

## TELEVİZYON ANA HABER BÜLTENLERİ SUNUMUNDA KİŞİLER

### PEOPLE INVOLVED IN THE PRESENTATION OF THE MAIN TELEVISION NEWS BULLETINS

#### **Dr. Öğr. Gör. Serap ÖZTÜRK**

Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, Uzaktan Öğretim,  
srozturk@anadolu.edu.tr  
Eskişehir / Türkiye  
ORCID: 0000-0003- 2345-7081

#### **Dr. Öğr. Gör. İlknur ULUTAK**

Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, Uzaktan Öğretim,  
iulutak@anadolu.edu.tr  
Eskişehir / Türkiye  
ORCID: 0000-0002-5159-6612

#### **Doç. Dr. Özden CANDEMİR**

Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi, Sinema-TV,  
ocandemir@anadolu.edu.tr  
Eskişehir / Türkiye  
ORCID: 0000-0003-4968-4135

#### **Prof. Dr. Emine DEMİRAY**

Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, Uzaktan Öğretim,  
edemiray@anadolu.edu.tr  
Eskişehir / Türkiye  
ORCID: 0000-0002-4279-2435

#### **Prof. Dr. Mediha TERLEMEZ**

Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, Uzaktan Öğretim,  
msaglik@anadolu.edu.tr  
Eskişehir / Türkiye  
ORCID: 0000-0003-3660-2380

## ÖZET

Ana haber bültenleri, televizyonların en çok izlendiği saatlerde akşam kuşağında yer alan ve TV kuruluşlarının saygınlık göstergesi olan programlardır. Haber programları kamera arkasındaki yayın sorumluları, haber editörleri, teknik ekip ve kamera önündeki televizyon haberlerini izleyiciye ulaştıran, haber zincirinin son halkası olan haber sunucuları, muhabirleri, işaret dili tercümanları ile büyük bir ekip işidir. Televizyon haberi gücünü; sunucu, muhabir ve kameramandan oluşan haber kişiliklerinden almaktadır. Bu çalışmanın amacı; tematik olmayan ulusal televizyon kanallarında yayınlanan ve ana haber bültenlerinde yer alan sunucu, muhabir, işaret dili tercümanı ve haber görüntülerini seslendiren dış sesleri (perfore ses) cinsiyetleri, görünüşleri ve sunuş biçimleri açısından incelemektir. Bu kanallar; FOX, ATV, KANAL D, BEYAZ, STAR, Kanal 7, SHOW, TRT 1 olmak üzere toplam sekiz kanaldır. Çalışmanın örneklemini; her kanal için dört gün, toplamda 32 ana haber bülteni ve bu bültenlerde yer alan 571 haber oluşturmaktadır. Türkiye’de yayın yapan tematik olmayan ulusal televizyon kanallarında yer alan ana haber bültenleri, nicel veri çözümlemesi yöntemiyle değerlendirilmiştir.

**Anahtar sözcükler:** Ana haber, televizyon, sunucu, muhabir, dış ses, işaret dili tercümanı.

## ABSTRACT

Main news bulletins are programs that appear in the evening slot during the most watched hours on television and are considered as indicators of reputation by TV organizations. News programs are a big team effort, with broadcast managers behind the camera, news editors, technical team, and news presenters, reporters, and sign language translators, who are the last link in the news chain and deliver the television news in front of the camera to the audience. Television news power; It is based on news personalities consisting of presenters, reporters and cameramen. The purpose of this study is to examine the presenters, reporters, sign language translators and voice-overs who voice news images broadcast on mainstream television channels and in the main news bulletins, in terms of their gender, appearance and presentation style. These channels; There are eight channels in total: FOX, ATV, KANAL D, BEYAZ, STAR, Kanal 7, SHOW, TRT 1. The sample of the study; It consists of four main news bulletins for each channel, 32 in total, and 571 news items in these bulletins. The main news bulletins on mainstream television channels broadcasting in Turkey were evaluated using quantitative data analysis methods.

**Key words:** Main news, television, presenter, reporter, voice-over, sign language interpreter.

## 1. GİRİŞ

Günümüzde "gerçek" olması ve insanların "haber alma" gereksinimleri nedeniyle dünyanın en çok izlenen program formatlarının başında haberler gelir (Kuruoğlu ve Akçora, 2017:12).

Son on yılda internet ve mobil iletişim sistemleri gibi yeni iletişim teknolojilerinin kullanım oranları artmış; bununla bağlantılı olarak medya endüstrisi çıktılarının takibi de büyük oranda bu mecralara kaymıştır. Özellikle genç izleyiciler dijital teknolojilerle medyayı takip ederken, geri kalan büyük çoğunluk ise geleneksel medyayı takip etmeye devam etmektedir. Yeni medyaya duyulan yoğun ilgiye rağmen toplumsal belleğin şekillenmesinde, anlam haritalarının oluşmasında ve gündelik hayatta gündemin belirlenmesinde geleneksel medya etkisini büyük oranda korumaktadır (İlhan ve Civelek, 2014: 60). Bu doğrultuda, televizyon haberlerinin sosyal yaşantı içerisindeki bireyler üzerinde aktif şekilde yönlendirici etkisinin olduğunu söylemek yerinde olacaktır (Kuruoğlu ve Akçora, 2017: 22). Televizyon; hızlı haber akışının sağlandığı her yaş, cins ve eğitim düzeyindeki insana seslenen, birlikte izlenebilen, geleneksel medya içinde yer alan gücünü görüntüden alan bir araçtır.

Medya kurumları, haber yayını olmadan nadiren var olurlar ve haberler, medya kurumları olmadan var olamazlar. Neredeyse diğer tüm yazarlık biçimlerinden veya kültürel yaratımlardan farklı olarak habercilik özel ve hatta bireysel olarak yapılamaz.

Haber türü gücünü; basın, radyo ve televizyon gibi farklı medyalardaki görünümünde, her birinin farklı olanaklar ve sınırlamalar içermesine karşın, kendi belli temel özelliklerini sergilemesiyle ispat etmektedir (Çığ ve Çığ, 2011: 39). Günümüzde sosyal medya bireysel ve gönüllü çok sayıda haberci üretmiş gibi görünse de bu noktada eksik olan kurumsal güvenilirlik ve yetkinliktir.

Televizyon haberciliğinde istikrarlı haber sunumunun en yaygın ve düzenli olarak yapılanı (akşam) ana haber bültenleridir. Günümüzde bir ritüel haline gelen akşamları haber sunumunun ortaya çıkışı 1940'ların sonlarına denk gelmektedir. Bülten niteliğindeki haberler ise ilk olarak 15 Ağustos 1948 tarihinde CBS televizyonunda yayınlanmıştır. Ana haber bülteni olarak geçen, akşam haberleri formatının düşüncesinin ortaya çıkışı iki nedene dayandırılmaktadır. İlki; çoğu kişinin evlerinde bulunduğu bu saatlerde yapılacak bir haber yayınıyla o kişilerin siyasetçiler ile yakından bir ilişki kurabilme olanağının yaratılma düşüncesidir. İkinci neden ise; sponsor olmadan yapılacak olan haber programları ile bireylerin sempati ve güvenini kazanmak düşüncesi olmuştur. Televizyonda haber yayınları canlı yayın, günlük haber bültenleri, geniş kapsamlı haber programları ve yorumlar olmak üzere farklı şekillerde yapılmaktadır (Yılmaz, 2020: 425-426).

TRT'nin tek yayın kuruluşu olarak yayın yaptığı dönemdeki ana haber bültenleri, tek ya da farklı cinsten iki sunucunun bir masa/kürsü arkasında oturarak protokol haberleri ile başlayıp iç ve dış siyasi haberler sonrasında kaza, afet, spor haberleri ile sona ermiştir. Dönemin en bilinen ve etkili sunucuları Zafer Celasun, Jülide Gülizar, Orhan Ertanhan, Aytaç Kardüz, Gülgün Feyman, Tuna Huş, Zafer Kiraz, Mesut Mertcan, Çetin Çeki, Erkan Oyal olmuştur. TRT'de görev yapan sunucular BBC tarzı sunucular, haber okuyucu (newsreader) olarak tanımlanmışlardır. Türkiye'de televizyon yayıncılığındaki değişimde, özel televizyonlarla birlikte haberlerin ve haber sunucularının da doğal olarak değiştiği gözlenmiştir. Haber bültenlerinin süreleri kısalmıştır. Protokol haberlerinin sunuş yeri değişmiş, süresi kısalmış ya da tümden kaldırılmıştır. Sunucular izleyici ile daha sıcak ilişki içine girmiş, giyim kuşamları daha rahat, daha renkli olmuştur. Haber stüdyoları renklenmiş, giderek büyümüştür. Haber sunucularında (anchorman) haberci geçmişi aranmış, Ali Kırca, Reha Muhtar, M. Ali Birant gibi habercilerle çalışılmıştır. Haberlerin sunumuna hareket eklenmiştir. Sunuş sırasında beden dili kullanılmaya başlanmış, stüdyoya konuk/konuklar alınmıştır. Haberlerde canlandırmalar yapıp, müzik ve ses efektleri kullanılmıştır. Haber konusu ile ilgili muhabir ya da haber konusu kişilerle canlı bağlantılar yapılmıştır. Teknolojinin de katkısıyla günümüzde izleyici ile etkileşim sağlanmış, kimi zaman da izleyici haber kaynağı/muhabir olarak da kullanılmıştır. Kanalin ve sunucunun sosyal medya hesapları kullanılarak bülten akışı sırasında izleyici ile iletişim kurma olanağı doğmuştur.

Bütün bu gelişim ve değişimler sürerken 01 Ekim 2019 tarih, 30915 sayılı Resmî Gazetede ana haber bülteninin yayın saati, yayın süresi ile konu ve amacının belirlendiği görülmüştür (Resmi Gazete 2019).

