bir fark yaratır. Tek sütuna verilen başlık, birden çok sütunda verilenden daha az okunur. Spor sayfaları dışında dişi ve siyah verilen başlıklar aynı etkidedir. Başlık ve fotoğraflar ikincil göz hareketini eşit şekilde paylaşır. (Garcia ve Stark 1990: 40).

Metin

Metinler, dikkat çekmede fotoğraf ya da başlıklar kadar etkili değildir. Fotoğraflar dikkati çeker ancak metinlerin okunmasını garantilemez (Garcia ve Stark 1990: 41).

Kısa yazılar

Kısa yazılar okurlar arasında oldukça yaygındır. İki ya da üç sütunlu kısa yazı kutuları genellikle okunur. Haber kutularının renkli oluşu okuru etkilemez (Garcia ve Stark 1990: 41).

2. YÖNTEM

Bu çalışmada evreni bir kısmı Doğan gurubuna ait 4 Mart 2000 tarihli dokuz ulusal gazete oluşturmaktadır. Bu tarihin seçilme gerekçesi POAŞ'ın satış haberlerinin bütün gazetelerde yer almasıdır. Gazetelerin birinci sayfalar ele alınmıştır ve dokuz gazeteden dördü POAŞ satışı ile doğrudan ilişkili Doğan Gurubuna ait gazetelerdir.

Çalışmadaki gözlem birimleri; fotoğraflar, grafikler, renk kullanımı, hiyerarşi, ardışıklık, başlıklar ve metinlerdir. Gözlem tekniği ile gözlem birimlerinin nasıl ve hangi koşullarda kullanıldığı açıklanmaktadır.

Sonuç olarak, gazeteler arasında sunum farklılıklarından doğan bir yanlılık olup olmadığı değerlendirilmiştir.

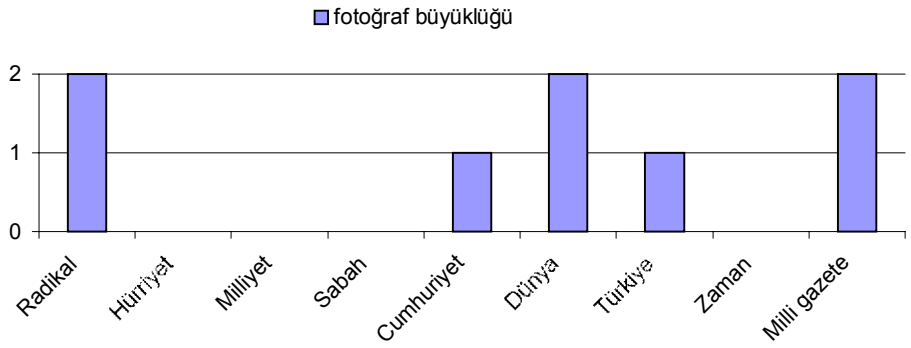
3. BULGULAR VE YORUM

Ele alınan gazetelerde bazı gazeteler POAŞ haberini fotoğrafla birlikte vermiştir. Bulgulara göre ele alınan gazetelerde POAŞ haberlerinin fotoğraflı dağılımı şöyledir:

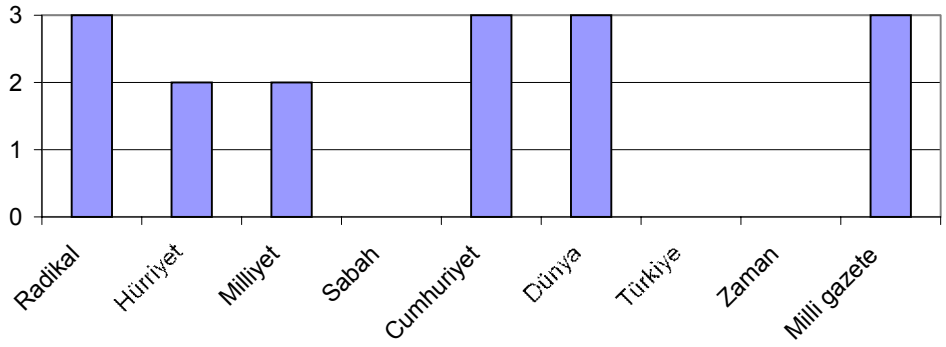
POAŞ haberini fotoğraflı veren gazeteler	**POAŞ haberini fotoğrafsız veren gazeteler**
Radikal	Hürriyet
Cumhuriyet	Milliyet
Dünya	Sabah
Türkiye	Zaman
Milli Gazete	