Tematik olmayan ulusal yayın yapan televizyonlarda rekabetin önemli bir ayağı haberlerdir. Diziler, sabah kuşakları, kadın kuşakları, yarışma programları, eğlence programları ve şovlarla izlenme oranı (rating) yarışına giren kanallar ana haber bültenleri ve haber programlarında da birbirlerine üstünlük sağlamak için haber kadrolarına ve haber sunucularına yatırım yapmakta ve haber sunum şekillerini önemsemektedirler. Özellikle ana haber bültenleri, "prime time" da yani ekran başında en çok izleyicinin bulunduğu bir zaman diliminde yayımlandığı ve bu zaman dilimi reklam veren için büyük önem taşıdığı için kanallar arası rekabet daha da kızışmaktadır (Karadağ, 2019: 788). Bu bağlamda bakıldığında ana haber bültenleri sunucularının özel bir öneme sahip olduğu söylenebilir. Günümüz haber sunucularının konumu, onlara izleyiciler tarafından bir takım kültürel değerler yüklenmesine neden olmuştur. Haber bülteni sunucuları, haberin anlaşılması ve yorumlanmasında izleyiciye yardımcı olduğu gibi, neyin iyi neyin doğru, neyin ahlaki neyin ahlakdışı olduğu konusunda da yol gösterir. Bunun yanı sıra olayı derinlemesine işleyerek gerçeğin ortaya çıkmasını sağlar. Bir anlamda izleyici adına hareket ederek gerçeği ortaya çıkarmak için çabalar ve bunu geçerli bir değerler sistemi içine yerleştirir. Haberinin yalnızca bir bölümünden ya da birinden sorumlu olan muhabirin aksine sunucu bültenin geneline hükmetmektedir.

Bu durum onun tek başına haberin, belli bir kanalın ya da kamu çıkarının temsilcisi olma konumuna yükselmesine neden olmuştur. Dolayısıyla da sunucu, “kurumsal düzenin tutarlı bir bütünlük olarak simgesel temsili” haline gelmiştir. Haber bildirme eylemi esas sunucunun kişiliğinde toplanarak inandırıcılığını artırır. Böylece izleyicilerin yalnızca habere olan ihtiyaçları değil, aynı zamanda haberin doğruluğuna inanma ihtiyaçları da karşılanmış olur (Atik, 2006: 78-79).

Televizyon haberi gücünü; sunucu, muhabir ve kameramandan oluşan haber kişiliklerinden almaktadır. Bu haber kişilikleri, seyirci tarafından olaya tanıklık eden ve tüm sorumluluğu üstlenen kişiler olarak algılanmaktadır (Atik, 2006: 60).

Çalışmanın amacı; ana haber bültenlerinde yer alan sunucu, muhabir, işaret dili tercümanı ve haber görüntülerini seslendiren dış seslerin cinsiyetleri, görünüşleri ve sunuş biçimleri açısından incelenmesidir. Bu çalışmada, Türkiye’de yayın yapan tematik olmayan ulusal televizyon kanallarında yer alan ana haber bültenleri, nicel veri çözümlemesi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Tematik olmayan ulusal olarak adlandırılan bu kanallar, tematik kanallar gibi özel bir içeriği olmayan yayın alanı genel olarak nitelenen kanallardır. Tematik kanallar çalışma kapsamı dışında bırakılmış, ana haber bülteni yayınlanan tüm tematik olmayan ulusal televizyon kanalları örneklem kapsamına alınmıştır. Bu kanallar; FOX, atv, KANAL D, BEYAZ, Kanal 7, STAR, SHOW, TRT 1 olmak üzere toplam sekiz kanaldır. Çalışmanın örnekleme; her kanal için dört, toplamda 32 ana haber bülteninden oluşmaktadır. Çalışmanın günleri rastlantısal olarak seçilen 12-13 Nisan 2023 (hafta içi) ve 15-16 Nisan 2023 (hafta sonu) tarihleridir. Çalışmada amaçları doğrultusunda; sunucu, muhabir, dış (perfore) ses ve işaret dili tercümanı için ayrı sorgulamalar yapılmış ve çalışma alt başlıkları bu sorgulama bölümlerinden oluşturulmuştur. Sunucuların sunum biçimlerine ait olan veriler, izlemenin yapıldığı süre içinde görev yapan 16 sunucu üzerinden değerlendirilmiştir.

## 2. BULGULAR VE YORUM

Çalışmada 32 ana haber bülteninde yayınlanan 571 haber yer almıştır. Ana haber bültenlerinde ilk olarak sunucuların cinsiyet, yaş, boy, kilo, ses rengi, giyim tarzı, aksesuar kullanımı, ayakkabı seçimi, saç boyu, rengi ve modeli ile makyajlarına bakılmıştır. Daha sonra dil kullanımı, promter ve yazılı notları kullanma ve yararlanma biçimleri, genel olarak habere yorum yapma, izleyici yorumlarına yer verme, vücut dilini kullanma ve sunum sırasındaki hareketliliği incelenerek, sunuş başarısı ve sunuşa hâkim olma durumları ele alınmıştır. Sunucu ile ilgili bu verilerden sonra haber bültenlerinin ve haberciliğin temel kişilerinden olan muhabire bakılmıştır. Haberde muhabirin yer alıp almadığına, muhabirlerin cinsiyetine, yaşına, boyuna, kilosuna, kıyafet türüne, dili nasıl kullandığına, konuşma hızına, konuya hâkimiyetine, karşısındakine yaklaşımına, objektif olup olmadığına, haberin kaynağı açısından önemli olan muhabirin isim bilgisinin yer alıp almadığına bakılarak ana haber bültenlerinde; haber görüntülerinin seslendirilerek anlaşılmasını sağlayan dış ses ile haber bülteninin işitme engelliler açısından anlaşılabilirliğini sağlayacak olan işaret dili tercümanları da incelenmiştir. Çalışmada; dış sesin olup olmadığına, seslendirenlerin cinsiyetine ve dili kullanmasına bakılırken, işaret dili tercümanında; işaret dili tercümanın olup olmadığına, cinsiyetine, yaşına, kıyafet türü ve rengine, aksesuar kullanıp kullanmadığına ve isim bilgisinin yer alıp almadığına bakılmıştır.

### 2.1. Ana Haber Sunucuları

Sunucu ve spikerler, haber merkezi tarafından hazırlanan haberlerin metinlerini okuyan-yorumlayan kişilerdir. Onların işleri haberleri birbirine bağlamak için yazılı metni düzgün olarak okumak ya da yorumlamaktır. Sunucular habere katkıları ve sunuş biçimlerine göre; sunucu, spiker, okuyucu sunucu, haber okuyucusu, redaktör spiker, editör sunucu, anchorman, anchorwoman, anchorboy, anchorperson şeklinde adlandırılabilirler.

Ana haber bültenlerinde sunuş yapan kişilerin farklı adlarla anılır olmaları sunucuların haber sunuşunda gösterdikleri farklı becerilere dayanmaktadır. Ana haber sunucularının ses tonları, yaptıkları vurgulamalar, izleyicilere seslenme biçimleri ve sunumda tercih ettikleri üslup haberin izlenirliğini etkileyip onları yıldızlaştıracak güçtedir. Söz konusu üslubun ortak özelliği duygu yüklü olmasıdır. Sesleri ile kızgınlık, hoşnutsuzluk, endişe ve hüznün gibi duyguları yansıtarak haberi adeta yaşadıklarını ortaya koyan ana haber sunucuları, haberin içeriğini etkilemekte ve inandırıcılığı arttırmaktadırlar (Sevim, 2008: 245).

Bir televizyon kanalı için ana haber bültenini sunan kişinin kim olduğu, yetenekleri ve birikimi önemlidir. Bu özellikler haberin güvenilirliğini ve ona bağlı olarak izlenirliğini de arttırmaktadır. Bu konuda pek çok kaynakta yer alan örnek; Walter Cronkite'tir. Haberi sunan kişinin yarattığı imaj, haberin izlenirliği ve güvenilirliğini doğrudan etkiler. Yorke; Cronkite'in düşünceleri ve sunumlarının bütün Amerikan halkı tarafından kabul edildiğini, bu nedenle de Cronkite'in Amerika'nın en güvenilir kişisi olduğunu belirtir (Yorke, 1987: 170). Sunucunun yarattığı imajın, çizdiği kişiliğin önemini Esslin şöyle vurgular: sunucunun okuduğu haber unutulsa bile, onun oluşturduğu/sunduğu karakter, çizdiği televizyon kişiliği izleyicinin aklında kalacaktır (Esslin,1991: 16).

Kanalın haber çizgisi, kurumun yayın politikasına göre belirlenir. İzleyici tarafından güvenilir olarak kabul edilen, aynı zamanda haber merkezinin üst yönetiminde de bulunan kişi anchormandır. Haber merkezinin kalbi gibidir. Kanalın üst yönetimiyle haber merkezi arasındaki koordinasyonu sağlar, hafta içindeki ana haber bültenini sunar. Hafta sonu anchor haber bültenini sunmadığı zaman, ekranın ikinci yüzü coanchor bülteni sunar. Anchor sadece haber merkezinin hazırladığı haberleri sunmaz, aynı zamanda haberlere kendi bakış açısıyla yorumlarını ekler. Anchor'dan beklenen izleyiciye alışkanlık kazandırıp, ana haber bültenlerinin izlenirliğini artırmaktır (Ekşioğlu ve Sarılar, 2018: 65).

Yapılan araştırmalara göre televizyonda anchor statüsünde haber sunucusu işe alınırken erkekler için farklı, kadınlar için farklı kriterler geçerli olmaktadır. Erkekler, gazetecilik konusunda sektör deneyimlerine göre işe alınırken, kadınlar, erkek patronlar tarafından fiziksel çekiciliklerine göre seçilmektedir. Erkeklerin kadınlara göre ortalama 20 yaş daha büyük oldukları dolayısıyla da kadınlara göre habercilik konusunda iki kat daha tecrübeli oldukları dikkat çekmektedir. Ayrıca erkek sunucular kadınlara göre %22 oranında daha fazla maaş almaktadır (Smith vd. 1989).

Bourdieu'ya göre, TV sunucu-spikerlerinin üstlendikleri en önemli rol, görünürde, kitle (TV izleyicisi) adına söz alıyor gibi yaparak, gerçekte televizyon kanalının "görüş"üne ya da "politika" sına katkıda bulunuyor olmasıdır. Sunucu-spiker kitle adına söz alarak, kitlede belli bir aidiyet duygusu yaratmayı amaçlamaktadır (Ak. Sökmen, 2006: 99). İletişim bilimci Neil Postman da sunucuların televizyon politikası içerisinde yaygınlaştırılması istenen "etkili görüş"ün sözcüsü olarak orada bulduklarını vurgulamıştır (Postman, 2004: 13).

Spiker-sunucular her ne kadar medya materyali ve izleyici arasında bir ilişki noktası olarak işlev görseler de ya da bu materyali izleyici kitle için yorumladıklarını iddia etseler de gerçekte izleyiciye çekici görünen karakterlerdir. Burton, sunucu-spikerleri televizyonun "dikişsiz giysileri" olarak işbirlikçi aktörler bağlamında tanımlamaktadır (Burton, 1995: 134). Haber sunucuları, haber bültenlerinin öne çıkan unsurlarındandır. Bu durumun Türkiye için de geçerli olduğunu söylemek mümkündür. Haber kişiselleştirildiği oranda içi boşaltılmış, seyreltilmiş, hazmı kolay bir tüketim nesnesine dönüşür (Coşkun, 1994: 19).

Çalışmanın bu bölümünde, ana haber bültenleri sunucularına yer verilmiştir. Sunuş biçimleri farklılık gösterse de hepsi "sunucu" olarak adlandırılmış ve ayırt edici özellikleri vurgulanmıştır. Çalışmada, ilk olarak sunucuların kanallar bazında cinsiyet dağılımı incelenmiş, sonuçlar Tablo 1'de verilmiştir.

**Tablo 1: Kanallara göre sunucuların cinsiyeti**

Kanal adı		Kadın	Erkek	Toplam
SHOW	Sayı	2	0	2
	%	100	0	100
BEYAZ	Sayı	0	2	2
	%	0	100	100
atv	Sayı	1	1	2
	%	50	50	100
Kanal 7	Sayı	1	1	2
	%	50	50	100
STAR	Sayı	2	0	2
	%	100	0	100
FOX	Sayı	1	1	2
	%	50	50	100
TRT 1	Sayı	2	0	2
	%	100	0	100
KANAL D	Sayı	1	1	2
	%	50	50	100
Toplam	Sayı	10	6	16
	%	62,5	37,5	100

Çalışma kapsamında yer alan 8 kanalda, toplamda 16 farklı sunucu yer almıştır. Kanallardaki sunucuların cinsiyetlerine bakıldığında; Tablo 1’deki veriler doğrultusunda, toplamda kadın sunucu oranı %62,5 iken, erkek sunucu oranı %37,5’tur. Ana haber bültenlerinde kadın sunucular çoğunluktadır. Bu oranların kanallar açısından dağılımı da şöyledir: SHOW, STAR ve TRT 1’de sunucuların tümü kadın, BEYAZ ‘da sunucularının tümü erkektir. Kanal 7, atv ve KANAL D’de kadın ve erkek sunucu oranları eşittir. Bu kanallarda hafta içi erkek sunucu varken, hafta sonu kadın sunucular görev yapmıştır. Sunucu cinsiyet ve yaş gruplarının dağılımı ile bu dağılımın kanallar açısından görünümü Tablo 2’de yer almaktadır.

**Tablo 2: Sunucuların cinsiyet ve yaş gruplarının kanallara göre dağılımı**

		Kanal adı									
Cinsiyet	Yaş Grubu		SHOW	BEYAZ	atv	Kanal 7	STAR	FOX	TRT 1	KANAL D	Toplam
Kadın	31-40	Sayı	0		1	1	1	0	0	1	4
		%	0		10	10	10	0	0	10	40
	41-50	Sayı	2		0	0	1	1	2	0	6
		%	20		0	0	10	10	20	0	60
	Toplam	Sayı	2		1	1	2	1	2	1	10
		%	20		10	10	20	10	20	10	100
Erkek	41-50	Sayı		2	1	0		1		1	5
		%		33,3	16,7	0		16,7		16,7	83,3
	51-60	Sayı		0	0	1		0		0	1
		%		0	0	16,7		0		0	16,7
	Toplam	Sayı		2	1	1		1		1	6
		%		33,3	16,7	16,7		16,7		16,7	100
Toplam	31-40	Sayı	0	0	1	1	1	0	0	1	4
		%	0	0	6,3	6,3	6,3	0	0	6,3	25
	41-50	Sayı	2	2	1	0	1	2	2	1	11
		%	12,5	12,5	6,3	0	6,3	12,5	12,5	6,3	68,8
	51-60	Sayı	0	0	0	1	0	0	0	0	1
		%	0	0	0	6,3	0	0	0	0	6,3
Toplam	Sayı	2	2	2	2	2	2	2	2	16	
	%	12,5	12,5	12,5	12,5	12,5	12,5	12,5	12,5	100	

Ana haber bültenlerinde yer alan kadın sunucuların %40'ı 31-40, %60'ı 41-50 yaş aralığında, erkek sunucuların ise %83,3'ü 41-50 yaş, %16,7'si 51-60 yaş aralığındadır. Kanallara göre bakıldığında; kadın sunucuların KANAL D, atv, STAR ve Kanal 7'de 31-40, TRT 1, STAR ve FOX'da 41-50 yaş aralığında, erkek sunucuların ise BEYAZ, atv, FOX ve KANAL D'de 41-50, Kanal 7'deki erkek sunucunun ise 51-60 yaş aralığında olduğu görülmüştür.

Ana haber bülteni sunucuları haber sunumlarını, yazılı metinlerin okunması esasına dayalı promter okuma yöntemiyle yapmaktadırlar. Promter metninde tüm haber metni ya da haber başlıkları yer almaktadır. Burada sunucunun kararı önemlidir. Haber sunucularının, kendilerine odaklanan kameraya karşı haberleri ellerindeki kâğıtlardan okumak yerine, direkt izleyicinin gözlerinin içine bakan “tele-promter”, “auto-cue”lere bakarak okumaları onlara kişilik kazandıran bir “yüz” olmalarına yardımcı olmaktadır. Bu tür haber-bildirişimine atfedilen özel üstünlükler, doğrudan doğruya, yüz yüze kişiler arası ilişki ile gerçeklere dayanmakta, bu yüzden de (haber bildirişim sürecinin oluştuğu) durum ne derece bireyselleşirse etkinlik de o kadar artmakta, durum o derece daha az formal olmakta; sonuçta konuşmayı dinleyenler/izleyenler de o denli fazlalaşmaktadır (Oskay, 1985, s.206). Promterin tüm haber akışı için kullanılmadığı durumlarda sunucular yazılı notlardan da yararlanmaktadır. Bu bağlamda sunucuların promter ve yazılı not kullanım durumları cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir.

Tüm sunucular için haber metninin tümü için promter kullanım oranı %93,8 gibi yüksek bir orandadır. Kadın sunucuların tümü, her haber bülteninde promter kullanırken, erkek sunucular için promter kullanma oranı %83,3, kullanmayanların oranı ise %16,7 olarak saptanmıştır. Promter kullanmayan erkek sunucuların ise yazılı notlardan yararlandığı belirlenmiştir. Sonuçlar Tablo 3'te yer almaktadır.

**Tablo 3: Sunucuların cinsiyetlerine göre promter kullanımı**

Cinsiyet		Evet	Hayır	Toplam
Kadın	Sayı	10	0	10
	%	100	0	100
Erkek	Sayı	5	1	6
	%	83,3	16,7	100
Toplam	Sayı	15	1	16
	%	93,8	6,3	100

Yazılı notların iki kullanımı amacı vardır. İlki promterde bir sorun çıkarsa, sunucunun bu kartlardan yararlanarak bültenin akışını bozmadan sunmasını sağlamak, diğeri de sunucunun haber sunuşunda söylemek istediği kendi düşüncelerini yazılı notlardan aktarmaktır. İkinci kullanımı genel olarak anchorman davranışı olarak kabul edilmektedir.

Bir olayın haber sayılması için temelinde “tarafsız olması” yatmaktadır. Ancak uygulamadaki haber bültenlerine bakıldığında tarafsızlık anlayışının, kanalın kendi yayın anlayışına uygun olmak şeklinde uygulandığı gözlenmiştir. Bu nedenle sunucuların yorum yapıp yapmadıkları değerlendirilirken, haber metninin yorumlu ya da taraflı yazılmış olmasına değil, sunucunun kendi yorumunu katıp katmadığına bakılmıştır. Sunucuların sunum sırasında yorum yapıp yapmadıklarına da cinsiyet bağlamında bakılmıştır. Kadın sunucuların %10'unun çok seyrek yorum yaptığı görülürken, %90'ı hiç yorum yapmamakta, metin dışına çıkmamaktadır. Erkek sunucuların %50'sinin sık sık, %16,7'sinin zaman zaman yorum yaptığı saptanmıştır. Yorum yapmayan erkek sunucu oranı %33,3'tür. Sunucuların sunum sırasında haberle ilgili yorum yapıp yapmadıklarına da cinsiyet değişkeni bağlamında bakılmıştır. Sonuçlar Tablo 4'te yer almaktadır.

**Tablo 4: Sunucuların yorum yapma durumu**

Cinsiyet		Evet	Hayır	Bazen	Toplam
Kadın	Sayı	0	9	1	10
	%	0	90	10	100
Erkek	Sayı	3	2	1	6
	%	50	33,3	16,7	100
Toplam	Sayı	3	11	2	16
	%	18,8	68,8	12,5	100

Haber bülteninin sunuşu sırasında sosyal medya aracılığı ile izleyicilerden gelen mesajları değerlendirmeleri ve cevap verip vermedikleri sorgulanmıştır. Bu sorgulama ile sunucunun gündemi izleyebilme birikimi ve bültene hâkim olma becerisi anlaşılmaya çalışılmıştır. Kadın sunucuların %90'ının izleyicilerle iletişim kurmadığı, %10'unun da zaman zaman iletişim kurduğu saptanmıştır. Erkek sunucuların %90'ı izleyenlerle iletişim kurmazken, %10'unun sık sık iletişime girdiği görülmüştür.