Doğan gurubundan sadece Radikal gazetesi fotoğraflı olarak POAŞ haberine yer verirken Cumhuriyet, Dünya, Milli Gazete ve Türkiye gazeteleri de haberi fotoğrafla birlikte sunmaktadır. Fotoğraflar okurun sayfaya çekilmesinde büyük rol oynuyor ise Hürriyet, Milliyet ve Zaman gazeteleri bu görsel elemanı dikkat çekme öğesi olarak kullanmamıştır.

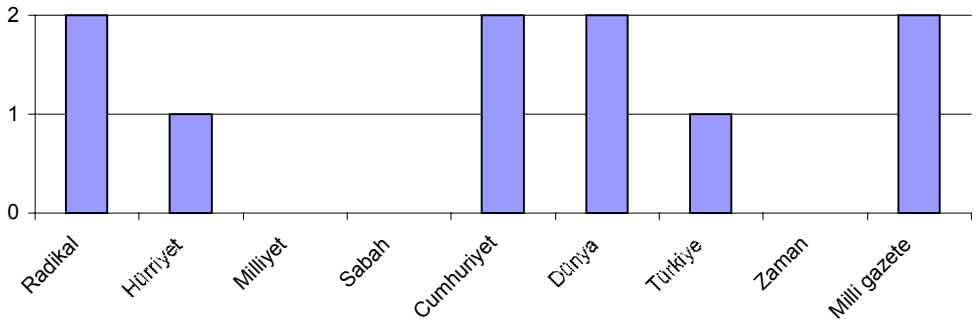
Grafik 1. POAŞ haberlerinde fotoğrafı giriş noktası olarak kullanan gazeteler



Grafik 2. POAŞ haberlerinin sayfaya göre büyüklüğü



Grafik 3. POAŞ haberlerinde renkli sunum



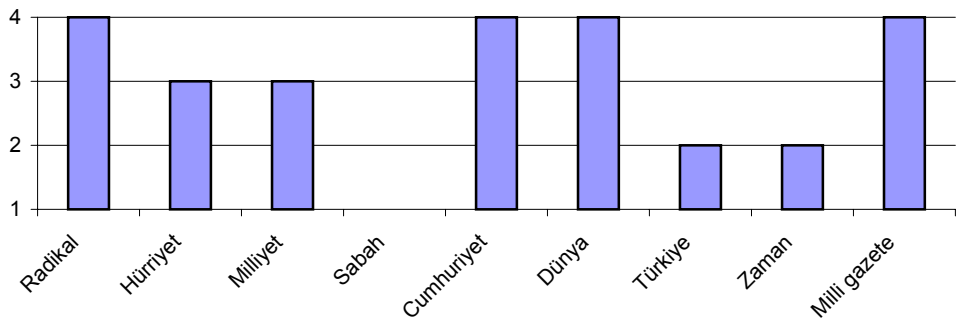
Fotoğraf büyüklükleri açısında eldeki gazeteler değerlendirildiğinde, POAŞ haberi fotoğraflarını sayfalarında en büyük boyutta kullanan gazeteler Radikal, Dünya ve Milli Gazetedir. Cumhuriyet ve Türkiye gazetelerinde kullanılan fotoğraflar ikincil boyuttadır. Bu durumda bu üç gazete yani Radikal, Dünya ve Milli Gazete fotoğrafla habere direkt olarak dikkati çekmeyi amaçlamıştır (Grafik 1).