İletişim alanındaki uzmanların araştırmalarına göre, konuşmacının etkisinin %55'lik bir kısmı göze hitap eden öğelerle ilgilidir. Sunucunun nasıl görüldüğü, yüz ifadesi, jest ve mimikler ile bütünüyle beden hareketleri gözle ilgili öğeleri oluşturmaktadır.



Konuşmacının etkisinin %38'i ise, sese dayanmaktadır. Sesi kulağa yansıyan güvenilirlik, değerlilik gibi özellikleri de oldukça önemlidir (Kasım, 2009: 50). İzleyicilere, süreklilik, bütünlük, güvenlik ve rahatlama duygusu vermektedir. Ana haber bülteni sunucusu, mimikleri, ses tonu, oturuşu, gülümsemesi ve rahatlığı ile televizyonun sağladığı teknolojik yakınlaşmanın insani tamamlayıcısı ve ona kişilik kazandıran yüzü olmaktadır. Sesi, görünüşü ve haberleri sunuş biçimi ile haber bülteni boyunca bize çeşitli yerlerden seslendiği izlenimini uyandıracak olan da o olmaktadır (Sökmen, 2006: 103). İzleyiciye güven veren sunucunun sesi ile haberden kaynaklanan kopma ve şok hafifletmektedir.

Sunucuların sunum sırasındaki en önemli yetkinliklerinden biri; vurgu, tonlama ve telaffuz gibi seslendirme-söyleyiş unsurlarındaki başarı düzeyleridir. Sunucuların tamamı bu açıdan başarılı olarak değerlendirilmiştir. Sunucuların ses rengine bakıldığında; kadın sunucuların tümünün ses rengi normal olarak değerlendirilirken, erkeklerin %33,3'ünün etkili bir sese sahip olduğu, %66,7'sinin de normal bir ses rengi olduğu saptanmıştır.

Giyim ve duruş, iletişimin başlamasında etkili ancak devamı için yeterli değildir. Yerine, zamanına uymayan giyim tarzı, değeri olan birçok sözün üstünkörü dinlenmesine neden olmaktadır. Doğru giyinmek insanda huzur ve emin olma duygusu yaratır. Etkili giyinmek ise başkalarının üzerinde çarpıcı bir etki bırakmak demektir. Bu etki hem iş hayatında hem de sosyal hayatta insanları ikna etmek ve kalıcı ilişkiler kurabilmek için çok işe yaramaktadır (Çakır, 2004: 51). Sunucunun kılık kıyafetinin izleyiciler üstündeki etkisi çok önemlidir. Sunucu haberin anlaşılmasını engelleyecek, dikkat dağıtacak; iddialı ve gösterişli giysilerden giymemeli, göz almayan renkte giysiler seçmeli, televizyon tekniğinden kaynaklanan kısıtlar nedeniyle de ince çizgili, küçük kareli desenlerden ve siyah-beyaz gibi aşırı zıt renklerden kaçınmalıdır (Kasım, 2009: 52).

Sunucuların cinsiyete göre kıyafet türlerine ve renklerine bakıldığında; erkeklerin genellikle klasik takım elbise, renk olarak lacivert, siyah ve griyi tercih ettikleri gözlenmiştir. Kadın sunucuların da çoğunlukla klasik (etek-cekete, elbise, etek-bluz vb.) giysileri ve siyah rengi tercih ettikleri görülmüştür.

Çalışmada ana haber bültenlerindeki sunucuların kıyafetlerini tamamlamak amacıyla kullandıkları aksesuarlar ve ayakkabıları da incelenmiştir. Kadın sunucuların %80'inin aksesuar kullanmadığı, %10'unun ise günlük aksesuarlar (saat, alyans, ufak küpe gibi), %10'unun da abartılı aksesuarlar kullandıkları saptanmıştır. Erkek sunucuların tümünün saat ve deri bileklik dışında aksesuar kullanmadıkları görülmüştür. Giysilerin ana tamamlayıcısı olarak kabul edilen ayakkabılara bakıldığında, kadın sunucuların kadınsılığın ve zarafetin sunumu olarak görülen ince ve yüksek topuklu ayakkabıları tercih ettiği saptanmıştır. Erkek sunucuların tercihleri de klasik ve koyu renkli ayakkabılar olmuştur.

Saçlar; psikolojik, sosyolojik ve kültürel açıdan anlam taşımaktadır. Özellikle uzun saç estetik bir süs unsuru olarak değerlendirilmektedir. Dış görünüm ve izlenim açısından sunucuların saç rengi, boyu ve modeli de etkilidir. Çalışmada sunucuların saç boyları, modelleri ve saç renklerine de bakılmıştır. Erkek sunucuların saç renkleri ve modelleri çoğunlukla doğal olarak tanımlanırken, saç modellerinde de %37,5 oranında gösterişli olarak saptanmıştır. Kadın sunucuların saçlarının renklerine bakıldığında; çoğunluğun kumral ve sarı olduğu gözlenmiştir. Saç modelleri çoğunlukla doğal, saçlarının uzunlukları da çoğunlukla uzun olduğu saptanmıştır. Saç rengi, boyu ve modeli açısından kadın sunucular güzel ve özenli bir görünüme sahiptir.

Dünya nüfusu üzerinde araştırmalar yapan World Population Review, 2022'nin ülkelere göre boy ortalamalarını açıkladığı raporunda; Türkiye'de yetişkin kadın boy ortalamasının 161,8 cm, erkek boy ortalamasının 176,3 cm olduğu belirtilmiştir (Türkiye Raporu, 2022). Bu veriler üzerinden sunucuların boyları değerlendirildiğinde sunucuların çoğunluğunun ortalama üzerinde bir boy uzunluğuna sahip olduklarını söylemek mümkündür. Kadın sunucuların boy uzunlukları 1,63 cm ile 1,72 cm, erkek sunucuların da 1,78 cm ile 1,85 cm arasındadır. Erkek sunucuların boy ve kilo oranları normal olarak kabul edilen ölçülerde olduğu gözlenmiştir.

Kadınların zayıf ve uzun boylu olma oranları %85,7, kısa ve zayıf olma oranları da %14,3 tür. Televizyonun kişiler olduğunu daha kilolu göstermesi kadın sunucuların kilolarına daha çok dikkat ettiğini göstermektedir.

Haber sunumları çoğunlukla geniş stüdyolarda yapılmaktadır. Dekorun sağladığı olanaklarla birlikte sunucunun da hareketleri ve beden dilini etkili olarak kullanması, yaratılmak istenilen atmosfere yardımcı olması beklenmektedir. Bu nedenle sunucuların beden dilini kullanma becerisi için stüdyo içindeki hareketlerine bakılmıştır. Sunucuların çoğunluğunun beden dilini başarılı olarak kullandıkları, rahat oldukları saptanmıştır. Ancak daha doğal görünmek ve beden dilini daha etkili kullanmak açısından harekete bakıldığında, erkek sunucuların daha rahat ve doğal oldukları gözlemlenmiştir.

## 2.2. Muhabir

Muhabir, haber kaynaklarına ulaşarak bilgi toplayan, elde ettiği bilgileri habercilik ilkelerine göre (5N+1K) haber olarak tasarlayan ve yazan, iletişim kurma becerisine sahip, ifade ve anlatım gücü yüksek, röportaj tekniğine sahip, dilini iyi kullanabilen ve elbette tarafsız olma ilkelerini gözetten bir haberci meslek kişisidir. Televizyon haber bültenlerinin sunumunda muhabirler; olay yerinden sunma, zamanı yakalama, kaynağa ulaşma, inandırıcılık gibi pek çok açıdan önemli işlevler yüklenirler (Vural, 2010: 91). Haber muhabirleri, gazeteler, TV veya radyo istasyonları, çevrimiçi haber platformları veya haber ajansları gibi çeşitli medya kuruluşlarında çalışabilirler.

Muhabirler olayı olduğu yerde izlerler ve merkeze aktarırlar. Burada izlenen yöntem ya olayı o ortamdaki aktarmak ya da olayla ilgili kişilerden bilgiler almaktır. Her ikisinde de muhabir olayı kendi bilgileriyle birleştirip haber merkezine ulaştırır. Kimi zaman muhabir yalnızca haberi merkeze ulaştırmakla kalmaz; bulunduğu haberi kurallara uygun olarak yazar, görüntülerini toplar, seslendirir (Berry,1962: 54).

Muhabirlerin ayrıca röportaj tekniğini bilmesi ve iyi kullanılması da gerekmektedir. Çünkü röportaj haberlerde yaygın olarak kullanılan bir yöntemdir. Muhabir röportajını yaptığı kişiyi iyi tanımalıdır. Sorularına aldığı cevaplara göre yeni sorular oluşturabilmelidir. Televizyon haberinin sunumunda muhabirin yeri oldukça önemlidir (York, 1987: 98-100).

Muhabir, ilgi çekici, taze, açık, kısa ve renkli bir metin yazmalı, hikâyeyi canlı yapmak için alıntılar, kısa ve özlü anlatımlar, örnekler ve insanların ilgisini çeken konular kullanmalıdır (Mencher, 1984: 33).

Çalışmanın amaçları gereği, haberlerde yer alan muhabirler incelenirken; yalnızca görüntüsüyle haberde yer alan, sunuş ya da röportaj yapan muhabirler değerlendirilmiş, görüntüsü olmadan haber hazırlayan muhabirler çalışma kapsamına alınmamıştır.

Çalışmada izlenen 32 televizyon ana haber bülteninde yer alan 571 haberde, 173 (%30) muhabirin yer aldığı saptanmıştır. Bu muhabirlerin 76'sı kadın, 97'si erkektir. Sonuçlar Tablo 5'te yer almaktadır.

**Tablo 5: Muhabirlerin cinsiyete göre dağılımı**

Cinsiyet	Sayı	%
Kadın	76	44.0
Erkek	97	56.0
Toplam	173	100

Çalışma kapsamındaki televizyon ana haber bültenlerinde yer alan muhabirlerin kanallara göre cinsiyet açısından dağılımı da incelenmiştir. Muhabirlere yer vermenin toplamda %4 ile en düşük oranda BEYAZ ana haber bülteninde (63 haberin sadece 7'sinde), %20,8 ile en yüksek oranda SHOW ana haber bülteninde (65 haberin 36'sında) yer aldığı görülmüştür.

Muhabirlerin televizyon kanallarına göre cinsiyet dağılımı incelendiğinde ise; atv, BEYAZ ve FOX kadın muhabir sayısının, SHOW, Kanal 7, STAR, TRT 1 ve KANAL D’de ise erkek muhabir sayısının daha fazla olduğu görülmüştür. En yüksek oranda (%66,7) kadın muhabirin yer aldığı televizyon kanalı FOX, en yüksek oranda (%67,7) erkek muhabirin yer aldığı televizyon kanalı ise KANAL D olmuştur. Sonuçlar Tablo 6’de yer almaktadır.

**Tablo 6: Kanallara göre muhabirlerin cinsiyet dağılımı**

Kanal adı		Cinsiyet		Toplam
		Kadın	Erkek	
SHOW	Sayı	16	20	36
	%	44,4	55,6	100
BEYAZ	Sayı	4	3	7
	%	57,1	42,9	100
atv	Sayı	14	11	25
	%	56	44	100
Kanal 7	Sayı	10	15	25
	%	40	60	100
STAR	Sayı	7	14	21
	%	33,3	66,7	100
FOX	Sayı	10	5	15
	%	66,7	33,3	100
TRT 1	Sayı	5	8	13
	%	38,5	61,5	100
KANAL D	Sayı	10	21	31
	%	32,3	67,7	100
Toplam	Sayı	76	97	173
	%	43,9	56,1	100

Televizyon haberciliğinde hızlilik en önemli unsurların başında gelmektedir. İletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte canlı yayınlar da haber bültenlerinde yer almaktadır. Canlı yayın sırasında haberin, muhabir tarafından o anda hazırlanması ve aktarılması daha dinamik bir süreci ve işleyişi gerektirmektedir. Olayın gerçekleştiği mekândan iletilecek haberin muhabirin zihninde o anda kurgulanması, kısa ve anlaşılır ifadeler kullanarak anlam bütünlüğünün sağlanması, aynı anda izleyiciye aktarılması, kuşkusuz haber merkezlerinde geniş zamanda hazırlanan habere oranla daha güç bir süreç içerisinde gerçekleşmektedir. Bu bağlamda canlı (naklen) olarak, olay yerinden haber ileten muhabirin aynı anda düşünebilmesi, haber öyküsünü oluşturması ve aktarması da ayrı bir mesleki yeterlilik, donanım ve kişisel yetenek gerektirmektedir (Vural, 2010: 91).

Muhabirin başarı ölçütlerinden biri de olay yerinden yapılan canlı yayınlardır. Burada görevlendirilen muhabir deneyimli olmalıdır. Çünkü canlı bağlantılarla yapılan sunumlarda geriye dönüş ve tekrar yoktur. Muhabir anında izleyiciyle bağlantı kurar. Canlı yayında muhabir olayı göstererek açıklayıcı bilgi verir. Ancak ekranda görülen, kameranın görebildiği kadardır. Muhabir bunu bildiği için olayı ayrıntılı olarak anlatır (Hilliard, 1984: 146).

Çalışmada muhabirlerin habere/yayına bant ya da canlı olarak katılıp katılmadıklarına bakıldığında muhabirlerin %94,8’inin bant, %0,6’sının canlı, %4,6’sının ise hem canlı hem bant olarak yayına katıldıkları saptanmıştır. Yayına katılım biçiminde cinsiyet açısından bir fark gözlemlenmemiştir. TV kanallarının daha çok bant yayını ile muhabirler aracılığıyla haber bültenlerini görsel olarak destekledikleri görülmüştür.

Haberin kaynağı konumunda olan muhabirlerin isim bilgisinin yazılı ve/ veya sözlü verilip verilmediği incelendiğinde ise, %29,5 oranında isim bilgisinin olmadığı görülmektedir. Bu sonuç muhabirlerin üçte birinin kimliksizleştirildiğini göstermektedir. Haberin kaynağı olarak görülen muhabirlerin tanıtılmaması, haberin doğruluğunun sorgulanmasına da yol açabilir. Haberin hazırlanmasında emeği geçen muhabirlerin isim bilgisinin haberde yer alması önemlidir. İsim bilgisi verilen muhabirler içerisinde, yazılı olarak verilenlerin oranı %67 iken, %3,5 oranında muhabirin isim bilgisi ise hem yazılı hem sözlü olarak verilmiştir.

Muhabirlerin %47,4'ü 31-40, %41'i 20-30, %9,2'si 41-50, %0,6'sı ise 51-60 yaş grubundadır. Bu sonuç bize muhabirlerin büyük oranda genç ve orta yaş grubunda olduğunu göstermektedir. Cinsiyet açısından bakıldığında kadınların ağırlıklı olarak %60,6 oranıyla 20-30 yaş grubunda, erkeklerin ise %67,1 oranıyla 31-40 yaş grubunda olduğu görülmüştür. Muhabirlerin %14,5'inin uzun boylu, %1,2'sinin kısa boylu, %67,6'sının ise normal boyda oldukları gözlemlenirken, %6,4'ünün kilolu, %6,9'unun zayıf, %83,8'inin ise normal kiloda olduğu gözlemlenmiştir. Cinsiyet olarak boy ve kilo açısından önemli bir fark görülmemiştir.

Muhabirlerin %52'si klasik giysi tercih ederken, %46,8 'i rahat giysiler tercih etmişlerdir. Cinsiyet olarak farka bakıldığında ise kadın muhabirler daha çok klasik giysiyi tercih ederken, erkek muhabirler daha çok rahat giysiyi tercih etmişlerdir. Kanallar açısından bakıldığında da SHOW, BEYAZ ve TRT 1'de yer alan muhabirlerin daha çok klasik giysi tercih ettikleri, atv, Kanal 7, STAR, FOX muhabirlerinin rahat giysi tercih ettikleri, KANAL D muhabirlerinin ise eşit oranda hem klasik hem de rahat giysi tercih ettikleri gözlemlenmiştir. Muhabirler kimi zaman haberin sunulduğu koşullara göre hareket kolaylığı sağlayabilen rahat giysileri tercih etmektedirler.

Televizyon haber muhabirleri izleyicinin hem gözüne hem kulağına hitap ettiği için anlaşılır bir dil kullanılmalıdır. Sözcüklerin dikkatli ve titizlikle seçilmesi, cümlelerin dil bilgisi kurallarına ve konuşma diline uygun olması gerekmektedir. Ekranda bir sözcüğün yanlış okunması, hatalı telaffuz edilmesi izleyiciyi rahatsız eder ve hemen tepki göstermesine neden olur. Haber dilinde kısa, özlü cümleler kullanılmalıdır (Parsa, 1993: 67).

Bu çalışmada da muhabirlerin %92,5'inin dili doğru kullandıkları, %7,5'inin ise dili hatalı kullandığı saptanmıştır. Bu sonuç muhabirler açısından olumludur. Başarısızlık oranı düşük gibi görünse de muhabirlerden bu konuda tam başarı beklenmelidir. Haberin anlaşılabilirliği muhabirlerin bu konuda yetmişmiş olmasına bağlıdır. Dilin doğru kullanımında ölçütler; doğru telaffuz, doğru vurgu ve doğru tonlama olarak ele alınmıştır.

Muhabirin ekrandaki performansını şu üç faktör etkiler: Konuşma, hal ve hareket ile giyim-kuşam. Muhabir; açık ve anlaşılır bir biçimde konuşmalıdır. Konuşma, hızlı ya da çok yavaş olmamalıdır. Sözcükler tane tane ve konuşma hızında olmalıdır. Muhabir kamera karşısında rahat olmalıdır, seyircinin görmediği her şeyi en iyi şekilde sunmalıdır. Davranışları arkadaşça olmalıdır. Muhabirin programdaki görevi bilgiyi izleyiciye aktarmaktır. Bu işi yaparken aktif olmalı, mümkünse olayın önünde sunuşunu yapmalı, olaylara ilk elden ulaşmalı, kaynağını araştırmalıdır (Newcomb, 1974:188).

Konuşma hızının iyi ayarlanması son derece önemlidir. Çünkü çok hızlı konuşulduğunda, dinleyici konuşmayı anlamlandıramayacaktır. Çok yavaş konuşulduğunda ise dinleyici sıkılacak ve başka konuları düşünmeye başlayacaktır (Kasım, 2009: 223).

Çalışmada ana haber bültenlerinde yer alan muhabirlerin tamamına yakınının (%99,4) haberin konusuna hâkim olduğu görülmüştür. Muhabirlerin konuşma hızının da %95,4 oranında normal, %4,6 oranında ise hızlı olduğu gözlemlenmiştir. Bu sonuçlar muhabirler açısından olumludur.

Muhabirin röportaj yaptığı kişiye yaklaşımına bakıldığında ise sadece bir muhabirde kaba ve saygısız tavır gözlenirken, %70,5'inin karşısındaki kişiye karşı saygılı olduğu gözlenmiştir. %28,3'ünün davranışı kodlanamamıştır. Bu noktada kodlanamaz seçeneği, muhabirin karşısındakiyle kurduğu ekrana yansıyan iletişim sürecinde, saygı ya da saygısızlıkla ilgili bir izlenim edinilecek verinin olmadığı durumlar için kullanılmıştır.

Muhabir, haberi yazarken tarafsız olmak zorundadır. Kışkırtıcı olmayan, cevap hakkı doğurmayan, kavgayı körüklemeyen, heyecanlandırmayan, kişileri suçlamayan haber yazmalıdır. Haberin tanımında olayların yorumsuz bir şekilde aynen aktarılması yer aldığına göre, muhabirin kendi düşüncelerini bir tarafa bırakıp, olayı bir ayna gibi aksettirmesi gerektirmektedir. Tarafsızlık bir konu üzerindeki bütün düşüncelerin yansıtılması ile sağlanmaktadır (Parsa, 1993: 69).

Haber toplama ve haber kaynağına ulaşabilme sürecinde en önemli basamaklardan biri de kişisel ilişkilere dir. Ancak burada dikkat edilmesi gereken en önemli nokta, kişisel ilişkilerin haberdeki tarafsızlık ve objektiflik ilkesine gölge düşürmemesidir. Bu ise, muhabirin mesleğine dair profesyonel bakış açısı geliştirmesini ve koşullar ne olursa olsun taraf olmadan olaylara bakabilme ve analiz edebilme yeteneğine sahip olmasını gerekli kılmaktadır (Vural, 2010: 90).