En büyük haber alanını POAŞ haberine ayıran gazeteler Radikal, Cumhuriyet, Dünya ve Milli gazetedir. Hürriyet ve Milliyet ise ikincil büyüklükte yer vermektedir. Bu verilere bakarak Doğan gurubu olarak Radikal, Milliyet ve Hürriyet gazetelerinin haber büyüklüklerine bakarak POAŞ haberini vurguladığını söyleyebiliriz. Cumhuriyet, Dünya ve Zaman gazeteleri de en büyük haber alanını bu habere ayırmışlardır (Grafik 2).

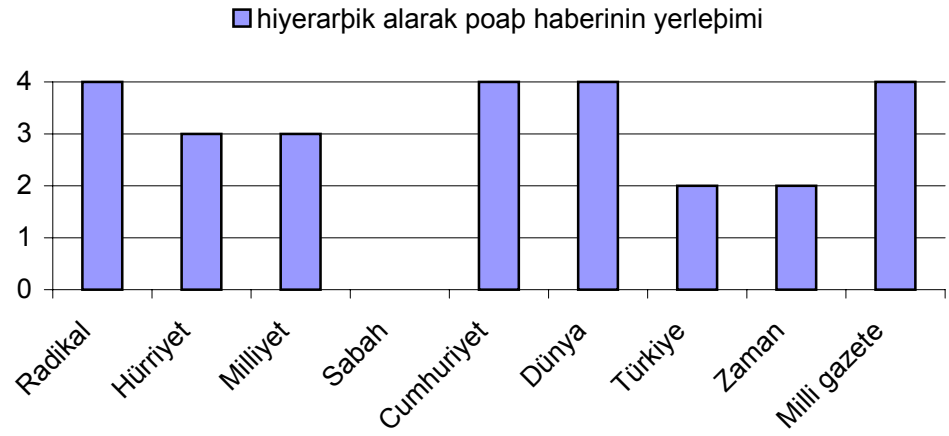
Renkli sunumları değerlendirdiğimizde Radikal, Cumhuriyet, Dünya ve Milli Gazete rengi diğerlerine göre iki kat daha cezbedici bir öğe olarak kullanma gayreti içersindedir. Hürriyet ve Türkiye daha soluk renkleri tercih etmiştir. Bu durumda renk tam anlamıyla dikkat çekme görevinde değildir (Grafik 3).

Haber başlıkları incelendiğinde POAŞ haberinin başlığı, Radikal, Cumhuriyet, Dünya ve Milli Gazetede manşetten, Hürriyet ve Milliyet de ise ikincil, Türkiye ve zaman gazetelerinde ise üçüncül durumdadır. Sabahta ise başlık büyüklüğü daha küçük oranda kullanılmıştır (Grafik 4).

Grafik 4. POAŞ haberlerinde gazetelere göre başlık büyüklüğü



Grafik 5.Gazetelerin ilk sayfalarýnda haber hiyerarþisi

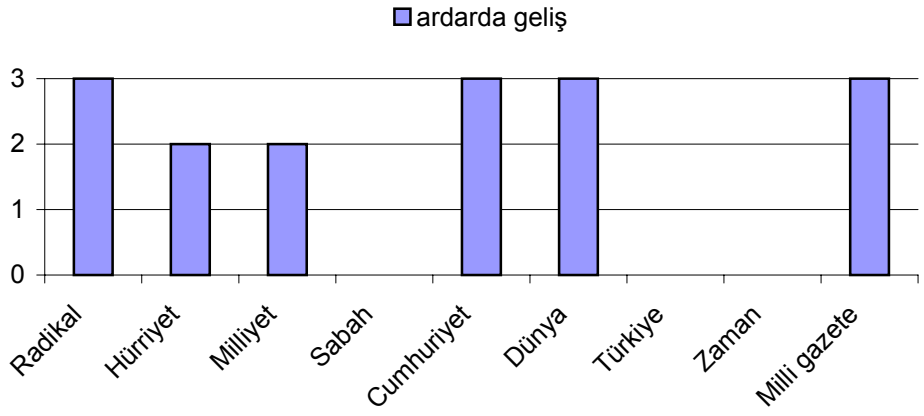


Haber hiyerarşisi açısından bakıldığında Radikal, Cumhuriyet, Dünya ve Milli gazetede POAŞ haberi ilk sıradadır. Hürriyet ve Milliyette ikinci Türkiye ve zamanda üçüncü sırada sabahta ise yine daha alt sıralardadır (Grafik 5).

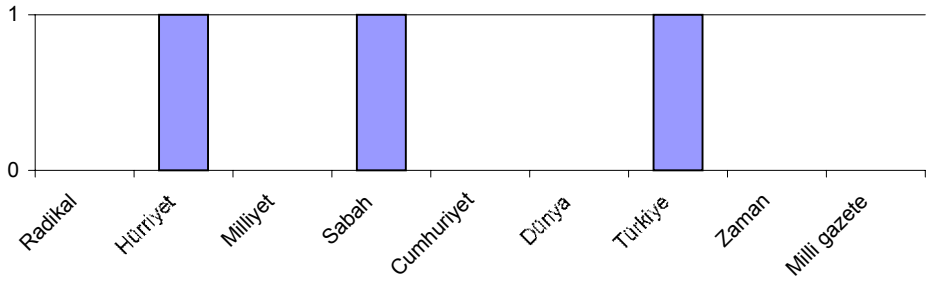
Okura rehberlik etme amacıyla haberlerin sunum sırasında POAŞ haberine yine ilk sırayı veren gazeteler Radikal, Cumhuriyet, Dünya ve Milli gazetedir Türkiye, Zaman ve sabah okuma rehberliğinde haberi geri planda bırakmıştır (Grafik 6).

POAŞ haberini renkli kutuda veren gazeteler Hürriyet, Sabah ve Türkiye'dir. Ancak Sabah ve Hürriyet gazetesi habere renksiz ya da nötr olarak nitelendirilen gri rengi zemin olarak kullanmıştır. Hürriyet gazetesinde başlık güçlü sarı bir çizgi ile desteklenmektedir. Sarı rengin dikkat çekici renk olduğunu düşünüldüğünde habere baktırma amacı hissedilebilir (Grafik 7).

Grafik 6.Okura rehber olarak sunulan haber sıralamasında POAŞ haberi



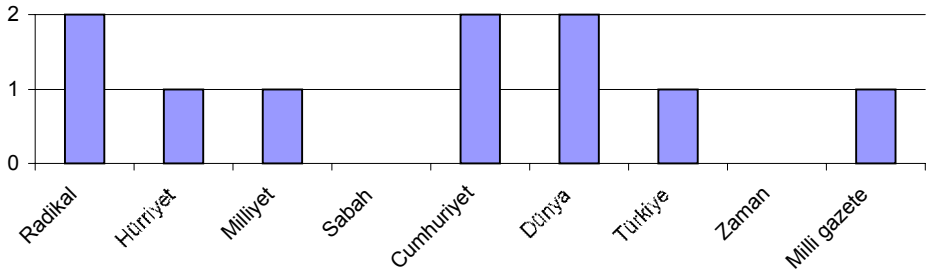
Grafik 7. POAŞ haberini renkli kutuda veren gazeteler



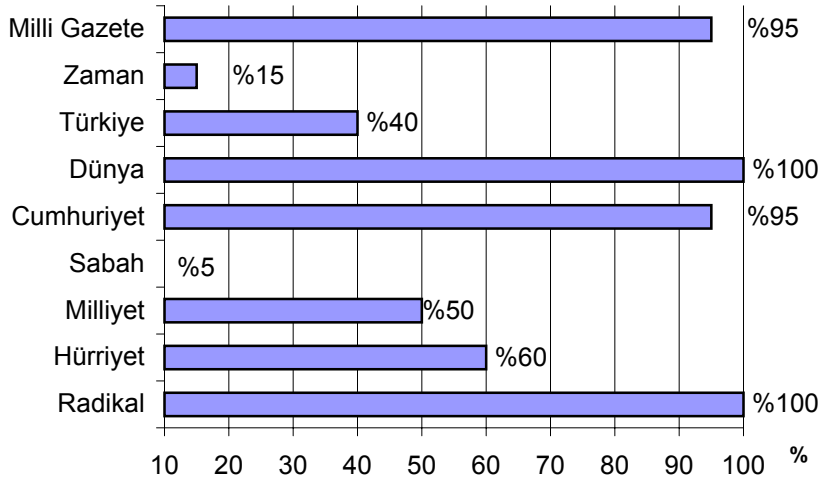
Diğer gazeteler ise beyaz rengi zemin olarak tercih etmişlerdir. Renk metinleri biraz vurgulamakla birlikte okunmayı artırmaz. Önemli haberlere dikkat çekmek için en parlak ve açık renkleri kullanmak gerekir. Bu durumda gri rengin dikkat çekmesi söz konusu değildir.