Bu çalışmada izlenen haberlerdeki muhabirlerin %28,3'ü taraflı ve yorumlayıcı bir tavır takınırken, %2,3'ünün yönlendirici davrandığı, %1,2'sinin ise haber kişisi ile empati kurduğu saptanmıştır. Tarafsızlık ilkesine uygun haber yapan muhabir oranı ise %68,2'dir. Bu sonuçlar muhabirler açısından olumsuzdur. Muhabirler tarafsız davranmak durumundadırlar.

### 2.3. Dış ses

Ana haber bültenlerinde ilgili habere ilişkin görüntüler; haber metninin görüntü dışında bir ses tarafından seslendirilmesiyle verilmektedir. Haber görüntüleri elde edildikten sonra kurgulanır, metni yazılır ve seslendirilir. Dış ses, voice over (VO) ya da perfore ses olarak adlandırılan haberi seslendiren kişi, izleyici açısından "bir bilen, doğruyu anlatan" izlenimi yaratmaktadır. Haberlerde dış ses olarak kimi zaman muhabirler görev yapmakta, kimi zaman da seslendirme konusunda uzman kişiler yer almaktadır. Çalışmada; dış sesin muhabir olup olmadığı, kesin bir saptama yapılamadığı için sorgulanmamış, tümü "dış ses" olarak değerlendirilmiştir.

Çalışma kapsamındaki haber bültenlerinde yer alan her bir haber için, dış sese yer verilip verilmediği sorgulanmış ve haberlerde %96,5 gibi yüksek bir oranda dış ses kullanıldığı görülmüştür. Sonuçlar Tablo 7'de yer almaktadır.

**Tablo 7: Haberlerde dış ses kullanımı**

Dış ses	Sayı	%
<b>Evet</b>	551	96,5
<b>Hayır</b>	20	3,5
<b>Toplam</b>	571	100

Haberlerde yer verilen dış sesin cinsiyeti sorgulandığında; kadın dış ses oranının %24,5, erkek dış ses oranının ise %75,5 (Tablo 8) olduğu görülmüştür.

**Tablo 8: Dış sesin cinsiyeti**

Cinsiyet	Sayı	%
<b>Kadın</b>	135	24,5
<b>Erkek</b>	416	75,5
<b>Toplam</b>	551	100

Mediz Raporu'nda (2008) dış ses kullanımında cinsiyet faktörü ile ilgili yapılan çalışmada da benzer sonuçlar elde edilmiş ve medyada kadın temsil biçimlerinin araştırıldığı ana haber bültenlerinde kullanılan dış seslerin büyük çoğunluğunun (%76) erkek sesi olduğu görülmüştür. Dış sesler özellikleri gereği bilgiyi aktaran, açıklamayı yapan mercii temsil ettiklerinden dolayı önemlidir. Dış ses izleyici için güven duyulan, açıklayan, iktidar kuran bir faktör olarak kabul edilmektedir (Korkut, 2008).

Haberin anlatıcısı yani dış ses, çoğunlukla haber metinlerinde “doğrunun garantörü” konumundadır. Yapılan araştırmalarda erkek sesinin daha güvenilir bulunduğunu ortaya konmuştur. Bu bağlamda televizyon kanalları sunucu seçimlerinde görselliği de göz önünde bulundururken, dış ses seçimlerinde izleyiciyi etkileme amacı doğrultusunda seçim yapmaktadırlar. Haber metnindeki ses, belli bir bakış açısını izleyiciye dikte etmektedir. Bu bağlamda dikte edilen egemen anlayış erkek egemen söylemdir (Akyol, 2014:28).

Çalışma kapsamındaki televizyon kanalları bazında haberlerde dış ses kullanımına bakıldığında (Tablo 9) STAR ve SHOW’da hiç kadın sesi kullanılmadığı, tüm dış seslerin erkek olduğu gözlenmiştir. Kanalların beşinde erkek dış ses kullanım oranı, kadın dış ses kullanım oranlarından yüksektir. Erkek dış ses kullanma oranları; KANAL D için %80,4, BEYAZ için %78, Kanal 7 için %71,8, TRT 1 için %67,2 ve atv için %53,2 olarak saptanmıştır. Kadın-erkek seslerinin kullanımında eşit dağılıma en yakın kanalın atv olduğu gözlenmiştir. FOX ise, %73,9 kadın dış ses, %26,1 erkek dış ses kullanım oranları ile diğer kanallardan ayrılmakta ve kadın sesinin önemli oranda yüksek olduğu tek kanal olarak dikkat çekmektedir. Bu sonuçları ana haber bültenlerinin izlenme oranlarıyla birlikte değerlendirmek, farklı bir bakış açısı sağlayacaktır.

**Tablo 9: Dış sesin cinsiyetinin kanallara göre dağılımı**

Kanal adı	Cinsiyet		
	Kadın	Erkek	Toplam
SHOW	Sayı	0	64
	%	0	100
BEYAZ	Sayı	13	46
	%	22	78
atv	Sayı	29	33
	%	46,8	53,2
Kanal 7	Sayı	22	56
	%	28,2	71,8
STAR	Sayı	0	92
	%	0	100
FOX	Sayı	34	12
	%	73,9	26,1
TRT 1	Sayı	19	39
	%	32,8	67,2
KANAL D	Sayı	18	74
	%	19,6	80,4
Toplam	Sayı	135	416
	%	24,5	75,5

Araştırmanın yapıldığı 12-13 ve 15-16 Nisan 2023 tarihlerinde, ana haber bültenlerinin izlenirlik oranları araştırılmış, bu günlerde “ilk 10 program” sıralamasında yer alan ana haber bültenlerinin hangileri olduğuna bakılmıştır.

12 Nisan 2023 tarihinde ilk 10 sıralamasına giren programlar arasında ABC izleyici grubunda Fox Ana Haber ikinci sırada, ATV Ana Haber, 10. Sırada yer almıştır. 13 Nisan 2023 tarihinde Fox ikinci, ATV beşinci sırada yer almıştır. 15 Nisan ve 16 Nisan 2023 tarihlerinde listeye üçüncü sıradan olmak üzere yalnızca Fox girmiştir (TV Bilgi, 2023). Sözü edilen izlenme verileri, araştırma tarihlerinde en çok izlenen ana haber bülteninin açık farklarla en yüksek oranda kadın sesinin kullanıldığı Fox Ana Haber olduğunu, bunu kadın-erkek seslerinin eşite yakın kullanıldığı ATV Ana Haber’in izlediğini göstermektedir.

Çalışmada dış ses olarak kullanılan kişilerin cinsiyet değişkeni bağlamında dili kullanım becerileri de incelenmiş, iyi ve kötü olarak iki sınıflamada değerlendirilmiştir. Gerçek bir konuşmada, beden dilinin de anlatıma önemli katkıları olduğu bir gerçektir. Ancak konu sadece “ses” olduğunda dilin iyi ya da kötü kullanımında ölçütler; doğru telaffuz, doğru vurgu ve doğru tonlama olarak ele alınmıştır. Tablo 10’da görüldüğü gibi dış ses olarak kullanılan kişilerin %77,3 oranında dili iyi kullandığı, %22,7 oranında ise kötü kullandığı sonucuna varılmıştır. İyi kullanım oranının yüksek olmasına karşın, profesyonel düzeyde kullanılan tüm seslerin dili yetkin bir biçimde kullanması beklenmektedir.

**Tablo 10: Dış sesin cinsiyetine göre dil kullanımı**

Cinsiyet		Dil kullanımı		Toplam
		İyi	Kötü	
Kadın	Sayı	121	14	135
	%	89,6	10,4	100
Erkek	Sayı	305	111	416
	%	73,3	26,7	100
Toplam	Sayı	426	125	551
	%	77,3	22,7	100

Kadın dış seslerinin %89,6’sının dili iyi kullandığı görülürken, bu oran erkeklerde %73,3 olarak saptanmıştır. Aynı doğrultuda dil kullanımı kötü olan kadın dış ses oranı %10,4 iken, erkeklerde bu oran %26,7 olarak saptanmıştır. Kadınların dilin doğru kullanımında daha başarılı olmasına karşın, haber seslendirmelerinde daha az kullanılması, erkeklere yüklenen “yüksek temsil gücü ve güvenilirlik” özellikleriyle açıklanabilir.

#### 2.4. İşaret Dili Tercümanı

Türkiye’de televizyon, dezavantajlı kesimler için habere ulaşmanın ucuz ve kolay bir yoludur. Televizyonun yaygınlığı, beraberinde eşitliği ve kapsayıcılığı da getirdiğinden, TV haberlerinin erişilebilirliği, duysal engeli olanların topluma tam ve eşit katılımı yolunda bir önkoşuldur (Güven, 2020, s.858). Burada da devreye ortamı ve konuşmaları tanımlayan alt yazılar, özel seslendirmeler ve işaret dili tercümanları girmektedir. Sağır veya işitme engelli bireylerin konuşulan bir dili işaret diline dönüştürerek anlamalarına yardımcı olan kişiye de işaret dili tercümanı denir.

01 Ekim 2019 tarihli 30915 sayılı Resmî Gazetede; işitme engelli birey ve işitme engelli bireylerin kullandıkları işaret dilinin tanımı yapılmıştır. İşaret dili, duygu, düşünce, istek ve ihtiyaçların ifade edilmesi amacıyla el ve vücut hareketleri ile mimikler kullanılarak oluşturulan görsel dil olarak tanımlanmaktadır İşaret dili; işitsel unsurlarına kısmen veya tamamen erişimi olmayan bireylerin kimileri için ana dili yerine de geçmektedir (01 Ekim 2019, Resmî Gazete, Sayı: 30915).

Birleşmiş Milletler Engelli Hakları Sözleşmesi (CRPD) işitme engelli insanların kendi ulusal işaret dili olan kültürel ve dilsel iletişim sistemlerini kullanarak bilgiye erişme haklarını tanır. “Sağır ve İşitme ve Görme Engellilerin Yayın Hizmetlerine Erişiminin İyileştirilmesine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik” de 01.10.2019 tarihinde Resmî Gazete’ de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. (01 Ekim 2019, Resmî Gazete, Sayı: 30915.)