Gazeteler, metin uzunluğu bakımından değerlendirildiğinde yine Radikal, Cumhuriyet, ve Dünya diğerlerine göre daha uzun metine yer vermekte Hürriyet, Milliyet, Türkiye ve Milli Gazete'de daha kısadır. Zaman ile Sabah gazetelerinin de kısa metin sunduğu (Grafik 8) ve haberi geri plana aldığı söylenebilir

Grafik 8. POAŞ haberlerinde metin uzunluğu



Grafik 9. Gazetelerde görsel öğelerin % olarak dikkat çekme yaklaşımı



Poaş haberini ön planda vurgulayan gazetelerden Milli gazete ve Cumhuriyet habere olumsuz yakalaşarak haberi ön plana çıkarmaktadırlar. Aynı zamanda Doğan gurubu gazeteleri Milliyet, Hürriyet ve Radikal'de olumlu bakış açısındadırlar. Ancak Dünya gazetesi haberi ön plana çıkartırken nötr bir tutum sergilemektedir. Zaman ve Türkiye haberi çok fazla ön plana çıkarmamakla birlikte nötr bir yaklaşım göstermektedirler. Ancak, haberin vurgulanması konusunda Sabah gazetesinde görsel elemanların kullanımı haberin arka plana alındığını göstermektedir. Bu bağlamda haberi adeta gizlemektedir. Farklı görsel sunumla haberi geri plana itmek mümkün olabileceğine göre bir yanlılık oluşturulması mümkündür. Bu durumda Sabah ve Zaman gazeteleri tarafsız bir söylemin altında görsel olarak haberi geri planda sunmaktadırlar. Bu da ister istemez haber sunumunda görsel olarak bir yanlılık olabileceği fikrini ortaya koymaktadır.

SONUÇ

Tarafsızlık ve doğru habercilik ifadesi medya kuruluşlarının tanıtımlarında sık karşılaşılan ifadeler ve bu kavramlar yayın yapmayı meslek edinen bireylerin sahiplenmesi gereken iletişim dünyasını kuşatan ilkelerdir. Haberlerin manipüle edilmesi, taraflı bir şekilde verilmesi, nesnelliğin yerine getirilmemesi konusu günümüzde hala tartışılmaktadır. Nesnellik ilkesi

uyarınca olayların haber haline dönüştürülmesinde, gazeteci, kendi kişisel görüşlerini bir tarafa bırakarak büyük ölçüde resmi kaynakların ifadelerine yer verir (Yılmaz 2001:67).

Tarafsız ve nesnel olma adına haberin hazırlanma sürecinde kaynak kişilerle kurulan ilişki ve haberin dili büyük rol oynuyor. Haber bir yandan günlük iletişim dilini kullanıyor yani Türkçe'yi ve aynı zamanda medyanın olanaklı kıldığı tüm kod sistemini de içinde barındırıyor. Konu bu şekilde ele alındığında farklı iletişim araçlarının farklı kodlar ile farklı anlam ürettikleri görülmektedir. Örneğin yazılı basın sadece konuşma dilindeki sözcükleri ve cümle yapılarını kullanmakla kalmıyor her gazete, her sayfa düzeninde kendine özgü bir sentaks oluşturuyor. Bu sentaks, Büyük puntolarla basılan başlıklar, farklı puntolarla oluşturulan altbaşlıklar, fotoğraflar ve sayfa düzenini içeriyor (İnal 1995:111-135). Dolayısıyla anlamlar sadece günlük dil aracılığı ile değil farklı araçların kullandıkları özgün kodlar aracılığı ile okura ulaşıyor.