2019’da Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından, duysal engeli olan ya da ilerleyen yaş nedeniyle görme ve/veya işitme yitimiyle karşı karşıya olan bireylerin, görsel işitsel medya hizmetlerine erişiminin iyileştirilmesi amacıyla, çeşitli paydaşların katılımıyla bir çalıştay düzenlenmiş ve erişilebilir TV haber programları için dile getirilen taleplerden ikisi sağır ve işitme kaybı olan bireylere dönüktür. Sağır ve işitme engelliler için “ekrana yansıtılan ve bilgi veren spotların ekrandaki haberi açıklayacak şekilde verilmesidir” (Radyo Televizyon Üst Kurulu, 2019: 46).

RTÜK bu kararı bir yönetmelikle (RG-11/10/2019-30915) de karara bağlamıştır. Buna göre, her gün yayımlanan ana haber bültenlerinden birinin işaret dili çevirisiyle yayınlanması (Madde 6 (1, a)) zorunlu hale gelmiştir (Güven, 2020: 851). RTÜK yönetmeliğinin yürürlüğe girmesiyle beraber ulusal yayın lisansına sahip kanallarda açık Türkçe işaret dili tercümesi hizmeti sunulmaya başlanmıştır.

Çalışmada ana haber bültenlerinde yer alan işaret dili tercümanları incelendiğinde, dokuzu kadın, üçü erkek olmak üzere toplam 12 işaret dili tercümanının görev yaptığı görülmüştür. İzlendiği dönemde atv, SHOW, STAR, FOX, TRT 1, KANAL D (24 ana haber bülteni) ana haber bültenlerinde işaret dili tercümanı yer alırken, BEYAZ ve Kanal 7’de (sekiz ana haber bülteninde) işaret dili tercümanı yer almamıştır. Veriler Tablo 11’de görülmektedir.

**Tablo 11: İşaret dili tercümanının kanallara göre dağılımı**

Kanal adı	İşaret dili tercümanı		Toplam	
	Var	Yok		
SHOW	Sayı	4	0	4
	%	100	0	100
BEYAZ	Sayı	0	4	4
	%	0	100	100
atv	Sayı	4	0	4
	%	100	0	100
Kanal 7	Sayı	0	4	4
	%	0	100	100
STAR	Sayı	4	0	4
	%	100	0	100
FOX	Sayı	4	0	4
	%	100	0	100
TRT 1	Sayı	4	0	4
	%	100	0	100
KANAL D	Sayı	4	0	4
	%	100	0	100
Toplam	Sayı	24	8	32
	%	75	25	100

İşaret dili tercümanlarının yaş gruplarına bakıldığında %8,3’ünün 20-30, %58,3’ünün 31-40, %33,3’ünün de 41-50, cinsiyete göre ise kadınların genellikle 31-40, erkeklerin de 41-50 yaş grubunda olduğu görülmüştür. (Tablo 12)

**Tablo 12. İşaret dili tercümanın cinsiyete ve yaşa göre dağılımı**

Cinsiyeti		Yaş aralığı			Toplam
		20-30	31-40	41-50	
Kadın	Sayı	1	6	2	9
	%	11,1	66,7	22,2	100
Erkek	Sayı	0	1	2	3
	%	0	8,3	16,7	25.0
Toplam	Sayı	1	7	4	12
	%	8,3	58,3	33,3	100



Çalışmada izlenen 32 adet televizyon ana haber bülteninde yer verilen işaret dili tercümanları, RTÜK tarafından belirlenen ölçülerde ve ölçekte ekranda yerlerini alırlar. İşaret dili tercümanlarının haber sunumlarında renk düzenlemesinde dikkat edilmesi gerekmektedir. Bunlar; tercümanın ten rengi ile kontrast oluşturan renkte, tercihen desensiz ve tek renkli kıyafetlerin tercih edilmesi, tercümanın önünde bulunacağı sade bir arka plan kullanılması, işitme-görme engelli kullanıcılara erişilebilirlik sağlamak için koyu mavi ya da yeşil düz bir arka plan kullanılmasıdır (Yiğit, 2018: 34). İzlenen haber bültenlerinde kanalların bu kurallara uyduğu görülmüştür.

Ekranda 1/8 yer kaplasa da hedef kitlesi için asıl izlenme noktası olarak değerlendirilebilecek işaret dili tercümanları giyim-kuşam açısından da incelenmiş ve şu sonuçlar bulunmuştur: Kadın işaret dili tercümanlarının %33,3'ü ceket-gömlek, %11,1' i yelek-gömlek, %22,2'si bluz, %33,3'ü ceket-bluz giyerken, erkek işaret dili tercümanlarının %66,7'si ceket-gömlek, %33,3'ü gömlek giymiştir. Sonuç olarak işaret dili tercümanlarının %58,3'ünün siyah, %16,7'sinin mavi, %8,3'ünün mor renk kıyafetler giydikleri görülürken, %4,2 oranıyla da lacivert, kırmızı, siyah- beyaz ve taba renk kıyafetler giydikleri görülmüştür.

İşaret dili tercümanlarının aksesuar kullanıp kullanmadıklarına bakıldığında kadınların iki haber bülteninde sadece günlük aksesuarları (küpe, alyans gibi) kullandığı görülmüştür.

İşaret dili tercümanlarının izlenen haber bültenlerinin %91,7'sinde isim bilgilerinin yer almadığı görülmüştür. İsim bilgisi sadece FOX ve ATV'de verilmiştir. FOX'ta isim bilgisi bültenin başında ekranda yer alırken, ATV'de isim bilgisi kredilerde yer almıştır. Ana haber sunumunda görev alan tüm kişilerin seslendirdiği içeriği kendi özel izleyici grubuna aktarmakla görevli tercümanın isim bilgisinin bültenlerde büyük oranda yer almamasının, yayıncılık ilkeleriyle uyuşmadığını söylemek yanlış olmayacaktır.

### 3. SONUÇ

Türkiye 50 yılı aşkındır televizyonla iç içe yaşamaktadır. Yayına başladığı günden bugüne yayın ve program çeşitliliği açısından çok değişim göstermiştir. Televizyon gücünü; görüntü ve sesin sağladığı güvenilirlikten, yaygın, ekonomik, kolay anlaşılır bir araç olmasından almaktadır.

Ana haber bültenleri, dönemlerinin önemli kitle iletişim araçları olan radyo ve televizyonların etkili programları olmuştur. Haberciliğin en önemli özelliklerinden olan "anındalık" bu iki araçla fazlasıyla sağlanmıştır. Gücünü görüntüden alan televizyon pek çok alanda olduğu gibi haberde de yıldızlarını yaratmıştır.

Amacı; günün önemli olaylarını haber haline getiren ve hemen her kanalda aynı saatlerde başlayan ana haber bültenlerinde, haberleri izleyenlerin ekranda gördükleri haber aktarıcılarının kimler olduğunu ve nasıl göründüklerini incelemek olan bu çalışma, 32 ana haber bülteni ve bültende yer alan 571 haber üzerinden yapılmıştır.

Sunucular tüm dünyada, ana haber bültenlerinin zaman zaman da kanalın yüzü olarak kabul edilmişlerdir. Haberin sunucusu haber kaynağı olarak da görülmüştür. Çalışmada yer alan sunucularla ilgili sonuçlar; yıllardır ortaya konulan, kabul edilen sunucu olma kurallarına büyük ölçüde uygun olduğunu ortaya koymuştur. Sunucular; eğitilmiş, düzgün görümlü, dili iyi kullanan, sık giyimli, yaş ortalaması yüksek olmayan kişilerdir. Haberci geçmişlerinin olup olmadığı bilgisi sunuşlarına büyük oranda yansımamaktadır. Kadın sunucu sayısı erkek sunuculardan fazladır. Genç, güzel, gösterişli ancak sıradan ses rengine sahip, beden dilini etkili kullanamayan, haberi derinlemesine ele almayan kadın sunucuların yanı sıra beden dilini başarılı kullanan, ses rengi etkili olan, haberi derinlemesine ele alabilen erkek sunucuların olduğu saptanmıştır. Sunucuların çoğunluğu özellikle de kadın sunucular sadece okuyucu/sunucu olarak saptanmışlardır. Ana haber bültenlerindeki sunuculuğun başarı ölçütü olarak görülen anchorman olma özelliğine sahip olan tek sunucu olduğu görülmüştür. Elde edilen sonuçlar; genç, düzgün konuşma becerisi ve düzgün fiziğe sahip olmanın sunuculuk için yeterli olduğunu göstermektedir.

Haberlerde görüntüsüyle yer alan muhabir oranı %30'dur. Erkek muhabirlerin sayıca fazla olduğu kanal Kanal D'dir. Kadın muhabirlerin sayıca fazla olduğu kanal FOX'tur. Muhabirler haberlere yüksek oranda bant yayınıyla katılmışlardır. Habere canlı olarak bağlanmak muhabirin habere hâkim olması, deneyimli ve bu konuda becerikli olmasını gerektirir. Ancak canlı bağlantı kurmak, habere ve kanalın yayın politikasına da bağlıdır. Haberin sunumunda muhabirlerin yaklaşık üçte birinin isimlerinin verilmediği gözlenmiştir. Muhabirler, haber kaynağı sayıldıkları için bu durum kaynağa olan güveni tartışmalı hale getirmektedir. Muhabirlerin tamamına yakınının dili doğru kullandığı, haberin konusuna hâkim olduğu ve karşısındaki kişilere saygılı davrandığı saptanmıştır. Tarafsızlık haberin temel özelliklerindedir. Bu bağlamda muhabirlerin dörtte üçünün tarafsız yaklaştığı, diğerlerinin de yorumlayıcı, yönlendirici veya empatik yaklaştığı gözlenmiştir.