Bu çalışmada, gazetelerin, haber dilinde yanlılık olup olmadığı bir tarafa bırakılmış, sayfa düzeni ile birlikte oluşturulan özgün kodlar çözümlenerek, haber sunumunda haberi daha az önemsettirme ya da sönükleştirme tutumu izleyip izlemediği ortaya konmuştur. Tasarım sentaksı oluşturulurken haber gizlenebildiğine ya da sayfada bağırır gibi gösterilebildiğine göre görüntü ile de bir yanlılık oluşturabilir.

Haber editörleri gazetenin ya patronun uygulamaya çalıştığı genel yayın politikasına göre haberlere değer biçen gazetecidir (Bridges 1991:719). Editörler gazetelerde bölüm sorumlusu, tasarımcı gibi çalışarak okurun ilgisini çekecek şekilde haberlerin başlıklarını, spotlarını fotoaltını düzelten gerektiğinde yeniden yazan ve haber içeriğinin kurgulanmasından sorumlu gazetecilerdir (Yüksel ve Gürcan 2000:26). Mesleklerin uluslararası standart sınıflamasına göre editör, gazetelerde ve süreli yayınlarda malzemeyi seçer, gözden geçirir, ve yayına hazırlar. Muhabirlere ve fotoğrafçılara görev dağıtır, sunulan raporları, yorumları ve fotoğrafları değerlendirir. Hangi haberlerin yayınlanacağına karar verir. Yazıların yayın ilkelerine uygunluğunu inceler ve gerektiğinde kaleme alır. Verilecek haberlerin yerlerini ve sütunlarını kararlaştırır. Bu nedenle editör her baskının görünüşünü ve içeriğini yönlendiren anahtar kişidir. Editör yardımcıları da mesleklerin uluslararası sınıflandırmasına göre gazetelerde yayınların çıkarılmasına yardımcı olur. Yazım ilkelerine uygunluğu denetler ve standart referansları kullanarak yazılardaki verileri doğrular. Sayfa düzenini, resimlerin yerlerini ve büyüklüklerini göstererek hazırlar, başlıkları ve alt başlıkları seçer (Bohere 1986:14-15). Bu tanımlara göre Türkiye'de yazı işleri müdürü ya da genel yayın yönetmeni adları ile tanımlanan editörlük görevi gazetede yayınlanan içerik ve görüntünün sorumlusu durumundadır (Yüksel ve Gürcan 2000:24). Bu durumda genel yayın politikasını gazetede uygulayan bu kişiler görsel olarak oluşabilecek yanlılıktan da sorumlu durumdadırlar.

KAYNAKLAR

Adam P S (2004) Color, Contrast, Dimension in News Design**,** http://poynterextra.org/cp/colorproject/color.html, 13.04.2004

Bohere G (1986) Gazetecilik Mesleği, Rüçhan Işık (ed), Nurhal Süral (çev) Uluslararası Çalışma Örgütü.

Bridges J A (1991) Newspaper Managing Editor's Perceptions of News Media Functions, Journalism Quarterly,68 (4).

Dağlı N (1995) Gazete Yayımlama Teknikleri, İmaj Yayınevi, Ankara.

Dinucci D ve Guidice, M (1998) Elements of Web Design, Second Edition, U.S.A.

Garcia, M ve Stark P (1991) Eyes on the News, The Poynter Institute for Media Studies, USA.

Gezgin S (2002) Basında fotoğrafçılık, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, İstanbul.

Görsel Tasarım, http://www.kalite ofisi.com 13.04.2004

İnal A (1995) Yazılı Basın Haberlerinde 'Yapısal' Yanlılık Sorunu. Toplum ve Bilim, 67.

Yılmaz E (2001) Haberlerde Yapısal Yanlılığı Maskeleyen Modern Bir Mit: Nesnellik, G. Ü. İletişim, Kış 12, Ankara.

Yüksel E ve Gürcan İ (2000) Habercinin El Rehberi, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.