Çalışma kapsamındaki haber bültenlerinin tamamına yakınında dış ses kullanıldığı saptanmıştır. Dış sesin cinsiyet sorgulamasında ise; erkek seslerinin dörtte üç, kadın seslerinin dörtte bir oranında olduğu, iki kanalda ise hiç kadın sesi kullanılmadığı görülmüştür. Dış sesin izleyicinin güven duyduğu, açıklayıcı, iktidar kuran bir faktör olarak kabul edildiği vurgusundan yola çıkarak, çalışma kapsamındaki televizyon kanallarının da bu kabulden hareketle erkek sesine ağırlık verdiği düşünülebilir.

Görsellikleriyle değil, ses özellikleri ve dili kullanımlarıyla izleyiciye ulaşan dış seslerin bu bağlamda olumlu özellikler taşıması beklenir. Araştırmada dış ses olarak görev alan kişilerin yaklaşık dörtte üçünün dili iyi kullandığı, dış seslerin de ağırlıklı olarak erkek olduğu saptanmıştır. Ekranda 1/8 oranında yer kaplayan bir alanda haberleri sunan işaret dili tercümanlarının haber sunumlarında, ten rengi ile kontrast oluşturan renkte, desensiz ve tek renkli kıyafetlerin tercih edilmesi, aksesuar kullanılmaması, tercümanın önünde bulunacağı sade, koyu mavi ya da yeşil düz bir arka plan kullanılması kuralına izlenen haber bültenlerinde kanalların tümünün uyduğu görülmüştür. İşaret dili tercümanlarının izlenen haber bültenlerinin %91,7'sinde isim bilgileri yer almamaktadır. Bu durumda içeriği, özel izleyici grubuna aktarmakla görevli tercümanın isim bilgisinin bültenlerde büyük oranda yer almamasının, yayıncılık ilkeleriyle uyuşmadığını, sunucuları değersizleştirdiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Araştırma kapsamındaki tematik kanallar dışında kalan ulusal kanalların genel izleyicilere seslenen popüler kanallar olduğu düşünüldüğünde, bu kitlenin eğitim düzeyi, seçiciliği ve beklentileri açısından haber sunumlarının izleyici özelliklerine uygun olduğu söylenebilir. Giderek yaşlandığı ve azaldığı saptanan izleyicinin en çok izlediği programlar arasında ana haber bültenleri olması da bu açıklamayı desteklemektedir.

Yaşadığımız yüz yıl pek çok tartışmayı da geride bıraktıracak denemelere buluşlara tanık olmuştur. Uzaktan kontrollü kameralarla yapılan çekimler uzun zamandır kullanılmaktadır. Yapay zekâ ile toplanan haberler, yazılan haber metinlerinin yaygınlaşması da çok uzakta görülmemektedir. Günü geldiğinde yaygın olarak kullanılacak olan robot sunucu, muhabir, ses ya da yepyeni haber formatlarından söz etmek mümkündür.

## KAYNAKÇA

Aker, H. (2010). "Televizyon Haberciliğinde Anchor'ların Kullandıkları Beden Dilinin İzleyicinin Kanal Tercihine Üzerine Etkisi". Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo- Televizyon Anabilim Dalı Radyo- Televizyon Bilim Dalı, Konya.

Akyol, O. (2014). "Ana Haber Bültenlerinde Kadının Sunumu", Atatürk İletişim Dergisi, Sayı 7 / Temmuz2014, s. 15-38.

Atik, A. (2006). "Türkiye'de Özel Televizyon Haberciliğinde Eğlendiren Bilgi (İnfortainment) Süreci ve Örnek Program SHOW Ana Haber Kuşağı". Yayınlanmamış Doktora tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

- Berry, E. T. (1962). Journalism Today, Philadelphia and New York, 3. Baskı.
- Birleşmiş Milletler (2018) Birleşmiş Milletler Engelli Hakları Sözleşmesi Uygulama Kılavuzu. Hazırlayan: Robyn Hunt. <https://www.engellilerkonfederasyonu.org.tr/wp-content/uploads/2020/04/0-6-Birle%C5%9Fmi%C5%9F-Milletler-Engelli-Haklar%C4%B1-S%C3%B6zle%C5%9Fmesi-min.pdf> Erişim 26. 11. 2023
- Burton, G. (1995) Görünenden Fazlası (Çev. Nefin Dinç), Alan Yayıncılık, İstanbul.
- Coşkun, Z. (1994). “Gösterilen Haber, Medya ve Siyaset Meydanı”, Birikim, Özel Dosya, Sayı: 68-69, Aralık 1994/Ocak 1995.
- Çakır, Ö. (2004). Profesyonel Yasa da Kişisel İmaj, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Çığ, Ü. ve Çığ, E. Ç. (2011). “Haber Endüstrisi ve Gazetecilik Etiği”, İş Ahlakı Dergisi, 4(8), s. 25-60.
- Ekşioğlu Sarılar, N. B. (2018).” 1950’lerden Bugüne Haber Perspektifinde Dönüşen Haber Sunucusu Profili: Spiker”. Anchor e-Journal of New Media / Yeni Medya Elektronik Dergi, eJNM ISSN: 2548-0200, April 2018 Volume 2 Issue 2, s. 63-72.
- Güven, M. (2020). “Televizyon Haberlerinde Erişilebilirlik Üzerine Bazı Gözlem ve Öneriler”, Selçuk İletişim, 13(2), s. 839-865.
- Hilliard, R. L. (1984). Writing For Television and Radio, Wedsworth Inc., Belmont, California, USA.
- İlhan, V. ve Civelek, S. (2014). “Televizyon Ana Haber Bültenlerinin İkonografik Analizi: Kadının Yeri ve Temsili”, Özet, E-Journal of New World Sciences Academy, s.180.
- İnce, M.ve Yılmaz, M. (2020). “Ana Haber Bültenlerinde Haberlerin Konusu ve Sunum Tarzı ile Reyting Arasındaki İlişki Üzerine Bir İnceleme”, e- GİFDER Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, Cilt/Volüme: 8, sayı: 1, ISSN 2146-3301.
- Karadağ, G. H. (2019). “Kam Spiker Türleri Açısından Genel Kanallar ile Haber Kanalları Karşılaştırması”. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 21(3), 787-804.
- Kasım, M. (2009).” Spiker Olmak O Kadar Kolay mı?”, Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, (25), s. 209-228.
- Korkut, T. (2008). MEDİZ Raporu: Medyada Yönetimde Olmayan Kadın, Haberlerde Nesne <https://bianet.org/haber/mediz-raporu-medyada-yonetimde-olmayan-kadin-haberlerde-nesne-107742> Erişim Tarihi: 22.11.2023
- Kuruoğlu, H. ve Akçora, E. (2017). “Türkiye’de Televizyon Ana Haber Bültenlerinde Haber Öznesi Olarak Kadın Kimliklerinin Kıyaslamalı İncelenmesi-2001 ve 2016”, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 2(4), s. 1-26.
- Mencher, M. (1984). News Reporting and Writing, USA.
- Newcomb, H. (1974). TV The Most Populer Art. Garden City, New York.
- Oskay, Ü. (1985). Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş-Seçilmiş Parçalar, Üçüncü Baskı, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Basımevi, Ankara.
- Parsa, S. (1993). “Televizyon Haberciliği ve Kuramları”, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, No:3, İzmir, s. 66-69.
- Postman, N. (2004). Televizyon: Öldüren Eğlence: Gösteri Çağında Kamusal Söylem (Çev.Osman Akinhay ,) İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- Resmî Gazete, Sağır ların, İşitme ve Görme Engellilerin Yayın Hizmetlerine Erişiminin İyileştirilmesine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik, 01 Ekim 2019, Resmî Gazete, Sayı: 30915. <https://resmigazete.gov.tr/eskiler/2019/10/20191011-15.htm>). Erişim tarihi: 05.11.2023.
- Sevim, B. A. (2008). “Kültür Endüstrisi Bağlamında Yıldızlaştırılan Televizyon Ana Haber Sunucularının Haberin İzlenmesine Etkileri”, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Smith, Conrad, Eric S. Fredin, and Carroll Ann Ferguson Nardone. (1989).” *Television: Sex discrimination in the tv newsroom-Perception and reality*”, In Pamela ... [https://dokumen-tips.translate.google/?\\_x\\_tr\\_sl=en&\\_x\\_tr\\_tl=tr&\\_x\\_tr\\_hl=tr&\\_x\\_tr\\_pto=sc&page=3&\\_x\\_tr\\_hist=true](https://dokumen-tips.translate.google/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=tr&_x_tr_hl=tr&_x_tr_pto=sc&page=3&_x_tr_hist=true) 15. 11. 2023

Sökmen, H. M. (2006). “Ana Haber Bültenlerinde Kadın İgesinin Nesne ve Özne Olarak Sunumu”, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Sinema Ana Bilim Dalı, İstanbul.

Türkiye Raporu (2022). Türkiye Boy Ortalamasında Dünyada Kaçınıcı Sırada? <https://turkiyeraporu.com/arastirma/turkiye-boy-ortalamasinda-dunyada-kacincici-sirada-11666/> (Yayın: 15.11.2022) Erişim tarihi: 22.12.2023

TV Bilgi. (2023). <https://www.tvbilgi.com/rejting-sonuclari/> Erişim tarihi: 24 .11. 2023

Vural, İ. (2010). Televizyon ve Radyo Haberciliğinde Mesleki Kişilikler Radyo-Televizyon Haberciliği, Anadolu Üniversitesi AÖF Yayınları Ed. İzlem Vural, Eskişehir, s. 88-106.

Yılmaz, M. (2020).” Ana Haber Bültenlerinde Haberlerin Konusu ve Sunum Tarzı İle Rejting Arasındaki İlişki Üzerine Bir İnceleme”, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 8(1), s. 416-441.

Yiğit, M. (2018). “Televizyon Yayınlarına İşitme Engellilerin Erişimi. Radyo Televizyon Üst Kurulu, Üst Kurul Uzmanlık Tezi”. <https://www.engellilerkonfederasyonu.org.tr/wp-content/uploads/2020/04/0-6-Birle%C5%9Fmi%C5%9F-Milletler-Engelli-Haklar%C4%B1-S%C3%B6zle%C5%9Fmesi-min.pdf>

York, I. (1987). *The Technique of Television News*. Second Edition, Focal Press, London and Boston.